

# 電子地域通貨の地域社会における役割

—「さるぼぼコイン」と「気仙沼クルーカード」の事例研究—

若井 絹夫<sup>1</sup>

富山 栄子<sup>2</sup>

## 要 旨

国内の地域通貨は、町井・矢作〔2018〕によれば、地域商店街の活性化の方策として各地で取り組まれるようになった経済的効果を目的とするものとコミュニティの再生や人のつながりを目的に市民団体が主体となって取り組んだものの2つの流れがある。2005年から新たな発行主体による電子地域通貨の発行が増えている。本稿では飛騨信用組合の導入した「さるぼぼコイン」と気仙沼地域戦略の「気仙沼クルーカード」の事例から地域の課題と密接に関連する事業主体が導入した電子地域通貨の目的と運営及び機能の変化を明らかにし、2つの地域社会の資金流通と電子地域通貨の役割について考察した。その結果、金融機関と地方自治体が発行主体となることで、地域の課題解決が地域通貨の目的となり独自の工夫や顧客情報の活用を行っていることを確認できた。さらに地域の資金流通の構造と電子地域通貨の運営に整合性があること、利用者数と利用額の推移から電子地域通貨の効果について確認した。

## キーワード

電子地域通貨、さるぼぼコイン、気仙沼クルーカード、地域経済循環分析

## 1 地域通貨の歴史と目的別分類

地域通貨の歴史は古く、西部〔2013〕によると、1832年のイギリス・ロンドンで発行された「労働貨幣 (Labor Note)」が起源のひとつとされる。「労働貨幣」は、ロバート・オーウェンが設立した全国公正労働交換所で、労働時間の公正な交換を成立させるものとして発行された<sup>1</sup>。そしてこれまでに多くの地域通貨が発行されてきたが、町井・矢作〔2018〕は地域通貨を目的別に「資金融通型」、「コミュニケーション型」、「消費促進型」、「複合型」という4種類に分類している。以下では地域通貨の歴史を概観しながらこの分類を確認する<sup>2</sup>。

<sup>1</sup> 事業創造大学院大学 事業創造研究科

<sup>2</sup> 事業創造大学院大学 事業創造研究科 教授

### 1.1 資金融通型

納村 [2016] によればスイスのWIR（ヴィア）が1934年に中小企業によって発行され、その後スイスの銀行免許を持つWIR銀行によって通貨の発行と管理が行われている。WIRは会員制の通貨である。中小企業は会費を支払ってWIR銀行に口座を開設し、WIR銀行は会員向けに低利で貸し付けし、中小企業間の仕入れの決済や給与の一部として労働者に支払われ、労働者と会員中小企業・商店の取引で決済手段として使われている。また公共事業の入札時に支払額の一部をWIRで支給するなど政府の関与のもとで流通してきた。スイスフランとの交換はできないが、1 WIR = 1 スイスフランと設定されている<sup>3</sup>。WIRに代表される地域通貨は「資金融通型」に分類される。WIRの会費のように地域やコミュニティの運営を行うNPOなどへの資金提供を目的に発行するものである。

### 1.2 コミュニケーション型

1983年になるとカナダで「LETS」が発行される。オーウェンの「労働貨幣」をヒントに設計された地域通貨である。誰でも自由にコミュニティに参加し退出することができる口座型の地域通貨で、住民同士の労働・サービスの交換を促進することで地域内の経済・コミュニティを活性化することを目的とした<sup>4</sup>。この流れは日本へも波及し、2000年ころの市民活動の機運の上昇を背景にNPO法人等が発行主体となって多くの地域通貨が発行された。「クリン」（北海道栗山町）は会員が提供可能なサービスと必要なサービスをマッチングするものでサービスの対価として流通した<sup>5</sup>。このように地域コミュニティにおける相互扶助を促進させるために発行するものが「コミュニケーション型」である。

### 1.3 消費促進型

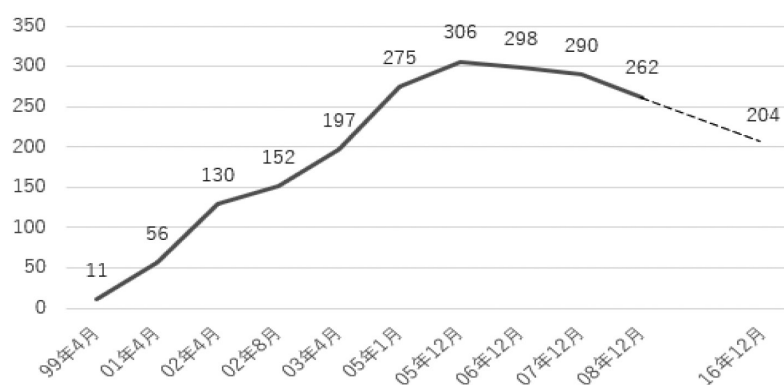
「コミュニケーション型」の段階までは集落や小学校区程度の規模で、助け合いの促進やボランティア活動を通じて地域コミュニティの活性化を目的としたものが主流となっていたが、2002年になると経済産業省が地域通貨導入による地域経済の活性化の可能性に着目しモデル事業等による推進を行った。こうした行政の動きを受けて地域の商工会議所や商店街が関心を寄せるようになり、地域経済の活性化に焦点を合わせた地域通貨の試行の中で換金性のある地域通貨が導入されることになった。使い方は商品券と似ているが複数回使用することが可能であり地域通貨の循環を促すものであった<sup>6</sup>。このように地域コミュニティ内の消費活性化と囲い込みを目的に発行するものが「消費促進型」に分類される。

