

タイトル	発寒北商店街におけるアトム通貨の活用
著者	菅原, 浩信; Sugawara, Hironobu
引用	北海学園大学経営論集, 12(2): 121-140
発行日	2014-09-25

発寒北商店街におけるアトム通貨の活用

菅 原 浩 信

1. はじめに

1.1 問題意識

1.1.1 商店街組織の存続に向けて

これまで、多くの商店街組織は、大型店と同じ次元において直接的な競争を展開してきた。しかし、商店街組織が、品揃え、商品量、安さ等において、もはや大型店に勝てないのは明らかであろう。したがって、今後、商店街組織がその存続を図っていくためには、大型店と異なる次元での競争を展開していかなければならない¹⁾。

一般に、大型店は、標準化・マニュアル化されたオペレーションによる「効率性」を追求しようとする。一方、商店街組織を構成する中小事業者は、生業的な特質を有しているため、業種の転換や立地の変更を行うことが容易ではなく、「効率性」を追求することは困難である。しかし、商店街組織における生業性や地域性といった要素は、大型店にはないものである²⁾。したがって、商店街組織は、大型店と同じ「効率性」という次元ではなく、大型店にはない生業性や地域性を活かした「有効性」という次元において競争を展開していくべきである。

ところで、どこの組織においても必要とされる競争の基本的なパターンとして、①コスト・リーダーシップ、②差別化、③集中（コスト集中、差別化集中）の3つがあげられる³⁾。

このうち、大型店の多くは、同業者よりも低いコストを実現しようとする「コスト・リーダーシップ」を採用している。したがって、商店街組織は、業界の中で特異だと思われる何か（すなわち「有効性」）を創造しようとする「差別化」を採用すべきである。

この「差別化」は、製品・サービスのレベルの差別化と、ビジネス・システムのレベルの差別化の2つに分けられる。前者は、誰の目にもわかりやすい反面、模倣や反撃を受けやすい。一方、後者は、それを築くためには長い時間と継続的な投資を必要とするが、いったんそれが築かれてしまえば、より持続性のある競争優位性を発揮しやすい⁴⁾。したがって、商店街組織が行うべき差別化も、ビジネス・システムのレベルの差別化でなければならない。商店街組織が製品・サービスのレベルの差別化を試みたとしても、大型店は経営資源の量において商店街組織に勝っており、容易に模倣・反撃できるからである。

1.1.2 NPOとしての商店街組織

商店街組織が行うべきビジネス・システムのレベルの差別化とは、地域コミュニティとの密接な関係性の構築である。一般に、大型店は、商店街組織や町内会の活動に対する関心が低く、地域コミュニティにおける祭りやイベント等にも疎遠になりがちである。そのため、大型店が地域コミュニティとの密接な関係性を構築していくことは容易ではない。

そこで、商店街組織は、地域コミュニティとの密接な関係性を構築することによって、持続的な競争優位性を十分に発揮しうる⁶⁾。

ところで、「商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律」（地域商店街活性化法）において、商店街は「地域コミュニティの担い手」として位置づけられている⁶⁾。そもそも、商店街を運営する商店街組織は、地域コミュニティを存立基盤として、商品・サービスの提供だけではなく、祭りやイベント等の様々な活動を展開してきた。しかし、現在、多くの地域コミュニティでは疲弊・縮小が顕著となっており、崩壊の危機に瀕しているといっても過言ではない。このままでは、商店街組織はその存立基盤を失う危険性がある。そのため、商店街組織は、地域コミュニティの活性化に向けて何らかの貢献を行う必要がある。

したがって、商店街組織は、そのミッションを、これまでの「経済団体」から「地域貢献団体」へと転換していくことが求められている。そして、商店街組織は、「地域のNPO」、「まちづくりNPO」としての役割を果たしていくことが必要になる⁷⁾。そこで、今後は、そのような商店街組織をNPOの1つとしてとらえていくべきである。

1.1.3 商店街組織による地域コミュニティの活性化

前述のように、これまで、商店街組織は、祭りや盆踊り等のイベントを実施することによって、地域コミュニティの活性化に貢献してきた。また、近年では、小学生の登・下校時の見守り、高齢者の安否確認等の活動も実施されている。しかし、これらの活動は、住民相互間を結びつけるまでには至っておらず、結果として地域コミュニティの活性化につながっていないのが現状である。

したがって、商店街組織は、地域コミュニティの活性化に向け、今後、「地域の

NPO」、「まちづくりNPO」として、住民間の結びつきを強化していくための仕掛けが求められる。こうした仕掛けには、例えば、コミュニティ・レストランやコミュニティ・カフェの運営、コミュニティ・ペーパーの発行、地域通貨の運営等が考えられる。このうち、商店街組織が、地域コミュニティの活性化方策として着手しやすいのは、地域通貨の運営である。

1.1.4 商店街組織による地域通貨の活用

地域通貨とは、「人々が自分たちの手で作る、一定の地域でしか通用しない、そして利子のつかないお金」である。地域通貨には、(1)「価値尺度」「交換手段」「価値保蔵手段」といった「お金」としての機能と、(2)人間同士を地域コミュニティのメンバーとして結びつけたり、人と人の助け合いのための媒介物になったりするといった「お金ではない」機能がある⁸⁾。

地域通貨は10年ほど前から急速に増加し、国内で存在しているものは300以上とも500以上ともいわれている⁹⁾。地域通貨は、参加者間の互酬による信頼を前提として取引されるものであるとともに、取引が相対によって行われ、価格の決定も当事者間で行われるため、法定通貨では取引できない製品・サービスの取引も可能となる。そのため、人と人の交流、助け合い、結びつきの促進・強化が期待でき、結果として地域コミュニティの活性化が期待できる。したがって、商店街組織は、地域通貨を活用することにより、地域コミュニティの活性化に向けて大きな貢献を行うことが可能となる。そして、このことが、商店街組織の存続に直結していくものと考えられる。

さらに、地域通貨は、限られた地域でのみ通用し、利子がつかないものであるため、地域内での消費の促進が期待できる。その結果として、商店街への来街や、各店舗の売上増

加が期待できる。つまり、地域通貨は、商店街組織における販売促進ツールとしての活用も可能であり、商店街組織のメンバーの理解が得やすい。このように、地域通貨は、地域コミュニティの活性化だけではなく、商店街の活性化にも寄与しうる¹⁰⁾。

したがって、商店街組織は、地域コミュニティの活性化と商店街の活性化の両方を実現するために、地域通貨の運営主体となって、地域通貨を積極的に活用していくべきである。

一方、これまで、商店街組織では、スタンプカードやポイントカード等の、地域通貨に類似した販売促進手法が展開されてきた。しかし、近年、大型店がポイントカードや電子マネー等を積極的に展開するようになってきている。これらは、異業種企業間での連携等によって、利用可能な範囲(店舗等)が広くなっており、顧客にとっての利便性は高い。そこで、商店街組織は、これらとの差別化を図っていくために、新たな販売促進手法を導入していく必要がある¹¹⁾。こうした観点からも、商店街組織が、地域通貨の運営主体となって、地域通貨を積極的に活用していくことが求められる。

1.2 先行研究

地域通貨についての研究は、これまで数多く行われている。しかし、地域通貨の運営主体は、NPO・ボランティア組織(任意団体)、経済団体(商工会議所、商工会)、行政、あるいはこれらの協働によるもの(実行委員会等)が多く¹²⁾、商店街組織が直接地域通貨の運営主体となっているケースは数少ない。したがって、商店街組織が直接運営する地域通貨についての研究も、湖中(2005)や町田・野崎(2007)等に限られている。

湖中(2005)は、清水駅前銀座商店街(静岡市清水区)による地域通貨の導入・運営についての分析を行っている。その結果、清水駅前銀座商店街では地域通貨があまり活発に

使われておらず、その背景として、(1)既存の相互扶助関係の存在、(2)日本的互酬感覚による抵抗感、(3)地域通貨とスタンプとの混同の3点を指摘している。

町田・野崎(2007)は、田原町商店街(福井市)によるエココイン¹³⁾導入の社会実験を取り上げ、その分析を行っている。その結果、エココインがもたらす効果として、(1)エココイン利用度の比較的高い店舗では、エココインが店主と消費者との間に生まれる会話のきっかけとなっている、(2)エココインにより環境意識が向上している店舗が一部ではあるが存在する、(3)エココインにより商店街が小学生の教育の場となっているという3点を指摘している。一方、エココインの運用上の課題としては、(1)利用者が少ないこと、(2)換金が少ないことの2点を指摘している。

一方、「地域通貨が、実際にはあまり活発に活用されていないという報告が目立つようになった」¹⁴⁾、「現実の地域通貨は、参加者が集まらずに活動休止や廃止に追い込まれている例も少なくない」¹⁵⁾といった指摘がなされているように、地域通貨の「ブーム」が2005年頃を境に沈静化しつつあること等から、近年は、地域通貨についての研究が多いとはいえなくなっている。

