

Discussion Paper No. 403

世界各地における地域通貨の現状と類型化  
「オルタナティブ・マネー」としての可能性に焦点を合わせて

仁川大学校経済学部教授  
ポスト産業社会研究所所長  
梁峻豪

May 2024



INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH  
Chuo University  
Tokyo, Japan

# 世界各地における地域通貨の現状と類型化<sup>1</sup>

## 「オルタナティブ・マネー」としての可能性に焦点を合わせて

梁峻豪

### 1. はじめに

#### ：地域の持続可能性の危機、そしてその対抗としての「地域主義的な」通貨運動

現在、世界各地における都市及び農村といった「地域」はその持続可能性の危機に直面されている。東京、ソウル、ニューヨーク市などの、いわゆる「首都圏」または「中核地域」を除けば、殆どの都市及び農村といった「非首都圏」または「周辺地域」においては経済動力の流出、産業空洞化、そして雇用の減少など社会的・経済的な側面における危機が深まっている。今までその地域を支えてきた、住民同士の信頼、コミュニケーション、互惠（Reciprocity）などといったいわゆる「社会的資本（Social Capital）」は人口減少や地域経済の破綻などによって次第に解体されつつある。

その故、地域を支える共同体の基盤自体が急激に弱まっている。これは、地域社会の根本を揺るがす危機であると言わなければならない。地域の中で人と人との間の「出会い」も大変少なくなってしまうし、それを促す地域社会レベルでの「共通的なもの（The common）」、つまり共同に生産を営む共有地、共同の生産手段として活用されるべき共通的な知識及び情報、そして住民同士に民主的なコミュニケーションを行えるその地域ならではのネットワークといった、地域社会を支え、地域社会を活性化させる共通的な基盤が段々なくなりつつある。

「非首都圏」または「周辺地域」における地域経済の現状を見ても同じことが言えよう。中小都市及び農村といった、典型的な「周辺」たる地域においては、当該住民の所得は隣の大都市へと流れてしまう。地域の住民はより大規模で便利なショッピングがしやすい、文化的なインフラがより進んでいる隣の大都市に出て彼らの所得による消費を行う。「非首都圏」または「周辺地域」で営業活動を行うといっても、その地元の法人ではない大企業またはグローバル資本系列の大型流通店舗で地域住民が消費をしたとすれば、それによって大型流通店舗の収益は少しも地域に残らずその本社がある地域外部へと流れてしまう。さらに、自分の地域においても手に入れることのできる商品でも便宜を意識して楽天とかヤフーなどの大型オンライン・ショッピング・モールを通じて購入することもある。このような、地域の住民の選好により、地域内消費といった形で地域住民の所得がその地域に消費されるといっても、そのお金が地域

---

<sup>1</sup> この論文は「国立仁川大学の2020年度自体研究費支援」による研究成果の一部である。

内で回るという好循環はなかなか見つけることができない。巨大フラットフォーマの圧倒的な独占力と集客力が働くようになり、地域住民の所得は域外消費という形で隣の大都市へと、また全国的・グローバル的なレベルの流通独占資本へと流出してしまっているのである。

そのため、地域における生産者が、当該地域での消費を期待できなくなり、莫大な「取引費用 (Transaction Cost) 」まで負担しながら、巨大フラットフォーマに彼らの商品売りを任せるようになり、自らの拡大再生産の基盤を弱めつつある。そして地域における小売・卸売などの地域流通は市場を失ってしまう。

地域経済を支えるべき住民の所得が市場構造の変化などによってその地域内部を流れることができなくなる。このような状況で地域の経済は再び活性化されるなんてあるまい。地域の「社会」が弱体化し共同体がなくなりつつあり、その「経済」は「漏水」によって動力を失いつつあるということ、正にこれこそ、首都、首都圏、中核都市といった範疇に入れない世界各地における「非首都圏」または「周辺地域」の「現住所」である。このような地域の危機こそ、いわゆる「地域消滅」をもたらす根本的な原因ではなかろうか。地域が崩れてしまうと、国民国家レベルの社会・経済の持続可能性なども担保できるわけがあるまい。

このような、地域が直面している社会・経済レベルでの非常に深刻な危機を踏まえて、またその危機への「市場」または「国家」の対応も歴史的に「無用の物」であったことを踏まえると、現在、世界各地における「非首都圏」または「周辺地域」は「地域のお金をその地域の中で回り続けさせる」ための市民レベルの対応体制を備えようとしている。

例えば、アメリカの各都市ではその地域で営業活動を営んでいる金融機関が該当地域への投資及び融資を義務的に行わせることを目的とする「地域再投資法 (Community Reinvestment Act. of 1977) 」を制定している<sup>2</sup>。またイギリスのプレストン(Preston)やアメリカのクリーブランド (Cleveland) においては、地域内のアンカー機関がもっている調達力といった「共通的なもの (The Common)」たる富(Wealth)を地域内の経済主体へ還流させるために「域内調達」促進政策などの対応をとっている。

アメリカのノースダコタ州においては州政府が出資し所有するが、地域の市民社会と共同に運営 (Co-Production) していく、「地域公共銀行(Local Public Bank)」の模範的な事例として「ノースダコタ銀行(Bank of North Dakota)が非常に高く評価されている。この銀行は州政府の予算基金や市民の預金を地域内へ再投資することを促している。またこの銀行が得た収益も、全米で展開する商業銀行とは違って、これを州政府の予算基金の方に還流させることによって、地域の「お金」の域外漏出を最小化する。

ところで、このような「地域のお金がその地域の中で回り続けさせる」試みとして、最も一般的でまた最も多い地域が挑戦している実験たるものは、やはり「地域通貨(Local Currency)」

---

<sup>2</sup> アメリカの「地域再投資法」については梁峻豪(2018)「アメリカの地域開発金融機関(CDFI)に関する概括的な考察—地域における「市民主導型社会的金融」の可能性に焦点を合わせて—」中央大学企業研究所『企業研究』第33号を参照せよ。

または「地域貨幣(Local Money)」であると言わなければならない<sup>3</sup>。現在、世界各地においておよそ3,000以上の「地域通貨」が利用されており、中には地域の「社会的レジリエンス」と地域経済の活性化にかなり寄与している事例も少なくない。

韓国の場合、全国の自治体の90%以上が「中央政府－自治体－市民社会」が共同に運営するいわゆる「地域愛商品券」といった政策的な性格が非常に強い地域通貨政策を取り入れている。それ故、中央政府及び自治体の大規模の予算が投入された独特な「地域通貨」を政策化することによって、地域経済活性化という側面でかなり大きい効果をもたらしたことは周知の事実である。このような、「地域のお金はその地域の中で回り続けさせる」試みとしての「地域通貨」が持つ大事なところは、次のようである。

上で取り上げた「地域再投資法」などの他の対応とは違って、概念的にみると、「地域通貨」は地域における社会的な持続可能性と経済的な持続可能性が両方とも関わっている点が重要である。「地域のお金はその地域の中で回り続けさせる」ための他の対応とは違って、「地域通貨」は地域における「社会的レジリエンスの方法論」としても用いられることである。「地域通貨」自らが持つ「言語的な」機能<sup>4</sup>によって、地域内における人々の中の「出会い」を増えさせ、またその「出会い」を組織化する。その制度化された「出会い」に参加する人々同士のコミュニケーションを活性化することによって、「多様で特異なメンバー(Singularity)」の間に「普遍的で共通的な「情動(Affect)」」を生み出し、その地域に協力、連帯、互恵といった「社会的資本」を構築していただくだけではなく、Micheal Hardt and Antonio Negri(2009)が指摘し、齋藤幸平(2020、2023)なども強調する「コモン」たるものとしての「共通的なもの(The Common)」<sup>5</sup>をも構築することによって、これをプラットフォームとして尚更「出会い」を活性化し組織化する。

このような、地域通貨が「出会い」と「共通的なもの」との間の双方向の因果関係をもたらすという、いわば地域住民の「主体論」的な意味と意義を注目しなければならない。また、地域通貨が地域内の住民所得が域内消費をつうじて地域の中へ流れさせ地域経済の自己完結性を高めるなどの、経済的な効果をももたらすことは言うまでもあるまい。この意味で、「地域通

---

<sup>3</sup> 本稿は日本語で作成されているものであるが故に、日本で通常的に用いている用語法、つまり「地域通貨」といった用語を本稿でも用いようとする。

<sup>4</sup> 地域通貨が持つ「言語的な」機能については、西部忠(2016)を参照せよ。参考に、地域通貨の「言語性」は西部忠が最初に打出した概念であるといってもよからう。

<sup>5</sup> A. ネグリとM. ハートにおける「共通的なもの(The Common)」は彼らの複数の著作の中でもMicheal Hardt and Antonio Negri(2009) “Commonwealth” Harvard University Pressが代表的であろう。そして齋藤幸平における「コモン」は齋藤幸平(2020)『人新世の「資本論」』(集英社新書)と齋藤幸平・その他(2023)『「コモン」の「自治」論』(集英社シリーズ・コモン)の全体的内容を参照した。

