

**2016 年度(第 13 期)
アトム通貨事業報告書**

本部で行ってきた取組(事業関連)

■早稲田地球感謝祭 2016 への出展

2016 年 9 月 22 日(祝)早稲田大学



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 8 回目となった。ブースにてエコキャップ回収を徹底して行った。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。併せてブースでは内藤とうがらしプロジェクトに出店いただき関連商品販売を行った。豪雨の開催で例年より来場者は少なかった印象。

■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」。2016 年の第 5 期は、地元の企業・学校・団体・店舗、約 60 団体がとうがらし栽培を行った。栽培後は乾燥させたものを回収し、飲食イベントを開催。江戸道教野菜としての周知度も増し、問い合わせ件数も増加。地域住民の関心度の高まりが年々上昇している。

<とうがらしイベント> 「パル辛フェスタ 2016」



2016年10月1日～5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 709 シート売れ、2559 枚着券。

バル辛フェスタは、内藤とうがらしを用いた地域ブランドの確立を目的とした、地域の人たちの手による地域のためのイベントとして 2014 年にスタート。

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。3 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、Facebook(いいね 585 件)と Twitter(フォロワー 260 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が、今回の開催は発信をせずに黙々と食べて歩く参加者が多かった傾向。

メディア取り上げは相変わらず上々で、Web、新聞、フリーマガジン、J:COM テレビ、TOKYO MX(生中継)が実施された。

また、今回は Facebook 広告を打ちだし、高田馬場半径 1km 在勤在住者に絞ったピンポイント告知も展開。

参加店からは地域での店舗参加型催事が少ないため、継続した取り組みを希望されている。

*=イベント終了時の数

本部で行ってきた取組(広報関連)



・加盟店シールのリニューアル

従来の加盟店シールから、アトムの顔を一新し、新加盟店シールを印刷。

防水・UV 加工あり。

価格は変わらず 70 円/1 枚。

■Web 関連



●公式サイト <http://atom-community.jp/>

[月間平均 PV 数]

21,700PV(昨年度より 2000PV ↑)

・2014 年度に月平均 2400PV 増加し、2015 年度は 2700PV、今期は 2000PV 上昇。

※今期の数字はサーバ移行後のデータ解析によるアバレッジ

・支部の加盟店名やイベント名での検索が増えている。

・Facebook への反映時、イベント開催前は 2 倍以上のアクセスが見込まれる。

・大手企業や地方自治体からのアクセスが多い。

・公式サイトサーバ移行およびリニューアル

第 6 期(2009 年)より使用していたレンタルサーバ側の不調により、新サーバ移行が不可欠となり、全データの移行作業を決定。

9 月 6 日～13 日の間、公式サイト運営を一時停止し、新サーバ移行完了。

それに伴い、メール設定、CMS 設定変更、各種紐付け作業が発生した。

※メールマガジンについて

⇒これまで配信してきたメールマガジン管理方法が異なり、現在発行停止中。

SNS の発展に伴い、メールマガジン需要が少なくなり、今後はメールマガジン廃止・SNS での告知強化にシフトさせていく。



●Facebook ページ

<http://www.facebook.com/atom.community>

[ページに対する「いいね」数]2 月 21 日時点

859 人 (昨年から 50 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。

●Twitter @atom_pr

[フォロワー数] 352 人 (昨年より 21 人 UP)2 月 21 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

・支部毎の Twitter アカウントの発行

近年 SNS の活性化が見られることから、今期より希望支部に対して Twitter アカウントでの運用開始。

現在は早稲田・高田馬場支部のみ。イベントの細かな呼びかけや中止・延期の連絡など、支部からより地域に密着した広報活動を行う手段となり効果がみられている模様。

■講演

2016年5月29日(日)、早稲田大学西早稲田キャンパスにて、本部石渡が「地域活性化の仕掛け～アトム通貨のシステム設計と地域マネージメント～」についての特別講演を行いました。

(公益社団法人日本経営工学会の2016年春季大会)

