

# 2015 年度(第 12 期)アトム通貨報告書

本部で行ってきた取組(事業関連)

■アトム通貨実行委員会として初の書籍出版

『アトム通貨で描くコミュニティ・デザイン～人とまちが紡ぐ未来』

アトム通貨実行委員会編

2015年4月10日刊行

定価: 1944円 268ページ 四六版並製

出版社: 新評論

ISBN: 978-47948-1005-2

全国書店にて取扱い中。

各支部からのご協力ありがとうございました。



■早稲田地球感謝祭 2015 への出展

2015年9月23日(祝)早稲田大学にて



2009年にアトム通貨を番組で取り上げていただいたことを機に、様々なパートナーシップを組んできた文化放送。地球感謝祭への共同出展は今回で7回目となった。ステージ出演は行わず、ブースにてエコキャップ回収を徹底して行った。(別途早稲田・高田馬場支部の出展あり)文化放送は周波数帯を広げてFMでも視聴可能になるキャンペーンの一環として、オリジナルキャラクター「キューイチロー」着ぐるみを帯同し、撮影会やノベルティの配布を行い会場に彩を添えた。

■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」。

2015年の第4期は、地元の企業・学校・団体・店舗がとうがらし栽培を行った。(第1期は17社、2期は51社、以降60社以上)。栽培後は乾燥させたものを回収し、飲食イベントを開催。



栽培に携わる企業による内藤とうがらしを使用した加工品の開発も積極的に行われている。

(ex:リーガロイヤルホテル東京では、内藤とうがらしを使用したラスクが人気を博していたが、バレンタイン商戦にあわせてチョコレート新たにリリース)

また、内藤とうがらしのムック本「情熱の 新宿内藤とうがらし」が発刊され、新宿区全般の取り組みの中のひとつとして詳しく掲載された。

## <とうがらしイベント> 「バル辛フェスタ 2015」



2015年10月3日～7日(5日間)

高田馬場から西早稲田の飲食店 28 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 741 シート売れ、2671 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。2 年目の開催となり、イベント名の認知度も上昇、前年参加のリピーターも多かった。

広報手段としては、専用 Web は無く、Facebook(いいね 443 件)と Twitter(フォロワー 241 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、Web では 30 媒体以上、新聞・フリーマガジンの他、ラジオ、NHK(10 分程の生中継)も実施された。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

### 本部で行ってきた取組(広報関連)

#### ■第 11 期アトム通貨メールマガジン発行状況

[読者数]…407 人(昨年:372 人) 2 月 15 日時点

Vol.0 0317 通貨本の紹介/期間外配布について/12 期デザイン/掲載情報

Vol.1 0403 第 12 期流通開始に関して/カーボンオフセットの取り組み

Vol.2 0608 第 4 期内藤とうがらし再興プロジェクト/掲載情報/支部情報

以降、レンタルサーバの通信障害などにより発行見送り

## ■Web 関連



●公式サイト <http://atom-community.jp/>

[月間平均 PV 数]

19700PV(昨年度より 2700PV ↑)

- ・2013 年度から 2014 年度に月平均 2400PV 増加し、今期は更に 2700PV 上昇。
- ※前半のアクセス解析がデータ破損しており、流通開始周辺のカウントが出来ていない。
- ・支部の大型イベント開催時期のアクセスが多い。
- ・Facebook への反映やメディア掲載後は通常の日よりも 2～3 倍のアクセスが見込まれる。
- ・支部名の検索が増えている。



●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 17 日時点

809 人 (昨年から 116 人 UP)

- ・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。

Ex)読売新聞掲載のお知らせ:いいねリアクション 40 件/公開シェア 4 件/3600 リーチ

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。

また、イベントやプロジェクト以外にもメディア情報や嬉しいお知らせなどがあれば本部にご連絡ください。

●Twitter @atom\_pr

[フォロワー数] 331 人 (昨年より 65 人 UP)2 月 17 日時点

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

※Twitter アカウントの支部割り当て検討中(この件は後にまとめる)

●内藤とうがらし再興プロジェクト ブログ

<http://ameblo.jp/atomtougash>



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、バル辛フェスタの Twitter 埋め込みなどでもにぎわった。