貨」は、グローバル化、新自由主義、独占資本の空間戦略に対抗できる「地域主義的な」運動として働くかもしれない。

本稿では、このような社会的、経済的側面にわたる両義的な意義を持つ「地域通貨」に関わる世界各地の事例を取り上げる。それを通じてそれらの現状および特徴について議論すると同時にそれらを「類型化」する。これによって、「地域通貨」といった実験が適所に用いられるようにすること、つまり「地域通貨」の有効性についてより実践的に考えるための端緒を与えることを、本稿の目的とする。さらに、世界各地の「地域通貨」の有益な事例から「地域通貨」の「オルタナティブ・マネー」としての可能性を抽出することをも試みようとする。

## 2. 地域共同体活性化型の地域通貨

### 1) 「交換価値の約束システム」に基づく「LETS」

現代における世界で最も有名で、多くの地域から注目を浴びてきた地域通貨の形態は「LETS (Local Exchange Trading System)、以下「LETS」と呼ぶ)」であると言えよう。ここでの「LETS」とは、疲弊化する地域経済を活性化すると同時に、地域経済における自己完結性つまり地域で生産されたものが地域で消費されるという循環型経済を構築することを目的に、中央銀行でもない、政府や自治体でもない、正に地域の「市民社会」が直接発行し営む「地域主義的な」通貨及び通貨取引システムのことである。

ここでの「地域主義的」という表現は、上で述べたように地域経済を最優先するという意味でのものであるが、「グローバル化」という概念と対立する「ローカル化(Localization)」から派生された概念である。世界の地域の多くがそうであるように、その地域経済が疲弊化してしまった一般的な原因とはいわゆる経済のグローバル化とそれによる産業空洞化であると言っても過言ではなからう。だから、地域経済の再生のためには経済のグローバル化の影響から自由になり得る地域またはローカルを構築しなければならないという問題意識または実践的・政策的立場のことを「地域主義」と呼ぶ。

ただ、LETSの場合は、「地域主義(Localism)」というパラダイムから生み出された通貨運動ではあるが、上で述べたように、その運営の主体が地域の「市民」または「市民社会」であるという点から、「市民主義」というパラダイムが反映されたものでもあった<sup>6</sup>。

「LETS」は1983年にカナダのコモクスバレー地域で最初に考案された。マイケル・リントン(Michael Linton)というコンピューター・プログラマーが上で述べたような地域主義的な市民活動をもって地域経済を活性化することを目的にそのアイデアを打ち出したことが出発点である。「LETS」はそれ以降全世界に広く拡散され、現代(1980年代以降)の地域通貨運動の先駆者とも言われるほどそのモデルの有効性があった。「LETS」は、地域のコミュニティの中で商品及びサービスの相互交換が行われるようにするコミュニティ中心の通貨取引及びそのための組織のことである。創始者であるマイケル・リントンは自分の得意とするコンピューター能力を

---

<sup>6</sup> そういう意味で、厳密に表現すれば、「市民主導型地域主義(Citizen-led localism)」の方がより正しいかもしれない。なぜかといえば、「地域主義」というパラダイムは主に「国家」つまり自治体一方によって政策化されてきたのが一般的で、また、このような政策基調は地域におけるいわば「成長連合(Growth-Coalition)」といった既得権勢力によって進められてきたからである。だから、「地域主義」という用語には何となく権威的で閉鎖的なニュアンスが込められているが、最近の社会科学の研究においては、グローバル化に対抗する、市民によって「下から」地域を守っていくといったものを強調する(ヘレナ・ノーバーク・ホッジなどの論者が強調している)「地域化(Localization)」または「再地域化(Re-localization)」のような肯定的で倫理的でありラジカルな意味として「地域主義」という概念が用いられている。こういう脈絡から、本稿では「地域主義」という表現を使わせて頂きたい。

活かし同じ地域の人々のコンピューターを修理してあげ、その代価として本物のお金ではなく仮想のお金を受け取る。そして、彼は自分がコンピューター修理をしてあげた人の店でその仮想のお金で商品を購入する。また、今度は、このような交換価値の取引方式を地域内の他の店にも適用する。これによって、この地域においてはリントンが提案した通りに交換価値を取引しようという一種の「約束システム」ができ、これは地域全体へ拡大された。この取引方式と約束システムがより拡大されることによって、コンピューターで管理され統制される通帳口座の形態で「LETS」は運営されることになった<sup>7</sup>。

結局、「LETS」の場合、コミュニティのメンバーたちが実物の通貨(名目通貨)を使うのではなく、この地域通貨運動に参加する地域のメンバーたちが「共通の元帳」に記録されている「相互信用貨幣(交換価値)」で商品及びサービスを交換する。つまり、コミュニティのメンバー同士の相互信用に基づいて元帳に記録されている自分の通貨(交換価値)で消費をするという構造である。この地域コミュニティにおいては「100%現金取引」はできない。値段が高い商品またはサービスを手に入れる際には、その値段の10%~50%は「LETS」で支払い、その残りだけ現金で支払える。それはコミュニティに参加するメンバー同士のいわゆる「手間替え(Communal Sharing of Labor)」を重視するからである。「手間替え」によって、コミュニティ・メンバー同士の「出会い」ができ、また、お互いのコミュニケーションをも活性化する。このような「社会的資本」たる「共通なもの(The Common)」の上でコミュニティ内部の経済取引が行われる。ここで注目すべきものは、「LETS」は実物の通貨を発行・運用しないということで外部の経済的・政治的勢力から非常に自由な状態を保つことができるし、また、この地域通貨の運営に関わるすべてのルールや規制はコミュニティ・メンバーたちが民主的にまた「下から」決められることである。

## 2) 「時間の貨幣化」に基づく「イサカ・アワー」

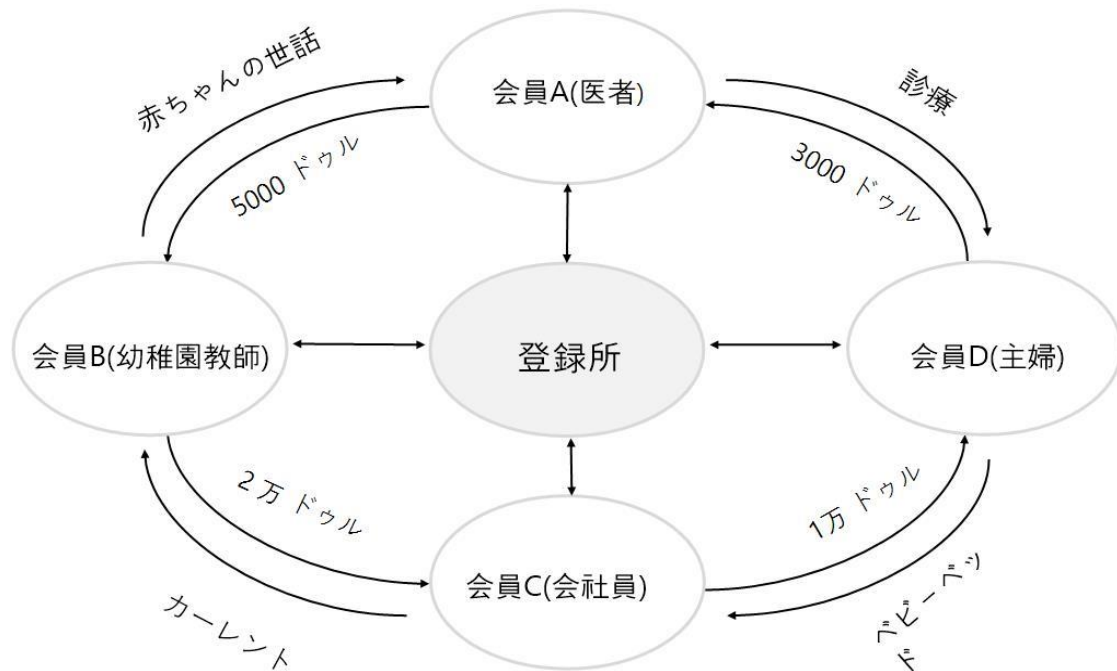
アメリカのイサカ(Ithaca)市はニューヨーク州北部にある、人口約2万7千人の小さい大学都市である。イサカには、地域経済を牽引するこういった産業もなく人口や経済的な動力を吸収できる求心力が存在していなかった。その故、イサカはニューヨーク州の中でも経済的な指標からすれば非常に貧困な都市であった。世界の大都市ニューヨーク市と同じニューヨーク州にあるだけでも、その人口、所得、資金、そしてイサカで営業する企業の収益はニューヨーク市の方に流出してしまい、イサカの地域経済は自立的に働くことが不可能な状態に陥られ、疲弊化する一方であった。例えば、イサカはニューヨーク州の都市の中で貧困率が最も高い都市であったが故に、イサカの住民はその貧困状態のためニューヨーク市など規模の大きい都市へと

