地域通貨による地域活性化
その可能性と課題

平成１３年５月２６日

経済地理学会

大阪ガス株式会社　エネルギー・文化研究所

豊田尚吾

話題提供内容

Ⅰ．地域通貨とは

１．定義　２．取引例　３．歴史的経緯

４．最近の実施例－分類－

Ⅱ．地域通貨を考える

１．可能性・課題・問題意識

２．マーケティング的視点の重要性

３．考察

結論

Ⅰ．地域通貨とは

1．地域通貨の定義

「地域通貨とは、一定の地域やコミュニティの参加者が財やサービスを自発的に交換しあうためのシステム、あるいはそこで流通する貨幣の総称」西部（2000c）

・中央銀行以外の組織、あるいは個人が発行する

・（少なくとも建前としては）価値観を共有する有志のメンバー間で流通する

1．地域通貨――般的理解①―

目的：①地域経済の安定、活性化
②互恵的コミュニティの再構築

手段：①購買力の域外流出防止（域内限定利用）
交換取引促進（ⅰ．ゼロまたはマイナス金利、ⅱ．予算制約緩和、ⅲ．ボランタリー経済の取引）
②非匿名性（市場取引でなく相対取引）
交流促進（ボランタリー経済の取引）

1．地域通貨――般的理解②―

制度：有志のメンバー間のみで流通する

貯金しても金利はゼロ、または減価

貸し借り、信用創造は行わない

運営組織、または個人が発行

ちょっとした手伝い、親切なども取引対象

市場ではなく相対取引、一物多価を容認

２．取引例－LETS①

（１）組合の会員になる

（２）目録（各会員が提供できる財・サービス所収）を受け取る

取引の例

庭の芝刈り、パソコン教師、家庭農園の野菜、話し相手、子供の世話、犬の散歩、カメラ貸出など

２．取引例－LETS②

（３）取引希望財を選んで、相手に連絡、相対交渉で条件（価格など）を決める

（４）小切手（地域通貨）に金額を記入・署名し、事務局に送付、あるいは電話連絡

（５）事務局は各会員のバランスシートを作成（財の購入者の残高は減り、提供者の残高が増える）

２．取引例－イサカアワーズ

１．登録：イサカアワーズ委員会に申請（その際、自分が提供できる財やサービスを申告）→1アワー（１０米ドル相当）受け取り

２．タブロイド紙の広告、スーパー、レストランなど（約１０００種類のサービス）で使うことができる。

３．値付けは個人間では相対交渉、店舗などでは固定

３．歴史的経緯①

過去から遡って考察するが、それぞれ「視点」が異なることに注意

〇古代：千年以上前から、三大宗教は経験的に、どの様な貨幣利子をも禁止してきた。

（ゼロ、または負の金利の視点）

・エジプトの穀物受領証明書

〇中世（１１５０年～１３５０年頃）：中央ヨーロッパで、劣化するコインが流通した（金利）

３．歴史的経緯②

〇中世、近世の日本：相互扶助的な「結」「講」（互酬的コミュニティ）

〇1800年代：イギリス、ガーンジー島、経済復興対策として、島政府が独自に通貨発行（地域限定、経済活性化）

〇1832年：イギリス・ロンドン、「労働証券」で生産物を取引、オーウェンが実施、２年ほどで失敗（地域限定、交換取引促進）

３．歴史的経緯③

〇１９世紀末：シルビオ・ゲゼルが負の利子を持つ「スタンプ通貨」を提唱

〇１９３２年：オーストリア・ヴェルグル、「労働証明書」発行（不況対策、流動性の確保、金利←ゲゼル理論に基づく）

〇１９３０年代：北欧、ドイツ、オーストリア、スイス、アメリカなどが地域通貨導入（労働証明書と同様）→中央銀行、国家によって圧殺

〇１９３４年：スイス・チューリヒ、WIR→現存

３．歴史的経緯④

〇1972年：アメリカ・ニューハンプシャー州、「コンスタンツ」

〇1980年代～

1983年　カナダ、LETS（地域経済活性化）→これに続く他のLETSの多くはコミュニティ活性化志向

1986年　アメリカ、タイムドル（ボランティア財）

1991年　アメリカ、イサカアワーズ（地域経済）

1998年　カナダ、トロントドル（地域経済）

３．歴史的経緯⑤

現在、LETSを中心（2000超）に、全世界での地域通貨は2500とも3000とも言われている。日本でも30～100超の取組、あるいは検討が行われている

〇日本：　ピーナッツ、おうみ、クリン、だんだん、ZUKA、etc：日本の取組の多くは、小規模なLETS型、目的はコミュニティの活性化である場合が多い

３．歴史的経緯ーまとめー

- 利子否定→多くの古代宗教
- 相互扶助的性格→結や講
- 価値非市場化→労働証券
- 交換促進→スタンプ通貨
- 地域内流通→LETSなど
- コミュニティ→タイムドルなど

