地域通貨は地域金融システムに何をもたらすか

経営企画部　町井 克至／金融調査部　矢作 大祐

要　約

近年、地域・文化圏といったコミュニティの中で流通する地域通貨への注目度が高まっている。地域通貨はこれまでにも世界各国で発行されてきた。日本においても、1990 年代以降、地域通貨が発行されてきたが、管理コストの負担や利用拡大が進まないといった課題から、発行停止となった事例が多い。

日本で近年発行された地域通貨の一部は、（1）地域金融機関が発行主体となっており、決済サービスに貸付なども加えた総合的な金融サービスを提供し得ること、（2）デジタル技術の活用が進んでおり、決済手段としての利便性を高めつつ管理コストを抑制し得ること、という 2 点において、過去の事例よりもサステナブルな仕組みになる可能性がある。

今後は、地域通貨のさらなるコスト抑制の方策としてブロックチェーン技術の活用や、ＩＣＯ等の新たな地域通貨の発行方式の適切な運用が注目点である。こうした新たに登場した技術・仕組みを取り入れながら、地域通貨には、地域内の消費喚起や、地域内での資金の円滑な循環を実現し、地域経済・コミュニティの活性化を推し進める役割が期待されよう。

目　次

はじめに
１章　地域通貨とは
２章　従来の地域通貨の事例
３章　再注目される「地域通貨」
４章　地域通貨の今後の方向性
おわりに

はじめに

地域経済・コミュニティの活性化および持続可能性の向上を進めるために、地域金融システムの在り方が模索されている。「まち・ひと・しごと創生総合戦略（2017 改訂版）」において、地域金融システムには地域内で資金を十分に行き渡らせ、地域の稼ぐ力を向上させることへの貢献が求められている。

こうした中、地域・文化圏といったコミュニティの中で流通する地域通貨への注目度が高まり、発行の検討が進められている。地域通貨の発行を通じて、地域内の消費の囲い込みや資金調達の多様化を進めるとともに、地域内の人・活動をつなぐことでコミュニティを醸成することが期待される。ただし、地域通貨への期待は突如として高まったわけではない。地域通貨はこれまでにも世界各国で発行されてきた。古くは戦前のドイツ、オーストリア、スイスなどで発行され、日本においても 1990 年代後半～ 2000 年代前半に地域通貨発行ブームが起きた。しかし、発行・流通が停止した事例が多いようである。

本稿では、地域通貨の特徴をまとめ、過去の地域通貨の事例、および足元の「地域通貨」の発行検討状況を整理する。足元の地域通貨に関しては、FinTech など新たな技術の活用も検討される中で、過去の地域通貨とどのような差異があるのかを確認する。そして、現在検討されている地域通貨がサステナブルなものか、ひいては地域経済・コミュニティに何をもたらすのかを論述したい。

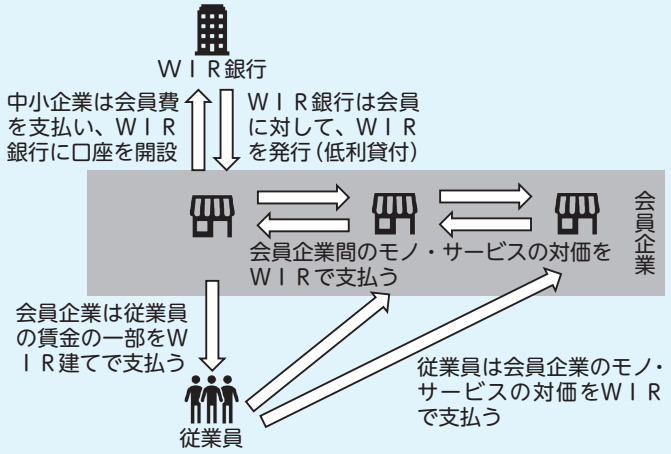
1章　地域通貨とは

地域通貨とは、その名の通り「通貨」である。特定の地域内の企業と個人、個人同士、そして企業同士など様々な主体の間でモノ・サービスの授受が行われた際に、決済手段として使われる。

地域通貨の具体例は 2 章以降で後述するが、スイスのＷＩＲ（ヴィア）が代表例として挙げられる（図表 1）。ＷＩＲは 1934 年にスイスの中小企業の協同組合によって発行が開始された。1936 年以降は、銀行免許を有するＷＩＲ銀行によって発行・管理がなされている。ＷＩＲは会員制の通貨であり、会員は数万社の中小企業によって構成されている。ＷＩＲは、ＷＩＲ銀行から会員向けに発行（低利で貸付）され、中小企業間のモノ・サービスの取引や、給与として支払われた中小企業で働く従業員と企業間の取引で用いられる。ＷＩＲに紙幣はなく、小切手やカードで決済が可能である。スイスの法定通貨であるスイスフランへの交換は不可能であるが、1ＷＩＲ＝1スイスフランと設定されている。

本章ではこうした地域通貨と代表的な通貨等を

図表１　ＷＩＲの仕組み



（出所）大和総研作成

比較し、地域通貨の特徴を整理する。比較対象は、（１）法定通貨、（２）地域振興券、（３）仮想通貨（ビットコイン）を取り上げる（図表２）。

まず、「通貨」の代表格である日本円や米ドルなどの法定通貨と地域通貨の通用性（自由に使用できること）について比較する。日本円を例に挙げれば、日本銀行法において日本銀行が発行する銀行券は、法貨として無制限に通用する（強制通用力がある）と規定されている。国家の信用力を背景に、誰もが安心して日本国内どこでも日本円で決済可能である。他方で、地域通貨の通用性は国家が担保しているわけではなく、人々によって信用されている範囲内（地域・コミュニティ内）に限られる。地域通貨によって多少の差異はあり、法定通貨と交換可能で法定通貨によって信用力が補完されているものもあれば、法定通貨とは交換できずに地域・コミュニティの中の信頼性のみに基づいているものもある。

地域通貨の発行主体や発行方法も法定通貨とは異なる。日本円は電子マネーなど、時に形は変わるものの、基本的には日本銀行が発行する紙幣と、財務省が発行する硬貨で構成される。地域通貨の発行主体は地方公共団体、ＮＰＯ、一般企業、個人と多種多様である。発行方法に関しても、地域通貨は（１）貨幣、（２）通帳記入形式（地域通貨利用者あるいは地域通貨の管理団体が保有する通帳に取得した地域通貨の金額を記載していく方式）、（３）手形形式（自身で手形を振り出し、取引を裏書で記載していく方式）などがある。通貨の発行量に関しては、法定通貨は制限のない場合が多いが、地域通貨は発行者が発行量に上限を設定している場合がある。

貨幣の三機能（価値尺度、交換手段、貯蔵手段）でみた場合においても、地域通貨は特徴的である。三機能のうち、価値尺度とはモノ・サービスの価値を測る基準としての機能を、交換手段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有することを意味する。価値の貯蔵手段に関しては、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。法定通貨は貨幣の三機能を有する。地域通貨は地域内の商店街などでモノ・サービスを購入することが可能であるように、価

