

# 「地域通貨活用型商店街活性化啓発モデル実験事業」報告書

## 1 地域通貨「500hana 券」の裏書記述部分の分析

### (1) 地域通貨の回転数について

2005 年 8 月 1 日より 11 月 15 日の間に、原町田地区（59 事業所）で、1,550 枚の「500hana 券」が、平均 2、28 回商店と地域住民の間をぐるぐる回った。

3 か月半という短い期間であったので、2 回でもやむをえないのかもしれない。とはいえ、2 回程度の回転しか経験していないとなると、本来の地域通貨の醍醐味は経験できなかったと推測される。次回につなげるためには、まずこの回転数を増やす工夫をする必要があるだろう。しかしながら、3 回以上回転したのが 409 枚、4 回以上回転したのが 182 枚、5 回以上回転したのが 72 枚、6 回以上回転したのが 22 枚、7 回以上回転したものが 5 枚、8 回以上回転したものが 3 枚となっている。3 回以上の回転数は 409 枚あり、全体の 25% 以上あることは、評価できよう。

今回の「モデル実験事業」は、おもに町田市広報で周知したが、始まりが夏休み中だったということもあり、見過ごした方も多かったようだ。また、こちら側の説明不十分なこともあったにもかかわらず、2 回転以上が 1550 枚中 1288 枚もあったということは、地域通貨に関心があった方が多いといえるように思う。

### (2) hana 券の入手方法

hana 券の入手方法は、ボランティア（865 件） 防犯パトロール（295 件） 日本語指導や外国人支援などの国際交流（103 件） ボランティア団体の事務手伝い（62 件） ボランティア団体の打ち合わせや準備会などの出席（54 件） 田んぼの草取りや野菜の収穫期の手伝いなどの援農（23 件）の順となっており、ボランティアのような善意の交換の内容として、多様な内容が含まれていることがわかる。

### (3) hana 券の使い道

hana 券の利用があったお店の種類は、食料品店（701 件） 本・文具店（428 件） 飲食店（397 件） タバコ店（219 件） 米店（176 件） 雑貨店（76 件） 衣料品店（44 件） 靴店（43 件）の順となっている。

これを見ると、食べ物関係のお店での利用が多くなっていることがわかる。毎日必要なものなので、3 か月半という短期間でも、利用する回数が増えると考えられる。また利用可能店の店舗数が多いことも影響があるだろう。衣料品とか靴とかは、食べ物ほど購入の頻度が高くないことが影響しているのではないか。本・文具関係が多いのは、手ごろな値段のものが多くあるかもしれない。

商店での hana 券の利用が 2147 件（61%）のほか、ボランティア利用が 1384 件（39%）に上っている。このことは、個人間のサービス・善意のやりとりの手段としても多く使われたことを意味している。この点からすれば、単に金券としての役割だけでなく、善意のやりとりの手段としても流通しているわけなので、

成功したといえよう。

## 2 原町田地区の商店からのアンケートのまとめ

### (1) 回答事業所

回答事業所は、59 事業所中 34 事業所だった。

(これは、近くの商店さん同士がまとめて、一枚のアンケートに記入なされた場合が多かったためです)

### (2) hana 券の利用者の属性

「500hana 券」利用者の男女比率は、女性 86%、男性 14%と圧倒的に女性が多くなっており、地域での買い物をする主体が女性であることを示している。地域の活性化を図る場合、男性が、地域で買い物をしたりボランティアをしたりする機会をいかに増やすかが課題となろう。

「500hana 券」利用者の年齢層は、中高年層が圧倒的に多かった。

### (3) 客層

常連客以外の新規の客が増えたとするものが 47%、増えないとするものが 44%で、増えたとするものが増えないとするものより多くなっている。これは、半数近くのお店において、新規顧客の開拓に寄与したことを示しており、今回の実験のメリットを明確に示すものといえる。ただ、新規顧客が開拓できなかったお店があることについて、その原因の分析を行ない、そこから次回に向けて、試みの教訓を引き出す必要があるだろう。推定される要因としては、宣伝の問題、商品の種類と値段の問題、店の場所、地域通貨スッテカーの貼り方などの要因が考えられよう。

### (4) 利用者の反応

「不慣れ」、「とまどい」について触れているものが、商店からの回答の中で 10 件程度あった。

この結果を見ると、利用客で、理解をしている場合には、良さがわかるけれども、その前の説明が不十分だったといえよう。

### (5) 売れた商品の価格

商店からの回答では、300 円以下が 9%、301 円から 500 円が 20%、501 円から 1000 円が 46%、1,001 円から 3,000 円が 25%となっており、1,000 円以下の商品が一番よく売れていた。

