

地方自治体が関与することで生じた地域通貨の変化

— 「だっちゃんコイン」と「あがのポイント」の事例から —

若井 絹夫¹

富山 栄子²

要 旨

地域通貨の発行に関わる中心主体は、かつてのNPOや商店街などの市民団体から企業や地方自治体へと移っている。本稿においては、「あがのポイント」と「だっちゃんコイン」の事例をもとに、地方自治体に関与する地域通貨の目的と運営からその特徴を明らかにし、地域通貨の仕組みの変化を考察した。その結果、地方自治体に関与することで発行目的は地域の課題を取り込み複合化し、発行形態も発行目的の変化に対応するために併用化し、発行媒体は複雑化する運営を支えるためにアプリ型へ移行していること、および、電子地域通貨を導入することで地域通貨はモジュール化し、レイヤー構造へと変化し、プラットフォーム化が進んでいる可能性を確認した。

キーワード

電子地域通貨、あがのポイント、だっちゃんコイン、レイヤー構造

1 はじめに

近年の主要な地域通貨の発行事例として、町井・矢作 [2018] に19件の地域通貨が記載されている。発行主体別に分けると地方公共団体は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確認できる。かつての中心的な発行主体であったNPOなどの市民団体は減少し、企業や地方自治体の関与する発行主体へと移っている。通貨の発行目的も、かつての地域コミュニティの活性化から地域経済の活性化へと変化し、コミュニティと経済の双方の活性化を目的とするものも表れている。地域通貨の媒体もかつての紙幣や通帳のような紙製のものから、ICカードやスマートフォンアプリを使った電子地域通貨が大勢を占めるようになった。

¹ 事業創造大学院大学 事業創造研究科

² 事業創造大学院大学 教授

「気仙沼クルーカード」は、若井・富山〔2021〕の研究によると、地域経済の活性化のために、気仙沼地域戦略が発行主体となり気仙沼市と連携して2017年に導入され、2018年度の年間利用額は約5億円と年々成長している。地域通貨としては大きな金額だが、気仙沼市の2015年の付加価値額は3千億円以上であり地域の経済循環に貢献するには十分な流通量とは言えない¹。しかしながら地方自治体の関与する地域通貨は、流通する範囲の拡大と安定した運営と財政の基盤を持つこととなり、その信頼性から地域通貨の流通量拡大も期待される。新たな発行主体は、地域通貨の運営負担を理解したうえで地域通貨の効果を地域の課題に発揮できると考えて参入しており、その目的と運営方法にこれまでとは異なる特徴が表れていると考えることができる。

地域通貨の発行に関わる主体は、かつてのNPOや商店街などの市民団体から企業や地方自治体へと移っている。しかしながら地方自治体の関与する地域通貨に関する研究は多くはない。泉・中里〔2017〕においては、地方自治体が「ご当地WAON」から受けた寄付を原資として地域通貨を発行した事例に触れ²、納村〔2016〕においては各種行政サービスに参加するインセンティブとして有効であるとして「とまチョップポイント」や「かぼか」など複数の事例を取り上げているが³、いずれも地域通貨の運営について通貨の循環を中心に考察するに留まる。泉〔2018〕においては、地方自治体が主体的に関わる上では、日本円で生み出せない地域通貨の価値を創造できるかどうか重要であるとして、ボランティアへの対価として地域通貨を支払うような形にとどめることなく、地元企業の支援を強く打ち出し納税を地域通貨で認めることなどの具体策を示し、地域通貨によって地元企業、住民、自治体の3者間で新たなつながりを生み出す可能性を示唆している⁴。地方自治体の関与する地域通貨については、運営に関連する研究は多く行われているが、運営を支える仕組みに関するものは少ない。

地方自治体に関与することで流通地域が広がり、運営基盤が安定し、地域通貨は活動的になるが、地域の課題も意識することになる。地域の複数の課題を意識した地域通貨は、課題に対応するために運営とそれを支える仕組みを変化させているのではないか。この仮説をもとに、本稿では地方自治体に関与する地域通貨の目的と制度運営から特徴を考察し、地域通貨の構造の変化を明らかにする。

そのために以下では、最初に地域通貨とその分類を定義する。次にこれまでの地域通貨の目的と運営について確認した後に、地方自治体に関与する地域通貨の発行主体に対してインタビュー調査を行い、発行目的と制度運営の特徴を分析し考察を加えていく。

2 地域通貨の定義

貨幣の一般的な機能として、①価値尺度機能、②交換媒介機能、③価値保存機能の3つが挙げられる。価値尺度機能とはモノ・サービスの価値を測る基準としての機能であり、交換媒介機能とは決済を行うときの支払い手段としての機能を貨幣が持っていること

を意味する。価値保存機能は貨幣を貯蔵することで貨幣が将来も決済手段として継続的に利用が可能であることを意味する⁵。地域通貨とは独自の価値基準を持ち、流通する範囲と対象を限定し、使用期間を限定したり期間を過ぎると減価するなどして流通を促進し、貨幣の一般的な機能を制限することで効果を発揮するとし、「ある特定の地域内、または、コミュニティの内部でのみ流通する価値の媒体」⁶とされるが、その目的については触れていない。その価値は地域・コミュニティに属する発行主体の独自の基準によって決められ、地域コミュニティの活性化や地域経済の活性化が地域通貨の主な目的とされてきており、本稿においても地域課題の解決を主な目的とする。地方の人口減少は商店街や地場産業の衰退をもたらし、互助とともに公的サービスの減少もあって福祉や子育て・教育などへ地域の環境によって形を変えながら課題は広がっていると考えられる。