順調に「コミュニケーション型」と「消費促進型」が増加していたが図1に示すように2005年をピークに減少傾向へと転じてしまう。また、2002年から2008年までの調査では、立ち上げて2年以内に40%前後の地域通貨が活動を中止しており、10年以上継続している地域通貨は20%程度となっている<sup>7</sup>。

2016年の調査によれば、近年の地域通貨の発行主体は大きく変化しており、市民団体・

NPOによるものは2005年から2016年までに204団体から124団体へと約40%減少しているのに対し地方自治体は27団体から23団体へと15%の減少にとどまっている<sup>8</sup>。このことは地域通貨の発行運営に関する経費負担が重かったことを表しているが、一方で金融機関などの企業や地方自治体のように地域通貨の運営コストを負担しても地域通貨の発行が有益であると判断して導入するケースが増えていると考えられる。さらに換金性のある地域通貨が急激に増えており<sup>9</sup>、デジタル技術を活用した電子地域通貨が急速に進展したことで「利便性」「拡張性」「コスト低減」が実現したと考えられる。

図1 地域通貨稼働数の推移



出所：泉・中里〔2017〕から引用

#### 1.4 複合型

近年では企業、金融機関、地方自治体（官民合同運営を含む）の発行する電子地域通貨が増加しており、そのほとんどが「消費促進型」もしくは「消費促進型」と「コミュニケーション型」の双方の特性を持つ「複合型」である。「さるぼぼコイン」は飛騨信用組合において2017年に地域金融機関として初めて導入された。現金をチャージする電子地域通貨であることも特徴のひとつである<sup>10</sup>。「しまとく通貨」は1,000円単位のプレミアム商品券で、店舗で金額を選択してスマホを提示し電子スタンプを押すことで支払いが完了する<sup>11</sup>。「気仙沼クルーカード」は2017年にポイントプログラムとしての活用を目的に導入されている<sup>12</sup>。いずれも「消費促進型」の特徴を持っている。木更津市で導入された「アクアコイン」は現金をチャージする電子マネーでありながらポイントプログラムとしての機能も併せ持っている。そして、地域活動への参加に行政ポイントとして「アクアコイン」を付与するなど利便性とインセンティブを重視した電子地域通貨となっており<sup>13</sup>、「複合型」といえる。

## 2 研究目的と研究方法

「近年の主要な地域通貨の発行事例」として、町井・矢作〔2018〕において19件の地域

通貨が記載されており、発行主体別で地方公共団体は2件、官民合同運営は4件、金融機関は5件と発行主体の変化が以下の通り確認できる<sup>14</sup>。分類別では「消費促進型」が13件「コミュニケーション型」が1件「複合型」5件である。「消費促進型」の通貨形態は地域ポイントと電子マネーがほぼ同数であり19件すべてが電子地域通貨である。地域通貨の発行主体が市民団体やNPOから企業や金融機関と地方自治体へと変化し、電子地域通貨が大勢を占めるようになった。そのことで事業規模は拡大し、会員数や利用額の対象となる地域を拡大している。新たな発行主体は事業目的と地域に対する戦略をもち、地域通貨の担う役割は変化している。とりわけ「消費促進型」の通貨は、地域経済の活性化を目的としており、地域の資金流通を高めるために電子地域通貨の「利便性」「拡張性」「コスト低減」を活用し、その役割を達成するために運営に様々な工夫を加えている。

これまでの先行研究は松原・藤本 [2019]、町井・矢作 [2018]、牛場 [2019] や小林 [2017] のように発行主体と地域通貨の機能と運営に関する事例研究が中心となっており、地域通貨の発行される地域の資金流通についての研究は行われてこなかった。そこで本研究では地域の資金流通の構造と電子地域通貨の運営に関係のあることを明らかにしていく。具体的には「さるぼぼコイン」と「気仙沼クルーカード」の2つの地域通貨の事例を考察する。その選択理由は、いずれも「消費促進型」の電子地域通貨であり、「さるぼぼコイン」は金融機関による発行であるため資金決済法における前払式手段の登録が可能であり、銀行法により地域通貨を普通預金と同様に扱うこともできるため、独自の機能を持った電子地域通貨を運営している。「気仙沼クルーカード」は気仙沼地域戦略による発行であり、ともに地域の経済活動を重視しているからである。

本研究の研究課題は、①それぞれの発行主体の事業目的と地域通貨発行の経緯、これまでの運営から発行主体と地域通貨の関係を確認する。②さらに地域通貨の発行対象地域の資金の流通について環境省 [2020] の「地域経済循環分析ツール」<sup>15</sup>を使って地域経済循環分析を行うことである。

この分析では環境省の地域経済循環分析用データベースを使用するが、その中で用いる主要なデータは2015年産業連関表<sup>16</sup>、2013年都道府県産業連関表<sup>17</sup>、2015年国勢調査<sup>18</sup>、2014年経済センサス基礎調査<sup>19</sup>、2016年経済センサス活動調査<sup>20</sup>、2015年工業統計調査<sup>21</sup>、2015年市町村別決算状況調<sup>22</sup>である。2つの地域通貨の発行される以前のデータとなるが、直前の地域の状況を理解することはできる。資金の流通から2つの地域の産業の特徴と地域通貨の関係を考察する。

本研究の独自性と新規性は、地域通貨の流通する地域の産業を資金の流通から分析する点にある。新たな発行主体によって地域通貨の流通する地域が拡大しており、地域通貨と地域通貨の流通する地域との関係は重要性を増していると考ええる。