図表２　地域通貨と法定通貨等の比較

		地域通貨	法定通貨	地域振興券	仮想通貨（ビットコイン）
通貨の発行主体		地公体、ＮＰＯ、一般企業、個人等	中央銀行等	地公体等	一般企業等
通貨の発行方法		貨幣、通帳記入、小切手など	貨幣	貨幣	デジタル
通貨の発行量		制限の有無はまちまち	制限がない場合が多い	制限がある場合が多い	制限がある場合が多い
交換レート		交換可能な場合は、法定通貨に対して固定している場合が多い	他の外貨に対しては、固定・変動が混在	法定通貨に固定	法定通貨に対して変動する場合が多い
貨幣の三機能	交換手段	○	○	○	△
	価値尺度	○	○	○	△
	貯蔵手段	×	○	×	△
転々流通性		△	○	×	△

（出所）大和総研作成

値尺度や交換手段としての機能を有するケースが多々存在する。しかし、貯蔵手段としての機能は限定的である。地域通貨には消費を喚起するために有効期限が決められている場合があり、期限が到来すると、減価あるいは無価値化される。

次に、地域通貨と地域振興券を比較する。地域振興券に関しては、1999 年に 15 歳以下の子供のいる世帯主や老齢福祉年金の受給者等に各自治体から 2 万円、総額 6,000 億円強が配布された事例や、2009 年に 18 歳以下および 65 歳以上の世帯構成者に 2 万円、19 歳以上 64 歳以下の世帯構成者に 1.2 万円、総額 1.9 兆円強が配布された事例などがある。こうした地域振興券は、有効期限が発行から半年間などと定められており、各家計の消費促進を意図したものである。期限付きで消費促進を図る一部の地域通貨に類似していると言える。他方で、地域振興券が使い切りであることに対し、地域通貨は転々流通性（様々な利用者間で譲渡し流通する性質）を有している場合がある点に差異がある。地域通貨は人から人・企業へ、あるいは企業から人・企業へと何度も繰り返し使用し、循環することが可能である。

最後に、仮想通貨の代表例であるビットコインと地域通貨の比較をしたい。ビットコインも仮想「通貨」という呼び名であるように、決済・送金などに用いられる。ビットコインは取引所で法定通貨等と交換可能であり、交換レートはその時々によって変動する。ビットコインの特徴は、発行・管理主体が存在しないことである。発行・管理主体がいない以上、ビットコインの価値は市場参加者の需給によって価格が変動する。現状において、ビットコインは価格変動の大きさに魅力を感じる投機家が好む仮想の「資産」としての存在感が高く、決済・送金手段という「通貨」としての役割は限定的といえる。他方で、地域通貨は、発行・管理主体が存在しており、需給によって価格が変動するような仕組みではない。法定通貨との交換ができない地域通貨も多々存在することに加え、交換可能な地域通貨に関しても交換レートは法定通貨に固定されている場合が多いことから、ビットコインのような投機の対象にはなりにくいと言える。

以上の法定通貨、地域振興券、仮想通貨（ビットコイン）との比較を通じて、地域通貨の特徴は三点にまとめられる。第一に、地域通貨は特定地域・コミュニティの中の地方公共団体、ＮＰＯ、企業などの様々な主体によって発行・管理され、その価値は法的根拠がなく、地域の中の共通認識に基づく。第二に、地域通貨はモノ・サービスを授受する際の決済手段として用いられることから価値尺度、交換手段という二つの機能は有するが、貯蔵手段としての役割は限定される。第三に、特定地域・コミュニティにおいて転々流通性を有するということである。

2章　従来の地域通貨の事例

1．地域通貨の発行目的別分類

１章で見た地域通貨の様々な特徴はおおむねの傾向を示したものであり、おのおのの地域通貨によって違いはある。２章ではより具体的な事例分析を通じて、地域通貨の分類を試みる（図表３）。そして、発行が継続した事例と停止となった事例の差異を考察し、これまでの地域通貨の課題について論じる。

以下では、地域通貨をその発行目的によって分類する。地域通貨を発行する場合、もともと存在する法定通貨や既存の決済手段では得られない効

図表３　これまでに発行された地域通貨の事例

	地域通貨名称	発行年	発行主体	対象地域	通貨形態	現在の提供状況	利用場所	転々流通性	法定通貨への交換	運用コスト
資金融通型	トロントダラー	1998年	企業	カナダオンタリオ州トロント	紙幣	停止（2013年）	セントローレンス市場の店舗（100～200カ所）	限定的	可能（１割割引）	発案者や個人の寄付、コミュニティファンドの運用益
	ＷＩＲ	1934年	金融機関	スイス	小切手／カード等	継続中	45,000社以上のスイスの中小企業	有	不可	会員費
コミュニケーション型	クリン	2000年	ＮＰＯ・地方公共団体	北海道栗山町	紙幣	停止（2011年）	北海道栗山町の利用者間	有	不可	栗山町からの補助金
消費促進型	キームガウアー	2003年	ＮＰＯ	ドイツバイエルン州	紙幣・カード	継続中	バイエルン州の企業	有	可能（５％の手数料）	手数料収入
複合型	LOVES	2002年	ＮＰＯ・地方公共団体	神奈川県大和市	カード	停止（2007年）	大和市の商店街	有	可能	大和市からの補助金

（出所）大和総研作成

用を得ようという動機付けが存在するのが一般的である。つまり、特定地域やコミュニティにおける何らかの課題を解決しようとする目的意識が存在すると考えられる。地域通貨について、発行目的別でみた場合、（１）資金融通型、（２）コミュニケーション型、（３）消費促進型、（４）複合型の４つに大別できる。

（１）資金融通型とは、地域やコミュニティの運営に貢献するＮＰＯなどへの資金提供を目的に発行する地域通貨である。例えば、前述のＷＩＲやカナダのトロントダラー（以下、ＴＤ）が挙げられる。ＴＤは、1998年にカナダのトロントダラーコミュニティプロジェクト社（以下、プロジェクト社）によって紙幣で発行が開始された。ＴＤを利用したい人は、カナダドルからＴＤに等価で交換し、トロント市のセントローレンス市場の店舗等で利用する。店舗等は受け取ったＴＤをプロジェクト社に持ち込み、100ＴＤ：90ＣＡＤで交換する。差額分はプロジェクト社の運営費や他のＮＰＯ（ホームレス保護等）への寄付に用いられる。なお、ＴＤは2013年以降、プロジェクト社のボランティアの不足等を背景に、発行・流通が停止している。

（２）コミュニケーション型とは、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される地域通貨である。例えば、北海道栗山町で発行されたクリンが挙げられる。クリンはくりやまエコマネー研究会によって2000年から発行が開始された。栗山町の住民・勤務者で同研究会の会員であれば、クリンを利用することが可能である。クリンは、会員が提供する家事代行等のサービスの対価として会員間で受け渡しされる。同研究会は、会員が提供可能なサービスと必要なサービスをリスト化、マッチングする役目を担う。なお、クリンは法定通貨に交換することはできない。クリンの発行・管理にかかる費用は栗山町からの補助金等で賄われた。そのため、補助金が打ち切られた2011年以降は発行・流通が停止された。

