

デジタル地域通貨 ICHICO を核として地域課題の解決を考える



千葉県市川市 藤崎 亮

はじめに

イギリスのシンクタンクである New Economics Foundation が提唱した「漏れバケツ理論」は、地域経済を一つのバケツに例え、企業誘致や観光振興、投資促進等によって地域内に資金を呼び込んだとしても、地域外での消費やエネルギーの購入、域外からの従業員の雇用といった「バケツの穴」が存在すれば、水が穴から漏れ出すように資金は地域外へ流出し、結果として地域経済は衰退を招くという考え方である。

地域経済の発展を持続可能なものとするためには、こうした「バケツの穴」を塞ぐこと、すなわち、地域外への資金流出を抑制することが重要であり、地方自治体には、その役割を主体的に担っていくことが求められている。

そこで、本レポートでは、市川市（以下「本市」という。）における最大の「バケツの穴」である「民間消費の流出」を地域課題として位置付ける。その上で、この課題の解決に向け、本市が令和6年度から市内全域で導入しているデジタル地域通貨 ICHICO（以下「ICHICO」という。）に着目し、事業効果を最大化するための具体的な政策提案を示しながら、今後のあり方について考察していく。

第1章 地域課題の背景と状況

本章では、地域課題である「民間消費の流出」の背景とその現状を明らかにする。

1 地域課題の背景

(1) 地理的条件

本市は、千葉県北西部に位置する人口約50万人の都市である。江戸川を隔てて東京都と接し、市のほぼ全域が都心から20km圏内に位置している。市内には7つの鉄道路線と3つの自動車専用道路が整備され、その地理的条件や高い交通利便性を背景に継続的な発展を遂げてきた。

一方で、周辺には我が国最大の経済集積地である東京都をはじめ、千葉県の商業中心都市である千葉市、準商業中心都市である船橋市や柏市、印西市等が位置している。本市はこれら周辺都市の商圈に一部包含、または、近接しており、このことが地域課題である「民間消費の流出」を招く一因となっている。

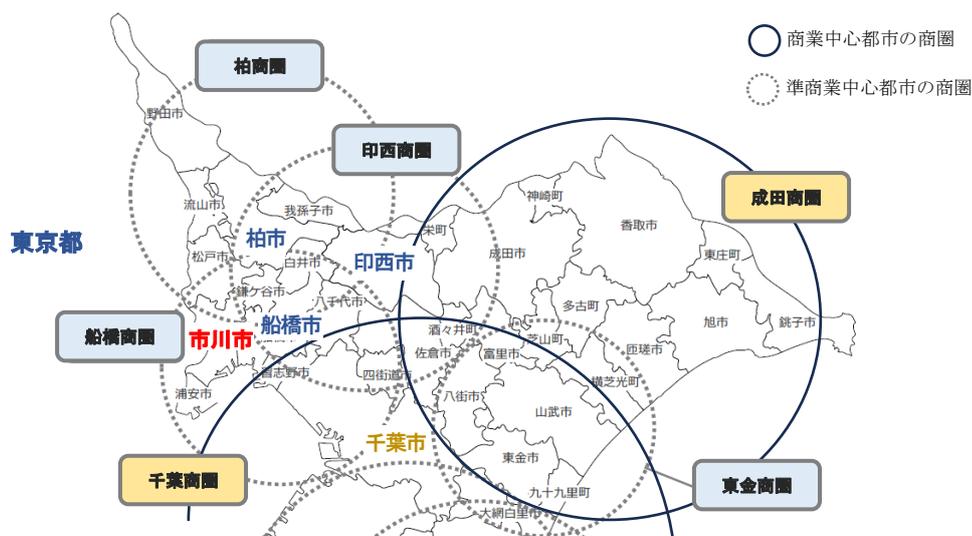


図1 千葉県の主要商圏の分布（近隣のみ抜粋）

※千葉県「令和6年度消費者購買動向調査報告書」をもとに作成。

(2) 都市の特徴

本市は、平日・休日問わず、日中に市内で過ごす市民の割合が低いという特徴がある。

「令和2年国勢調査」（総務省統計局）によると、通勤・通学者の半数以上が市外に移動しており、本市の昼夜間人口比率（夜間人口100人当たりの昼間人口の割合）は、80.8%にとどまっている。これは、千葉県下の人口30万人以上の自治体の中で最も低く、日中における活動拠点が市外にある市民の割合が高い、いわゆるベッドタウンとしての特徴が顕著であることを示している。