1.3 研究目的

前述のように、商店街組織がその存続を図っていくには、地域コミュニティの活性化に向けて何らかの貢献を行う必要があり、そのための方策の1つとして地域通貨の運営があげられる。しかし、これまで、商店街組織による地域通貨の運営についての研究は数少なく、その上、これまでの研究では、前述のように、商店街組織がどのように地域通貨を活用すべきかについて十分に明らかにされていないとはいいたい。

そこで、本稿では、商店街組織による地域通貨の運営について具体的な分析を行うこと

により、商店街組織は地域通貨を「どのように」活用すべきか解明を試みることを目的とする。

1.4 研究対象と研究方法

これまで商店街組織が直接運営してきた地域通貨の多くは、単なる販売促進のツールにとどまっており、地域コミュニティの活性化という目的が希薄であった¹⁶⁾。そのため、住民における知名度・認知度が低いままで推移し、地域コミュニティにはなかなか定着せず、結果として次第に行き詰っていった。そこで、地域コミュニティの活性化を図るために地域通貨を導入する場合、こうした限界を打破できるような、新しい地域通貨が求められている。その1つとして「アトム通貨」があげられる。

アトム通貨は、2004年4月に早稲田・高田馬場地域で誕生した地域通貨であり、2009年から地域通貨としては例を見ない全国展開に着手し、流通エリアの拡大を図っている。また、アトム通貨は、「鉄腕アトム」の主人公であるアトムが年代を問わず親しみのあるキャラクターであること、毎年デザインが変更されていること、支部ごとにデザインが異なっていること等から、コレクションの対象にもなっている¹⁷⁾。さらに、アトム通貨は、「地球環境にやさしい社会」「地域コミュニティが活発な社会」「国際協力に積極的な社会」「教育に対し真摯に取り組む社会」の4つの理念を掲げ、この4つの理念に沿って行われる社会貢献活動を支援する、という目的が明確に示されている。

このように、アトム通貨は、(1)鉄腕アトムというキャラクターの知名度が高いこと、(2)社会貢献という目的が明確であり地域住民に受け入れられやすいこと等から、知名度・認知度の高まりが期待でき、地域コミュニティに定着しうるものと考えられる。したがって、アトム通貨は、従来の地域通貨の限界を打破

する可能性を有している。

そこで、本稿では、アトム通貨に着目し、2009年8月よりアトム通貨を導入している発寒北商店街振興組合（札幌市西区）を分析の対象として取り上げる。なお、本稿は、発寒北商店街振興組合およびアトム通貨実行委員会本部事務局（株式会社手塚プロダクション）に対するインタビュー調査や、文献・資料等の収集・分析により構成されている。

2. 事例

2.1 発寒北商店街振興組合

2.1.1 発寒北商店街の概要と沿革

発寒北商店街は、JR 発寒中央駅（札幌駅から小樽方面へ普通列車で3駅、所要時間約10分）から北側へ約2kmにわたって広がる近隣型商店街である。1876年、琴似屯田兵村の分村として、発寒に32戸の屯田兵村がおかれ、開拓が進められた。昭和初期までは、あまり住宅もなく、商店も売店程度のものしかなかったが、1961年に木工団地が開設され、1967年以降道路整備が進んだことを契機として、住宅や商店が急増していった。発寒北商店街振興組合は、1971年に任意団体（発寒北商工振興会）として設立され、1977年に振興組合として法人化されている。2014年現在、発寒北商店街振興組合には、96店舗・事業所が加盟している。

2.1.2 発寒北商店街振興組合の活動状況

2006年、隣駅（JR 発寒駅）の近くに大型ショッピングセンターがオープンした。発寒北商店街は、その影響を大きく受け、店舗数が大幅に減少し、空き店舗が目立つようになった。そのため、発寒北商店街振興組合では、「販売促進」から「地域密着」へと、その活動の方向性の転換を図っていくこととし、「札幌で一番住みやすい街へ」を合言葉に、「地域コミュニティの担い手」となるべく、

様々な活動を行っている。

とりわけ、小・中学校との連携の強化を図り、職業体験（中学生を商店街の各店舗が受け入れる）、トイレ掃除（中学校のトイレを商店街、PTA、中学生で掃除する）、まちの灯り（小学校の授業でスノーキャンドルを作り、沿道に設置する）等の活動を行っている。また、町内会等とも連携を図っており、夏祭り、沿道の花壇整備、ママさんボーリング大会、つけもの品評会等の活動を行っている。さらに、野幌商店街振興組合（江別市）との間で連携・協力に関する協定（2010年4月）を締結し、相互のイベントへの参加等の活動を行っている。2012年9月には、札幌鉄工関連協同組合との連携協定を締結している。

このほか、廃食用油回収、エコイベント等の環境に配慮した活動に加え、暮らしの中でのちょっとした困り事や悩み事に、外装・内装・設備関連の業者などが対応する「ハツキタくらしの窓口」（2012年4月スタート）、キッズスペースを備えた子育て支援カフェ「ハツキタ茶屋 ぎんなん通り」（2012年4月オープン）、交流室（デイサービスに使用）や会議室等を備えたコミュニティ施設「にこびあ」（2013年12月オープン）等の様々な事業を展開している。

2.2 アトム通貨

2.2.1 沿革と概要¹⁸⁾

アトム通貨は、「鉄腕アトム」の主人公であるアトムが2003年4月に誕生したという設定にちなみ、前述のように、2004年4月、早稲田・高田馬場地域で誕生した地域通貨である。アトム通貨は、「地域コミュニティを育み、街を活性化させるために生まれた地域通貨」である。「鉄腕アトム」の作者である手塚治虫氏は、彼の様々な作品の中で、人と人とのつながりの大切さや、子供たちの未来や地球の未来を危惧したメッセージを込めている。そこで、アトム通貨は、「未来の子

供たちのために」をテーマに掲げ、前述の4つの理念に沿って行われる社会貢献活動を推進している。

また、アトム通貨は、人と人とのかわりから自然と生まれる「ありがとうの気持ち」を大事にし、「誰かに何かをしてあげたい」「何かをしてくれた人へ感謝の気持ちを伝えたい」という思いを応援する“Thanks Money”である。そして、アトム通貨をツールに、商店街・学生・NPO・公共機関等が手を取り合い、枠を越えた人と人との交流が街を活性化させ、「ありがとう」の輪がつながっていく社会の実現が目指されている。

アトム通貨の貨幣単位は、アトムの力が10万馬力であることにちなみ、地域通貨にもアトムのようなパワーを持たせたいという気持ちを込めて、「馬力」（1馬力＝1円として計算）と設定している。アトム通貨の誕生から3年間は、10馬力、100馬力、200馬力の3種類であったが、2013年度からは10馬力、50馬力、100馬力、500馬力の4種類となっている。通貨の色は「青」（＝水）、「赤」（＝生命）、「黄」（＝太陽）、「緑」（＝自然）の4色であり、デザインは馬力ごとに異なっている。また、2010年度からは、前述のように、支部ごとにオリジナルデザインの通貨を発行している。

アトム通貨は、NPO法人、町内会、ボランティアサークル等、地域の団体が主催する様々な「イベント」や、アトム通貨の加盟店が実施する「プロジェクト」に参加した人たちに配布されている。アトム通貨は非売品であり、現金との交換はできず、加盟店でのみ利用可能となっている。また、各支部で発行されたアトム通貨を、他支部の加盟店で利用することが可能となっている。アトム通貨を利用した買い物の場合には、釣り銭が出ないことになっている。アトム通貨は、金融庁から「前払式証票」には該当しないと認定され、2009年度から通年での流通が可能となって

いるが、デザインの切り替えや決算上の都合から、例年、流通期間は4月7日から2月末日となっている。なお、アトム通貨の発行から、配布、流通（利用、回収）、換金に至る全体の流れについては、図1の通りである。

2.2.2 活動とその成果

2008年度までの5年間は、早稲田・高田馬場地域単独でアトム通貨の配布・流通を行っていたが、その間の配布額はおよそ4,290千円、回収（換金）額はおよそ1,915千円となっている。

前述のように、アトム通貨は2009年より全国展開に着手し、流通エリアの拡大を図っている。2014年7月現在、早稲田・高田馬場のほか、川口（2009年4月導入開始）、札幌（2009年8月導入開始）、新座（2010年8月導入開始）、和光（2011年4月導入開始）、八重山（2011年8月導入開始）、春日井（2011年9月導入開始）、新宿（2011年10月導入開始）、女川（2012年8月導入開始）の計9か所に支部が設立されている¹⁹⁾。

