

2014 年度(第 11 期)
アトム通貨事業報告

<< 本部より事業、広報関連について >>

本部で行ってきた取組(事業関連)

■早稲田地球感謝祭 2014 への出展

2014年9月23日(祝)開催。



告知はアトム通貨サイトのほか、文化放送による番組 & Web サイトなどにて PR。

共同出展は今年で 6 回目を迎え、ブースでのペットボトル回収も恒例行事として定着をしている。

またステージでは、文化放送から CD デビューした『プレシャリズム』と『HAPPY ROSE』のスペシャルライブ & エコ大喜利を行った。また、アトム通貨ブースでは同アーティストの関連商品を販売し、多くのファンで賑わった。

■浜松町グリーンサウンドフェスタ「浜祭」2014 の参加



浜松町エリアにある文化放送などの多彩な企業・団体・施設が一体となって開催される、年に一度の大イベント「浜松町グリーン・サウンドフェスタ～浜祭～」。

2014年11月3日(月・祝)に文化放送・東京タワー・ポケモンセンターウキョー・ハマサイトグルメ・世界貿易センタービル・増上寺・芝離宮の合計 7 会場で開催され、延べ 10 万 8000 人にも及ぶ来場者を記録した。

アトム通貨の参加は 6 回目となり、増上寺、ハマサイト、文化放送サテライトプラスの 3 会場のインフォメーションブースで回収。参加した約 400 名に本部仕様通貨 10 馬力を進呈し、名刺サイズリーフレットを手渡した。

【浜祭2014のキャップ回収】

<回収個数> 60000個 ※70リットル(1袋につき4000個) × 15袋 = 6万個

<CO2削減値> 480kg ※1個につき8gのCO2削減 8g × 6万個 = 480kg

■アトム通貨内藤とうがらし再興プロジェクト

江戸時代の内藤藩下屋敷を中心に栽培が栄えていたとうがらしを、再び現代の新宿区で蘇らせようと 2012 年 6 月に発足した「内藤とうがらし再興プロジェクト」。

2014 年の第 3 期は、地元の企業・学校・団体・店舗あわせて 60 社以上がとうがらし栽培を行った。(第 1 期は 17 社、2 期は 51 社)。栽培後は乾燥させたものを回収し、様々なイベントを開催。

<とうがらしイベント1> 「内藤とうがらしラーメンフェア」



2014年4月16日～5月15日の約1か月間、高田馬場の象徴でもある「ラーメン」の団体「高田馬場ラーメン組合」による「内藤とうがらしラーメンフェア」を開催。

ラーメン激戦区の中でも人気を誇る「麺屋宗」を筆頭とした全9店が参加し、スタンプラリー形式を組んだ。3店舗達成で本部仕様アトム通貨 100馬力を進呈し、全店制覇者にはシャプラニールとのコラボフェアトレードジューツバッグを賞品とした。

アトムとラーメン。高田馬場の二大象徴がタッグを組んだ最強の地域活性化事業として注目を集めることができ、多数のメディアに取り上げられた。

<とうがらしイベント2> 「高田馬場&早稲田 バル辛フェスタ」



2014年10月4日～8日の5日間、西早稲田と高田馬場の飲食店30店協力の元、街バル形式イベント「バル辛フェスタ」を開催。各日 17:00 ~ 23:00 (受付 17:00 ~ 20:30)

【チケット価格】 前売り 3,000 円 (当日 3,500 円) 【チケット形状】 1 シート 4 枚綴りのクーポン券型
 ※1 枚で 1 ドリンク、1 フード提供(ソフトドリンク有) チケットは 600 シート売れ、2200 枚着券。

バル辛フェスタは、ただ流行りの「街バル」ではなく、内藤とうがらしに因る地域ブランドづくりを目的とした、地域の人たちの手による地域のためのイベントとしてスタートした。

在住・在勤者をメインターゲットに、内藤とうがらしというフラッグで地域の連帯感を煽り集客に繋げ、参加店舗に対してもリピーター客の獲得から WIN-WIN の関係を築き、地域に根差したイベントに定着させることを目指した。参加店、協賛団体に各 10 シートの販売協力を依頼した結果、常連客やポスターを見た在住者、地元企業社員、とうがらし栽培団体などがチケットを購入し、地域と関連性がある方(リピーター化しやすい層)が街を回遊する仕掛けとなった。

