

## 地域通貨の利用と店舗の取り組みに関する実態と課題

—東京の二事例に焦点を当てて—

A study on actual conditions and future issues about utilization of community currencies and retail shops' efforts —Focusing on two cases in Tokyo—

工藤 麻人\*・室田 昌子\*\*

Asato Kudo\*・Masako Murota\*\*

In this study, we focus on the circulation of a community currency and all the efforts done by every single retail shops, and aim to consider how to improve the awareness and promote the community currency. We surveyed 13 community currencies in Tokyo, Kanagawa, Saitama and Ibaraki respectively. In addition, we conducted street surveys for the 2 currencies out of these 13 community currencies, of which many shops are the joining as a membership and a wide range of availability. They are the Earth-day money and the Atom currency. We herewith would like to show you the difficulties and substantial challenges of a community currencies based on the result of this survey.

*Keywords:* Community currency, currency circle, wide-range cooperation, shops' utilization

地域通貨、通貨の循環、広域連携、店舗利用

### 1. 研究の背景と目的

地域通貨は、日本では地域やコミュニティの活性化の手段として着目され、既に様々な地域で導入されている。一方で、その普及が進展せず、中止や自然消滅している地域も多く、活発に活用されているとは言い難い状況にある。当該地域の人々が存在を知らない地域通貨もあり、その認知度の向上や普及が大きな課題である。

本研究では、地域通貨の循環と特に広域的な連携の取り組みを行っている地域を対象に、店舗での取り組みに着目し、地域通貨の利用促進に対する考察を行うことを目的とする。

### 2. 地域通貨の定義と本研究の対象

#### 2-1. 地域通貨について

地域通貨は、その目的と用途や手法が多様であり、地域に応じた特徴を持っている。地域内の商店で扱うことのできる商品券、割引券という形をとっているものが多く、用途は物々交換に限らず、サービスとの交換も可能である。そのため人と人とを繋ぐコミュニケーションや、相互扶助としての役割も担っている。

#### 2-2. 本研究の対象

まず始めに各地域通貨をインターネットや書籍から調査し、自治体などを通じて協力依頼を行った。その中で協力頂いた東京・神奈川・埼玉・茨城の1都3県の13通貨を対象とした。

次にその13件のうち、特に取扱い店舗が多く、広域で利用可能である渋谷区の「アースデイマネー」と早稲田・高田馬場地区の「アトム通貨」を対象にアンケート調査を行った。

#### 2-3. 調査方法と対象地域

調査方法として、13通貨については、主催者に対するインタビュー調査を実施し、2通貨については、加えて地域通貨を取り扱う店舗でのアンケート調査を実施した。後者の調査方法は、直接取扱店に訪問、もしくはメール等での連絡を通して依頼を行い、直接回収した。

アースデイマネー、アトム通貨ともに調査期間は2010年12月であり、アースデイマネーは渋谷駅1km周辺の店舗を中心に73店舗、アトム通貨は高田馬場東・西早稲田通りの40店舗にアンケートを実施した。その結果、各10店舗と13店舗、合計23店舗の回答を得た。

### 3. 地域通貨の利用実態

#### 3-1. 地域通貨の入手方法や利用方法

入手方法についてであるがボランティア活動とイベントでの入手がそれぞれ10地域にあり、主な入手手段となっている。これは地域通貨自体がボランティア活動の活性化も目的としているのと、入手機会の増加の意味で運営側が通貨を入手できるイベントを企画することがあるのが大きい。他に個人間取引で入手、会員費・年会費を払うことにより同額程度の通貨を得るといった方法がある。その他の入手方法としてはガウの地元の商店街のポイントカードのポイ

\* 非会員 東京都市大学環境情報学部環境情報学科 (Tokyo City University)

\*\* 正会員 東京都市大学環境情報学部環境情報学科 (Tokyo City University)

ントを貯めることによる入手やアースデイマネーのアース  
 デイガチャといったものがある。

次に利用方法である。個人間取引のみとしているラブリ  
 ーなせ以外では店舗利用が主となっている。キララだけは  
 例外で取扱い店舗において 1000 円以上の買い物をするこ  
 とでキララとの引き換え券をもらうという形になっており、  
 キララバスに乗った際に使えば無料で乗ることができる。

