

3 事業創造の可能性からみた地域通貨の実態

はじめに

世界で約 5,000、日本でも 200 から 300 の地域通貨が存在するといわれている。コミュニティ再生や循環型社会経済の構築など、地域通貨の社会経済効果について議論が展開されており、実際に自治体が助成金を出しているケースもある。現段階の日本では、初期の社会実験という感は否めず、なぜ自治体が資金を提供するのか、公金を使用するに値するのかなど、地域通貨に対する評価は課題として残っている。

本報告書では、事業創造をキーワードに地域通貨の評価を試みている。本章では、アンケート調査¹や現地ヒアリング調査の結果を中心に、自治体のインフラストラクチャ整備という観点も踏まえて、地域通貨の実態について考察する。

(1) 地域通貨とコミュニティ・ビジネス (CB)

地域通貨は、地域レベルで市場（営利企業）から相手にされず自治体や公共機関も供給しない、そして、コミュニティや家族・親戚も対応できないニーズを対象としているケースが多い。少子高齢化の進行や経済の停滞が長期化する中で、地域レベルで“抜け落ちていく・漏れている”ニーズは増加している。かかるニーズをより早い時期に発見し、当面は地域通貨や無償ボランティアベースで対応せざるをえないとしても、将来的には事業として社会的責任を持って充足させていくという姿勢が社会的要請といえるのではないだろうか。したがって、地域通貨と事業創造の関係では、地域に密着したビジネス、いわゆる CB や NPO が連想される。英国流に表現すれば第 3 の道となり、地域レベルで第 3 の道の社会経済基盤をどのように整備するのが課題となる。

さて、このように考えた場合、地域通貨が第 3 の道のインフラストラクチャの一部となり得るのか、という観点がでてくる。つまり、NPO や CB の中間支援組織、関連助成金、インキュベーション・スペースの提供、NPO や CB を中心とした自治体サービスの外部委託市場などと並んで、地域通貨の機能を事業創造の観点からどのように評価できるのか。

アンケート調査において、「地域通貨を利用したことで、地域通貨を始める前よりも会員同士が親しくなりましたか」に対し 33 主体 (75%) が「増した」、「地域通貨を利用したことで、新しい人と人とのつながりができましたか」に対し 35 主体 (80%) が「できた・増加した」と回答されている。NPO や CB は「2つの顧客層」に支えられている。1つは対価を支払って財・サービスを購入する顧客、いま 1 つは会費 (会員)・寄付・ボランティア・ネットワーキング・専門的アドバイスなどの形で支援している顧客層である。NPO や CB などの地域に密着した相対的に小規模の事業では、後者の顧客をどれだけ有し、どのように彼らのインセンティブに配慮しているかが重要な経営課題となる。もちろん、起業する段階においては、彼ら第 2 の顧客層の存在は不可欠であり、地域通貨は NPO や CB

の「第2の顧客層」、換言すれば、ソーシャル・ネットワークやヒューマン・ネットワークの形成に際し、効果的な役割を果たしているといえるだろう。この種のネットワークは、事業創造とも密接に関係している。

図1 地域通貨を利用したことで、地域通貨を始める前よりも会員同士が親くなりましたか

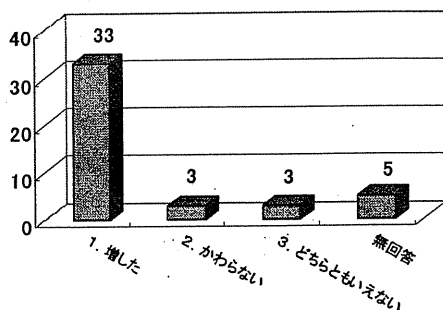


図2 地域通貨を利用したことで、新しい人と人とのつながりができましたか

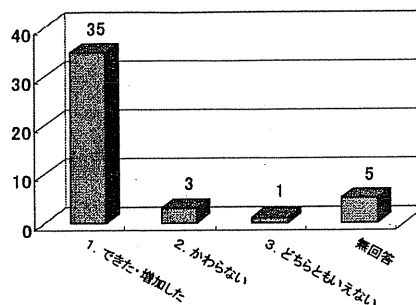


表1 地域通貨と社会的効果

地域通貨によって、地域の社会的活動は活性化しましたか、あるいは活性化するとお考えですか	数
1. した	9
2. 現在活性化していないが、将来的には活性化すると思う	21
3. 現在活性化していないし、将来的にも活性化しないと思う	0
4. どちらともいえない	9
無回答	5

