

2017年7月1日(土)

「人と人とのつながり・相互理解を創造する地域通貨」

～人・モノ・コトをつなぐアトム通貨による コミュニティ・デザイン～

【講師紹介】

石渡正人さん

株式会社手塚プロダクション クリエイティブ部部长

アトム通貨実行委員会本部副会長

東京富士大学客員教授

早稲田大学メディア文化研究所招聘研究員

NGO シャプラニール市民による海外協力の会評議員

【テーマ設定の背景】

株式会社手塚プロダクション(以下、手塚プロダクション)が所在する高田馬場周辺地域では、地域通貨としての「アトム通貨」を活用した地域活性化の取り組みが行われています。

社会体験を通じた学生によるボランティアの推進を行う、早稲田大学平山郁夫記念ボランティアセンター、企業のCSR活動の一環として、そして手塚治氏の理念の継承を目指す手塚プロダクション、地元商店街の振興を目指す早稲田大学周辺商店会連合会、高田馬場西商店街振興組合の4者の協働事業として始まったアトム通貨事業は、それぞれの立場の地域への思いを背景に、「地域活性化」という共通の目標を掲げ2004年にスタートしました。

今回の勉強会では、アトム通貨事業の発展の経緯や具体的な活動事例を通じ、地域の基盤となる、人と人とのつながりの促進、その仕組みそのものを創造する「コミュニティ・デザイン」について考えました。

アトム通貨事業のアプローチには、異なる地域、状況での地域おこし、地域振興に共有できる様々な示唆やアイデアがありました。

これまで多様な地域通貨が発行されていますが、その多くが課題を抱え、必ずしも持続的に活用されていないのが現実です。アトム通貨事業では、通貨を広く普及させるために、①価値観の向上(ブランド化、イメージ作り)、②流通量の増加(接触機会、配布機会の増加)に留意するとともに、手塚治氏の理念(生命の尊さ、自然の大切さ、人と人とのつながり等)を活動の目標に反映させた背景がありました。

【石渡さんからの活動紹介】

高田馬場を中心としたアトム通貨事業

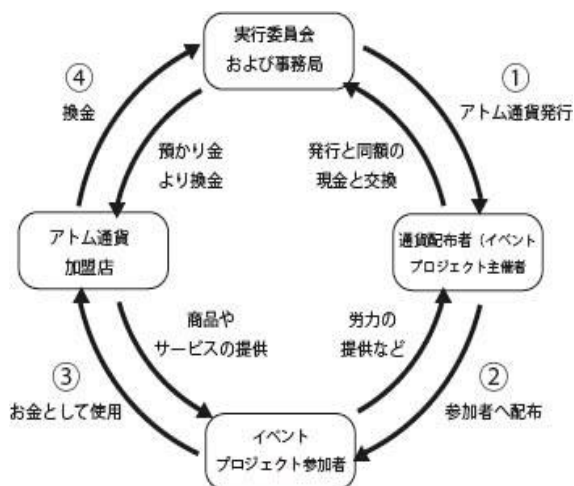
①活動の目的と内容

目的:アトム通貨をツールに商店街、学生、NPO、企業、その他多くの公共機関とも協働し、枠を超えた人と人との交流や共同アクションを活性化させ、アトム通貨の4つの理念¹を達成し、「ありがとう」があふれるまちづくりを推進する。

内容:アトムをセンターに置き、デザイン、手触り、環境に配慮した4種類（十馬力、五十馬力、百馬力、五百馬力）のアトム通貨を製作、発行。当初、加盟店は手塚プロダクションが出店した店しかなかったが、その店にアトム通貨を入手しようとする人たちが集まり、商店街の人々の関心も高まっていった。配布には、社会貢献活動を通じた配布、ありがとうのかたちとしての配布（言語メディアとしての価値創造）とし、購入ではなくあくまでも1馬力1円の交換価値を担保した配布とした。またデザイン性の高い通貨券であることなどから、通貨の付加価値の獲得にも成功し、欲しがる人が増加。それによって活動が活発化していった。流通には多様な主体が参加できる実行委員会を組織し、参加者がより集まりやすいよう配布規約も設定された。商店街が積極的に事業に参加し、通貨配布の主体となってもらえるようコースマーケティング²を採用し、広報戦略を実践することで配布・使用回数5万回を確保するに至った。現在では、高田馬場以外の地域にも活動や加盟店が広がり、日本一の発行数を誇る地域通貨に成長していく。