### (6) 商店が受け取る「500hana 券」の使い道

2 回転以上が 1550 枚中 1288 枚もあったなかで、商店からの回答では、9 店が未使用としている。つまり、それらの商店で受け取った「500hana 券」は、結果的に、1 回転しかしていないことになる。

「500hana 券」がその店に留まったまま、ほかの店での利用や、地域の中に出ていかなかったところが、9 店もあるのが気になる。利用された「500hana

券」が少ない場合には、若干減価するとはいえ換金されるので、使用する「熱意」が働かなかったのではないだろうか。

#### (7) 減価方式について

減価方式をよしとするものは7店で、14店は何らかの不満又は反対を表明している。本来減価することのメリットは回転数が増えて流通が活発になることにあるので、流通の活発にならない段階では減価するシステムは不満が多くなるということがわかる。おそらく、「500hana 券」の利用が多かった商店においては、減価について理解があり、利用が少なかった商店では、値引きのイメージがつよくて反対なのであろう。それは、「10 円未満ならよい」とか「そのままの単価で換金してほしいが、手数料としてはやむをえない」といったコメントに示されている。

#### (8) 会計上の処理について

会計上の処理については、実にさまざまな対応が工夫されている。「現金扱い」「預かり金扱い」「商品券扱い」「売り上げは現金として、決算は未処理」「値引き処理、換金時カード入金扱い」「仮払い金の小口現金と両替」「換金した日の売り上げ計上」「個人のお金と交換」「使った為、帳簿上の処理なし」「雑損扱い」「税理士と相談中」確かに、帳簿上の処理には難しさがあったようである。

#### (9) 困った点

困った点としては、広報の不足、会計処理の難しさ、あと処理の面倒さ、に加えて、「高額購入(1,500 円位)での利用がすべて 500hana 券だとつらかった。たまってしまった hana 券を無理に使わざるを得ず、無駄な出費(消費)が多かった。」「書店で受け取ってもボランティア等に渡す機会が無い」という指摘があった。確かに、利用できる店の種類が限られている場合は、どうしてもそういうことがある。生活上、あるいは商売上、毎日、買い物はしているわけなので、いろいろな商品や品物を扱う店が参加していることが大切となる。

ボランティアとの関係については、お店には「して欲しいこと」リストを出してもらい、ボランティア団体などが、店との関係で「できること」リストをつくりそれを媒介として、掃除、店番、などなどのボランティアとお店をつなぐ努力が必要であらう。

#### (10) メリット

メリットとしては、新規のお客様の来店が増えたと回答したものが圧倒的に多く、それに加えていくつか地域意識の向上があげられている。本来の地域通貨の目的は、いうまでもなく、住みやすい地域づくり、まちづくりなのであるが、まずは、商店の場合、地域の新しいお客さんの開拓が先決で、それが満たされたあとに住みやすい地域づくりに意識が回るとということのようである。まずは、地域住民が、地域の店を意識して利用するツールとして地

域通貨を用いるというのがいいようである。

### (11) 来年度の参加

来年度も参加したいというお店は、60%で、参加したくないというお店は18%であった。来年度も参加したいというお店が6割もあるということは、まずは成功と評価することができよう。2割近くが、「いいえ」と回答しているので、その理由をさらに詳しく調査した上で、その対策を練る必要があるだろう。推測するに、新規のお客が多く来るような仕掛けがその店の商品との関係でできるかどうか、どうやってつくるか、ということが最大の課題となりそうである。

原町田地区においては、「まちだ大福帳」というグループでの地域通貨の活動が4年も蓄積されており、商店側も利用者側にも5%分(原資無し)を地域通貨で利用できるしくみの経験が潜在的にある。このことが3か月半という短期間の実験でも、6割の商店がまた来年も「地域通貨事業に参加したい」と判断するほどの成果がもたらされたといえるのではないだろうか。

### (12) 活性化対策

活性化対策としては、商店からの回答の中で10件の提案がなされている。主なものとしては、オープン・カフェやイベントの開催 大量量販店との差別化、地域の特性を活かす 広報活動 有料パーキングの割引などがあった。次回の試みの際には、これらのことも検討事項となろう。

## 3 ボランティアアンケート調査結果

回答数は192名であった。

まず、回答者の属性について 性別は、女性が70%、男性が30%で、お店に買い物に行ったものの性別割合より男性が多くなっている。男性は、ボランティアで「500hana 券」をもらっても買い物に行かない傾向がみられた。