表1 千葉県各自治体の人口及び昼夜間人口比率（人口30万人以上の自治体のみ）

自治体	昼夜間人口比率	住民基本台帳人口 (令和7年10月末現在)
千葉市	98.1%	986,895人
柏市	91.8%	439,627人
船橋市	84.4%	652,519人
松戸市	82.4%	502,005人
市川市	80.8%	498,298人

※各市公式 Web サイト、令和2年国勢調査をもとに作成。

2 地域課題の現状

(1) 地元購買率

前述の地理的条件や都市の特徴が市民の消費行動を与えている影響について、「令和6年度消費者購買動向調査報告書」（千葉県）の地元購買率（市民の全消費額のうち、市内で消費された割合）を用いて把握する。

同報告書によると、衣料品、飲食、食料品における本市の地元購買率は、千葉県下の人口30万人以上の自治体の中で、いずれも最も低くなっている。

特に、衣料品や飲食といった嗜好性の高い分野において、地元購買率が大きく下回って

いることから、商業やサービス機能が集積した周辺都市で買物や外食が行われている実態がうかがえる。さらに、日用品である食料品の地元購買率が低いことは、本市は、日常的な消費行動を行う生活圏そのものが市外と一体化していることを示している。

表2 市町村別／地元購買率（衣料品・食料品・飲食）

衣料品			飲食			食料品		
自治体	地元購買率	県下順位 (全54自治体)	自治体	地元購買率	県下順位 (全54自治体)	自治体	地元購買率	県下順位 (全54自治体)
県全体	43.9	-	県全体	57.1	-	県全体	79.1	-
千葉市	81.4	1	千葉市	98.1	1	千葉市	97.6	1
柏市	77.5	6	柏市	91.3	6	柏市	94.7	7
船橋市	70.0	8	松戸市	87.9	10	松戸市	90.1	14
松戸市	65.4	10	船橋市	84.3	14	船橋市	85.9	22
市川市	50.9	18	市川市	70.3	18	市川市	84.0	23

出典：千葉県「令和6年度消費者購買動向調査報告書」
※人口30万人以上の自治体のみ抜粋

(2) 消費流出額

次に、「民間消費の流出」の状況を「2022年地域経済循環分析」（環境省、株式会社価値総合研究所）を用いて金額ベースで把握する。同分析によると、本市における地域住民消費額は1兆5,166億5千万円であるのに対し、地域内消費額は1兆1,079億2千万円にとどまっている。その差額である4,087億3千万円は、地域外（市外）へ流出していると推計されている。この消費流出の規模は、千葉県下の人口30万人以上の自治体の中で最大であり、本市において、「民間消費の流出」が重要な地域課題となっていることを端的に示している。

表3 消費の流入・流出の状況

自治体	地域住民消費額 (億円)	地域内消費額 (億円)	地域外流出額 (億円)	流出率
千葉市	22,390.3	27,790.0	-5,399.7	-19.4%
柏市	10,720.0	11,274.3	-554.3	-4.9%
船橋市	17,775.3	15,486.0	2,289.3	14.8%
松戸市	13,367.2	11,178.5	2,188.7	19.6%
市川市	15,166.5	11,079.2	4,087.3	36.9%