---

<sup>7</sup> Linton, Michael (1994) 'The LETSystem Design Manual' "Landsman Community Services Paper" No. 1.3 Version No 1.3を参照した。

抜け出した。

図1 韓国のハンバットLETSにおける「ドル」の取引構造



出所：韓国ハンバットLETS(<http://www.tjlets.or.kr/>)

このような状況の下で、イサカの住民で大学教授であり社会運動家であるポール・グローバー(Paul Glover)は本稿第2節で述べたLETSの創始者であるマイケル・リントンとの出会いをきっかけに地域通貨による地域社会の活性化のことを本格的に構想するようになった。グローバーは、先程述べたように、イサカ地域の疲弊化はその地域経済を支えるべき経済的動力が巨大都市の方に流れてしまうことによってもたらされたことに焦点を合わせ、イサカ地域を活性化するためには、まず「地域住民同士の関係」という社会的資本を構築し、またそれに基づいて地域経済をも活性化させることができるという問題意識を持つようになった。つまり、地域住民同士の「出会い」または「関係」を組織化できる経済的取引こそ、地域共同体を再生させまたそれによって地域経済をも活性化できるという確信をもった。

グローバーは、このような問題意識と確信に基づいて、1991年11月に「イサカ・アワー」という地域通貨を立ち上げた。彼は、地域共同体と地域経済の活性化の前提条件となる住民同士の「出会い」と「関係」の組織化のために、地域住民の「お金」と「時間」が地域内で循環させることに焦点を合わせた。グローバーは、「イサカ・アワー」をLETSとは違う労働バウチャ



ー(Labour Voucher)という形にした。つまり、「イサカ・アワー」とは、LETSとは違って、紙幣の形で発行される、住民の労働時間を貨幣化した地域通貨である。「1イサカ・アワー」は1時間労働の価値を持ち、1時間労働には法定通貨10ドルの価値を与える。非常にシンプルなこのルールに基づいて紙幣という実物通貨の形態をもった「イサカ・アワー」が会員となった地域住民の間でのみ流通される。「イサカ・アワー」には「2アワー」、「1アワー」、「1/2アワー」、「1/4アワー」、「1/8アワー」といった5種類の紙幣があるが、これらはそれぞれ2時間労働、1時間労働、30分労働、15分労働、7.5分労働と等価である。「1アワー」に10ドルの価値を持たせたのは、当時この地域における1時間当り労働賃金が10ドルであったからである。「時間」というのは全ての人々に公平に適用されるものであるが故に、それを基本にして労働と貨幣の価値を分け合おうということから始まったのである。

「イサカ・アワー」も時間が経過するとその額面価値が減る。このルールによって、「イサカ・アワー」を持つ住民になるべく早い内にそれを使わせて地域における住民同士の「出会い」を頻繁に発生させ、また経済的な取引をも活性化させる。「イサカ・アワー」は現金と合わせて商品またはサービスの代金を支払うことができる。たとえば、ある家具店で3ドルのテーブルを買うとすれば、2.5ドルに相当する「クォーター・アワー」と法定通貨の50セントを合わせて支払えばいい。商品を購入する用途だけではなく、他人の労働の価値をも「イサカ・アワー」で返してもらえる。地域内の住民のダンス、外国語、マッサージなどの才能を分け合いながら「イサカ・アワー」を手に入れることもできる<sup>8</sup>。

LETSと同じく、「イサカ・アワー」も自治体からの支援は一切受けない、「市民」が直接発行するまさに「市民通貨」である。「イサカ・アワー」の発行量、発行時期、そしてそれによる融資などの事項は隔週ごとに開催される「イサカ準備委員会(Ithaca Reserve Board)」という地域通貨管理委員会によって決定される。当然であるが、この委員会は100%市民で構成された意思決定機構である。「イサカ・アワー」プロジェクトに参加する新規の会員は入会費として1ドルを払うが、この入会費を払うと「4アワー(4時間労働)」をもらう。また、会員は8ヶ月ごとにその会員資格を更新しなければならないが、更新の際には「2アワー」を追加にもらえる。通用されている「イサカ・アワー」の総額の約10%はイサカ地域の教会、学校、公共病院などの非営利のコミュニティ組織に寄付されるが、これら組織は「イサカ・アワー」が取引される拠点でもあるし、またこれら拠点において「イサカ・アワー」を媒介とした地域住民同士の「出会い」が発生されてまた「関係」が構築される。

---

<sup>8</sup> 例えば、イサカ地域の住民Aは他の住民Bにスペイン語を教えて「イサカ・アワー」を支払われた。そしてその地域通貨でAはイサカ地域で食材料を買ったり食事代を支払う。また、彼は「イサカ・アワー」で地域の中で映画観覧、技術相談料、本を買うこと、水道工事など非常に多様なサービスをしてもらえる。それから住民Aは地域の新聞「イサカ・アワー」欄にこのように自分の情報を知らせる。「私は自分がもっている「アワー」を全部使ってしまいました。来週に友たちのレストランに行くことになっていますが、その食事費を支払うために、今週6時間の労働時間に当たる「アワー」を支払える方がいますと、私のその方のためにどういう仕事でもできます」と伝言する。

また、「イサカ・アワー」は地域社会に貢献するプロジェクト、特に地域における協同組合、社会的企業、そしてNGOなどの社会性・公共性が備えられた主体の活動に対しては「イサカ・アワー」での無利子融資を提供している。

「イサカ・アワー」で取引できる対象は1,200種類にも及んでいるし、先述べたように、時間が立つにつれて「イサカ・アワー」の額面価値を減らすことによって地域通貨の流通速度は速められる。その結果、イサカ地域における地域経済は順調に回復し(地域内雇用が増えるなど)2010年代以降においては人口、所得の地域外への流出が著しく減るようになった。このように、地域経済活性化に寄与するようになった「イサカ・アワー」であるからこそ、地域の商業銀行さえ金融取引全般において「イサカ・アワー」を扱ってくれるようになった。これは、「イサカ・アワー」の地域内での互換性を引き上げて、さらにその発行量を急増させた。

ところで、「イサカ・アワー」がイサカ地域において広く知られるようになったのは、隔月ごとに発行されるタブロイド新聞「Ithaca Money」が非常に有効な「プラットフォーム」として働くことによる。この新聞は「イサカ・アワー」を使う地域内の住民及び商店などが自分が提供するものやサービスに関する情報を共有する<sup>9</sup>。つまり求人求職のための情報がこの新聞を媒介として共有されることによって、地域住民の間で広告を出す人々の才能や能力が共有される。「イサカ・アワー」の殆どはこの新聞に載せられた住民・商店によって最初に発行される。この新聞に自分が提供できるものやサービスを広告に出す人は「4アワー」の紙幣をもらう。これがインセンティブとして働き、この「プラットフォーム」に集まる住民及び店などはどんどん増えるし、また「イサカ・アワー」の発行量も自然に増える。このタブロイド新聞もやはり非常に市民的な組織形態をもっているし、またその意思決定も市民によって行われる。

「イサカ・アワー」は、地域における多様な人々の「時間」を分け合うことによって、「出会い」を発生させ「関係」を構築する。また、イサカ地域はこの「関係」に基づいて地域の共同体と経済を活性化しなければならないという「共通の問題意識」を生み出す。「イサカ・アワー」はそのような「共通的なもの(The common)」の上で流通しており、また増えつつある。それこそ、イサカ地域を活性化させる基盤である。この基盤が再び「イサカ・アワー」のためのネットワークを固めるように働くのはいままでもない。

### 3. 地域経済活性化型の地域通貨

#### 1)地域の市民社会が主導するドイツの地域通貨、「キムガウアー」

ドイツにおいても、ヨーロッパの各都市が注目する地域通貨がある。それは「キムガウアー

---

<sup>9</sup> このタブロイド新聞の「イサカ・アワー」という欄には、地域のスーパー・マーケット、地域にある全ての映画館、農民市場、病院、弁護士、会計士、ビジネス・コンサルティング、そして地域のレストランの殆どが載せられている。

(Chiemgauer)」と呼ばれる、バイエルン州ミュンヘンに隣接しているプリエン(Prien)、ロゼンハイム(Rosenheim)、そしてトラウンシュタイン(Traunstein)などの小都市で流通している地域通貨である。この地域通貨は非常に斬新なことに2003年1月にプリエンのヴァルドルフ学校のある先生のアイデアをもって学生たちが主導することによって本格化したものである。つまり、「キムガウアー」という地域通貨は地域の市民運動家でもなければ自治体または地域政治グループでもないまさに「学校」によって創案されたのであるが、この点は極めて興味深い。

「キムガウアー」の出発点から、地域通貨という制度または「共通的なもの(The common)」には、一般的な法定通貨とは違って、その造りと営みにおける障壁がないということが分かる。それだけ、地域通貨は市民または市民社会の自律性及び直接的な参加を重要な特徴とする。