アトム通貨のしくみ

- ① 通貨の配布を希望する商店やNPOなどが主催するプロジェクトが、アトム通貨の理念に沿っていると判断されたときに通貨を発行。
- ② 主催者からプロジェクトの参加者に通貨が配布。配布通貨の費用は主催者が負担。
- ③ 参加者が受け取った通貨はアトム通貨加盟店で使用。
- ④ 受け取った加盟店は発行事務局に持っていき現金に換金。



出所：石渡氏配布資料

¹ ①地域環境にやさしい社会、②地域コミュニティが活発な社会、③国際協力に積極的な社会、④教育に対し真摯に取り組む社会

² コーズ（Cause＝大義、目標、理想、よきこと）を全面に出したマーケティング活動。社会問題や環境問題などへの積極的な取組みを対外的にアピールすることで顧客の興味を喚起し、利益の獲得を目指すマーケティング手法

②成果と学び

アトム通貨事業では、いわゆるコミュニティ論における強い絆（地域性や共同性を重視した我々意識、役割意識、依存意識からのアプローチ）ではなく、ソーシャルキャピタル論が示すような、ゆるいつながりに着目したことが、功を奏したと考える。同じ基本価値を共有しているという道德観に基づき、見知らぬ人でも信頼できるという一般化信頼や、相互の期待に基づく一般的互酬性による規範が事業のフレームとして構築され、市民同士の横のつながりが豊かになった。この水平的ネットワークによるゆるやかで開放的な結びつきが、多様性の理解や尊敬、知識の広がり、多様な資源へのアクセスイノベーションに貢献したと考える。これまでのアトム通貨の経験から、地域通貨は汎用性の高い優れたツールであると感じている。具体的な成果は以下の通り。

1) 地域通貨は地域内のコミュニティ同士をつなぎ、地域コミュニティをリデザインする一端を担える。

いわゆるエリア型コミュニティ（商店街、自治会、学校等）とテーマ型コミュニティ（NPO、ボランティア、地域サークル等）とを、アトム通貨を通じて橋渡し、地域コミュニティのリデザインに貢献することが出来た。

2) 地域活動の信頼構築におけるブランドの有効性

アトム通貨が地域ブランドの役割を果たしたことは有効であった。アトム通貨を使用することで、消費者に対し、アトム通貨に関係するプロジェクトあること、すなわち地域貢献の活動であると「識別」され、その活動内容が社会的に「保証」され、地域のブランドイメージを自己に重ねた人々の、事業参加の「意味づけ」するに至った。地域活動にもブランドは重要。

3) 地域活動の象徴としてのキャラクターの有効性

アトムがキャラクターとして持つ、感情、精神性、物語性がブランド価値の構築に良い影響を与えた。単なる客寄せパンダではない、アトムのイメージ、作品のイメージなども地域の活動の象徴として機能した。

4) 関係性への価値観の高まりから関係性のマーケティングへ

公共・非営利活動の文脈でマーケティングが語られる際は、経済活動における交換や取引を基本とするものではなく、「関係性」の概念から考えるべき。アトム通貨事業でのマーケティングは市場の価値を交換（売買）するものではなく、人と人とのつながりを創造すること、地域に携わる人・モノ・コトの関係性が深まり、その価値観が高まったことが成功につながった。

【成功のための要因分析】

③成功させる為に必要な要因は？

アトム通貨における、成功とは、アトム通貨をツールとし地域の様々な人や団体がつながり、地域活動が活発化することと考える。

主な要因は、キャラクターによる認知度の高さ、ブランド構築による安心感（パートナー参加者の安心感、信頼感の獲得）、アトム通貨による人やモノとのつながりを促す橋渡しの役割に徹した役回り、持続可能なシステムとその共有、異なる地域で汎用性のあるツールとなったこと、など。

