

# 市民意識と地域通貨の課題 — 2017年度柏崎市活性化を目指す 地域通貨流通のための市民意識・消費動向調査より —

Public Awareness and the Issues of Local Currency :  
2017 Public Awareness and Consumption Trend Survey

平野 実良  
Miyoshi HIRANO

## 要旨

地域通貨は、地域経済の活性化、住民福祉の支援、社会問題の解決、コミュニティの活性化などを目的とし、発行主体・参加主体・発行方式・目的・規模といった点において多種多様なものが存在している。我が国では、1990年代後半から2000年代前半にかけて多くの地域通貨が生み出されたが、2005年頃をピークにして下降している。地域通貨には、始めることはそれほど難しくないようであるが運営（継続）していくことは難しい、という特徴があると考えられる。運営上の課題はいくつかあるが、中でも流通量・発行量が重要あるいは一番大事な指標といわれている。

本稿では、新潟県柏崎市で流通している地域通貨：風輪通貨を事例とし、2017年度に実施した柏崎市活性化を目指す地域通貨流通のための市民意識・消費動向調査をとおして商店街利用状況、商店街に対する不満、不足している業種、および、地域通貨と風輪通貨の認知度や関心の度合いなどの現状と課題を明らかにし、商店街活性化に対しての地域通貨の利活用方法を検討する。これは、商店街の状況を精査することにより現状や課題を把握し、その中から重要度や優先度の高いものを見つけ出し、その課題に対して風輪通貨をどのように利活用すれば適切かつ効率的に効果を最大限に発揮できるかを考えた結果として有意義なものである。

**キーワード：**地域通貨，風輪通貨，市民意識，商店街活性化

## 1. はじめに

地域通貨とは「一定の地域やコミュニティの参加者が財やサービスを自発的に交換し合うためのシステム、あるいはそこで流通する貨幣の総称」であり、発行主体・参加主体・発行方式・目的・規模といった点において多種多様なものが存在している。

地域通貨は発行方式を基準として、紙幣方式、記帳方式、手形方式の三種類に分類できる。

- ・紙幣方式：発行主体となる事務局（通貨発行の中心となる団体や個人）が独自のデザインやメッセージを印刷した紙幣を発行し、参加者間の取引を通じて流通していくタイプの地域通貨である。
- ・記帳方式（口座方式）は、紙幣を発行せずに財

やサービスを提供した(売った)時に黒字(プラス)、提供してもらった(買った)時に赤字(マイナス)を記帳していくことで取引を決済していく方式である。

・手形方式（債務証書）は、財やサービスの提供を受けた個人が自ら新たに手形を振り出すか、第三者から受け取った手形に裏書して使うかのいずれかによって取引を行う方式である。

近年は、磁気カードの活用、ICT技術の発展などに伴うICカードやネットワークを活用した電子的な決済システムが急速に普及しており、スマートフォンを使う例も含め、地域通貨を電子化する動きが多く見られるようになってきている。

我が国では、1990年代後半から2000年代前

半にかけて多くの地域通貨が生み出されたが、2005年頃をピークにして下降している。2016年12月時点では600以上の地域通貨が存在していたが、そのうち実際に稼働していたものは半数にも満たない状況（204）であり、1年以内に活動停止となった団体は約40%に上る（泉2006, 泉・中里2017）。このことから地域通貨には、始めることはそれほど難しくないのであるが運営（継続）していくことは難しい、という特徴があると考えられる。

地域通貨の現状や課題に関する研究としては、例えば；地域通貨の現状と課題に関する基礎的研究（河合・島崎2003, 日暮2004）、各地で実施されている地域通貨の事例研究（和久田・出口2004, 泉・中里2013）、日本の地域通貨に関する実態調査結果（与謝野・熊野・高瀬・林・吉岡2006）、地域通貨「ピーナッツ」の機能や有用性の研究（粟沢・穴倉2016）などがあり、宮崎・吉田・小林・中里（2016）は運営上の課題として、第一に地域通貨を利用する参加者数や団体数を増やし、域内における多様な取引を実現すること、第二に参加者たちの地域通貨に対する認知度、理解度を向上させること、第三に運営団体の事務的な手続きを効率的に行い、さらに継続的な運営資金を確保すること、の3点を挙げている。1点目に挙げられている、「地域通貨を利用する参加者数や団体数を増やし、域内における多様な取引を実現すること」とは、換言すれば「地域通貨の流通量・発行量を増やすこと」といえる。地域通貨の運営（継続）には3点とも必要不可欠なことであるが、中でも流通量・発行量が重要あるいは一番大事な指標といわれている（日暮2004, 納村2016）。