プリエン地域のヴァルドルフ学校のクリスティアン・ゲルレリ(Christian Gelleri)という教師はドイツのキムガウアー地域においてのみ通用され得る通貨である「キムガウアー」を2002年に創り出した。学校の経済授業のプロジェクトとして、彼は学生と一緒に新しい通貨に関するアイデアを発展させた。キムガウアー地域のみで通用できる通貨を創案し、地域の商店でものやサービスを購入する際に地域通貨を多く使えばお金が地域内においてのみ循環され結局地域の経済活性化に繋がると確信していた。学校のプロジェクトに参加していた学生等がキムガウアー地域の商店を訪問し学校が創案した地域通貨の目的について店主を納得させまたそれを利用することを頼み回った。学生等の親も地域通貨を受け取ってくれる店を指定しそこでの商品及びサービスの消費に力を注ぐことによって、地域通貨としての「キムガウアー」はこの地域で知られるようになり、またその利用規模はかなり拡大された。「キムガウアー」の発行量及び流通量が著しく増えたのは地域における体育館の工事のための投資を「キムガウアー」でもってもらってからである。「キムガウアー」は、地域住民がユーロ通貨へ取り替えた金額の3%を自分が希望する地域の公共的・社会的プロジェクトに寄付することができる。例えば、100ユーロは100「キムガウアー」と交換価値が等しいが、この中の3%は「キムガウアー」保有者が希望する非営利プロジェクトや地域の市民団体に「自動的に」寄付される<sup>10</sup>。また、「キムガウアー」の加盟店となった商店が売上げによって受け取った「キムガウアー」をユーロへ取り替える際には金額の5%が一種の手数料として支払われる。これは、加盟店に対しても「キムガウ

---

<sup>10</sup> 筆者が所長を務める仁川国立大学ポスト産業社会研究所の「地域公共経済研究チーム」は2017年8月23日から2017年8月30日まで「キムガウアー」が流通している3つの小都市を訪問し85人の一般市民(「キムガウアー」を利用する市民)、キムガウアー運営事務局に対するインタビューやFGI(深層面接)を行った。その際のFGIによると、地域住民が「キムガウアー」を使うためのカードを事務局から発行してもらう際に自分が寄付したい地域のプロジェクトや市民団体を自由に選ぶことができる。つまり、「キムガウアー」の場合は、地域住民が地域通貨を使うことによって、割引などの「収入」のインセンティブではなく地域的・社会的・公共的なプロジェクトやその実践的な活動などに対する寄付、言い換えれば革新的なプロジェクトへの「支出」に関わるインセンティブをもらえることになっている。後者のインセンティブだけをみて「キムガウアー」プロジェクトに参加する地域住民とはかなり「地域主義的な」問題意識を持つ、「意識化された」主体であることに間違いなからう。

アー」による決済を誘導することとなり、地域通貨の地域内での再循環を促し「キムガウアー」の流通による地域経済活性化の効果を最大化する。加盟店が支払った手数料5%の中の3%は地域的・社会的・公共的プロジェクト及び地域の市民団体へ寄付され、残りの2%は「キムガウアー」の事務局の運営費として回される。

ところで、先に述べた教師の問題意識は間違っていなかった。実際に地域内の商店は固定された顧客を増やしてくれるという点で、また顧客は地域経済が活性化するからという点で、「キムガウアー」を好むようになった。このような、両者の「キムガウアー」に対する好感の背景には「キムガウアー」プロジェクトを主管するグループによる緻密な広報・市民教育とそれだけの地域経済の疲弊化があった。さらに、この地域の企業が手元に入っている「キムガウアー」をユーロに取り替えるとその「キムガウアー」での売上高の3%がキムガウアーの公益社団法人の方に自動的に寄付される。これは、企業においては地域に寄付し地域経済の活性化に寄与するという評判を「低い費用」で得ることにつながるの、地域の企業の「キムガウアー」プロジェクトへの参加を誘導する動力として働く。

このようにして、キムガウアー地域における「キムガウアー」はユーロ次の第2の支払い手段にまでなっている。この地域においては一般のクレジット・カードに比べてもより汎用的な支払手段として使用されている。上で取り上げた3つの小都市で「キムガウアー」で支払いできる商店及び企業数は2018年現在1,000を超える。この地域の住民は新しい通貨としての「キムガウアー」をまるでユーロのように非常に自然に使っている。「キムガウアー」でパンや野菜はいうまでもなくテレビや車まで購入する。このような「P2P」取引だけではない。地域内の卸業者と小売業者などの「B2B」取引においても「キムガウアー」は使われ始めている。

今年で11年目となる「キムガウアー」は1から50までの額面価で発行される。1、2、5、10、20、そして50という6つの紙幣で流通されている。「キムガウアー」はこの地域の商店でユーロ通貨と1：1の為替レートで交換されているし、最近では「レギオカード(Regiocard)」という地域内のみで使える現金充電カードを造り、これをもって住民のユーロ現金の「キムガウアー」への交換をより便利・容易にしている。バサーブルグ(Wasserburg)という地域では、すでに「E-キムガウアー」を導入して、オンラン・システムを通じて「キムガウアー」の流通が可能にさせている。このような「キムガウアー」において最も重要な特徴となるのは、この地域通貨には3ヶ月に一回「-2%」の利子が付くということである。

1930年代の大恐慌の時期にオーストリアなどのヨーロッパ各地で登場した、地域における消費を短期間で引き上げることを目的とした最初(第1世代)の地域通貨と全く同じく、地域内消費の増加を加速化するために、「キムガウアー」においても、一定した時間が経過するとその価値が下がるようにして地域通貨(貨幣)の価値が落ちる前にそれを消費に使ってしまわせることが制度化された。これは、住民教育及び割引などのインセンティブをもって地域住民がユーロで「キムガウアー」を買うことによって地域通貨を多く持つようにすると、地域住民は貯蓄よりは財貨及びサービスを購入しなければならないし、またこれによって地域経済を活性化するに役に立つといった発想であった。

「キムガウアー」は自治体ではなく地域の市民グループによって制度化され運営される。市

民社会レベルで「通貨が地域内で循環するようにしなければならない」といった目標を持ち、市民社会レベルで「住民が地域の小規模事業および地域内の通貨の流れに興味を持たせたい」という問題意識に基づいてそのための大々的な住民教育と住民向け広報によって地域住民を覚醒させ住民の「地域主義的な」力能を高めることができたのが「キムガウアー」の成功の主体論的な基盤であるといってもよかろう。この覚醒された住民主体を形成していくプロセスにおいて、最も多く使われていたスローガンは「お金とは、人々のために奉仕するものであって、その反対になってはいけぬ」というものであった。「キムガウアー」がこの地域でかなり普及していることは、少なくともキムガウアー地域で「キムガウアー」を使っている住民が既存の法定通貨の「反地域的」・「反人間的」性格に対して一定のレベルの理解を持つようになったことの証ではなかろうか。

## 2) 中央政府・自治体が主導する韓国の地域通貨：「地域愛商品券」

2020年10月現在、韓国においては合わせて227自治体が「地域愛商品券」という地域通貨と発行・運営している。「地域愛商品券」とは、「自治体の首長が一定した金額や物品または用役の数量を記載してその証票を発行・販売し当該自治体に登録された加盟店においてのみ使うことができる、有価証券、先払電子支払手段、そして先払カードのこと」<sup>11</sup>である。この定義によると、「地域愛商品券」を発行する主体は地方自治体(の首長)であり、その使用先は当該地方自治体(の首長)が管轄する行政区域内における「地域愛商品券」の加盟店に限定される。地方自治体(の首長)は「地域愛商品券」を発行するかその発行を廃止する場合に、「地域愛商品券」の種類・金額などを記載した書類を揃えて中央政府(行政安全部長官)に申告をしなければならない<sup>12</sup>。「地域愛商品券」の有効期限は発行日から5年となっている<sup>13</sup>、上で述べたように、流通地域は「地域愛商品券」を発行する地方自治体(の首長)が管轄する区及び市といった「基礎自治団体」単位の行政区域に限定するが、条例が定めることによって流通地域は変わることもあると+決められている<sup>14</sup>。

この「地域愛商品券」は地方自治体の政策裁量によってカード型、モバイル型、そして紙幣型へと区分される。つまり、自治体は管轄している地域の特性及び住民の需要に従いその類型を裁量的に指定することができる。地域住民による「地域愛商品券」の購入にかかわっては、カード型の場合、農協銀行などの地域内金融機関またはモバイルアプリケーションからカード