表2 地域通貨と経済的効果

地域通貨によって、地域の経済活動は活性化しましたか、あるいは活性化するとお考えですか	数
1. した	2
2. 現在活性化していないが、将来的には活性化すると思う	17
3. 現在活性化していないし、将来的にも活性化しないと思う	5
4. どちらともいえない	15
無回答	5

参考までに、表1は地域通貨の社会的効果について、表2は地域通貨の経済的効果についてのアンケート調査結果である。経済的効果については懐疑的な見方が相対的に多く、社会的効果については肯定的な見解が相対的に多いⁱⁱ。事業創造という地域通貨の経済効果をイメージしがちだが(図3参照)、NPOやCBでは、むしろ「社会的効果からの派生」として事業創造につながるという経路に着目すべきであろう。そのような事業は、社会的な目的を自然と有した組織となり、CBやNPOへつながっていくものと考えられる。我々が想定したのは、地域通貨から新しいグループが誕生し、それが成長し、NPO法人などの形で組織化し、事業創造へつながるといった経路である(図4)。

図3 地域通貨のタイプと事業創造

- ボランティア・ベース
コミュニティの領域やサードセクターの領域を中心に流通(映像 宝塚ZUKA)
- 国民通貨補完・ベース
市場の領域や政府部門の領域を中心に流通(映像 米国イサカワ)

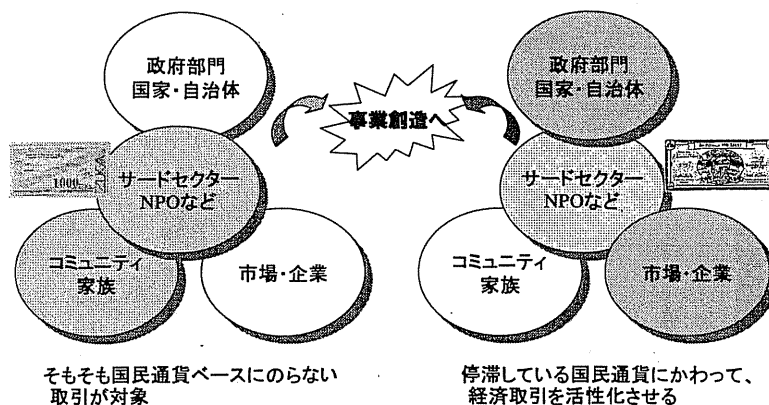
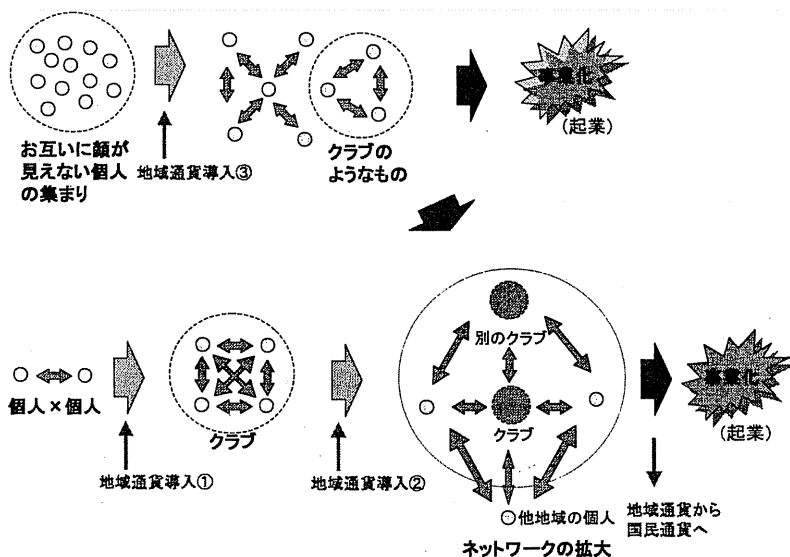


図4 地域通貨と事業創造



アンケート調査において、「新しい活動グループやサークルができましたか」、「地域通貨の運営母体や地域通貨に参加している活動グループ、地域通貨を通じて新しくできた活動グループが、ボランティア団体や NPO 法人として組織化するような動きはありますか?」という質問を行い(表3, 表4), 興味深い回答を得られた主体に対し現地ヒアリング調査を行った。以下では、大阪府富田林市を拠点とする NPO 法人里山倶楽部の「ちやこマネー」、長野県上田市の「蚕都くらぶま〜ゆ」を事例として、地域通貨と事業創造の関係についてケーススタディを行う。