広報手段としては、専用 Web は無く、Facebook(いいね 336 件)と Twitter(フォロワー 189 名)※をメイン使用。SNS の特徴を生かし、参加者にリアルタイム投稿を呼びかけることで、口コミ効果による波及を試みた。

メディア取り上げも多く、参加者からの次年度開催問い合わせも寄せられている。 ※=イベント終了時の数

■第11期アトム通貨メールマガジン発行状況

[読者数]…372人 [発行回数]定期発行…8回 (いずれも2月17日時点)

Vol.1 0402 第11期流通開始に関して/内藤とうがらしラーメンフェア/支部のお知らせ

Vol.2 0612 NHKEテレ オイコノミア放映/書籍掲載告知/支部お知らせ

Vol.3 0718 月刊「商業界」特集掲載告知/高田馬場新聞掲載告知/支部お知らせ

Vol.4 0820 地球感謝祭出展告知/バル辛フェスタ開催告知/支部お知らせ

Vol.5 1024 浜祭参加決定/バル辛フェスタ開催報告/支部のお知らせ

Vol.6 1217 年末年始休暇に関して/アトム通貨2014年まとめ

Vol.7 0121 2014年度アトム通貨総会・懇親会ご案内/支部お知らせ

Vol.8 1101 NHKEテレ オイコノミア再放送/総会リマインド配信/支部お知らせ

■Web関連

●公式サイト <http://atom-community.jp/>

[月間平均PV数]

17000PV(昨年度より2400PV↑)



[考察]

- ・2012年度から2013年度に月平均2000PV増加し、今期は更に2400PVの上昇。
- ・夏場にかけてアクセスが集中している。
- イベント開催件数に比例。
- ・Facebook記事にUPした後のPV数上昇傾向
- 個別イベント記事掲載の効果。公式サイトへの誘導に成功している。
- ・以前よりSafariからのアクセスが増加(全体の半数以上)

●Facebookファンページ <http://www.facebook.com/atom.community>

[ページに対する「いいね」数]

(2月24日時点)693人 (昨年から127人UP)



Ex)

第1回目グリーンボード新宿清掃

2145人(シェア11件 記事へのいいね170件)

NHKEテレ オイコノミア放映

2099人(シェア4件 記事へのいいね146件)

アカウントお持ちの方は、自身の支部のイベントなどは積極的にシェアして情報を広めていただきたい。

各支部からの申請をもとに、イベント情報をFacebookから配信。

申請→承認→Web掲載が行われたものをピックアップしている。

Facebookへの掲載後、リンク先の公式サイトで詳細を確認している方が多くみられる。

※シェアの多い記事はリーチ度が高い。

●Twitter @atom_pr

[フォロワー数](2月24日時点) 266人 (昨年より59人UP)

Twitterは現在Facebookのウォール内容の自動転送がメイン。

※一部重要事項や緊急連絡を除く

●内藤とうがらし再興プロジェクト ブログ

<http://ameblo.jp/atomtougashii>



2012年6月より、プロジェクトの進捗状況をアップするために立ち上げ～継続運営。
栽培参加企業からの栽培日記投稿ができるシステム(プロジェクト参加者間でID・PWの共有)。
料理提供フェアの案内や、告知、参加一覧の掲載を前年より強化。
とうがらしイベントへのリンク掲載、パル辛フェスタのTwitter埋め込みなどでもにぎわった。

■メディア情報のとりまとめのお願い

流通範囲の拡大と支部増加により、本部広報のみでは情報収集が厳しい。

引き続き取上げられたラジオ、TV、新聞、雑誌、情報誌等の情報は、各支部でまとめていただきたい。

放送・掲載日、媒体、内容など、分かる範囲で結構です。

事前に放送日が確定しており、好評可能なものは紹介しますのでお知らせください。

(●日に●●TVで地域イベント取り組み取材の一環でアトム通貨が紹介されます。など)

