



研究レポート

No.174

August

2003

デフレ克服の手段としてのコミュニティマネーの可能性

主任研究員 米山 秀隆

富士通総研（FRI）経済研究所

デフレ克服の手段としてのコミュニティマネーの可能性

主任研究員 米山秀隆

要旨

デフレは現象面では、貨幣の流通速度の低下に現われている。これを克服するため、日本銀行が貨幣の流通速度を高めるための様々な策を講じているが、現在までのところ顕著な効果はみられていない。

そこで貨幣の流通速度を高めるための工夫として、民間レベルでは、独自通貨を発行することで貨幣を特定のコミュニティ内に囲い込み、その中で循環させようとする動きが活発化している。ポイント制度、コミュニティクレジット、コミュニティボンドの仕組みがその一例としてあげられる。これらは、コミュニティが外部からの悪影響を遮断し、コミュニティ経済を活性化させる効果を持つ。

歴史的にみると、独自通貨を発行して貨幣を囲い込もうとする動きは、大不況に直面した場合にしばしば現われる性質のものであることが知られている。また、コミュニティが法定通貨と異なる独自通貨を持つことの意義は、理論面からも裏付けることができる。

現在の日本では、こうした部分的な動きが散発的に現われている状況であるが、これが今後統合される方向に向かうのが注目される。こうした動きが、社会的に大きなうねりにまで広がっていった場合には、現在の貨幣システムのあり方について、根本的な見直しを迫る可能性もある。その意味では、貨幣の囲い込みは、単にデフレに対応するために現われている現象というだけでなく、今後の展開次第では、経済社会的に大きなインパクトを与える可能性を秘めている。

目次

はじめに	1
1. 退蔵するマネーとマネーの囲い込み	3
(1) 退蔵するマネー	
(2) マネーの囲い込み　コミュニティマネー	
(3) マネーの囲い込み　コミュニティクレジット、コミュニティ債券	
(4) マネー囲い込みとコミュニティ内での消費、投資の促進	
2. マネー囲い込みの意義	15
(1) 大不況とマネー囲い込み	
(2) 減価するマネーの思想　ゲゼルの自由貨幣論	
(3) コミュニティ内外のマネーの区別　ケインズの国際通貨「バンコール」構想	
(4) 貨幣発行の自由競争　ハイエクの貨幣発行自由化論	
(5) コミュニティマネーの進化した形態　スイスの「WIR」	
(6) 現代におけるコミュニティマネーの役割	
3. マネー囲い込みのための戦略	24
(1) 部分的アプローチの統合	
(2) ボランティアとの共生	
(3) 独自通貨の持つ効果	
おわりに	29
注	30
参考文献	30

はじめに

デフレは現象面では、貨幣の滞留、すなわち貨幣の流通速度の低下という形に現われている。現在の貨幣システムの下では、貨幣の流通速度を安定的に保つことができない場合があり、流通速度が極端に低下した場合に、経済はデフレに陥る。貨幣の流通速度の低下と物価下落は、どちらが原因、どちらが結果というわけではなく、同時並行的に現われる現象である。日本銀行は、こうした現象を克服するための様々な手段を講じているが、現在のところ、それが顕著な成果をあげているとは言い難い状況にある。

こうした中、民間レベルでは、貨幣を積極的に囲い込み、自らの属するコミュニティの中で貨幣を循環させ、貨幣の流通速度を高めようとする様々な試みが現われている。その際に活用されている有力な手法は、コミュニティレベルで、独自通貨を発行するというものである。ただし、独自通貨を発行するといっても、必ずしも日銀券とは別の独自の紙幣が発行されるというわけではない。現代における独自通貨の発行は、例えば、ICカードなど電子媒体の形をとっており、その中に法定通貨である円を移動させることによって、貨幣を囲い込む機能を果たしている。このような動きは、近年の電子マネーの発達など、情報技術の進歩が促しているという面もある。

貨幣をコミュニティに囲い込むということは、その中に囲い込んだ貨幣を循環させることを通じ、コミュニティ内の相互依存の経済活動を活発化させる効果をもたらす。また、コミュニティ外の極端な経済変動など、外界からの悪影響を遮断する効果をもたらす。つまり、民間レベルでは、貨幣の囲い込みを通じて、自らの属するコミュニティをデフレの悪影響から遮断しようとしているわけである。

こうした貨幣の囲い込みの動きは、歴史的にみると、不況が極めて深刻化した場合に、しばしば現われる性質のものであることが知られている。世界恐慌後に世界各地で多くの事例が現われ、80～90年代にかけても現われた。その意味では、現在の日本で起こっている現象も決して特異なものではなく、むしろ自然な形で現われている現象とみることができる。しかし、情報技術の発達などによって、貨幣囲い込みの手法は、世界恐慌当時と比べると、その姿はかなり変わっている

現在の日本では、こうした動きが散発的に現われている状況であるが、やがてこれらが統合、進化し、より大きな動きにつながっていく可能性もある。これがやがて、社会的に大きなうねりにまで広がっていった場合には、現在の貨幣システムのあり方について、根本的な見直しを迫る可能性をも秘めている。その意味では、貨幣の囲い込みは、単にデフレに対応するために現われている現象というだけでなく、経済社会的に大きなインパクトをもたらす可能性がある。

本稿の構成は以下の通りである。1.では、現在の日本において、貨幣の滞留を克服するための手段として、貨幣をコミュニティに囲い込み、その中で循環させようとする動きが多数現われていることを示す。2.では、このような貨幣の囲い込みは、歴史的にみて、

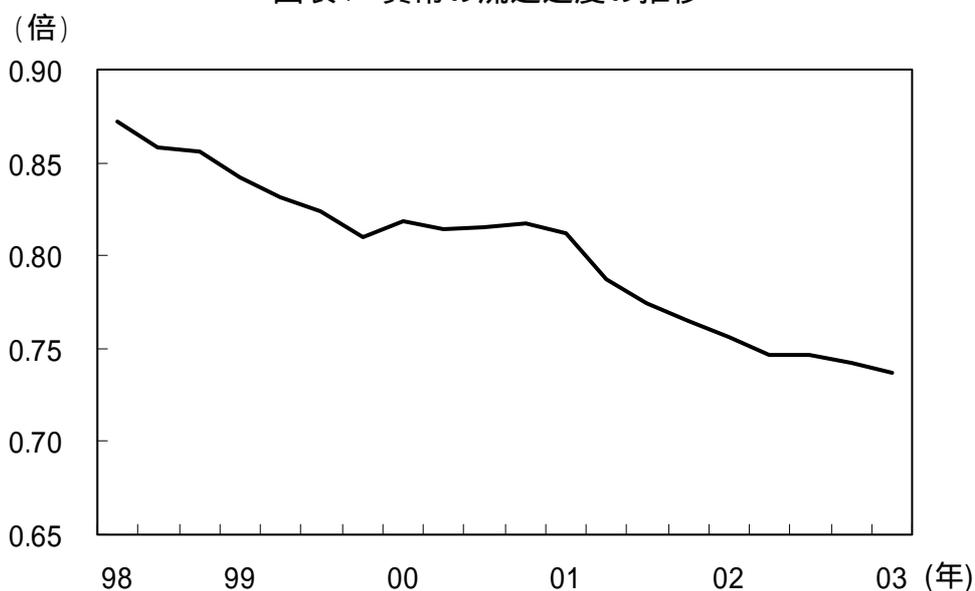
不況が深刻化した場合に現われる現象であることを指摘し、その意義を理論面からも明らかにする。また、貨幣囲い込みの進化した形態として、スイスの WIR（ヴィア）銀行の事例を検討する。3 . では、現在の日本でも、様々な側面で断片的に現われている貨幣囲い込みの動きが、少しずつ統合しようとする動きが現われていることを指摘し、併せて今後の展望を行う。

1. 退蔵するマネーとマネーの囲い込み

(1) 退蔵するマネー

消費者物価指数（CPI）が4年連続で下落するなど、日本経済が直面するデフレは、一向に収束する気配がみえていない。デフレは、現象面では、貨幣の流通速度（名目GDP/M2+CD）の低下に顕著に現われている。貨幣の流通速度は、バブル崩壊後、97年頃までは0.9～1.0倍前後で推移してきたが、それ以降は急速な低下を続け、直近時点（03年1～3月期）では0.73倍となっている（図表1）。

図表1 貨幣の流通速度の推移



（資料）内閣府、日本銀行

貨幣の流通速度の低下は、金融機関が多額の不良債権を抱え、リスクテイク能力を失ったために、なかなか貸し出しを増やせる状況にならないこと、また、消費者がタンス預金などの形で現金を退蔵させるケースが増えていることを反映している。これらの結果、お金が消費や投資に結びつかず、経済全体に十分行き渡らない状況が続いている。

こうした状況を打開するために、日本銀行は市場に潤沢な資金を供給し（日銀当座預金の誘導目標 27～30兆円）また金融政策として初めてリスク資産の購入に踏み切るなど（資産担保証券の購入）きりぎりのところまで金融緩和を行っている。しかし、現在までのところ、こうした政策によって、資金の目詰まりが完全に解消されるまでには至っていない。

こうした中、民間レベルでは、貨幣不足を補うため自らお金を囲い込み、自らが属する

コミュニティの中で循環させようとする動きが活発化している。つまり、貨幣が足りないのならば、それを積極的に囲い込んで、その中で貨幣の流通速度を上げようというわけである。お金を囲い込む手段としては、コミュニティの中でだけ通用する独自の貨幣（コミュニティマネー）を発行する例が多数現われている。

（２）マネーの囲い込み コミュニティマネー

コミュニティマネーの定義については、ここでは単純に特定の範囲（コミュニティ）でのみ使えるマネーとしておく。特定のコミュニティとしては、企業、企業グループ、地域、バーチャルコミュニティなど様々な形態が考えられる。すなわち、コミュニティマネーとは、コミュニティ限定のマネーであり、国家通貨＝法定通貨（日本銀行券、補助貨幣（硬貨））が無制限に流通するのと対照をなすマネーの概念である。

現在のところ、コミュニティマネーとしてもっぱら注目されているのは、各地でボランティアなどを交換する手段として現われている地域限定のマネーである（いわゆる地域通貨）。例えば、北海道栗山町の「クリン」、滋賀県草津市の「おうみ」、千葉市の「ピーナッツ」、宝塚市の「ZUKA」などがある。こうしたマネーで交換の対象になっている財・サービスの一例としては、家事援助などのボランティアサービス、リサイクル品や手作り品などがあげられる。これらのマネーは、通常の財・サービスの交換には利用できなかったり、できても限定的な場合が多く、現在のところは、ボランティア的な財・サービスをささやかに交換する手段にとどまっている。この意味で、いわゆる地域通貨は法定通貨を代替するもではなく、あくまでも法定通貨での交換になじみにくい、市場にのらない財・サービスを交換するためのマネーという位置づけに留まっている。