（３）消費促進型とは、地域振興券に類似し、モノ・サービスを購入する際の手段として利用す

る地域通貨である。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されたものである。例えば、ドイツのバイエルン州で発行されたキームガウアーが挙げられる。キームガウアーは2003年よりキームガウアー事務局（以下、事務局）によって発行が開始された。利用者は商店街でモノ・サービスを購入する際の支払い、商店街の店舗も地域内の他の企業との取引時の決済手段として利用可能である。特徴的なのは、キームガウアーが３カ月に一度２％ずつ減価するように設計されている点である。そのため、キームガウアーはユーロに比べて流通速度（一定期間内に人々の間で転々と流通する回数）が速いとする指摘もある（廣田裕之（2011））。キームガウアーは現在も発行・流通が継続している。

（４）複合型とは、（１）～（３）のうち、複数の特性を併せ持つ地域通貨である。例えば、神奈川県大和市で発行されたＬＯＶＥＳは（２）コミュニケーション型と（３）消費促進型の融合といえる（図表４）。ＬＯＶＥＳは2002年からＬＯＶＥＳ運営事務局によって発行が開始され、ＩＣカードにポイントがたまっていく形式で発行された。ＬＯＶＥＳはボランティア活動などの対価として付与され、家事代行に対する支払いやリサイクル品の交換等で利用可能である。当初は年末に獲得ポイントがゼロになるよう設計されていたが、利便性が低く普及しなかったことから2002年以降はリセットを停止し、商店やレストラン等で利用できる「にぎわいＬＯＶＥＳ」という仕組みを導入した。利用者は１にぎわいＬＯＶＥＳ＝１円で店舗のモノ・サービスを購入することが可能である。

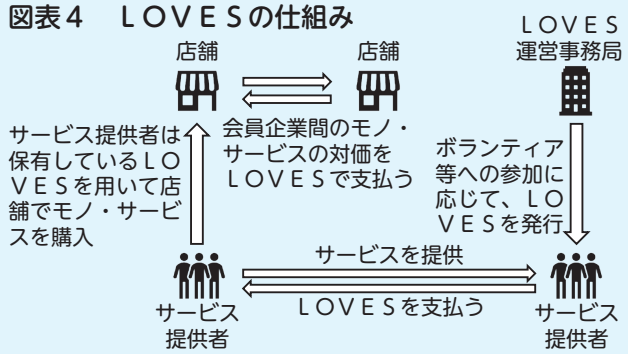
ＬＯＶＥＳを受け取った店舗も決済手段としてＬＯＶＥＳを使用可能である。レストラン等が料理の材料として当地の農作物を購入する際に使用することなどが想定された。しかし、利用者・店舗のＬＯＶＥＳの使用可能な範囲が少ないことに加え、ＬＯＶＥＳ運営事務局が経済産業省予算や大和市の補助金で運営されていたことから、財政によるサポートを失った2007年には発行・流通が停止した。

2．従来の地域通貨の課題

クリンやＬＯＶＥＳは日本の地域通貨における先進的な事例として2000年代には注目されていたが、現在は既に発行・流通していない。では、長期にわたって発行・流通している地域通貨が少ないのはなぜなのだろうか。その答えとして、（１）発行・運営に関する経費負担、（２）利用者とのWIN-WIN関係の構築、（３）法律上の課題、の３つの要因が複合的に影響していることが考えられる。

（１）発行・運営に関する経費負担に関しては、①民間負担、②公的負担の二つに分けられる。例えば、ＷＩＲの発行・運営に係る費用は、ＷＩＲ銀行が貸付を通じた金利収入等を通じて賄っており、キームガウアーに関しても店舗側が

図表４　ＬＯＶＥＳの仕組み



（出所）大和総研作成

キームガウアーを法定通貨に交換する際の手数料で事務局の費用を賄っている。民間負担の場合には、運営団体の収益に帰結しているか否かが地域通貨の発行・流通を継続するか否かの判断材料になる。他方で、クリンやＬＯＶＥＳの費用は財政などによる公的負担によるものである。紙幣の発行・管理は煩雑かつ手間がかかるものであり、財政難に悩む地方公共団体にとっては資金・人手ともに大きな負担になる。また、コミュニケーション型の地域通貨は利用者にとって有益であったとしても、費用対効果の検証は難しく、推進する団体や加盟店の離脱等を契機に停止となる事例もある。

（２）利用者（店舗・消費者）との WIN-WIN 関係の構築に関しては、地域通貨が発行されても、利用者が受け入れなければ、地域通貨の利用は広がらないことを意味する。ＷＩＲを例に挙げれば、中小企業は法定通貨に比べて低金利で資金調達をすることが可能である。そのため、中小企業は従業員への給与や店舗間の取引をＷＩＲで行うインセンティブがある。また、キームガウアーに関しては、３カ月に一度減価するため、貨幣の流通速度はユーロに比べて速く、地域内を循環するような仕掛けもある。

他方で、大和市のＬＯＶＥＳに関しては、使い勝手に課題があったようである。ＬＯＶＥＳを用いて購入できるモノ・サービスは中古品などが中心であった。また、幅広い店舗でＬＯＶＥＳが利用可能でなければ、受け取ったとしても使い道が乏しいことから、店舗等にはＬＯＶＥＳを受け入れるインセンティブが働きにくかったと考えられる。

（３）法律上の課題としては、日本で地域通貨を発行する上でのハードルの高さが挙げられる。地域通貨を発行する際に対価として金銭を受け取っている場合、前払式支払手段発行業者として資金決済に関する法律が適用される。前払式支払手段発行業者になれば、利用上の注意喚起などの表示義務や情報提供義務が課されるとともに、未使用残高が 1,000 万円を超えた場合には半分以上の額に相当する額を供託所に供託する必要がある。こうした法規制を満たす必要があることは、ＮＰＯや一般企業等が地域通貨を発行する上で、人材やノウハウ、費用の面で難易度が高いといえる。

発行の日から６カ月以内に限って使用できるものに関しては、前払式支払手段に該当しない場合もある。そのため、日本で発行された多くの前払式支払手段は有効期限が６カ月以内に設定されている。有効期限が短ければ、消費喚起を促すという効果も考えられるが、利用者の利便性や事務コスト削減のために有効期限を１年に延ばしてほしいといった意見も一部の地方公共団体から出された。金融庁はリスクと利用者の利便性のバランスに配慮して適用除外の条件を決めており、６カ月に据え置きというスタンスを継続している。金銭を対価とする地域通貨を発行したい主体は、前払式支払手段発行業者に課される資金決済に関する法律を満たすか、短期の利用に限定された例外条件を用いるかの二者択一といえる。

以上のように、過去の事例を踏まえれば、地域通貨の発行・流通の継続にはこうした課題を乗り越える必要がある。最近、地域通貨が再度注目され、発行の検討が進められているが、従来の地域通貨が直面した課題をいかに克服するかが、今後の地域通貨の成否を占う上で注目点となる。