■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/名称/備考 の順

2016年3月7日／新聞／佐賀新聞／佐賀大学入試記事

佐賀大学の芸術地域デザイン学部二次試験に、アトム通貨の新聞記事を使った問題が出題されたとの内容が佐賀新聞に掲載されました。

記事には『手塚治虫の「鉄腕アトム」にちなんで東京・高田馬場の商店街で始まった地域通貨の取り組みを扱った新聞記事や英字新聞を資料に、地域通貨が地域活性化に果たす役割を述べさせた。』と記載。

事実確認を佐賀大学広報に行ったところ、間違いなくアトム通貨の試験問題が出題されていました。

2016年4月／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した。

2016年10月／TV／J:COM 港新宿／デイリーニュース

早稲田地球感謝祭のアトム通貨ブースを取材頂き、通貨の仕組みと内藤とうがらしの取り組み、バル辛フェスタ告知を含めた内容が1週間ループ放送されました。

2017年2月1日～／TV(アーカイブス)／各NHK施設

2014年6月25日放映の「オイコノミア」(NHK Eテレの経済番組)“お金の正体って(後編)”でアトム通貨が取り上げられ、その番組がNHK番組ライブラリーに収められました。全国のNHK施設で閲覧可能となりました。

■今後の広報の展望について

・公式サイト^{の修正}

今期で和光支部の流通が終了するに伴い、公式サイト^{の修正}を行います。

また、メールマガジンの登録窓口の閉鎖、それに関連するページ^{の修正}を行います。

・支部が使用できるキャラクター画像ならびに背景画像^{の提供}

新たにアトム&ウラン&お茶の水博士の集合絵1点と未来都市をイメージした背景線画2点を各支部に支給します。広報に有効活用をお願いします。

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

■2016年度の加盟店数と特徴

・加盟店数:約 170 店舗

・特徴:2004年の第1期から多くの加盟店に継続していただいています。マイバックやおつかいプロジェクトのような地域に定着したプロジェクトがあります。しかし飲食店や古本屋など少額でも利用しやすい店舗にアトム通貨が集中している傾向があり、不動産屋や医院など小額通貨が利用しにくい店舗とのかかわりは今後の課題です。

■2016年度発行馬力数(見込み)

・10馬力 × 22141枚

・50馬力 × 4038枚

・100馬力 × 2902枚

・500馬力 × 587枚

計 29668枚 / 約 100万馬力(2017年2月1日現在)

■換金率

・2015年度実績 約 65%

・2016年度見込み 約 65%

【2016年度の活動目標と達成度】

■活動目標

2年目の「ヒトマチ教室」と12年目の「打ち水大作戦」が早稲田高田馬場支部の主催するイベントとしては最大級のものになります。このようなイベントを通して地域の加盟店や団体との交流を深めてアトム通貨への理解を広げることを目標としました。主に「ヒトマチ教室」では地域の団体や企業の方との交流を深めて、「打ち水大作戦」では学生団体や大学関係者との交流を深めるイベントとして位置付けています。

■2016年度の活動によって得られた効果

2年目を迎えた「ヒトマチ教室」は今年も地域WEBマガジンである高田馬場新聞さんと共催で行いました。「ヒトマチ教室」とは、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。今年度の「ヒトマチ教室」では、昨年度よりも参加団体の方が増えて、料理教室や日本酒講座など20団体・23講座を開催しました。参加人数は、

107名の参加があり、昨年度の91名から微増しました。地域に根付くイベントとして「ヒトマチ教室」は、主催者・講座提供者・参加者がともにメリットがあることから、ふさわしいのではないかと考えています。

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

平成28年4月6日 島根日日新聞 掲載

早稲田大学文化企画課のHPやSNS掲載など(「ヒトマチ教室」関連)

