

新座市の活性化と地域通貨の役割に関する考察

高畑 正、岩松 二郎、段谷 憲、辻村 貴典

Study on Community Revitalization and “Atom” Currency of Niiza City

Tadashi Takahata, Jiro Iwamatsu, Ken Dantani, Takanori Tsujimura

序章 はじめに

地域のコミュニティ（地域社会の社会的秩序）をどのようにしたら育むことができるかを明らかにするというテーマをもとに、このコミュニティを構築する上で、最も大切なものが「相互扶助の精神を育むことにある」という仮説にたって研究を展開した。

地域が大きく変わろうとするとき、人々は地域のコミュニティ（地域社会の社会）をどのように維持し、そのために、今何をすべきかを分析する。地域の課題を抽出し、問題を解決するため直接に会って、膝と膝を付け合せて話をする。こうした行動を通して、持続可能な地域社会を構成する近所付き合いが構築され、「相互扶助の精神」が醸成されるのではないか。つまり、地域のコミュニティを構築する上で、最も大切なものが、「相互扶助の精神を育むこと」であり「人間関係の豊かさ」であると考えます。

ここでは地域コミュニティの一例として埼玉県新座市に焦点を当てる。新座市は東京への通勤率が 30%を超える典型的な東京のベッドタウンとして、近年急速に発展した都市である。この都市の現状と課題を分析し、相互扶助の精神やそれにつながる縁ある社会の源となる地域のコミュニティの在り方について検討していく。

第 1 章 新座市の現状と今後の課題

新座市は埼玉県南部に位置し、1970 年 11 月 1 日に市政が施行され、面積 22.78 km²、人口 158,777 人の都市である。都心部との接点は池袋駅で、新宿や渋谷と並ぶ山の手三大副都心であり 8 路線が入り込む巨大ターミナルを構成している。また、新座市は池袋ターミナルから電車で 20 分程度という距離にあり、池袋駅ビルの地下食料品売り場で惣菜を購入しても、冷めないうちに家に帰りつく距離にある。以下、新座市の問題点と課題について 4 つの視点より検証する。

1-1 時代要因（人口という側面）

日本全体で人口減少が叫ばれる中、世帯・人口ともに増加していた新座市も 2015（平成 27）年から減少傾向に転じた。一方、65 歳以上の高齢者は確実に増加している。2035 年の人口構成は、総人口 138,379 人中 65 歳以上の人口は 47,913 人で、新座市全人口中 35%と推計される。

地域の高齢化が進むと大きな社会問題となるのが、商店街の減少がもたらす高齢者の買い物難民の増加、狭い道が起因する高齢ドライバーの交通事故などが挙げられる。

1-2 立地要因（災害という側面）

首都圏直下型地震への対応が課題である。埼玉県がまとめた平成 24・25 年度埼玉県地震被害想定調査によると、新座市は立川断層帯に起因する地震の影響が大きく震度 6 弱程度と想定されている。急傾斜崩壊は市東部の和光市や朝霞市沿いに危険個所があり、建物や火災被害については市南部に被害が想定されている。200 棟以上の倒壊、500～1000 戸の延焼のおそれも想定されている。新座市は臨海部の都市と比べて津波などの水害は少ないが、密集市街地の全壊や焼失や消防水利の脆弱などが挙げられる。東日本大震災では電力の回復が早く、罹災後 3 日で 9 割以上の地域で電力が供給された。しかしながら首都直下型地震では発電施設自体が罹災することが予測されている。電力供給が遮断されたときと併せて今でも暗い夜道の対策が急務である。

1-3 外部要因（交通という側面）

新座市は 1914（大正 3）年に開通した東武東上線に設置された志木駅誘致の経緯に関しても、当初は白子（現、和光駅）から真っ直ぐ国道 245 号線川越街道に並行して朝霞市膝折から新座市大和田を経て敷設される予定であったが、志木地区商人の誘致運動戦によって、新河岸川（舟運）と南側の川越街道とを避けるようにして現在の場所に敷設された。また、東日本旅客鉄道が 1973（昭和 48）年 4 月 1 日に開業した JR 武蔵野線の駅を誘致する時にも駅舎設置の反対運動が起きた。新座駅周辺の再開発が動き始めたのが 2002（平成 14）年なので、駅開業から約 30 年かかった。