---

<sup>11</sup> 「「地域愛商品券」使用の活性化に関する法律」第2条第1号、及び「2023年「地域愛商品券」発行支援事業総合指針」1面を参照。

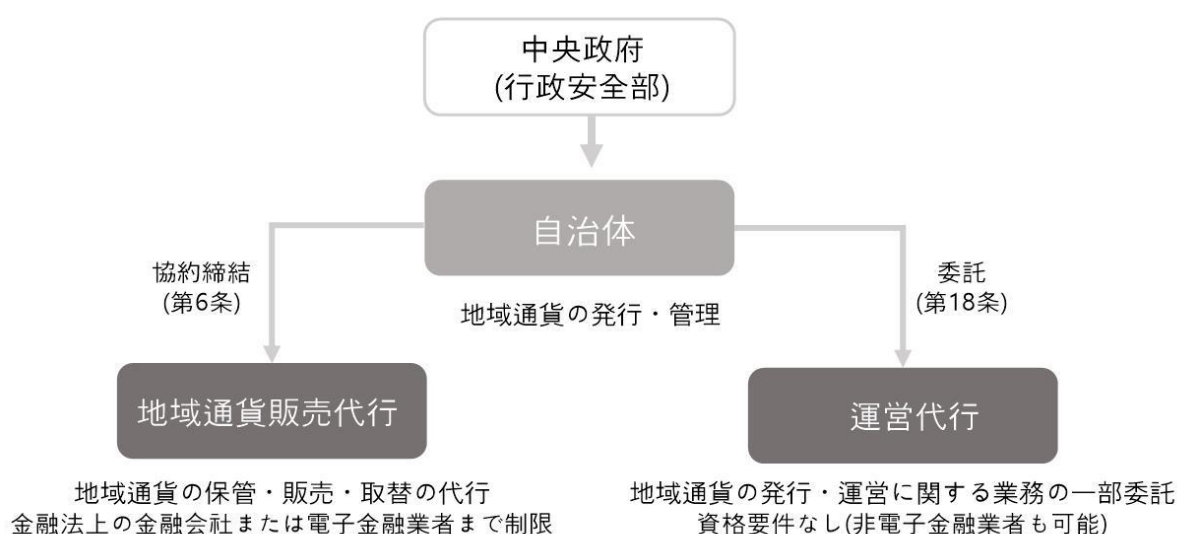
<sup>12</sup> 「「地域愛商品券」使用の活性化に関する法律」第5条第1項。

<sup>13</sup> 「「地域愛商品券」使用の活性化に関する法律」第4条第2項。

<sup>14</sup> 「「地域愛商品券」使用の活性化に関する法律」第4条第3項を参照。

を発行してもらってからそのカードを持って「充電」し、モバイル型の場合、モバイル・アプリケーションから直接購入し、そして紙幣型の場合、地域内金融機関で現場購入する。また、地域住民一人当たり「地域愛商品券」の購入限度についてであるが、住民は一人当たり月70万ウォン(約7万円)までの範囲で「地域愛商品券」を購入することができるが、これは地方自治体ごとに異なる限度が適用される。

図2 韓国の「地域愛商品券」の運営構造



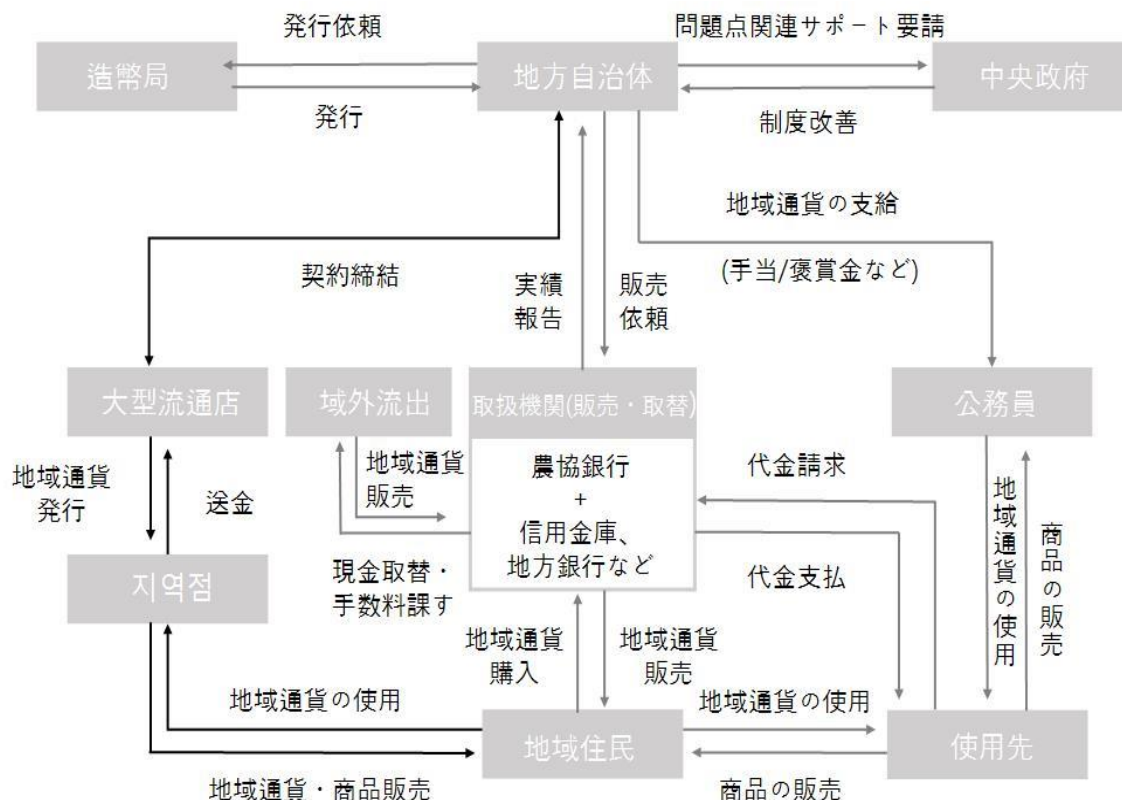
出所：韓国金融委員会(<https://www.fsc.go.kr/index>)

このような「地域愛商品券」は、中央政府および自治体がマッチング・ファンド形式に出し合った予算(補助金)で地域住民に「キャッシュ・バック」とよばれるインセンティブを与えることを最大の特徴とする。つまり、多くの地域市民に「地域愛商品券」を使ってもらうために、全国自治体平均10%の割引(地域通貨で商品及びサービスを購入すると購入価格の平均10%がキャッシュ・バックとして購入者に返すこと)を適応している<sup>15</sup>。このような、「地域愛商品券」の発行量を増やすための補助金が多く投入されるが故に、「地域愛商品券」は主に自治体の主導によって運営されていることと「国家政策レベル」で推進されてきたことも韓国の地域通貨における重要な特徴であるといえる。勿論、韓国においても本稿第2節で検討したLETSのよう

<sup>15</sup> 2021年現在、この「キャッシュ・バック」制度の運営に必要な予算には中央政府が40%、自治体が60%を支出する。つまり、10%の「キャッシュ・バック」のうちの4%は中央政府が、そして6%は自治体がサポートしているわけである。

な共同体活性化型の地域通貨も局地的に運営されてはいるものの、この「地域愛商品券」の比重は圧倒的に大きい。

図3 韓国における紙幣形態「地域愛商品券」の流通構造



出所：韓国地方行政研究院(2017)『故郷愛商品券の経済的効果分析及び制度化方案』

韓国各地の「地域愛商品券」は自治体が発行し、その自治体が管轄している地域の加盟店でのみ使える商品券たる地域通貨として、その目的は、疲弊している地域経済を再活性化するための地域内消費を増やすとともに安定化させることとなっている。2017年までには、一部の自治体のみが中央政府の政策とはかかわりなく自治体の予算だけで自律的に(また自治的に)発行・運営してきた「地域愛商品券」は、自動車産業と造船産業の空洞化によって2018年に群山(グンサン)市と巨済(ゴジェ)市などがいわゆる「雇用危機」地域として指定されたことをきっかけに国費支援を受けるようになった。

つまり、この時期から「地域愛商品券」は自治体の予算だけではなく中央政府の予算をも投入してもらうようになり、いわゆる「国家レベルの地域政策」としてアップグレードされたのである。韓国政府は2018年に「雇用危機」地域の自治体が発行する「地域愛商品券」の発行額

の10%をその割引費用として支援するために国費100億ウォン(約10億円)を投入した。これが中央政府・自治体主導型地域通貨の始まりである。特に2020年にはコロナ・ウイルス危機を克服することを名分とする消費扶養策として「地域愛商品券」の発行額は大きく増え同年1月から10月までだけで全国合わせて約15兆ウォンまで及んだ。「地域愛商品券」政策に非常に消極的であった現在の尹政権の下においても中央政府の2024年「地域愛商品券」予算は3千億ウォン(約300億円)となっている<sup>16</sup>。

自治体(60%)と中央政府(40%)の予算が投入される「地域愛商品券」の発行における経済的効果にかかわっては韓国国内においてかなりの論争が行われてはいるが、韓国の全国各地における地域内消費の増大、地域外消費の流出額の減少、地域内における零細自営業者の売上額の増大、地域内所得の増大、そして地域間における消費不均等現象の緩和などが明らかに実証されている。それ故に<sup>17</sup>、韓国の「中央政府・自治体主導型地域通貨」としての「地域愛商品券」が地域経済活性化に対する(+)の効果が働いたことは否めない事実であろう。