来年度は広報活動にも力を入れていきます。

■達成できなかった点、課題

「ヒトマチ教室」では、様々な団体や学校との交流が昨年度と同じく行えました。しかし、イベントへの参画が、主催者であるアトム通貨実行委員会早稲田高田馬場支部と高田馬場新聞様のみとなってしまう、講座提供者への働きかけがうまくいかなかった面が見られました。働きかけとは情報共有や広報協力などが挙げられます。改善例として例えば、講座提供者さんからの広報も効果がありましたので、「ヒトマチ教室」の広報への参画の在り方を検討すれば、より多くの方の参加が見込めると考えております。また来年度では主催者側に講座提供者の一部を巻き込むことにより、地域に根付くイベントを目指していきます。

■プロジェクトやイベントの成功例

「ヒトマチ教室」は一般の参加者からの評価が高いイベントでした。参加者へのアンケートでも「満足した」「また参加したい」という肯定的なコメントが多数でした。また講座提供者さんも、参加者との交流により新たな発見や出会いがあるイベントで来年度も参加したいという肯定的なコメントが多くみられました。

【来期への展望】

■現在の支部や地域をとりまく環境や変化(通貨に限らず町全体の動向)

来年度で14年目を迎える早稲田・高田馬場支部では、加盟店間でのアトム通貨への理解への差が広がっているように感じられます。先ほど述べたように業種間での利用のしやすさの差はもちろんのこと、アトム通貨の理念が徐々に形骸化しイベントやプロジェクトへの参加意欲が薄れているように感じられます。これまではアトム通貨の発行額や加盟店数増加によって、アトム通貨の知名度を高める方針をとっていましたが、その効果には疑問が感じられます。

また事務局でも加盟店のプロジェクトを正確につかんでいない問題もあります。プロジェクトの把握がなされていないとホームページやツイッターでの広報がままなりません。このような現状は来期で解決しなければならない案件です。

■2017年に向けての展望

先ほど述べた問題点を解決するために以下の計画を進めていきたいと考えています。

- ①加盟店継続意思を再度確認する
- ②プロジェクトを把握する

このような解決策を実行するために事務局主催のイベントを減らして、時間を作りだしていきます。

【スケジュール】

11月 「ヒトマチ教室」

11月 「早稲田祭2017」出展 (ヒトマチ教室のプレイベントとして)

【本部への要望】

・SNS での広報を始め、様々な助言をいただきましてありがとうございます。引き続き本部や他支部と連携しアトム通貨の運営を行っていききたいと思います。

【その他】

加盟店との関係づくりをどのように維持されているのかを伺いたと思います。

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

■2016 年度の加盟店数と特徴

- ・加盟店数:185店舗(飲食店30店舗、小売店85店舗、サービス・その他70店舗)
移転・廃業等による加盟店離脱もあった。

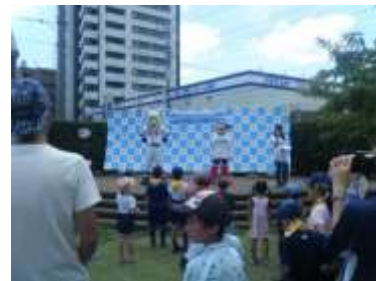
■2016 年度発行馬力数(見込み)

	発行枚数	発行金額
10馬力	6,800 枚	68,000 円
50馬力	1,600 枚	80,000 円
100馬力	7,900 枚	790,000 円
500馬力	560 枚	280,000 円
合計	16,860 枚	1,218,000 円

■換金率

- ・2015 年度実績 約 55 %
- ・2016 年度見込み 約 55 %

平成28年8月7日(日)『打ち水大作戦の様子』



平成28年10月8日・9日(土・日)『産業フェスティバルでのゴミ拾いタイムの様子』



平成28年11月13日(日)『すぐそ新座発見ウォーキングの様子』



【2016 年度の活動目標と達成度】

■活動目標

加盟店舗数の増加

新規加盟店舗の追加はあったものの、廃業による加盟店離脱件数が上回り、加盟店舗数の維持は厳しかった。

■2016 年度の活動によって得られた効果

年間を通して、写真でも説明させて頂いたとおり、様々なアトム通貨イベントを継続していますが、例年よりパワーアップしたのが、打ち水大作戦でした。新座市が埼玉西部ライオンズとフレンドリーシティ協定を締結したことにより、アトムに加えてライオンズマスコットキャラであるレオも参加頂き、舞台上でミニダンスショーを披露。参加者数は昨年度を越える結果となりました。