４．最近の実施例－分類①－

①目的：経済振興（WIR、トロントドル、イサカ）、コミュニティ（LETS、タイムドル、日本の地域通貨）

②流通範囲：地域（WIR、トロントドル、イサカアワーズ）、コミュニティ（LETS、日本の地域通貨）

③利子：マイナス（ピーナッツ）、チャラ（一部のLETS）、ゼロ（その他多くの地域通貨）、プラス（WIR、ローン時のみ）

④発行者：個人も（LETS、タイムドル、WIR）、事務局のみ（イサカアワーズ、トロントドル、日本の地域通貨の多く）

４．最近の実施例－分類②－

⑤取引対象：広範（イサカ、WIR、トロントドル、一部LETS）、限定（タイムドル、LETS、日本）

⑥取引形態：相対（WIR、LETS、タイムドル、日本）、市場も（イサカ、トロント、一部日本）

⑦価値の基準：国民通貨基準（LETS、WIR）、労働時間基準（タイムドル、ふれあい切符）、併用（イサカアワーズ、おうみ）

Ⅱ．地域通貨を考える

1．可能性－整理－

地域通貨論には、様々な問題意識が混在→議論がかみ合わない

①地域経済活性化（地域衰退がきっかけ）

②貨幣論（マクロ経済の停滞がきっかけ）

③コミュニティ論（コミュニティの崩壊がきっかけ）

④価値論（環境、福祉などの社会問題がきっかけ－貨幣的価値以外の価値づけへの関心）

１．可能性－論①－

- 購買力の域外流出抑制→地域経済論
- 貨幣発行の分権化、マクロ政策の可能性→地域経済論（通貨価値の安定、予算制約の緩和）
- 貨幣の非希少性、金利なしor負→貨幣論

１．可能性－論②－

- 互酬的交換（信頼基盤）→コミュニティ論
- 市民活動連携の理念提示→コミュニティ論
- 信頼の和を築きコミュニケーションを多様で豊かにする→コミュニティ論
- 福祉などのサービスを多様な観点から評価する仕組みづくり→価値論
- 非匿名性によるモラルや責任の醸成→価値論

１．課題－論①－

- 取引が不活発（現実）→コミュニティ論に対して→ボランティアサービス流通の難しさ
- 購買力の囲い込み（閉鎖性）に繋がる→地域経済論に対して→地域意識の行き過ぎ
- 制度上の障害→地域経済論に対して→中央銀行（貨幣発行の独占）、政府（税制）からの抑制圧力

１．課題－論②－

- 非希少性の問題→貨幣論に対して→需要に関するモラルハザード、供給インセンティブ抑制への懸念（実際は逆の場合も多い）
- その他諸々の「可能性」が明確に顕在化している状況ではない
- そもそも、目的を達成するために地域通貨は「必然」か？コストが高すぎないか？

１．課題－論③－

Ａ氏（作家）の問題提起

・地域通貨で新しい価値観とか世界観を創出しようと言う発想はちょっと違う

・地域通貨が日本経済の再生に大きく寄与するというのは幻想

→「可能性」の議論のみ先行して、課題とのバランス、現実とのリンクがうまくなされていない？

１．課題－論④－

・あくまでも地域通貨は「交換」の為の手段。何ができるかを問われるシビアな世界→交換するもの（価値）を持っている、確立した「個人」でなければ地域通貨はハンドルできない。

1．問題意識－経済学にとって－

・経済学というディシプリンの中でいかに論ずるか
→ホモ・エコノミカスの仮定の上で議論するのか？より踏み込むのか？
→それによって、議論可能な範囲が決まってくる

・地域通貨を、地域振興施策の一手段と考えれば、その施策評価は可能ではないか？

１．ここでの問題意識

・地域通貨論は、様々なコンセプトが混在している。→ポジショニングが不明確

・イメージ先行のところがある→可能性とともに課題も多い「手段」である→「機能」の観点から、国民通貨、地域通貨間だけでなく、他の施策との比較が重要。「通貨」という概念にこだわらない。

1．基本認識

- 地域通貨の持つ「機能」は、必ずしも地域通貨独自のモノではない
- 企業のマーケティング戦略は、地域通貨の持つ機能と競合する方向に向かいつつある
- 従って、地域通貨のデザインにあたっては、競合者との競争関係、あるいは連携を考慮に入れながら、戦略的に行う必要がある