3章　再注目される「地域通貨」

1．地域通貨発行ブーム以降の地域通貨

2000年代後半以降においても、地域通貨の発行事例は国内各地で散見される。3章では、近年発行された国内の主要な地域通貨を列挙・分類するとともに、従来の地域通貨との相違点を確認する。加えて、従来の地域通貨にはない特徴を有する代表的な事例の分析を通じて、採用されている仕組みの新規性を整理する。

以下では、2章における事例分析の分類を一部に用いつつ、近年の主要な地域通貨の事例を挙げた（図表5）。主要な事例として掲載した19種のうち、発行継続中のものが9種、実証実験のものが7種、未発行のものが3種となっている。結論を先に述べれば、従来の地域通貨との相違点として、（1）発行主体の変化、（2）デジタル技術の活用、の2つが挙げられる。

（1）発行主体の変化

従来の地域通貨と比べると、金融機関、事業会社、官民合同の運営体による発行事例が多く、特に地域銀行や信用組合といった地域密着の金融機関が中心となって発行された地域通貨が増えた。金融機関や事業会社が発行主体となる事例が増えたのは、運営コストをある程度負担してでも、地域通貨の発行が結果として自身の本業に有益であるとの思惑からであろう。民間の本業貢献を前提とした場合、当然、地域通貨の流通量を増やすことが重要となる。従来の地域通貨ではＮＰＯが発行主体となったコミュニケーション型の事例が見られたが、近年発行される地域通貨は消費促進型の地域通貨がほとんどを占める。

民間の金融機関や事業会社が主体となって発行されている近年の地域通貨は、運営コストが利用者（加盟店等）の負担となっているものが多い。地域通貨の発行主体が民間の場合、「利益率」が事業継続上の明確な指標として存在する。単純に地域通貨の運営のみで利益を出せなくても、自身の本業に貢献することで全体として成長することが確認できるのであれば、発行主体は地域通貨の運営を継続する可能性が高まる。

（2）デジタル技術の活用

近年発行される地域通貨の一部では、キャッシュレス決済、ブロックチェーンなどのデジタル技術が活用されている。デジタル技術を活用する価値としては、「利便性の高さ」「拡張の容易さ」「コスト低減」などが挙げられる。例えば、多くの事例で確認されるモバイル決済では、地域通貨がスマートフォンのアプリケーションを通じて提供され、店舗の決済用端末にかざしたり、店舗のＱＲコードを読み取ったりするだけで決済が完了する仕組みを採用している。店舗用端末が不要な仕組みであれば、利用先が拡大しやすいと考えられる。

また、地域通貨を電子化することで紙幣の発行・輸送・管理コストをなくすことができる。紙幣の紛失等による損失（機会損失や再発行コスト）や偽造対策に係るコスト等の抑制も期待できよう。地域通貨を電子化する事例が増えているのは、従来の地域通貨の運営コストが発行主体にとって負担となっていたこと、地域通貨を電子化するための各種技術の標準化が進み低コストで採用しやすくなってきたことなどが背景にあるものとみられる。デジタル技術の活用によって低コスト化できるのであれば、公的負担に頼らないサステナブルな地域通貨を実現できる可能性がある。

なお、ブロックチェーン技術の活用事例は、流通範囲や期間を限定した実証実験にとどまっており、恒久的な実用化に至った例は見られない。こ

図表５　近年の主要な地域通貨の発行事例

地域通貨名称	発行年	発行主体	発行体種別	対象地域	利用可能者	現在の提供状況	分類	通貨形態	媒体
しまとく通貨	2013年(2016年より電子化)	しま共通地域通貨発行委員会	地方公共団体	長崎県内５つの「しま市町(地域)」	公共（域内居住者は利用不可）	継続中（2018年度は未定）	消費促進型	電子商品券	専用webサイト
しまぽ通貨	2017年	しまぽ通貨事務局（公益財団法人東京観光財団､株式会社ＪＴＢコーポレートセールス）	官民合同運営組織	東京都島しょ（９町村11島）	公共（域内居住者は利用不可）	継続中（2018年度は未定）	消費促進型	電子商品券	専用webサイト
さるぼぼコイン	2017年	飛騨信用組合	金融機関	岐阜県高山市、飛騨市、白川村	公共（一部は同組合に口座を持つ人）	継続中	消費促進型	電子マネー＋普通口座準用	スマートフォン
ごうぎんデュプリ	2014年	山陰合同銀行	金融機関	島根県、鳥取県	公共（同銀行に口座を持つ人）	継続中	消費促進型	電子マネー	ＩＣカード
まいぷれポイント	－	発行地域ごとに異なる	企業	島根県、鳥取県、尼崎市、伊丹市など	公共	継続中	複合型	地域ポイント	ＩＣカード、ＩＣカード機能付携帯端末
あがのポイント	2016年	あがのプラット株式会社	企業	新潟県阿賀野市	公共	継続中	複合型	地域ポイント	ＩＣカード
めぐりんマイル	2009年	サイテックアイ株式会社（めぐりん事務局）	企業	香川県	公共	継続中	複合型	地域ポイント	ＩＣカード、ＩＣカード機能付携帯端末
とまチョップポイント	2016年	苫小牧市商店街振興組合連合会、とまチョップポイント事務局（株式会社オーティス）	官民合同運営組織	北海道苫小牧市	公共	継続中	複合型	地域ポイント	ＩＣカード
MORIO-J	2015年	盛岡Value City株式会社	官民合同運営組織	岩手県盛岡市	公共	継続中	消費促進型	地域ポイント	ＩＣカード
IYOGIN Co-in	2018年	伊予銀行	金融機関	愛媛県松山市	本店役職員約400名	実証実験終了予定～2018/5	消費促進型	電子マネー	スマートフォン
テンボスコイン	2017年	ハウステンボス株式会社	企業	ハウステンボス内限定	従業員約1,300名	実証実験終了予定～2018/3	消費促進型	電子マネー	スマートフォン
近鉄ハルカスコイン	2017年	近鉄グループホールディングス株式会社、株式会社三菱総合研究所	企業	あべのハルカス内限定	公共（抽選で5,000名）	実証実験終了～2017/10/1	消費促進型	電子マネー	スマートフォン
白虎コイン	2017年	会津大学、有限会社スチューデント･ライフ･サポート、ソラミツ株式会社	産学合同運営組織	学内限定	学内関係者のみ	実証実験終了～2017/3/31	消費促進型	電子マネー	スマートフォン
NeCoban	2016年	株式会社Sound-F、静岡銀行	企業、金融機関	静岡県富士市	公共	実証実験終了～2017/3/31	消費促進型	地域ポイント	スマートフォン
萌貨	2016年	会津大学、ソラミツ株式会社	産学合同運営組織	イベント内限定	公共	実証実験終了～2016/11/3	コミュニケーション型	地域ポイント	スマートフォン
GOGIN・COIN	2016年	山陰合同銀行	金融機関	銀行本店内限定	行員約60名	実証実験終了～2016/11/30	消費促進型	電子マネー	スマートフォン
湖山ポイント	未導入	かすみがうら市（かすみがうら市地域ポイント事業）	地方公共団体	茨城県かすみがうら市	不明	2018年度導入予定	複合型	地域ポイント	スマートフォン
アクアコイン（仮）	未導入	木更津市、木更津商工会議所、君津信用組合	官民合同運営組織	千葉県木更津市	３団体の職員1,200名	2018年度に実証実験、その後実用化予定	消費促進型	電子マネー	スマートフォン
ＵＣ台場コイン（仮）	未導入	ユーシーカード株式会社、ＳＢＩホールディングス株式会社、株式会社Orb	企業	東京都港区台場	ＵＣカード社員	2018年度に実証実験予定	消費促進型	電子マネー	スマートフォン