現在、地下鉄 12 号線大江戸線の延伸計画が遂行されている。JR 武蔵野線が府中本町と西船橋とを結ぶ外環状線であるのに対して、地下鉄大江戸線は東所沢から新宿までは放射線、新宿以降の都内は内環状である。したがって、予想される乗降客数も JR 武蔵野線とは大きく違う。こうした要因から、急激な集合住宅建設による人口増加が予想される。都市の基盤整備や新住民と旧住民との交流促進を図る必要がある。

2014 年の新座市広報には、「平成 12 年の運輸政策審議会第 18 号答申において、光が丘から大泉学園町までの区間が『目標年次（平成 27 年）までに整備着手することが適当である路線』に、大泉学園町以西の JR 武蔵野線方面が『今後整備を検討すべき方向』に位置付けられている」と明記している。

1-4 内部要因（社会問題という側面）

空き家・空き地の対策が急務である。1950（昭和 25）年から 1960（昭和 35）年、日本の高度経済成長期に行われた集団就職で農村部から都市部へ大規模な集団就職が行われた。当初は、中小企業や商店で働く人の住宅として都内で賃貸住宅暮らしをしていた人たちが、高度経済成長時に蓄えを利用して東京近郊の埼玉県、千葉県、神奈川県に住宅を求め始めた。集団就職や団塊の世代が購入した住宅の空き家化進んでいる。子どもたちが独立し家を巣立ってゆき、家の跡を継ぐ者がいないのが現状である。密集市街地では、空き家は災害時に危険家屋となっている。

1-5 まとめ

4つの要因から新座市も大きく変化していくことが予想される。その変化は「安全で安心して暮らせるコミュニティの実現」を軸足とし成して遂げられなければならない。

新座市の現状と課題を踏まえ、地域のコミュニティを支えている「相互扶助の精神」や「人間関係の豊かさ」、「縁」を創り出すとともに、商店街の活性化を図る目的で導入された「アトム通貨」、市民参画型まつりを目指している「野火止用水灯明まつり」に焦点を当てさらに考察する。

第2章 地域通貨とまちづくり

2-1 アトム通貨の現状

アトム通貨は、高田馬場にある手塚プロダクションが地元の早稲田・高田馬場商店街と早稲田大学のボランティアグループを巻き込んで立ち上げた地域通貨である。アトム通貨は「未来のこどもたちのために」をテーマに、「環境」「地域」「国際」「教育」の推進を理念に活動している。アトムにちなんで単位は馬力であり、1馬力が1円に相当する。種類は10、50、100、500馬力の4種類となっている。商店街やボランティアグループが企画するイベントを通して配布され、受け取った人は使用可能な商店などで現金と同様に使うことができる。2004年4月から始まり2009年には全国展開した。現在は手塚プロダクション内の本部と8つの支部で構成されており、全国で2000万馬力が流通している。

新座市では2010年に導入された。新座市でもボランティアや市のイベントに参加した人へのお礼として配布されており、法定通貨では購入できない。発行枚数は表2-1のように増加しているものの、換金率は50%程度で推移している。

表 2-1 新座アトム通貨発行推移表

		10馬力	50馬力	100馬力	500馬力	合計枚数	合計金額(円)
2012年度	発行枚数	3,343	3,474	9,135	0	15,952	1,120,630
	換金枚数	1,969	1,717	4,363	0	8,049	541,840
	換金率(%)	59	49	48	0	48	48
2013年度	発行枚数	5,794	1,698	7,418	543	15,453	1,156,140
	換金枚数	3,031	689	3,485	170	7,375	498,260
	換金率(%)	52	41	47	31	43	43
2014年度	発行枚数	6,706	1,372	9,819	682	18,579	1,458,560
	換金枚数	2,961	650	5,043	400	9,054	766,410
	換金率(%)	44	47	51	59	53	53

出典：高畑、岩松、段谷、辻村（2014）

まず、使う側の新座市民がアトム通貨をどのように捉えているか調査する必要性を感じ、アンケート調査を実施した。その結果については後程述べることとする。

次に、使われる側である市内16か所の商店会のうち、4か所の商店会の会長にインタビュー調査を行った。その中で、主なものは以下の通りである。使われる側もアトム通貨の価値は認めているものの、その利便性や効果を疑問視していることがわかる。