## ■講演

2015年9月7日(月)、東京富士大学にて、本部石渡が「キャラクターによる地域活性化」を題材とした講演を行いました(高田馬場地区・地域活性化勉強会が開催)。

講演には、地域の企業、大学、金融機関、自治体、NPO法人など50名を超える方々が参加し、アトム通貨をフックにしたまちづくりの話題に耳を傾けました。



また長野県阿智村や新潟市豊栄地区などの地方でも、依頼内容により対応を行っています。

本部では、このように通貨を軸とした講演をはじめ、新規導入検討の説明や指導を随時行っています。

左)東京富士大学講演の様子

## ■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、好評可能の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/名称/備考 の順

2015年3月19日/テレビ/JCOM港新宿「週刊みなしんワイド」

アトム通貨の紹介と「アトム通貨で描くコミュニティ・デザイン」の宣伝の様を放映いただきました。

2015年4月/書籍/月刊「事業構想」4月号

EC・決済の新モデルの特集としてアトム通貨が取り上げられました。

-「鉄腕アトム」で商店街を活性化 成功する地域通貨のつくり方

2015年4月6日/Web/マイナビニュース

“成功例の少ない地域通貨。12期を迎えた「アトム通貨」普及の秘密は?”という見出しで取り扱いいただきました。また転載が多数ありました。

<主なサイト>

niftyニュース、BIGLOBEニュース、Infoseekニュース、エキサイトニュース、ニコニコニュース、ライブドアニュース、T SITE、Yahoo!ニュース

2015年4月10日/書籍/新評論「アトム通貨で描くコミュニティ・デザイン」

アトム通貨初の書籍化。本部だけでなく各支部や早稲田大学の歴代事務局長にも大いに協力いただきました。

2015年4月18日/テレビ/JCOM港新宿「週刊みなしんワイド」

早稲田・高田馬場支部の「第12期アトム通貨オープニングイベント」の様子が紹介されました。18日の18時、23時半、翌日正午、以降1週間リピート放映されました。

2015年4月/書籍/小峰書店「スーパーマーケット・商店街のしごと」

学校図書などの知識・学習の本(小学校3、4年向け)「さがしてみよう! まちのしごと」シリーズの「スーパーマーケット・商店街のしごと」内でアトム通貨が紹介されました。

2015年4月／Web ／「70Seeds」

70Seeds Story Design houseが運営するニュースサイト「70Seeds」にて、アトム通貨が計3回の連載として紹介されました。

2015年7月27日／新聞／読売新聞(全国版)

Popstyle・Coolのページで「百万力だ鉄腕アトム」と題したアトムの特集が生まれ、その一つとしてアトム通貨の取り組みが紹介されました。

2015年11月20日／書籍／岩波書店「く文化」を捉え直すーカルチュラル・セキュリティの発想」

アトム通貨が地域通貨の成功例として紹介されました。渡辺靖 著

2016年1月／広報誌／グローバルマインド(GM)60号

大阪国際大学の関係者に向けて発行される情報誌のなかで、「お金」にまつわる話の一つとしてアトム通貨が取り上げられました。(4万部)

2016年2月4日／新聞／読売新聞(都民版)

早稲田・高田馬場支部事務局がエココン2015に入賞したのをフックに、学生が運営する事務局の様子が大きく取り上げられました。

2016年2月18日／書籍／岩波書店「ルポ 雇用なしで生きる」

お金に頼らず、人とのつながりを糧に生きる！をコンセプトにした書籍のコラム部でアトム通貨が取り上げられました。工藤律子 著

2016年4月(予定)／書籍／中学校公民資料集『アドバンス中学公民資料』

平成28年度発行の中学生公民資料集の中で、地域活性化のために地域通貨が利用されている具体例として紹介。その中でアトム通貨が取り上げられます。

## << 各支部事業報告書 >>

### 早稲田・高田馬場 支部

#### 1・ 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

##### ■2015 年度の加盟店数と特徴

飲食・物販・サービス業など約 170 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。

##### ■2015 年度発行馬力数(見込み)

・ 10 馬力× 22,694 枚 = 226,940 馬力

・ 50 馬力× 3,877 枚 = 193,850 馬力

・100 馬力× 2,790 枚 = 279,000 馬力

・500 馬力× 430 枚 = 215,000 馬力

・計 914,790 馬力(2016 年月 1 日現在)

