

2018年度

地域通貨を導入した 地方創生研究会

報告書

地域に活気を取り戻せ!!

～地域通貨・地域ポイントの可能性～



2019年3月

公益財団法人 大阪府市町村振興協会
おおさか市町村職員研修研究センター
地域通貨を導入した地方創生研究会

刊行にあたって

昨今、ふるさと納税やクラウドファンディングなどの寄附金が、福祉や防災、まちづくりなど様々な地域課題を解決するために使われています。そして、地域に流通した寄附金を地域内で循環させることで、地域経済を活性化し、持続可能な社会を促す仕組みづくりも提案されています。その一つとして、「地域通貨」の電子化によって、流通コストの低下と利便性の向上を図る取り組みが注目されています。

そこで本研究会は、指導助言者に神戸大学大学院経営学研究科准教授の保田隆明先生、アドバイザーに株式会社トラストバンク執行役員の飯田敦様を迎え、各市から4名の研究員が集い、新しくなった地域通貨の仕組みと、その可能性について研究を行いました。多数の方々の情報提供、ご支援を受けたおかげで、多くの知見を得られたことは大きな成果です。

本書は、その研究成果として、研究員による政策提言や先進団体への視察報告等を収録したものです。さらに、ゲストスピーカーによる講演録集も別冊で発行しております。本書及び講演録集をきっかけに、新たな議論の輪や活動が広がることを願うとともに、市町村における地方創生と職員の意識向上の一助になれば幸いです。

終わりにになりましたが、ご多忙にもかかわらず、貴重なご講義をいただきました講師の方々、視察を受け入れてくださいました各団体の皆様に改めて御礼申し上げますとともに、本研究会の指導助言者、アドバイザーとして、地域通貨における数々の問題提起、論点整理を明示され、研究会を率いてくださいました保田隆明先生、飯田敦様に心より厚く御礼を申し上げます。

2019年3月

公益財団法人 大阪府市町村振興協会
おおさか市町村職員研修研究センター
所 長 林 宏 昭

目 次

刊行にあたって

1. はじめに

「なぜいま地域通貨なのか」	1
---------------------	---

神戸大学大学院経営学研究科 准教授 保田 隆明

2. 研究概要

研究の概要	11
-------------	----

3. 研究員論文

1. 「地域通貨がもたらす可能性について」	17
-----------------------------	----

豊中市 石田 千穂

2. 「これからの地域通貨について」	26
--------------------------	----

摂津市 尾川 一平

3. 「地域通貨やマイキープラットフォーム構想を使った地方創生について」	35
--	----

八尾市 村田 恵実

4. 「スマートフォンを活用した地域通貨の可能性と導入方法の提案」	50
---	----

貝塚市 岡崎 真也

4. 研究員所感

研究員所感	63
-------------	----

5. 参考資料

1. 視察報告	69
---------------	----

(1) さるぼぼコイン（飛騨信用組合）	69
---------------------------	----

(2) 電子感謝券（深谷市）	76
(3) 高松市ポイント（高松市）	82
(4) MEGURINポイント （サイテックアイ株式会社・高松兵庫町商店街振興組合）	88
(5) 近鉄ハルカスコイン（近鉄グループホールディングス株式会社）	97
2. 「研究成果報告会」発表資料	105
3. 研究活動記録・研究員名簿	118
 編集後記	 122

1

はじめに

「なぜいま地域通貨なのか」

神戸大学大学院経営学研究科 准教授 保田 隆明 氏



なぜいま地域通貨なのか

神戸大学大学院経営学研究科 准教授 保田 隆明

はじめに

1. 古くて新しい地域通貨：二つの制約要件の緩和

各地方、地域の維持、活性化のためには域内GDPの維持、増加が必要である。そのためには、域内でのマネーの循環が重要な機能を果たす。これについては本研究会の各研究員による研究、そして、ゲスト講師による講演により各所で議論、整理されているが、そのような課題意識は特段新しいものではなく、従来から広く共有されているものである。それゆえに、地域通貨の概念、そして導入は古くから多く行われてきた。しかし、広く活用され、普及した事例は多くないのが実態である。その大きな要因は、二つある。一つは、地域通貨の流通コストが大きいこと、もう一つは、利便性、流動性の低さにある。かつて、地域通貨を流通させるためには、印刷する必要があったし、発行元となり、それを管理する組織も必要であった。これらは大きなコスト要因となる。一方、通貨それ自体は一種のネットワークの外部性の元、広く使われることでその価値は増殖していく。つまり、みんなが使うがゆえに利用価値と利便性は向上していく。一方、地域通貨は、その性格上、利用地域は広くない。むしろ利用範囲と利用者を限定することに価値を持たせようとするものであり、流通量は大きくはない。これは一般的な通貨における利便性、流動性の価値とは全くの真逆のものとなる。そのようなコストと利便性、流動性の低さをも上回るような何らか別の価値が存在して初めて地域通貨は存在し続けることができるが、現実的にはなかなか難しいのが実態であり、それが過去の多くの地域通貨が尻すぼみに自然消滅していった背景である。

それが今やその二つの問題は社会的変化によって解消されつつある。インターネットとスマホがほぼ完全に普及した現代においては、通貨を印刷する必要性はなくなった。もっとも、以前より電子マネーの類は普及していたので印刷しない電子通貨というものは存在したものの、専用のICカードと読み取り端末が必要であった。それはまた別の意味でのコスト負担となっており、特に中小規模の商店では導入にためらうところが少なくない。しかし、スマホによるQRコード読み取りという手法が登場したことで、ICカードと読み取り端末が不要なスマホで完結する電子マネーが可能となった。これならば、各利害関係者のコスト負担は最低限に抑えることが可能であり、コスト面での制約要因はほぼ解消したと言えよう。

もう一つの利便性、流動性についても、ネットとスマホを媒介とするならば利便性は大きく向上し、また流動性については、利用者を地域に限定しない形の地域通貨が可能となりつつある。従来の地域通貨は地域内のお金を地域内で循環させることで域内GDPの維持、拡大を目指していたが、もともと地域内に存在するお金の量が地域通貨の流通量の最大値としての天井となり、これが一種の流動性におけるネックになっていた側面がある。一方、利用者が地域外の人でも利用可能な地域通貨の場合、地域外のマネーが地域内に流入してくることで、従来の地域通貨よりも流通量を飛躍的に伸ばすことも不可能ではない。



考えてみれば、我々は海外旅行をする際に通貨の両替をする。これは、その国でしか購入できないもの、食べられないものが存在するからである。同様に、ある地域でしか購入できない、体験できない、食べられないようなものが存在した時、その支払い対価を地域通貨限定とするようなことが考えられよう。すると、地域通貨の普及には各地域でのプレミアムなもの、ユニークなものを発掘することが鍵となる。ただし、一方で、地域通貨で支払いを受け取った企業や個人が、その地域通貨を別のものの支払いに充てることができないと、利便性の面ではやはり円に勝てない。その意味では、地域通貨の入口と出口、この両方における魅力度が地域通貨の成否に重要な影響を与えよう。

2. 地域通貨へのニーズの高まりの社会的背景

地域通貨について、特に入口の面における社会的背景をもう少し掘り下げておく。これは日本各地で起こっている現象であるが、地域課題、社会課題を解決する原資が慢性的に不足している。日本国全体の税収は近年こそ上昇基調に戻りつつあるが、税収（歳入）を上回る歳出をまかなうために、毎年赤字国債を発行し、国と地方の抱える借金は1,000兆円を超え、GDPの2倍以上もの借金を有する先進国は日本のみである。各地方をめぐるによくわかるが、自治体職員のこの数十年間の主な仕事は現場での歳出カットである。地域の事業基盤、収益基盤を強化して、地域の経済力を高めたいという思いはもちろんあるものの、当然それらは後回しになり、まずは目先の費用カットである。そのためには、目の前にある政策課題の優先付けを行い、優先度、重要度の高い課題だけに予算を充当し、優先度、重要度の低い課題は手付かずで放置されていくことになる。

一方、世の中はシルバー民主主義と言われる状況となっている。各地域の課題は地方議会によってその優先度、重要度が決められていくが、高齢化社会において、自ずと高齢者向けの課題を優先的に扱わざるを得ない。今や65歳以上の人口が総人口に占める割合は28%、総有権者数に占める割合ではもはや3分の1を占める。しかも、高齢者ほど選挙における投票率は高い。直近の国政選挙（平成29年10月に行われた第48回衆議院議員総選挙）では、60歳代の投票率は72.04%である一方、20代のそれは33.85%、30代は44.75%にすぎない。有権者の数と投票率の差を勘案するに、どの地域でも高齢者向け施策を重視したシルバー民主主義にならざるを得ないのが現状である。この状況を打破するには、若者の投票率の引き上げ、そして一部で議論されている18歳未満の若者への投票権の付与（子育て世帯の1票の重みを厚くするなど）が考えられるが、抜本的な解決にはならない。

そこで近年は、地方議会を経ない課題解決マネーに若者や子育て世帯を中心に関心が高まっている。一つはクラウドファンディングである。これについては、本研究会の前身ともなる「クラウドファンディングによる地域活性化研究会」において前年度に研究を行ってきた。一般市民がこれぞと思う全国の課題解決プロジェクトに対して投げ銭のような形で資金を提供するものである。自治体も、ふるさと納税を用いた形でのクラウドファンディング型のプロジェクトを採用するところが登場しつつある。ただし、ここでも、そうやって域外から流入してきたお金が再び域外に流出してしまうことが多いことが課題として残る。しかし、もしそれらが地域通貨で支払わ



れていた場合、お金は地域内の循環の起点となりうる。

そこで、地域通貨はクラウドファンディングやふるさと納税の延長として捉えて考えると、さらなる飛躍の可能性がある。クラウドファンディングやふるさと納税の場合、今、応援したいプロジェクトや欲しい返礼品が目の前に存在することが制度上の立付けとなっているが、応援したい地域は決まっているが、具体的にどのプロジェクトにするか、あるいは、何を購入するかについては後で決定したい場合に、個人がまずは地域通貨を獲得し、保有しておけば、各地域は資金調達を先にすることが可能であり、地域通貨ホルダーとは中長期の関係を築くこともできる。この関係人口の増加というのが人口減少の著しい地方では特に重要であり、クラウドファンディング、ふるさと納税がプロジェクト終了後、返礼品提供後の関係維持にまでなかなか発展しない中では、さらに期待出来るポイントである。

3. 高まる地方と都市部の関係性：関係人口の増加の可能性

クラウドファンディングもふるさと納税も、地方課題への喚起のきっかけを創出するとともに都市部から地方へのお金の流入を促すものであり、都市部と地方での関係人口の創出に寄与する。しかし、ともに単発の関係で終わることが多く、より長期的な関係構築が可能な工夫や別のスキームとの併存が望まれよう。

その観点では、近年では他にも、DMO、CCRC、そしてスマートシティ化への実証実験に代表される様な官民共同でのプロジェクトの推進など対消費者、事業者ともに地方が都市部と関係を構築する機会は増えている。DMO（Destination Management Organization）は、各地域の魅力発信を通じた地域マネジメントを主活動とするが、その中心は多くの場合、着地型観光である。地方での着地型観光は、従来から有名な観光地を除いては宿と足が不在であるという課題を抱えている。しかし、従来型の宿と足が不在ゆえに、民泊やシェアライドなどの新たな形態の宿と足を提供することが、かえって可能であり、それら地域での着地型観光を促進する。また、民泊、シェアライドとともに地域の住民とのコミュニケーションが、従来型の観光よりは可能性が高く、まさに関係人口の構築には寄与する。

CCRC（Continuing Care Retirement Community）は、健康な高齢者の退職後の移住、あるいは、二拠点生活による地方での暮らしをサポートするものである。近年では高齢者に限らず、リモートワークの環境整備が進んできたことで、若者層でも地方に拠点を構えつつ都市部の仕事をリモートで請け負う形態や、ベンチャー企業がサテライトオフィスを地方に出すなどの動きが活発になっている。国土交通省の調査によると、20代の約4人に1人は「田舎暮らしなど地方移住を推進してほしい」と希望していることも報告されている。

スマートシティの実証実験では、再エネ、自動運転、ドローンによる宅配など、企業が社会課題の解決に向けた新たな事業を取り組む際の実証実験の場として地方は注目されている。これらの動きは、都市部の企業と地方との連携作りに役立つものであり、プロジェクトを通じた中期的な関係を構築することができよう。

以上の様に様々なプラットフォームやプロジェクトを通じて都市部と地方の人々の間で中長期的な関係が構築される様になれば、ある特定の地域のみで利用可能な地域通貨、しかも、その地



地域通貨でしか得られないプレミアムなものが存在するなどの価値が認められれば、一部の域外の人も地域通貨を保有したいというインセンティブを有する可能性がある。

以上のような社会インフラ、社会的背景の変化によって、地域通貨はやっと普及の素地が整ってきたといえる。時代がやっと追いついたのである。

4. 地域通貨の実務上の課題と可能性

地域通貨普及のカギは利用者に保有してもらい、使ってもらうこと、そして可能な限り地域内で何度も繰り返し使用されることである。保有してもらうインセンティブとしては、プレミアムの付与が一般的であろう。例えば、近年、国内で注目の集まっている地域通貨である飛騨高山地方で展開されている「さるぼぼコイン」は、事前チャージ型であるが、チャージ時に1%のコインが付与される。100円のチャージで1コイン（1円相当）をもらえて、コインは通常の買い物時に利用できる。この1%プレミアム分は、発行元の飛騨信用組合が負担する。実は、このプレミアムの負担が地域通貨の普及では大きな壁となる。

同じようにポイントやマイルが貯まるものとしては、航空会社のマイレージプログラム、大手小売店のイオンが発行するWAON、JR系のSUICAなど様々存在する。それらはどれも、ポイントやマイレージプログラムを通じてリピーターを獲得し、自社のロイヤルカスタマーを育成するという側面が強く、ポイントやマイルの負担側に明確なメリットがある。またどの企業も規模の大きな営利組織であり、ポイントやマイルを負担する体力にも余裕がある。しかし、地域通貨の場合はこの点がネックとなる。たとえば、さるぼぼコインの場合、プレミアムを負担している飛騨信用組合には、その負担に見合うような直接的な見返り（メリット）は存在しない。もっとも、さるぼぼコインの利用者のうち、それまで同信用組合に口座の開設がなかった利用者が口座を開くという動きはあるものの、既存顧客についてはさるぼぼコインでの利用額が増えれば増えるほどにプレミアムの負担額が増えていく。飛騨信用組合の場合は、一種の地域貢献と割り切ってさるぼぼコインの運営をしている側面があるので成立しているが、多くの地域通貨の場合、このプレミアム負担をどうするかが課題となる。

また、通常の電子マネーの場合、発行元の企業は決済額の数パーセントを決済手数料として店舗から徴収するため、そのようなポイントやマイルの負担も可能であるが、地域通貨の場合、導入先の店舗はそのような通常の電子マネーの手数料を避けるために電子マネーの導入を見送ってきた先が多い。実際、さるぼぼコインの場合も、そのような状況を勘案して決済手数料は1%前後に設定されている模様である。これではやはりプレミアム分の負担を十分にはまかなえない。

これに対しては、地域通貨とは異なるが、地域での共通ポイントカードの場合は、ポイント原資は利用された店舗や自治体負担するケースが見られる（徳島県高松市のめぐりんマイルや北海道東川町のHUCなど）。このように、地域通貨でも地域内の事業者や自治体で広くそのプレミアムを負担することも考えられるかもしれない。

一方、近年地域通貨にとって大きな脅威となりつつあるのが、さるぼぼコインと同様にQR決済のインターフェイスを持つ電子支払手段として登場したPayPayやLINE PAY、あるいは、中国からやってきているAlipayである。PayPayもLINE PAYも、利用額に対して20%の金額を



キャッシュバックするというキャンペーンを初期に行なっている。また、お店側の利用手数料も初期の一定期間は無料である。つまり、飛騨信用組合が、地域の利便性向上のために従来の電子マネーやクレジットカードよりも安価な利用手数料の地域通貨を店側に提供し、利用者にはプレミアム分を負担してまで地域通貨を根付かせようとしていたところに、全く同じQR決済というインターフェイスで大手資本が店側の利用手数料を一定期間無料とし、20%ものキャッシュバックで殴り込みをかけてきたわけである。つまり、従来のクレジットカードや電子マネーに比べて導入コストと決済コストが安価ですよ、というセールストークが地域通貨の普及で通用しなくなりつつある。

通貨には、価値交換、価値尺度、そして価値保存の三つの経済機能と、地域コミュニティ形成に有効なコミュニケーション機能の二つが存在する。地域通貨は、経済価値のみでの勝負となるとなかなか円に勝てなかったが、加えてPayPayやLINE PAYのような電子通貨との競争にもさらされると、さらに立ち位置は厳しくなる。したがって、地域通貨の価値を追求する上では、何らかのコミュニケーション機能、コミュニティ機能を兼ね備えさせる必要があろう。そのためには、上で議論したような関係人口作りの各活動と地域通貨を連動させるような仕組みが重要となる。本研究会の報告にもあるが、ふるさと納税による地域通貨との連動はそのような取り組みのひとつになり得る。また、地域の市民活動が地域通貨に紐づくことも重要である。実際、木更津市での地域通貨である「アクアコイン」では、様々な地域活動から発生する地域ポイントと地域通貨を連動させるなどが企図されている。

支払面の利便性のみを追求する場合は、地域通貨の存在価値は薄くなってしまいが、地域性を上手に付与し、利用者に楽しんでもらえるような仕組みを作ることができれば大きく発展できる可能性がある。楽しんで支払いをする人は世の中には存在せず、支払活動に何らかの楽しみや意義を見いだすことができれば差別化は可能だと思われる。実際、研究活動で全国様々な地域を訪問するが、各地域には都市部にはないプレミアムなものがあまた存在する。それらの発掘と対外アピール、そして地域の市民活動の活性化は各地域の維持、発展に重要であり、地域通貨はそれらのハブになり得るものであろう。



「地域通貨を導入した地方創生研究会」報告書



2

研究概要

地域通貨がもたらす可能性について 研究概要

豊中市 財務部固定資産税課 石田 千穂

1章 研究目的

【課題】

- ◎地域経済の活性化
- ◎地域通貨の流通量を増加させ「円」以上の価値を実感させること

2章 先進事例の調査・考察

調査：地域通貨の制度やシステム構築を参考にするため“めぐりんマイル”と“高松市ポイント”を視察した。また自治体が地域通貨を導入するヒントとして今研究会で取り上げた岡山県奈義町の“ナギフトカード”を研究した。

考察：①“めぐりんマイル”は、WAONのシステム等を利用したコスト低減を実現しWAON事業から得られる安心感やお得感を演出し認知度を高め、普及率の向上に成功した。

②“めぐりんマイル”・“ナギフトカード”ともボランティアや社会貢献活動に参加するとポイントが付与される等の制度設計を行い、地域活性化にも貢献している。

③“めぐりんマイル”・“ナギフトカード”とも地域への愛着を増加させ、地域ブランディングの方策として成功した。

3章 地域通貨導入の検討

【地域通貨が自治体にもたらす効果】

- ・地域通貨は地域経済の活性化を促し、通貨という価値以外のものを創出できる
- ・地域ブランディング活動にも貢献できる
- ・ボランティアに対する対価など、法定通貨では可視化できなかったものを可視化できる
- ・地域通貨に伴う取引データ等が蓄積される

【地域通貨導入に向けての提案】

- ・地域通貨は「ある程度区切られた」小規模地域での実践が効果的である
- ・大規模地域での実践は“電子感謝券”等を利用した「ふるさと納税」の返礼品やイベントの景品としての実践が効果的である
- ・ボランティアに対する対価など地域活動への認証行為や通貨ではない価値のあるものとして交換ツールとしても活用が可能である
- ・取引データ等が蓄積され、そのデータを分析し財源の配分を検討が可能となり、財源の「選択と集中」をより意識した政策が可能となる
- ・クラウドファンディングのような資金調達の手法として有効活用が行える

地域通貨は地域活性化や資金調達に有効であるが、人口の大規模・小規模に関わらず、自治体としては高齢者等のデジタルデバイドへのフォロー等も同時に検討していくことも重要となる。

これからの地域通貨について 研究概要

摂津市 保健福祉部国保年金課 尾川 一平

1章 研究目的

【課題】

- ◎地域通貨の管理・運営

地域通貨の成功事例が少ない



なぜか？



地域通貨管理・運営のコストがネック



どのようにすれば、地域通貨は成功するのか？

2章 先進事例の調査・考察

さるばほコイン

〈視察日：平成30年9月10日〉
金融機関が運営している地域通貨

近鉄ハルカスコイン

〈視察日：平成30年11月26日〉
事業者が運営している地域通貨

【共通点】

スマートフォンを利用したQRコード決済



印刷代や換金の手間がない！

3章 まとめ

◇地域通貨の事例◇

- ・アトム通貨
- ・リアス通貨
- ・モリ券
- ・ビーチマネー
- ・ナギフト
- ・アクアコイン
- ・めぐりんマイル

◇地域通貨導入に向けての提案◇

1. 地域の特性を考える
2. 地域通貨の協力をしてくれる団体を探す
3. 地域通貨の使用方法を決める

◇行政発信で地域通貨を導入する際の重要ポイント◇

- ① 地域通貨をもらえる場所
- ② 地域通貨を使える場所
- ③ 地域通貨のお得感
- ④ 地域通貨の面白さ

地域通貨やマイキーIDを使った地方創生について 研究概要

八尾市政策企画部政策推進課

女性活躍推進室 村田 恵実

1章 研究目的

急速な少子高齢化の進展に的確対応し、人口減少に歯止めをかけるとともに、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくため、国は地方公共団体と一体となって、地方創生の取り組みを進めている。そこで、地域通貨は有効な手段であるのか検討する。

【地域の課題】 ①仕事がない ②人がいない ③地域経済が活性化しない

【地域通貨の課題】 ・地域内ポイントでポイントを共有できる
・使用エリア及び利用店舗が限られている

従来の地域通貨は、見える化されただけの紙幣

2章 先進事例の調査・考察

視察日：平成30年11月6日～7日

視察先：高松市、サイテックアイ株式会社、高松兵庫町商店街振興組合

- （調査・考察）①「めぐりんマイル」…香川県を代表する地域コミュニティポイント（方式：ICカード）
②「高松市ポイント」…マイキーIDを使った自治体ポイント（方式：マイナンバーカード）
③「シルバーエミカ」…マイキーIDを使い効果が出ている事例（方式：ICカード）
④「八尾市のフレ」……5年程度で衰弱した地域通貨（方式：紙）

【地域通貨の考察】 ・運営主体の重要性 ・地域に定着させるポイント
・地域通貨のカギを握るのは、女性？
・コスト問題 ・マイキープラットフォーム構想の問題点
・地域のインフラ状況 ・地域経済活性化につなげるポイント
・地域通貨の使用エリアの検討
・相乗効果、波及効果の検討
・衰退した事例から学ぶ付加価値の重要性

3章 まとめ

【提案】マイキープラットフォーム構想を活用したアプリ事業

アプリを通して、広報内容の発信や市内の魅力発信（市、団体等含む）、公共施設等の利用カード、市内での支払い時に使えるなど、複合的なアプリの導入を検討する。

【アプリテーマ】「地域を身近に、自分の過ごしやすい“まち”に」

【ポイント】① 静的QR決済→動的QR決済

② 災害時などの緊急情報や対象を絞った情報発信

③ 対象を絞った効率的な情報発信

④ 市民団体や民間企業自ら情報の発信

地域経済活性化と
地域コミュニティの
活性化へとつなげる。

スマホを活用した地域通貨の可能性と導入方法の提案 研究概要

貝塚市 都市政策部商工観光課 岡崎 真也

1章 研究目的

【課題】地域で生み出されたお金を、地域内で循環させる循環構造をいかに構築していくか

地域内でお金を循環させる
仕組みの構築

スマホを活用した地域通貨
で活性化できないか

2章 なぜ今、スマホを活用した地域通貨なのか

地域通貨の定義：明確な定義は定まっていない。本稿では「法定通貨ではないが、ある目的や地域のコミュニティ内で、法定通貨と同等あるいは全く異なる価値があるものとして発行され、使用される通貨」と定義

目的：地域コミュニティ活性化
方法：小切手型・通帳型・紙幣型

目的：地域コミュニティと地域経済活性化
方法：非接触式のICカード

スマホを活用した地域通貨
「さるぼほコイン」「アクアコイン」等

⇒やり取りが面倒

⇒導入コストが高い

⇒流通するのか？

※スマホの普及・Wi-Fi環境の整備など情報インフラが整備され、流通しやすくなった。

3章 先進事例の調査・考察

地域通貨の制度やシステム構築を参考にするため“さるぼほコイン”と“近鉄ハルカスコイン”を視察した。また自治体が地域通貨を導入するためのヒントとして、深谷市の“電子感謝券”を視察した。
考察：利用者の利便性は非常に高い。また店舗側の負担もほとんどかからない。

4章 まとめ

【自治体への効果】

◎地域内で通貨が流通し地域外への流出を防ぐ。（域内循環による地域経済の活性化）

◎観光客の消費喚起につながるため、地域外から外貨を獲得できる。（外貨獲得による地域経済の活性化）

◎ボランティアに対する対価など、法定通貨では可視化できなかったものを可視化できる。

◎流通する中で取引データが蓄積され、それを活かして効果的な支援につなげられる。 など

導入方法として…

“電子感謝券”を導入し、地ならしを行う

地域通貨を導入するとなるとハードルは高い。しかし、既存事業の利便性向上やコンテンツの追加という形で、まずキャッシュレス決済を浸透させ、その後、地域通貨を導入していく方法が近道だと考える。

また、“電子感謝券”はキャッシュレス決済浸透という効果だけではなく、地域の魅力・強みを掘り起こしにつながる。そして、寄附者が訪れる仕組みであるため、消費喚起につながり地域経済活性化も期待できる。

3

研究員論文

1. 「地域通貨がもたらす可能性について」 17
豊中市 石田 千穂
2. 「これからの地域通貨について」 26
摂津市 尾川 一平
3. 「地域通貨やマイキープラットフォーム構想を使った地方創生について」 35
八尾市 村田 恵実
4. 「スマートフォンを活用した地域通貨の可能性と導入方法の提案」 50
貝塚市 岡崎 真也



1. 地域通貨がもたらす可能性について

豊中市 財務部固定資産税課 石田 千穂

はじめに

日本政府がキャッシュレス化に本腰を入れようとしている。

2018年4月には経済産業省が中心となって「キャッシュレス・ビジョン」がまとめられ、公表された。

キャッシュレス化は時代の流れであり、特に中国などではスマホ決済がごく一般的になってきている。これに対し、日本ではまだまだ電子マネーが流通していると言える状態ではないが、2018年にはPayPayという電子マネーが100億円キャンペーンを打ち出し、わずか10日間で190万人のユーザーを獲得するなど、その流れは確実なものになってきている。

一方、地域経済の活性化に寄与するものとして見逃せないのが、地域通貨である。その種類は全国で600を超え、様々な形で地域経済に入り込んでいる。

本稿では主に2つの地域通貨にスポットを当て、この地域通貨が本当に地域経済を活性化するものなのか、その効果はどのようなものか、電子マネーとの関係性も含めて考察を行う。

第1章 研究の目的

1節 地域通貨の課題

地域通貨を流通させる目的は、「ある一定の限定された地域の活性化に貢献すること」である。それは消費の活性化、時間の活性化、コミュニティの活性化と言い換えることもできる。

また、地域通貨は「円」という共通通貨とは違い、限定された地域でしか使用できず、種類によっては貯めることにも制限があるような不便さを持ち合わせているものでもある。

しかし、その地域でしか使用できない特性を利用して、地域活動の対価として発行された地域通貨の流通を誘導し、ひいては地域経済の活性化を可能なものにするとも考えられる。流通量を増加させて地域循環を進めることで、「円」以上の価値を実感させることができるかどうか地域通貨の課題である。

2節 本稿での論点

今後の日本では、更にキャッシュレス化の需要が高まっていくと予想される。

本稿では、そのような環境の中、地域通貨事業が本市並びに大阪府内市町村といった地方自治体



単位の経済活動に刺激をもたらすことができるかどうかを検討する。

また、地域連携・地域ブランディングに与える影響や税収の確保への貢献が可能かどうかについても検討し、導入をする場合の方策を明らかにする。

第2章 先進事例の調査・考察

1節 めぐりんマイル

(1) 概要

「めぐりんマイル」は香川県高松市の地域通貨で、「香川県を元気にする！」を目的に2009年6月に誕生した地域通貨事業である。

紙幣やコインの発行はなく、大手流通企業のイオングループと地元の商店街をWAONカードという媒体でつなぎ、カード内にてマイルが貯まる仕組みとなっている。

厳密には、地域通貨というよりは地域ポイントに近い形のもので、利用できる範囲は香川県内に限定されており、香川県内で発行して香川県内で消費される、いわば循環型地域通貨である。



使用方法としては、利用者は県内のイオン、イオン傘下店舗、一部のめぐりん加入店舗等でWAONカードの購入を行い、買い物等に備えてチャージ機で現金チャージを行う。入金限度額は5万円。千円単位で入金でき、電子マネーとして使用できる。1円で1マイルとしてポイントが貯まり、ポイントは即日利用可能。店舗によっては、ボーナスマイルや2倍や3倍のポイントを付与する店舗もある。

利用者は商品購入やサービス提供を受けた後、決済端末でWAONカードをかざして決済を行う。年会費は無料で、めぐりんマイルを使用した最終日から180日間のポイントの有効期限として設定されている。