ここでは、こうしたいわゆる地域通貨とは別に、通常の財・サービスを交換するためのコミュニティマネーとみなすことができるもの（あるいはそれに類したもの）が出現しつつあることを指摘したい。以下で述べる事例は、デフレが深刻化しマネーが不足する中で、企業や地域が内部にマネー（購買力）を囲いこむ手段として発展させてきたものである。

本稿ではあえて地域通貨という言葉を使わず、コミュニティマネーという言葉を使うのは、以下で述べるような事例が、従来の地域通貨の議論の中では、地域通貨の範疇に入れられて議論されてこなかったからである。このため本稿では、議論の混同を避けるため、コミュニティマネーという言葉を用いることにした。また、コミュニティマネーという言葉を使うのは、これと後述するコミュニティクレジットやコミュニティボンドの概念と合わせて考えることによって、その意義をより深めて考えることができるという理由もある。本稿では、コミュニティマネーという言葉を用いることにする。つまり本稿では、いわゆる地域通貨は、コミュニティマネーの概念の一部であると考えられる。なお、本稿では、マネー、通貨、貨幣、お金などといった言葉を文脈に応じて使い分けているが、すべて同じ意味で用いている。

ポイントカード

コミュニティマネーとみなすことのできる第一の仕組みとして指摘したいのは、消費者が財・サービスを購入した際に、企業が消費者に対し、その一定割合をポイントとして還元するポイントカードの仕組みである（図表2）。ポイントカードの最も原始的な形態は、紙のカードにスタンプを押したりシールを張ったりする形式であるが、現在では磁気カードにポイントを記録する形式が多く、進んだものではICカードに記録する形式も現われている。

消費者は貯まったポイントに応じて、その企業の提供する財・サービスと交換できる。この意味で、ポイントカードはその企業内でのみ使用可能なマネーとみることができ、コミュニティマネーの一種と考えることができる。

この点をより厳密に説明すると次のようになる。企業は消費者が財・サービスの購入時にポイントを付与するが、これは消費者にポイントを与えることで、購入代金の一部を強制的にポイントとして企業に預金させているとみなすことができる。つまり企業は、購入代金として消費者から法定通貨を受け取る際に、その一部を企業内でのみ流通するポイントというコミュニティマネーの形態に変え、これを消費者に付与していることになる。これによって企業は、ポイントという形態で、消費者の持つマネーの一部を企業内に囲い込むことができる。これを消費者の側からみれば、消費者はその企業で財・サービスを購入することによって、購入のたびに支払い代金の一部をポイントしてその企業に預金しているということになる。

この意味で、ポイントカードは企業が消費者に対して発行するいわば預金証書になる。企業はポイントカードを発行する際に、消費者から預金を集めるという点では、銀行に類した機能を果たしていることになる。また、通常、ポイントには有効期限が設けられているが（例えば、1年以内に再度その店舗で購入しない場合には、それまで蓄積したポイントが無効になるなど）これはポイントがある時点に達するとゼロになるという仕組み（マイナス100%の利子）が組み込まれた預金であることを示している。その意味で、ポイントにはマイナス利子が付いているとみなすこともできる（定期的に減価していくという意味でのマイナス利子ではないが）。

図表2 コミュニティマネー、コミュニティクレジット、コミュニティボンドの特徴

	仕組み	預金としての性格	利子
ポイントカード	財・サービスの購入代金の一部をポイント還元	決済手段	無利子またはマイナス利子
プリペイドカード	財・サービスを購入するための代金をあらかじめプールしたカード	決済手段	利子付き
プレミア付き商品券	地域商店街が発行する買い物券	決済手段	利子付き
買い物カード、旅行券	百貨店積み立て、旅行積み立て	貯蓄手段 + 決済手段	利子付き
信託受益権	コミュニティクレジット	貯蓄手段	利子付き
ミニ市場公募債	コミュニティボンド	貯蓄手段	利子付き

消費者はこうしたマイナス利子付きの預金を強制的に持たされることによって、それを無効にしないため、再度その企業の店舗を訪れるインセンティブが与えられる。消費者は再度来店し、ポイント単独、あるいはポイントと法定通貨を併用することで次の財・サービスの購入を行う。こうした仕組みで消費者のマネーを囲い込み、それを自社に還流させようとするのがポイントカードの持つ働きである。

こうした仕組みを最大限利用することで売り上げを増やし、今や還元するポイントの多寡が競争力の重要な要素になっているのが家電量販店である。家電量販店では 89 年にヨドバシカメラが先陣を切ってポイント制度を導入し、その後他社も追随した。当初のポイント還元率は数%であったが、今では 10%はごく普通になり、商品によっては 15~20%の高いポイント還元を行うようになっている。ちなみに、ヨドバシカメラのポイントカード会員は、全国で 1,800 万人にものぼる。

また、航空会社(搭乗した距離に応じて貯まるマイレージサービス)、百貨店、スーパー、ドラッグストアなどでも、ポイントカードのサービス競争が激化している。このほか、飲食店、クレジットカード会社などポイントを発行する企業は数多い。最近では、積水ハウスのグループが、03 年 8 月から賃貸住宅で家賃に応じてポイントとして積み立てて、住み替えの際に還元するサービスを開始するなど、これまでポイント制度には縁のなかった不動産業界でも導入する動きも現われた。プロバイダーや懸賞サイトといったネット系企業の多くもポイントの仕組みを採用している。

もともとポイントは消費者に対する割引やサービスといった位置づけで始められたものであるが、デフレ不況が深刻化する中、現在では、消費者の持つマネーを囲い込む重要な手段として機能するようになっている。

さらに、ポイントカードについて最近の注目される動きは、その流通性を高めるような動きが活発化しているという点である。もともとポイントカードは、特定企業でしか使えないマネーであるため、汎用性、流通性には欠けるが、その制約を少しでも緩和しようとする動きである。それによって消費者の利便性を高め、消費者を囲い込む機能をより強めようとするものである。

その一例としては、複数企業間で、ポイントを共通化するという動きがあげられる。例えば、カルチャー・コンビニエンス・クラブ(レンタルビデオチェーンの TSUTAYA を展開) とローソンは、03 年 8 月からポイントサービスを共通化した。ローソンで買い物をした際に、TSUTAYA のポイントカードにポイントが貯まり、レンタル料の引きなどが受けられる仕組みである。ちなみに TSUTAYA の会員は、約 1,800 万人に達する。また、JCB カード、UC カード、UFJ カードは共通ポイント(Plet's = プレッツ) を作り、Plet's 加盟店でクレジットカードを使うとポイントが貯まり、そのポイントを加盟店で現金代わりに使える仕組みを作った(加盟店は JTB、パリミキ(眼鏡店)、兵庫県内のタクシー会社 = 神戸タクシー、王子交通、ハロー無線協同組合)。さらに、京王はグループ企業 26 社でポイントカードを共通化し、それを商品券に交換できる仕組みを作った。インターネット上の

ショッピングモールを運営する楽天は、ポイントサービスで、DC カード、UFJ カード、オリエントコーポレーションと提携し、クレジットカードの利用で消費者が集めたポイントを楽天市場の商品を購入できるサービスを 03 年 8 月から開始した。こうした動きは、ポイントを複数企業間あるいは企業グループで共通化することでポイントを貯めやすくし、消費者をより強く囲い込むことをねらったものであるといえる。

このほか、ポイントをより汎用性、流通性の高い電子マネーに交換できる仕組みも現われた。全日空は、03 年 6 月からマイレージ会員が持つマイルを、ソニー系のビットワレットが運営する電子マネー Edy (エディ) に交換できるサービスを始めた (1 万マイル = 1 万円に換算)。これに伴い、従来のマイルの期限 (3 年) も撤廃した。Edy は、am/pm、プロント (カフェバー)、マグドナルド (03 年 7 月から試験導入)、汐留シティセンターなど東京再開発地域の店舗の一部、ネットショップなどで使うことができる電子マネーで、現在、最も広く普及している電子マネーである (Edy を搭載した IC カードの発行枚数は 03 年 6 月末で 200 万枚、利用可能店舗は 03 年度末には全国 2 万 3 千店舗に達する見込み)。今回開始したサービスでは、マイルを Edy に交換できるだけでなく、逆に Edy を使った買い物でもマイルを貯めることができる (Edy カード 200 円の支払いで 1 マイル)。つまり、マイルから交換した Edy による決済でも、再びマイルが貯まる仕組みになっている。さらに全日空は、03 年 8 月からは、一部の百貨店や商店街と提携し、Edy に交換したマイレージを買い物で使えるようにした (03 年 8 月博多大丸、03 年 9 月福岡天神地下街)。こうした取り組みにより、全日空は Edy 機能付きマイレージカードを、現在の 10 万枚から、04 年春までには 100 万枚に増やすことを目指している。

全日空が開始した、ポイントを、よりマネーとして汎用性、流通性の高い電子マネーに交換できるという仕組みは、ポイントカードの仕組みとして先進的なものである。この仕組みは、全日空がマイルという形態で消費者から集めた預金を、自社だけではなく Edy 加盟店にも還流させるものである。全日空のマイレージ会員 (約 900 万人) が年間に得るマイルは約 200 億マイルであるが、今後はマイルによって囲い込んだ 200 億円分の購買力の一部が電子マネーとして Edy 加盟店にも向かうことになる。全日空にとっては、マイルを航空券以外に使えるようにすることで消費者の利便性を高め、より強く消費者を囲い込む効果を期待することができる。

さらには、異なる企業が発行したポイントを相互に交換できるウェブサイトも現われた。G プラン (博報堂などが出資) が運営する G ポイントネットワーク (インターネット上の取引サイト) は、異なる企業が発行するポイントを自社の G ポイントを介して、交換できるサービスを提供している。G ポイントネットワークには、現在 100 社以上が加盟しており、消費者はこれら企業が発行するポイントを相互に交換できる (交換レートはポイントによって異なる)。この仕組みによって、消費者は自分が余分に持っているポイントを、もっと欲しいと持っているポイントと交換したり、半端に貯まっているポイントを 1 社のポイントにまとめたりできる。こうした仕組みは、ポイントの分野においても、限定的では