主なメディア関連 取り上げ日/媒体/番組・雑誌・新聞名/備考 の順

2014年3月19日/講演会/ライブトーク「エコマネー&エコ住宅」

高円寺純情商店街のカーボンオフセットの取り組みを中心とする、街のエコをテーマにした講演会。

本部副会長の石渡がパネリストとして登壇し、アトム通貨の取り組みをPRしました。 ※講演他多数

2014年3月21日/朝日新聞朝刊/「天声人語」

なんと、アトム通貨が「天声人語」に登場しました！まさに始まって以来の快挙でした。

2014年4月16日/東京新聞/話題の掲示板 欄

アトム通貨×高田馬場ラーメン組合「内藤とうがらしラーメンフェア」特集記事が掲載されました。

2014年4月18日/YOUTUBE「てくてくTV」

「内藤とうがらしラーメンフェア」の取材内容が動画でUPされました。

2014年4月23日/高田馬場新聞(Web新聞)

「内藤とうがらしラーメンフェア」の各店舗詳細が記事として紹介されました。 ※ラーメンフェアその他多数掲載

2014年5月号/JR東日本新幹線内サービス誌「トラヴァール」

「会津を愛した僕らの手塚治虫先生」という特集のなかの「手塚治虫をめぐる東京ぶらり散歩」コーナーでアトム通貨が紹介されました。

2014年5月1日/読売新聞(都民版)/

内藤とうがらし全般の記事が大々的に取り上げられました。

2014年6月/書籍/岩波新書「新・世界経済入門」

早稲田大学西川名誉教授の著書「新・世界経済入門」の10年ぶり改訂にともなう加筆でアトム通貨が5頁に亘り掲載されました。

2014年6月25日/テレビ/NHKE テレ「オイコノミア」

NHKE テレの人気経済番組「オイコノミア」の「お金の正体って…？(後編)」でアトム通貨が取り上げられました。早稲田高田馬場支部の学生事務局や加盟店にはピースの又吉さんにお越しいただき撮影が行われました。

2014年7月1日/月刊「商業界」8月特大号

まちづくり特集 繁盛を呼ぶ「ありがとう」の地域通貨としてアトム通貨の大特集が組まれました。表紙にもアトム通貨が使用され、他の通貨と異なる点や、導入側からの通貨に対する評価など様々な視点からの記事で構成されました。支部にも取材ご協力いただきました。

2014年7月14日/高田馬場新聞(Web新聞)

アトム通貨の特集記事が掲載されました。

2014年9月19日/読売新聞朝刊(首都圏版)

内藤とうがらしが早稲田ミョウガとともに「江戸薬味」として掲載されました。バル辛フェスタの開催情報も紹介されました。

2014年9月/多媒体

「バル辛フェスタ」に関する記事が様々な媒体で紹介されました。(下記一部紹介)

TBS ラジオ 「森本毅郎・スタンバイ！」

Yahoo!ヘッドライン、みん経 新宿経済新聞、マイナビニュース、シェアしたくなるグルメニュース「macaroni」

東京の上質なイベント、ライフスタイル「Bang」 他、多数(主にグルメ系サイト)

2014年10月4日/朝日新聞夕刊

コラム「各駅停話」西武新宿線高田馬場の回で駅前壁画をはじめ、アトム通貨、内藤とうがらしを使用した地域活性の企画が掲載されました。

2014年11月18日/読売新聞朝刊(都民版)

「空をこえて」という新連載(全5回)のうち、初回でアトム通貨が掲載されました。

2015年2月25日/テレビ/NHKE テレ「オイコノミア」(再)

昨年6月放送のオイコノミア、アトム通貨の回が好評につきアンコール放送されました。

2015年3月頭/月刊「事業構想」4月号

「EC・決済の新領域」をテーマにした特集号のなかで、アトム通貨の浸透性と成果、地域通貨の可能性についての内容が掲載予定です。

<< 各支部事業報告書 >>

早稲田・高田馬場 支部

支部概要について

■中心団体と協力団体

・中心団体:アトム通貨実行委員会早稲田・高田馬場支部

・協力団体:早稲田大学周辺商店連合会

(大隈通り商店会、古書組合、早大通り商栄会、早大西門体育館通り商店会、南門通り商店会、早稲田駅前商店会、早稲田グランド商店会、早稲田商店会)、高田馬場西商店街振興組合、高田馬場銀座商店街振興組合、早稲田大学

・後援:新宿区

■2014年度の加盟店数と特徴

飲食・物販・サービス業など約 180 店舗が加盟しています。第 1 期(2004 年)から多くの加盟店に継続してプロジェクトを実施していただき、マイバックプロジェクトのように地域に定着したプロジェクトが生まれています。プロジェクト参加加盟店は年々増加しており、今後も継続、発展が見込まれます。