そこで本稿では、新潟県柏崎市で流通している地域通貨：風輪通貨を事例とし、2017年度に実施した柏崎市活性化を目指す地域通貨流通のための市民意識・消費動向調査をとおして、商店街利用状況、商店街に対する不満、不足している業種、および、地域通貨と風輪通貨の認知度や関心の度合いなどの現状と課題を明らかにし、商店街活性化に対しての地域通貨の利活用方法を検討する。風輪通貨流通の目的の1つに中心市街地に位置している商店街（以下、商店街）の活性化がある。商店街を活性化するためには商店街の利用者を増

やさなければならない。風輪通貨が利用できる店舗のほとんどはこの商店街に位置しているため、商店街の利用者を増やすことは風輪通貨の利用者を増やす（流通量・発行量を増やす）ことになる。その結果として、地域通貨運営上の課題の1つである「地域通貨を利用する参加者数や団体数を増やし、域内における多様な取引を実現すること」の解決を図ることが目的である。

## 2. 風輪通貨

風輪通貨は筆者が所属する「風輪通貨運営委員会」（以下、運営委員会）が発行している地域通貨である。通貨の単位は「風（フォン）」となっており、発行方式は紙幣方式（1枚100円として使える100風券1種類のみ（図1））である。利用期間は6ヶ月であり、年度内で2回の発行、回収を行っている。2017年6月時点での利用可能店舗（協力店）数は30店であった。また、2018年度の発行額は、約36万風（36万円）であった。



図1 風輪通貨  
（出所：風輪通貨運営委員会）

この活動は2007年に発生した新潟県中越沖地震の震災復興支援として始まり、現在は商店街の活性化、ボランティアの促進による地域コミュニティの再生、そしてお米づくりを通じた地産地消の推進による環境問題改善を目的として運営している（図2）。風輪通貨は、以下の2つの方法で発行・配布している。1つ目の方法は、筆者らが所属する新潟産業大学（以下、本学）の学生たちと農薬不使用の天日干しのお米をつくり、それを原資として発行する方法である。発行された風輪通貨は運営委員会が主催、共催するボランティア活動（清掃ボランティア、除雪ボランティア、マラソン大会などの市内イベント補助のボランティアなど）で配布している。2つ目の方法は、地域のイベントやボランティア活動などを実施してい

## 風輪通貨の流通の仕組み

風輪通貨の流通が、環境保全、地元商店の活性化に繋がります。

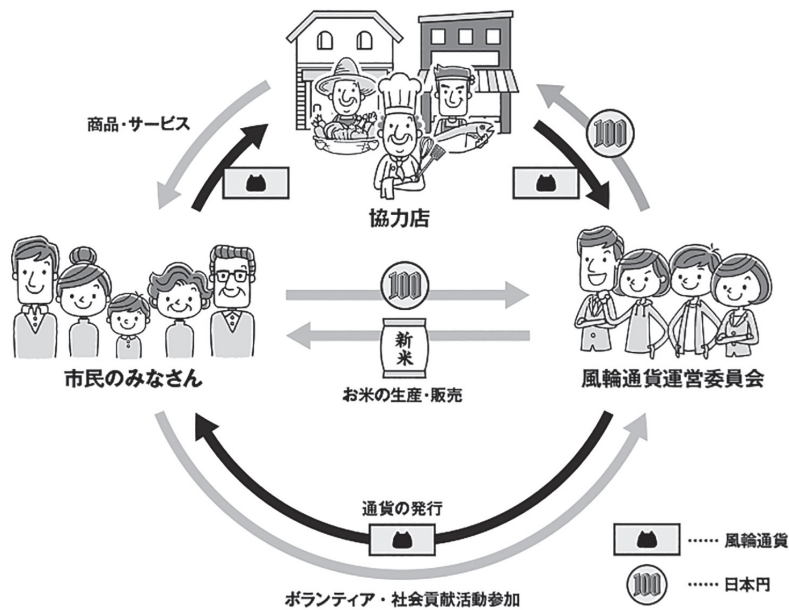


図2 風輪通貨の流通の仕組み

(出所：風輪通貨運営委員会)

る外部団体に風輪通貨を購入・配布してもらう方法である。この方法は、運営資金の確保と同時に風輪通貨の認知度を高め、風輪通貨を利用する参加者数や団体数を増やすことも目標としている。

