

# 人間の経済

Ningen no Keizai.

第 68 号

## 「Y-GAG通貨論議」

ウラシマユージ、川野英二、森野栄一

自己完結度の高い地域経済をもつ自立した諸地域からなる日本を！

# Y-GAG通貨論議

ウラシマユージ、川野英二、森野栄一

----- Original Message -----

From: "kawano" Sent: Wednesday, December 25, 2002 7:43 PM

Subject: 思いつき

>川野です。>別のM Lで、紙券型地域通貨ではマイナス残高にできないので、サービスを

>受けたいときに受けることができないという問題が話題になっていますが、まだそんなこと話しているところがあるんですか～>たしかに紙券型のばあい、手元に持ち合わせがないと取引のインセンティブが低下するのではないかというような気がします。

>おうみのように円貨を寄付して入手するという方法では、わざわざ現金の流動性を放

>棄してまで地域通貨を入手するインセンティブはないだろうし、おうみの方式では無理ですね。>思いつきなのでオープンにできないですが、このところ公営質屋の資料を調べてい

>て、紙券型地域通貨に質屋の手法を応用することはできないのかなーと考えていたの

>ですけど、つまり、手元に紙券がないときに、事務局に質物を預け、無利子で地域

>通貨を入手するというやり方です。

>期限内に借りた額の地域通貨を返せばそれを取り戻すことができ、期限を過ぎれ

>ば質流れ品としてオークションやフリーマーケットに出される。

>ただしこのプロセスで円貨を併用することは質屋営業法に抵触するおそれがあるの

>で、地域通貨単独でしか取引できない。

>ヨーロッパの公営質屋では、不用品を取り扱うことでリサイクルとして応用してい

>るケースもありますから、地域通貨建ての質屋とリサイクルの仕組みを組み合わせる

>のも悪くないかなと。

>あまり質物が増えれば質蔵のような保管場所が必要になることがあるかもしれな

>いのですが、現状の規模ではそこまで必要ないでしょう。この方式は可能です。

今の時点で質物をいれこれを購買力に変える手法と、将来の時点で実物を引き渡す手法の二種類があります。

後者をいまY-GAGイベントで地域通貨導入ができないかというので

提案してさしあげようと思ってます。これは一種の共通割引券地域通貨です。

Y-GAGイベントは何カ所がで一年に何回か執り行われ

協賛企業も多く、一社5万から10万円くらいの寄付があり

横浜市も助成金などを負担してます。

そこで、協賛企業が主催団体宛に自社の財及び役務の代金

の一部に支払える手形を発行します。この手形には自社の

広告宣伝をのせます。協賛各社がこうした広告入り手形を

主催団体に発行して、各社は他社の発行した手形を受け入れる

約束をします。主催団体は入手した手形をY-GAGイベント入場者

が入場券を購入するさいに、一定額を引き渡します。これはY-GAG

イベントが行われる1年間有効で期日が来たら失効します。Y-GAG

イベントに出店した協賛企業は自社の宣伝をしながら各社発行の

手形を受け入れ商売をしながらY-GAGイベントを盛り上げます。

つまり協賛企業はこれまでであれば、単にイベント開始前に協賛

金を寄付しているだけであったのが事後の売上のなかの一定の

実物部分で主催団体に寄付できるわけです。

手形が失効する直前に協賛企業各社がもつ他社発行券の相互

清算の場をもち、清算戻だけ、現金で主催団体が買い上げます。

企業以外の個人がもつ手形は購入につかわれなければ、期日

を迎えて失効します。

企業の経理処理は単純に割引券を受け入れた形の処理で済みます。

いちおうこれをイベントで活用される共通割引券型地域通貨と称して

いるのですが、いかがなものでしょう。>紙券のスキームに、まちだのように口座のシステムを入れるのがベターとは思いますが

>が、長崎県平戸のコックスバンク方式はこれを一步前に進めています。

正式運用が11月から始まりましたので、来年、進展具合をみにいく

予定です。

コックスは平戸の英国商館通り商店街のキャラクターの名前で地域

通貨の単位。・・・かわのです。>この方式は可能です。

>今の時点で質物をいれこれを購買力に変える手法と、将来の時点で実物を

>引き渡す手法の二種類があります。あ、そうですね。

必ずしもいま質物を現物で入れる必要はなくて、これこれを質に入れますと事務局と

約束して、それを記録すればいいだけです。

その記録の媒体を借用証書という形にすれば、けっきょく紙券型と借用証書型がリン

クするにすぎないんです。

このくらいのこと気づかないのが鈍っただけでした(笑>後者をいまY-GAGイベントで地域通貨導入ができないかというので

>提案してさしあげようと思ってます。コミュニティ・ウェイやり・ヴィアを発展させた感じですね。

