

## 地域通貨「あま咲きコイン」実証実験の経済波及効果について

兵庫県立大学地域経済指標研究会  
 (公財) 尼崎地域産業活性化機構調査研究室

標記の経済波及効果について、関連資料及び想定データをもとに「平成27年兵庫県産業連関表」(兵庫県統計課2019)及び「平成27年尼崎市産業連関表」(地域経済指標研究会2021)を使用し、産業連関分析により経済波及効果(直接効果及び第1次間接効果、第2次間接効果<sup>注1</sup>)を試算した。経済波及効果の試算結果は下記のとおりである。

## 記

## 経済波及効果概要

## 兵庫県内

## 経済波及効果

(生産誘発額) 5.1億円  
 付加価値誘発額 2.6億円  
 就業者誘発数 40人

## 尼崎市内

## 経済波及効果

(生産誘発額) 4.7億円  
 付加価値誘発額 2.4億円  
 就業者誘発数<sup>注2</sup> 38人

注1) 第1次間接効果: 原材料消費による誘発効果、第2次間接効果: 民間消費支出による誘発効果

注2) 生産誘発額を就業者数に換算

表 経済波及効果まとめ(消費喚起分)

(単位:億円)

項目	兵庫県	尼崎市	備考
生産誘発額	5.1	4.7	経済効果(売上額の合計)
直接効果	3.5	3.5	最終需要額
第一次間接効果	0.9	0.5	原材料消費から誘発効果
第二次間接効果	0.6	0.6	民間消費支出による誘発効果
付加価値誘発額	2.6	2.4	(売上額-経費等)の合計
名目GDP	212,106	19,100	令和元年度速報
名目GDP比(%)	0.001	0.01	
就業者誘発数	40	38	個人業主、雇業者等

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」、地域経済指標研究会「平成27年尼崎市産業連関表」

## 照会先

兵庫県立大学産学連携・研究推進機構特任教授(兵庫県企画県民部統計課 参事)

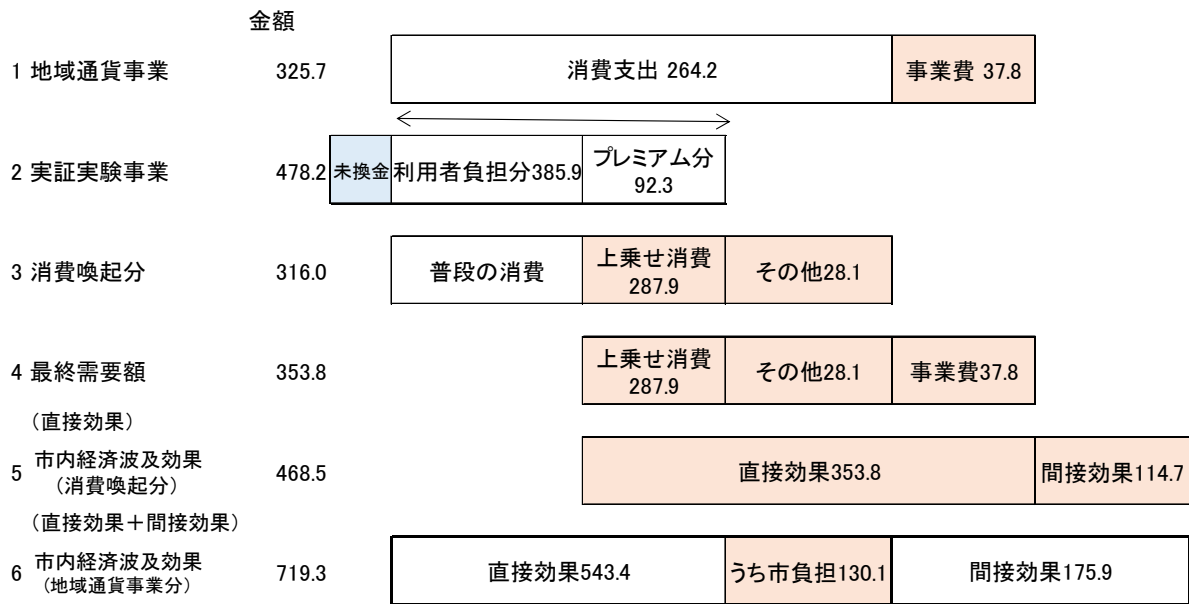
芦谷 恒憲 (TEL 078-362-4123 兵庫県統計課)