### (3) 調査票の配布・回収の時期と方法

2018年2月に、対象者自宅郵便受けに配布し、郵送にて回収した。

## 3. 調査方法

### (1) 調査地域および調査対象

調査地域は新潟県柏崎市である。柏崎市は新潟県中越地方に位置する人口：84,790人、高齢化率：32.4% (2017年10月1日現在)の地方都市である。

調査対象は、柏崎市の日常生活圏域（介護保険事業計画において人口・地理的条件・社会的条件を勘案した福祉基盤の単位となるエリア，全5圏域：中，東，西，南，北（図3））ごとに抽出した800人である。

### (2) 調査内容

調査内容は、商店街利用状況，商店街に対する不満，不足している業種，および，地域通貨と風輪通貨の認知度や関心の度合いなどである。

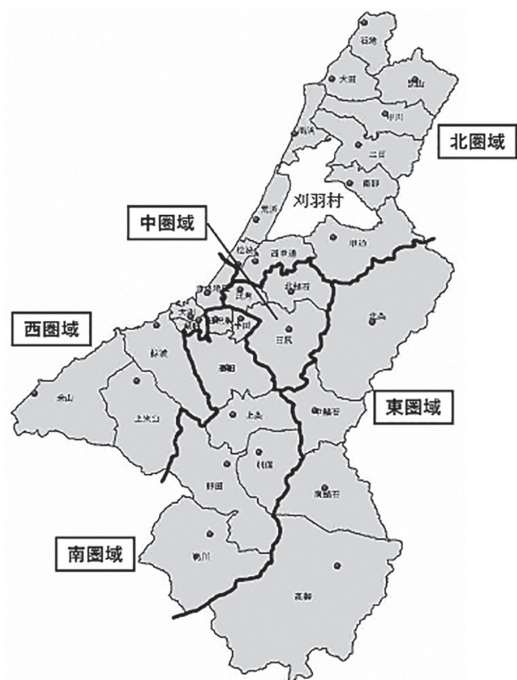


図3 柏崎市日常生活圏域

(出所：第6期介護保険事業計画)

#### 4. 調査結果

##### (1) 回収率

対象とした800人中、194人から回答を得、回収率は24.3%であった。

##### (2) 回答者の属性

性別は、男性：86人（46.5%）、女性：99人（53.5%）であった。その他の属性は表1のとおりである。

表1 回答者の属性

属性		度数	構成比
性別 (n=185)	男性	86	46.5
	女性	99	53.5
年代 (n=192)	10代	1	0.5
	20代	7	3.6
	30代	12	6.3
	40代	20	10.4
	50代	42	21.9
	60代	54	28.1
	70代	39	20.3
	80代以上	17	8.9
圏域 (n=189)	中	67	35.4
	東	10	5.3
	西	53	28.0
	南	43	22.8
	北	16	8.5
職業 (n=186)	会社員	53	28.5
	公務員	7	3.8
	自営業	8	4.3
	団体・組合職員	3	1.6
	専業主婦	30	16.1
	アルバイト・パート	20	10.8
	学生	2	1.1
	無職	57	30.6
	その他	6	3.2
居住年数 (n=188)	10年未満	29	15.4
	10年以上 20年未満	22	11.7
	20年以上 30年未満	34	18.1
	30年以上	103	54.8

世帯構成 (n=185)	ひとり暮らし	22	11.9
	夫婦のみ	56	30.3
	親と子 (2世代)	83	44.9
	祖父母と親 と子(3世代)	16	8.6
	その他	8	4.3

##### (3) 商店街の利用状況

###### 1) どの程度利用しているか

割合が最も高かったのは、ほとんど利用しない（38.3%）であり、次に高かったのは、月に1回程度利用する（20.2%）であった（表2）。

表2 どの程度利用しているか (n=193)

回答	度数	構成比
毎日利用する	10	5.2
週に2,3回は利用する	25	13.0
週に1回は利用する	21	10.9
月に2,3回程度利用する	24	12.4
月に1回程度利用する	39	20.2
ほとんど利用しない	74	38.3

###### 2) 不満に思うこと（2つ以内で回答）

割合が最も高かったのは、商品の品揃えが豊富でない、欲しい商品がない（31.2%）であり、次に高かったのは、駐車場等の施設が利用しにくい（20.6%）であった（表3）。

表3 不満に思うこと (n=330)