■2014 年度発行馬力数(見込み)

・10 馬力 × 19932 枚

・50 馬力 × 4023 枚

・100 馬力 × 2265 枚

・500 馬力 × 984 枚

・計 1118970 馬力(2015 年 2 月 3 日現在)

■換金率 2013 年度実績 約 66% 2014 年度見込み約 60%

2014 年度の活動目標と達成度

■活動目標

早稲田大学の学生団体と地域を結ぶ「学生 × 地域 = ∞(ヒトマチ)」プロジェクトを軸に、学生から地域を盛り上げようという想いをもって活動に取り組みました。「学生 × 地域 = ∞(ヒトマチ)」プロジェクト立ち上げから 2 年目を迎えた今年度は、現存の参加団体より主体的な参加の促進を目指しました。また、今年度で 10 年目を迎えた環境啓発イベント「打ち水大作戦」をはじめとした企画の実施により、アトム通貨流通量を増やし、早稲田・高田馬場で過ごす多くの人にアトム通貨を手にとりていただくことを目指しました。

■活動によって得られた効果

「学生 × 地域 = ∞(ヒトマチ)」プロジェクトの活動を通じ、地域で活動する学生や企業、NPO 団体とのつながりの強化を図りました。参加者が所属するメーリングリストでの働きかけや、意見交換会を開催して直接顔を合わせた交流を行い、今後も継続して取り組んでいくための土台を固められたのではないかと思います。

また、早稲田大学構内で開催する「打ち水大作戦」では、多くの学生に参加していただけ、気軽にできるエコ活動の推進と環境意識の啓発を行いました。10年間継続して開催しているため、徐々に恒例行事として定着してきているのではないかと思います。広報の協力などを通じて生まれた大学生協さんとの関係は、他のイベントでも活かしていきたいと考えております。

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

NHK Eテレの経済番組「オイコノミア」2014年6月25日(水)放送回
マーケティングマガジン 月刊「商業界」2014年8月特大号 支部紹介ページ
大学広報誌、WEB ページに掲載。
来期も引き続き広報活動に力を入れてまいりたいと思います。

■達成できなかった点、課題

目標であった「学生×地域=∞(ヒトマチ)」プロジェクトとして活動する機会を十分に作れなかった点です。多くの団体が関わる取り組みであるため、各団体間におけるスケジュールのすり合わせが難しく、企画の実施に結びつけることができませんでした。参加団体全てが集まって行う企画を目指しておりましたが、全体ではなく個々の団体間の結びつきによる企画の実施の増加を検討しております。
また、今期はこれまで継続してきた企画の実施に留まり、11期としての独自性に欠けていた点も課題です。これまで築いてきたものは大切にしつつ、新たな取り組みに積極的に挑戦していきたいと考えております。

来期への展望

来期は「進化」をコンセプトに、11年間で築いてきたものをさらなる発展を目指した活動をしていきたいと考えております。引き続き様々なイベントで通貨配布を行うと同時に、通貨利用者の増加に取り組みます。そのためにも、各加盟店や商店会でアトム通貨を活用していただけるよう、関係を強化していきたいです。また、流通量を増やすべく、加盟店でのプロジェクトや他団体による通貨配布を推進いたします。
さらに、3年目を迎える「学生×地域=∞(ヒトマチ)」プロジェクトでは、団体間で活発な情報・意見交換を行い、関係の強化と企画の実現を目指します。

本部への要望

今後も、本部や他支部と連携して刺激を受けることで、活動を発展させていきたいと考えています。どうぞよろしくお願いいたします。

他支部へのおすすめプロジェクトやイベント

早稲田・高田馬場支部の加盟店で現在行われているプロジェクトは、マイ箸推進、マイバッグ推進、ハンガーリユース、古本購入、エコ商品購入、ボランティア活動参加、特産品購入 などです。
イベントとしては先述の「打ち水大作戦」や、「学生×地域=∞(ヒトマチ)」プロジェクトの一環である「てらこや教室」などがあります。
また、新宿区の江戸野菜・内藤とうがらしの周知と地産地消の推進、食文化の継承を目指した「辛メシフェア」を実施しました。本部主導の連携企画である「内藤とうがらし再興プロジェクト」の一環であり、地域の企業・団体・商店が大切に育てた内藤とうがらしを使用した特別メニューを一部の加盟店で提供していただきました。