### 3 2つの電子地域通貨発行の経緯と運営

最初に2つの電子地域通貨の発行の経緯と運営を確認しておこう。飛驒信用組合は電子地域通貨を導入した金融機関の先駆者であり、法律的なハードルを越えた特徴ある運用を行っている。これまで地方自治体を発行主体とする地域通貨の導入例は少なく、そのほとんどは「コミュニケーション型」もしくは「コミュニケーション型」と「消費促進型」の「複合型」であった。「気仙沼クルーカード」は地域経済の活性化を目的に据えた電子地域通貨を使った地域ポイントの取り組みであり、気仙沼市の観光戦略の中心となる気仙沼地域戦略が運営している。

#### 3.1 「さるぼぼコイン」

「さるぼぼコイン」は2017年12月に約半年間の実証実験を経て飛驒信用組合で導入された。前身となる「さるぼぼ倶楽部」は2012年にスタートした信用組合の組合員の会員組織で、会員が会員証を加盟店に提示すると各種サービスを受けられるというものだった。販売促進のために発行していた「さるぼぼ割引券」を電子地域通貨に置き換えることができないかという発想で「さるぼぼコイン」の計画は始まった<sup>23</sup>。

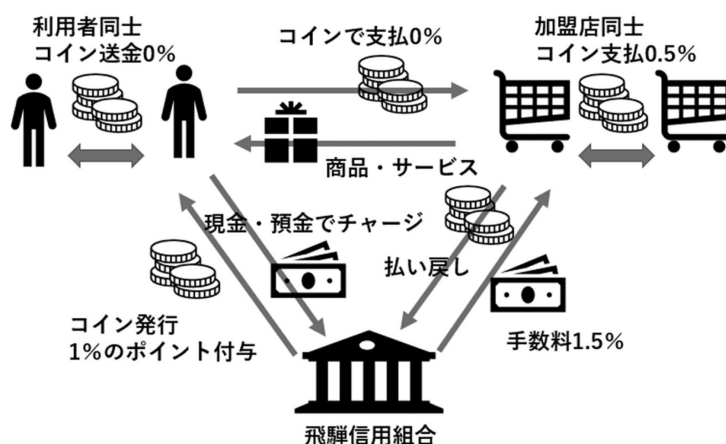
また、当時の高山市は訪日外国人観光客が急増しつつあったが、クレジット決済のできる店舗が少ないという課題を抱えていた。これにはさまざまな要因があり、クレジット決済端末が高額なこと、加盟店手数料の負担が大きいことなどがあげられる。そのためには端末機の代替手段や手数料の引き下げが必要であったが、加盟店情報の入ったQRコードを使って決済を行う方式で加盟店の運用コストが下がり、「さるぼぼコイン」は決済手段としての役割も担うこととなった<sup>24</sup>。

図2に示すとおり、サービス開始当初は利用者がアプリをダウンロードして組合の窓口でチャージすると「さるぼぼポイント」1%が付与され、1コインと1ポイントは1円で加盟店での支払いに利用でき、支払い時には店舗が提示するQRコードを利用者がスマートフォンで読み取り、利用金額を加盟店が確認して決済を行う方式だった。このため店舗では店舗用の端末機の設置が不要で、コインを受け取った加盟店は手数料1.5%を支払って換金することができるが、加盟店同士ならコインのまま決済もできる。

「さるぼぼコイン」では一般の個人利用者は「さるぼぼPay」の口座と「さるぼぼポイント」の口座を利用して電子決済を行うことができ、店舗は普通預金の「さるぼぼBank」を利用して資金の移動や決済を行うことになるが、「さるぼぼコイン」による支払いは、「さるぼぼPay」から「さるぼぼBank」への支払いを含めて即時決済となっている<sup>25</sup>。加盟店がコインを即時に資金化できる点が「さるぼぼコイン」の特徴となっており、金融機関でなければできない独特な仕組みといえる。

その後「さるぼぼコイン」は2018年にアリペイと提携して加盟店のアリペイ管理を行うこととなり、飛驒市とも業務提携して電子決済モデル事業を開始したことで「さるぼぼ

図2 さるぼぼコインの概要



出所：山腰〔2019〕から筆者作成

コイン」で住民票等の証明手数料の支払いが可能となり、2019年には市税の支払いも可能となった。こうしたサービスの拡充により2019年3月には加盟店922店、ユーザー数7,400人、累計販売額6億円と成長した<sup>26</sup>。この段階で加盟店数は域内の一般消費者向けの事業所の20%を超えるまでになっている。また利用者と加盟店の増加とともに新規預金口座も増加しており、直接的な効果も現れている。2020年には域内のセブンイレブンでチャージが可能となり、市民病院の診療費や公民館やスポーツ施設の利用料の支払いへとサービスは拡大し利用者の利便性は増している。これまでの「さるぼぼコイン」の推移は表1のとおり3年間で会員数と利用額が2倍から3倍へと急速に伸びている。

表1 「さるぼぼコイン」の推移

年間利用額単位：千円

	会員数	年間利用額	加盟店数
2018年12月	5,800	363,000	900
2019年12月	10,000	637,000	1,200
2020年12月	18,000	1,890,000	1,500

