

[特集②]
地域通貨の可能性をさぐる

地域通貨： 統合型コミュニケーション・メディア

西部 忠
(にしべ まこと)

北海道大学大学院経済学研究科・経済学部助教授

すべての地域通貨は必ず「貨幣的側面」と「言語的側面」を持ち、それが一体となってひとつのメディアを形成している——。地域通貨の目的・機能・形態・領域をその2側面から検証し、今後の課題と向かうべき方向を提示する。

初めに 日本の地域通貨の進化

地域通貨が日本で広がりをはじめたのは1999年、特にNHKの『エンデの遺言』という番組が人気を博した頃である。それがきっかけになって一大ブームが巻き起こり、地域通貨は日本でこの6、7年間に広く普及した。様々な種類のものを合わせればその数はすでに500を超えるとも言われている。今も新たな地域通貨が多く生み出される一方で休止や解散に至る地域通貨も出ている。しかし、この2、3年の間に運営主体、スキームが多様になり、また、地域通貨の目的や動機に応じた分化が進んでいる。このように、地域通貨は進化しつつある。

地域通貨について注目すべき2つの新しい傾向が見られる。1つは、実施主体が市民団体やボランティア団体だけでなく、自治体や商工会も加わり多様化し、地方政府だけでな

く中央政府も地域通貨を推進する施策を打ち出したということ。もう1つは、日本の地域通貨はボランティアや相互扶助を媒介するエコマネーやふれあい切符として広がりを見せたが、もう少しお金に近い側面を入れて、商店街などで一般の商品を買うときにも使用できる、主に地域経済活性化を目的とする地域通貨が増えたということである。多様化が進み、取り組みが本格化してきたとも言える。

ここでは、地域通貨とは何かをその目的、機能、形態、領域から捉え直した上で、地域通貨がこれからどのように変化しつつ広がっていくのかを考えてみたい。

1 地域通貨の2側面： 貨幣的と言語的

地域通貨の今後を考えるためにも、まずは地域通貨とは何かを見ておく必要がある。あらゆる地域通貨は、前後に2つの顔を持つ古代ローマの神「ヤヌス」のように、「貨幣的

と「言語的」という2つの側面を必ず兼ね備えている。たとえ、どちらか一方を他方に比べて多く含むにしても、そうである。「通貨」や「貨幣」という言葉はどうしても経済的意味を強く持つてしまう。しかし、地域通貨とはこの2要因の統合体であり、経済・社会・文化の全体にまたがる。このことを強調したい場合には、貨幣的な「経済メディア」の側面と言語的な「社会・文化メディア」の2面性を併せ持つという意味で、地域通貨を「統合型コミュニケーション・メディア」と呼びたい。

「メディア」とは多様な情報をその上に載せて運ぶコミュニケーションの手段、「媒体」のことである。社会学者ニクラス・ルーマンは、社会をコミュニケーションに関するオートポイエティック・システム（自己創出系）ととらえ、コミュニケーション・メディアとして、言語の他、文字、印刷、通信技術等の「拡充メディア」、貨幣、真理、権力、道德などの「象徴的に一般化したメディア」を挙げた。この点で、地域通貨は「象徴的に一般化したメディア」であるだけでなく、言語や文字などの「拡充メディア」でもあるので、「統合型コミュニケーション・メディア」と言えるのである。その目的は、現行貨幣の汎用性（流通領域・期間、取引対象、参加者の普遍性）を意図的に制限することで、資本としての貨幣の負の機能（ルーマンのいう「悪魔的側面」）を抑制し、社会の安定性と持続可能性を回復することにある。

