

“使って繋がる” 地域を拓く小田原市のコミュニティ通貨「おだちん」 (神奈川県小田原市)

1.背景

新型コロナウイルスの流行が観光業界へ与えたダメージは大きく、以前は賑わっていた観光地の姿も、閑散とした街並みに一転してしまった。また、外出自粛要請により遠方への旅行が制限される中で、地元や近場でのお出かけを楽しむマイクロツーリズムとよばれる新しい旅の在り方が進み、自分の住む地域エリアに目を向ける機会が増えた。今回は神奈川県小田原市が導入している地域コミュニティ通貨の取組に注目する。地域コミュニティ通貨を活用して、地域の自然や環境を守り、地域の魅力を再発見し、地域内外の人との繋がりを創出している点でベストプラクティスといえる。観光振興において、自分の住む地域に関心を持って地域の個性や魅力を知ることや、地域コミュニティ活性化の重要性について考える機会としたい。

2.小田原市の地域コミュニティ通貨「おだちん」

平成30年に株式会社カヤックが開発した「まちのコイン」というアプリをダウンロードすることで利用可能な地域コミュニティ通貨。神奈川県と連携をしてSDGs推進事業として導入を進め、令和2年2月に小田原市で実証実験を開始し、令和2年夏に本格導入された。地域のお店や企業、団体が「加盟スポット」となり、オリジナルチケットを作成してアプリに掲載する。「人と人」「地域と人」が繋がることに関するイベントへの参加や行動をすることでユーザーはアプリ上でコインを貯めることができ、そのコインを使用して店舗等のスポットでの特典が得られ、「地域活性化」や「SDGsの自分ごと化」に繋がっていく取り組みである。令和2年2月に実証実験を開始した時点では、加盟スポット数は12か所だったが、令和3年11月末には106か所まで増加。また、コインの流通量は当初12週間（令和2年2月～4月）で1,639,900コインだったものの、現在は12週間（2021年9月～11月）で1,831,838コインとなり流通量が増加している。地域通貨をデジタル化したことで、加盟店数やコインの流通量、SDGsへの貢献度等をデータとして集計することが可能となり、アプリ上でも可視化されている。



<参考：小田原のコイン「おだちん」令和3年12月6日時点のデータ>

神奈川県では小田原、鎌倉、厚木など、東京都では大塚、下北沢など、全国10地域で運用されており、小田原の通貨は“おだちん”、鎌倉の通貨は“クルッポ”など、地域ごとに通貨に名称がある。地域住民のみが使用できる従来の地域通貨とは異なり、アプリをダウンロードすれば自分の居住地以外のコインも貯めることができるため、地域外の人でも使うことができるのだ。コインの流通量が多いほど、その地域や人との繋がりが生まれたということがわかる。

3. まちのコイン加盟店

“おだちん”のある106加盟店のうち、まちのコインを活用し、コミュニティ内での連携や街の個性を活かした取り組み事例として、地元小田原で長年喫茶店を営む“ケントスコーヒー”の店主、平井さんと、創業百余年の干物店を営む“早瀬のひもの”の五代目、早瀬さんのお二人に話を伺った。当初、まちのコイン導入の話が持ちかけられた際、平井さんは否定的だったという。その理由は、約20年前にも地域通貨が流行していた時期があり導入したものの、いつの間にか衰退してしまった苦い経験があったからだ。一方で、早瀬さんをはじめ前回の失敗を経験していない若い世代の方々は、導入コストがかからず、物理的な貨幣の管理が不要で、アプリで簡単に始められるため、「面白そうだからまずはやってみよう」とゲーム感覚の軽い気持ちで始めた。若い方々がやるなら協力しようと平井さんも導入を決めたという。



<平井さん>



<早瀬さん>

4. ビーチクリーン活動（加盟店同士の連携）

お二人は協力し、まちのコインを活用してビーチクリーンイベントを開催。参加者はイベントに参加すると“おだちん”がもらえる。“ケントスコーヒー”で集合、ゴミを拾いながら海岸を歩き“早瀬のひもの”へ到着。最後は干物BBQを皆で楽しむコースだ。これまで全6回開催し、親子で参加するファミリーや全国のビーチクリーン活動を巡っている人など、老若男女様々な人が参加した。参加者の約8~9割が小田原に住む地域の人である。