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

広報にいざ、J:COM

■達成できなかった点、課題

毎年掲げている、加盟店 200 店舗を今年も目標としたが、達成できなかった。

また、市内において加盟店の多い地区と少ない地区があるため、少ない地区の加盟店舗数増加を目指す。

【来期への展望】

■現在の支部や地域をとりまく環境や変化(通貨に限らず町全体の動向)

新座市は市長が変わり、新市長からアトム通貨を流通させたいとお言葉を頂きました。新座市商工会はもちろんのこと、行政とも連動し、アトム通貨の活性化を目指したい。

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

■2016 年度の加盟店数と特徴

- ・加盟店数: 89 店舗 (前年度 100 店舗)
- ・特徴: 飲食業が全体の 42% を占め、次いで小売業が 26% を占めている。
コンビニチェーン撤退により、9 店舗が閉店。



■2016 年度発行馬力数(見込み)

馬力数	発行枚数	金額
10 馬力	3,460 枚	34,600 円
50 馬力	1,218 枚	60,900 円
100 馬力	1,643 枚	164,300 円
500 馬力	6,123 枚	3,061,500 円
合 計	12,444 枚	3,321,300 円

(2015 年度)

10 馬力	3,351 枚
50 馬力	4,499 枚
100 馬力	12,648 枚
500 馬力	5,021 枚

■換金率

・2015 年度実績 約 79.9 % (2/19 時点 61%)・2016 年度見込み 約 70.0 % (2/13 時点 51%)

【2016 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(2/13 現在)	達成率
石垣島トライアスロン	742,000 馬力	341,000 馬力	46 %
八重山の産業まつり	0 馬力	馬力	0 %
南の島の星まつり	0 馬力	馬力	0 %
石垣島まつり	466,000 馬力	327,500 馬力	70 %
石垣島マラソン大会	3,619,200 馬力	2,379,000 馬力	65 %
その他	220,960 馬力	273,800 馬力	124 %
合 計	5,048,160 馬力	3,321,300 馬力	66 %

■2016 年度の活動によって得られた効果

- ・500 馬力が好評。
- ・石垣島マラソンでアトム通貨を配布した際に、県外から来た参加者より「毎回デザインがかわいいので楽しみにしていた」というお声を頂いた。参加者にアトム通貨が浸透してきたと実感した。
- ・アトム通貨コレクターより通貨購入希望の問い合わせを受け、地域外での認知度も非常に高くなっていると感じた

■達成できなかった点、課題

- ・トライアスロン大会にて配布する通貨は、前年「@1,000 馬力／人」であったが、「@500 馬力／人」に変更され、発行数が前年を割った。
- ・マラソン大会にて配布する通貨は、前年「@800 馬力／人」であったが、「@500 馬力／人」に変更され、発行数が前年を割った。
- ・石垣島まつりでのボランティアスタッフに配布する枚数を削減した為、配布枚数が減少。

■プロジェクトやイベントの成功例

- ・石垣市商工会で取り組んでいる地産地消イベント「さんばしマーケット」で、Facebook ページに「いいね！」を押した方に100 馬力を贈呈し、PR を図った。また、アトム通貨未加盟の出店者に対しても、実際に取り扱って頂き、地域通貨の普及に繋がるきっかけづくりが出来た。

※ 「さんばしマーケット」概要

⇒ 石垣市より事業受託を行い、商業振興と中心市街地活性化を図る事を目的に毎月第3 土日に開催。島産の食材や素材を活かした生鮮品や料理・雑貨品などを提供する事を出店条件に設け、お客様に島素材や島の文化に触れていただく場の提供を行っている。

【来期への展望】

■現在の支部や地域をとりまく環境や変化(通貨に限らず町全体の動向)