また、アトム通貨実行委員会では、「地域コミュニティを育み、街を活性化させる」ためには、各支部における加盟店100店舗以上、年間発行量100万馬力以上を推奨している。2011年度においては、この基準を早稲田・高田馬場をはじめ、新座、和光、八重山、春日井、新宿、安城の7支部がクリアしている²⁰⁾。

2013年度において各支部（札幌支部（発寒北商店街振興組合）および同年度で流通が終了した仙台・安城支部を除く）で実施されているイベントは表1-1～表1-2、プロジェクトは表2-1～表2-5の通りである。

2.3 発寒北商店街振興組合によるアトム通貨の導入・活用

2.3.1 導入経緯

2009年3月、札幌市西区役所主催の「地球に優しいまちづくり活動報告会とセミナー」において、アトム通貨実行委員会会長の安井潤一郎氏が基調講演を行った。発寒北商店街振興組合理事長の土屋日出男氏は、こ

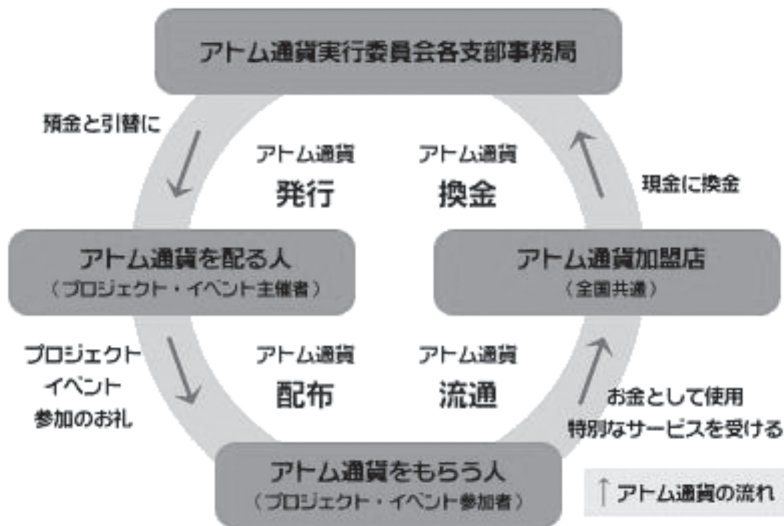


図1 アトム通貨の流れ

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ (<http://atom-community.jp/about/atom-currency-fabric.html>)

発寒北商店街におけるアトム通貨の活用(菅原)

表 1-1 各支部（札幌支部を除く）で実施されているイベント①（2013 年度）

支部	イベント	内容
早稲田・高田馬場	鉄腕アトム生誕記念イベント・クリーン大作戦	清掃活動参加者に 100 馬力
	にしもんデーフェア	抽選会景品のアトム賞として 50 馬力
	3 プロジェクト合同古本回収企画（第 1 弾，第 2 弾）	古本持参で 10 馬力
	早稲田・高田馬場ジュニアわくわくテニスまつり	参加者に 10 馬力
	ふるさとまつり	ペットボトルキャップ持参者に 10 馬力
	西早稲田リサイクルまつり	ペットボトルキャップ持参者に 10 馬力
	青空古本掘出し	古本購入者（先着 100 名）に 10・50・100 馬力をセットで進呈
	健康フェスタ	ペットボトルキャップ持参者に 10 馬力 健康相談を受けたら 10 馬力 ペットボトルか牛乳パックを持参しマイひしゃくを作成すると 50 馬力
	ヒトマチプロジェクト プレセッション	参加者・見学者に 100 馬力
	ジュニアテニスイベント（7 月，9 月）	参加者に 10 馬力
	夏休みラジオ体操	諏訪神社の「境内おそうじ」に 5 回以上参加で、10・50・100 馬力をセットで進呈
	夏休み学習塾	参加者に 10 馬力
	てらこや in 宝泉寺	ブース 2 つ以上参加で 50 馬力 ペットボトルキャップ持参で 10 馬力
	早稲田地球感謝祭 2013	「模擬店グランプリ」に参加しアンケートを提出した先着 100 名に 100 馬力 ブース 2 個以上のスタンプで 50 馬力，全部のブースのスタンプで 100 馬力 ペットボトルキャップ持参で 10 馬力
	郵便局おかえりセール	スタンプ 4 個で 500 馬力（先着順）
	早稲田かつお祭りファイナルイベント	景品とセットで 10 馬力
	ヒトマチプロジェクト シンポジウム	来場者に 10 馬力
	第 23 回鶴巻町フェスティバル	出店者に 10 馬力 ポイント券（1,000 円分）購入で 100 馬力
ファミリービンゴ大会	景品として 100 馬力 ペットボトルキャップ持参で 10 馬力	
川口	西川口活性化クリーン作戦（7 月，8 月，12 月）	参加者に 50 馬力
	「親子で学ぶ！はじめての金銭教育」	参加者に 50 馬力 書き損じはがき持参で 50 馬力
	第 16 回ありがとう祭り	清掃活動参加者に 50 馬力
	川口ストリートジャズフェスティバル 2013	ゴミ持参すると抽選で 100 馬力 クリーン作戦参加で 300 馬力 使用済みレジ袋持参で 100 馬力
	ありがとうを伝えよう！in 川口キューボ・ラ市場	ありがとうを伝えた人に 10 馬力
	第 19 回並木ふれあい祭り	並木クリーン大作戦に参加すると 50 馬力 空き缶つぶしに協力すると 10 馬力 エコ宣言すると 10 馬力

注：アトム通貨が配布されたものに限定。

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ（<http://atom-community.jp/>）より筆者作成。

表1-2 各支部（札幌支部を除く）で実施されているイベント②（2013年度）

支部	イベント	内容
新座	第8回すぐそこ新座ウォーキング	参加者にアトム通貨全種類進呈
	第37回新座市民まつり 産業フェスティバル	ゴミ拾いタイムでゴミを拾った人に100馬力
	栄四丁目商店会さんま祭り	さんま焼き体験ボランティア先着100名に100馬力
	打ち水大作戦	参加者に100馬力
	カブトムシの里親フェア2013	里親になって育てたカブトムシのスケッチを提出すると100馬力
	すぐそこ新座春まつり	参加者に100馬力
和光	打ち水イベント2013	二次利用水ペットボトル（1リットル）1本持参者に50馬力（上限100馬力） ペットボトルキャップ5個以上持参で10馬力（上限100馬力）
	埼玉県下商工会一斉美化清掃	ペットボトルキャップ10個以上持参で50馬力 アルミ缶5個以上持参で50馬力
	2013和光市民まつり	ペットボトルキャップ5個以上またはアルミ缶5個以上持参でアトム通貨進呈 アトム通貨に関するアンケート回答者に10馬力
八重山	石垣港新港地区町名募集！	副賞としてアトム通貨5万馬力
	第14回石垣島マラソン	参加者に800馬力
春日井	アトム通貨オープニング	来場者に10馬力
	緑のカーテンコンテスト	参加賞として100馬力
	春日井市制70周年記念 第37回春日井まつり	ボランティア参加者に500馬力 ミニボランティア体験で10馬力 抽選会の商品にアトム通貨 節電の仕方についてのクイズ正解者に10馬力
	高蔵寺夏まつり	空き缶リサイクル協力（2個）で10馬力
	勝川駅東商店街 納涼夏まつり	ごみの分別に協力すると10馬力
	春日井駅前夏まつり	お祭りの手伝いのお礼にアトム通貨進呈
	とりひろ探偵団	空き店舗シャッターに貼り付けたクイズ等の回答用紙を持参すると100馬力
新宿	新宿CSRネットワーク打ち水大作戦2013	参加者に100馬力
	ムカシ・ナカイ・ミライ	クイズ+スタンプラリーで5ポイント獲得すると60馬力
女川	女川町の魅力発見ツアー	視察に来る企業をアテンドすると300馬力
	H25例大祭子供みこし	子供みこし参加者に1,000馬力
	春の夕市	古紙持参で100馬力
	健康をつくる町民のつどい	スタンプラリー参加で200馬力
	第14回商工祭	ボランティアスタッフにアトム通貨進呈

注：アトム通貨が配布されたものに限定。

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ（<http://atom-community.jp/>）より筆者作成。

のセミナーにパネリストとして参加していた。

発寒北商店街振興組合では、すでに廃食用油回収を行っていたこともあり、環境に配慮した活動への関心は高かった。また、小・中学生にも認知度の高いアトムがキャラクターの

アトム通貨は、今後、小・中学校との連携をさらに強化していくためのツールとしては最適であった。さらに、アトム通貨を小・中学生に配布することによって、彼らの保護者（一般に、買物は商店街ではなく大型ショッ

発寒北商店街におけるアトム通貨の活用(菅原)