早稲田大学早稲田キャンパスで開催される商店会主催のお祭り「地球感謝祭 2014」では、牛乳パックを使った工作のワークショップを行い、多くの子供たちに気軽にできるエコなおもちゃ作りを楽しんでいただきました。配布した通貨は会場に並ぶ屋台で食事などに利用してもらい、アトム通貨の周知を目指しました。



(写真: 左から「地球感謝祭 2014」ブースの様子、「辛メシフェア」提供料理の例)

その他

イベントにおける集客の工夫や財源の確保方法についてご助言いただければと思います。

また、加盟店での取り組みの事例や、プロジェクト定着の工夫をお聞きしたいです。

川口 支部

支部概要について

■中心団体と協力団体

- ・中心団体:アトム通貨実行委員会川口支部
- ・協力団体:西川口東口連合商店会(並木商店会、合格商店会、青五商店会、中通り商店会、観音通り商店会、並一商栄会)本町共栄会、NPO法人くればすおぺんとう屋さん、NPO法人まちづくり川口、NPO法人川口市民環境会議、(社)川口青年会議所、川口商工会議所青年部、川口盛人大学、川口市高温化対策課

■2014年度の加盟店数と特徴

加盟店舗数 **72店舗**(前年70店舗)

物販業・サービス業と大枠で見た場合、物販業が多いモノの日常的に消費者が求めやすい業種ではない為、今後は食に関する物販業の新規加盟が求められている。

■2014年度発行馬力数(見込み)

- ・10 馬力 × 1830枚 = 18300馬力
- ・50 馬力 × 420枚 = 21000馬力
- ・100 馬力 × 2245枚 = 224500馬力
- ・500 馬力 × 0枚(作成なし) = 0馬力
- ・計 **263.800馬力**(2015年2月10日現在)

■換金率 2013年度実績 約 62% 2014年度見込み 約 65%

2014 年度の活動目標と達成度

■活動目標

➤ 利便性の向上

第11期の活動目標は、12期に向けた地固めの時期と位置付け、他団体へ声掛けやフランチャイズ店舗のオーナーさまへの期間限定の加盟店登録を依頼してまいりました。また、昨年度から行っているアトム通貨の認知度向上を目的とした小学校でのゲストティーチャー活動を中心とした活動も継続いたしました。

➤ 小学校ゲストティーチャー活動とその後の商店街で行われた「まち探検」の様子。

① 小学校でのゲストティーチャー活動★★★★☆



加盟店にアトム通貨の取材する子ども達。



ゲストティーチャーとして授業を行うの様様。

■活動によって得られた効果

- 川口ジャズフェスをはじめとする他団体主催の大型イベントに継続的に参加したことにより、今までアトム通貨のことを良く知らなかったと言う方にもイベントに参加して頂く事で、他の地域商品券との違いを理解して頂けたと点。
- 昨年同様、市のコミュニティー大学と連携したことにより、認知度が向上したと事。またそのことによりイベントに足を運んだ方が地域のFBグループや個人ブログなどでアトム通貨を紹介して下さった事。

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

- JCN埼玉(オープニングイベント・川口FES)×2回
- 川口ウォーカー(角川/商店街のインセンティブとして)

■達成できなかった点、課題

【達成できなかった点】

- 前年度の発行馬力数を確保できなかった点。
- 加盟店の回収率向上に役立つ企画立案。

【課題】

- イベントによる発行枚数は多いものの、加盟店の魅力づくりとしての利用頻度が下降している点。
- 活動資金の確保
- よろこばれる加盟店づくり(今後は期間限定ながらもフランチャイズの店舗の登録も必要と考えます)
- アトム通貨に関わる人の教育と指導

来期への展望

来期は諸事情により活動を休止させていただきます。

あえてこの項目の解答をするのであれば昨年同様の思いです。

「もらって嬉しいアトム通貨」へ

アトム通貨を GET したい！アトム通貨を使ってみたい！そんな思いをいただしてくれるアトム通貨ファンが徐々に増えてきました。しかしながらアトム通貨をGETした方々に満足して頂けるような対応が取れていないのが現状です。アトム通貨を手にする瞬間が笑顔に変わり、アトム通貨を使う瞬間も笑顔に変わる。そんなゴールをイメージし対策案を考えました。