小田原にとって海は大事な資源であり、街の個性でもある。しかし昭和40年代後半頃、高速道路である西湘バイパスが海岸沿いに開通したことにより、それまではすぐ目の前にあった海へ、渡るのに一つ壁ができてしまった。地域住民は以前のように気軽に海へ行けなくなってしまったのだ。そこで、小田原の海へ足を運ぶきっかけをつくることで、地域の魅力を再認識することができ、海もきれいになったら一石二鳥という想いでビーチクリーンイベントを企画したという。



＜感染症対策を講じて実施した令和2年6月の第2回開催時には100名以上が参加する大盛況となった。＞

5.おだちんを導入した影響（新たな顧客と広がる連携）

ビーチクリーンイベントをきっかけにお店のことを知った参加者が訪れ、お店のリピーターが増加。また、他地域のまちのコインのユーザーがアプリでお店の情報を知り、わざわざ訪れてくれることもあるそうだ。干物屋の早瀬さんが、おだちんのチケットを使って今までは廃棄していたイカのげそを提供すると、おだちん加盟店の飲食店がお店のメニューのパスタの材料として使用したいと、おだちんで購入。干物屋の常連さんが「早瀬さんのところのイカを使っているなら食べてみたいな」と飲食店を訪れ、送客に繋がったのだ。早瀬さんは自身のお店の廃棄を削減することができ、地域のお店には波及効果が生まれた。おだちんをきっかけにお店どうしの繋がりも深まったのである。

6.魅力的な地域とは（地域の個性と、他地域への繋がり）

コミュニティ通貨を活用し、人との繋がりを生み出す仕掛けを作った株式会社カヤックは、地域には経済資本・環境資本・社会資本の3つの資本があると考えているという。経済の発展ばかりを追い求めると、環境配慮が希薄となり、現在のような環境破壊が進む状況を作り出している。また核家族化が進み、現在は昔と比べて人との繋がりが希薄になっている。まちのコインの開発背景には、そうした現代の”資本主義”を変えたいという狙いがある。まちのコインによって、楽しみながら地域の自然や文化を守る活動に参加したり、顔見知りができたりすることが期待できる。その結果として地域の個性が豊かになり、それぞれの地域資本主義を確立していきたいという想いだ。ただその街を訪れるだけでなくコインを使って一步踏み込んだ地域体験ができ、その地域に住んでいない人も、地域の個性に触れ、地域の人と繋がることができる。地域内で物やサービスの取引における精算手段として使用される、従来の地域通貨の役割に留まらず、地域内外の人と各地域を繋ぐことで、関係人口の創出に繋げ、ひいては活発な人流をもたらすのが狙いだ。

今回の小田原市もまちのコインを使って、海という小田原の個性を見直すきっかけとなった。また、地域内外の人の繋がりを創出したといえる。小田原市外からビーチクリーン活動へ参加した人は全体の1~2割だったが、これをきっかけに小田原の地域コミュニティや地域の個性に触れた人は、あの人に会いたい、またあのコミュニティに参加したいという目的で、その地域に再び訪れる可能性を秘めている。

<おわりに>

地域コミュニティ通貨を活用することで、地域や人との繋がりが深まり、新たなリピーター層の獲得や地域内外の連携が生まれました。今回の取材を通じて特に感じたのは、地域の方の「小田原が好き」という地域愛です。地域の様々なイベントの企画をするなど、地域のために精力的に活動をされているその原動力は、地域の人々が地域に魅力を感じているからだと思います。ここは改善したほうが良い、このような地域にしたい、と地域を盛り上げたいと想っている人が沢山いるから街は進化を遂げていく。活気的な人々で溢れ、外から見ても魅力的な街となり、その地域の人に会うために国内外から人が訪れる。これは小田原に限らず、どの地域でも、地域の人々の想いや行動次第で人が集まるエリアを生み出すことができる可能性があるのではないのでしょうか。

様々な危機に直面しても乗り越えることができる「持続可能な観光」を実現していくためには、地域の人々の協力が必要不可欠です。そのためには地域の人々はその街や人に興味を持ち、地域コミュニティの繋がりを深め、住んでいる人に愛される街になる。そして地域の持つ個性を大事にしていくことが重要なのではないのでしょうか。なかなか遠方に行けない今だからこそ、自分の住む地域が持つ魅力や地域の人々に今一度目を向ける良い機会にできればと思います。

【取材協力先】①まちのコイン：「株式会社カヤック」広報 梶様

②加盟店：「ケントスコーヒー」平井様 / 「早瀬のひもの」早瀬様

【取材日時】①令和3年9月28日、12月10日/ ②令和3年10月21日

【関連リンク】まちのコイン小田原 <https://coin.machino.co/regions/odawara>

(地域振興部観光インフラ整備課 谷合)