

商工会地域広域振興対策推進事業

地域通貨のすすめ

平成 15 年度

北海道商工会連合会

はじめに

当初、地域通貨は、日本国内においてはボランティアや福祉などのコミュニティ活動の活性化を目的に立ち上がったものが多かったが、最近の傾向として、行政、商店街や商工会等が地域経済活性化の手段として取り組む傾向が見られ、現在、国内における地域通貨の実践例は300カ所を超えています。

長引くデフレ不況や大型店・24時間ストアの郊外化の中で地域商店街は今までにない苦境に追い込まれており、商業活性化の新しい手段の一つとして地域通貨に注目が集められています。

地域通貨は、単に財・サービスを提供する販売者とこれを通貨で購入する消費者との関係を超越して、地域コミュニティを形成する住民同士の心の繋がりを重視し、商店街・商工会等が地域通貨を活用することにより、商業者・企業と消費者との間に「顔の見える関係」を創りだし、地域に貢献するまちづくり活動、NPO活動を支援することができ、更には、これらの活動の結果として、地域商店・企業等に経済的なメリットも期待ができます。

これらの行動は、即効性がないかもしれませんが、時間をかけて地域コミュニティの復興をすることが必要なことと存じます。

本報告書は、実践モデル等を参考に商工会地域で地域通貨を導入する手引書として作成致しましたので、今後の検討材料の一つとしてご活用頂ければ幸いに存じます。

終わりに、本報告書作成にあたりまして、ご協力を頂きました専門委員及び視察を受け入れてくださりました皆様、関係機関に対しまして厚くお礼を申し上げます。

平成16年3月

北海道商工会連合会
会長 有岡 惇 二

地域通貨導入マニュアル

[目次]

はじめに

I. 地域通貨の考え方（基本と応用）	1
1. 地域通貨の概念	1
a. お金の側面－経済メディア	1
b. お金でない側面－社会・文化メディア	3
c. 地域通貨－経済と社会・文化の複合メディア	4
2. 地域通貨の種類－紙幣型・口座型・手形型	8
a. 紙幣方式（地域商品券・債券通貨を含む）	8
b. 口座方式（記帳方式）	9
c. 手形方式（債務証券方式）	11
3. 地域通貨の効果（社会的・経済的）	12
a. 地域通貨の目的	12
b. 社会的・文化的効果－コミュニティの再生・保全・創造効果	13
c. 経済的効果－地域経済の振興と自立化・循環化	14
4. 地域通貨の問題点と課題（法的・国家の概念と日本の現状）	16
a. 通貨発行権関連	16
i. 通貨の単位及び貨幣の発行等に関する法律	16
ii. 日本銀行法	17
iii. 紙幣類似証券取締法	18
b. 前払式証券の規制等に関する法律	21
c. 出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律	22
d. 電子マネー関連	22
e. その他	23
5. 地域通貨の応用可能性	24
a. 従来の地域通貨の目的別分類	24
i. コミュニティ・ベース型	24
ii. プロジェクト・ベース型	24
iii. 事業者ベース型	27
b. ニュータイプの登場	28
i. 複数回流通地域商品券	28
ii. ポイントカード連動型	33
iii. 債券通貨	35
II. 地域通貨の進め方（課題と運営）	37
1. 地域の課題の抽出	37
2. 地域通貨の方向性の検討	38
3. 商店街・商工会と地域住民・消費者、行政・諸団体との連携方法の検討	39

4. 実施体制・運営組織体の検討	40
5. イニシャルコスト、ランニングコストの検討	41
6. 運営におけるポイント（通貨循環、コーディネーター、資金）	44
7. 代表的なスキーム例	47

【資料編】

委員実践報告	53
下川町 LETS Fore の事例	53
視察事例報告	57
1. 豊岡商店街 CoCo の事例	57
2. 大和市 Loves の事例	59
3. 西土佐村商工会 ウェス土佐	61

[要 旨]

地域通貨とは、人々が自主的に設計・運営し、特定地域・コミュニティ内でのみ流通する、利子につかないお金である。それはまた、人々をつなぎ合わせ、互酬的・互助的なコミュニティを形成し、そこにおける共通の価値や関心を表現・伝達・共有するための媒体でもある。地域通貨は、貨幣としての<経済メディア>の側面と言葉に近い<社会・文化メディア>の側面を兼ね備えている。だからこそ、地域通貨は、「地域経済の振興・活性化」という「経済的」目的と、「地域コミュニティの保全・創造」という「社会的・文化的」目的を同時に達成することができるのだ。地域通貨はこれら2つの側面を統合したものだが、個々の地域通貨が両側面をどれだけを含むかは、システムのタイプや導入するコミュニティによって様々である。

地域通貨は、発行・流通方法の点から、紙幣方式・口座方式・手形方式に分類される。まず、それぞれの特性の違いを理解し、世界や日本の諸事例をよく研究し、関連する国内の法・規制等も十分認識しておくことが必要だ。近年、町や村の中だけで使える地域商品券を複数回流通させることにより、それを地域通貨に転用しようという動きも出てきた。また、ポイントカードや電子マネーの地域通貨への応用も見られる。こうした新たな動向にも常に目を配りたい。

そのうえで、運営主体になろうとする人々や団体は、自分たちの地域やコミュニティが抱えている問題や課題は何か、それを克服するためにはどのような地域通貨を導入すべきか、どのような人々や団体に参加や協力を依頼するのか、どのような組織体制で運営していくか、について十分に話し合う必要がある。これらについて、納得できる合意に達したうえで地域通貨を始めなければうまく行かないからだ。地域通貨は長期にわたって継続しなければ効果も現れない。したがって、途中で息切れして休止・停止しないためにも、システムの選択・設計はいうまでもなく、規約・ルールの確定、運営団体内の人的組織とその運営ルール、財務経営について事前にきちんとした計画・準備しておくことがきわめて重要である。外部からの援助や補助金に長期的に依存しない自立的運営体制を確立する努力も要求される。

I. 地域通貨の考え方（基本と応用）

1. 地域通貨の概念

地域通貨とは何か。それはお金であるが、ただのお金ではない。地域通貨には、お金である部分とお金ではない部分が相補いながら共存している。この二面性が、法定通貨とは異なる、地域通貨の興味深い特徴である。だからこそ、地域通貨は経済だけではなく社会や文化・倫理といった広い領域に関わることができるのだ。

a. お金の側面－経済メディア

まず、地域通貨が「お金」である側面とは何かを見ておこう。

地域通貨は、普通のお金と同じように、財・サービスの価値を測るための物差しになり（価値尺度）、財・サービスを売買するための手段となる（交換手段）。また、受け取った地域通貨（紙幣・手形や口座上の黒字）を使わずに貯めておくことができる（価値保蔵手段）。

また、LETSなど口座方式の地域通貨では、コミュニティに対する貸し借りを参加者間で相互に相殺する多角決済機能を持っている（決済手段）。このように、地域通貨は一般の貨幣と同じく、「価値尺度」「交換手段」「価値保蔵手段」として、また一部の地域通貨の場合は「決済手段」として働く。

では、地域通貨が**国家通貨**と違うのはどういうところか。

国家通貨は二種類ある。**現金通貨**と**預金通貨**である。まず、現金通貨には**紙幣**と**硬貨**がある。前者は、中央銀行が発行する**日本銀行券**であり、後者は政府が鑄造する**補助通貨**である。さらに、**預金通貨**がある。これは、民間銀行が通帳やコンピュータ上の元帳に数字として記録する通貨であり、預金者の要求により直ちに現金通貨として払い戻される**預金（要求払預金）**である。民間銀行は大量の預金払戻に備えて預金の一定率の現金を日銀に預けているが、この**預金準備**を維持しながら、当座預金勘定で企業・個人への貸出を繰り返すことによって、現金と預金準備の合計（**ハイパワード・マネー**）の何倍もの**預金通貨**を創り出すことができる。これを「**信用創造**」という。

このように、中央銀行ないし政府か、民間銀行が**国家通貨**を生み出している。現金通貨を保有していても利子は付かないが、それを貯蓄して**預金通貨**として保有すれば**利子**が付く。銀行は、貸出に対して**預金利子**より大きな**貸出利子**を徴収して、収益を上げる。また、中央銀行は、公定歩合操作、公開市場操作、**預金準備率操作**といった**金融政策**を通じて、景気や物価をコントロールしようと努めている。

円のような**国家通貨**は**外国為替市場**で、ドルやユーロなど他の**外国通貨**と交換される。その際の**為替レート**は日々変動している。ドル、ユーロ、円などの主要な**国家通貨**は、世界中で貿易や投資のために使われるので、**国境を越えて流通**している。

これに対して、**地域通貨**は人々や団体が自分たちで自由に発行し、運営管理するものである。その発行や運営管理のコストは、運営団体と参加者が共同で負担する。

地域通貨は、決められた一定の地域内でのみ流通する。それは、地域の外へと流出せずに、その内部で循環することで、**域内経済取引**を活発にする。多くの地域通貨はドルや円などの**国家通貨**に換金することはできない。これは、地域通貨の域内循環の安定性を保証するために必要なルールである。もし換金が可能ならば、**地域通貨**は**国家通貨**に換金され、それは**地域外へと漏出してしまい**、**地域通貨の流通量が縮減**してしまうからである。

地域通貨は、それを手元に持っていて口座に保有していても、利子が付かない。このため、その価値や残高が自然に増えることもない。通常の貨幣の場合、現金として持っているだけでは利子は付かないが、預貯金や借出金には利子が付く。また、地域通貨には、国家通貨のように貨幣そのものを売買する市場は存在しない。したがって、それは投機や利殖の対象にはならない。地域通貨は、銀行により信用創造されるお金ではない。人々や団体が必要に応じて発行するものであり、より安定的で自立的な経済成長を可能にするための疑似通貨である。

地域通貨の中には、利子がゼロどころか、マイナスのものもある。「減価通貨（劣化通貨）」と呼ばれる地域通貨は、貨幣価値が時間とともに減少していく。例えば、「スタンプ付紙幣」の場合、一定期間（例えば一週間）ごとに一定額の印紙（スタンプ）を券面裏の升目に貼らなければ受け取ってもらえない。印紙代は、お金を手元に持っていることに対する保有税、「デマレージ（滞船料）」を意味する。

では、どうして利子をマイナスにするのか。現在、経済不況が続いており、企業業績は低迷し、倒産する企業、破綻する金融機関も少なくない。もちろん、失業者も多い。勤労者の給与も減額されており、今後もそう予想される。また、長期的には少子高齢化で年金制度の継続性にも不安がある。こうして、企業は設備投資のためのお金を借りず、銀行は不良債権を抱えているので、BIS規制（自己資本比率規制：国際業務銀行8%、国内業務銀行4%）を満たすために、貸し渋りや貸しはがしを行う。消費者は雇用や年金に不安を抱えており、将来に悲観的であるため、お金を貯蓄して使わない。したがって、投資も落ち込み、消費も伸びなくなり、不況は深刻化する。これは「デフレ・スパイラル」と呼ばれる悪循環である。マイナスの利子は、この悪循環を断ち切るための一つの手段である。先ほどのスタンプ付紙幣を導入すれば、人々は貨幣の減価を避けるために手持ちのスタンプ付紙幣をできるだけ早く、法定通貨よりも先に使おうとするため、消費が刺激されるからだ。

つまり、人々や団体が自由に自主的に発行・運営する地域通貨は、経済的機能の側面から見れば、「流通圏」を制限し、「価値増殖機能（資本機能）」を除外した疑似通貨であり、そうすることで、地域内の経済活動の結びつきを強め、経済取引を刺激し、地域の経済的自立の度合いを高める役割を果たすことを目的としている。

以上から、地域通貨の国家通貨に対する特徴は以下の3点にまとめられる。

- 1) 人々や団体による自由発行と運営コストの共有
- 2) 限定的流通圏と国家通貨への換金不可
- 3) 無利子（負の利子）

1) の意味での地域通貨は、自分たちの経済・社会の根本にある「お金」を自分たちの共有物として自分たちで制御しうることを自覚させる。それは、リンカーンの言葉を借りて言えば、「人民の、人民による、人民のための」お金、つまり、〈民主主義的〉なお金である。

また、2) における地域通貨は、地域の外へと流出せずにその内部だけで流通することで、地域経済を振興し、外部の不安定な金融市場から地域経済を防御し、エコロジカルな循環型経済を築くことを可能にする。それは、地域だけで使われ、その内部でぐるぐる回り、地域から持ち出されず、地域を守り、地域を自立させる〈地域主義的〉なお金だといえる。

さらに、3) の視点から見た地域通貨は、信用創造を伴わず、利殖や蓄積のために利用されない交換媒体であることにより、消費を刺激することができる。それは、長期間貯め込まれないで使われ続けることで、経済取引を活発にする〈非資本主義的〉なお金なのだ。

このように、地域通貨は、地元商店街・市街地の経済を活性化し、「地産地消」や「ゼロエミッ

ション」を実現し、NPOやNGOを助け、資本蓄積、投機やバブルを排除するためのお金である。

要するに、地域通貨とは、自立循環型経済と自由民主的社會を構築するために、人々が自主的に設計・運営する、特定の地域・コミュニティ内でのみ流通する、利子につかない、経済メディア（媒体）だと言えよう。

地産地消と身土不二

「地産地消」と「身土不二（しんどふじ）」は同義語として使われることもあるが、その意味も正確には違ふし、語源も異なる。前者は、「地場生産－地場消費」の略語で、「地元でとれた生産物を地元で消費する」という自給自足（農産物に限らない）を求める消費者運動であり、後者は、「身体と土地とは切り離せず、自らが住む土地の近辺（三里四方、四里四方）で育ったものを食べ、生活するのが無病息災に通じるとする」仏教思想から来ている。「身土不二」が文献に最初に登場するのは中国の仏教書「廬山蓮宗寶鑑」（1305年）で、仏教用語としては「しんどふに」と読む。

ゼロエミッション

工場などの汚染物をリサイクル技術によってゼロにする試み。大量生産・消費・廃棄の社會構造を、リサイクルを前提とした「循環型社會」に変えていくための具体的な試みとして、近年注目されている。英語のemissionには「排出・放出」などの意味がある。

地球サミットで「持続可能な開発」が採択されたのを受けて、1994年に国連大学のグンター・パウリ氏を中心としたグループが提唱した「ゼロエミッション研究構想」の中で示したもので、使用原材料の種類と、生産・流通のプロセスを厳しく検討し直し、廃棄物を一切出さない環境保全的な産業構造に轉換する必要があると提案している。ある産業で排出される廃棄物を別の産業でリサイクルするような産業連関の輪を作り上げ、社會全体で廃棄物をゼロして、廃棄物を出さない産業構造を創造しようという考え方に基づいている。工場から出る排水、排ガス、廃棄物、熱（温排出）などの汚染物を生産工程全体で徹底的に管理して発生量を減らし、リサイクルすることでゼロエミッションを達成し、ISO14001認証を得ることができれば、環境に配慮しているとの企業イメージをアピールできる。このような努力は省資源、省エネルギーにつながるので、コスト削減効果という大きな実利を得ている企業も少なくない。

b. お金でない側面－社會・文化メディア

さて次に、地域通貨が単なるお金ではない側面を見てみよう。通常のお金が経済的な価値を表現し経済的な取引を媒介する時には、人と人は互いによそよそしく、冷たい關係に立つ。お金が介在すると、人と人との活き活きした親密な關係を、利害と打算に基づく疎遠な關係に変えてしまうことがしばしばある。また、それは生産者同士、消費者同士に常に競争的關係を生み出す。特に、現金は、その取引の匿名性によって取引自由を確保し、プライバシーを守るという側面がある反面、種々の犯罪・不正取引につながる面があることも否定できない。

地域通貨は、それとは逆に、地域・コミュニティを媒介にして個人と個人を互いに親和的・懇親的に結びつける機能を果たす。コミュニティが形成されるのは、同じ市町村に住んでいるとか、同じ伝統や風土、あるいは価値や關心を持っているとか、人々が何らかの共通な性質を持つ場合であ

る。地域通貨の趣旨に賛同して参加するというだけでも、緩やかであるとはいえ、参加者間にはルールへの合意に基づく信頼のコミュニティが生まれていると言える。

また、地域通貨には助け合い、相互扶助のための媒介物になりうるという側面もある。地域通貨は、無償ボランティアを奨励するものではなく、あくまでコミュニティの参加者間で財・サービスを多角的に交換しながら互いに助け合うことを推奨し促進するものである。地域通貨における相互扶助は、多くの参加者間の自発的な助け合いに基づくものであり、全員にボランティアの参加や実行を強く要求するものではない。

例えば、AさんがBさんに雪かきをしてあげたとしても、BさんはAさんに直接何かお返しや反対給付をする必要はない。ここで、BさんはCさんに郷土料理の作り方を教えてあげればよい。さらに、CさんはDさんに家でとれた野菜を提供すればよいのだ。これらAさんからBさん、BさんからCさん、CさんからDさんへと提供されるモノやサービスは個々の取引だけを見れば贈与ともいえるべきものだが、それがコミュニティ内で次々に行われ繋がっていけば、やがて元のAさんのところに戻ってきて、大きな円を描くはずだ。これが、地域通貨が想定する互酬・相互扶助の関係である。したがって、一方が他方を常に助け支えるのでも、二者間で贈り物と返礼をしたり、助け合ったりするのでもない。また、同じ町や村に住んでいるからといって、助け合いの輪に参加することを強いられるものでもない。地域通貨は、あくまで自発的に参加する助け合いの輪の中で、参加者同士の合意のもと行なわれるサービスを評価・記録し、将来、他の参加者からサービスをしてもらう時に使うためのものである。

したがって、地域通貨は、個人の中に眠っている潜在的な能力を発揮させ、それを相互に利用しながら、地域やコミュニティを経済、社会、文化などいろいろな面で活性化させ、新たな地域コミュニティを築く。

このように、地域通貨は単なる「お金」ではなく、人と人をつなぐリング、人と人との交流のためのメディアである。地域通貨は、それを使う人々の間に同じ「地域」の中で相互に支え合う協同的な関係を築き、そうした関係に基づいたより豊かなコミュニケーションを可能にする。地域通貨は、環境や介護など一定の課題や関心を共有しているものも少なくない。この場合、人々は共同性をより強く自覚することができる。この側面では、地域通貨は「お金」よりも、むしろ「言葉」に近いとさえ言えよう。

ただのお金ではない地域通貨とは、協同的コミュニティを形成するために、人々をつなぎ合わせ、互酬的・互助的關係を形成し、共通の価値や関心を表現・伝達・共有するための社会・文化メディア（媒体）なのである。

c. 地域通貨—経済と社会・文化の複合メディア

初めに、地域通貨は「お金であるが、ただのお金でない」と述べた。今やその意味が理解できる。地域通貨とは、経済的と社会・経済的という相補う二面性を備えた複合型メディアである。つまり、**<地域通貨＝経済メディア＋社会・文化メディア＝複合メディア>**なのだ。

そのため、地域通貨へのアプローチは経済から、あるいは、社会・文化からといろいろありうるし、実際の地域通貨を見ても、どちらかに重点を置いたものになる。しかし、どちらか片方に偏りすぎた地域通貨も考え物である。というのも、経済メディアに傾きすぎると、その社会・文化的な意義が失われ、普遍性と広がりを持たないものになってしまうし、反面、社会・文化メディアに傾きすぎると、使える場所や用途が少なくなり、一部の参加者に滞留するなど、通貨としての流通や循環に支障をきたす恐れもある。経済的側面と社会・文化的側面は常に相補わなければならない、地

地域通貨は両者のバランスを取りながら行っていく必要がある。これらの二面的特性の相互補完的性質は、地域通貨の目的を考える上でも重要である。

地域通貨は、日本でも広く普及してきたとはいえ、今のところまだ一部の試みにすぎず、社会全体に根付いているとは言えない。したがって、地域通貨がより身近なものとして、広く普及し深く浸透するためには、地域通貨によって人々の意識や価値観、社会経済構造、団体・組織のあり方が徐々に変化していくことが必要である。こうした社会心理・倫理的、構造論的、組織論的なプロセスにおける変化がなければ、実は地域通貨を媒介にした社会経済の変化も生じえないからだ。

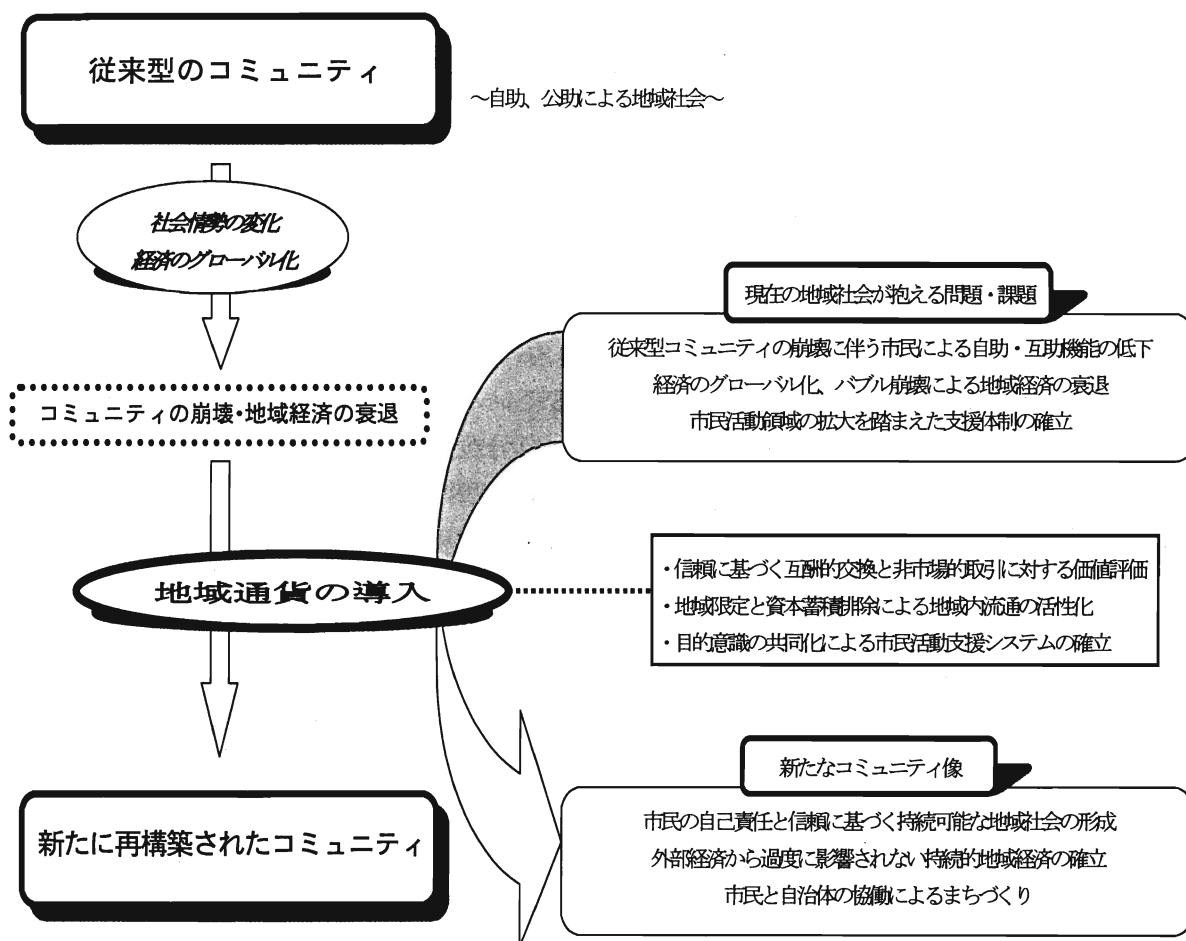
例えば、消費者が、ただ安い農産物を求めるのであれば、労働力コストが安い途上国からの輸入品に太刀打ちすることはできないだろう。しかし、同じ野菜のように見えて、その含有成分や栄養素や使用農薬の種類や濃度は異なっている。さらに、農業は単に農作物を産出しているだけではなく、食料安全保障、心休まる景観、二酸化炭素吸収、生物多様性保護など、今まで十分にその存在や意義が理解されてこなかった価値ある事々を供給している。もし消費者がこういった事態に気づくならば、「地産地消」「身土不二」の意義を見直し、自分が住む地域の農業を支持するために、たとえ価格が高めであっても、それを消費しようと、自らの嗜好や好みを変化させるかもしれない。これは、商店街についてもあてはまる議論である。商店街が単に商品を供給しているだけではなく、お祭りなどの伝統文化、町の清掃、バザール、フリーマーケットの主体となり、火事・犯罪を予防する自警的機能を果たしているというような、コミュニティ機能を提供していることを消費者や地元住民に十分アピールすることは重要である。この点に理解を求め、大店舗における低価格商品を指向する消費者の意識を変えていくためにも、地域通貨のようなツールが効果を発揮する余地がある。