めぐりんマイル利用者は、キャッシュレスで買い物ができ、ポイントサービス等のメリットを享受できる。



また、運営母体のイオンのWAONカードとしても利用でき、200円を1ポイントとして1円分のWAONも同時に貯まる仕組みとなっている。電子マネーとして使用することも可能で、ポイントを利用して商品やサービスを購入するだけでなく、WAONの交換端末機では社会福祉団体に現金寄付を行うことも可能となっている。

加盟店側にも、会計作業の手間が省ける決済が実現でき、再来店の機会の創出等も想定できる等のメリットがある。イオン側は現金保有の機会の増加、利用者が蓄積されるため、消費者動向分析を行うことも可能である。

運営はWAONサービスのインフラを活用してWAON決済端末に相乗りするといった形態を取り、独自カードの発行コストやランニングコストの低減を実現している。セキュリティは、フェリカ（ソニーが開発した非接触型ICカードの技術方式）のIC技術で担保され、安全面での配慮も行われている。



<平成30年11月 高松に視察に行っていました!!>

(2) 視察内容

めぐりんマイルの発案時には兵庫町商店街が電鉄会社系交通ICカードと連携したポイントカード事業が検討されていたが、協議が難航している時に商店街振興組合がWAONカードと連携した横浜市内の商店街の事例を知り、イオンのWAONカード事業の担当者に連絡をしたことから具体的な検討が開始されたという。

そして導入する際に商店街組合等で説明会を実施したところ、カードやポイント事業への抵抗や警戒感を示している店、イニシャルコストやランニングコストを心配する店等があったが、店舗ごとに丁寧に説明を行う等の問題を解決する努力を積み重ねて実施に至ったという。

各店舗の聞き取り調査から、「めぐりんマイル」による売上の増加や減少は、各店舗によって差異があることが判明した。ただし、各店舗間の相乗効果があることは実感しているとのことであった。また、めぐりんマイルが定着するまでは、来店客だけでなく店舗側でもポイントについての理解が深まっておらず混乱もあったが、現在はスムーズに展開しているとのことであった。

めぐりんマイルは地元経済の活性化に成功している事例のひとつであり、1枚のカードで新しい事業スキームを展開し、様々な消費喚起や相乗効果を創出できている事業であると言える。



(3) 考 察

高松市は将来的な人口減少や少子・超高齢社会を見据えた拡散型の都市構造の転換を目指し、「コンパクトシティ」を目指している。海洋資源が豊富で、うどん、自然、芸術等の観光資源が豊富な魅力的な町である。海外からの観光客の伸びが目覚ましく、街を歩いているとアジアからの観光客をよく見かけた。

そしてこのインバウンドへ町ぐるみで対応し、空港やフェリー乗り場、宿泊施設等にめぐりんマイルのチラシやパンフレットを配置して認知度を高めようと努力している様子がうかがえた。商店街内ではめぐりんマイルのシンボルキャラクターの女の子が描かれたのぼりやステッカーが貼った店舗等が見受けられ、市内でのめぐりんマイルの動きを体感することができた。



また、ICTを意識し、運営サイトでの情報発信やスタンプラリー等の事業の検討も行われている。具体的な方策はこれからということであったが、香川県全体でおもてなし委員会を設置する等の動きがあり、めぐりんマイルを利用した更なる方策もこれから検討する動きがあるようだ。このように地域の特性を把握した上で地域通貨やポイント事業を実行することは、非常に重要であると感じた。

めぐりんマイルによって消費者の購買意欲を刺激するのは素晴らしい取り組みだと感じたが、特に印象的だったのは、めぐりんマイルが地域を活性化するための消費や商品、サービスの購買だけではなく、通貨では購入できない価値の創出に力を入れていることであった。

例えば、めぐりんマイルの購買ポイントを使って地域のスポーツチームへ寄附することが可能であったり、地域の清掃活動などに参加するとポイントが付与されたりするという仕組みは、地域コミュニティの活性化にも寄与している。

めぐりんマイルを使用できる高松市では、マイナンバーカードを活用してクレジットカードなどのポイントやマイレージを商店街で利用できる「KAME券」を発行したり、めぐりん加盟店で利用できる「めぐりんマイル」に交換できるポイントサービス制度を実施したりして、市の事業にもめぐりんマイルを使用している。



高松市特定健診「行ってんMy健診」では、その受診率を上げるためにかつては受診した際に何らかの景品を提供していたが、昨今ではめぐりんポイント入りのWAONカードを渡すようになり、好評を博しているという。

地域の活性化という観点で見れば、地域ポイント事業でアダプト運動や地域スポーツの振興等のお金では買えない価値を創出していくことは、地域に暮らす人の地域への愛着を高め、将来の長期的な発展と継続の基盤になる重要なものになる可能性があるだろう。

めぐりんマイルは、商店街独自の電子決済やカード事業ではなく、既存のWAONという知名度の高い事業サービスを利用してめぐりんマイルを運営している。このことが成功のカギとなったのではないだろうか。

行政独自で物事を進めていく場合は、資金や協力体制等の課題が多くあるが、めぐりんマイルはその課題を解決し、円滑に事業を運営している成功事例であると言える。このように既存の事業に相乗りしながら、行政との連携で普及させていくのが、より現実的であるように感じられる。

2. ナギフトカード

(1) 概要

平成30年4月、岡山県奈義町（岡山県東北部に位置する人口6,000人の町）では、地域経済の活性化を目指し、行政と商店が一体となって、買い物をしたり地元の活動に参加したりするとポイントがたまるICチップ付きのナギフトカードを町民全員に配布し、「ナギフト制度」という事業の運用が開始された。

これは全国初の試みで、町外の居住者も希望すればデザインの違うカードで同サービスを受けることが可能（町外居住者へのポイント付加は差がある場合が多い）というものである。

行政から付与される行政ポイントは52項目で、町内経済の発展のため、町外居住者にも1項目の行政ポイントが付与される。また、加盟店65店舗で付与される買い物ポイントと合わせて、加盟店での支払い時に1ポイント1円の地域通貨として使用することができる。

今後は、「地域活性化支援券」を電子マネー化してカードで利用することができる機能や、加盟店で現金をチャージできる機能などの実現に向けて準備中とのことだった。





(2) 内 容

奈義町は安心して産み育てられるまちづくり、観光によるまちづくりを目指し、「このまちは、自然とアートでできている。」をキャッチフレーズにして観光施策に力を入れている。また、「子育て応援宣言」を行い、高校生までの医療費無料化、チャイルドホームや子育て支援の充実などを図り、合計特殊出生率2.81（平成26年度）を実現している町でもある。

「ナギフト制度」では、赤ちゃんからお年寄りまでの町民全員にICカードを配布しているという事実にも驚いたが、町民が自分で使用方法を決め、貯めたポイントを家族や他の人に贈ることもできるという仕組みにも強いメッセージ性を感じた。

町議会を傍聴したり献血や成人式に参加したりするとポイントが付与されるというようなユニークな仕組みがある一方で、高齢者の運転免許証返納やボランティアポイントに対しては高ポイントが付与される設計になっているのも大きな特徴である。ポイントによって町民の行動がある程度誘導され、その行動が町の活性化を促しているとのことだった。

高齢者がイベントボランティアや図書館サポートボランティアに熱心に取り組んでポイントを貯める動機が孫にポイントを贈るためだったり、ポイントを財産として相続することもできたりすることを町役場の方から伺った。そういった行為が、名称の「ナギフト」の由来でもあるとのことであった。

このような町ぐるみの取り組みが、地域経済の活性化や地域ブランドの創出につながり、ひいては地域への愛着の増進に貢献するのではないかと考えられる。

ナギフトと同じように地域コミュニティを活性化させることを目的に始まった地域通貨としては、株式会社手塚プロダクションと早稲田大学周辺の商店街などが協業事業として運営している「アトム通貨」も有名である。

アトム通貨は、手塚治虫の“人と人のつながりの大切さ”や“地球はかけがえのない星であること”というメッセージを理念に反映させ、「教育」「環境」「地域」「国際」という四つのキーワードを軸に、社会貢献活動に参加している人に対して配布されている。「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という通貨で、1馬力＝1円発行という計算方式で、紙幣で「10馬力」「50馬力」「100馬力」「500馬力」の種類の紙幣が発行されている。

現在、アトム通貨の流通量は年間約2,000万馬力で、全国にある「アトム通貨加盟店」のステッカーが貼られた店舗で利用することが可能となっている。流通期間は4月7日から翌年の2月末までで、毎年4月7日に新しいデザインの紙幣が発行される仕組みであり、円には交換できないが、社会貢献活動をしたことの証であるアトム通貨は希少性が高く、アトムが描かれたデザインの可愛らしさが流通を後押ししているともいわれている。

アトム通貨は社会貢献に対して支払われる地域通貨であり、導入した地域ではボランティアの推進やコミュニティの再構築、観光の活性化などに利用されている。東日本大震災で被災地となった宮城県女川町では、震災の復興にも貢献したと言われている。

ナギフトもアトム通貨も、使用者に対して非常に強いメッセージ性があるものであり、便利さだけではなく、利用者がそのメッセージ性に惹かれることが制度の継続につながり非常に



大きな役割を果たしているように感じられる。

(3) 考 察

町民がナギフトカードを使用すると、行政に様々なデータが集約される。そのデータは、いわば「宝の山」である。

例えば医療検診では、ポイント取得を目的としてナギフト導入前よりも受診者が増加した。図書館や体育館の利用も増加したそうである。これらによって得られる健康状況の情報、図書館・体育館の年代別・性別の利用頻度の情報等、町民のポイント付与作業で得られる様々な行動や特性のデータは、ビッグデータとして活用が期待できるのではないかと考えられる。

いわゆる地方分権一括法によって地方と国の関係が変わり、右肩上がりの経済状況と人口増加を前提とした新たなパイを取り合う時代から人口減少、超高齢化社会、経済の低成長の時代へと変化し、新たな課題やニーズに対応する提案力や知恵が行政に求められるようになってきている。

そのような中で、ビッグデータは非常に重要な役割を担うものである。

街を形成する方向性を示す指針とも言える政策形成においては、投入予算、労力、公共サービスの量、政策成果などの視点が重要であり、行政評価においてもこのような視点から各種事業やサービスの修正を繰り返し、PDCAを回していく必要がある。

現状では市民の潜在ニーズの議論やマーケティング等が自治体の政策形成に活用されることは少ない状況であり、今後は行政による「ビッグデータ」の活用を進めて潜在ニーズを汲み取り、政策マーケティングを利用しながら政策形成を行い、地域に投入させていくことが効率的な行政運営を実現するものであると考える。

市民の多様化するニーズとマトリクス化した複雑な問題を解決していくためにも、政策形成における政策マーケティングの必要性は高まってくるものと予想される。

現在、国もEBPM（エビデンス・ベースド・ポリシー・メイキング）という「証拠に裏付けられた政策形成」をEBPM推進委員会の決定を受け経済政策の有効性を高める動きがみられること等から、今後、益々、重要性が増すものと考えられる。

また、FacebookやTwitterのようなソーシャルメディアから得られる多くの人たちの行動や思考の情報もまた、ビッグデータとして活用していくことが自治体の政策形成に役立つものではないかと考える。

ビッグデータの利用・分析は、大きな声をあげないサイレントマジョリティの声を「潜在ニーズ」として拾い上げることにもつながり、その潜在ニーズを具現化し、多くの人々が意識しないで発信している「無意識のニーズ」を政策形成に活かしていくことは、これからの街づくりに大いに貢献することになるのと考ええる。

また、地域通貨の導入等で得られるデータ特性を「集合知」として活用していくことも、年々厳しくなる決められた予算を市民の意識の優先度を把握して効率的に配分することにもつながり信頼性の高い行政運営を支えることになる。



第3章 地域通貨導入の検討

1節 地域通貨が自治体にもたらす効果

これまでの考察から、地域通貨は地域経済の活性化を促すものであり、通貨という価値以外のものを創出することが充分可能であるとの結論が導き出せる。

また、地域のイメージを演出することも可能で、地域ブランディングの一環としても非常に有効な手法のひとつであるとも言える。加えて地域通貨は、市民の地域への愛着や信頼感も高めることも可能であり、その運用手法によっては、今後の自治体の行政運営に重要な役割を担うビッグデータの取得も可能となる。

地域通貨制度を長期的に継続させることは、地域の活性化につながり、地域の魅力を引き出すことになるため、その運用には十分な検討が必要である。例えば、特産品等の「モノ」からのブランド化、地域の歴史からのブランド化、地域でしかみられない景色からのブランド化等の事例からも、その地域特有の強いメッセージ性を打ち出すことで成功させ、長期的な継続につなげられることを考察することができるだろう。

2節 地域通貨導入に向けての提案

様々な事例を研究した結果、大阪府内市町村での地域通貨制度の実現は、人口が比較的小規模の自治体では可能かもしれないと感じた。

地域通貨の導入には様々な手法があるが、研究会で学んだ「さるぼぼコイン」のような地域通貨であれば、金融法の遵守や金融機関の協力が必須となったり、導入期間の問題、セキュリティ面の問題、決済端末等整備のランニングコストの問題があったりする。このことを考えると、コンパクトシティと呼ばれる飛騨高山市や高松市、奈義町等は、地理的に「ある程度区切られた」地域性があるために成功しているのではないだろうか。

このような小規模自治体では、地域通貨には必須であると考えられるメッセージ性が比較的浸透しやすく、市民の行動特性もある程度誘導することが可能である。

これに対して人口が多い都市等では、価値観が多様化したりバラついたりする傾向にあり、市民に届くメッセージ性が希薄になりやすく、成功に結び付きにくいのではないかと考えられる。

ただし、人口が多い住宅都市のような町では地域通貨のような取り組みが全く不可能かといえ、そうではないと考える。

例えば、電子地域感謝券等を活用してふるさと納税の返礼品として利用したり、何らかのイベントの賞品のような位置づけで市民のスマートフォン等に地域通貨の手法を活用して配布したりしていくことも可能であろう。地域感謝券なら導入コストも少なく済むため、開始しやすく停止もしやすい。

また、人口が多いことを利用して、クラウドファンディングのような資金調達方法のひとつとして地域通貨の手法を実践していくことも可能である。人口が少ない地域で募るより人口が多い地域で募る方が賛同者を得やすいという側面もあり、地域通貨においては国外への規制がないので世界



中からの資金調達も可能である。国内外の人がサポートを検討する際には、比較的人口が多い大規模都市の地域通貨の信用度が高いと判断し、賛同する人も多く出現するのではないかと考えられる。

従前からの資金調達の手法としてはふるさと納税が存在するが、収入額より納税額が上回るようなことはできないため上限がある。これに対して地域通貨には上限は存在しない。

このように地域通貨は地域活性化や資金調達に有効であるが、人口の大規模・小規模に関わらず、自治体としては高齢者等のデジタルデバйдへのフォローを検討していくことも課題となる。



2. これからの地域通貨について

摂津市 保健福祉部国保年金課 尾川 一平

1章 研究目的

1節. 何を課題としているか。

これまでも「地域通貨」は全国各地であったが、成功事例としては、まだ多くないのが現状である。

その理由としては、地域商品券等は作成する場合のコストがかかることや、商品券を使う場所が限られていることにある。商品券を使う場所がなければ、流通が非常に困難となる。

発行する側も、使う側も便利でお得なものでなければ、持続して使われることはないため、管理運用が地域通貨の課題となる。

2節. 何を明らかにしたいか。

本研究会で、キャッシュレス社会が進む中、地域通貨導入の仕組みを検証することで、本市ならびに大阪府内市町村に対し、地域通貨を導入・運営・管理していく方法を明らかにしたい。

2章 先進事例の調査・考察

本研究会では、地域通貨の先進事例の視察を行い、研究を行ってきた。

1節. 飛騨信用組合 “さるぼぼコイン”

金融機関が運営している地域通貨の先進事例として視察を行った。

(1) 概 要

飛騨信用組合営業エリアの人口は、約114,800人

(高山市88,700人、飛騨市24,400人、白川村1,670人)

飛騨信用組合の取り組み

- ① よろず相談所 BizCon. HIDA
- ② クラウドファンディング FAAVO飛騨・高山



- ③ 地域活性化ファンド さるぼぼ結ファンド
- ④ インターンシップ 地域内外NPOと連携
- ⑤ さるぼぼコイン 電子地域通貨事業

さるぼぼコインの取り組み

2017年年12月4日地域通貨の電子化事業をスタート

現在利用ユーザーは約5,200名

累計コイン販売額は約3億8千万円（内約3億円は市場で使用）

加盟店については約750店舗

(2) 視察内容

QRコード決済を地域通貨として展開した、電子地域通貨“さるぼぼコイン”の概要と使用方法について視察。

(3) 使用手順

アプリをダウンロードし、スマホにさるぼぼコインをチャージすることで、お買い物やご飲食の際にキャッシュレスでお支払いがスムーズにできる。

チャージをした際、チャージ1,000円につき1%のポイントが付与されることから、現金よりお得にお買い物ができる。

お会計時に、客はさるぼぼコインで支払う旨を店側に伝え、アプリを起動する。

「支払う」をタップしPINコード（暗証番号）を入力。

カメラが起動する。

店頭に備え付けのQRコードを読み込む。

支払入力画面になったら、支払金額を入力する。

入力後、支払い内容確認をタップする。

表示された内容確認画面をお店のスタッフに見せ、確認してもらう。

支払確定をし、画面の下部が赤色から青色に変わったことを、お店のスタッフに見せ、支払いは完了となる。

手順はあるものの、財布から小銭を出す手間を考えると、楽にお買い物ができるというメリットがある。

加盟店側の目線からも、メリットがある。

加盟店側は飛騨信用組合から配布されるQRコードを店頭に置くだけで、端末導入コストと決済手数料はかからないため、導入が容易にできる。

会計時は利用ユーザーの決済画面を確認するのみの静的QR決済となり、かつ決済完了後、即時通知が届くので、会計作業の手間が省け、決済確認もできる。

また、決済完了画面では金額が点滅し、スクリーンショットでの不正防止も行っている。



電子通貨を利用してもらうことで、利用者の消費データが蓄積されるため、消費動向分析も行うことができる。

なお、換金手数料は加盟店の意見などを受け1.5%と設定している。



「さるぼぼコイン」加盟店外観



特徴

- ・可愛いロゴのため目立つ
- ・一目で「さるぼぼコイン」が使える店舗が分かる
- ・QRコードの利便性が抜群

2節. 近鉄グループホールディングス“近鉄ハルカスコイン”

事業者が運営している地域通貨の先進事例の視察を行い、研究を行った。

近鉄ハルカスコインについて

(1) 近鉄ハルカスコイン社会実験概要

	第 1 回	第 2 回
実施期間	2017年9月1日(金)～10月1日(月)	2018年10月1日(月)～12月10日(月)
参加者	KIPS会員から5,000人を募集	約165万人のKIPS会員から希望者全員
実施店舗	「あべのハルカス」内テナント 約200店舗	あべの・天王寺エリアの商業施設 約400店舗
通貨発行	現金5,000円に対し10,000コインを発行 (1コイン=1円相当)	現金+期間限定プレミアム10% (1コイン=1円相当) 現金は1,000円単位で100,000円まで チャージ可能



・第1回社会実験から変更した点

① 固定QRコード決済方式の導入

QRコードを紙に印刷して店舗に備え付け、利用者のスマートフォンで読み取る「固定QRコード決済方式」を新たに導入。

店舗側の運用にかかる負担を大幅に軽減。

第1回社会実験で用いた、店舗のタブレットに表示されるQRコードを、利用者のスマートフォンで読み取る「店舗用端末読取決済方式」も継続して利用可能。

店舗側の運営形態にあった決済方式を選択できる。

② 地域通貨特有の機能追加

○通貨の追加発行(チャージ)

現金により近鉄ハルカスコインの追加発行を受けられるチャージ機を導入。

○期間限定プレミアムの付与

近鉄ハルカスコイン発行について、有効期限を細かく設定できるようにした。

有効期限内に利用がない場合、減る仕組みとなっている。

流通を促進し、経済効果を高めることが期待される。

○実用化以降も継続して利用できるシステムの構築

第1回社会実験で開発した、ブロックチェーン技術を活用したシステムのプラットフォームを強化している。

参加者、施設の拡大や法制度に対応した基盤を構築している。

インターネットからのアクセスができないプライベートクラウドに顧客情報や取引情報など、個人情報情報を保管することで、セキュリティ面も一層強化している。



- ・発行カウンターが一目でわかる
- ・チャージ機で近鉄ハルカスコインの発行ができる
- ・チャージ機の横にスタッフがいため、機械操作が不安な方でも安心して使える
- ・期間限定プレミアムが付与されるため、お得感を得ることができる

(2) 視察内容

「近鉄ハルカスコイン」は、近鉄グループホールディングス株式会社が発行する電子通貨である。

スマートフォン利用によるQRコード決済となっており、使い方や利便性を確認した。



第1回社会実験では会計時に店舗側が生成するQRコードを利用者が読み込み、決済する方法のみであった。

第2回社会実験では新たに店頭で固定QRコードを設置し、利用者が読み込み、金額を入力し、店舗側に確認してもらう決済方法を導入している。



- ・簡単に決済ができる
- ・プレミアムがあるためお得にお買い物ができる
- ・コインをチャージしておくと、現金無しでお買い物ができる

(3) 考 察

電子通貨をチャージすることで、プレミアムが付与されることから、一定の利用者を取り込むことができると考える。私自身、普段値引きにならないブランド品を電子通貨を利用して購入した。10%のプレミアムは、大変お得に感じた。このプレミアムのようなものがあれば、今回お得に買い物をした利用者は、本格導入後も利用するであろう。

現在は、チャージ機が1台しかなく、利便性に課題があると思ったが、今後、駅等にチャージ機を複数台設置を検討しているとのこと。

面白い仕組みとして、近鉄ハルカスコインは、一定期間利用が無かった場合、コインの一部が消滅する仕組みとなっている。そうすることで、減価対象者の約3割の方が減価される前にコインを利用していると数値データで表れていた。私自身も、チャージをしたからには、使わないと損する気分になったので、即刻使用した。ただ、減価は少額のため、使わなかったとしてもプレミアムがあるため、お得になっている。

2025年に大阪で万博開催が決定したことで、外国人観光客がさらに増えると予想され、外国人向けの電子通貨である「アリペイ」等の導入が進むことが予想される。チャージ機も外国人観光客が利用できる環境になれば、より一層利便性が上がり、消費に繋がると考える。日本人への普及より先だって、外国人観光客用の電子通貨が普及する可能性も感じた。

電子通貨は、経済の活性化の起爆剤となりうる。

しかし、地域通貨として地域経済を回すのであれば、行政との連携等があるほうがより良い。地域でのお金の循環が生まれることで、地域経済は発展する。地域で利用されるためには、ただの決済ツールではなく、お得な情報を受け取ることができるなど生活アプリとして利用できれば、より地域密着に繋がる。



実際に使用したスマートフォンの画面



チャージした近鉄ハルカスコインを
義援金として使うこともできる

3章 まとめ

1 節. 地域通貨の事例

○「アトム通貨」

商店街での取り組みである。

様々なプロジェクトに参加することで「アトム通貨」をもらうことができる。

手塚治虫の事務所がデザインしたもので、そのファンが、「アトム通貨」欲しさに商店街のプロジェクトに参加する人もいる。

○「リアス通貨」

コミュニティの結束が目的の地域通貨である。

岩手県宮古市の商店街が東日本大震災復興支援の手段として開始。

物資の代わりに地域通貨を贈ることで被災者の必要な時に必要な物を被災者のお店から購入する仕組み。

○「モリ券」

環境問題解決が目的である。

森林保全活動に対して地域通貨を渡すことで、地場産品との交換ができる。

○「ビーチマネー」

ビーチをきれいにすることが目的の地域通貨である。

ハワイでも実施している。



○「ナギフト」

岡山県奈義町にて実施している。

ナギフトカードを発行。

ポイント、電子マネー、支援券機能を有したICチップを搭載。

カードの利用促進及び出生転入ポイントとして、既に50ポイントが入った状態でカードを交付。

それぞれの活動に応じて、その都度内容に応じたポイントが付与される。

例えば、健康づくりとして、ウォーキングプールの利用や各種検診の受診をすることでポイントがたまる。

町内加盟店で、お買い物をして、ポイントを得ることができる。

ナギフトカードにより、地域内経済の循環が可能。

○「アクアコイン」

木更津市にて実施している。

スマートフォン決済。

地域金融機関・行政・商工会議所の連携によるスマートフォンを活用した電子地域通貨のプラットフォームを構築・運営することで、市民等の地域への愛着を高め、地域経済と地域コミュニティの活性化を目指している。

アクアコインのアプリでは、参加店をカテゴリ別に検索ができて便利な仕様となっている。

○「めぐりんマイル」

香川県独自の地域ポイント。

めぐりんマイルは、多種多様なジャンルの加盟店と多くのカードユーザー数により、地元経済の活性化に貢献している。

平成21年にスタートし、現在、約12万枚を発行し、県内年間決済額、約40億円、WAONは県内約30万枚を発行し、県内年間決済額約200億円、WAON加盟店は、以前、340店舗から順調に伸び、500店舗あまりに拡大している。

大手流通事業者イオンと地元の商店街、郊外の小売店等が一枚のカードで繋がり、新しい事業スキームを展開し消費喚起や様々なシナジーを創出している。

清掃活動などのボランティアに参加することでポイントがもらえ、ポイントを使って地域のスポーツチームへ寄附が可能。

利用者は、県内のイオン、マルナカ（イオングループ傘下のスーパー）、一部のめぐりん店舗でWAONカードの購入を行い、買い物等に備えチャージ機で現金チャージを行う。入金限度額は5万円、千円単位で電子マネーとして使用できる。

めぐりん加盟店では、めぐりんマイルもWAONポイントもダブルで貯めることができる。

また、家庭で余った食品を寄付することで地域ポイントが付与される。食べられるのに捨てている食品ロスを削減することができる。



2節. 地域通貨導入に向けての提案

本研究会にて研究してきたことを踏まえ、摂津市にて地域通貨を導入する場合の提案をする。

(1) 地域通貨導入にあたり、3つの提案

まず一つ目の提案として、「地域の特性を考える」。摂津市では何があって、何がないのか。地域の特性を考え、理解することで円滑な地域通貨の導入に繋がる。また、その地域でしかできないことを地域通貨に盛り込むことで地域愛も育まれる。

二つ目の提案として、「地域通貨の協力をしてくれる団体を探す」。

地域通貨導入をする際、協力していただける団体があれば、協力要請をする。

例えば、商工会・銀行等が協力していただけると、地域通貨として流通が成功しやすい。協力していただける団体がない場合は、行政のみからの発信となり、地域通貨の流通は難しい。

三つ目の提案として、「地域通貨の使用方法を決める」。地域性から、紙ベースで地域通貨を使用するのか、スマートフォンを使用した決済を使うのか、またはカード決済にするのかを判断する。紙ベースの地域通貨や、クーポンがない自治体は、紙ベースから始める方が良い。視察した、「さるぼぼコイン」なども、始めは紙ベースのクーポンから行い、ステップアップして電子化している。いきなりスマートフォンを使用した決済等を始める場合は、商店街などの理解を得ることが難しい場合があるため、紙ベースで地域通貨を実施し、段階を踏んでスマートフォン決済やカード決済に移行する方がスムーズにいく。紙ベースの地域通貨が普及した後、スマートフォン決済やカード決済の地域通貨にステップアップする。

(2) 3つの提案から摂津市での地域通貨導入へ

摂津市では「セッピースクラッチ」が普及しているため、それを基に電子化することで円滑に導入・運営・管理することができると考える。

また、商工会・銀行等と提携して、スマートフォンのQRコードを利用した決済方式にすることで、利便性が高く、導入費用も抑えることができる。

地域通貨導入当初は、地域を限定して実施し、少しずつ地域を広げていくことで、無理のない普及を目指す。

(3) 摂津市でのスマートフォンのQRコードを利用した地域通貨導入後

セッピースクラッチに付随するスマートフォンのQRコードを利用した地域通貨導入後は、QRコードを利用した決済方式を活用し、税金や手数料を支払えるような仕組みを構築する。

摂津市内でお買い物をすることで、セッピースクラッチをもらい、それを地域通貨として税金や手数料に使えることで、「摂津市内で地域通貨が循環」する。地域外に出るお金を減らすことで、地域の活性化を図る。



3節. 最後に

行政発信で地域通貨を導入する場合、次の3点が重要と考える。

一つ目に、「地域通貨をもらえる場所」。地域通貨をもらえる場所が限られると、地域通貨が流通しないため、多くの場所でもらえるような仕組み作りが必要。

二つ目に、「地域通貨を使える場所」。地域通貨を使える場所が少ないと、使う場所を探さないといけないため、不便になる。多くの場所です使える仕組み作りが必要である。

三つ目に、「地域通貨のお得感」地域通貨をもらうこと・使うことで、お得感がなければ普及は難しい。プレミアムを付与するような仕組みが必要だ。

あえて四つ目の重要ポイントをあげるとすれば、「地域通貨の面白さ」である。法定通貨にはない、面白さを組み込むことができれば安定した運用ができる。地域通貨は、地域独自で実施できるため、その地域でしかできない遊び心をほんの少し入れることで、地域愛を育むことができ、地域活性化になる。



3. 地域通貨やマイキープラットフォーム 構想を使った地方創生について

八尾市政策企画部政策推進課

女性活躍推進室 村田 恵実

1 章 研究目的

はじめに

日本では、2008年を境に人口減少に転じ、2040年には約900もの自治体が消滅する可能性があると言われ衝撃が走った。人口減少は、消費や経済力の低下、自治体衰退につながることから、各自治体では、抑制・改善するために地方創生に力を入れ、取り組みを進めている。