まず、「経済メディア」としての側面を見

表1—地域通貨＝「統合型コミュニケーション・メディア」の2面的特性

「統合型コミュニケーション・メディア」	
側面	貨幣的側面（経済メディア） 言語的側面（社会・文化メディア）
目的	地域経済の活性化（自律・循環） コミュニティ（交流、コミュニケーション）の活性化
機能	自主発行・運営管理 域内限定流通 無（負）利子 信頼・協同 協同的生費者 言語的表現・伝達
形態	補充・緊急通貨 （スタンプ紙幣、LETS） 相互扶助クーポン （タイムダラー、エコマネー）
領域	市場 非市場（コミュニティ）

てみよう。これは「貨幣的側面」として表1の左の列に書かれている。ここで貨幣的側面というのは、異質で多様な財やサービスのある1つの尺度、例えば「円」へ還元し、それらを「円」の大きさで一元的に表現・評価するということを意味している。私たちは、一方で生産者としてモノに値段を付けて売り、他方で消費者として値段を見て高い安いと評価して、財やサービスを買う。このような個々の売り買いという取引の全体が「市場」を作っている。地域通貨も、それでモノやサービスに値段を付ける以上、こうした一元的な表現・評価を伴う。したがって、地域通貨も、現行の資本主義的な市場経済とは異なる、別の種類の市場領域を構成するのである。地域通貨はコミュニティを作るが、市場は作らないとしばしば考えられているが、これは正しくない。地域通貨は互酬性を伴った交換、すなわち「互酬的交換」を目指す貨幣的側面を持っている。もう1つのメディアの側面をも考慮に入れるならば、地域通貨は競争的（コンペティティブ：competitive）であるだけでなく協力的（コーペラティブ：cooperative）な市場、すなわち「協競的」（コーペティティブ：coopetitive）なローカル市場を形成するのである。このことを理解するためには、参加者が利己的・合理的で、そこでの

参加者関係は競争的・対抗的という従来の市場像を広げ、市場は利他的・倫理的や協力的・協同的な関係をも含みうると考える必要がある。

次に、「社会・文化メディア」としてお金でない側面がある。これは表1の右の列に書かれているように「言語的側面」とも言える。あらゆる人間同士の関わりは言葉や数を介すのだから、メディアは人間にとって不可欠なものである。お金もそうした「メディア」の一種だが、すべてを一元的な数量として表現・評価するという点で、多様な物事や価値を質的に表現・評価しうる言葉とは異なる。地域通貨は、通常のお金に比べて、それを発行し運営する主体、および、それが流通する地域コミュニティに固有な社会的価値・規範・文化の多様性を表現・伝達することができる。

地域通貨は、この2側面に応じた目的、機能、形態、領域を持っている。以下、これらについて見ていこう。

2 地域通貨の目的

地域通貨の経済メディア的な側面に対応する目的が「地域経済の活性化」である。

ここ数年、この側面が強調されてきた。これは経済環境が悪化し、不況とそれに伴う失業や倒産が深刻だったからで、景気が回復すればこの側面への注目は当然薄れるであろう。地域経済における不況や失業の原因の1つとして挙げられるのは、お金が地域の外へ流れ出してしまう、地域を循環するお金が不足するという問題である。たとえデフレーションが日本全体で起きるにしても、倒産率や失業率として現れるその深刻度には、域際収支や

産業構造に依存して地域ごとに格差が生じる。総じて、大都市圏に比べて地方はより厳しい状況にある。

現在、どの地方の町村も過疎化と少子高齢化に加えて、商店街の衰退といった問題に悩まされている。若者は就職機会が多い都会へ出てしまう。また、地域住民は地域の商店街で買い物をせず、自動車で隣町の大規模店舗まで出かけるか、地域内のコンビニに向かう。その結果、購買力の域外流出が進行し、先ほどの問題は悪化の一途をたどる。商店街が解体すれば、防犯、相互扶助、育児、文化的行事など、商店街が果たしてきた目に見えないコミュニティ機能が失われる。その結果、自動車で域外へ買い物に出かけられない高齢者だけでなく、地域住民全体の生活環境は悪化し、地域経済の衰退は加速化する。こうした状況でもし人々が外へ流出しないお金を自分たちの手で作って、それを地域のなかでグルグルと回すことができれば、域内経済が賦活され、相対的な自立化を果たし、その結果として「地産地消」に基づく循環型経済の形成が促進される。これが、地域の経済活性化を目的として地域通貨を実施する際の基本的な目的である。