回答	度数	構成比
商品の品揃えが豊富でない、欲しい商品がない	103	31.2
商品の価格が高い	28	8.5
入りにくい雰囲気のお店が多い	44	13.3
営業時間が短い	11	3.3
娯楽施設やイベントがないなど、買い物以外で楽しめない	34	10.3
駐車場等の施設が利用しにくい	68	20.6
悪天候時に不便である	6	1.8
交通の便が悪い	11	3.3
高齢者、障害者への対応が十分でない	3	0.9

その他	8	2.4
不満はない	14	4.2

### 3) 不足している業種（2つ以内で回答）

割合が最も高かったのは、衣料品店（16.0%）であり、次に高かったのは、足りないものはない（12.1%）であった（表4）。

表4 不足している業種（n=313）

回答	度数	構成比
食品スーパー	23	7.3
生鮮食品	12	3.8
惣菜店	10	3.2
酒店	3	1.0
パン・菓子店	14	4.5
その他食品（米・茶など）	0	0.0
衣料品店	50	16.0
服飾品・アクセサリー	9	2.9
靴・カバン店	15	4.8
時計・メガネ・カメラ	4	1.3
家電店	11	3.5
家具・インテリア店	32	10.2
文具・書籍店	25	8.0
レジャー・スポーツ用品店	13	4.2
おもちゃ・CD・楽器店	11	3.5
医薬品・化粧品店	1	0.3
日用雑貨店	12	3.8
理容院・美容院	1	0.3
飲食店	15	4.8
その他	14	4.5
足りないものはない	38	12.1

### 4) 魅力を高め、もっと利用されるために必要なもの（2つ以内で回答）

割合が最も高かったのは、品揃えの充実や商店街に足りない商店の誘致（30.8%）であり、次に高かったのは、アーケードや駐車場の整備（21.6%）であった（表5）。

表5 魅力を高め、もっと利用されるために必要なもの（n=219）

回答	度数	構成比
アーケードや駐車場の整備	68	21.6
巡回バスの運行など送迎サービスの充実	26	8.3
公民館、集会場など交流施設の設置	1	0.3
行政サービスの窓口設置	3	1.0
段差解消など、高齢者・障害者への十分な対応	5	1.6
品揃えの充実や商店街に足りない商店の誘致	97	30.8
商店街の営業時間の延長	17	5.4
魅力あるイベントの実施	41	13.0
スタンプ・ポイントカードなどの充実	7	2.2
インターネットの活用などによる情報提供	8	2.5
配達や御用聞きなどのサービスの充実	18	5.7
子育て支援施設	6	1.9
高齢者や障害者の交流施設	7	2.2
その他	11	3.5

### (4) 地域通貨について

#### 1) 聞いたことがあるか

割合が最も高かったのは、いいえ（82.4%）であり、次に高かったのは、その他の地域通貨（10.1%）であった（表6）。

表6 地域通貨を聞いたことがあるか（n=188）

回答	度数	構成比
はい（風輪通貨）	14	7.4
はい（その他の地域通貨）	19	10.1
いいえ	155	82.4

#### 2) 使用したことがあるか

割合が最も高かったのは、いいえ（96.8%）であり、次に高かったのは、その他の地域通貨（2.1%）であった（表7）。

表7 地域通貨を使用したことがあるか (n=187)

回答	度数	構成比
はい(風輪通貨)	2	1.1
はい(その他の地域通貨)	4	2.1
いいえ	181	96.8

### 3) どれくらい関心があるか

割合が最も高かったのは、あまりない(33.0%)であり、次に高かったのは、どちらともいえない(23.9%)であった(表8)。

表8 地域通貨にどれくらい関心があるか (n=188)

回答	度数	構成比
非常にある	3	1.6
ややある	35	18.6
どちらともいえない	45	23.9
あまりない	62	33.0
まったくない	43	22.9

### 4) 関心の度合いと認知度(クロス集計)

関心の度合いが「ややある」と答えた中で割合が最も高かったのは、聞いたことがない(70.6%)であった(表9)。

表9 関心の度合いと認知度 (n=187)

関心の度合い	認知度		
	風輪通貨	その他の地域通貨	聞いたことがない
非常にある	1 (33.3%)	1 (33.3%)	1 (33.3%)
ややある	5 (14.7%)	5 (14.7%)	24(70.6%)
どちらともいえない	7 (15.6%)	8 (17.8%)	30(66.7%)
あまりない	0 (0.0%)	5 (8.1%)	57(91.9%)
まったくない	1 (2.3%)	0 (0.0%)	42(97.7%)

