

Discussion Paper No.399

韓国における地域通貨プラットフォーム
—KONAIの役割と持続可能性—

仁川大学校
ポスト産業社会研究所
李 点順

January 2024



INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH
Chuo University
Tokyo, Japan

韓国における地域通貨プラットフォーム

—KONAI の役割と持続可能性—

仁川大学校 李点順¹

目 次

はじめに

I 韓国における地域通貨の動向と特徴

II 韓国の地域通貨プラットフォームの事例

—KONAI がサポートする「Incheon Eum」の革新性—

おわりに

¹ 韓国仁川大学校・ポスト産業社会研究所責任研究員 chanelz@hanmail.net.

はじめに

近年、人口減少や高齢化の進展、地域産業の空洞化と地域外資本によるサービス提供の増加を受けて地域の経済社会システムが崩壊しつつあるという危機感から、地域通貨が改めてクローズアップされている。特に地域資源をどのように発掘・活用していくのか、またそれを地域内で循環させ、地域経済を活性化し、地域社会の中にストックしていけるか、つまり、地域の経済社会システムをいかにして内発的に再構成できるかが当面の課題として浮上している。

こうした状況の中で、地域通貨は地域内で稼いだ所得が地域外に流出せず、地域内での消費や投資の拡大、雇用の拡大に結び付く経済の好循環を生み出す媒介的役割を果たすことに注目している。一般的に、「地域通貨(Local Currency)」は国家や一定地域内での流通を法律で強制している「法定通貨(Legal Tender)」とは異なり、ある特定の地域やコミュニティ内でのみ流通できるように設計されており、地域内で生産された付加価値が地域外に流出するのを防ぎ、地域内循環を促す通貨である。

さて、韓国で地域通貨が登場したのは 2017 年であり、韓国政府は小商工人(小規模の個人事業者など)への支援のために地域通貨の発行を本格的に進めてきた。特に 2018 年に経済的な困難に直面した群山(グンサン)と巨済(コゼ)地域で地域通貨の発行に国費が投入されることから「地域愛商品券」という名称で広がっていった。また、2020 年に「地域愛商品券利用の活性化に関する法律」が施行されることに伴い、地域通貨は地域経済政策の主な手段として位置づけられている。

ここで、韓国の地域通貨の発行の推移をみると、2023 年 11 月時点で、全国 243 カ所の自治体のうち、204 カ所で地域通貨を導入しており、地域通貨の発行額は地域通貨事業が本格化した 2019 年に前年比 10 倍の 3 兆 2,000 億ウォンに達し、その後 2020 年は 13 兆 3,000 億ウォン、2021 年に 22 兆ウォン、2022 年には 27 兆 2,000 億ウォンとなり、着実に伸びてきた(韓国行政安全部、2023)。このうち国費による支援金額は 2020 年の 6,689 億ウォンから、2021 年は 1 兆 2,522 億ウォン、2022 年には 7,853 億ウォンに達し、地域通貨事業の安定的な運営に寄与してきた。こうした韓国における地域通貨ブームは、インセンティブ(キャッシュバック)の財源を中央政府と自治体とが合わせて負担することにより、市民への地域通貨の使用の誘因とそれに伴う地域内での消費の喚起を図る構造となっている。

また、ほとんどの自治体で地域通貨を発行するに従い、地域通貨プラットフォームを提供し、その運営管理を担うプラットフォームも増えている。2023 年時点で、地域通貨プラットフォーム運営の代行者には、韓国造幣公社、KT、KONAI、NICE 情報通信、KIS 情報通信、Bizplaypay、Shinhan Card などが代表的なものである。

中でも特に KONAI は、60 の全国自治体において地域通貨プラットフォームを

運営する国内の代表的なプラットフォームであり、同社は国内初のカード型地域通貨を開発するとともに、地域通貨関連基盤の付加サービスを提供できる技術を持っている。例えば、地域通貨アプリを通じた充電・決済サービスのほか、配達サービス、タクシーの呼出サービス、地域のショッピングモール、寄付サービスなど、多様で柔軟なサービスを提供している。これにより、地域通貨プラットフォームが地域の商圈を活かしながらコミュニケーションを強化し、コミュニティ意識を高める「地域コミュニティ・プラットフォーム」としての役割を果たしているのである。

一方で最近では、政府の地域通貨への財政支援が大幅に減っており、かえって各自治体の財政負担も加重になっている。こうした政府による地域通貨予算が減るにつれて、各自治体では地域通貨関連の予算を縮小する傾向も見え始めている。仁川広域市や大田広域市では、キャッシュバック率を従来の10%から5%に下げ、月の利用限度額も従来の50万ウォンから30万ウォンに減らしたのである。従って、今後の地域通貨政策の運営にあたっては、従来の政府による財政支援に一定程度依存していた構造から脱し、地域経済再生に向けた「代替貨幣」としての趣旨を最大限に生かして持続可能性を確保するための対策づくりが不可欠になる。

本稿では、地域内の経済循環を高めるための内発的な実践を、地域通貨の循環を通じて生み出す可能性に焦点を当てて考察する。具体的には、韓国を代表する地域通貨事業プラットフォームであるKONAIが持った特徴や運営実態を把握し、「地域コミュニティ・プラットフォーム」としての発展可能性とその課題について検討する。

本稿の構成は以下の通りである。**第I節**では、韓国における地域通貨の動向とその特徴を把握する。**第II節**では、韓国で地域通貨プラットフォームを代表するKONAIの運営事例をもとに、その実態と特徴を明らかにする。最後に、**おわりに**では、「自治体・市民・地域企業」がつながる地域通貨の生態系を造成し、地域通貨の汎用性を高めるために必要なプラットフォームの活性化方策を提示する。

I 韓国における地域通貨の動向と特徴

コロナ禍以降、国際的な金融環境の変化や地方財政の危機、地域経済の低迷など厳しい状況が続く中、韓国では地域活性化の代案として地域通貨への関心が高まっている。何よりも地域で稼いだ所得が地域外に流出されることを防ぎ、地域経済の活性化を図るために地域通貨を導入する自治体が急速に増えている。