運営団体の構成は主に NPO が多く、中には市や市民団  
 体が関わっているところもある。戸田オールやキララは市が  
 直接関わり管理や運営しており、キララは最初の二年間は  
 国政からも交通事故対策として補助金を受け取っていた。

最後に他通貨との連携と事業連携についてである。こち  
 らは主に主要とする地域以外の場所でも使える場合や他の  
 追記通貨と互換性があるものが対象となる。他通貨との連  
 携の場合、通貨同士の交換を同じレートで行うことができ、  
 用途や利用可能地域の拡大に繋がっている。これまでア  
 ースデイマネーは川崎市多摩区の「たま」、静岡県伊東市の「温  
 銭」、山口県の「フシノ」、都築リーフは「横浜環境ポイント」、  
 C-リングは静岡県伊東市の「温銭」、セグロウは銚子で行わ  
 れていた「ぼらん」と連携が行われている。

事業連携についてはアースデイマネーとアトム通貨は後  
 述するが、ガウは地元商店街のカード事業と連携している。

表 1. 地域通貨の入手方法と利用方法

名称	開始年度	発行部数	入手方法				利用方法				構成団体	連携			
			ポ ラ ン テ イ ア	イ ベ ン ト	会 員 費 ・ 年 会 費	個 人 間 取 引	店 舗 利 用	個 人 間 取 引	公 共 施 設 ・ 交 通	N P O			行 政	市 民 団 体	他 地 域 ・ 事 業
アースデイマネー	h13. 10~	年間1100万r	○	○	×	×	○	○	128	×	×	×	×	○	○
ガウ	h13. 10~	通算795万ガウ	○	○	○	×	○	○	30	×	×	×	×	×	○
都築リーフ	h14. 1. 30~	年間150万リーフ	○	×	×	×	×	×	100	×	×	×	×	×	×
戸田オール	h15. 10~	年間1万枚	○	○	×	○	×	×	104	○	×	△	×	×	×
C-リング	h16~	不明	○	○	○	○	×	○	14	○	×	×	×	○	×
キララ	h16~	年間3万枚	×	×	×	×	×	○	70	×	○	△	×	×	×
ありがとう券	h16~	年間1万5千枚	○	○	×	×	×	○	71	○	×	○	△	×	×
アトム通貨	h16. 4. 7~	年間5万枚	○	○	×	×	×	○	200	×	×	×	×	×	○
ラブリーなせ	h17. 1. 30~	年間1000枚	×	○	○	○	×	×	-	×	×	×	○	×	×
セグロウ	h17. 12. 3~ h18. 3. 1	通算32万 セグロウ	○	○	○	○	×	○	150	×	○	×	×	○	×
イタッチ	h18. 9~	通算3000枚	×	○	×	×	×	×	41	○	×	×	○	×	×
オーエン	h19. 5~	通算500通帳	○	○	×	○	×	○	2	×	×	×	○	×	×
マイルス	h21. 1. 15~ 3. 15	通算400枚	○	×	○	×	×	○	26	×	×	×	○	×	×
合計数値			10	10	5	6	3	11	-	6	2	7	3	6	4

注) 利用方法: △…店舗で1000円以上のものを買い物した際に通貨引き換え券入手  
 構成団体: ○…実施団体、△…支援団体  
 その他: ○…該当あり、×…該当なし

### 3-2. アースデイマネーの利用実態

アースデイマネーは 2001 年 10 月 23 日より渋谷で実験的  
 に導入開始され、その時に大きな反響があり有志数人の手  
 により、アースデイマネー・アソシエーションが設立され  
 た。導入目的としてはアースデイマネーの普及・開発事業、  
 及びそれに関連する事業を行い、より多くの人々に対して  
 その可能性についての認識と実感を高め、地域環境さらには  
 地球環境の保全、ならびに経済から教育にいたる社会変  
 革に資することとなっている。

アースデイマネーの入手方法は二つあり、一つ目は HP  
 等に登録されているプロジェクトやイベントに参加するこ  
 とによって入手するものであり、内容としては活動の内容  
 は資源回収や清掃活動のようなエコ活動や子供・外国人の  
 支援活動、及び各地の活性化などがある。

二つ目がアースデイマネーの自動発行機「アースデイガ  
 チャ」で寄付をすることである。アースデイガチャとはガ  
 チャガチャをモチーフとしたもので、いわばアースデイマ  
 ネー版の ATM のことである。カプセル 1 個 200 円で、購入  
 することで同額のアースデイマネーを得ることが出来る。