２．マーケティング的視点の重要性

〇ここでのマーケティングとは「当事者間の関わりを考察する考え方や接近方、及びそのしかけ作り」である。

〇マーケティングを通じて、企業と地域やコミュニティとの関係づくり、NPOが自らの理念を実現する戦略に対する示唆が得られる

2. マーケティングからの示唆①

○マーケティング・コンセプト：プロダクト志向→ニーズ志向→社会志向へ

○取引のパラダイム：刺激・反応パラダイム→交換パラダイム→関係性パラダイム

○関係構築：サービス、ソーシャル・マーケティング、地域マーケティング、関係性マーケティング

２．マーケティングからの示唆②

〇ドメインの確定：理念（目的）（経済振興、コミュニティ構築）→何をするのか（領域）

〇STP（セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング）

〇マネジリアル・マーケティング（４P）

〇戦略的マーケティング

２．マーケティングからの示唆③

〇環境分析：領域データ分析、構成員行動分析、取引・流通分析、競争分析

〇戦略対応：サービス、コスト、コミュニケーション、流通、競争

〇関係構築（再掲）：サービス、ソーシャル・マーケティング、地域マーケティング、関係性マーケティング

2. マーケティングからの示唆・結論

- 企業のマーケティング活動：目的・理念は異なっていても、機能は接近しつつある→競合
- 企業には善意はなくとも力（資金力、マーケティング力）はある
- win-loseではなく、win-win関係構築が望ましい