事例ごとの結果と成功要因の分析結果は以下の通り（講義中に紹介のあった事例抜粋）。

事例	結果	要因分析
アトム通貨導入による商店街活性化 (札幌支部)	2010年 北海道行ってみたい商店街大賞（北海道庁）受賞 2014年 地域で頑張る商店街北海道経済産業局長受賞	・ コーズマーケティングによる商店街の積極的な関わり促進 ・ 商店街、地域住民、小中学生による関係性価値の構築。
観光客の誘客にアトム通貨を積極的に利用 (八重山支部)	アトム通貨支部のなかで配布金額、換金率ともに最多となった。	・ 地元商工会、観光組合がアトム通貨を配布し、地域加盟店で使用するシステムがうまく機能した。 ・ 石垣島が、いしがきプランディングプロジェクトのもとアトム通貨とのコラボを積極的に展開。商工会、観光協会、商店会の連携を促進した。
商工会、観光協会、地元NPOを中心に、復興ボランティアなどがアトム通貨を配布、ボランティアを促進 (女川支部)	震災後の学校跡地のグラウンドに建てられた「希望の鐘商店街」などが受け皿になり活動が広がった。	アトムの知名度、安心感（保証）がボランティア促進につながった。
江戸時代の名産作物を地域の住民や企業の手で再興 (早稲田・高田馬場支部)	江戸の名産品であった内藤とうがらしの栽培がアトム通貨を活用したイベント通じて、住民や企業に広まり、区内のレストランなどでも利用されることにより、江戸東京野菜として広く認知されるに至った。	企業の栽培参加→企業市民の自覚醸成、長年にわたるアトム通貨の信用度による活動促進、地域名産、地域文化の継承に対する要望、歴史の掘り起こしへの関心。

質疑応答（一部抜粋）

1) 質問

- ①アトム通貨は一定地域のみで流通している、という理解でよいか？また実際の通貨に代替できるものなのか？
- ②アトム通貨の事例では、地域活性化のキーとなったのは商店街だった。一方、商店街が主体的に活動するようになるには、ある程度の時間を必要とするのではないかと思う（あるいは、別のプロジェクト実施による主体性の醸成が必要では？）。地域の主体性が作られるまでのキーパーソン、リーダーはどんな人が担ったのか教えてほしい。

回答

- ①アトム通貨は基本的に加盟店でしか使用できないが、使い方そのものに制限は設けていない。一部地域では行政が商品券として配布したいとの要望も出ている。
- ②早稲田・高田馬場商店街では開始してから1カ月程度で、商店街が主体となり活動が広がった。そのきっかけは手塚プロダクションが出したお店が盛況で、その様子を見て参加する商店街関係者が増えたこと。ただし、早稲田・高田馬場では早稲田の学生を中心に事務局が運営された。新宿区（行政）にもアプローチしたが、アトム通貨の活動が新宿区のなかでも限定された地域のみで展開されているとの認識から、関わりは限定される結果となった。また、行政が関与しないことで、アトム通貨事業が、責任のとれない領域（たとえば福祉分野）には参画できないという限界もあった。他方、地方の支部が拡大し、行政による支援が積極的な地域では、使い方や活動が大きく広がった。

2) 質問

地域通貨事業を地元で実施している。円に頼らない、円以外の地域通貨の可能性について、どのようにお考えか、ご教示ください。

回答

ひろがりを模索するという点は、実施、難しい。アトム通貨は、地域全体で、いろいろな人に使ってもらうことで、広げていきたいと考え行っている。円の代わりというよりは、円の価値にとどまらない、新しい価値を作るイメージ。例えば2時間で100円（100馬力）の清掃活動に500人が集まる、というのは非常に価値のあるもの。お金と違う価値であると考えます。

ワークショップ

質疑応答に続いて、「国際協力」、「地域のリデザイン」の2つのテーマで小グループをつくり、グループごとにディスカッションを実施。その後、相互にディスカッション内容についての発表を行った。



講義の様子