そこで、国では地方公共団体と一体となって、地方創生の深化に取り組むため、急速な少子高齢化の進展に的確に対応し、人口減少の歯止めをかけるとともに、将来にわたって活力ある日本社会を維持していくために、平成26（2014）年11月に「まち・ひと・しごと創生法」を公布し、同年12月には「まち・ひと・しごと創生総合戦略」が定められた。

八尾市においても、国や府と歩調を合わせて取り組みを進めるため、一人ひとりが夢や希望を持ち、潤いのある豊かな生活を安心して営むことができる地域の形成、地域社会を担う個性豊かで多様な人材の確保、地域における魅力ある多様な就業の機会の創出を一体となって推進することをめざし、「元気をつなぐまち、新しい河内の八尾」の実現をめざしているところである。

そこで、地域通貨には新たな可能性が秘められているのではないかと考えたため、本研究会に参加し、今後の施策に反映することを目的として研究を行う。

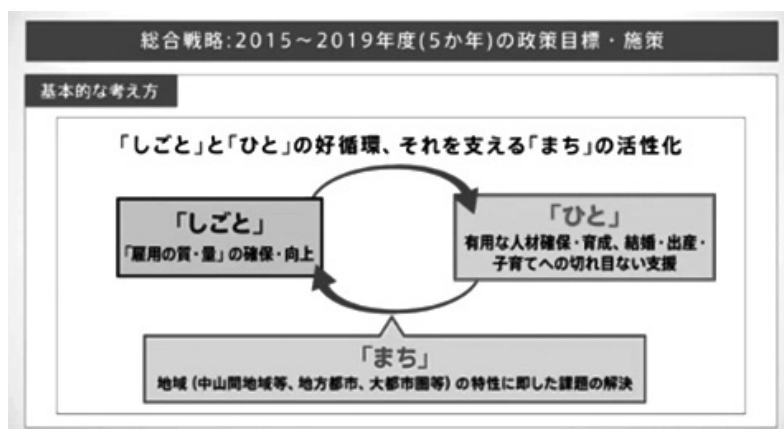


図1 まち・ひと・しごと創生総合戦略の考え方
(内閣官房・内閣府 総合サイト「長期ビジョン」「総合戦略」のポイントより)



1節 何を課題にしているか

人口減少によりもたらされる地域（地方圏）の課題は深刻であり、仕事、人、お金の三つのキーワードを基に現状を把握する。

また、地域通貨は、1999年の地域振興券をきっかけに、全国でも地域コミュニティや地域経済活性化を目的に発行されていたが、定着せずに衰退している。何が問題であったのかを研究するため、特性を把握し地域通貨の可能性を検討していきたい。

◆地域（地方圏）の課題

① 「仕事」…… 地域にある仕事は何か

人は住む場所に関わらず、衣食住の環境を整える必要がある。人口減少に悩む地域では小売店や企業数は減少していき、不便な生活環境になりがちである。このような地域には、医療・福祉分野の仕事はあるが、他分野では就職しにくい状況である。

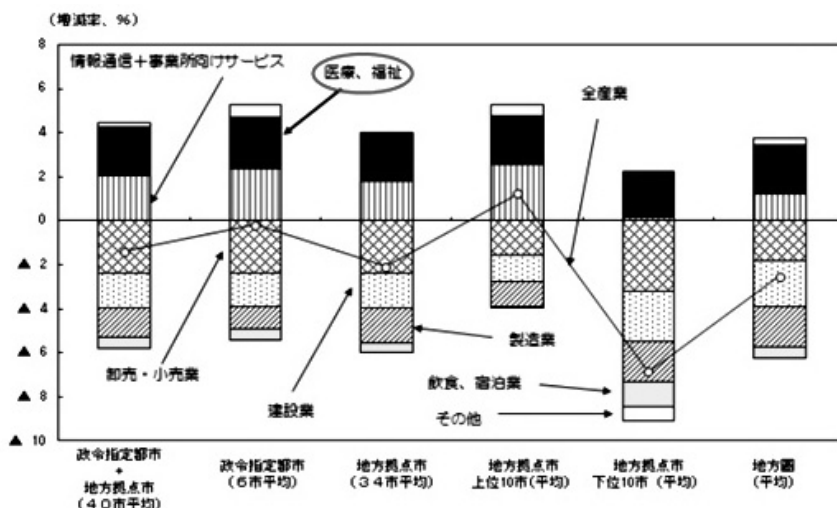


図2 地方圏の拠点都市における就業者数の変化（2001⇒2006年）
（内閣府「地域の経済2008」より）

② 「人」…… 地域に残るのは誰か

若者層の希望を満たすような就職先がない地域からは若者は出ていき、多くの高齢者が残ると考えられる。若者にとって魅力あるまちとなるためには、就職・結婚・出産・育児など、生涯を通して生活しやすい環境が求められるが、若者が少なくなればなるほど環境を整えることが難しくなると想定される。

③ 「お金」…… 地域経済はどうなっていくのか

高齢化に伴い医療費、介護費は増加し、継続的に費用が必要となる。自治体は、限られた資源を最大限に活用し、持続可能な行財政運営を推進していくことが求められるが、若者がいない地域では、社会保障に関わる費用のみが膨らんでいき、健全な行政経営を行うことが難しい。

つまり、地域に人口が少なくなると消費や経済力は低下し、地域内だけで経済を循環させることは難しくなり、最悪の場合、自治体の消滅も免れない。



◆地域通貨の特性と課題

(従来の地域通貨の特性)

① 地域内の共通ポイント

小売店や商店は、各店舗でポイントカードを作成するなど、来客数増加や購買促進のための工夫を行っていた。だが、カードが増えると、使用頻度が高い店舗のカードのみが使用されるようになる。そこで、地域内でポイントを集約することで、地域全体としての経済効果を狙い、地域通貨が導入された。購買時のポイントだけでなく、活動報酬にもポイントの授受がされており、地域コミュニティの活性化も見込まれていた。

しかし、不景気の中で、商店や小売店は自店で付与したポイントを他店で使用することへの理解が得られず、加盟店は増えず、地域内で循環することなく衰退したようである。

② 使用エリア及び使用店舗の制限

法定通貨である“円”と違い、地域通貨は、運営主体により使用エリアや店舗を制限できるため、目的に沿った使い方を促すことができる。また、地域通貨は、各地域オリジナルのものが作れ、域内でやり取りができるため、地域に愛着が持てる。しかし、加盟店数が増えないことには利用者も増えず、地域通貨が軌道にのることは考えにくい。

(地域通貨の課題)

地域通貨は、1ポイントを1円として利用できるなど、法定通貨同等の感覚で使用でき、見える化された紙幣のようなものである。

また、従来の地域通貨は、スタンプカードや金券のようなものが多く、地域内のどこで使われたのか循環の様子をみることができた。しかし、通貨としての価値だけで地域通貨をみると、法定通貨に便利さと安心さの面で劣る。地域通貨を導入させるためには、そのほかの魅力が必要である。また、管理面でも多くの人件費等がかかっている点も課題であったと考えられる。

2節 何を明らかにしたいのか

全国各地に600ほどあった地域通貨のほとんどが軌道に乗ることなく衰退している。

そこで、なぜ、再び地域通貨の導入が検討されるのかを、先進的に取り組みを進めている他市町村等を例に、研究を進めていきたい。また、持続させるための取り組みや地域社会で循環させるための仕組みづくりについて、学ぶ。



2章 先進事例の調査・考察

地域コミュニティ活性化に力を入れている「めぐりんマイル」とマイキープラットフォーム構想で実施している「高松市ポイント」「シルバーエミカ」、八尾市で衰退した地域通貨「フレ」について、調査研究を行った。

1. めぐりんマイル（ICカード方式）

(1) 概 要

めぐりんマイルは、香川県をエリアにWAONカードのインフラを活用し、平成21年にスタートした。大手流通事業者イオングループと香川県内の地元の商店街、小売店等が一枚のカードで繋がるなど、暮らしに根付いたポイント制度を構築している。

現在、めぐりんマイルが溜まるカードは、約12万枚発行され、加盟店は約500店舗にまで拡大し、年間40億円決済するなど地域経済の活性化に貢献している。ポイントの期限は、最終使用日から半年間であるが、貯まったマイルを1マイル1円として、即日、利用可能である。

また、めぐりんマイルは、清掃やボランティア活動に参加することでポイントがもらえたり、高速バスでお出かけしてポイントがもらえる事業も行っている。また、地域貢献活動に寄付したり、地元スポーツ団体のイベントにポイントで参加できるなど、幅広い事業展開により地域経済だけでなく、地域コミュニティの活性化に寄与している。

(2) 視察内容

めぐりんマイルは、高松兵庫町商店街振興組合で地域ポイントを検討している中での導入であったこともあり、商店街が地域通貨に積極的な姿勢であり、活気を感じた。また、導入に際しては、導入コストを抑えることと定着させやすいようにするため、大手企業のWAONカードに相乗りした。

軌道に乗っているように見えるめぐりんマイルでも、加盟した店舗の3分の2（1000店舗）は脱退したそうである。その理由は、先行投資でポイント制度を地域で整え、地域全体の売り上げを伸ばしていくことへの理解が得にくく、再加入も少ないと伺った。

(3) 考 察

① 運営主体をどこにするか

めぐりんマイルの場合は、運営主体が民間企業であり、振興組合も地域通貨に積極的であったため、地域を巻き込みやすかったと考えられる。運営主体は、商工会議所や地元にある大手企業、交通系企業、金融機関、行政機関など考えられるが、どこが運営するかによって地域での波及の仕方や盛り上がり方が変わることを学んだ。

② 地域通貨を地域に定着させるポイントは何か

香川県を代表するめぐりんマイルでも、かなりの店舗数が脱退している。地域に定着させ



るには、加盟店数や事業内容の幅を拡大し、総合的な利便性の向上を図るとともに利用者を増やしていく必要があり、同時並行での対応が重要であることを学んだ。

また、公共料金や光熱費など、定期的に支払いが必要になる生活費をポイントで払えるようにすることが、大幅な利便性向上の要点であると教えていただいた。

③ 地域通貨のカギは女性か

サイテックアイ株式会社の大澤社長の、「女性は地域通貨を通貨としてだけでなく、様々な価値を見出せるのではないか」という言葉がとても印象に残っている。ハルカスコインの利用者も、30～50代の女性が多いとのことであった。女性の視点を活かした事業展開を検討すべきではないかと感じた。

2. 高松市ポイント（マイナンバーカード方式）

（高松市について）

高松市は、四国の玄関口として繁栄し、香川県の中央に位置し、北は瀬戸内海、南は徳島県まで続き讃岐山脈があるなど、便利な都市機能とのかな田園風景が調和したまちである。

高松市を大阪府内と比べると、市域面積は、府内最大の大阪市の約1.7倍、人口は府内4番目である枚方市の約40万人よりも多く、栄えたまちである。

現在は、低密度で拡散型の市街地となることを抑制するため、人と環境にやさしい真の田園都市高松をめざし、「多核連携型コンパクト・エコシティ推進計画」を策定し、コンパクトで公共交通を基軸としたまちの実現に向け、取り組みを進めている。



図3 高松市の概要
(高松市パンフレット「香川県高松市高松が誇る景観「屋島」の再生」より)

(1) 概要

高松市ポイントは、総務省の「マイキープラットフォーム構想」に基づき情報基盤を活用した自治体ポイントであり、クレジットカードなどのポイントやマイレージを地域経済応援ポイントとして自治体ポイントに変換し、地域経済活性化のために使えるものである。高松市内では、「KAME券」や「めぐりんマイル」に変換し、購買に使用できる。



使用方法是、マイナンバーカードを作成後、各自でマイキーIDを取得し、クレジットカードやマイレージを自治体ポイントナビ上で、自治体ポイントである「高松市ポイント」に変換する。その後、「KAME券」もしくは「めぐりんマイル」に変換し、飲食店や商店街等を使用する。

「KAME券」については、以前から発行があった高松丸亀町商店街で利用できる地域通貨であり、高松市ポイント500ポイント毎に500KAME券に交換でき、500円の金券として使用できる。高松市ポイントから「KAME券」への交換方法は、同商店街内のインフォメーションセンターで交換でき、同商店街内のお店であれば、ほとんどのお店で利用できる。

また、「めぐりんマイル」は、先ほど説明したとおりであり、めぐりん事務局が運営する地域ポイントである。高松市ポイント1ポイントから1めぐりんマイルに交換でき、マイナンバーカード取得後の利便性の向上に寄与しているが、交換する際には、めぐりん事務局にてマイキーIDとめぐりんIDとの紐づけが必要となる。2回目からは、高松市役所1階の無人端末機にて交換できる。

※マイキープラットフォーム構想とは

……マイナンバーカードのマイキー部分を利用し、市民の公益的な活動の支援と地域の消費拡大につなげることを目的とした総務省が行う事業のこと

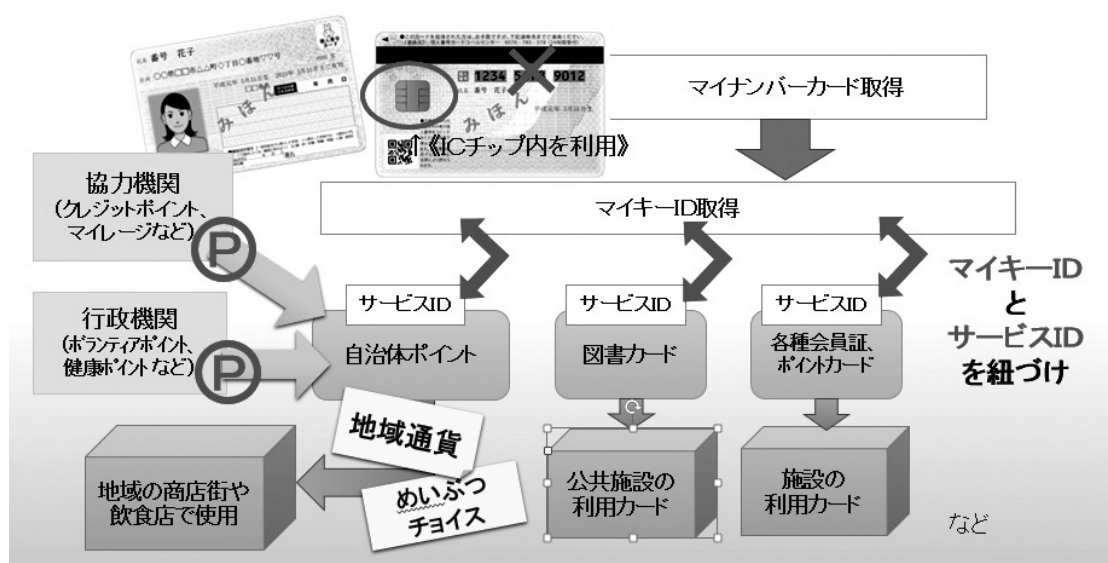


図4 マイキープラットフォーム構想のイメージ図（著者作成）

(2) 視察内容

「高松市ポイント」の導入に関わるコストは、市内に以前より「KAME券」や「めぐりんマイル」などの地域通貨があったことが大きく、費用はほとんどかかっていない。また、無人端末機は全国初の取り組みで、無料設置のため、費用をかけずに実証実験を行えている。

しかし、導入後は毎年継続した費用がかかってくるため、初期費用を含め、運営費をどう捻出するかは大きな課題である。



また、高松市のマイナンバーカードの取得率は、平成30年10月末現在11.7%。全国では12%と同様に伸び悩んでおり、全国的にマイキープラットフォーム構想への理解と普及促進への支援を行う必要があると考えられる。

さらに、自治体ポイントのままでは購買に使えない等、手続きが煩雑であることや、協力会社から自治体ポイントに交換する際には、一定数のポイントが必要であること、使用場所に制限があることが問題点と考えられる。

(3) 考 察

① 地域の基盤

高松市のように、地域通貨の基盤がある市町村は少ないと思われる。マイキープラットフォーム構想は、地域通貨の基盤がないところでも基盤の一つとなり得、上手く活用できないか検討する余地がある。

② マイキープラットフォーム構想を活用した地域経済活性化

民間企業のポイントを1つにまとめ、地域経済活性化のために使用できる自治体ポイントのシステムは、魅力的だと感じる。マイキーIDとサービスIDの紐づけは絶対必要になると考えるため、手続きを簡素化するためには自治体ポイントのまま購買できるようになればいいのではないかと考える。総務省で協力企業との連携を強化し、ポイントの交換を1ポイントからできるようにすることと、ポイントの価値を高める工夫を行う必要がある。

また、各自治体においても、利用者を増やすため、自治体ポイントに付加価値をつける工夫が必要である。使用場所の拡大、ポイント付与の検討、会員証としての利用施設の拡大など、利便性の向上を検討する必要がある。

③ 地域通貨の使用エリアの検討

高松市ポイントは、2種類の地域通貨に交換できる。「KAME券」は、高松丸亀商店街を中心として加盟店舗で使用でき、「めぐりんマイル」は、香川県内の加盟店舗で使用できる。使用エリアを運営主体で決めることができる点も、地域通貨の面白いところであり、魅力であると思った。

④ マイキープラットフォーム構想の魅力

地域通貨とマイキープラットフォーム構想を連携させることで、今後の事業展開の可能性が高まるのではないかと感じている。災害時などの非常時の情報発信や、対象を絞った効率的な情報発信、生活に必要な情報の授受など、情報があふれる社会の中で効率的な生活の実現ができるとともに、魅力あるまちづくりにつながれると考える。



3. 三重県津市「シルバーエミカ」の導入（ICカード方式）

(1) 概 要

津市では、コミュニティバスを年間約8万8,000人が利用している。乗客の8割は高齢者であり、利用拡大と外出に活用してもらうため、運賃を無料にする施策を検討していた。

しかし、年間の運営費用を考えると、財政的に導入は難しい状況であったが、補助金を使いマイキープラットフォーム構想を利用した事業を検討し、導入することになった。

シルバーエミカは、現在、1割程度の高齢者（約8,000人）の利用がある。65歳以上の高齢者のマイナンバー取得率は20.38%と、津市全体10.75%の倍近くあり、効果が出ている。

なお、高齢者の外出支援を目的にしているため、クレジットカードやマイレージのポイントを自治体ポイントとして集約し、地域経済活性化に活かすことはできない。

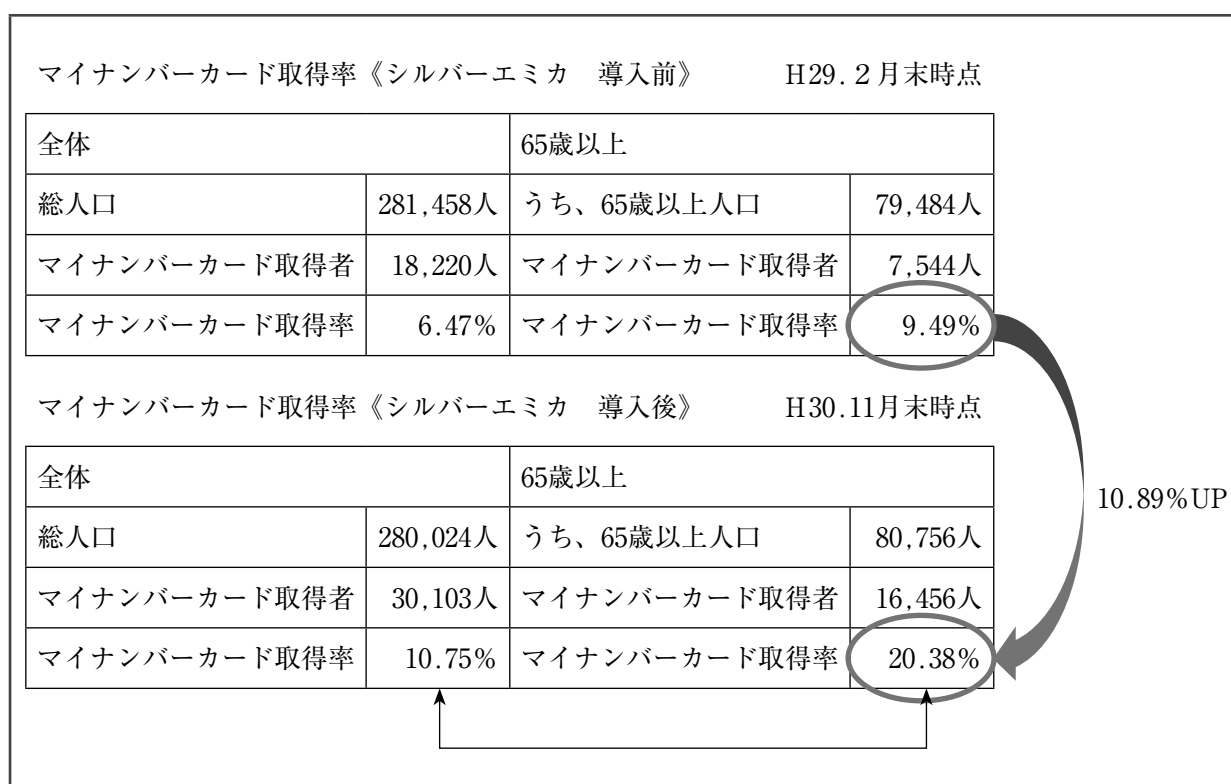


図5 シルバーエミカ導入前後のマイナンバーカード取得率の変化（著者作成）

(2) シルバーエミカの取得・利用方法

マイキープラットフォーム構想を利用したシルバーエミカは、津市のコミュニティバスで提示すれば、無料乗車できるICカードである。

初回交付時に2,000ポイントの乗車ポイントが付いており、1ポイント1円相当で三重交通グループ路線バスの運賃払いにも使用できる。2年目以降は、前年度のポイントを、2,000ポイントを上限にチャージされる。

また、シルバーエミカは、現金チャージが可能であり、ポイントが無くなっても引き続き乗車カードとして利用することができる。

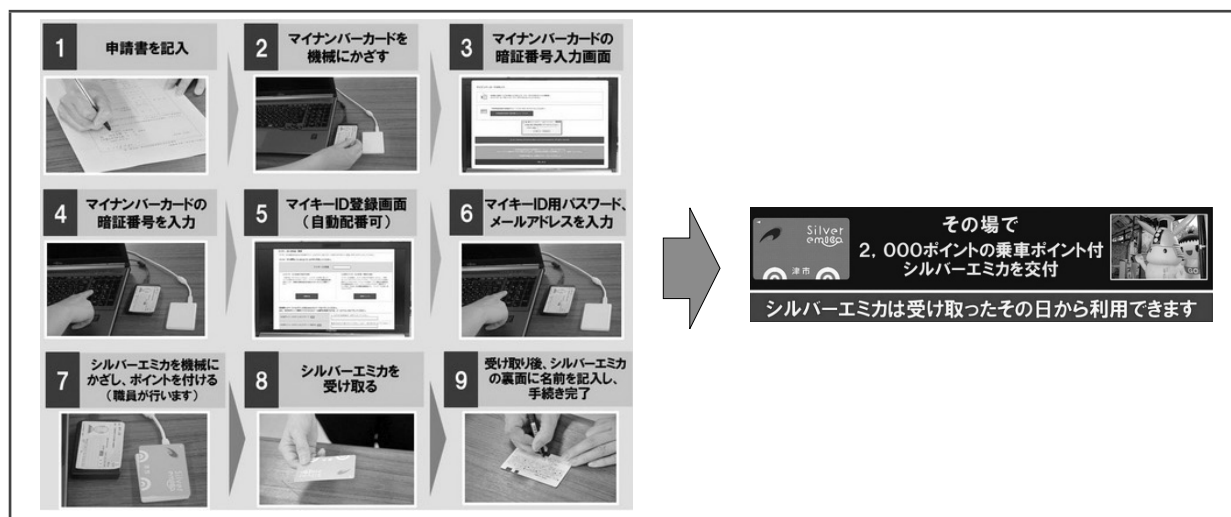


図6 シルバーエミカの取得・利用方法（津市ホームページより作成）

(3) 考 察

① 利用者が増えない原因は、手続きが煩雑だからか

シルバーエミカは、行政機関が運営主体で民間企業と連携し、市民サービス向上のために上手くマイキープラットフォーム構想が使われた事例であった。煩雑な手続きの部分を支援することで、高齢者は喜んでシルバーエミカを利用していることが分かった。

② 民間企業と連携したことによる相乗効果

民間企業と連携する際、ICカードを市が作成することを条件に実施された。民間企業にとっても利用が増えることは望ましいことであるため、IC機器の導入は率先してしてくれたようである。その他市としては、年間2,000ポイントの付与にかかる費用は必要になるが、乗車率向上、高齢者の外出促進により健康寿命が延び、医療費削減になるなど相乗効果は計り知れないと思った。

③ 「シルバーエミカ」の波及効果について

シルバーエミカに、健康ポイントやボランティアポイントの付与を検討することで、更なる健康寿命の向上をめざすことができる。また、クレジットカードやマイレージのポイントが自治体ポイントとして集約できるようにすることで、地域活性化へとつなげることができる。

また、対象を広げ、子育て中の世帯にも育児エミカなどのようなものを配布し、子育てしやすい環境を整えるなど、基盤があれば幅広い年代層の利便性向上につなげていけるのではないかと感じた。

また、シルバーエミカは、めぐりんマイルと違い、現金チャージできる点も地域活性化へとつなげていける要点ではないかと感じた。



4. 八尾市のフレ（紙方式）

(1) 概 要

八尾市には、地域経済を活性化させるという目的で、地域内での事業間協力により2009年から2012年頃にかけて「フレ」という地域通貨があった。無料で加入できたため、八尾市内の13商店街370店舗、個店12店舗の合計382店舗で利用できるまでに成長していたが、軌道にのることなく衰退している。

地域通貨フレの導入は、地元から声があがり地元企業の代表などを交えてNPOを立ち上げ、市の助成金の元、導入した。ボランティア謝礼などをフレで支払うなど、地域コミュニティの活性化にも取り組んでいたが、預託金を積まず導入したため、フレ発行後の有効期限は6ヶ月であった。八尾市内で、市民から商店・小売店やものづくり企業へと巡回する想定であったが、6ヵ月という期限があることや事務局で100フレを100円に換金してもらえることから、循環することなく早期で換金され、事業展開が難しくなり衰退した。



図7 地域通貨フレと八尾市地域通貨キャラクターフレ君（NPO法人八尾市生き生き会議ホームページより）

(2) 考 察

① フレの失敗から学んだこと

運営主体は、導入資金や預託金のことを考えると、市内の民間企業か金融機関が望ましいのではないかと感じた。市が補助金を出すことで、導入や一時的な基盤を整えることはできるが、継続した運用を考えると、ランニングコスト等は協力団体や加盟店みんなで負担することが望ましいと考える。しかし、コストが高くなると先行投資への理解が得られにくく、加盟店数が増えないと想定される。

② 地域通貨を軌道にのせるポイントは

地域通貨を導入するには、消費者である市民の利便性が高いなどのメリットがあることや事業者や加盟店にとっても利益や効果がないと地域通貨は軌道にのらないのではないかと感じた。

行政機関は、各課で目標が異なることから、連携して1つの目標に対し地域通貨を導入ことは難しいと考えられる。行政機関は、仕組みづくりを行うことで安心感を与え、加盟店等が自ら事業展開していく方がよいと学んだ。



3章 まとめ

1節 地域通貨がもたらす自治体への効果

地域通貨やマイキープラットフォーム構想を活用した事業展開することにより、地域の特色を色濃く出せることと、従来とは違いIT化が進んでいるため業務の効率化にもつなげることができることが分かった。特に、法定通貨の円ではできない使用エリアを制限することにより、地域経済やコミュニティなどを活性化することができ、自立したまち（地域）を維持することができる。そして、域内で消費力を高めることで就労の幅も広がり、若者が大都会に集中することもなく均衡がとれた社会が実現することがわかった。

行政機関としては、地域の特性を踏まえ、公的機関、企業、住民、NPOなどの多様な主体が連携し、課題解決に取り組める体制の構築が重要であると考え。その体制を整えるためには、地域通貨の運営主体は行政以外が望ましく、それぞれの事業所が使命や意義を見出し、自主的な活動を活発化させることで、地域に活気が生まれる。地域内での交流が深まってくると、高齢者等の孤立化を防いだり、子どもの犯罪被害を減らせたりするなど、安心・安全なまちづくりにもつなげることができる。

しかし、情報が氾濫し、多様な要求がある中で、幅広い市民や事業所の満足度を得られる事業内容を検討するには時間を要すると感じている。地域通貨の導入には、ある程度の基盤を整え、導入後に更なる拡大を図っていくというスタイルが望ましいと考える。

そこで、今回学ばしていただいた内容から、現実可能かどうかは分からないが、総合的なアプリを通して、地域通貨を使った地方創生を検討していきたい。

2節 アプリを使ったキャッシュレス事業の提案（素案）

日本は未だ紙幣での購買が8割を占めるが、増税に向けキャッシュレス化が加速する中で、八尾市は19.3%（平成30年12月1日現在）と、全国的にもマイナンバーカードの取得率が高いことから、マイキープラットフォーム構想を活用したアプリ事業を検討する。



(参考) 表1 全国と大阪府内の市町村のマイナンバーカード交付状況

(平成30年12月1日現在)