今まで述べてきたように、韓国の「地域愛商品券」が一定した地域経済活性化効果をもたらした理由は大規模の発行額にある。ここで重要なことは、「地域愛商品券」が大人気を得られた理由とは、いわゆる「キャッシュ・バック」といった10%の割引インセンティブだけではないという点である。地域住民が「地域愛商品券」を手に入れるために自分が持っている現金を「地域愛商品券」の取扱機関で取替えなければならないし、またモバイル・カード連動方式においても自分の現金を預けている銀行の口座から「地域愛商品券」専用のアカウントの方に送金(いわゆる「充電」)をしなければならない。

つまり地域通貨を使うには一定した取引費用(Transaction Cost)を支払わなければならない。だからこそ、「地域愛商品券」を使わない地域住民はまだ多い。これは地域通貨にかかわる情報の非対称性にもよるだろう。それにもかかわらず、全国平均約20%が「地域愛商品券」を使うことによってその発行額を非常に高いレベルまで引き上げられた、もう一つの理由は、やはり地域経済を疲弊化させる原因に関する地域住民のちゃんとした「実証的な問題意識」にある。例えば、仁川広域市の場合、地理的にソウルに近いということから地域内の消費がソウルの方に大量流出してしまうことによって地域経済を支えるべき経済的動力を失ってしまうという、いわゆる「逆流効果(Backwash Effect)」が地域経済の疲弊化をもたらしていることがかなり大衆化された形で市民に認識されていた。これが仁川市民の「地域主義的な」行動または選択を導く。その結果、仁川広域市は韓国全国で最高「地域愛商品券」発行額を記録している。

---

<sup>16</sup> 韓国政府は2021年に「地域愛商品券」の発行規模を15兆ウォン(約1兆5,000億円)まで増大することにし、それに関わる国家予算として1兆522億ウォン(約1,052億円)も編成した。

<sup>17</sup> 韓国地方行政研究院(2020)「地域愛商品券の地域経済活性化効果分析」, *KRILA Policy Brief*, No.111(韓国語版)、梁峻豪・その他(2021)『代案としての地域通貨』仁川出版社(韓国語版)は、韓国の「地域愛商品券」が地域経済活性化に与えた(+)の効果について実証的に議論している代表的な研究であるといえよう。前者は全国を対象として、後者は仁川広域市を対象としたものである。



このような地域住民が持つ「地域主義」といった傾向と地域通貨との間の因果関係は仁川だけで働くのではない。地域内所得の域外への流出、さらに地域内企業収益及び銀行資金の域外への流出が地域経済を疲弊化させることに関する実証的な問題意識が働く殆どの地域において市民による「地域主義的な」通貨の選択というのは共通的な傾向である。

#### 4. 地域通貨の類型化

##### ：地域共同体活性化型と地域経済活性化型

本節では、本稿で検討してきた世界各地の地域通貨の現状から地域通貨を「地域共同体活性化型」と「地域経済活性化型」という2つのカテゴリーに類型化する<sup>18</sup>。また「地域共同体活性化型」には、第一に、LETSのように、コミュニティのメンバー同士の相互信用に基づいて地域

---

<sup>18</sup> 李点順・梁峻豪(2020)「地域通貨の意義及びその活性化方案に関する研究－国内外地域通貨の事例を中心に」『東北亜経済研究』第32巻第2号(韓国語版)は、世界各地の地域通貨を「資金融通型」、「コミュニケーション型」、「消費促進型」、そして「環境復元型」といった4つの類型に区分する。ところが、本稿では「資金融通型」と「消費促進型」を「地域経済活性化型」という一つのカテゴリーに統合する。それは、最近の「消費促進型」地域通貨の場合においても、その発行量が増えるについて「P2P」取引だけでなく「B2B」取引にまで使われるようになってきているからである。李点順・梁峻豪(2020)が「資金融通」として取り上げている地域通貨とは、スイスのWIR、カナダ・トロント市のToronto Dollar、そしてフランスのナント市におけるSoNantesであるが、これら地域通貨は、「資金融通型」といえども、主に地域内における「B2B」取引に関わる資金を地域内部から調達しやすくすることを目的としている。ところで、李点順・梁峻豪(2020)における「消費主導型」地域通貨は地域内部の所得、つまり地域住民と地域企業の所得が地域外部に流出してしまうのを防ぐことを目的としている。だから、本稿では、企業間の取引資金や住民または企業の所得を同じ「お金」として見なし、その地域内における循環を支える地域通貨を「地域経済活性化型」と規定する。結局、本稿における「地域経済活性化型」とは李点順・梁峻豪(2020)において2つへ区分されていた「資金融通型」と「消費促進型」を合わせたカテゴリーである。そして、李点順・梁峻豪(2020)における「コミュニケーション型」と本稿における「地域共同体活性化型」とはまったく同じものである。ただ、本稿が取り上げているLETSと「イサカ・アワー」の事例をみると、地域における「コミュニケーション」がそれ自体にとどまらず地域住民同士の「相互信頼」、「互恵」、そして地域レベルの「共通なもの(The common)」つまりいわゆる「コモン」または「コモنز」に対する認識へまで発展し、このような総合的で重層的な地域社会の基盤があったからこそ、地域通貨という実験が成功できた。こういう点から、その「総合的で重層的な地域社会の基盤」というものを強調するために、「コミュニケーション」を超えたものとして「地域共同体」という概念に基づく「地域共同体活性化型」というカテゴリー名を使った。さらに、李点順・梁峻豪(2020)における「環境復元型」として類型化された地域通貨の事例から、「環境復元」と「地域共同体」との間に働く双方向の因果関係が存在している点に焦点を合わせて、「環境復元型」というのはカテゴリーは「地域共同体活性化型」というカテゴリーと統合した。

内のサービスの交換価値を決めて、それに関する地域内の合意に基づいて実物の貨幣ではなく元帳の記録によって取引される地域通貨を「交換価値の約束システムに基づく地域通貨がある。第二に、「イサカ・アワー」のように、地域住民の労働時間をベースにした交換価値を地域のみの紙幣を媒介として流通させる、つまり「時間の貨幣化」に基づく地域通貨がある。

前者のLETS型、つまり「交換価値の約束システムに基づく」地域通貨としては、図1で取り上げられた韓国のハンバットLETSにおける「ドゥル」もその典型的な事例といえる。この類型に当たる地域通貨は、地域における多くの住民同士の「手間替え」という形で住民各自が持つタレント、技術、そして資源をそれを必要とする人々に提供し、またその代価として自分もそれが必要となった際に他人のそれを提供してもらえる。この類型の地域通貨は、上で述べたように、各サービスが持つ交換価値に関する地域内で(メンバー間で)の合意を基盤としているが故に、地域社会における非常に高いレベルのコミュニケーション、相互信頼、そして互惠といった「社会的資本(Social Capital)」を要する。また、カナダのLETSの事例からも分かるように、LETSはその「社会的資本」を増大する。つまり、LETSと「社会的資本」との間には双方向の因果関係が働く。

後者の「時間の貨幣化」に基づく、「イサカ・アワー」のような地域通貨については、アメリカから始まった「タイム・バンク(Time Bank)」という地域通貨も典型的な事例として取り上げることができる。「タイム・バンク」は「世の中で他人に役に立たない人っていない」というスローガンを打ち出したアメリカの人権弁護士のエドガー・カン(Edgar Cahn)によって1980年代に創案された。「全ての人の1時間は平等である」という問題意識から始まった「タイム・バンク」の場合、地域のある住民がだれかのための奉仕または労働で費やされた時間を貯蓄しておいてその住民自身が必要な奉仕または労働でその貯蓄分を返してもらおう。こういった点で、本稿で取り上げられた「イサカ・アワー」と非常に似ている。「タイム・バンク」における重要な点は、全ての種類の奉仕または労働が同等に認められることである。言い換えれば、「タイム・バンク」においては、奉仕または福祉サービスの供給者と需要者との間の伝統的な境界が崩れるという意味である。地域の住民同士の「互惠」を基本としているが故に、「タイム・バンク」は地域共同体の中で「関係」を通じて人と人をつなぐ。「イサカ・アワー」と同じく、「タイム・バンク」という地域通貨も「時間」の取引を媒介するものである。ただ、地域通貨の価値(時間)を法定通貨に換算する「イサカ・アワー」とは違って、「タイム・バンク」は法定通貨を経由せずに時間だけで人々のサービスを交換させる。

「地域経済活性化型」としては、第一に、地域の市民、地域の市民運動団体、地域の経済団体、そして地域の政治運動団体などの「市民社会が主導する」地域通貨がある。この類型の場合、地域通貨のプロジェクトのイニシアチブを自治体でもなければ営利を目的とする企業または銀行でもないまさに「第3セクター」がとる。この類型には、本稿で取り上げたドイツの「キムガウアー」、イギリスの「ブリストル・パウンド(Bristol Pound)」、そして日本の地域通貨として世界的に有名となった東京都の高田馬場町地域の市民グループが発行する「ATOM」と岐阜県の飛騨信用組合が発行する「さるぼぼコイン」が代表的であろう。