地域通貨の分類については町井・矢作 [2018] を参考に発行目的と発行方法により分類することとした。

2.1 発行目的

地域通貨にとって重要なのは発行目的である。国内の導入期から「コミュニケーション型」と呼ぶ地域コミュニティの活性化を目的とする地域通貨が主流であった。そして地域の商店街で消費促進のために発行された地域通貨が「消費促進型」である。やがて企業や地方自治体が関与して発行される地域通貨の中には、「コミュニケーション型」と「消費促進型」の二つの目的を併せ持つものが表れた。これが複合型である。

2.2 発行方法

発行方法については大きく二つに分けることができる。発行形態と発行媒体である。地域通貨を発行する形態としてはボランティア活動に参加したことで参加者に付与される「ポイント型」と、地域通貨の使用にあたり現金等の対価を払って購入するプリペイドカードのような「チャージ型（電子マネー型）」である。「併用型」は「チャージ型」と「ポイント型」の双方の発行手段を持つものである。

次に発行媒体であるが、当初は地域通貨の流通する規模も小さく、発行枚数も少なかったため紙幣や通帳のような紙製のもの「記帳型」であった。その後、クレジットカードなど電子マネーの普及により地域通貨も電子化されICカードを利用する「カード型」が広がった。やがて電子地域通貨はスマートフォンのアプリケーションを通じて提供される「アプリ型」へと徐々に変化している。地域通貨は、目的に合わせて発行形態と発行媒体の組合せを選んで発行されているのである。

3 地域通貨の概要

現在の地域通貨の基礎となる考え方のひとつにドイツの経済学者シルビオ・ゲゼル

(Silvio Gesell, 1862-1930) が提唱した「自由貨幣」理論がある。これは、通貨の価値を一定期間ごとに減らして価値を下げることで消費者の消費意欲を刺激し、通貨が循環するように促すというものである⁷。通貨の価値保存機能を制限して流通を促すこの考え方は1929年に始まった世界大恐慌で欧米において実践された。ヴェルグルにおける「スタンプ札」と呼ばれる地域通貨もその一つである。オーストリアのチロル州に所在する小さな町の住民のうち約半数が職を失い失業の危機に晒された。1932年に町長は「スタンプ札」を発行し町職員の給料の半分をこの通貨で支払い、地域通貨による納税も認めた。このため鉄道の駅と郵便局以外はこの通貨を受け取り町全体に流通することとなり地域経済の立て直しに成功した⁸。また「自由貨幣」理論の影響を受けて、スイスのWIR（ヴィア）が1934年に中小企業によって発行された。WIRは会員制の通貨であり、現在でも数万社の中小企業・商店で流通している。WIR銀行は会員向けに低利で貸し付けし、会員間の取引だけでなく公共事業の入札などでも決済手段として使われている⁹。このように発行された期間は様々だが、地域通貨の果たした役割は地域経済の活性化にとって重要なものであった。その発行主体は地元の民間団体ではなく、地方自治体もしくは地域全体として経済的な難局に取り組んだ事例であり、その点では地域経済政策の一環として発行運営されていたと考えることができる。

日本への導入期は地域コミュニティの活性化を目的とした地域通貨の導入が盛んとなり、そのため流通規模の小さな地域通貨が生まれた。その後地域通貨の目的は地域経済の活性化に変化した。地元商店街などが中心であったため、発行主体が企業や地方自治体が変わるまでは流通規模に大きな変化は現れず、この点は地域通貨の評価に影響する一因と考えられる。

泉・中里 [2017] によれば、地域通貨は2005年をピークに減少傾向へと転じてしまった。また、2002年から2008年まで行われた毎年の調査では2年以内に約40%の地域通貨が活動を中止している。自治体からの補助金の終了やテスト運用のケースなどが含まれているが、10年以上活動している地域通貨は約20%である。地域通貨の発行主体については、その後大きく変化している。市民団体・NPOによるものは2005年からの約10年で40%も減少しているが地方自治体は15%の減少にとどまっている。このことは、導入期は規模の小さな市民団体が大半であり、発行主体の組織的脆弱性による運営力の低下や自治体等の補助金への依存があったことを表している。また発行主体の脆弱性は、仲間意識を共有することで地域コミュニティづくりや活性化を目指す「地域コミュニティ志向型」の地域通貨が主流であったことと無関係ではない。一方で金融機関などの企業や地方自治体が発行主体となる場合は、運営コストの負担に見合うメリットがあると判断して導入していると考えられる。

