

IV-31

地域通貨を展開する組織とその活動状況について

秋田大学	学生会員	○野澤 仁志
秋田大学	フェロー	清水浩志郎
秋田大学	正会員	木村 一裕
ウスマ地域総研	正会員	藤田 勝

1. はじめに

地域通貨とは、特定の地域やコミュニティで使われている価値の媒体で、法定通貨（円）で十分評価されないような、ボランティアや地域社会への貢献を、交換、評価する道具として、またそれらの活動を活性化させることを目的としたものである。人口の希薄な地方における各種サービスの交換や、特定の活動を行う際の交換手段として、全国ですでに数百ヶ所の浸透を見せており、今後ますます広がるものと思われる。

しかしながら、ひとくちに地域通貨といっても、その内容や活動組織も多種多様であり、またすべての地域通貨がうまく交換されているわけではない。そこで本研究では、全国の地域通貨の状況を把握し、とくに地域通貨の利用促進に大きく影響を及ぼすであろう、財やサービスのマッチングについて、地域通貨活動の活発さとの関係から考察することを目的としている。

2. 調査概要

本研究では以上の観点から、全国の地域通貨を運営している組織を対象として、地域通貨の目的や交換の方法、交換される財やサービスのマッチングの方法、今後の活動の展開等について、アンケート調査を行った。調査概要を表-1に示している。

表-1 アンケート調査概要

調査期間	平成15年1月中旬～1月末
調査方法	郵送方法、メール配布方法
配布票数	郵送：108票 メール配布：13票
調査対象	平成14年6月までに本格運用、実験運用を行っている・行っていた組織
回収票数	46票
回収率	38.0%
調査項目	(1)各団体が発行している地域通貨について (2)交換されている財やサービスについて (3)サービスのマッチング方法について (4)各団体の組織状況について

3. 使用目的別にみた地域通貨組織

地域通貨の使用方法として、大きく分けて1)特定のテーマの活動やイベントでの使用、2)不特定の財やサ

ービスの交換に使用、3)1), 2)の双方にほぼ同程度に使用するタイプが考えられる。図-1は回答のあった46団体の内訳を示したものである。不特定の財やサービスを交換する組織がもっとも多く約半数(46%)を占めている。3)の双方行っているを含めると78%が不特定の財・サービスの交換を目的とした地域通貨の流通を目的としている。

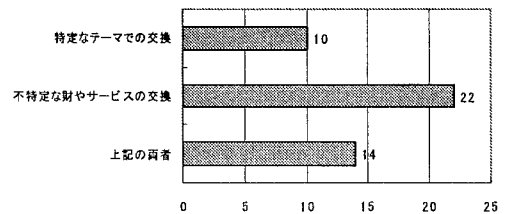


図-1 地域通貨の使用目的

表-2には各タイプにおける地域通貨の事例を示している。不特定の財やサービスの交換が目的の組織でも、イベントやパーティ等、さまざまな活動が行われていることがうかがえる。

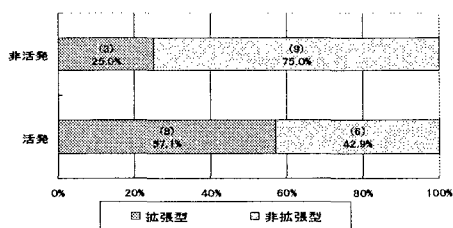
表-2 各タイプの事例

特定なテーマに関する活動やイベント	活動団体：有志グループ団体 利用者：約100人 発行形式：紙幣型、コイン型など 流通量：8ヶ月208,500枚 活動内容：茅葺民家集落の再生活動 イベント：まつり、手づくり体験
不特定の財やサービスの交換	活動団体：NPO法人+有志グループ団体 利用者：60人 発行形式：通帳型、ICカード型など紙幣型、コイン型など 流通量：12ヶ月519件（通帳でのサービス交換件数） イベント：不定期であるがバザー等を開催。花壇整備の手伝いに対し地域通貨を発行し、地域通貨をバザーで利用してもらうと言う体験をしよう。月に1回会員や地域通貨に関心がある人が集まり、交流、情報交換を行う。 ・月に1回会員や地域通貨に関心がある人が集まり、交流、情報交換を行う。 サービス交換内容：1番「軽作業、日曜大工、力仕事、車の運転、」 2番「食事介助」 3番「パソコン打ち」
上記の両者	活動団体：有志グループ団体 参加者：約100人 発行形式：紙幣型、コイン型など サービス交換件数：1ヶ月に数件～数10件 活動内容：イベント支援。会員の出演するコンサートやオペラの入場料を円と地域通貨の組み合わせで支払ったり、集客・機材の運搬を地域通貨をもらう。 ・イベント：フリーマーケット、得意技能の実演・講習会など、会員が集まってサービスのやりとりながら交流できるテーマパーティを実施。 サービス交換内容：教えること（趣味・娯楽）、教えること（パソコン）、ピンヒッター・かわりにやってくれること、お手伝いすること、車による送迎