これに対して、もう1つの目的は、「コミュニティの活性化」あるいは「交流・コミュニケーションの活性化」である。これは地域通貨の社会・文化メディア的側面に対応する。現代では、臓器、生殖細胞、炭素排出権、遺伝子情報すらお金で買えるようになり、(表と裏を含め)市場の範囲はますます広がっている。市場経済が世界を覆い尽くし、規制緩和や自由化が推進され、市場原理主義は勢いを増しているのだ。このように市場が質量ともに拡大するグローバリゼーションの中で、

人間関係が経済的な売買関係や法律的な契約関係のみ還元される傾向がある。しかし、それでは相互扶助や利他的行為により成り立っていたコミュニティは崩れてしまう。また、人々間のコミュニケーションもケータイやネットに依存した、非対面・匿名型の「顔の見えない」ものになり、希薄化する傾向が見られる。もし人が完全に利己的、孤立的になってしまえば、助け合いやボランティアも行われなくなるかもしれない。そこで、こうした市場主義、個人主義の流れの中で互助、互酬的な関係を再構築するため、あるいは、人と人のコミュニケーションを「顔の見える」ものにして活発にするための1手段として地域通貨が使われるようになってきた。

日本では地域通貨は今述べた2つのうち、後者の「コミュニティの活性化」を担うべきだと考えられる傾向がある。しかし、地域通貨は、元々、以上の2つの側面を同時に併せ持つものであり、そうであるからこそユニークなメディアなのである。

3 地域通貨の機能

次に、地域通貨の機能面を見てみよう。まず、地域経済の活性化という目的に即してみると、以下のような3つの機能があることがわかる。

①自主的な発行・運営管理。任意の団体が自主的に発行し、自主的な運営管理を行うことができる。それは自治体、商工会議所、商工会、自治会、大学、商店街、PTA、NPO、NGO、企業、生協、病院、任意団体など、どのようなグループでも構わない。現在では、国家通貨である「円」は中央銀行である日本銀行が発券し管理することが法律上定められ

ているが、これは貨幣が国家により独占的に発行されていることを意味する。人々が自ら地域通貨を作り出し、一定の範囲内で取引を行うことができれば、それは、貨幣発行権を自由権ないし社会権として部分的にとり戻すことに他ならない。これは、地域通貨が持つ自由主義的、民主主義的な特性である。

②域内限定流通。地域通貨はある一定の地域の内部でのみ流通する、つまりその地域の外部へ出ていかないので、地域内のモノやサービスの取引をより活発にし、貨幣の退蔵による有効需要の不足を解消する。消費者が地域の大型スーパーやコンビニで買い物をすれば、そこで支払われたお金は地域外にある本社へ集約される仕組みになっている。また、投資資金はより利益が得られるそういった場所へ、例えば、不動産が急激に値上がりしている大都市圏へ流れていく。いずれにしても、お金が地域の外部へ流出してしまう。こういう貨幣の漏出は、特にデフレーションの時代には、地域に対して非常に大きな負の影響をもたらす。この問題を解決する1つの方法として、ある域内だけで流通するお金が有効であると考えられる。これはいわば地域主義の側面である。

③無利子あるいは負の利子。地域通貨で利子が見つからないというのはどういう意味か。普通のお金ならば、借りたら必ず利子を付けて返済する義務がある。銀行や消費者金融などの金融機関から借りればそうである。逆に、友人や知人、親や親戚などから借りる時には、利子を付けないのが普通であろう。無利子銀行が普及しているイスラム教でも、異教徒からは利子を取ってもいいとされている。つまり、借金に利子が付く・付かないということは、宗教的共同体も含め、貸し手と借り手の