■換金率 2014 年度実績 約 70% 2015 年度見込み約 69%

#### 2・ 2015 年度の活動目標と達成度

##### ■活動目標

学生と地域団体が街のコミュニティの活性化を目的に立ち上げた「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 3 年目を迎えた今年度は、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、新たに「ヒト×マチ教室」というイベントを実施いたしました。

また、今年度で 11 年目を迎えた環境啓発イベント「打ち水大作戦」をはじめとしたイベントにより、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っ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)」プロジェクトの中でも特に力を入れたのが高田馬場新聞様と共催で行った「ヒト×マチ教室」です。このイベントは早稲田・高田馬場エリアの地域の商店・企業・学生・団体の皆さんが講師となり、その特色を活かした専門知識や情報、コツを無料で参加者(お客様)にお伝えする少人数制の教室(講座)を行う、まちゼミのイベントです。今回は日本酒講座、料理教室や腰痛改善体験等 17 の講座を開催し、

合わせて 91 名の方に参加していただきました。今後もイベントを通じて、地域で活動する学生や企業、NPO 団体と共に街のコミュニティを活性化していきたいと考えております。

また、早稲田大学構内で開催する「打ち水大作戦」では、多くの学生に参加いただき、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。継続的な開催により、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)

読売新聞 都内版 2016 年 2 月 4 日(木)掲載

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

「ヒト×マチ教室」において、他の学生団体が活動する機会を十分に作れなかった点です。企画の初動が遅れたため、団体間におけるスケジュールのすり合わせが難しくなり、企画の実施に結びつけることができませんでした。次回開催時には早期にお声かけをし、地域でやりたいことがある、もしくは何かしてみたいがどうすればいいかわからないという団体様に活動の場を提供できるようなイベントを目指します。

また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。

### 3・ 来期への展望

来期は 12 年間で築いてきたもののさらなる発展を目指すとともに、もっと街にイコトを広げるため新たなイベント・プロジェクトに取り組みます。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。それと同時に通貨利用者の増加にも取り組みます。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ます。

さらに、4 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更なる充実を目指します。

### 4・ 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。どうぞよろしく願いたします。

### 5・ 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「ヒト×マチ教室」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。



(写真: 左から「ヒト×マチ教室」の様子、「辛メシフェア」提供料理の例)



## 6・ その他

- ・他の支部への質問など

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。

## 新座 支部

### 1・ 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

- ・2015 年度の加盟店数と特徴

加盟店数:187店舗、移転・廃業等による加盟店離脱もあった。

- ・2015 年度発行馬力数(見込み)

	発行枚数	発行金額
10馬力	7,013 枚	70,130 円
50馬力	1,644 枚	82,200 円
100馬力	8,814 枚	881,400 円
500馬力	562 枚	281,000 円
合計	18,033 枚	1,314,730 円

・換金率 2014 年度実績 約43% 2015 年度見込み 約43%

### 【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】



【すぐそこ新座発見ウォーキングの様子】



## 2・2015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)

今年度は7件の新規加盟店を追加する事ができ、累計加盟店舗数でいえば200件は到達しているが、移転・廃業等により加盟店離脱をする件数も毎年数件発生するため、加盟店舗数を維持する事が厳しかった。

### ・活動によって得られた効果

アトム通貨を配布する大きなイベントとして、春まつりスタンプラリー・打ち水大作戦・産業フェスティバル・すぐそこ新座発見ウォーキングがあるが、毎年継続して開催することで参加者へのアトム通貨の周知が徐々に浸透していることを実感する。特に子供達からの評判がとても良い。

