

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

メタデータ	言語: ja 出版者: 静岡大学人文社会科学部 公開日: 2019-03-22 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 牛場, 智 メールアドレス: 所属:
URL	<a href="https://doi.org/10.14945/00026327">https://doi.org/10.14945/00026327</a>

## 論 説

# 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—

牛 場 智

### I. はじめに

近年、いかにして衰退する地域経済を活性化させるかが大きな課題となっている。地域経済の衰退の要因の1つとして、商品交換を通じて消費が大都市圏に吸引され地域内で流通する資金が減少することがあげられる。そこで地域内に消費を閉じ込め、資金の流通を活性化させる地域通貨という手法が着目されてきた(鈴木2010)。地域通貨の仕組みとは、一定の地域やコミュニティの内部で流通する通貨を、それを媒介として参加者・利用者が財やサービスを自発的に交換し合うものであり、例えば地域通貨を10回流通させたならば、1000万円の通貨で1億円の経済効果が生まれるとされてきた。また地域内の購買力を困り込むことで地域経済を活性化させる営利的な効果に加え、相互扶助をもとに地域コミュニティを活性化させる非営利的な効果も生み出していた(西部2000, 2013ほか)。

しかしながら地域通貨は、1990年代のボランティア意識の高まりとともに浸透し2005年には発行母体数のピークを迎え一定の認知を得ているものの、その多くの発行・流通が停止している(西部2000・2013, 泉2013, 泉・中里2017ほか)。

その理由として地域通貨の運用にかかる負担が考えられる。地域通貨の仕組みに賛同する店舗や企業といった参加者と、実際に使用する利用者が一定以上確保できなければ、地域通貨は流通せず地域経済を活性化させることはできない。地域通貨が持続していくためには、いかに参加者・利用者を低コストで確保し、健全な運営をはかるかが重要である。

そこでデジタル技術などの進展により通貨という形態ではなく、ポイントの活用が注目されている。こうしたポイントは地域ポイントと呼ばれ、地域内の行政、金融機関、商店街などが一体となって共通のポイントカードを作成することで地域経済の活性化をはかるものである(町井・矢作2018ほか)。

本稿では、ICカードを活用した香川県高松市「めぐりん」<sup>1)</sup>を取りあげ、参加者・利用者を低コストで確保し、事業の運営を行うメカニズムについて分析する。

## II. 地域通貨のコスト問題

### 1. 地域通貨の運営と参加者への負担

現在、プラットフォームという枠組みが着目されている。プラットフォームとは、「需要側と供給側の間に立ち、サービスや情報を交換したり、金融決済を行ったりと、取引をする双方にとって、価値を生み出す場所」(依田2018)である。プラットフォームは需要側と供給側が増えるにつれ、ネットワーク効果を生み出している。例えば、マイクロソフトが提供するOSはどの企業が開発したソフトや周辺機器も動かすことが可能である。そうすることで、多くのソフト会社やハード会社が参入する機会が生まれ、多数の人々が個別にコンピューターを扱えるようになった。こうしたプラットフォームは参加者が増加するにつれて利用者の効用も大きくなる(國領2011)。

先に述べたように地域通貨とは、一定の範囲内で、独自の通貨を媒介として参加者・利用者が財やサービスを自発的に交換し合うことで価値を生み出す仕組みである。つまり地域通貨とは供給側としての参加者、需要側としての利用者が交換を行う一種のプラットフォームである。プラットフォームの観点からみれば、地域通貨が成功するには、「参加者の数」「利用者の数」が増えることでネットワーク効果を生まれ、その流通が活発化になることである。納村(2016)は地域通貨の運営について、企業や店舗など参加者が負担をするべきとするが、参加者に対して負担同等あるいはそれ以上のインセンティブを示さなければ「参加者の数」を増やすことはできない。

梅嶋(2011)はこうしたプラットフォームにおけるインセンティブの有無が「参加者の数」に影響することについて地域ポイントカード事業<sup>2)</sup>の事例から分析を行っている。この事業は主体となるプラットフォーム運営者、参加者(プラットフォームを利用して販売促進をはかる事業者)、利用者(ポイントカードで決済をする消費者)の3者から成り立っている。プラットフォーム運営者はカード決済に関して参加者からカード決済手数料を得ており、この収入をまちづくりの原資にあてることで来街者の増加をはかっている。その一方でインセンティブとしてこの手数料の1%分を参加者に還元している。このインセンティブが有るプラットフォームは事業開始後、参加者が13%増加したのに対し、インセンティブが無いプラットフォームは事業開始後、参加者が16%減少したという。カード決済手数料は一般に4%程度と言われており、インセンティブが有る参加者は3%の負担で来街者の増加を受益できたといえる。