(表1-1)に、地域通貨の二面性を目的・機能・形態という観点から整理してみた。参考にしてほしい。また、(図1-1)、(表1-2)は、それぞれ法定通貨と地域通貨の適用関係や機能・特性を経済面と社会・文化面から比較している。

(表1-1) 地域通貨の二面性

	経済メディア	社会・文化メディア
目的	地域経済の活性化(自立・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	補完・緊急通貨(スタンプ紙幣、LETS)	相互扶助クーポン (タイムドル・エコマネー)

(図 1 - 1) 地域社会と地域通貨の適用関係



(表 1 - 2) 法定通貨と地域通貨の機能・特性比較

貨幣(法定通貨)の機能・特性	地域通貨の機能・特性
<p>発行主体：○中央銀行のみ ・一國一通貨</p>	<p>発行主体：○たれでも発行できる ○運営者による自主的発行 ・複数通貨の併用可能 (法定通貨との併用も可能)</p>
<p>取引対象：○市場における財・サービス</p>	<p>取引対象：○財・サービスに加え、 非市場サービス(ボランティア活動等も対象)</p>
<p>機能：○支払・交換手段 ○計算・価値尺度 ・市場価格による ○決済機能 ○価値の保蔵・貯蓄手段 ・利子がつく ・信用創造・投機手段 →上記各機能に比べウェイトアップか</p>	<p>機能：○支払・交換手段 ○計算・価値尺度 ・非市場サービス取引に対する評価 ・価格は参加者自身で相対で決定 ・参加者の信頼を基礎とする互利的取引 (感謝の気持ちを付加) ○決済機能 ○価値の保蔵・貯蓄手段にはならない ・利子は原則つかない(赤字でも利子は付かない) ・信用創造の機能が無い ・資本の集中が発生しない</p>
<p>○債権・債務の関係が生じる</p>	<p>○赤字となっても債権・債務関係といった考え方は行わない ・赤字から始められる場合もある ・赤字は地域へのコミットメント(関与)</p>
<p>流通範囲：○国内 ただし、国際金融市場等を介し 自由に移動</p>	<p>流通範囲：○地域限定 ・地理的空間(町内会・小学校区・市町村・ 都道府県単位等) ・地理的空間を超えて(共通の目的・価値観 を有する団体、バーチャル的空間等)</p>
<p style="text-align: center;">↓</p>	<p style="text-align: center;">↓</p>
<p>コミュニティの衰退 地域経済の衰退</p> <p>○経済環境の変化 ・市場経済の発達、産業構造の転換 ・経済のグローバル化・ポータレス化 ・バブル経済の崩壊 ○社会環境の変化 ・市民の意識、ライフスタイル等変化 ・コミュニティの自助機能、コミュニケーションの衰退 ・少子高齢化の進展 ○求められる製品・サービスの変化</p>	<p>コミュニティの再構築・地域内交流の活性化 市民活動の活性化・支援</p> <p>○交換を通じて人と人との交流、共通目的の活動促進 ・市民の潜在的ニーズに対応 ・近隣の人々と交流したい ・ボランティア活動に気軽に参加したい ・自分の能力を地域社会に役立てたい ・サービスを受けてばかりいた高齢者もサービス提供が可能に(社会参加の場の提供) ○非市場サービスの提供による地域課題の解決 ・地域課題・ニーズに対応したサービスの提供 ・介護保険の隙間を埋めるサービスの提供 ○交換を通じ地域課題に関心を持ち、まちづくりへの参加の ↓ 豊かな地域社会の実現へ</p>
<p>↓</p>	<p>地域経済の活性化 (商店街・市町村単位から広域的地域へ)</p> <p>○財・サービスの地域内循環による経済活性化 ・法定通貨との併用により法定通貨も地域で循環 (法定通貨の域外への流出防止) ○地域課題の解決等のコミュニティビジネス支援 (インキュベーター機能・実験の場の提供) ・売りに出したいけど店には出さずほどもない ・生産はできないが商品には自信がある ・地域のニーズに対応したサービス提供 ・自治体事務のアウトソーシングによるNPO等支援 ○地域通貨発行による企業間・商店間の連帯意識の強化 ・市場経済至上主義から倫理価値観を取り戻す ・地域コミュニティへの参画と参画により市民が企業を支える ↓ オルタナティブな経済社会へ</p>

※オルタナティブ……これまでの市場経済主体の経済から、地域住民・市民の参加・創意に基づく新たな経済社会システムの構築

2. 地域通貨の種類－紙幣方式・口座方式・手形方式

地域の課題に合致した地域通貨を導入するためにも、どのような種類の地域通貨があり、それぞれがどのような特徴（長所・短所）を持っているかを予め理解しておいた方がよい。発行・流通という観点で分類すれば、地域通貨には紙幣方式、口座方式、手形方式の3つがある。以下、それぞれについて見てみよう。

a. 紙幣方式（地域商品券・債券通貨を含む）

「紙幣方式」とは、発行団体が独自の図案や標語を印刷した紙幣を発行し、それが持ち手を変えて転々流通していくタイプである。通貨発行は、単一の発行主体・機関が集中的に行う「集中発行方式」である。これは、現行の金融システムでは、中央銀行が発行する不換紙幣（現金）に対応している。

世界では「イサカアワー」、「トロントドル」「RGT（グローバル交換リング）」が代表的であり、日本では、「おうみ」、「クリン」、「r」などがある。

1999年に全国の各地方自治体が発行した「地域振興券」はこれに似ているが、これを受け取る商店（特定事業者）が直ちに換金する仕組みであり、転々流通性がないので「通貨」とは呼べない。これは、「商品券」（前払式証票）とみなすべきであろう。その後、自治体や商工会がこれをヒントにして、市町村など小地域内だけで利用できる「地域商品券」を発行してきた。これも、直ちに換金されるものである限り、地域振興券と同じであり、流通性を備えた「通貨」とはみなしえない。ところが、近年、北海道留辺蘂町地域商品券、山形県高島町「ニャン券」、高知県西土佐村「Westosa（ウェス土佐）」など、地域商品券でありながら、複数回流通を前提として発行されるものが出てきた。これらは、トロントドルと同じく換金可能な、ニュータイプの地域通貨に分類する方がよい。

また、2001年8月にアルゼンチンのブエノスアイレス州が財政難から発行した債券通貨「パタコン」も紙幣方式に含まれる。これは、アルゼンチン国家通貨ペソを借り入れ、1年後に7%の利子を付けて返済することを約した州債であるが、州内だけで流通する通貨として機能する。

紙幣方式の地域通貨の仕組みを説明する。まず、地域通貨の運営団体が参加者から「提供できる財・サービス」と「提供して欲しい財・サービス」を募り、内容や価格を記載したリストや目録を参加者に配布する。それとともに、運営団体が紙幣を発行し、参加者に一定額の紙幣を配る。運営費用として参加費を集めるのが一般的だが、補助金をもらって実施している団体では無料の場合もある。この場合、全参加者ではなく、高齢者などに配布する場合もある。

参加者は、リストや目録で必要な財・サービスを探して取引を行い、対価として紙幣を支払う。提供者が自分で価格付けをするが、最終的には、連絡をしてきた需要者と相対で交渉して決定する。商店が参加する場合、地域通貨で販売代金の一定割合以上（例えば、一割以上）を受け取る約束をすることが多く、販売代金の全額を地域通貨で受け取るのは、イサカアワーやRGT、ドルや円への換金が可能なトロントドル、地域商品券型などに限られている。これらでは、特に地域通貨の受取率や販売額の上限も設けられていない。つまり、普通の現金のように使える。

紙幣方式は、券面の表裏に地域固有の動植物、建物、特産物など風土・伝統・文化を象徴する呼称や図案、また、地域通貨が掲げる価値や理念を表現する標語を印刷することにより、コミュニティの内外にシンボリックなメッセージを発することができる。例えば、イサカアワーの紙幣の表には、有色人種と白色人種の赤ん坊が寄り添う図が描かれており、人種差別なきコミュニティ建設の理念を表現している。その裏には「Time is Money」という標語が印刷され、労働時間が価値尺

度であることを宣言している。また、苫小牧の「ガル」は、人々が「つながる」の「がる」から取られている。

紙幣方式の場合、一度通貨発行すればよいので運営に比較的手間がかからない、取引が簡便かつ匿名的であり、不特定多数が利用できるといった利点がある。その反面、一般に流通経路の捕捉が困難であり、流通範囲が広がれば偽造が発生する可能性がある。また、通貨発行、寄付・貸付の決定権限が集中してしまい、発行量を調節するのが困難であるという問題がある。さらに、通貨発行に関する法律上の問題も残されている（詳しくは、「4. 地域通貨の問題点と課題」を参照のこと）。

b. 口座方式（記帳方式）

「口座方式」とは、紙幣を発行せず、参加者が残高ゼロから出発する口座を持ち、財・サービスを提供した（売った）ときに黒字（プラス）を、提供してもらった（買った）ときに赤字（マイナス）を記帳していくことによって多角的に取引決済を行っていくタイプのものである。口座方式が紙幣方式と違うのは、支払に紙幣を使わず、口座上の数字として記録すること、そして、取引や口座残高などの取引情報が参加者に対して公開されていることなどである。また、口座が赤字（マイナス）残高になっても（買い）取引を行うことができるが、赤字限度額を定めている場合は、それを超える（買い）取引を行うことはできない。

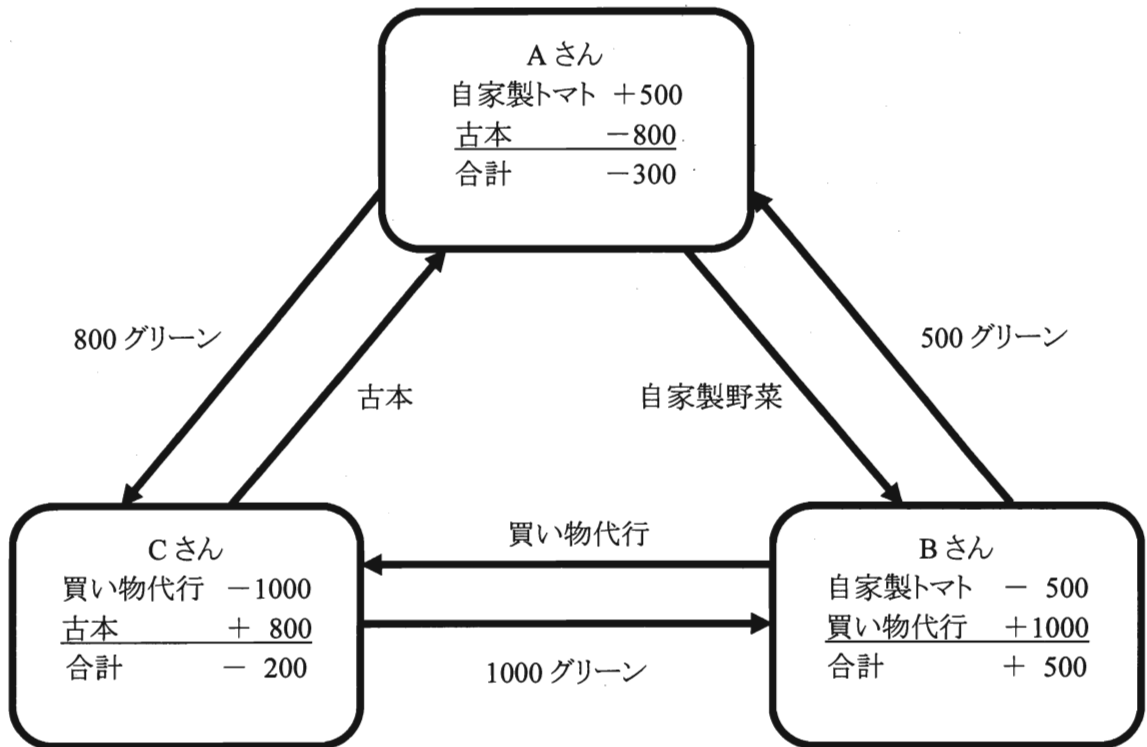
口座方式は、コミュニティへの信頼とコミュニティ内における個人間の信頼に基づいているので「相互信用（ミューチュアル・クレジット）方式」とも呼ばれる。通貨発行は、財・サービスの受領者（買い手）が取引額に応じてその場で通貨を発行する「分散発行方式」である。これは、現行の金融システムでは、民間銀行が発行する預金通貨に対応している。

口座方式の代表としては、世界的に「LETS（Local Exchange Trading System：地域経済取引制度）」、「タイムダラー」、「フレンドリー・フェイバー」などがある。LETSはイギリス、アメリカ、カナダ、オーストラリア、ニュージーランドなど英語圏における名称で、ドイツ語圏では「交換リング」、フランス語圏では「SEL（地域交換制度）」と呼ばれているが、すべて同じ仕組みだ。LETSとしては、日本では「ピーナッツ」、「レインボーリング」、「ガル」、「フォーレ」、「Q」などがある。LETSは世界的に最も数が多い地域通貨である。

参加者は、会費（入会金、口座管理料など）を運営団体に支払い、自分名義の口座を開設してゼロからスタートする。参加者が取引ごとに電話やファックスで登記人（口座の記録係）に取引内容を報告して、口座に記載してもらうのが最も原始的な運営方法だ。しかし、これでは聞き間違いなどのミスも多いので、普通は通帳や小切手を用いる。

通帳を用いる場合、入会時に新しい通帳が手渡される。財・サービスを提供すれば黒字（プラス）に、提供してもらえば赤字（マイナス）に記入し、残高を計算する。双方が自分の通帳に品目と取引額を記帳したら、通帳を交換し、相手の記載内容が正しいことを確認してサインする。通帳を相手に返せば取引は成立する。一方、小切手の場合、入会時に小切手帳が手渡される。財・サービスを提供してもらう人が小切手に品目と金額を記入してサインをして、相手に手渡す。小切手の受取人が、それを登記人のところへ持っていけば、元帳の口座に取引が記載される仕組みだ。

(図1-2) LETSによる取引例



LETSによる取引例を見てみよう(図1-2)。ここでは、通貨単位を「グリーン」とする。まずAさんがBさんに自家製トマトを500グリーンで提供する場合には、Aさんの口座にプラス500グリーン、Bさんの口座にマイナス500グリーンを記録する。その後、BさんがCさんに1000グリーンで買い物代行をしてあげたら、同じように、Bさんの口座にプラス1000グリーン、Cさんの口座にマイナス1000グリーンを記録する。黒字と赤字は取引ごとに各参加者の口座の中で相殺されていくので、Bさんの口座残高はプラス500グリーン(−500グリーン+1000グリーン=+500グリーン)になる。さらに、CさんがAさんに古本を800グリーンで提供すれば、Cさんの口座にプラス800グリーン、Aさんの口座にマイナス800グリーンが記録される。この3つの取引の結果、(図1-2)の各人の通帳のように、Aさんの口座残高はマイナス300グリーン、Bさんの口座残高はプラス500グリーン、Cさんの口座残高はマイナス200グリーンになっており、3人の口座残高を合計するとゼロになる(−300グリーン+500グリーン−200グリーン=0グリーン)。この「**ゼロサム原理**」が常に維持されながら、参加者が次々に取引を行うたびに黒字と赤字が多角的に決済されるのが、LETSの特徴である。黒字や赤字の残高は、参加者個人間の債権・債務ではなく、参加者諸個人とその集合体(組合)であるコミュニティの貸し借りを表しているわけだ。

口座方式には、紙幣方式のように中央発行機関が存在しない。参加する個人や団体が自発的に貨幣を発行するので、通貨発行量は多角決済を通じて自動的に調整される。口座に赤字を持つこともできるので、最初に何も提供しなくとも、提供してもらう(買う)ことが可能である。

既に述べたように、どの時点でも全参加者の口座の黒字と赤字の総計はゼロになるため、通貨発行が参加者間の信頼を基盤としていること、また、参加者が全員で相互に補完していることが理解しやすい。口座方式は、人と人とのつながりを確認し、コミュニティへの帰属と信頼を回復する効果が大いと言えよう。さらに、会員制であるので、参加者の範囲が明確であり、両当事者の口座

に取引記録が残るので、通貨の流通経路が捕捉しやすく、不正が起きにくいなどの利点もある。

その反面、入会、記帳、残高の集計、赤字上限管理など、参加者にとっても運営管理者にとっても労力が要求される。また、対面で取引を行うことを前提として、通帳に記帳し、お互いにサインをするという方法には、遠方との取引ができないといった短所がある。しかし、これらの問題は、ICカードやインターネット等の情報技術を活用することで解決されうる。

カナダのコモックス・バレーではICカード（スマートカード）型電子マネーが導入されている。会員は、自分の口座から引き落とししたICカード上のポイントを個人に対しては電子ウォレット（電子財布）で、商店に対してはレジスターで支払うようになっている。また、フレンドリー・フェイバー、Q、レインボーリングはネットワーク型電子マネーを採用している。会員は、インターネット上のサイトで提供／需要品目の登録や取引決済を行うことができる。これによって、記帳や残高集計が自動化され、遠方の会員との取引決済が可能になった。

また、赤字を累積したまま退出してしまう「ただ乗り」にどう対処するかという課題もある。このような参加者が少数いても、システム上は問題が生じないため、こうした「モラルハザード（道徳的危険）」を厳しく取り締まる必要はない。とはいえ、公平性の観点から望ましいとは言えず、場合によっては、他の参加者が不正であると感じ、彼らのモチベーションを低下させてしまいかねない。それゆえ、運営母体は、赤字限度額を予め決める、一定額以上の赤字に達すると登記人が注意をする、といったルールを予め定めておくべきだろう。参加者の参加期間や取引総額を勘案して赤字限度額を決定するルールを導入することも可能である。最も簡単なのは、取引総額（赤字と黒字の合計）に比例して赤字限度額をスライドさせるものだ。

c. 手形方式（債務証券方式）

「手形方式」とは、財・サービスの提供を受けた個人が自ら新たに手形（債務証券）を振り出すか、第三者から受け取った債務証券に裏書きして使うかのいずれかによって、取引を行うタイプのものである。通貨発行は、財・サービスの受領者（買い手）が取引額に応じてその場で通貨を発行する「分散発行方式」である。手形方式の地域通貨は、初めに振出されてから裏書きを重ねて流通し、最後に振出人の元へ還流したとき初めて精算される。したがって、口座方式のような参加者間の多角的決済のシステムではなく、円環型決済のシステムである。それは、企業間の信用取引に用いられる約束手形に対応している。WAT券やYufu券がこの方式を採用している。

手形方式は、分散発行方式という点で口座方式と同じであり、運用の仕組みも似ている。手形の発券は口座方式における赤字の発生、手形の償還は口座がゼロになること、手形の受取は黒字の発生を意味する。手形方式の地域通貨は、口座方式のように口座の集計や管理が入らないため、取り扱いが通常取引では紙幣方式のように簡便であり、それを郵送すれば遠方の人とも取引ができるなどの利点がある。

しかし、会員制である口座方式と違って、会員だけが赤字を持てるというわけではない。誰でも自由に発券・受取ができるため、取引はより匿名的になる。また、貨幣供給量の調整や流通経路の捕捉は難しい。発行限度額を決めても、その性質上、監視や管理は困難である。過剰発券のモラルハザードの危険はかなり高いといえる。これに対して、受領者が、新発債（買い手が新しく振り出すもの）と既発債（第三者が振り出して、一度以上流通したもの）を区別し、前者の受入条件を厳しく設定する等の方法で、過剰発券をある程度は抑制しうる。また、偽造や詐称等の不正使用の問題は常に存在する。

（表1-3）には、発行方式の長所と短所をまとめてある。それぞれ一長一短あるので、地域や

コミュニティはその導入目的に応じて、どの方式が最も自分たちが作ろうとしている地域通貨にふさわしいかを考え、いずれかの方式を採用すべきである。例えば、高齢者介護を目的とする場合、高齢者が扱いやすい紙幣方式が相応しいし、少人数でのコミュニティ形成を重視する場合には口座方式が採用される傾向がある。経済的効果を重視し、個人業主や商店も参加する地域通貨の場合には、口座方式や手形方式が多いようだ。遠方との取引を行うために、1980年代以降世界的に広く普及してきたのはLETSなどの口座方式である。日本では現金主義が根強く小切手や手形を利用する習慣があまりないこともあり、紙幣方式が多くなっているようだ。

(表 1 - 3) 発行流通形式による地域通貨の分類

	長 所	短 所
紙幣方式	<ul style="list-style-type: none"> ・簡便で匿名的 ・現行通貨に似た使用感覚 ・シンボリックなアピール機能あり ・不特定多数に広がりやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ・発行権限の集中、信用創造の可能性 ・発行ルール、発行量管理が必要 ・流通経路、取引集計が困難 ・流通範囲の限定が困難 ・偽造、法的問題の可能性
口座方式	<ul style="list-style-type: none"> ・各個人が交換時に通貨を発行 ・会員制、コミュニティ構築が容易 ・信用創造なし ・赤字が持てる ・流通範囲限定、流通経路特定 ・赤字限度が設定可 ・電子マネーによる短所の克服可能 	<ul style="list-style-type: none"> ・記帳に手間がかかる ・運営や管理が必要 ・非匿名的 ・モラルハザードが生じる可能性あり
手形方式	<ul style="list-style-type: none"> ・各個人が交換時に通貨発行 ・信用創造なし ・赤字が持てる ・遠方の相手とも取引可能 ・通常取引時には簡便 ・シンボリックなアピール機能あり ・不特定多数に広がりやすい 	<ul style="list-style-type: none"> ・発行に手間がかかる ・流通経路、取引集計は困難 ・流通範囲限定、管理や監視は困難 ・偽造、詐称の可能性あり ・モラルハザードが生じる可能性大

3. 地域通貨の目的と効果（経済的側面と社会・文化的側面）

既に述べたように、地域通貨は、経済的メディアと社会的・文化的メディアの二面性を備えている。それぞれについてどんな目的があり、またどんな効果が上げられるのかを考えてみよう。

a. 地域通貨の目的

地域通貨は、地域経済の活性化（振興と自立化・循環化）とともに、コミュニティの活性化（再生・保全・創造）をも目指す。これをもう少し具体的に言うならば、次のようになる。