（出所）各団体ウェブサイト等から大和総研作成

図表５　近年の主要な地域通貨の発行事例（続き）

地域通貨名称	利用場所	通貨獲得方法	用途	転々流通性	法定通貨への交換	法律上の扱い	運営コストの主な財源	備考
しまとく通貨	当初同地域の1,000店舗以上	販売所もしくはwebサイト上で購入	店舗での支払い	無	不可	－（６月以内の前払式支払手段）	・加盟店手数料 ・長崎県内５しま市町が一般財源から事業支援費を計上	ギフティ社、J&Jギフト社「Welcome！STAMP」利用
しまぽ通貨	同地域の加盟店舗	webサイト上で購入	店舗での支払い	無	不可	－（６月以内の前払式支払手段）	東京都による助成金	ギフティ社、J&Jギフト社「Welcome！STAMP」利用
さるぼぼコイン	同地域の350店舗以上	指定場所で現金もしくは普通預金口座からチャージ	・店舗での支払い ・加盟店同士の仕入れ決済	一部有	一部可	・前払式支払手段(第三者型) ・景品類(総付景品) ・普通預金準用	・加盟店手数料 ・チャージ時のポイント負債は発行主体が負担	アイリッジ社「MoneyEasy」利用
ごうぎんデュプリ	同地域の加盟店舗	普通預金口座からチャージ	店舗での支払い	無	不可	前払式支払手段(第三者型)	加盟店手数料	
まいぷれポイント	各地域の加盟店舗	・加盟店舗で支払い時に一定割合で付与 ・イベント参加など（地域ごとに異なる）	・店舗での支払い ・指定ごみ袋との交換、市民イベントでの利用(地域ごとに異なる)	無	不可	景品類（総付景品）	加盟店手数料	地域ごとに同名の地域ポイントが存在
あがのポイント	同地域の30店舗以上	・加盟店舗で支払い時に一定割合で付与 ・市の事業やイベント参加、ボランティア活動への参加、公共施設利用など	店舗での支払い	無	不可	景品類（総付景品）	地方創生交付金活用事業	
めぐりんマイル	香川県内の約500店舗	・加盟店舗で支払い時に一定割合で付与 ・市の事業やイベント参加、ボランティア活動への参加、公共施設利用など	店舗での支払い	無	不可	景品類（総付景品）	加盟店手数料	
とまチョップポイント	苫小牧市の200店舗以上	・加盟店舗で支払い時に一定割合で付与 ・市の事業やイベント参加、ボランティア活動への参加、公共施設利用など	店舗での支払い	無	不可	景品類（総付景品）	・加盟店手数料 ・当初３年間は苫小牧市の補助金あり	
MORIO-J	同地域の150店舗以上	加盟店舗で支払い時に一定割合で付与	店舗での支払い	無	不可	景品類（総付景品）	・加盟店手数料 ・盛岡商工会議所、盛岡市、地域商店街が出資して発行主体を設立	
IYOGIN Co-in	同地域の加盟店舗	指定場所で現金からチャージ	店舗での支払い	無	不可	－（６月以内の前払式支払手段）	加盟店手数料	アイリッジ社「MoneyEasy」利用
テンボスコイン	ハウステンボス内社員食堂、店舗	指定場所で現金からチャージ	店舗での支払い	無	不可	－（６月以内の前払式支払手段）	発行主体	アイリッジ社「MoneyEasy」利用
近鉄ハルカスコイン	あべのハルカス内店舗	指定場所で現金からチャージ	店舗での支払い	無	不可	－（６月以内の前払式支払手段）	不明	ブロックチェーン活用
白虎コイン	学内食堂、売店	指定場所で現金からチャージ	学内食堂・売店での支払い	無	不可	－（６月以内の前払式支払手段）	不明	ブロックチェーン活用
NeCoban	富士市吉原商店街	加盟店舗で支払い時に一定割合で付与	店舗での支払い	無	不可	景品類（総付景品）	加盟店手数料	ブロックチェーン活用
萌貨	イベント内ショップ、イベント	イベント参加など	イベント内店舗での支払い、投票など	無	不可	－（６月以内の前払式支払手段）	不明	ブロックチェーン活用
GOGIN・COIN	本店内の食堂と売店	給与から天引き	店舗での支払い	無	不可	－（６月以内の前払式支払手段）	発行主体	ブロックチェーン活用
湖山ポイント	不明	ポイント付与対象事業（またはイベント）への参加	店舗での支払い	不明	不明	不明	かすみがうら市が補助金を交付予定	ブロックチェーン活用
アクアコイン（仮）	不明	指定場所で現金からチャージ	不明	不明	不明	不明	不明	アイリッジ社「MoneyEasy」利用
ＵＣ台場コイン（仮）	UCカードオフィス内、周辺店舗	不明	店舗での支払い	不明	不明	不明	不明	ブロックチェーン活用

（出所）各団体ウェブサイト等から大和総研作成

れまでの事例からは、地域通貨の発行主体である金融機関や事業会社、あるいはそれらと提携・協力または受託する形で開発に携わるＩＴ企業（FinTech 企業）のいずれかにおいて、コストに見合うブロックチェーン技術の活用を実現するためのノウハウや人材が十分に蓄積されていないように見受けられる。ブロックチェーン技術を用いる場合、製品選定やカスタマイズ等にコストがかかる。一般に、情報システムは標準的な製品を活用すればコストを低減できるとされるため、ブロックチェーン技術に関しては、全世界で標準的に採用されるような製品の開発や運用方法の確立が期待される。

以下では、現在発行継続中の地域通貨のうち、従来の地域通貨にない特徴である「電子商品券」「電子マネー＋普通口座準用」「地域ポイント」の３種の仕組みについて、事例とともに取り上げる。

2．ケース分析

1）しまとく通貨（電子商品券）

「しまとく通貨」は、長崎県内５つの「しま市町（地域）」（壱岐市、五島市、小値賀町、新上五島町、佐世保市宇久町）が参加する「しま共通地域通貨発行委員会」によって発行される、デジタル化された商品券（電子商品券）である。利用者はスマートフォンや携帯電話から 500 円単位で利用でき、金額を選択して店舗に提示すると、店舗側が当該電子商品券を使用済みにする電子認証を施すことで支払いが完了する。