一方、國領は「参加者に大きな便益をもたらしたとしても、プラットフォーム運営自体にビジネスモデルが存在しないと維持不能」とし、参加者のインセンティブがプラットフォームの運営に与える影響を懸念している。この事例では運営者は本来4%分の決済手数料が3%分しか入らないため、参加者が33%増加しないとインセンティブとして支出した原資は回収できない。実際は13%の増加であるため、運営者の経営を圧迫しているといえる。

そこで「参加者の数」を増やすには、インセンティブは必要であるものの、「参加者へのインセンティブとプラットフォーム運営のバランス」をいかにはかるかが重要である。

## 2. 地域通貨の運営と利用者への負担

地域通貨には、運営管理や発行コストなどを負担する原資が必要である。泉（2013）は、貨幣発行額に相当する原資をいかに確保するかについて「円担保タイプ」「財担保タイプ」「労働担保タイプ」の3つの担保から整理している。「労働担保タイプ」とは、参加する人々のボランティア活動などの労働で担保されるものである。地域コミュニティを活性化させる非営利目的は果たせるものの、地域経済を活性化させる営利目的については難しい側面がある。そこで、営利目的である地域経済の活性化には「円担保タイプ」（図1）「財担保タイプ」といった2つのタイプについて議論を行う。

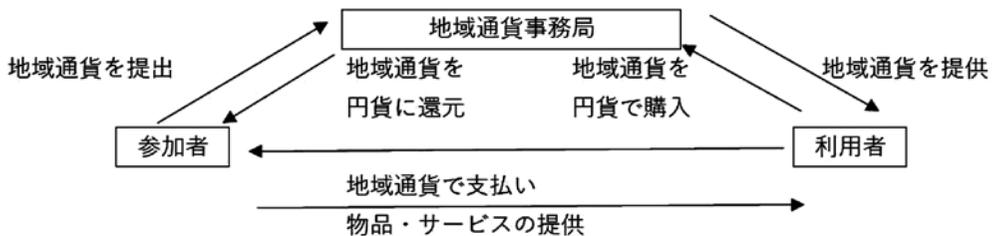


図1 「円担保タイプ」の地域通貨の仕組み  
 (出所：西部2000, 2013などをもとに筆者作成)

西川（2013）によれば、「円担保タイプ」である東京の早稲田・高田馬場地区で発行されている「アトム通貨」は、換金率が50%代と低く、その差額が運営費として活用されているという。これは「アトム通貨」の持つブランド力から通貨保有者が換金ではなく、通貨の収集を選択するからである。また三和（2013）は大阪府寝屋川市の「げんき」について、800円分の購入に対して、1時間のボランティア活動に600円分（75%）として支払い、残りの200円（25%）は運営費用に充てていることをあげている。つまり、「円担保タイプ」の地域通貨は「アトム通貨」で購入額面金額の50%、「げんき」で25%といったいわば手数料といった形での利用者の負担によって継続を維持している。

「財担保タイプ」とは一般的に運営者が生産した財を担保とするものである。この事例について佐賀県伊万里市のハッチがあげられている。運営者は各家庭や飲食店からハッチを用いて生ゴミ

の回収を行い各家庭や飲食店はハッチを保有する。回収された生ゴミは運営者によって堆肥化される。農家はハッチでこの堆肥を購入し、有機野菜を生産する。各家庭や飲食店はこの有機野菜を保有していたハッチにて購入するという流れである（泉2013）。

ハッチそのものは、生ゴミの資源化によって担保されているものの、この資源化の費用の負担が必要である。NPO 法人伊万里はちがめプランによれば、堆肥化するプラントの整備に自治体などからの補助金を使用し、1世帯あたり1ヶ月500円の会費や廃棄物処理の受託事業で運営されている（福田2008、古川2011ほか）。地域通貨そのものは財で担保されているが、財を生み出す別の事業運営が必要となっており、会費や税金といったいわば手数料といった形での利用者の負担によって継続を維持している。

すなわち、「円担保タイプ」「財担保タイプ」も手数料という利用者の負担によるモデルによって継続が維持されており、この「利用者への負担の低減」が課題である。

### Ⅲ. シェアリング・エコノミーによるプラットフォーム

利用者の負担について最も低減した形が、基本的なサービスを無料で受けることができるフリーミアムという仕組みである。例えば、ドロップボックスなどのインターネット上でのデジタルファイルの保管サービスは無料で一定の容量分が利用できるが、それ以上の利用になれば有料となる。こうしたデジタルサービスでは少数の有料の利用者が、多数の無料の利用者を支えており、固定費用の多くを有料の利用者に依存している仕組みである。しかしながら、固定費用を過度に有料の利用者に依存すれば割高なサービスとなり、事業そのものが立ち行かなくなる（依田2018）。