注：2018年12月は推定値

出所：森側〔2020〕及びCNET JAPAN〔2021〕から筆者作成

### 3.2 「気仙沼クルーカード」

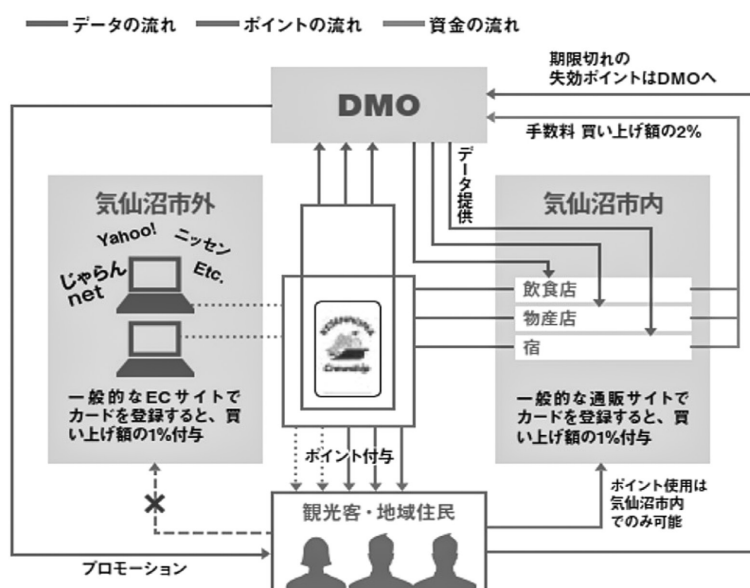
気仙沼市では2017年気仙沼地域戦略が「日本版DMO」として観光庁の登録を受けている<sup>27</sup>。「DMO」は、当該地域の観光資源に精通し地方自治体や民間企業と連携を取りながら観光地域経営を担う組織として欧米の観光先進国で発展してきた。2007年に国連世界観光機関「UNWTO」がその枠組みを定義したことで広く認知されることとなった<sup>28</sup>。国内における「DMO」は、2015年「観光による地方創成」を推進するため、国土交通省観

光庁に「日本版DMO」として登録された地域観光の推進組織に対して各省庁が重点的な支援を行う制度としてスタートした。観光庁によれば、地域の「稼ぐ力」を引き出し、「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役となって官民協働の地域経営を行おうとする組織であり、DMO登録に必要な基礎的な機能・役割として、多様な関係者の合意形成、データに基づいた戦略の策定とマネジメント、戦略と整合性のある観光関連事業の実施とプロモーションをあげている<sup>29</sup>。

「気仙沼クルーカード」はDMO登録と同時期に気仙沼地域戦略の事業として50社の加盟店からスタートした。加盟店を利用する際に「気仙沼クルーカード」を提示すると100円の購入で1ポイントが付与される。加盟店以外にも提携するECサイトを利用した場合に各ECサイトのポイントとは別にポイントが付与されるが、ポイントを使えるのは気仙沼市の加盟店となっている。これによりECサイトで付与したポイント分についても地域の加盟店で利用してもらえることになる。加盟店は付与するポイントとシステム利用料として売り上げの3%を負担し、このうち1%がポイント原資となり2%がポイントカード事業の運営手数料となる。最長2年のポイント有効期限が過ぎると、ポイント分は気仙沼市に寄付され、一部が気仙沼地域戦略の運転資金となる仕組みとなっている<sup>30</sup>。

気仙沼クルーカードの会員数は2019年3月には18,000人へと拡大し累計利用額は7億円を超えるまでに成長しており、市外会員の割合は全体の約40%と観光客の利用が多いことがわかる。「気仙沼クルーカード」の顧客データは、加盟店のマーケティングに利用されているが、気仙沼観光推進機構の商品開発やイベントの企画運営など、その活用は多岐にわたっている。利用者を市外と市内に分けてマーケティングを行い、加盟店や市民団体と一体となって利用者の特性に合わせてイベントや商品を開発・提供し利用を促進している<sup>31</sup>。

図3 気仙沼クルーカードの概要



出所：じゃらん [2017]

## 4 発行主体の戦略と地域通貨の役割

### 4.1 飛騨信用組合の戦略と「さるぼぼコイン」

飛騨信用組合が電子地域通貨「さるぼぼコイン」の導入した目的について考察してみよう。そもそも信用組合は、組合員の出資による協同組織の非営利法人であり、組合員も域内の小規模事業主と個人に限られている。預金の受け入れも貸し出しも原則として組合員に限定される。そのため営業地域は一定の地域に限定され、組合の資金はその地域の発展に生かされることになる点が銀行と異なる。飛騨信用組合にとっては、地域経済の活性化は業績を左右する重大なテーマであり、少子高齢化も組合員の減少として組合の将来に直接的に影響を及ぼすことになる。飛騨信用組合には「さるぼぼ倶楽部」を創設したときに地域内で資金を回そうという発想が生まれている。加盟店の中で使える割引券の発行なども行い、これが地域通貨として使われることとなった<sup>32</sup>。その後2014年組合員の無料相談所「BizCon.HIDA」を設立し、組合員とのコミュニケーションを図る窓口を設定し、その後クラウドファンディングの運営を開始し投資ファンドも設立している。

表2 飛騨信用組合の「さるぼぼコイン」に関する事業展開

年	月	主 な 事 業 展 開	内 容
2012	9	さるぼぼ倶楽部創設	組合員の事業者で構成する会員組織
2014	7	無料相談所「BizCon. HIDA」開設	補助金助成金などのよろず相談窓口
2014	8	クラウドファンディング「FAAVO 飛騨・高山」運営開始	19年3月までに46件1800万円調達
2014	11	ひだしんイノベーションパートナーズ <sup>(株)</sup> 設立	飛騨信用組合100%出資子会社
2015	2	「飛騨・高山さるぼぼ結ファンド」設立	子会社による出資や社債引き受け事業
2016	4	第7次中期経営計画スタート	CSV経営を掲げる
2016	6	飛騨・高山さるぼぼ結ファンド2号投資事業有権責任組合	ファンド設立
2017	12	「さるぼぼコイン」サービス開始	サーバー管理型の電子地域通貨
2018	4	加盟店449に増加	100店でスタート5か月で4.5倍に増加
2018	8	アリペイと提携	組合が加盟店の管理を行う業務提携
2018	10	飛騨市と業務提携 さるぼぼ電子決済モデル事業開始	住民票印鑑証明手数料等で支払可能
2018	12	さるぼぼで電気料金を決済できるサービス開始	新電力会社と提携
2019	3	さるぼぼ加盟店922、ユーザー7,400人、累計販売額6億円	加盟店は2018年4月から2倍に増加
2020	3	さるぼぼコインとセブン銀行ATM提携開始	セブンイレブンでチャージが可能に