表2-1 各支部（札幌支部を除く）で実施されているプロジェクト①（2013年度）

支部	プロジェクト	内容
早稲田・高田馬場	子どものおつかいプロジェクト	子供がおつかいで買い物をしたら 10 馬力
	マイハシプロジェクト	マイハシ持参で 10 馬力
	高齢者サービスプロジェクト	高齢者が買い物をしたら 10 馬力
	電球型蛍光灯購入プロジェクト	LED・電球型蛍光灯購入で 50～100 馬力
	名刺ケースを断ろうプロジェクト	名刺ケースを断ったら 50 馬力
	スポーツ用品の修理プロジェクト	スポーツ用品の修理で 10 馬力
	ハンガーリユースプロジェクト	使い終わったハンガー持参で 10 馬力
	古本購入プロジェクト	古本購入で 10～100 馬力
	電化製品の修理プロジェクト	修理 3,000 円以上で 100 馬力
	西門の日（24 日）にお買いものプロジェクト	24 日にお買いもので 10 馬力
	レジ袋使い回しプロジェクト	レジ袋使い回しで 10 馬力
	古紙パルプ配合ファイル購入プロジェクト	再生プラスチックファイル購入で 10 馬力
	地ビール・焼酎購入プロジェクト	地ビール・焼酎購入で 10 馬力
	手塚治虫作品を読もうプロジェクト	手塚治虫作品 1 冊閲覧で 10 馬力
	マンガ本の寄贈プロジェクト	マンガ本の寄贈で 10 馬力
	オープニングセールプロジェクト	セール期間中に買い物で 10 馬力
	マイバッグプロジェクト	マイバッグ持参で買い物すると 10 馬力
	フェアトレードショップ Craftlink 南風でお買い物プロジェクト	買い物すると 10 馬力
	旬産旬消プロジェクト	旬産旬消メニュー注文でアトム通貨進呈
	キャンドルナイトプロジェクト	キャンドルナイトくじの特別賞として 10 馬力
	簡易包装プロジェクト	簡易包装に協力で 10 馬力
	詰め替えワックス購入プロジェクト	詰め替えワックス購入で 100 馬力
	にしもんでフェアプロジェクト	抽選の特別賞として 10 馬力
「ありがと傘」プロジェクト	店舗で借りた傘を次回来店時に返却したら 10 馬力	
ライトダウンプロジェクト	節電中の営業時間帯に店舗利用したらアトム通貨進呈	
国際協力プロジェクト	フェアトレード商品購入で 10 馬力 「ステナイ生活」協力で 50 馬力 ボランティア参加で 50 馬力	
思い出ありがとウプロジェクト	大量の写真プリント（おむね 500 枚以上）で 500 馬力かミニアルバム進呈	
急須でエコプロジェクト	急須購入で 50～500 馬力	
街ぐるみ支援	明治神宮入場チケット半券を持参すると 50 馬力	
川口	マイ・バッグプロジェクト	マイバッグ持参・レジ袋辞退で 10 馬力
	マイ箸プロジェクト	マイ箸持参でアトム通貨進呈
	もったいないプロジェクト	1,000 円以上の靴・鞆のリサイクル修理で 100 馬力
	地産地消プロジェクト	埼玉県産・川口市産の食材購入・メニュー注文で 10 馬力
	エコ商品購入プロジェクト	指定のエコ商品購入で 50 馬力
	窓のエコ リフォーム・プロジェクト	内窓設置, エコガラス交換で 100 馬力
	子供のお使いプロジェクト	子供がおつかいで買い物をしたら 10 馬力
	ありがとをカタチに！プロジェクト	ありがとをカタチに贈る人にアトム通貨進呈
	エコ・キャップ プロジェクト	ペットボトルキャップ 5 個以上で 10 馬力
節電プロジェクト	節電時間に来店すると 10 馬力	

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ（<http://atom-community.jp/>）より筆者作成。なお、名称・内容がまったく同じ複数のプロジェクトは 1 つにまとめている。

表2-2 各支部（札幌支部を除く）で実施されているプロジェクト②（2013年度）

支部	プロジェクト	内容
新座	学力向上プロジェクト	スクールカードのポイントが全部たまったら100馬力
	ペットボトルのふたリサイクルプロジェクト	ペットボトルのふた10個で10馬力
	来店はエコカーでプロジェクト	低排出ガスマークの車で来店すると10~100馬力
	エアコンクリーニングで省エネプロジェクト	エアコンクリーニングで500馬力
	お家のお手伝い頑張ろうプロジェクト	お使いに来店した子供と高齢者に10馬力
	エコカー推進プロジェクト	エコカー購入・エコカー保険契約で500馬力
	動物と人にやさしい環境プロジェクト	野鳥保護治療、野良猫の去勢・避妊手術診察で100馬力
	住まいのエコプロジェクト	エコリフォーム工事発注で100馬力
	禁煙で健康増進プロジェクト	禁煙DAYに会計3,000円以上で300馬力
	住まいのエコプロジェクト	リフォーム工事で500馬力
	エコ商品で省エネプロジェクト	省エネ商品購入で100馬力
	包装を減らしてエコプロジェクト	マイバッグ持参で10馬力、簡易ラッピングで100馬力
	お家のお手伝い頑張ろうプロジェクト	お使いに来店したら50馬力 町内イベント等に参加した中学生以下の子供に10馬力
	ハンガーリユースプロジェクト	使い終わったハンガー10本で20馬力
	来店は徒歩か自転車でもエコプロジェクト	マイカーやバイク以外で来店すると50馬力
	包装なしでエコプロジェクト	封筒・包装を辞退すると50馬力
	牧場でだちょうのお世話プロジェクト	牧場でお手伝いすると100馬力
	住まいのエコプロジェクト	エコポイント工事見積もりで100馬力
	やさしさと笑顔のプロジェクト	介護施設でボランティア10日（スタンプ10個）で100馬力
	マイバッグ&地場産野菜でエコプロジェクト	マイバッグ持参で10馬力 地場産ブロックリー使用料理を注文すると50馬力
マイ箸でエコプロジェクト	マイ箸持参で100馬力	
住まいのエコプロジェクト	エコリフォーム工事で500馬力 エコを取り入れた新築工事で1,000馬力	
和光	マイ箸を利用しましょう	マイ箸持参で食事すると10馬力
	レジ袋の利用を控えましょう	レジ袋を使わず持参の袋を使うと10馬力
	ペットボトルキャップでワクチンを	ペットボトルキャップを持参すると10馬力
	ご来店のお子様にアトム通貨を差し上げます	子供と来店すると10馬力
	おつかいでお買い物をしたお子様にアトム通貨を差し上げます	子供がおつかいで買い物をしたら10馬力
	おつかいに来店したお子様と地域の高齢者にアトム通貨を差し上げます	おつかいに来店した子供と地域の高齢者に10馬力
	ジュニアゴルファーを応援	ジュニアゴルファーに50馬力
	省エネ（エコ）商品を購入しましょう	省エネ（エコ）商品購入で10馬力
	残さず召し上がりましょう	料理を残さず食べるとアトム通貨進呈
	名刺ケース不要な方へ	名刺ケース不要なら10馬力
	レトルトカレーご注文の際は引き取りを	注文したレトルトカレーを引き取りに来たら50馬力
	参加してくださった地域のお年寄りに	活動に参加した高齢者に10馬力
	地元の葬儀店をご利用ください	花、供物を購入すると3,000馬力 相談に来店すると500馬力 葬儀をあげると3,000馬力
	ビンの回収にご協力ください	購入した飲料のビン返却で10馬力 ひまわりポイントカード20ポイントで500馬力
	子供さんと一緒にお越しください	ごちそうさまが言えた子供・残さず食べた子供に10馬力 30馬力でくじ1回

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ（<http://atom-community.jp/>）より筆者作成。なお、名称・内容がまったく同じ複数のプロジェクトは1つにまとめている。

