

# 地域通貨の現状と課題についての考察

1200517 前野智史

高知工科大学 経済・マネジメント学群

## 1. 概要

日本における地域通貨について、過去の事例や現在取り組まれている実験や事例を参考に、地域通貨の現状と課題を明らかにすることを目的とする。研究の結果、地域通貨は、域内の流通を促進する効果や電子化によって従来の地域通貨よりも運用コストが低くなっているが、利用者目線で見るとメリットが薄いことがわかった。そこで、競争相手となりうる大手キャッシュレス業者の電子マネーと差別化をはかることで解決に至れると考察した。

## 2. 序論-地域通貨の歴史について

地域通貨とは、地域単位で流通する通貨である。地域通貨は地域経済やコミュニティの活性化を目的としている。日本における地域通貨の歴史としては3つの期間に区分が可能である。第一期は、国内に地域通貨が出始めた2000年までの黎明期、第二期は地域通貨の認知度が上がり各地で取り組みが行われるようになった2001年から2007年までの発展期、第三期は地域通貨ブームが終わった2008年以降の成熟期。(文献[1])今回の研究テーマにあたるのはこの成熟期である。

地域通貨は1980年代半ばごろから取り組みが行われ、1990年代には欧米にならって日本でも取り込まれるようになった。2001年からは、LETS(地域価値交換制度)、タイムダラー、エコポイントなど、小規模の地域での助け合いやボランティア活動を評価するための地域通貨の導入が各地で相次いだ。そして2008年以降から現在に至るまで地域通貨の稼働数は減少している。2013年頃からはICカードを用いた地域通貨が導入され始めた。事例として、2012年にイギリスのブリストルで導入された地域通貨であるブリストル・ポンドは現在でも流通量が618000ブリストル・ポンド、加盟店が650店舗にも及ぶうえ、税金や給与をブリストル・ポンドで支払うことが可能であり、流通量の拡大に成功している。そして現在の地域通貨の特徴としては、電子マネーにより紙幣型の地域通

貨よりも安価で運用が可能であったり、ブロックチェーン技術を用いた地域通貨の実証実験が見られるようになってきている。

## 3. 目的

本研究では地域通貨の現状を把握し、課題となっている部分を発見し、解決策を考察することを目的とする。現在までに600以上の地域通貨が日本で立ち上げられたが、その多くがその活動を停止させている。地域通貨を立ち上げて2年以内に約40パーセントが活動を停止しているという調査結果もある。(文献[2]より引用)

## 4. 研究方法

本研究の目的である地域通貨の現状と課題を把握するために、2016年度以降に行われた実証実験や取り組まれている事例の文献をインターネットより調査。

## 5. 地域通貨についての先行研究とその結果

以下は、2016年度以降の地域通貨の実証実験や事例の概要と結果についてまとめたものである。

### 5-1 デジタル地域通貨「地域コイン」の社会実験結果概要

2019年2月1日から2月28日の一か月間、株式会社三菱総合研究所によって、図1の3地域で社会実験が実施された。プレミアム商品券や地域振興券のような、地域の実体経済を考慮した景気対策について調査された実験である。実験終了後に、参加者と参加店舗にWebアンケート調査を実施。この実験の地域通貨の特徴としては、QRコードと端末を使ったデジタル通貨、商品・サービスの購入から精算までの一連の流れをブロックチェーンで管理。この実験で3つのことが明らかになった。

一つ目は、減価は消費を促進する効果があり、減価しないグループに比べて3割程度消費を押し上げる。減価とは、シルヴィオ・ゲゼルが「自然的経済秩序」の中で提唱した考え

の一つで、貨幣を一定期間ごとに価値を下げることで、貨幣の流通量を促進させる効果があるといわれている。このような考え方の問題点として、減価する貨幣を実際にマイクロレベルで流通させることが非常に難しかった。しかし近年の IT 技術の向上により、電子マネーや仮想通貨で実現できるのではないかと注目を受けている。

図 1

・平均利用単価(決算当たり単価の平均)の減価有無×前後の比較(差の差による分析)  
文献[4]をもとに著者が作成

大阪市			
グループ/期間	減価後	減価前	差分
減価あり	1,218	1,748	530
減価なし	1,699	1,636	-63
差の差(DID)			593
消費拡大効果			34.90%

浜松市			
グループ/期間	減価後	減価前	差分
減価あり	4,734	6,689	1,955
減価なし	4,979	5,632	653
差の差(DID)			1,302
消費拡大効果			26.20%

福山市			
グループ/期間	減価後	減価前	差分
減価あり	1,210	1,559	349
減価なし	1,413	1,210	-203
差の差(DID)			552
消費拡大効果			39.10%

図 1 では、この先行研究での減価効果の検証を示している。差分の差分分析による検証により、「減価あり」グループは、減価実施日(2/18)までの利用が多いこと、「減価なし」グループの同一期間の利用状況と比べても利用単価が高いことが確認された。