間の社会的距離を表すバロメーターに他ならない。近親縁者や友人・隣人の間で、お金を貸す時に何らの対価も求めないのは、それが信頼と愛情の証だからだが、そうすることで、相互扶助や連帯を促進している。

1983年にカナダで始められた口座方式の地域通貨LETS(Local Exchange Trading System)は、初めは全員の口座残高ゼロから出発し、参加者が相手に何か提供すると、提供した人の口座がプラスになり、提供してもらった人の口座がマイナスになるという仕組みである。参加者は口座でマイナス残高を持つことができるが、それに利子を支払う必要はない。参加者のマイナスはコミュニティからの借りであって、取引した参加者からの借金ではない。マイナスの口座がなければ貨幣が発行されず、取引も始まらない。大きなマイナスの参加者がいても、それに対応するプラスを他の参加者が共有しているので、問題にはならない。LETSでは参加者の口座はプラスやマイナスにばらつくが、それらの合計は常にゼロである。このように、参加者が互いに支え合うことでLETSコミュニティは成り立っている。だから、地域通貨の「無利子」には、信頼に基づく相互扶助という意味合いが含まれていると言える。日本に古くから見られる庶民の互助的金融組織である経済的講(頼母子講、無尽とも呼ばれる)もほとんど利子が付かない点でこれに近い。

では、「負の利子」には一体どういう意味があるのか。マイナスの利子は貨幣保有コストを意味するデマレージ(滞船料)に相当し、腐朽する商品と同じように、貨幣価値も時間の中で減少していくべきだとする減価通貨の考え方に基づく。プラスの利子が付くと、人は当然銀行にお金を預けるが、あまりに預金

利子が低くほぼゼロに近いと銀行に預金する誘因はなくなり、タンス預金になってしまう。しかも、年金問題などで将来に不安を感じれば、消費しない、つまり、お金を使わない。利子をマイナスにするのは、消費者がタンス預金として溜め込んでいるお金をできるだけ早く使わせるためである。

利子がマイナスであると、保有しているお金の価値は時間の経過とともに減る。例えば、毎週末に100円の印紙を裏に貼らないと相手に受け取ってもらえないような1万円札があると想像してみよう。長く持っていればいるほど、多くの印紙を買わなければならない。こういう工夫をした紙幣を「スタンプ紙幣」と言う。このお金は持っているコストがかかるから、人々はできるだけ早く使おうとするであろう。これを受け取った人もできるだけ早く次の人に渡してしまおうとする。いわばお金をババ抜き「ババ」にすることで、需要を生み出し、経済を刺激しようという仕組みである。

以上、3番目の機能として説明した無利子、負の利子、あるいはゼロサム原理は、地域通貨の非資本主義的性質を表す。

これら3つは地域通貨の「経済的側面」に依拠した考え方である。ところが、表1の右側に書かれている、「メディア的側面」に着目する時、地域通貨は経済危機を乗り越え、不況を脱出するためのツールであるという見方はあまりに狭すぎる。日本におけるエコマネーやふれあい切符は地域通貨のメディア的側面を重視したものである。次に、この側面に注目しよう。

④信頼と協同。地域通貨は信頼や協同に基づいて流通する。地域通貨を使うことで、人々は交流を深め、相互扶助の輪を広げてい

く。そうすることで、参加者間の信頼も形成される。これは、地域通貨のコミュニティ関係形成の側面である。

⑤経済だけに関心のある者はこれを付録と考えるかもしれない。だが、これも正しくない。もし何の「メディア的側面」もないなら、地域通貨とは、流通範囲が狭く、買える商品数も受領者の数も少ない、単なる三流通貨ではないからである。商店街には、売上げの2%程度を買い物スタンプやポイントとして還元しているところがある。また、商店ごとにポイントやスタンプを提供している場合もある。大手ディスカウントショップのポイントは大きく、10%以上のものもある。こうした買い物スタンプやポイントカードは地域通貨に似ているが、自分の商店や商店街への顧客の囲い込みという商売目的のためにやっている。地域通貨にあるメディア的側面が極めて弱い。