３．考察①

○（仮定）企業との連携が不可欠

○（事象）企業ポイント制の変遷：クローズドポイント→オープンポイント→ポイント交換ネットワーク（しかも、ネット、携帯などへの対応も急速）

○ポイント交換ネットワークに、地域性、交換ドライブ、コミュニティ機能などを付け加えられないだろうか？

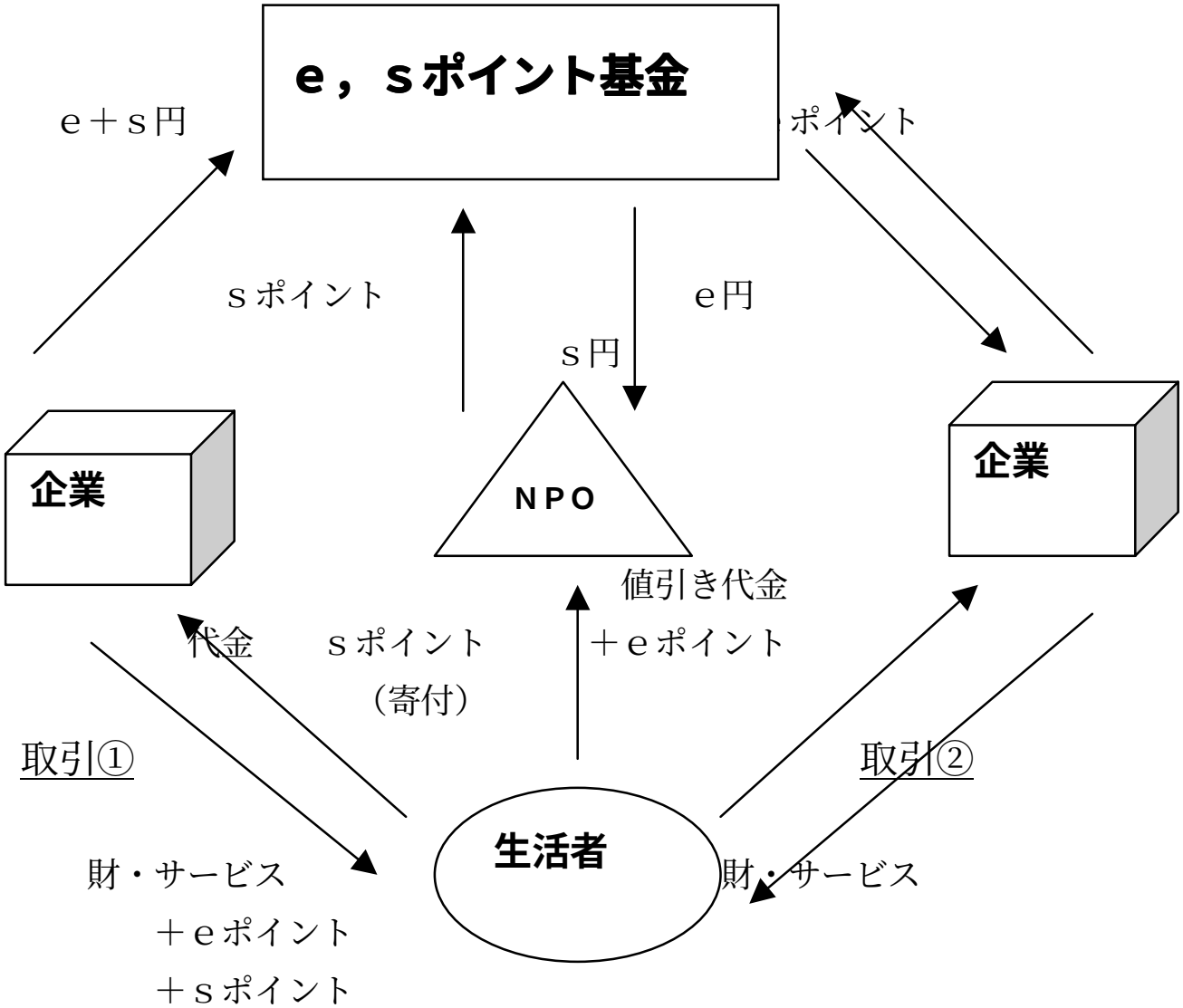
３．考察②

○（仮定）欧米型ボランティア、寄付のコンセプトは当該地域にはなじみそうもない

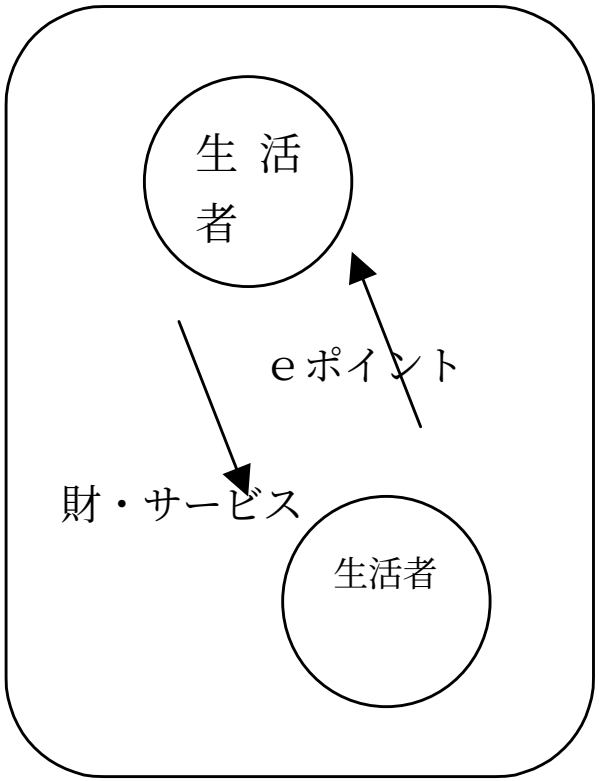
○（現実）日本にはベルマークという、公的価値への資金供給というシステムがある（資金供給は企業、市民は収集などの労働によるコミットメント）