企業にとってはもっとメリットがあるでしょうね。>これは一種の共通割引券地域通貨です。

>Y-GAGイベントは何カ所かで一年に何回か執り行われ

>協賛企業も多く、一社5万から10万円くらいの寄付があり

>横浜市も助成金などを負担してます。

>そこで、協賛企業が主催団体宛に自社の財及び役務の代金

>の一部に支払える手形を発行します。この手形には自社の

>広告宣伝をのせます。協賛各社がこうした広告入り手形を

>主催団体に発行して、各社は他社の発行した手形を受け入れる

>約束をします。主催団体は入手した手形をY-GAGイベント入場者

>が入場券を購入するさいに、一定額を引き渡します。これはY-GAG

>イベントが行われる1年間有効で期日が来たら失効します。Y-GAG

>イベントに出店した協賛企業は自社の宣伝をしながら各社発行の

>手形を受け入れ販売をしながらY-GAGイベントを盛り上げます。

>つまり協賛企業はこれまでであれば、単にイベント開始前に協賛

>金を寄付しているだけであったのが事後の売上のなかの一定の

>実物部分で主催団体に寄付できるわけです。

>手形が失効する直前に協賛企業各社がもつ他社発行券の相互

>清算の場をもち、清算尻だけ、現金で主催団体が買い上げます。

>企業以外の個人がもつ手形は購入につかわれなければ、期日

>を迎えて失効します。

>企業の経理処理は単純に割引券を受け入れた形の処理で済みます。

>いちおうこれをイベントで活用される共通割引券型地域通貨と称して

>いるのですが、いかがなものでしょう。>>紙券のスキームに、まちだのように口座のシステムを入れるのがベターとは思

>>ますが、・・・

----- Original Message -----

From: "kawano" Sent: Thursday, December 26, 2002 12:11 AM

Subject: Re: 思いつき & Y-GAG通貨

>かわのです。ど～も～>>この方式は可能です。

>>今の時点で質物をいれこれを購買力に変える手法と、将来の時点で実物

を

>>引き渡す手法の二種類があります。

>あ、そうですね。

>必ずしもいま質物を現物で入れる必要はなくて、これこれを質に入れますと事務局

>と約束して、それを記録すればいいだけです。

>その記録の媒体を借用証書という形にすれば、けっきょく紙券型と借用証書型が

>ンクするにすぎないんです。

>このくらいのこと気づかないのが鈍っただけでした(笑質屋式はそれはそれで参加者には魅力的に作れると思います。>>後者をいまY-GAGイベントで地域通貨導入ができないかというので

>>提案してさしあげようと思ってます。

>コミュニティ・ウェイやり・ヴィアを発展させた感じですね。

>企業にとってはもっとメリットがあるでしょうね。この方式のミソは 主催団体は協賛のために寄付を募りたい 企業は手持ち現金は1円でも節約したい ところで将来の売上の一部をいま寄付する 主催団体は寄付が集まりやすい、 参加者は入場券を購入すると企業の割引券

が付いてくるのでク 主催団体も入場料売上アップが期待できる 協賛企業は宣伝効果もありながら自社製品

の売上も期待できる いちばん売上を上げた企業は他社発券割引

券もいちばんたくさん入手することになり、自社

発券分と相殺した残を主催団体が買い上げて

くれるので、イベントへのとりくみにも熱が入る、 入場者には割引券を使って廉価に協賛企業

の財や役務が入手しうる 企業や入場者はいくらかでも再使用可能なこの

紙券を使って1年間、財や役務の交換ができる、 すべての関与者が利益を上げうるしくみというところでしょうか。・・・ウラシマです。横から失礼します。 on 02.12.26 1:23 AM, from morino>>>>> Original Message >>>>>

>From: "kawano"

>Sent: Thursday, December 26, 2002 12:11 AM

>Subject: Re: 思いつき & Y-GAG通貨

>

>>かわのです。

>ど～も～

>

>>>この方式は可能です。

>>>今の時点で質物をいれこれを購買力に変える手法と、将来の時点で実物を

>>>引き渡す手法の二種類があります。

>>あ、そうですね。

>>必ずしもいま質物を現物で入れる必要はなくて、これこれを質に入れますと事務局

>と

>>約束して、それを記録すればいいだけです。

> >その記録の媒体を借用証書という形にすれば、けっきょく紙券型と借用証書型がリ

>>リンクするにすぎないんです。

>>>このくらいのこと気づかないのが鈍かったただけでした(笑)  
>質屋式はそれはそれで参加者には魅力的に作れると思います。現在元気市場に勧誘中のお店にリサイクル店(委託販売)があります。