労働者協同組合、社会的企業、そして社会的金融などをキーワードとする、いわゆる「ソー

「ソーシャル・エコノミー」を重視してきたイギリスのブリストル市においては、本稿で取り上げた「キムガウアー」に負けないくらいの高いレベルの市民主導性に基づく「ブリストル・パウンド」という地域通貨がかなり流行っていた。グローバル化、産業空洞化などによって、ブリストルの経済は急激に疲弊化し地域雇用が急減すると同時に、Tescoのような地域外部に本社を置く大型流通資本が地域の商圈を掌握したが故に地域の商店街が疲弊した地域で発生した独占資本の収益は域外へと流出してしまった。

このような地域経済の危機的な状況を克服するために、ブリストルの「ソーシャル・エコノミー」にかかわる市民グループが「ブリストル・パウンド」といった地域通貨を2009年に創案した。また域外からブリストルに入ってきた大企業に抵抗する反独占資本運動としても展開してきた。この地域通貨によって地域住民の所得が地域内消費という形で域内で循環するにつれて地域経済が活性化するようになった。これがきっかけとなって、ブリストル市は市長を初めとする公務員の給料までこの地域通貨で支給するなど非常に積極的な自治体の協力を得ることができた。さらに地域の信用組合(Bristol Credit Union)はこの地域通貨建ての貸出を行うなど、市民社会の主導によって、地域の諸団体、個人がこれに連帯するようになった。

ただ、この地域通貨は、ブリストルの労働党系の政治グループによって主導されていたため、地域政治のヘゲモニーが保守党系の政治グループの方に移られてから急激に弱まったことも注目に値する。

「地域経済活性化型」としては、第二に、「中央政府・自治体が主導する」地域通貨がある。本稿で検討した韓国の「地域愛商品券」はその典型的な事例である。本稿第3節で述べたように、韓国の中央政府は地域経済の活性化を国家レベルの課題と設定し、国家予算は全国における各自治体に適切に配分しその予算に地方財政における予算を上乗せた「中央政府・自治体両者の予算の組み合わせ」で自治体に「キャッシュバック」といったインセンティブを地域住民に与える地域通貨を政策として推進した。「地域愛商品券」といった「政策」の基本的なフレームは中央政府が考案し、全国各地の自治体はそれに基づいて各地域ならではの政策的な仕組みで対応する。この類型の下では、上で述べた「市民社会が主導する」地域通貨の場合とは違って、地域通貨の発行、地域通貨の「キャッシュバック」の料率、地域通貨の使用限度など、地域通貨に関わる全ての事項に関する意思決定は自治体が独占する。例外が自治体がないとはいえないが、殆どの自治体は「地域愛商品券発行(または管理)委員会」を設置・運営したものの、その委員会とは自治体に従属されている。さらに、韓国の「地域愛商品券」のような、中央政府及び自治体が主導する地域通貨とは、大統領や自治体の首長が選挙によって変わるとその政策基調も変わってしまい、その「政策的」連続性が保たれない。

##### 5. おわりに：「オルタナティブ・マネー」としての地域通貨

本稿の考察を通じて、地域通貨とは、それが「地域共同体活性化型」であれ「地域経済活性化型」であれ、地域住民自らが法定通貨の代わりに地域通貨を選択しそれに基づいて自分が必要とする財貨

図4 世界各地における地域通貨の類型化

区分(1)	区分(2)	地域通貨名	開始年度	発行・管理の主体	発行方法	法定通貨へ取替可能性	他の地域通貨との違い
地域共同体 活性化型	交換価値の 約束システム 類型	LETS(カナダ)	1983年	民間事務局	口座取引	不可	●赤字の限度が設定されている ●国税庁に取引内訳を報告
		ハンバット LETS(韓国)	1999年	民間事務局	口座取引	不可	●取引対象の価格は会員が決定 ●取引額一部はウォンで決済可能
	時間の貨幣化 類型	Time Bank (アメリカ)	1986年	民間事務局	口座取引	不可	●ボランティア銀行の性格 ●労働の質を差別化しない
		Ithaca Hours (アメリカ)	1990年	Ithaca Hours inc. (NPO)	紙幣	不可	●労働の質を差等設定 ●2005年「Ithacash」電子通貨
地域経済 活性化型	地域の 市民社会が 主導する類型	Bristol Pound (イギリス)	2012年	Community interest Company	紙幣, SMS, PC	加盟店のみ 可能	●市民社会主導 ●市役所・地域金融機関の支援 ●地域通貨で地方税を納税可能
		Chiemgauer (ドイツ)	2003年	非営利団体(NPO)	紙幣 カード	可能 (5%手数料)	●減価貨幣の方式 ●寄付を重要な媒介とする
		さるぼぼコイン (岐阜県高山市)	2016年	飛騨信用組合	カード	可能	●地域の金融機関が主導 ●利用者と加盟店との送金も可能
		ATOM (東京、高田馬場)	2004年	ATOM 通貨 実行委員会	紙幣	加盟店のみ 可能	●ATOM モデルの全国的な展開 ●環境のための行為に対して発行
	中央政府及び 自治体が 主導する類型	地域愛商品券 (韓国)	2018年	自治体 (自治体が組織した 管理委員会)	カード モバイル 紙幣	可能 (10%割引)	●「キャッシュ・バック」制度 ●「キャッシュ・バック」の料率及び使用限度の自治体ごとの差別化

(備考) 筆者作成。

及びサービスを手に入れるという、地域住民の通貨に関する「自発的な選択」を前提とするものであることを理解した。つまり、地域住民が地域通貨を選択するという彼らの「参加」がなければ、地域通貨は成り立たない。このような意味で、地域通貨は「市民的な」ものとして、いわゆる「市民性」というものをその本質とする。本稿の考察からも、LETS(カナダのレッツ・韓国のハンバット・レッツ)、「イサカ・アワー」、「キムガウアー」、そして「地域愛商品券」といった地域通貨は、その働く仕方などの違いがあるものの、当該地域において形成・構築された「市民の参加」をその動力または基盤としてきたことを確認することができた。ここでは、地域通貨の動力としての「市民性(Citizenship)」とはいったい何をきっかけで形成され、また、いったいどのように組織化されるのであろうか？

第一に、世界各地の地域通貨の成功例をみると、その地域の住民が彼ら地域の経済がなぜ疲弊化してしまったのかそれ原因に関する「実証的な問題意識」を備えていたことが共通的であ

る。その「実証的な問題意識」とは、学術的に精緻なものでもなく、ただ単に、自分が生活・居住している地域の経済が危機的な状況に陥られたのは、その地域の経済を支えるべき所得、収益、資金、そして企業及び地域アンカー機関の調達(調達力)といった経済的な動力がその地域の中で回り続けるのではなくその地域の外へと抜け出してしまったことによるという、非常に簡単で明瞭なものである。こういう点から、地域通貨という「市民実験」とは、市民の地域通貨への参加が地域経済を具体的にどのように変化させるのか、またそのようにして変化された地域経済の新しい構図とはどのようなものなのかについての市民の問題意識とその問題意識の「組織化」を前提とする。

第二に、地域通貨という運動及び制度を働かせる、このような「実証的な問題意識」は、「地域主義(Localism)」というパラダイムを形成させ、また、これに基づいて、地域経済をより「地域化(Localization)」または「再地域化(Re-localization)」しなければ地域経済の疲弊化をもたらす産業空洞化などのグローバル化に対抗できないという、よりレベルの高い、そしてよりラジカルな「地域主義」のパラダイムへと拡大再生産される。このようになると、地域住民は地域経済にかんする「実証的な問題意識」を超えて「代案的な問題意識」までも持つようになる。結局、地域通貨運動において大事なのは、地域住民に地域経済危機の現状を「お金」の流れに焦点を合わせて、つまり市民実践と政策が「地域主義的な」もの基づくべきであることを実証的に説明・教育すること、そしてそれによって構築され始めた地域住民の問題意識を組織化することであろう。

また、本稿の考察を通じて、地域通貨とは「地域共同体活性化型」と「地域経済活性化型」へと類型化され得る。地域活性化という課題にかかわって、前者が住民個人の「自己発見」、「出会い」、「相互信頼」、「コミュニケーション」、「互惠」といった、地域内の「社会的資本」を強化することに焦点を合わせているに対して、後者は「お金」の流れ、つまり住民所得または企業の収益などが「地域主義的に」循環されるようにさせることに焦点を合わせている。ところが、経験的な観点からみると、2つの類型の地域通貨が強調している地域における「社会的資本」と「お金の地域主義的な循環」との間には双方向の因果関係が働く。