八重山地域は新空港開港後、多くの観光客が訪れ入域観光客数は好調に推移し、最近では国際線ターミナルの改装が行われ、インバウンド需要も高まりを見せている。そのような環境もあり、経済の活性化に期待がかかる一方で、宿泊業界や飲食業界等では大手企業の参入が相次ぎ、売上資金が地元で循環せず、本土に流出してしまう「ザル経済」が生じている為、八重山地域内の資金循環を高める対策が必要と言われている。

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

■2016年度の加盟店数と特徴

- ・加盟店数: 201
- ・特徴: 飲食店 25%、サービス 29%、物販 39%、その他 7%

■2016年度発行馬力数(見込み)

- ・ 10馬力 × 6,532 枚
 - ・ 50馬力 × 436 枚
 - ・ 100馬力 × 8,240 枚
 - ・ 500馬力 × 3,040 枚
- 計 18,248 枚 / 2,431,120 馬力(2017年2月8日現在)

■換金率

- ・2015年度実績 約 89.20 %
- ・2016年度見込み 約 51.09 % (2017年2月8日現在)

【2016年度の活動目標と達成度】

■活動目標

加盟店舗の拡大と流通量と配布機会の創造が通年の目標。

他市町より過大な消費の市外流失を、地域通貨の活用で阻止すべく、市・会議所などの機関との連携
子育て・街づくり・青少年・障がい者支援など市内に拡がるNPO・NGO組織との協働

■2016年度の活動によって得られた効果

4月の「サポテンフェア」10月の「春日井まつり」などを通じてのPR活動やイベントでの配布、ボランティアスタッフへの現金給付からアトム通貨での切り替えによって事業の拡大浸透

JR春日井駅舎新築に伴うイベント協賛に伴う市内外参加者への配布による話題提供

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

JR春日井駅舎新築イベント協賛事業に付随したアトム通貨の活用事例の紹介 中日新聞

鹿児島県鹿屋市商業振興課のアトム通貨事業の春日井支部への視察

鹿児島県商店街振興組合連合会より商店街活性化事業(商店街活性化研究会)より、地域通貨に関する講師依頼
(H29・2・20 鹿屋本町一番商店街振興組合)

■達成できなかった点、課題

目標であった加盟店舗の拡大と流通量と配布機会の創造への取組みは不十分であった。

「春日井まつり」同様、参加ボランティアの対価にと調整していた尾張地区最大の子育てイベント「ママの文化祭」との連携が配布時期とアトム通貨の使用期限とがタイトな為、実現出来なかったのが無念

JR駅舎竣工イベントで流通させてアトム通貨は市外来訪者には賛否両論、当日使える加盟店を近隣で募るとともにイベント会場でも使い切れる工夫が必要であった。

■プロジェクトやイベントの成功例

市内三か所で運営している、千歳烏山方式の「スタンプ事業」が加盟店の減少や、売上高減少で急速に魅力がなくなり、イベント参加から台紙の金融機関への持込が増大し、商店街での台紙(地域通貨)での買い物が増減し、ここ数年苦慮していた。

そこで、スタンプ会の加盟店がアトム通貨の加盟店となり、スタンプ台紙をアトム通貨と交換可能とし、消費者がスタンプ事業加盟店以外の市内商店で買い物出来る選択肢が拡がり金融機関への持込が激減した。

実施4年目を迎える「春日井まちゼミ」の参加店舗支援の為、例年登録料の一部を補助金で補填していたが、本年より、その補助金相当額を、商店街支援と加盟店拡大の為、現金給付からアトム通貨にて参加店舗に支給予定。

【来期への展望】

■現在の支部や地域をとりまく環境や変化(通貨に限らず町全体の動向)

春日井市は名古屋の衛星都市でベッタウンでもあり、消費の市外流失に加え、市内でもロードサイド店、1万㎡を超える大型店舗の占有率が大きく、商店街の商業環境は厳しさに、さらされている。