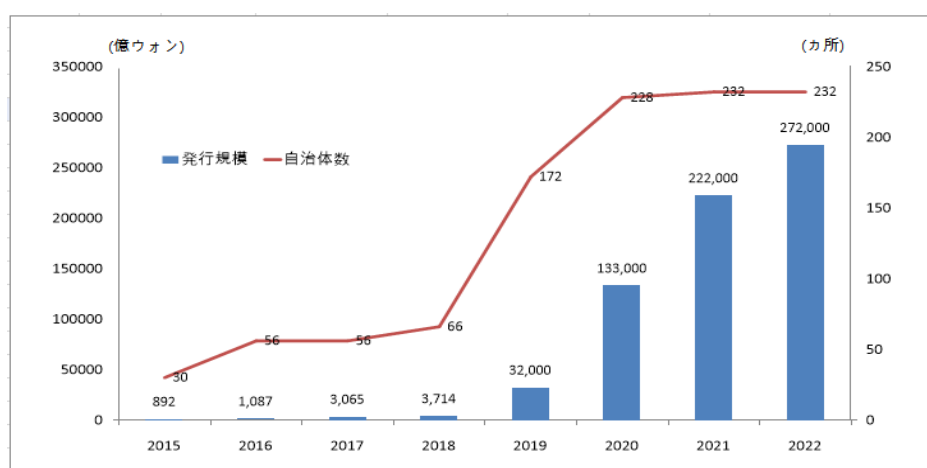
一般的に地域通貨(Local Currency)は、地域住民が自主的に設計・発行・管理し、特定の地域・コミュニティ内でのみ流通する利子につかない貨幣であり、ま

た、地域社会で人々を結合させ、共通する価値や関心事を表現・伝達・共有するための媒体となるものである(西部、2006)。

さて、韓国で地域通貨が導入された経緯をみると、1997~98年経済危機以後、低迷する地域経済を活性化するために地域通貨の導入が進んでおり、初期の地域通貨運動はLETS(Local Exchange Trading System)に代表されるコミュニティ活性化を目的としたものであった²。その後、2019年に入って地域通貨事業が本格化するにつれ、多くの自治体で導入し始めており³、地域経済の活性化、地域内循環経済を促す手段として活用しようとしたものが多かった(リュ、2020; クオン、2020)。

図1は、韓国における地域通貨の発行額と発行自治体数の推移を示す。それによると、2018年の地域通貨の発行額は3,714億ウォンであったが、2019年3兆2千億ウォン、2020年13兆3千億ウォン、2021年22兆2千億ウォン、2022年27兆2千億ウォンへと大幅に増加した。また、地域通貨を導入している自治体数は地域通貨事業が本格化し始めた2019年の172カ所から2022年に232カ所まで増えた。

図1 地域通貨の発行額及び発行自治体数の推移



(資料) 韓国行政安全部(2022)。

² 1996年「Green Review」で地域通貨LETS(Local Exchange Trading System)が最初に紹介された後、1997年以降の経済危機の中での失業問題に対応するために、「未来を見据える人々の集まり」で作った「Future Money」が国内初の地域通貨として知られている(キム・ドンベ他、2001)。それ以後、ソウルの松坡(ソンバ)助けあい(1999年)、京畿道(キョンギド)の果川(クァチョン)助けあい(2000年)、大田(テジョン)のHanbat LETS(2000年)、京畿道(キョンギド)の光明(クァンミョン)GURU(2004年)など多様な地域通貨が導入と消滅が繰り返されてきた。

³ 韓国で初めて自治体の主導によって地域通貨が導入されたのは、2016年に「青年基本手当」を「ソンナム愛商品券」により支給した城南(ソンナム)市であった。「青年基本手当」とは、「基本所得」という概念から始まり、不安定な青年層(19~24才)に対する所得支援策であり、月額30万ウォンの基本所得を支援する制度である。

このように地域通貨の導入が急激に増えた背景には、政府による政策支援が下支えになった。表1は、地域通貨関連の政府による支援内容をまとめたものである。それによると、2019年の地域通貨の発行額2.3兆ウォンに対し、4%のインセンティブが与えられ、その後2020年には3兆ウォン規模に拡大し、4%のインセンティブが政府の本予算に盛り込まれた。また、2021年にはコロナ禍の長期化に備え、地域通貨の発行額を15兆ウォンにまで拡大した⁴。

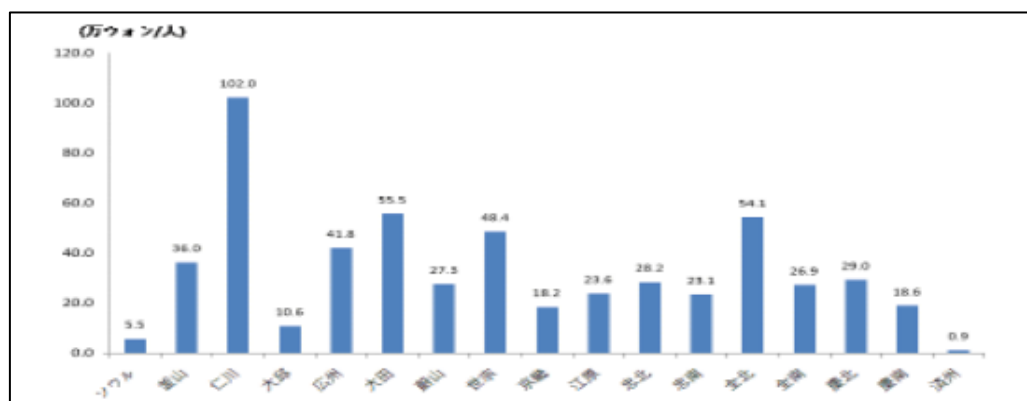
表1 政府による地域通貨への財政支援の内訳

年度	支援内容	支援金	財源
2018	- 雇用危機地域10%割引費用支援(群山71億など)	100億ウォン	追加更正予算 60億, 予備費 40億
2019	- 2.3兆ウォンに対して発行額の4%支援	884億ウォン	予備費 533億, 特別交付金 351億
2020	- (本予算) 3兆ウォンに対して発行額の4%支援	1,113億ウォン	国費 712億, 特別交付金 401億
	- 1次追加経済予算3兆ウォンに対して発行額の8%支援	2,400億ウォン	追加更正予算 2,400億ウォン
	- 3次追加経済予算3.6兆ウォンに対して発行額の8%支援	2,400億ウォン	追加更正予算 3,177億ウォン
	- 本予算の残余分1.9兆ウォンに対して4%追加支援	777億ウォン	
2021	- 15兆ウォン発行額の8%、6%の支援	1兆 522億ウォン	国費 1兆 522億ウォン

(資料) 韓国行政安全部の報道資料(2021年1月14日)。

また、2020年における地域別の対人口比地域通貨の発行額をみると、京畿道と仁川広域市が2兆5,000億ウォン程度で、他の自治体に比べて発行実績が圧倒的に高い。その中でも特に仁川広域市の1人当たり地域通貨発行額は102万ウォンであり、他の地域と比べてかなり高い水準である(図2参照)。