そこで固定費用を多くの利用者が分担する仕組みとしてシェアリング・エコノミーが着目されている。ボッツマン・ロジャース（2010）は、シェアの対象としてモノではなく、モノの利用価値にも重きを置いており自家用車のシェアであるウーバーや空間のシェアであるエアビーアンドビーを例示している。例えばウーバーは、自家用車の低い稼働率に着目し、車体の保有にかかる固定費が利用時間や走行距離当たりでみると随分高くなることから車体を保有ではなく、シェアリングに発想を転換し固定費用を分担している（依田2018）。

現在、特にインターネットを介してモノやその利用価値の需要と供給のマッチングを行うといったシェアリング・エコノミーを活用したビジネスモデルが普及しつつある。この場合、多くのモノやその利用価値は普段使われていない遊休資産であり、供給側である貸主はホスト、需要側である借主はゲスト、両者をマッチングするものはプラットフォームと呼ばれている（図2）。

借主の使用料が貸主の手数料以上であることや、「遊休資産の活用」というインセンティブによって、貸主のプラットフォームへの参加が増加している。プラットフォーム側もこうしたイン

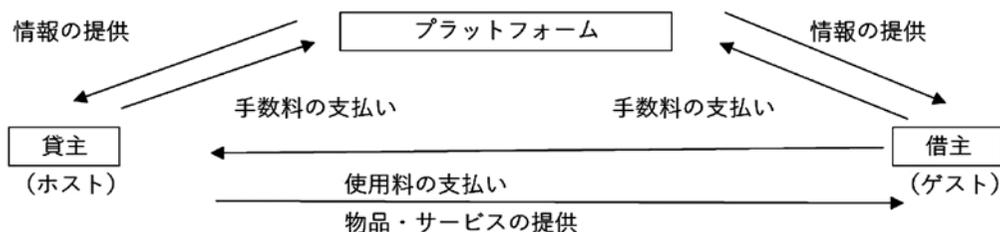


図2 シェアリング・エコノミーを活用したビジネスモデル  
(出所：塩屋2017などをもとに筆者作成)

センティブが、運営に直接的な影響を与えないため、「参加者へのインセンティブとプラットフォーム運営のバランス」がはかれている。また無料では無いものの通常の購買よりも低額でモノを利用できるといった「利用者への負担の低減」によって、借主もプラットフォームへの利用や機会を増やしている。その結果、参加者・利用者が一定以上の数が確保され、遊休資産が高い頻度で交換されることによって、プラットフォーム自体も持続的な成長が可能となる（ガンスキー2011）。

塩谷（2017）は、こうしたプラットフォームが成立する前提として、貸主と借主の間の信頼関係の担保が必要であるとする。門脇（2013）は、建築学の視点から、空き店舗や空きビルなどの低未利用不動産といった遊休資産がストックとして活用される社会をシェア社会とする。中村（2013）は、こうした遊休資産を使うためにユーザー達は共通の目的や共感を持ち、同じ方向を向かっていく場が形成されるとする。三浦（2013）は、こうした場において遊休資産に関する需要と供給のミスマッチといった情報の交換が行われるとする。こうした議論から日本において、シェアの概念が少子高齢化などから縮小社会にともなって台頭しており、「遊休資産の活用」に関して信頼関係が醸成されつつあることが指摘されている。

地域通貨とシェアリング・エコノミーによるプラットフォームを比較すると、参加者・利用者の信頼関係、高い交換頻度による持続的な成長については共通している。一方、シェアリング・エコノミーによるプラットフォームは「遊休資産の活用」によって「参加者へのインセンティブとプラットフォーム運営のバランス」や「利用者への負担の低減」といった課題解決をはかっている。

そこで次章では「めぐりん」の事例から、地域通貨がいかにして「遊休資産の活用」を行ない、課題解決をはかることができるかを検討する。

## IV. 地域ポイント「めぐりん」

### 1. 地域ポイント「めぐりん」の事業経緯

現在、日本ではおサイフケータイをはじめ、様々な電子マネーカードにFeliCaという方式が採用されている。FeliCaとは公式ホームページによればソニーの非接触ICカード技術方式であり、その特徴としてマルチアプリケーションを備えている。これはICカード内にフォルダーとファイルに相当する機能があり、複数のサービスを盛り込むことができるものである。例えば電子マネーカードの場合、空き容量に社員証や学生証といったID機能や電車やバスなどの乗車券機能を持たせることが可能である。そこで、FeliCaポケット事業の代理店であるイノベイト社は、FeliCaポケットの新たな活用として「地域ポイント」を活用した事業を模索していた。ここでの「地域ポイント」とは地域内にある自治体ポイント、ガスなど公共料金のポイント、購買ポイント、ボランティアポイントのことであり、なかなか地域内で流通がはかられておらず遊休資産化していた。