- わくわくするようなイベント、プロジェクトの企画立案
- 魅力的な加盟店の開発
- アトム通貨に関わる人の教育と指導

その他

広め方、個店での取り組み成功例など懇親会にてお教えください。

札幌 支部

支部概要について

■中心団体と協力団体

- ・中心団体：発寒北商店街振興組合
- ・協力団体：NPO 法人まちづくりハツキタ

■2014 年度の加盟店数と特徴

27 店舗(昨年比 2 店増) ※さらに検討中 1 件

■2014 年度発行馬力数(見込み)

- ・10 馬力×11,500 枚 115000
- ・50 馬力×30 枚 1500
- ・100 馬力×1,600 枚 160000
- ・500 馬力×60 枚 30000
- ・計 306, 500 馬力(2015 年 2 月 18 日現在)

■換金率 2013 年度実績 約 40% 2014 年度見込み 約 50 %

2014 年度の活動目標と達成度

■活動目標

参加加盟しやすい環境を作り流通量を増やす。

■活動によって得られた効果

商店街が行った年末年始大売り出し抽選会の 3 等としてアトム通貨 3,000 馬力を 5 名様に配布。

使えるお店・もらえるお店とも参加料を実質無料化した。
これにより、管理事務などの手間も削減できたうえ、加盟店も増えた。

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

ハツキタまつりでのアトム通貨の取り扱いについて区役所からの高評価を受けた。

■達成できなかった点、課題

10店舗ほど加盟店を増やしたかったが、PR不足に終わってしまった。

来期への展望

子供たちだけでなく、ボランティアへの支払いで環境から地域コミュニティの担い手として有効活用していきたい。

本部への要望

マンガでの説明パンフが欲しい。

新座 支部

支部概要について

・中心団体と協力団体

中心団体:新座市商工会／協力団体:新座市・新座市商店会連合会

・2014年度の加盟店数と特徴

加盟店数:189店舗、移転・廃業等による加盟店離脱もあった。

・2014年度発行馬力数(見込み)

	発行枚数	発行金額
10馬力	7,470 枚	74,700 円
50馬力	1,400 枚	70,000 円
100馬力	10,750 枚	1,075,000 円
500馬力	680 枚	340,000 円
合計	20,300 枚	1,559,700 円



【打ち水大作戦の様子】



【産業フェスティバルでのゴミ拾いタイムの様子】

・換金率 2013 年度実績 約43% 2014 年度見込み 約43%

2014 年度の活動目標と達成度

・活動目標(新規の場合は導入目的)

加盟店増加(目標件数:200件)

支部概要でも記載したが、新座市内における加盟店数は 189 店舗あるものの、地区によって加盟店舗数にばらつきがあるため、アトム通貨利用者からは、もっと利用可能な店舗はないんですか?といった問い合わせがあった。加盟店舗数の少ない地区及び比較的に利用しやすいと思われる小売店・飲食店を特に伸ばしたい。

・活動によって得られた効果

新規加盟店舗に加わって頂いたパン屋さんからは、アトム通貨の流通が想像以上で、店舗が活気づいたとの声があり、アトム通貨流通と地域活性化の繋がりを実感した。

・達成できなかった点、課題

加盟店200店舗を今年度も目指したが叶わなかった。既存の加盟店を維持する事や新規加盟店舗増加のため今後さらなる認知度向上を図る。

和光 支部

支部概要について

■中心団体と協力団体

- ・中心団体:和光市商工会
- ・協力団体:和光市社会福祉協議会
- ・後援:和光市、和光市教育委員会

■2014 年度の加盟店数と特徴

88 店舗(飲食店 19 店舗、小売店(食品)30 店舗、小売店(食品以外)16 店舗、サービス業 23 店舗)

■2014 年度発行馬力数(見込み)

- ・10 馬力× 12,696 枚
- ・50 馬力× 388 枚
- ・100 馬力× 1,352 枚
- ・500 馬力× 2,457 枚
- ・計 1,510,060 馬力(2015 年 2 月 19 日現在)