出所：山腰 [2019] 及び経済界ウェブ [2019] から筆者作成

こうして資金活用の仕組みを整えたうえで、資金を域内にとどめる施策として2017年「さるぼぼコイン」のサービスを開始し、そのための「地域内乗数効果」を生み出す転々流通の機能が組み込まれている。「地域内乗数効果」は地域内で資金を繰り返し使うことで資金が浸透・循環し経済効果が生まれるとする考え方で、利用者が加盟店で使った「さる

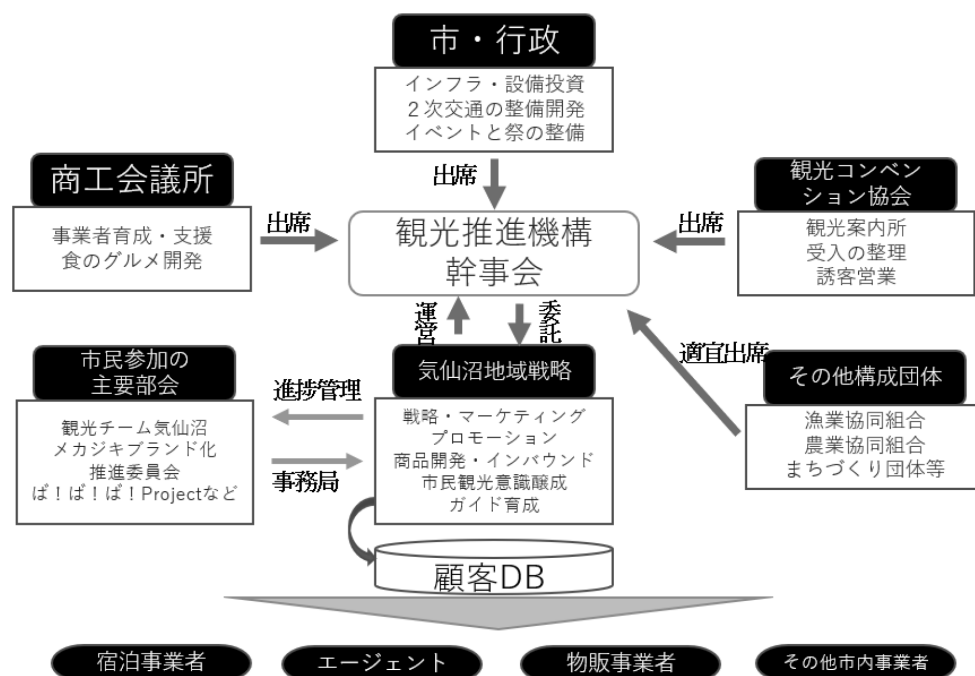


ぼぼコイン」を加盟店がさらに仕入れに使うなどして循環するようにとの狙いから、加盟店同士であれば「さるぼぼコイン」を現金化するよりも低い手数料で「さるぼぼコイン」を送金できるように設定されている。インバウンドも含めて観光客の多い地域だが、そうした外部からの需要を「さるぼぼコイン」に取り込むサービスよりも先に地域内の組合員へのサービスを拡充している。このことから地域内の資金を外部に流出させないことを優先して事業を展開していることが推察される。飛騨信用組合は地域経済の活性化が地元金融機関としての戦略に直結することから、地元中小企業への経営支援のツールを用意し、その資金調達の基盤となる地域内の資金流通を「さるぼぼコイン」は担っている。

#### 4.2 気仙沼観光推進機構の戦略と「気仙沼クルーカード」

「気仙沼クルーカード」を発行する気仙沼観光推進機構は、図4に示すように気仙沼市、観光コンベンション協会、商工会議所に加えて漁業協同組合などの関係団体と市民団体や事業者からなる主要部会で構成され、ひとつの企業組織のように、それぞれの組織の担う役割が人事や営業、広報などのように分担されている。この気仙沼観光推進機構の中心となって観光マーケティング、プロモーション、商品開発、観光ガイド育成、インバウンド対策などの機能を担っているのが気仙沼地域戦略である<sup>33</sup>。

図4 気仙沼DMOの組織イメージ



出所：日本観光振興協会〔2019〕から筆者作成

「気仙沼クルーカード」の導入目的は「観光を理論的かつ具体的に行うための取り組み」<sup>34</sup>であり、利用者に対して加盟店への信頼を付与し、利用者のデータを収集・分析し

てマーケティングに利用できることが気仙沼観光推進機構と加盟店にとってのメリットとなり、加盟店はシステム利用料等の負担に見合う成果に結びつけることが重要になる。ポイントカードのシステムが気仙沼観光推進機構と会員とが紐づく構造になっているため、会員全体を顧客とした地域データベースを活用したマーケティングが可能となっている<sup>35</sup>。