### ・達成できなかった点、課題

昨年度も掲げた加盟店200店舗を今年度も目指したが叶わなかった。特に今年はプレミアム付き商品券を販売することとなった為、商品券を取り扱う加盟店募集と重なり、思うような結果が出なかった。既存の加盟店を維持していくことはもちろんのこと、新規加盟店舗増加のため、商工会会報誌へ掲載することや、チラシを作成し今後さらなる認知度向上を図る。

## 3・来期への展望

アトム通貨配布イベントを増やすことと、使えるお店としての加盟店舗が圧倒的に多いため、もらえるお店の店舗数を増加させ、アトム通貨の流通を活性化させたい。

## 和光 支部

### 1・ 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

#### ■2015 年度の加盟店数と特徴

69 店舗(飲食店 11 店舗、小売店(食品)28 店舗、小売店(食品以外)17 店舗、サービス業 13 店舗)

#### ■2015 年度発行馬力数(見込み)

- ・ 10 馬力 × 8,789 枚 = 87,890 馬力
- ・ 50 馬力 × 664 枚 = 33,200 馬力
- ・ 100 馬力 × 900 枚 = 90,000 馬力
- ・ 500 馬力 × 2,082 枚 = 1,041,000 馬力

・計 1,252,090 馬力(2016 年 2 月 18 日現在)

■換金率 2014 年度実績 約 90% 2015 年度見込み 約 90%

### 2. 2015 年度の活動目標と達成度

#### ■活動目標

加盟店舗数を増やし、利用者の利便性を高める。

#### ■活動によって得られた効果

加盟店の増加を狙い、商業関連店舗に商工会報等で加入のお知らせをおこなったが反応はなかった。  
逆に今までの加盟店で、利用がほとんどないことから脱退を希望される店舗が多数あった。  
また、閉店してしまった店舗も多数あり、結果的に 20 店舗近く減少してしまった。

#### ■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

イベントで「5 個以上ペットボトルキャップをお持ちいただいた方に 10 馬力のアトム通貨(上限は 100 馬力)」として配布しているのだが、5 個で 10 馬力、1000 個で 2000 馬力のように、アトム通貨をキャップで販売してくれるものだと勘違いをして、クレームをつけてくる輩が出てきている。  
理念を理解していただけず、困惑している。

### 3・ 来期への展望

加盟店を一店舗でも増やし、利用者の利便性を高める。

#### 4. 本部への要望

毎年お伝えしているが、通貨の表面に「HP」裏面に「馬力」と表記があって、利用者や加盟店からわかりづらいついとの意見が寄せられており、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もう少し大きく表示してもらえないかとの要望もでており、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

#### 1. 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、石垣島トライアスロン実行委員会、石垣島マラソン実行委員会、石垣島まつり実行委員会

##### ■2015 年度の加盟店数と特徴

加盟店数 100 店舗のうち、39 店舗が小売店、36 店舗が飲食業と 2 業種で 7 割(75%)を占めている。

##### ■2015 年度発行馬力数(見込み)

馬力数	発行枚数	金額
10 馬力	6,846 枚	68,460 円
50 馬力	5,714 枚	285,700 円
100 馬力	15,835 枚	1,583,500 円
500 馬力	6,221 枚	3,110,500 円
合 計	<b>34,616 枚</b>	<b>5,048,160 円</b>

■換金率 2014 年度実績 約 90% 2015 年度見込み 約 81%

#### 2. 2015 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
石垣島トライアスロン	760,000 馬力	742,000 馬力	97 %
八重山の産業まつり	0 馬力	0 馬力	0 %
南の島の星まつり	0 馬力	0 馬力	0 %
石垣島まつり	400,000 馬力	466,000 馬力	116 %
石垣島マラソン大会	2,580,000 馬力	3,619,200 馬力	140 %
その他	260,000 馬力	220,960 馬力	84 %
合 計	<b>4,000,000 馬力</b>	<b>5,048,160 馬力</b>	<b>126 %</b>

■活動によって得られた効果

- ・500馬力が好評。
- ・発行して5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あり、地域外での認知度も非常に高くなっている。
- ・「石垣島マラソン」においては、発行総額が18%以上増加しマラソン参加者の認知度は高く、加盟店においても前年に比較して8店舗が新たに加盟。通貨の活用範囲が広がり、地域での認知度が向上している。