表2-3 各支部（札幌支部を除く）で実施されているプロジェクト③（2013年度）

支部	プロジェクト	内容
八重山	Walk or ride on Bike プロジェクト	徒歩か自転車由来店すると 10~100 馬力
	地ビール空ビン回収プロジェクト	石垣島ビールの空ビンを洗って持参すると 1 本 10 馬力
	手作りTシャツプロジェクト	子供体験Tシャツづくり参加者に 100 馬力
	CD 追記エコプロジェクト	追記可能な CD を次回持参すると 10 馬力
	やえやま地産消地産プロジェクト	八重山の特産品・食材等を購入すると 10 馬力
	石垣島自保サング礁保全プロジェクト	サング礁保全に関する協力 10 馬力など
	『MY 箸』持参で ECO プロジェクト	MY 箸持参で 50 馬力
春日井	お子様と一緒に	子供と一緒に来店で 50 馬力
	ご来店のお子様に	子供がお使いで買い物か、子供と一緒に来店で 10 馬力
	マイはしプロジェクト	マイはし持参で 10 馬力
	春日井市関連商品を盛り上げ地域に愛着を持つ！	指定商品の購入で 10 馬力
	MY タオル持参してヘアークット	肩掛けタオル持ち込みで 50 馬力
	夫婦円満プロジェクト	夫婦一緒に来店すると 100 馬力
	大切に使うてくれてありがとう！	包丁ときなどの修理依頼で 50 馬力
	マイ箸運動	マイ箸持参・箸不要で 10 馬力
	エコアクション地域をつな go	リサイクル品の持込でたままったポイントに応じアトム通貨進呈
笑顔がこぼれるアウトソーシング	リサイクル品の持込でたままったポイントに応じアトム通貨進呈	
新宿	びんリユースシステムプロジェクト	十万馬力新宿サイダーの空きびんを持参すると 50 馬力
女川	ハンドルキーパープロジェクト	ハンドルキーパーに 200 馬力
	エコプロジェクト	マイバッグ持参で 1,000 円以上購入すると 10 馬力
	エコプロジェクト	エコナビ搭載商品購入で 1,000 馬力
	エコプロジェクト	10,000 円以上購入で粗品不要だと 500 馬力
	エコプロジェクト	客室の歯ブラシを使用せず返却すると 10 馬力
	エコプロジェクト	客室の歯ブラシ・カミソリ・櫛を使用せず返却すると 10 馬力
	マイバッグ・エコバッグプロジェクト	マイバッグ・エコバッグ持参で 1,000 円購入ごとに 10 馬力
	お世話様プロジェクト	地域貢献団体の慰労会等（5 人以上）を取りまとめると 500 馬力、6~10 人で 1,000 馬力
	記念日ご来店プロジェクト	誕生日等の記念日由来店すると 100 馬力
	マイバッグプロジェクト	マイバッグ持参で 10 馬力
	エコプロジェクト	ビールジョッキを交換しないグループに 100 馬力
	雨の日・雪の由来店プロジェクト	雨または雪の日由来店すると 10 馬力
	エコプロジェクト	袋不要（エコバッグ持参）で 10 馬力
	エコバッグプロジェクト	袋不要で 10 馬力
	エコバッグプロジェクト	エコバッグ持参または袋不要で 50 馬力
ゆずりあいプロジェクト	席を譲ると 10 馬力	
テイクアウトプロジェクト	テイクアウト 1,000 円以上で 10 馬力	

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ（<http://atom-community.jp/>）より筆者作成。なお、名称・内容がまったく同じ複数のプロジェクトは 1 つにまとめている。

表2-4 各支部（札幌支部を除く）で実施されているプロジェクト④（2013年度）

支部	プロジェクト	内容
女川	おいしいコーヒーはマイカップ or マイボトル でプロジェクト	コーヒーをマイカップ or マイボトルで購入す ると10馬力
	運転手さん、ありがとうプロジェクト	乗りあわせで来店した場合、ドライバーに100 馬力
	レジ袋いらないよプロジェクト	レジ袋不要で10馬力 エコバッグ持参で50馬力 風呂敷持参で100馬力
	テイクアウトプロジェクト	弁当など5,000円以上を受け取りに来ると100 馬力（月40件、月4,000馬力）
	マイ箸プロジェクト	マイ箸使用で10馬力（土曜日10組20名、木 曜日10組20名）
	エコプロジェクト	お持ち帰りまたは井を返却すると10馬力
	リサイクルプロジェクト	乗らなくなったバイク持参で500馬力 乗らなくなった自転車持参で100馬力
	インターンシッププロジェクト	パンク修理を自分ですると500馬力
	感謝の袋大作戦	手作り感謝袋を作成すると10馬力（4個ま で）、50馬力（5個以上）（70歳以上限定）
	エコプロジェクト	販売した商品の梱包資材を自分で処分したら 100馬力 販売したトナー・インクの回収で50馬力
	エコプロジェクト	自転車のエコタイヤ購入で100馬力 出張修理依頼で20馬力 バイク・船外機の修理持ち込みで100馬力 バイク・自転車・船外機のリサイクルで 100～1,000馬力
	エコプロジェクト	エコナビ商品購入で500馬力 LED電球購入で100馬力 お買物袋不要で10馬力
	エコプロジェクト	買物袋等持参で10～30馬力
	マイバッグエコプロジェクト	1,000円以上購入でマイバッグ持参すると10馬 力
	クリーンプロジェクト	清掃活動に参加すると10馬力
	ファミリープロジェクト	サッカースクールに入会すると50馬力 ソシオ会員に入会すると50馬力 オリジナルグッズを購入すると10馬力
	人の絆プロジェクト	葬儀での受付・給仕等の手伝いで100馬力
	エコバッグプロジェクト	エコバッグ持参で10馬力
	エコプロジェクト	LED電球購入で100馬力
	マイバッグプロジェクト	マイバッグ持参で1,000円以上購入すると10 馬力
	エコプロジェクト	300円以上購入で袋不要だと10馬力
	エコプロジェクト	悪天候や遠方からの来店で50馬力
	つながるプロジェクト	つながる図書館利用者上位20名に100馬力
	地域を忘れないプロジェクト	津波を忘れない広報活動に貢献すると10馬力
	マイ箸・エコバッグプロジェクト	マイ箸持参で10馬力 エコバッグ持参で惣菜を購入すると10馬力
	雨の日の来店	雨または雪の日に来店すると10馬力
エコバッグ持参プロジェクト	袋不要（エコバッグ持参）で10馬力	
エコプロジェクト	鉢物購入で袋を必要としない場合10馬力	

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ（<http://atom-community.jp/>）より筆者作成。なお、名称・内容が
まったく同じ複数のプロジェクトは1つにまとめている。

表2-5 各支部（札幌支部を除く）で実施されているプロジェクト⑤（2013年度）

支部	プロジェクト	内容
女川	エコプロジェクト	カメラ商品購入で買物袋不要の場合 100 馬力
	エコプロジェクト	歩いて来店すると 50 馬力
	マイタオルプロジェクト	マイタオル持参で 100 馬力
	新聞バッグプロジェクト	新聞バッグ折り方の指導を受けると 500 馬力 指定のやり方で新聞バッグを折ると 20 馬力
	「オイルもエコで！！」プロジェクト	環境対応エコメグリストでオイル交換すると 100 馬力
	エコタイヤプロジェクト	エコタイヤ購入で 1本 50 馬力
	エコメンテナンスプロジェクト	オイル・LLC・燃料添加剤購入で 300 馬力
	エコカープロジェクト	エコカー（新車）購入で 1,000 馬力 中古車（リサイクル）購入で 500 馬力
	女川町を知ろう！プロジェクト（観光客編）	ガイドコース利用で 300 馬力
	思いやりプロジェクト	寿司持ち帰りで 50 馬力 席の譲り合いで 50 馬力
	エコプロジェクト	エコ商品購入で 10 馬力
	エコプロジェクト	エコスタイル商品購入で 1,000 馬力
	笑顔プロジェクト	会話の中でよいことをしたり感動した話を聞いた ら 10 馬力 天候の悪いときに来店すると 50 馬力 遠路歩いて来店すると 100 馬力
	My Bag Pages プロジェクト	リサイクル商品 1,000 円につき 10 馬力 酒 720 ml～1.8 l 購入で袋不要だと 10 馬力
	記念日プロジェクト	雨の日来店で 100 馬力 店舗の記念日に来店で 50 馬力 お客様の記念日に来店で 100 馬力
	エコバッグでお買い物プロジェクト	クーラーBOX やエコバッグ持参で 50 馬力
	エコな工場見学プロジェクト	課外学習等でオール電化工場の見学をした学生 に 100 馬力

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ (<http://atom-community.jp/>) より筆者作成。なお、名称・内容がまったく同じ複数のプロジェクトは 1つにまとめている。

ピングセンターへ行き、地域コミュニティにおける諸活動にも関心が乏しく、商店街との関係が希薄であった）も商店街に取り込んでいくことが可能であると考えられた。こうした背景から、このときの安井氏の基調講演を契機として、土屋氏は「地球環境にやさしい社会」の実現を目指すアトム通貨の導入を検討するようになった。

一方、同月、アトム通貨実行委員会において、アトム通貨の全国展開を図っていくことが決定された。6月、アトム通貨実行委員会では、アトム通貨に関心のある諸団体を対象として、アトム通貨の事業説明会を実施した。

その説明会に参加した発寒北商店街振興組合は、北海道内でアトム通貨に関心を持つ団体が他には存在せず、「北海道初」のアトム通貨の導入が可能であるということがわかった。その後、発寒北商店街振興組合は、アトム通貨の導入を正式に決定し、札幌支部の設立に向けた準備が急ピッチで進められた。