二つ目は、政令指定都市規模の自治体では、事務コストを

半分程度に低減できる可能性がある。

図 2

事務コスト削減(政令指定都市の浜松市の場合) 文献[4]をもとに著者が作成

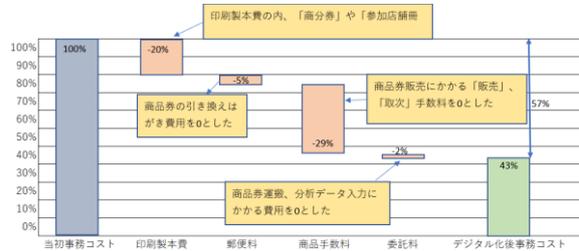


図 2 のグラフは事務コスト削減効果を表している。従来のような紙幣型とは違い、地域商品券をデジタル化した場合、最大 57% の事務コストの削減が期待できる。これは印刷製本費や商品券の取り扱いによる手数料の削減効果が大きいとみられている。ただし、コスト構造は自治体の規模や事業内容によって異なるため、その場合の削減効果も変化する。また、デジタル化に伴うシステム費用は考慮されていない。

三つ目は、域内のどこでも使えるようになった場合、参加者の 6 割以上が「普段の買い物の 50% 以上を地域コインに置き換える」と回答したことである。

### 5-3 地域内循環経済を促す地域通貨の参加と流通のデザイン : 「オリオン」(北九州折尾地区)の事例研究と電子地域通貨の展開

こちらの先行研究は、これまでの地域通貨と新しい地域通貨の挑戦について事例研究を行ったもの。北九州市折尾地区で流通している地域通貨「オリオン」について、会計と流通システムに注目して事例分析を行った。地域通貨「オリオン」は 2005 年に発行された。「円担保」をベースとした「経済循環志向型」といわれる、地域内経済の活性化を目的とする地域通貨(文献[4]より引用)であり、紙幣型である。

図 3

オリオン発行枚数・発行額の推移(発行単位:千円) 文献[5]をもとに著者が作成

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
発行枚数	17,764	15,158	12,038	12,693	10,444	8,395	9,553	12,396	7,955	8,572	7,082	7,018
発行額	1,698	1,446	1,239	1,207	993	798	907	1,178	756	814	673	667
流通分												
枚数	10,380	6,610	5,200	6,280	6,120	3,840	5,390	4,200	4,360	4,320	3,790	4,060
額	986	628	494	597	581	365	512	399	414	410	360	388
イベント												
枚数(%)	7,384	8,548	7,838	6,413	4,324	4,554	4,163	8,196	3,595	4,252	3,292	2,958
額	712	818	745	610	412	433	395	779	342	404	313	281
件数	15	15	20	18	15	9	7	6	5	2	3	3

図3はオリオンの発行枚数と発行額の推移を表している。オリオンの発行枚数や発行額が年々減少しているのがわかる。2016年度と2005年度を比較してみたところ、発行枚数は39.5%減少、イベントなどへの参加賞として配布されるものも40.1%減少している。

オリオンの発行枚数・発行額が減少している原因のひとつとして、イベント件数の減少が挙げられる。2007年度には20件だったイベント件数が、2014年度以降3件未満である。もう一つ挙げられているのが、折尾地区の駅前の再開発による、賛助店の移転である。これにより、オリオンが使用可能な店舗が減少し、使い勝手が悪くなってしまっている。また、オリオンと円の交換比率での賛助店の負担が重かった。2018年には、円・オリオンの交換比率が見直れたり、紙幣の印刷費を節約するためにオリオンの有効期限を2年に延長するなど対策がなされた。

2016年度から2018年度までの特定非営利活動法人地域通貨オリオン委員会の事業報告書を参考に(文献[7])、自己資本比率を比べてみたところ下部の図4のようになった。

図4 文献[7]をもとに著者が作成

	正味財産	総資産	自己資本比率
2016年度	18,963	257,222	7.372
2017年度	98,674	276,933	35.63
2018年度	281,018	438,277	64.11

2018年度には自己資本比率が64%となっており、2016年度から年々と安定してきている。

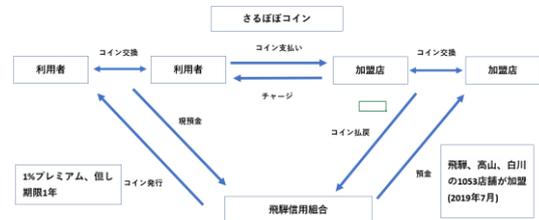
#### 5-4 地域金融機関における FinTech 活用の進展 (さるぼぼコイン)

こちらの先行研究ではFintech関連サービスの代表的事例の今後の発展性を考察している。その中の事例の一つに、地域通貨「さるぼぼコイン」に関する考察がなされている。「さ

るぼぼコイン」は、2017年12月より運営開始し、飛騨、高山、白川地区で1,000店舗以上の加盟店がある。特徴としてQRコード式の電子地域通貨であり、加盟店の導入費用がゼロである。加盟店の払い戻し手数料(1.5%)より加盟店間の送金手数料(0.5%)とすることで、域内での流通の促進をはかっている。チャージ機で現金でチャージ、もしくは飛騨信用組合の口座からチャージできる。1000円につき10ポイントのプレミアムポイントが付与される。また、個人預金者同士の送金を手数料なしで可能としている。