尼崎地域産業活性化機構理事長(兵庫県立大学大学院減災復興政策研究科 教授)

加藤 恵正 (TEL 078-891-7367 兵庫県立大学)

地域通貨実証実験事業と経済波及効果概要

(単位:百万円)



1 地域通貨「あま咲きコイン」事業の概況

尼崎市地域通貨「あま咲きコイン」の実証実験が2020年10月から2021年3月に実施された。健康づくりや省エネ活動、ボランティア活動などの行動に対し、加盟店で利用できる「あま咲きコイン」を付与することで、地域住民の行動を後押しし、SDGs達成に向けた取り組みの輪を広げることが目的である。期間中のポイント発行は、4億8,437万ポイント(4億8,437万円)で、換金額は、4億7,820万円であった。

表1 ポイントプログラム別概要(2020.10~2021.3)

種別	発行ポイント(千p)	使用ポイント(千p)	使用率(%)	会員数(千人)	備考
1 SDGsポイント	1,697	1,507	88.8	4.3	市主催行事等参加
2 チャージポイント	43,185	42,946	99.4	2.6	
3 お買い物ポイント	23,500	22,189	94.4	20.7	決済額5%還元
4 プレミアム観光商品券	11	11	99.1	0.0	1会員2千円まで購入
5 プレミアム商品券	415,976	411,547	98.9	19.9	1会員2万円まで購入
計	484,369	478,199	98.7	47.5	

2 最終需要額の推計

本事業の最終需要額(需要増加額)は、事業運営費と消費支出増加額などである。推計の対象は、事業者と消費者及び事業運営者で、推計対象期間は、2020年10月1日~2021年3月31日(6ヶ月間)で関連事業費は、2020年度分を推計した。

- ① 事業者(店舗等)では、事業投資(システム維持管理等)でプレミアム還元を除いた。その他、事務コスト減、取引コスト減(ポイント登録店舗で域内循環)効果がある。
- ② 消費者では、消費支出増(利用回数、消費単価増)である。

部門別にみると、日用品食品、衣服、雑貨（その他製造等）、飲食サービス、個人サービス（洗濯、理美容、娯楽サービス）、情報サービスで、普段消費を除く消費支出増分（上乗せ分、市内分購入増加消費額）とした。

このほか、消費者向けではリピート消費、事業所向け追加投資（電子決済機器等）で、消費増分（最終需要）は、消費支出額から普段消費（差分は調査単価×利用者数）を除いた金額である。消費支出額は、兵庫県内では2.87億円である。事業運営や情報発信など運営関連経費等の地域通貨運営に伴う事業費等（0.66億円）を加算した最終需要額は、3.5億円である。

表2 あま咲きコイン最終需要額推計まとめ

(単位:百万円)

部門	事業費	普段消費	消費増分	その他	合計	備考
金額計	37.8	189.6	287.9	28.1	543.4	
内容	事業所向け プレミアム還元除く	市内消費 477.6	消費者向け 普段消費除く プレミアム分 上乗せ分 自給率上昇分	消費者向け 新規消費 (8.5%想定) 事業所向け 電子決済機器等 (物販飲食1/2)	除く普段消費 353.8	

最終需要額のうち事業費と消費支出の概要（産業関連表部門との対応）は次のとおり。

表3 あま咲きコイン最終需要額(事業費)

項目	金額(百万円)	産業関連40部門
事業費		
システム運営	11.4	事業所サービス
事務費(カード手数料)	0.7	金融・保険
プレミアム還元費	92.3	消費支出
広告宣伝費	2.2	事業所サービス
事務費等	23.5	非営利サービス、個人サービス
計	130.1	
プレミアム還元費を除く	37.8	

表4 あま咲きコイン最終需要額(消費支出)