反面、今まで障がい者手帳対象者、1万5千人に総額4億弱を現金給付を行っていた福祉給付金制度を額面500円の「福祉応援券」を春日井市が本年度から条例で、ある種の地域通貨に切り替えた、今後は福祉応援券とアトム通貨と、どのような連携が出来るか、市・会議所・商連・福祉団体と協議を重ねたい。

■2017年に向けての展望

前記した、4億円 対象者1万5千人の福祉応援券との連携、プレミアム付き商品券「サポテン商品券」プレミアム付き建設補助金「サポテン建設券」など構想段階からの、積極的参画への模索

【本部への要望】

特にありませんが、他市での取り組みなど情報交流を密に行きたいと思います。

また、今回講演依頼のあった鹿児島県商店街振興組合連合会の様に、消費の市外流出に悩む自治体、商店街の為に、積極的にアトム通貨の活用を促せるよう、支部と連携し取り組んで参りましょう。

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

■2016年度の加盟店数と特徴

- ・加盟店数: 52店(前年度58店)6店減

■2016 年度発行馬力数(見込み)

- ・ 10 馬力 × 8,230 枚
- ・ 50 馬力 × 1,830 枚
- ・ 100 馬力 × 13,936 枚
- ・ 500 馬力 × 0 枚 ※印刷なし

計 23,996 枚 / 1,567,400 馬力 (2017 年 2 月 10 日現在)

■換金率

- ・ 2015 年度実績 約 80%
- ・ 2016 年度見込み 約 80% (2/10 現在で 41%)

【2016 年度の活動目標と達成度】

■活動目標

前年に引き続き、加盟店増加の為の町内事業者へのアトム通貨の趣旨説明を継続的に行い、併せて町行政や関係団体にも地域通貨としての活用を働き掛けることに努める。

■2016 年度の活動によって得られた効果

平成28年度中の周知活動により平成 29 年度(第 14 期)には駅前周辺の 3 事業所が新たに加盟することとなった。

■達成できなかった点、課題

今年度内にプロムナード(シーパルピア女川)を構成する事業所の全店加盟が達成できなかったため今後も周知活動を継続します。

■プロジェクトやイベントの成功例

駅前商業街区の草むしりや清掃活動の参加者にアトム通貨を配付しました。広く参加者を募ったこともあり、女川に興味を持っていたいる県外の方々にも参加して頂くなどして活動は盛況でした。

町内の方々にも多く参加して頂き、自分の町の商店街に愛着を持っていただくための貴重な取組になったと捉えています。

【来期への展望】

■現在の支部や地域をとりまく環境や変化(通貨に限らず町全体の動向)

平成 28 年 12 月 23 日に駅前商業エリアに地元市場ハマテラスがオープンし、シーパルピア女川と名付けられたエリアもひとまずは完成の運びとなりました。今後は周辺の地区に再建されていく店舗も土地造成の完了とともに増えていくものと思われます。

■2017 年に向けての展望

シャンプーやボディソープなどの詰め替え用パウチリサイクルと地域通貨の連動の取り組みを行政や圏域の関係団体と検討しております。モニタリングも含めた試験導入を平成 29 年度上半期に実施する予定です。

【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

■2016 年度の加盟店数と特徴

- ・加盟店数: 21 店舗
- ・特徴: 内訳は、小売店(8)、飲食店(5)、その他サービス(8)

■2016 年度発行馬力数(見込み)

- ・ 10 馬力 × 1,538 枚
- ・ 50 馬力 × 234 枚
- ・ 100 馬力 × 923 枚
- ・ 500 馬力 × 176 枚

計 2,871 枚 / 207,380 馬力 (2017 年 2 月 17 日現在)

■換金率

- ・ 2015 年度実績 約 71.6 %
- ・ 2016 年度見込み 約 50 % (現在 47.2%)