しまとく通貨は、もともとは１セットの価格５千円で千円分の特典（20％のプレミアム）が付く紙媒体の商品券であった。指定販売所での販売のほか、旅行会社と提携してツアーパッケージに同梱するなどして、2013 年度から 2015 年度までの３年間に 222 万９千セット（約 134 億円）が販売された。同期間におけるプレミアム分のコスト（単純計算で約 22.3 億円）や紙の商品券の発行・輸送・管理にかかるコストなどの事業費用については、参加自治体が過疎対策事業債（ソフト事業）[1]を発行することで賄った。過疎対策事業債は元利償還金の７割が後年度に交付税措置されるため、起債団体が実質的に負担する残りの３割を長崎県と参加自治体が半分ずつ負うというスキームであった。

2016 年度以降、長崎県からの補助金が打ち切られることとなり、長崎市（高島）、対馬市が離脱したため、現在の長崎県内５つの「しま市町」による事業として運営されるようになった。しま共通地域通貨発行委員会は事業費用を削減するため電子商品券の仕組みを採用し、当初 25％程度のコスト削減効果を見込むとした。商品券のプレミアムに変更はないものの、2016 年度の発行額は前年度の半分以下となる 37 万セットに抑制され、発行時期も閑散期（10 月～翌３月）とするなど、的を絞った運営に切り替わった。

しまとく通貨は、上記５つの「しま市町」を訪れる観光・ビジネス目的の入域者は誰でも利用できるが、域内居住者は利用不可である。電子化以降は初回購入日から 14 日以内という有効期限が設定されている。店舗はしまとく通貨を受け取っても、再利用することはできないため、同通貨は転々流通性を備えてはいない。これらの特徴から、しまとく通貨は「消費促進型」に分類されるが、内需拡大を促す地域振興券等とは異なり、域外需

1）過疎地域自立促進特別措置法により過疎地域に指定された市町村が、過疎地域自立促進市町村計画に基づいて行う事業の財源として特別に発行が認められた地方債のことを指す。

要の取り込みを促す手段に位置付けられていると言える。

しまとく通貨は20%という高いプレミアムコストが負担となっており、費用対効果については慎重に見極める必要がある。確かに、同地域の観光消費額は、しまとく通貨導入前の2012年の307億円から2015年には371億円と、20.7%増加した[2]。ただ、同期間において、日本全体の観光消費額は20.5兆円から23.9兆円と16.5%増加している[3]。単純計算で4.2%ポイント（13.0億円）がしまとく通貨による増分と考えれば、しまとく通貨のプレミアムコストを下回っていることになる。電子化することでコスト低減できるのであればサステナブルな地域通貨になり得ると考えられるが、プレミアムコストの負担という問題は依然として残っていると言えよう。

2）さるぼぼコイン（電子マネー＋普通口座準用）

「さるぼぼコイン」は、2017年12月に飛騨信用組合が発行を開始した地域限定の電子決済手段（電子マネー）である。利用者は現金や同組合の預金口座からチャージし、高山市、飛騨市、白川村のさるぼぼコイン加盟店（2018年3月2日時点で350店以上）での支払いに利用できる。さるぼぼコインは1コイン1円で利用できるほか、チャージ時には特典として「さるぼぼポイント」が付与され、さるぼぼコイン同様1ポイント1円で利用可能である。さるぼぼコインはスマートフォンのアプリケーションとして提供されており、支払い時には店舗が提示するQRコードを読み取る方法を採用しているため、店舗側で決済用端末を用意する必要がない。

さるぼぼコインによる支払いを受けた店舗は、受領したさるぼぼコインを仕入れなどに再利用できる。すなわち、さるぼぼコインは転々流通性を備えている。同組合の利用規約（2018年3月9日時点）から、図表6、図表7のような仕組みを採用している。

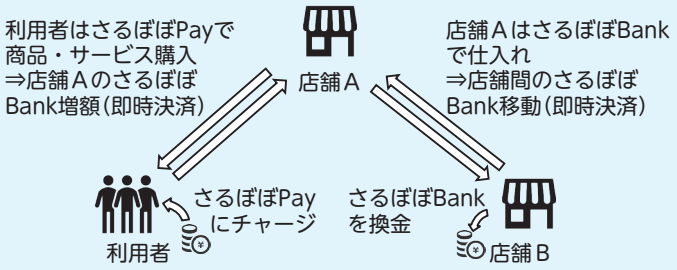
個人であっても店舗であっても、さるぼぼコインを利用する人にはさるぼぼコインの口座（さる

図表6　さるぼぼコインを構成する3つの要素

名称	さるぼぼPay	さるぼぼポイント	さるぼぼBank
対象	一般利用者	全て	申請承認者（店舗等）
価値	1コイン＝1円	1ポイント＝1円	1コイン＝1円
獲得方法	現金または口座からチャージ	買い物時の特典	口座間の移動
法律上の扱い	前払式支払手段（資金決済法）	景品類（景品表示法）	普通預金規定等を準用（銀行法等）
取り扱い	譲渡不可 払戻不可	譲渡不可 払戻不可	送金可（さるぼぼBank宛） 払戻可（普通口座宛）

（出所）飛騨信用組合「さるぼぼPay利用規約」「さるぼぼコイン加盟店規約」から大和総研作成

図表7　さるぼぼコインの仕組み



（出所）大和総研作成

2）五島市、新上五島町、小値賀町、壱岐市、対馬市、佐世保市宇久島の推計、合算値。長崎県観光統計、佐世保市観光統計から作成。
3）国土交通省観光庁「旅行・観光消費動向調査」「訪日外国人消費動向調査」から作成。

ぼぼコインアカウント）が開設される。通常、さるぼぼコインアカウントには、「さるぼぼ Pay」の口座（さるぼぼ Pay アカウント）とさるぼぼポイントの口座（さるぼぼポイントアカウント）が紐付く。さるぼぼ Pay とは 1 コイン 1 円で利用できる電子決済手段で、資金決済法における前払式支払手段に該当する。同組合は、2017 年 11 月に前払式支払手段（第三者型）の発行業者として当局に登録した。

一方、店舗には、さるぼぼ Pay ではなく「さるぼぼ Bank」の口座（さるぼぼ Bank アカウント）が紐付く。さるぼぼ Bank とは 1 コイン 1 円で利用できる電子決済手段だが、同組合の「さるぼぼ Bank 利用規約」には「普通預金規定等当組合の他の規定の定めを準用」（第 33 条）とあるので、銀行法に基づく普通預金に相当すると考えられる。

つまり、さるぼぼコインの実態は、一般的な個人等であれば前払式支払手段であるさるぼぼ Pay、店舗等であれば普通預金相当のさるぼぼ Bank ということになる。転々流通性のある地域通貨を実現するための、預金取扱金融機関でなければできないユニークな仕組みと言える。

さるぼぼコインの利用例を図表 7 に示した。前払式支払手段であるさるぼぼ Pay 利用者に該当する人は、さるぼぼコインで支払うことはできるが、コインの譲渡や払い戻し（換金）はできない。普通預金相当のさるぼぼ Bank 利用者に該当する店舗 A、B は、さるぼぼコインを受け取ったり、受け取ったコインを他の誰かに支払ったりするこ

