

ポイント経済と電子マネー、地域通貨に関する考察

The Point Economy , Electronic Money and Regional Money

小西英行

KONISHI Hideyuki

はじめに

企業が発行するポイントやマイレージの年間発行額が 2005 年度には 4500 億円を超え（安岡 2007）、それがネットワーク化されて交換可能になることで、ポイント経済は擬似通貨的な要素を強めてきている。しかしながら交換の比率、交換できるポイントの組み合わせや方向など、制約も多く、法定通貨としてのマネーとしての機能から見れば、欠けている機能がある。その一方で、ポイントの価値は受け取る特典や交換する相手先ポイントによって大きく変動することや、貯める楽しみや使う楽しみなど、法定通貨にはない魅力的な要素もある。

そこで本稿では、マネーの役割と歴史を再考し、さらに電子マネーや地域通貨など、ポイント経済との親和性の高いバーチャル・マネーについて、その特徴を比較することで、ポイント経済の通貨としての可能性を検討する。

[付記] なお本稿中の各種データは、特に断りのない限り 2007 年 1 月現在のものである。

マネーの役割・歴史とポイント経済

マネーとは一般に、価値尺度、貯蔵手段、そして交換手段の 3 つの機能を果たすものと考えられる。ポイント経済には、その本質的な機能として価値尺度と貯蔵手段を備えており、ネットワーク化によって他の発行主体のポイントや電子マネーと交換できるようになってきており、交換手段としての機能も備えるようになってきている。その意味で、ポイント経済は既にマネーとしての最低条件をクリアしていることになる。しかし法定通貨としてのマネーの代わりに流通出来るほど、確かなマネーであるわけでもない。G. Edward Griffin(1998)は、マネーの歴史を商品貨幣、預り証貨幣、強権(不換)貨幣、部分準備貨幣に分類している。そこでまず、マネーの歴史と役割をこの 4 分類によって検討し、マネーの特徴を明らかにする。

商品貨幣

マネーが登場する前には物々交換が行われていた。物々交換とは同等の価値を持つ品物を直接交換することである。ここで重要なのは、品物「それ自体に価値がある」ことで、そうでなければ相手は受け取らない。物々交換を繰り返しているうちに、自然とよく使われる品物が生まれてくる。例えば米などの穀物や、塩などのある種の食料であり、後で他のものと交換できる価値を持つことが保証されるからである。これを「商品貨幣」と呼ぶ。「商品貨幣」はその後、食料品以外の品物、特に金をはじめとする貴金属が利用されるようになった。「貴金属」は正確に計量できること(価値尺度)や腐敗して目減りしないこと(貯蔵手段)そして手軽に輸送できること(交換手段)から、マネーとしての機能を果たす最初の貨幣であった。

預り証貨幣

預り証貨幣とは、紙幣のことである。貴金属としての貨幣が広く流通するようになると、日常的な買い物に必要とする以上の貨幣を安全な場所に保管するというニーズが生まれる。商売上貴金属を大量に扱う金細工師は、貴金属を保管する頑丈な金庫を持っており、そういうニーズを受け入れて貸金庫業を営むようになり、預かった貨幣の預り証が現在の紙幣のように流通し始めた。

不換紙幣

不換紙幣とは、「法貨として定められた、金あるいは銀の裏づけがない紙幣」である。すなわち、それ自体に価値がなく、法律で受け取りを強制しなければいけない紙幣である。政府が価値の無い紙幣を実体のある商品やサービスと交換する唯一の方法は、市民にそれ以外の逃げ道を与えないことである。不換紙幣を使えば、政府は増税しなくても歳出を増やすことが出来る。さらに不換紙幣はマネーサプライの無制限な増大を可能にし、その結果としてインフレをもたらす、いわば隠れた徴税システムに他ならない。

部分準備貨幣

部分準備貨幣とは、「額面の一部までは貴金属の裏づけがある紙幣」である。つまり一部は預り証貨幣で、一部は不換貨幣である。よって、銀行は預金の支払い準備率を引き下げることでマネーの供給量を増加させることが出来、準備率を0にすることで、最終的には不換紙幣へと移行することになる。その意味で部分準備貨幣は、預り証貨幣から不換貨幣への移行期の貨幣であるといえる。

マネーの特徴とポイント経済の特徴

「それ自体が価値を持つ」というマネー登場の歴史的な特徴からすれば、通貨としてのポイント経済もそれ自体に価値を持つことが望ましい。しかしながらポイント経済の発行形態は電子的磁気的なものが大半で、それ自体に価値があるとは到底考えられない。

また「預かり証貨幣」としてのマネーの特徴からすれば、通貨としてのポイント経済はいつでも即時に価値を保証されたモノ、例えば金や銀などの貨幣と交換されることが望ましい。ポイント経済は多くの場合ポイントと同額⁵の法定通貨で手に入れられる商品やサービスと交換することが出来るが、いわゆる金本位制のような兌換紙幣ではない。