都道府県名	市区町村名	総数(人口) [H30.1.1時点]	交付枚数 [H30.12.1時点]	交付率
全国		127,707,259	15,642,405	12.2%
大阪府	大阪市	2,702,432	398,108	14.7%
大阪府	堺市	840,622	111,950	13.3%
大阪府	岸和田市	196,871	21,749	11.0%
大阪府	豊中市	405,974	54,216	13.4%
大阪府	池田市	103,556	13,466	13.0%
大阪府	吹田市	370,583	57,974	15.6%
大阪府	泉大津市	75,271	9,191	12.2%
大阪府	高槻市	353,563	54,684	15.5%
大阪府	貝塚市	87,936	9,332	10.6%
大阪府	守口市	144,102	18,843	13.1%
大阪府	枚方市	403,989	55,292	13.7%
大阪府	茨木市	281,675	37,752	13.4%
大阪府	八尾市	267,642	51,538	19.3%
大阪府	泉佐野市	100,739	11,230	11.1%
大阪府	富田林市	112,931	13,092	11.6%
大阪府	寝屋川市	235,705	32,613	13.8%
大阪府	河内長野市	107,280	13,303	12.4%
大阪府	松原市	120,835	13,182	10.9%
大阪府	大東市	121,773	16,260	13.4%
大阪府	和泉市	186,156	19,579	10.5%
大阪府	箕面市	137,980	21,572	15.6%
大阪府	柏原市	70,118	8,060	11.5%
大阪府	羽曳野市	112,719	14,039	12.5%
大阪府	門真市	123,632	13,891	11.2%
大阪府	摂津市	85,404	15,253	17.9%
大阪府	高石市	57,932	5,932	10.2%
大阪府	藤井寺市	65,311	8,069	12.4%
大阪府	東大阪市	491,939	56,129	11.4%
大阪府	泉南市	62,796	7,079	11.3%
大阪府	四條畷市	55,794	6,498	11.6%
大阪府	交野市	77,899	10,592	13.6%
大阪府	大阪狭山市	58,232	6,833	11.7%
大阪府	阪南市	55,277	6,745	12.2%
大阪府	三島郡島本町	30,601	3,775	12.3%
大阪府	豊能郡豊能町	20,025	3,367	16.8%
大阪府	豊能郡能勢町	10,393	1,094	10.5%
大阪府	泉北郡忠岡町	17,270	1,749	10.1%
大阪府	泉南郡熊取町	43,927	5,297	12.1%
大阪府	泉南郡田尻町	8,767	975	11.1%
大阪府	泉南郡岬町	16,132	2,345	14.5%
大阪府	南河内郡太子町	13,570	1,301	9.6%
大阪府	南河内郡河南町	15,729	1,440	9.2%
大阪府	南河内郡千早赤阪村	5,362	590	11.0%

(総務省ホームページ「マイナンバーカード交付状況」より作成)



◆事業テーマ：「地域を身近に、自分の過ごしやすい“まち”に」（スマートフォン方式）

① アプリの事業内容

（アプリの全体像とポイント）

八尾市の広報内容の発信、市内の情報発信（団体等含む）、公共施設等の利用カード、市内での支払い時に使えるなど、複合的なアプリを検討する。市税や公共料金、お買い物や飲食代など生活にかかる費用をアプリを通して、キャッシュレス決済できるようにしてはどうかと考えている。この提案のポイントは、マイキープラットフォーム構想を使い、自治体ポイントとアプリを連動させるところである。

〈アプリにするメリット〉

1. QR決済することにより、行政機関も加盟店も手続きの簡素化につなげられる。
2. 位置情報や通知機能を使うことで、災害時などの緊急情報を発信できる。
3. マイキープラットフォーム構想と連動させることにより、対象を絞った効率的な情報発信ができる。
4. 市民団体や民間企業、商店等が各自で情報発信することで、地域や地域コミュニティ活性化につなげることができる。また、アプリが苦手であったり使えない方には、ICカードの付与を検討する。情報収集はできないが、自治体ポイントでの購買や施設利用カードとしては使用可能である。

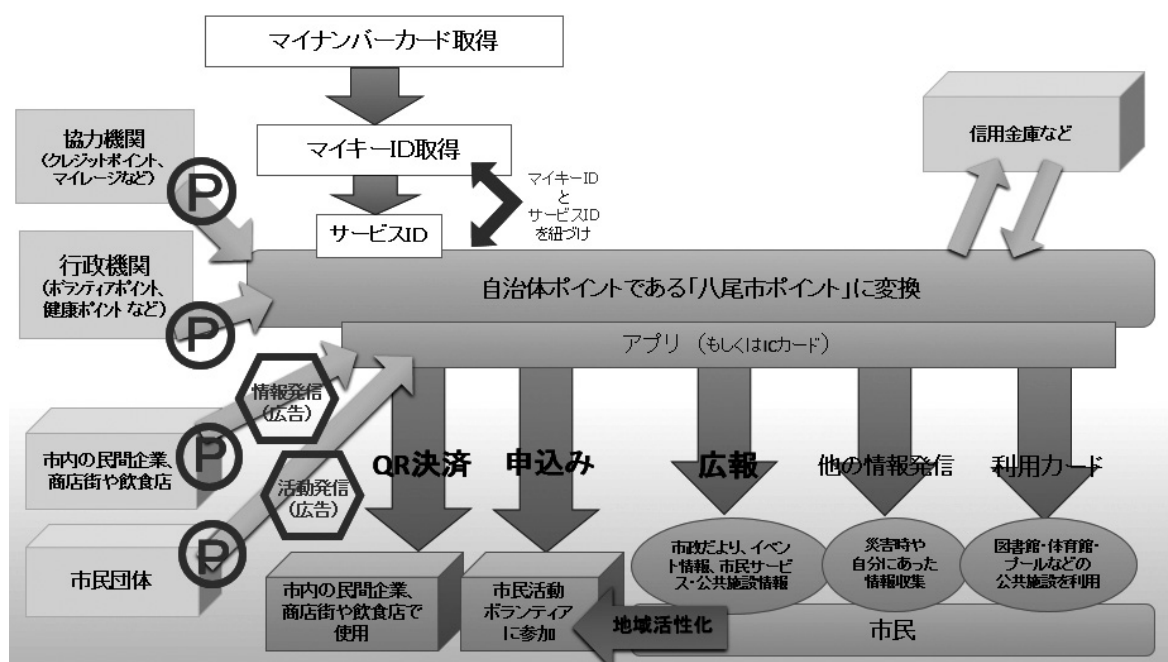


図8 地域を身近に、自分の過ごしやすい“まち”にするためのイメージ図（著者作成）

（運用主体と加盟店）

八尾市ポイントの有効期限を最終使用日から1年間としたいため、運用主体を金融機関（信用金庫）にしてはどうかと考える。信用金庫の預金残高および融資額が上がることで地域に根付いた金融機関となり、民間企業や商店を支え、地域の繁栄を図る相互扶助の仕組みをつくる



ことができる。

市内の民間企業や商店、また市民団体なども加盟でき、加盟店にはIDとパスワードを付与することで各自情報発信できるようにする。利用が増えることで、情報発信の効果が高まるため、加盟店の増加も見込めると考える。

1つのアプリから市内のさまざまな情報が得られることで利便性とお得感を感じてもらい、利用者の増加をめざす。

（導入コスト）

導入にかかるコストは、金融機関と行政機関で調整する。QR決済にかかるコストを抑えたいため、はじめは静的決済*とするが、この事業及びキャッシュレス化が軌道にのってきた頃に動的決済*に変えてはどうかと考える。

なぜなら、動的決済にするには、加盟店側でタブレット等の端末を準備する必要がある。まずは、コストを抑えた静的決済で加盟店数を増やす。しかし、静的決済のままでは支払い先毎に違うQRコードを読み取る必要があり、手間がかかるため、軌道にのった頃に動的決済に変えるべきではないかと考えている。

※静的決済：印刷したQRコードを自身のスマートフォン等で読み取り、決済すること

※動的決済：自身のスマートフォンで店舗タブレットに表示されるQRコードを読み取り、決済すること

（運用コスト）

運用主体側での負担を抑えるためや、事業を地域全体で取り組む仕組みづくりを作るため、加盟店側でも一定額の費用負担を設けるべきであると考えている。金額は、他を参考にしていきたいが、各自情報発信が可能であるため、広告料として加盟店料をいただく。

市民団体については、自ら発信し参加者を募れることで啓発しやすくなるとともに、市民活動を活発化させ、市民同士のネットワークづくりにつなげてもらう。



図9 アプリイメージ（著者作成）



(その他のポイントや相乗効果)

- ・ポイントカードと同様、アプリの種類が増えることは利便性を低下させるため、市のアプリはできるだけまとめるようにする。
- ・マイキーIDとサービスIDの紐づけの手続きなど煩雑な部分は、市がサポートする。
- ・市内マップを設け、位置情報から、自治体ポイント加盟店が分かるようにする。
- ・おすすめスポットの表示を行うことで市の魅力発信につなげるとともに、普段行かないエリアに行くとアイテムがもらえるなど、市内の活動エリアの拡大をめざす。
- ・自治体ポイント保有数、使用履歴などを見られるようにする。また、月間使用ランキングを設けることにより、購買意欲をかきたて、地域活性化へとつなげる。

(今後の展望)

- ・クレジットカードなどのポイントを1ポイントから自治体ポイントに変換できるようにする。マイキープラットフォーム構想の手続きの簡素化をめざす（総務省管轄）。
- ・各種補助金や生活保護費、市職員給与の一部を自治体ポイントとして支払う。
- ・電気・ガス・水道などの光熱費の支払いを自治体ポイントでできるようにする。
- ・ファミリーサポートセンターなどを通さずに、アプリで保育ボランティアの依頼ができるなど、女性の視点を活かした子育て環境の充実へとつなげていく。
- ・市内の情報を得やすく、アプリを使ったコミュニティ化をめざすことで、若者層の定住促進をめざす。

4章 さいごに

この研究会を通して、先進的に取り組みを進める民間企業や行政機関等にお話をお伺いし、取り組み方は多種多様であったが、地域を愛し、地域活性化に向け切磋琢磨しながら取り組んでおられる姿を見て刺激を受けた。

地域通貨には、法定通貨では見出せない地域ならではの特色や付加価値を見出せ、行政機関として課題解決に向けて取り組む価値はあると感じている。しかし、導入するためには、シルバーエミカのように課題と効果を絞ったやり方か、めぐりんマイルのように基盤となるICカード等に相乗りし、多数の関係機関を巻き込みながら事業展開をしていかないと継続実施は難しいように感じた。

私は、仕組みづくりの一つとして地域通貨やマイキープラットホーム構想を使う事で効果を派生させたり、事業展開を容易にしたりできると考えるため、総務省の動きをみながら、引き続き導入方法を検討していきたい。

最後になるが、視察に行かせていただいた事業所やご指導いただいた神戸大学大学院経営学研究科准教授の保田様及び、アドバイザーの株式会社トラストバンク執行役員の飯田様に感謝を申し上げたい。私自身、行政職員としてまだまだ未熟であり、今後、担当業務を通して市内のことをさらに知っていき、市民サービスの向上に向け精進してまいりたい。



4. スマートフォンを活用した地域通貨の可能性と導入方法の提案

貝塚市 都市政策部商工観光課 岡崎 真也

1章 研究目的

本研究会の目的は、電子媒体で行う「地域通貨」や「地域ポイント」に焦点を当て、地域活性化における地域通貨等の活用について、その効果や可能性を研究し、自治体における導入方法を提案することである。

1節 何を課題にしているか

本市のみならず多くの自治体で商店街が衰退し、最悪のケースでは、シャッター商店街になっているところもある。地域で生み出されたお金が、地域外へと流出している結果だと言える。

こうした状況を打破するため、地域で生み出されたお金を、地域内で循環させることが重要になってくる。そうした循環構造をいかに構築していくかが課題となる。

2節 何を明らかにしたいか

本稿では「地域通貨」を導入することで、地域内でお金が循環する仕組みを構築できるのか調査研究し、「地域通貨」が自治体にどのような効果をもたらすのか、また導入に向けての方法を明らかにしていく。特にスマートフォン（以下「スマホ」と言う。）のアプリで決済を行う地域通貨を中心に論じていく。

2章 なぜ今、スマホを活用した地域通貨なのか

1節 「地域通貨」とは

「地域通貨」の定義については、明確に定まっていない。本稿では、「法定通貨ではないが、ある目的や地域のコミュニティ内で、法定通貨と同等あるいは全く異なる価値があるものとして発行され、使用される通貨」と定義しておく。

地域通貨の始まりは19世紀末にイギリスのロバート・オウエンが始めた「労働証券」と言われている。日本においては、千葉市の「ピーナッツ」、草津市の「おうみ」などが先駆けとなり、2000年代初頭にブームが生じ、数多くの地域通貨が誕生した。当時の地域通貨は、地域内の助け合いや交流を促進するという目的があり、種類として表1の通りである。



その後、フェリカなどの非接触式のICカードに地域通貨等をのせ、電子的に取引を行うものが誕生し、近年では技術革新が進み、スマホを活用した地域通貨が誕生した。

表1 紙媒体での地域通貨の種類

小切手型	発行された小切手の裏面に使う人がサインをし、履歴を残して取引を行う方法
通帳型	利用者が通帳を持ち、価値を発行する側と受け取る側が、取引時に「いつ」「誰と」「何を」「いくらで」など取引した内容を通帳に記入していく方法
紙幣型	独自のお札やコインを発行し流通させる方法

2節 なぜ今、再び地域通貨なのか

2000年代初頭の日本の地域通貨は、地域コミュニティの活性化を目的としたものが多く、主に紙媒体でのやり取りのため、書き込みをしたり、紙幣や小切手を発行したりと面倒な作業が多かった。また印刷コストもかかっており、地域内で多くの通貨が流通することは難しく、紙媒体での地域通貨は上手く機能しなかった。

その後登場したフェリカなどの非接触式のICカードに地域通貨等をのせ、電子的に取引を行うものについては、紙媒体の地域通貨のような面倒な作業は無く、利用者の利便性は格段に向上した。しかし、ICカード読取端末機などの導入コストが高く、コスト面で課題があった。

こうした状況の中、なぜ再び地域通貨なのか。

それは表2で示される通り、スマホの急速な普及やWi-Fi環境の整備など、情報インフラが整備されたことで、通貨として流通しやすい環境になったためだと考えられる。

こうした背景があり、2017年12月、飛騨信用組合が地域通貨「さるぼぼコイン」を発行し、さらに自治体では2018年3月、木更津市、木更津商工会議所、君津信用組合の3者連携で「アクアコイン」の実証実験が開始された。どちらもスマホアプリを活用し、店舗設置のQRコードを利用者が読み込むQRコード決済である。

表2 スマホ・パソコン・固定電話の保有状況の推移（抜粋）

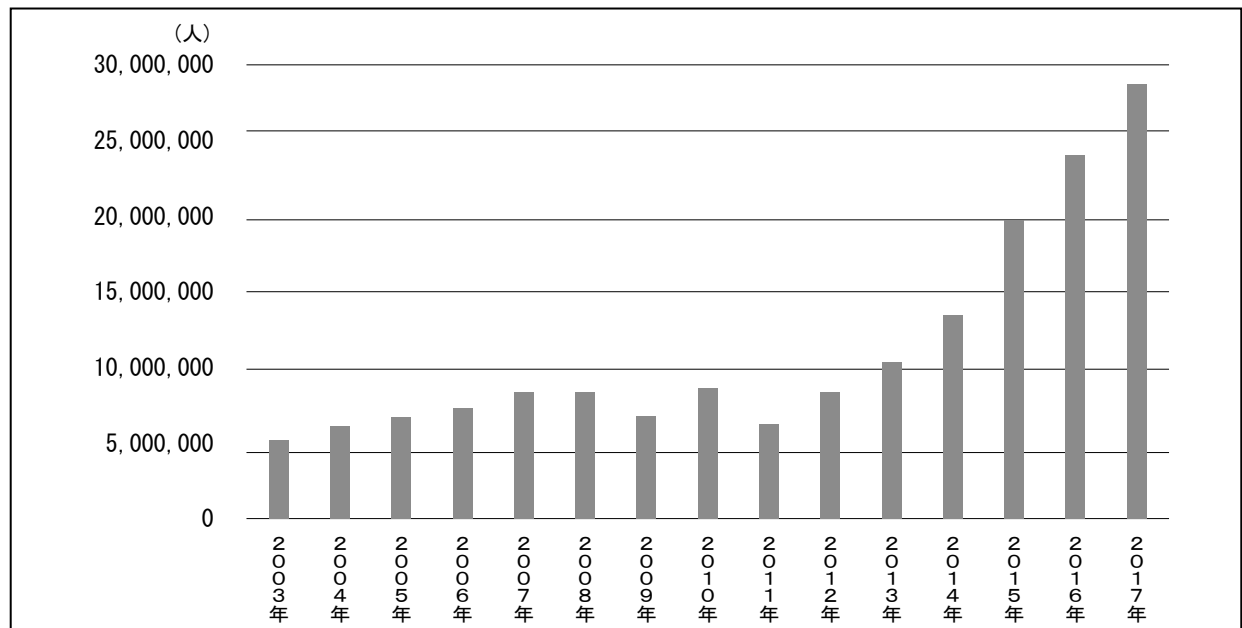
	平成22年	平成24年	平成26年	平成28年	平成29年
スマホ	9.7%	49.5%	64.2%	71.8%	75.1%
パソコン	83.4%	75.8%	78.0%	73.0%	72.5%
固定電話	85.8%	79.3%	75.7%	72.2%	70.6%

（出典：総務省「平成29年通信利用動向調査報告書（世帯編）」を基に著者が作成
 〈http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/pdf/HR201700_001.pdf〉（最終アクセス2018年12月25日）



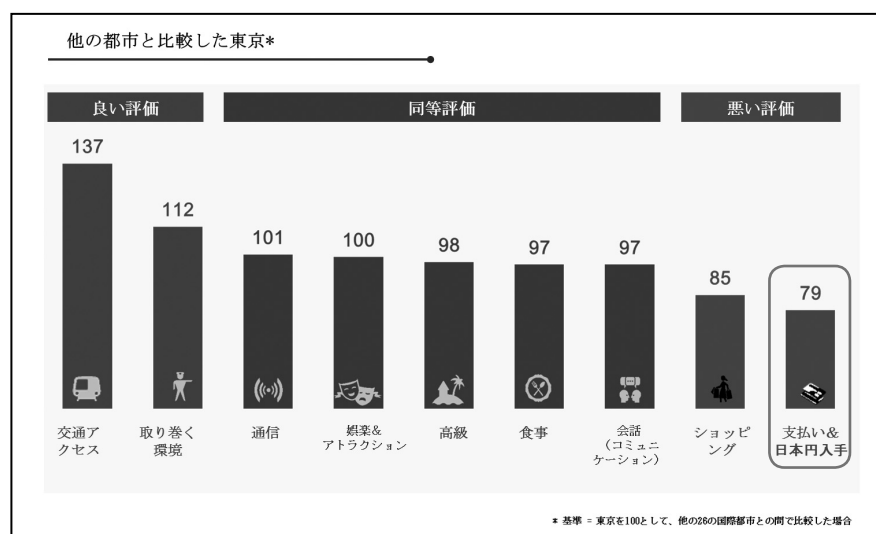
また、図1で示される通り外国人観光客は年々増加し、2019年にラグビーワールドカップ、2020年に東京オリンピック・パラリンピック、2025年には大阪・関西万博が開催されるため、今後さらに外国人観光客が増加すると予想される。しかし、日本のキャッシュレス決済比率は他国に比べ低く、キャッシュレス決済インフラはまだまだ整備されていない。VISAの調査（図2）でも、外国人観光客が、支払い手段に不満を持っていることがわかる。今後、インバウンド消費を促進させるため、キャッシュレス決済インフラの整備も進んでいくと思われる。

図1 訪日客数の推移（2003年～2017年）



（出典：日本政府観光局「ビジット・ジャパン事業開始以降の訪日客数の推移（2003年～2017年）」の数値を基に作成
https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/marketingdata_tourists_after_vj.pdf（最終アクセス2018年12月27日））

図2 他の国際都市と比較した項目別満足度



（出典：VISAのHP「訪日外国人による、東京の魅力と課題を徹底分析」ページ
<https://www.visa.co.jp/about-visa/newsroom/press-releases/nr-jp-150107.html>（最終アクセス2018年12月27日））



3章 先進事例の調査・考察

本研究会では地域通貨についての先進事例を参考にするため、視察を行い、研究を進めてきた。地域通貨の制度やシステム構築の参考にするため、金融機関主体の“さるぼぼコイン”と民間事業者主体の“近鉄ハルカスコイン”を視察した。

また、自治体が地域通貨を導入するためのヒントとして、埼玉県深谷市の“電子感謝券”を視察した。

各視察については“さるぼぼコイン”、“近鉄ハルカスコイン”、“電子感謝券”の順に説明する。(本報告書参考資料「視察報告」参照)

① 飛騨信用組合 “さるぼぼコイン”

“さるぼぼコイン”は2017年12月よりスタートした金融機関が発行主の地域通貨である。利用ユーザーは約5,200名、累計コイン販売額は約3億8千万円、加盟店は740～750店舗まで増加し、伸び率は順調である。(2018年9月10日現在)

(1) 特徴

- ・飛騨信用組合の口座を持っている利用者はアプリとの紐づけができ、飛騨信用組合本支店に行かなくても、アプリ操作によって自身の口座からチャージできる。
- ・利用者はさるぼぼコインをチャージした際、1,000円チャージにつきチャージ金額の1%のポイントが別途付与される。
- ・加盟店は飛騨信用組合から配布されるQRコードを店頭で設置するだけで、端末導入コストと決済手数料はかからない。ただし、換金手数料は1.5%と設定されている。



アプリのトップ画面



店舗のQRコード



(2) 視察内容

【導入の背景】

組織において組合経営の課題（マイナス金利下における収益確保とフィンテックへの対応）と地域社会の課題（電子決済・クレジット決済インフラの低普及率と域外への資金流出）が存在していた。それらの課題を解決するため、元々紙媒体で行われていた割引券を電子化できないかというところから、導入に向けて動き出した。

【導入後の効果】

消費に関してはポイント還元率以上の消費喚起効果がある。また銀行口座と紐づけることで、金融機関の窓口に行かなくてもいつでもチャージができ、チャージ上限額も10万円から200万円までチャージができるようになった。結果、地元商店で利用される金額も大きくなり、域内の消費に寄与している。

【その他の効果】

さるばるコイン加盟店になりたいという新規事業者が増加し、その結果、新規口座開設数が増加し、新規事業者と融資などの取引につながっている。また、蓄積される取引データ等については、企業支援等に利用したり、融資の際の判断基準にしたり、様々なことに活用できメリットは多い。

(3) 考 察

【プラス面】

- ・地域通貨を実施することで域内の消費に刺激を与え、店舗での売り上げが増加するだけでなく、金融機関にとっても今まで取引のなかった事業者と接点を持つことができ、融資などに結びつくこともある。さらに蓄積されたデータを基に企業支援などを行うことができ、金融機関のサービスの質向上にも結び付いている。相乗効果としてはかなり大きいものがあると考えられる。
- ・紙媒体のプレミアム付商品券を発行している自治体は、商品券を電子化しQRコード決済へ移行していくことを契機にし、地域通貨導入につなげることができるのではないかと考えられる。

【マイナス面】

- ・QRコード決済は、加盟店にとってコストと手間がほぼかからない、効果的な決済方法である。しかし、導入する前にQRコード決済というものに住民・店舗・行政が慣れておかなければ、拒否反応を示される可能性がある。

② 近鉄グループホールディングス株式会社“近鉄ハルカスコイン”

“近鉄ハルカスコイン”は近鉄グループホールディングス株式会社と株式会社三菱総合研究所が連携し、ブロックチェーン技術を活用した地域通貨である。

(1) 特 徴

- ・利用エリアが近鉄あべのハルカス本店だけでなく、周辺商店街の一部の店舗や周辺施設でも



利用でき、より使い勝手の良い機能にした。またチャージについては、通貨発行カウンターでのチャージのほか、チャージ機でのチャージも可能にした。

- ・ 期間限定プレミアムとして、第1回社会実験では現金5,000円で10,000コイン付与され、第2回社会実験ではチャージ時にチャージ金額の10%分のコインが付与される。
- ・ 加盟店に対してのランニングコストや決済手数料は、実験段階のためかからない。しかし、プレミアム分の負担については、原則各店舗が負担する仕組みとしている。
- ・ 一定期間利用が無かった場合、コインの一部が消滅する仕組みとなっている。(ただし、消滅するコイン数は付与された期間限定プレミアムの範囲内である)



(2) 視察内容

【導入の背景】

KIPSクレジットカードやKIPSポイントカードなど多様な決済方法がある中で、KIPSポイントサービスの次の展開として地域で使えるポイント制度を担当役員レベルでは考えていた。そのような状況の中、三菱総合研究所も地域通貨に興味があることがわかり、ブロックチェーンの仕組みを用いた地域通貨導入に向け、連携することになった。

【実証実験後の効果】

第1回社会実験のアンケートでは、「以前から仮想通貨を知っていましたか」という質問に対し、約9割の方が「あまり知らなかった」と回答している。しかし、「今後も近鉄ハルカスコインを使ってみたいですか」という質問に対しては、8割以上の方が「使いたい」と回答している。

(3) 考 察

【プラス面】

- ・ 近鉄ハルカスコインはチャージ機でのチャージを実験している。通貨発行カウンターでしかチャージができなくなると、プレミアムが付いたとしても、利用が増えることは難しいと思われる。チャージ機を導入することで利便性は向上し、地域通貨が流通しやすい環境になると考えられる。
- ・ アンケートでは、約9割の方が仮想通貨のことを「あまり知らなかった」と回答しているものの、「今後も近鉄ハルカスコインを使ってみたいですか」という質問に対しては、8割以上の方が「使いたい」と回答している。実際に使ってもらおうと「今後も使ってみよう」と回答している。



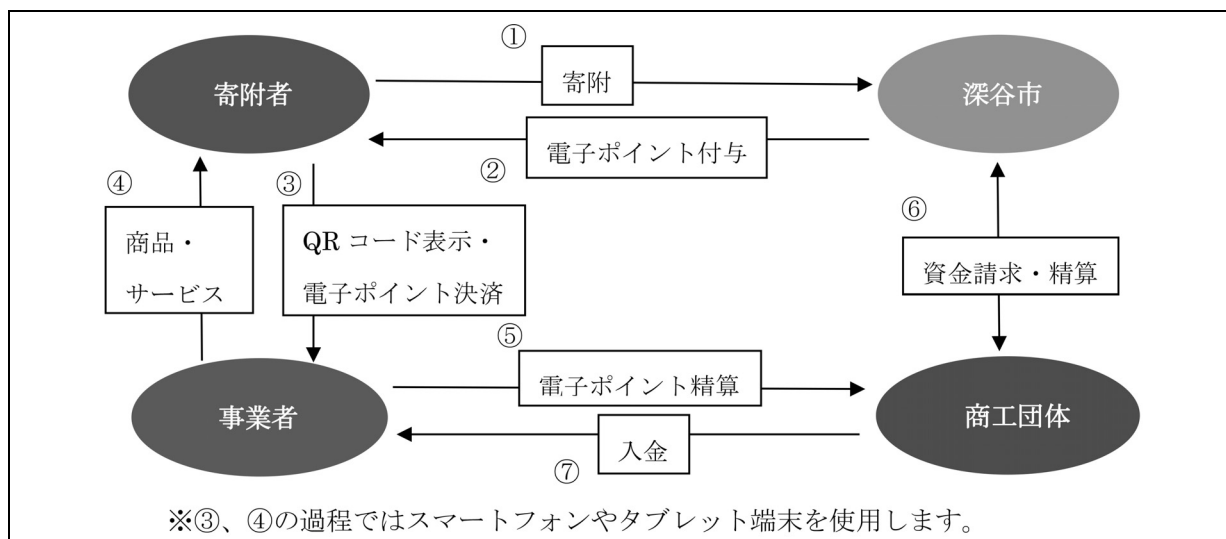
つながっているところは、スマホを活用した地域通貨というものが受け入れられやすいツールであると考えられる。

③ 深谷市「電子感謝券」

2018年5月よりふるさと納税返礼品として「電子感謝券」を導入した。

電子感謝券は、ふるさと納税総合サイト「ふるさとチョイス」を運営している株式会社トラストバンクが実施するふるさと納税返礼品の一つである。ふるさと納税された方へ地元産品を送付するのではなく、返礼品として寄附者に電子ポイントを付与する。寄附者は付与されたポイントを深谷市内で宿泊、飲食や地場産品と交換し、自治体の魅力を肌で感じてもらう仕組みである。加盟店は約60店舗まで増加している。(2018年9月11日現在)

図3 電子感謝券の流れ



(出典：深谷市「募集要項」より抜粋)

〈http://www.city.fukaya.saitama.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/79/kansyaken_bosyuyoukou.pdf〉
(最終アクセス2019年2月24日)

(1) 特徴

- ・ふるさと納税返礼品として国内で初めて寄附者に対し、電子媒体で感謝券を付与する。返礼品を送る必要がないため、飲食業やサービス業を営む事業者も参加できる。(ただし、地域での宿泊、飲食や地場産品との交換に限る)
- ・店舗側は店舗用スマホに専用アプリをダウンロードし、会計時は専用アプリを用いて、利用者より提示されるQRコードを読み込み、決済を行う。ランニングコストや決済手数料はかからない。
- ・2018年11月30日には、新たにアプリをリリースし、店舗側に固定QRコードを設置し、利用者が読み込み、決済できるようになった。新アプリでは電子感謝券加盟店の検索も行えるようになるなど利便性は向上している。



マイページのQRコードとセキュリティコード



(2) 視察内容

【導入の背景】

「花園IC拠点整備プロジェクト」でアウトレットモールとキューピー株式会社の野菜の魅力を体験できる複合型施設の誘致に成功し、そこを訪れるだけでなく深谷市の道の駅「はなぞの」にも来てもらう仕掛けの一つとして、電子感謝券を導入することになった。