8月30日、発寒北商店街振興組合は「はっさむハツキタの日」というエコイベントを開催し、このイベントからアトム通貨の導入をスタートさせた。前述のように、早稲田・高田馬場、川口に続き、全国3番目の導入であった。2014年7月現在、発寒北商店

街振興組合では、10の店舗・事業所でアトム通貨を配布しており、コンビニエンス・ストア等を含む22の店舗・事業所でアトム通貨が利用できるようになっている²¹⁾。

2.3.2 活用状況

これまで、発寒北商店街振興組合においては、簡易包装、マイバッグ・エコバッグ、マイ箸、廃食油回収等の活動（プロジェクト）に協力した人や、ゴミ拾い等の環境に関連したイベントの参加者（主として、小・中学生）に、アトム通貨を配布している。2013年度の発寒北商店街振興組合におけるアトム通貨を活用した活動（イベント・プロジェクト）は、表3の通りである。

2.3.3 成果

発寒北商店街振興組合は、アトム通貨の導入以降、ホームページの開設、コミュニティ・ペーパーの発行等、積極的な情報発信を行ったこともあり、様々な活動が、地元新

聞、テレビ・ラジオ等の各種メディアに数多く取り上げられるようになった。その結果、発寒北商店街振興組合の知名度が大きく向上するとともに、北海道内・外から視察が相次ぐようになった。また、アトム通貨を主として小・中学生に配布したことから、小・中学生における発寒北商店街振興組合の認知度が大きく上昇した。さらに、アトム通貨の導入をはじめとする諸活動が評価され、2010年1月、北海道が選定する「いつてみたい商店街」の大賞を受賞している。その後、2014年3月には、北海道経済産業局長「地域でがんばる商店街」表彰を受けている。

一方、2009年度の発寒北商店街振興組合におけるアトム通貨の配布量は67,390馬力であった。このうち、プロジェクトでの配布量は18,500馬力、イベントでの配布量は44,090馬力、その他（サンプル等）の配布量は4,800馬力であった。一方、回収量は33,150馬力であった。回収率（換金率）は49.2%であり、早稲田・高田馬場支部の回収

表3 発寒北商店街振興組合におけるアトム通貨を活用した活動（2013年度）

	活動	内容
イベント	はっさむハツキタの日（8/31）	ペットボトルキャップ10個以上持参で10馬力 廃食油ペットボトル500ml持参で10馬力 リングブル20個以上持参で10馬力 キャンドルナイト用ロウソク配布と一緒に100馬力
	ハッピーハロウィンハツキタ（10/26）	すべてのスタンプ（4個）を押すと10馬力
	つけもの品評会（1/25）	マイ箸持参で10馬力
プロジェクト	マイバッグプロジェクト	レジ袋を使用せず袋を持参したら10馬力
	マイ箸プロジェクト	マイ箸持参で食事をしたら10馬力
	簡易包装プロジェクト	簡易包装に協力したら10馬力
	テイクアウトプロジェクト	来店し商品を持ち帰ったら10馬力
	自動車燃費向上プロジェクト	燃費を向上するオイル交換をしたら10馬力
	作業現場も美しくプロジェクト	作業現場設置型灰皿を購入したら10馬力
	ストーブ燃費向上プロジェクト	ストーブ分解整備を依頼したら10馬力
	おつかいプロジェクト	子供だけで買物に来店したら10馬力
	エコカープロジェクト	ハイブリッドカーを購入したら100馬力
	廃食油プロジェクト	廃食油ペットボトル5本で10馬力
リフォームプロジェクト	住宅外壁リフォーム成約で10馬力	
ホームクリーンプロジェクト	環境対応洗剤での清掃等を依頼すると10馬力	

出所：アトム通貨実行委員会ホームページ（<http://atom-community.jp/>）、発寒北商店街振興組合ホームページ（<http://hatukita.jp/>）より筆者作成。

率（前述の5年間の平均で40%程度）よりも高くなっている²²⁾。

しかし、発寒北商店街振興組合が、2010年10月に地域住民を対象として実施したアンケート調査の結果（1,870部配布、359部回収、回収率19.2%）によれば、アトム通貨を「知っていたし、利用したこともある」と回答したのは12.8%（44人）、「知っていたが、まだ利用したことはない」と回答したのは59.8%（215人）となっている。つまり、2010年10月の時点ではあるが、70%以上の地域住民がアトム通貨を認知しているものの、実際にアトム通貨を利用した地域住民は限られていることが明らかとなっている。

配布されたアトム通貨の多くは、アトム通貨が利用できる各店舗・事業所に持ち込まれ、利用されている。しかし、その利用は、10馬力（＝10円）や50馬力（＝50円）といった少額でも利用しやすい洋菓子店やパン屋等の一部店舗に集中しており、利用（回収）がゼロという店舗もいくつかあった。その他、小・中学生を中心に、配布されたアトム通貨をコレクションとして保管するケースが比較的によくみられている。しかし、アトム通貨実行委員会がアトム通貨の使い方の1つとしてあげている「あなたが『よいこと』をして受け取った通貨を、あなたが感謝する人へお礼として渡してください」というケースはほとんどみられないようである²³⁾。

から、主として小・中学生にアトム通貨を配布することによって、小・中学生はもちろん、その保護者も商店街に取り込んでいこうと考えた。そこで、2010年度以降、10馬力でも多くのアトム通貨を配布すべく、配布機会の増加を図るために、イベントを数多く実施してきた。その結果、前述のように、2013年度の配布量は、2009年度の4倍強となっている。しかし、実際には、アトム通貨を配布された小・中学生が、そのまま加盟店で利用しているケースが多く、その保護者がアトム通貨を利用するケースは数少なかった。

また、前述のように、アトム通貨は、各支部で発行されたアトム通貨を、他支部の加盟店で利用することが可能となっている。例えば、札幌支部で発行されたアトム通貨は、札幌支部の加盟店だけではなく、早稲田・高田馬場支部や八重山支部の加盟店でも利用することが可能である。この点は他の地域通貨にない特色ではあるが、実際にはそうしたケースはほとんど皆無であった²⁴⁾。

つまり、発寒北商店街振興組合では、アトムというキャラクターにより幅広い世代に対して商店街をアピールできる、他の地域通貨にはない全国展開を図っているとアトム通貨のメリットを、今のところ十分に活用できていないために、アトム通貨を配布された小・中学生がそのまま加盟店で利用するとどまっていることが明らかとなった。

3. 分析と考察

3.1 分析

3.1.1 アトム通貨のメリット活用

前述のように、アトム通貨は、年代を問わず親しみのあるアトムというキャラクターを使用していることから、幅広い世代に対して商店街をアピールしていくことが可能である。発寒北商店街振興組合では、それまで小・中学校との連携による活動の実績があったこと

3.1.2 アトム通貨の地域内循環

前述のように、発寒北商店街振興組合においては、簡易包装、マイバッグ・エコバッグ、マイ箸、廃食油回収等の活動（プロジェクト）に協力した人や、ゴミ拾い等の環境に関連したイベントの参加者（主として、小・中学生）に、アトム通貨を配布している。そして、配布されたアトム通貨の多くは、アトム通貨が利用できる各店舗・事業所に持ち込まれ、利用されているが、その利用は、洋菓子

店やパン屋等の一部店舗に集中している。また、「あなたが『よいこと』をして受け取った通貨を、あなたが感謝する人へお礼として渡してください」というケースはほとんどみられないようである。

すなわち、発寒北商店街振興組合におけるアトム通貨の流通の実態は、「発寒北商店街振興組合がイベント・プロジェクトで主として小・中学生に配布⇒主として小・中学生が発寒北商店街振興組合のアトム通貨加盟店（洋菓子店やパン屋等）で利用」という「1往復」でしかない。そのため、発寒北商店街振興組合においては、アトム通貨の導入・活用による成果が、各店舗・事業所への来店客の増加や、一部店舗に限られるが売上の増加（「ついで買い」を含め）等にとどまっている。

前述のように、地域通貨は、その導入によって、人と人の交流が促進されたり、人と人の結びつきが強化されたりすることで、地域コミュニティの活性化が期待できるものである。アトム通貨は、前述のように「あなたが『よいこと』をして受け取った通貨を、あなたが感謝する人へお礼として渡してください」という使い方が想定されていることから、地域通貨としての位置づけがなされてもよいはずである。つまり、ここでの「あなた」には、プロジェクトやイベントの主催者だけではなく、プロジェクトやイベントに参加してアトム通貨を手にした人々（その多くは地域住民である）が含まれ、その人々が別の人（その人々にとっての「感謝する人」）へお礼としてアトム通貨を渡すことがあってよいはずである。しかし、発寒北商店街振興組合におけるアトム通貨の流通の実態が「1往復」でしかなく、地域内での循環がなされていないために、地域コミュニティの活性化にはつなげていない²⁵⁾。