4 地方自治体の関与する地域通貨の事例

これまで地域通貨の概要を確認してきたが、ここからは地方自治体の関与する地域通貨として「あがのポイント」と「だっちゃんコイン」の事例を考察する。

地域通貨はある程度の流通量を確保することが効果を発揮するうえで重要だが、チャージ型と比べるとポイント型は発行者にとってポイント付与方法の自由度が高いという特徴がある。「あがのポイント」は新潟県阿賀野市で発行される地域通貨で、導入から5年を経過している。町井・矢作 [2018] の19件の中で、現在発行されている地方自治体が関与するポイント型地域通貨としては草分け的な存在である。加盟店と阿賀野市が発行する地域通貨が共通ポイント「あがのポイント」として流通していることから選定した。

「だっちゃんコイン」は佐渡市で発行されている地域通貨である。まだ発行されてから2年を経過したばかりで、この2年間の社会環境は実績を評価できる状況ではなかった。発行主体は2018年観光庁にDMO¹⁰として登録された「佐渡観光交流機構」であり、佐渡市との連携は緊密である。離島における地域商品券の発行事例はあるが、地域通貨の発行は町井・矢作 [2018] の19件にはみられない。チャージ型とポイント型の組合せが特徴のひとつであり、地域通貨の発行環境が大きく異なることもあり選定した。いずれもポイント型で地域通貨の流通量が増加し、運営基盤は安定している。

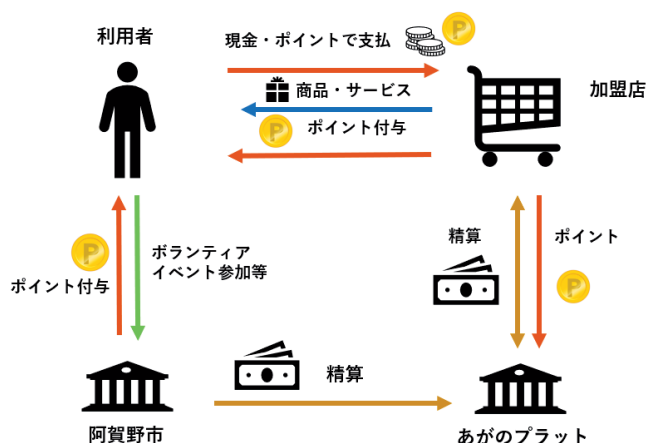
筆者は、「あがのプラット株式会社」においては60分、「佐渡観光交流機構」では90分のインタビュー調査を実施した。インタビューにおける質問は、地域通貨導入の経緯と地方自治体が果たした役割、地域通貨の目的と運営を中心に、それぞれの地域通貨の利用状況と今後の課題や計画についてである。

4.1 「あがのポイント」の概要

阿賀野市では商店街の衰退による中心市街地の空洞化が課題となっていた。商店街の新たな魅力の創出のため、地域の関係者との連携による官民一体の取り組みとしてポイントカード事業を開始した。「あがのポイント」の発行主体は、地方創生交付金活用事業として認可を受けた「あがのプラット株式会社」¹¹（以下「あがのプラット」と記す。）である。地方創生交付金は自治体の自主的・主体的な取り組みとして、先導的なものを支援する目的で2015年から制度化されたが¹²、阿賀野市では2016年にこれを活用して「あがのポイント」を導入している。このとき阿賀野市は「あがのプラット」に対してシステム導入費やポイント付与端末の購入費などの初期費用について補助金を交付している。このため加盟店は毎月の低額な使用料を支払うことでシステムを利用できるため負担は少ないといえる¹³。

「あがのポイント」はAPOカードと呼ばれるICカードを使ってポイントの付与と加盟店での利用が行われるカード型地域通貨である。阿賀野市の指定するボランティア活動や健康診断、阿賀野市の開催するイベントに参加することでポイントが付与され、加盟店で商品やサービスの購入をすると100円で1ポイントが付与される。付与されたポイントは

図1 「あがのポイント」の流通



(出所) 筆者作成

1 ポイント 1 円として商店街等の加盟店で使うことができる。「あがのポイント」は加盟店の付与するポイントと阿賀野市の付与するポイントが一体として利用でき、付与されたポイントは「あがのプラット」に集計され換金される。換金に際して阿賀野市と加盟店は付与したポイント数により手数料を負担し、「あがのプラット」は手数料によって運営されている。

「あがのプラット」は加盟店の紹介と販売促進のためのパンフレットの作成や加盟店の販促キャンペーンの企画実施などを行っている¹⁴。「あがのポイント」の加盟店は当初16店舗でスタートしたが、近年は30店舗前後で推移している。APOカードの発行枚数は累計約25,000枚で、年間で付与される総ポイント数は公開されていないが近年は約1,000万ポイントで推移しているとのことである¹⁵。

4.2 「あがのポイント」の特徴

「あがのポイント」の特徴のひとつは、加盟店の付与するポイントと阿賀野市の付与するポイントが同じ「あがのポイント」として利用できることである。利用者にとってはとても便利なことだが、現在においても地方自治体と地域の加盟店が同じポイントを発行して利用できる地域通貨は多くない。そして阿賀野市がポイントを付与するメニューが多いことも特徴である。阿賀野市が開催するイベントやボランティア活動の参加者に、最初のポイント付与は23メニュー¹⁶からスタートしたが、2021年は41メニューに増えている。2016年当時も豊富なメニューが特徴の一つであったが、5年間でほぼ倍増している。健康関連のメニューが約半数を占め高齢者メニューを含めると6割を超える。料理教室や子育て、地域防災防犯活動、ボランティアや図書館の貸出など多彩なメニューで構成されている。当初のメニューのほとんどが継続されており、親子遊び塾のように拡充されたメニューやボランティアなど地域の課題への取組もメニューに追加されている¹⁷。