表3 新しく誕生した活動グループやサークル

地域通貨名称	具体例	将来の目標
ZUKA中山台	コミュニティ内の小中学校育友会・生徒との交流	学校行事への参加が容易・増加する
ZUKA中山台	コミュニティのイベントへの参加呼びかけ	幅広い層(老若男女)に参加のチャンスが広がる
ZUKA中山台	生涯学習	PC講座(小学校のPC教室利用)の講師募集がしやすくなった
ポートン	気功体操の出張指導	各家庭訪問や公共施設を利用して、地域通貨のみ(円は利用しない)で教える。テキスト代のみ有料。
ちゃこマネー	フリーマーケットグループ	家庭の不用品を持ち寄ってちゃこマネーで交換。将来は地域の有機野菜も買えるようにしたい
ota	シルバー人材センターのつながり	パートナーとして活動したい
蚕都くらぶまーゆ(繭)	手作り味噌づくりサークル	10人程の女性が集まり、安心、安全な手作り味噌を作る。
蚕都くらぶまーゆ(繭)	たんぼプロジェクト	15人程のメンバーで、市内の荒廃している畑田の復活を目指す。今後更に多様に展開
ピーナッツ(p)	ピーナッツクラブ西千葉	メンバーに限らず、西千葉のまちをより良いまちにしていきたいために種々の活動を行う

表4 組織化ヒの話が出ている活動グループ

地域通貨名称	具体例名称	活動の内容	参加人数
リム	NPO法人の立ち上げ	健やかな子育て～若い母親を対象に 元気な老い方～高齢夫婦、独居老人への対応	50名
蚕都くらぶまーゆ(繭)	基本的にはまだなっていないが、左記のサークル・プロジェクトを含めて、NPO法人の方向で事業を整理し、展開できるよう検討を進める準備をしている		
LOOP	市民芸術あるいはPeace Road	市民の芸術的な創造性の育成、表現することで生活を芸術としていくこと	事務局10名、会員100名
おまんただすけいーねかね(だすけ)	将来的にはNPO等の組織や団体に移行する方向で考えている		
未社	たんぼNPOセンター	農村の地域課題研究	

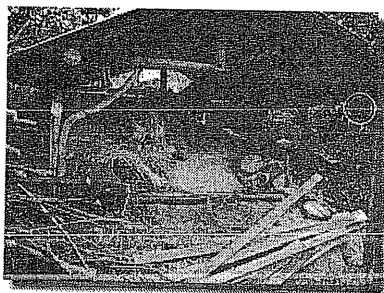
表5 組織化した活動グループ

地域通貨名称	具体例名称	活動の内容	参加人数
ZUKA めふ	サポートグループ	老人の話し相手・介助、調理など	70
ちゃこマネー	NPO法人 里山倶楽部	里山の自然環境の保全と里山経済の活性化、環境教育と人材育成。※2002.4法人化。地域通貨は一つの事業として展開しています。	会員250人
ハミー	NPO法人地球デザインスクール	新しい自然共生文明のあり方を具体的に研究する。里山の多い丹後において、その保全を図りつつ、木質バイオマスエネルギーを安全供給する可能性を調べる。自然素材を活用した自力建設の意義やノウハウを理解した人を養成する。ボランティア通貨「ハミー」事業の継承	社員53人
骨子作成完了し、立ち上げ準備中	桐生市ボランティア協議会	社会教育・福祉のボランティア団体相互の情報交換・連絡調整の場としての拠点づくりを目的に市民主導で設立。活動は一団体ではできないような事業を、各団体、個人、会員の参加で事業展開しており、地域通貨もその一環の事業で委員会として展開しています。	55団体、80名の個人会員
ota	NPO法人よろずや余之助	よろず相談事業	20名
わくわく通貨	NPO法人 わくわくアイランド大島	コミュニティ創造に寄与し、明るくて住み良い社会の創造	61名

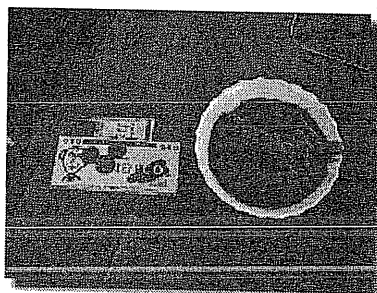
(2) 組織の成長から派生する事業創造：「ちゃこマネー」を事例に

大阪府富田林市を拠点とするNPO法人里山倶楽部は、里山の保全活動、林業従事者の育成、炭焼きと炭の販売、環境関連のイベントなどを活動内容としている。「ちゃこマネー」は、活動の一環として発行されており、里山の保全活動に体験参加した場合などに、一種の有償ボランティアの対価として支払われ、各種イベントに参加する際に使用できたり、