さらに不換紙幣や部分準備貨幣としての特徴からすれば、通貨としてのポイント経済はポイント発行主体が、ポイントの発行量を自由にコントロールし、ポイントという信用による新たなポイントの発行がなされることになる。

上記のようなマネーが持つ特徴から検討すると、現時点ではポイント経済が直ちに通貨として利用されることはないであろう。しかしポイント経済がネットワーク化し、電子マネーや地域通

⁵ ポイントの単位は様々で、多くの場合1ポイント=1円であるが、中には10ポイント=1円や1ポイント=5円なども存在する。その目的も、分かり易さを重視するか、見かけ上のポイントを大きくして貯めるインセンティブにするなど様々である。

貨と融合することで、ポイント経済は通貨としての役割に近づいていくことになる。

次節以降、ポイント経済と電子マネー、地域通貨との相違点を検討することで、ポイント経済の通貨としての可能性を議論する。

ポイント経済と電子マネー、地域通貨

ポイント経済をマネーとして捉えた場合、価値尺度、貯蔵手段、そして交換手段の3つの機能を持っているので、基本的には現実の通貨(リアル・マネー)としての法定通貨と同様な機能を持っているといえる。また、電子マネーや地域通貨などのポイント経済との親和性の高い仮想通貨(バーチャル・マネー)と同じような機能も持っている。以降、電子マネーと地域通貨の特徴とポイント経済の相違点を検討することで、ポイント経済の通貨としての機能を議論する。

電子マネーの特徴とポイント経済

電子マネーは、ペーパーレス・マネーとも呼ばれるように、物理的な実体が無いマネーである。この点はポイント経済も同様である。

電子マネーは先払い(プリペイド)であれ、後払い(ポストペイド)であれ、リアル・マネーとひも付きの形で発行されているが、電子マネー発行機関の準備預金を超えて発行されれば、マネーサプライの増加をもたらす。そしてポイント経済もあくまでも販売額に対するおまけの形で付与され、決して販売額を超えることはないはずである。理論的にはそうであるが、販売額を超えたポイントの付与や、販売額とは無関係に付与されれば、これもマネーサプライの増加をもたらす可能性がある。

またそもそも、リアル・マネーとしての法定通貨は、不換通貨であり、法律によってその存在が規定されているに過ぎなくて、また法律を運用する国家によってその供給量がコントロールされている。少なくとも今まではそうであった。すなわち、電子マネーやポイント経済の登場によって、マネーサプライのコントロールが国家から民間に一部移行する可能性を持っているということである。しかし民間によるマネーサプライの管理は極めて危険である。歴史上において、数多くの国家がマネーサプライの管理に失敗し、インフレを引き起こし、銀行が破綻していったという現実から見ても、法的警察的権力を持つ国家ですら必ずしも十分に管理できたとはいえないマネーサプライを、民間企業でコントロールすることは困難であると考えるのが普通である。

かつて電子マネーとポイント経済の大きな相違点は、その通用範囲であった。現在でも電子マネーは通用範囲が広く、ポイント経済は限られた企業や企業グループ内でしか通用しない。しかしながら、ポイント経済がネットワークによる交換によって直接電子マネーと交換されることによって、ポイント経済の通用範囲が広がる。もちろん、ポイント経済を電子マネーと交換する多くの場合、ポイント価値が目減りすることになるし、ポイント発行側からしてもせっかくポイントで囲い込んだ顧客をみすみす他へ逃がす恐れがあるので、あまり普及しているとはいえない。

地域通貨の特徴とポイント経済

地域通貨の特徴は、まず使用範囲が限られた地域内であること、そして有効期限を有することにある。ポイント経済も限られた範囲内で流通すること、そして多くは有効期限を有しており、

この意味では同じような特徴を持っていることが分かる。有効期限の存在は貯まった価値を早く利用することで、経済を早く回転させる効果を持ち、地域通貨では有効期限に加えて、時間とともに価値が減っていくような仕組みもある。すなわち、例えば100円分の地域通貨は、今月中に利用すればそのまま100円として通用するが、1ヵ月後には90円の価値として、2ヵ月後には80円の価値としてしか通用しないというように、1月ごとに10%ずつ価値が減算していくという仕組みである。

ポイント経済にも同様の仕組みがある。すなわち、貯めたポイントを使うタイミングや場所によって価値が異なるという仕組みである。家電量販店のポイント150%利用キャンペーンにおいては、1000円分のポイントが1500円分の価値として利用できるし、ポイントを多く貯めることによって、より還元率の高い特典と交換できることなどである。すなわち、法定通貨の1000円は、日本中どこに行っても、いつ利用しても1000円の価値があるのに対し、地域通貨やポイント経済は、その価値が時間、場所、条件によって大きく異なるという顕著な特徴を持っているといえる。

また、地域通貨は実需に基づいて発行されるためにマネーサプライの増加が起らず、また物質循環の形成によって「持続可能性」をビルト・インすることができる。そういう意味で地域通貨は「エコ・マネー」とも呼ばれる。換言すれば、地域通貨におけるマネーは非商業的な「ボランティア・マネー」であり、ポイント経済は商業的な「コマーシャル・マネー」ともいえよう。