例えば、高松市のプロバスケットボールチームである高松ファイブアローズでは、来場ポイントについて試合が開催される日は会場内でポイントが使用できるが、開催日以外にはポイントを使用できる場所が無いという問題を抱えていた。そこでポイントを経路を通じて共通化することによって「地域ポイント」として使用を促進し、地域の活性化へ貢献することができる。イノベイト社は、高松市内で飲食業を営んでいたZ氏に協力をあおぎ、投資家からの出資を受ける形で2009年にサイテックアイ社が設立され、地域ポイント「めぐりん」事業が開始された。このように、「めぐりん」はICカードの空き容量と滞留している地域内のポイントといった「遊休資産の活用」によって地域活性化をはかろうとした。

### 2. 地域ポイント「めぐりん」の運用

地域ポイント「めぐりん」は、2009年6月に運用を開始した。独自のICカードではなく、先に述べたFeliCaの技術を用い、ワオン（イオン発行の電子マネーカード）やイルカ（高松琴平電気鉄道（ことでん）発行のIC乗車券）のカード機能に相乗りする方式をとっている。カード保有者は基本的に商品やサービスの購入の100円につき1ポイントがたまり、1ポイント＝1円で使うことができる（図3）。

一方、「めぐりん」事業の参加者には1ポイント発生につき2円分の負担が生じる。1円分は「めぐりん」事業の運営費としてサイテックアイ社に、もう1円はポイントが使用された店舗などへ還元する仕組みである。また参加者は「めぐりん」事業参加への基本使用料も月額で負担している。基本使用料+ポイント手数料の合計で1参加者あたり月額平均約1万円ほどである。また参加者に対しては1回あたり2万5000部～3万部、年4回発行するフリーペーパー（図4）や独自のホームページといった広告宣伝が行われている。

**めぐりんWAONは、おトクな特典が盛りだくさん!**

**めぐりんマイルってなに?**

香川県を元拠にする「地域通貨」の地域共通ポイントサービスです。県内の一部のインストア店舗、めぐりん加盟店で販売中のフリーペーパー「めぐりんりん」やめぐりんホームページ「むぐむぐめぐりん.com」を運営します。

**地域共通ポイントサービスめぐりんWAONの仕組み**

- 地域のポイント:** 加盟店での商品購入時にカードを提示。
- 電子マネーWAON:** デposit: 1,000円、入金限度額: 50,000円。お買い物でLURD、LURD、LURD。
- めぐりんマイル:** 100円(消費額)につき1ポイント。1ポイント1円分の価値。
- WAONのポイント:** WAONでのお支払い時にポイントが貯まる。200円以上のWAON決済で1ポイント。1ポイントごとに1円分のWAONと交換可能。

**めぐりんWAONは様々な生活シーンでご利用いただけます!**

**めぐりんのよくある質問?**

- Q<sup>※</sup>めぐりんカードはどのようにして手に入れるの?
 

A<sup>※</sup>めぐりんカードは、めぐりんWAON加盟店で、めぐりんインストア店舗、一部のめぐりん加盟店にてお買い物をいただいたり、めぐりんフリーペーパー「めぐりんりん」を購読いただいたり、めぐりんホームページ「めぐりん.com」に掲載されている「めぐりんカード」を申請していただくことでお申し込みいただけます。
- Q<sup>※</sup>めぐりんカードって何ができるの?
 

A<sup>※</sup>めぐりんカードは、めぐりんWAON加盟店で、めぐりんインストア店舗、一部のめぐりん加盟店にてお買い物をいただいたり、めぐりんフリーペーパー「めぐりんりん」を購読いただいたり、めぐりんホームページ「めぐりん.com」に掲載されている「めぐりんカード」を申請していただくことでお申し込みいただけます。
- Q<sup>※</sup>めぐりんカードはどのようにして手に入れるの?
 

A<sup>※</sup>めぐりんカードは、めぐりんWAON加盟店で、めぐりんインストア店舗、一部のめぐりん加盟店にてお買い物をいただいたり、めぐりんフリーペーパー「めぐりんりん」を購読いただいたり、めぐりんホームページ「めぐりん.com」に掲載されている「めぐりんカード」を申請していただくことでお申し込みいただけます。

**めぐりんマイルとWAONポイントのため方**

めぐりんマイルとWAONポイントの両方を同時に獲得できる条件はコレ!