さらにAPOカードを利用した「子ども（高齢者）見守りメール配信サービス」も実施し

表1 2021年度のポイント付与事業とポイント数

事業(イベント名)	ポイント数
運動普及員事業 3件	1回 50ポイント
健康講演会等の講習会・講演会 14件	1回 50ポイント
人間ドック受診 5件	1回 100ポイント
自治会防災訓練等災害関係講習会 4件	1回 50ポイント
ラジオ体操会等 7件	1回 20ポイント
いきいきボランティア応援 4件	1スタンプで 50ポイント
親子遊び塾 5件	50ポイント~100ポイント
男女共同参画セミナー	1回 50ポイント
ひきこもりを考える会	1回 50ポイント
介護者のつどい	ボランティア 1回 50ポイント
議会公聴、料理教室、市立図書館利用等	

(出所) 阿賀野市 [2021a] をもとに筆者作成

ている。これは市内12の小中学校と児童クラブ8か所、病院や銀行など阿賀野市内の24か所に設置された端末を利用して子供や高齢者の見守りに活用するもので、子供・高齢者が端末にAPOカードをタッチすると、登録されたメールアドレスに子供・高齢者がいる場所が通知される。子供用にはポイントの付与されないAPOカードも配布されている¹⁸。

現在「あがのポイント」はICカード型からアプリ型へのシステム変更を計画中で、システム導入後はICカードからアプリ型へ順次変更して機能強化を図ることになるが、特にアプリの情報発信機能の活用が期待されている¹⁹。

4.3 「だっチャコイン」の概要

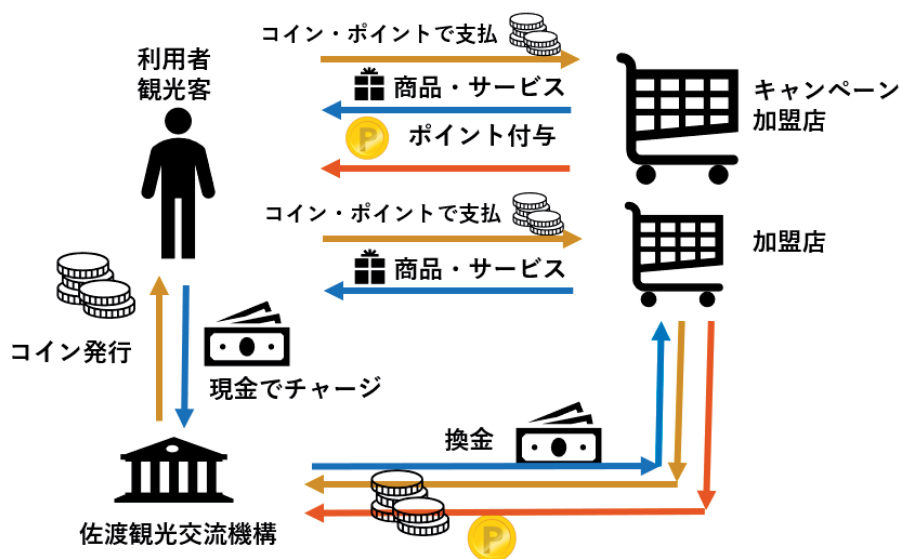
「だっチャコイン」は佐渡市のサポーターである「さどまる倶楽部」の会員が利用できる地域通貨である。「だっチャコイン」は2019年12月に導入されたが、翌年から新型コロナウイルスの感染が拡大し観光産業は大きな影響を受けることとなった。

これまでの会員は、佐渡のサポーターとして何度も佐渡を訪れているリピーターである。これまでの会員証の会員も存続することになるが、「だっチャコイン」を利用することはできない。

「だっチャコイン」を利用するためには「さどまる倶楽部」のアプリをスマートフォンにインストールし会員登録することが必要になる。次に「だっチャコイン」をチャージしなければならないが、「だっチャコイン」は新潟駅や佐渡汽船ターミナルなどに設置された専用の端末機でチャージすることができる。ここでチャージできるのは、日本円はもちろん米ドル、ユーロ、中国元、韓国ウォンのほかに東南アジア5か国地域の通貨に対応し、外国人観光客からも使いやすい地域通貨となっている²⁰。

「だっチャコイン」は観光シーズンに合わせて1か月から3か月間程度のキャンペーンを実施し、このキャンペーン条件を満たした会員にポイントが付与される。付与されたポ

図2 「だっちゃんコイン」の流通



(出所) 筆者作成

ポイントは、チャージしたコインと同様に、市内の加盟店で商品やサービスを購入した代金の支払いに利用できる。ポイントは佐渡市内の加盟店で使わなければならないが、チャージしたコインは新潟市の専用端末で交通系電子マネー「Suica」に交換することができる²¹。コインの有効期間は180日に設定されているが、佐渡観光を満喫した後で「Suica」に交換することができるので使い勝手が良い²²。ポイントの有効期間はキャンペーン終了後10日程度に設定されるが、ポイントは「Suica」に交換することはできないため佐渡から離れるまでに使うことになる²³。佐渡での滞在期間を見込んで設定されており、ポイントの有効期限も佐渡での利用期間を考えれば適切な範囲内にあるといえる。