通貨の循環を図 1 に示すと、発行団体である NPO 法人ア  
 ースデイマネー・ソリューションを中心に各プロジェクト  
 やアースデイガチャを通じて参加者達に通貨が行き渡っ  
 ている構図となっている。手に入れた通貨を協賛店で使い、  
 協賛店はそれを現金に換金することで循環が成り立ってい  
 る。使える地域は渋谷区や目黒区を始めとした都内各地、  
 神奈川、千葉、長崎、大分、京都、長野となっている。

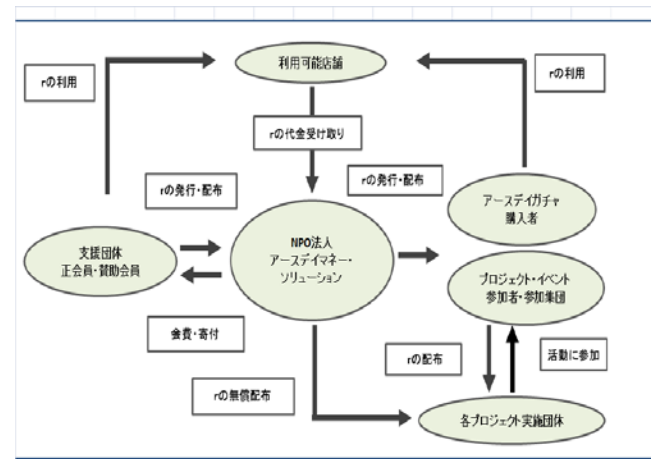


図 1. アースデイマネー循環図

### 3-3. アトム通貨の利用実態

次にアトム通貨である。アトム通貨は早稲田・高田馬場  
 の中心に地域コミュニティを育み、街を活性化させるため  
 の地域通貨として 2004 年 4 月 7 日に誕生した。鉄腕アトム  
 の作者である手塚治虫氏の著書「ガラスの地球を救え」に

記された手塚氏の願いがアトム通貨の理念になっている。

入手方法は主にアトム通貨実行委員会が主催・協力するイベントやNPOや町内会、ボランティアサークルが実施するプロジェクトに参加することとなっている。内容としてはマイ箸の促進活動やゴミ回収のようなエコ活動が多く、他にも子供や高齢者に向けたものや地産地消を目的としたものがある。

循環の流れは図 2 のように各地域に設立されているアトム通貨実行委員会の支部を通じてプロジェクト・イベント主催者にアトム通貨を配布、それをプロジェクト・イベントに参加した人達に配布する仕組みになっている。得た通貨を協賛店で使用し、協賛店も手に入れた通貨を換金する形となっている。利用可能な場所は早稲田・高田馬場地区他、川口、札幌、新座、徳島、松山、仙台とこちらも使える範囲は広い。

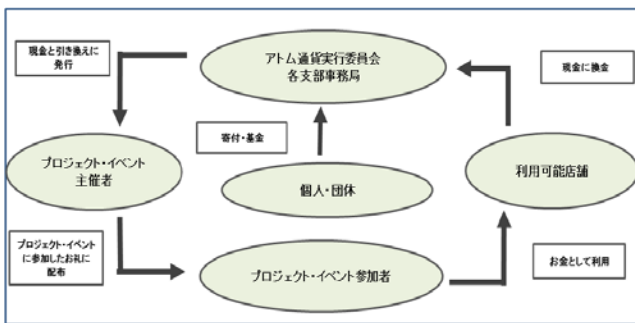


図 2. アトム通貨循環図

### 3-3. 地域別の実施プロジェクト

両通貨のイベントやプロジェクトについて把握する。まずはアースデイマネーについてであるが、プロジェクトの分類は「つくる・たべる」「エネルギーのみらい」「アートのチカラ」「しぜん・いきもの」「ココロとからだ」「あつまろう・つながろう」「わたしのまち・ぼくのまち」「ニッポンのげんき」「せかいのしあわせ」の 9 つに分かれており、資源回収や清掃活動のようなエコ活動や子供・外国人の支援活動、各地の活性化のようなテーマが主となっている。現段階で登録されているプロジェクトの分類の内訳は 5 件、4 件、6 件、1 件、7 件、4 件、1 件、2 件、2 件、2 件となっている。主導する NPO 団体の拠点は東京が殆どで、他には埼玉・静岡・長野がそれぞれ 1 団体ずつである。