### 5) 風輪通貨がどのようなところで利用できればよいか(複数回答)

割合が最も高かったのは、商店街や市場での商品・サービスの購入(26.1%)であり、次に高かったのは、清掃や除雪等のボランティア活動への対価(15.8%)であった(表10)。

表10 風輪通貨がどのようなところで利用できればよいか (n=330)

回答	度数	構成比
商店街や市場での商品・サービスの購入	86	26.1
子育てや福祉サービスの支払い	32	9.7
清掃や除雪等のボランティア活動への対価	52	15.8
公共交通機関への乗車運賃	31	9.4
公共施設の利用料金	31	9.4
NPOや市民団体への寄付	14	4.2
電気・ガス・水道など公共料金の支払い	31	9.4
自治体への税金の支払い	18	5.5
その他	4	1.2
特になし	31	9.4

### (5) 商店街利用状況と地域通貨への関心度(クロス集計)

#### 1) どの程度利用しているか

やや関心があると答えた中で割合が最も高かったのは、毎日利用する(30.0%)であり、次に高かったのは、週に2,3回は利用する(25.0%)であった(表11)。

#### 2) 不満に思うこと(2つ以内)

やや関心があると答えた中で割合が最も高かったのは、その他(37.5%)であり、次に高かったのは、高齢者、障害者への対応(33.3%)であった(表12)。

#### 3) 魅力を高めるために必要なこと(2つ以内)

やや関心があると答えた中で割合が最も高かったのは、スタンプ・ポイントカードなどの充実(42.9%)であり、次に高かったのは、インターネットの活用などによる情報提供(37.5%)であった(表13)。

表11 商店街利用と地域通貨関心度 (n=188)

商店街利用	地域通貨関心度				
	非常にある	ややある	どちらとも いえない	あまりない	まったくない
毎日利用する	0 (0.0%)	3 (30.0%)	1 (10.0%)	2 (20.0%)	4 (40.0%)
週に2, 3回は利用する	2 (8.3%)	6 (25.0%)	5 (20.8%)	11 (45.8%)	0 (0.0%)
週に1回は利用する	0 (0.0%)	5 (23.8%)	3 (14.3%)	8 (38.1%)	5 (23.8%)
月に2, 3回程度利用する	0 (0.0%)	2 (8.3%)	10 (41.7%)	6 (25.0%)	6 (25.0%)
月に1回程度利用する	0 (0.0%)	7 (18.4%)	12 (31.6%)	13 (34.2%)	6 (15.8%)
ほとんど利用しない	1 (1.4%)	12 (16.9%)	14 (19.7%)	22 (31.0%)	22 (31.0%)

表12 不満に思うことと地域通貨関心度 (n=320)

商店街利用	地域通貨関心度				
	非常にある	ややある	どちらとも いえない	あまりない	まったくない
商品の品揃え	1 (1.0%)	17 (17.0%)	24 (24.0%)	38 (38.0%)	20 (20.0%)
商品の価格が高い	0 (0.0%)	5 (19.2%)	7 (26.9%)	10 (38.5%)	4 (15.4%)
入りにくい雰囲気	1 (2.3%)	9 (20.5%)	10 (22.7%)	11 (25.0%)	13 (29.5%)
営業時間が短い	0 (0.0%)	1 (9.1%)	5 (45.5%)	1 (9.1%)	4 (36.4%)
娯楽施設やイベントがない	0 (0.0%)	8 (24.2%)	7 (21.2%)	11 (33.3%)	7 (21.2%)
駐車場等の施設が利用しにくい	1 (1.5%)	17 (25.8%)	10 (15.2%)	24 (36.4%)	14 (21.2%)
悪天候時に不便である	1 (16.7%)	1 (16.7%)	1 (16.7%)	3 (50.0%)	0 (0.0%)
交通の便が悪い	0 (0.0%)	1 (9.1%)	1 (9.1%)	6 (54.5%)	3 (27.3%)
高齢者、障害者への対応	1 (33.3%)	1 (33.3%)	1 (33.3%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
その他	0 (0.0%)	3 (37.5%)	3 (37.5%)	1 (12.5%)	1 (12.5%)
不満はない	0 (0.0%)	1 (8.3%)	4 (33.3%)	2 (16.7%)	5 (41.7%)

表13 魅力を高めるために必要なことと地域通貨関心度 (n=311)