このお店が発行する元気を、お客様の不用品を質草に貸出すという方法がとれます。お客の選択肢は「100%元気で即販売可」「期限付き保管」です。お店は現金仕入のリスク軽減。

お客は現金ではないが「元気」での即収入のメリットあります。加盟店が自己発券型の元気券を限度額まで使わず、未使用のまま期限切れと

言う場合を回避する手法として考えられます。質草は不用品だけでなく、肩もみ券のような「労働予約券」でもいいんですが、

LETSでは、詳細なメニュー登録(会員登録)が質草となる原理ですね。>>>後者をいまY-GAGイベントで地域通貨導入ができないかというので

>>>提案してさしあげようと思ってます。  
>>コミュニティ・ウェイやり・ヴィアを発展させた感じですね。

>>企業にとってはもっとメリットがあるでしょうね。  
>この方式のミソは

- > 主催団体は協賛のために寄付を募りたい
- > 企業は手持ち現金は1円でも節約したい
- > そこで将来の売上の一部をいま寄付する
- > 主催団体は寄付が集まりやすい、
- > 参加者は入場券を購入すると企業の割引券

>が付いてくるのでク

- > 主催団体も入場料売上アップが期待できる
- > 協賛企業は宣伝効果もありながら自社製品

>の売上も期待できる

- > いちばん売上を上げた企業は他社発券割引

>券もいちばんたくさん入手することになり、自社

>発券分と相殺した残を主催団体が買い上げて

>くれるので、イベントへのとりくみにも熱が入る、清算後は発行した額以上の回収がある企業と

発行額にみたくないマイナスを持つ企業が分かれるので

プラス企業からマイナス企業への請求ではなくて、

主催者が差額を償還すると言うところが味噌ですね。

コミュニティ貢献度(割引券受入率高い)のある会社ほど

寄付した分を取りかえせるといことでしょうか。元気市場では業種によって清算後マイナス店が集中しました。

充分宣伝効果があるので個別に現金で清算してもいいと

いう意向でしたが、商品が、新券でお願いしました。

個々の取引まで事務局は関与できませんので、

お任せしています。----- Original Message -----

From: "yuuji" urashimaSent: Friday, December 27, 2002 8:14 AM

Subject: Re: 思いつき&Y-GAG通貨>

>ウラシマです。横から失礼します。こんちわ～。>on 02.12.26 1:23 AM, from morino>>----- Original Message -----

>>From: "kawano"

>>Sent: Thursday, December 26, 2002 12:11 AM

>>>Subject: Re: 思いつき&Y-GAG通貨>>>かわのです。  
>>>ど～も～

>>>>この方式は可能です。

>>>>今の時点で質物をいれこれを購買力に変える手法と、将来の時点で実物を

>>>>引き渡す手法の二種類があります。

>>>>あ、そうですね。

>>>>必ずしもいま質物を現物で入れる必要はなくて、これこれを質に入れますと事

>>>>務局と約束して、それを記録すればいいだけです。

>>>>その記録の媒体を借用証書という形にすれば、けっきょく紙券型と借用証書型

>>>>がリンクするにすぎないんです。

>>>>このくらいのこと気づかないのが鈍かったただけでした(笑)

>>>>質屋式はそれはそれで参加者には魅力的に作れると思います。  
>>>>現在元気市場に勧誘中のお店にリサイクル店(委託販売)があります。

>>>>このお店が発行する元気を、お客様の不用品を質草に貸出すという方法が

>>>>とれます。お客の選択肢は「100%元気で即販売可」「期限付き保管」です。

>>>>お店は現金仕入のリスク軽減。

>>>>お客は現金ではないが「元気」での即収入のメリットあります。これいいですね。

やはり現物が動くというのがもたらす安心感というものがあります。>加盟店が自己発券型の元気券を限度額まで使わず、未使用のまま期限切れと

>言う場合を回避する手法として考えられます。

>質草は不用品だけでなく、肩もみ券のような「労働予約券」でもいいんですが、

>LETSでは、詳細なメニュー登録(会員登録)が質草となる原理ですね。そうですね。ただし信用の程度には違いがあります。

その違いに応じてそれぞれのシステムが提案され受容される

わけですが、>>>>後者をいまY-GAGイベントで地域通貨導入ができないかというので

>>>>提案してさしあげようと思ってます。



>>>コミュニティ・ウェイやリ・ヴィアを発展させた感じですね。

>>>企業にとってはもっとメリットがあるでしょうね。

>>この方式のミソは

- >> 主催団体は協賛のために寄付を募りたい
- >> 企業は手持ち現金は1円でも節約したい
- >> そこで将来の売上の一部をいま寄付する
- >> 主催団体は寄付が集まりやすい、
- >> 参加者は入場券を購入すると企業の割引券