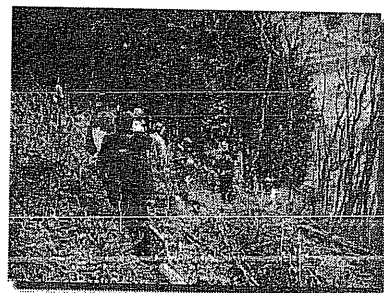
里山保全活動時の昼食代としても活用できる（写真中央）。



炭焼釜



昼食とちゃこマネー



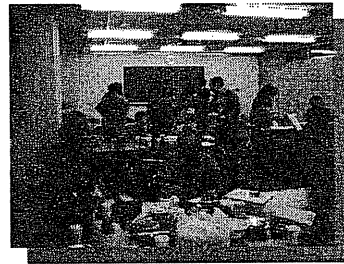
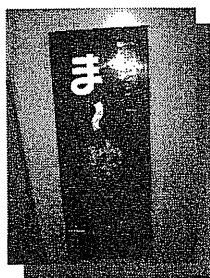
里山保全活動の体験

「ちゃこマネー」は、里山倶楽部の活動の活性化に一役買っている。例えば、炭の販売である。居酒屋やお店を営んでいる里山倶楽部の会員や関係者の中に、自分のお店を販売窓口としている者がいる。販売に係る経費の一部（例えば輸送費）を「ちゃこマネー」ベースで行ったり、お店の割引券として「ちゃこマネー」を使用できるようにしたりと、地域通貨の活用は柔軟である。炭の販売を促進し、販売経費を抑えると同時に、彼らのお店が里山倶楽部関係者の地域拠点となり、NPO 法人としての活動の活性化やネットワークの拡大へとつながっている。前述の「ちゃこマネー」を通じて誕生したフリーマーケットグループが、その先駆けといえる。それ自体、有機野菜の生産・販売事業へと発展していく可能性があり、さらに、炭焼き・炭の販売、体験農業、コミュニティ・レストランなどの活動や事業と連携・拡大していけば、組織の成長と地域通貨と事業創造が一連の流れとなつてつながるだろう。つまり、図4の「地域通貨導入②」のタイミングのように、ある程度の規模の組織が、既存事業のマーケティング・ツールとして地域通貨を活用し、その結果として、新しい商品やサービス、ひいては新規事業の開発へとつながる可能性がある。

（3）起業による事業創造：「蚕都くらぶま〜ゆ」を事例に

「蚕都くらぶま〜ゆ」は、2000年11月に約40名によって始まった。同年9月の信州上田夏期大学のテーマの1つとして地域通貨があり、その参加者約40名のうちの10名ほどで、“やってみる”ということを優先し、実際にやってみることとなる。世話人代表の安井啓子さんは、男女共同参画、地域づくりなどの勉強会を開催していたり、子育て・子ども関係の市民活動・公民館活動に長く携わっていた。開始時点での目標・目的・パッションは、「地域の活性化と地域づくり」というどちらかといえば抽象的なものであり、商店街活性化などの具体的な目標はない。そもそも地域通貨は、“はじめから形があってそれに沿ってやるものではない”という意識が強い。つまり、「地域通貨で、人、文化、自然環境などの地域の財産を動かす、それは参加者の力によるところが大きく、その力が地域通貨そ

のものを豊かにしていく。みんなで考え、作り変えていく、いかようにも対応できるようにある意味ファジーなもの。世話人会とゆるやかなルール(年会費1,200円)があるだけ。ML、会員管理、会報誌(NL)などの役割分担も自然に、約半年で100人を突破した。組織を作ると組織を維持するための組織運営に力を削がれてしまう。また、“行政頼みにしない”という点もパッション。個々人が、自立、責任、協働、連帯などの意識を。自主的な市民の動きを中心に、市民が持てる力を出しながら、自らで作っていきたい。」ということである。また、「今日のような日本のあり方では地域はだめになる。お金でしか価値がない・価値をはかれないのではなく、市民活動などのお金よりも優勢される価値もある。そういった、広い意味でのアンペイドワークなども地域通貨で評価していいのではないか。実際にまーゆを行ってみて、多様な人たちの参加(それは隠れた能力の参加)を実感している。いろんな年代で会話ができるようになった。どうしても退職を機に付き合いが減ってしまう。まーゆがあれば、人と人とのふれあい、会話、生活の中で、個人が持っている能力を地域で活かすことができるようになる。域内循環で地域が元気になるということも可能ではないか。実際に動いている層は40~60代が多い。」というように、社会的意識や人的ネットワークに対する意識も高い。実際の運営で鍵となっているのは、「まーゆ市」のようなコミュニケーションを促進する場である。