商店街利用	地域通貨関心度				
	非常にある	ややある	どちらとも いえない	あまりない	まったくない
アーケードや駐車場の整備	2 (2.9%)	18 (26.5%)	12 (17.6%)	23 (33.8%)	13 (19.1%)
送迎サービスの充実	0 (0.0%)	6 (24.0%)	8 (32.0%)	6 (24.0%)	5 (20.0%)
公民館、集会場など交流施設の設置	0 (0.0%)	0 (0.0%)	1 (100.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
行政サービスの窓口設置	0 (0.0%)	1 (33.3%)	0 (0.0%)	2 (66.7%)	0 (0.0%)
高齢者・障害者への十分な対応	1 (20.0%)	1 (20.0%)	1 (20.0%)	1 (20.0%)	1 (20.0%)
品揃えの充実や商店街に足りない商店の誘致	1 (1.1%)	15 (15.8%)	24 (25.3%)	34 (35.8%)	21 (22.1%)
商店街の営業時間の延長	0 (0.0%)	1 (6.3%)	3 (18.8%)	7 (43.8%)	5 (31.3%)
魅力あるイベントの実施	0 (0.0%)	6 (14.6%)	8 (19.5%)	17 (41.5%)	10 (24.4%)

スタンプ・ポイントカードなどの充実	0 (0.0%)	3 (42.9%)	4 (57.1%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
インターネットの活用などによる情報提供	0 (0.0%)	3 (37.5%)	1 (12.5%)	2 (25.0%)	2 (25.0%)
配達や御用聞きなどのサービスの充実	1 (5.6%)	3 (16.7%)	7 (38.9%)	3 (16.7%)	4 (22.2%)
子育て支援施設	0 (0.0%)	2 (33.3%)	1 (16.7%)	1 (16.7%)	2 (33.3%)
高齢者や障害者の交流施設	0 (0.0%)	1 (14.3%)	2 (28.6%)	1 (14.3%)	3 (42.9%)
その他	1 (9.1%)	0 (0.0%)	1 (9.1%)	4 (36.4%)	5 (45.5%)

## 5. 考察

### (1) 商店街の現状と課題

今回の調査では、約4割(38.3%)の者が、商店街を「ほとんど利用していない」ことが明らかになった(表2)。この値に利用頻度が低い月1回、月2,3回の値を加えて「あまり利用していない者」としてみた場合、その割合は71.0%(137人)となる。つまり、商店街を利用している人は、全体の約3割しかいない。この結果は、筆者の予想よりかなり高いものであった。

商店街に対して不満に思うことの結果(表3)として明らかになったのは、割合の高い順に「商品の品揃えが豊富でない、欲しい商品がない」(31.2%)、「駐車場等の施設が利用しにくい」(20.6%)、「入りにくい雰囲気のお店が多い」(13.3%)、「娯楽施設やイベントがないなど、買い物以外で楽しめない」(10.3%)、「商品の価格が高い」(8.5%)などである。また、ここで挙げられている中で、商品の品揃え(欲しい商品がない)、駐車場、イベントがないについては、商店街の魅力高め、もっと利用されるために必要なもの結果(表5)においても割合が高かったものであるため(割合の高い順で1から3番:「品揃えの充実や商店街に足りない商店の誘致」(30.8%)、「アーケードや駐車場の整備」(21.6%)、「魅力あるイベントの実施」(13.0%))、対応の必要性が高いものと考えられる。この結果は筆者もある程度の予想をしていたことではあるが、商店街の利用者を増やすためにはこれらへの対応が必要不可欠であり、重要性もかなり高いということが確認できた。

その一方で、柏崎市においては遠方からの商店街への距離、路線バスの減少、海からの強風や降雪等の気象条件があるため、交通や気候に関する結果はある程度高くなると予想していたが、実際

の結果(表3)は「交通の便が悪い」(3.3%)、「悪天候時に不便である」(1.8%)となり、筆者の予想より低い結果であった。これらのことから、商店街の利用においては、地理的条件や気象条件に関することよりも、「商品の品揃えが豊富でない、欲しい商品がない」、「駐車場等の施設が利用しにくい」、「娯楽施設やイベントがないなど、買い物以外で楽しめない」への対応を優先するべきと考える。

不足している業種の結果(表4)として、「足りないものはない」(12.1%)を除き割合が高かったのは、「衣料品店」(16.0%)、「家具・インテリア店」(10.2%)であった。この2つの業種のみ割合が2桁となり、その他の業種は全て1桁であった。この結果は筆者の予想より低く、商店街の業種は一通り揃っており、概ね足りていると考える。