>>が付いてくるのでトク

- >> 主催団体も入場料売上アップが期待できる
- >> 協賛企業は宣伝効果もありながら自社製品

>>の売上も期待できる

>> いちばん売上を上げた企業は他社発券割引

>>券もいちばんたくさん入手することになり、自社

>>発券分と相殺した残を主催団体が買い上げて

>>くれるので、イベントへのとりくみにも熱が入る、  
>精算後は発行した額以上の回収がある企業と

>発行額にみたくないマイナスを持つ企業が分かれるので

>プラス企業からマイナス企業への請求ではなくて、

>主催者が差額を償還すると言うところが味噌ですね。そうです。

主催団体は発行総額を事前に入手しており、事後(清算時)

に参加プレーヤーが持ち合う債権債務を相互清算させ、清算

尻の分だけ事後に現金で買い上げる方式ですから。

参加プレーヤー(事業者)はこれまでの貢献が事前の現金

寄付であったものが、取り扱い品目による寄付でOKと同時に

社会貢献が自社の営業にも利益をもたらします。

Y-GAGの場合は寄付団体には相模鉄道のような

電鉄会社もあり、そういう企業はかなりのプラス企業になる

可能性もあります。おそらくそうしたプラス企業になりやすい

企業(公益性も高く、イベント参加者の支持がえやすい企業)

は、これまでも他社に比して事前の現金寄付の額も多かった

わけで、Y-GAG通貨寄付以外に現金寄付も続けることでしょうし、

それを増額していく可能性もあります(買い上げ分を次年度

イベントへの寄付として主催団体に戻す)。>コミュニティ貢献度(割引券受  
入率高い)のある会社ほど

>寄付した分を取りかえせるということでしょうか。そうです。基本にはその原  
理をおいています。

他社発券受け入れを参加事業者は約束している

わけですが、受け入れ率が高く、販売高が多い

ほど他社券が手元に残るわけです。ただ現金

買い入れがあるので再使用せずにぎってしまう

企業がでる可能性もありますが、イベントマネー

ですから、数回使用されればしめたものくらい

でいいのではと考えています。>元気市場では業種によって清算後マイナス  
店が集中しました。

>充分宣伝効果があるので個別に現金で清算してもいいと

>いう意向でしたが、商品か、新券でお願いしました。

>個々の取引まで事務局は関与できませんので、

>お任せしています。そうですね。

元気交換市場はあくまで市場ですから。

Y-GAGのように、基本が主催団体に貢献が集まる

ようにするしくみとは目的がちがいます。元気交換市場もY-GAGももっとも  
基本のコアの

部分ではWATですが、WAT-pureからWAT-extended

になっていますので、WAT-hybridとしてC/S型の性格

も入り込んでいます。ただし、元気交換市場のほうが

Y-GAG型よりppピュアに近くC/S型的要素は少ない

といえます。Y-GAG通貨はこうした考え方を説明してさし

あげるつもりですが、実行に移されるどうかはまだ

わかりません。・・・on 02.12.27 10:07 AM, from morino>

>----- Original Message -----

>From: "yuuji" urashima

>Sent: Friday, December 27, 2002 8:14 AM

>Subject: Re: 思いつき & Y-GAG通貨>>

>>ウラシマです。横から失礼します。

>>on 02.12.26 1:23 AM, from morino

>>>----- Original Message -----

>>>From: "kawano"

>>>Sent: Thursday, December 26, 2002 12:11 AM

>>>Subject: Re: 思いつき & Y-GAG通貨

>>>>かわのです。

>>>>ど~も~

>>>>>この方式は可能です。

>>>>>今の時点で質物をいれこれを購買力に変える手法と、将来の時点で  
実物を

>>>>引き渡す手法の二種類があります。

>>>>あ、そうですね。

>>>>必ずしもいま質物を現物で入れる必要はなくて、これこれを質に入れますと事

>>>>事務局と約束して、それを記録すればいいだけです。

>>>>その記録の媒体を借用証書という形にすれば、けっきょく紙券型と借用証書型

>>>>がリンクするにすぎないんです。

>>>>このくらいのこと気づかないのが鈍かっただけでした(笑)  
>>>質屋式はそれはそれで参加者には魅力的に作れると思います。  
>>現在元気市場に勧誘中のお店にリサイクル店(委託販売)があります。