【導入後の効果】

導入して約1か月しか経過していなかったため、目に見える効果は出ていない。しかし、ふるさと納税額自体はあまり変わっていないものの、電子感謝券に関する2018年度の寄附額と件数については比較的良好な数字である。

【その他の効果】

電子感謝券の参加事業者は市内60店舗にまで拡大した。その内、元々ふるさと納税の返礼品を提供している事業者が3分の1程度で、残りの3分の2は新規事業者であった。新たに市に協力してくれる事業者を見つけることにつながった。

(3) 考 察

【プラス面】

- ・ 返礼品を送る必要が無いので、地元の飲食店など飲食サービス業者も参入できるようになり、地域の魅力・強みを掘り起こすことにつながると考えられる。また、その地域でしか使えないので、来訪者数は増え、かつ市内での消費が増える可能性もある。
- ・ 参加事業者については、初期費用、ランニングコストはかからない。また、決済手数料についてもかからない。スマホなどの端末を用意する必要があるが、事業者にとって負担は少ないと考えられる。

4章 まとめ

「地域通貨」について調査研究した結果、自治体にとってどのような効果があるのか、上手く流通させるためにはどのようなポイントがあるのかを述べていく。また、自治体が導入するためにはどのような方法が良いのか提案していく。

1節 地域通貨がもたらす自治体への効果

地域通貨は自治体へ4つの効果をもたらすと考えられる。

1点目は、地域通貨は決められたエリア内で流通する通貨であるため、上手く地域内で循環することで、地域外へお金が流出することを防ぎ、地域経済の活性化に大きく貢献する。

2点目は、スマホアプリを活用することで地域外の方でも利用でき、国内外の観光客の消費喚起につなげることができる。つまり、スマホを活用した地域通貨は、外国人観光客の消費喚起に効果があり、外貨獲得にも寄与する。

3点目は、地域通貨はコミュニケーションやボランティアという価値の見えるものに対して、



価値を創造することができる。参加者同士のコミュニケーションやボランティアなどの価値を通貨として流通させることができれば、地域コミュニティの活性化に効果がある。

そして4点目は、地域通貨が流通することで、地域内で行われている取引情報などのデータを蓄積することができる。エビデンスに基づく政策立案が求められる自治体にとっては大きなメリットである。地域通貨を導入することで地域内のデータを収集でき、それを分析し政策立案につなげていくことで、サービスの質向上と予算の効果的な活用につながる。

2節 地域通貨を上手く流通させるポイント

前述した効果については、地域通貨が上手く流通していることが前提となる。視察や公開講座を通じて、私が考える地域通貨を上手く流通させるためのポイントを4つ挙げていく。

① 「利用者や店舗が手間のかからない制度」

紙幣や小切手の発行など手間のかかる制度であれば、利用も促進されにくく、地域内での流通量は増加せず、地域通貨の意義や目的が薄くなってしまう。

② 「店舗に対し過度の負担をかけない制度」

通貨である以上は店舗で買い物ができることは必要条件である。また、広く流通させるためには利用可能店舗数を多くすることも大事になってくる。

しかし、スマホを活用した地域通貨ではキャッシュレス決済が前提となるため、店舗に対し何らかの負担を強いることになる。その負担が過度になってはいけない。

③ 「地方銀行や信用金庫など地域密着の金融機関と連携した制度」

行政単独の地域通貨を上手く機能させることは難しい。しかし、金融機関と連携することでさるばるコインのように銀行口座と紐づけ、アプリ内でチャージができるなど、制度の充実にもつなげることができる。

④ 「地域の特性を活かした制度」

ここは非常に難しいところである。決済方法が電子決済になっただけであれば法定通貨がデジタル化しただけとなり、最後は大きな制度に取り込まれてしまう危険性がある。

①・②の手間と負担については、スマホを活用した地域通貨であれば簡単にクリアできると考える。スマホ決済になるため紙幣発行や通帳への記帳作業は無く、全く手間はかからない。店舗側にとっては会計作業の効率化などが図れ、業務効率の向上につながる。また、スマホを活用することで店舗側には決済手数料やランニングコストはかからない仕組みで運用でき、過度の負担にはならないと考える。

③の金融機関との連携については、地域通貨を流通させるうえで大事なポイントとなる。行政が地域通貨導入を進めていくのであれば、地域密着の金融機関と連携することが望ましい。

④の地域特性については、地域通貨でないと買えない物など、他の通貨との差別化が大事になってくる。例えば、香川県のポイント制度「めぐりんマイル」では、めぐりんマイルを地元野球チーム「香川オリーブガイナーズ」の始球式の権利と交換できる。このように地元にある資源と上手く結びつけ、特別な通貨として流通させる仕組みづくりがカギとなる。



3節 自治体が地域通貨を導入するためには…（提案）

私は本研究会に参加し、地域通貨が地域経済や地域コミュニティの活性化につながる大きな可能性を感じた。だからと言って、そのまま行政で行うとなるとハードルは高い。

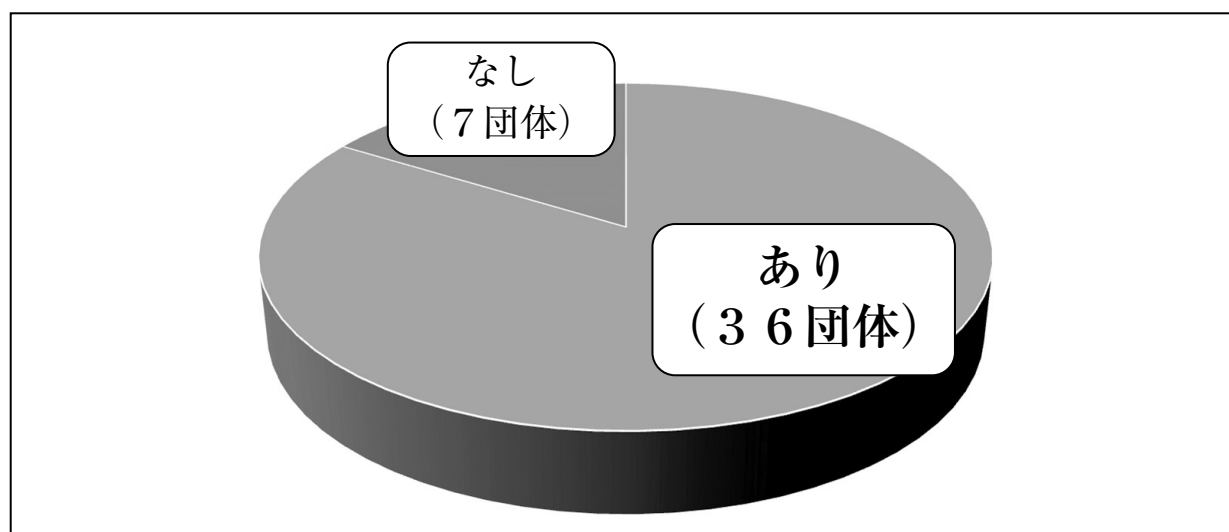
そこで行政の一事業で試験的に導入し、少しずつ広げていく方法が望ましいと考え、下記の方法を提案する。

それは「3章 先進事例の調査・考察」の中で紹介した「電子感謝券」を切り口に進めていく方法である。

電子感謝券はキャッシュレス決済の社会実験として適した方法であり、ふるさと納税返礼品であるため、導入する際は新規事業とは違い、それほど大変ではない。そして、仮にうまく機能しなかった場合は返礼品として出すことをやめればよい、ローリスクな制度である。よって、地域通貨導入に向けて、QRコード決済を浸透させる“地ならし”として効果があると考ええる。

また大阪府内の自治体で「ふるさとチョイス」を活用しているのは43団体中36団体と非常に多い（図4）。つまり、大阪府内の多くの自治体で「ふるさとチョイス」を活用しているので、社会実験として活用するのは効率的であると考ええる。

図4 大阪府内の自治体のふるさとチョイス活用状況



（著者作成）

電子感謝券については、QRコード決済を浸透させる“地ならし”という効果のほかに、返礼品を送る必要がないため、地元の飲食店などの飲食サービス業者も参入できる。つまり、眠っている地域の魅力を掘り起こすことができると考える。魅力的な店舗を発掘でき、かつ寄附者が訪れ、地域で利用する仕組みである点では、うまくいけば訪れた人をファンにすることができ、再び訪れてもらうきっかけになると考える。実際に来訪してもらい、交流人口や関係人口の増加につなげていくための方法として、電子感謝券は実用的な仕組みではないだろうか。

さらに深谷市の担当者から「参加事業者からは住民にもQRコード決済ができるようにならないのかなどの意見も出ているので、地域通貨への展開など検討する余地はある」とお聞きし、地域通貨導入の入り口としては大いに期待できる。



そして、電子感謝券でキャッシュレス決済が浸透した後は、同じスキームを活用し、地域通貨へ移行することも可能である。

その他、電子感謝券のスキームをプレミアム付商品券に活用することもできる。現在、本市の商店連合会が主体で実施している紙媒体の商品券は印刷費に約80万円かかっている。しかし、それを電子化することで、印刷費はかからず、かつ導入コストもほぼかからないため、コスト削減が図ることができる。電子感謝券から様々な事業へ応用が可能となり、コスト削減などの効果が期待できる。

4節 スマホを活用した地域通貨の課題

地域通貨の自治体への効果や導入への提案など述べてきたが、スマホを活用した地域通貨にとって、通信障害や活発な転々流通などいくつか課題も存在する。

スマホアプリによる決済であるため、携帯電話やインターネット回線などの通信回線を提供する事業者の状況に左右される。2018年12月に起きた某通信回線事業者の大規模な通信障害では約4時間半にわたって、全国で通話やデータ通信ができなくなった。もちろん、アプリは使えなくなるため地域通貨も一時利用停止となる。また、アプリそのものの安全性や不具合が生じた際に決済ができなくなる。

また通貨である以上、循環する仕組みになることが望ましい。しかし、研究を進める中で、店舗間での地域通貨の取引はそこまで多くない状況であった。転々流通が活発になることでさらに通貨は循環する。効果的なのが従業員への給与を地域通貨で支給されるようになることである。これが実現すれば、理想的な地域通貨サイクルとなる。

5節 さいごに

地域通貨については行政が簡単に導入できるものではない。しかし、本研究会で地域通貨を発行している団体や研究している方のお話を聞く中で、地域通貨は法定通貨ではできないボランティアなどの価値を創造でき『地域通貨は面白い!』と率直に感じた。価値の見えなかった行動や事柄を可視化できるので、自治体で行うイベントなどの幅も広がると考える。

しかし、地域通貨やキャッシュレス決済を浸透させるには、住民、地元商店、そして行政が納得する形でなければ上手くいかない。合意形成を図る上で、既存事業の利便性向上という名目で実験的に取り入れ、少しずつ浸透させ、システム構築していくことが、今一番の近道ではないかと考える。

また私自身は本稿で地域通貨のメリットや導入への提案など述べてきた身である以上、本市で地域通貨を導入できるよう、これからも取り組んでいこうと考えている。



4

研究員所感



「地域通貨を導入した地方創生研究会」に参加にして

豊中市 財務部固定資産税課 石田 千穂

今回の研究会に参加した頃の私は、紙幣の管理コストの低減や犯罪の抑止等の観点から、日本でも将来的に、ペーパーレス通貨が流通すると思っていた。

そしてゆくゆくは、通貨の発行がなくなって「お金」は紙幣から電子マネーになり、金融機関もクレジットカード会社も大きな転換を迫られる時期が到来するのではないかと、そして未来の子供達が「お金って、昔は、紙だったの!」と驚いたりする光景を目の当たりにするのではないかと思っていた。

また、企業等が保有する現金がいわゆる「見える化」し、税金の課税や納付方法、債権回収の手法が大きく変化するのではないかと、地域通貨はそのような電子マネー社会への前段階かもしれないと思っていた。

しかし、先の北海道地震や大阪北部地震の停電により電子マネーが使用できない状況に陥った人々は、「円」という紙幣の安全性や信頼性を改めて認識し、その後の大手通信会社の通信障害や電子マネー会社の決済不具合等は、電子マネーへの移行に疑問を投げかけたように思う。

現代の子供達には、公衆電話のかけ方がわからない子も多く存在するという。ラインの便利さに慣れてしまい、電話で通話すること自体に慣れない子もいるという話も聞く。

「新しいもの」の台頭は、私達に便利さや新たな価値を与えてくれる。

しかし裏を返せば、「古いもの」と呼ばれるような何かにとっての脅威でもある。その「新しいもの」を取り巻く環境が変化すれば同時にその価値も変化し、発展したり陳腐化したり、見直されたりする。

一足飛びにキャッシュレス化したり、全部を地域通貨にしたりするというわけにはいかないと思うが、地域通貨の出現はデータを介して今後の行政の様々な政策を「可能にするヒント」を与えてくれるものだと確信した。

そして、地域通貨は地域の豊かさを実現できるものであると感じた。

終わりに、ご指導を頂いた保田隆明准教授、トラストバンクの飯田様、そして、今研究会にお越しいただいた講師やゲストスピーカーの全て皆様に感謝の意を表します。

また、視察の折には、(株)サンテックアイの皆様、兵庫町商店街の皆様には、ひとかたならぬお世話になりました。ありがとうございました。

研究会のメンバーには共同で研究を進め、多くの刺激を得ることができましたこと感謝の意を表します。

そして、私を今研究会に参加させて下さった職場の皆様、いつも温かい眼差しで支えてくれた人事課の井関さん、マッセ大阪の皆様、感謝の念に絶えません。

私のこの活動に、ご協力をいただいた全ての皆様、本当にありがとうございました。



「地域通貨を導入した地方創生研究会」に参加にして

摂津市 保健福祉部国保年金課 尾川 一平

私は、市民・事業者・行政の協働で住み続けたいと思える元気で温かいまちづくりに取り組んでおり、本市の魅力向上、交流人口の増加、地域の経済活性化を目指しています。

しかし、厳しい財政状況下では様々な制約に悩まされる日々です。そこで、地域からお金の流出を防ぎ、地域内でお金が循環する仕組みを構築できないかを考えている時に、本研究会の存在を知り、参加させていただきました。

研究会では、地域通貨の仕組みや事例などを精査し、地域活性化につながる効果的な活用方法に焦点を当てて調査・研究を行ってきました。

これまでも、地域通貨はありましたが、印刷代や換金の手間が発生することから成功事例が少ない状況でした。

しかし、スマートフォンが普及し、ブロックチェーン技術が発展してきたことで、これからの地域通貨の在り方が変わっていくことを、本研究会を通じて感じました。

さるぼぼコイン・近鉄ハルカスコインの視察から、スマートフォンのQRコード決済が便利だと思いました。プレミアムが付与されることから、自身でもコインをチャージして買い物や飲食を楽しみました。小銭を持ち歩く必要がなく、利便性が抜群です。

また、2025年に大阪で万博開催が決定したことで、外国人観光客が増加すると予想され、外国人向けの地域通貨の導入が進むことが考えられます。外国人向けにアプリの多言語化を行い、利用しやすい環境になれば、より一層、インバウンド効果上昇に繋がると確信しました。

余談になりますが、地域通貨は、妻に内緒の「へそくり」としてチャージしておくこともできると思いました。現金だと隠し場所に困りますが、電子の地域通貨であれば、こっそり隠せます。地域通貨は、へそくりにもってこいだと感じました。

研究会では、普段の生活では会うことのできない方々とお話しをする機会をいただきました。研究内容以外のお話しも大変身に沁みました。研究会を通じて、「月刊地方自治職員研修」に寄稿させていただいたのも貴重な経験となりました。

そして、研究報告会では、多くの方にお越しいただき、意見交換をさせていただきました。様々な意見から、地域通貨の今後の可能性を大いに感じました。

研究会が終わってからも、この研究会で出会った方々との「絆」を大切にします。

特に、神戸大学大学院経営学研究科の保田隆明准教授、アドバイザーの株式会社トラストバンク執行役員の飯田様、豊中市の石田様、八尾市の村田様、貝塚市の岡崎様には大変お世話になりました。人数の少ない研究会でしたが、その分、一人一人の関係性が深く濃いものになりました。マッセOSAKAの事務局としてサポートしていただいた、青柳様、村上様、曾我様にも感謝致します。

結びに、業務多忙な中、研究会に快く送り出していただいた本市国保年金課の皆様・人事課の皆様にも感謝申し上げます。



「地域通貨を導入した地方創生研究会」に参加にして

八尾市政策企画部政策推進課

女性活躍推進室 村田 恵実

本研究会を通して、先進的に取り組みを進める民間企業や行政機関等からお話をお伺いし、IT化が進んだ今の地域通貨が与える地域への効果を勉強させていただきました。地域通貨は、軌道にのせることが難しいですが、地域ブランド力を高め地域活性化につながられることが分かり、八尾市ではどのように導入するのが良いのか考える機会にもなりました。私自身、今まで考えたことのない地域通貨というツールであったため、難しいと思うことも多々ありましたが、1年間に渡りご指導くださった神戸大学大学院経営学研究科准教授の保田様、アドバイザーの株式会社トラストバンク執行役員の飯田様のお蔭で、研修を受けただけでは気づかない点にも気づかせていただきました。

行政機関も積極的にクラウドファンディングに取り組んでいかないといけないとの思いの延長で、本研究会に参加させていただきましたが、どちらも思いをカタチにしていくという点では同じであり、魅力あるまちづくりのツールであることが分かりました。

私は、普段、女性活躍推進室にて勤務しているため、女性の活躍に関する施策を企画・検討しています。その中で「あらゆる分野で活躍する女性、リーダーとなる女性」を増やそうとすると重く感じますが、普段から活動、活躍されている方はたくさんおられます。そのパワーをどうつなげ、活かしていくのが求められています。

そこで、本研究会に参加して大きく学んだことがあります。それは、女性に限らず、市民の皆さんが地域のことが好きで、地域と身近な社会を築き、自分らしく活躍していけたらいいのではないかなと思うようになりました。その方法の1つとして地域通貨やマイキープラットフォーム構想があると思います。まずは、市職員として自分のまちのことが好きになり、仕事を楽しみながら他機関とも連携を深め、市民のためにどのようにまちづくりを進めていくべきなのか検討していきたいと思います。

最後になりましたが、業務多忙な中、研究会にさせていただいた所属の皆さんに感謝するとともに、ご指導くださった保田様、アドバイザーの飯田様、マッセOSAKAの事務局の皆さんに深くお礼申し上げます。また、少人数の中、一緒に一年を乗り切った研究員の皆さん、本当にありがとうございました。



「地域通貨を導入した地方創生研究会」に参加にして

貝塚市 都市政策部商工観光課 岡崎 真也

私は“地域通貨”という言葉に何のイメージも持っていなかった。本研究会の案内があったとき、はじめて地域通貨というものを調べ、特定の地域で使われている法定通貨ではない通貨であり、歴史的に見ても江戸時代に藩で発行されていた藩札という存在があったことを知り、温故知新の考えで研究会に参加した。

しかし、今回の研究会では藩札のようなアナログなやり方を研究するのではなく、主にキャッシュレス決済に着目した地域通貨の研究であり、第1回からついていくのに必死であった。公開講座などでは、スマホやICカードを活用し、紙幣や硬貨を発行しない通貨が時代の流れであり、紙ベースで実施されていた地域通貨に比べ、取引データの蓄積など電子媒体で実施する地域通貨にはメリットが多く、地域経済活性化につながることを感じた。その反面、電子化という面だけでは法定通貨と変わらないため何か地域通貨に付加価値を持たせる必要を感じた。研究会序盤では、法定通貨の方が使い勝手は良く、あえて大変な思いをして、地域通貨を導入する必要があるのかという考えの方が勝っていた。

しかし、研究を進めていく中で、飛騨信用組合、近鉄グループホールディングス株式会社、深谷市へ視察に行き、実際に現地で地域通貨を利用したり、知られていない地域通貨の機能などを知ることができた。視察終了後、私の中で「あえて大変な思いをして、地域通貨を導入する必要があるのか」という考えは吹っ飛び、『地域通貨は面白い！』という感情が生まれた。また、視察を通じて行政だけでは限界のあるジャンルでも、金融機関や民間企業とコラボすることで地域活性化に効果のある事業が行えると実感した。そこからは地域通貨の効果だけではなく、行政がいかに導入できるか、導入方法の提案について考え、研究を進めてきた。

大変な研究会だったが、参加して知識以外に多くのものを得ることができた。まずはこの研究会に参加しなければ考えることのなかった地域通貨というものが、面白く、可能性に満ち溢れたものであると知ることができ、新たなものや知らない領域へのアンテナを張っておくことの大切さを学んだ。

また、研究員は少人数であり、様々な意見の中で研究を進めていくことは難しい状況であったが、成果報告会のスライドをお互いに協力して完成させ、時にはプレッシャーをかけ刺激し合いながら切磋琢磨し進めることができた。関わる時間は短かったが、濃い時間を過ごした大切な仲間ができた。

最後に某ニュース番組で、さわやか笑顔でコメントされていた指導助言者の保田先生、事業者という立場から貴重な意見をくださった飯田様、先進事例など様々な最新情報をご教示くださったゲストスピーカーの皆様、視察を受けていただいた各種団体の担当者様、個性の強い研究会の仲間、そして事務局として裏方で支えてくださった青柳様、村上様、曾我様に感謝申し上げたい。

みんな、ありがトウース!! 定期的に集まり、飲み会をしましょう。

地域通貨は面白い!!

5

参考資料

1. 視察報告 69
2. 「研究成果報告会」発表資料105
3. 研究活動記録・研究員名簿118



1. 視察報告

(1) 電子地域通貨の先駆け“さるぼぼコイン”について

～ 飛騨信用組合 ～

視 察 日 時	平成30年 9 月10日(月) 午後 3 時30分～午後 6 時30分まで
視 察 先	視察場所：飛騨信用組合 本店営業部 住 所：高山市花岡町 1 丁目13番地 1 最 寄 駅：JR東海高山本線 高山駅 対 応 者：古里 圭史 氏（総務部長） 田中 直樹 氏（企画課兼ペイメント事業課長）
視 察 者	尾川 一平（摂津市保健福祉部国保年金課） 岡崎 真也（貝塚市都市政策部商工観光課） 石田 千穂（豊中市財務部固定資産税課）

【視察目的】

平成29年12月にスタートした地域通貨「さるぼぼコイン」はスマートフォン利用によるQRコード決済ツールで、飛騨信用組合が発行する電子通貨である。特にQRコード決済を地域通貨として本格展開したのは国内初の取り組みであり、普及している電子地域通貨の中で成功していると言える。

木更津市の「アクアコイン」も導入時参考にした先進的事例であり、この事業の取り組み効果を調査することで、府内市町村への反映を含め、本研究会の研究に役立たせる。

【視察内容及び質問事項】

1. 視察内容

QRコード決済を地域通貨として本格展開した、国内初の電子地域通貨“さるぼぼコイン”の概要と使用方法をはじめ、下記の質問事項を中心にお話を伺った。

2. 質問事項

（Q1）さるぼぼコインの導入背景

- ・どんな課題があり、地域通貨を導入したのか
- ・導入までに生じた壁について

（Q2）さるぼぼコイン導入時のシステム構築

- ・システムの初期費用、ランニングコストなどについて
- ・システム導入のリスクについて



(Q3) さるぼぼコイン導入後の効果

- ・さるぼぼコイン導入後の地域経済への影響について
- ・域外への資金流出抑制と域外からの資金流入について
- ・消費行動データの活用方法について
- ・利用者と加盟店からの導入後の感想について

(Q4) 行政との連携

- ・行政発信での地域通貨・電子通貨について（金融機関の考えなど）
- ・今後、行政との連携について

(Q5) 今後の動き

- ・短期滞在の観光客・インバウンドへの対応について

【視察結果】

1. 飛驒信用組合の概要



(飛驒信用組合の外観)

飛驒信用組合は、「『こうありたい_HAPPY』をつくるために」という想いを実現するために、CSV経営をテーマに掲げ、事業活動を通じて地域の社会的な課題に取り組んでいくことで「売り手良し（＝組合職員のHAPPY）」、「買い手良し（＝お客様のHAPPY）」、「世間良し（＝地域のHAPPY）」の実現を目指している。

主な取り組みとして、①よろず相談所 ②クラウドファンディング ③地域活性化ファン

ド ④インターンシップ ⑤さるぼぼコインの5つであり、それらの取り組みを通じて、地域経済活性化に寄与している。

2. さるぼぼコインについて

(1) さるぼぼコインの現況

“さるぼぼコイン”は平成29年12月4日よりスタートし、現在利用ユーザーは約5,200名、累計コイン販売額は約3億8千万円、その内約3億円は市場で使われている。また加盟店については740～750店舗まで増え、伸び率は順調である。

今まではチャージできる場所が飛驒信用組合の本支店など店舗に行かないとできなかったが、平成30年3月からは飛驒信用組合の口座を持っているユーザーはアプリとの紐づけができ、自身の通帳からチャージが可能になった。

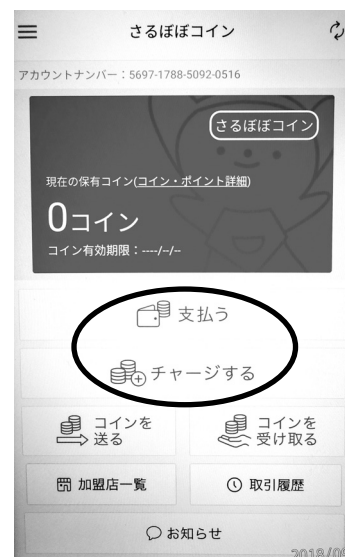


(2) 使用方法

(利用ユーザーの場合)

アプリをダウンロードし、スマホにさるぼぼコインをチャージする。チャージをした際、チャージ1,000円につき1%のポイントが付与される。

支払時、ユーザーはさるぼぼコインで支払う旨を店側に伝え、アプリを起動する。そして『支払う』をタップし、起動したカメラで、店頭に備え付けのQRコードを読み込む。支払入力画面になったら、支払金額を入力し、内容確認をタップする。表示された内容確認画面を店のスタッフに見せ、間違いがないか確認してもらう。間違いなければ、支払確定をし、画面の下部が赤色から青色に変わったことを、店のスタッフに見せ、支払いは完了となる。支払い完了時には「♪あんとー！♪」と決済音になる仕組みとなっている。



(ユーザー画面)

(加盟店の場合)

加盟店側は飛騨信用組合から配布されるQRコードを店頭に置くだけで、端末導入コストと決済手数料はかからない。換金手数料は加盟店の意見などを受け1.5%と設定している。会計時は利用ユーザーの決済画面（上記波線部分）を確認するのみの静的QR決済となり、かつ決済完了後、即時通知が届くので、会計作業の手間が省け、決済確認もできる。また、決済完了画面では金額が点滅し、スクリーンショットでの不正防止も行っている。さらに電子通貨を利用することで、利用者の消費データが蓄積されるため、消費動向分析も行うことができる。



(店舗のQRコード)

3. 質問事項

(Q1) さるぼぼコインの導入背景

・どんな課題があり、地域通貨を導入したのか

組織としては組合経営の課題（マイナス金利下における収益確保とフィンテックへの対応）と地域社会の課題（電子決済・クレジット決済インフラの低普及率と域外への資金流出・域内経済の歩留まり低下）を何とかしないといけないという認識はあった。

それと、さるぼぼ倶楽部という加盟店と倶楽部会員から成る会員組織があり、会員が会員証を加盟店に提示することで、各種サービスを受けられる仕組みの中で、加盟店で利用できる割引券の配布を行っていた。しかし、紙ベースであるため、加盟店は



(会計時の様子)



換金に手間がかかっていた。そういう状況もあり、組織課題を解決するため、トップの判断で、まずは紙ベースの割引券を電子化にできないかということで、導入に向けて動き出した。

・導入までに生じた壁について

導入に関しては、元々さるぼぼ割引券の配布事業を行っていたこともあり、加盟店への説明も、紙ベースから電子決済に変わるだけだとすぐに納得してもらえた。

(Q2) さるぼぼコイン導入時のシステム構築

・システム構築の初期費用とランニングコストはどのくらいか

加盟店は初期費用、ランニングコスト、決済手数料はかからない。ただし、換金手数料1.5%、加盟店間の送金手数料0.5%はかかる。途中で加盟した場合も同条件で行っている。

・システム導入のリスクについて

さるぼぼコイン導入に際して、事前にリスクを把握するため、弁護士法人に依頼した。そして見つかったリスクに対し、一つ一つ潰してもらった。そこには多額の費用は要したが、今は株式会社アイリッジがパッケージ化しているため、そこまで費用はかからない。

(Q3) さるぼぼコイン導入後の効果

・導入後、域内の消費行動は変わったか

現金とコインでは、コインの方が気持ち的に出しやすいのか、消費に関してはポイント還元率の1%以上刺激している。またBank機能を追加し、金融機関の窓口に行かなくてもいつでもチャージができ、かつアプリのみであればチャージ上限額が10万円のところ200万円までチャージができるようになり、利用される金額も多くなってきている。地元の店舗で使われることが多くなり、域内の消費行動に寄与している。

・域外への資金流出抑制と域外からの資金流入について



域外への資金流出抑制については、域外で買い物していた方もさるぼぼコイン導入後は、域内で買い物するようになってきている。加盟店間では、BtoB決済での資金流通はそこまで多くない。今後の課題ではあるが、加盟店間の流通を促進していこうと考えている。