あるが、海外の異なる通貨を交換する外国為替市場と同じような機能を持つ市場が現われていることを示している。

以上のポイントの共通化、ポイントと電子マネーとの交換、ポイント相互の交換といった動きは、ポイントのマネーとしての機能が、ますます高まっていることを示している。ポイントの使用範囲が広がり、限定的ではあるがポイント間の交換もできるようになっていることは、ポイントのマネーとしての汎用性、流通性が高まっていることを意味する。また、ポイントを電子マネーに交換できるという例は、ポイントがマネーそのものに交換できるということを意味する。

百貨店積み立て、旅行積み立て、プレミアム付き商品券

コミュニティマネーとみなすことのできる第二の仕組みとして指摘できるのは、百貨店や旅行会社などが実施している積み立て制度である（図表2）。これらの仕組みは毎月一定金額を積み立てることによって、満期にはその金額にプラスアルファした（利子をつけた）金額分の買い物カードあるいは旅行券を受け取ることができる。こうした仕組み自体は古くからあるが、低金利下で利回りの高い金融商品として近年注目されている。百貨店積み立てでは1年間積み立てて1ヵ月分の金額が利子として付く例があるが、これは年利が8.3%にもなる。また、旅行積み立ての利回りも1.5～4.8%程度と高利回りで、市場規模は1,000億円を超えているといわれる。

この仕組みは、法定通貨を自社の店舗内でのみ通用するマネーと交換することによって、消費者のマネーを囲い込むという仕組みである。消費者の購買力をあらかじめ囲い込むことによって、他社への流出を防ぐ効果がある。

地域の商店街が売り出すプレミアム付き商品券も基本的には同じ仕組みと考えることができる。プレミアム付き商品券の場合は、消費者の持つ法定通貨を商店街でのみ通用するマネー（法定通貨にプレミアムをつけた金額の商品券）と交換することによって、消費者を囲い込む仕組みである。

これらの仕組みでは買い物カード、旅行券、商品券などの発行主体は、消費者のお金を集めるという意味で銀行と同じ機能を果たしている。買い物カード、旅行券、商品券などは発行主体が消費者に発行する一種の預金証書であり、発行主体の店舗でのみ使えるマネーとして機能する。これらの預金にはプラスの利率が付けられるが（そうでなければ消費者を引き付けられない）、使用期限が設けられている場合には、その期限で無価値になるマイナスの利率の仕組みも組み込まれていることになる。

ポイントの場合には、買い物の際、消費者に対しその代金の一部を強制的に発行企業に預金させるのに対し、百貨店積み立て、旅行積み立て、プレミアム付き商品券などの場合は、消費者が自主的に発行企業に預金するという違いがある。ただし、ポイントの場合も、消費者がポイント還元率の多寡によって、どの店で購入するかどうかを決めているとすれば、消費者は、強制的に預金させられているわけではなく、自主的に預金しているとみること

もできよう。

いずれにせよ、両者は、発行主体が消費者の法定通貨を預かり、発行主体の店舗でのみ通用するマネーと交換することによって、消費者を囲い込むという点では同じ仕組みである。

プリペイドカード

テレフォンカード、ハイウェイカード（高速道路）、イオカード（JR）、パスネットカード（私鉄）、バス共通カードなどのプリペイドカードも、消費者が発行企業に対し法定通貨を預ける代わりに発行されるカードという意味で、企業が発行する預金証書の一つである（図表2）。通常、プリペイドカードには払った金額より数%多い金額が記録されているが、これは利子に相当すると考えてよい。

しかし、これらのプリペイドカードは、導入のそもそもの目的が消費者の利便性を高めるため、消費者のマネーを囲い込むというためではなかった。したがって本稿でいうコミュニティマネーの性格とは異なっているが、最近ではプリペイドカードに類した仕組みで消費者を囲い込もうという動きも現われてきた。プロント（カフェバー）は、03年6月から、電子マネーのEdyが使えるカード（プロントEdyカード）を発行して、このカードで支払った場合には商品の一部を割引くサービスを開始した。消費者がEdyに入金することが、プロントにとっては、消費者がプリペイすることに相当する。

これは電子マネーの仕組みそのものが一種の預金であることを利用し、それを使うことによって、消費者にプロントで使うお金をあらかじめ電子マネーに移動させることによって、消費者のマネーを囲い込もうとするものである。このように電子マネーと組み合わせることによって、お金を囲い込む仕組みは、従来に比べ構築しやすくなっている。

企業によるマネー囲い込みの本質

これまで述べてきたコミュニティマネーはいずれも、消費者のお金を何らかの形で企業に預金させ、その代わりにその企業の店舗でのみ通用する預金証書を発行するというものである。しかし、そうした預金証書は消費者が企業に支払手段として1回使用した段階で役目を終え、それが交換手段として何度も使われるということはない。この意味で交換手段として何度も使える法定通貨や、いわゆる地域通貨とは異なっている。この限りでは、ここであげたコミュニティマネーは、通貨としての性質は完全には満たしていない。しかし、一般の預金がマネーサプライの中に含まれることからわかるように、預金としての性質を有するコミュニティマネーが通貨の一種であることは明らかである。

企業が消費者から法定通貨を預かり、決済に使用可能な預金証書を発行するという意味で、発行企業は銀行に類した業務を行っていることになる。これは、企業によるマネーの囲い込みが、企業内だけで使用できるマネーを発行することによって行われているということにほかならない。つまり、企業が銀行機能の一部を果たすこと、これが、デフレが深

化するなかで、企業がマネーを囲い込むために行っていることの本質的な意味である。

このように、企業が銀行の役割を果たしていることがこれまで述べてきたことの意味であるが、現在のところ、企業が手がけている銀行機能は、消費者からお金を集めるということだけである。しかし論理的には、企業が銀行機能をさらに高めて、消費者に融資を行うということまで踏み込むことも可能である。これは、消費者からお金を集めつつ、一方でそれを消費者に貸し出すという金融仲介機能にまで踏み込むということにほかならない。

現に、海外のスーパーマーケットなどでは融資業務まで手がけている例がある。イギリスでは90年代にデビットカード（銀行のキャッシュカードをそのまま店頭で決済に使える仕組み）が急速に普及したが、これは大手のスーパーマーケット（Tesco、セインズベリーなど）が銀行と提携して自社のポイント制度を組み込んだデビットカードを発行し、このほか預金金利優遇などの様々な特典をつけたためであった¹⁾。後にこうしたスーパーマーケットは、自前で銀行を持つに至り、住宅ローンまで手がけるようになった。こうした例は、ポイント制度や他の様々な特典がつく独自のカードを発行することによって消費者のお金を囲い込み、集めたお金の一部を住宅ローンなどの形で提供して、さらに消費者の利便性を高めているというものである。

現在のところ、日本において、企業が自らの銀行機能をここまで進化させている例はないが、イトーヨーカドーが自前で銀行を持ったのは（アイワイバンク）あるいは将来的にはこうした方向性も視野に入れてのことかもしれない。小売業が銀行機能を持つことは、とりわけ現在のようなデフレ不況下で、マネーが退蔵してなかなか自社に還流しないという状況の中では、消費者の持つマネーを囲い込む手段として有力と考えられる。

また先にも述べたが、現在日本では、電子マネーが普及しつつあるので、それと自社のカードを組み合わせれば、様々な仕組みを容易に作ることができる。電子マネーの場合には、電子マネーを発行する企業が銀行としての機能を果たし、電子マネーを活用する企業は、電子マネーを発行する企業と提携する形になる。電子マネーとしては、EdyのほかにSUICA（JR東日本）が普及している。いずれSUICAも鉄道運賃の決済のほかに、一般の店頭でも使えるようになれば、それと組み合わせた様々なサービスが出現することが予想される。

（3）マネーの囲い込み コミュニティクレジット、コミュニティボンド

次に、資金仲介の面でも、マネーをコミュニティ内に囲い込み、循環させるという事例が現われていることについて指摘したい。

コミュニティクレジット

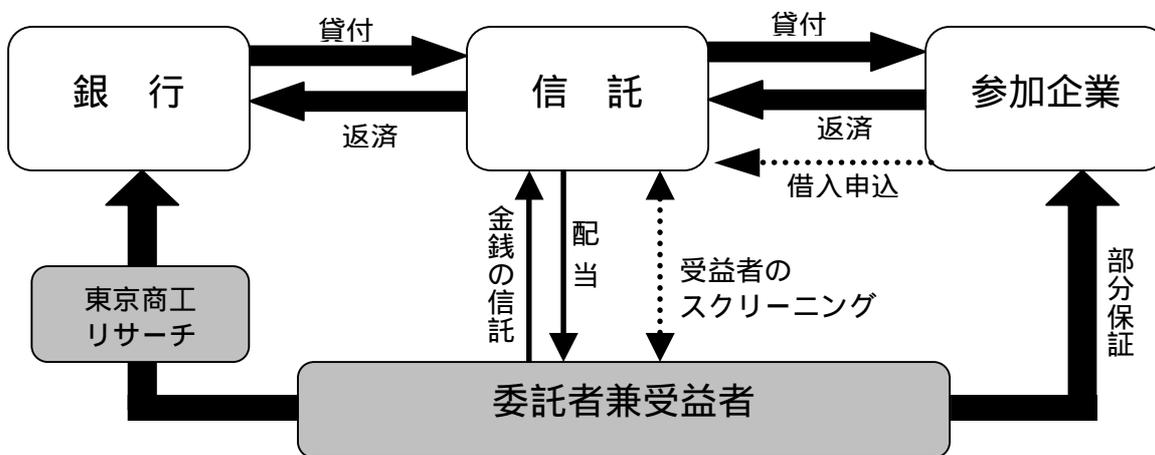
まず、コミュニティ内での資金循環を促す仕組みとして、最近、注目を集めているコミ

ユニティクレジットについてみよう。銀行の貸し出しが増えず、マネーが滞留している状況下では、企業にとっていかにして資金調達を行うかが重要な課題になる。コミュニティクレジットの基本的な仕組みは、コミュニティ内にあるマネーを囲い込んで、それをコミュニティ内の企業に貸し出すというものである。つまりコミュニティクレジットは、コミュニティ内での新たな資金仲介の仕組みである。

ここでは具体的な事例として、01年に実施された神戸コミュニティクレジットの例をあげておこう（図表3）。神戸コミュニティクレジットのスキームでは、まず互いに信頼関係を持つ地域企業の15社が共同で出資して信託を組成した。この際、この信託は参加企業の出資のほかに、日本政策投資銀行とみなと銀行からの借入れも行った。そして、参加企業のうちの6社がその信託から融資を受けた。融資を受ける際には、事業計画を他の参加企業に説明し、融資の同意をとりつける必要がある。また、融資を受けられる企業は、他の参加企業から連帯保証（30%の部分保証）を受けられる企業に限られる。