>>このお店が発行する元気を、お客様の不用品を質草に貸出すという方法が

>>とれます。お客の選択肢は「100%元気で即販売可」「期限付u00管」です。

>>お店は現金仕入のリスク軽減。

>>お客は現金ではないが「元気」での即収入のメリットあります。  
>これいいですね。

>やはり現物が動くというのがもたらす安心感というものがあります。  
>>加盟店が自己発券型の元気券を限度額まで使わず、未使用のまま期限切れと

>>言う場合を回避する手法として考えられます。  
>>質草は不用品だけでなく、肩もみ券のような「労働予約券」でもいいんですが、

>>LETSでは、詳細なメニュー登録(会員登録)が質草となる原理ですね。  
>そうですね。ただし信用の程度には違いがあります。

>その違いに応じてそれぞれのシステムが提案され受容される

>わけですが、いちがいに「信用」といってもむづかしいですね。

消費者金融が上限をなぜ50万円としているのか根拠を知りたいと思っていたのですが、

偶然、E.M.ルイス「クレジット・スコアリング」と言う本をブックオフで見つけまし

た。冒頭から、信用力について、

「融資は3つのC、つまり、性格(Character)、能力(Cpacity)、担保(Collateral)を

基に実施する」というのは全くの神話だと言うようなことが書いてありました。

>>>>後者をいまY-GAGイベントで地域通貨導入ができないかというので

>>>>提案してさしあげようと思ってます。  
>>>>コミュニティ・ウェイやり・ヴィアを発展させた感じですね。

>>>>企業にとってはもっとメリットがあるでしょうね。

>>>この方式のミソは

>>> 主催団体は協賛のために寄付を募りたい  
>>> 企業は手持ち現金は1円でも節約したい  
>>> そこで将来の売上の一部をいま寄付する  
>>> 主催団体は寄付が集まりやすい、

>>> 参加者は入場券を購入すると企業の割引券

>>>が付いてくるのでトク

>>> 主催団体も入場料売上アップが期待できる  
>>> 協賛企業は宣伝効果もありながら自社製品

>>>の売上も期待できる

>>> いちばん売上を上げた企業は他社発券割引

>>>券もいちばんたくさん入手することになり、自社

>>>発券分と相殺した残を主催団体が買い上げて

>>>くれるので、イベントへのとりくみにも熱が入る、  
>>清算後は発行した額以上の回収がある企業と

>>発行額にみたくないマイナスを持つ企業が分かれるので

>>プラス企業からマイナス企業への請求ではなくて、

>>主催者が差額を償還すると言うところが味噌ですね。  
>そうですね。

>主催団体は発行総額を事前に入手しており、事後(清算時)

>に参加プレーヤーが持ち合う債権債務を相互清算させ、清算

>尻の分だけ事後に現金で買い上げる方式ですから。

>参加プレーヤー(事業者)はこれまでの貢献が事前の現金

>寄付であったものが、取り扱い品目による寄付でOKと同時に

>社会貢献が自社の営業にも利益をもたらします。

>Y-GAGの場合は寄付団体には相模鉄道のような

>電鉄会社もあり、そういう企業はかなりなプラス企業になる

>可能性もあります。おそらくそうしたプラス企業になりやすい

>企業(公益性も高く、イベント参加者の支持がえやすい企業)

>は、これまでも他社に比して事前の現金寄付の額も多かった

>わけで、Y-GAG通貨寄付以外に現金寄付も続けることでしょし、

>それを増額していく可能性もあります(買い上げ分を次年度

>イベントへの寄付として主催団体に戻す)。さらに現金部分を循環の輪の中に閉じ込める工夫も、ですね。>

>>>コミュニティ貢献度(割引券受入率高い)のある会社ほど

>>寄付した分を取りかえせるということでしょうか。

>そうですね。基本にはその原理をおいています。

>他社発券受け入れを参加事業者は約束している

>わけですが、受け入れ率が高く、販売高が多い

>ほど他社券が手元に残るわけです。ただ現金

>買い入れがあるので再使用せずにぎってしまう

>企業がでる可能性もありますが、イベントマネー

>ですから、数回使用されればしめたものくらい

>でいいのではと考えています。単発イベントに協賛する形の寄付にこのようなものが使えれば

汎用性は高いですね。

この場合、共通デザイン券ではなく、個別企業名入りで。>

>>元気市場では業種によって精算後マイナス店が集中しました。

>>充分宣伝効果があるので個別に現金で精算してもいいと

>>いう意向でしたが、商品が、新券でお願いしました。

>>個々の取引まで事務局は関与できませんので、

>>お任せしています。

>そうですね。

>元気交換市場はあくまで市場ですから。

>Y-GAGのように、基本が主催団体に貢献が集まる

>ようにするしくみとは目的がちがいます。

>元気交換市場もY-GAGももっとも基本のコアの

>部分ではWATですが、WAT-pureからWAT-extended

>になっていますので、WAT-hybridとしてC/S^の性格

>も入り込んでいます。ただし、元気交換市場のほうが

>Y-GAG型よりp2pピュアに近くC/S型的要素は少ない

>といえます。はい。

通帳型にせよ、WAT型にしても既存のコミュニティがあって、

そこでよく回るツールですので、元気市場では最低5店の相互信用グループ

を作るように提案しています。(これが普及のブレーキでもあります)