- アトム通貨を利用する客は少ない。どんどん使って欲しい。

- アトム通貨の広報活動が不足している。アトム通貨を持って来て「これ使えますか？」と聞かれる。アトム通貨の配布イベントをもっと多くして、どこで使えるかなどを周知徹底すればもっと使ってくれる。
- 現金化に手間がかかると感じている。少額でもアトム通貨を現金化するには商工会に行かねばならず、遠いところにある商店会では会長が立て替えている例もある。
- 総菜屋さんでは、アトム通貨を使った人に「ちょっと多めのサービス」をする。それでお客と店主との間で会話ができ、流通のきっかけとなる。スーパーなどではできないサービスをアトム通貨が果たしてくれる。
- アトム通貨を使う「誇り」を感じさせるように、例えば赤い色の通貨には「〇〇に貢献した人」などとわかるようにしてはどうか。

2-2 他の地域通貨の現状

地域通貨は 2000 年頃から急速に地方自治体に広がった当初、地域経済やコミュニティを活性化させる切り札として導入した自治体は多く、最盛期には 500 を超える地域通貨が生まれたが、現在では自治体単体で継続的に流通させるところは極めて少なくなった。

日本の地域通貨の問題点を挙げると次の 3 点に集約される。

- ① 円と地域通貨を交換すれば、その地域通貨は円への兌換ができない仕組みになっているケースが多く、このことが流通量を減らす原因になっている。
- ② その域内に魅力的な財やサービスがないと、その地域でしか使えない通貨を住民が使うという動機付けを持つことが難しくなる。
- ③ 地域通貨を発行、管理する主体である事務局などの運営を誰が行うかという問題。地域通貨の流通量が小さくなると諸経費が賄えない。

上記の問題点も踏まえ、6 つの地域通貨についてヒアリング調査を実施した。そのまとめが表 2-2 である。

ほとんどの地域通貨が上記②③の問題を抱えており、運営を公共団体の補助金に頼っている。新座支部と和光支部のアトム通貨は全て市の補助金で運営されているのが実情である。その中で、「早稲田・高田馬場支部のアトム通貨」は商店街だけでなく学生・NPO を巻き込み、枠を越えた人と人の交流で成功した事例である。東武練馬駅ニュー北町商店街の「ガウ」は、高齢者支援のデイサービスや子育て支援サービスと結びついた商店街の地域助け合い事業の一環として行われている。この助け合いに基づいた「ガウ」はコミュニティと密接な関係のある地域通貨として成功している例と言える。ここに②③の問題点を克服し、地域通貨を成功させるキーポイントがあると考えられる。

	名称	地域と開始時期	単位など	運営主体	目的と特徴	課題
①	オリオン	北九州市折尾地区 2001年4月	100オリオン 1オリオン=1円 発行額：年間約150万円	地域通貨オリオン委員会 参加団体：60店舗	コミュニティ活動支援 と商店街の活性化。	流通して11年、運営委員の高齢 化が進む。参加店舗が減少して いる。
②	ガウ	練馬区北町 (東武練馬駅) 2001年10月	100、500ガウ 1ガウ=1円 発行額：年間約100万円	NPO法人北町大家族 参加団体：29店舗	ボランティアと商店街活 性化の運動。発行枚数 が増加。	他の商店街との協業を図り、使い 勝手の向上を目指す。
③	オール	埼玉県戸田市 2002年7月	10、100オール 1オール=1円 発行額：年間約240万円	地域通貨戸田オール運営 委員会 参加団体：商工 会、市協働推進課、110店 舗など	地域通貨を使った新た なコミュニティ作り。地 域福祉の向上を図る。	運営を個人の力に頼っており、高 齢化も進んでいる。市の補助金に 依存しているが、近年その額が減 少。
④	アトム通貨 (早稲田・高田馬場支部)	新宿区高田馬場 2004年4月	10、50、100、500馬力 1馬力=1円	アトム通貨実行委員会早 稲田・高田馬場支部 参 加団体：手塚プロ、早稲田 大学、ボランティア団体、 172店舗など	商店街を中心とする地 域コミュニティの活 性化。アトム通貨がコレク トアイテムとして人気が 高い。	換金差額が運営資金となっている。 (換金率は50%程度)
⑤	アトム通貨(和光支部)	埼玉県和光市 2011年4月	10、50、100、500馬力 1馬力=1円 発行額：年間約160万円	アトム通貨実行委員会和 光支部 参加団体：和光 市、商工会、73店舗	地域コミュニティの活 性化。地産地消、エコ活 動。	配布の8割が福祉、介護。
⑥	アトム通貨(新座支部)	埼玉県和光市 2010年8月	10、50、100、500馬力 1馬力=1円 発行額：年間約150万円	アトム通貨実行委員会新 座支部 参加団体：新座 市、商工会、185店舗	サンクスマネーとして広 め、訪れてよし、住んで よしのまちづくりに貢 献。	運営を商工会が担う。2015年度 から福祉、介護にも利用開始。