このように、コミュニティクレジットは、参加企業が出資した資金を信託にプールして、相互に保証とモニタリングを行いながら、必要な企業に資金を融通する仕組みである。こうした仕組みによって、コミュニティ内のマネーをコミュニティ内に還流させている。また、参加企業は相互に連帯保証しているため、銀行なども信託に資金を出しやすいというメリットがある。

図表3 コミュニティクレジットの仕組み



（資料）日本政策投資銀行

コミュニティクレジットは、地域に根差した企業が資金を融通しあうという現代版の頼母子講（無尽講）ともいえるものである。日本古来の頼母子講は、特定の事業を行ったり、特定の家や人を救済したりするために、地域内で資金を出し合う目的を持つものである。事業の発起人や、救済の対象になる家・人が講親となり、この親に資金を融通するためメンバーが出し合う最初の掛け金はすべて親に融通し、2回目からは入札や抽選によってメ

ンバーの誰かが受け取るというものであった。頼母子講は当初は、講親救済の目的が強かったため、無担保無利息が原則であった。しかしその後、頼母子講の掛け金を受け取りながら、掛け金支払いを怠る取り逃がしが頻発するようになったため、担保をとるようになり、室町時代になると担保のほかに一定の利息をとるという方法に進化していった。

頼母子講は、明治以降、近代的な金融機関として銀行が登場すると、次第に衰退していった。しかし現代においても一部地域で残っており（沖縄の模合（もやい））、現在の銀行の中では、第二地銀にその名残を見出すことができる。こうした頼母子講の仕組みは非常に古いものであるが、デフレ不況が深刻化する中で、コミュニティ内で資金を融通しあう手法として、装いを変えて現代に再び甦っている。現代においては、コミュニティ内のマネーをプールする信託を作った場合に、銀行などの外部資金もそこに呼び込みやすいというメリットもある。つまりコミュニティクレジットは、コミュニティ内部だけではなく、マネーを外部からも呼び込み、コミュニティ内外のマネーを囲い込む機能を持っているといえる。日本政策投資銀行はコミュニティクレジットの仕組みの拡充に力を入れており、これまで設備資金に限っていた融資対象を広げ、運転資金や研究開発費なども貸し出すようになっている（神戸コミュニティクレジットは、日本政策投資銀行が関わった第1号案件）。

コミュニティボンド

地方自治体でも事業資金として、コミュニティ内のマネーを取りこもうとする動きが現われている。その仕組みとして現在注目されているのは、コミュニティボンド（コミュニティ単位で発行する債券）の一種である「ミニ市場公募債」である（図表4）。

自治体が民間から資金を調達するために発行する地方債は、指定金融機関などが購入する縁故債と、購入対象者を特定しない公募債とに分かれる。公募債は不特定多数が対象者ではあるが、主として生保など大口の機関投資家が億単位で購入する。しかし最近になって、自治体が資金調達手段を多様化し、また個人のマネーを自治体内に積極的に取り込むという観点から、地方債を個人向けに発行するという発想が注目されるようになった。

図表4 ミニ市場公募債と公募地方債の仕組み

	ミニ市場公募債	公募地方債
発行団体	小規模でも可能	制限はないが、現実には都道府県と政令指定都市のうち28団体
起債規模	10～50億円が多い	百億～数百億円
年限	3年、5年	10年が多い
額面	1万、10万など	制限はない
購入対象	主として地域住民	制限はないが、主として機関投資家
対象事業	特定されている場合が多い	特定されていない

（資料）総務省

そこで現われたのが、購入対象を発行自治体の住民と自治体内などに勤務する個人に限定し、最低購入単位を小口化し購入限度額が設定されているミニ市場公募債である。02年3月に群馬県が第1号のミニ市場公募債である「愛県債」を発行すると、その後他の自治体も相次いで発行するようになった。例えば、青森県の「青い森県民債」、東京都の「東京再生債」、大阪市の「みおつくし債」、太田市の「おおた市民債」などがあげられる。これまでもミニ市場公募債の発行について、法律的制約があったわけではないが、総務省が02年に発行を積極的に呼びかけたこともあって、自治体の関心が一気に高まった。2003年度には、ミニ市場公募債の発行予定額は、2,300億円に達する見込みである。

これらミニ市場公募債の発行条件をみると、発行規模10～50億円、最低購入単位1～10万円、購入限度額100～500万、満期3～7年のものが多い。利回りは国債を参考にし国債と同じか、やや高めに設定されている。また、用途は県立病院の医療機器購入（群馬県）行政センター、養護老人ホーム（おおた市民債）など特定されている。東京再生債の例では、購入者の中から抽選で、主な事業の見学会に招待するというところも行っている。

ミニ市場公募債は、コミュニティ内の住民のマネーを自治体に囲い込むことができるだけでなく、住民が自治体の特定事業に出資することによって、自治体事業への関心や住民参加意識が高まるというメリットがある。しかも住民にとっては、預貯金や国債などよりも利回りの高い商品となっている。しかし、利回りが高いといってもごくわずかであり、実際にミニ市場公募債を購入する人は、利回りにつられてというより、それによって地域の役に立つという満足感を求めて購入する人が多い。

債券はもともとマネーの一種といえるが、ミニ市場公募債は自治体が住民に預金証書の一種である債券を発行することによって、コミュニティ内に退蔵しているマネーを取り込んでコミュニティ外への流出を防ぎ、しかもそうして調達したマネーをコミュニティのために使うという仕組みである。

コミュニティ主体の金融仲介の本質

以上述べてきたコミュニティクレジット、コミュニティボンドの仕組みは、コミュニティ自身が、コミュニティ内のマネーを囲い込んで、しかもコミュニティ内で行われる事業にマネーを還流させる方法という点で共通している。コミュニティのメンバーが、資金を拠出する際に得る債券あるいは信託受益権は一種のマネーで、メンバーが有する法定通貨と交換することによって得ることができる。

メンバーは自らが持っている法定通貨を、コミュニティが発行するマネーと交換することによって、コミュニティ内に自らの資金を還流させる。資金を拠出したメンバーは、その見返りとして一定の利子を受け取ることができる。この意味で、コミュニティの主体はメンバーの資金を集めて、それを他のメンバーに貸し付ける、あるいはコミュニティ内の事業に投資するという意味で、銀行に類した機能を果たしているということになる。

こうした仕組みは、デフレ不況が深刻化し、個人や企業の持っているマネーが滞留する

中で、コミュニティ単位でそうした資金を囲い込み、有効な事業に活用する目的で次第に発達するようになった。

(4) マネー囲い込みとコミュニティ内での消費、投資の促進

ここまで述べてきたことは、企業や地域、自治体など様々な形のコミュニティが、コミュニティ独自のマネーを発行して、消費者やメンバーの持つ法定通貨と交換して、それをコミュニティ内に還流させるという仕組みである。コミュニティ独自のマネーがとる形態は、ポイントカード、買い物カード、旅行券、プリペイドカード、信託受益権、ミニ市場公募債など多岐にわたる。

消費者の囲い込み（消費の促進）を重視する場合には、独自のマネーを発行することによって、コミュニティ内での消費を促すことに主眼が置かれる。この場合、コミュニティが発行するマネーは決済通貨としての色彩を帯びる。ポイントの場合はもともと割引サービスとしての位置づけから出発しているため無利子であり、有効期限が設けられている場合にはマイナス利子がつけられていることになる。百貨店積み立て、旅行積み立て、プレミア付き商品券、プリペイドカードの場合には消費者のマネーそのものを囲い込むという預金の性質を持っているため一定の利子がつくが、同時に使用期限が設けられている場合には、その仕組みにマイナス利子も組み込まれていることになる。マイナス利子は、コミュニティ内でマネーを退蔵させず、マネーの流通速度を速めるための工夫といえる。

これに対し、コミュニティ内の資金仲介を重視する場合には、それを有効な投資に回すことによって一定の利回りが確保される。この場合、コミュニティが発行するマネーは貯蓄の性格を帯びる。この場合には、コミュニティ内で促進されるのは消費ではなく、貯蓄とその資金が向かう投資ということになる。ただし、投資するインセンティブは、利回りによって与えられているというよりは、コミュニティ内の事業に役に立つという満足感を得る、あるいはコミュニティ内で相互に資金を融通し合い助け合うという点にある場合が多い。

いずれにせよコミュニティ内での消費、あるいは貯蓄・投資を促進するために、コミュニティ内に、できるだけ資金を還流させようとする仕組みであるという意味で、両者は共通の性格を持っているといってよい。そうした中で、コミュニティの運営主体は、一種の預金を集めるという意味で、多かれ少なかれ銀行に類した役割を果たしている。こうした動きを促進しているのは、繰り返しになるが、デフレを伴う不況の深刻化とマネー不足である。

2. マネー囲い込みの意義

(1) 大不況とマネー囲い込み

実は、現在の日本で様々な形で現われているような、マネーをコミュニティ内に囲い込んでその中で循環させようとするという動きは、歴史的にみて、不況が極めて深刻化した場合にしばしば現われる性質のものであることが知られている。不況に伴うマネー不足を、コミュニティ独自のマネーを発行することで補おうとする動きが活発化するためである。よく知られているのは、世界恐慌後の各国で現われた事例である。ドイツ、オーストリア、デンマーク、スイス、アメリカなど多くの国で、様々な取り組みが現われた。また、1980年代から90年代にかけても、深刻な不況を克服するため、カナダやアルゼンチン、アメリカなど多くの国で現われた。最近もその数は増えている。

ここでは、ドイツ・バイエルン州のシュヴァーネンキルヘンで発行された「ヴェーラ」(1930年)、オーストリアのヴェルグル「労働証明書」(1932年)の例を簡単に紹介しておこう²⁾。

ドイツ・シュヴァーネンキルヘンでは、大恐慌のあおりを受け、地場産業である鉱山が閉山を余儀なくされ、地域経済が停滞した。そこで新たに炭坑オーナーになったヘベッカーは、炭坑を再開するため、銀行から資金(4万ライヒスマルク)を借入れ、これを担保に独自の通貨である「ヴェーラ」を発行し、炭坑労働者の賃金の3分の2をヴェーラによって支払うこととした。法定通貨によってすべて賃金を支払えば、すぐに経営が行き詰まると考えられたからである。