とができるほか、払い戻しも可能である。図表７に示すように、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おり、現金同様、コイン受領側の店舗が売り上げを即時に資金化できる点が特徴である。

さるぼぼコインの運営費用については、さるぼぼコイン加盟店が手数料の形で負担している。具体的には、代金決済加盟店手数料、加盟店払戻・送金手数料、振込手数料などである。利用者がさるぼぼコインにチャージした際に受け取るポイントについては、同組合が負担している。

さるぼぼコインも「消費促進型」に分類されるが、前出のしまとく通貨のような「域外需要獲得」だけでなく、「域外流出防止」も主目的となる。また、需要拡大、すなわち「域内需要掘り起こし」という役割も期待されよう。発行者が営利目的の企業である以上、さるぼぼ Bank 加盟店舗が増えることが、さるぼぼコインがサステナブルな地域通貨になるための肝となる。2018 年３月には、店舗だけでなく同組合に口座を持つ顧客であれば誰でもさるぼぼ Bank の利用申請が可能になったことから、今後利用が拡大する可能性はある。さるぼぼ Bank は金融ＥＤＩ（金融取引の際に商取引の情報を電子的に交換する仕組み）であることから、域内取引の情報からより詳細に顧客の分析が可能となり、与信審査やサプライチェーン金融等での活用も想定される。

ただ、同組合の既存の決済サービスを見ると、同組合内の振込手数料は法人も個人も無料である（2018 年３月 13 日時点）。単純に費用だけを考えるのであれば、さるぼぼコインの各種手数料は同組合の口座管理手数料との見合いで優位性が評価されるということになる。例えば、前述したさるぼぼコインの即時決済は、他の地域通貨にはない価値と言える。さるぼぼコインがサステナブルな地域通貨として受け入れられるためには、さるぼぼコインによる方式がコストを負担してでも価値があると店舗側に訴求できるかが鍵になる。

３）めぐりんマイル（地域ポイント＋大手小売業者との連携）

「めぐりんマイル」は、香川県のめぐりん事務局が運営する地域限定の共通ポイントサービスである。香川県内の約 500 店舗がめぐりんマイルに対応し、支払いの際に１マイル１円で利用できるほか、100 円の支払いで１マイルが付与される。めぐりんマイルは購入することはできず、景品表示法の「景品類」（総付景品）に該当する地域版のロイヤリティプログラム（地域ポイント）である。

2009 年１月にサイテックアイ社を中心とした複数店舗が加盟店となり、めぐりんマイルの利用が開始された。当初は独自のカードが発行されていたが、2009 年６月に既存の非接触型ＩＣカードにめぐりんマイルのポイント機能を格納する仕組みが採用された。同月から提供が開始されたイオンリテール社「めぐりん WAON カード」は、同社の電子マネー機能とめぐりんマイルのポイント機能を１枚のカードに集約しており、2013 年時点で香川県内で約 12 万枚が発行された[4]。このほか、めぐりんマイルは香川大学の学生証、高松市の職員証、高松琴平電鉄の「IruCa カード」の一部、非接触型ＩＣカード機能の付いたスマートフォン等にも格納できる。

めぐりんマイルは加盟店での買い物だけでな

4）経済産業省産業構造審議会中心市街地活性化部会（第５回）の配布資料から作成。

く、県内指定イベントへの参加、地元スポーツチームのホームスタジアムでの観戦、清掃活動などのボランティアへの参加、公共施設の利用、提携する大手小売店舗への入店などでもためることができる。また、めぐりんマイルがたまるイベントには、健康のためのウォーキングイベント（歩数に応じた付与）や健康診断等の受診などもある。

さらに、同事務局が企業に働きかけ、従業員の健康活動（ウォーキング、食事への配慮、禁煙等）に応じてめぐりんマイルを付与する取り組みへの参加を募っているという（日本経済新聞（2018））。

めぐりんマイル付与に伴う負債や手数料が店舗等のコストとなるが、めぐりんマイルは付与対象が多岐にわたっており、地元の利用先も多いことから、そうした負担が地域内で循環するという認識が共有されているのかもしれない。利用が拡大するにつれ自治体からも注目されるようになり、自治体のイベントや公共施設利用でもポイントが付与されるようになった。

このような経緯を踏まえると、めぐりんマイルは当初「消費促進型」として出発したが、その後は「コミュニケーション型」の要件を備えるようになってきたと考えられる。トップダウンである程度の予算を投入して一気に拡充を図るのではなく、ボトムアップで地域住民の理解や賛同を得ながら着実にファンを獲得していったことが、地域に浸透する要因の一つかもしれない。

めぐりんマイルのような地域ポイントは、前出の資金決済法や銀行法の適用を受ける仕組みと比べて相対的に導入しやすいという特徴がある。また、大手小売業者等と連携する仕組みの採用によって迅速に導入できることから、同様の地域ポイント制度の事例が全国各地で複数確認されている。

4章　地域通貨の今後の方向性

1．金融機関による地域通貨の発行が進む

こうした近年の地域通貨は、今後も継続的に発行・流通が続くのであろうか。あるいは、過去の事例と同様に発行停止となるのであろうか。今後の地域通貨を見通す上で、３章で取り上げた事例の中でも、さるぼぼコインのように金融機関が地域通貨の発行者として登場したことが最も注目される動きである。これは、デジタル技術の活用によって、金融機関が地域通貨を発行・運営するハードルが下がったことが背景にある。デジタル技術の活用は、紙幣を管理する「コストが低減」するとともに、モバイル決済といった「利便性の高さ」が利用者への訴求につながり、ＱＲコードを準備することだけで事足りるという「拡張の容易さ」が加盟店への訴求につながるという効果を有すると言える。

近年の地域通貨は発行・運営するハードルが下がっていることに加え、発行・管理者や店舗等が導入したいと考えるインセンティブを有する点で、利用が拡大し長期にわたって運営できる可能性があることも特徴的である。まず、店舗が有するインセンティブとは、資金繰りを改善し得るという点である。経済産業省消費経済審議会（第４回）の配布資料によると、日本のキャッシュレス決済の国内消費に対する比率は 2016 年時点で 20％であり、プリペイド型の電子マネー（Suica、nanaco 等）が 1.7％、ポストペイ型のクレジットカードが 18.0％、リアルタイム支払い型のデビットカードが 0.3％である。ただ、いずれの方式であっても加盟店への支払いサイクルは月２回などとされる。本稿で事例に挙げたさるぼぼコイ

ンは、モバイル決済の手法を取り入れながら、加盟店への支払いも即時決済となっている。加盟店は確定した売り上げを即時に資金として活用することができるため、従来の地域通貨だけでなく、既存のキャッシュレス決済手段と比べても、さるぼぼコインのような即時決済の地域通貨は店舗にとって資金繰り上有用であろう。