LETSや「イサカ・アワー」の事例からみると、前者の地域通貨によって再構築された地域共同体は、経済の地域化、つまり所得または収益など地域経済を支える動力の地域主義的な循環をその地域通貨運動が目指す「プロセス上の目的」とする。ここでの「プロセス上の目的」とは、地域通貨運動の最終的な到着点ではなく地域共同体の完結性を高めていく過程において不可欠な「変曲点的な」手段として働くものであるといえよう。一方、経済の地域主義的な再構成を目指す「地域経済活性化型」の地域通貨の場合においても、その運動及び政策を打ち出していく過程で必然的に地域共同体の構築を非常に重要な「過渡期的な」手段として認識するようになる。韓国にける「地域愛商品券」の経験からみると、この地域通貨を政策化してきた自治体の殆どがその発行量をより高めるために「地域愛商品券」のモバイル・プラットフォームを用いてLETSのような仕組みを段階的に受け入れるなど地域共同体を再構築することに寄与する多様なプロジェクトを導入している。このような、2つの類型の地域通貨が目指すそれぞれの目標及び方法論の間に存在する双方向の因果関係は、今後、「より理想的な地域通貨」を構想

するにあたって注目されなければならないものであるといえよう。

このように、「地域通貨」というものは、「市民性」、方法論としての「社会的資本」、主体としての「共同体」、そして経済の「地域化」または「再地域化」をその本質的な条件とする。これは、地域通貨が法定通貨を代替する「オルタナティブ・マネー」としてアップ・グレードするための条件でもある。これら諸条件をより高いレベルで満たすためには、次のような2つの実践的な課題を認識しまた解決しなければならない。

第一に、「市民性」というものは、ただ単に市民が「利用者(選択者)」として地域通貨というプロジェクトに参加するレベルを超えて、地域通貨の「発行者」つまり「お金」の発行主体として参加することまで拡大させて、認識されなければならない。韓国の「地域愛商品券」のように、地域通貨プロジェクトを国家または自治体が主導する場合においても、スペイン・バルセロナの市民運動で流行っている、「官」の政策過程に政策を企画する主体としての市民が深く介入したその責任までも負う、「公的なもの」を高いレベルでコモニングするいわゆる「共同制作(Co-Production)」を名分として打ち出し、地域通貨にかかわる企画レベルの主導権を市民が奪還し、その発行量から発行にかかわる政策的な方法論に至るすべてのものを市民が決定する仕組みを構築すべきである。つまり、「通貨の発行者」としての市民を構築することを意識しなければならない。市民に「お金」を造り出すことがどのようなものであるのかを理解させ、「お金」を創出する力を一緒に分け合うことが大事である。人々には自らを貨幣または通貨の取得者として認識してしまう傾向があるが、地域通貨というプロジェクトには人々が自らを貨幣または通貨の発行者として認識させると同時に人々に経済とりわけ地域経済の組織化プロセスに対する統制力と発言権を持たせられる可能性が潜んでいる。これは、「お金」の発行権力を金融資本としての商業銀行が独占している現代資本主義の金融的蓄積パターンに亀裂を起こすものにほかならない。これによってはじめて、地域通貨は真の意味で「オルタナティブ・マネー」としての「市民通貨」と認識されうるだろう。

第二に、地域通貨というプロジェクトはその必要性または切実さに対する地域市民の「自生的な」問題意識に基づかなければならない。言い換えれば、「地域通貨を取り入れなければならない」という問題意識は、地域における市民社会の「外部」、つまり自治体または中央政府や地域の外において地域通貨が一般的な傾向として働くことなどによって「外生的に」構築されたものではなく、地域の市民社会「内部」で形成されたものでなければならない。実際に、地域通貨を成功的に推动させることができた地域においては、「地域経済または地域社会の疲弊化に対する市民社会の危機感」というものが地域「外部」から注入されたものではなく、その地域「内部」で「自生的に」構築・作用していたことを共通点とする。

韓国の仁川広域市における「地域愛商品券」の発行量は韓国全国で最多であるが、これは仁川市民所得の52.8%もがソウルでの消費のためソウルへ流出してしまうという、上で述べた「実証的な問題意識」が仁川市民社会において自生的に作用していた。このような市民の「問題意識の自生性」はキムガウアー及びブリストル・パウンド、そしてアメリカのイサカにおいても観察できるものである。本稿でも検討した地域通貨が活性化された世界各地の事例から言えるのは、このような「問題意識の自生性」、つまり地域通貨の必要性に対する市民の要求が自生

的に発生し、またそれに基づいて地域通貨の制度化に関わる熾烈な「政治レベルの闘争」も伴われたということである。言い換えれば、本稿で述べられた地域通貨プロジェクトが相対的に成功したといえる地域においては、地域通貨の必要性をめぐる市民の「自生的な問題意識」、また、それが地域を変革できる一つの「力」として働くことができるという事実としての「実在」に対する共通的な「認識」が地域通貨の制度化にかかわる政治闘争の以前にすでに構築されていた。このような「実在」と「認識」を地域社会レベルで構築すること、このような地域運動の段階を経てはじめて、つまり地域の疲弊化という傾向から抜け出す運動の方法論としての地域通貨の必要性に対する地域市民の要求と切実さを「構成的に(constitutively)」活かすことになる。このことによって一つの「政治的な主体」を確定し認識することによってはじめて、地域通貨の制度化はいうまでもなく、「地域共同体の再生」そして「循環的地域経済の構築」のためのいわゆる「ローカル」による中央に対する政治レベルの闘争が可能になったことは注目するに値する。これこそ、地域通貨が持った「オルタナティブ・マネー」としての意義ではなからうか。

Micheal Hardt and Antonio Negri(2017)によれば、「貨幣(通貨)はそれ自体として社会的な関係である。…貨幣(通貨)は特定した社会構造を指示し再生産する。貨幣(通貨)は社会的な関係を、より正確には生産及び再生産の諸関係を制度化する<sup>19)</sup>」ものである。「地域通貨」というものが、上で述べたように、「市民通貨」として、そして「構成的な(Constitutive)力」として機能するようになるのであれば、それは、我々に新しい「社会的な関係」を持ち込んでくれる「共通的なもの(The Common)」としての動力であるに違いない。

#### <参考文献>

##### 英語版

- ・ Micheal Hardt and Antonio Negri(2009) "Commonwealth" Harvard University Press.
- ・ Micheal Hardt and Antonio Negri(2017) "Assembly" Oxford University Press.

##### 日本語版

- ・ 李点順・梁峻豪(2020)「地域通貨の意義及びその活性化方案に関する研究－国内外地域通貨の事例を中心に」『東北亜経済研究』第32巻第2号(韓国語版)。
- ・ 西部忠(2016)「地域通貨の分化－グローバル化・脱工業化する資本主義の下での先進国と途上国の地域通貨の課題と特性の違い」『国学院経済学』第65巻第2号。
- ・ 斎藤幸平(2020)『人新世の「資本論」(集英社新書)と斎藤幸平・その他(2023)『コモンの「自治」論』(集英社シリー

---

<sup>19)</sup> Micheal Hardt and Antonio Negri(2017) "Assembly" Oxford University Press.

ズ・コモン)。

- ・ 斎藤幸平・他(2023) 『コモンの「自治」論』 集英社シリーズ・コモン。
- ・ 梁峻豪(2018) 「アメリカの地域開発金融機関(CDFI)に関する概括的な考察—地域における「市民主導型社会的金融」の可能性に焦点を合わせて—」 中央大学企業研究所『企業研究』第33号。

#### 韓国語版

- ・ 韓国地方行政研究院(2017) 『故郷愛商品券の経済的効果分析及び制度化方案』。
- ・ 韓国地方行政研究院(2020) 「地域愛商品券の地域経済活性化効果分析」, *KRILA Policy Brief, No.111*(韓国語版)。
- ・ 梁峻豪・他(2021) 『代案としての地域通貨』 仁川出版社(韓国語版)。
- ・ 梁峻豪・他(2022) 『市民が主導する地域循環経済：危機の地域経済、その突破の仕方』 ハンウル・アカデミー。
- ・ 梁峻豪・他(2023) 『代案としての地域循環経済：反独占資本、脱成長、市民的統制のオルタナティブな地域経済を模索する』 ローカル・ファースト。

韓国ハンバット LETS <http://www.tjlets.or.kr/>

韓国金融委員会 <https://www.fsc.go.kr/index>.

(2024年5月30日当研究部会に到着)



中央大学経済研究所  
( INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH, CHUO UNIVERSITY)  
代表者 阿部 顕三 (Director: Kenzo Abe)  
〒192-0393 東京都八王子市東中野 742-1  
(742-1 Higashi-nakano, Hachioji, Tokyo 192-0393 JAPAN)  
TEL: 042-674-3271 +81 42 674 3271  
FAX: 042-674-3278 +81 42 674 3278  
E-mail: keizaiken-grp@g.chuo-u.ac.jp  
URL: <https://www.chuo-u.ac.jp/research/institutes/economic/>