めぐりんマイルとWAONポイントの両方を同時に獲得できる条件はコレ!

めぐりんマイルとWAONポイントの両方を同時に獲得できる条件はコレ!

図3 「めぐりん」の利用手引き (出所:「めぐりん」事務局資料)

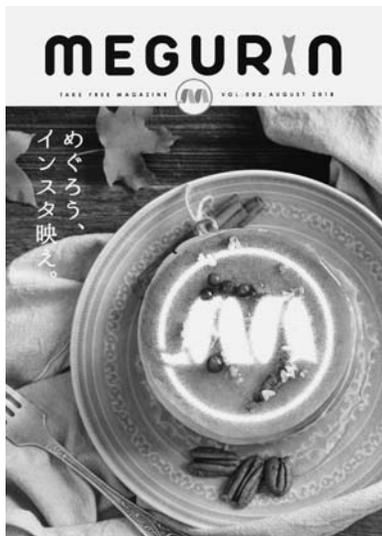


図4 「めぐりん」会報誌 (出所:「めぐりん」事務局資料)

事業開始直後は40の参加者からスタートしたが、利用者にとっては「ポイントがなかなか貯まらない」「チャージ機能が無い」<sup>3)</sup>、参加者にとっては「システムの利用費が高く感じられる」という問題から1年後には全参加者が解約をするという事態となった。

一方この時期、高松市兵庫町商店街S理事長がICカードによる商店街振興を模索していた。S理事長は、横須賀市での視察において、ワオンの共同利用を通じて久里浜商店会共同組合とイオンが協働していることに大きな感銘<sup>4)</sup>を受けていた。そこで、同様の仕組みを高松市で実践するべく調査を行っていたところ地域ポイント「めぐりん」の存在に気づいた。

Z氏はS理事長との商談の中で、「めぐりん」について説明を行い、以下の点で、現状課題の整理と解決をはかった。

(1) 「ポイントがなかなか貯まらない」

ポイントがなかなか貯まらないという不満は逆に言えば、なかなか買い物などにポイントを使用する機会が無いということである。そこで、ボーナス的に1回に大量にポイント付与がされれば、使用することが可能になるという思いに至った。

この大量付与ポイントについて、S理事長より清掃ボランティア活動へのお礼という形が提案された。元々、清掃ボランティア活動に対して商店街からジュースなどをお礼として渡しており、このジュースの代替として「めぐりん」300ポイント分を使用することとなった。

(2) 「システムの利用費が高く感じられる」

参加者の費用対効果への意識が、システム利用費の高低への意識につながっていることから「めぐりん」参加への十分な説明が必要であるという思いに至った。そこでS理事長自らがZ氏に同行し、横須賀市での視察を踏まえて「めぐりん」参加へのメリットを商店街各店舗に説明を行った。その結果、遊興店、銀行、ナショナルチェーンなどそもそもワオンを主体とするICカードに参加できない店舗を除き30店舗が「めぐりん」参加を決定した。

こうして2010年1月に「めぐりん」は新たな稼働を開始した。Z氏は、経験的にポイントはブランド力が高いものほど「ポイントの流通量」が多く、「ポイントの流通スピード」が速いことを認識していた。そこで「ポイントの流通スピード」については、ポイントの有効期間を180日に設定することで克服をはかった。

しかしながら、「ポイントの流通量」については、「めぐりん」はイオンやイルカといったICカードの付属機能であり、「めぐりん」自体が独自のカードでは無いためプロモーションやブランディングが困難である。

こうした課題を克服するため、「めぐりん」ではポイントに対して利用者に特典を付与することとした。例えば四国電力「よんでんポイント」の場合、1ポイント＝「めぐりん」1ポイントの等価交換が基本である。しかしながら「よんでんポイント」はイオンのワオンポイントやドコモ

のdポイントとも同条件で交換することができる。そこでワオンやdポイントに対してブランド力に劣る「めぐりん」はさらに20%（現在は10%）の特典を付与した交換を行った。また、高松空港内のラウンジ讃岐では、通常1080円の料金が「めぐりん」ポイントでの支払いの場合は972ポイントと利用者に対して特典を付与している。このように商店街という地元資本が参加したことが契機となり、様々な事業者の参加や利用者に対しての特典によって2018年時点で参加者約500、年間約2200万ポイントが流通している。商品単価が低くポイント使用が行ないやすいことから参加者の60%が飲食店である。