次に、金融機関にとって地域通貨を発行するインセンティブとは何か。そもそも金融サービスを手掛けていないＮＰＯなどと比べて、金融機関は資金決済に関する法律等への対応という観点において参入障壁は低いだろう。他方で、金融機関にとって地域通貨のビジネスモデルの確立（収益を上げること）が難しかったことなどがネックになっていたと考えられる。近年の地域通貨は、前述のデジタル技術の活用による管理コストの低減に加え、金融機関の新たな収益源にもなる可能性を秘めている。第一に、即時決済サービスに対する手数料の賦課によって収益が増加する可能性がある。第二に、モバイル決済の導入を通じて、リアルタイムでの店舗の決済情報を把握することが可能となる。金融機関にとって、こうした情報の入手は、店舗等への与信やその他の金融サービスを提供する際の参考材料の増加とも考えられる。

以上のように近年の地域通貨のスキームは、参加者のインセンティブによって支えられている。つまり、発行者・管理者（金融機関等）－企業－消費者といった関与者全員が何らかの利益を得られるような仕組みとなっており、支持者（地域通貨を必要とする主体）が多いことから、地域通貨が継続的に発行・流通することができるポテンシャルを有するようになったと考えられる。

2．ＩＣＯによる地域通貨の発行にも注目

第３章の事例に加え、ＩＣＯを通じて地域通貨を発行しようとする動きが注目されている点も付記しておきたい。ＩＣＯとは、“Initial Coin Offering”の略であり、資金調達者が仮想通貨（以下、ＩＣＯの場合に限り、トークンとする）を投資家に発行することで投資家から資金を集めるという、新たな資金調達方法を指す。足元、日本の一部の地方公共団体がＩＣＯの活用を検討し始めている。2017 年 11 月に、岡山県の西粟倉村はＩＣＯによる資金調達を行い、村内事業への投資等に活用するという自治体ＩＣＯのスキームを公表した。西粟倉村が示したスキーム案によれば、トークンに投資した投資家は、トークンを用いて西粟倉村の特産物等をＥＣモールで購入、あるいは実際に西粟倉村を訪問し、モノ・サービスの支払いにも使用可能なようである。トークンを発行することで幅広い投資家から資金を調達するとともに、国内外からの訪問客の誘致や地域内での消費の囲い込みも目指す試みと言える。

ＩＣＯを有効活用すれば、地域・コミュニティへの新たな資金供給経路になり得る。ただし、ＩＣＯを活用した地域通貨の発行には課題も残る。2017 年以降、事業会社によるＩＣＯを通じた資金調達額が急増したのは、発行されたトークンが取引所に上場した後に価格が上昇し、その値上がり益を狙う投資家が投資を積極化させたことが背景にある。ＩＣＯで地域通貨を発行しても、値上がり益を期待できない仕組みであれば、投資家を集めることができるかは不透明である。他方で、値上がり益を期待できるような仕組みにしてしまえば、投資動向によって地域通貨の価格は翻弄さ

れるかもしれない。

また、上記の課題を解決したとしてもＩＣＯは利用者保護等においてリスクがあり、現在各国当局はＩＣＯを規制する法制度を整備している段階である。また、財政規律の緩みにも懸念がある。ＩＣＯで発行されたトークンは、債券のように元利払いもなければ、調達した資金がどのように使われたのかということに関する情報公開の義務もないことから、発行者のモラルハザードを引き起こしかねない。こうした課題を解決し、ＩＣＯという資金調達方法をいかに適切かつ有効活用していくかが重要となる。

おわりに

最後に、近年の地域通貨の発行を通じて、地域経済･コミュニティに何をもたらすかを考えたい。近年の地域通貨の事例を見ると、消費促進型が多く、地域内での消費の囲い込みによる地域経済の活性化が期待される。前述のように、地域通貨を継続的に発行・流通できるような仕組みが構築できれば、地域の人々にとっても長きにわたってその恩恵を享受できるだろう。

また、現在は実証実験にとどまるが、ブロックチェーン技術のような新たな技術の活用が進めば、コミュニケーション型といった地域内の人・活動をつなぐことでコミュニティを醸成するような地域通貨を低コストで生み出せる可能性もある。そして、前述のＩＣＯの適切かつ有効活用などによって、資金を必要としている人・企業に資金を提供する資金融通型の地域通貨も実現できるかもしれない。

地域通貨には、地域内の消費喚起や、地域内での資金の円滑な循環を実現し、地域経済・コミュニティの活性化を推し進める役割が期待されている。消費促進型であれ、コミュニケーション型、資金融通型であれ、新しい技術や仕組みを用いながら、いかに一過性のものではなく、サステナブルな地域通貨を作っていくかが問われている。そして、参加者全員が WIN-WIN の関係となり、地域・コミュニティ全体に裨益するような地域通貨の仕組みづくりが必要となろう。

【参考文献】

・株式会社日本総合研究所（2003 年）「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」（平成 14 年度経済産業省中小企業庁委託調査事業、2003 年３月）
・経済企画庁（1999）「地域振興券の消費喚起効果等について」（内閣府 Web サイト、1999 年８月）
・経済産業省（2017）「キャッシュレス研究会の方向性」（経済産業省 Web サイト、2017 年 12 月）
・重田正美（2005）「地域通貨の将来像－スイスの地域通貨『ＷＩＲ』の事例を参考に－」（国立国会図書館 ISSUE BRIEF NUMBER 484（JUN.16.2005））
・内閣府（2010）「『定額給付金に関連した消費等に関する調査』の結果について」（内閣府 Web サイト、2010 年１月）
・長坂寿久（2012）「通貨のリローカル化：地域通貨でコミュニティの創成－リローカリゼーション（地域回帰）の時代へ」（『季刊　国際貿易と投資』Winter 2012、2012 年３月）
・日本経済新聞（2018）「『健康経営』で地域ポイント　香川のサイテックアイ　従業員の運動・食生活改善を評価」（2018 年３月９日付電子版）
・日本政策投資銀行関西支店企画調査課（2004）「地域通貨とコミュニティファイナンス」（DBJ Kansai Report、2004 年３月）
・日暮賢司（2004）「地域通貨の定義をめぐる論点と展開条件」（『農村研究』第 99 号、2004 年９月）
・廣田裕之（2011）『改定新版　地域通貨入門　持続可能な社会を目指して』（株式会社アルテ、2011 年４月）
・まち・ひと・しごと創生本部（2017）「まち・ひと・しごと創生総合戦略（2017 改訂版）」（まち・ひと・しごと創生本部 Web サイト、2017 年 12 月）
・吉地望（2008）「法定通貨と換金可能な紙券型地域通貨の経済効果――ランダムネットワークシミュレーションによる――」（北海道大学 経済学研究 58-3、2018 年 12 月）
・米山秀隆（2017）「地域における消費、投資活性化の方策－地域通貨と新たなファンディング手法の活用－」（富士通総研研究レポート、2017 年８月）

［著者］

町井 克至（まちい かつゆき）

経営企画部

矢作 大祐（やさく だいすけ）

金融調査部
研究員
担当は、金融・資本市場