つまり、発寒北商店街振興組合では、今のところアトム通貨を地域内で循環させることができていないために、アトム通貨の導入に

伴う効果が、商店街の活性化にはある程度つなげられているものの、地域コミュニティの活性化にはつなげていないことが明らかとなった。

もし、発寒北商店街振興組合が、「地域コミュニティの担い手」として、「地域のNPO」、「まちづくりNPO」を目指すというのであれば、現状での効果は十分なものとはいえず、今後、アトム通貨を地域コミュニティの活性化を図るためのツールとしても活用すべきである。

3.2 考察

3.2.1 幅広い世代を巻き込む仕掛けづくり

前述のように、発寒北商店街振興組合では、今のところ、アトム通貨の配布・利用が主として小・中学生にとどまっている。そのため、アトム通貨の流通量も限られてしまっている。したがって、今後、発寒北商店街振興組合がアトム通貨の流通量の拡大を図っていくのであれば、小・中学生の保護者をアトム通貨の配布・利用のプロセスに巻き込んでいくことが求められる。

例えば、親子と一緒にアトム通貨の加盟店に来店した場合、特典として何らかのサービスを提供すること（各店舗・事業所が通常とは異なる特別のサービスを提供する、ボーナスとしてアトム通貨を通常よりも多く配布する等）などが考えられよう。また、親子でのアトム通貨の利用を促進していくためには、配布店舗・事業所が10、利用可能な店舗・事業所が22というネットワークでは十分とはいえない。そこで、今後、発寒北商店街振興組合の内部でアトム通貨の加盟店をさらに増やしていくことも必要である。

3.2.2 配布・利用範囲の近隣地域への拡大

また、前述のように、例えば、札幌支部で発行されたアトム通貨は、札幌支部の加盟店だけではなく、早稲田・高田馬場支部や八重

山支部の加盟店でも利用することが可能であるが、実際にはそうしたケースはほとんど皆無であった。アトム通貨を利用する地域住民の立場からすれば、北海道外で利用できるというのはメリットとはいえず、むしろ北海道内、札幌市内で利用できる方が、はるかに利用機会が増加するものと考えられる。したがって、今後、発寒北商店街振興組合がアトム通貨の利用拡大を図っていくためには、札幌市内や近隣市町村で利用できる地域を増やしていくことが求められる。

これまでに、野幌商店街振興組合では、イベント開催時にアトム通貨を試験的に利用する等の試みが行われているほか²⁶⁾、石狩市内や札幌市内の商店街、商工会議所、町内会等からアトム通貨に関する問い合わせ等が相次いでいる²⁷⁾。今後は、こうした地域でアトム通貨を配布・利用できるように働きかけていくことが必要である。

3.2.3 地域内循環を促進する仕組みづくり

さらに、前述のように、発寒北商店街振興組合では、アトム通貨の流通の実態が「1往復」でしかなく、アトム通貨の地域内での循環がなされていない。そのため、アトム通貨の導入に伴う効果は限定されたものにとどまっており、地域コミュニティの活性化にはつながっていないのが現状である。したがって、前述のように、発寒北商店街振興組合が、今後、「地域コミュニティの担い手」として、「地域のNPO」、「まちづくりNPO」を目指すということであれば、アトム通貨を、地域コミュニティの活性化を図るためのツールとしても活用すべきである。なぜなら、前述のように、アトム通貨は、他の地域通貨にはない様々なメリットを有しているからである。もし、そうするのであれば、発寒北商店街振興組合は、アトム通貨の地域内循環を促進していく必要がある。つまり、地域住民間でアトム通貨を交換しやすくするような仕組みづ

くりが求められる。

発寒北商店街振興組合におけるアトム通貨の流通の実態が「1往復」とどまっている背景としては、(1)アトム通貨実行委員会では、アトム通貨の発行・流通が「紙幣類似証券取締法」に抵触する可能性があると考え、回収したアトム通貨の再配布を禁止していること²⁸⁾、(2)そもそも、アトム通貨実行委員会は、アトム通貨をイベント・プロジェクトで配布する人が、それを受け取る人(=「よいこと」をした人)に対して、直接的に“thanks”の気持ちをあらわすもの、すなわち、配布する側と受け取る側の間でのみ機能するものとして考えていること²⁹⁾の2点があげられる。これらのことは、地域内循環の促進を図るといふ点においては制約となっており、アトム通貨の「地域通貨」としての限界を示している。つまり、アトム通貨は、商店街における「割引クーポン」(すなわち、前述した「単なる販売促進のツール」としてのみ機能しているのが現状となっている。

一方、前述のように、アトム通貨を「あなたが『よいこと』をして受け取った通貨を、あなたが感謝する人へお礼として渡してください」という形で利用することは、アトム通貨実行委員会としても否定はしていない。しかし、実際は、アトム通貨を配布された人が自分のまわりで自慢したりするだけで、何か「よいこと」をしてもらったお礼として、他人に再配布することはしないというケースが大半のようである³⁰⁾。

したがって、今後、発寒北商店街振興組合がアトム通貨のメリットを活用しつつ、アトム通貨の地域内循環を促進していくとすれば、前述のアトム通貨の「地域通貨」としての限界を克服するための、何らかの補足的なシステムの導入が必要である。

4. おわりに

本稿では、商店街組織は地域通貨を「どのように」活用すべきか解明を試みることを目的として、従来の地域通貨の限界を打破する可能性を有しているアトム通貨に着目し、2009年8月よりアトム通貨を導入している発寒北商店街振興組合（札幌市西区）を分析の対象として取り上げ、商店街組織による地域通貨の活用について分析を行った。

その結果、発寒北商店街振興組合においては、アトム通貨のメリット活用や地域内循環が不十分であるために、アトム通貨の導入が、商店街の活性化にはある程度つながっているものの、地域コミュニティの活性化にはつながっていないという問題点が明らかとなった。

今後、発寒北商店街振興組合が、「地域コミュニティの担い手」として、「地域のNPO」、「まちづくりNPO」を目指すというのであれば、アトム通貨を地域コミュニティの活性化を図るためのツールとしても活用すべきである。もし、そうするのであれば、発寒北商店街振興組合は、アトム通貨のメリットの活用および地域通貨としての限界の克服を図るべく、幅広い世代を巻き込む仕掛けづくり、配布・利用範囲の近隣地域への拡大、地域内循環を促進する仕組みづくりが必要であることも明らかとなった。

今後、商店街組織による地域通貨の活用について分析を深めていくためには、導入後まだ5年にすぎない発寒北商店街振興組合におけるアトム通貨の活用状況を引き続き分析していくとともに、他の地域通貨を運営している商店街組織についての分析を行う必要がある。

謝 辞

本稿の作成に際しては、発寒北商店街振興組合の土屋日出男理事長、株式会社手塚プロダクション著

作権事業部クリエイティブ部（アトム通貨実行委員会本部事務局）の石渡正人部長、同部の日高海氏に、インタビュー調査および資料提供等のご協力をいただいた。また、本研究の成果の一部は、科学研究費補助金（課題番号：20530389、23530539）の助成を受けている。関係各位に深く感謝する次第である。なお、本稿において、事実誤認や解釈の相違があれば、それはすべて筆者の責に帰すべきものである。

参考文献

- 二川英夫・高橋広雅・小川一仁（2009）「最近の金融問題と地域通貨の可能性——全国地域通貨に対するアンケート調査結果を踏まえて——」、『広島国際研究』Vol.15, pp.21-37.
- 石渡正人（2013）「アトム通貨で描く地域コミュニティ」, 西部忠編著『地域通貨』, ミネルヴァ書房, pp.227-233.
- 湖中真哉（2005）「地域通貨はなぜ使われないか——静岡県清水駅前銀座商店街の事例」, 『国際関係・比較文化研究』（静岡県立大学）Vol.3 No.2, pp.33-58.
- 町田幹樹・野嶋慎二（2007）「エココインの運用とその効果に関する実践的研究——福井県田原町商店街を事例として——」, 『日本建築学会技術報告集』Vol.13 No.26, pp.801-806.
- 水本正人（2006）「ケース・スタディ 地域通貨の実践と課題」, 『九州共立大学経済学部紀要』Vol.104, pp.53-64.
- 中村元気・横澤 誠・木下貴史（2008）「コミュニティマネーの現状」, 『情報処理学会 研究報告』, pp.73-75.
- 西部 忠（2002）『地域通貨を知ろう』, 岩波書店.
- 西部 忠（2006）「地域通貨の政策思想」, 『進化経済学論集』Vol.10, pp.337-346.
- 西部 忠（2008）「地域通貨の流通ネットワーク分析 経済活性化とコミュニティ構築のための制度設計に向けて」, 『情報処理』Vol.49 No.3, pp.290-297.
- 西川英彦（2011）「地域通貨のマーケティング」, 『日本商業学会第61回全国研究大会報告論集』, pp.137-138.
- 大滝精一（2006）「ネットワーク戦略」, 大滝精一・金井一頼・山田英夫・岩田 智『経営戦略〔新版〕』, 有斐閣, pp.199-226.
- 嵯峨生馬（2004）『地域通貨』, NHK 出版.
- 社団法人中小企業研究センター（2004）『商店街活性化戦略と外部資源活用』（調査研究報告 No.