### 3. 地域ポイント「めぐりん」の拡大

「めぐりん」は「良いことをして貯めて良いことに使う」という形で社会貢献を組み込むことで普及の促進をはかっている。その代表的な例が「健康経営」「フードバンク活動」である。

経済産業省によれば、「健康経営」とは社員の健康維持・増進を促すことで従業員の活力向上や生産性の向上等の組織の活性化をもたらす、業績向上や株価向上をはかる経営戦略のことである。一般には企業の福利厚生の上乗せに捉えられ、税制上50万円分までは非課税である。そこで「めぐりん」事務局は2018年から「健康経営」への取り組みに対してポイント交換を開始した。例えば段ボールを扱うA社は協会けんぽの「事業所まるごと健康宣言」に認定され、その項目を達成するために「めぐりん」ポイント交換に参加した。具体的には社員の土日のウォーキングに対して200歩ごとに1ポイント、20分間のジョギングで50ポイントの付与などである。こうした取り組みでは、1企業あたり1人約1000ポイントが付与されている。またポイント付与に加えてサイテックアイ社では「健康経営支援プログラム」を開発し企業への支援を行うことで手数料を得ている<sup>5)</sup>。

総務省によれば、「フードバンク」とは、まだ食べることができるにもかかわらず廃棄されてしまう食品（食品ロス）を削減するために、食品企業の製造工程で発生する規格外品や家庭で食べる機会が失われた食品などを引き取り、福祉施設等へ無料で提供する仕組みである。食品ロスは日本で年間632万トン相当と言われている。この半分は家庭から出ており、家庭からの食品ロスのうち手つかずのものが20%（66.4万トン相当）、さらに期限切れ前での廃棄が5%（15.1万トン相当）があるとされている。2014年の日本の食料援助が320万トン相当であることと比較すれば、相当数の食品ロスが家庭から出ていることが分かる。

こういった食品ロスを削減する「フードバンク活動」であるが、まだまだ認知も低く活発ではない。そこで「めぐりん」事務局は、食品を寄付すれば地域ポイントを付与する取り組みを2018年から開始した。具体的には一般社団法人日本地域資源リサイクル協会とNPO法人フードバンク香川と連携し、寄付を申し出た家庭を訪れ、賞味期限が切れていない食品を回収し、100グラムにつき、1ポイントを付与し年間1000人の参加を見込んでいる。なお、この取り組みにかかる費用

については先に述べた「健康経営」への取り組みの手数料の一部を充てている<sup>6)</sup>。こうした社会貢献によって、さらなる参加者・利用者の増加をはかろうとしている。

#### 4. プラットフォームとしての地域ポイント「めぐりん」

「めぐりん」にはプラットフォームとして以下の3つの特徴がある。

第1に「参加者に対してのインセンティブとプラットフォームの運営とのバランス」をICカードの空き容量という「遊休資産の活用」によってはかっている。「めぐりん」は空き容量を活用し既存のICカード事業に相乗りしていることで、専門のカード事業者より低価格な平均1万円で広告宣伝の支援や、ポイント発行動向について社員がこまめなフォローをするといった営業支援を参加者に対して行っている。一方、「めぐりん」自体も2017年時点で年間9000万円の売上高であり、黒字化も果たしていることから、負担と受益のバランスがとれたインセンティブが付与できているといえる。

第2に「利用者への負担の低減」について、ICカードの取得以外に大きな負担は強いていない。ICカードの空き容量や地域での未使用ポイントといった「遊休資産の活用」によって発行や運営に関する経費の一部を補完している。また利用者には未使用の食品や健康増進のための活動など従来流通していなかった「遊休資産の活用」によってポイントが付与されるため、通常のポイントカードよりも受益が大きいといえる。

「めぐりん」は、運営の原資を全て遊休資産に依存しているわけではなく、参加者の発行ポイントにおける応分の負担手数料も徴収している。すなわち参加者への手数料モデルと「遊休資産の活用」を組み込んだハイブリッド型の運営方式であるといえることができる（図5、6）。