図2 地域別の対人口比地域通貨発行額(2020年)



(注) 人口データは2020年12月時点のものであり、地域通貨の発行額は2020年1月から12月までの累積額である。

(資料) 京畿地域通貨ホームページ(<https://gmoney.or.kr>)。

⁴ 2020年7月に「地域愛商品券活性化に関する法律」が制定され、各自治体の地域通貨発行に対する政府の支援の根拠となる規定が設けられた。

一方、その間に地域通貨の政策運営においては、国や自治体の財政支援による下支えの影響が大きかったが、今後政府の地域通貨への支援予算が削減されれば、自治体としては地域通貨の発行額を縮小するか、または政府の財政支援の縮小分だけ道と市・郡費の支援を負担せざるを得なくなる。したがって、現時点では、地域通貨が1回限りではなく、持続可能で地域内の消費手段として定着できるよう対策を取る必要がある。

さらに最近では、地域通貨と関連する付加サービスの影響力が徐々に高まり、「配達 Eum」として地域通貨の役割が一層大きくなっている。例えば、仁川広域市は仁川地域の住民や小商工人のために「Incheon Eum プラットフォーム」に多様な付加サービスを発掘し、単なる決済手段に留まらず、今や「地域経済の活性化」と「地域コミュニティの再生」のための「地域コミュニティ・プラットフォーム」として定着しつつある。

II 韓国の地域通貨プラットフォームの事例

—KONAI がサポートする「Incheon Eum」の革新性—

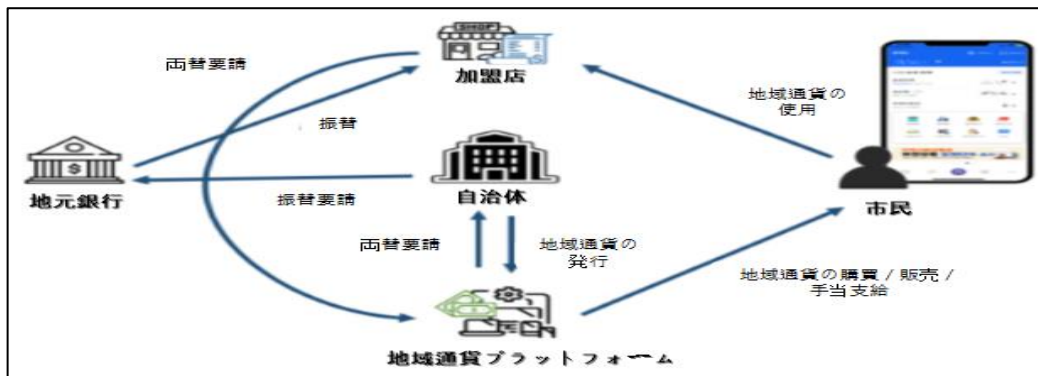
1. 地域通貨の流通構造

地域通貨の主な導入目的は、地域通貨の使用を通じて地域の資金が域外に流出せず、地域内で循環しながら地域循環型経済を安定的に構築することである。ここでいう「地域循環型経済」とは、ある一定の空間的な範囲内で、経済が累積的な循環構造を持ち、成長の果実が地域内部に入り込む経済構造といえる。

図3は、地域通貨の流通経路を示したものである。図3に示されたように、まず、中央政府と自治体は地域通貨事業運営の総括やその運営規則の制定など実務的な活動を行っている。特に消費者を誘引するために様々なインセンティブ(キャッシュバック、割引、税金免除など)を与え、地域通貨の普及拡大に乗り出している。次に、自治体から予算が確保された地域通貨プラットフォームまたは金融機関は、地域住民が地域通貨を購入できるようにカード会社と提携し、独自に開発したプラットフォームを通じて地域通貨を発行、販売する役割を担っている。

また、地域通貨を購入した地域住民は、地域の商店で財やサービスを購入することができる。消費者に財やサービスを販売し、地域通貨を受け取った小商工人や自営業者は、地域通貨を法定通貨に交換したり、地域通貨が地域内で循環できるように経済活動を行う。その際、地域住民は地域住民との間(C2C)で財やサービスを交換して地域通貨を使用でき、住民と小商工人や自営業者の間(B2C)、企業間(B2B)で取引をしながら地域内で多層的な関係性を作り出せるのである。

図3 地域通貨の流通構造



(資料) パク・ソヨン(2022)。

2. 地域通貨プラットフォームの現状

表2は、自治体別の地域通貨プラットフォームの利用状況を示したものである。韓国で代表的な地域貨幣プラットフォームといえば、KONAI、KT、韓国造幣公社、ゼロペイ、NICE 情報通信などが挙げられる。その中でも、KONAI は2022年6月時点で韓国の60自治体において地域通貨プラットフォームを管理・運営しており、平均決済額は月平均1兆ウォンに達するなど、韓国の地域通貨市場で全体の6割を占めている(表2参照)。

表2 地域通貨プラットフォームの一覧

区分	KONAI (カード)	KT (モバイル、カード)	韓国造幣公社 (紙型、モバイル)	ゼロペイ (モバイル)	NICE Group (カード)	その他
ソウル	江東区					ソウル(新韓コンソーシアム) *新韓カード、新韓銀行、 Kakao Pay、T-money
仁川	仁川市、西区、 南東区、延壽區、 彌鄒忽区、富平区、 柱陽区					
京畿	28個市・郡	金浦	始興市			城南(新韓カード)
釜山	釜山市、東区					大邱、浦項(大邱銀行)
大邱						光州(光州銀行)
光州						
蔚山		蔚山				
大田	大徳区					大田(ハナ銀行)
世宗		世宗				
江原	江陵、永月、麟蹄、 太白			江原道、春川		
忠北	清州、陰城		堤川、槐山、丹陽、 報恩	鎮川		
忠南	天安	矩市	牙山、唐津、瑞山、 舒川、鷄龍、錦山、 保寧、永同、禮山、 沃川、會坪、鯉川、 青陽、忠州、洪城			
全北		益山	群山、井邑		高敞、茂朱	全州(全北銀行)
全南	栄光	河東、南海	羅州、海南	河東、潭陽、密陽、 康津、谷城		
慶北	慶州、義城、 慶山、金川	漆谷	榮州、青松、盈徳	高靈	尙州(KIS情報通信)	
慶南	星産		昌寧、統營	慶南道、巨濟、 高城、金海、南海、 昌原、咸陽、山清、 陝川		
済州	済州				済州島(NICE情報通信)	