- 114)。
 菅原浩信 (2007) 「商店街組織と地域コミュニティの連携」, 『商店街研究』(日本商店街学会) No. 19, pp.15-22.
 菅原浩信 (2011) 「商店街組織とNPOのパートナーシップ」, 『日本経営診断学会論集』 Vol.10, pp.108-114.
 山田英夫 (2006) 「競争の戦略」, 大滝精一・金井一頼・山田英夫・岩田智 『経営戦略〔新版〕』, 有斐閣, pp.99-134.
 山田賢司 (2007) 「地域通貨を契機としたまちづくりの可能性と限界についての調査研究」, 『社会学研究科紀要』(慶應義塾大学大学院) Vol.64, pp. 189-191.

注

- 1) 菅原 (2011), p.108.
- 2) 社団法人中小企業研究センター (2004), pp. 15-16.
- 3) 山田英夫 (2006), pp.106-107.
- 4) 大滝 (2006), p.202.
- 5) 菅原 (2007), pp.17-18.
- 6) 地域商店街活性化法第3条第1項に基づき国が提示している「商店街活性化事業の促進に関する基本方針」によれば、「商店街は、元来、中小小売商業及び中小サービス業者が多数集積しており、様々な商品やサービスをワンストップで販売・提供する『商いの場』である一方、地域の人々が数多く集まることから、お祭りやイベントなどに利用され、地域の人々が交流する『公共の場』としての役割も果たしている」とされ、「地域の中小小売商業や中小サービス業を振興するという経済的機能を有するだけでなく、地域住民の生活利便や消費者の買物の際の利便を向上させ、地域の人々の交流を促進する社会的機能をも有する存在である」とされている。そのため、「地域住民からは、高齢者や子育て世代への支援、防犯・防災対策、地域文化の保存・継承、歴史的な街並みの保全、環境・リサイクル活動等の地域コミュニティ機能を商店街が担うことへの期待が高まりつつある」とされている。
- 7) 2010年6月、蕨市商店街連合会が発展的に解消し、一般社団法人蕨市にぎわいまちづくり連合会として発足していることが、この1つの例としてあげられよう。
- 8) 西部 (2002), pp.17-19.
- 9) 嵯峨 (2004), p.18. この他、「全国500以上ある地域通貨」(水本 (2006), pp.53-54), 「最盛期には、500を越える地域通貨が生まれた」(中村・横澤・木下 (2008), p.73), 「現在、日本でも多種多様な600以上の種類が発行されている」(二村・高橋・小川 (2009), p.29) という指摘がされている。
- 10) 北海道苫前町で2004年11月~2005年2月にかけて実施された地域通貨の流通実験において、地域通貨を商業流通にも使えるものにしたことで、通貨流通速度の増大が図られただけでなく、非商業取引が地域通貨の循環形成に寄与することで、結果的に商業取引を促進し、経済活性化効果も生まれていることが明らかとなっている(西部 (2008), p.295)。つまり、地域通貨の運営によって、地域コミュニティの活性化と、商店街の活性化が十分期待できるのである。
- 11) 嵯峨 (2004), pp.29-32でも、同じような指摘がなされている。
- 12) 例えば、地域通貨を発行している人達・団体の特徴として、「地域社会でボランティア活動をしている人達が自然発生的に集まって実施している。こうしたグループが、NPO法人、特定非営利活動法人として地域通貨の流通に努めているケースも比較的多い」(二村・高橋・小川 (2009), p. 34) という指摘がされている。
- 13) エココインは地域通貨の1つであり、消費者が買い物時などに環境に配慮した活動を行うと、店舗側からその活動に対して渡されるコインのことである(町田・野崎 (2007), p.801)。
- 14) 湖中 (2005), p.34.
- 15) 山田賢司 (2007), p.189.
- 16) 例えば、清水駅前銀座商店街において地域通貨が否定的に認識されてきた背景の1つとして、「商業を生業とするコミュニティであるがゆえに、商業的利益への関心が大きな否定的フィルターとして作用してきた」という指摘がなされている(湖中 (2005), p.53)。
- 17) 「地域通貨の第三の利点は、これはおそらくアトム通貨だけに限られることだが、地域通貨の退蔵需要が存在するということだ。アトム通貨は、毎年デザインが変わる。だから、アトムファンだけでなく貨幣コレクターも当然欲しがらるのだ。アトム通貨自身の転売は禁じられているが、有効期限があるので、期限切れのものの売買は止められないだろう。そうなると当然コレクターが動いてくる。」(森永卓郎「アトム通貨が示す地域通貨の可能性」, 日経BPネット (<http://www.nikkeibp.co.jp/article/column/20090819/175027/?P=3>), 2009年8月19日付)。

- 18) アトム通貨の立ち上げから全国展開に至る経緯等については、石渡（2013）に詳しい。
- 19) 一方、これまでに、徳島（2009年9月導入開始）、松山（2010年2月導入開始）、仙台（2010年7月導入開始）、安城（2011年10月導入開始）の4ヶ所まで、2013年度までにアトム通貨の流通が終了している。
- 20) アトム通貨実行委員会本部事務局インタビュー調査（2012年2月22日）。なお、2013年度において、この基準をクリアしているのは、新座、八重山、春日井の3支部となっている（『第10期アトム通貨総会報告書』）。
- 21) 発寒北商店街振興組合ホームページ（<http://hatukita.jp/>）。
- 22) 2013年度の発寒北商店街振興組合におけるアトム通貨の配布量は305,500馬力、回収率（換金率）は約50%となっている（『第10期アトム通貨総会報告書』）。
- 23) 発寒北商店街振興組合インタビュー調査（2011年2月15日）および提供資料。
- 24) アトム通貨実行委員会本部事務局インタビュー調査（2011年2月17日）。
- 25) 一方、地域通貨は、縁を結ぶ機能については国家通貨よりも優位にあるが、地域に限定されているため紐帯を切りにくいことから、呪縛に陥らないために縁を切りやすくてできる側面が必要（すなわち、「縁切り／縁結び」が選択できることが重要）であり、アトム通貨は、この「縁切り／縁結び」の両面を持つものとして評価されている（西川（2011），p.138）。
- 26) 野幌商店街振興組合ホームページ（<http://nopporo-s.com/street/detail.php?kno=4>）。
- 27) 発寒北商店街振興組合インタビュー調査（2011年2月15日）。
- 28) 2002年8月、北海道留辺蘂町（現：北見市）は、同年4月より発行していた「留辺蘂町地域商品券」を年間10回程度流通させることにより、10倍の経済効果を発生させよう（商品券の地域通貨化）と考え、「紙幣類似証券取締法」第1条に第3項を設け、市町村に地域通貨発行権を付与するよう要望した（第1次構造改革特区（留辺蘂町地域通貨特区）申請）が、財務省は、同年9月、同法の適用除外を設けることについては、通貨制度に混乱を招く等として、申請は認められないものとした。しかし、留辺蘂町は、2003年1月、「前払式証券の規制等に関する法律」では商品券の複数回流通を禁止していないことから、その確認を求めるとともに、自治体の発行する地域通貨が「紙幣類似証券取締法」および「前払式証券の規制等に関する法律」違反にならないことの確認を求めた（第2次構造改革特区申請）。それに対し、金融庁は、地方公共団体が発行する前払式証券は「前払式証券の規制等に関する法律」の適用除外であるとしたが、財務省は、2002年9月と同様の回答であった。そこで、留辺蘂町は、2003年2月、「紙幣類似証券取締法」の適用除外を求める意見書を提出した。同年3月、財務省は、「複数回流通は登録事業者間に限る」「換金は登録事業者が指定金融機関で行う」等の条件を満たせば、「紙幣類似証券取締法」に違反しないという方針を示した（詳しくは、西部（2006），p.314，p.317）。しかし、アトム通貨実行委員会では、アトム通貨がこうした条件を満たすことは困難であり、「紙幣類似証券取締法」に抵触する可能性があるという結論に達した。その結果、回収したアトム通貨の再配布を禁止することとなった（アトム通貨実行委員会本部事務局インタビュー調査（2012年2月22日））。
- 29) アトム通貨実行委員会本部事務局インタビュー調査（2011年2月17日）。
- 30) アトム通貨実行委員会本部事務局インタビュー調査（2011年2月17日）。