■PR効果(媒体で取上げられた事例)

- ・八重山毎日新聞 H27.3.22(日)  
掲載内容:石垣島マングローブの浜辺復活事業「マングローブ植林&自然観察会」



■達成できなかった点、課題

- ・マラソン大会に配布する通貨は前年の「@500馬力/人」と予測していたが、「@800馬力/人」に増額されたため、100馬力が不足し、急遽旧通貨で対応する事になった。

3・ 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

1・ 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

## ■2015年度の加盟店数と特徴

199店(昨年より8店脱退)

## ■2015年度発行馬力数(見込み)

- ・ 10馬力× 5,432枚 = 54,320馬力
- ・ 50馬力× 1,785枚 = 89,250馬力
- ・ 100馬力× 6,673枚 = 667,300馬力
- ・ 500馬力× 3,127枚 = 1,563,500馬力

・計 2,374,370馬力(2016年2月15日現在)

■換金率 2014年度実績 約 84.49% 2015年度見込み 約 57.45%(2/15現在)

## 2・2015年度の活動目標と達成度

### ■活動目標

各種イベントでのPR活動

プレミアム付商品券発行事業(額面11億円)との連携

### ■活動によって得られた効果

当連合会より、加盟商店街主催のイベントでボランティアやゴミの分別のお礼として使ってもらうためにアトム通貨を支給しているので、イベントに遊びに来る子供たちへのPRにつながっている。

### ■PR効果(媒体で取上げられた事例)

- ・春日井商工会議所ニュース9月号にアトム通貨の特集を2ページ載せていただきました。
- ・春日井市市民活動推進センター(ささえ愛センター)の情報紙に当連合会の紹介とともに載せていただきました。

### ■達成できなかった点、課題

- ・「つかえる」加盟店にくらべて「もらえる」加盟店が極端に少ない。加盟店に声をかけ賛同してくれる店舗を増やす。
- ・アトム通貨のホームページ、「スタッフ日記」をなるべく更新するように努力します。アトム通貨を知ってもらうためにはどんなことでもいいので発信できるようにします。

## 3. 来期への展望

・日本三大ニュータウン・多摩・千里と並ぶ中部地区最大の「高蔵寺ニュータウン」を抱える春日井市では、少子高齢化を見据えた福祉タクシー・見守り・防犯・買い物代行などへの対価として「地域通貨」への関心が日増しに高まって居り、「アトム通貨」が商連のみならず商工会議所・春日井市・PTA・防犯協会・老人会連合会・地元大学機関など「産・官・学・民」共通の「問題解決ツール」として育つ土壌が出来つつある。

加えて、名古屋市の衛星都市として周辺的大型店舗に消費が流れる傾向が顕著であるとの共通認識の上で、近年実施された「プレミアム付き商品券」の発行事業を通じて、確実に地元で消費される「地域通貨」の

利点を活かしながら、この街だけの、この街にしかない「アトム通貨」は街に愛着を呼び起こす、市民共通のブランドに育てて行く大きなチャンスであると自認している。

#### 4. 本部への要望

- ・自前企画でアトム通貨を出す店舗・発行する事業イベントが少なく、行政やその外郭団体に発行の多くを委ねる傾向にあり、民間での発行比率を上げて行くのが春日井の課題である。
- ・「アトム通貨」の理念に理解を得ながら大型量販店・コンビニ・ドラッグなど市内消費の8割を超える商店街以外の店舗との連携出来る施策を探っている。良きアドバイスを頂きたい。

#### 5. 他支部へのおすすめプロジェクトやイベント

- ・消費の市外流失を防ぐ囲い込み策として、春日井市及び、教育委員会・社会福祉委員会など外郭団体が出していた、子供たちの夏休みの読書感想文の賞品や、小中学生の「土曜講座・街の先生」の市民への謝礼など、全国共通の図書券やギフト券から、市内のみで使える「アトム通貨」への切り替えを、各団体の次年度予算編成前に、支部事務局より提案した。
- ・30万市民全体の祭である「春日井まつり」に市民ボランティアへ謝礼の意味で配布していた弁当を「アトム通貨」に変更し、まつり会場の模擬店全店舗で通貨として使用可能としたことにより、未加入店舗と一般消費者双方に「アトム通貨」の効率の良いPRが出来た。
- ・昨年行われた春日井商工会議所主催の企業見本市「春日井ビジネスフォーラム」に出展し