※地域内消費額は、地域内の民間消費（誰が消費したかは問わない）を表す。
 ※地域住民消費額は、地域住民の民間消費（どこで消費したかは問わない）を表す。
 ※流出率（%）＝（地域住民消費額－地域内消費額）／地域内消費額×100
 ※「国民経済計算」、「県民経済計算」、「国勢調査」等により作成。

出典：環境省、株式会社価値総合研究所「2022年地域経済循環分析(Ver. 9.1)」

第2章 デジタル地域通貨「ICHICO」について

本章では、本市が地域課題「民間消費の流出」の解決手段として位置付ける ICHICO の概要や特徴、成果について整理する。

(1) ICHICO 導入の経緯

本市はこれまで「民間消費の流出」を重要な地域課題として認識し、その解決に向け

取り組んできた。その一環として、平成21年度から令和2年度において、計5回のプレミアム付商品券事業（購入金額に対して金銭的価値を加算した市内限定の商品券を発行する事業）を実施しているが、紙媒体での商品券の発行や各店舗との調整に伴う事務負担が課題となり、一過性の取組となっていた。

こうした状況を踏まえ、本市は、事務負担の軽減と継続的な運用が可能となるデジタル地域通貨に着目し、令和5年度に一部地域で実証実験を行った後、令和6年度から ICHICO を市内全域で導入している。

(2) ICHICO の事業目的

ICHICO の事業目的は、「地域経済の活性化」と「市民活動の活性化」である。このうち、「地域経済の活性化」は、市内の加盟店限定で利用可能な地域通貨の特性を通じて、地域内における経済循環を促進するもので、本市の地域課題である「民間消費の流出」の抑制に直結するものである。なお、もう一方の目的である「市民活動の活性化」については、後述する。

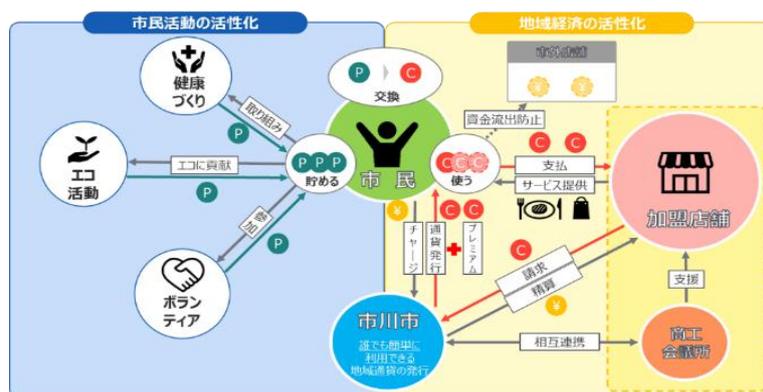


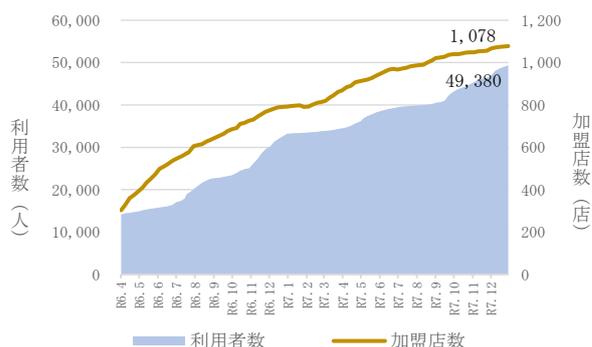
図2 ICHICO のイメージ図

(3) ICHICO の概要

ICHICO は、スマートフォン専用アプリ「chiica」または専用カードを用いた市内の加盟店限定のキャッシュレス決済システムである。利用者（市民以外も対象）は、クレジットカードまたはコンビニの ATM により、ICHICO ポイントをチャージ（現金から ICHICO に変換）でき、加盟店で1ポイント=1円として支払いに利用できる。

令和6年4月に ICHICO を市内全域で導入して以降、着実に事業拡大が図られており、令和7年12月末時点で、利用者数は49,380人、加盟店数は1,078店となっている。