- ① 信頼を基盤として互酬的交換（二者間の贈与と返礼というやりとりではなく、多数の自発的

な参加者が必要な財・サービスを互いに提供しあうこと)を目指す。

- ② 地域通貨の域内循環により地域経済の自立的な成長を確立し、インフレや失業の問題を解決する。
- ③ ゼロないしマイナスの利子により信用創造、投機、独占的な資本蓄積を阻止し、財やサービスの取引を活性化する。
- ④ 個人の福祉・介護、救援などの非市場的服务を多様な観点から評価する仕組みを提供し、それらを活発にする。
- ⑤ 労働、消費、福祉、環境に関わる、様々な非政府組織（NGO）や非営利組織（NPO）の活動を互いに結び付けるための理念や枠組みを提示する。
- ⑥ 人々に安心感や一体感を与えるのではなく、人々の間に協同や信頼の関係を築き、貨幣交換へと一元化しているコミュニケーションを多様で豊かなものにする。

①から③までが「経済」の活性化、④から⑥までが「コミュニティ」の活性化に関連する。各地で行われている地域通貨の多くは、これらすべてではなく、そのうちのいくつかをその導入目的としている。どのような地域通貨を設計し導入するかは、発起人たちが話し合い、自分たちの地域の課題に即して決定すべきである。両方のバランスがとれた地域通貨である方が持続的になるとともに、社会的・倫理的意義を持ちうる。そして、その方が多様な考えや価値観を持つ人々や団体の賛同や参加が得られやすく、閉鎖的・独善的ではない、開放的・多元的なコミュニティになりうる。

b. 社会的・文化的効果—コミュニティの再生・保全・創造効果

まず、地域通貨の社会的・文化的効果を考えよう。

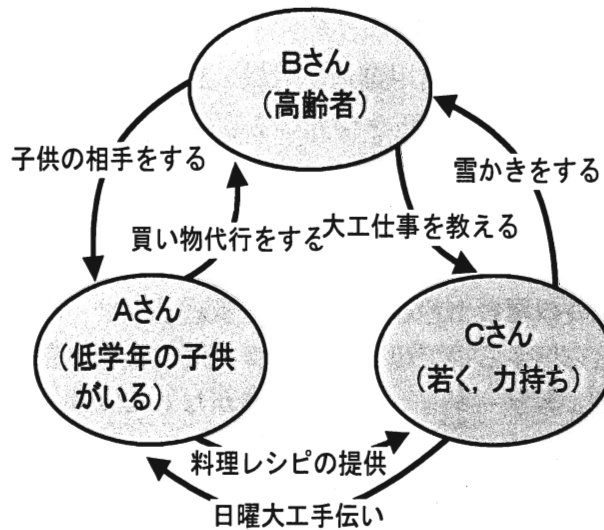
ここでは、個人の参加者からなり、雪かき、清掃、介護などのボランティア・サービスを中心に交換する地域通貨システムを想定してみよう。これは、日本では「エコマネー」として実施されてきた。この場合には、地域通貨システムは、人々が交流し相互扶助することで、コミュニティを再生産・創造するためのコミュニケーション・システムとして機能する。つまり、地域内でお互いが困っている時に助け合い、求めていることを互酬的に賄い合うことで、温かく豊かな地域コミュニティを作るための支援システムとなり得る。

このようなシステムの参加者は、次のようなメリットを得ることができる。

- ① グローバル化に伴いコミュニティが崩壊しつつあるが、参加者同士が顔の見える関係のなかで交換を行うことで、コミュニティの互助機能を補完し、コミュニティの共有意識を醸成する。
- ② 地域の伝統、風土、特産物や価値・関心が貨幣上のメッセージとして表現され、参加者間で共有され、外部へと発信される。
- ③ 地域住民が、新たな文化的・社会的意義を持つ起業・事業（コミュニティビジネス）計画を直接的に評価、支援する仕組みとなり得る。例えば、新規就農者が来年の有機農作物の供給を担保にして、地域住民から地域通貨で融資を受け、種や苗の仕入れや繁忙期のアルバイトへの支払を行う。こうすることで、有機農法を守り自然環境保全に資するとともに、住民に農業体験の機会を提供する。

(図1-3)は、個人サービスの交換イメージを示したものである。挙げられているように、高齢者、若者、子供など体力や能力においてそれぞれ異なる技能やサービスを無理なく提供しうるが、こうした技能やサービスの交換を通じて、住民間の自然な交流や相互扶助が促進できる。

(図1-3) 個人サービスの交換イメージ

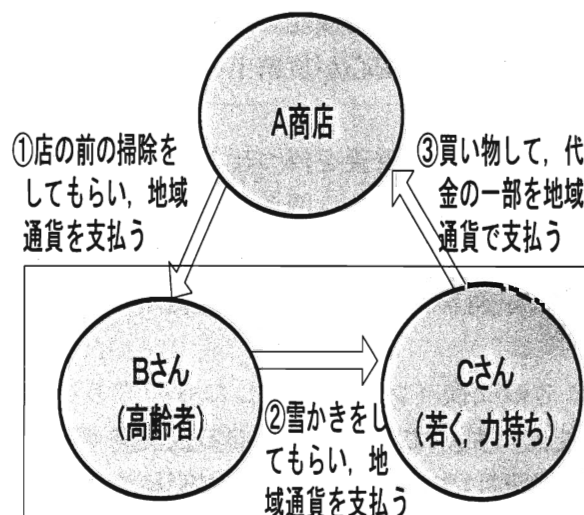


c. 経済的効果—地域経済の振興と自立化・循環化

次に、地域通貨の経済効果、地域経済活性化とはどのようなものかを見よう。ここでは、地域通貨の市場経済に対する影響を考えるために、地域通貨が個人の相互扶助など非市場的サービスや不要品の交換を媒介するだけでなく、法定通貨と同じように市場取引にも使われる場合を想定する。これは、商店や地元企業が地域通貨システムに参加し、代金の一部として地域通貨を受け取るような場合である。

以下の(図1-4)は3つの取引を表している。①高齢者BさんがA商店の前の舗道を掃除してあげ、A商店がBさんに地域通貨で支払う、②若いCさんがBさんの自宅前の舗道の雪かきをしてあげ、BさんがCさんに地域通貨で支払う、③CさんがA商店で買い物をし、代金の一部を地域通貨で支払う。

(図1-4) 商店が参加した場合の交換イメージ



地域通貨は特定の地域でしか流通しないので、購買力を域内にとどめ、循環させる効果がある。市民であるBさんとCさんだけでなくA商店が地域通貨循環の輪の中に参加し、市民と商業セクターがコミュニティを形成している。ここにおける「A商店」の代わりに、飲食店、喫茶店、パーマ屋、床屋、パン屋、酒屋、肉屋、魚屋、電気屋、リサイクル用品店などの小売商店、地元で米・野菜を作る農家、医師、弁護士、会計士、税理士などの専門家、地元のメーカー、ソフトウェアハウス、土木建築会社などの企業なども入りうる。したがって、域内の市民と産業セクターだけでなく、産業セクター内での地域通貨循環が形成されれば、域内取引は盛んになる。現金（円）と地域通貨を併用して利用できるならば、消費者は買い物の時、現金を節約できるので、雪かきのようなサービスを提供して地域通貨を得るための動機が生まれる。だが、地域通貨は特定の地域でしか使えず、貯めても金利がつかないため、消費者は円よりも地域通貨を優先的に使おうとするであろう。この結果、地元の商店での買い物の回数は増え、購買額も増加する。地域外の大型スーパーで安い商品に向かいがちな消費者を地元につけり一方策となりうるのである。地場産の野菜などは、健康志向や地産地消という点からも好まれる。このように、地域通貨は、地域内で生産される財・サービスの取引を活発化させ、地域経済の活性化を図ることができる。各参加者は以下のような具体的な経済的メリットが得られる。

- ① 消費者は円を節約することができる。円を手元に残し、先に地域通貨を使おうとするであろう。自分の特技、技術を生かすことで地域通貨を稼げれば、暮らしに役立つ。よって、地域通貨の受入を表明する商店は、地元の消費者から追加的な購買や愛顧を期待できる。
- ② 商店街や企業は、社会的・文化的な意義の高い地域通貨の受入を表明することで、自分の商売や利益だけでなくコミュニティ全体の厚生を考慮し、地域社会に貢献することになる。企業は「社会的責任」（立地する地域社会の雇用の創出、地域の福祉・環境への支援、芸術・文化支援（フィランソピー））を果たしうる。このようプラス・イメージが住民にアピールするため、結果的に売上げにも好影響を与える。
- ③ コミュニティ内の交換を活発にして、個人や企業がこれまで放置されてきた技能や忘れられていた資源を掘り起こして有効に活用し、また、気づくことがなかった新たなニーズの発掘やそれに応じる新たな革新的活動（コミュニティ・ビジネス、社会的企業家）を生み出す可能性がある。これは、将来の地域経済に大きく貢献する。
- ④ 商店の加入は個人の参加へのインセンティブとなり、個人参加者の増加は商店の参加の呼び水となる。このような好循環がいったん形成されれば、地域通貨で交換される財・サービスの多様化が急速に進み、個人や商店・企業の参加者が増えるというように、好循環はさらに拡大していく。これが、地域内の経済取引を活性化する。

北海道は、財政的に国からの補助金や地方交付金に頼る中央依存体質があり、貿易的には域際収支（域外への移出〔販売〕－域外からの移入〔購買〕）は大幅な赤字である。これは、見方を変えれば、域内の循環的取引があちこちで切断され、地域に流れ込んできた資金の多くがその開口部から域外に流出してしまうため、移出と移入のバランスが取れていないということだ。このままでは資金不足・財政不足に陥るので、この移入超過は中央政府からの租税移転（地方交付税や補助金）によって相殺されているのが現状である。このようなマネーフローの構図は、道内の市町村のあらゆるレベルにほぼ当てはまる。このような現状に対して、地域通貨システムは、参加する個人と個人、個人と事業者、事業者間における取引を増加することによって、地域外に流出しない地域内資

金循環の形成を促進し、地域経済の内需を拡大する方向に働く。

4. 地域通貨の問題点と課題（法的・国家の概念と日本の現状）

地域通貨は、発行・流通、交換対象、目的の点で多様である。任意団体が「通貨」と名の付いた紙券を自由に発行したり、発行に際して預託金を預かったりして法的問題はないのかは気になるころであろう。地域通貨の流通や発行の仕方、交換対象、地域的広がりなどによっては、現行法制下における法令等との整合が問題とされることがありうるかもしれない。自治体、商工会、商店街が主体となって通貨を発行する場合には、特に注意が必要であろう。

関連する諸法令は、「通貨の単位及び貨幣の発行等に関する法律」「日本銀行法」「紙幣類似証券取締法」「前払式証券の規制等に関する法律」「出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律」など、多岐にわたる。最近では、電子マネー型の地域通貨も見られるので、電子マネー及び電子決済に関する懇談会報告書も見ておこう。

a. 通貨発行権関連

「通貨の単位及び貨幣の発行等に関する法律」「日本銀行法」「紙幣類似証券取締法」といった法律は、国家の独占的な通貨発行権（通貨を発行・製造する権能が政府に帰属すること）を法的に定め、その通貨単位は「円」であり、通貨とは貨幣と日本銀行券であると規定している。また、紙幣類似証券を取り締まる法律もある。通貨は、国家の金融・財政の要であり、発行のときに得られる利益である発行益（シニョレッジ）に関連する以上、国家にとって不可侵な権限であるいえる。しかし、経済学者ハイエクのように、これに疑問を呈し、貨幣の自由発行を主張する意見もありうる。

近年、電子通貨の登場を受け、通貨や金融・銀行の定義の見直しを求める声が高まっている。また、現在、行財政改革との関連で地方分権化が指向されるようになってきており、また、国と地方の財政赤字の問題も深刻であるため、「道州制」におけるように、国と地方政府の関係は見直され、再構築されていくであろう。その際、既存の諸法律を固定的に考えるのではなく、こうした状況の変化のなかで地域通貨が果たす役割が大きくなるにつれ、現行の法律にも見直される余地があるものと考えておく方がよい。実際、規制緩和の流れを受けた構造改革特区政策において、市町村が発行する独自の地域通貨（複数回流通する地域商品券）の是認を求める提案がなされ、部分的にせよ、それが認められる方向にある。「ユーロ」の例のように、グローバル化の流れのなかで、通貨発行権を国家共同体EUへと統合する動きもある。日本でも、今後、通貨発行権について議論がなされるにちがいない。

i. 通貨の単位及び貨幣の発行等に関する法律

貨幣の製造及び発行、貨幣の種類を定める「通貨の単位及び貨幣の発行等に関する法律」（通称「新貨幣法」）は1987年に交付され、その後、電子マネーや電子商取引などが盛んになったこともあり、1998、2001、2003年と三回の改正が行われてきた。

われわれが日々利用している法定通貨の単位は「円」である。この通貨単位や額面価格については、「通貨の単位及び貨幣の発行等に関する法律」第2条第1項において「通貨の額面価格の単位は円とし、その額面価格は一円の整数倍とする」と規定されている。

また、同条第3項では「第1項に規定する通貨とは、貨幣及び日本銀行法（平成9年法律第89号）第46条第1項の規定により日本銀行が発行する銀行券をいう」と規定されている。つまり「通貨」とは、政府の発行する貨幣（五百円、百円、五十円、十円、五円及び一円の六種類ある硬貨、補助

通貨)と日本銀行券だけであると規定しているわけだ。この通貨がいわゆる「現金」である。

貨幣の発行及び製造については、同法第4条第1項から第3項に「貨幣の製造及び発行の権能は、政府に属する。2 財務大臣は、貨幣の製造に関する事務を、独立行政法人造幣局(以下「造幣局」という。)に行わせる。3 貨幣の発行は、財務大臣の定めるところにより、日本銀行に製造済の貨幣を交付することにより行う。」と定められている。ここでいう「貨幣」とは、政府補助通貨(硬貨)を意味する。また、同法第7条は、「貨幣は、額面価格の二十倍までを限り、法貨として通用する。」となっており、補助通貨が20枚までは法貨として強制通用力があることを認められている。

ii. 日本銀行法

「日本銀行法」は、日本銀行の独立性・透明性を高めることを目的に1998年4月1日に施行され、2001年1月6日まで5回改正されてきた。

日本銀行法第1章総則(目的)の第1条は次のようである。「第1条 日本銀行は、我が国の中央銀行として、銀行券を発行するとともに、通貨及び金融の調節を行うことを目的とする。

日本銀行は、前項に規定するもののほか、銀行その他の金融機関の間で行われる資金決済の円滑の確保を図り、もって信用秩序の維持に資することを目的とする。」これは日本銀行が銀行券の発行ばかりではなく、通貨や金融の調整、信用秩序維持の役割を果たすと規定するものである。

また、さらに第2条は「第2条 日本銀行は、通貨及び金融の調節を行うに当たっては、物価の安定を図ることを通じて国民経済の健全な発展に資することをもって、その理念とする。」と、通貨と金融の調節の理念・目的が物価の調整と経済の健全な発展にあることを述べている。

前述の銀行券の発行については、第5章に「日本銀行券」という条文があり、同法第46条第1項と第2項に「第46条 日本銀行は、銀行券を発行する。2 前項の規定により日本銀行が発行する銀行券(以下「日本銀行券」という。)は、法貨として無制限に通用する。」と規定されている。これにより、日本銀行券(紙幣)は先ほどの「貨幣」と異なり、額の多少にかかわらず法貨として無制限に通用することが法的に保証されている。とはいえ、日本銀行券は、信用に基づいて流通する信用通貨であると考えべきだ。

民間団体が発行する「地域通貨」は、これらの法律が規定する「通貨」ではないし、法的な強制通用力も存在しない。地方自治体が発行する地域通貨についても、現行の法律の下では同様である。あくまでも、その地域通貨の価値標準の是認や通貨の受領(通用力)は、各地域通貨システムの規約や取引当事者間の合意に基づく。しかし、政府が何を「通貨」と呼び、それについて法律で規定するにしても、通貨発行権は国にのみ認められるべきで、それ以外の通貨類似物を政府が禁止できるのか、禁止してよいかは別の問題である。これは、個人や企業の間での「信頼」ないし「信用」に基づく地域通貨についてもあてはまる。

通貨の「偽造」と「模造」

通貨の「偽造」については、刑法に第16章「通貨偽造の罪」として規定がある。刑法第148条第1項で「行使の目的で、通用する貨幣、紙幣又は銀行券を偽造し、又は変造した者は、無期又は3年以上の懲役に処する。」と規定されている。ここでいう偽造とは一般人に真正な通貨と誤認させる程度の外観を有するものを作成することだと考えられる。

一方「模造」については、通貨及証券模造取締法が適用される。同法第1条において「貨幣、政府発行紙幣、銀行紙幣、兌換銀行券、国債証券及地方証券ニ紛ハシキ外観ヲ有スルモノヲ製

造シ又ハ販売スルコトヲ得ス」と規定されており、見た目が紛らわしいものの製造等を禁じている。

紙幣型やコイン型の地域通貨の場合、「円」を通貨単位としなければ「偽造」とはならないであろうが、法定通貨に酷似したデザインであると「模造」とみなされる可能性がある。

iii. 紙幣類似証券取締法

前述の「通貨の単位及び貨幣の発行に関する法律」は、国家による現金発行の独占性について規定している。明治39年（1906年）に施行された「紙幣類似証券取締法」は古い法律だが、これは紙幣と同じような役割を果たす可能性のある証書や証券の発行の制限について規定している。

同法第1条第1項では「一様ノ形式ヲ具ヘ箇々ノ取引ニ基カスシテ金額ヲ定メ多数ニ発行シタル証券ニシテ紙幣類似ノ作用ヲ為スモノト認ムルトキハ主務大臣ニ於テ其ノ発行及流通ヲ禁止スルコトヲ得」と規定し、同条第2項では「前項ノ規定ハ一様ノ価格ヲ表示シテ物品ノ給付ヲ約束スル証券ニ付之ヲ準用ス」と規定されている。

ここで留意しなければならないのは、「紙幣の様に一定の様式が決まっています、個別の取引に関する具体的な対価の額が定められておらず、多数向けに発行された紙幣に類似した作用をする証券」とみなされる場合は、主務大臣（財務大臣）がその発行及び流通を禁止することが可能であり、また一定の価格を表示した物品引替券も同様であるということを行っている。つまり、不特定多数の人々に発行し、現金での決済が可能な証券またはそれと同じ機能を持った紙幣と似たような機能を果たすものは、その発行や流通を政府が事後的に禁止できるということである。

このことは、地域通貨の流通範囲が広がり、多くの人が多様な財・サービスに利用するようになり、法定通貨との差異が少なくなってくると、政府（主務大臣）が禁止措置を発令することが可能であることを意味する。この法律は、政府や中央銀行が管理する通貨以外の通貨が普及・利用されると、経済に無用な混乱を招く恐れがあることから、政府又は中央銀行による通貨の独占発行権を保護することを目的として制定されたものであろう。だが、「紙幣類似の作用をなすもの」というように、規制の対象が曖昧であり明確にされていない。一体どのような時に紙幣類似証券取締法に抵触する可能性があるのだろうか。

それは通貨の定義による。同法の主務省である財務省（旧大蔵省）によると、通貨の要件とは、「①何処でも、②誰でも、③何にでも、支払いないし決済の手段として利用できることである」（平成元年2月「プリペイド・カード等に関する研究会報告」大蔵省見解）であり、逆にこれら基本的要件の何れかが欠ければ、通貨としての役割を担えないことになり紙幣類似証券とはならないと考えられる。地域通貨は、特定の人々が限定された地域・グループ内で流通させるものであり、これには該当しないと考えてよい。

ただし、留辺蘂町が構造改革特区提案で、町が発行する地域商品券を複数回流通することで、それを地域通貨として利用すべく、その是非を金融庁と財務省に確認を求めた時、「前払式証票の規制等に関する法律」について金融庁は問題なしとしたが、財務省は当初「一般的に換金性が確保されたものについては、私人間の決済に利用され紙幣類似の機能を有するに至る危険性が大きい」と述べ、「紙幣類似証券取締法」に抵触する恐れありの回答を行った（表1-4）。しかし、地域限定型の地域商品券の場合、「①何処でも」という要件を満たしていないのは明らかである。財務省はその後、この見解を事実上取り下げる形で、地域商品券の複数回流通を条件付きで認めた。

現在、構造改革特区推進本部のホームページには、以下の見解が示されている。

「紙幣類似証券取締法においては、紙幣類似の作用をなすに至るような証券についてはその発行や流通が禁止されうることとされている。同法の適用除外を設けることについては、幣制の不統一等通貨制度に混乱を招くことから、認められるものではない。しかし、現在でも同法に抵触しない範囲において、各地においていわゆる地域通貨が発行・流通している。」

およそ100年前に制定されたこの法律が発動されたことは、今日まで一度もない。1930年代欧米でかなり普及したスタンプ紙幣が中央銀行や政府により禁止されたということがあるが、現代の地域通貨はイサカアワーやLETSなど政府により禁止された事例はない。政府として通貨体制の秩序混乱の恐れがあると判断しない限り禁止措置が公布されることは考えにくい。しかし、今後も世界や日本の情勢を注視していく必要がある。

留辺蘂町による構造改革特区提案

留辺蘂町は平成14年4月より「留辺蘂町地域商品券」を発行している。商品券の根拠法である「前払式証券の規制等に関する法律」では、複数回流通を禁止していないため、年間10回程度の流通を行わせ、現在2,000万円発行している商品券で2億円の経済効果を発生させようと考え、地域通貨特区提案において、「紙幣類似証券取締法」第1条に第3項を設け、市町村に地域通貨発行権を付与するよう要望した(一次提案)。金融庁は、商品券の複数回流通を認めたが、財務省は紙幣に似た証券の流通を禁止する「紙幣類似証券取締法」に抵触するとして「不可」回答していた。このため、これを取り下げ、旧大蔵省の「プリペイドカード等に関する研究会報告」(平成元年2月)での通貨の定義(「ただし、一般的に換金性が確保されたものについては、私人間の決済に利用され紙幣類似の機能を有するに到る危険性が大きいと考えています」)に変更を求め、自治体発行の地域通貨の合法性の確認を求め、これと合わせて、「前払式証券の規制等に関する法律」で、商品券の複数回流通が禁止されていないことの確認を求めた。その後、留辺蘂町は申請却下を求める財務省にたいし、「地域商品券が東京で流通することはあり得ない」「よって、地域商品券が国の通貨政策に混乱を招くこともあり得ない」「本町には8億円の基金があり、2,000万円の地域通貨が失敗した際のリスク負担能力がある」などの意見を提出した。2月に、財務省は「複数回流通は登録事業者間に限る」「換金は登録事業者が指定金融機関で行う」などの条件を満たせば「紙幣類似証券取締法」に違反しないとの方針を示し、町の構想は実現の方向に進み出した。

具体的には、地域商品券は留辺蘂町が発行し、町商工会議所が委託販売。使用された地域商品券は、登録事業者間に限り何度でも流通させることできるというもの。登録事業者は、指定金融機関に限って換金することができる。