実際の取引における価格設定は個々の感覚に任せられていて、「いーよ、いーよ」と言ってまーゆを使わないケースもある。“飲み食いしないと親密さが向上しない”ということで、じゃがいもパーティ、きのこパーティなどの“飲みニケーション”を多数開催し、1周年のイベントには約60名の参加があった。取引内容の特徴として、福祉関係が少ない、援農関係が多いなど地域性を反映している。援農関係で、野菜や果物、料理などのモノの割合が相対的に高い。おもしろい例は、カウントダウン結婚式への参列で、MLに情報が流れ、5名が参加し、意外な人のつながりを再認識することになった。「要請だけではなく“応える姿勢”が大切、これをどうやって整えていくか。同時に、気楽に参加できる体制づくりも課題。カウントダウン結婚式では、5人で30,000まーゆの祝儀(5,000まーゆ/人ずつ祝儀返し)を渡した。」とは、ある会員の意見である。

運営の中心は世話人会であり、7、8人で構成されている(2003年2月調査時点)。原則として、手を挙げれば誰でも世話人になれる。自然環境、農業などの地域通貨まーゆの他にも力を入れている関心分野を持った人たちであり、会員の中にもいろんな能力を持った

人が集まっている。社会背景として、NPOの社会的基盤が弱く、社会的起業家精神に富んだ人たちが「蚕都くらぶま〜ゆ」に集まっているという印象が強い。その起業家精神から様々なプロジェクトが生まれている。それは、「事業創造の芽」と表現できる。

①味噌づくり

- 長野では伝統的に家庭で味噌を作る習慣があり、全くの素人はいない。
- 地域の資源である「味噌蔵」が、いまや崩壊寸前という状況。
- 有機栽培の大豆を使った味噌

②田んぼプロジェクト・米づくり

- 棚田（谷地田）．上田の過疎・高齢化地域（27戸）．土地は余っている（荒地化）
- “援農”から派生
- 2003年は在来種に挑戦する予定。

③里山再生プロジェクト

④たい肥

⑤援農

⑥コミュニティ・レストラン（有機栽培の農産物を使用した伝統料理の店）

⑦100%りんごジュース

⑧有機農産物；りんご，そば，など

⑨廃校で若手芸術家が展覧会

⑩あそび塾（NPO法人化へ）

地域通貨に参加する、地域通貨を通じて地域へ、という中で様々なプロジェクトに出会い・参加する“きっかけ”がある。プロジェクトが、人が地域へ入るきっかけを提供している。地域通貨からプロジェクト（サークル）が誕生し、そのプロジェクトが事業ステージへ移行するというプロセスである。換言すれば、「人のつなぎ直し（Re-Networking）」から事業創造へ」ということかもしれない。事業創造という点で最も印象的だったのは、「ま〜ゆは“とまり木”という表現である。それは、「ながくゆるやかなステージ。いろんな人がいつでも気軽に寄れるところ。いろんな人が情報を発信する、プロジェクトが失敗しても戻ってこられるところ。個人の自由が集まっている、そういう雰囲気大切にしたい。」という意味である。かかる視点は、NPOやCBのインキュベーション・インフラストラクチャとしては不可欠なもの、つまり次の2点から社会的事業の事業創造基盤として重要な意味を持つものと言える。

①NPOやCBの「第2の顧客層」

②新規事業の実験（テストベッド）

現実にかかる機能を提供できる可能性を地域通貨は秘めており、地域通貨のデザイン及び運営方法によっては、地域通貨が柔軟的で効果的な事業創造基盤となり得ると言えるだろう。