⑥協同的生費者。「生費者」とは生産者と消費者をくっつけた言葉で、未来学者アルビン・トフラーが作った「プロシューマー」(「プロデューサー」と「コンシューマー」の合成語)の訳語である。「協同的生費者」という表現には、生産者であると同時に消費者でもある市民が、お互いに持てる資源を有効活用しながら相互協力関係を保つということが含意されている。それは地域通貨の参加者ができるだけ同じ平面に立つという理想を表している。

⑦言語的表現・伝達。各地域は固有な文化的特徴や個性を持っているが、それは日銀券のようなお金では表現できない質的な多様性として現れる。そうした各地域の個性を表現し伝達するためのメディアとして地域通貨は利用される。

例えば、山形県高島町には「ニャン券」という商品券型地域通貨がある。その前に「ワン券」という商品券が発行されていた。「ワン」や「ニャン」は単なる語呂合わせではない。高島町には犬と猫が祀られている「犬の宮」と「猫の宮」というお宮があるが、このような名前はそれにまつわる地域の歴史や由来を想起させる。円などの国家の通貨に対して、地域が持っている伝統・文化を地域通貨の単位名称や券面にシンボリックに表すことで、その町の共同性や連帯感を醸成する。

地域通貨のネーミングにはユニークなものが多い。地域の地理や地名を表すもの(北九州市折尾地区「オリオン」、北海道栗山町「クリン」など)、地域の特産品や特徴を表すもの(千葉の落花生から「ピーナッツ」、水俣のもやい直しから「もやい通貨」など)だけではなく、物理的地域ではないバーチャル・コミュニティの理念や思想を象徴的に表すもの(市民共同発電から「ワット」、地球環境アースデイから「アースデイマネー」など)まで様々である。このように、地域通貨はローカルな文化・関心・価値の言語的な表現・伝達力を持っているのである。

4 地域通貨の形態

地域通貨で貨幣的側面を強調する時、「補完通貨」ないし「緊急通貨」と呼ばれることがある。これは1930年代の欧米で広く使われた。この時代は、1929年の大恐慌の後の長期不況に苦しめられていた。その時、不足していた国民通貨を一時的に補完するために、様々な通貨が自主発行された。例えば、アメリカでは、多くの商工会議所やカウンティがスタンプ紙幣を発行した。これはシルビオ・

ゲゼルが考えたアイデアに基づくもので、経済学者アービング・フィッシャーがアメリカに導入したものである。つまり、補完・緊急通貨は、国家通貨の欠点を補完し、デフレに対する緊急手段として生まれてきたのである。

1930年代の欧米では、この補完・緊急通貨が広範に使われたが、その後、廃れてしまった。その理由は、アメリカではダムや道路などの土木工事を行ったルーズベルト大統領のニューディール政策が大きな影響力を持つようになったこと、そして、もう1つは第2次世界大戦が開始されたことによる。戦争は、景気を回復する最も効果的な方法であり、アメリカの景気が本当に回復したのは戦争によるものだと言われている。スタンプ紙幣は、ヨーロッパでは、例えば、ドイツのシュヴァーネンキルヘンやオーストリアのヴェルゲルのような小さな町における経済復興には大いに効果があった。しかし、いずれも中央銀行の命令で廃止に追い込まれてしまった。当時、ロシアの社会主義、ドイツやイタリアのファシズム、アメリカのニューディールのいずれをとっても、国家権力は今よりも強く、強圧的であった。これが新自由主義と「小さな政府」を主張とする現代との違いである。