(表1-4) 構造改革特区構想の提案主体からの意見に対する回答

管理コード	7119
規制改革事項	地域通貨の発行の禁止規定の撤廃
提案地方公共団体等名	北海道留辺蘂町
意見の要点	<p>① 世界の地域通貨のなかで、その国の通貨制度に混乱を招いた事例</p> <p>② 地域通貨について、経済効果を生まないとの見解か</p> <p>③ 地域経済発展より中央集権的通貨制度維持の方を優先するのか</p> <p>④ 「混乱」の具体的内容及び一自治体が発行する地域通貨の「実験」が国全体の通貨制度を混乱させるとする根拠</p> <p>⑤ 留辺蘂町地域通貨が決済不能になる可能性があるとの見解か</p>
意見に対する回答	<p>貴町におかれては、規制の特例として、現行の紙幣類似証券取締法に第1条第3項として、「市町村は、その行政区域内を限度として流通する地域通貨類を発行することができる」の1項を追加されるよう要望されています。</p> <p>強制通用力を持つ通貨の発行権は国のみが有するという形で通貨制度の信頼を維持しており、このため、同法により、通貨に機能的に類似するものの発行、流通を認めないこととしています。通貨秩序は国の経済秩序の根底をなすものであり、確固たるものでなくてはならないことから、同法に適用除外を設けることは適当ではありません。</p> <p>(注)「プリペイドカード等に関する研究会報告(平成元年2月)」において、大蔵省より、一般的に通貨の権能とは、「何処でも、誰でも、何にでも」支払ないし決済の手段として利用できることであるとする見解を示しております。例えば消費活動のうち相当部分をカバーしうるまでの汎用性に至らないもの、汎用的であっても単一店舗又は単一建物内若しくは単一施設内においてのみ使用できるに過ぎないもの、譲渡が禁止され、それが暗証番号等による本人確認によって担保されるものは紙幣類似とは言えないこととしています。ただし、一般的に換金性が確保されたものについては、私人間の決済に利用され紙幣類似の機能を有するに至る危険性が大きいと考えています。</p> <p>以上の立場より個々のご質問にお答えしますと、</p> <p>① 過去において世界では、地域通貨の発行が禁止された事例(1930年代のドイツ、オーストリア)があると聞いています。なお、現在、全国各地においては、同法に抵触しない範囲((注)参照)で、地域の活性化のために種々の工夫をこらした地域通貨が発行・流通しています。したがって、貴町においても同法に抵触しない範囲で地域通貨を発行されることは何ら問題はないと考えています。</p> <p>②～④ 地域通貨の機能が個々によって異なることから、経済効果について一概に申し上げることは困難です。ただし、紙幣類似証券取締法の適用関係については、経済効果ではなく、通貨制度の観点から判断するべきと考えます。</p> <p>⑤ 貴町の財政状態等を勘案したものではありません。</p>
担当省庁名	財務省

電子マネーの位置づけ

「我が国において法的な意味での通貨は通常、法律により強制通用力が付与された紙幣や貨幣を指すが、このような通貨の発行権は国が独占する制度がとられている。こうした国の通貨発行権は、外観上類似のものの作成については通貨偽造・変造罪等の処罰対象となるほか、機能的に類似のものの作成については紙幣類似証券取締法の取締対象となるという形で保護が図られている。これは、通貨秩序が国の経済秩序の根底をなすものであり、確固たるものでなくてはならないとの考え方に基づくものであるとされている。

電子マネーは、言わば現金に代替する一般的な決済手段を目指したものであり、通貨の機能の保護を目的とした紙幣類似証券取締法の適用が問題となりうる。この点については、同法は、そもそも電子マネーの出現を予想しておらず、その対象を紙幣類似の作用をなす「証券」としていること等に鑑みれば、原則として電子マネーが同法の適用対象となることはないと解される。しかしながら、同法の保護法益である通貨秩序の維持の必要性は今後も引き続き重要なものであり、電子マネーの普及により通貨秩序の維持に関わる事態が生じるような場合には、厳正な対応を図っていく必要があると考えられる。」

『電子マネー及び電子決済に関する懇談会報告書』（平成9年5月23日）第8章「電子マネー・電子決済と社会経済秩序の維持」2. 電子マネーと通貨秩序より

b. 前払式証券の規制等に関する法律

この法律は通称「プリペイドカード法」と呼ばれ、プリペイドカード購入者の保護及びプリペイドカードに対する信用秩序の維持を目的としている。

前払式証券とはプリペイドカードや商品券のように、あらかじめ金銭を支払い、物品の給付や役務の提供等を受けることのできるカード・証券等で、乗車券・入場券等以外のものを指し、同法第2条第1項及び同第1号、第2号において次のとおり規定されている。

「第2条第1項 この法律において「前払式証券」とは、次に掲げる証券その他の物（乗車券、入場券その他の政令で定めるもの及びその発行の日から政令で定める一定の期間内に限り使用できるものを除く。）をいう。

1. 証券その他の物（以下この項において「証券等」という。）に記載され又は電磁的方法（電子的方法、磁気的方法その他の人の知覚によって認識することができない方法をいう。以下この項において同じ。）により記録されている金額（金額を「度」その他の単位により換算して表示していると認められる場合の当該単位数を含む。以下この号及び第3項において同じ。）に応ずる対価を得て発行される証券等（電磁的方法により証券等に記録される金額に応ずる対価を得て当該金額の記録の加算が行われるものを含む。）であって、当該証券等の発行者又は当該発行者が指定する者（次号において「発行者等」という。）から物品を購入し、若しくは借り受け、又は役務の提供を受ける場合に、これらの代価の弁済のために提示、交付その他の方法により使用することができるもの
2. 証券等に記載され又は電磁的方法により記録されている物品又は役務の数量に応ずる対価を得て発行される証券等（電磁的方法により証券等に記録される物品又は役務の数量に応ずる対価を得て当該数量の記録の加算が行われるものを含む。）であって、発行者等に対して、提示、

交付その他の方法により、当該物品の給付又は当該役務の提供を請求することができるもの」第2条第1項の括弧内で乗車券や入場券とともに適用除外とされている「前払式証票に該当しない証票等の使用期間」として政令に定められている期間は6ヶ月である。

条文を読んで分かるとおり、前払式証票は物理的に証券等の形態を有する必要は無い。JRのオレンジカード、NTTのテレホンカード、札幌市交通局の共通ウィズユーカードなどは、金額が電磁的方法により記載されているものに分類される。無論、実際に紙に金額等が記載されている商品券、図書券、種類・数量が記載されているビール券、お米券なども前払式証票である。

地域通貨との関連について述べると、現金と引き換えに地域通貨を発行する場合、その地域通貨によって役務の提供などを受けることができるのであれば、当該法の適用対象になりうる可能性がある。このため、発行団体によっては、適用除外の明確化のために、利用期限を6ヶ月以内としている例も見受けられる。

また、すでに述べた留辺薬町型の地域商品券はこの法律の適用を受けるが、「複数回流通は登録事業者間に限る」「換金は登録事業者が指定金融機関で行う」などの条件を満たせば「紙幣類似証券取締法」に違反しない。

同法の適用を受けると、届出や登録の義務、基準時における未使用額の2分の1の供託義務などが生じるが、自治体が発行する場合には供託は免除される。

c. 出資の受入れ、預り金及び金利等の取締りに関する法律

一般に「出資法」と呼ばれるこの法律は、不特定多数の大衆の保護と信用秩序の維持の観点から、銀行法に基づく銀行など他の法律において特別の規定のある者を除き、「預り金」を禁止しているものである。公衆から預り金の受入れを行い、その業務が破綻するようなことがあれば、公衆に不測の損害を及ぼすばかりでなく、社会の信用制度と経済秩序を乱すこととなる。

では「預り金」とはどのようなものであろうか。大蔵省のプリペイドカード研究会による「プリペイドカード法の手引き」によると、預り金とは「預金と同様の経済的性質を有するものとして、名称の如何を問わず、通常以下の要件を満たしているもの」とされている。その要件とは、①不特定かつ多数のものが相手であること、②金銭の受入れであること、③元本の返済が約されていること、④主として預け主の便宜のために金銭の価額を保管することを目的とするものであること、の4点である。

したがって、現金の供出に対して地域通貨を発行し、その地域通貨が元本返済を約束しているなら出資法に触れる可能性が否定できなくなる。出資法への抵触を防ぐためには、換金可能であってもその際に手数料を課して元本全額を返還しないようにしたり、換金できるケースを限定したりするなどの措置を講じるなどの工夫が求められる。

d. 電子マネー関連

電子マネーの定義は現在のところ確立されていないが、一般的には「利用者が現金や預金と引き換えに電子的データを取得し、この記録によって財やサービスに対する決済ができるシステム」と考えてよいだろう。

現金と引き換えに電子情報で金額的価値が得られるのならば、プリペイドカードと同じではないかと考えられるが、プリペイドカードは一般に何でも購入できない（汎用性が否定されている）し、手数料等を支払わずには元の現金と交換することもできない。

では、「電子マネー」は「通貨」なのか。先に述べたとおり、法律では、政府が発行する貨幣及

び日本銀行券だけが通貨であると規定されているので、電子マネーは法的には通貨には当たらない。そのため、強制通用力は有していない。しかしながら、利用範囲が広がり通貨の基本的要件を満たすようになってくると、「紙幣類似証券取締法」に抵触すると所轄官庁に判断される可能性が生じる。

ところで、電子マネーは誰が発行できるのだろうか。ヨーロッパでは銀行でなければならないとしている国が多いが、アメリカでは銀行でなくともよいとの考えが支配的である。日本でも、大蔵省の懇談会が平成10年6月に公表した報告書において、「電子マネー発行に見合う資金の分別管理の義務付けや、発行者になるための一定の要件設定等」の条件のもとに銀行以外にも電子マネーの発行を認める方向を示している。

最近では、株式会社ソニーファイナンスインターナショナルや株式会社エヌ・ティ・ティ・ドコモなどが出資して設立したビットワレット株式会社が、非接触型ICカード技術を利用したプリペイド型電子マネー「EDY」を発行・運営している。これはクレジットカードやANAのマイレージカードに組み込まれており、コンビニエンスストア、飲食店、ホテル、マッサージ店、アロマセラピーなどに使われている。

発行母体破綻時の措置やマネーロンダリング問題、データ書き換えなどのセキュリティの問題等整理すべき事項があるが、現在のIT化トレンドを考えれば、ICカードを活用した日常生活における通貨利用の電子化は今後進んで行くものと考えられる。そして、地域通貨でもネットワーク型電子マネーを採用する地域通貨は、Qやレインボーリング、LOVESなど増えてきている。携帯電話を使ったものも見られるし、海外では、ICカード（スマートカード）を利用するLETSもある。

e. その他

以上、主に通貨や金融に関する法令との関係について見てきたが、例えば地域通貨で労働対価の支払いが可能かという問題や、地域通貨と現金を取り混ぜて物品の販売を行った場合の企業会計上の処理はどのようになるかといったようなことなど、運用をしていく上で関係してくる法的事項は多々ある。

労働対価である賃金は現金払いが原則であるが、当事者の了解が得られれば地域通貨を利用することもできる。これまで市場経済で取り引きされなかったボランティアな分野での利用であれば問題はない。

地域通貨を代金の一部支払いに利用する商品取引については、地域通貨利用分を「割引」と捉えて処理する方法が一般的に行われているようである。

地域通貨と課税の問題については、平成12年11月28日の朝日新聞大阪版夕刊に「地域通貨そのものではなく、あくまで個々の取引をみて、個別に判断する。取引が相互扶助の範囲ならば課税対象にはならないし、商売など円と変わらぬ取引なら課税対象と考えるのが自然」との国税庁広報課のコメントがある。このことは、商取引の対価として地域通貨を用いた場合には、その内容により課税の対象となる可能性があることを示していると考えられる。更に、前述の様に地域通貨が「円」と変わらない取引を広く行える媒体となってきたならば「紙幣類似証券取締法」の規定に触れる可能性も否定できなくなってくるであろう。

最後に、事故時の対応がある。ボランティアとしての活動などをしていて自らがケガなどの損害をこうむる場合もあるだろうが、相手にケガなどの損害を負わせる場合も当然考えなければならない。ボランティア活動だからといって相手に対する賠償義務等が消失するわけではなく、当事者に法的責任が生じる。こうした場合のためにボランティア保険が存在するが、無償活動中が原則であり地域通貨を取得した場合の位置付けに疑問が残されている。また、類似の保険制度としてヘル

パー保険制度もあるが、事業者所属職員が対象であり個人の立場でコミュニティに参加している場合には適用は困難であろう。

現在のところ地域通貨の利用は法的には何ら保証があるわけではなく、正に自己責任における利用が大原則である。そのためにも発行主体は法令抵触の検討はもとより、運営状況などあらゆる部分について情報開示し、透明性を確保することが肝要であろう。

5. 地域通貨の応用可能性

「1. 地域通貨の概念」では、地域通貨が地域経済を活性化する「経済メディア」の側面と、地域コミュニティや人々のコミュニケーションを活性化する「社会・文化メディア」の二つの側面を兼ね備えた複合メディアであることを見た。また、「2. 地域通貨の種類」では、通貨発行・流通の特徴から地域通貨を紙幣方式、口座方式、手形方式の3つに分けた。

ここでは、地域通貨のこの二面性をうまく生かし、従来の地域通貨の方式に残された課題を克服するより実践的な試みとはどのようなものかを考えるために、地域通貨をその目的・ねらいという点から、「コミュニティ・ベース型」、「プロジェクト・ベース型」、「事業者ベース型」に分類してみよう。

a. 従来の地域通貨の目的別分類

i. コミュニティ・ベース型

コミュニティ・ベース型とは、個人間のボランティアや相互扶助などのインフォーマルな活動を取引の中心にして、人と人との結びつきを強め、地域コミュニティを活発なものにすることを基本的なねらいとするものである。タイムダラーやエコマネーなどがこのタイプに相当するが、これらでは、商業者が提供する商品やサービスは取り引きされないので、企業や商店が参加するのは難しい。

したがって、コミュニティ・ベース型は、地域コミュニティとの交流や参加者間のコミュニケーションを促進することによって商店街への集客を増やすなど、間接的な商業的効果も部分的に期待されるが、直接的な実利効果は上げにくい。また、インフォーマル活動の媒介だけでは、地域通貨がなかなか思うように流通しないという課題も残されている。

もちろん、地域通貨の流通促進のためにさまざまな工夫もなされてきている。タイムダラーは支払能力がない人が税金の代替として支払うことができる。エコマネーの場合も、フリーマーケットで支払いに使えたり、スーパーで買い物袋を受けとらなければ対価をもらえたりするようになってきた。コミュニティ志向型も、次に述べるプロジェクト志向型、経済循環志向型の方向を模索しはじめている。このため、エコマネーと称するものの中にも、一般の企業や商店の商品やサービスの代金に利用されるものが出てくるかもしれない。

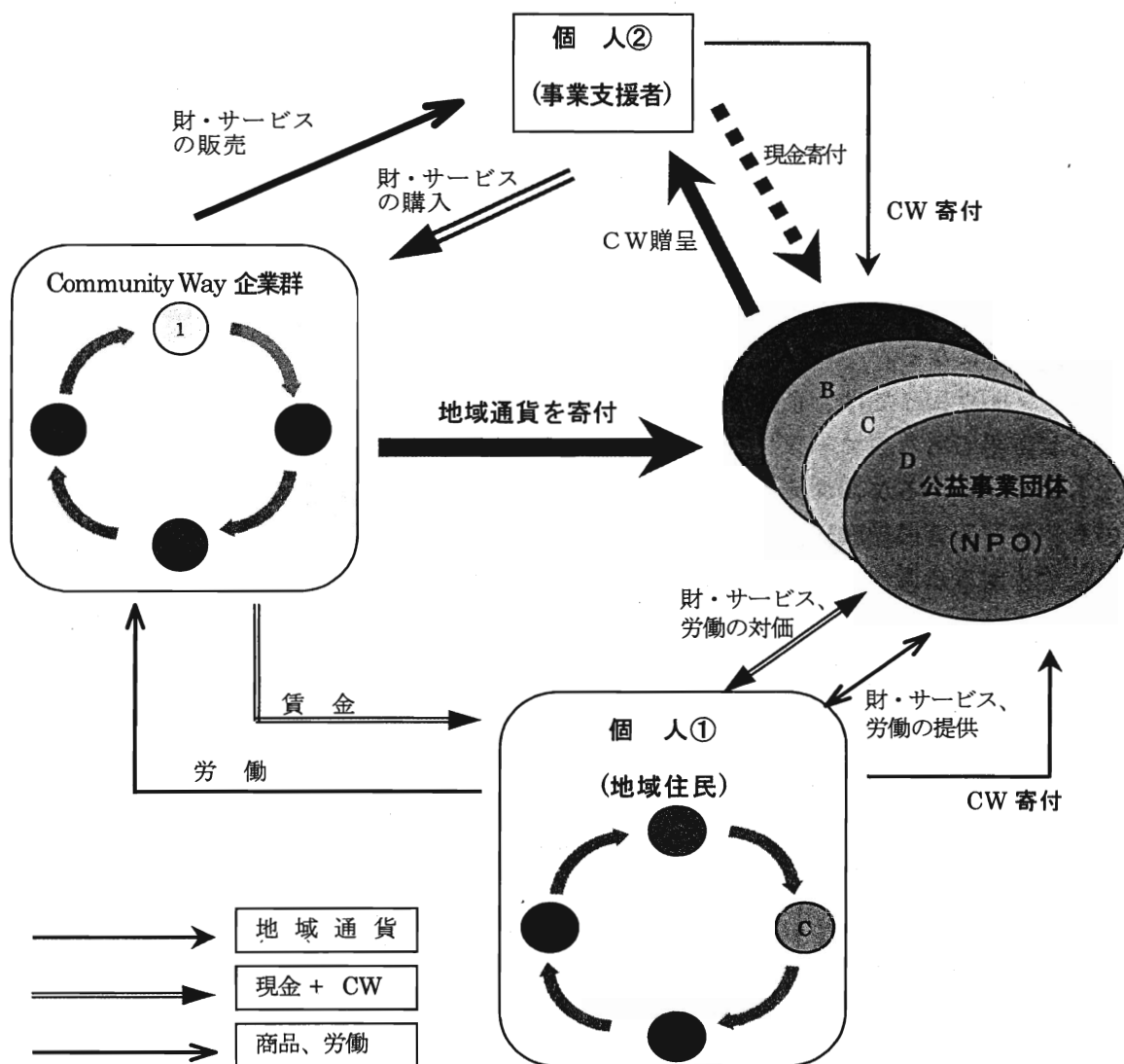
ii. プロジェクト・ベース型

プロジェクト志向型は、まちづくりや地域貢献などコミュニティ支援活動（例えば、道路や河川の清掃、ランドワーク、風力発電設置、雪かき、お祭り、遠足、見学会）をマクロ的な通貨循環に計画的に組み込んで、地域通貨を地域社会の活性化に役立てることを主たる目的とするものである。ボランティアや相互扶助を大規模にプロジェクト単位で行うためのスキームを提供するところが、コミュニティ・ベース型との違いである。

プロジェクト・ベース型の地域通貨は、さまざまなコミュニティ支援活動への協力（労務の提供や現金の寄付など）への返礼として発行され、このプロジェクトに賛同する地域の企業や商店での商品の購入代金として利用できる。

この具体例として「コミュニティ・ウェイ（Community Way）」を挙げることができる。これは、企業やNPOも参加できる、LETSを用いた経済の活性化のための具体的なシステムである（図1-5）。

（図1-5） コミュニティ・ウェイの循環



コミュニティ・ウェイは次のような仕組みである。

- 公益的なコミュニティ事業を行う団体（NPO等）の活動に賛同する企業・商店が地域通貨や商品・サービスをNPOに寄付することから始まる。NPOにとっては、この寄付された地域通貨が事業運営資金の一部あるいは全部になる。
- NPOは、事業に必要な現金は個人からの寄付で調達し、現金を寄付してくれた人々に、寄付をしてくれた企業との取引に使える地域通貨を贈呈（反対給付）する。つまり、NPOは企業・商店から寄付された地域通貨を市民から寄付された現金と1：1で交換するわけである。こう

することで、その地域に住む人々だけではなく、地域外に住む人や地域を訪れる人々からの現金寄付が促進される。

- c) 地域住民である個人は、NPOへの円の寄付にたいする地域通貨の反対給付か、他の個人への財・サービス提供の対価として入手した地域通貨を企業・商店が提供する商品の販売代金の一部として利用できる。

実際に行っているカナダのトフィーノ (Tofino) では、そこを訪れる観光客がトフィーノの自然環境やコミュニティ文化の保護活動を行っているNPOに現金を寄付して地域通貨を手に入れ、地元企業が販売する財・サービスの代金の一部として使っている。規模的には決して大きくはないが、成功している事例である。また、後で説明する地域通貨「ガウ」もLETSに基づいていないが、そのスキームの発想はコミュニティ・ウェイと相通じている。

こうした仕組みは、コミュニティ事業を支援しつつ、企業・商店経営にも貢献することができる。地域通貨と一緒に現金が付いて回るので、顧客による地域通貨による支払部分を「割引」と考えれば、この割引によって売り上げが増加するし、しかも、ほとんど元手のかからない地域通貨を寄付することで、地元貢献しているという良い評判や企業・商店街イメージ、顧客からの愛顧を得る手段となるからだ。また、一般のLETSと同様に、地元住民もこの地域通貨を個人間の取引に使えるし、また、企業・商店間でも取引に使用することによって、地域の経済や人々の繋がりをより活性化していくことになる。

コミュニティ・ウェイでは、企業・商店は商品代金のうち地域通貨で何%受け取るかを適切に設定することが重要である。マージン率が高い業種、例えば、飲食店は数10%とかなり高い受取率を設定してもやっていけるが、マージン率が低い商店では受取率をそれほど高くすることはできない。というのも、地域通貨の受取比率を大きくしすぎると、現金収入で仕入原価や賃金をカバーできず、赤字になってしまうからだ。これでは元も子もない。

また、この仕組みでは、NPOに寄付した地域通貨はいずれ自分のところに戻ってくるものと想定されているが、受取率が大きすぎると、自分のところへ還流してくる地域通貨額が寄付した地域通貨額以上になってしまうかもしれない。寄付でマイナスになる自企業・商店の口座が、顧客が支払う地域通貨が入ってきてゼロになれば、当初意図した寄付額と一致することになる。

たとえ、結果的に地域通貨の口座がプラスとなっても、必ずしも現金収支が赤字になるわけではない。しかし、手元に地域通貨が貯まらないよう使わなければならない。その場合、企業・商店は、余剰の黒字分をコミュニティ事業に寄付することもできる。もし企業・商店間取引（仕入）や労働対価（賃金、アルバイト料）として利用すれば、企業・商店にとってのメリットは大きくなる。そのためにも、地域通貨がより多く広範囲で流通することが要件となる。業種ごとに、商品・材料の仕入れや賃金として取引に使える地域通貨の割合には限界があるが、地域通貨の受取率をできるだけ引き上げることが地域通貨の利便性を高めることにつながり、自分たち企業・商店の地域通貨取引にもプラスになる。また、それは通貨の域内循環を刺激し、ひいては、地域経済を活性化することになり、企業の寄付行為を促進することにもなる。こうした好循環が形成されることを目指さなければならない。企業や市民が寄付先を選択することで、人々が望む公的事業を行うNPOの成長が加速され、そうしたNPOの事業基盤を安定化させるのである。

コミュニティ・ウェイの特徴は、地域の市場経済において、LETSのマイナスの絶対値の合計が法定通貨供給量に加算されて流通することにある。すなわち、その分だけ貨幣流通量が増える。しかも、参加主体の信頼度に応じてマイナスの下限枠を拡大するようなルールであれば、企業や個人事業者は無利子の借入金（地域通貨による）をかなりの金額まで導入可能になり、これにより経営