(資料) 韓国行政安全部(2023)。

また最近では、大型カード会社が地域通貨プラットフォーム事業にも手を伸ばしている。地域通貨の販売代行により地域通貨の決済だけでなく、自社の商品やプラットフォームを利用してもらえるようにする、つまり「ロックイン効果(Lock-in Effect)」を上げるためである。例えば、韓国の手カード会社である Shinhan Card は、地域通貨プラットフォームである「ソユルペイプラス」アプリを最近オープンした。このように地域通貨の発行額・発行自治体数ともに急拡大する中で、地域通貨プラットフォームをめぐる競争はさらに激化している。

3. KONAI の地域通貨ベースのプラットフォームビジネス化

1998 年に創立された KONAI は、スマートカード(IC chip 内臓)の製造を専門とする企業である。主に SE(Secure Element)基盤の金融 IC カード、通信専用カード、電子パスポートなどを製造し、主要顧客企業へ供給してきた代表的なプラットフォームである。

2017 年までは金融業界の企業を対象に B2B(企業間取引)事業を展開してきた。その後、2018 年には仁川地域を始め、B2G(企業対政府間取引)部門である地域通貨事業に本格的に乗り出し、KONAI カードのプラットフォームを活用して地域通貨基盤の決済システムを構築し、その運営費用や決済手数料を受け取っている。

こうしたカード型地域通貨の発行を通じて、従来の紙幣型地域通貨を置き換えながら高い成果を出し続けている⁵。現在は全国で 60 自治体の地域通貨プラットフォームを運営しており、公共配達アプリ、タクシー呼出アプリ、寄付アプリなど地域通貨基盤の付加サービスを提供することで、「地域コミュニティ・プラットフォーム」としての役割を果たしている。

1) 「市—区—町—村」単位で連携した重層構造

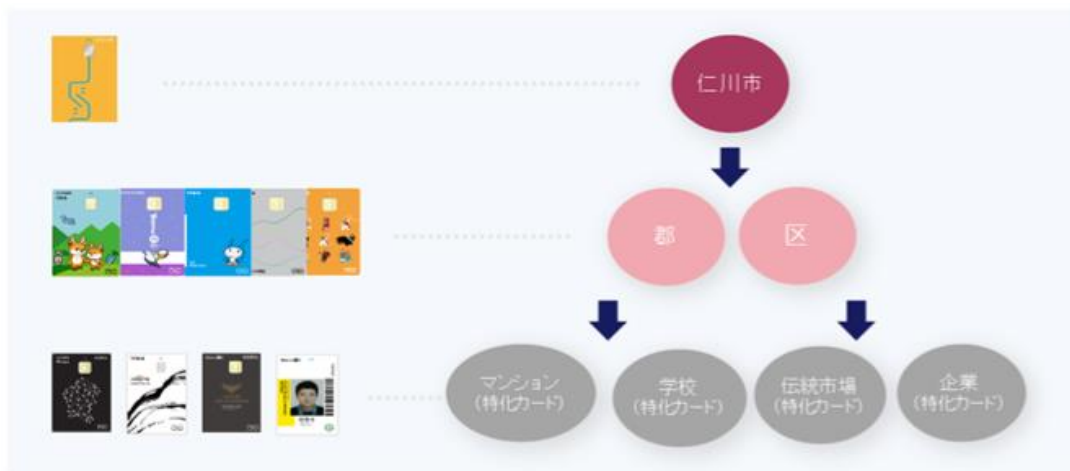
重層構造とは、地域通貨プラットフォームを基本とし、市・郡・区及び企業、団体などに対して必要なサービスを個別に加わった構造をいい、地域通貨事業の核心的部分をなす。

現在、KONAI がサービスを提供している仁川広域市で使える地域通貨「Incheon Eum」の場合は重層構造に設計されている。つまり、仁川のほぼすべての地域で使える利便性の確保と基本キャッシュバックを受けると同時に、追加のキャッシュバックを通じて特定の自治区で消費することにより、該当地域

⁵ 仁川広域市が発表した資料(2022)によると、2018 年から 2021 年まで「Incheon Eum」の決済額は 8 兆 6,542 億ウォンに達しており、このうち「Incheon Eum」のプラットフォームである KONAI の決済手数料収益は 4 年間で約 820 億ウォンに達していた。

の活性化に役立つものと期待されている。例えば、仁川広域市西区の地域通貨である「Seoro Eum」の場合、「Incheon Eum」の基本キャッシュバック(6%)に西区が独自に組立てられた予算4%を加えた全体で10%のキャッシュバックを提供している。「Seoro Eum」を使えば、10%のキャッシュバックを、仁川地域の他自治区で使っても6%の基本キャッシュバックを受けることができる。これは江原道と江原道内の自治区との間で互換性のない紙幣型の地域通貨を各自発行しているケースとは大いに異なる。ここで、「Incheon Eum」の重層的構造を示すと図4の通りである。

図4 「Incheon Eum」の重層的構造



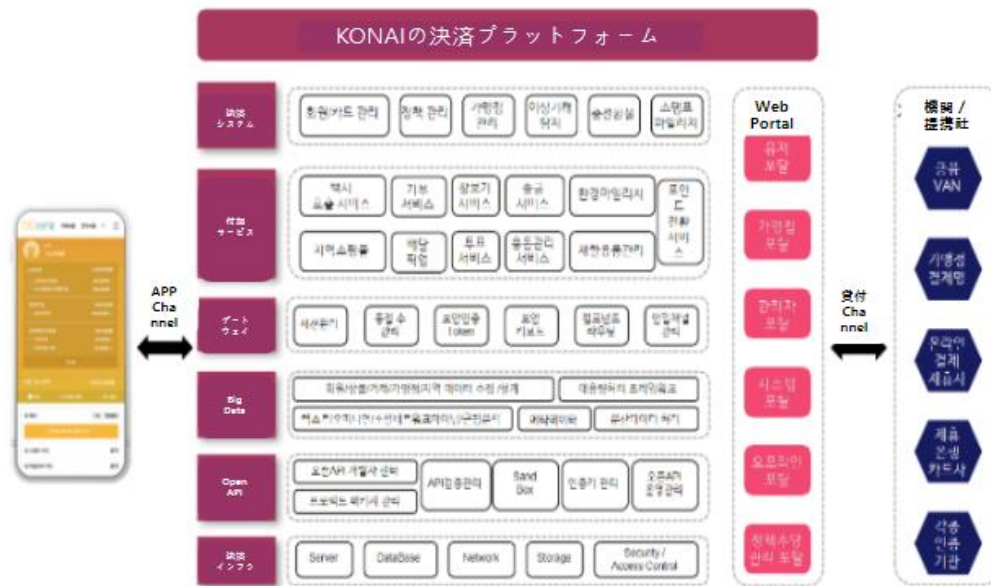
(資料) KONAI の内部資料。

このように「市—区—町—村」単位で連携された地域通貨の重層的構図は各階位ごとに独自で地域通貨事業の展開が可能となり、自治体が行う多様な政策手当を構造化されたプラットフォームに載せて運用することができる。これにより、本格的な地方分権時代において、各地域の特色ある政策の発掘及び地域の活性化に寄与する。