### (2) 地域通貨と風輪通貨の認知度や関心の度合い

地域通貨の認知度は、風輪通貨:7.4%、その他の地域通貨:10.1%ということが明らかになった(表6)。風輪通貨についての結果は概ね筆者の予想の範囲内であった。それは、風輪通貨の活動はこれまで約10年間にわたり行われてきたが、決して大々的に行われていたわけではないからである。個人レベルに等しい小さな運営組織から始まり、人員や資金を工面しながら毎年少しずつ発行額や利用可能店舗(協力店)数を増やしてきたのである。しかし、認知度が高くないことは事実でありさらに高めていく必要がある。

その一方で、地域通貨への関心の度合いは、非常にある:1.6%、ややある:18.6%(表8)であり、2者を合計すると20.2%となる。これは風輪通貨流通活動の継続に期待が持てる結果であった。加えて、風輪通貨の利用先の希望を尋ねた結果(表



10) は、「商店街や市場での商品・サービスの購入」の割合が最も高く26.1%であった。これは、商店街を活性化するためのツールとして風輪通貨を利活用できる可能性があるということである。さらに、商店街利用状況と地域通貨への関心度(クロス集計)の結果(表11)では、利用頻度が低い:「月に1回程度利用する」、「ほとんど利用しない」者たちの地域通貨への関心の度合いは、それぞれ18.4%、16.9%となっており、2者の合計は35.3%であった。

単純に言えば、今まであまり商店街を利用しなかったこの両者が風輪通貨を入手し商店街で利用することにより、商店街の利用者が増え、同時に風輪通貨の流通量も増えることになる。なお、ここで重要となるのは、地域通貨への関心の度合いが高い者が持っている商店街に対しての不満や要望を把握し、方策を考えることである。不満に思うこととして高い割合(回答者数が一定程度の中で)を示したものは、「駐車場等の施設が利用しにくい」(25.8%)、「娯楽施設やイベントがないなど、買い物以外で楽しめない」(24.2%)、「入りにくい雰囲気のお店が多い」(20.5%)、「商品の価格が高い」(19.2%)であった(表12)。魅力を高め、もっと利用されるために必要なもの(要望)として高い割合(回答者数が一定程度の中で)を示したものは、「アーケードや駐車場の整備」(26.5%)、「送迎サービスの充実」(24.0%)、「品揃えの充実や商店街に足りない商店の誘致」(15.8%)、「魅力あるイベントの実施」(14.6%)であった(表13)。

### (3) 商店街活性化に対しての地域通貨(風輪通貨)の利活用方法の検討

ここでのポイントは、商店街に対しての不満や要望であり、この不満の解決や要望への対応に風輪通貨をどのように利活用できるかである。全体の結果での主な不満や要望は、「商品の品揃えが豊富でない、欲しい商品がない」、「商品の価格が高い」、「入りにくい雰囲気のお店が多い」、「娯楽施設やイベントがないなど、買い物以外で楽しめない」、「駐車場等の施設が利用しにくい」であった。そして、風輪通貨の認知度や関心の度合いの中でその主な不満や要望は、「駐車場等の施設が利用しにくい」、「娯楽施設やイベントがないなど、買

物以外で楽しめない」、「入りにくい雰囲気のお店が多い」、「商品の価格が高い」、「アーケードや駐車場の整備」、「送迎サービスの充実」、「品揃えの充実や商店街に足りない商店の誘致」、「魅力あるイベントの実施」であった。

この中では重複しているものがいくつかあるが、「商品の品揃えの充実」、「店の雰囲気」、「娯楽施設」、「駐車場の整備」等の商店・商店街の運営やハード的なものに関して風輪通貨を直接利活用することは難しい。他方、「商品の価格が高い」、「イベント」、「送迎サービスの充実」については、次のような利活用方法が考えられる。まず「商品の価格が高い」については、代金支払い時に風輪通貨を利用してもらうことにより、価格を安く感じさせる(日本円での支払い額を減らすことにより安く感じる、あるいは、得をしたように感じる)ことができる。次に「イベント」については、風輪通貨を景品や賞品とするイベントを実施し参加者へ配布するという方法がある。最後に、「送迎サービスの充実」については、いわゆる移動困難者・移動制約者を対象に行われている移動サービス(移動・外出支援)の料金を風輪通貨で支払うことができるようにすることである。