資金流入については、琉球銀行と連携し、アクワイアリングを行い、クレジットカード決済環境を整え、また中国人に焦点を当て、アリペイとも連携を行い、地元ユーザーだけでなく、日本人観光客や中国人をはじめとしたインバウンド対応も進めている。

・さるぼぼコインを導入し、組合にメリットはあったか

お客様からさるぼぼコインが使えないかと問い合わせが増えたことによって、さるぼぼ倶楽部の加盟店でなかったところから、さるぼぼコイン加盟店になりたいという新規事業者は増えた。結果的にコインを導入することで、新規口座開設数は増え、また新規事業者と融資などの取引につながっている。



・消費行動データの活用方法について

蓄積される消費行動のデータについては、企業支援等に利用したり、融資の際、トランザクションレンディングで判断したり、様々なことに利用できると考えている。

・利用者と加盟店からの導入後の感想について

利用ユーザーからは不便だという意見等があったが、思っていたほどなかった。加盟店側からは、脱退したいという申し出等はない。

(Q4) 行政との連携

・行政発信での地域通貨・電子通貨について（金融機関の考えなど）

このシステムはパッケージ化されていても、行政単独では上手くいかない。やはり、金融機関と協力・連携を図り、お金のところは金融機関に任せる方が良い。特に信用組合や信用金庫のように地域に特化した金融機関の方が、SMB（スモールミディアムビジネス）として広がっていく。

それに加え、加盟店には一切初期費用、ランニングコストはかからないシステムを構築することも大事である。

・行政との連携について

行政との連携も今後の課題としている。さるぼぼコインの機能で「popinfo」という位置連動対応のプッシュ型の情報発信も行えるので、災害情報などを発信し、さるぼぼコインを買い物アプリではなく、生活アプリとしてユーザーに使ってもらえるようにしたい。

今後の行政の動きでは、飛騨市で平成30年10月から窓口手数料を、平成31年4月から市税全般をさるぼぼコインで支払うことを検討している。

また、さるぼぼコインの特徴として、用途によって色を付けることができるので、生活保護費などで本来の目的とは違う使われ方を防ぐこともできる。地域通貨としては、行政と連携し、効果的な部分は多々あり、相性としては抜群に良い。

・マイキープラットホームなど他の制度と連携する予定はあるか

マイナンバーカードと紐づけを行うマイキープラットホームなどの他の制度との連携は今のところ考えていない。

・視察はどこの自治体から来ているか

自治体の視察については、関西方面からは来ていない。富山県、埼玉県から視察は来ている。

(Q5) 今後の動き

・短期滞在の観光客・インバウンドへの対応について

さるぼぼコインとしてフェーズ3まで考えており、フェーズ1は地域住民に対してのアプローチ、フェーズ2は国内観光客に対してのアプローチ、フェーズ3は海外からの観光客に対してのアプローチである。現段階はフェーズ1であるが、今後は金融機関の窓口まで行かなくてもいいようにチャージ機を設置する案も出ている。フェーズ3についても今後どうするか、という話に



なるが、当面はアリペイと連携する中で、域外（特に中国）からの資金流入を期待している。



（高山市内の古い町並みエリア）



（高山市内の高山陣屋跡）

・機能的に追加しようと考えているものはあるか

今は、さるぼぼコインをチャージした際に1%のポイント還元として付与される形だけだが、加盟店からもポイントを付与できる機能も備わっている。また「popinfo」を活用し、加盟店自身での宣伝することも試験的に始めようと考えている。

【所 感】

〈摂津市 尾川〉

今回の視察で、地域通貨を導入する上で、地域の特性を把握しておくことが重要だと学んだ。さるぼぼコインも、土台にさるぼぼ倶楽部というものがあり、当初は紙ベースで行っていたものを、電子化した経緯がある。電子化することで、換金の手間がなくなり、円滑な利用を可能としている。いきなり、電子決済サービスを始めるのではなく、こういった既存のサービスを活用し、発展させていくほうが上手くいくと感じた。

店舗を見て回っていると、さるぼぼコインが使用できる店舗にステッカーが貼っており、一目で加盟店舗がわかるようになっていた。使用頻度や知名度について訊ねた。使用頻度は、高くないものの、一定のお客が利用しているとのこと。知名度は、地元では抜群とのことだった。普及率も思っていたより高く、一度アプリをダウンロードすれば、便利なツールだと感じた半面、インバウンド向けではないと感じた。しかし、組合様もそこは把握されており、次なる施策を進めていることを教えてもらった。インバウンドを意識した「アリペイ」導入。さるぼぼコインのみではなく、先進的な取組みを進めていることに脱帽した。地域通貨実施にあたり、組合様のアドバイスとして、組合等と手を組んで実施するほうがよいと教えていただいた。行政独自で物事を進めていくより、組合様等のお力を借り、地域発展を試みるやり方が現実的だと感じた。行政独自で物事を進めていく場合、資金等の課題が多くあり、難しいと考える。

地域通貨の実際の運用を目の当たりにし、地域通貨の「可能性」を期待できる視察だった。



〈貝塚市 岡崎〉

研究会の中で、指導助言者やゲストスピーカーより講座と言う形で、地域通貨について学ぶ限りでは、正直『¥ (円)』の方が、使い勝手が良いという印象しか持つことができず、地域通貨を導入する意義や意味を見出すことができなかった。

しかし、今回飛騨信用組合への視察を通じて、目の前で実際に使っているところを見たり、実は知られていない電子地域通貨の機能などを知ることができたり、視察終了後『地域通貨は面白い!』という感情が生まれた。

また、地域通貨の導入で、域内の消費行動に刺激を与え、域内の店舗での売り上げが上がるだけでなく、金融機関にとっても今まで関わりのなかった事業者と接点を持つことができ、融資などの取引に結びつくこともある。さらに蓄積されたデータを基に企業支援なども行え、金融機関のサービスの質向上にも結び付いている。相乗効果としてはかなり大きいものがあると感じた。

しかし、飛騨信用組合は元々、さるぼぼ倶楽部という土台があったので、加盟店からの理解も得やすく、導入がスムーズにできたと考える。さるぼぼコインのようなQR決済方法は、加盟店にとってはコストと手間がほほかからない、効果的な決済方法であるが、導入する前にQR決済というものに市民・店・行政が慣れておかなければ、拒否反応を示す可能性がある。

本市では紙ベースでのプレミアム商品券を発行している。地域通貨を導入するとすれば、まずは紙ベースの商品券を電子化し、QR決済に慣れてもらうことから始めるのも一つ方法であると感じた。



（２）地域通貨導入の新たな切り口“電子感謝券”について

～ 深谷市 ～

視 察 日 時	平成30年 9 月11日(火) 午後 2 時～午後 5 時まで
視 察 先	<p>視察場所：深谷市役所 産業振興部 産業ブランド推進室 道の駅「はなぞの」</p> <p>住 所：埼玉県深谷市岡2381－1（深谷市役所） 埼玉県深谷市小前田458－1（道の駅「はなぞの」）</p> <p>最 寄 駅：JR東日本高崎線 岡部駅</p> <p>対 応 者：福嶋 隆宏 氏（産業ブランド推進室 室長補佐）</p>
視 察 者	岡崎 真也（貝塚市都市政策部商工観光課）

【視察目的】

総務省のふるさと納税現行調査の中で、金額ベースで平成28年度は埼玉県内第2位、平成29年度は埼玉県内第1位となった自治体であり、平成27年度のスタート時から埼玉県内ではトップクラスを維持している。平成29年度は全国で見ても1,741団体中297位と上位に位置している。

そんな中、平成30年 5 月29日より、返礼品に「電子感謝券」を全国で初めて導入した。当初は道の駅「はなぞの」でしか利用できなかったが、現在は60店舗まで拡大されている。

地域通貨とは違う切口になるが、「電子感謝券」の取り組み効果や課題等を調査することで、地域通貨（特に電子通貨）の導入のヒントが得られると考える。

【視察内容及び質問事項】

1. 視察内容

平成27年度よりふるさと納税制度をスタートし、平成28年度の寄附額は296,013千円、平成29年度の寄附額は259,549千円と埼玉県内ではトップクラスの寄附額である。

平成30年 5 月29日よりふるさと納税の返礼品として「電子感謝券」を導入し、納税した人に深谷市内を訪れてもらい、電子感謝券を利用し、地域の消費を増やす試みを始めた。

国内初の取り組みである“電子感謝券”の概要と使用方法をはじめ、下記の質問事項を中心にお話を伺った。



（深谷市で購入したお土産）



2. 質問事項

(Q 1) 電子感謝券の導入背景

- ・電子感謝券導入までの経過について
- ・電子感謝券を導入することのメリットについて

(Q 2) 電子感謝券導入時のシステム構築

- ・システムの初期費用、ランニングコストなどについて
- ・導入までに生じた壁について
- ・システム導入のリスクについて

(Q 3) 電子感謝券導入後の効果

- ・ふるさと納税による寄附額の増減について

(Q 4) 今後のビジョン

- ・今後、電子感謝券から電子地域通貨への展開について

(Q 5) その他

- ・他の自治体からの視察について

【視察結果】

1. 電子感謝券について

(1) 電子感謝券の現況

“電子感謝券”は平成30年5月29日よりスタートしたふるさと納税の返礼品の一つである。使える加盟店は約60店舗まで増えている。

特徴として、ふるさと納税の返礼品として他の自治体では、紙ベースの感謝券はあったが、国内で初めて寄附者に対し、電子媒体で感謝券を付与する。そして、深谷市内の参加事業者にてQR決済を行うところである。

また返礼品を送らなくても良いので、飲食店などのサービス業を営む事業者も参入できる。

(2) 使用方法

(ユーザーの場合)

ふるさと納税サイト「ふるさとチョイス」にて、深谷市へ返礼品が電子感謝券の寄附を行う（返礼品が電子感謝券の寄附についてはクレジット決済のみ）。寄附完了後、「ふるさとチョイス」のマイページに電子感謝券が付与される。

支払時、ユーザーは電子感謝券で支払う旨を店側に伝え、「ふるさとチョイス」のマイページにあるユーザーQRコードを提示する。利用金額についてはユーザーが指定できる。店側がユーザーQRコードを読み込んだ後、ユーザーが専用アプリにQRコードと一緒に



(ユーザー画面)



に表示される4つのセキュリティコードを入力する。あとは店側の支払い手続きが済むまで待つ。

(参加事業者の場合)

参加事業者側は店舗のスマホに専用のアプリをダウンロードし、決済時に起動する。会計時は専用アプリに電子感謝券での利用金額を入力し、ユーザーが提示するQRコードを読み込む。読み込んだ後、ユーザーに4つのセキュリティコードを入力してもらい決済完了という動的QR決済である。

2. 質問事項

(Q1) 電子感謝券の導入背景

・どんな課題があり、電子感謝券を導入したのか

「花園IC拠点整備プロジェクト」で、アウトレットモールとキューピー株式会社の野菜の魅力を体験できる複合型施設の誘致に成功し、そこを訪れるだけでなく、深谷市の道の駅「はなぞの」にも来てもらう仕掛けの一つとして、電子感謝券を導入することになった。また、人口減少している中で、外貨の獲得という課題もあった。



(道の駅「はなぞの」の外観)

・電子感謝券はトップダウンか、ボトムアップか

トラストバンクのソリューションプランに応募し、「花園IC拠点整備プロジェクト」を進める中で、電子感謝券の実証実験のフィールドを探していたトラストバンクと深谷市を訪れる観光客を増やす仕掛けを検討していた市とのニーズが合致し、担当レベルで組み立てた上で、副市長、市長へと話をもっていった。

・どのようなメリットがあるか

今後、QR決済という部分では需要は高くなると思われるので、そういう流れが来る前に住民や店舗にQR決済方法を浸透させることができるのはメリットと考えている。



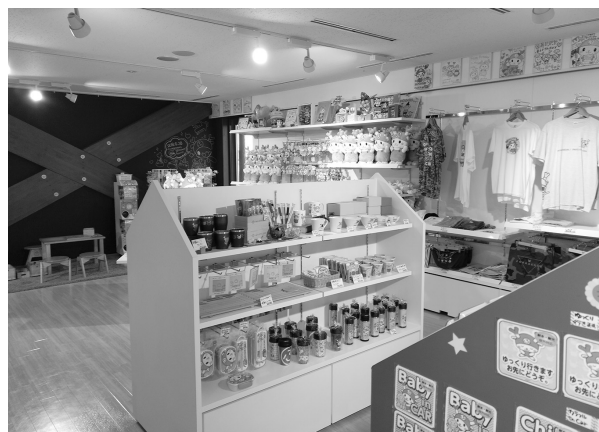
(Q2) 電子感謝券導入時のシステム構築

・導入に際して、事業者の反応はどうだったか

返礼品提供事業者は30店舗であったが、電子感謝券の参加事業者は60店舗にまで拡大した。返礼品提供事業者は30店舗のうち15～20店舗程度で、それ以外は新規事業者である。

新規事業者が増えた要因は、①返礼品を送付しなくていい、②決済手段が変わるだけで、ランニングコストや手数料もかからない、この2点であると考えます。店舗にとってはスマホを持っているだけでリスクなく導入できる。

今は動的QR決済だけだが、スマホを用意できない事業者に対しては静的QR決済方法も検討している。



(道の駅「はなぞの」にある「ふっかちゃんミュージアム」でも利用できる)

・導入時、法律上の問題等はあったか

法律的な問題はなかったが、返礼品を寄附額の3割までという国からの通達は関係している。また、ふるさと納税返礼品として国が好ましくない事例のものは、電子感謝券でも購入できないようにしている。

・商工会や商工会議所との協力体制はどのようなものか

商工会と商工会議所（以下、「商工会等」という）には精算事業者になってもらっている。電子感謝券の利用があれば、利用金額分を商工会等が深谷市へ請求し、市は請求金額に基づき、商工会等に支払う。その後、商工会等から事業者へ支払われる。

商工会等と深谷市で覚書を交わし、電子感謝券利用額の20%を事務手数料として市より商工会等へ支払うことになっている。

・システムの初期費用とランニングコスト

初期費用はかからない。ただし、スマホなどの端末は必要である。またランニングコストについては平成31年3月までは無料で、それ以降は寄附金額の1%がかかってくる。

・参加事業者のランニングコストなどはどのようなものか

初期費用、ランニングコストはかからない。また手数料もかからないが、スマホなどの端末を用意してもらう必要がある。



・ 想定外の問題・リスクなどはあったか

プラスの想定外としては、参加事業者が多く集まった。リスクとしてはシステム障害時や電波が弱い施設で利用できなかった場合などの補償についてなどが考えられる。

(Q3) 電子感謝券導入後の効果

・ 導入後、ふるさと納税による寄附額は増えたか

あまり変わらない。電子感謝券に関する平成30年度の寄附額と件数については、10万円22件、1万円17件、5千円20件(30.9.10現在)であり、感覚としてはそこまで悪い数字ではない。電子感謝券の利用数は5件で10,296円である。利用額はまだまだ低いが、電子感謝券を所持している寄附者は潜在的に存在しているので、電子感謝券としてまだまだ可能性はある。

0440100000454		
0005マスキングテープ(切手内)	¥626	
0410500000101		
0005マスキングテープ(summe内)	¥648	
小計	¥1,274	
内税対象額	8.00%	¥1,274
内税	8.00%	¥94
合計	¥1,274	
(内消費税等)	¥94	
電子感謝券	¥1,274	
(消費税等)	¥94	

(Q4) 今後のビジョン

・ 今後、電子感謝券から電子地域通貨への展開について

電子感謝券はふるさと納税返礼品の一つであり、市内の寄附者には渡せない。しかし、参加事業者からは市民にもQR決済で支払いができるようにならないのかなどの意見も出ているので、地域通貨への展開など検討する余地はある。

しかし、地域通貨には“地域経済活性化”と“地域コミュニティ活性化”の2つの面があるため、行政としてはどのような街にするのかなどの政策的観点で、地域通貨をどう活用していくかを考えていく必要がある。

(Q5) その他

・ 視察はどこの自治体から来ているか

自治体については、関西方面からは寝屋川市が視察に来ている。その他は南房総市や北上市からの視察がある。

【所 感】

導入して期間が経っていないといっても、リスクの少ない考えられた制度であると感じた。また、返礼品を送る必要がないため、地元の飲食店などのサービス業者も参入できるようになり、眠っている地域の魅力の掘り起こしにもつながっていると考え。その地域でしか使えないので、来訪者数を増やし、かつ市内での消費が増える可能性もある。

政策的観点から見ると、ふるさと納税返礼品の一つとして、電子感謝券を通して、市民、店に対しQR決済を浸透させておくことで、今後の政策に幅を持たすことにもつながると考える。

参加事業者にあまり負担をかけず、上手いかわなくても返礼品として出すことをやめればよい、ローリスクな制度であるので、電子地域通貨導入に向けての“地ならし”として、電子感謝券の導入は効果があると考え。

不安材料としては、ユーザーが支払う際、自身のQRコードがどこにあるのか、分かりづらく



四苦八苦してしまう可能性がある。もう少しユーザー側の利便性を高めなければ、電子感謝券を選択する寄附者がそこまで増えないのではないかと感じた。



(農畜産物の生産が盛ん)



(深谷駅の駅舎)



(3) 高松市ポイントについて

視 察 日 時	平成30年11月7日(水) 午後1時～午後2時45分まで
視 察 先	視察場所：高松市 住 所：香川県高松市番町一丁目8番15号 最 寄 駅：JR予讃線 高松駅 対 応 者：廣瀬 一朗 氏（総務局参事） 高橋 辰雄 氏（総務局人事課行政改革推進室行革推進係長）
視 察 者	石田 千穂（豊中市財政部固定資産税課） 村田 恵実（八尾市政策企画部政策推進課）

【視察目的】

高松市は、高松丸亀町商店街で利用できる地域通貨の「KAME券」や、めぐりん事務局が運営する地域ポイントの「MEGURINマイル（以下、めぐりんマイル）」があり、地域経済や地域コミュニティの活性化に先進的に取り組んでいる。

また、マイキープラットフォームによる地域活性化が検討される中で、自治体ポイントである高松市ポイントを導入し、KAME券やめぐりんマイルと連携を図るなど、地域に根ざした取り組みを幅広く行っている。

そこで、取り組みの実態や効果を調査することで、府内市町村への反映を含め、本研究会の研究に役立たせるため、視察を行った。

【視察内容及び質問事項】

1. 視察内容

高松市は先進的な取り組みとして「高松市ポイント」を開始した。

仕組みとしては、マイナンバーカードを活用し、クレジットカードのポイントやマイレージなどを地域経済応援ポイントとして、自治体ポイントに変換できる。そして、そのポイントを高松丸亀町商店街で利用できる「KAME券」や「めぐりんマイル」に交換できるポイントサービスである。

今回は、「高松市ポイント」の導入までの背景や実態、今後の展望等について、視察を行った。

2. 質問事項

（Q1）高松市のマイナンバーカードについて

- ・マイナンバーカードの普及率
- ・マイナンバーカード普及への取り組み
- ・マイキーID取得者はどれくらいか



（Q2）高松市ポイントについて

- ・高松市ポイント導入の背景
- ・高松市ポイント導入、実施等に関わる費用
- ・市民からの問い合わせ、利用状況
- ・高松市ポイントをめぐりんマイルやKAME券へ、ポイント移行時の問題点や課題
- ・三菱UFJニコス、ジェーシービー、日本航空、NTTドコモなどの協力会社との連携状況、システムや法律上で問題となったことはあるか
- ・総務省で決められている協力会社以外の民間企業等との連携の有無

（Q3）行政事業について

- ・導入したことにより地域活性化、定住促進状況
- ・業務改善、行政サービスの向上につながったか

（Q4）今後の展望

【視察結果】

1. 高松市の概要

高松市は、香川県の県庁所在地であり、人口約42万人（平成30年10月1日現在）の地方都市である。国の出先機関なども多く、いわゆる支店経済の都市として、また四国の玄関口として発展してきた。

また、高松市には、「高松丸亀町商店街」のKAME券や、「めぐりんマイル」などの地域通貨もあり、地域経済や地域コミュニティの活性化に寄与している。

そのような環境の中で、平成30年4月22日から自治体ポイントである高松市ポイントを導入された。

2. 高松市ポイントについて

（1）高松市ポイントの現況

高松市ポイントは、総務省の「マイキープラットフォーム構想」に基づいて構築した情報基盤を活用した自治体ポイントである。クレジットカードなどのポイントやマイレージを地域経済応援ポイントとして自治体ポイントに変換し、地域経済活性化のため、「KAME券」や「めぐりんマイル」として、使用いただくものである。

「KAME券」とは、以前から発行があった高松丸亀町商店街で利用できる地域通貨であり、同商店街のほとんどのお店で使用ができる。高松市ポイント500ポイント毎に500KAME券に交換でき、500円の金券として使用できる。

また、「めぐりんマイル」とは、めぐりん事務局が運営する地域ポイントで、市内の加盟店約500店舗で使用が可能である。高松市ポイント1ポイントから1めぐりんマイルに交換でき、利便性を向上させることができる。



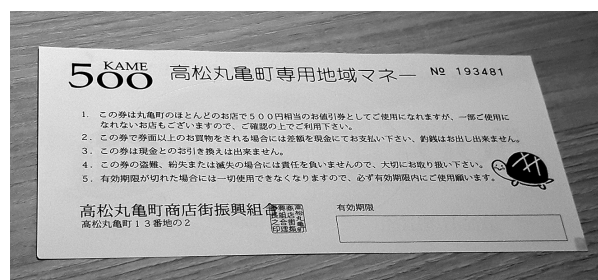
(2) 使用方法

(利用ユーザーの場合)

- ① マイナンバーカードを作成する。
- ② マイキープラットフォームポータルサイトにアクセスし、マイキーIDを作成する。
- ③ クレジットカードやマイレージを自治体ポイントナビ上で、自治体ポイントである「高松市ポイント」に変換する。

(KAME券の場合)

- ① 高松丸亀町商店街内のインフォメーションセンターでKAME券に交換する。
- ② 加盟店でKAME券を利用し、買い物を行う。



(めぐりんマイルの場合)

- ① めぐりん事務局にて、対面でマイナンバーカードを提示し、マイキーIDとめぐりんIDを紐づけし、ポイントの交換を行う。
※2回目からは、高松市役所1階に設置している無人端末機にて交換が可能である。
- ② めぐりんカードにポイントが付与されているため、加盟店での買い物時にポイントの使用を伝えてポイントで買い物を行う。





3. 質問事項

(Q1) 高松市のマイナンバーカードについて

・マイナンバーカードの普及率

マイナンバーカードの普及率は、平成30年10月31日現在で、11.7%であり、全国平均の12.0%を少し下回っている状況である。

・マイナンバーカード普及への取り組み

コンビニでの交付や、平成29年秋から導入されたマイナポータルによる利便性の向上、平成30年1月からは写真の無料撮影開始、出張申請受付（今までに約8企業等から依頼あり。1か所あたりは10名程度。）、確定申告時に受付等行っている。更なる利便性の向上の1つに高松市ポイントがあると考えている。

・マイキーID取得者はどれくらいか

マイキーIDは、各自で取得するものであるため、取得率は不明である。購入履歴等が分かるサービスIDについても、行政機関で把握はできない。

自治体ポイント管理クラウドでは、ポイント移行した方のマイキーIDは分かるが、個人を特定することはできない。

(Q2) 高松市ポイントについて

・高松市ポイント導入の背景

高松市ポイントは、平成30年4月22日から導入を開始したが、高松市にはもともと「KAME券」や「めぐりんマイル」があり、手間も導入コストもかけずに導入できることから、実証実験として開始することにした。今のところ、特に問題はなく運用できている。

・高松市ポイント導入、実施等に関わる費用

高松市ポイントの運営にかかる費用は、ほとんどかかっていない。

また、市役所1階に設置している無人端末機は、フェリカポケットマーケティング株式会社の協力で設置している。これは、全国で初めての試みであったこともあり、無料で借りられた。

故障した場合の費用等は、その都度協議して決めるため、今後のランニングコスト等は不明である。

・市民からの問い合わせ、利用状況

高松市としては、高松市ポイントは、マイナンバーカードを所持するメリットの1つであるため、高松市ポイントに限定した啓発は、行っていない。

高松市ポイントに関する問い合わせや利用状況も少なく、周知が進んでいないと考えているが、積極的な啓発までは行う予定はない。

・高松市ポイントを「KAME券」や「めぐりんマイル」に移行する際の問題点・課題等について

1番の問題点は、利用者がポイントを使えるようになるまでの手続きが煩雑であることだと考えている。高松市ポイントから「KAME券」や「めぐりんマイル」への交換については、等価



交換であり、大きなメリットがある訳ではない。

・ 三菱UFJニコス、ジェーシービー、日本航空、NTTドコモなどの協力会社との連携状況、システムや法律上で問題となったことはあるか

ポイント協力会社との連携は、総務省が行っているため、自治体では手続き等何も行わない。

・ 総務省で決められている協力会社以外の民間企業等との連携の有無

ポイント協力会社は、総務省で決められたところのみである。

各自治体のポイントを利用できる施設として、民間企業との連携はあり得ると思うが、高松市が独自に協力会社を選定するといった連携はない。

(Q3) 行政事業について

・ 導入したことにより地域活性化、定住促進状況

効果はまだでていない。

・ 業務改善、行政サービスの向上につながったか

住民の利便性の向上の面でいうと、コンビニでの証明書交付やマイナポータルの1つである子育てワンストップサービスがある考える。

(Q4) 今後の展望

全国的にマイナンバーカードを使った事業や、自治体ポイントの利用が当たり前の社会になる必要があると考えている。

高松市の実証実験では、交換実績は低迷している状況である。今年度、メタボリックシンドローム予防のために健康ポイント（市負担）を付与しているが、高松市ポイントとは連携していない。なお、こうした他のポイントとの連携や、来年度以降の自治体ポイント継続については検討中である。

民間企業同士のポイント連携が進む中で、自治体ポイントに変換するための手続きは煩雑で、メリットを見出しにくい。全国的にマイキープラットフォームが定着し、自治体ポイントが当たり前になることと、自治体ポイントへの交換を簡素化し、付加価値を付けて交換を推進し、地域での消費拡大につなげていく必要がある。

(Q5) その他

自治体ポイントを開始してから、クレジットカードのポイント等から高松市ポイントに変換されたのは57,000円（延べ10人）であり、そのうち、めぐりんマイルやKAME券に交換があったのは21,000円である。

また、自治体ポイントの有効期限は、300日間である。

【所 感】

〈豊中市 石田〉

高松駅に降り立った時の印象は、自転車がが多いということだった。道路は、車両、歩行者、自転



車通行帯の3つに分かれており、歩いていて人や自転車の往来は多いものの危険性や往来のはげしさ等からくる圧迫感等は、一切、感じられない街であった。

高松市が目指すコンパクトシティは、このような整備も街の集約機能にも寄与するのではないかなと思うのと同時に街としての魅力も感じた。

高松市が実験段階ではあるものの香川県内で自治体ポイントの設定を行ったのが、初めてだったと伺い、行政サイドの事務負担は、さぞかし、大変だったのではないかなと思った。

ただ、市民が高松市ポイントを使用するには、マイナンバーカードを作成しなければならないということが、ポイント事業を進める上での障壁となっているように感じた。

相当数のポイントが貯まっていないとポイント交換ができないことや協力会社のポイントを自治体ポイントに変更する際に、ポイント数が等価交換ではなく、減少する場合があること、高松市ポイントを商品券や地域ポイントに交換する時には、保有パソコン等での処理ができず、受付カウンターや専用端末に出向いて処理を行わなければならない負担もあるとのことであった。

カードの受付は市民課でするものの行政改革推進室が推進部隊であることも高松市ポイントへの市役所内の行政改革の一環であると示すことができているのではないかなと感じた。同じ行政職員として新規事業を実行し成功させたことへの憧れを抱いた。

〈八尾市 村田〉

高松市が、自治体ポイントを導入した背景には、地域通貨のKAME券やめぐりんマイルが元々地域にあったことが大きいと分かった。また、自治体ポイントのメリットを感じての導入ではなく、マイナンバーカード取得後の利便性向上の1つとして捉えており、導入後も試行錯誤しながら事業を進めていたのが印象的であった。

高松市役所1階に設置している無人端末機やイオン内の無人端末機の操作は、分かりやすく表示されており、1度利用すると慣れる操作内容であった。

しかし、問題点は、全国同様、マイナンバーカードの取得率が向上しないことである。自治体ポイントをメリットの1つと考えるには、マイナンバーカード取得後にマイキーIDの取得、自治体ポイント移行後も購買時に使えるポイント変換する必要があるなど、手続きが煩雑で自治体ポイントに移行したいとは思ってもらえないように感じた。

また、現在のマイキープラットホームを利用したこのシステムでは、協力企業からのポイントを1円単位で自治体ポイントに変換できないこと、交換することでポイント数が減ってしまうこと、自治体ポイントに使用期限があることなど、マイナス面が多く、自治体ポイントを通貨としての価値を持たせたまま推進していくには、難しいのではないかなと感じた。

このように自治体ポイントのメリットは見出しにくい状況であるが、今後は健康ポイントの自治体ポイントでの付与を検討するなど、工夫もみられた。

本市では、めぐりんマイルやKAME券のような地域通貨などの基盤はないが、今回の事例から、地域内でのマンパワー活かすため、地域活動報酬を自治体ポイントで付与し、地域内で購買してもらうなど、地域経済の活性化に寄与する方法を検討していけるのではないかなと思った。