ヴェーラは石炭と兌換可能な紙幣で、毎月額面の2%のスタンプを購入して紙幣に貼り付けなければ使えない、マイナス利子のついた貨幣であった(早く使わなければそれだけ減価していく貨幣)。ヘベッカーはヴェーラの使える店を自ら作り、そこにヴェーラを持った炭坑労働者が多数訪れるようになると、それをみた地域の他の店もヴェーラを通貨として受け入れるようになった。こうしてヴェーラの使用は、小売業から卸売業者、さらには生産者にまで及び、ヴェーラを媒介にして地域内の経済活動が活発化していった。ヴェーラは、1930~31年の間に2万ヴェーラ発行され、約250万人の人が使用した。当時のドイツでは、同様の試みを多数の企業が行った。

オーストリア・ヴェルグルでも大恐慌のあおりを受け、町の経済活動は停滞した。そこで町長が銀行から資金(3万2千オーストリアシリング)を借入れて、現金と兌換可能な「労働証明書」を発行した。町は失業者を雇用してその賃金を労働証明書で支払い、町職員の給料の半分も労働証明書で支払った。労働証明書もヴェーラと同様に、持っている毎月額面の1%が徴収される減価するマネーであった。「労働証明書」を媒介に、町の経済活動は次第に活発化していった。労働証明書は、法定通貨であるオーストリアシリングの14倍の速さで流通した。

これらの取り組みは、中央銀行の通貨発行の独占権を侵すものであるとして、いずれも短期間で廃止することをやむなくされたが（ヴェーラは1931年、労働証明書は1933年に廃止）、企業や地域が独自にマネーを発行することで、経済の活性化を図ることができることを証明する一つの事例となった。調達した法定通貨をコミュニティマネーに交換して、しかもそれにマイナスの利子率をつけることによって循環を促すという仕組みは、現在の日本で現われているコミュニティマネーと基本的に同じ考え方に基づいている。

（2）減価するマネーの思想 ゲゼルの自由貨幣論

こうした減価するマネーを導入して、貨幣の流通速度を高めるという発想は、アルゼンチンで成功したドイツ人実業家であり、思想家でもあったシルビオ・ゲゼルの考え方の影響を受けたものである。シルビオ・ゲゼルは、1916年に著わした『自由土地と自由貨幣による自然的経済秩序』で、自由貨幣という新たな貨幣の仕組みを提案した³⁾。

ゲゼルは、貨幣の流通量だけでなく貨幣の流通速度も管理されなければならないと考えた。すなわち、貨幣の流通は個人の気まぐれや投機家の貪欲さから自由でなければならず、管理されなければならないとした。そのためには、財が時間の経過とともに劣化していくように、貨幣もまた劣化していかなければならないと考え、貨幣に持越税（デマレッジ）を課すことによって、貨幣を減価させていく仕組みを提案した。具体的には貨幣の所有者が、印紙を購入して毎月貼り付けなければ使うことができないマイナス利子を持つ「スタンプ貨幣」の仕組みを提唱した。ゲゼルが想定した印紙代（＝紙幣の減価率）は、週あたり紙幣額面の1000分の1で、これは年5.2%に相当する。

貨幣価値が時間とともに減価していけば、貨幣を手元に退蔵させずできるだけ早く使おうというインセンティブが与えられる。つまり貯蓄よりも消費が促進されることで、とりわけ不況期では経済を活性化させる効果を持つ。また、マイナス利子は長期的にみて、資本形成にも良い影響を与えると考えることができる。

貨幣が時間とともに増価するプラスの利子の世界では、その利子率を上回る収益をあげられる事業のみが投資される。こうした世界では収益率は低いが、長い目でみて価値のある事業は犠牲にされてしまう。しかし、貨幣が減価するマイナス利子の世界では、貨幣は保有していれば次第に減価していくため、これを長期的にみて価値の劣化しない実物投資に変えるインセンティブが与えられる。つまり、マイナス利子の世界では、貨幣の減価率と実物投資の減価率（減価償却率）とを比較して、貨幣をより長期的に価値の維持できる実物投資を回そうとする動きが促進される。

こうして、マイナス利子の世界では、貨幣は、例えば、長期間持つ建築物や森林の保護育成など、できるだけ価値の持続する実物投資に振り向けられていくことになる。先にあげたオーストリア・ヴェルグルの例では、町民は手に入れた労働証明書で消費が満ち足りると、次にはそれを家の修繕に使い、さらには積極的に樹木を植え始めたという。

貨幣が増価する世界では、より高い収益を求めて、貨幣が地域から流出する傾向が強まる。また、投資機会を求めてある地域に流入した貨幣も、状況が一変すれば短期間で流出してしまう。それが極端な形で現われた一つの例が、1997年に起こったアジア通貨危機であった。つまり貨幣が増価する世界では、グローバルかつ急激な資本移動によって、富める地域はますます豊かになり、貧しい地域は資本の流出によってますます貧しくなるという傾向が助長される。

これに対し、貨幣が減価する世界では、貨幣をコミュニティにつなぎとめ、それをコミュニティ内で循環させることによって、コミュニティ内の財・サービスの交換、つまり経済活動を活発化させる効果を発揮する。コミュニティ内の交換が促進されて、消費が充足されれば、やがて余剰な貨幣は長期的に価値の劣化しない実物投資に振り向けられるようになる。これはプラスの利子の世界において、貨幣が人々によって過剰に保有される傾向を持ち、それが短期的収益を求めて激しい流出入を繰り返し、様々な歪みを引き起こすのと対照的である。

ゲゼルが描いたマイナス利子の世界は、コミュニティが経済活動の結びつきを強め、また貨幣を長期的に維持可能な投資に振り向けることによって、自律的かつ安定的な成長を可能にする仕組みであったといえる。こうしたゲゼルの思想は、後にケインズから高い評価を受け、ケインズは『一般理論』（1936年）の中で、スタンプ貨幣の仕組みを紹介し、将来の人間はマルクスよりもゲゼルから多くを学ぶであろうと指摘した。そして現代に至って、マルクスの思想に基づく共産主義国家が消滅に向かう一方、ゲゼルの思想と共通項を持つ様々なコミュニティマネーの仕組みが登場していることは、ケインズの予言がまさ的中していることを示している。

（3）コミュニティ内外のマネーの区別 ケインズの国際通貨「バンコール」構想

ゲゼルの思想に基づいて実践されたコミュニティマネーは、要約すれば、独自通貨とマイナス利子の導入によって、コミュニティの経済活動を外界の経済活動から遮断して、コミュニティ内の経済を攪乱する急激な資本の流出入を防ぎ、コミュニティの経済が安定的な成長を維持できるようにするというものであった。こうした考え方を賞賛したケインズであるが、実はケインズ自身も、第二次大戦後の新たな国際通貨体制の枠組みを作る際に、こうした考え方と根底において共通する提案を行っている。

戦後の国際通貨体制をめぐるのは、1943年にアメリカからホワイト案（連合国国際安定基金案予備草案）、イギリスからケインズ案（国際清算同盟案）が出され、激しい議論が行われた。結果としてホワイト案が採用され、それが現在のIMF体制につながっているわけであるが、その後のアメリカの経済力低下とドル切り下げ、変動相場制への移行によってIMF体制が大きく揺らいだこと、また近年においてはグローバル化したマネーが世界を駆け巡ることによって各国の経済が攪乱されていることなどの点を考慮すると、現在からみ

れば、ケインズ案の方がはるかに先見性があり、優れていたとの評価を下すこともできる。

ケインズ案は、国際決済を行うための新たな通貨「バンコール (Bancor)」と、世界中央銀行的性格を持つ「清算同盟」を創設するというものであった。具体的には以下のようなものであった。加盟国は清算同盟にバンコール勘定を設ける。加盟するためには一定の金の拠出が必要で、バンコールはそれを裏付けとして発行される。バンコールは、清算同盟内のみの決済に用いられ、外部に持ち出されない。各国間の決済は、バンコール勘定の相互振り替えによって行う。国際収支が黒字の国は債権勘定を、赤字の国は債務勘定を持つことになる。バンコール残高が不足している場合には、当座貸し越しで処理する。

また、ケインズの構想には、国際収支の黒字・赤字額には課徴金が課され、それによって特定の国がバンコールを過剰に蓄積することを防ぐ仕組みが組み込まれていた。これは、国際収支が黒字の場合には、マイナス利子がつくことを意味する。これによって、各国が互いに貿易を拡大しつつ、同時に国際収支の均衡を維持させるねらいがあった。それでもなお、黒字、赤字の超過額が大きくなった場合には、為替レート、内需、資本移動、関税の変更などが要求される。

この仕組みの下では、国内の通貨（各国通貨）と、国際決済を行うための通貨（バンコール）が明確に区別されるので、貿易によって国内のマネーが流出するということはない。つまり国というコミュニティのマネーが、コミュニティ外のマネーと区別されるため、コミュニティのマネーを外部に流出させることなく、コミュニティ内に循環させることができる。つまり新たな国際決済通貨の創設は、コミュニティ内への急激な資本の流出入を防ぎ、コミュニティの安定的な成長に寄与する効果を持つ。一方、対外貿易面では、バンコールを過剰に蓄積してもマイナス利子がつくので、それを使おうというインセンティブが与えられ、それによって各国の貿易促進、国際収支均衡が可能になるというものであった。

これに対し現実に採用されたホワイト案は、バンコールのような国際決済通貨を新たに創設するのではなく、基本的にドルに基づくもので、加盟国からの拠出金によって、基金が必要資金を貸し付けるというものであった。つまり、国際決済の枠組みを根本的に見直すのではなく、既存の国際流動性を円滑に利用することに主眼が置かれていた。またケインズ案では、為替レートは適宜変更すべきものとしていたのに対し、ホワイト案では、為替レートの変動は制限され固定相場を基本としていた。ホワイト案をベースとしてIMF協定が結ばれたが、当時の国際情勢では、多かれ少なかれ戦後復興をアメリカに頼らざるを得ない状況にあり、ホワイト案に近いところでの妥協しかあり得なかった。

しかしドルを基軸通貨とした通貨体制は、その後のドルの凋落や、グローバル規模の資本の流出入の弊害が顕著になったことで、現在ではその根本的なあり方が問われるようになってきている。ケインズ案は、国際決済通貨として特定の通貨に依存せず、また、国内経済を攪乱する資本の流出入を制限するという性質を持つものであったが、今からみれば、まさに現在のような問題が現われることを鋭く見通して作られたものであったといえることができる。

(4) 貨幣発行の自由競争 ハイエクの貨幣発行自由化論

民間や自治体などが独自にコミュニティマネーを発行するという動きは、中央銀行以外の主体も貨幣を自由に発行して、貨幣としての役割を競い合うという意味では、ハイエクがかつて著した『貨幣発行自由化論』(1976年)との接点がある。

