



(独) 中小企業基盤整備機構・研究参与
 (特) エココミュニティネットワーク・代表理事
 EXPO エコマネー提唱者
 元 東京大学 大学院客員教授

加藤 敏春 氏

KATO Toshiharu

(独) 中小企業整備機構・応接室

金融の民主化の後には 通貨の民主化がある

——地域通貨エコマネーは、1997年に加藤さんが提唱されたとのことですが、そのきっかけは、どこにあったのでしょうか。

加藤——そもそもエコマネーに関しては、当時欧米で400程度あった地域通貨の1つ、LETS(ローカル・エクスチェンジ・トレーディング・システム)に興味

をもったことが、提唱のきっかけになりました。

地域通貨は、ある一定の地域だけに流通するという特徴をしていますが、欧米の地域通貨をそのままわが国に導入することに物足りなさも感じていました。私の発想は、持続可能なまちづくり(sustainable city)が基本の目的としてあり、地域通貨はその道具であるということからスタートしています。また、それは21世紀型の通貨でないという意味がありません。未来志向で、21世紀の社会、新しいタイプのまちづくりのためのツールが、エコマネーであり、21世紀初の万博である「愛・地

球博」でのEXPOエコマネーを発展させたエコポイントなのです。

1990年頃、私は旧通産省で、大型店と地元商店街の共存を図る特定商業集積法を立案しました。説明のため年間35都道府県を訪れ、地域の人たちと対論するなかで、まちづくりをライフワークにしたいと思うようになりました。その後、出向で、1992年から3年間サンフランシスコに赴任。そのときに、都市計画のつくり方、住民参加のあり方、NPOの参画などに、強い関心をもちました。その時点から、行政と住民と企業が協働したまちづくりの重要性を感じたのです。

いわゆる「市民起業家」が新しいまちづくりを行うためには、道具が必要です。国から与えられたものではなく、自分たちでつくり上げていける道具とは何か。ずっと模索していました。右手にエコマネー、左手にコミュニティ・ビジネス、最近では「地域再生ビジネス」といっていますが、そういう自分がつくった道具をもって、持続可能なまちづくりのために活躍できる社会を描きたかったのです。まちづくりにはお金が必要で

表-1 エコマネー、地域通貨：「第一の波」と「第二の波」の対比

	第一の波	第二の波
地域通貨への関心の方向	地域通貨自体が目的	地域通貨は協働の手段となり、まちづくりが目的となる時期
地域通貨の導入主体	単体(NPOなど)	多様な主体(NPO、商工会議所(企業)、行政など)のネットワーク
地域通貨導入のねらい	コミュニティの再生または地域経済の活性化	パートナーシップ型まちづくり
地域通貨に対する認識	『エンデの遺言』に対するナイーブな憧れ、多様な地域通貨を渾然一体としてとらえる	地域通貨の多様性に関する認識の浸透、多様な地域通貨の組合せ、コミュニティビジネスとの連携など
法的環境の整備	法的環境未整備のなかで手探り	法的環境整備(構造改革特区の活用、法解釈の明確化など)のもとで発展
活動する情報ネットワーク	シーズオリエンティッド	ニーズオリエンティッド(まちづくりに根ざしたコミュニティ・ネットワーク)

[All rights reserved : 加藤敏春&エココミュニティ・ネットワーク]

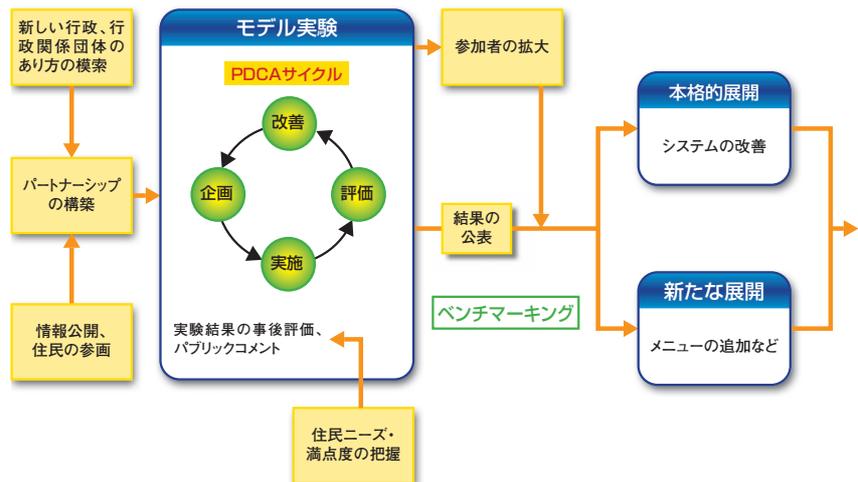
す。しかし、それは自分たちが
つくり出し、自分たちをエンパ
ワーするものでなければなりません。

その後、1996 年末から 1998 年
6 月まで、金融監督庁の設立準備
室に出向。通貨危機や金融再編を
経験するなかで、「金融の民主化」
が実現された後に来るものは、「通
貨の民主化」であると感じました。
自分たちの通貨は自分たちでつ
くり、それを使いこなす自分たち
のまちづくりに活かす。自分たち
の生活空間の自己決定権を自分た
ちでもたなければならないと考え
たのです。