(4) “MEGURINポイント” について

視 察 日 時	平成30年11月7日(水) 午前10時～午後3時30分まで
視 察 先	<p>視察場所：① サイテックアイ株式会社 ② 高松兵庫町商店街振興組合</p> <p>住 所：① 香川県高松市上之町2丁目8番27号 ② 香川県高松市兵庫町1-15</p> <p>最 寄 駅：① JR予讃線 高松駅 ② 琴電琴平線 三条駅</p> <p>対 応 者：① 大沢 佳加 氏（代表取締役社長） 善生 憲司 氏（顧問） ② 田村 光博 氏（代表理事） 山根 照雄 氏（理事） 山本 幹夫 氏（理事）</p>
視 察 者	<p>石田 千穂（豊中市財務部固定資産税課）</p> <p>村田 恵実（八尾市政策企画部政策推進課）</p>

【視察目的】

「MEGURINポイント」は、多種多様なジャンルの加盟店と圧倒的なカードユーザー数により、地元経済の活性化に貢献している。

また大手流通事業者イオンと地元の商店街、郊外の小売店等が一枚のカードで繋がり新しい事業スキームを展開し消費喚起や様々なシナジーを創出している。

ポイントを使って地域のスポーツチームへ寄附行為が行えたり、清掃活動などのボランティアに参加することでポイントが付与する活動を行うなど、地域コミュニティの活性化にも寄与している。

香川県を“元気にするポイント”として 加盟店数、共通ポイント流通量も香川県No.1を誇るMEGURINポイントの取り組み効果や課題を調査することで府内市町村への反映を含め本研究会の研究に役立てる。

【視察内容及び質問事項】

1. 視察内容

概要と使用方法、下記の質問事項を中心にお話を伺った。



2. 質問事項

《サイテックアイ株式会社》

(Q 1) MEGURINポイント導入

- ・イオン株のWAONカードと連携するまでの経過等
- ・導入までに生じた壁（イオン株との関係、加盟店への説明と理解、法律上の問題等）

(Q 2) MEGURINポイント導入後について

- ・「MEGURINポイント」導入後の地域経済への影響（域内の消費行動の増減、消費額の変化、観光客の利用状況）
- ・消費行動データの活用方法（全ユーザー情報が見られるのか、活用状況（DMを送付したりしているのか））
- ・導入後に利用者と加盟店側より出た意見でシステム的に変更した点（クレジットカード利用時、店側にカード決済手数料とポイント発行手数料の2重負担となっているが解消されたか）
- ・利用者と加盟店側の導入後の感想（脱退した事業所はあるのか）

(Q 3) 加盟店側のコストについて

- ・新規加盟店は初期費用、サービス料はゼロとなっているがいつまで継続されるのか
- ・月額のポイント発行額が5,000ポイント未満の場合、サービス利用料が7,800円かかるとあるが該当する事業者はどれくらいあるのか？

(Q 4) 地元スポーツチームや事業所との連携について

- ・円より価値のあるものにするためには、加盟店等の協力が必要になると思うが工夫していることはあるのか。

(Q 5) 行政との連携

- ・高松市ポイントが導入されるまでに

(Q 6) インバウンドについて

- ・インバウンドへの対応、利用状況
- ・高松兵庫町商店街振興組合で試行的に導入しているICTの活用方法（決済方法での工夫はあるのか）

(Q 7) 今後の課題、展望について

《高松兵庫町商店街振興組合》

(Q 1) MEGURINポイント導入背景について

- ・導入の背景
- ・導入までに生じた壁（加盟店への説明と理解等）



(Q2) MEGURINポイント導入後について

- ・高松兵庫街商店街利用客数、売上額等の変化
- ・MEGURINポイントが定着するまでの問題点および対応策
- ・システム上困ったこと、変更した点
- ・加盟店同士の連携の有無
- ・めぐりんサービスから脱退した事業所はあるのか

(Q3) ICTについて

- ・ICT導入までの経過
- ・ICT導入後の「MEGURINポイント」の利用状況の変化

(Q4) 今後の展望

(Q5) 視察状況について

【視察結果】

1. MEGURINポイントの現況

平成21年にスタートし、現在ご当地WAONカードの他、高松市役所の職員証、香川大学の学生証など、MEGURINポイントが貯まるカードは、約20万枚以上を発行しており、県内年間ポイント発行数は約2,000万ポイント、めぐりんWAONカードはそのうち内の約15万枚を発行し、電子マネーの県内年間決済額約100億円、加盟店も、初年度40店舗ほどから順調に伸び、現在500店舗あまりに拡大している。

2. 使用方法

- ・WAON利用者は、県内のイオン(株)、(株)マルナカ（イオングループ傘下のスーパー）、一部のめぐりん店舗でWAONカードの購入を行い、買い物等に備えチャージ機で現金チャージを行う。入金限度額は5万円、千円単位で電子マネーとして使用できる。
- ・めぐりん加盟店では、MEGURINポイントもWAONポイントもダブルで貯めることができ、利用者は、商品購入やサービス提供を受けた後、決済端末でめぐりんWAONカードをかざし決済を行う。
- ・MEGURINポイントは、1ポイント1円としてポイントが貯まり、即日利用可能となっており、店舗によっては、ボーナスポイントやN倍ポイント（2倍、3倍…）を付与する店舗もある。
- ・年会費は無料、ポイントの期限は、MEGURINポイントを使用した最終日から180日間が有効期限として設定されている。
- ・MEGURINポイントの利用者は、キャッシュレス化の実現やポイントサービスなどのメリットを享受でき、加盟店側も会計作業の手間が省けた決済確認が実現でき、再来店の機会の創出等も想定ができる等のメリットもある。
- ・カード発行者サイドのWAONは、200円につき1ポイント（1円分）のWAONポイントも貯まる仕組みとなっており、電子マネーへ交換し使用することが可能である。



- ・めぐりんステーションと言われる、KIOSK端末機で、社会福祉団体に寄付行為としてポイント寄付を行えたり、利用者の消費データが蓄積されるため消費動向分析も可能となっている。

3. 質問事項

(Q1) MEGURINポイント導入

・イオン(株)のWAONカードと連携するまでの経過等

交通系ICカードにて決済やポイントサービスの付与等を検討のため協議を行っていた高松兵庫町商店街振興組合が神奈川県の高松市にてWAONカードと提携している商店街事例を知り、その商店街視察後に組合側からイオン(株)に接触し話を聞いたことから話が及び、フェリカ、サイテックアイと協働にて実施する運びとなった。

・導入までに生じた壁（イオン(株)との関係、加盟店への説明と理解、法律上の問題等）

MEGURINポイントサービスは、WAONカードのインフラを活用しているので独自カードの発行コストやWAON決済端末に相乗りしコストを下げている。セキュリティはフェリカにてIC技術で担保されている。

8つの組合からなる高松中央商店街は、郊外の大型ショッピングセンターの建設に反対してきた経緯もあり、現在も排他的な政策を講じている組合もある中、兵庫町商店街と田町商店街は、お客さまの目線にたって本サービスの導入に理解を示した。商店街へ来町しているお客さまがWAONカードを持っている人が増えてきている中、自助努力を怠り大型店に商店街が壊されたという感情的なことだけで施策を講じるのではなく、目の前にいるお客さまの利便性の向上やお得なサービスを提供することが重要であると考え、本事業を推進している。

(Q2) 「MEGURINポイント」導入後について

・地域経済への影響（域内の消費行動の増減、消費額の変化、観光客の利用状況）

各店舗の個人情報の観点から、加盟店側が域内全体の消費行動、消費額の変化等は把握できていないが、自店の利用履歴の閲覧は出来るようになっている。

四国への海外からの観光客は増加しているものの観光客がターゲットではないためなのか「MEGURINポイント」を使用するという行動変化は現在のところみられない。

・消費行動データの活用方法（全ユーザー情報が見られるのか、活用状況（DMを送付したりしているのか）

自店で登録したユーザー情報は、商店街等の加盟店は把握ができるが、データを利用するスキルがほとんどの店舗で伴っていないため、それに直結したような販売促進活動には至っていない。

・導入後に利用者と加盟店側より出た意見でシステム的に変更した点（クレジットカード利用時、店側にカード決済手数料とポイント発行手数料の2重負担となっているが解消されたか）

カード決済手数料は各店舗が負担しているもののスケールメリットを実感している。

加盟店は、様々な販促PR効果を期待しており、負担というような要素はあまり感じていない。



・利用者加盟店側の導入後の感想（脱退した事業所はあるのか）

現在のような緻密な事業スキームがないなか、走りながら作ってきためぐりんサービスだったため、8・9年前の初期のころに加盟していた店舗は、ほぼ脱退した。現在の加盟店は、500店舗ぐらいであるが、延べでいうと1500店舗ほどに上ると思う。脱退した加盟店が再度加盟したいと感じられるまでにサービス内容が充実してきたので、改めて提案し再度加盟店になってもらえるように推進していく予定。

（Q3）加盟店側のコストについて

・新規加盟店は初期費用、サービス料はゼロとなっているがいつまで継続されるのか

店舗ごとに異なる状況である。加盟店が加入する際に審査を経て実施店舗の運びとなっている。加盟店数も500か所を超えており、基本的には今後も初期費用は頂かない予定。

・月額のポイント発行額が5,000ポイント未満の場合、サービス利用料が7,800円かかるとあるが該当する事業者はどれくらいあるのか？

プランがいくつかあるが、5,000ポイント未満で料金がかかるプランの店舗は、お客さまへの還元を多くすることで料金が安くなるので、月間のポイント付与数を意識している。

全体の2～3割程度がこのプランを導入している。

（Q4）地元スポーツチームや事業所との連携について

・円より価値のあるものにするためには、加盟店等の協力が必要になると思うが工夫していることはあるのか

体験をポイントで取得できるような仕組み等も実施している。金銭の介在ではないような別の価値を見出すことを行っている。

例えば、地元の野球チーム「ガイナズ」の試合の始球式の権利やガイナズ会員の限定した野球観戦に来場したり、球場に来場し応援すると応援ポイントが加算される仕組みに取り組んだりしている。

（Q5）行政との連携について

・行政との連携進捗状況

高松市の特定健診「行っけんMy健診」の受診率を上げる方策のため、受診者に受診したら景品を提供しているが、その景品に、MEGURINポイント入りのカードを渡したりしている。

また、マイキープラットフォームを活用した高松市ポイント（自治体ポイント）からMEGURINポイントに交換することができるメニューも提供している。市役所の1階に、無人のポイント交換端末機が、全国で初めて設置されている。

（Q6）インバウンドについて

・インバウンドへの対応、利用状況

空港、フェリー乗り場やホテルへチラシやパンフレットを置いたり、サイトでの情報発信やスタンプラリー等の事業の検討等を行っている。



観光客への認知は必要だと認識はしている。現在、サービス内容や加盟店舗の情報などが掲載されたフリーペーパーが3か月に1回発刊されているが、このフリーペーパーがスマホのアプリで閲覧できるようになっており、日本語の他8か国語の多言語翻訳が出来るようになっている。

・ 試行的に導入しているICTの活用方法（決済方法での工夫はあるのか）

平成28年度の商店街まちなか集客力支援事業を行っており、駅やフェリー乗り場にパスポート情報取得端末を設置している他、観光スタンプラリーや免税決済端末など、商店街へインバウンド送客を図る仕組みを展開している。

（Q7）今後の課題、展望について

香川県内でもてなしICT協議会に参画したり、キャッシュレスを見据えたパスポートの検討や観光資源を有効活用できるような取組について議論や研究を行っている。

【高松兵庫町商店街振興組合】

（Q1）MEGURINポイント導入背景について

・ 導入の背景

電鉄会社の交通系ICカードと連携したポイントカード事業を検討していたが、協議が難航し、その時、商店街振興組合がWAONカードと連携した。神奈川県の高里浜商店街の活動を視察し、イオンのWAONカード事業を担っている担当者に連絡をしたことから開始した。

・ 導入までに生じた壁（加盟店への説明と理解等）

カードやポイント事業への抵抗や警戒感を示している店、イニシャルコストやランニングコストを心配する店などがあり、説明会を実施したり店舗ごとに丁寧に説明したりというような事柄を経て実施してもらうように努めた。

（Q2）「MEGURINポイント」導入後について

・ 高松兵庫街商店街利用客数、売上額等の変化

海外からの観光客は増加していると体感しているものの「MEGURINポイント」による売上増加や減少は各店舗によって異なるものと思われるが、相乗効果はあると実感している。

・ MEGURINポイントが定着するまでの問題点および対応策

当初、来店客もそうだが、店舗側でもポイントについての理解が深まらず、混乱したりもしたが、今は、戸惑うこともなく実施できていると感じている。

・ システム上困ったこと、変更した点

システムは、WAONカードに相乗りしているような感じであるため不都合を実感することはない。



・ 加盟店同士の連携の有無

各店舗の相乗効果はあるのではないかと。商店街として集客するためのイベントを積極的に行ったり、アダプト運動の参加にMEGURINポイントを付加したりもしている。

・ めぐりんサービスから脱退した事業所はあるのか

ある。価値の創出も課題だと考えている。

(Q3) ICTについて

・ ICT導入までの経過

高松市は、外国人観光客の増加が全国1位であり、丸亀町商店街と兵庫町商店街では、ICT技術を使った情報発信が開始されることとなった。丸亀町商店街は、アプリを使った全国初の一括免税システムの導入。兵庫町商店街は、ICカードを活用したパスポート情報の取得、デジタルサイネージ、観光アプリ、免税対応の決済端末、多言語情報発信の端末が導入され、観光客を誘客する仕組みを展開している。

・ ICT導入後の「MEGURINポイント」の利用状況の変化

ICTは、実証実験段階であり、利用頻度は少ないと思われる。端末に個人情報を入力しなくても、利用できるような仕組みが必要ではないかと考える。

また、「MEGURINポイント」の利用については、在住の外国人であれば利用があると思うが、リピーターを創出する仕組みであるため、観光客へ利用してもらうためには、少しアレンジが必要ではないのではないかと考えている。

(Q4) 今後の展望

地域活性化に向けて取り組む。

(Q5) 視察状況について

めぐりんサービスの視察は、商店街組合や商工会議所、商工会、自治体など、様々なエリアからの視察はある。北は北海道から南は沖縄まで視察の依頼があり、埼玉県越谷商工会議所や広島市、苫小牧市など、全国各地から来高。地域ポイント事業等の実施に至った経緯や事業スキームなどのヒアリングを受けている。



【所 感】

〈豊中市 石田〉

今回の視察で、事業は、地域の特性を把握した上で実行することは非常に重要であると感じた。高松市は、将来的な人口減少や少子・超高齢社会を見据えた拡散型の都市構造の転換を目指し「コンパクトシティ」を目指しているとのことだった。

海があり海洋資源が豊富で、おいしい「うどん」が食べることができ、自然、芸術等の観光資源の豊富な魅力的な街だった。

商店街内を歩いていると観光客、とりわけアジア圏の人々の多さを実感した。商店街の中にも外国人向けの観光案内所が整備されていた。経済効果があるのだろうと思ったが、宿泊を伴わない観光客が多く、宿泊客数の増加と駅前施設の充実が香川県内で必要性が議論されているとのことだった。

私達が調査した高松駅前から放射線状に広がる8つの商店街は、各々雰囲気やネオンサインの違い等で、全く、印象が違った。

昔ながらの店舗が密集しているところや、いわゆる、ナショナルチェーン店と旧来からある店舗と商店街内で共存を果たしている印象を受けた。

商店街内にはかわいらしい女の子が描かれたMEGURINポイントののぼりやステッカーを貼った店舗等が見受けられ、市内でのMEGURINポイントの動きを体感できた。MEGURINポイントは、商店街独自の電子決済やカード事業ではなく既存のWAONという知名度の高い事業サービスを活用したことが成功のカギと感じた。

行政独自で物事を進めていくより、既存の事業に相乗りするような方策の方が現実的だと感じた。行政独自で物事を進めていく場合、資金等の課題や協力体制の課題が多くあり、難しさを実感した。

商店街の方から「行政は仕組みだけを作り、補助金をばらまき、維持管理には消極的である」というような耳の痛い話だが、忌憚のない意見を頂戴した。

今回の視察を通じて、目の前で実際に使っているところを見たり、実は知られていない事情を伺うことができたととてもよかった。

域内の消費行動に刺激を与え、域内の店舗や地域発展に寄与できる素晴らしさと難しさも実感した。また、地域ポイント事業から、お金では買えない価値を考え、創出していくことは将来的な発展を考えるととても重要なものであるとも感じた。

〈八尾市 村田〉

高松市には8つの商店街があり、訪問したことで、商店街毎のカラーの違いや地域が抱える課題、実態をより身近に感じることができた。

地域ポイントを運営するサイテックアイ株式会社と、MEGURINポイントを率先して導入した高松兵庫町商店街振興組合の代表理事にお話を伺い、民間企業と地元商店街との連携の様子を知ることができた。

高松兵庫町商店街振興組合は、積極的に視察や勉強会に参加したり、民間企業の提案を検討し受け入れるなど、商店街を活性化させ購買促進につなげるために積極的であった。そして、人との



つながりを大切にし、楽しみながら取り組みを進めておられたことが印象的であった。

サイテックアイ株式会社の視察からは、地域毎に目的を明確にすることが大切だということが分かった。また、導入時の基盤整備と出口である利用箇所の充実は同時並行で検討し続ける必要があり、行政主体ではなく、民間や地域主体で、連携する体制の方が軌道にのりやすいということを学んだ。

私が所属する部署は、地元企業や商工会議所との関わりは薄いため、地域課題や問題点を知るためには、関係機関で連携し、地域の方と交流を深めつつ一緒に考えていく姿勢が大切であるという事を改めて感じた。本市には、行政と地域をつなぐ中間支援組織があるため、それぞれの役割を明確にし、地域がより自発的で自立した活動ができるような仕組みづくりが大切なのではないかと考えた。特に女性は、地域通貨やポイントを通貨的な存在だけでなく、違う価値を見出すことができる人が多いと感じるため、どういったものがあると地域社会の活性化につながるのかを検討していきたいと考える。



(5) “近鉄ハルカスコイン” について

～ 近鉄グループホールディングス株式会社 ～

視 察 日 時	平成30年11月26日(月) 午前10時～午前12時まで
視 察 先	視察場所：近鉄百貨店 あべのハルカス本店 住 所：大阪市阿倍野区阿倍野筋1-1-43 最 寄 駅：大阪メトロ谷町線 天王寺駅 対 応 者：山本 寛 氏（近鉄グループホールディングス株式会社 事業開発部長） 林 龍人 氏（近鉄グループホールディングス株式会社 事業開発課長） 徳永 英剛 氏（株式会社近鉄百貨店 販売推進課係長）
視 察 者	尾川 一平（摂津市保健福祉部国保年金課） 岡崎 真也（貝塚市都市政策部商工観光課） 石田 千穂（豊中市財務部固定資産税課） 村田 恵実（八尾市政策企画部政策推進課） 保田 隆明（神戸大学大学院経営学研究科 准教授） 飯田 敦（株式会社トラストバンク 執行役員）

【視察目的】

近鉄グループホールディングス株式会社は、運輸事業、不動産事業、流通事業、ホテル・レジャー事業など多岐にわたり事業展開している。平成29年9月1日から10月1日まで、ブロックチェーン技術を活用した仮想地域通貨「近鉄ハルカスコイン」の第1回社会実験をあべのハルカスで実施している。その後、平成30年10月1日より約2か月間、第2回社会実験として「近鉄ハルカスコイン」を実施している。社会実験とはいえ、再度実施するということは「近鉄ハルカスコイン」という地域通貨が、一定の効果があったと思われる。この事業の取り組み効果や課題を調査することで、府内市町村への反映を含め、本研究会の研究に役立たせる。

【視察内容及び質問事項】

1. 視察内容

「近鉄ハルカスコイン」はスマートフォン利用によるQRコード決済ツールで、近鉄グループホールディングス株式会社が発行する電子通貨である。第1回社会実験では会計時に店舗側が生成するQRコードを利用者が読み込み、決済する方法のみであった。第2回社会実験では新たに店頭で固定QRコードを設置し、利用者が固定QRコードを読み込み、金額を入力し、店舗側に確認してもらう決済方法を導入している。

視察では、導入背景やシステム構築、実施後の効果に関することはもちろん、第2回社会実験



で前回実施の決済方法を変更した点や第1回社会実験の結果をどう受け止めているのかなど伺う。

2. 質問事項

(Q1) 近鉄ハルカスコインの社会実験実施の背景

- ・近鉄ハルカスコイン社会実験実施までの経過について
- ・社会実験実施までに苦慮した点や参考にした事例について

(Q2) 近鉄ハルカスコイン導入時のシステム構築

- ・システムのイニシャルコスト、ランニングコストなどについて
- ・社会実験時のトラブルなどについて
- ・第1回社会実験を受け、第2回社会実験で変更した点について
- ・プレミアム率を、第1回は100%、第2回は10%としている設定意図について

(Q3) 近鉄ハルカスコイン社会実験後の効果

- ・社会実験前後で、消費者の購買行動の変化について

(Q4) 行政での地域通貨・電子通貨

- ・行政発信での地域通貨・電子通貨について

(Q5) 今後の動き

- ・短期滞在の観光客・インバウンドへの対応について
- ・社会実験後の本格導入について

(Q6) その他

- ・他の自治体からの視察について

【視察結果】

1. 近鉄ハルカスコインの概要

近鉄グループホールディングス株式会社と株式会社三菱総合研究所は、ブロックチェーン技術を活用した「近鉄ハルカスコイン」の実用化に向け、大阪市、地元商店会と連携して社会実験を実施している。

近鉄ハルカスコインは、利用者が自らのスマートフォンを使って簡単に支払えるもので、現在、国が掲げる「キャッシュレス社会」の実現を推進していくものである。

今後、社会実験の成果をもとに、ブロックチェーン技術にさまざまなサービスを付加した、地域創生に資するイノベーションプラットフォームの確立を図っていく。



2. 近鉄ハルカスコインについて

	第 1 回	第 2 回
実 施 期 間	2017年 9 月 1 日(金)～10月 1 日(月)	2018年10月 1 日(月)～12月10日(月)
参 加 者	KIPS会員から5,000人を募集	約165万人のKIPS会員から希望者全員
実 施 店 舗	「あべのハルカス」内テナント 約200店舗	あべの・天王寺エリアの商業施設 約400店舗
通 貨 発 行	現金5,000円に対し10,000コインを発行 (1 コイン = 1 円相当)	現金 + 期間限定プレミアム10% (1 コイン = 1 円相当) 現金は1,000円単位で100,000まで チャージ可能

・第1回社会実験から変更した点（システム機能の拡充など）

(1) 固定QRコード決済方式の導入

QRコードを紙などに印刷して店舗に備え付け、利用者のスマートフォンで読み取る「固定QRコード決済方式」を新たに導入した。これにより、店舗側の運用にかかる負担を大幅に軽減できる。

なお、第1回社会実験で用いた、店舗のタブレットに表示されるQRコードを、利用者のスマートフォンで読み取る「店舗用端末読取決済方式」も継続して利用可能で、店舗側の運営形態にあった決済方式を選択できる。

(2) 地域通貨特有の機能追加

○通貨の追加発行（チャージ）

現金により近鉄ハルカスコインの追加発行を受けられるチャージ機を導入した。

○期間限定プレミアムの付与

近鉄ハルカスコイン発行の際に付与されたプレミアム分について、有効期限を細かく設定できるようにした。この機能により、近鉄ハルカスコインの流通を促進し、経済効果を高めることが期待される。

○実用化以降も継続して利用できるシステムの構築

第1回社会実験で開発した、ブロックチェーン技術を活用したシステムのプラットフォームを強化し、参加者、施設の拡大や法制度に対応した基盤を構築する。

また、顧客情報や取引情報など、個人情報については、インターネットからのアクセスができないプライベートクラウドに保管することで、セキュリティ面も一層強化した。



3. 質問事項

(Q1) 近鉄ハルカスコインの社会実験実施の背景

・どのような課題があって、近鉄ハルカスコインを社会実験したのか

KIPSクレジットカード、KIPSポイントカード、KIPS ICOCAカードなど多様な決済方法がある中で、KIPSポイントサービスの次の展開として、地域で使えるポイント制度を担当役員レベルで考えていた。しかし、端末導入コストを商店街と近鉄グループで負担することは厳しく、そこが課題となっていた。

ある時、株式会社三菱総合研究所と話す機会があり、担当の思いを伝えると、三菱総合研究所自身も地域通貨に興味があり、ブロックチェーンの仕組みを用いた地域通貨導入に向けて、連携することになった。

・近鉄ハルカスコインの社会実験を実施するにあたり、参考にしたものはあるか

参考にした事例はない。当時はブロックチェーンの仕組みを使って行う地域通貨については近鉄ハルカスコインより先に行っているものは無かったと思われる。

・第2回社会実験の際、利用範囲を拡大しているが、どのような経緯で行ったのか

固定QRコード決済方式の導入については、タブレット端末も不要であり、店舗側の運用にかかる負担を軽減できるため、導入した。また追加チャージ機能については、第1回社会実験のアンケート結果を踏まえ、より使い勝手が良いように機能拡充を行った。さらに利便性を高めるため、利用可能店舗を近鉄百貨店周辺施設や商店街まで拡大した。

(Q2) 近鉄ハルカスコイン導入時のシステム構築

・システム構築の費用面については全額を近鉄グループで負担しているのか

実験協力会社が持ち寄り負担。

・加盟店については、ランニングコストの一部負担等はあるのか

実験段階としては、ランニングコストや決済手数料の負担は無い。しかし、プレミアム分の負担については、原則各店舗が負担する仕組みになっている。換金する際、プレミアム分の



10%を差し引いて店舗にお金を支払う。

・ 社会実験を行う上で、クリアしなければいけなかった法律上の問題はあったか

法律関係については問題にならなかった。どちらかと言えば、個人情報であるとか、運営上のセキュリティに関して、特に注意を払った。

・ システム導入時、想定外のトラブルなどはあったか

第1回社会実験の際に、数件トラブルはあった。例えば、他のアプリとの干渉や、カメラの不具合などが起こった。第2回社会実験では目立ったトラブルは今のところ起きていない。

・ プレミアム率を第1回は100%、第2回は10%としている設定意図について

第1回社会実験は、多くの方に使ってもらうことが目的であったため、プレミアム率を100%に設定した。第2回社会実験では、実用化を見据え、プレミアム率を10%に設定した。10%という割合については、国内外のプレミアム商品券などの事例を基に検討し、設定した。

また、一定期間利用がない場合は、プレミアム分の一部が減価される減価方式を行っている。ポイントが無くなる日の3日前頃に対象者へEメールを送信している。結果として、1回目は減価対象者が80名いたが、減価されたのは50名、2回目は260名いたが、減価されたのは170名と、プレミアム分の一部消滅機能は、消費喚起に効果がある。

(Q3) 近鉄ハルカスコイン社会実験後の効果

・ 社会実験前後で、消費者の購買行動に変化はあったか

まだ分析はできていない。第2回社会実験が終わり次第、分析していく。特に今回の実験ではKIPS会員を対象にしていることもあり、個人の消費喚起に影響しているのか、個別に分析していく予定である。

・ 近鉄ハルカスコイン導入で、客層に変化はあったか

KIPS会員限定ということもあり、客層は大きく変化していない。

(Q4) 行政での地域通貨・電子通貨

・ 民間事業者目線で、行政発信での地域通貨・電子通貨はどのように見えるか

行政発信で実施するほうが、“信頼性”が高いし、地域でお金を循環させようと思うと、行政が入らなければ難しい。

(Q5) 今後の動き

・ 短期滞在の観光客・インバウンドへの対応は考えているのか

他の海外主力の電子通貨との協力も対応策のひとつではないかと考えている。利用者にとって支払しやすい環境を整えた上で、近鉄ハルカスコインの利用促進を図っていくことが良いと考える。

・ 社会実験後、本格導入するのか

その予定である。



・本格導入に際して、システム変更等行うのか

第1回・第2回の社会実験を踏まえて、システム変更等を行う予定である。社会実験では現金と併用できないようになっているが、本格導入の際にはできるようにする予定である。またKIPSポイントについては、今後どのようなかたちで付与していくのか検討予定である。店舗側との精算については、将来的には無くし、地域通貨として循環するような仕組みを構築していきたい。実験ではKIPS会員だけであったが、本格導入時には会員でなくても利用できるようにしたい。

(Q6) その他

・自治体からの視察はあったか

近鉄グループへの視察は無いが、三菱総合研究所には問い合わせがきていると聞いている。

【所 感】

〈摂津市 尾川〉

近鉄ハルカスコインによる社会実験ということで、自身でも買い物をして電子通貨の仕組みを勉強した。

視察の前日に、電子通貨のチャージから支払いまでの流れを把握するために近鉄百貨店を訪れ、近鉄ハルカスコインの使用できる店舗を見てまわった。電子通貨が使用できる店舗には、近鉄ハルカスコインの立札が設置されており、一目でわかるようになっていた。あべの・天王寺エリアの商業施設、約400店舗にて電子通貨が使用でき、ほとんどの店舗で問題なく使用できた。

視察時に地下の売場が対象外となっていることについて質問したところ、第一回社会実験にて対象だったため、第二回社会実験では対象外にしたとのことだった。

店舗にて、近鉄ハルカスコインの使用頻度を聞いたところ、現金支払いの方が多いとのことだったが、プレミアム目当てで電子通貨を使用している客もいるとのことだった。

自身が客として電子通貨で支払ってみると、現金支払いと遜色なく、支払いができた。細かい1円単位のお金を支払う手間がなく、便利だ。ただ、あえて客側のデメリットを上げるとすると、支払い時の現金喪失感が薄いため、普段より買い物をしてしまう気がした。近鉄ハルカスコインが減ってくると、またチャージしたい衝動にかられ、再チャージを行い、また買い物をする。この流れが定着すると、経済が回るのだと感じた。プレミアムが10%付与されることから、普段割引の利かない店舗、例えば、ブランド店等で近鉄ハルカスコインを使用するとお得だと思った。