管理通貨制度の下では、中央銀行は裁量によってマネーサプライを増やすことができるが、それはしばしば政府の財政赤字を埋め合わせる目的で行われるため、常にインフレが起こる懸念を払拭することができない。そこでハイエクは、中央銀行が独占している貨幣発行権を自由化し、民間銀行にも貨幣発行を認めて競争原理を働かせれば、インフレという形での減価のない良い貨幣が生き残るはずだと主張した。

ハイエクの関心は、もっぱら中央銀行の裁量的な貨幣発行によるインフレ懸念に向けられていたが、法定通貨である中央銀行券への不信あるいは機能低下に対して、民間が独自に貨幣を発行するという発想は、現在のコミュニティマネーの考え方と共通点を持っている。現在の局面では、ハイエクが懸念したようなインフレではなく、逆にデフレに陥っており、経済に貨幣が循環せず貨幣不足になっているが、こうした状態を独自に貨幣を発行することで解消しようとするのが、コミュニティマネーの発想である。

中央銀行券は、インフレによる減価という懸念がつきまとうだけではなく、デフレ局面では、逆に貨幣の価値が増価することで過剰に貯えられ、流通が滞る。つまり現在の貨幣システムでは、貨幣の流通速度を安定的に保つことができずに、流通速度が過剰に増したり、流通速度が停滞したりする場合がある。こうした中央銀行券の持つ貨幣価値および流通速度の不安定性を克服するために、民間が貨幣を自由に発行して中央銀行券とその機能を競い合う、あるいは中央銀行券の機能を補うという視点からコミュニティマネーの意義を解釈すれば、それはハイエクの貨幣発行自由化論を、現実に実践しているものとみることもできよう。

ただし、ハイエクの貨幣発行自由化論が、民間銀行が貨幣を自由に発行して競争することで、中心的な役割を果たす通貨としての地位を競い合うことを想定していたのに対し、現在のコミュニティマネーは、法定通貨の存在を前提として、法定通貨を補助する貨幣として様々なものが現われているという違いはある。

(5) コミュニティマネーの進化した形態 スイスの「WIR」

WIRの導入と変遷

世界恐慌後に現われたコミュニティマネーには、先にあげたドイツのヴェーラ、オーストリアの労働証明書以外にも、多くの事例がある。そのほとんどは長続きしなかったが、現在もなお生き続けている例がある。スイスの「WIR(ヴィア)」(1934年)である。WIRは現在では70年近くの歴史を持つ。

WIR は現在使われているような形に至るまでに多くの試行錯誤の過程を経たが、それはゲゼルの思想と現実の経済とに折り合いをつけ、コミュニティマネーとしてうまく機能させていくために必要な過程でもあったといえる。WIR の導入から現在に至るまでの過程を、簡単に振り返っておくと次のようになる⁴⁾。

WIR は、もともとは世界恐慌の中で、中小企業や零細商店が互いに商品を取引し仕事を与え合うために、スイスフランとは別の WIR という独自の通貨単位を作ったことに始まる。取引にあたっては WIR という単位で通帳に記載する方式がとられた。紙幣は使わず、WIR という単位で清算しあうシステムだった。また、WIR は口座に貯まっても利子のつかない、いわば無利子の預金であった。1934 年に 16 人の設立メンバーと 4 万 2,000 フランの資本金をもとに協同組合としてスタートし、1935 年には会員は 3,000 人に達し、取引金額は 100 万フランを超え、1936 年には銀行法の適用を受けるまでに発展した。

1938 年には、ゲゼル思想に基づいた減価する紙幣が導入された（有効期間 1 年で毎月印紙を貼る方式）。しかしその後、参加者が WIR のメンバー以外に紙幣を流出させるなどのルール違反が相次いだため、減価する紙幣は 1948 年に廃止された。

第二次大戦中には、供給不足で商品が十分取引できなくなるなどの問題が発生したが、戦後は中小企業の取引支援に活路を見出していった。1950 年代初めには、中小企業の相互扶助組織として、参加者が中小企業のみ限定され、WIR は中小企業者間の決済通貨として使われるようになった。さらに 1960 年代のスイスの高成長期には、WIR による取引も拡大した。その過程では、WIR を通じて粗悪品の取引を行う参加者が現われるなど、WIR の信用を失墜させるような事態も発生したが、こうした危機を乗り切った。

通帳の残高に基づいて管理する決済方式は、その後電子化が進められ、1995 年には WIR とスイスフランが併用でき、デビットカードやクレジットカードの機能を持つ WIR カードが発行された。

現在の WIR の仕組みは銀行組織となっており（WIR 銀行）バーゼルに本店を置き、スイス国内に五つの支店を持っている。会員はスイス全土に及び、スイスの全産業の 8 割を占める中小企業のうちの 20% に相当する 8 万社以上が参加している。通常の参加者間の決済では、一部がスイスフランで支払われ、残りの 40~50% が WIR で支払われる。つまり WIR は、法定通貨と併用される貨幣として機能している。

取引される財・サービスは多岐にわたっており、参加企業はこれによって、ほぼすべての財・サービスを手に入れることができるといってもよい。参加企業は、WIR 銀行が年 4 回発行するカタログで、代金の何%を WIR で受け取るかをあらかじめ表示している。また WIR 銀行は会員に対して、市場よりも低利で融資も行っている。融資は、WIR 単独によるもののほか、スイスフランとの併用、スイスフラン単独のものがある。WIR の価値を維持するため、WIR が行う融資は WIR の年間取引額の 3 分の 1 程度に抑えられている。

WIR に参加するためには入会金と年会費、そして取引するごとに手数料が必要となる（これらの支払いはすべてスイスフラン）。参加者が WIR を得る手段は、他の参加者に財・サ

ービスを販売するか、WIR の融資を受けるかのいずれかである。WIR は口座に貯まっても利子がつかず、外部で使うこともできないため、参加者は WIR で得た収入を必ず WIR のコミュニティ内部で使う必要がある。便宜上 1 WIR = 1 スイスフランとされているが、WIR をスイスフランに交換することはできない。しかし、WIR に参加することで、参加者は顧客を得ることができるほか、低利で融資を受けられるというメリットがある。

参加者間の取引では、WIR とスイスフランが併用されるため、WIR が参加者の間で循環すれば、同時にスイスフランも循環することになる。つまり WIR は、独自の通貨を導入することで、コミュニティ独自の貨幣の循環を促すとともに、コミュニティ内に法定通貨であるスイスフランを呼び込み、循環させるという働きもしている。これは逆からみれば、WIR の仕組みは、WIR を呼び水として、スイスフランをコミュニティ内に循環させる仕組みとして機能していると言い換えることもできる。

日本のコミュニティマネー、コミュニティクレジットとの類似点

このようにみれば、WIR の仕組みは、本稿の最初に紹介したポイントの仕組みに類似した側面があることがわかる。WIR への参加者は、コミュニティ内で財・サービスを購入する場合に、購入代金の一部を WIR で支払う。WIR はコミュニティ内でのみ循環する貨幣であり、法定通貨には代替することができず、しかも口座に貯まっても利子がつかず、再びコミュニティ内で使わなければならない。これはやはりポイントが、特定のコミュニティ内でのみ通用する貨幣であり、無利子（ないしマイナス利子）で、再びコミュニティ内で使わなければならないのと似ている。ポイント制度を導入する企業は、ポイントを媒介にして、顧客および法定通貨をコミュニティ内に呼び込むねらいがある。しかも、現在のポイント制度が、次第に一企業だけではなく複数企業で共有する仕組みに進化していることを考えれば、ポイントの仕組みがますます WIR の仕組みに近づいていると考えることもできよう。

WIR の仕組みとポイント制度で明確に異なるのは、ポイント制度では参加者に融資を与える仕組みまでは作られていないということである。しかし、将来スーパーマーケットなど小売業が独自に銀行を作り、カードを発行してポイントを貯める機能を持たせ、また低利で消費者に貸し出すというところまで行えば、それは WIR 銀行に類似した機能を果たすことになる。

他方、WIR 銀行が持つ、コミュニティ内の資金をコミュニティ内のメンバーに貸し出す機能については、現在の日本では、本稿の最初に紹介したコミュニティクレジットの仕組みに類似した側面がある。コミュニティクレジットの仕組みは、コミュニティ内の資金をメンバーに貸し出すものであるが、この限りで WIR 銀行と似た機能を果たしている。

このようにみれば、現在の日本で現われている様々なコミュニティマネーの仕組みは、スイスの WIR 銀行に類似した機能を部分的に果たしているとみることもできる。つまり、WIR 銀行の持つ、独自の貨幣を発行することでコミュニティ内の取引を活発化させ、同時

のコミュニティ内に法定通貨を呼び込み、さらにコミュニティ内の資金をメンバーに貸し出すという機能は、現在の日本では、部分的にはポイント制度やコミュニティクレジットの仕組みに現われていると考えることができる。

こうした WIR 銀行の仕組みは、通常の銀行の仕組みに対する、代替的なもう一つの銀行の仕組みという意味で「オルタナティブ・バンキング」と呼ばれることがある。独自貨幣の発行、無利子の預金、メンバーに対する低利融資という特徴を持つ WIR 銀行の仕組みは、今後の日本の金融機関、とりわけ中小企業向けの金融機関のあり方として、参考になる一つのモデルになるかもしれない。

また、欧州では通貨統合がなされ、域内の経済が一体化しつつあるが、WIR 銀行はそうした中で、コミュニティ内の資金をコミュニティ内につなぎとめるための仕組みとして、今後ますます重要性を増すとの評価もなされている。これは通貨の一体化が進み、経済活動がグローバル化していく中で、コミュニティの経済をグローバル化の波からいかにして守っていくかという点を考える際に、WIR 銀行のような仕組みが、一つの解答になるということを示している。こうした視点は、いうまでもなく、コミュニティの経済活動を、国家レベルの経済変動（例えば、現在の日本における深刻なデフレ）から守るという視点に置き換えることもできる。

（ 6 ）現代におけるコミュニティマネーの役割

先にも述べたように、貨幣は暴走する場合もあれば、滞留する場合もある。前者はインフレを引き起こし、後者はデフレを引き起こす。しかも現代においては、資本流出入が国内外で自由化されているため、貨幣の暴走、滞留がグローバルな規模で起こる場合もしばしばある。貨幣流通の不安定性あるいは貨幣のグローバルな流出入がもたらす弊害の一つは、それによってコミュニティの経済が攪乱されるということである。