図5は、KONAIの決済プラットフォームの構造を示したものである。図5に示すように、KONAIの決済プラットフォームは適用が柔軟で、拡張性の高いMSA(Micro Service Architecture)⁶を基に設計されており、地域通貨に多様な拡張機能を備えたモデルといえる。さらに、ビッグデータの処理及びオープンAPI(Open Application Programming Interface)を通じたデータの相互利活用はもちろん、事業の継続性を確保するのに有利な構造となっている。

⁶ マイクロサービスアーキテクチャ(Micro Service Architecture)とは、1つのアプリケーションをビジネス視点で分割した複数のサービスに分割し、疎結合に連携したアーキテクチャのことである。

図 5 KONAI の決済プラットフォーム構造



(資料) KONAI の内部資料。

さて、ここで KONAI の決済プラットフォームの特徴をまとめると、次の通りである。第 1 に、安定性に優れたサービスが挙げられる。国際標準の基盤技術を持ち、カードの発行から管理運営に至るまで情報を一元化し、各段階でのモニタリングを通じて安全に管理することができる。また、地域通貨の不正使用禁止に向けた異常取引の検知や資金洗濯(マネーロンダリング)防止システムを構築することで健全な取引が可能となる。第 2 に、地域通貨基盤の付加サービス構築の経験とノウハウが挙げられる。具体的にはタクシー呼出、配達、ショッピングモール、寄付、アンケート調査など多様な連携サービスを提供しつつ、政策を市民に伝達する政策プラットフォームとしての役割を担っている。第 3 に、サービス利便性の高さが挙げられる。例えば、カードの発行や充電、決済、使用履歴、使用先など利用者の便宜を考慮した画面構成にすることで利用の利便性を高めると同時に、売上高区間ごとにキャッシュバックを差等支給したり、非対面の決済方式(簡易決済、QR 決済)に対応できるようにし、利用者の利便性を高めている。

2) 「地域コミュニティ・プラットフォーム」としての進化

一般に、充電または決済機能のみを行う他社の決済システムとは異なり、KONAI の決済プラットフォームは、柔軟性や拡張性に優れており、多様な付加サービスが提供できる。また、自治体ごとに地域通貨プラットフォームが運営されており、それぞれの地域の特性や政策に合わせて、地域通貨関連サービスの発掘やキャッシュバックサービスを提供できることが最大の相違点である。

その具体例としては、仁川広域市西区の公共配達サービスである「配達 Seogu」、釜山市の地域通貨である「Dong100」を基盤としたタクシー呼出サービ

ス「Dong100 Taxi」などが挙げられる。

ここでは、韓国で地域通貨の代表走者となっている「Incheon Eum」の事例を中心に検討していく。仁川広域市と KONAI は「Incheon Eum」が単に充電・決済してキャッシュバックを受けるだけにとどまらず、地域の住民や小商工人に恩恵を与えるように様々な付加サービスを「地域通貨プラットフォーム」に連携させている。

現在、公共配達アプリ(配達 Eum)、伝統市場での買い物アプリ(Eum 買い物)、タクシー呼出アプリ(Eum Taxi)、地域ショッピングモール(Incheon E-MALL)、寄付アプリ(Nanum Eum)など地域コミュニティサービスを提供しており、「Incheon Eum」のプラットフォーム機能をさらに強化している(表 3 参照)。中でも、KONAI が行える地域コミュニティサービスは地域通貨プラットフォーム上に搭載され、利便性が高いだけでなく、仲介手数料や広告手数料がゼロまたは低く、小商工人の手数料負担を減らして地域住民や小商工人から好評を得ている。

表 3 「Incheon Eum」プラットフォームの付加サービス一覧

区分	市民へのインセンティブ	加盟店へのインセンティブ
特典プラス加盟店	- 追加のキャッシュバック提供	- 加盟店の広報とマーケティング支援
仁川E-MALL	- 最低価格の市民福祉モール (参加企業 1,712社、商品数 7万余点)	- 20~30%内外のコスト削減 - 手数料無料(PG手数料3%負担)
公共配達アプリ (配達Eum)	- 食品とサービスの質の向上	- コスト削減 (広告手数料無料、仲介手数料 2%水準)
寄付アプリ (Nanum Eum)	- 域共同体の強化(キャッシュバック寄付) - 寄付文化へのアクセシビリティの強化	
タクシー呼出アプリ (Eum Taxi)	- 安価で安全なタクシーサービスを提供	- 地域タクシー業界の売上増大
Eum買い物	- スマートな伝統市場に変身 - 非対面買い物サービスの提供	
特化型カード	- 学生証、社員証、福祉カード、アパート出入カードなど特化メンバーシップカード提供 - 地域内の好循環経済の構築	

(資料) Incheon Eum ホームページ (<https://incheoneum.or.kr>)。

(1) 公共配達アプリ「配達 Eum」

「配達 Eum」は「Incheon Eum」プラットフォームの上に搭載された公共配達アプリであり、独占的な配達アプリの横暴を地域の小商工人に対する公益的な問題として認識したことから始まった。2020年1月、仁川広域市西区の地域貨幣である「Seoro Eum」基盤の公共配達アプリ、「配達 Seogu」が本格的に導入された。2020年第3四半期は、仁川地域の配達アプリ市場で「Baemin(配達)」に次ぐ第2位のシェアを占

めていた。その後、2021年7月には仁川の10郡・区にまで「配達 Eum」サービスを拡張した。そして何よりも広告費に手数料を別途上乘せするのではなく、仲介手数料も低く(2%)、加盟店の手数料負担を減らすことで加盟店主の満足度はかなり高かった。2022年5月末までの「配達 Eum」の累積注文数は172万1,211件であり、累積決済額は404億5,600万ウォンに達した。また、「配達 Eum」を通じて注文可能店舗数は9,184カ所と徐々に拡大している(表4参照)。