出典：高畑、岩松、段谷、辻村（2014）

2-3 アトム通貨に関するアンケート調査の概要

①調査目的

新座市のアトム通貨の現状を知り、更なる活用を促進し、これからの地域通貨の役割
を考えるため。

②調査対象、調査方法及び調査項目

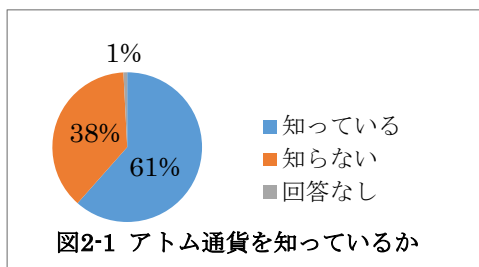
調査対象は新座市近隣に在住する市民である。調査方法は2014年10～2015年9月にア
ンケート用紙を配布し256件を回収した。2014年12月に志木駅前と新座市児童センター

質問の 카테고리	質問項目例
1 回答者の属性	性別、年齢、住所
2 アトム通貨について	認知度、使用の有無、使用しない理由、関心度、自由意見
3 新座市の印象	新座市の誇れるものを列挙

にてヒアリング形式の街頭アン
ケートを実施し69件を回収した。
調査項目は表2-3に記載の通りで
ある。

2-4 アンケート調査の結果及び考察

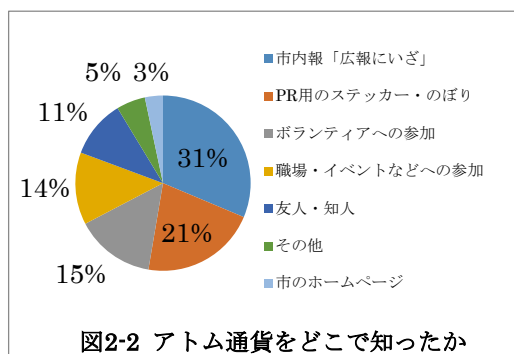
まずは、定量面の考察である。アンケートの有効回答数は325人でその内、新座市民が
247人（n=247）となっている。



最初にアトム通貨の認知度は、アトム通貨を知
っていると回答した人が152名で61%となっ
ており、予想以上に認知度が高いという印象である。

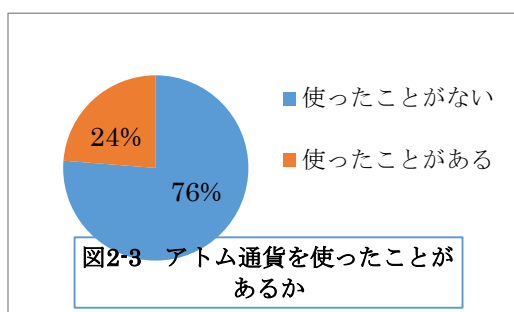
ではアトム通貨をどこで知ったのであろうか？
図2-2のように市内報「広報にいざ」が1番多く
て47人、次に「PR用ステッカー・のぼり」となっ
て

おり、やはり視覚から訴える広告物から知った人が多いという結果となった。ただし、3番目、4番目には「ボランティアへの参加」「職場・イベントへの参加」が続いており、体験型による認知も大きなポーションを占めていると考えられる。

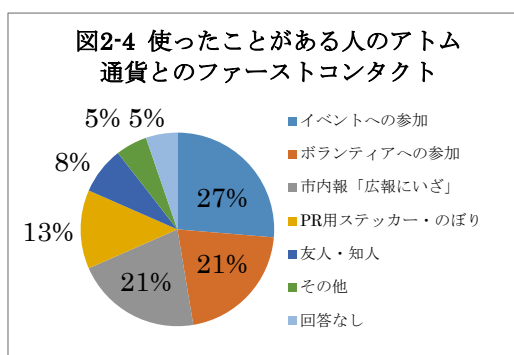


それでは、実際にアトム通貨を使ったことのある人はどれくらいいるのであろうか。図2-3のようにアンケートの結果は38人、24%であり、認知度に比べ低い数字となっている。