通貨を回すうちに、各店の顧客の共有化が起こってきますし、

ある面ではサービスの競争にもなってきます。

(自社券発行ばかりで、お客はそれを持って他店に行くことも)

できれば普段から、交流や取引がある関係がのぞまれますし、

互いの券の信用を支え合う関係を自覚している必要もあります。

事務局はそういうシステムの券を印刷して販売(WAT文具券の考え)

するくらいでも充分忙しい。試用期間4ヶ月で券の収支を分析しようと考えて

ましたが、

中央銀行のようにふるまうのも馬鹿げていますし、

とても私の手におえるものではないのでやめました。ただ、信用限度の割振りのような考えがあって、コアの部分で

システムの安全を確保しているんですが、

それもシールにしまえば、事務局の手間が省けると、

今思い付きました。たとえば、加盟店に初回5千円(500元気)分の発券限度証書を20枚配る。

(元気請求券ですね)

初回自己発行分5万円(5000元気)を元気券請求書に貼って、元気券を得る。

残りの証書は入会紹介した個人加入者の自己発行分として

その人の申込書にはって事務局へ。(個人会員への保証人としての役)

店主は新規加入者の信用をはかり、自分の発券限度内で信用保証するわけです。

お店は一人に大量に発行権をあたえるより、小口に分散して

10人のお客(友人)に市場に加入してもらった方が有利で、

コミサボ(一般)会員をふやすインセンティブになる。

また、発券限度証書は他の事業者の追加発行のためにも融通できる。……

----- Original Message -----

From: "yuuji" urashimaSent: Saturday, December 28, 2002 7:47 AM

Subject: Re: 思いつき & Y-GAG通貨

>on 02.12.27 10:07 AM, from morino

>>----- Original Message -----

>>From: "yuuji" urashima

>>Sent: Friday, December 27, 2002 8:14 AM

>>Subject: Re: 思いつき & Y-GAG通貨>>>ウラシマです。横から失礼します

>>>on 02.12.26 1:23 AM, from morino

>>>>----- Original Message -----

>>>>From: "kawano"

>>>>Sent: Thursday, December 26, 2002 12:11 AM

>>>>Subject: Re: 思いつき & Y-GAG通貨

>>>>かわのです。

>>>>ど~も~

>>>>>>この方式は可能です。

>>>>>>今の時点で質物をいれこれを購買力に変える手法と、将来の時点で実物を

>>>>>>引き渡す手法の二種類があります。

>>>>>

>>>>>あ、そうですね。

>>>>>必ずしもいま質物を現物で入れる必要はなくて、これこれを質に入れますと

>>>>>事務局と約束して、それを記録すればいいだけです。

>>>>>その記録の媒体を借用証書という形にすれば、けっきょく紙券型と借

## 用証書

>>>>型がリンクするにすぎないでした。

>>>>このくらいのこと気づかないのが鈍かっただけでした(笑)  
>>>>質屋式はそれはそれで参加者には魅力的に作れると思います。  
>>>現在元気市場に勧誘中のお店にリサイクル店(委託販売)があります。

>>>このお店が発行する元気を、お客様の不用品を質草に貸出すという方法が

>>>とれます。お客の選択肢は「100%元気で即販売可」「期限付き保管」です。

>>>お店は現金仕入のリスク軽減。

>>>お客は現金ではないが「元気」での即収入のメリットあります。  
>>これいいですね。

>>>やはり現物が動くというのがもたらす安心感というものがあります。  
>>>加盟店が自己発券型の元気券を限度額まで使わず、未使用のまま期限切れと

>>>言う場合を回避する手法として考えられます。  
>>>質草は不用品だけでなく、肩もみ券のような「労働予約券」でもいいんです

>>>が、LETSでは、詳細なメニュー登録(会員登録)が質草となる原理ですね。  
>>そうです。ただし信用の程度には違いがあります。

>>その違いに応じてそれぞれのシステムが提案され受容される

>>わけですが、  
>>いちがいに「信用」といってもむづかしいですね。

>消費者金融が上限をなぜ50万円としているのか根拠を知りたいと思っています

>が、偶然、E.M.ルイス「クレジット・スコアリング」と言う本をブックオフで見つけま

>した。冒頭から、信用力について、

>「融資は3つのC、つまり、性格(Character)、能力(Cpacity)、担保(Collateral)