地域通貨 LETS でも経済的メディアの側面が重視された。1982～83年のカナダは失業率が10数パーセントという深刻な不況だった。仕事は無いが何らかの技能や技術を持っている、そういう人が集まって自分達のできることを互いにやり、助け合いながら生活を支えていくというのが LETS 発足の趣旨であった。創始者のマイケル・リントンは経済的活性化を重視したため、企業や商店の参加を前提とする「コミュニティウェイ」を推

奨したが、LETS が普及したイギリスではコミュニティ形成に重点が置かれたので、企業や商店の参加はほとんど見られなかった。同じ地域通貨でも各国の歴史、伝統に規定され、その目的や内容が自ずと異なってくるわけである。

もう一方のメディアの側面に特に着目するのが相互扶助クーポンである。例えば、アメリカにはタイムダラーというボランティアの時間交換制度がある。エドガー・カーンが貧困対策として始めて、現在まで世界でかなり広がっている。できること、してもらいたいことを載せたサービス・メニューを作り、コーディネーターが仲介しながら会員が互いの能力や時間を互酬的に交換する仕組みである。例えば、高齢者介護のようなサービスを自分が提供すると、その提供したサービスの時間がポイントとして貯まり、自分が必要なときにそれを使っていく。使い方としては、自分の老後の為にクーポンを貯めておいて高齢者になったら使う、あるいは、遠方にいる両親の為にクーポンを稼いで遠方にいる両親に使ってもらう、などもありうる。日本におけるふれあい切符（時間預託制度）やエコマネーもこのタイプの地域通貨に属する。

一時期、「エコマネー」は地域通貨と同じ一般名称であるという誤解も生じたが、エコマネーとは相互扶助やボランティアを媒介するための地域通貨の一種であり、その固有名称に他ならない。エコマネーは、貨幣的側面による市場形成をできるだけ除去し、市場領域と一線を画した非市場領域で流通することをその制度設計の基本としている。エコマネーやふれあい切符のような相互扶助クーポンが初めに普及したことが日本の地域通貨の特徴の1つである。その原因として考えられ

るのは、日本では地域通貨が高齢化に伴う福祉やボランティアとの関連で注目されたこと、商店等でモノの購買に使える紙幣型地域通貨は紙幣類似証券と受け取られる危険があるなど法律・規制上の問題がまず懸念されたことなどである。

地域通貨には貨幣的な経済メディアの側面と言語的な社会・文化メディア側面の2側面があって、どちらか一方だけからはそのユニークな性質は見えない。ただ、2側面のうち相対的にどちらか一方が強いのが普通だから、地域通貨に様々な形態がありうる。地域通貨が「種」として進化する過程で、多様な「亜種」が派生してきたわけである。導入目的や地域の個性が多様であるので、地域通貨もそれに応じて多様になるので、どの形態が最適かを問うことには意味がない。

5 地域通貨の課題と その克服の試み

地域通貨が実際に運用される中で、通貨の滞留、参加者の不足、長期的な運営負担増など、様々な課題が見えてきた。例えば、福祉・コミュニティ関連の非市場領域だけで利用されるエコマネーの場合、高齢者にボランティアを行った若年者がそれを使う機会が限られており、円滑な流通を確保するのは容易ではなかった。また、地域通貨全般に人手や経費の確保など長期安定的な運営体制をいかに確立するかという課題も残されている。各種助成金で運営費用をカバーしている場合、助成金が2年程度で途絶えると運営が続かなくなるというケースが見られる。運営体制の自立化にとって運営スタッフの報酬に地域通貨が使用できるかどうかは重要であり、この

点でも、地域通貨の受領性を高めることが課題となっている。そのために広く物品取引を含むだけでなく、市場領域における商業取引にも同時に利用できるなどの仕組みも考えられる。