○収集ボランティアシステムに、地域性、交換ドライブ、コミュニティ機能などを付け加えられないだろうか？

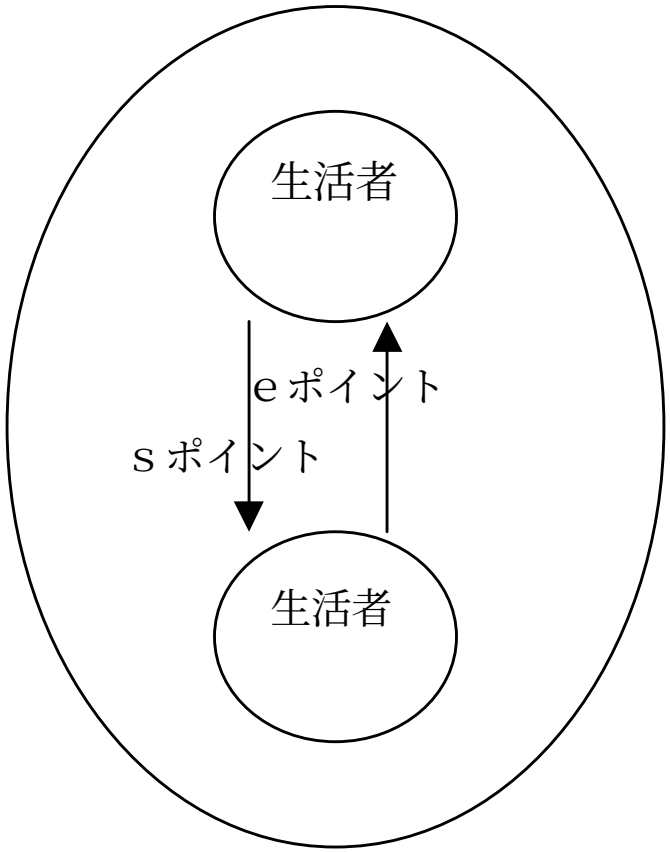
（参考）


ｅ，ｓポイント基金
ｅ＋ｓ円
ポイント
ｓポイント
ｅ円
ｓ円
企業
NPO
企業
値引き代金
＋ｅポイント
代金
ｓポイント
（寄付）
取引①
取引②
生活者
財・サービス
＋ｅポイント
＋ｓポイント
財・サービス

ｅ，ｓポイント対財・サービス



ｅ対ｓポイント



結論①

注意事項

〇地域通貨は様々な概念が混合しており、それを整理した上で考察しなければ、議論がかみ合わない。

〇地域通貨の「可能性」は多く指摘されているが、むしろ「課題」を明確に意識し、功罪両面のバランスをとることに気をつけないと「幻想」を語ることになる

結論②

〇そのような場合に必要なことは、理念・目的に対する、施策のポジショニングの明確化、戦略的対応である

〇企業のマーケティング戦略は様々な示唆を与えてくれる

〇地域通貨の枠にとらわれず、他施策・組織とのwin-win関係構築は重要な論点である

参考資料

泉留維(2000)「地域通貨の有効性についての考察(1)(2)」自由経済研究15(pp1-30),16(pp1-39).
小川進(2000)「地域コミュニティの再生に向け導入相次ぐ地域通貨」SERI静岡経済研究所.7,pp12-16
樫田秀樹(2000)「地域通貨が人や町に元気を与えてくれる」週刊金曜日.11.24,pp44-47
樫田秀樹(2001a)「エンデの遺言『地域通貨』は不況を救うか」現代.1pp50-61
樫田秀樹(2001b)「yufuで地域がつながった！」週刊金曜日.2.23,pp14-15
加藤敏春(2001)「エコマネーの新世紀」剄草書房
金森康(2000)「LETSの社会的意義」神戸商科大学星陵台論集第32巻第3号,pp167-185
田中優(2000)「地域通貨とマイクロクレジット」PRIME.3,pp101-104
多辺田政弘(1999)「地域社会に経済を埋め戻すということ」環境社会学研究5,pp51-69
戸川秀人(2001)「欧州で台頭する地域通貨」Foresight.2,pp38-39
豊田尚吾(1999)「地域通貨制度が拓く情報多消費型取引の可能性」読売論壇新人賞入選論文集,pp174-201
豊田尚吾(2000)「戦略的コミュニケーションのための地域ポータルサイトの検討」http://www.toyama-tic.co.jp/yamada/jimu/sonjuku/plan/plan25.pdf
西部忠(2000a)「地域通貨LETS貨幣・信用をこえるメディア」『可能なるコミュニズム』柄谷行人編著,pp89-162
西部忠(2000b)「地域通貨とコミュニティ」社会運動vol238,pp35-38
西部忠(2000c)「地域通貨の意義と可能性」アステイオン.5,pp127-162
西部忠(2000d)「地域通貨による地域の活性化」地方財務.9,pp1-24
丹羽春喜(2000)「日本経済再生へのもう一つの選択肢」自由.8,pp65-76
丹羽春喜(2001)「救国へもう一つの道、地域通貨の発行を！」正論.1.pp84-96
久富健治(1999)「地域通貨とコミュニティ」神戸山手大学紀要.pp13-25
平井康二(2001)「社内通貨ヴァンドルディ体験日記」週刊金曜日.2.23,pp1619
丸山真人(1997)「藩札の地域通貨の意義」社会科学紀要（東京大学教養）46,pp1-13
村上龍(2001)「地域通貨の幻想と現実」現代.1,pp62-65
森野栄一(2000)「地域通貨－連帯と信頼のお金」社会運動vol.238,pp39-43
森野栄一他(2001)「人が回る、モノが回る地域の中で円も回る」週刊金曜日.2.23,pp10-13
吉田春樹(2000)「コミュニティー再構築に寄与する地域通貨」世界週報.8.1,pp38-39
吉村克己(2001)「地域通貨がもたらす新しい社会」JMAマネジメントレビュー7巻3号,pp6-19
リエター.B(1999)「地域通貨、２１世紀の新たなツール」自由経済研究.11,pp26-45