表4 「配達 Eum」の運営実績

(単位: 件、百万ウォン、カ所/2022.5.31.基準)

区分	合計	中区	東区	彌鄒忽区	延壽区	南洞区	富平区	桂陽区	西区	江華島
注文件数	1,721,211	23,398	7,658	77,546	365,661	105,660	137,219	64,661	938,480	928
決済額	40,456	494	169	1,633	8,426	2,329	3,073	1,400	22,915	17
加盟店	9,184	344	141	1,242	1,211	1,308	1,491	724	2,689	39

(資料) Incheon Eum ホームページ(<https://incheoneum.or.kr>)。

表5 「配達 Eum」と他の配信アプリのコスト比較

区分	Baedal Seo-gu	Baemin	Yogiyo	Baedal Tong	Coupang Eats
広告費用	-	88000ウォン	79,000ウォン	50,000ウォン	
仲介手数料	-	10.9%	12.5%	2.8%	1,000ウォン
支払手数料	3%	3.3%	4.0%	3.9%	3.3%

(資料) KONAI の内部資料。

(2) タクシー呼出アプリ「Eum Taxi」

仁川広域市は、仁川地域のタクシー業界において「Kakao Taxi」など民間企業のタクシープラットフォーム加入による手数料の負担を減らして市民がより便利にタクシーを利用できるように公共型のタクシープラットフォーム、「Eum Taxi」アプリを2021年11月から開始した。「Eum Taxi」アプリを通じてすぐにタクシーの呼出しができ、かつ代金の決済時に地域通貨を使えることでキャッシュバックの特典も受けられる。

2022年5月末時点で、仁川広域市全体のタクシー14,364台のうち、約6,016台が「Eum Taxi」に合流しており、1日平均呼出件数は6,200件、累積呼出件数は50万件近くに達した(表6参照)。また、決済手数料のほかに利用手数料もなく、バウチャーや観光タクシーなど多様な付加サービスの提供が可能となり、地域のタクシー業界全体の売上高の伸びにも役立てられる。さらに、メンバーシップサービスによる差別もなく、大型プラットフォームの独占を牽制できる。

表 6 「Eum Taxi」の運営実績

(単位：台、件/2022.5.31.基準)

区分	全体タクシー(仁川所在)	Eumタクシー	呼出回数	配車成功
Eum Taxi	14,364 (個人 8,979台、法人 2,945台)	6,016 (個人 3,062、法人 2,951台)	494,678	221,587

(資料) Incheon Eum ホームページ (<https://incheoneum.or.kr>)。

表 7 タクシー呼出アプリごとの料金比較

区分	Kakao 加盟タクシー	Kakao 仲介タクシー	公共呼出 プラットフォームタクシー
加盟費	総売上高の3.3%	-	-
仲介手数料	-	-	-
支払手数料	平均1.8%	平均1.8%	平均1.3%
備考	Kakao T Blue	仲介サービスの メンバーシップ利用時に 月額33,000ウォン賦課	

(資料) KONAI の内部資料。

(3) 伝統市場の買い物アプリ「Eum 買い物」

「Eum 買い物」は、従来の伝統市場に「Incheon Eum」プラットフォームを結合させることにより、スマートな伝統市場への変身を図ろうとするものである。伝統市場の中の遊休空間を再生し、「Eum 買い物」アプリに登録した店舗への配達サービスを提供しており、また、「Eum 買い物」アプリを通じて追加のキャッシュバックを与えながら伝統市場のスマート化を推進することで、非対面での買い物サービスも展開している。

仁川広域市内の伝統市場 14 カ所のあらゆる商品が注文可能な「Eum 買い物」の取引金額は 2022 年 5 月末までに 1 億 7,600 万ウォンに達し、低迷が続く伝統市場の活性化に大きく寄与している(表 8 参照)。

表 8 「Eum 買い物」の運営実績

(単位：百万ウォン/2022.5.31.基準)

区分	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月
販売金額	2	22	41	33	16	30	29	176
承認件数	160	1,088	1,878	1,265	725	1,292	1,326	6,829

(資料) Incheon Eum ホームページ (<https://incheoneum.or.kr>)。

(4) 加盟店向けサポート「特典プラス加盟店」

「特典プラス加盟店」は、「Incheon Eum」の持続的な運営のために加盟店主が自発的に参加し、3～7%をキャッシュバックを提供するものである。加盟店主の売上に役立つ様々な特典が用意されており、使用者は追加的な割引特典を受けることができる。

こうした「特典プラス加盟店」を通じて、使用者は「特典プラス加盟店」で10万ウォン決済時に現場割引(3%)、基本キャッシュバック(2022年7月時点の5%)、郡・区ごとの追加キャッシュバック(2%~7%)など様々な恩恵が受けられる。また、「特典プラス加

加盟店」には「Incheon Eum」基盤の事業者カードの発行や、郡・区ごとに若干異なるが「Incheon Eum」カード決済の手数料(0.5%)の全額が免除される。

2022年5月末時点で、「特典プラス加盟店」アプリに登録した店舗数は7,920カ所に達しており、加盟店主の売上高の伸に役立つ様々な特典(決済手数料の免除、加盟店の無料広報ツール提供など)を与えながら、地域通貨事業の「協治の主体」として認識し、積極的な参加を促している。

表9 「特典プラス加盟店」の加入実績

(単位：カ所、2022.5.31.基準)

区分	合計	中区	東区	彌鄒忽区	延壽区	南洞区	富平区	桂陽区	西区	江華島	壘津
特典プラス加盟店	7,920	453	5	306	1,287	533	1,837	596	2,690	14	78

(資料) Incheon Eum ホームページ(<https://incheoneum.or.kr>)。

(5) 地域ショッピングモール「Incheon MALL」

コロナ禍の中、非対面消費が広がり、オンラインショッピングが日常化している。こうした中で、「Incheon MALL」は「Incheon Eum」プラットフォーム内のオンラインモールであり、仁川広域市内の通信販売業者であればそれに加わることができる。また、カード決済の手数料のほか、仲介手数料、入店費用、広報費などが無料で提供される。

2022年5月末時点で、「Incheon MALL」の取扱商品数は9万点を超えており、2019年2月のサービス開始以降、「Incheon MALL」を通じた販売額(累積)は234億5,200万ウォンに達した(表10参照)。このように「Incheon MALL」は小商工人や自営業者の営業コストの削減や非対面・遠隔での販路開拓に寄与している。