2020年7月1日から8月31日まで実施した「マイカーでクリーン認証の島へ15,000ポイントバックキャンペーン」では、3,151人の新規会員を獲得し付与したポイントのうち970万ポイントが利用された。同年9月1日から11月3日までNEXCO東日本と連携して実施した「ドラ割ポイントバックキャンペーン」では、「ドラ割 新潟観光ドライブパス2020」の利用者に対して佐渡市内に1泊以上宿泊しフェリーで佐渡市に乗用車を運んで観光すること等の条件を満たすことで15,000ポイントを付与し、並行して佐渡で1泊以上宿泊する「さどまる倶楽部アプリ会員」に対し「だっちゃんコイン」5,000ポイントを付与する「乗船ポイントバックキャンペーン」を展開し、期間中に10,000人の利用と14,000人の新規会員を獲得し、付与したポイントのうち5,200万ポイントが利用された。こうしたキャンペーン活動の結果として2021年3月末には会員数38,000人（前年20,000人）に増加している²⁴。

「だっちゃんコイン」の管理は佐渡観光交流機構が行っている。各加盟店で利用されたコインとポイントは、佐渡観光交流機構によって集計されて各加盟店に換金されることにな

る。ポイントは佐渡観光交流機構が付与するため加盟店の負担はない。

4.4 「だっチャコイン」の特徴

「だっチャコイン」はスマホを使ったアプリであるため、新規会員のターゲットは比較的若い世代が中心となる。さらに外貨に対応していることから外国人観光客を強く意識している。佐渡市内には外貨両替取扱店舗が限られており、キャッシュレス決済の環境も整っていなかったことが背景にある。「だっチャコイン」が導入された直後から新型コロナウイルスの感染拡大が始まり、外国人観光客は入国制限を受けたため、外貨の獲得・流通についての実績はまだ少ない。また「さどまる倶楽部」の会員は佐渡市以外の居住者に限定されるため、原則として佐渡市民は含まれてない。

「だっチャコイン」は会員が加盟店でコインやポイントを使うと佐渡観光交流機構から加盟店にコインとポイントが換金される仕組みのため、佐渡市内で二次流通することはない。したがって、「だっチャコイン」は地域通貨の域内循環による地域経済の活性化を考えてはいない。また、「だっチャコイン」の利用者が主として観光客に限定されるため、加盟店も宿泊、飲食、物販、二次交通など観光関連の商品サービスの提供者が中心である。佐渡市の産業構造は観光産業を中心に形成されており地域通貨による域内循環を考えずとも地域通貨であれ、法定通貨であれ、資金が循環することで活性化につながるとも考えられる。

さらに付与されるポイントの条件にも特徴がある。ポイントの付与は1か月から3か月間のキャンペーン中に加盟店に宿泊することや滞在期間などの条件を満たす必要がある。2020年に実施されたキャンペーンは、新型コロナウイルスの感染拡大の影響もあったが、佐渡観光の例年のピークとなる7月から11月の最も集客できる時期に集中している。観光客の滞在期間がおおむね1週間以内であることを考えれば、ポイントの流通する期間はキャンペーンの実施期間とほぼ一致することになる。このことは地域通貨としての流通が速く地域通貨が滞留しないため、効果が表れやすいことを意味している。

「だっチャコイン」の運営は、発行する地域通貨がポイントとチャージの「併用型」であり、利用者の限定やポイント付与の方法や有効期間などにその特徴がある。

5 「あがのポイント」と「だっチャコイン」の比較分析

近年における地域通貨の傾向性や特徴としては、電子地域通貨が増加していることがあげられる。IT関連の技術の進歩により多機能となり運営コストの削減を可能にしたのである。キャッシュレスの浸透もあって換金性があり電子マネーのように使いやすく多機能な電子地域通貨が増加した。そのため電子地域通貨は「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」の特性を持つ「複合型」として運営されることが多い。「あがのポイント」も「だっチャコイン」も地方自治体が関与する地域通貨であるが、それぞれの運営について比較してみる。

表2 「だっチャコイン」と「あがのポイント」の運営比較

	だっチャコイン	あがのポイント
発行形態	チャージ・ポイント	ポイント
発行媒体	アプリ	ICカード
発行主体	佐渡観光交流機構	あがのプラット
発行者	佐渡観光交流機構	あがのプラット 阿賀野市・加盟店
有効期限	ポイントは短期・コインは180日	180日
具体的な発行の方法や条件など	ポイントはキャンペーン応募。 チャージコインは、「Suica」と交換可能。	阿賀野市指定のイベント参加と加盟店での商品サービスの購入、キャンペーン応募。