対してアトム通貨であるがプロジェクトの数としては表の通りとなっている。プロジェクトの分類については割愛している。店舗数の多い、高田馬場・早稲田と新座市が特に件数が多い結果となっている。

表 2. プロジェクトの内訳

アースデイマネー		アトム通貨	
地区	件数	地区	件数
東京都	31	早稲田・高田馬場	22
埼玉県	1	新座市	21
静岡県	1	川口市	9
長野県	1	札幌市	15
-	-	徳島市	9

## 4. 利用店舗の実態と意向

### 4-1. 営業開始年度と導入開始年度

まず各店舗の営業開始年度と導入開始年度についてである。営業開始年度はアースデイマネーが 2000 年前後に営業が開始された店が多かったのに対し、アトム通貨では古くは大正、もしくは昭和からやっているお店が大半を占めていた。また調査店舗はすべて個人商店に当たっている。

導入開始年度はバラつきがあり、初めからやっている店舗から最近始めたばかりの店舗もある。中には営業開始と同時に取り入れている店舗もあった。

表 3. 営業開始年度と導入開始年度

質問項目	選択肢	
Q1. 貴店の営業開始年度はいつですか?	( )年	
Q2. 地域通貨を導入したのはいつからですか?	( )年	
Q1	アースデイマネー	・～2000年…1件 ・2000～2005年…3件 ・2005年…2件 ・不明…4件
	アトム通貨	・大正…1件 ・～2000年…10件 ・2005年…1件 ・不明…1件
Q2	アースデイマネー	・2005年…5件 ・不明…5件
	アトム通貨	・最初から…5件 ・2000～2005年…2件 ・2005年…3件 ・不明…3件

### 4-2. 導入目的ときっかけ

次にきっかけと導入経緯についてである。きっかけはどちらも①が多い結果となった。中には個人の縁や商店街としての参加とした店舗もあった。

導入経緯についても①と②の割合が大きく、どの店舗も商店街や地域の活性化を期待する声が大きく、店側のイメージ向上や利益はほとんど目的にしていなかったことがわかる。

表 4. 導入目的ときっかけ

質問項目	選択肢	
Q3. 地域通貨を導入したきっかけは何ですか?	①発行者側の依頼・宣伝 ②地域新聞・ニュース ③地域振興組合からの紹介 ④自治体からの紹介 ⑤NPO・市民団体からの紹介 ⑥その他( )	
Q4. 何故地域通貨を導入しようと思いましたか?	①地域での連携・ネットワークの強化のため ②地域活性化への期待 ③売り上げやイメージ向上に繋がると思ったため ④ボランティア活動活性化のため ⑤その他( )	
Q3	地域通貨/選択肢	① ② ③ ④ ⑤ ⑥
	アースデイマネー	6 0 0 1 1 2
	アトム通貨	9 1 1 2 0 1
Q4	アースデイマネー	6 3 1 2 1 -
	アトム通貨	6 9 1 3 0 -

### 4.3. 利用実態と宣伝

地域通貨の利用頻度については、1ヶ月あたり10人までが多いが、アトム通貨は50人以上という店舗も1店舗確認された。地域通貨の使用量の多い店舗としては、アトム通貨では月単位で50枚以上という店舗もあるが、基本的には0~5枚が多い。特に靴屋や半子屋などの商品単価の高い店舗では、商品に占める地域通貨の金額が小さすぎるために、なかなか扱われにくいということである。

PRについては、アトム通貨ではステッカーやポスターといったものが配布されており、これらを店舗内に貼っている。店のウェブサイトにて情報を掲示しているケースや、毎回、直接、口頭で客に使えることを伝えるという対応をとっている店舗がある。このようなPRは重要であり、アトム通貨で利用客数が多く、使用量が多い店舗は、このような口頭による情報提供を行っている。