を安定させ、経費削減による価格引き下げを行うこともできる。

個人がマイナスでモノが買えることに奇異を感じるかもしれないが、担保がなくてもクレジットカードが使えることと比較してもさほどの差はない。厳しい借金の取り立てと破産宣告の代わりに、その地域で生きていくための評判や信用を失うことになるわけである（ただ、この情報は公開されるが）。法律や強制によるか、倫理や評判によるかというのが違いである。

このように、コミュニティ・ウェイは、経済活性化の原動力となりうるだけでなく、従来の企業経営や市場経済の常識を変え、行政が行っている公益事業の手法、さらには行政の運営方法をも転換する可能性を秘めている。

現在、北海道の経済状況は全国で最も厳しいといわれている。しかし、コンサドーレや日本ハムなど「北海道」のシンボルとも言えるスポーツ団体にはそれらをサポートしようとする道内外の企業や市民から多くの支援や出資金が集まっている。こうした時代の流れから見ると、NPO事業を支援する仕組みであるコミュニティ・ウェイも現実味を帯びてくる。

この方式は、事業者コミュニティ事業の支援のための地域通貨の寄付と商品販売の「割引」を求めるモデルになっている。また、個人には現金の拠出により寄付を求めている。いずれにしても、この地域通貨が十分に流通し、広く使えるものでなければ、十分な商業や経済の振興にはつながらない。この点に検討課題が残されている。

iii. 事業者ベース型

事業者ベース型とは、企業・商店など事業者を地域通貨流通の主体と考え、特に事業者間の取引を含むような経済取引を活性化しようとするものである。その代表例は、スイス国内全企業の1/6に当たる76,000社の中小企業が利用するWIR BANKであろう。中小企業がWIR建ての追加の仕事を確保することにより取引を活発にすることを目的としており、大企業や個人は加入できなかったが、2000年以降、個人も参加可能となった。取引総額は3,600億円に上る。WIR建の決済業務に加え、預金・貸付業務も行っている。クレジットカードのように、WIRを単位とする電子決済システムが構築されている。また、POS、デビットカード発行業務も行っている。

WIRの経済効果は二つある。一つは、WIRはスイスフランと換金されず、参加企業間でしか使えないので、参加企業間の取引を活性化するという直接的効果がある。もう一つは、WIRBANKが余剰なWIRを不足する企業に貸し出すという間接金融により、経済を活性化するという間接的効果である。これは、頼母子講や無尽のような、コミュニティ内の相互信用に近い。このような円とは異なる地域通貨に基づく相互信用システムを地域ベースで構築していくことは容易ではないが、もしうまく行けば大きな経済活性化効果が期待できるであろう。

日本でも地域内での経済振興を主眼とする試みとして、地域商品券が注目されたことがある。平成11年に、経済経済の振興を目的に全国各自治体によって地域振興券が発行されたが、地域商品券はこれにヒントを得たもので、自治体、商工会議所・商工会などが発行し、流通範囲を市町村などに限定するものだ。多くの場合、利用者にメリットを提供するために、額面の10%から20%のプレミアムが付けられたが、そのための原資は自治体が補助金として拠出していた。しかし、これは財政赤字に苦しむ自治体にとって大きな負担になるばかりか、事業者が商品券を買い占めてから換金することでプレミアム相当分を儲けるといった不正行為が続出するなど、大きな問題があった。

そもそも、地域商品券に経済効果があるのかどうかも疑問であった。地域商品券は、利用者が商店・企業等で買い物をすると、事業者である商店・企業が商品券を金融機関で円に換金する仕組みである。このため、それは、持ち手を変えて転々流通する「通貨」ではない。一回限りの利用によっ

ては通貨によるマクロ需要創出効果は生まれず、プレミアム相当分の所得（多くの場合は税金）が再分配されるだけである。地域経済にお金を落とすこのような一過性の試みによっては、持続的な経済効果は期待できない。これは、高齢者や子供にのみ配布された地域振興券が、極めて不公平で恣意的な形の税再分配効果しかなかったのと同じである。それは、商店街の基本的な商業機能やコミュニティ機能を改善するなど、実質的な改善が可能になる戦略がなければ無意味なのである。

しかし、この問題を克服するような新たなアイデアが生まれた。もしこの地域商品券を何度も持ち手を替え流通させることがならば、地域通貨と同じ効果が期待できるのではないか、地域でより自主的・自律的な経済を作っていくために使えるのではないか。これは、後述するように、地域商品券を地域通貨へと変身させるユニークな試みである。

b. ニュータイプの登場

ここまで見たように、「コミュニティ・ベース型」では、その地域通貨が円滑に循環しないという問題が生じ、活動の継続性が危ぶまれるため、エコマネーも「プロジェクト・ベース型」に向かいつつある。渋谷のアースデーマネーのような「プロジェクト・ベース型」の地域通貨の試みもまだ流通量がそれほどの規模に達しておらず、経済活性化があるかどうか明確には見えていない。

そんな中、近年、地域通貨にも新たなタイプが生まれてきた。特に、注目されるのが、①複数回流通地域商品券、②ポイントカード連動型、③債券通貨である。ともに、預託金（準備金）を積み上げて国家通貨と同じように商店・企業での代金100%支払可能な通貨である。①では、商工会議所や商工会が発行主体の場合、発行額の1/2預託しなければならないが、自治体が発行主体の場合は預託金は必要ない。②のタイプは換金しないが、発行額の100%を円で準備している。③は、1年後に償還できる準備をしなければならない。いずれの場合も、従来の地域通貨に比べてその価値を保証し、あるいは高めるシステムであると言えるだろう。

i. 複数回流通地域商品券

地域商品券は商店での使用后、すぐに換金されてしまうので、近郊大型店へ流れる円を地域内に囲い込む効果は期待できても、通貨が循環することで継続的に購買を喚起する需要創出効果は期待できない。しかし、それを複数回流通させ、地域通貨に転換できるのならば、地域通貨と同じ経済活性化の効果が発揮できるはずだ。複数回流通地域商品券は、このような発想から生まれた。

北海道常呂郡留辺蘂町（るべしべちょう）は、1度限りの流通しか認められていない商品券を地域内で地域通貨として流通できるように構造改革特区認定を求めている。商品券の根拠法「前払式証票の規制等に関する法律」に、複数回流通を禁止する条項が明記されていない点に着目して、留辺蘂町は特区を申請した。

金融庁は、商品券の複数回流通を認めたが、財務省は紙幣に似た証券の流通を禁止する「紙幣類似証券取締法」に抵触するとして「不可」回答していた。留辺蘂町はこれを不満として「地域商品券が東京で流通することはあり得ない」「よって、地域商品券が国の通貨政策に混乱を招くこともあり得ない」「本町には8億円の基金があり、2,000万円の地域通貨が失敗した際のリスク負担能力がある」などの意見書を提出した。2月に、財務省は「複数回流通は登録事業者間に限る」「換金は登録事業者が指定金融機関で行う」などの条件を満たせば「紙幣類似証券取締法」に違反しない、との方針を示し、町の構想は実現の方向に進み出した。構造改革特区としては認定されなかった「留辺蘂町地域通貨特区」が現行法の下で容認されたのである。この構想は特区ではなく現行法で認められたことにより、全国どこの自治体でも取り組むことが可能となった。

具体的には、地域商品券は留辺蘂町が発行し、町商工会議所が委託販売している。使用された地域商品券は、登録事業者間に限り何度でも流通させることできる。登録事業者は、指定金融機関に限って換金することができる。町は2002年度に商品券を2,085万円分発行している（登録点167店、406人の消費者）。これが10回流通すると2億円の経済効果になると見込んでいる。

北海道常呂郡留辺蘂町の人口は約9,300人。当町から約25kmに人口約11万人の北見市があり、購買力の39.3%（1992年調査）が流出しており、路線拡張工事に伴い閉店する店が続出し、商店街が衰退している。ある商店からは、地域振興券で消費者の流出に若干でも歯止めがかけられ、町内の消費拡大が図られたとの意見もあった。このため、商店街は、供託金が不要な町による地域商品券発行を要望した。プレミアムのない地域商品券であるため、登録事業者が独自のサービスを展開した。

しかし、事業者はまだ商品券の複数回流通の意義を十分理解していないし、特に、そう努力すべきだとも思っていないなど、課題も残されている。地域通貨の仕組みや効果について、商店に対する教育や宣伝がもっと必要である。

留辺蘂町は、すでに職員の給与15%カットしており、今後、地域商品券で支払いたいという意向がある。さらに発行量と流通量を増加しつつ通貨循環と経済活動を促進するには、公務員給与だけでなく、公共事業の支払いにも使う、また、公的交通機関・サービスの料金、公共施設の利用料などの支払いに利用できるようにするなど、さらなる工夫が必要である。

留辺蘂町の複数回流通型の地域商品券は、山形県高島町「ニャン券」や高知県西土佐町「ウェス土佐」などもある。これらは自治体発行ではなく、商工会が発行する地域商品券である点の違いである。留辺蘂町と同じく自治体発行のものとしては、愛知県西春町の地域通貨「にしはる紙幣」が実施される予定である。紙幣は100ハルと1,000ハルの二種類で、利用者は5%引き（95円、980円）で購入する。

地域商品券の域内循環を促進し、経済的効果を発揮させるためには、地域商品券の円への換金をできるだけ減らすようにする必要がある。そのためには「10%のプレミアム付、10%の換金手数料徴収」というように、商品券購買にメリットを与え、換金にコストがかかるようにするスキームを導入するのがよい。このスキームであれば、自治体がプレミアム付与のために財政援助する必要はまったく必要ない。なぜなら、10%のプレミアム（100円）を付け1,100円分の地域商品券を1,000円で販売するとすれば、それを受けとった事業者が換金する時、 $1,100円 \times 0.1 = 110円$ 分の換金手数料を支払わなければならないからである。だから、換金手数料でプレミアムを賄うことができる。もし事業者が換金手数料を払いたくなければ、他の事業者への支払いに使ってあげばよい。これはスタンプ付紙幣のように、時間経過に応じて減価する通貨ではないが、利子を生む円に転換するには手数料がかかるとすることで、商品券をできるだけ早く使わせるインセンティブを生み出している。この案の要点は、プレミアム率と換金手数料率を一致させることにあり、その数字自体にはない。この案では10%になっているものの、これに対して事業者の側に抵抗があることも予想される。初めは5%などもっと低い率でも一定の効果が期待できる。しかしながら、現在のところ、この「プレミアム率＝換金手数料率」という条件の地域商品券は存在していない。

いずれにせよ、留辺蘂町が地域商品券の複数回流通への突破口を開いたことで、今後、このタイプの地域通貨は全国的に相当普及するものと予想される。



『留辺蘂町地域商品券』見本（1,000円券・500円券）

【留辺蘂町地域商品券】

■実施場所 留辺蘂町内全域

■時期・期間

- ・発行期間 平成14年4月1日から平成16年3月31日まで
- ・有効期限 平成17年3月31日

■目的と契機及び取り組みのプロセス

留辺蘂町全域、全業種を対象とする商品券を発行、流通することによって、本町内の消費拡大と経済の活性化を図り、町民が積極的に使用し、登録事業者が独自のサービスを行うことによって、商品券の利用拡大が図られるとともに、町民の連帯感とまちづくりの意識を高める。

■取り組み内容

発行主体	留辺蘂町
地域商品券の額面	1,000円及び500円の2種類 (換金手数料1枚10円、印刷料1枚18円)
発行予定額	40,000千円 1,000円券×27,000枚 500円券×26,000枚
地域商品券の使用	留辺蘂町内の事業所で、地域商品券を取り扱う事業所として町に登録した事業所のみで使用できる。
地域商品券の販売窓口	留辺蘂商工会議所、留辺蘂町役場温根湯支所

高畠町「ニャン券」

山形県高畠町は、1985年から「ワン券」という地域共通商品券を発行しており、2002年度だけで約917万円分が利用された。ワン券は高畠商業協同組合が発行する高畠町の共通商品券であり、町内152の商店で使用することができる。商店では、釣り銭も支払われる。ワン券の名はこの町にある「犬の宮」という神社にちなんで付けられたものだ。これは、この地域が「高安村」と呼ばれていた8世紀に、村人を困らせた狸を退治して村を救った犬を村の鎮守として祀ったのが始まりであるとされている。高畠町は戸川幸夫の「高安犬物語」の舞台でもある。

商業と農業のコミュニティが隣接する地理的条件もあり、2002年に中小企業庁から甲府市、神奈川県大和市などと一緒に「地域通貨モデル地区」に指定された。

2003年11月1日、地域通貨「ニャン券」の販売が高畠町商工会、山形第一信用組合などで始まった。ワン券のように1回しか使えない商品券ではなく、複数回利用できる地域通貨を導入し、町内経済の活性化を図ることが目的である。町の大きな魅力の一つである農業との連携による「地産地消」の促進もねらいの一つである。ニャン券の名称は、上記の「犬の宮」のすぐ真横に「猫の宮」という神社があることに由来する。「ニャン券」は「1円＝(イコール) 1ニャン」で交換できる地域通貨で、「500ニャン」と「1,000ニャン」の2種類の札が発行された。同町内の飲食店や、ガソリンスタンドなど198店舗で利用できる。最初に販売される1,000万円分は、1万円ごとに1割のプレミアが付く。利用期限は04年2月29日までの4カ月間。

① 名称、発行主体等

1. 名称 ニャン券（メインキャラクターは猫）
2. 額面 500ニャン・1,000ニャン
3. 発行主体 高畠町商工会
4. 販売窓口 高畠町商工会、太陽館（観光協会）、山形第一信用組合
5. 販売期間 2003年11月1日・2004年2月29日

② 受入体制の構築

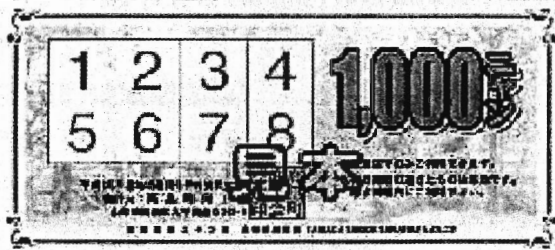
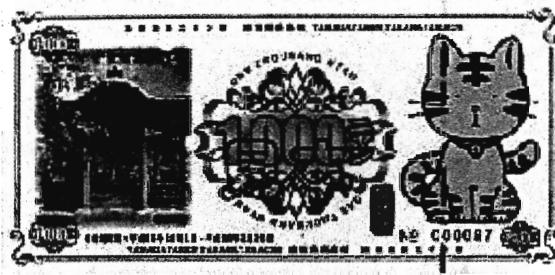
地域通貨の流通を促進して地産地消を推進し、地域経済、商店街等の活性化を図る目的で実施。

・参加店

1. 高畠町に本店機能を持たない大型店舗・コンビニエンスストアを除く、商工会員の事務所。
2. ただし、農家は直販所や「市」組織に限定して使用可能とする。イベント開催時には、会場内の出店者でも使用可能とする場合もあり。
3. 参加店は事前登録制。（商業協同組合は全会員の登録を要望）
4. その他の事業所についても組織ごとに登録を要請。（料理飲食振興会、旅館組合、石油商業組合、電器商組合など）
5. ニャン券の回転数を見るために、裏面には押印欄を設ける。参加店の業務として、商店の印鑑を押していただく。認印で構わない。（法人は事業主印）
6. 500ニャンは500円。1,000ニャンは1,000円として収入ないし支出すること。

③ 換金等

1. 地域通貨から円への交換は登録業者に限る。
2. 循環促進のため、換金は毎月1回（毎月25日・土日等の場合は翌営業日）のみ。
3. 2月については2回（15日・25日）の交換日とする。
4. 期間終了後の交換は3月1日・10日まで。但し土日は除く。
5. 円への換金は山形第一信用組合本店及び糠野目支店で。



1,000ニャン券の表（上）、裏（下）

500ニャン券の表（上）、裏（下）

●観光資源の活用法として、こんなアイデアも！

平成11年に発行されたプレミアム付共通商品券「和同開珎」は、日本初のコイン型商品券ということや、「和同開珎」という地域の文化遺産の活用で、全国の注目を集め話題となった。その後も、この「和同開珎」の定着化を目指し、定期的に発行している。

「今回から、有効期限がなくなり、さらに5%の記念プレミアム付き（通常は3%）で新登場。秩父市にお越しの際は、「和同開珎」でお買物を楽しんではいかがでしょうか。また、話題性のあるこの商品券をギフト等に是非ご利用下さい。」と宣伝している。

発行団体 秩父市商店連盟事業協同組合（秩父商工会議所内）

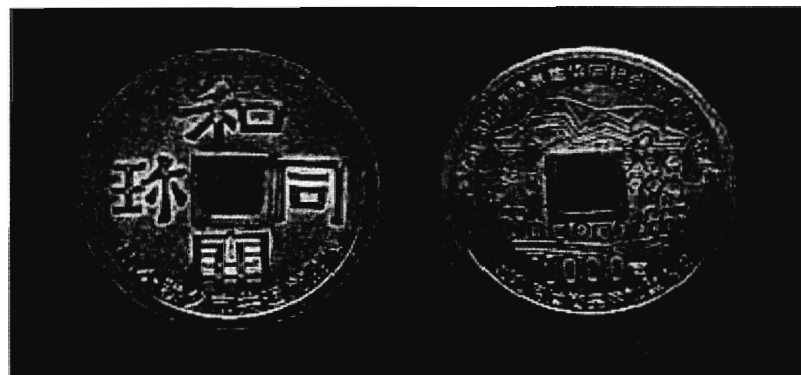
発 売 日 平成14年10月1日

販売単位 1枚（額面1,000円）

プレミアム ・発行金額1億円までは5%、1億円発行終了後は3%（販売価格970円）

発 売 所 市内31カ所のお店に設置

加 盟 店 市内約460店舗



サイズ（直径28mm、厚さ1.5mm、重さ約7g）

ii. ポイントカード連動型

ポイントカード連動型は、コミュニティ事業を行うNPOを支援するためにLETSを使う「コミュニティ・ウェイ」と同じようなスキームを基盤にしており、「プロジェクト・ベース型」地域通貨の発展型であると見ることができる。その代表が東京都練馬区北町「ガウ（GAW）」である。

ガウとコミュニティ・ウェイとの違いは、

- ・円担保型地域通貨（ガウは円に換金されないが、発行額の100%を円準備）
- ・金券として利用可（商品券のように代金100%に使用できる）
- ・ポイントカード「かるがもカード」との連動性

にある。

地域通貨ガウは、他の多くの地域通貨と同じように円に換金されない（これが地域商品券との大きな違いである）。しかし、その発行額の100%を円で準備しているため、しかも、商店で代金の100%を支払える金券であるため、利用者はその価値が保証されていると感じ、安心して受領しうる。通貨価値を保証することで受領性を高め、そうすることで流通性・循環性を高めている。このように、通貨の信頼性を多面的に支えているのが特徴的である。

また、ガウとポイントカードの連動には、地域通貨ガウの流通性をさらに高める工夫が施されている。加盟店舗での現金による買い物に比べ、ガウを使った買い物ではポイントが2倍に増えるので、消費者は円よりもガウを使おうとする。こうすることで、ガウの受領と使用にインセンティブを与え、その価値を高めることに成功している。地域通貨ガウの流通促進と、ポイントカード加盟店増の相乗効果をねらう仕掛けである。ガウが始められてから半年で、約70万ガウ（=70万円）が流通した。

ポイントカード連動型の地域通貨は、スタンプを配布している多くの商店街で比較的容易に導入しうる地域通貨システムである。ただ、ガウの場合、NPO北町大家族理事長がニュー北町商店街の専務理事を兼任しているという特殊事情が成功のためのかなり大きなファクターであったと考えられる。というのも、この循環スキームが上手く回るためには、コミュニティ事業を行い、地域通貨を発行するNPOと、ポイントカードを発行する商店街の協力関係（特に後者の前者への協力）が不可欠だからである。ガウと異なり、商店街とNPOがまったく別の独立した組織である場合には、両者が協力できる関係を取り結べるかどうか第一の関門になる。もしこれがクリアできるならば、この方式は経済的活性化とコミュニティ活性化を同時に達成する地域通貨システムとして成功する見込みが高い。

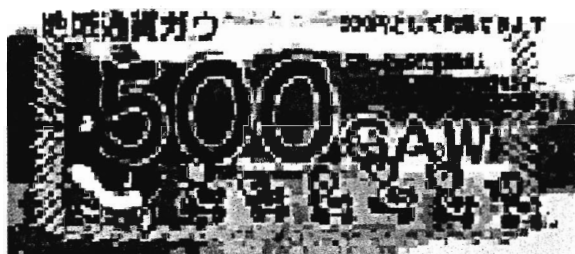
次にガウの仕組みを見てみよう。

【北町ボランティア活動センター NPO北町大家族】

東京都練馬区北町を中心に活動する、「特定非営利活動法人 北町ボランティア活動センター NPO 北町大家族」は2000年7月より、高齢者向け生き生きデイサービス事業「北町いこいの家」（週2回）を開始、その後、地域通貨「ガウ」の発行、商店街会館で行われている地域育児支援事業「かるがも親子の家」（週1回）などの活動を通じて、2001年7月にNPO法人となった。様々なボランティア活動を通して、地域住民との結びつきを深め、「人にやさしい街づくり」を目指し活動をおこなっている。

【地域通貨「GAWガウ」】

NPO 北町大家族は、「かるがも親子の家」「北町いこいの家」「北町病院非常時支援事業」「北町タウン誌 カレンマ発行事業」などのボランティア事業とニュー北町商店街の活性化をより円滑に有機的に結びつけるために、2001年10月から紙幣型地域通貨として発行。「かるがも親子の家」にちなんで、地域通貨「ガウ（ガウはかるがもの鳴き声）」を発行した。価値標準は「1ガウ＝1円」。100ガウ札と500ガウ札がある。



これは、「かるがも親子の家」「北町いこいの家」を手伝うボランティアや商店街や地域ボランティア活動（クリスマス時のイルミネーション、花見季節時のちょうちんの設置作業、お祭りの手伝いなど）

の謝礼として支払われ、また商店街の事業に活用されている。例えば、「かるがも親子の家」ではボランティアスタッフに対して300ガウが支払われ、スタッフが自分で200ガウを買い足して計500ガウを手に入れるという形をとっている。こうして手に入れたガウは、コンビニエンスストアを含む商店街の29店舗で金券として使用することができる。

ガウは、賛助会員からの会費、ナイトバザールやフリーマーケットでの収益金などを原資として運用されている。ガウは円に換金しないが、金券として利用されるので、その発行額に相当する円原資を100%積んでいる。