気仙沼市では東日本大震災から半年後に「震災復興計画」を策定し、人口減少と地域経済の活性化のために、観光をそれまでの主力産業であった水産業に並ぶ新たな基幹産業として位置づけ、気仙沼市全体の観光戦略の再構築を行うことを掲げた。2012年12月に策定された「観光に関する戦略的方策」では気仙沼市の観光戦略の推進体制を「行政の外側に、資金・権限を有する機動的な機関を設け、観光関係者の発意や創意工夫を促しつつ、事業を具体化し観光戦略を推進していくことが求められる」とし、新たな推進組織は民間事業者やNPOなどからの提案事業に対する助成と一定規模以上の事業に対する投資を視野に入れた融資や助言を行うとされ、水産業と観光を連携させることで相乗効果を生み出そうと具体的な7つの戦略も示された。これにより気仙沼市全体の観光に取り組む体制が整備され、現在の気仙沼地域戦略の中核とした気仙沼観光推進機構の体制へとつながる<sup>36</sup>。

「気仙沼クルーカード」はマーケティングの基礎となる利用者の様々な情報を取得するとともに、この分析結果に基づくプロモーションの一端を担っている。これまで閑散期として考えられてきた冬季の観光市場を作り出そうと「冬のグルメツアー」を企画実施するなど新たな試みをしており、これまでと異なる商品やイベントに合わせて利用者をセグメント化し効果的なプロモーションを展開している<sup>37</sup>。

## 5 分析と考察

ここまで飛騨信用組合の「さるぼぼコイン」の取り組みと気仙沼地域戦略の「気仙沼クルーカード」の取り組みを考察してきた。本章では「さるぼぼコイン」地域と「気仙沼クルーカード」地域の地域経済循環について分析を行っていく。

### 5.1 「さるぼぼコイン」の地域と地域経済循環分析

飛騨信用組合は、資金を地域に循環させることで「地域内乗数効果」を生み出すことを目的とし、域内の資金流通を「さるぼぼコイン」は担っている。その意味では「さるぼぼコイン」の効果をj知るうえで飛騨信用組合の営業エリアの資金の流通を計測することが必要になる。飛騨信用組合の営業地域は高山市、飛騨市、白川村の2市1村からなるため、環境省が公開している「地域経済循環分析ツール」を使って2015年の資金の流通を分析することを試みた<sup>38</sup>。この「地域経済循環分析」では地域産業連関表を作成し、生産、分配、支出の3つの視点から資金の流通を分析する。

この地域の2015年の付加価値額は4,424億円で、財政移転による流入もあるが、支出においては678億円の資金が地域外へ流出している。この分析では産業を38産業に分類して

いるが域外から資金を獲得している上位5産業と域外に資金を流出している上位5産業の比較を表3にまとめた。地域外から資金を獲得している産業には化学産業から情報・通信機器まで一次産業から三次産業まで含まれており、地域の産業全体が活性化していることが推測される。一方で卸売業から食料品までの産業は地域外へ資金を流出している産業であり、流通関連と食料品など地域の日常の支出に関係する産業が多く含まれている。小売業や卸売業が地域外から仕入れ等を行っていることで資金が地域外に流出していると考えられる。地域外から資金を獲得している宿泊・飲食サービス業などに地域内からの仕入れ等を促し、さらに小売業・卸売業の仕入れ先も地域内に変えていくことで資金が循環し流出が減少することになる。「さるぼぼコイン」が加盟店同士で決済できる転々流通性を実現し、地元の小売業・サービス業などからの会員店舗を増やすことで「域内乗数効果」を高めようとする試みは地域の資金流通の構造と整合性があると考えられる。

表3 2015年「さるぼぼコイン地域」産業別純移輸出額

単位：億円

産 業	純移輸出額	産 業	純移輸出額
化学	399	卸売業	-377
宿泊・飲食	316	情報通信	-206
その他製造	164	小売業	-170
農業	121	公務	-135
情報・通信機器	92	食料品	-132

出所：環境省〔2020〕から筆者作成

## 5.2 「気仙沼クルーカード」の地域と地域経済循環分析

気仙沼市は利用者情報を起点として地域内の加盟店と関係団体の商品・サービスの販売促進を展開している。気仙沼地域戦略の年次報告書から「気仙沼クルーカード」の会員数と利用者及び利用額について半期ごとにまとめたものが表4である。

これまでの気仙沼市の観光宿泊客や観光施設の利用者数は春から夏が中心であり、観光施設の半期ごとの客数の集計では4月から9月までの上期に対して10月から3月までの下期は60%から80%で推移している。これに対して「気仙沼クルーカード」は、新規会員の推移については上期よりも下期が減少しているが、利用者数と利用金額は上期よりも下期が10%以上増加している。このことは利用者を分析し「冬のグルメツアー」等を展開して、これまでにない利用者のニーズを開拓しつつあることを表していると考えられる。利用金額が観光業界全体に占める割合はまだ少ないが、地域内全体の利用者情報をデータベースとして活用できることは観光産業に限らず大きな役割を果たすことが期待される。

表4 「気仙沼クルーカード」の会員数・利用額の半期毎の推移

利用金額単位：千円

	新規会員	会員数	利用者数	利用金額	観光施設客数
2017年4月	566	566	98	146	35,951
2017年9月	6,364	6,930	21,559	89,183	72,526
2018年3月	4,022	10,952	38,087	148,109	49,945
2018年9月	4,288	15,240	79,913	219,762	82,172
2019年3月	2,890	18,130	107,656	257,070	65,800

出所：気仙沼観光推進機構〔2018〕及び東北活性化研究センター〔2019〕から筆者作成

気仙沼市の資金の流通についても「地域経済循環分析ツール」を使って分析を行った。この地域の2015年の付加価値額は3,162億円だが財政移転による流入が3,839億円もあり、支出においては2,837億円が地域外へ流出している。民間投資が約102億円流入したが民間消費は約576億円の流出である。2015年はまだ復興途上にあつたといえる。産業別に域外から資金を獲得している上位5産業と域外に資金を流出している上位5産業を比較したものが表5である。