図5 さるぼぼコインの仕組みと特徴

文献[6]をもとに著者が作成



- 信用組合ならではの施策として、「お金の地産、地消」を指向。
- 地域の中小規模商店のみを対象とする。
    - 全国規模チェーン店は加盟店としない。
    - 加盟店の導入費用はゼロ。(静的QRコード掲示のみ)
    - 払い戻し手数料は1.5%
    - 店舗間送金は手数料は0.5%
  - 前払い式支払い手段とbank機能の組み合わせ。銀行口座保有者はbank機能で送金可能。
  - 飛騨市の税金の支払いも可能(2019年4月)

運用開始から2年が経過したところで、「さるぼぼコイン」は加盟店側とユーザ側の二つの問題を抱えていることを指摘。加盟店側の問題点として、加盟店間の利用が伸び悩んでいることが挙げられている。本来は加盟店間での送金手数料を加盟店がさるぼぼコインから現金へ払い戻しするときの手数料よりも安くすることで域内での流通を促進する効果を狙っているが、234,630件(約840百万円)のさるぼぼコインの利用のうち、加盟店間での送金は349件(約11百万円)と、多くが現金に戻されている。ユーザ側の問題点としては、さるぼぼコイン使用時の魅力の不足である。近年の大手キャッシュレス業者による還元策により、さるぼぼコインの1%のプレミアムの魅力がなくなっていることが指摘されている。

#### 6. 考察

この章では、これまで紹介してきた先行研究から、地域通貨の現状、問題点を考察し、私の考える解決策を述べる。

まず地域通貨の現状としては、電子地域通貨プラットフォームの登場により、電子地域通貨の導入を簡単に行えるようになったことで、キャッシュレスが浸透しにくいような地域でもオンライン決済やデータの収集など、最新の技術を用いた地域通貨を導入できるようになった。従来の紙幣型の地域通貨では、人口密度の少ない山間部などの地域では、使用するにも隣家がとても離れていて、使用し難いなどの問題があった。しかし電子地域通貨ならば、スマホがあれば個人間の送金といったことも簡単にオンラインで可能である。

5-1 での地域通貨の社会実験より、減価による域内での消費促進があることや、紙幣型と比べて事務コストが削減されるのがわかっているため、プレミアム商品券のような景気対策を行うことが可能であったり、地域を限定しての景気対策が行うことが可能である。そして地域通貨の課題として、5-3 の先行研究より、現在はキャッシュレス業者による還元率の電子マネーにより地域通貨の利用者が少なくなる可能性もあることが挙げられる。以下よりこの問題の解決策を考察していく。

まず「さるぼぼコイン」のような電子地域通貨と paypay などの電子マネーとのユーザ目線での違いは、プレミアムや還元率、利用できる店舗などが挙げられる。

地域通貨の利用客を増やすためには、キャッシュレス業者の電子マネーとの差別化をはかることが重要である。例えば、プレミアムポイントのほかに、地域の特産品に関わる利用者のメリットを増やしたり、一時的にプレミアムポイントを高めめに設定するなどの工夫が重要である。また、2000 年初頭に流行した、地域の支えあいや、ボランティアを評価するなどのシステムを、電子化に組み込むことで、電子マネーとはまた別のシステムにすることで差別化をはかれる。

5-3 の加盟店間の送金についての問題には、さるぼぼコインの換金率を見直し、コミュニティが地域通貨に関しての理解を深めることが重要である。

## 7. 参考文献

[1] 泉留維・中里祐美 2017 『日本における地域通貨の実態について：2016 年稼働調査から見えてきたもの』 専修大学経済学会 pp. 41-46

[2] 株式会社三菱総合研究所 2019 『デジタル地域通貨「地域コイン」の社会実験結果概要』

<https://www.mri.co.jp/news/press/20190423-01.html>

[3] 松原英治・藤本穰彦 2019 『地域内循環経済を促す地域通貨の参加と流通のデザイン：「オリオン」（北九州折尾地区）の事例研究と電子地域通貨の展開』 pp. 49-55

<http://hdl.handle.net/10297/00026585>

[6] 遠藤正之 2019 『地域金融機関における FinTech 活用の進展』 経営情報学会 2019 年秋季全国研究発表大会 pp. 327-328

[https://doi.org/10.11497/jasmin.201910.0\\_325](https://doi.org/10.11497/jasmin.201910.0_325)

[7] 内閣府 NPO 法人ポータルサイト 特定非営利活動法人地域通貨オリオン委員会（2020 年 2 月 13 日アクセス）

<https://www.npo->

[homepage.go.jp/npoportal/detail/118200094](https://www.npo-)

[8] 飛騨信用組合ホームページ

<https://www.hidashin.co.jp/coin/>

(2020 年 2 月 13 日アクセス)