【かるがもカード】

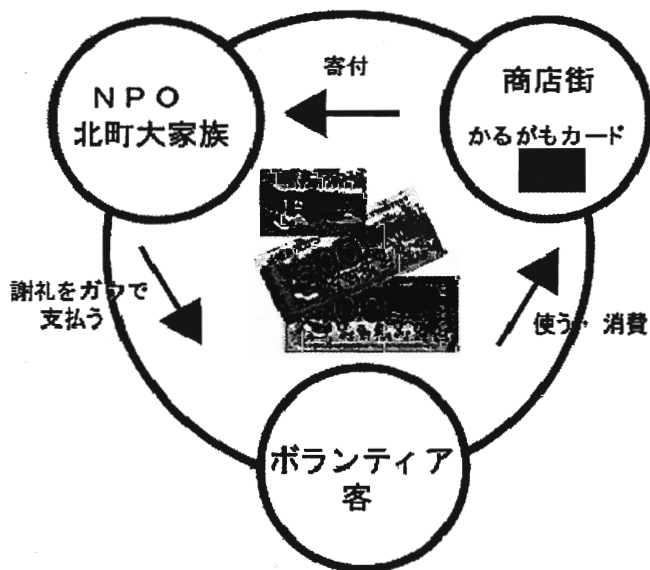
ニュー北町商店街は、「ガウ」と連動する形で、「かるがもカード」というポイントカード（使い捨てタイプのPET式カード）を発行している。かるがもカード加盟店で、「ガウ」または「現金」で買い物をするとポイントが貯まる。

現金100円の買い物あたり1ポイントが印字され、400ポイント（80マーク）で満点となって500円相当の金券として使える。加盟店側ではカードリーダーを購入し、月会費1,000円と1ポイント発行あたり1.75円を負担する。総事業費は約2,600万円で、まずは35店舗でスタート。事業開始を記念して、各加盟店では先着2,000名に5,000円相当のポイント付きカードも配布した。

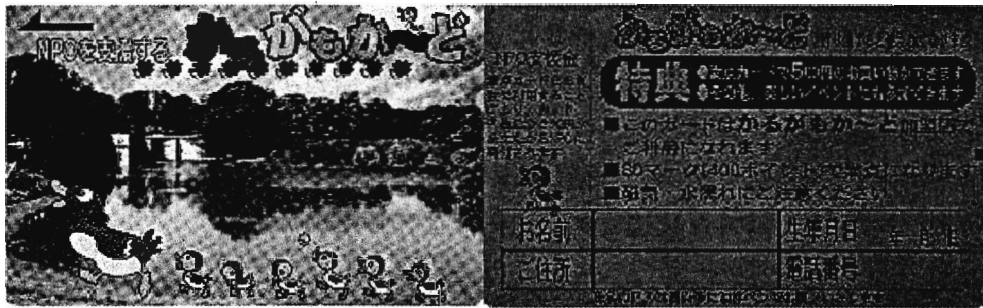
「かるがもカード」が400ポイントで満点になった場合、500円のキャッシュバックか500ガウを選択できるようになっている。「ガウ」を選択し、そのまま「北町大家族」へ寄付することもできる。

かるがもカードは、NPO法人「北町大家族」を支援するために、加盟店を「NPO協力店」と銘打って、顧客が持ち込む満点カード1枚につき10円をNPO法人「北町大家族」へ支給する。これはデイサービス利用者の保険料となっている。さらにNPO協力店でガウによる買い物については、ポイントを通常の2倍提供する。

ニュー北町商店街だけでなく近隣商店街にもかるがもカードとガウマネーへの参加を呼びかける



など、ポイントカードを地域コミュニティの活性化に役立てて行こうとしている。



iii. 債券通貨

債券通貨とは、発行主体の有期限有利子債務証券を一定の流通圏内における通貨とするもので、発行主体に地域において何らかの信用力（社会的・文化的な）が備わっていることを前提としている。一方、一定期間後に一定の利子を付けて円を償還することを約束しているのだから、地域通貨の価値を国家通貨で裏付けており、利用者としては発行主体が信用できるならば、それを受けとるリスクはそれほど大きくないと感じることができるであろう。その点がうまく行けば、かなり広範囲の領域での受領・流通も可能になる。

以下に見る債券通貨はいずれも発行主体が地方自治体（州、県、市、町、村）である。現代の中央銀行券は本位との兌換を行わない不換紙幣である。このため、中央銀行券は中央銀行が発行した無期限無利子債務証券であるとみなすことも可能である。債券通貨の起源はこのような中央銀行券の現代的性格にある。

アルゼンチンの「債券（準）通貨」で最も有名なのは、2001年8月に、ブエノスアイレス州が財政難から州債として発行し、通貨として流通している「パタコン」（Patacon）である。これは、利付債券通貨（年7%で1年後に償還）として5億ペソ相当が発行された。ドルとの換金不可である。これ以外にも、コルドバのレコル等、15の州が州債通貨を発行しており、事実上、一国複数通貨制になっている。パタコンは、公務員の給与や業者への支払いの一部として発行し、税金の支払い、役所の種々のサービス、鉄道や高速道路、光熱費に使える。これにより、飲食店やスーパーなど一般の商店や企業もこの通貨を受け取るようになり、消費が10%上昇したと言われている。2001年末に暴動発生、デフォルト、ペソ切り下げ後、アルゼンチン共和国もこれをまねて「レコップ」（Lecop = Letra de cancelacion de obligaciones



provinciales・地方政府債務支払債券）を30億ペソ分発行した。これは、連邦政府が地方政府に対して負っている債務の支払いに当てる5年期限付債券（無利子）で連邦政府が毎月地方政府に対して支払う10億ドルを多少上回る交付金の、税収分で補えない分を、この債券通貨で支払うことになっている。この他、公務員給与、年金の支払に使われている。

2003年3月現在、地方債通貨を発行しているのは、ブエノスアイレス州他、コルドバ、フォルモー

サ、チャコ、ツクマン、コリエンテス、カタマルカ、メンドサなど9の地方政府であり（アルゼンチンには全部で23の地方政府が存在する）、レコップを加えると、債券通貨の総額は約90億ペソに達すると言われている。昨年より、アルゼンチンはこの回収を開始している。

先ほど述べたように、債券通貨は発行主体にある程度の信用力があることを前提としているため、自治体など公的機関に相応しい方式だが、町村レベルの小規模な地域においては商工会議所や商工会も公的機関に準じたかなり高い信用力を持っていると言えるので、この方式を実施することも可能であろう。ただし、日本ではまだ実施された事例は存在していない。

江戸時代の藩札制度

藩札とは、江戸時代の各藩が自領内での流通を原則的目的として独自に発行した正貨兌換紙幣のことであり、1630（寛永7）年に福山藩が銀札を発行したのが嚆矢である。高松藩、和歌山藩、福山藩など信用力の高い発行主体の藩札は、領外を超えて流通していた。藩札間の交換も一部でレートを設定して行われており、交換差益・差損が発生していた。

1871（明治4）年の調査によると、244藩14代官所9旗本領（約8割）で1,694種の藩札が発行、藩札発行高は、最終的（幕末）には9千万両にも達した（金貨、銀貨の発行高は1億3千万両）。発行の目的は、①正貨不足解消のための補完貨幣、②財政赤字ファイナンス、③利便性（取引の円滑化・大規模化・広域化）である。

当初、幕府は藩札を黙認していたが、各藩が藩札を安易に濫発したため、兌換が困難になりハイパーインフレをしばしば引き起こした。取り付け騒ぎも起こったため、1707年、幕府は発行停止命令を出した。これ以降、藩札について解除と禁止が何回か繰り返された。維新後、明治政府は藩札の増刷の禁止し、新紙幣との兌換政策を打ち出した。1879年、藩札交換は終了した。

[参考文献]

株式会社日本総合研究所創発戦略センター『「地域通貨を活用した地域商業等の活性化に関するモデル調査事業」調査報告書』2003年3月

北海道自治政策研修センター編、西部忠監修『豊かなコミュニティ作りを目指す地域通貨の可能性』2001年3月

Ⅱ. 地域通貨の進め方（課題と運営）

1. 地域の課題の抽出

現在、各地域は、国の構造改革の一環として進められている「市町村合併」という大きな問題に直面している。道内の商工会地域をみると、この合併問題の他にも、過疎化・高齢化などの諸課題が山積している。以下に、地域通貨が取り組むべき地域の主な課題を抽出してみた。

(1) 少子高齢化

北海道の高齢化率（65歳以上の高齢者が人口全体に占める割合）は、平成14年現在、19.2%に達しており、道はすでに「高齢化社会」（高齢化率が7%超14%以下）を乗り越えて「高齢社会」（同14%超21%以下）にある。早晚、「超高齢社会」（同21%超）に突入するであろうと思われる。他方、出生率は平成13年8.2%、都道府県順では46番目（ワースト2位）、平成14年8.2%、同45番目（ワースト3位）で推移しており、北海道の少子化は深刻である。少子高齢化は、労働力人口の減少を招き、地域の産業構造の変化を加速させるとともに、町村の過疎化や商店街の空洞化に大きな影響を与えている。

(2) 価値観、ライフスタイルの変化

近年、豊かな社会の実現で消費財や資産の量的な充足感は満たされ、より高次の欲求である自己実現の重要性が高まってきた。その結果、多様性と個性を重視する価値観に基づいた消費スタイルへの移行が進んできた。このような価値観やライフスタイルの変化により、消費者の多様なニーズに対応する財・サービスの供給に資する、専門的な能力や技能を持った人材に対する需要が高まっている。しかし、豊富な人材を抱える都市とは異なり、地域ではこの変化に十分な対応をとれていないのが現状である。

(3) 産業集積の変容と流通構造の変化

交通手段におけるモータリゼーション（自動車化）の進展、消費者のライフスタイルの多様化等の中で、小売店舗の大規模化や多様化とともに、商業機能のロードサイド化や郊外化が急速に進展している。このため、中小小売商業を巡る競争環境が激化しており、地元商店街は大規模店舗に顧客を奪われ、厳しい状況に置かれている。また、情報化や規制緩和の進展等により、業種・業態の変化など様々な流通構造の変化が生じている。

(4) 事業所数・企業数の減少による市街地空洞化、コミュニティ機能衰退

平成14年の道内商業統計調査によれば、小売業では、事業所数が5万1,007事業所と前回調査に比べ3,389事業所（6.2%）減少している。平成3年の調査から5回連続の減少である。また、小売業においては、近年廃業率が開業率を上回り、開廃業率の差が拡大する傾向にある。このため、地域の商店街等における空き店舗が増加し、市街地の空洞化が進んでおり、防犯、相互扶助、祭り、交流等、従来、商店街が果たすべき重要な役割とみなされてきたコミュニティ機能が衰退しつつある。

(5) 地域住民の意識変化

郊外の大型ショッピングセンター建設は小さな地元商店街にとっては大きな脅威である。しかし、多くの地域住民は大型店の進出を、豊富な種類の商品が安く手に入り、消費の選択の幅が広がる等、歓迎していることも事実である。日本でも、乗用車で出かけ、安い品を大量に買い込んで保存しておくといった欧米型の購買行動が広く見られるようになってきた。大型店を利用する多くの住民は、地元商店街の行く末に関心を持つことはあまりないだろう。特に、若くなればなるほどそういう傾向が強い。一方、高齢者は自動車の運転もできず、郊外の大型店舗に行くことも難しいので、地元商店街の存続は重要な死活問題である。

また、インターネットや携帯電話など高度な通信情報技術が広く普及し、遠隔地とのコミュニケーションやネット上での様々なコミュニティへの参加も容易になったため、こうした通信技術の果実を享受する若い年齢層が、近所付き合いや近隣の相互扶助を軽視するのもしやむを得ないと言える。

このように、地域住民の地元意識、特に商店街やコミュニティ機能にたいする意識に変化が生じ、世代間にも大きなギャップが生じつつあるのが現状である。

2. 地域通貨の方向性の検討

I.3.aでも述べられているように、地域通貨の方向性を考える時には、「経済」活性化と「コミュニティ」活性化の両側面のバランスを取ることが重要である。

仮に地域通貨に商店街が参加し、商品購入の際に一部を地域通貨で支払うことができるようにしても、それでもやはり郊外大型店の方が安いという可能性が高い。そうなると、安さや品揃えの点で対抗することは極めて困難である。利便性、価格、品揃えといった商品経済的な側面から地元の商店街を利用する人はほとんどいないかもしれない。だからといって、いきなり価格の50%を地域通貨で受け取るように設定するような商店もないだろう。

したがって、地域通貨は単なる割引の手段にすぎないという考え方から一步進んで、客に「行ってあげよう」、「また行きたい」と思わせる長期的な愛顧関係を築くことを目的として、ハイタッチな会話やふれあいある挨拶を行うためのコミュニケーション・ツールとして位置づけることが重要である。地域通貨が、商店でポイントカードや割引券のように使えるだけでなく、商店街・商工会が主催する各種のイベントへの参加料やボランティアへの謝礼として使われ、住民間の助け合いや物品・サービスの交換に利用されるようになるならば、そうした地域通貨を通じたやりとりの様子や経験が住民の日常的な会話の話題に登ることは当然であって、地域通貨がコミュニケーション・ツールとして機能し始める。だからといって、古き良き時代を回顧して、地域通貨によって商店街がかつて持っていたコミュニティ機能をすべて復元しようとするのは、個人主義が強い現代では無理であろう。むしろ、今の時代の流れや顧客のニーズにマッチした、新たな形態のコミュニティ機能を創造するよう努めたい。

経済活性化の活性化とコミュニティ活性化のどちらに重点を置くかは、地域における従来のイベントや事業活動などの取り組み状況の如何によって、様々でありうる。発起人グループは、想定する目的を達するためには、どのような仕組みの地域通貨が最も相応しいかを十二分に検討し、実施の具体案を練り上げる必要がある。その際、先に挙げた住民の広いグループ、とりわけ、地域のオピニオンリーダーやアイデアと行動力の豊かな若い人々からの意見を参考にしながら、一部の工商业者だけでなく、地域と住民全体にプラスになる案を提示することが大切である。

3. 商店街・商工会と地域住民・消費者、行政・諸団体との連携方法の検討

すでに述べたように、地域通貨導入の目的には、地域経済の活性化（自立・循環）とコミュニティの活性化の二面性がある。このため、地域通貨の実施に関わる人々や団体は、地域の住民、消費者や市民団体、学校、NPOを始め、商店街・商工会の経済団体や農協・漁協・森林組合、建設業協会の産業団体などの諸団体、市町村の行政や観光協会、教育委員会、福祉事務所など広ければ広い方が望ましい。多様な目的と多様な参加者が得られれば、地域通貨に広がり生まれ、その流通範囲も広がって、それが地域通貨の円滑で活発な流通・循環を可能にする。そうすると、経済とコミュニティの活性化という目的に達成されやすくなる。（図2-1）に地域通貨検討委員会の構成例を挙げてある。

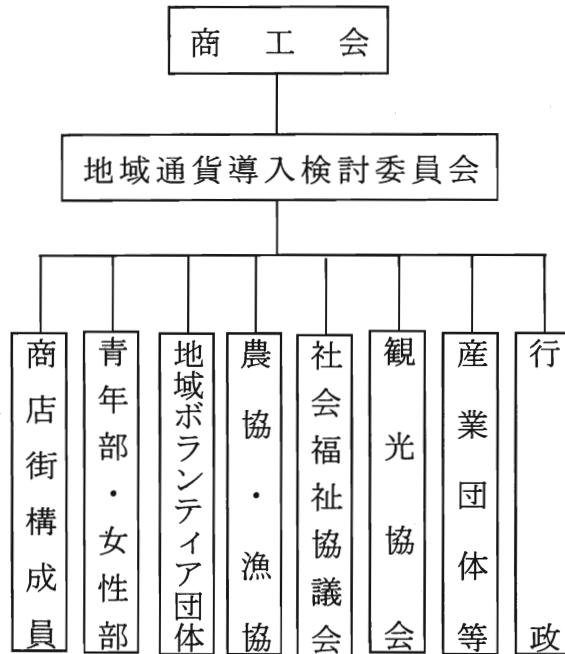
商店街や商工会は、経済団体として地域経済の活性化に取り組むことを主たる目的とするが、他方で、町村における共同性や連帯を維持するためのコミュニティ機能をも中心的に担ってきたし、このような二重の役割は今後も求められる。したがって、商店街や商工会は、その経験を生かし、経済とコミュニティの両面に働きかける地域通貨を導入する主体となるのにふさわしいと言えよう。

各地域の商店街や商工会は、従来から、地域イベント・事業等の実施や支援を積極的に行ってきた。多く見られるのは、謝恩セールや直売会、バザール、フリーマーケットや朝市、相撲やゴルフ大会、運動会やお祭り、バーベキュー、市民講座や講演など、地元の特色を生かした地域振興事業である。それだけでなく、高齢社会や買い物弱者などの地域生活者に対する各種サービス（出張理容美容サービス、住宅改修サービス、買物代行、買物送迎、求人求職情報サービスなど）を地域福祉関係団体と連携しながら実施している町村もある。また、商店街や商工会は、スタンプ会やポイントカード事業による販売促進にも力を入れてきたし、地域商品券やプリペイドカードをすでに発行している地域も少なくない。

問題は、このようなイベントや事業がバラバラに、散発的に実施されており、全体としてまとまった取り組みにまで発展させられていないこと、その結果、各地域における実施団体間に横の連携や連帯感が生まれにくいということである。これらを統一的なスキームに統合し、各組織・団体が相互に刺激し、連携しあうために、異種的な活動を評価し、結びつけ、媒介する地域通貨は有効である。また、イベントや取り組みも長年続いて当初の新鮮な目的意識が薄れてくると、次第に情性化、マンネリ化し、協力者・参加者にとっては、毎年行うべき義務、面倒だが仕方のないつきあい、上からの頼まれごと、もしくは、仕事としてこなすべき対象になってしまう。地域通貨をイベントや事業で積極的に活用するならば、協力者や参加者に地域通貨を手に入れる動機を与えることになる。参加者はイベントや事業に参加するために、地域通貨を手に入れようとするだろう。ボランティアを行ってくれる協力者も、地域通貨がイベントや事業だけではなく、商店やフリーマーケットでも使えるならば、地域通貨を手に入れようとするだろう。

地域通貨によって地域住民を引きつけ、住民に商店街のコミュニティ機能に気づかせ、商店街を大切に思ってもらい、それを商店街への呼び水として顧客を確保する。このような好循環を生み出していくために、今までの各種イベントを有機的に結合する触媒として地域通貨を導入する意義は極めて大きい。

(図2-1) 地域通貨導入にあたっての委員会構成例



4. 実施体制・組織体制の検討

地域通貨の実施体制・組織体制を考えるために、まず商店街、商工会、地域住民の三者間の関係がいかなるものであるかを考えておきたい。(図2-2)にあるように、これら三者は互いに重なりつつも、相互に異なった価値・関心と活動の領域を持っている。商業機能を備えた商店街とそれをサポートする商工会とは地域商業の振興という共通の関心・関心を持つ。また、商店街と地域住民は商品の売買活動を通じて結びついている。商工会は地域住民を対象とするイベントや事業を行っており、商工業の振興のみならず、より広く地域社会の振興への関心も寄せている。そして、商店街、商工会、地域住民は、コミュニティの醸成という三者共通の関心も持っている。

地域通貨の実施において、商業振興という最も切実な目的を共有する商店街と商工会が積極的にイニシアティブを発揮すべきであろう。そのため、中心となって運営主体(発行主体)の役割を果たし、コミュニティ醸成という観点から、地域住民、消費者、産業団体等諸団体の理解と協力を仰ぎ、行政の支援を得ながら進めることが望ましい。

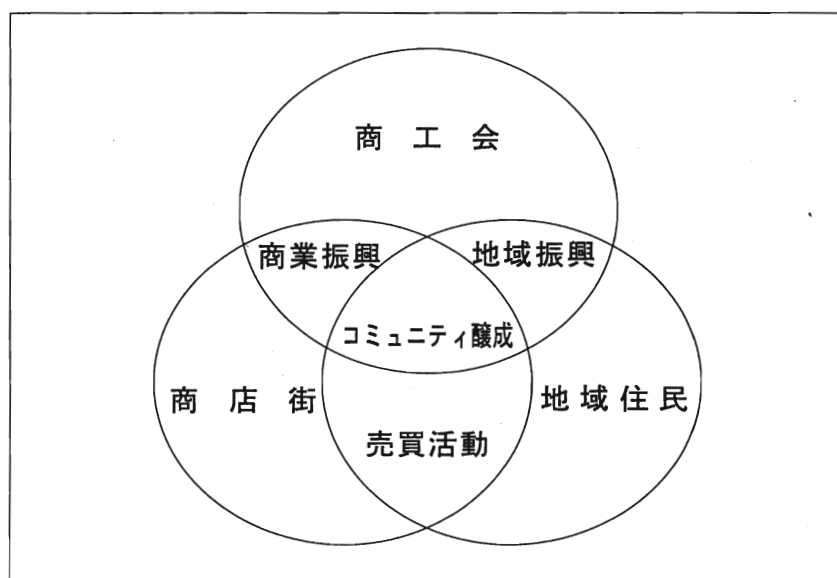
とはいえ、商工会地域における商店街のほとんどは任意組織である。協同組合の法人格をもっている商店街でも、事務局は商工会が担っているところもあり、なかなか実務までは担当する余裕がないのが現実である。したがって、地域通貨の場合も、運営・管理を行う事務局は商工会で担う必要があるだろうが、その場合でも、運営主体の代表は商店街の商業者になり、地域住民、消費者、諸団体から構成メンバーを出して運営していくべきである。また、さまざまなイベントや事業の運営に積極的に参加しているボランティア意識の高い住民、もしくは、常に自分なりの見識を持ち住民に対しても強い影響力を持ったオピニオンリーダーには地域通貨の検討段階から参加してもらう方がよい。こうした人々が参加した時には周囲の住民を多く巻き込んで、地域通貨の輪を大きく広げてくれることが期待できる反面、彼らが参加しない場合には、地域通貨の普及にとっての主要な障害になることもあるからである。

地域経済の活性化により重点をおくならば、地域通貨を使用できる店舗として、商店街の多くの

店舗が加盟することが成功に結びつけるための第一歩となる。この点で、商店街が一致団結して協力できるよう話し合わなければならない。

地域が一体となり、地域通貨に取り組むためには、地域住民、消費者、諸団体、商業者が地域通貨の目的と効果を理解することが前提となる。このため、勉強会や研修会、セミナーなどを開いて、市民・住民を啓蒙する活動も大切である。

(図2-2) 商工会・商店街・地域住民の関係



5. イニシャルコスト、ランニングコストの検討

地域通貨の立ち上げに要するコストは、導入初期に要するイニシャルコストと導入開始後のランニングコストに大きく分けることができる。

(1) 地域通貨を立ち上げる際に必要なイニシャルコストとしては、次のようなものが考えられる。

① 導入準備コスト

その大半は、立ち上げ期間に生じる事務的作業の遂行に必要な人件費や会議開催のための諸経費である。地域通貨を実践している多くのケースでは、立ち上げに必要な仕事のほとんどはボランティアベースの無償活動であると考えられており、このため、導入準備コストは必要最低限に抑えられていることが多い。

② 通貨制作（発行）コスト

導入目的・システムに合わせた紙幣・商品券・通帳タイプ別の地域通貨の制作に必要なコストである。紙幣・商品券タイプは、発行数にともないその分コストも発生する。通帳タイプの場合は、特殊な品質の紙を用いなければ、コストも比較的安価であると言える。また、最近では商品券タイプの地域通貨も増え、複数回利用することにより制作コスト削減の効果が期待できる。

[地域通貨制作コストの例]

地域通貨名	方式	サイズ	通貨種類	印刷数	費用	備考
北海道・下川町 FORE (フォーレ)	通帳	B 5 (折畳み式) (名刺サイズ)	1種類	500部	10万円	防水特殊紙使用 1通帳で複数取引可
東京都・渋谷 アースデイマネー	紙幣	切符サイズ	50、100、 500、1000	計5万2千枚 (各1万3千枚)	10万円	雑誌余紙を活用
カナダ・トロント トロントダラー	紙幣	紙幣大	1、5、 10、20	計6万枚	70万円	