項目	金額(百万円)	プレミアム還元分	産業関連40部門
消費支出1			
飲食	54.4	10.5	飲食宿泊サービス
観光	0.2	0.0	個人サービス、小売
宿泊	0.4	0.1	飲食宿泊サービス
体験	7.7	1.5	個人サービス
物販	415.4	80.2	飲食料品、繊維製品、その他製造業
計	478.2	92.3	
消費支出2			
上乗せ分	83.2	69.3	プレミアム分を除く
市内自給率上昇分	151.6	126.3	プレミアム分を除く
計		287.9	

**表5 消費額の変化と上乗せ消費推計**

項目	回答数	金額(万円)	平均金額(万円)
10万円以上増加	2	12.5	0.02
5万～10万円増加	7	7.5	0.03
2万～5万円増加	36	3.5	0.08
1万～2万円増加	179	1.5	0.16
0～1万円増加	397	0.5	0.12
変化なし	1,024	0.0	0.00
減少	19	▲ 3.0	▲ 0.03
計	1,664	平均	0.37
		登録者	22,557
		上乗せ消費(百万円)	83.2

**試算の前提条件の設定**

供給側では、域内自給率上昇で食料品等関連部門等 2015 年兵庫県内自給率並とした。

需要側では、消費性向上昇（大都市（神戸市）消費性向並（コロナ前 5 年間平均）、市内購入率上昇で、対象部門について市内購入率 100%とした。

**表6 経済波及効果推計関連指標の補正**

項目	補正前	補正後	備考	
平均消費性向	近畿地域(18～20)	0.657	神戸市(15～19)並 0.838	総務省「家計調査2014～2020」
域内自給率	尼崎市(2011)		兵庫県(2015)並	兵庫県「兵庫県産業連関表2015」
	商業	0.054	0.431	
	運輸、郵便	0.389	0.572	
	宿泊、飲食サービス	0.140	0.753	
	その他対個人サービス	0.155	0.608	
消費支出	市内購入率	0.433	市内で購入(想定) 1.000	総務省「全国家計構造調査2019」
	食料	0.732	1.000	
	外食	0.481	1.000	
	教養娯楽	0.357	1.000	
	諸雑費	0.564	1.000	

**3 経済波及効果の推計**

経済波及効果は、尼崎市から提供のあった関連資料や各種経済統計データにより、兵庫県及び尼崎市を対象に、「平成 27 年兵庫県産業連関表」、「平成 27 年尼崎市産業連表」（地域経済指標研究会）から産業連関分析により推計した。経済波及効果（生産誘発額）は、兵庫県内で 5.1 億円、尼崎市内で 4.7 億円である。原材料費等経費を除いた付加価値誘発額は、兵庫県内が 2.6 億円、尼崎市内が 2.4 億円である。

**表7 経済波及効果まとめ(消費喚起分)**

(単位:億円)

項目	兵庫県	尼崎市	備考
生産誘発額	5.1	4.7	経済効果(売上額の合計)
直接効果	3.5	3.5	最終需要額
第一次間接効果	0.9	0.5	原材料消費から誘発効果
第二次間接効果	0.6	0.6	民間消費支出による誘発効果
付加価値誘発額	2.6	2.4	(売上額－経費等)の合計
名目GDP	212,106	19,100	令和元年度速報
名目GDP比(%)	0.001	0.01	
就業者誘発数	40	38	個人業主、雇用者等

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」、地域経済指標研究会「平成27年尼崎市産業連関表」

また、地域通貨の実証実験が1年間継続した場合の経済波及効果を試算した。消費支出額は実施期間（6ヶ月）と同様の水準で推移し、市負担のプレミアム分は、今回事業費と同額とした。経済波及効果（生産誘発額）は、兵庫県内で8.1億円、尼崎市内で7.5億円である。原材料費等経費を除いた付加価値誘発額は、兵庫県内が4.1億円、尼崎市内が3.7億円である。

**表7-2 経済波及効果まとめ(1年間換算:消費喚起分)** (単位:億円)

項目	兵庫県	尼崎市	備考
生産誘発額	8.1	7.5	経済効果(売上額の合計)
直接効果	5.6	5.6	最終需要額
第一次間接効果	1.5	0.8	原材料消費から誘発効果
第二次間接効果	1.0	1.0	民間消費支出による誘発効果
付加価値誘発額	4.1	3.7	(売上額－経費等)の合計
名目GDP	212,106	19,100	令和元年度速報
名目GDP比(%)	0.002	0.02	
就業者誘発数	68	62	個人業主、雇用者等