この2、3年、地域通貨特区申請を行った北海道留辺蘂町（当時）をはじめ、多くの市町村や商工会議所、商工会が経済的活性化を主たる目的とする地域商品券型地域通貨に取り組んできた。地域商品券はかつての地域振興券にヒントを得たもので、流通範囲は地域限定だが、商店で一度利用されるとすぐに換金されるので、通貨のように流通しなかった。だが、この地域商品券を直ちに換金しないで複数回流通させれば、地域通貨として機能するのではないか。こうした発想に基づいて、地域商品券の地域通貨への「転用」が進められた。また、2004年から北海道苫前町では、この地域商品券を商店街の買い物スタンプと統合し、それを商店街だけでなく相互扶助やボランティアなどの町民間のサービスにも利用できるようにした。これは換金性によって経済メディアとしての流通性を確保しつつ、社会・文化メディアとしての利用可能性をより広く探って行こうとする試みである¹⁾。

介護保険の施行により、ボランティア団体がふれあい切符に取り組む動機が低下したと言われる。これは、介護を受ける側に将来への不安が幾分払拭されただけでなく、介護をする側にも物品等に利用できる貨幣への選好があるからではないか。大阪寝屋川市の「げんき」や吹田市の「いっほ」はボランティア団体が発行主体であるものの、近隣商店街で利用できる地域商品券型の地域通貨である。ここには、地域通貨の受領性を高め、流通を安定化させる狙いがあると考えられる。

図 1-1—グローバル資本主義の貨幣・商品関係

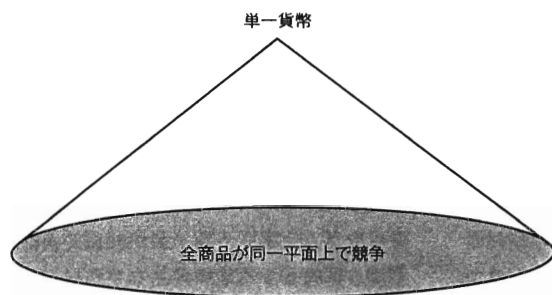
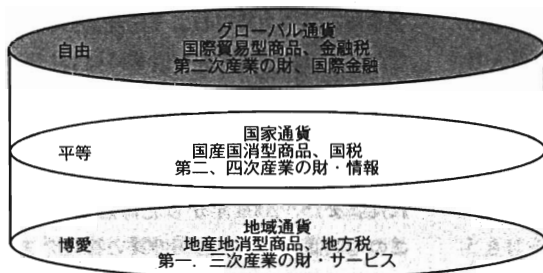


図 1-2—貨幣のトリコロール
(貨幣は商品の流通特性に応じ多層的)



6 地域通貨の今後

最後に、地域通貨が登場してきた背景を確認して、今後を展望しよう。地域通貨は日本では、景気循環に伴う不況や失業という経済的問題への解決策というよりは、むしろ長期的、構造的な問題を背景として登場してきた。

まず、1970年代以降起こっている「脱工業化」という大きなトレンドに注目したい。先進国ではGDPの6割以上が第3次以降の産業、すなわち、サービス産業、情報産業になっているが、少子高齢化、地球環境を考えると、先進国では今後ますますこの傾向は進む。自動車など製造業の製品は世界的分業で生産される世界貿易商品が多い。こうした

第2次産業を除く第1次、第3次産業の財・サービスはローカル・コンテンツが高いため、地域通貨で取引しやすいものが多い。

また、コンピュータソフトの場合、ネット上で世界中の人々が協同的に生産し、コピーや修正も自由に行えるフリーソフトウェアやオープンソフトウェアが無料ないし低額で流通している。こうした分野はネット上でオンライン・コミュニティを形成しているので、そういう分野での地域通貨の活用がありうる。