③ 広報・宣伝コスト

地域通貨を立ち上げる際に、参加者に対して仕組みや参加方法などを理解してもらわなければならない。その際、次のような広報・宣伝の方法が挙げられる。

- 1) パンフレットやポスター
- 2) インターネット (WEBサイトやメールマガジン)
- 3) イベント (セミナー・シンポジウムの開催、地域イベントへの参加)

マスメディアへの情報提供や地元メディア (新聞、ラジオ、商工会・自治体広報など) の協力によって、低コストで情報発信をすることもできる。

商店街などの参加を想定する場合は、興味を示す商店への個別説明や任意参加による商店向けの説明会の開催なども必要となる。しかし、地域通貨の性質上、参加の意思決定は各商店の自主性に委ねられることも付け加えておく。

多くの地域通貨を運営するケースの場合、ボランティアベースによる活動が多いため、自前で広報・宣伝活動を行うことには限界がある場合がある。

セミナーやシンポジウムなどのイベントを開催する際は、地域通貨の研究者や実践団体から講師などを依頼することが想定されるが、その人件費 (謝礼・旅費) も検討する課題である。

[広報・宣伝コストの例]

地域通貨名	パンフレット・ ポスター	インターネット WEB・通信費	事務用品	アドバイザー (謝礼・旅費)
北海道下川町 FORE (フォーレ)	17万円 (3,000部)	8千6百円 (郵送代)	2万円 (消耗品他)	14万円 (年間・4回)
東京都・渋谷 アースデイマネー	16万円	2万円 (レンタルサーバ)	10万円 (消耗品他)	なし

(2) 地域通貨の導入後には、次のようなランニングコストの発生が考えられる。

① 運営・管理コスト

これは地域通貨の運営や管理を継続ために実施するためのコストである。

まず、次のような運営作業がある。運営者は、新規の参加者に対して地域通貨の仕組みや規約を事前に説明し、入会時に紙幣ないし通帳およびモノやサービスの提供・要望リストを手渡す（郵送する）。また、各種の質問や問い合わせへの受け答え、必要な規約の改正なども行わなければならない。死亡や退会の時には、必要な手続きにもとづいて処理する必要がある。

地域通貨は、それぞれの地域のニーズに応じた特定の目的や効果を期待して導入される。そのような場合、地域通貨の利用状況を把握する必要がある、参加者や参加商店での利用状況を確認する作業が生じる。そして、その利用状況から得られるデータを分析し、より効果的な利用方法を検討しなければならない。このための調査、情報の集計・加工・分析・公表といった作業も行われる。

紙幣方式の場合、どういう経路でどれくらい頻繁に流通しているかを知るために、紙幣裏に受取人の氏名などを記入してもらった場合もある。この時、運営者は、所定回数流通後にこれを回収するが、流通経路調査をするなどの必要がある。通帳方式の場合は、定期的に通帳ないしそのコピーを提出してもらい、それを集計して全体としての取引総額や発行残高などを調べる。

また、種々の管理や取締の業務も不可欠である。通帳方式で赤字上限を決めている場合は、それを超えた取引を行った参加者に対して注意・警告を行い、それでも事態が改善しない場合には取引停止にするなど、段階的なルールを適用しながら、参加者の取引を管理していく必要がある。また、偽造、不正使用、詐欺などを取り締まらなければならないこともある。

これらの作業の多くは、運営に従事する参加者のボランティアによることが多い。だが、特定の積極的な人々の好意や無償サービスに依存するのでは長続きしない。運営・管理のための最低限のコストは円と地域通貨の双方が必要である。作業に対しての労働対価を地域通貨で支払ったり、日本円と地域通貨の組み合わせで支払ったりと、低コスト化のための工夫が求められる。

② 追加的な通貨発行・通帳制作コスト

地域通貨導入後は、利用状況や参加者の増大に合わせて通貨や通帳のストックがなくなった場合、あるいは通貨や通帳が摩耗・破損したりした場合に、追加的に通貨を発行したり、通帳を制作するためのコストである。

③ 広報・宣伝コスト

地域通貨導入後にも、参加者を増大させ、地域通貨を利用できる範囲を拡大するためには、広報・宣伝を行わなければならない。参加者や商店へ運営状況や利用効果などを伝えることが必要である。また同時に、更に多くの新たな参加者や商店の参加を求めるために、広報・宣伝が必要となる。

導入後の広報・宣伝の方法としては、次のようなものが挙げられる。

- 1) 新たな参加者を求めるパンフレットやポスター
- 2) 制限の少ないWEBサイトを利用し、頻繁かつ柔軟な情報発信
- 3) 参加者・参加商店の手元に直接届けられる電子メールやDMなど

これらを組み合わせて効果的に広報・宣伝を行いたい。

④ 事務所コスト

運営事務局の事務所賃料である。事務所のような常設の拠点は、新規参加者の問い合わせや加入手続きを行うために必要である。また、それは対面で最新の情報を交換・伝達する場、発信や取引の場としても機能する。参加者は提供・要望リストを掲示したり、物品を展示したり、取引を実際に行うことができる。また、会議、勉強会、憩いの場に利用される。

小規模の地域通貨を実践しているケースでは、事務所を持たずに運営しているので、事務所賃料は発生していない。商店の参加が実現されると、新規参加者の地域通貨への参加手続きや通貨発行・通帳発行などの手続きを各店で代理してもらうことは可能である。商店街の空き店舗を安くあるいは無料で借りて事務所に利用しているケースもある。さらに、公共的性質を備えた商工会などが事務業務の窓口となっていれば、地域通貨への信頼感を高め、人々が参加する際の安心感を与えるので、個人も参加しやすくなるし、地域内の民間事業者の賛同も得やすいと期待できる。

6. 運営におけるポイント（通貨循環、コーディネーター、資金）

地域通貨を導入して具体化させ、それを継続的に活力ある取り組みにするためには、次のような運営上のポイントが重要である。

① 運営主体

地域通貨を推進する上で、意欲ある主体が中心となり運営をする必要がある。運営主体は、持ち回り等によって選ばれたメンバーではなく、自主的に参加する意欲のある参加者で構成されることが望ましい。仮に、商工会等の団体が運営主体となるとしても、意欲のある参加者が中心となって進めることができる組織体制を整えるべきである。

② 運営組織の簡素化

運営主体は自主性・自立性を基本に活動を展開することで、活動内容の意思決定権を持つこととなる。地域通貨の運営には、はっきりとした目的の設定が求められるため、十分な議論をおこなうべきである。目標設定が明確であれば、数多くある活動候補の優先順位を定めることができる。運営主体の自主性を尊重し、意思決定プロセスの簡素化も検討すべきである。

③ 運営主体の改善

地域通貨の運営には、立ち上げ時期から導入時期、そして安定した運営へと移行する過程において、その段階ごとに運営形態を変えていくことが求められる。組織体制や運営メンバーについても、常に高い意欲を持つ人が参加できるように、開かれた組織体制を目指すことを心がけたい。

また、地域通貨立ち上げ時にNPO化を検討する場合も多いが、必ずしもそのような形式的な組織化が必要とは限らない。むしろ、初めは任意団体として活動し、取り組みが活発化しある程度安定してきた時点で、NPO法人への組織化を進める方が、活動を一時的に休止する可能性を含め、柔軟な対応が可能であると考えられる。

④ 地域通貨の循環

地域通貨の導入には様々な目的がある。相互扶助的な助け合いの促進から地域内経済の活性化など幅広く導入されている経緯がある。

そのような中で、地域通貨導入における目的の達成度の目安の一つが地域通貨の循環である。これは、発行した通貨がどのような頻度や経路で利用されているか分析することで知ることができる。循環サイクルの頻度や回数が増えれば、それだけ地域通貨を活用している参加者がたくさんいることがわかり、地域通貨導入による効果や目的達成に期待が寄せられることとなる。

地域通貨の多くの取り組みの報告として、利用の停留が挙げられている。理由として考えられることは次のことが挙げられる。

〔北海道下川町・FORE（フォーレ）の場合〕

- 1) 地域内の対象参加者・対象商店への認知不足
- 2) 地域通貨のトータルシステムとしての完成度不足や利便性の低さ
- 3) 参加者同士のコミュニケーション不足
- 4) 運営主体の運営体制不足

他方、地域通貨循環の促進にとって有効と考えられることは、次のことが挙げられる。

〔北海道下川町・FORE（フォーレ）の場合〕

- 1) 広報・宣伝活動の強化
- 2) 利用促進を意識したイベントやセミナーの開催
- 3) 地域通貨のトータルシステムとしての改善や利便性の向上
- 4) 参加者同士の交流促進
- 5) 運営主体の強化

これらを意識した広報・宣伝活動を展開する中から、新たな打開策を検討することが有効である。

地域通貨の停留を解消する方法として、利用可能な商店を増やしたり、商店での利用可能額を上げたりするのは、確かに有効な方法である。実際に地域通貨の循環が良好な地域ではそのような傾向が強い。なぜなら、使う住民にとって円と同じ感覚を持てるからである。しかしこれでは、地域経済の活性化につながりえても、必ずしもコミュニティの活性化につながるわけではない。現代社会において人間関係の希薄化などが問題視され、深刻化していく状況にあって、地域通貨がその解決の一助になりうると考えられているのに、コミュニティ醸成の問題を無視してしまうのは一面的である。そうすると、やはり重要になってくるのは、住民の意識を変革するような運営組織の活動が、特に導入初期の段階で明確に打ち出されるということであろう。商店側でも、住民側でも、地域通貨を「お金」として捉える傾向が強く、だからこそ「余り役立たない、使えない」という意見も多く見られる。運営主体は、「お金であってお金ではない」という二面性を持つメディアとしての地域通貨の意義とその有効な活用法が十分に理解されるように努力していく必要がある。

⑤ コーディネーター

地域通貨の立ち上げ時期に、地域通貨運営サポートや参加者間のコミュニケーションをサポートするための役目として、コーディネーターの配置が有効であると考えられる。コーディネーターは、地域通貨について専門知識を有しており、実践の活動経験がある方が望ましい。しかし、そのような専門知識を持った人材を外部から配置するには多くの費用が生じるため、財政的に余裕がない地域通貨運営主体の場合、コーディネーターの配置は厳しいだろう。

だが、地域通貨の立ち上げ時や初期の段階において、コーディネーターの存在は確かに心強い。地域通貨を普及させるための知識などを必要な時にいつでもアドバイスが受けられるメリットがある。財政的に余裕があるか、助成金が受けられる場合には、考える必要がある。

また、地域通貨参加者間の取引の仲介役としてコーディネーターを活用するケースも多く見られる。会員同士はお互いに顔見知りではないことも多く、人見知りからなかなか自発的な取引が行われにくい。こうしたケースにおいて、取引のマッチング・サポートをおこなうことで、会員間の交流促進が期待される。そのことで、会員間の取引が自然体でおこなわれるような取り組みへと、ステップアップすることが考えられる。

コーディネーターの配置の主な経費は人件費と捉えられるため、その配置においては常駐配置または定期的に配置期間を設けるなど、運営主体の判断が必要である。

〔北海道下川町・FORE（フォーレ）の場合〕

地域通貨導入時期の平成12年度・平成13年度に、年間4回の専門知識を有したアドバイザーの配置を行い、その期間内に地域通貨普及のためのイベントや勉強会を重ね、独自の地域通貨システムの構築をおこなった。

⑥ 地域通貨の運営資金等

地域通貨の立ち上げや運営にはさまざまな資金が必要となる場合がある。運営主体に対して金銭的・人的・物的支援対策が必要な場合が想定される。

金銭的支援に関しては、商工会や公共団体との連携が必要と考えられる。金銭的支援の必要性として、次のことが挙げられる。

- 1) 運営主体のサポート
- 2) 地域通貨セミナー・シンポジウムの開催
- 3) 先進地視察の実施

地域活性化を視野に入れた活動であれば、支援を得られることも考えられる。また、最近では地域通貨に対する認知度も高くなってきたため、地域通貨導入の支援事業などの可能性も考えられる。

人的・物的支援については、商工会や公共団体は次のような支援が挙げられる。

- 1) 会議室・事務所スペースの提供
- 2) 職員の正式な業務として地域通貨運営業務のサポート
- 3) 各種事務機器や事務用品を可能な範囲での提供

これらの人的・物的支援がおこなわれることで、運営主体の金銭的負担の軽減につながる。地域通貨運営支援として有効と考えられることは、次のようなことが挙げられる。

〔北海道下川町・FORE（フォーレ）の場合〕

- 1) 地元の地域づくり組織の理解や協力を得て、地域通貨研究グループ発足（下川産業クラスター研究会・地域通貨プロジェクト…事務局の支援）
- 2) 行政機関などの地域政策事業の支援を得る（上川支庁「地域通貨」導入支援事業・平成12年度・平成13年度）

※ 地域通貨導入にともなう、準備コスト、通貨制作コスト、宣伝・広告コスト、アドバイザー費などの支援

7. 代表的な循環スキーム例ーダブル・トライアングル

最後に、以上で説明してきた、商工会や商工業者が中心となって実施する地域通貨の代表的循環スキームを提示する。これはあくまでも一例にすぎないので、これを参考にして、各地域の実情に合致した独自の地域通貨を考案・実施することが望まれる。

【代表的な循環スキーム例】

代表的循環スキームの例が(図2-3)に示されている。それをここでは「ダブル・トライアングル」と呼んでいる。というのも、これは上部の小さな三角形(地域住民だけの地域通貨の小循環)が大きな三角形(商工業者、各種諸団体・NPOを含んだ地域通貨の大循環)に含まれ、その真ん中に地域通貨運営団体が位置している図だからである。下の方から一本の幹(行政による助成金)が貫いているようにも見えるが、これは当初はあるかもしれないが、いずれはなくなる部分である。多くの地域通貨の実践例でも明らかだが、住民だけが参加者である小さなトライアングルだけでは実際にはなかなか安定的通貨流通が確保されない。このため、大きなトライアングルにおける地域通貨の大循環が不可欠である。小さなトライアングルはこの中に含まれることで、動き続けることができる。地域通貨の導入・実施にあたっては、このような大きなトライアングルを形成できるように、地域内の多くの諸団体の協力や連携が必要なのである。

さて、このスキームでは、商工会、商工業者、関連諸団体・NPO、地域住民・消費者が四つの主要な主体である。これらが地域通貨を媒介にしていかに繋がるのかを見ていこう。

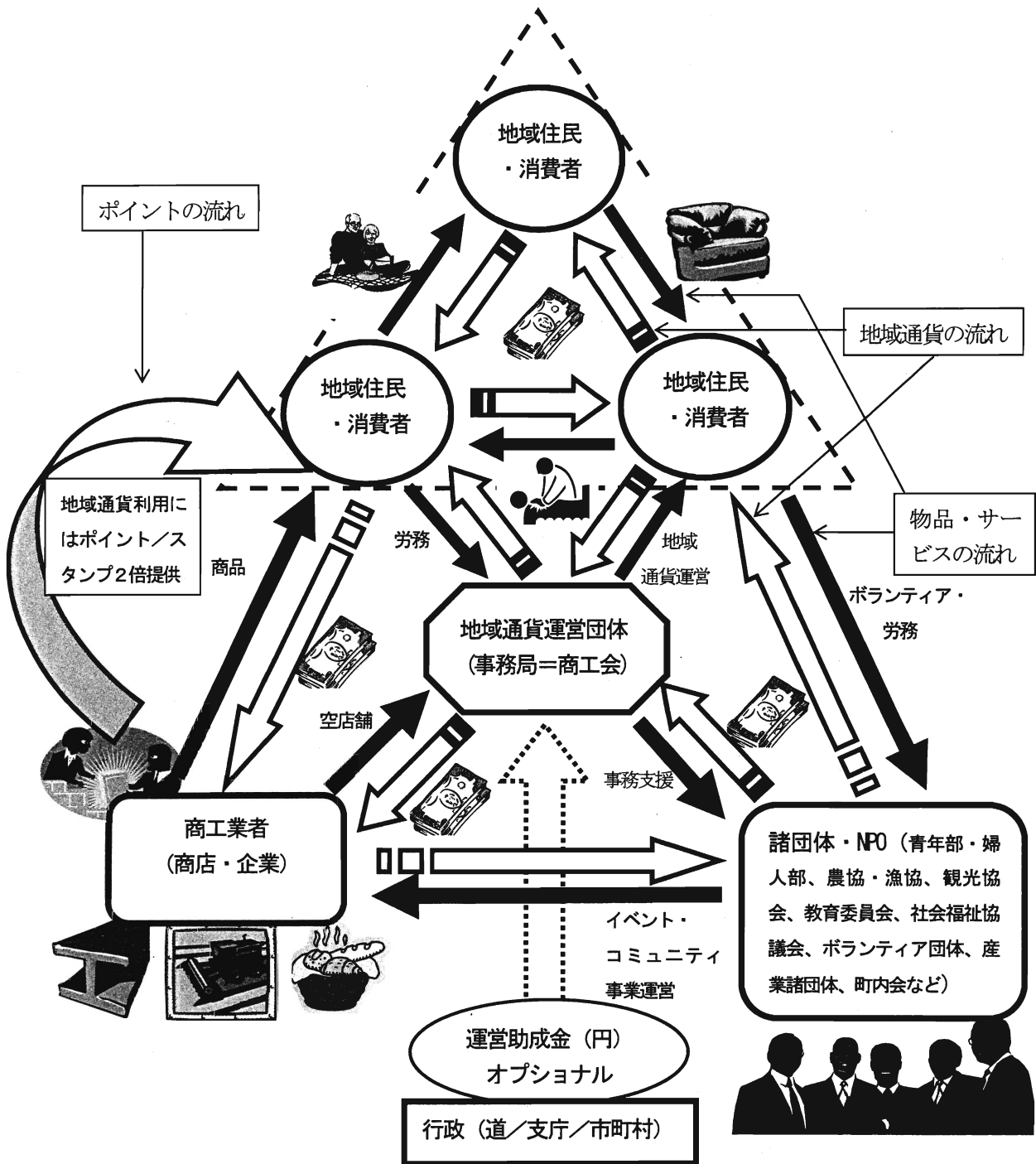
1. まず、商工会が事務局となり、地域通貨運営団体を立ち上げのための実務的な中心として機能する。その際、商店街の空店舗等を借上げ、運営団体の事務所にとるとよい。運営団体がここで会員の募集業務、通貨の発行業務を行うだけでなく、会員が好きな時に集い、取引を行ったり、情報交換を行ったりすることができるからだ。また、事務所内スペースを関連諸団体・ボランティア団体等に貸し出すならば、それらがここでイベントや事業を行うこともできる。この際、運営団体は貸出収入を地域通貨で受け取ればよい。この地域通貨の収入は運営団体の作業を手伝うボランティアなどに対して支払われる。
2. 商工業者は自分の商店や企業が販売する商品の代金の一部ないし全部を地域通貨で受け取る。それらが受け取った地域通貨は、イベントやボランティアの活動費支援として関連諸団体・NPOやボランティア団体に寄附する。もしくは、ポイントやスタンプと同じく、販売代金の何%分かを消費者へ還付したり、特売会などのイベントで景品として提供したりすることもできる。スタンプ事業やポイント事業を行う商店街は、地域通貨による代金支払いに対して、「ガウ」の場合のように円による支払時の2倍のポイントをサービス提供するなど、スタンプ/ポイント事業が地域通貨事業と連動し、両者が協力することが望まれる。これは地域通貨の流通を促進するだけでなく、スタンプ/ポイント事業に単なる金券ではないコミュニティ的な価値を付与して、その社会的意義を高めることに繋がる。このように、一方的な支援ー被支援で今後は続かない。お互いにメリットがある相利共生の道を模索することが重要である。
3. 関連諸団体・NPOやボランティア団体は、コミュニティ的価値を醸成するような、さまざまなイベントや取り組みを積極的に行っていく。高齢者向けの社会福祉・介護事業、環境負荷を軽減するエコロジー事業、祭りや運動会など伝統文化保持・親睦事業、フリーマーケット、朝市などリサイクル事業、有機農業事業など、各地域の特色を生かしたイベントや事業を考えてほしい。

ここで、多くの人々に協力をしてもらうことになるが、関連諸団体・NPOやボランティア団体は、労務提供者やボランティア協力者に謝礼として地域通貨を支払う。また、地域通貨運営団体に対して地域通貨管理運営サービスの手数料を支払ったり、商工会の事務支援に対する対価を地域通貨で支払ったりする。

4. 地域住民はイベントや事業に協力したり、また、相互扶助やボランティアを提供したり、自分で作った物や自分の技能サービスを提供したり、さらに、中古品等を提供したりすることによって、地域通貨を稼ぐことができる。地域住民はこうして手にした地域通貨を今度は消費者として商店街における買物にも利用することができる。
5. 行政は地域通貨運営団体に対し、運営助成金などを拠出して地域通貨を支援することもできる。これはあくまでオプションであり、必須というわけではない。行政の補助金はあくまでイニシャルコストをカバーすべきものと考えべきで、あくまでランニングコストは補助金なしで賄うべきである。いずれにせよ、地域通貨運営は補助金に全面的に依存すべきではない。でないと、補助金がなくなった時に運営ができなくなってしまう恐れがあり、自立的で安定的な運営管理が困難になるからだ。

以上見てきたように、地域通貨は商工会、商工業者、関連諸団体・NPO、地域住民・消費者が四つの主要な主体の間で大小のサイクルを描きながら、地域内を循環する。そうすることで、地域内の需要が喚起され、商工業者の経済活動が活発にになり、企業や商店における雇用が確保される。と同時に、多くの地域イベントやコミュニティ事業が地域通貨を媒介として行われることになる。

(図 2 - 3) 地域通貨の代表的な循環スキーム (二重の三角形)



【資料編】

個性ある地域通貨

北海道大学大学院経済学研究科助教授 西 部 忠

日本の経済は、長期にわたる不況から脱出できず、国の財政・金融政策も効果がないといった閉塞状況にある。そんな中、日本でも、不況対策・経済の活性化のためのマクロ的方策として地域通貨に注目が集まっている。

2～3年前まで、マスコミが地域通貨＝「エコマネー」と考え、地域内での相互扶助、ボランティア活動の支援、コミュニティ内での帰属感やふれあいの形成という観点から紹介するケースが多かった。最近では、むしろその経済的機能にたいする関心が高まってきたといえよう。竹中平蔵氏や加藤寛氏のようないわゆるエコノミストが地域通貨に言及するようになったのは、その現れである。

地域通貨は、経済とコミュニティを活性化することを目的する「経済＝文化メディア」ないしは「経済＝倫理メディア」であり、通貨的（経済的）機能と非通貨的（コミュニケーション的・社会的）機能を備えている。

「通貨」としての地域通貨の特性として、①市民ないし市民団体による自由発行、②ローカルな流通圏、③無利子またはマイナス利子（デマレージ）、また、「非通貨」としての地域通貨の特性として、④人と人をつなぎ相互交流を深める、⑤価値や関心を共有し伝える、⑥相互扶助による支え合いを強める、挙げられる。