表5 2015年気仙沼市産業別純移輸出額

単位：億円

産 業	純移輸出額	産 業	純移輸出額
建設業	293	卸売業	-399
食料品	138	公務	-326
水産業	125	専門技術、業務支援	-275
電子部品・デバイス	13	金属製品	-242
水道業	11	保健衛生・社会事業	-227
印刷業	11	その他製造業	-193

出所：環境省〔2020〕から筆者作成

建設業の純移輸出額が他の産業を大きく引き離しており、建設業が地域の資金流通の柱となっていることがわかる。それまでの主力産業であつた水産業と食品業を除くとほとんどの産業が資金を流出しており、2015年は地域産業が復興の足掛かりをつかんだ頃であつたと推察できる。気仙沼地域戦略は「気仙沼クルーカード」をマーケティングに活用し、水産業と関係のある食品業を観光で結びつけようとしたと考えられるが、観光の中心となる宿泊飲食サービス業は48億円流出し小売業も96億円の資金を流出していた。全38産業の中で30産業は資金を域外に流出している状況であつた。この段階では資金の流出を抑

制することよりも、マーケティングに力点を置いて集客し、観光と水産・食品業の効果的な連携を構築して資金の流入増大を優先させたと推測できるが、このことは地域の資金流通の構造と整合性を欠くものではなかった。

### 5.3 電子地域通貨を支える地域通貨システム

また2つの事例に限らず、デジタル技術の集積が小さい地方自治体においても電子地域通貨の導入が進んでいるのは、電子地域通貨のシステムを地域に限定されずに展開する事業者の存在がある。高機能、多機能化を可能にしているのはネットワーク環境とデジタル技術の進歩が大きく関係しており、将来的に電子地域通貨の機能を提供するプラットフォームが生まれる可能性も否定できない。すでに複数のシステムから電子地域通貨の目的と運営条件に適したものを選択することが可能になっている。発行主体の運営力がますます重要になると考える。

## 6 むすび

本稿においては「さるぼぼコイン」と「気仙沼クルーカード」の2つの電子地域通貨の事例を通して電子地域通貨の運営と機能及び地域の資金流通の構造との関係を考察した。

その結果、①「さるぼぼコイン」は資金の域内流通を高める役割を担い、「気仙沼クルーカード」はポイントプログラムの顧客情報を分析活用する役割を担っており、運営の工夫や利用者数と利用額等の推移から発行主体の目的に従ってそれぞれの役割を果たしていることが確認できた。②「地域経済循環分析ツール」を使って地域経済循環分析を行った結果、「さるぼぼコイン」の流通する地域の資金の流出は卸・小売業による比率が高く、気仙沼市では建設業と水産・食品業が地域外から資金を獲得していたが、全38産業中の7割の産業は資金を地域外に流出していた。「さるぼぼコイン」は卸・小売業の資金の循環を促し、「気仙沼クルーカード」は観光と水産・食品業を連携させて域外からの資金の流入を促進しており、2つの地域の資金流通の特徴とそれぞれの電子地域通貨の運営には整合性が見られた。

しかし2つの電子地域通貨が導入されてからの期間が短いこともあり、2つの電子地域通貨の資金流通に及ぼす効果を測定することはできなかった。今後は、適切な指標によって電子地域通貨の効果を明らかにすることが課題であるといえる。

---

### 【注】

<sup>1</sup> 西部 [2013], pp.271–273。

<sup>2</sup> 町井・矢作 [2018], pp.54–55。

<sup>3</sup> 納村 [2016], pp.66–67。

- 4 松原・藤本 [2019], p.44。  
5 松原・藤本 [2019], p.45。  
6 泉・中里 [2017], p.42。  
7 泉・中里 [2017], pp.47-48。  
8 泉・中里 [2017], p.43。  
9 泉・中里 [2017], p.49。  
10 古江 [2018], p.44。  
11 Business leaders square wisdom [2017]。  
12 日本観光振興協会 [2019]。  
13 木更津市 [2018]。  
14 町井・矢作 [2018], pp.58-59。  
15 環境省 [2020]。  
16 総務省 [2015a]。  
17 5年毎に各都道府県で作成されている。  
18 政府統計の総合窓口 [2015]。  
19 総務省統計局 [2014]。  
20 政府統計の総合窓口 [2016]。  
21 経済産業省 [2015]。  
22 総務省 [2015b]。  
23 古江 [2018], pp.44-45。  
24 古江 [2018], p.45。  
25 町井・矢作 [2018], pp.61-63。  
26 経済界ウェブ [2019]。  
27 じゃらん [2019], p.2。  
28 清水・橋爪 [2017], p.136。  
29 観光庁は「観光地域づくり法人は、地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人です。」と定義している ([https://www.mlit.go.jp/kankocho/page04\\_000048.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000048.html), 2021年2月13日閲覧)。  
30 じゃらん [2017], p.8。  
31 気仙沼観光推進機構 [2019]。  
32 経済界ウェブ [2019]。  
33 じゃらん [2017], p.5。  
34 日本観光振興協会 [2019]。  
35 じゃらん [2017], p.8。  
36 気仙沼市観光戦略会議 [2012]。  
37 じゃらん [2019], pp.6-8。  
38 環境省 [2020]。

#### 【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体について：2016年稼働調査から見えてきたもの」『専修経済学論集』, 52 (2), pp.39-53。
- 2 牛場智 [2019]「シェアリング・エコノミーの視点による地域通貨への考察：香川県「めぐりん」を事例に」『静岡大学経済研究』, 23 (4), pp.25-38。
- 3 納村哲二 [2016]『地域通貨で実現する地方創生』, 幻冬舎新書。
- 4 環境省 [2020]「地域経済循環分析」, <http://www.env.go.jp/policy/circulation>, 2021年2月13日閲覧。
- 5 木更津市 [2018]「ITCの推進に関する報告書—木更津市の地方創成に向けた取組み」, <https://www.>