量的拡大の第一の波から 第二の波の創造へ

——エコマネーの現状はどうなっ
ているのでしょうか。

加藤——エコマネーは 1997 年
に提唱され、2000 年から本格
導入が始まりました。これが、北
海道栗山町であり、兵庫県宝塚
市であったわけです。その後、一
挙に導入事例が増え、現在、800
の地域で流通。全世界 5,000 の
16% に達し、わが国は世界一
のエコマネー、地域通貨導入国
になりました。ただ、それだけが
目的化してしまったということ
に関しては、内心忸怩



「All rights reserved : 加藤敏春 & エココミュニティ・ネットワーク」

図-1 「協働のまちづくり」の発展プロセス

たるものを感じていました。

「エンデの遺言」(通貨を投機
の手段ではなく、もう一度実際
になされた仕事やものと対応す
る価値として位置づけるべきだ
という世界的なファンタジー作
家ミヒャエル・エンデのメッセ
ージ)を本当の意味で実現する
ためには、地域通貨はあくまで
手段であって、自分たちがどの
ように持続可能な社会をつくる
のか、まちづくりをするのかと
いう目的がしっかりしていなけ
ればなりません。目的のために、
エコマネー、エコポイント、地
域再生ビジネスなどを複合的に
組み合わせていき、使いこなす
していく。量的拡大の第一の波
から、こうした「第二の波」を
創造していきたいと思っ

ています。

現在、そのために力を入れて
進めているのが、「エコポイント
導入事業」です。「まちづくり
三法」(中心市街地活性化法、
都市計画法、大店立地法)の見
直しのなかで、まちづくり政策
の歴史的・根本的な転換を迎え
ています。わが国は人口減少社
会、少子高齢化社会に突入して
いきます。財政危機を迎える自
治体では、費用対効果を考
えていくと、これまでのように
都市を膨張させていくのではな
く、スマート・グロース (Smart
Growth) を前提とした「コン
パクトシティ」にならざるを得
ません。そこに住民が集まり、
まちづくりに参加してもらう。
そのためのツールとして提案して



インタビュー

会誌編集委員

木田川誠司(左)・紙田和代(右)

いるのが、「愛・地球博」での EXPO エコマネーを発展させたエコポイントです。

中心市街地が複合サービス提供ゾーンに

——エコポイントとは具体的にどのようなものなのですか。

加藤——たとえば、住民が中心市街地や道路の環境美化に参加したり、環境整備のために協働して小規模な河川改修をやったりしたときに、商店街や商店街の商品を納入する業者、施設管理者や自治体が原資を負担します。参加した住民に対して、その原資で、たとえば1時間当たり100ポイントというように、エコポイントが発行されます。このポイントは、子育てや介護支援など困ったときに相互扶助で交換されたのち、最終的には商店街や公共施設で、商品割引や利用料割引をしてもらうことができます。また、小売店チェーンなどが発行しているポイントや商店街のスタンプなどと相互にエコポイント交換することもできます。さらに、エコマネー、地域通貨との相互互換を可能にすることもできます。こうし

た中で、エコポイントとポイント、そしてエコマネー、地域通貨の地域での循環が促されるのです。

世田谷区の烏山商店街では、商店街の清掃・美化ということで、これまで業者に年間100万円を払っていました。そのお金は域外に流出してしまっていた。今は、その清掃・美化を住民にやってもらい、対価としてエコポイントで支払うことで、最終的に商店街に70%の70万円が戻ってくるようになっています。しかも、エコポイントで買い物をするのは5%で、残りの95%は円で買い物をします。すると、年間1,400万円(70万円÷0.05)は地元の商店街に還元されるということになります。これは住民の相互扶助とともに、衰退している商店街の振興にもつながります。

現在、(独)中小企業基盤整備機構では、「愛・地球博」で導入された EXPO エコマネーの機能を活かし、「エコポイント導入地域支援基盤」として、こうした機能を各地域に提供するパイロット事業を本年秋から進めようとしているところです(EXPO エコマネーの単

位はCO₂削減量で、個人の環境配慮活動の成果を可視化して循環型社会形成運動を広げ、「二酸化炭素本位制」の芽生えともいうべき実験でした)。

これからは、中心市街地は単なる物売りゾーンではなく、「複合サービス提供ゾーン」になります。そこでは、商業だけでなく、福祉や子育て、公共など、さまざまなサービスが得られます。それを実現するためには、中心市街地を1つのショッピングセンターと見立てて、そこにテナントミックスを考へてもらったり、少子高齢化のなかで、福祉や医療に関する専門的知識を有したり、都市計画などのさまざまな機能を複合的に管理する専門家が必要です。まちづくりや地域再生など、専門家の知恵で一般の生活者と連携をしながら、ビジネス化していく。団塊の世代が退職するいわゆる「2007年問題」を控え、大手流通業のOBのみならず、土木・建築関係企業の人材もこのような専門家となる可能性があります。それは21世紀の新しい専門家の役割で、土木学会の読者の方々にも大きなつながりがある話だと思っています。詳しくは、<http://www.ecommunity.or.jp>