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」、地域経済指標研究会「平成27年尼崎市産業連関表」

また、普段消費を含む地域通貨事業全体では、経済波及効果（生産誘発額）は、兵庫県内で7.8億円、尼崎市内で7.2億円である。

**表8 地域通貨事業経済波及効果まとめ** (単位:億円)

項目	兵庫県	尼崎市	備考
生産誘発額	7.8	7.2	経済効果(売上額の合計)
直接効果	5.4	5.4	最終需要額
第一次間接効果	1.5	0.8	原材料消費から誘発効果
第二次間接効果	1.0	1.0	民間消費支出による誘発効果
付加価値誘発額	4.0	3.6	(売上額－経費等)の合計
名目GDP	212,106	19,100	令和元年度速報
名目GDP比(%)	0.002	0.02	
就業者誘発数	65	58	個人業主、雇用者等

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」、地域経済指標研究会「平成27年尼崎市産業連関表」

#### 4 経済波及効果を高めるために

本事業の課題は、地域通貨の利便性の向上やポイント原資の多様化などであるが、経済波及効果を高めるための検討課題は次のとおりである。

- ・ 外食、日用衣料品等商品やサービスの主な流出先（大阪市等）との商業機能（施設・業種規模、価格、商圈）の相違点等を検討し、市内購入率の上昇手段を検討する。
- ・ 観光や交流産業の振興や特産品の開発（市外への製品・商品販売）等による新たな外貨獲得による市内自給率の上昇手段を検討する。
- ・ 消費支出額を増加させるため、購入単価が比較的高い日用品以外の買物は、商業集積機能（規模、品揃え等）の選択幅への影響を推計し、モノやサービスの市内購入率の上昇のための方法を検討する。

参考表1 消費喚起分等経済波及効果概要(兵庫県39部門)

(単位:百万円、人)

部門	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農業	4.5	2.0	1	0
2 林業	0.1	0.1	0	0
3 漁業	1.5	0.8	0	0
4 鉱業	0.1	0.0	0	0
5 飲食料品	143.2	47.9	5	5
6 繊維製品	9.1	3.4	1	1
7 パルプ・紙・木製品	1.5	0.5	0	0
8 化学製品	1.1	0.4	0	0
9 石油・石炭製品	0.9	0.1	0	0
10 プラスチック・ゴム製品	1.3	0.5	0	0
11 窯業・土石製品	0.3	0.2	0	0
12 鉄鋼	0.2	0.0	0	0
13 非鉄金属	0.2	0.0	0	0
14 金属製品	0.7	0.3	0	0
15 はん用機械	0.2	0.1	0	0
16 生産用機械	0.2	0.1	0	0
17 業務用機械	0.3	0.1	0	0
18 電子部品	0.6	0.2	0	0
19 電気機械	0.5	0.2	0	0
20 情報通信機器	10.8	3.6	0	0
21 輸送機械	0.4	0.1	0	0
22 その他の製造工業製品	16.9	6.8	1	1
23 建設	1.5	0.6	0	0
24 電力・ガス・熱供給	11.9	3.7	0	0
25 水道	2.2	1.0	0	0
26 廃棄物処理	1.7	1.0	0	0
27 商業	114.2	75.7	17	16
28 金融・保険	10.6	6.8	0	0
29 不動産	23.6	19.9	0	0
30 運輸・郵便	19.6	12.6	1	1
31 情報通信	8.1	4.3	0	0
32 公務	0.8	0.5	0	0
33 教育・研究	2.3	1.7	0	0
34 医療・福祉	3.7	2.2	0	0
35 他に分類されない会員制団体	13.2	7.6	2	2
36 対事業所サービス	36.7	21.9	4	4
37 対個人サービス	62.1	31.6	8	7
38 事務用品	0.8	0.0	0	0
39 分類不明	2.3	1.0	0	0
合計	509.6	259.6	40	37

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」

参考表1-2 消費喚起分等経済波及効果概要(1年間換算:兵庫県39部門) (単位:百万円、人)