■換金率

・2013 年度実績 約 90%（発行 1,432,060 馬力・換金 1,287,810 馬力）

・2014 年度見込み 約 90%（発行 1,510,060 馬力・換金 1,360,000 馬力）

2014 年度の活動目標と達成度

■活動目標

イベント等を増やし、より多くの方々にアトム通貨にふれてもらうことを目標とした。

昨年度は「埼玉県下商工会一斉美化清掃」時にペットボトルキャップや空きアルミ缶をお持ちいただいたが、本年度は清掃を行なっていただいた方に配布させていただいた。

清掃には商工会会員企業からだけではなく市民の方々にも参加していただき、より多くの方々に配布することができた。

また他にも、支部長のご協力もあり市内の地域防災訓練に参加された方々に配布させていただいた。

■活動によって得られた効果

昨年度から配布方法をかえてみたり配布イベントを増やしたりしたことによって流通数が増え、今まで換金のなかった加盟店からも換金が出てきている。今までとは違った方々にアトム通貨を使っていたいただいた効果が出ていると考えられる。

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

「広報わこう」「市民新報」(和光市)「和光新聞」

■達成できなかった点、課題

昨年と同様の悩みだが、500 馬力の使い勝手がかなりいいため、換金率が 90% 近くある(500 馬力に関しては 100%の換金率)。

流通量が増えて、加盟店(商工会会員企業)でご利用いただく金額も大きくなっていくことは、たいへん素晴らしいことであるが、商工会で継続していく事業としては持ち出しも多く難しい状況である。

来期への展望

加盟店舗数 100 店舗を目指す。

本部への要望

通貨の表面に「HP」裏面に「馬力」と表記があり、利用者や加盟店からわかりづらいとの意見が寄せられている。どちらかに統一して表記していただきたい。

流通期限に関してもう少し大きく表示してもらえないかの要望もでており、もう少しわかりやすく表記していただきたい。

八重山 支部

支部概要について

■中心団体と協力団体

- ・中心団体:石垣市商工会
- ・協力団体:石垣市、石垣島マラソン実行委員会、石垣島まつり実行委員会

■2014 年度の加盟店数と特徴

加盟店数 92 店舗のうち、40 店舗が小売店、31 店舗が飲食業と 2 業種で 9 割(77.17%)を占めている。

■2014 年度発行馬力数(見込み)

馬力数	発行枚数	金額
10 馬力	3,477 枚	34,770 円
50 馬力	1,290 枚	64,500 円
100 馬力	1,977 枚	197,700 円
500 馬力	4,813 枚	2,406,500 円
合 計	11,557 枚	2,703,470 円

■換金率 2013 年度実績 約 94% 2014 年度見込み 約 81%

2014 年度の活動目標と達成度

■活動目標

イベント名	発行予定額	実際発行額(2/14 現在)	達成率
八重山の産業まつり	375,000 馬力	0 馬力	0 %
南の島の星まつり	200,000 馬力	0 馬力	0 %
石垣島まつり	600,000 馬力	422,780 馬力	70 %
石垣島マラソン大会	2,100,000 馬力	1,768,500 馬力	84 %
その他	725,000 馬力	512,190 馬力	70 %
合 計	4,000,000 馬力	2,703,470 馬力	67%

■活動によって得られた効果

- ・500 馬力が好評。
- ・発行して 4 年目を迎え、他府県市町村からアトム通貨の取り組みに対する視察も数件あり、地域外での認知度も非常に高くなっている。

■達成できなかった点、課題

- ・本年度はトライアスロン大会休止(発行予定 100 万馬力分)もあり、発行額が減少した。
- ・マラソン大会も例年@800 馬力/人が@500 馬力/人に減額されたため、参加ランナーは増えたが、発行額は増加しなかった。

来期への展望

- ・加盟店の増加と、新しい使えるイベントの創出を目指す。

春日井 支部

支部概要について

■中心団体と協力団体

- ・中心団体: 春日井市商店街連合会
- ・協力団体: NPOけやきフォーラム、春日井市民活動センター
- ・後援: 春日井市、春日井商工会議所

■2014 年度の加盟店数と特徴

207 店(昨年より 6 店脱退)

■2014 年度発行馬力数(見込み)

- ・10 馬力 × 6,135 枚
- ・50 馬力 × 1,846 枚
- ・100 馬力 × 7,758 枚
- ・500 馬力 × 3,335 枚
- ・計 2,611,950 馬力(2015 年 2 月 10 日現在)