本格導入時、プレミアムが付与されるのかどうか、気になるころではあるが、今回の社会実験と同様のプレミアムが付与されるのであれば、今後の近鉄ハルカスコインの普及は大きく進むと考える。

第1回・第2回の社会実験を踏まえ、本格稼働を検討するとのことだが、今回の社会実験ではできなかったこと、例えば、電子通貨と現金の併用不可だったものを、併用可能にする等によりさらなる客を取り込めると感じた。

最後に、「行政発信の電子通貨」の印象を教えてもらった。行政発信の電子通貨であれば、信用



が高く、地域発展を試みるには良いとのこと意見をいただいた。

今回の視察を通じて、電子通貨の使用を体験したことで、今後の「キャッシュレス社会」を見据えることができ、有意義であった。

〈貝塚市 岡崎〉

今回、近鉄ハルカスコインを視察し、特にチャージ機の導入が印象的であった。通貨発行カウンターでしかチャージができないとなると、プレミアムが付いたとしても、利用が増えることは難しいと思われる。今後の取り組みとして、利便性向上に向けて、駅にチャージ機を複数台設置することを検討されていると伺い、ますます地域通貨の可能性を感じた。2025年に大阪で万博開催が決定した今、外国人観光客がさらに増えると予想される。チャージ機が地域のあちこちに設置されることで、地域通貨の利用を促すことにつながる。近鉄ハルカスコインのシステムは、外貨獲得に大いに期待できる。来年度、本格実施予定とのことだが、最終的にどのようなシステムになるのか楽しみである。

また、近鉄ハルカスコインは、一定期間利用が無かった場合、プレミアム分の一部が消滅する仕組みとなっており、減価対象者に対し、消滅数日前にEメールで通知される。少額であっても、減価対象者の約3割は減価前にコインを利用していると数値データが表していた。研究会のゲストスピーカーから、地域で循環させるためには「減価率」も大きく影響すると聞いていたが、一定程度、消費喚起としての効果はあるのだと実感した。

第1回社会実験の利用者アンケート結果の中で、「以前から仮想通貨を知っていましたか」という質問に対し、約9割の方が「あまり知らなかった」と回答している。しかし、同アンケートで「今後も使ってみたいですか」という質問に対しては、8割以上の方が「使いたい」と回答している。

実際に導入する際、9割もいる「あまり知らない」層に対し、納得してもらわなくてはならないという現実的な課題が見えた一方で、導入し実際に使ってもらおうと「今後も使ってみたい」につながっているところは、地域通貨、電子通貨というものが受け入れられやすいツールであると考ええる。

その他、利用者アンケートで「カード式電子マネーと比べて『便利だ』」との回答は約3割程度にとどまっている。地域通貨利用を促すためには、追加チャージ機能はもちろんのこと、利用エリアの拡大など利便性向上が不可欠である。行政発信で地域通貨を導入したとしても、利用エリアの拡大などは商工会議所と連携していかななくては難しく、関係機関との調整も必要になってくると考える。

今回の視察を通じ、地域通貨は、地域経済の活性化として、得られるメリットは大きい。しかし、多くの人に利用されるためには、決済ツールとしてだけではなく、銀行口座と紐づけて、現金を持ち合わせていなくても買い物ができる。またはお得な情報を受け取ることができるなど生活アプリとして浸透させていくことが必要であると改めて感じた。



〈豊中市 石田〉

非常に大規模な実験で驚いたのと同時に、一消費者としても非常にワクワクした。

実際、ハルカスコインを使用するため飲食店で食事をし、使用してみようということになったが、店側の人が戸惑ってしまい、決済の際、気がつけば私たちの後ろは会計待ちの他のお客さんの長蛇の列となってしまうていた。

ただ、店側が会計決済画面を私達に提示するのに時間がかかったが、スマホをかざしてからは、非常にスムーズであった。

実際に、ハルカスコインが使用されるような事になれば、天王寺のような大阪南部から奈良、三重等の住民や観光客が利用するような地域の百貨店、映画館、動物園等があるような繁華街での支払いは全てスマホで済んでしまい、もはや、財布を持たず家をでるという日も近いのではないかと感じた。天王寺界限は、外国の観光客も多いため、両替の煩わしさからの利用ニーズや、商機はこちらの方があるのではと思った。

実際、コスト面で難しさがあるとのことであったが、グループ会社に鉄道会社を保有している強みを活かしたハルカスコインの鉄道事業への広がりを期待させるのと同時に、「近鉄」というブランドへの信頼感が、今後、事業をより成功させるのではないかと感じた。

また、東京オリンピックや万博の開催を見据えて、観光国として大阪の発展に繋がっていくのではないかと感じた。

〈八尾市 村田〉

近鉄グループのポイントをグループ内だけでなく、地域に還元できないかと考えていた中で、地域効果を高め、事務負担を軽減する方法の1つとして「近鉄ハルカスコイン」が試された。

印象に残ったり感じたりしたことが3つある。

1つめは、近鉄グループということで知名度が高いことから信用度も高く、地域ポイントや仮想通貨、QRコード決済に馴染みがなくても、たくさんのお客が参加しようと思ったのではないかとということである。

2つめは、第2回社会実験では、地域効果を図るため、近鉄ハルカス近辺の施設や商店街も含めて実施されていたが、店舗によっては、導入が難しいということである。

3つめは、第1回社会実験アンケート結果から、参加者は女性客が多い。「今後も使ってみたいか」で8割が使いたい、「再発行（チャージ）できれば利用したいか」で6割が利用したいと答えている。今度、導入した際にも、高い確率で利用が見込まれるのではないかと感じた。

また、ハルカスコイン以外の利用（追加利用）が7割以上あったという点からも、購買促進につながったのではないかと考えられる。

しかし、女性はポイントの利用が高い反面、シビアでもあるため、第1回と第2回の社会実験結果から、還元率が何%であれば、利用や購買率が促進されるのか参考にしていきたい。

これらのことから地域通貨を導入する際には、誰を対象に、何を目的として実施するのか。また、エリアをどこに絞り、どこと協力して行うのかなど、明確にして実施することが重要であると感じた。もう一度、本市の地域特性や実情について、学んでいきたい。



2. 「研究成果報告会」発表資料

目次	
第1章	なぜ今、地域通貨なのか
第2章	大阪府内の事例
第3章	香川県内の事例
第4章	導入に向けての提案

地域通貨とは...

例：法定通貨ではないが、ある目的や地域のコミュニティ内で、法定通貨と同等あるいは全く異なる価値があるものとして発行され、使用される通貨 など

地域通貨を導入した地方創生研究会	
地域に活気を取り戻せ！！	
～地域通貨・地域ポイントの可能性～	
研究員	豊中市 財務部固定資産税課 石田 千穂
	摂津市 保健福祉部国保年金課 尾川 一平
	八尾市 政策企画部政策推進課 村田 恵実
	貝塚市 都市政策部商工観光課 岡崎 真也

第1章

なぜ今、地域通貨なのか



事例紹介のラインナップ

地域・運営体	種別	方式
近鉄ハルカス コイン	電子マネー (チャージ)	スマートフォン (ブロックチェーン)
ひらぽかカード	自治体ポイント	ICカード
セツピイ スクラッチ	スクラッチ 商品券	紙
高松市ポイント	自治体ポイント	マイナナンバーカード (マイキーブラットフォーム)
めぐりんマイル	買物ポイント	ICカード(WAON)

地域通貨(紙媒体)の課題

- ・通貨発行や書き込みが面倒
- ・通貨発行にコストがかかる
- ➡利用者が増えにくい
- ➡通貨として流通しにくい

情報通信機器の保有状況の推移

	2010年	2017年
スマートフォン	9.7%	75.1%
パソコン	83.4%	72.5%
固定電話	85.8%	70.6%

出典：総務省「平成29年通信利用動向調査報告書(世帯編)」を基に発表者作成

社会背景の変化

情報インフラの整備

- ・スマホの普及
- ・Wi-Fi環境の整備
- ➡面倒な作業がない
- ➡流通しやすい環境



地域通貨の効果

- これまでの地域通貨
→地域コミュニティ活性化
- これからの地域通貨
→地域コミュニティ)活性化?
地域経済

第2章 大阪府内の事例

大阪府内の事例

- 近鉄ハルカスコイン
...事業者が運営している地域通貨
(種別: 電子マネー 方式: スマートフォン)
- ひらポカード
...枚方市の地域ポイント
(種別: 自治体ポイント 方式: ICカード)
- セップイスクラッチ
...摂津市の地域販売促進事業
(種別: スクラッチ・商品券 方式: 紙)



近鉄ハルカスコイン

事業者が運営している地域通貨

視察日：平成30年11月26日

- ・ブロックチェーン
- ・社会実験
- ・プレミアム
- ・減価設定



近鉄ハルカスコイン

今後の可能性

インバウンド効果

➡

経済活性化の起爆剤

枚方市

ひらかたポイント制度

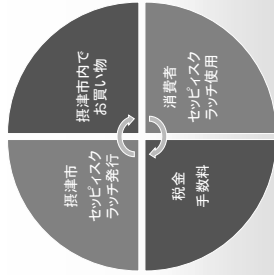
- ・2019年1月15日スタート
- ・カードタイプ
- ・市事業への参加や特定健診等の受診率向上
- ・まちづくりへの関心を高める→市への愛着増大
- 行政課題の解決→社会保障費や医療費の抑制

摂津市 セッピスクラッチ

- ・消費活動促進
- ・費用は市が負担
- ・紙ベース



電子化することで地域通貨がぐるぐる循環する



○商品券の発行、送付、換金の手間が無くなり、業務のスリム化ができる。

大阪府内の事例から 見えたこと

大きく分けて、4点あります。

- 1 地域通貨をもらえる場所
市区町村以外でも発行。
- 2 地域通貨を使える場所
域内全域で使用可能を目指す。
- 3 地域通貨のお得感
プレミアムを付与する。
- 4 地域通貨の面白さ





第3章 香川県内の事例

香川県内の事例

- ・「高松市ポイント」
…マイキーIDを使用した自治体ポイント
(種別:自治体ポイント 方式:マイナンバーカード)
- ・「めぐりんマイル」
…香川県を代表する地域コミュニティポイント
(種別:買い物ポイント 方式:ICカード(WAON))

事例「高松市ポイント」

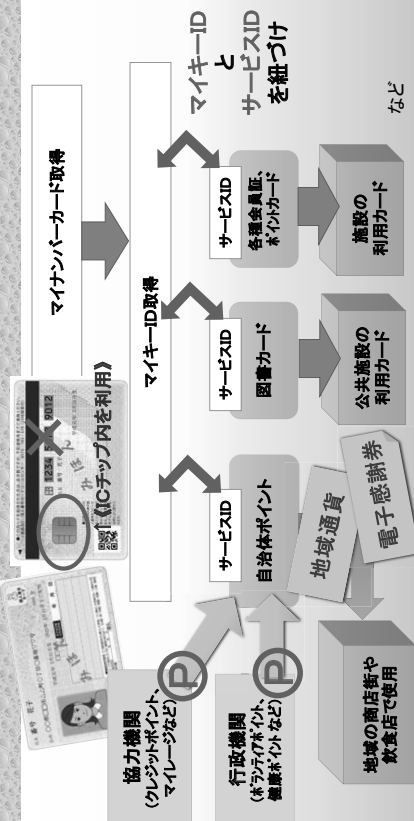
四国の中枢管理都市『高松市』

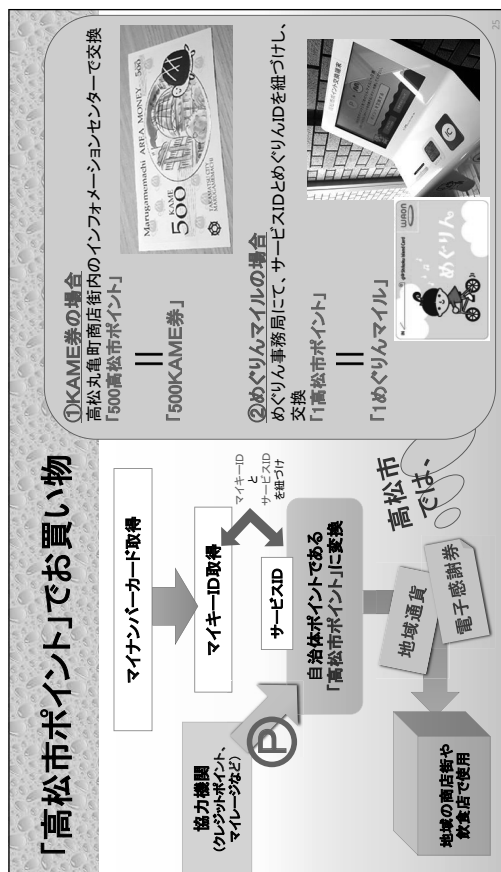


市域面積: 375.44km²
人口: 420,808人
(平成29年1月末時点)

コンパクトで公共交通を
基軸としたまちの実現を
めざしている

マイキープラットフォーム構想で地域経済活性化





「高松市ポイント」導入の背景

- ・「KAME券」や「めぐるんマイル」があった
- ・導入にほとんどコストがかからない

導入目的は、
マイナナンバーカード
取得後の
利便性向上の1つ

問題点

- ・手続きが煩雑
- ・一定数ポイントが必要
- ・使用場所に制限がある

高松丸亀町商店街の
マスコミキャラクター「いよこたん」

高齢者に大好評！！ ～マイキープラットフォームを活用した事例～

●三重県津市「シルバーエミカ」

目的：高齢者の外出支援（コミュニティバス、路線バスの利用拡大）
対象：65歳以上の高齢者

利用バス：「コミュニティバス」
「路線バス」

マイナナンバー取得率（シルバーエミカ 導入前）				H29.2月末時点			
全体	65歳以上	総人口	うち、65歳以上人口	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率
281,458人	18,220人	79,484人	7,544人	6.47%	9.49%	10.89%	UP
マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率

マイナナンバー取得率（シルバーエミカ 導入後）				H30.11月末時点			
全体	65歳以上	総人口	うち、65歳以上人口	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率
280,024人	30,109人	80,756人	16,456人	10.75%	20.38%	20.38%	UP
マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率	マイナナンバー取得率

（著者ヒアリングによる）

マイキープラットフォームの問題解決（案）

総務省

1、手続きが煩雑
⇒ 手続きの簡素化

2、一定数のポイントが必要
⇒ 協力企業との連携を強化

各自治体

3、使用場所に制限がある
⇒ デメリットをメリットに変える、自治体ポイントの付加価値をつける





市民が喜ぶ地域経済活性化(案)

マイキープラットフォームや地域通貨は、
ここで、
手段の1つです。

マイキーIDを自治体アプリと連動させ、
自治体ポイントで購買(QR決済)できるようにすればいいのでは？

【導入後の効果】・市民の利便性の向上
・効率的な情報発信
・地域経済の活性化
・市民交流の活性化
・市の魅力⇒定住促進
など

29

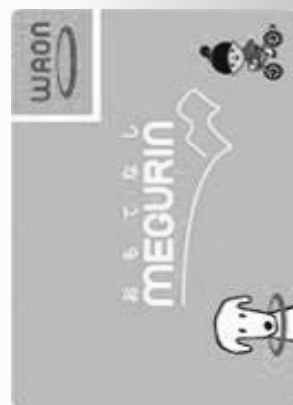
成功事例 めぐりんマイル

「香川県を元気にする」という合言葉のもと
地域経済の活性化・コミュニティの活性化に成功！！

- ・県民の6人に1人が持つカード
- ・平成21年からスタート
- ・県内年間決済額 約40億円
- ・加盟店500店舗

30

めぐりんカード



31

地元で貯める地元で使う



32

地域スポーツ応援ポイント

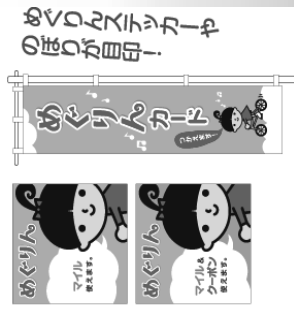
大好きカマタマール讃岐 WAON について

大好きカマタマール讃岐 WAON はめぐりんマイルが「ためて」「つかえて」「応援できる」ポイントとなります。
※めぐりんマイル詳細に関してはポータルサイトをご確認ください。
<http://www.0909megurin.com/>



34

平成30年11月 視察してまいりました！

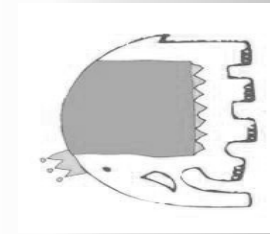
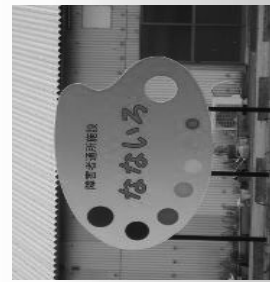


33

寄付ポイント

「いいこと」して貯めて「いいこと」をして使う！

なないろ障害者地域生活支援センター マインアター高松(人形劇団) NPOグリーンコンジューマー高松



35

健康ポイント

健康寿命を延ばす取り組み

ボランティアポイント

清掃活動に参加しポイントを貯める



参考資料



参考資料



成功への鍵

- WAONカードへの相乗り
- コンパクシティでの実行
- メッセージ性の共有

「いいこと」して貯めて「いいこと」をして使う！

37

地域振興は

事業者単体、行政単体で地域振興に取り組むことは難しい



市民 事業者 行政 地域団体(NPO等)
がメリットを感じられる協力体制が重要！！

38

第4章 導入に向けての提案

39

地域通貨導入へのハードル

- 成功事例が少ない
- キャッシュレス決済の浸透
- 現金主義

➡ハードルが高すぎる！？

40

地域通貨導入へのハードル

導入に向け、
段階的に進められないか
→ 違う視点の事例紹介

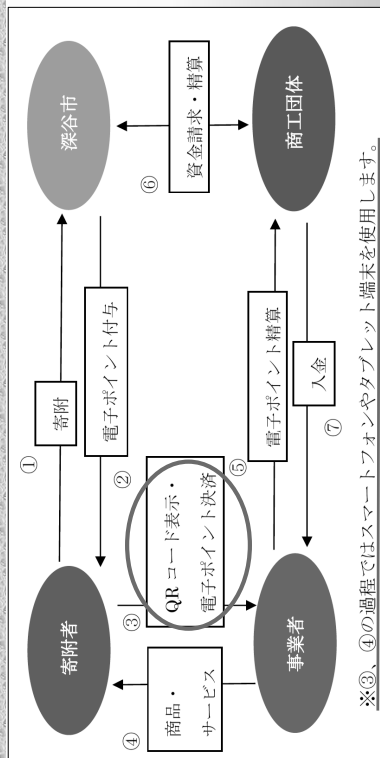
41

電子感謝券（埼玉県深谷市）

- ・ふるさと納税返礼品
（「ふるさとチョイス」での寄附のみ）
導入背景
- ・ショッピングモールなど誘致に成功
→ 道の駅に来てもらう仕掛け

42

電子感謝券の流れ



出典：深谷市ふるさと納税電子感謝券協力事業者募集要項

43



44

参考資料



参考資料



電子感謝券（埼玉県深谷市）

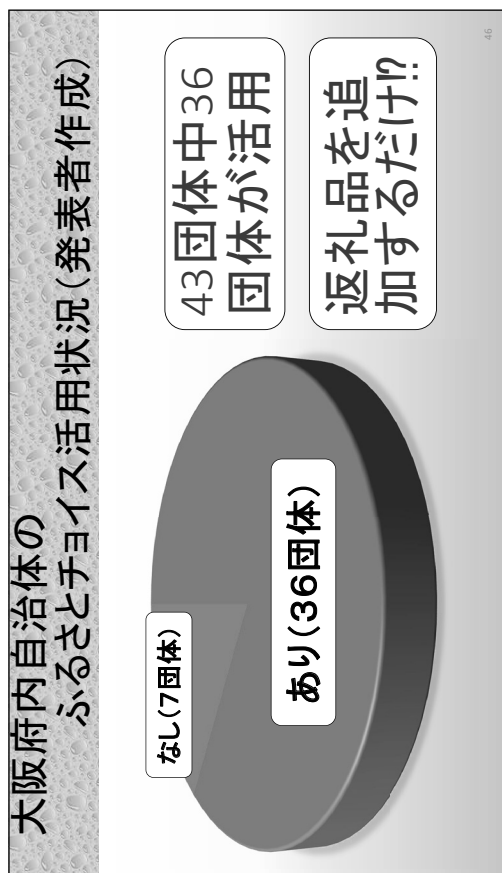
効果

- ・キャッシュレス決済の認知
- ・地域の魅力・強みの再発見

思わぬ意見（店舗側）

- ・住民も利用できないのか

45



電子感謝券のメリット

- ①QRコード決済の浸透
- ②地域の魅力・強みの再発見
- ③キャッシュレス決済の社会実験
➡ダメなら返礼品から除くだけ

47

地域通貨を導入するために

既存事業で実験的に行う

↓

地域に適したシステム構築

➡少しずつ事業化へ

48

地域通貨を導入する時のカギ

1. ハードルを下げる
2. 付加価値を付ける
3. 事業者へのメリット

49

さいごに

研究会を通じて、
地域通貨は、

面白い！！

50

ご清聴、ありがとうございました!!



51

参考資料





3. 研究活動記録・研究員名簿

研究活動記録

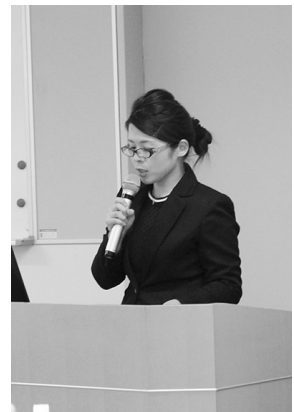
研究会	月 日	内 容
第1回	5月14日（月）	① オリエンテーション、研究員自己紹介 ② 指導助言者及びアドバイザーによる基調講義 「地域通貨 論点整理」 神戸大学大学院経営学研究科 准教授 保田 隆明 氏 「株式会社トラストバンクの取り組みについて」 株式会社トラストバンク 執行役員 飯田 敦 氏 ③ 意見交換
第2回	6月4日（月）	公開講座「第1回 地域活性化の切り札!!」 ～新しい地域通貨を活用したまちづくり戦略～ ① 第1部「『アクアコイン』で地域経済とコミュニティを活性化」 木更津市経済部産業振興課 主幹 鈴木 昭宣 氏 ② 第2部「香川県の地域ポイント『めぐりんマイル』の仕組みとは」 サイテックアイ株式会社 顧問 善生 憲司 氏 ③ 第3部「全体講評・質疑応答」
第3回	7月9日（月）	公開講座「第2回 地域活性化の切り札!!」 ～新しい地域通貨を活用したまちづくり戦略～ ① 第1部「新しい地域通貨の可能性 ～理論的概念から考える～」 ケイスリー株式会社 取締役 森山 健 氏 ② 第2部「“ふるさとトークン”について」 株式会社トラストバンク 執行役員 飯田 敦 氏 ③ 第3部「全体講評・質疑応答」
第4回	8月3日（金）	① 第2・3回研究会（公開講座）の振り返り ② 視察先の検討
視 察	9月10日（月） ～11日（火）	① 飛騨信用組合 ② 深谷市
第5回	10月15日（月）	① 視察実施報告 ② 自由討議
視 察	11月6日（火） ～7日（水）	① 高松市 ② サイテックアイ株式会社 ③ 高松兵庫町商店街振興組合
視 察	11月26日（月）	近鉄グループホールディングス株式会社



研究会	月 日	内 容
第 6 回	11月26日（月）	<p>公開講座「第 1 回 キャッシュレス革命！ ～電子地域通貨を活用したまちづくり戦略～」</p> <p>① 第 1 部「ふるさと納税の返礼品『電子感謝券』とは ～行政ポイントを絡め、さらなる展開へ～」 株式会社トラストバンク 執行役員 飯田 敦 氏</p> <p>② 第 2 部「全国初、住民総参加型ポイント制度『ナギフト』について」 奈義町まちづくり戦略室 班長 森安 栄次 氏</p> <p>③ 第 3 部「全体講評・質疑応答」</p> <p>④ 意見交換会</p>
第 7 回	12月12日（水）	<p>公開講座「第 2 回 キャッシュレス革命！ ～電子地域通貨を活用したまちづくり戦略～」</p> <p>① 基調講演「新しい地域通貨の可能性 ～会津大学での実証実験を通して～」 会津大学産学イノベーションセンター 客員准教授 藤井 靖史 氏</p> <p>② 事例発表 1 「環境に特化した地域環境通貨とは ～循環型社会構築に向けて～」 早稲田大学環境総合研究センター 研究院准教授／主任研究員 永井 祐二 氏</p> <p>③ 事例発表 2 「LINEが行う戦略的な“キャッシュレス決済”」 LINE Pay株式会社 事業開発室戦略チーム 渡辺宏一郎 氏</p> <p>④ 全体講評「意見交換・質疑応答」</p>
第 8 回	1 月 9 日（水）	<p>① 成果報告会・報告書の内容討議</p> <p>② 視察実施報告</p> <p>③ 自由討議</p>
第 9 回	2 月 6 日（水）	成果報告会リハーサル
成 果 報 告 会	2 月13日（水）	<p>「地域に活気を取り戻せ!! ～地域通貨・地域ポイントの可能性～」</p> <p>① 基調講演「新しい地域通貨の可能性」 専修大学経済学部 教授 西部 忠 氏</p> <p>② 事例発表「地域通貨が潤す地域経済 ～電子地域通貨「さるぼぼコイン」とは～」 飛騨信用組合 常務理事 古里 圭史 氏</p> <p>③ 研究成果発表 1. 研究員による発表 2. 研究員によるパネルディスカッション</p> <p>④ パネルディスカッション パネリスト：専 修 大 学 経 済 学 部 教 授 西部 忠 氏 飛 騨 信 用 組 合 常 務 理 事 古里 圭史 氏 株式会社トラストバンク 執行役員 飯田 敦 氏 コーディネーター：神戸大学大学院経営学研究科 准教授 保田 隆明 氏</p>



「地域通貨を導入した地方創生研究会」報告書





研 究 員

市町村名	所 属	氏 名
豊 中 市	財務部固定資産税課	石 田 千 穂
摂 津 市	保健福祉部国保年金課	尾 川 一 平
八 尾 市	政策企画部政策推進課	村 田 恵 実
貝 塚 市	都市政策部商工観光課	岡 崎 真 也

指 導 助 言 者

神戸大学大学院経営学研究科 准教授	保 田 隆 明
-------------------	---------

ア ド バ イ ザ ー

株式会社トラストバンク 執行役員	飯 田 敦
------------------	-------

事 務 局

おおさか市町村職員研修研究センター（マッセOSAKA）	曾 我 夏 樹
	青 柳 成 和
	村 上 絵 里 子



後列左から 飛驒信用組合 古里氏、飯田氏、ケイスリー株式会社 森山氏、専修大学 西部氏、保田先生
前列左から 村田研究員、石田研究員、尾川研究員、岡崎研究員、青柳（事務局）、曾我（事務局）



編集後記

昨年度に実施した「クラウドファンディングによる地域活性化研究会」のなかで、地域に集まったお金の流出を抑え、地域内で循環する仕組みが必要ではないかと議論にあがったことがきっかけとなり、本研究会を実施するに至りました。

昨今、情報やコミュニケーションのあり方が変わり、IT技術も進歩するなか、ビットコインやICO（Initial Coin Offering）など、お金や経済に関してもダイナミックに変わる状況にあります。地域通貨もその影響を受け、従来の紙ベースからキャッシュレスへと形を変えるなど利便性が増し、今後も進化を遂げていくことが予想されます。

約1年間の研究活動を振り返ると、有識者のご講義や先進事例に触れる度、技術面の進化やそれに伴う新たな発想に驚きの連続で、運営に携わりながら常に学ばせていただきました。また、ブロックチェーンなどを始め、地域通貨だけではなく他の行政課題の解決に資するツールも学べたことで、将来必要になるものを想像し、未来へ視野を広げることができました。変化の激しい時代において、好奇心と想像力が新たな可能性を生み出すきっかけにつながる、そのように感じました。

本研究会はこれで一区切りとなりますが、研究員は研究成果を所属団体において政策として実現すべく、模索していくことと思います。好奇心と想像力を発揮し、地域に貢献する地域通貨のデザインを期待するとともに、研究活動を通して得た様々な人とのつながりが、今後も支えとなるよう願っています。

最後になりましたが、切磋琢磨しながら研究活動に励まれた研究員の皆様、本研究会にご協力いただいた皆様方のおかげで、実りある研究会を実施することができました。改めて感謝申し上げます。そして、研究活動の道筋を立て、研究会の充実にご尽力いただきました指導助言者の保田隆明先生、アドバイザーの飯田敦様に、心より厚く御礼申し上げます。

マッセOSAKA 青柳 成和

2018年度
「地域通貨を導入した地方創生研究会」
報告書

2019年3月

発行／公益財団法人 大阪府市町村振興協会
おおさか市町村職員研修研究センター
(マッセOSAKA)

〒540-0008

大阪府中央区大手前3-1-43

大阪府新別館南館6階

T E L 06-6920-4565

F A X 06-6920-4561

E-mail center-tr@masse.or.jp

協会HP <http://www.masse.or.jp/>

※本研究会は別冊で「講演録集」も発行しています



おおさか市町村職員研修研究センター