つまり、アトム通貨を知っている人は結構いるが、使ったことがない人が大多数を占めている。



更に、アトム通貨を使ったことがある人が、何でアトム通貨を知ったのか、つまりファーストコンタクトは何だったのかを調べてみた。その結果が図2-4である。



1番目、2番目が「イベントへの参加」「ボランティアへの参加」となっており、体験型によるものが48%と全体の約半分を占めており、「市内報」、「PR用のステッカー・のぼり」の34%よりも大きい。図2-2で示したように視覚に訴えた広告がアトム通貨の認知度を上げることに有効なことはわかるが、これだけではアトム通貨の使用に結び付かない。むしろ体験から得たアトム通貨だからこそ使用に直結すると考える。つまり、バーチャルよりもリアルな訴求の方が効果大という考察

がなされ、アトム通貨が更に浸透するには、このリアルな体験をどれだけ拡大できるかにかかっていると見えよう。

次に、定性面の考察である。アトム通貨への自由意見に着目してみた。全部で121件の自由意見があり、それを内容で分類してみた。

表 2-4 のように 7 つのカテゴリーに分類できたが、更に①と②を合わせて「アトム通貨

自由意見の内容		件数
①	アトム通貨を知らない	20件
②	アトム通貨の認知度が低い	19件
③	入手方法、使い方がわからない	16件
④	使用できる場所がわからない	25件
⑤	アトム通貨に対してネガティブな意見	14件
⑥	アトム通貨を「こうしたらよい」という改善提案	16件
⑦	その他	11件
合計		121件

の存在」、つまり『WHAT TO』に関する意見、また③と④を合わせて「アトム通貨の使い方」、つまり『HOW TO』に関する意見に注目しそれぞれを X 軸、Y 軸として考えてみると図 2-5 のようなマトリックスになる。

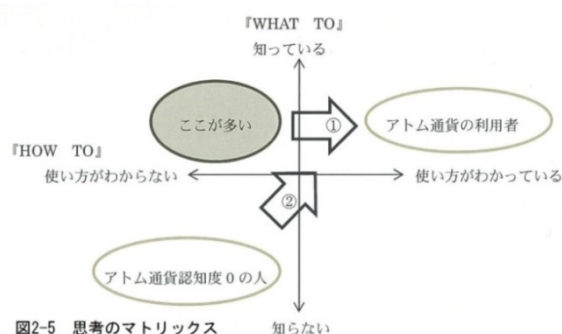


図2-5 思考のマトリックス

先に述べたように、アトム通貨を知っている人で使ったことがない人が多い、つまり図 2-5 のマトリックスで左上のエリアの人が多くになると想像できる。これを右上のエリア（アトム通貨を使ったことのある人のエリア）に移動させる方策つまり矢印①が重要となる。これは視覚型（バーチャル）のアプローチ

も有効であろう。「どうしたら貰えて、どこでどうしたら使えるのか」という問いに丁寧に答えたパンフレットを配布するなどの方策がある。また、使ってもら側側の商店街でも店頭で PR を行うことで効果が出てくると考えられる。

それから、体験型（リアル）のアプローチが更に有効だと考えている。ボランティアに参加したり、学校や地域のイベントに参加してアトム通貨を貰う。これによって矢印①は勿論のこと、矢印②の効果も期待できると考えている。図 2-4 の結果からも、アトム通貨の認知度 0 の人でもアトム通貨に直接触れることで、使用につながることをわかる。また、例えば、あの惣菜店ではアトム通貨を使えば、ポテトサラダが増量される、唐揚げのおまけがつくなども、体験型（リアル）のアプローチである。

従ってアトム通貨を流通させるためには最終的にはどれだけアトム通貨に直接触れさせるか、つまり体験型のアプローチ、この方策を地道にやるしかないと考える。体験型のアプローチを増やす、これが新座アトム通貨の今後の最重要課題であろう。