部門	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農業	7.6	3.5	2	0
2 林業	0.1	0.1	0	0
3 漁業	2.6	1.3	0	0
4 鉱業	0.2	0.1	0	0
5 飲食料品	243.4	81.5	9	8
6 繊維製品	15.4	5.7	3	2
7 パルプ・紙・木製品	2.4	0.8	0	0
8 化学製品	1.7	0.6	0	0
9 石油・石炭製品	1.4	0.2	0	0
10 プラスチック・ゴム製品	2.0	0.7	0	0
11 窯業・土石製品	0.5	0.2	0	0
12 鉄鋼	0.3	0.1	0	0
13 非鉄金属	0.2	0.1	0	0
14 金属製品	1.2	0.5	0	0
15 はん用機械	0.2	0.1	0	0
16 生産用機械	0.2	0.1	0	0
17 業務用機械	0.4	0.2	0	0
18 電子部品	0.6	0.2	0	0
19 電気機械	0.7	0.2	0	0
20 情報通信機器	10.9	3.7	0	0
21 輸送機械	0.6	0.2	0	0
22 その他の製造工業製品	28.7	11.6	2	2
23 建設	2.3	1.0	0	0
24 電力・ガス・熱供給	19.2	5.9	0	0
25 水道	3.4	1.6	0	0
26 廃棄物処理	2.6	1.6	0	0
27 商業	190.5	126.3	30	28
28 金融・保険	16.4	10.6	0	0
29 不動産	37.4	31.5	0	0
30 運輸・郵便	32.2	20.8	1	1
31 情報通信	11.3	5.9	0	0
32 公務	1.3	0.9	0	0
33 教育・研究	3.6	2.6	0	0
34 医療・福祉	5.8	3.5	0	0
35 他に分類されない会員制団体	14.0	8.0	2	2
36 対事業所サービス	49.9	29.8	6	5
37 対個人サービス	96.4	49.0	13	11
38 事務用品	1.2	0.0	0	0
39 分類不明	3.8	1.6	0	0
合計	813.1	412.4	68	59

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」



参考表2 消費喚起分等経済波及効果概要(尼崎市40部門)

(単位:百万円、人)

部門	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農業	0.3	0.1	0	0
2 林業	0.0	0.0	0	0
3 漁業	0.0	0.0	0	0
4 鉱業	0.0	0.0	0	0
5 飲食料品	132.3	39.7	5	5
6 繊維製品	8.8	3.3	4	3
7 パルプ・紙・木製品	1.9	0.6	0	0
8 化学製品	0.1	0.0	0	0
9 石油・石炭製品	0.0	0.0	0	0
10 プラスチック・ゴム製品	0.5	0.2	0	0
11 窯業・土石製品	0.2	0.1	0	0
12 鉄鋼	0.1	0.0	0	0
13 非鉄金属	0.2	0.0	0	0
14 金属製品	0.8	0.3	0	0
15 はん用機械	0.1	0.0	0	0
16 生産用機械	0.0	0.0	0	0
17 業務用機械	0.1	0.0	0	0
18 電子部品	0.0	0.0	0	0
19 電気機械	0.6	0.2	0	0
20 情報通信機器	15.2	5.3	0	0
21 輸送機械	0.3	0.1	0	0
22 その他の製造工業製品	16.5	7.2	1	1
23 建設	1.2	0.6	0	0
24 電力・ガス・熱供給	6.6	2.1	0	0
25 水道	2.1	1.0	0	0
26 廃棄物処理	1.7	1.0	0	0
27 商業	113.4	75.3	16	13
28 金融・保険	9.6	6.2	0	0
29 不動産	23.8	19.6	0	0
30 運輸・郵便	19.6	13.7	1	1
31 情報通信	4.4	2.3	0	0
32 公務	0.3	0.2	0	0
33 教育・研究	2.8	1.9	0	0
34 医療・福祉	5.6	3.3	0	0
35 他に分類されない会員制団体	12.0	6.9	2	1
36 対事業所サービス	24.9	14.3	1	1
37 宿泊、飲食サービス	41.1	16.3	4	3
38 その他対個人サービス	21.1	14.4	4	3
39 事務用品	0.4	0.0	0	0
40 分類不明	0.1	0.1	0	0
合計	468.5	236.4	38	31