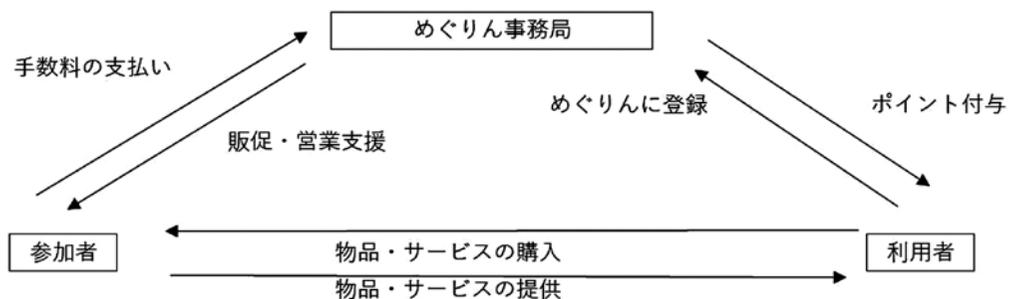


図5 手数料モデルによる「めぐりん」の枠組み  
 (出所:「めぐりん」事務局へのヒアリングから筆者作成)

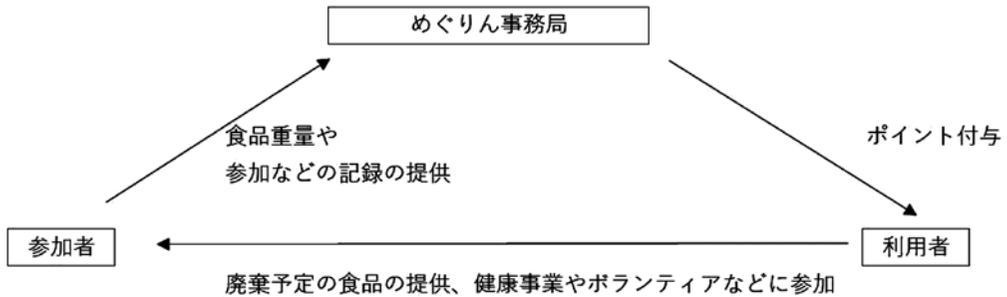


図6 「遊休資産の活用」による「めぐりん」の枠組み  
 (出所：「めぐりん」事務局へのヒアリングから筆者作成)

第3に、「めぐりん」の広告宣伝活動はフリーペーパーやホームページが主体であるため、参加者が増加するにつれて紙面が充実し、ポイントを使用できる箇所が増えるので、利用者の顧客満足の上昇というネットワーク効果も生まれている。

## V. 結び

従来の地域通貨における議論や実践では「地域通貨をいかに流通させるか」というシステムの運用面が注目されていた。そこで多くの地域通貨に関する調査研究は、地域通貨そのものの流通や制度といった視点が主体となっている。しかしながら「地域通貨の流通」の前提として「参加者の数」や「利用者の数」をいかに低コストで増やすかという課題がある。シェアリング・エコノミーは「遊休資産の活用」を行うことで、参加者と利用者のコストの低減をはかる仕組みである。

そこで、地域通貨の運営の様々なコストに充当する原資を遊休資産から生み出すことを可能にしたのが地域ポイント「めぐりん」である。「めぐりん」は、さらなる参加者と利用者の増加・ポイント流通の増加によって地域外への消費の流出を食い止め、そのことで人口流出を防ぎ、定住化の促進をはかるようとしている。

こうした「めぐりん」の仕組みは、盛岡市や広島県・山口県などにも広がりを見せており、衰退する地域経済への解決策として期待されている<sup>7)</sup>。

なお、本稿は「めぐりん」の導入前・導入後における参加者・利用者の変化については検証できていない。また、単一事例による考察のため、「低コストでの参加者・利用者の確保」について一般化を進めることも含めて今後の検討課題としたい。

### 【謝辞】

本研究を進めるにあたり、「めぐりん」事務局の多くの方にご協力いただきました。この場を借りて深謝いたします。

### 【注】

<sup>1)</sup> 地域通貨の発行には法律上の規制が存在する。地域通貨を発行しその対価として円貨を受けとる場合は、前払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。そのため未使用残高が1000万円を超えた場合には、半額相当分を供託所に供託するという運営者には大きな負担が強いられている（町井・矢作2018）。ポイントの流通である「めぐりん」は、こうした法的な意味では地域通貨ではないが、先行研究においてもこの点について厳密な区分は行われておらず、地域内に消費を閉じ込め、資金の流通を活発化するという役割は同じであるため、本稿では「めぐりん」を地域通貨の一種として取り扱う。

<sup>2)</sup> 梅嶋の事例に関しても注<sup>1)</sup>同様に地域通貨の一種として取り扱う。

<sup>3)</sup> ポイントの円貨への交換ができないため、チャージ機能を付与していない。

<sup>4)</sup> 2008年12月より開始され、商店街の加盟店舗での買い物にワオンカードを使用すると200円で1ポイント付与される。またイオンと商店街が合同のチラシを年4回発行するなど販促面でも協働しており、イオンとしてはワオンを久里浜地区の「地域通貨」として活用して欲しいという意図がある。