>を基に実施する」というのは全くの神話だと言うようなことが書いてありました。ですね。融資を含めて取引というものはいっばんに協同関係のなかで

行われます。これはマーケティングの基本でもあります。具体的な

関係のなかでひとはそれとらず評価し合っている多様な要素があ

ります。<中略>>>それを増額していく可能性もあります(買い上げ分を次年度

>>イベントへの寄付として主催団体に戻す)。  
>>さらに現金部分を循環の輪の中に閉じ込める工夫も、ですね。そうです。それも仕掛けられています。>>>コミュニティ貢献度(割引券受入率が高い)のある会社ほど

>>>寄付した分を取りかえせるということでしょうか。  
>>そうです。基本にはその原理をおいています。

>>他社発券受け入れを参加事業者は約束している

>>わけですが、受け入れ率が高く、販売高が多い

>>ほど他社券が手元に残るわけですが。ただ現金

>>買い入れがあるので再使用せずにぎってしま

>>企業がでる可能性もありますが、イベントマネー

>>ですから、数回使用されればしめたものくらい

>>でいいのではと考えています。  
>単発イベントに協賛する形の寄付にこのようなものが使えれば

>汎用性は高いですね。

>この場合、共通デザイン券ではなく、個別企業名入りで。そうです。個別事業者が自社券をデザインします。

裏面に、共通受け入れ事業者名が列挙されます。>>>元気市場では業種によって精算後マイナス店が集中しました。

>>>充分宣伝効果があるので個別に現金で精算してもいいと

>>>いう意向でしたが、商品が、新券でお願いしました。

>>>個々の取引まで事務局は関与できませんので、

>>>お任せしています。  
>>そうですね。

>>元気交換市場はあくまで市場ですから。

>>Y-GAGのように、基本が主催団体に貢献が集まる

>>ようにするしくみとは目的がちがいます。  
>>元気交換市場もY-GAGももっとも基本のコアの

>>部分ではWATですが、WAT-pureからWAT-extended

>>になっていますので、WAT-hybridとしてC/S型の性格

>>も入り込んでいます。ただし、元気交換市場のほうが

>>Y-GAG型よりp2pピュアに近くC/S型の要素は少ない

>>といえます。  
>はい。

>通帳型にせよ、WAT型にしても既存のコミュニティがあって、

>そこでよく回るツールですので、元気市場では最低5店の相互信用グループ

>を作るように提案しています。(これが普及のブレーキでもあります)

>通貨を回すうちに、各店の顧客の共有化が起こってきますし、

>ある面ではサービスの競争にもなってきます。

>(自社券発行ばかりで、お客はそれを持って他店に行くことも)

>できれば普段から、交流や取引がある関係がのぞまれますし、

>互いの券の信用を支え合う関係を自覚している必要もあります。

>事務局はそういうシステムの券を印刷して販売(WAT文具券の考え)



>するくらいでも充分忙しい。消費者によるお店の共有化も同時に起こりますね。店が客を選び

客が店を選ぶとってます。

事務局の仕事はなるべく楽なのがいいですね。>試用期間4ヶ月で券の収支を分析しようと考えてましたが、

>中央銀行のようにふるまうのも馬鹿げていますし、

>とても私の手におえるものではないのでやめました。まあ時間がないと無理ですね。

無理はしないがいちばん。>ただ、信用限度の割振りのような考えがあって、コアの部分で

>システムの安全を確保しているんですが、

>それもシールにしまえば、事務局の手間が省けると、

>今思い付きました。限度枠も参加者が決めていくようにすればいいと思います。>たとえば、加盟店に初回5千円(50元気)分の発券限度証書を20枚配る。

>(元気請求券ですね)

>初回自己発行分5万円(500元気)を元気券請求書に貼って、元気券を得る。

>残りの証書は入会紹介した個人加入者の自己発行分として

>その人の申込書にはって事務局へ。(個人会員への保証人としての役)