(資料)地域経済指標研究会(2021)「平成27年尼崎市産業連関表」



参考表2-2 消費喚起分等経済波及効果概要(1年間換算:尼崎市40部門) (単位:百万円、人)

部門	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農業	0.4	0.2	0	0
2 林業	0.0	0.0	0	0
3 漁業	0.0	0.0	0	0
4 鉱業	0.0	0.0	0	0
5 飲食料品	225.4	67.7	8	8
6 繊維製品	14.9	5.7	7	5
7 パルプ・紙・木製品	3.0	0.9	0	0
8 化学製品	0.2	0.1	0	0
9 石油・石炭製品	0.1	0.0	0	0
10 プラスチック・ゴム製品	0.8	0.3	0	0
11 窯業・土石製品	0.3	0.1	0	0
12 鉄鋼	0.1	0.0	0	0
13 非鉄金属	0.2	0.1	0	0
14 金属製品	1.3	0.5	0	0
15 はん用機械	0.1	0.0	0	0
16 生産用機械	0.0	0.0	0	0
17 業務用機械	0.1	0.1	0	0
18 電子部品	0.0	0.0	0	0
19 電気機械	0.8	0.3	0	0
20 情報通信機器	17.7	6.2	0	0
21 輸送機械	0.4	0.1	0	0
22 その他の製造工業製品	28.0	12.3	2	1
23 建設	2.0	0.9	0	0
24 電力・ガス・熱供給	10.8	3.4	0	0
25 水道	3.4	1.6	0	0
26 廃棄物処理	2.6	1.6	0	0
27 商業	189.5	125.8	28	23
28 金融・保険	14.7	9.5	0	0
29 不動産	37.6	30.9	0	0
30 運輸・郵便	32.2	22.4	1	1
31 情報通信	5.6	3.0	0	0
32 公務	0.5	0.4	0	0
33 教育・研究	4.4	2.9	0	0
34 医療・福祉	8.8	5.3	0	0
35 他に分類されない会員制団体	12.2	7.0	2	1
36 対事業所サービス	31.3	18.0	2	2
37 宿泊、飲食サービス	69.5	27.5	6	5
38 その他対個人サービス	27.0	18.4	6	3
39 事務用品	0.6	0.0	0	0
40 分類不明	0.2	0.1	0	0
合計	746.9	373.3	62	49

(資料)地域経済指標研究会(2021)「平成27年尼崎市産業連関表」

参考表3 地域通貨事業経済波及効果概要(兵庫県39部門)

(単位:百万円、人)

部門	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農業	7.2	3.3	2	0
2 林業	0.1	0.1	0	0
3 漁業	2.4	1.3	0	0
4 鉱業	0.2	0.1	0	0
5 飲食料品	229.6	76.9	8	8
6 繊維製品	14.6	5.4	2	2
7 パルプ・紙・木製品	2.3	0.7	0	0
8 化学製品	1.7	0.5	0	0
9 石油・石炭製品	1.3	0.2	0	0
10 プラスチック・ゴム製品	1.9	0.7	0	0
11 窯業・土石製品	0.5	0.2	0	0
12 鉄鋼	0.3	0.1	0	0
13 非鉄金属	0.2	0.1	0	0
14 金属製品	1.1	0.5	0	0
15 はん用機械	0.2	0.1	0	0
16 生産用機械	0.2	0.1	0	0
17 業務用機械	0.4	0.1	0	0
18 電子部品	0.6	0.2	0	0
19 電気機械	0.7	0.2	0	0
20 情報通信機器	10.9	3.7	0	0
21 輸送機械	0.6	0.2	0	0
22 その他の製造工業製品	27.1	10.9	2	2
23 建設	2.3	1.0	0	0
24 電力・ガス・熱供給	18.5	5.7	0	0
25 水道	3.3	1.6	0	0
26 廃棄物処理	2.5	1.6	0	0
27 商業	187.4	124.2	30	28
28 金融・保険	15.9	10.2	0	0
29 不動産	36.3	30.5	0	0
30 運輸・郵便	31.4	20.2	1	1
31 情報通信	11.1	5.8	0	0
32 公務	1.2	0.9	0	0
33 教育・研究	3.5	2.6	0	0
34 医療・福祉	5.6	3.4	0	0
35 他に分類されない会員制団体	13.9	8.0	2	2
36 対事業所サービス	48.9	29.2	5	5
37 対個人サービス	91.9	46.7	13	11
38 事務用品	1.2	0.0	0	0
39 分類不明	3.7	1.6	0	0
合計	782.8	398.7	65	59