以上のように地域通貨とポイント経済は多くの共通する仕組みを持っており、地域通貨による「ボランティア・マネー」と、ポイント経済による「コマーシャル・マネー」がうまく結びつくことで、通貨としてのポイント経済の可能性が高まると考えられる。

通貨としてのポイント経済の可能性～まとめと今後の課題～

以上見てきたように、ポイント経済は電子マネーや地域通貨と融合することで、「通貨」としての役割を果たしはじめている。確かに交換プロセスが汎用性や即時性を持つことや、発行機関である民間企業の信用の問題など、問題点もたくさんある。

しかしながら、ポイント経済が電子マネーや地域通貨と融合し、「コマーシャル・マネー」と「ボランティア・マネー」が結びつけば、環境問題や社会問題など多くの課題を解決する可能性を持っているともいえる。例えば、ボランティアで貯めたエコポイントによって税金や国民年金の支払いを可能にし、更にこのエコポイントをポイント経済経由で電子マネーに交換する場合よりも、税金や国民年金に支払う場合に価値を2倍に高めるといような政策が採られれば、ボランティアをする人も増え、また国民年金の滞納率も減るはずである。具体的な数字を挙げると次のようになる。ボランティアで貯めた10000円分のポイントは、そのまま電子マネーなどの「コマーシャル・マネー」と交換すれば10000円分のままでの価値であるのに対し、税金や国民年金の支払いに当てれば、20000円分の価値を提供することになる。もちろんその差額は税金によってまかなわれるのであるが、法定通貨としてのマネーが、実体の無い預金や借金から信用創造されていて、それを返済出来るのは最終的には人間の労働価値でしかないとする説(G. Edward Griffin1998)もある。実需を基盤としたポイント経済は、ポイント経済に実需の裏づけがあるという意味で、実体経済を基盤とした存在である。この議論はやや極端かもしれないが、法定通貨

が実体の無い虚構のマネーである以上、より価値があると人々が感ずる交換手段へと移行する可能性を秘めている。今後ともポイント経済の発展に注目していきたい。

<参考文献>

- ・ Brian P. Woolf(1996): “Customer Specific Marketing”: Teal Books (上原 征彦 監訳 (1998): 『顧客識別マーケティング』: ダイヤモンド社
- ・ Brian P. Woolf(2001): “Loyalty Marketing: Second Act”: Teal Books(中野 雅司 訳(2001): 『顧客ロイヤルティ・マーケティング』: ダイヤモンド社
- ・ G. Edward Griffin(1998): “The Creature from Jekyll Island”: American Media Inc. (吉田 和子 訳(2005)、 『マネーを生みだす怪物～連邦準備制度という壮大な詐欺システム～』、 草思社
- ・ 加藤 敏春(1998)、 『エコ・マネー』、 日本経済評論社
- ・ 加藤 敏春(2001)、 『エコ・マネーの新世紀』、 勁草書房
- ・ 加藤 敏春(2002)、 『エコ・マネーはマネーを駆逐する』、 勁草書房
- ・ 金岡 良太郎(1996)、 『エコ・バンク』、 北斗出版
- ・ 小西 英行(2002)、 「航空会社のリレーションシップ・マーケティングに関する考察」、 富山県経済月報
- ・ 小西 英行(2004)、 「カード・マーケティングの需要創造・信用創造機能～ポイント経済のプロモーション効果を中心として～」、 富山国際大学地域学部紀要 第4巻
- ・ 小西 英行(2005)、 「ポイント経済と関係性マーケティング」、 富山国際大学地域学部紀要 第5巻
- ・ 小西 英行(2007)、 「CRMの本質とポイント経済」、 富山国際大学地域学部紀要 第7巻
- ・ 西垣 通 編(1999)、 『電子貨幣論』、 NTT出版株式会社
- ・ 野口 恒(2001b)、 「地域経済の活性化を推し進め、コミュニティ活動を支援するコミュニティ・カードの展開」、 Card Wave 2001.11
- ・ 野口 恒(2002)、 「ボランタリー経済とコマーシャル経済を結ぶ地域通貨はICカード普及の切り札となるか!？」、 Card Wave 2002.4
- ・ 大崎 孝徳(2003a)、 「商店街における多機能型ICカードを活用した関係性マーケティング～“つれてってコミュニティ・カード” 成功要因分析～」、 長崎総合科学大学紀要 第44巻第1号
- ・ 高橋 由里 他(2007)、 「ポイント・カード大氾濫!～財布の中の見えない「お金」～」、 週間東洋経済 1月20日号
- ・ 安岡 寛通(2007)、 「新通貨概論～構造変革を促す起爆剤」、 週間東洋経済 1月20日号
- ・ 日本経済新聞(日経新聞)
- ・ 日経流通新聞(日経MJ)