表 10 「Incheon MALL」の運営実績

(単位：カ所、個、百万ウォン/2022.5.31.基準)

区分	参加店舗	商品数	販売額				合計
			2019年	2020年	2021年	2022年	
合計	1,763	92,606	2,902	8,200	8,565	3,785	23,452
E-MALL	1,174	82,932	2,746	7,151	6,313	2,674	18,884
直接購入	589	9,674	156	1,049	2,252	1,111	4,568

(資料) Incheon Eum ホームページ (<https://incheoneum.or.kr>)。

(6) 寄付アプリ「Nanum Eum」

「Nanum Eum」は、地域内の消費を通じて生じるキャッシュバックまたは地域通貨を助けを必要とする人々と分かち合うために設計されたアプリであり、これにより、地域愛の実践や地域共同体の強化に寄与している。そして何よりも地域内の多様な主体がプロジェクトを開発し、地域通貨の利用者が保有する寄付ポイントを分けて差し出せるように設計されている。

2022年5月末までに「Nanum Eum」を通じて集められた寄付金は6,095万6,824ウォンに達し、およそ4,984人が参加して地域への分かち合い活動の実践を続けている(表11参照)。こうした「Nanum Eum」の活動が活性化すればするほど、「Nanum Eum」プラットフォームを利用する市民とその助けを受けた市民の間で、地域共同体への愛着、帰属意識は高まっていくだろう。

表 11 「Nanum Eum」の運営実績

(単位：ウォン、人/2022.5.31.基準)

準)

区分	合計	定期寄付	一時寄付	
		119ウォンの奇跡	119ウォンの奇跡	児童虐待防止に取り組む団体等
募金額	60,956,824	10,084,860	16,055,033	34,816,931
参加者	4,984	185	1,866	2,797

(資料) Incheon Eum ホームページ (<https://incheoneum.or.kr>)。

(7) 「特化型カード」発行

「Incheon Eum」プラットフォームの重層的構造が持つ最大のメリットは、「Incheon Eum」のキャッシュバック機能を備えた「特化型カード」の発行が可能である点である。こうした「特化型カード」の発行を通じて「特化型カード」を利用する人々が地域での生活の便益を高めるだけでなく、様々な特典を提供することで地域の商権活性化とプラットフォーム自体の価値向上を図ろうとしたのであった。例えば、仁川広域市延壽区では「Yeonsu Eum」に地元の大学と団体、アパートなどの管理機能を備えた「Yeonsu Eum」の「特化型カード」事業を展開している。学生証や出入証など団体の管理カードと「Yeonsu Eum」の決済機能を結合した

‘One Card One Pass’の発行体制を整えて、地域住民の利便性の向上はもちろんのこと、地域経済の活性化にも寄与している。

表 12 「特化型カード」の運営実績

区分	事業件数	総発行数量	内容
学生証	17	4,522	延壽/富平/桂陽區所在高校
福祉カード	1	1,020	区役所職員の福祉支援
社員証	3	1,110	仁川都市公社、仁川交通公社、仁川メトロサービス等
メンバーシップ	1	2,230	市場特化カード
ポリシーカード	3	14,600	女性、青少年衛生用品専用カード等

(資料) KONAI の内部資料。

おわりに：地域通貨プラットフォームの活性化案

ここでは、「自治体—市民—小商工人」につながる地域通貨を基盤とする生態系を造成しながら、地域通貨の汎用性を高めるためのプラットフォームの活性化案を提示する。

第 1 に、地域通貨プラットフォームを「地域コミュニティ・プラットフォーム」にまで拡張して、市民の利便性向上や地域通貨の政策効果を最大限引き出す必要がある。特に最近では、地域通貨関連の付加サービス要因の影響力が徐々に上がっており、「コミュニティ・プラットフォーム」としての役割はますます重要性を増している。こうしたことから、各自治体が行う様々な政策が地域通貨プラットフォームを通じて、市民や小商工人に十分に伝えられ、効果的な運営ができるようにすることが重要である。例えば、韓国の地域通貨の代表走者である「Incheon Eum」の場合、「Incheon Eum」プラットフォームの機能を活用して進めた付加サービスが大きな成果を出しており、また、こうした付加サービスによる恩恵が「Incheon Eum」を利用する市民を増やす誘引となっている。これまでオフライン決済に偏っていた地域通貨事業の領域から抜け出し、「Incheon Eum」は配達、寄付、交通、ショッピングなど事業領域を広げながら、地域経済の好循環を実現する媒介的な役割を果たしている。

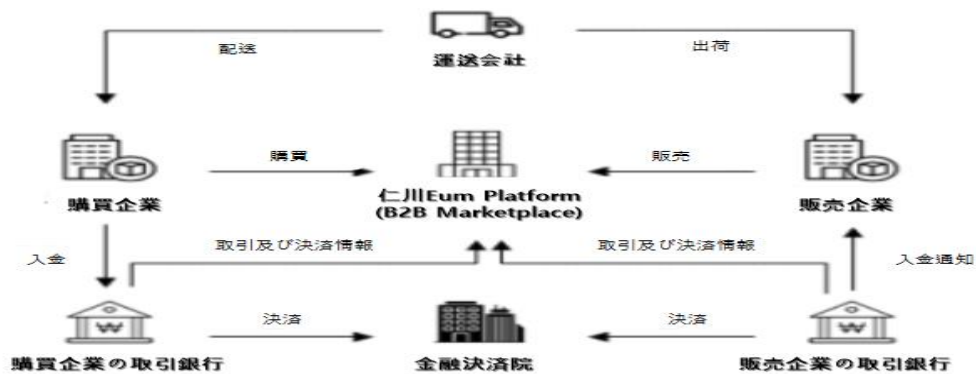
第 2 に、地域通貨プラットフォームの重層的構造の下で地域通貨の発行及び運営方式の導入が必要である。すでに言及したように、「Incheon Eum」プラットフォームの最大の特徴は他の自治体と異なり、市と郡・区で重層的な構造を持ち、地域通貨の活用を最大化できる点である。ここでいう重層的構造とは、「Incheon Eum」の例のように、市単位での地域通貨を基に郡・区ごとに地域貨幣を発行したり、特定地域や業種のみで使えるサービスの提供を通じてインセンティブを追加的に付与するなど地域内の消費を地域経済の活性化に結びつけていくのである。こうした地域通貨の重層的な構造方式は、「市—郡・区—町—