(出所) 筆者作成

2つの地域通貨を発行する主体者と地方自治体との関係から、地方自治体の関与が強いのは「だっチャコイン」である。発行形態については「だっチャコイン」がポイントとチャージの二つの発行形態をとっているのが特徴である。チャージコインは利用者がチャージした電子マネーのみ流通し、佐渡観光交流機構が発行するのはポイントだけである。チャージされたコインと付与されたポイントは区分して管理されている。ポイントはチャージされたコインの金額等に連動して付与されるわけではなく、「だっチャコイン」が実施するキャンペーンなどの条件を満たした場合に付与される。チャージされたコインは前払式支払手段となり、資金決済法の適用を受けることなどからコインとポイントの管理を区分できるシステム運用となっていると考えられる。さらに「だっチャコイン」は将来的にクーポンの発行も視野に入れている。クーポンは加盟店が発行する予定であり、利用者のチャージするコインと佐渡観光交流機構が付与するポイントに加盟店の発行するクーポンが追加され3種類の地域通貨が流通することになる。

「あがのポイント」は阿賀野市が付与したポイントも加盟店の付与したポイントと区分せずに流通し利用することができる。阿賀野市は地方自治体ではあるが、「あがのポイント」のシステムの中では商店街の加盟店と同じ位置づけであることがわかる。

地域通貨の発行方法はいずれも電子地域通貨である。地方自治体に関与する場合は、電子地域通貨を導入するケースが多いことも特徴である。流通規模が大きくなるため、事務管理やコスト負担などを勘案すれば電子地域通貨になるのは当然である。

地域通貨の有効期限は双方ともに180日となっている。これは流通速度とともに資金決済法の適用を考慮していると考えられる。流通速度だけを考えるのであれば、国内では事例が少ないが地域通貨の設計に減価を組み込むことも可能である。有効期間がとりわけ短いのは「だっチャコイン」のポイントだが、利用者が観光客であることを考えれば利便性を損なうような設定ではない。

地域通貨発行の目的は双方とも「消費促進型」となるが、それぞれの地域の課題も包含しており、地方自治体が発行する程度の違いもみられる。運営においては「だっちゃんコイン」がチャージ型とポイント型の複数の発行方法を併用する点が異なっていた。発行者は、「だっちゃんコイン」が佐渡観光交流機構だけであるのに対し、「あがのポイント」は阿賀野市を含めて3者が「あがのポイント」を発行している。双方とも発行目的は複合化しているが、そのための地域通貨の運営は異なっている。2つの地域通貨に共通するのは運営が複雑化していることである。発行方法が複数になることにより有効期限も複数の設定となり、キャンペーンによるポイント付与が増えることでさらに管理が複雑となるが、運営管理の負担を支えているのが電子地域通貨のシステムである。地方自治体が発行する地域通貨に関与する割合にもよるが、地域通貨の財政的な基盤が確立されることで運営が安定し高機能なシステムの導入維持も可能になっている。

6 地域通貨の運営システムについての考察

ここまで2つの地域通貨の特徴を確認してきた。「あがのポイント」は複数の発行者が同じ地域通貨を発行していることが運営システムの特徴のひとつである。阿賀野市がポイント付与するメニューは多岐にわたっており、複数の部局で施策ごとに発行されているものであることがわかる。この担当部署をひとつの加盟店として考えたとき、「あがのポイント」では商店街の買い物はもちろん、健康診断やボランティア活動など様々な商品・サービス・イベントにポイントが付与されているが、これはひとつの地域通貨を複数の発行者がそれぞれの条件・基準で発行していることになる。

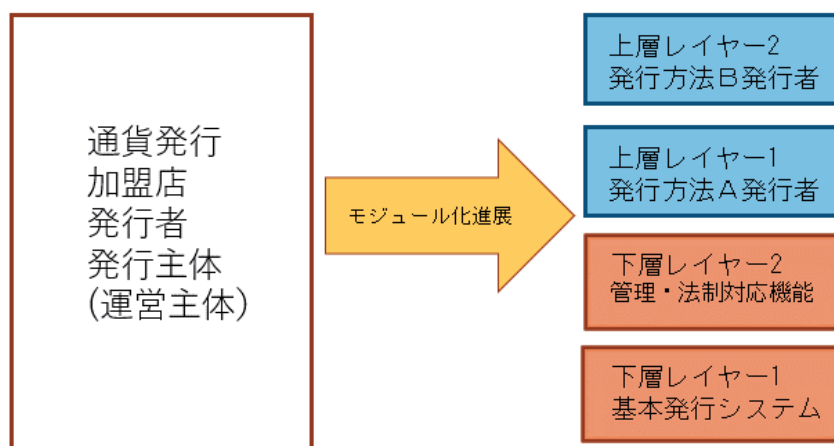
そもそも地域通貨はコミュニティ型として導入された経緯があるため、発行主体がボランティア等に参加した利用者に発行し、利用者は加盟店で商品・サービスの提供を受けた際に地域通貨を利用する形であった。やがて販売促進策の一環として商店街などでポイントが発行されるようになると、発行条件は発行主体が決めて運営するが、発行それ自体は加盟店が中心となる。加盟店では商品・サービスを利用したときに予め決められた基準によりポイントを付与する。「あがのポイント」では、それぞれの発行者が独自の発行基準でポイントサービスを展開しており、地域通貨の精算と管理などの基本的な運営を行う発行主体と、利用者に地域通貨を発行する発行者に役割が明確に分かれており、発行者の発行条件に関する権限が拡大しているのである。