(4) 社会的事業のインキュベーション・インフラストラクチャ

今回の一連の調査研究により、地域通貨が事業創造（中でも CB や NPO などの社会的事業）のインフラストラクチャとして可能性を秘めているということが明らかになった。単なるサークルやグループに対する支援ではなく、事業創造のインフラに対する支援という形で地域通貨を位置付ければ、自治体による支援の根拠も確かなものとなってくるのではないか。かかる観点から自治体の支援を考える場合、地域通貨の活動そのものに対する支援を強化するというのではなく、地域通貨から生まれてくる「事業創造の芽」に対する支援や環境整備を優先すべきと考えられる。つまり、社会的事業のインキュベーション・インフラストラクチャ整備である。現実問題として、地域通貨に参加する人々は、まちづくりや福祉、環境問題などに対する社会的意識が高く、地域のヒューマン・ネットワークに長けている人も多い。彼らは、NPO や CB の「第 2 の顧客層」としては最適な存在である。すなわち、地域通貨を通じた彼らのネットワークから生まれてくる事業創造の芽は、社会的事業として発展していく可能性が高いのである。

それでは、どのような社会的事業のインキュベーション・インフラストラクチャが必要とされているのか。この点は、先進諸国・地域ごとに様々な社会実験が行われている段階で、明確な答えを提示できるわけではない。しかしながら、英国の CB や社会的企業、米国のコミュニティ基金などの事例を見ていくと、いくつかの鍵が明らかになりつつある。

- (1) 民間の中間支援組織
- (2) 地域レベルの資金の流れ
- (3) インキュベーション・スペース、など

第 1 に、民間の中間支援組織である。各種情報の収集・提供、ネットワーキング機能、コンサルティング機能、自治体との協働事業の開発など、地域の実情やグローバルな社会経済環境変化を踏まえ、新しい事業の起業や開発を支援する組織である。CB や NPO は、相対的に“身軽な”組織であり、現実の変化に非常に敏感である。したがって、そのような組織から集まってくる情報やニーズに対する各種支援経験の蓄積が、中間支援組織の水準を高め、それが次の支援へとフィードバックされる。それゆえ、場当たりの中間支援組織ではなく、腰を据えつつも柔軟的な中間支援組織が必要とされている。

第 2 に、地域レベルの資金の流れである。起業支援補助金など事業の創造期を対象とした資金も重要だが、他方で、事業の継続に際し継続的・中長期的に活用できる資金の流れがなければ、せっかく立ち上がった事業も生存できなくなる。事業収入で賄えばよいという意見もあるが、そもそも市場で相手にされないニーズを対象としているわけで、よほどのニッチ市場を発見しない限り、人並みの報酬を確保できるだけの事業収入を得て経営していくことは難しい。また、寄付文化が希薄な日本では、個人対組織という関係の寄付や会費にも期待できない。コミュニティ基金のように個人の寄付が NPO セクター全体へ還

流する仕組みが必要であろう。

第 3 に、インキュベーション・スペースなどのハード面である。ソフト面に関しては、上記の中間支援組織が担うので、中間支援組織と連携したハード面のインフラが求められる。

おわりに

「蚕都くらぶま〜ゆ」における味噌づくり、コミュニティ・レストラン、有機農産物、りんごジュースなどは、CB だけではなく一般の営利ビジネスとしても事業化できる可能性を秘めている。かかる「事業創造の芽」が事業という実をつけるかどうかは、“芽を育てる社会経済基盤”にかかってくる。NPO や CB であれば、中間支援組織、関連助成金、インキュベーション・スペースの提供、NPO や CB を中心とした自治体サービスの外部委託市場などのインフラストラクチャである。中でも、地域通貨から誕生する芽はアマチュア色が強く、コンサルティングやネットワークなどのソフト面のインフラが重要と考えられる。単純に地域通貨を支援するような社会的な仕組みよりも、NPO や CB の支援という観点も含めた、より広い観点から事業創造基盤の整備が求められていると言えよう。CB や NPO は、活動自体の社会性はもちろん、活動の結果生じた利益を地域に還元するという点でも地域の生活の質向上をもたらす。かかる事業・活動を、地域経営の選択肢として支援し、整備するという観点が求められているのではないだろうか。

i アンケート調査概要 調査方法：郵送による配布回収，調査時期：2002 年 11 月 20 日～2002 年 12 月 4 日，調査対象（発送数）：96，有効発送数：96（宛先不明：0），回答数：47，有効回答数：44，回答率：49%，調査対象はインターネットより収集したデータをもとに（特）宝塚 NPO センターのデータもあわせてリストを作成した。

ii 地域通貨の基準は、25 主体（56%）が時間，8 主体（18%）が円，4 主体（9%）が時間と円の併用となっており、どちらかといえば社会的効果に重きを置いた・期待をかけている主体の割合が高い点に注意が必要である。