<sup>5)</sup> 日本経済新聞電子版2018年3月9日及び「めぐりん」事務局資料より

<sup>6)</sup> 日本経済新聞電子版2018年9月27日及び「めぐりん」事務局資料より

<sup>7)</sup> 毎日新聞電子版2018年12月3日より

### 【参考文献】

泉留偉（2013）「日本における地域通貨制度」西部忠編『地域通貨』，ミネルヴァ書房。

泉留偉・中里裕美（2017）「日本における地域通貨の実態について」『専修経済学論集』第52巻第2号，専修大学経済学会。

依田高典（2018）「プラットフォームと両面市場」日本経済新聞2018年5月9日～11日，14日～18日。

梅嶋真樹（2011）「インセンティブ形成のプラットフォーム ポイントカードを事例とした全体利得の創出と個への還元」國領二郎＋プラットフォームデザイン・ラボ編『創発経営のプラットフォーム 協働の情報基盤づくり』，日本経済新聞社。

納村哲二（2016）『地域通貨で実現する地方創生』，幻冬舎。

門脇耕三 (2013)「社会のバージョンアップ」猪熊純・成瀬友梨編『シェアをデザインする：変わるコミュニティ，ビジネス，クリエイションの現場』，学芸出版社。

國領二郎 (2011)「プラットフォームとその設計」國領二郎+プラットフォームデザイン・ラボ編『創発経営のプラットフォーム 協働の情報基盤づくり』，日本経済新聞社。

塩屋さやか (2017)「シェアリング・エコノミー—信頼関係による新しいプラットフォームの促進—」『日本国際観光学会論文集』第24号，日本国際観光学会。

鈴木茂 (2010)「まちを活性化させる地域産業」『まちづくりを学ぶ 地域再生の見取図』，有斐閣。  
Sony Japan Felica ウェブサイト <http://www.sony.co.jp/Products/felica> 2018年11月9日閲覧

中村真広 (2013)「場のファシリテーション」猪熊純・成瀬友梨編『シェアをデザインする：変わるコミュニティ，ビジネス，クリエイションの現場』，学芸出版社。

西川英彦 (2013)「関係性を分離・統合する通貨の可能性」『新しい公共・非営利マーケティング』，碩学舎。

西部忠 (2000)「地域通貨による『地域』の活性化」『地方財務』第556号，ぎょうせい。

西部忠 (2013)「流通ネットワーク分析からみた地域通貨」西部忠編『地域通貨』，ミネルヴァ書房。

西村幸夫 (2010)「まちづくりの枠組み」『まちづくりを学ぶ 地域再生の見取図』，有斐閣。

日本経済新聞電子版2018年3月9日「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」

<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO27883230Y8A300C1LA0000/> 2018年11月9日閲覧

日本経済新聞電子版2018年9月27日「食品寄付で地域ポイント 香川のサイテックアイ 家庭巡り回収 ロス削減」

<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO35785640W8A920C1LA0000/> 2018年11月9日閲覧

福田俊明 (2008)「市民主導による生ゴミ堆肥化の取り組み」独立行政法人経済研究所地球環境フォーラム in九州『地球環境保全と持続可能な経済社会を目指して』配布資料

古川尚幸 (2011)「循環型社会の構築に向けた菜の花プロジェクトの現状と課題～佐賀県伊万里市「伊万里はちがめプラン」を事例として～」『香川大学経済論叢』第82巻第4号，香川大学経済学会  
毎日新聞電子版2018年12月3日「広島と山口 24市町で共通ポイント 官民で幅広い選択肢」

<https://mainichi.jp/articles/20181203/k00/00m/010/505000c> 2018年12月9日閲覧

町井克至・矢作大祐 (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』春季号Vol. 30，大和総研調査本部。

三浦展 (2013)「ディスカッション2：余白と隙間を活かす，シェアのビジネス」猪熊純・成瀬友梨編『シェアをデザインする：変わるコミュニティ，ビジネス，クリエイションの現場』，学芸

出版社。

三和清明（2013）「「構造改革特区」の地域通貨「げんき」」西部忠編『地域通貨』，ミネルヴァ書房。

Lisa, Gansky (2010), “The Mesh: Why the Future of Business Is Sharing”, Portfolio. (実川元子訳『The Mesh すべてのビジネスは〈シェアになる〉』徳間書店，2011)

Rachel, Botsman and Roo, Rogers, (2010) “What’s Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption”, HarperBusiness. (小林弘人監修・関美和訳『シェア〈共有〉からビジネスを生み出す新戦略』NHK出版，2010)