「だっちゃんコイン」はチャージとポイントの2つの地域通貨を発行している。今後これに加盟店が発行するクーポンが加わると、発行者は佐渡観光交流機構に加盟店が加わることになる。コインは、利用者（特に外国からの観光客）に、外貨からチャージできると「Suica」に交換できることで電子マネーとしての利便性を提供している。ポイントは主として観光客の集客を目的に、付与ポイント数や付与条件、有効期限などを設定して広範囲に集客する機能がある。新たに発行が予定されているクーポンは、リピーター対策な

どのように何らかの集客を目的とする機能が設定されることになるであろう。つまり発行者は、その目的に応じた発行条件と運営による地域通貨を発行するのである。

ここまで二つの地域通貨の運営システムの構造について考察してきたが、地域通貨の基本的な運営や機能を持つ発行主体と、独自の発行条件と運営で地域通貨を発行する発行者に機能の分化が進んでいることを確認できた。電子地域通貨システムを活用し、発行主体は発行方法・条件の異なる地域通貨の発行から回収・精算までの流通と法規制への対応などの管理を行い、発行者は目的のために効果的な発行方法と条件を設定して発行している。このことは運営機能と発行機能のモジュール化が進み、地域通貨の仕組みがレイヤー構造化していることを表している（図3）。

図3 地域通貨のレイヤー構造化



(出所) 筆者作成

加藤 [2012] においては、レイヤー構造を「ある事象や認識対象の構造が、層から層へと順に積み重なって全体を構成している状態である。」とし、「階層性はモジュール化の部分概念である。ここでの階層性とは、モジュール性（事前に全体調整をおこなわずに独立したユニットとして設計可能）の部分概念であり、下位階層に上位階層が一方向的に依存する場合を指す。」としている²⁵。地域通貨の発行システムと発行主体が行う基本的な運営管理機能を複数の下層レイヤーとすると、発行者は独自の発行方法と条件で地域通貨を発行する上層レイヤーと考えることができる。発行者は下層レイヤーである発行主体の基本的な運営に制約され機能的に下層レイヤーに依存することになる。

これまでの発行主体から加盟店に向かうバリューチェーン構造からレイヤー構造化が進んだ場合、発行主体や発行者が意図的に複数のレイヤーを統合したり、利用者がレイヤーを選択することが可能となり、このことが新たなレイヤー構造を形成していく可能もある²⁶。このような構造的な変化は、地域通貨が電子地域通貨となり、ソフトウェア化しネットワーク利用型に変化してきたことが背景にある。地域通貨はレイヤーを重ねることで多目的、多機能へと変化する可能性がある。

レイヤー構造へと変化した地域通貨は、プラットフォーム化も進行している。プラットフォームは顧客の求める製品・サービスの基盤となるプラットフォームと、コミュニケーションや取引の媒介となるプラットフォームの2種類に大別されるが、両方の側面を有しているものも多い²⁷。前者はパソコンやスマートフォンのOSやゲーム機のハードのように、アプリやゲームソフトと合わせて機能を実現する製品・サービスの基盤となるものを指す。後者はユーザー間のコミュニケーションツールとなるSNSや決済取引の媒介機能を持つ電子マネーのような製品・サービスを指す。前者は多目的を志向する「だっちゃんコイン」の、後者は多様な発行者を媒介する「あがのポイント」の構造が類似しているが、いずれもこれからシステムの機能強化を予定しており、さらなる変化が想定される。

7 むすび

ここまで「地方自治体が関与することで地域の複数の課題を意識した地域通貨は、課題に対応するために運営とそれを支える仕組みを変化させているのではないか。」との仮説をもとに、「あがのポイント」と「だっちゃんコイン」の事例により地方自治体に関与する地域通貨の運営について考察してきた。その結果、地域通貨はその目的を達成するために、効果的な発行方法を選択することになるが、地方自治体に関与することで発行目的は地域の課題を取り込んで複合化し、発行形態も発行目的の変化に対応するために併用化し、発行媒体は複雑化する地域通貨を支えるためにアプリ型へ移行しようとしていた。このような変化から電子地域通貨を支えるシステムの進化が、地域通貨をモジュール化し、レイヤー構造へと変化させプラットフォーム化が進んでいることを確認することができた。

地域通貨がレイヤー構造を形成することで、地域通貨とこれと連携するサービスはユニットの条件が整えば上層レイヤーとして機能することが容易になる。官民連携の範囲は広がり利便性が高まることにより、地域で流通するさまざまなポイントをまとめて利用することができたり、日常生活のさまざまな場面で地域通貨を受取ったり利用することになる。その意味で「だっちゃんコイン」のクーポンが新たなレイヤーとして機能し、利用者の利便性向上と流通量の拡大へとつながることが期待される。

これまでの研究では地域通貨の運営を分析して効果や影響との関係を考察してきたが、構造化して分析することで地域通貨の活用の可能性を広げることにつながることを考える。

しかしながら本稿においては、地域通貨の構造的変化による効果や影響については考察することができなかった。今後は、地域通貨の構造的変化が機能と運営に与える影響と効果について明らかにすることが課題である。