こうした弊害を防ぎ、特定のコミュニティで独自の貨幣を循環させる仕組みを作ることによって、コミュニティ内の相互依存の経済活動を活性化させようというのがコミュニティマネーの発想である。そこでは、コミュニティ内で使われる貨幣をコミュニティ外の貨幣と区別するが、こうした仕組みが、コミュニティの経済をグローバルな経済の変動から守るという役目を果たすことになる。

国家というコミュニティ経済を、グローバルな経済変動から分離して守る役割を果たすのが、ケインズのバンコール構想であり、一方、地域というコミュニティの経済活動を、国家の経済変動から分離して守る役割を果たすのが、ドイツのヴェーラ、オーストリアの労働証明書、スイスの WIR であったと考えることができる。そして、本稿の冒頭で紹介したような現在の日本で多数現われている、企業や地域レベルで独自に流通する貨幣を発行するという動きは、企業グループや地域内での経済活動を、国家経済から分離して守るという役割を果たしているともみることができる。

コミュニティマネーが、過去も現在も自然発生的に生まれているということは、コミュニティ内部では、固有の相互依存の経済活動が営まれており、貨幣流通の不安定性が生じた場合に、そうした不安定性からコミュニティ経済を防御する仕組みが、コミュニティ内部で自律的に形成されることを示している。言葉を換えれば、相互依存の経済活動を行う人々や企業の結びつきが、そのコミュニティ内で独自の貨幣流通を生み出す原動力になるということである。こうしたコミュニティの力は、国家の貨幣流通の安定性が確保されている限りにおいて発揮されることはないが、ひとたび貨幣流通が著しく不安定になると、一気にその姿を顕在化させることになる。

そして、深刻なデフレと貨幣不足に見舞われる日本で、そうしたコミュニティの力が様々な形で顕在化しているとみれば、現在の動きを素直に理解することができよう。それは本稿でコミュニティマネーと呼ぶ動きでもあるし、いわゆる地域通貨の動きでもある。これらは決して誰かに強制されて現われる性質のものではなく、人々や企業、地域の自律的な動きとして自然発生的に現われる性質のものである。

その時、コミュニティ内では独自に貨幣を発行する、いわば銀行の役割を果たす主体が現われる。ドイツ・ヴェーラの例ではそれが一企業であり、オーストリア・労働証明書の例ではそれは町であった。ヴェーラは石炭と兌換可能な貨幣であり、労働証明書は法定通貨と兌換可能な貨幣であった。スイスのWIRの例では、もはやそれは多数の中小企業が参加する一つの銀行組織になっており、その資本金を担保にWIRが発行されているとみなすことができる。日本で現われている様々な例では、企業や自治体が法定通貨を独自の貨幣に交換することによって、銀行に類した機能を果たしている。現代においては、独自の貨幣は、ICカードなど様々な形のカードを活用することで発行されているが、そうした方法によって法定通貨を独自の貨幣に交換することは、法定通貨を担保に独自の貨幣を発行していることを意味する。

これら過去および現在現われている様々な例はいずれも、それぞれの独自貨幣が通用するコミュニティの圏内で、貨幣の流通速度を速め、経済活動を活発化させようとするねらいを持っている点で共通している。こうした形で法定通貨の機能不全を克服しようとするのが、コミュニティマネーの本質的な目的である。さらにWIRの仕組みやポイント制度にみられるように、コミュニティマネーと法定通貨との併用を促す仕組みを作れば、コミュニティマネーを呼び水として、法定通貨をコミュニティに呼び込む効果を発揮させることもできる。

3. マネー囲い込みのための戦略

(1) 部分的アプローチの統合

これまで述べてきたように、現在の日本では、デフレ下でマネーが滞留するという状況の中で、企業や地域が自衛手段として、コミュニティにマネーを囲い込み、循環させるための様々な仕組みが現われている。しかしながら、これらの動きはまだ点としての動きに留まっており、それが例えば、WIR 銀行のような大きな広がりやインパクトを持つものには至っていない。現在の状況は、コミュニティマネー、コミュニティクレジット、コミュニティボンドなどの部分的動きが、散発的に現われている状況である。

こうした部分的な動きが、中小企業など特定の企業レベルや、特定の地域レベルで統合され、コミュニティ内でマネーを循環させる機能を高めていく方向に向かうのかどうか、今後注目される場所である。デフレが容易に解消されそうにない現状を考えれば、今後、そうした方向に向かっていく可能性は高い。

こうした観点から注目すべき第一の点は、今後、地域レベルで新しい銀行を設立する動きや、既存の銀行を新しい機能を持った銀行に再編する動きが現われるかどうかである。例えば、東京都が新しい銀行を設立する構想を発表したが、これを WIR 銀行タイプの銀行に制度設計することができれば、コミュニティの経済を活性化させる効果を発揮させることができるかもしれない。

具体的には、消費者には新銀行が発行する IC カードによって地域内の加盟店で買い物をした場合、電子マネーで一定のポイントをつけるというインセンティブを与えることで、地域のマネーを新銀行に預金として集める。ポイントは地域内での買い物でしか使うことができない。ポイントは電子マネーという形態をとった、地域内でのみ通用しない独自の通貨ということになる。これによって、ポイントを媒介にして、地域内に消費者と消費者の持つマネーを呼び込む効果を期待できる。また、新銀行が集めたマネーは地域内の消費者や企業に低利で貸し出しを行ったり、あるいは地域の企業や自治体の事業に投資するファンドを作って、そこに消費者のマネーを集めるという仕組みができれば、地域内のマネーを地域内の消費者や企業の間で循環させることができる。

このように、新たな構想に基づいた銀行が作られれば、現在断片的に現われているコミュニティマネー、コミュニティクレジット、コミュニティボンドの仕組みを統合的に運営することで、コミュニティ経済をより活性化できる可能性がある。しかし、現在の東京都の銀行構想は、無担保で中小企業に資金を貸し出すという点に重点が置かれており、このような構想とは性質の異なるものとなっている。

注目すべき第二の点は、新しい銀行の設立という形でなくとも、部分的なアプローチを少しずつ統合するような動きが起こってくるかどうかである。この点に関しては、例えば、企業レベルと地域レベルのマネー囲い込みの動きを連携させる動きがすでに現われている。

その一例をあげると、OMC カードは 03 年 7 月から、地域密着型の IC カードの発行を、神奈川県横浜・湘南地域で開始した（「横浜・湘南パス」）。横浜・湘南パスは、横浜・湘南地域で暮らし、働き、事業を営むすべての主体を対象とする多機能のコミュニティカードである。電子マネー（Edy）、クレジットカード（VISA）、地元商店街のポイントカード、地元企業の社員証などの機能が備えられている。加盟店は 300 店程度でスタートし、04 年度末には 5 千店にまで拡大させることを目指している。市民サークルなど組織での加盟も想定している。会員は 04 年度末までに 20 万人を目指している。このように、横浜・湘南パスは、横浜・湘南地域で使われる通貨として機能し、それを決済に使うことで地元企業、消費者がメリットを受けられることができるというものである。こうした取り組みが成功すれば、今後、全国で同じような動きが広がっていく可能性がある。

（２）ボランティアとの共生

本稿で述べてきた、ポイント制度など企業レベルのコミュニティマネーの仕組みは、ボランティア的な財・サービスの交換を主な目的とする、いわゆる地域通貨の機能と連携させることも可能である。

こうした仕組みは、例えば、買い物をした場合に還元されるポイントについて、その一部は無条件で使えるが、残りの部分は地域でボランティアを行った場合に使えるようにするというような仕組みで実現できる。これは実際、アメリカ・ミネアポリスの「コミュニティヒーローカード」で行われている仕組みである（97 年から開始）。

具体的には次のような仕組みである（図表 5）⁵⁾。消費者が地域の商店で 100 ドルの買い物した場合、10 ドルのポイント（「コミットメント（貢献）」と呼ばれる）が付与されるとする。コミットメントの率は加盟店があらかじめ決めておく（5～20%）。

この 10 ドルのコミットメントのうち、4 割分の 4 ドルから手数料（2.5%）の 25 セントを差し引いた 3.75 ドルは、消費者は無条件で、次の買い物で現金として使うことができる。残りの 6 割分のコミットメントのうち 4 ドル分は、消費者が地元でボランティアをして稼いだ金額（CS ドル＝コミュニティサービスドル）に応じて、買い物で使うことができる。1 時間のボランティア活動が 10CS ドルに相当する。例えば、その消費者がボランティア活動で 4CS ドル分の活動を行っていれば、4 ドル分のコミットメントは現金として使うことができる。CS ドルを持っていない場合には、4 ドル分はボランティア団体（NPO）に寄付される。残りの 6 割分のコミットメントのうち 2 ドル分は、NPO に寄付される。

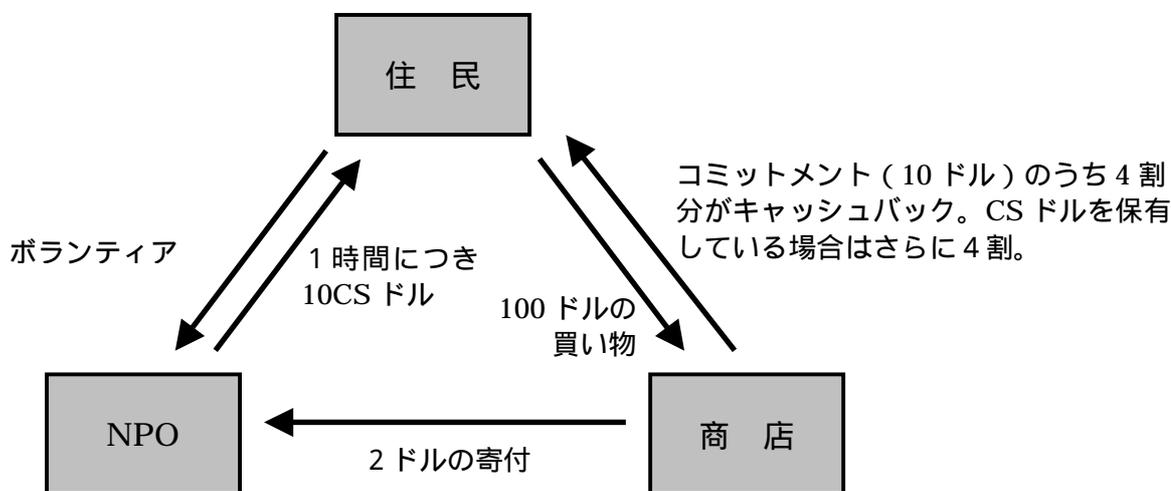
このようにミネアポリスの仕組みは、買い物をしてポイント還元される部分の一部を、ボランティアに同等の金額の活動をした場合にのみ、現金として使えるようにすることで、地域における消費とボランティア活動を同時に活性化させることをねらっている。複雑な仕組みではあるが、IC カードを使うことで円滑に運営されている。こうした仕組みは日本でも、例えば先に述べた横浜・湘南パスのようなコミュニティカードに組み込めば、容易