- city.kisarazu.lg.jp/\_res/projects/default\_project/\_page\_/001/002/695/20180126-084808.pdf, 2021年2月13日閲覧。
- 6 経済界ウェブ [2019]「さるぼぼコインが地域を潤す！飛騨信用組合の挑戦」, <https://net.keizaikai.co.jp/archives/35747>, 2021年2月13日閲覧。
  - 7 経済産業省 [2015], <https://www.meti.go.jp/statistics/tyo/kougyo/result-2.html>, 2021年2月13日閲覧。
  - 8 小林重人 [2017]「持続的なボランティア活動と地域団体間の連帯を促進するための地域通貨：同一地域で実践された2つの地域通貨の比較から」『地域活性研究』, 8, pp.183–191。
  - 9 清水苗穂子・橋爪紳也 [2017]「ディスティネーション・マネジメントに求められる要素とDMOの役割」『阪南論集 社会科学編』, 53 (2), pp.135–144。
  - 10 政府統計の総合窓口 [2015], <https://www.e-stat.go.jp/stat-search?page=1&toukei=00200521>, 2021年2月13日閲覧。
  - 11 政府統計の総合窓口 [2016], <https://www.e-stat.go.jp/stat-search/files?page=1&toukei=00200553&tstat=000001095895>, 2021年2月13日閲覧。
  - 12 総務省 [2015a], [https://www.soumu.go.jp/toukei\\_toukatsu/data/io/2015/io15\\_00001.html](https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/2015/io15_00001.html), 2021年2月13日閲覧。
  - 13 総務省 [2015b], [https://www.soumu.go.jp/iken/zaisei/h27\\_shichouson.html](https://www.soumu.go.jp/iken/zaisei/h27_shichouson.html), 2021年2月13日閲覧。
  - 14 総務省統計局 [2014], <https://www.stat.go.jp/data/e-census/2014/index.html>, 2021年2月13日閲覧。
  - 15 気仙沼観光推進機構 [2018]「気仙沼観光推進機構事業報告会重点テーマ活動報告」, <https://kesennuma-kanko.jp/en/wp-content/uploads/2018/05/【20180521観光推進機構報告会】重点テーマ活動報告（全テーマ集約）.pdf>, 2021年2月13日閲覧。
  - 16 気仙沼観光推進機構 [2019]「令和元年度気仙沼観光推進機構報告会」, [https://kesennuma-kanko.jp/en/wp-content/uploads/2019/05/190525\\_報告会全体資料まとめ.pdf](https://kesennuma-kanko.jp/en/wp-content/uploads/2019/05/190525_報告会全体資料まとめ.pdf), 2021年2月13日閲覧。
  - 17 気仙沼市観光戦略会議 [2012]「観光に関する戦略的方策（案）」, <https://www.murc.jp/kesennuma/kankousenryaku.pdf>, 2021年2月13日閲覧。
  - 18 じゃらん [2017]「地域観光の未来を創造する先進的取組に迫る 躍動するDMO」『とーりまかし』, (48), pp.4–9。
  - 19 じゃらん [2019]「顧客と向き合えば地域が変わる 気仙沼流CRM実践塾」『とーりまかし』, (57), pp.4–9。
  - 20 東北活性化研究センター [2019]「2019年東北圏社会経済白書 第2部」, <https://www.kasseiken.jp/pdf/library/guide/30fy-chosa-02-02.pdf>, 2021年2月13日閲覧。
  - 21 西部忠 [2013]『地域通貨』, ミネルヴァ書房。
  - 22 日本観光振興協会 [2019]「第24回DMO先進事例に学ぶケース20：一般社団法人気仙沼地域戦略」, <https://www.nihon-kankou.or.jp/dmo/news/news27.html>, 2021年2月13日閲覧。
  - 23 古江晋也 [2018]「電子地域通貨で地域活性化をめざす飛騨信用組合」『金融市場』, 2018年6月号, pp.44–47。
  - 24 町井克至・矢作大佑 [2018]「地域通貨は地域金融システムに何をもたらすか」『大和総研調査季報』(30), pp.50–67。
  - 25 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」（北九州市折尾地区）の事例研究と電子地域通貨の展開」『社会環境論究：人・社会・自然』, 社会環境学会, pp.43–68。
  - 26 森側真一 [2020]「“お金の地産地消”を公民連携で加速へ、電子地域通貨『さるぼぼコイン』」, <https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/PPP/434167/010900139>, 2021年2月26日閲覧。
  - 27 山腰和重 [2019]「飛騨地域におけるキャッシュレス決済の最新の取組紹介」, <https://www.maff.go.jp/tokai/noson/keikaku/nouhaku/seminar/attach/pdf/seminar-12.pdf>, 2021年2月13日閲覧。
  - 28 Business leaders square wisdom, [2017]「長崎発「FinTech」は離島活性化の起爆剤となるのか電子化された地域通貨「しまとく通貨」の挑戦」, <https://wisdom.nec.com/ja/collaboration/2017053101/index.html>, 2021年2月13日閲覧。

- 29 CNET JAPAN [2021]「【事業開発の達人たち】3周年を迎えた飛騨高山の地域通貨「さるぼぼコイン」の次なる野望とは―飛騨信用組合・古里圭史氏【前編】」, <https://japan.cnet.com/article/35166796/>, 2021年2月26日閲覧。