2-5 アトム通貨とまちづくり

前項ではアトム通貨のアンケート結果を基にアトム通貨の考察を進めてきた。これからはアトム通貨とまちづくりについて考えてみたい。

アトム通貨の流通には直接手に触れることが重要だと述べた。ボランティアの参加、学校行事・お祭りなどで手にすることが肝心である。これはコミュニティへの関わりを持つことに他ならない。つまり、アトム通貨が流通すればする程、コミュニティひいては、まちへの関わりを増やすことになる。とすれば、アトム通貨の流通が「まちの潤滑油」と言えないだろうか。冒頭で述べたように、日本古来の「縁」を担うものの一つに地域通貨が

当てはまるとすれば、このアトム通貨も「まちの潤滑油」になれると考える。

第3章 新座市のまちづくりの実践

3-1 まちづくりの実践事例（現状）

新座市では「すぐそこ新座春まつり」「栄四サンマまつり」「産業フェスティバル」「野火止用水クリーンキャンペーン」など地域が主催するまつり、市や商工会が主催するイベント、ボランティア活動などがある。これらのイベントでボランティアをした人にアトム通貨も配られている。ここに私たちが提案する「縁」ある社会にするためのツールが存在している。これを上手に活用することが新座市の活性化につながると考える。

3-2 野火止用水灯明まつり

ところで、前述したイベントの多くのものは、市が計画、主催、補助している。市民が発案した参画型のまちづくりが少ない。市民主催による市全域にわたる市民のためのイベントができないだろうか考えた。そこで、福岡市博多区美野島で行っている「美野島灯明納涼祭」を新座市でやってみようと思立った。美野島では、工場跡地を再開発することになり、当該地域の住宅戸数が 100 倍となった。その地域の旧住民にとっては「町内がどうなってしまうのだろう」など不安な気持ちが起こる。こうした不安を解消するために、地元で行われている納涼祭に、新旧の住民が協働で灯明を作りそれらを飾り、相互の融和を図った。昨年で 13 年目を迎える大きなまつりとなった。

新座市に長く住む人たちと新たに移り住んできた若い世代やその家族たちが融和を図れる場として、野火止用水灯明まつりを企画した。そのコンセプトを①親子・家族ぐるみで参加できる②コミュニティの発展に寄与する③野火止用水の知名度の向上、とした。まず、市内の子供たちや大学生に灯明の袋に絵や夢を書いてもらう、その袋を野火止用水の緑道沿いに並べて、その中に LED ランプを入れて明かりを灯す。その結果、子供たちだけでなくその父母や祖父母が足を運んでくれた。運営資金は地元の企業や商店に趣旨を説明して協賛してもらい、自治体他公共の資金に頼らずに調達できた。また、新座市に本社のあるサンケン電気株式会社の協力があり、1200 個の LED ランプを無償で借用することができた。結果として、他のイベント（ほたるの夕べ）との同時開催ということもあり、約 3500 人が観賞した。

3-3 コミュニティづくりの実践

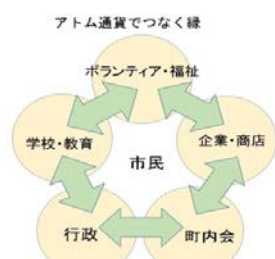


図3-1 アトム通貨による連関図

市民がコミュニティの一員として存在感を感じるには、ボランティア活動をしたり、教育や福祉の支援をしたり、町内会活動に参加し、まちの商店で買い物を楽しんだりすることであろう。ボランティアをする、アトム通貨がもらえる、それを使って物やサービスを受ける。その循環の中で人の「縁」が生まれる。それが回転してさらにその「縁」が熟成され、住み心地の良いまちとなる。その一助として野火止用水灯明まつりがあると考える。

野火止用水灯明まつりのコンセプトを共有して、その趣旨に沿って、例えば町内会がその地域エリア住民で灯明づくりから資金調達、灯明飾りまでを行う。小学校・中学校などは生徒と父母で校庭を使って灯明を飾る。介護・福祉団体や児童センター、子育て支援団体、あるいは自然保護活動団体が同様に動く。そこにはその共同体の構成員が「一緒に汗する」「一緒に助け合う」ことになる。そしてボランティア活動のお礼としてアトム通貨が介在する。それは図 3-1 のように人と人を「縁」でつなぐ媒体となる。