>店主は新規加入者の信用をはかり、自分の発券限度内で信用保証するわけです。

>お店は一人に大量に発行権をあたえるより、小口に分散して

>10人のお客(友人)に市場に加入してもらった方が有利で、

>コミサポ(一般)会員をふやすインセンティブになる。

>また、発券限度証書は他の事業者の追加発行のためにも融通できる。シール方式の活用法はいろいろあるんですが、事務局の手間暇の

問題もあるし悩ましいところですね。

まあ、様子をみながら、参加者の具合をみながら、元気交換市場がある程度発展してきたら、円貨を都合つけるに

つき、以前ちょっといいましたリバース無尽システムなどを手がける

条件がととのうかもしれません。これは事業者による直接金融のシ

ステムのひとつです。

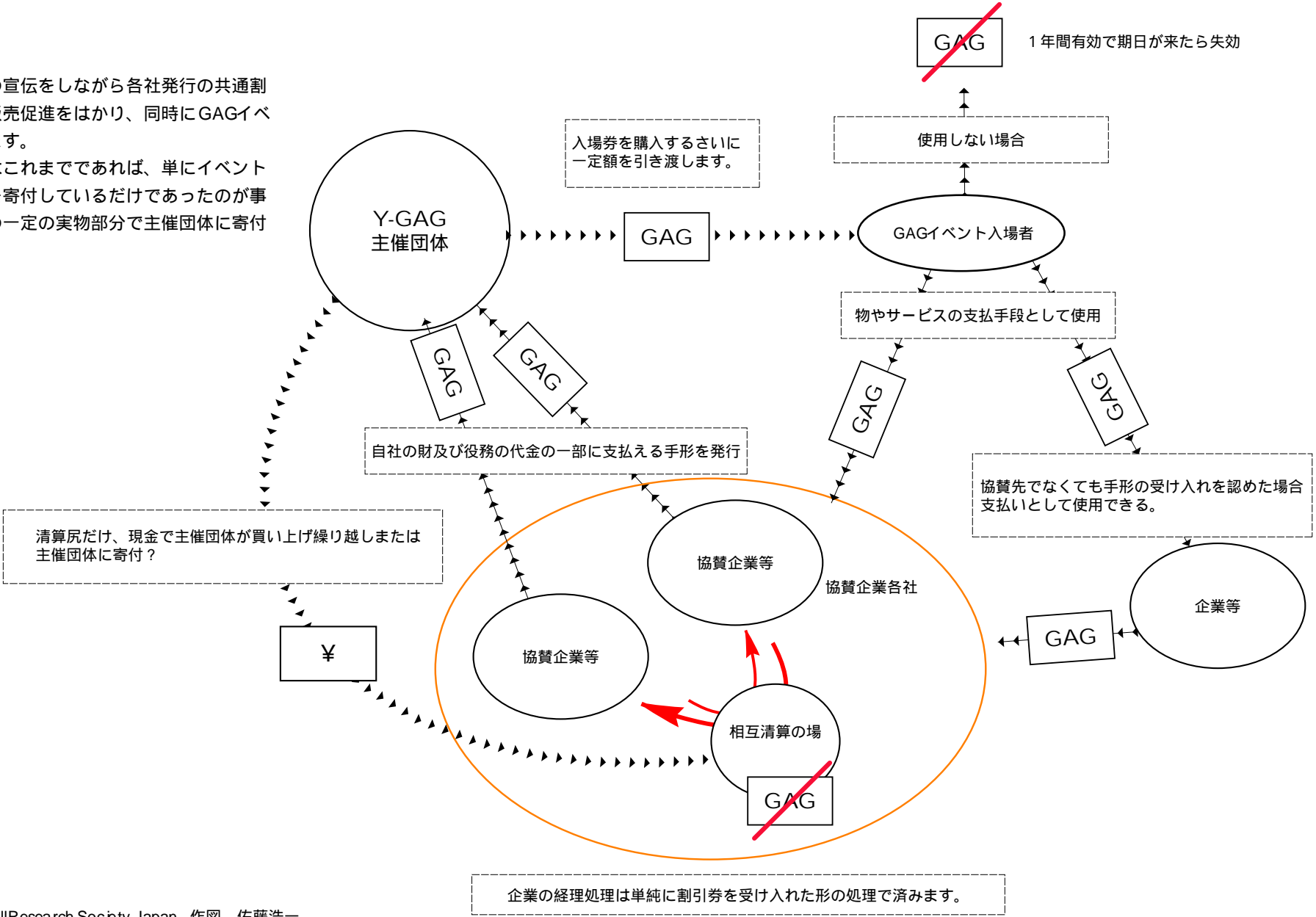
これは別の機会に～

GAG

共通割引券

広告、宣伝などを掲載可能券が流通している間のスポンサーとしての認知度の向上など宣伝効果が期待できる。自社の財及び役務の代金の一部に支払える手形ですが、流通の上では独自の名称の名称で流通します。

協賛企業は自社の宣伝をしながら各社発行の共通割引券を受け入れ販売促進をはかり、同時にGAGイベントを盛り上げます。つまり協賛企業はこれまでであれば、単にイベント開始前に協賛金を寄付しているだけであったのが事後の売上のなかの一定の実物部分で主催団体に寄付できるわけです。



発行・編集 ゲゼル研究会  
人間の経済 Ningen no Keizai.

無断転載複写を禁ず

Gesell Research Society Japan.

<http://grsj.org>

[info@grsj.org](mailto:info@grsj.org)

Copyright 2001-2003 Gesell Research Society Japan