教育、育児、医療、福祉、観光、飲食はいずれも対人サービスを伴う。サービスは、財や情報と違って、生産と消費を同時に行わなければならないという

特徴がある。このため、遠隔地間の貿易にはなじまない。また、第1次産業の農水産物は気候や自然に根ざした地域特性を持っている。スローフードや有機農産物など食や健康に対する意識が高まっている。このように消費者の価値観が成熟して、価格のみならず品質や環境への影響などを広く考慮に入れるようになれば、「地産地消」は可能である。

少子高齢化が今後さらに進めば、年金のみならず福祉・介護の問題はますます深刻になる。そこでは、ボランティアをどう行うかが重要である。価値や動機の多様化が進み、収入のためだけでなく、自分の生き甲斐、趣味、社会貢献、自己実現など様々な動機にもとづいてボランティアが行われている。だが、対人関係形成や責任の自覚という点で無償ボラ

ンティアが常に望ましいわけではないので、地域通貨による有償ボランティアが選択肢の1つになっている。

経済成長を遂げた先進国では、モノの（特に量的な）豊かさからそれ以外の情報やサービス、自然といったコトの（特に質的な）豊かさへと、私たちの価値観が大きく変わってきている。価値や動機が多様化してくると、いま使っている円だけではそれを表現しきれなくなり、自らが属するローカルな領域でもっと微妙で繊細な表現力を持つメディアが必要となる。

長期トレンドとして、グローバル資本主義と通貨危機も重要である。1997年のアジア通貨危機以降、投機的取引を規制・制限する必要があらわれてきた。これも、ドル危機と変動相場制などに始まったと見るべきで、やはり1970年代以来の長期的構造変動に関連している。こういった金融不安定性という問題に対して、短期的な投機取引に税金を掛ける「トービン税」などが提案されているが、金融取引と実物取引を分離するために地域通貨の基本的アイデアを応用することもできる。

効率と競争だけから「市場」を捉える見方には、人間が自然と共生する上でのエコロジカルな安定性や持続可能性という視点が抜け落ちているため、根本的な限界がある。地球環境問題は、生態系の再生産や地域経済の持続的、自律的成長から考えるべきであり、地域通貨はそのための重要な視点を提供する。地域通貨は貨幣や市場を否定するものではなく、グローバル貨幣の抱える問題を反省して、貨幣の制度設計を見直し、いままでとは異なる市場経済を作るために利用されるべきであろう。

これに関連して、地域通貨は国家通貨に取って代わる「代替通貨」にはならず、あくまでその不足や短所を補うための「補完通貨」に止まると言われることも多い。だが、問題はそれの場合の意味である。もし同一平面上に並べたすべての商品に対し単一貨幣を想定し、そうした貨幣が国家通貨か地域通貨のいずれであるかを論じているとすれば、それはグローバル資本主義の理想像（図1-1）を前提とするものでしかない。しかし、生物進化で生物多様性が重要であると言われているように、通貨も多次元で多様であることが望ましい。図1-2は通貨のトリコロールとして、現代の産業・商品や税金が多層的構造を形成していると考え、それらに対応する通貨（より広く経済・社会・文化メディア）の多層的構造を描いている。このように、グローバル通貨（自由、青）、国家通貨（平等、白）、地域通貨（博愛、赤）は異なる次元（色）に属すると見れば、それぞれの位置づけもより明確になるであろう。

注

1) 2004～05年の北海道苫前町地域通貨の流通実験について、私たちはネットワーク分析、インタビュー、アンケートにより経済活性化とコミュニティ活性化に関する詳細な調査を行った。経済活性化効果について、苫前町地域通貨の流通速度は年約5回（2000～01年の円の流通速度の約6～7倍）という結果を得た。詳細については、西部忠編著、草郷孝好、穂積一平、吉地望、吉田昌幸、栗田健一、山本堅一、吉井哲著『苫前町地域通貨流通実験に関する報告書』北海道商工会連合会、2005年、西部忠「地域通貨を活用する地域ドック——苫前町地域通貨の流通実験報告から」『地域政策研究』（地方自治研究機構）No.34、2006年を見られたい。