終章 人間関係の豊かな新座を目指して

新座市にとって、第 1 章で述べた 4 つの要因を地域の豊かさに変えるには「一緒に汗すること」と「一緒に助け合うこと」を目標とした行動指針をつくることにある。協働作業の社会、相互扶助の社会を構築することで、更に「安全で安心して暮らせる持続可能なまち新座」が生まれる。そして、協働作業、相互扶助を一人ひとりが実践することで、新座市に住む誇りを持つことができる。

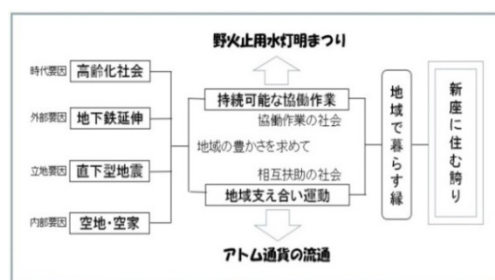


図 4-1 人間関係豊かなまち「新座」

「アトム通貨」は第 2 章で「まちの潤滑油」、第 3 章で「人と人とを縁でつなぐ媒体」と表現した。「アトム通貨」にコミュニティが期待するところは大きい。その効果を裏付けるものとして、新座市地域支え合い事業（有償ボランティア制度）への活用がある。支え合い事業への活用と同時に導入された 500 馬力券は表 2-1 にあるように毎年拡大している。つまり、「アトム通貨」は地域支え合い運動の一翼を担っているのである。また、アトム通貨の流通も使う側、使われる側が理解し合えば、地域通貨を使う誇りを感じることができる。

「野火止用水灯明まつり」は市民が企画・参画した貴重なまちづくり事業である。これが人と人の「縁」を生み出す源泉であり、持続可能な協働作業の一環と言える。「人と人とを縁でつなぐ媒体」つまり「人と人が縁で繋がるまち」こそが、これからのコミュニティに求められるものである。そして、これを「人間関係豊かなまち」と呼びたい。これこそが新座市が目指すものと確信する。

最後に本研究の結果から、新座市のこれからのまちづくりに対して提言を行う。

- 提言 1** 「人間関係豊かなまち」を目指すべく、地域支え合い運動の拡大を図る
- 提言 2** まちの潤滑油である「アトム通貨」の拡大を図る
 「アトム通貨」を体験できるようにイベントでの配布を積極的に実施
 商店街で付加価値を生み出せるような仕掛けづくりを奨励する施策の実施
 「アトム通貨サミット」を新座市で開催
- 提言 3** 市民の企画・参画事業である「野火止用水灯明まつり」の拡大・定着を図る
 学校や地元企業への参加も促し、市全体でのまつりに組織化を図る

【参考文献】

- ① 赤池学・水上武彦 (2013) 『CSV 経営：社会的課題の解決と事業を両立する』NTT 出版
- ② アトム通貨実行委員会 (2015) 『アトム通貨で描くコミュニティ・デザイン』新評論
- ③ 厚生労働省 (2016) 「平成 27 年 (2015) 人口動態統計の年間推計」
<http://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/jinkou/suikai15/dl/2015suikai.pdf>
(2016.03.12 アクセス)
- ④ 国立社会保障・人口問題研究所 (2013) 「日本の地域別将来推計人口 (平成 25 年 3 月推計)」<http://www.ipss.go.jp/pp-shicyoson/j/shicyoson13/6houkoku/houkoku.pdf>
(2016.03.12 アクセス)
- ⑤ 埼玉県危機管理防災部 (2014) 「平成 24・25 年度埼玉県地震被害想定調査 (本編)」
<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0401/higaisoutei/higaisouteihoukoku.html>
(2016.03.12 アクセス)
- ⑥ 高畑正・岩松二郎・段谷憲・辻村貴典 (2014) 「新座市の活性化と地域通貨に関する考察」『現代ビジネス研究所報告書 2014』昭和女子大学現代ビジネス研究所,pp89-90
- ⑦ 中村元気・横澤誠・木下貴史 (2008) 「コミュニティマネーの現状」『情報処理学会研究報告電子化知的財産・社会基盤』2008(10), pp.73-75
- ⑧ 新座市広報課 (2014) 『広報にいざ』No.966
- ⑨ 西部忠編 (2013) 『地域通貨』(福祉+α 3) ミネルヴァ書房
- ⑩ 薬師寺哲郎・高橋克也 (2015) 「日本における食料品アクセス問題」
http://www.maff.go.jp/primaff/meeting/kaisai/pdf/20130711_access.pdf (2016.03.12
アクセス)