地域通貨は共通にこのような特性を持っているが、実際には、運営ないし参加する個人・団体がどういう問題を主に解決したいのかという課題設定によって、その実際の性格は異なってくる。例えば、高齢者介護や福祉、過疎化した町や商店街の活性化、都市の緑化、自然エネルギーの利用、ゴミの削減などの課題がある時、個別の課題ごとの地域通貨もありうるし、また、こうした課題のいくつかあるいは全てを達成しようとする地域通貨もありうる。また、どういう品目を取り引きするかも地域通貨ごとに違う。「エコマネー」では、それが市場で取り引きされないサービスやボランティアにはほぼ限定されているのに対し、それ以外の地域通貨では、不要品や自家製品が取り引きされ、さらに、商店や企業が参加していれば、商品が提供される。さらに、「地域」といっても、町内会、小学校区、商店街、ニュータウン、大学、趣味のサークル、NPOや労働組合組織などさまざまだから、地域通貨もそれに応じて多種多様である。現在、地域通貨は世界中に3,000以上存在するといわれるが、それぞれがユニークで同じものは二つとない。

動植物の多様性が生態系の進化や安定性にとって非常に重要であることが指摘されている。資本主義のグローバル化により、社会や文化における画一化が進んでいる。しかし、経済社会でも多様性が重要なのではないか。とすれば、それを可能にするのは個性を備えた地域通貨ではないか（地域通貨の多様性については参考文献1）をご参照いただきたい）。

ここでは北海道上川郡下川町で実施されている地域通貨の実践例を紹介したい。一つの具体例を詳しく知ることが、地域通貨の個性とはどのようなものかを知るための早道だからである。

町の面積の90%が森林に被われた下川町は、林業・森林加工業がその基幹産業であり、カラマツ

木炭を開発した森林協同組合を中心に産業振興を目指している。このため、森林を意味する「forest (フォレスト)」からとった「LETS Fore (レッツ・フォーレ)」をその通貨名とした。1960年に1万5,000人を超えた人口も、林業の衰退、下川鉱山の閉鎖、国鉄線の廃止などがかさなり、これ以後人口が激減した結果、現在ではかつての三分の一以下の4,500人にまで低下している。典型的な高齢化・過疎化が進んだ地域であるといっている。下川町は、LETS (Local Exchange Trading System) の発祥地であるカナダ・ヴァンクーヴァー島のコモックス・ヴァレーと同じような産業構造と資本の流出、過疎化といった問題を抱えていたため、コミュニティの活性化だけでなく、地域経済の活性化・自律化をその目標に掲げることになったのである。

1999年2月、下川町産業クラスター研究会の「21世紀創造プロジェクト」に参加していた町職員、エミュー酪農家、おもちゃ屋などの若者が中心となって、LETSによる交換実験やポット楽ション (不用品などのオークション式交換会) などを始めた。また、2000年度から上川支庁の地域通貨導入事業の支援を受け、地域通貨発足の準備を進めた。2001年4月に規約や運営委員を正式に決めて、任意団体「LETS Fore」を発足し、本格的な稼働を開始することになった。

仕組みを簡単に説明しよう。参加者は、入会費1,000円を支払うと、1,200 Fore 記載済みの通帳と「ビバ!」を受け取る。これは、会員間のコミュニケーションを促進し、LETSを普及するためのツールとして地域情報誌である。その広告スペースを町内商店などにForeで販売し、広告収入としてえたForeで各店の商品を購入して読者にプレゼントしたり、取材者・イラスト担当者・編集者への支払をForeで行っている。

また、参加者は、入会時に「提供できる財やサービス (give you)」と「提供してほしい財やサービス (give me)」を登録することになっている。これは、集計されて次号の「ビバ!」に掲載される。円の入会費は、事務局運営費とボランティア保険料に当てられている。また、毎月100フォーレが事務局運営費として差し引かれていくので、1年間何も取引をしないと口座はちょうどゼロになる。1Fore = 1円、1時間の単純労働 = 1,000フォーレが目安だが、最終的な取引価格は参加者が相対で決定することになっている。

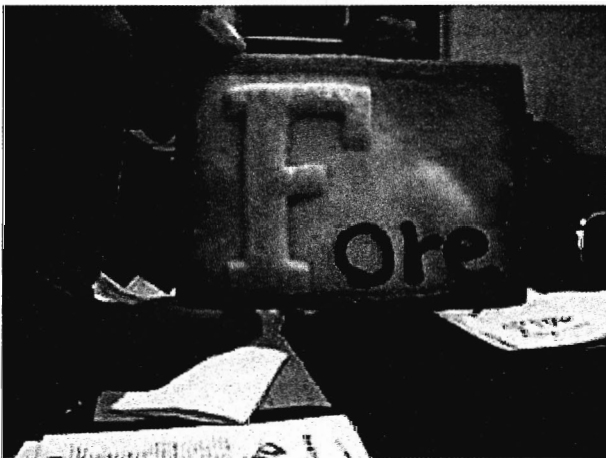
取引の仕方はLETSと同じだ。LETSでは、各参加者の口座はゼロから出発し、財やサービスを提供すれば自分の口座にその代金 (黒字) を、財やサービスを提供してもらえばその代金 (赤字) を記入していく。この場合、初めに何らかの財やサービスを提供してもらおうと、口座はマイナス (赤字) になる。LETSの仕組みに慣れていない人は、この赤字を「借金」であると考え、嫌いがちである。しかし、LETSでは赤字は、参加者がその分だけ地域通貨を発行したということであり、将来いつかそれと同じ黒字をコミュニティに返し



ますという約束を表す。それは取引の活性化に貢献する、地域通貨の大きな長所なのである。LETSにおける全ての参加者の口座を合計するといつもゼロになるが、これは、コミュニティの参加者が全体として相互に助け助け合っていることを端的に表している。だから、もし「借金」というなら、それは取引相手ではなく、コミュニティからのそれである。このことは初めはなかなか理解しにくいので、Foreでは、出発点を1,200 Fore とすることで、普通のお金と同じような感覚で使えるようにした。

参加者は、自分の赤字や黒字の取引を通帳に記録しておき、毎月末に事務局へ報告する。事務局は全ての取引を記録し、年末に集計結果を会員に報告する。通帳は、長期使用を考えて耐水性の上質紙を使用し、携帯に便利のように、八つに折り畳めばちょうど財布の中に入るように考えられている。また、その表紙にはメンバーの一人が描いた森林をイメージさせるイラストを配したロゴが印刷されている。なお、商店などの団体会員は、「大福帳」という大きな通帳を店に置いており、会員である客が Fore による代金をそこに記載し、店の人がそれを確認してサインすることになっている。

フォーレにはいくつかの特徴がある。その一つは、取引の公平さを保つために、赤字の限度に関するルールを明確に決めていることだ。赤字が-5,000 Fore に達すると、情報誌の残高一覧表で「イエローゾーン」に登録されて警告を受けるが、取引はできる。しかし、-10,000 Fore に達すると、「レッドゾーン」に登録され、何かを提供してその基準をクリアするまでは、財やサービスの提供を受けることができなくなる。一方的に赤字を累積させる人もいないとも限らないから、こうしたルールは LETS のシステムではよく採用されている。



LETS Fore では事務局も口座を持って取引をしている。事務局は、その運営を入会費（円）と毎月の管理費（Fore）の両方で受け取るが、例えば、参加者に広報用パンフレットのイラストや、事務局が非定期的に主催するイベント運営の手伝いを依頼し、円と Fore で支払っている。2001年度には、3回のイベントが行われた。されることである。ポット楽ションなどの取引で会員間の親睦を深めている。

LETS Fore には体験入会者制度がある。体験入会者になるには事務局で1,000円を支払い、1,200の振り込まれた体験通帳が配付される。そ

の通帳で、会員と Fore での取引を行う。余った Fore は事務局へと寄付される。案内として1時間1,000 Fore でガイドを頼むこともできる。

2001年11月には、下川町の商店街で買い物をするともらえるスタンプである「アイキャンスタンプ」と Fore との交換が、商工会の協力のもと実現された。事務局が、スタンプの台紙1枚（スタンプ350枚）を1,000 Fore に交換することができる。スタンプ台紙1枚は加盟店で500円分の買い物ができるが、それよりも Fore に交換する方が得になる。これにより、Fore を稼ぐ方法を提供することができる。また、理事会は、個人会員とは別に商店（法人）会員を作り、取引額にたいして累進的な寄付を募ることを決めた。

2002年3月現在の会員は、個人会員57人、団体会員4、合計61である。2001年4月の開始時期の会員数は個人会員だけで40人であったから、1年間で21人、約50%の増加した。この間、パン屋、おもちゃ屋、焼き肉屋、パブの四件の商店が団体会員として参加し、円の代金の10%



相当を Fore で受け取ることにしている。LETS Fore の2001年度の総取引額は157,145 Fore、総取引回数は337回、1口座当たりの平均取引額および取引回数は、それぞれ、2,244.9 Fore、7.0回であった。また一回あたりの平均取引額は466.3 Foreであった。

この間、個人間で取引されたのは実に多種多様である。財としては、米やパン、ラーメン、アイス、お菓子等の食材、ジュース、各種酒類等の飲料品、靴下やTシャツ、洋服などの衣類、シーツやマルチクロス、食器、割り箸などの生活雑貨、バッグ類、FAXやビデオデッキ、レンジ台などの電化製品、その他、中古タイヤやベッド、ソファー、置き時計、植物の種、自作漫画であり、サービスとしては、パソコンやウィルス駆除の指導、英語の指導、水道管凍結時のアドバイス、ドアの修理やウッドデッキの取り付け、刈り込みばさみの研磨、イラストの作成、散髪、留守番や郵便物の差し出し、引っ越しの手伝い、物置の片づけなどである。高額取引としては、イベントの運営補助、英語教材（それぞれ5,000 Fore）、車送迎（3,600 Fore）、ウッドデッキの取り付け（3,000 Fore）がある。

モノやサービスの取引後に、「フォーレ！」と言い合うことで双方がコミュニティのメンバーであることを確認することになっている。また、ちょっと感謝の気持ちを表す場合、「39 Fore」、単なるお金による売買ではえられない交流とコミュニケーションがえられている。

確かに、参加者や取引規模はまだそれほど大きくないし、参加者が日常的に使うところまで到っていない。だが、商店参加が増えてくれば、取引はもっと活発になるであろうし、コミュニティ形成という面では大きな役割を果たしていると言えよう。

（参考文献）

- 1) 西部忠『地域通貨を知ろう』岩波ブックレット、2002年9月
- 2) 西部忠「いまこそ地域「通貨」を見直そう」『エコノミスト』80（45）、2002年10月
- 3) 沼田誠『日本の地域通貨にみる二面性の含意についての考察』北大経済学研究科修士課程研究成果報告書、2003年

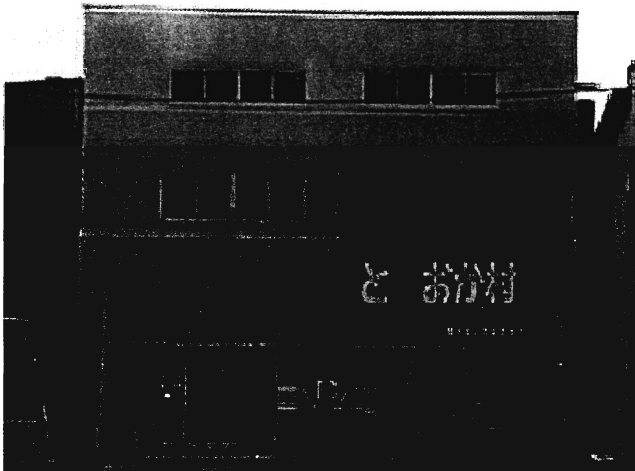
視察事例報告

1. 旭川市豊岡商店街 CoCo の事例
2. 大和市 Loves の事例
3. 西土佐村商工会 ウェス土佐 の事例

豊岡商店街振興組合「とよおか地域通貨 COCO」

豊岡商店街は、旭川市の中心街にある商店街として発展してきたが、近年、近隣大型店との競合、核店舗がない、空き店舗の増加等商店街全体の魅力が低下してきている。平成14年1月末の組合員数は41人である。

また豊岡地域においては高齢化、都市化が進み、地域のコミュニティ機能が低下し、消費者の行動が読みにくくなり、商店街にとって不安材料となっている。



平成14年7月に商店街の有志が、空き店舗となったパチンコ店を競売で入手し、商店街はその施設を借り受け、地域活動の拠点として「とよおか村」という名称でオープンした。

地域住民や買い物客が気軽に集えるたまり場づくりをめざし、産直市、商店街の会議等、町内会の総会、小学生の作品展示会等様々な目的に利用されている。

平成15年8月、拠点施設「とよおか村」の来場動機の1つとして、利用者の増加を図るため、以前から興味をもっていた地域通貨に取り組んだ。

「とよおか地域通貨」実験事業を実施

国の緊急雇用対策事業（補助金700万円）で3ヶ月の実験事業
「とよおか地域通貨」研究会（旭川商店街サポートセンターと豊岡商店街振興組合）が運営主体となる

1 地域通貨の特徴

- 利用する地域通貨は紙幣型 単位は「こころ (COCO)」
1こころ (COCO) = 1円を目安 円との換金はできない
100こころ、500こころ、1,000こころの3種類を発行
- COCO=CO2（リサイクルなど環境問題も考える）

- 会員制とし、会員間でのみ使用

会員は、豊岡地域の町内会、小学校、中学校、高校、サークル・クラブ、豊岡商店街及びその構成員並びに関係団体（NPO、有機農業者等）などの事業賛同者

2 実施状況

- イベントを中心に使用。（産直市、リサイクル市、「とよおか村まつり」でのゲーム大会など）

- 商店街の一部の店（協力店）でも使用
11店舗、2,000円以上の買物で5～10%に相当する額に使用
- 緊急雇用対策事業で、コーディネータとして5人を臨時雇用（期間4ヶ月）
会員の「してもらいたいこと」と「してあげられること」のコーディネートをする
「してもらいたいこと」を登録 登録項目数 72件
「してあげられること」を登録 登録項目数 126件

ココロ(coco) 交換帳 2

日付	相手	内容	取引	残高
		表面から繰越		7,700
9/1	事務局	リサイクル本	200枚	7,900
10/2	佐木倫栄さん	リサイクル本	300枚	7,600
10/18	赤坂直紀	CoCo遠足運転	100枚	7,700
10/18	大宮 諒	"	100枚	7,800
10/18	事務局	CoCo遠足 参加費	1000枚	6,800
10/25	事務局	ハム大会 参加費	500枚	6,300

最後まで書き終わったら、事務局へご提出下さい。

3 課題等

- コミュニティのツールとして導入したが、都市部に位置しており、コミュニティ意識が希薄であり、コーディネータを5人臨時雇用したが、コーディネートの実績が少なかった。（「本当に困っている人が少ない」「頼みづらい」）
- 3ヶ月の実験期間では短い、最低1年間は必要
- 今回は国の補助事業で700万円の補助金を活用出来たが、商店街自体での取組は、資金的に難しい、実験期間で終了し継続しない。
- 地域通貨の会員になってくれた人の情報を活用し、今後の地域コミュニティの再生、商店街活性化に活用したい。



大和市「IC 地域通貨・LOVES」

平成14年度の商業統計では、大和市の小売業1,701店。年間の小売業販売額は2,253億円で、その販売額の推移は平成9年をピークに減少している。一方、大和市内の大規模小売店舗数は増加の一途を辿り、その全てが郊外進出である。

大和市は、小田急電鉄江ノ島線と相模鉄道本線が交差する大和駅周辺地域が商業の集積地区で11の商店街があり、75店の卸売業と404店の小売店がある。市では、平成12年度に中心市街地活性化基本計画を策定し、これら大和駅周辺の中心市街地活性化に取り組んでいる。

駅周辺の商店街利用者は、地理的に東京、横浜方面への通勤、通学など鉄道利用者のほか郊外型ベットタウンとして近隣住民に利用されているが、駅前の大型店の郊外移転や消費購買力の流出など中心市街地の集客力は減少している。

平成12年度大和市商業動態調査の市民買い物動向によると、最寄品の7割以上が地元購入に比べ、買回り品では地元以外で購入する割合が高い。こうした状況下、大和市が中心商店街の活性化策として「地域通貨」に取り組むことになった。この様な都会型の地域特性をもつ大和市は一方で、地域住民と行政との情報化については積極的で、02年に経済産業省の「IT装備都市研究事業」（補助事業）に採択され市民ICカード（印鑑登録証明等各種証明書の発行）導入を実施。同事業に地域通貨機能を加えたシステムを採用した行政主導の事業で行政サービスと地域通貨が一体となったカードで、市民が日常生活で利用出来るカードとしての機能を目指している。

LOVESカード保有者は9万人。LOVESカードの普及や利用等の支援のためNPO法人「ラブズサポートセンター」を設置。市からの助成金等で運営している。

大和市「IC地域通貨・LOVES」のICカードの利用には、情報を読み取る機器「ICカードリーダー」が必要で市役所やコミュニティセンター等の施設に95台設置（1,000台予定）すると共に商店の店舗にICカードが使えるパソコンを置いて市民が手軽に利用出来る仕組み。

ラブスの普及と利用促進のためNPO法人「ラブズサポートセンター」が市民、商店に対し支援活動を実施。同センターのHPではラブスの利用情報やイベント等を紹介している。

大和市「IC地域通貨・LOVES」の実施は、経済産業省のICカードの普及等によるIT装備都市研究事業として、カード、運用システムの開発整備等は補助金によるもので事業実施主体は行政。「ラブズサポートセンター」が事業の普及等の支援機関になっている。

「い」と「もの」を大切にすることからはじめよう。こころと環境、つながり、ゆるぎなく、

YAMATO LOVES
100
LOVE

ラフスは、やさしい風情をやりとりするためのツールです。

発行：NPO法人 ラフスサポートセンター 連絡先Tel/Fax 208-2210



「い」と「もの」を大切にすることからはじめよう。こころと環境、つながり、ゆるぎなく、

YAMATO LOVES
10
LOVE

ラフスは、やさしい風情をやりとりするためのツールです。

発行：NPO法人 ラフスサポートセンター 連絡先Tel/Fax 208-2210

化学肥料を使わず 健康な土で育てた **LOVES 有機野菜**

LOVES 元気やさいネットやまど

知って

LOVES 元気やさいネットやまどは、
旬の見える空の産地直送野菜
旬の産地でとれた旬の野菜を
人の心を広げる

LOVES 元気やさいネットやまど <http://www.genki-yasai.net/shop/>
【事務局】大和市西陵岡1-2-1 ナベタビル2F 電話048-208-2215 メール info@genki-yasai.net

消費者 会員 募集中!

システムなの？

★ホームページの会員登録は、
ホームページの
会員登録ボタンをクリックして
会員登録ボタンをクリックして
会員登録ボタンをクリックして

★あるいは直接事務局までお問い合わせいただき、会員登録ボタンをクリックして

入会方法

ホームページの会員登録ボタンをクリックして
会員登録ボタンをクリックして
会員登録ボタンをクリックして

仲間の声

ホームページの会員登録ボタンをクリックして
会員登録ボタンをクリックして
会員登録ボタンをクリックして

<http://www.genki-yasai.net/shop/>

野菜を受け取る

代金を支払う

LOVES 元気やさいネットやまど

西土佐村地域流通商品券「ウェス土佐」

高知県西土佐村の人口は3,816人。この内60才以上の人口が40%を占め、高齢、過疎化が進んでいる。村の面積の91%が山林原野であり33の集落が点在する山村間地域。近隣市町村への大型店の進出、少子高齢化、後継者不足等の問題から年々、小売・サービス業が減少している。購買力の村外流出は70%以上になる。

商工会では村の商工業の現状と将来を考え、平成14年12月から地域経済活性化型の「地域流通商品券」方式の地域通過を開始した。

西土佐村地域流通商品券「ウェス土佐」は、地域住民、消費者と商店街の連携等を目ざすコミュニケーションやボランティアを目的とした地域通貨ではなく、村の商工業の振興をはかり地域経済活性化のための事業としてスタートした。

加盟店は58企業。店頭には「ウェス土佐」のステッカーを貼って住民にPRしている。「ウェス土佐」は企業が冠婚葬祭用に利用するが、プレミアムが無いいためか一般消費者からの購入は少ないのが課題。

西土佐村地域流通商品券「ウェス土佐」の発行は、商工会が実施主体となって事業を実施。有効期間6ヵ月の商品券で額面は1,000円。利用は手形の裏書方式で流通させる。

換金は手数料1%。





西土佐村地域流通商品券WESTOSA ってなに？



●地域経済を活性化させる地域通貨をモデルにした商品券です。

地域流通商品券とは、西土佐村のなかで流通・循環される「もうひとつのお金」ともいえるべき働きをするものです。通常の商品券とは違い、地域流通商品券は有効期限内であれば何度でも村内の取扱店で利用することができます。

西土佐村地域流通商品券WESTOSAは、全国で実施されている地域通貨をモデルにした商品券です。全国には数多くの地域通貨発行団体がありますが、そのほとんどが地域でのふれあい・ささえあいを目的とした相互扶助（ボランティア）型のものです。WESTOSAは地域経済の活性化に重点をおき、商品券方式を採用しました。

●手形の裏書方式の採用 & 5 回の流通

手形の裏書をするように、利用時にはWESTOSA券裏面に署名（押印）をします。1枚のWESTOSAは、最高5回まで村内取扱店で利用することができます。（ただし、有効期限は発行日より6ヶ月以内です。）

また5回流通後、署名欄がなくなったWESTOSAは、商工会で新しいWESTOSAに交換できます。（新券との交換も有効期限内となりますので、ご注意ください。）

●いつでも現金化

WESTOSAは、いつでも現金化できます（現金化は取扱登録店のみ可能）。ただし換金時には額面の1%を事務手数料として徴収しています。これは、なるべく現金化せずに村内取扱店での利用をお願いするためのものです。

●WESTOSAでおトクなサービス！

取扱店によっては、割引やスタンプサービスなどのWESTOSA特典が受けられます。またWESTOSAの受入限度額は取扱店によって異なりますので、ご注意ください。WESTOSA特典、受入限度額については、各取扱店または商工会までお問い合わせください。

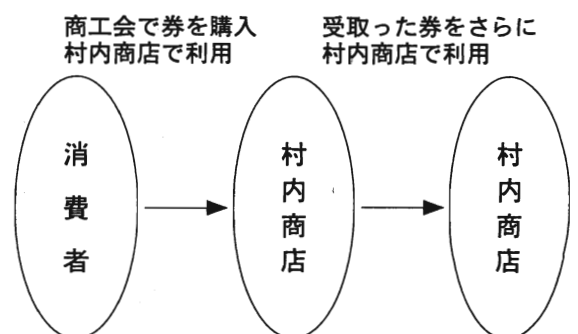
こちらのページでも、ご覧いただけます。→[WESTOSA取扱登録店](#)

WESTOSAは、このように村内を循環していきます

①消費者が商工会からWESTOSAを購入し、村内商店での支払に利用する。

②受取った商店は、今度は自分の買物でWESTOSAを利用し、券が村内をぐるぐる循環していく。

このようにWESTOSAは、村内限定の金券ですから、循環し続けることで村内にお金にとどまるといえるしくみです。



委員名簿

専門委員（2名）

西部 忠

北海道大学大学院経済学研究科助教授

今井 宏

任意団体 レッツフォーレ理事長

主催委員（3名）

北山 隼

北海道商工会連合会事務局長

野村 芳久

北海道商工会連合会振興部長

西野 裕二

北海道商工会連合会振興部事業支援課長・地域支援課長

事務局

津呂 真一

北海道商工会連合会振興部主幹

岩谷 晃好

北海道商工会連合会振興部主幹

一監 修一

北海道大学大学院経済学研究科 助教授 西部 忠