年齢に関しては、10代が1%、20代が6%、30代が13%、40代が8%、50代が27%、60代が33%、70代が11%、80代が1%となっている。

### (1) 回答者のボランティアの内訳

ボランティアの種類に関しては、高齢者福祉・介護・医療がもっとも多く15%、子ども・文化が13%、国際交流が12%と続き、障がい者福祉5%の順になっている。

### (2) hana 券の使い道

アンケートを回答してくれた「hana 券」の利用者のうち、商店で買い物をした人が8割で、知人にお礼としてあげた人が2割である。

「お礼」の内訳としては、車の送迎・犬の散歩・学習支援・保育・イベント参加・もらいもののお返しやボランティア団体に使ってもらうための寄付となっている。

中には、「地域通貨を知って欲しいのであげた」というのもあり、これも「驚いたが喜んでくれた」とある。

ほかには、「町田によく来る家族や知人にあげた」というのがあり、「へえー、こんなのあるんだ!」と興味を示したという。

### (3) 今まで利用したことのある店かどうか

アンケートを回答してくれた利用者の中で、ある人が59%、初めての人が41%となっている。ということは、全体の数が多くなり、回転数が増えれば、新しいお店の利用が増える可能性があるということである。

### (4) 商品への満足度

満足が72%で不満が0%となっている(その他28%)。高い満足度といえよう。新しいお店で満足度が高ければ、また来てくれる可能性が高いということになる。今回の加入店は、商品の質が高かったといえよう。

### (5) 接客への満足度

満足が51%で不満が1%となっている(その他48%)。商品の満足度よりも接客の満足度のほうが低いということは、接客態度においてまだ改善の余地があると考えられる。地域通貨についての理解が事業者の側にも行き届いていないことがあるかもしれない。

### (6) リピート

もう一度その商店を利用したいと思う人は89%に達している。商品への満足度よりも高い値である。初めて買い物をした店で、また利用したいと思う人も多いことが推測される。しかし、いいえとの答えが8%あり、接客態度において改善を図る必要のある商店もあるということ推測させる。

### (7) 地域通貨の知名度

地域通貨を知っていたというのが73%で、知らなかったというのが27%である。これは知名度が高いと見るべきであろう。しかし、27%への丁寧な広報活動の必要性を暗示するものでもある。

### (8) 地域通貨をなんで知ったか

新聞雑誌が41%、テレビ・ラジオが24%、書籍が3%、その他23%、無回答9%となっている。その他には、口コミやまちだ大福帳の活動で知ったことなどもあるようだ。

### (9) 個人商店の利用状況

普段個人商店を利用しているかどうかについては、よく利用するが16%、たまに利用するが64%、ほとんど利用しないが20%となっている。地域通貨振興を図る上では、ほとんど利用しないの20%の人々を、どうするかということが課題となろう。そこで、ほとんど利用しない理由を見てみると、「買いたいもの

の種類が少ない」「近所に個人商店が無い」「町田に住んでいない」「スーパーが近くにある」「店の場所がわからなかった」などがあげられている。町田に住んでいない人でも、個人商店の情報が伝わり、そういう店で買い物をするくらいになれば、地域通貨もほんものとなるといえるかもしれない。とはいえ、参加する店の数が増えて、お店の種類が増え、広報が行き届けば、この割合はある程度減らせられると思われる。

#### (10) 円との互換性の無い「地域通貨」への関心

大いに関心がある人が 39% もあった。互換性が無い地域通貨にこれだけの人が関心を持っているというのは驚くべきことである。この結果を見ると、次の試みでは、円に交換できない形でも実験事業が可能ではないだろうか。

#### (11) 地域通貨モデル実験事業についての意見、感想

実に多様なまた心強いコメントが書かれている。その中のいくつかを紹介してこの稿を結びたい。(原文のまま)

- ・ 今回「500hana 券」をいただくことによって、自分がしてきたボランティアが認められたようで嬉しい。
- ・ 地域の活性化のみならず、ボランティア活動のはげみにもなり良いことだと思う。
- ・ 拡大を期待します。
- ・ 良い企画だと思います。続けてください。
- ・ 地域通貨は知っていたが、知る・使える、のきっかけとなる機会がなく他人事だったが、たまたま障害者福祉のボランティアをしてコレを頂いて、嬉しい又これが「あの通貨か、こうやって流通させるのか、とってもいい、意味ある」と思い、出逢えて良かったです。コレをきっかけに使っていったらいいなとわくわくしています。又、今まで使っている好きなお店がけっこうあったり、知らないけど通貨に協賛しているなら安心。今度行ってみようというお店があり楽しみです。
- ・ 今回の事業で個人商店を見直した。
- ・ 地域の再生になるので是非たびたびしてほしい。住民として応援します。
- ・ 今回初めて地域通貨を利用したのですが、使用してみると本当に人間関係の輪が広まったように思います。
- ・ 個人商店の地図がとても参考になった。色々な店があることを知ったのがよかった。

以上、このような声が寄せられていること自体、この実験事業の成功と継続への期待を裏付けるものといえよう。

2005 年 12 月 28 日      まちだ地域通貨事業推進協議会の協力団体として  
まちだ大福帳      今井啓子