【2016 年度の活動目標と達成度】

■活動目標

- ・ アトム通貨の発行枚数の増加
- ・ 利用可能店舗の拡充

■2016 年度の活動によって得られた効果

発寒北商店街にて実施しているイベント内にて、札幌市環境局や高校、町内会などと連携し、エコ活動と紹介とともにアトム通貨の認知度向上や利用促進を図った。

【ハツキタ夏マルシェ】平成 28 年 7 月 30 日(土)

- ・ 札幌市環境局と協同で、エコの取組みに関するクイズラリー「エコ宝探し」や、琴似工業高校と連携して、改造エアロバイクによる発電コーナー、エコ活動宣言大声コンテスト、廃食油・リングプル・ペットボトルキャップの回収などを実施し、それぞれの達成状況によりアトム通貨を進呈した。

【ハッピーハロウィン in ハツキタ】平成 28 年 10 月 29 日(土)

- ・ 電気使用量明細(検針票)に記載されている、前年同月の電気使用量が、当月の方が少なかった方にアトム通貨をプレゼントする取組を札幌市環境局とともに実施した。

【小学校との連携】

- ・ 冬休みのエコの取組達成表(札幌市環境局製作)の達成状況により、アトム通貨を贈呈。

■PR効果(媒体で取上げられた事例)

- ・ 札幌市のプレスリリースとして上記取組をリリースした。

■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。また、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。

■プロジェクトやイベントの成功例

- ・ アトム通貨の理念に沿った取組を札幌市で行えたことが大きな成果である。

【来期への展望】

■現在の支部や地域をとりまく環境や変化(通貨に限らず町全体の動向)

- ・ 近隣には、平成18年には近隣地区にはイオン札幌発寒ショッピングセンターが出店し、その影響もあり平成19年には街区の隣にあった中規模食品スーパーが閉店となり、平成21年には街区内の生鮮市場が廃業している。商店街内においてもこれらの影響等もあり廃業する店舗が目立ちはじめ、商店街振興組合を形成する組合員では実店舗を持つのは1/3の25店舗程度となっている。
- ・ JR発寒中央駅前には、平成23年12月下旬、スーパー(約2000平方メートル)がオープンし、近隣には数棟のマンションが建設され、世帯数の増加、ニーズの多様化が想定される場所である。

■2017年に向けての展望

- ・ 本年と同様に札幌市環境局との協同事業を展開し、利用拡大を図りたい。
- ・ 札幌市宮の沢若者活動センターと共同したボランティア制度などの事業を行い、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。

【本部への要望】

- ・ 商店街への来街者に向けたわかりやすいパンフレットがあると利用促進につながると思う。

和光 支部

※今期(2016年度 第13期で終了)

【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

■2016年度の加盟店数と特徴

- ・ 加盟店数: 70店舗(飲食店12店、小売店(食品)28店、小売店(非食品)14店、サービス業16店)
- ・ 特徴: 飲食店や食品等小売店以外にも、葬儀社や動物病院、建設会社のリフォーム、整骨院が加盟

■2016年度発行馬力数(見込み)

- ・ 10馬力 × 4,671枚
- ・ 50馬力 × 864枚
- ・ 100馬力 × 952枚
- ・ 500馬力 × 2,581枚

計 9,068枚 / 1,475,610馬力(2017年2月16日現在)

■換金率

- ・2015 年度実績 約 90%
- ・2016 年度見込み 約 95%

【2016 年度の活動目標と達成度】

■活動目標

加盟店数は1店舗増加したが、活動内容としては大きな変更はなかった。

■2016 年度の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い、1 店舗増加した。

■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

イベントが毎年同じものとなってしまう、新たな利用者を生み出すことができなかった。

【その他】

加盟金等、掛かる経費が大きな負担となってしまう、残念ながら理事会等の理解を最後まで得られることができなかったのかなと思います。

和光支部としては、社会福祉協議会の協力もあり、ある程度通貨を流通させることができたのではないかと思います、事業としては、換金率も高く継続していくことが難しくなってしまったようです。

仕組みとしてすごく難しいかもしれませんが、たくさん流通し、たくさん利用いただくことがそのまま利益につながる形があれば継続しやすいのかなと思います。