に実現できる。

現在行われているボランティア的な財・サービスの交換を主目的とする地域通貨は、広がりに乏しく、規模としてはせいぜい50人から数百人の規模に留まっている。参加しても、欲しい財やサービスがなく、地域通貨の使用も1回で終わり、流通が滞っているケースも少なくない。つまり、地域通貨の仕組みは、現在の仕組みに留まっている限りは、なかなか広がらず、社会的なインパクトに乏しいという難点がある。また、それだけでは地域経済の活性化を図ることも難しい。

しかしながらこれを「コミュニティヒーローカード」のように、地元企業や商店街の取り組みと連携させ、ボランティアによって稼いだ金額を一般の財・サービスの取引にも使えるようにすれば、活動に広がりを持たせることができる。しかもこれは地域のマネーを地域につなぎとめて循環させるとともに、地域のボランティア活動を活発化させるという一挙両得の効果を持つ。地域通貨の数は全国で増えているものの、その活動が広がりを持たず、一つの壁にぶち当たっている現状を踏まえれば、今後このような動きが少しずつ現われてくる可能性がある。つまり、地域通貨の活動は、今後は、企業からのコミュニティマネーのアプローチであるポイント制度と結びつくことで、進化していく可能性がある。

図表5 コミュニティヒーローカードの仕組み



(3) 独自通貨の持つ効果

本稿では、様々な形のコミュニティマネーの仕組みが、デフレに対応するための一つの手段として生まれていることを指摘してきた。しかし、コミュニティマネーは、単にデフレへの対抗手段になるにとどまらず、新しい銀行機能の創造（オルタナティブ・バンキング）地域の活性化、ボランティア活動の活性化など様々な可能性を秘めている。またコミュニティマネーの登場には、ドルやユーロなどグローバルマネーに対するカウンターメディアという側面もある。

これらのことは、現在の貨幣システムが様々な面で矛盾や問題点を抱えており、それを克服するための手段として、コミュニティマネーの仕組みが現われていることを示している。現在の貨幣システムが抱える問題とは、貨幣の流通速度が適切に管理されず深刻なデフレやインフレを引き起こす場合があること、グローバル規模のマネーの短期的流出入が国や地域の経済活動を大きく攪乱すること、ボランティアなど非市場的な財・サービスを貨幣価値に適切に評価できないこと、貨幣の担い手となる銀行（金融仲介）の機能がうまくワークしない場合があることなどである。これらは、現在の貨幣システムによって形作られている資本主義そのものが抱える問題であるともいえる。

コミュニティマネーは、これらの問題を多少なりとも解決するための一つの手段として、世界や日本で現われていると考えることができる。しかし、コミュニティマネーが既存の法定通貨を完全に代替してしまうというわけではない。そもそも現在のコミュニティマネーは、法定通貨を担保に発行されている。また、現在有力になっているコミュニティマネーの仕組みは、WIR やコミュニティヒーローカードなどにみられるように、法定通貨との併用を促すことで、マネーをコミュニティにつなぎとめたり、ボランティアを貨幣に交換する役割を果たしている。この意味では法定通貨を補助する通貨として使われている。しかもこうした仕組みを、IC カードの登場によって、容易に構築できるようになっている。

こうした変化はすでに身近でも感じられるようになっている。我々はすでに財布の中に、法定通貨である円のほかに、ポイントカード、電子マネー（SUICA、Edy）など様々なカードを持っている。これらは、法定通貨を担保に発行された独自通貨であり、部分的にはあるが、現金と同じような役割を果たすことができる。今後はこれらの使用範囲が広がったり、あるいは地域単位の IC カードや地域で行ったボランティアをお金に交換できる IC カードなども加わっていくかもしれない。それぞれのカードは、それぞれが使われるコミュニティでマネーをつなぎとめ、循環させる役割を果たす。マネーをつなぎとめることで、それぞれのコミュニティ経済は外部からの悪影響を遮断し、コミュニティ内部での経済活動の活性化を図ることができる。

また、独自通貨の発行は、地域レベルで見れば、地域らしさの回復につながる動きになる可能性がある。地域のマネーを地域に循環させるという動きは、地域経済の相互依存関係を密なものとする。マネーがグローバルに移動するということは、経済活動を限りなく

均質化させる作用をもたらす。そうした世界では資本の論理が貫徹し、圧倒的なマネーを持つものが経済活動の主導権を握り、その結果として世界や日本のどこでも同じような財・サービスが提供されるようになる。しかし、そうしたグローバル規模のマネーの流入を極力排し、地域内の相互依存活動を活性化させれば、その地域ならではの財・サービスに基づいた経済活動が営まれることになる。独自通貨の発行が地域らしさを回復させる一つのきっかけになるかもしれないのは、この意味においてである。これは最近注目されている、地域の生産物を地域内で消費するという「地産地消」の運動とも相通ずるものがある。コミュニティマネーは、地産地消をマネーの面から実現するものといえるかもしれない。

歴史的に貨幣の成り立ちをみると、近代以前においては、そもそも貨幣は共同体の内部だけで使われる内部貨幣と、共同体の外部で使われる外部貨幣に分かれていたことが知られている。しかし近代以降になると、外部貨幣が共同体内部でも使われるようになったため、両者の区別はなくなっていった。コミュニティマネーは、内部貨幣が現代的な形で甦ったものと捉えることもできる。

おわりに

本稿においては、貨幣の滞留に対抗するための手段として、独自通貨を発行することで貨幣を囲い込み、その中で貨幣の流通速度を高めるといった動きが様々な面で現われていることをみてきた。こうした動きは、過去の歴史においても、不況が深刻化した場合にしばしばみられる現象であった。今後はこうした動きがさらに広がり、仕組みとしても進んだものになっていく可能性が高い。

また、独自通貨を発行する動きが活発になっている背景には、デフレが深刻化しているということだけではなく、既存の貨幣システムがうまく機能しなくなっているという点もあげられる。こうした観点からみれば、コミュニティマネーには、既存の貨幣システムが抱える問題を克服するために現われたという側面がある。

もともと貨幣システムは、共同体の内外で貨幣を区別していたが、近代以降、そうした区別はなくなった。現在のコミュニティマネーの勃興は、かつての内部貨幣の形を変えたりバイバルとみることもできる。内部貨幣は、相互依存の経済活動を行う共同体の中で自律的に形成されたものであったが、コミュニティマネーにもそうした面がある。つまり、現在のコミュニティマネーの仕組みは、コミュニティ内の相互依存の経済活動を深め、また外部からの悪影響を遮断するために、コミュニティ内の自律的な動きによって形成されてきている。

コミュニティマネーの動きは、つきつめれば、現在の貨幣システムが形作る経済の仕組み、つまり現在の資本主義の仕組みそのものの是非について考えることにもつながる。グローバルマネーが激しい流出入を繰り返し、時にコミュニティの経済を大きく攪乱するという弊害は、90年代に入ってから特に顕著になった。また、基軸通貨であるドルの不安定性も、ニクソンショック以降、現在に至るまで解消されていない。こうした点まで考慮に含めれば、コミュニティマネーは、将来、グローバリゼーションからコミュニティの経済を守り、安定的かつ自律的な発展の礎になるとの評価を下すことができるようになるかもしれない。しかし、そうした評価を下すには、コミュニティマネーの仕組みはまだ未成熟である。今後の発展にかかっている。

注

- 1) 日向野 (2002) による。
- 2) 歴史的な事実は、西部 (2002a)、あべ・泉 (2000)、河邑・グループ現代 (2000) などによる。
- 3) あべ・泉 (2000)、河邑・グループ現代 (2000) を参考にした。
- 4) 歴史的な事実は、泉 (2001a)、加藤 (2001)、河邑・グループ現代 (2000)、坂本・河邑 (2002) などによる。
- 5) コミュニティヒーローカードの仕組みの説明は、坂本・河邑 (2002) を参考にした。

参考文献

- あべよしひろ・泉留雄 (2000) 『だれでもわかる地域通貨入門』 北斗出版。
- 泉留維 (2001a) 「オルタナティブ・バンキングの歴史とその意義 北欧・JAK 銀行とスイス WIR 銀行」 『The Nonprofit Review』 Vol.1 No.1。
- 泉留維 (2001b) 「地域自立のためのオルタナティブな貨幣・金融システム」 『現文研』 (専修大学) 第 77 号、3 月。
- 泉留維 (2001c) 「地域通貨の役割と日本における進展」 『The Nonprofit Review』 Vol.1 No.2。
- 加藤寛 (2002a) 「デフレ脱却に地域通貨」 『日本経済新聞』 4 月 9 日。
- 加藤寛 (2002b) 「日銀券に代わる通貨が必要 エコマネーがデフレを救う」 『週刊ダイヤモンド』 11 月 2 日。
- 加藤敏春 (2001) 『エコマネーの世紀』 勁草書房。
- 加藤敏春 (2003) 「エコマネーは『地域発』脱デフレの妙手」 『エコノミスト』 1 月 7 日。
- 河邑厚徳・グループ現代 (2000) 「エンデの遺言 「根源からお金を問うこと」」 NHK 出版。
- 黒田明伸 (2003) 『貨幣システムの世界史 <非対称性> をよむ』 岩波書店。
- 坂本龍一・河邑厚徳編著 (2002) 『エンデの警鐘 「地域通貨の希望と銀行の未来」』 NHK 出版。
- ダウスウェイト, リチャード (馬頭忠治・塚田幸三訳) (2001) 『貨幣の生態学』 北斗出版。
- 西部忠 (2000) 「貨幣の未来、信頼を基礎に」 『日本経済新聞』 8 月 24 日。
- 西部忠 (2002a) 「地域通貨を知ろう」 『岩波ブックレット』 No.576、岩波書店。
- 西部忠 (2002b) 「今こそ地域通貨を見直そう」 『エコノミスト』 10 月 29 日号。
- 日向野幹也 (2002) 「金融入門」 <http://www.ann.hi-ho.ne.jp/higano/>
- リエター, ベルナルド (小林一紀・福元初男訳) (2000) 『マネー崩壊 新しいコミュニティ通貨の誕生』 日本経済評論社。