村」単位まで連携（一括）された政策はもちろんのこと、各階位レベルで独自性のある地域通貨政策を展開することができる。例えば、自治体レベルで行う政策手当（児童手当や給付金など）を構造化されたプラットフォームの上に乗せて執行することができ、地方分権時代に見合った地域密着型のサービス展開が可能となる。

第3に、地域通貨基盤の「データ配当制」を導入する必要がある。ここでデータ配当(Data Dividend)は、市民が使った地域通貨のデータをプラットフォームを通じて非識別情報に加工した後、データを必要とする研究所や学校、企業などに売って得た収益金の一部を地域通貨を使った市民全体に還元する方式である。その一例として、京畿道は2019年末に世界で始めて「地域通貨のデータ配当システム」を構築し、2020年から本格的な運用を開始した。2020年2月に1回の配当金として、2019年4月から12月までのデータ販売による収益金5,000万ウォンを、地域住民の約36万人に120ウォンずつ支給し、「データ主権の保護と地域経済の活性化」というデータを循環させる体制を整えたのである。

第4に、B2B(企業間)取引において地域通貨の活用の拡大を図る必要がある。図6に示されたように、B2B取引で生じる購買企業と販売企業の間で様々な財貨・サービスの取引による代金決済を、地域通貨プラットフォームに乗せて提供するサービスを発掘すべきである。このように地域通貨がC2B(企業対消費者間)取引を超えて、B2B取引で全面に活用されれば、地域通貨が再流通され、域内の産業連関の強化につながる。その結果、地域通貨が1回限りの消費ではなく、何度も繰り返し使うことができる。また、このことは今後政府の地域通貨への支援予算が減っても、持続可能な地域通貨事業を展開できる方案の一つである。

図6 B2B取引における地域通貨の活用



(資料) 仁川広域市(2020、p.150)。

第5に、他領域との結合により、地域通貨の流通拡大や地域課題の解決活動との連携を強化する必要がある。例えば、「福祉」との結合によるボランティア

活動との連携サービス、「教育」との結合を通じた才能寄付、教育支援サービスなどはその実現に向けての一つの代案になり得るだろう。

【参考文献】

韓国語

- イ・ジュヒョン(2020)「村共同体のためのオンラインプラットフォームの活用
研」、『韓国コンテンツ学会論文誌』、第20巻第4号、pp.181-188。
- イ・ジュンファ、イ・ジュンホ(2020)「地域経済の活性化に向けた地域通貨の活用
方案：「済州愛商品券」事例を中心に」、『e-ビジネス研究』、第21巻
第4号、pp. 19-37。仁川広域市(2020)『Incheon Eumプラットフォームの
効果的な運営のための運営主体変更の妥当性及び事業開発検討研究
用役』。
(2022)『Incheon Eum 代行事業の会計精算検討用役』。キム・ヨン Chol
(2021)「地域通貨導入の地域経済への影響に関する研：学術的評価と
点検」、*Journal of Korean Economic Studies*、第39巻第3号、pp.
67-94。
- 韓国行政安全部(2023)『2023年の地域愛商品券の国費の支援方向発表—地域ごと
に差等した国費支援(人口減少地域5%、一般自治体2%)』、報道資料
(2023.01.15日)。
_____ (2021)『2021年の地域愛商品券発行支援事業の総合指針』、報道資料
(2021.01.14日)。
_____ (2022)『自治体別の地域愛商品券の導入現況』。
- 韓国造幣公社(2022)『造幣公社、地域愛商品券プラットフォームの高度化を図
る』、報道資料、2022.06.13。
- キム・トンベ、キムヒョンヨン(2001)「地域通貨運動が地域社会の連帯意識の強化
に及ぼす影響に関する研究」、*Korean Journal of Social
Welfare*、第45巻、pp.40-94。
- 京畿道(2020)『京畿道、20日から世界初の「データ配当」施行』、報道資料
(2020.02.20日)。
- クオン・ヒョク Chol(2020)「地域通貨の企画と運営間での相互適合に関する研
究：地域愛商品券の運営事例を中心に」、『社会科学研究』、第27号第3
号、pp.182-203。
- シン・ガウォン、ファン・フィウク(2023)「自治体での地域愛商品券発行額の決定
要因に関する研究」『地方政府研究』、第27巻第1号、pp.39-57。ナム・
ヨンシク(2019)『世宗市における地域通貨の導入方案研究』、大田世宗研
究院。
- ハナ金融経営研究所(2020)「地域通貨の運営構造及び現況分析」、『ハナCEO経営
イシュー』、第8号。
- パク・ソヨン(2022)『Dong100また不通！地域通貨はこのままで大丈夫か？』、ト
ウイコンサルティング。
- ファン・ヨンスン、オ・ドンハ(2018)「地域通貨とブロックチェーン技術の繋ぎ合
わせ：地域経済活性化の新たな手段としての可能性模索」、『BDI政策フ
ォーカス』、第334号、pp.1-12。
- ムン・ソクジェ、ユ・キョンミ、リュ・ギファン(2021)「地域通貨の活性化のため
のプラットフォームモデルに関する研究」、*The Society of Convergence
Knowledge*、Vol.9、No.1、pp.39-49。
- リュ・ヨンア(2020)『地域愛商品券の意義と主な争点』、国会立法調査処。

KONAI ホームページ(<https://KONAI.com>)。

京畿地域通貨ホームページ (<https://gmoney.or.kr>)。
Incheon Eum ホームページ (<https://incheoneum.or.kr>)。
NOWON(NW) ホームページ (<http://www.nowonpay.kr>)。
韓国造幣公社ホームページ (<https://www.komsco.com>)。

日本語

西部忠(2006)『地域通貨のすすめ』、北海道商工会連合会。
若井絹夫・富山栄子(2021)「電子地域通貨の地域社会における役割—「さるぼぼコイン」と「気仙沼クルーカード」の事例研究」、『事業創造大学院大学紀要』、第12巻 第1号、pp.99-114。

中央大学経済研究所
(INSTITUTE OF ECONOMIC RESEARCH, CHUO UNIVERSITY)
代表者 林 光洋 (Director: Mitsuhiro Hayashi)
〒192-0393 東京都八王子市東中野 742-1
(742-1 Higashi-nakano, Hachioji, Tokyo 192-0393 JAPAN)
TEL: 042-674-3271 +81 42 674 3271
FAX: 042-674-3278 +81 42 674 3278
E-mail: keizaiken-grp@g.chuo-u.ac.jp
URL: <https://www.chuo-u.ac.jp/research/institutes/economic/>