## 6. おわりに

本稿では、新潟県柏崎市で流通している地域通貨:風輪通貨を事例とし、2017年度に実施した柏崎市活性化を目指す地域通貨流通のための市民意識・消費動向調査をとおして、商店街利用状況、商店街に対する不満、不足している業種、および、地域通貨と風輪通貨の認知度や関心の度合いなどの現状と課題を明らかにし、商店街活性化に対しての地域通貨の利活用方法を検討し、その結果として地域通貨運営上の課題の1つである「地域通貨を利用する参加者数や団体数を増やし、域内における多様な取引を実現すること」の解決を図ることが目的であった。

商店街の不満改善や魅力向上に対して、商店・商店街の運営やハード的なものに関して風輪通貨を直接利活用ことは難しいが、「商品の価格が高い」、「イベント」、「送迎サービスの充実」については、次のような利活用方法を考えた。「商品の価格が高い」については、代金支払い時に風輪通貨を利用してもらうことにより、価格を安く感じ

させる（日本円での支払い額を減らすことにより安く感じる、あるいは、得をしたように感じる）ことができる。「イベント」については、風輪通貨を景品や賞品とするイベントを実施し参加者へ配布する。「送迎サービスの充実」については、いわゆる移動困難者・移動制約者を対象に行われている移動サービス（移動・外出支援）の料金を風輪通貨で支払うことができるようにすることである。なお、いずれの方法においても、風輪通貨の認知度、理解度の向上も当然に必要となる。なぜなら、風輪通貨の存在、意義、利用可能店舗等を知らなければ利用することはできず、また、景品や賞品としての価値や魅力も伝わらないからである。また、今回の方法はこれまで行われていたものもあるが、商店街の状況を精査することにより現状や課題を把握し、その中から重要度や優先度の高いものを見つけ出し、その課題に対して風輪通貨をどのように利活用すれば適切かつ効率的に効果を最大限に発揮できるかを考えた結果として有意義なものである。

今回は商店街の現状と課題を把握するために実施した課題発見型定量調査のデータを用いたものであった。課題は回収率の低さであった。有意性検定を試みたが検定可能な結果ではなかった。今後は次回の調査に向けて、質問項目の見直しとともに回収率向上について検討する必要がある。同時に、質的データ収集のためインタビュー等の定性調査の実施も検討していきたい。

## 謝辞

調査にご協力いただいた柏崎市民に深く感謝申し上げます。

本稿は、科学研究費基盤研究（C）17K07979による研究成果の一部である。

## 参考文献

粟沢尚志，穴倉啓太（2016）「地域通貨「ピーナッツ」17年間の歩みと成果—海保真氏へのインタビューにもとづく予備的考察—」『千葉経済論叢』54号，pp.21～34

泉留維（2006）「日本における地域通貨の展開と今後の課題」『専修経済学論集』第40巻，2号，pp.97～133

泉留維，中里裕美（2013）「地域通貨は地域社会にどのような繋がりをもたらすのか—地域通貨ピーナッツの事例をもとに—」『専修経済学論集』第47巻，3号，pp.1～

16

泉留維，中里裕美（2017）「日本における地域通貨の実態について：2016年稼働調査から見えてきたもの」『専修経済学論集』第52巻，2号，pp.39～53

河合正弘，島崎麻子（2003）「日本の地域通貨制度：現状と課題」『社会科学研究』第54巻，1号，pp.145～169，東京大学社会科学研究所

西部忠編著（2013）『地域通貨』ミネルヴァ書房

納村哲二（2016）『地域通貨で実現する地方創生』幻冬舎メディアコンサルティング

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』99号pp.27～38，東京農業大学農業経済学会

平野実良，宇都宮仁（2018），「地域通貨電子化事業実証実験の視察報告：電子地域通貨「さるぼぼコイン」」『新潟産業大学経済学部紀要』50号pp.109～117

藤和彦（2017），「少子高齢化が進む日本における地域通貨の有用性」『RIETI Policy Discussion Paper』Series 17-P-001，経済産業研究所

宮崎義久・吉田昌幸・小林重人・中里裕美（2016）「地域通貨の進化の解明に向けた分析枠組みの提示—全国調査に関する先行研究の検討を通じて—」『進化経済学論集』20号pp.1～13

和久田昌裕，出口敦（2004）「流通実験を通じてみた地域通貨の有効性と課題に関する考察—箱崎地区におけるケーススタディー—」九州大学大学院人間環境学研究院紀要

与謝野有紀，熊野建，高瀬武典，林直保子，吉岡至（2006）「日本の地域通貨に関する実態調査の結果の概略」関西大学『社会学部紀要』第37巻，第3号，pp.293～317