<http://www.kcci.or.jp/hitomono.html>

BtoB の観点から支部事務局から出展企業に対し、企業側からのアトム通貨の取り組みの可否を、共に論じることが出来た。

#### 6. その他

- ・他の支部への質問など
- ・通貨の紙質がこれまでより薄くなったので、加盟店さんから数えやすくなったよというお声をいただきました。

### 女川 支部

#### 1. 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
- ・後援:

##### ■2015年度の加盟店数と特徴

- ・59(前年度 46)事業所が加盟、小売り等の商業系が 40(前 32)事業所、観光・飲食等のサービス業が 19(前 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

・地方創生に係る子育て世帯支援事業として行政と連携し、500馬力通貨(対象児童1名につき20枚1セット10,000馬力)を対象世帯に13,980枚(699セット)配付し、流通・使用喚起を図る。

#### ■2015年度発行馬力数(見込み)

- ・10馬力×10,806枚(108,060馬力)
- ・50馬力×1,166枚(58,300馬力)
- ・100馬力×17,239枚(1,723,900馬力)
- ・500馬力×10,246枚(5,123,000馬力)

・計 7,013,260馬力(2016年2月19日現在)

■換金率 2014年度実績 約85.1% 2015年度見込み 約85%

## 2・2015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

- ・地方創生に係る子育て世帯支援事業により町内の対象世帯にアトム通貨を配付

### ■PR効果(媒体で取上げられた事例)

地方創生に関する取組として宮城県内で唯一プレミアム商品券(割増商品券)ではなく地域通貨(アトム通貨)を導入した自治体として県内メディア(TV等)に取り上げられる。

### ■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の分母が減少傾向となっているが、その様な中でも今年度は子育て世帯支援事業の影響もあり加盟店舗は増加した。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。

## 3・来期への展望

前年同様に加盟店増加を図る。

平成27年12月23日には中心商業街区(プロムナード)が完成し、オープンとなりました。

今後は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しています。

## 4・他支部へのおすすめプロジェクトやイベント

昨年度に引き続き、今年度も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)につい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。

## 札幌 支部

### 1・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

## ■2015年度の加盟店数と特徴

25 店舗(昨年比 2 店減)

## ■2015 度発行馬力数(見込み)

- ・ 10 馬力×11,500 枚 =115,000 馬力
- ・ 50 馬力× 30 枚 = 1,500 馬力
- ・100 馬力× 1,600 枚 =160,000 馬力
- ・500 馬力× 60 枚 =30,000 馬力

・計 306, 500 馬力(2016 年 2 月 18 日現在)

■換金率 2014 年度実績 約 40% 2015 年度見込み 約 50 %

## 2・ 2015 度の活動目標と達成度

### ■活動目標

商店街加盟店が増加傾向にあるので、アトム通貨への参加呼びかけをし、流通量増に結びつける。

### ■活動によって得られた効果

2 年目を迎える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。

地域住民にアトム通貨の周知に効果が有った。

### ■PR効果(媒体で取上げられた事例)

商店街活動との連携から、公益法人さっぽろ青少年女性活動協会・札幌市宮の沢若者活動センターと共催し、地域を考え若者が参加してアトム通貨活性化を考えるワークショップを開催した。

### ■達成できなかった点、課題

商店街加盟店が増加しているのだが、アトム通貨の PR 不足で参加店増に結びつけることができなかった。さらに、参加店の商店街脱退に伴いアトム通貨参加店減に歯止めをかけられなかった。

## 3・ 来期への展望

札幌市宮の沢若者活動センターと共催した、地域を考え若者が参加してアトム通貨活性化を考えるワークショップ開催を本年度も実施し、具体的に学生や若者を巻き込んだ活動により、活性化を図って行きたい。

## 4. 本部への要望

マンガでの説明パンフが欲しい