■換金率 2013 年度実績 約 84.77% 2014 年度見込み 約 55.5%(2 月 10 日現在)

2014 年度の活動目標と達成度

■活動目標

- ・プレミアム付商品券発行事業との連携
- ・行政との連動、他

■活動によって得られた効果

- ・プレミアム付商品券事業に連動して当連合会主催の抽選会を行うことになったため、アトム通貨賞を加えた。1000 馬力を 500 名当選としたのでかなりのアトム通貨が地域に広がり興味を持ってもらうことができた。

■達成できなかった点、課題

- ・今は何よりエコの時代。資源回収や省エネと連動したイベントなどを増やすことができれば今以上に知名度が上がると思う。

来期への展望

- ・現状では、行政との連携も毎年同じイベントでの参加となり出揃った感があるので、今後はアトム通貨加盟店のプロジェクトへの参加や市民団体等のイベントへの参加を呼び掛ける。

他支部へのおすすめプロジェクトやイベント

- ・子供の情報ネットワークは早いので、夏祭りなどで子供さんに PR するができればアトム通貨への興味がわき、子供を取り込んだ配布イベントへの参加が増えるのでは。

新宿 支部

支部概要について

■中心団体と協力団体

- ・中心団体:新宿区商店会連合会
- ・協力団体:東京商工会議所新宿支部
- ・後援:新宿区

■2014年度の加盟店数と特徴

8店

■2014年度発行馬力数(見込み)

- ・10馬力×250枚
- ・50馬力×250枚
- ・100馬力×300枚
- ・計45,000馬力(2015年2月10日現在)

■換金率 2013年度実績 約90% 2014年度見込み 約90%

2014年度の活動目標と達成度

■活動目標

- ・加盟店の拡大(前年より減になった)
- PR効果(媒体で取上げられた事例)
- ・他県の商店街連合会で評判になった

■達成できなかった点、課題

- ・加盟店の増、逆に減少した

来期への展望

- ・現状から判断して、来期は休止する

その他

- ・新宿支部のアトム通貨をお持ちの支部は、ご面倒でも早めに新宿支部事務局へご一報ください

女川 支部

支部概要について

■中心団体と協力団体

- ・中心団体:女川町商工会商業部会・アトム通貨実行委員会女川支部
- ・協力団体:女川町役場・女川町社会福祉協議会

■2014 年度の加盟店数と特徴

- ・46 事業所が加盟、小売り等の商業系が 32 事業所、観光・飲食等のサービス業が 14 事業所となっている。
- ・被災地視察ガイド料としてアトム通貨を活用(ガイド料 500 円に対して 300 馬力を進呈)、車で乗り合わせして来店して頂いたお客様(運転手の方)にアトム通貨を進呈等

■2014 年度発行馬力数(見込み)

- ・ 10 馬力×10,723 枚(107,230 馬力)
- ・ 50 馬力× 1,866 枚(93,300 馬力)
- ・100 馬力×19,539 枚(1,953,900 馬力)
- ・計 2,154,430 馬力(2015 年 2 月 19 日現在)

■換金率 2013 年度実績 約 84.3% 2014 年度見込み 約 85%

2014 年度の活動目標と達成度

■活動目標

加盟店増加の為に町内事業所へアトム通貨の趣旨説明を継続的に行い、併せて町行政へも地域通貨としての活用を働きかけることに努める。

■活動によって得られた効果

- ・生涯学習教育の一環として行われた「女川ふるさと検定」での参加者へのアトム通貨の進呈
- ・社会福祉協議会(老人クラブ連合会)での町内清掃活動の参加者にアトム通貨の進呈

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

「商業界 8 月特大号」にてアトム通貨の取り組みが注目事例として掲載される。

■達成できなかった点、課題

当町内では震災後の復興による環境変化から加盟事業所が減少傾向となっているので、今後も未加盟の事業所に対して周知を行い加盟店の増加を図る。

来期への展望

前年同様に加盟店増加を図る。

平成 27 年度には中心商業街区(プロムナード)が完成予定となっているのでプロムナードを構成する事業所に全店加盟して頂くことを目標とする。

他支部へのおすすめプロジェクトやイベント

今年度実施された教育分野での「女川ふるさと検定」(町生涯学習課主催)につきましては参加者の町内外を問わず女川町を再確認することができた有意義なイベントであった。