また、令和6年度中の利用実績は約16億7,500万円で、令和7年12月までの実績を合わせた累計利用金額（実証実験期間を除く）は、約41億3,100万円となっている。



※R6.4の利用者数と加盟店数実証は実験期間(R5.5～R5.9)を引き継いでいる

図3 利用者数と加盟店数の



図4 累計利用金額

(4) ICHICO の特徴

① 高水準のポイント還元率

ICHICO の特徴として、まず挙げられるのが、高水準のポイント還元率である。具体的には、通常時において、中小企業・個人事業主の店舗で5%、大企業の店舗で1%のポイント還元を行っているほか、定期的実施されるポイント還元キャンペーン期間中においては、中小企業・個人事業主の店舗で15～20%、大企業の店舗で5～10%まで還元率が引き上げられる。

大手キャッシュレスサービスのポイント還元率が1%程度であることを鑑みれば、現在のICHICOの還元率は、十分な優位性を持っており、市内での消費喚起やICHICOの利用拡大、市民生活の経済的支援等につながっている。

なお、店舗により、還元率に差を付けているのは、中小企業・個人事業主へ消費を誘導することで、大企業の店舗における消費に伴う本社（市外）への消費の流出を抑制するためである。

② 特定品目の重点支援

また、通常のポイント還元キャンペーンに加え、特定の品目の購入を促すためのキャンペーンも実施している。

これまで、省エネ家電（カーボンニュートラルの推進を目的としたもの）や防犯用品（市内で強盗事件が発生したことに伴い防犯対策の促進を目的としたもの）、防災用品・備蓄品（防災対策の促進を目的としたもの）、お米（米価高騰に伴う経済的支援を目的としたもの）を対象に、いずれも30%のポイント還元を実施している。こうした取組により、本市はICHICOを単なる決済手段にとどめることなく、社会情勢や行政課題に応じて消費行動を誘導する手段としても活用している。

③ 経済波及効果の最大化

上記のような経済的支援を、従来のように給付金や補助金等の形式で現金給付（口座振込）とした場合、その資金は、市外での消費はもとより、オンラインショッピングでの消

費、さらには貯蓄に回る可能性がある。これに対し、ICHICO によるポイント還元は、市内の加盟店での利用に限定されていることに加え、還元されたポイントの利用期限により、一定期間内に市内で再消費されることが担保されている。

還元されたポイントが市内での更なる消費を誘発することで、地域内経済循環が生まれ、一回限りの給付を上回る経済波及効果を生み出しており、還元したポイント自体を地域経済への投資とすることが可能となっている。



図5 ポイント還元キャンペーンのチラシ

④市民活動のインセンティブ

次に ICHICO の特徴として、市民活動のインセンティブを挙げる。「民間消費の流出」の背景と同様に、日中に本市で過ごす市民が少なく、市民同士や市民と地域のつながりが希薄化し、地域への愛着が醸成されにくい状況となっている。その結果、「市民活動の停滞」が地域課題として顕在化している。本市では、こうした地域課題に対応するため、ICHICO をインセンティブとして活用し、「市民活動の活性化」を図っている。なお、「市民活動の活性化」は ICHICO の事業目的の一つであるが、本レポートでは、「民間消費の流出」に着目することから、特徴として整理する。

代表的な例として、自治会活動等へのインセンティブを挙げる。本市の自治会加入率は、世帯数の増加に反して減少傾向にあり、令和元年度の55.1%から令和7年度には49.7%へと低下しており、担い手不足による地域基盤の弱体化が危惧されている。

そこで、本市では、新たに自治会へ加入した世帯に対して3,000ポイントを付与するとともに、加入を受け入れた自治会に対しても、1世帯あたり500ポイントを付与している。加えて、自治会活動の支援を行う「自治会活動サポート学生ボランティア」へ参加した学生に対し、1回の活動につき1,000ポイントの ICHICO ポイントを付与し、自治会への加入促進と自治会活動の活性化を図っている。