(資料)兵庫県「平成27年兵庫県産業連関表」

参考表4 地域通貨事業経済波及効果概要(尼崎市40部門)

(単位:百万円、人)

部門	生産誘発額	付加価値誘発額	就業者誘発数	雇用者誘発数
1 農業	0.4	0.2	0	0
2 林業	0.0	0.0	0	0
3 漁業	0.0	0.0	0	0
4 鉱業	0.0	0.0	0	0
5 飲食料品	212.5	63.8	8	7
6 繊維製品	14.1	5.4	7	5
7 パルプ・紙・木製品	2.9	0.9	0	0
8 化学製品	0.2	0.1	0	0
9 石油・石炭製品	0.1	0.0	0	0
10 プラスチック・ゴム製品	0.7	0.2	0	0
11 窯業・土石製品	0.3	0.1	0	0
12 鉄鋼	0.1	0.0	0	0
13 非鉄金属	0.2	0.1	0	0
14 金属製品	1.2	0.5	0	0
15 はん用機械	0.1	0.0	0	0
16 生産用機械	0.0	0.0	0	0
17 業務用機械	0.1	0.1	0	0
18 電子部品	0.0	0.0	0	0
19 電気機械	0.8	0.3	0	0
20 情報通信機器	17.5	6.1	0	0
21 輸送機械	0.4	0.1	0	0
22 その他の製造工業製品	26.4	11.6	1	1
23 建設	1.9	0.9	0	0
24 電力・ガス・熱供給	10.4	3.2	0	0
25 水道	3.3	1.5	0	0
26 廃棄物処理	2.5	1.6	0	0
27 商業	186.4	123.7	26	23
28 金融・保険	14.3	9.3	0	0
29 不動産	36.5	30.0	0	0
30 運輸・郵便	31.3	21.8	1	1
31 情報通信	5.5	2.9	0	0
32 公務	0.5	0.3	0	0
33 教育・研究	4.3	2.8	0	0
34 医療・福祉	8.5	5.1	0	0
35 他に分類されない会員制団体	12.2	7.0	2	1
36 対事業所サービス	30.8	17.7	2	2
37 宿泊、飲食サービス	65.7	26.0	6	5
38 その他対個人サービス	26.3	17.9	5	3
39 事務用品	0.6	0.0	0	0
40 分類不明	0.2	0.1	0	0
合計	719.3	361.6	58	48

(資料)地域経済指標研究会(2021)「平成27年尼崎市産業連関表」

## (参考)地域通貨の歴史と新展開

ひょうご地域通貨・エコマネー研究会(2017. 3. 16)

### 1 地域通貨の成り立ち

現在、地域通貨は、スマートフォンの急速な普及を背景に、かつての課題がクリアされ、新しい形で広がりつつある。地域通貨は、一定の地域やコミュニティで流通する「お金」である。「お金」といっても、円のように様々なモノやサービスと交換可能なものではない。多くは、ボランティアや感謝の気持ちを可視化する取組みとして、活動時間を点数化し、加入者間で流通させるというものである。加入単位は、数十人程度のものから、多くても数百人であり、「地域通貨」というより、グループ内通貨である。かつて、全国で600近い地域通貨が発行された。兵庫県内でも「ZUKA」(宝塚)など48の地域通貨があり、兵庫は全国で最も地域通貨が盛んな地域であり、量的には世界一と言われた日本の地域通貨は、2006年頃、そのほとんどが停滞期・活動休止期を迎えた。最大の原因は参加者が広がらず、通貨が循環しないということであった。ほとんどの地域通貨は、通帳方式または紙幣方式であった。通帳や紙幣の発行は、通貨の名称やデザインに地域色を出しやすく、地域活性化のイメージと結びつきやすいが、活動の記録を手書きし、紙幣を持ち歩かなければならないなど手間がかかる仕組みであった。