【注】

- 1 若井・富山 [2021], pp.109-111。「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」による2018年3月から2019年3月までの年間利用額は約476百万円。気仙沼市の2015年度の付加価値額は3,162億円だが、さらに財政移転による資金の流入が3,839億円あった。
- 2 泉・中里 [2017], p.44。
- 3 納村 [2016], pp.86-89。
- 4 泉 [2018], p.43。
- 5 国土交通省観光庁 [2015]。日本版DMOは2015年「観光による地方創成」を推進するため、地域観光の推進母体としてスタートした。国土交通省観光庁によれば、観光地域づくり法人(DMO)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、多様な関係者と協同しながら、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。
- 6 中小企業庁 [2003], p.3。
- 7 川端 [2018], p.1。
- 8 室田 [2004], pp.36-43。
- 9 納村 [2016], pp.66-67。
- 10 町井・矢作 [2018], p.52。
- 11 あがのプラット株式会社
新潟県阿賀野市岡山町5-15 資本金100万円。
- 12 官邸 [2021]。
- 13 株式会社あがのプラットへのインタビュー調査による(2021年11月15日)。
- 14 株式会社あがのプラットへのインタビュー調査による(2021年11月15日)。
- 15 株式会社あがのプラットへのインタビュー調査による(2021年11月15日)。
- 16 納村 [2016], p.160。
- 17 阿賀野市 [2021a]。
- 18 阿賀野市 [2021b]。
- 19 株式会社あがのプラットへのインタビュー調査による(2021年11月15日)。
- 20 ポケットチェンジ [2021]。
- 21 ポケットチェンジ [2021]。
- 22 だっちゃんコイン [2021]。
- 23 一般社団法人佐渡観光交流機構へのインタビュー調査による(2021年11月11日)。
- 24 佐渡観光交流機構 [2020a]。
- 25 加藤 [2012], p.7。
- 26 根来・藤巻 [2013], p.156。
- 27 根来・足代 [2021], pp.19-20。

【参考文献】

- 1 阿賀野市 [2021a]「Apoカード(地域ポイントカード事業)について」, https://www.city.agano.niigata.jp/soshiki/kikakuzaiseika/juminkatsudo_community_kyodo/1/2413.html, 2021年12月27日閲覧。
- 2 阿賀野市 [2021b]「子ども(高齢者)見守りメール配信サービス」, https://www.city.agano.niigata.jp/soshiki/kikakuzaiseika/juminkatsudo_community_kyodo/1/941.html, 2021年12月27日閲覧。
- 3 泉留維 [2018]「自治体は地域通貨とどう向き合うのか」『都市問題』, 109(9), pp.36-44。
- 4 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。

- 5 加藤和彦 [2012] 「コンピュータ・ソフトウェアの階層戦術の考察－VMwareの仮想化ソフトの事例を通じて－」『早稲田大学IT戦略研究所ワーキングペーパーシリーズ』, 47, pp.1-26。
- 6 川端一摩 [2018] 「地域通貨の現状とこれから —各地域の具体的な取組事例を中心に—」『調査と情報—ISSUE BRIEF—』, 1014 (2018. 9.25), pp.1-11。
- 7 官邸 [2021] 「地方創生関係交付金の概要」, https://www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/senmon_bunka/shiearingu/dai9/sankousiryoku9-1.pdf, 2021年12月27日閲覧。
- 8 国土交通省観光庁 [2015] 「観光地域づくり法人 (DMO) とは?」, https://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000048.html, 2021年12月27日閲覧。
- 9 佐渡観光交流機構 [2020a] 「令和2年度 一般社団法人佐渡観光交流機構事業報告」, <https://sado-dmo.com/wp-content/uploads/2021/05/令和2年度事業報告.pdf>, 2021年12月27日閲覧。
- 10 だっちゃんコイン [2021] 「だっちゃんコイン」, <https://dacchacoin.sado-dmo.com/>, 2021年12月27日閲覧。
- 11 中小企業庁 [2003] 「平成14年度経済産業省中小企業庁委託調査事業地域通貨を活用した地域商業等の活性化に関するモデル調査事業調査報告書」, https://www.chusho.meti.go.jp/shogyo/shogyo/2003/download/0308chikituka_houkoku.pdf, 2021年12月27日閲覧。
- 12 根来龍之・足代訓史 [2021] 「マーケティング機能をめぐるプラットフォームと個別事業者の相互作用的進化」『マーケティングジャーナル』, 41 (2), pp.19-32。
- 13 根来龍之・藤巻佐和子 ([2013] 「バリューチェーン戦略論からレイヤー戦略論へ —産業のレイヤー構造化への対応—」『早稲田国際経営研究』, 44, pp.145-162。
- 14 納村哲二 [2016] 『地域通貨で実現する地方創生』, 幻冬舎新書。
- 15 ポケットチェンジ [2021] 「佐渡島の地域通貨「だっちゃんコイン」とは～観光前に知っておきたい使い方を完全解説!～」, <https://blog.pocket-change.jp/dacchacoin/>, 2021年12月27日閲覧。
- 16 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。
- 17 室田武 [2004] 『地域・並行通貨の経済学』, 東洋経済新報社。
- 18 若井絹夫・富山栄子 [2021] 「電子地域通貨の地域社会における役割—「さるぼほコイン」と「気仙沼クルーカード」の事例研究—」, 『事業創造大学院大学紀要』, 12 (1), pp.99-114。