4. 活動の展開方法と活発性

アンケート票から地域通貨を運営している組織の、個々の活動をみると、独自性のある様々な活動を活発に行っている組織が多数あるが、それらは必ずしも、大きな組織ばかりではなく、また組織を大きくしたいという意向を持っていない組織も見受けられる。

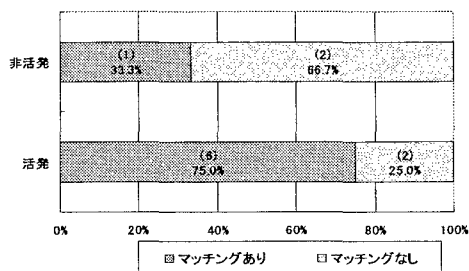
図－３は、活動の活発性別にみた、組織の拡張志向を示したものである。ここでは活発な組織を、回答者の自己評価、ならびに記述された活動内容、取引量等により評価した。この図からわかるように、活発な組織において、拡張型は約 58% を占めている。



図－３ 活発、非活発と拡張型と非拡張型

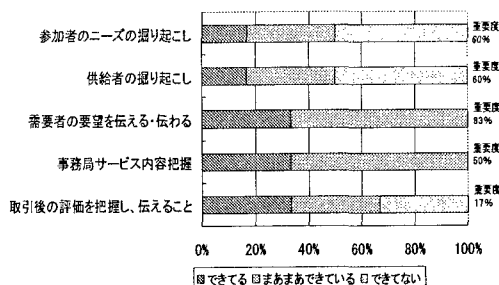
5. 不特定な財やサービスのマッチング

拡張を志向する地域通貨組織において、不特定な財やサービスをできるだけ流通させるためには、それら財やサービスのマッチングが必要となる。図－４には、拡張を志向する組織のマッチングの状況を、活発、非活発別にみたものである。この図からも、拡張を志向する組織において、活発な組織のほうが、何らかのマッチングを行っていることがわかる。



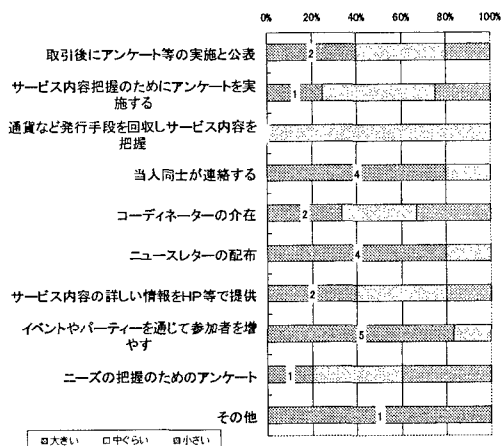
図－４ 拡張志向組織のマッチングの状況

図－５には、マッチングの方法について、実施状況とその重要度に対する評価をしている。この図より、「需要者の要望を伝えること・伝えること」、「事務局がマッチングを把握していること」の実施率が高くなっている。重要度では「需要者の要望を伝えること・伝えること」が高い評価となっている。



図－５ マッチングのための重要度と実施状況

図－６には、さらに、具体的な方法と重要度に対する評価を示している。例えば図－５の「需要者に要望を伝えること・伝えること」についてみれば、「ニューズレターの配布」や「当人同士で連絡をとる」ということが重要度として大きいということがわかる。また、「供給者のニーズの掘り起こし」では「イベントやパーティの開催」はマッチングの機会を提供する場として評価されていることがわかる。



図－６ マッチングの具体的方法の重要度

6. まとめ

拡張志向を持った組織においては、活発な活動を維持するうえで、マッチングが重要であることがうかがえた。また具体的な方法として、イベント等を通じて、口コミ・声かけや、ニューズレターの配布、当人同士の連絡など、簡便な方法が効果的であることがわかった。ホームページによる方法を用いた組織もみられたが、現在のところその効果は大きくないようである。今後は、個々の組織のマッチング方法について、詳細に分析をしたいと考えている。