表5. 利用実態とPR

質問項目		選択肢			
Q5. 地域通貨の利用頻度はどのくらいですか？(月単位で)		①1~10人 ②10~30人 ③30~50人 ④それ以上			
Q6. 地域通貨の受け取り枚数はどのくらいですか？(月単位で)		それぞれの通貨の単位…( )枚			
Q7. 地域通貨のPRは行っていますか？		①はい ②いいえ			
Q8. ①を選んだ場合、どのような工夫をされていますか？		①店内告知 ②HP ③その他( )			
Q5	地域通貨/選択肢	①	②	③	④
	アースデイマネー	10	0	0	0
	アトム通貨	10	2	0	1
Q6	アースデイマネー	・1~5枚…4件 ・10~20枚…1件 ・不明…2件			
	アトム通貨	・0~5枚…4件 ・10~20枚…2件 ・50枚以上…2件			
	地域通貨/選択肢	4	6		
Q7	アースデイマネー	11	2		
	アトム通貨				
Q8	アースデイマネー	3	1	0	
	アトム通貨	10	2	3	

### 4.4. 情報交換と今後について

情報交換については、アトム通貨は定期的に店舗への情報提供などを行っているのに対し、アースデイマネーではあまり行われていない。中には数年間全く連絡もないという店もあった。これはアトム通貨が密集した商店街であることに、アースデイマネーは範囲が広すぎるのが要因と指摘できる。

ただ今後について見てみるとこれからも続けていくという店舗が殆どという結果となっている。

表6. 情報交換と今後の導入意思

質問項目		選択肢	
Q8. 発行者側と情報交換等は行っていますか？		①はい ②いいえ	
Q9. これからも地域通貨の導入を続けていきますか？		①はい ②いいえ	
Q8	地域通貨/選択肢	①	②
	アースデイマネー	3	7
	アトム通貨	12	1
Q9	アースデイマネー	9	1
	アトム通貨	13	0

### 4.5. 利用者や取扱店からの声

最後に利用者や取扱店からの意見についてである。利用者の声として多いのは、利用可能店舗や入手方法が不明であるといったものであった。特にアースデイマネーでは、

取扱店舗や入手方法がわかりにくいという指摘があり、きめ細かい情報提供が重要といえる。

店舗側の意見として多かったのは、利用促進に関するものであり、どうすれば利用が増えるのか、使い道をもっと拡大して欲しい、宣伝を充実して欲しい、使用できる店舗数を拡大して欲しい、有効期限を延長して欲しいなどの要望が指摘されている。宣伝活動の工夫や、地域通貨の利用客にとって利用しやすい店舗の拡大に対する要望があった。利用客は、ほとんど利用しない店舗が対象になっていても利用できないとしており、日常的に利用するような、日用品や食料品などの店舗が加盟することが、利用拡大につながりやすいといえる。

表7. 利用者や店側の声

質問項目	回答
Q8. 利用者からの意見や問い合わせがありましたらご記入ください	<ul style="list-style-type: none"> <li>・入手方法について…3件</li> <li>・利用について…5件</li> <li>・紙幣が高張る…1件</li> <li>・額が小さくてがっかりした…1件</li> <li>・孫にあげられて嬉しい…2件</li> </ul>
Q9. 最後に〇〇に対しての意見や問題点、今後の戦略等がありましたらご記入ください	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今後についての意見…2件</li> <li>・利用に関する意見…6件</li> <li>・イベントやプロジェクトに関して…2件</li> <li>・宣伝の拡大…3件</li> <li>・店舗数の増加…2件</li> <li>・流通量の拡大…4件</li> <li>・期限を無期限にしてはどうか？…2件</li> <li>・活動に協力していきたい…2件</li> </ul>

### 5. まとめと考察

2つの通貨は、13通貨のうち、流通量も多く他地域連携に対しても積極的に実施している意欲的な事例である。かつ精力的にイベントやプロジェクト活動も行われている一方で、利用や循環の面で工夫が必要である。

利用者側が使いやすい工夫を行うこと、また取扱う店舗側がに対して、口頭で客に地域通貨の利用を伝えることの重要性やステッカーなどによる掲示の工夫がある。入手方法や利用方法はネット情報が中心であるが、わざわざ確認する人は少ないことも考えられるため、店舗での情報提供が重要である。こうした問題の解決を図るためにも、店舗同士の情報交換できる場を設け、店舗同士の自発的な工夫や試みを促進することが重要と考えられる。

地域通貨には、様々な地域と連携を行っていくことで、多様な活性化の媒体として発展していく可能性を秘めていると考える。しかし、通貨の基本である、入手方法、利用場所や利用方法などを徹底することの重要性が改めて認識されたといえる。

### 参考文献

河合、島崎 (2003) 「日本の地域通貨制度—現状と課題」  
 社会科学研究 54(1), 145-169