ボランティア活動などをベースに発展した活動であったため、当時の地域通貨発行主体は社会福祉協議会などが多くは、リアルな地域経済との結びつきが弱かった。例えば、商店街で買い物をしたり、美術館入館料を地域通貨で支払ったりといったことは一部を除きできなかった。この結果、地域通貨は「通貨」として流通しないなどサービスを受ける側とサービスを供給する側が固定化し、域内で循環しなくなった。流通を加速させようと、期限付きの地域通貨、流通上位者の表彰などの試みもなされたが、運営に手間がかかりすぎる上に、サービスが貧弱過ぎたため、地域活性化には至らなかった。

### 2 地域通貨の新しい役割

スマートフォンの普及は、手間がかかり過ぎる地域通貨の課題をクリアした。フェリカなどのICチップにより、個人認証ややりとりが正確かつ簡易に行えるようになった。専用の読み取り機にかざせば、通貨の付与、利用ができるようになった。アプリを用いて、参加者相互の間で通貨のやりとりも可能になった。

地域通貨は、リアルな現金により近づき、「地域」の「通貨」となっている。1円が1コインで、地域限定の電子マネーの役割を持つ。これに割引クーポンや地域行事への参加ポイント機能を加えれば、機能性はさらに向上する。ボランティアや地域活動の可視化といった、かつての地域通貨機能が有していた機能と併用することで、地域活動の促進ツールとしての利用も可能である。スマホなので、持ち運びも簡単でリアルマネーの信用は、ブロックチェーンの技術で担保されており、安全性も高い。

現金アクセスの困難化を解決するため、求められるのがキャッシュレス化である。スマホあるいはカードにあらかじめ入金し、市内商店などでの買い物は、基本的に現金は不要である。スマートフォンによる地域通貨は、アプリと連動させることでより効果を発揮できる。マッチングも含め、すべてスマホのアプリの中で完結し、大規模なイベントなどの市からも情報発信は、必要な人に必要な情報が簡単確実に届く仕組みが低コストで実現できるようになった。

### 3 地域活動連動型電子マネーの概要例

地域でお金が循環する地域で善意が循環する仕組みとして、地域活動連動型電子マネーを発行する。

- ・発行主体：金融機関等
- ・運営主体：商工会議所、まちづくり会社、NPO 法人等
- ・発行範囲：市内（市民及び市内で経済活動・地域活動する人向け）
- ・単位（名称）：自由に設定

#### ・特徴（基本フレーム）

基本はスマートフォン及びICカード併用型の電子マネー（WAON 等） アプリと連動し、スマホ（QR コード、バーコード）、IC カードどちらの利用も可能、1 単位＝1 円で、市内の商業施設及び公共施設で利用可能とする。

循環のための仕組みは、アプリを使って、市から定期的に情報発信する。特に参加を求めたいイベント（健康増進等）は、期間限定「ポイント5倍イベント」などにより集客を促進する。使用期限があるので、買い物ポイントに交換し、消費活動につなげる。アプリ内で、参加者間でポイントのやりとり（贈与）が可能である。たとえば、大学のサークル活動でたまった活動ポイントは、高齢者や地域活動団体に寄付など有効に活用する。

自治体の役割は、リアルマネーと地域活動ポイントを連動させた電子マネーで地域活動ポイントが買い物ポイントに交換できる。これは、変則的なマッチングギフトで市民の地域活動が活発になればなるほど、商店街等で使われる原資となるポイントが増加する仕掛けである。最終的にポイントを受け取った商店が、リアルマネーに交換する仕組みを整備しておく。この現金化＝予算化が自治体（市）の役割となる。商店が「地域通貨」として、買い物ポイントを市内の取引先等に使用することは可能である。ただ、上記が担保されているかいないかで、地域通貨が循環するかどうか左右される。地域でお金を循環させる、地域活動を活性化させ地域の関係性を高めていく、そのための具体的な方策として、スマートフォンを活用した新しい地域通貨、地域活動連動型電子マネーである。知らないうちに地域貢献し、気づいたら課題も解決する仕組みと仕掛けが期待される。