その他にも、清掃活動（表4においては「江戸川クリーン作戦」）等の個人の単発のボランティア活動にもインセンティブとして ICHICO ポイントを付与するなど、多角的な視点で市民活動の活性化を図っている。

⑤個人の行動変容のインセンティブ

市民一人ひとりの行動変容を促すインセンティブとしても ICHICO が活用されている。

代表的な例として、健康ポイント「Aruco」との連携を挙げる。健康ポイント「Aruco」は、市民の日々の歩数や体組成計・血圧計での測定に対して付与されるもので、獲得したポイントは ICHICO ポイントに変えることが可能となっている。例えば、一日の歩数が 8,000歩に達すると、20Aruco を獲得でき、500Aruco が貯まると、500ICHICO (=500円) に変換することができる。令和7年3月末現在で6,716名の市民が利用しており、本市が政策的に推し進める「健康寿命の延伸」に寄与している。

その他、高齢者の運転免許証の自主返納やフードドライブへの協力等のインセンティブにも ICHICO を活用しており、個人の行動変容を促すことで、社会課題の解決を図っている。

表4 ICHICO ポイントの付与メニュー（代表的な例）

No.	テーマ	事業・制度名	対象者	付与ポイント数
1	災害に備える	防災訓練	防災訓練を実施した自治会・自主防災組織	3,000ポイント/1団体
2		防災講演会（自主防災組織主催）	防災講演会を実施した自治会・自主防災組織	3,000ポイント/1団体
3		防災講演会（市・自治連連共催）	講演会の受講者	300ポイント/1人
4		防災啓発イベント	イベントの参加者	300ポイント/1人
5	人とつながる	自治会加入促進	新たに自治会へ加入した世帯 上記の世帯が加入した自治会	3,000ポイント/1世帯 500ポイント/1世帯
6		自治会活動サポート学生ボランティア	自治会行事やWeb制作等の手伝いをした大学生	1,000ポイント/1回
7		商店会応援ポイントラリー	期間中に商店会で買物や飲食をしたり、サービスを受けた者	450ポイント/1人
8		地域の担い手応援	法律に基づき任命され、報酬を受けることなく地域で活動している職	2,000ポイント/1人
9		協定団体公式戦観戦	市と協定を締結した団体のホームゲーム観戦者	300ポイント/1人
10		市主催スポーツイベント	イベントの参加者	300ポイント/1人
11	環境を守る	エコポイント制度	満点エコカードを取得した市民等	300ポイント/1枚
12		いちかわオープンガーデン2024	スタンプラリーに参加した市民等	20ポイント/1庭
13		地球温暖化防止特別講演会	講演会の受講者	300ポイント/1人
14		未来ノート	未来ノート事業にて授業を実施した講師	1,000ポイント/1人
15		江戸川クリーン作戦	江戸川クリーン作戦の参加者	50ポイント/1人
16		フードドライブ	食品の寄附者	50ポイント/1回
17	環境フェア	イベント運営の手伝いをした大学生	200ポイント/1人	
18	共に学ぶ	デジタル講座事業	講座の受講者	1,000ポイント/1人
19		いちかわ歴史スタンプラリー	スタンプラリーの参加者	500ポイント/1人
20		いちかわ検定	受検者	50ポイント/1人
21	健康に取り組む	健康ポイント事業Aruco	「歩く」「測る」等の健康づくりに取り組む市民	1,000ポイント/1回
22		健康経営推進事業	特定健診・がん検診を受診したICHICO加盟店の従業員	1,500ポイント/1回
23		健康講演会	講演会の受講者	300ポイント/1人
24	その他	運転免許証の自主返納	新たに運転免許証を自主的に返納した市民	10,000ポイント/1回
25		eモニター制度	アンケートの回答者	800ポイント/20回

(5) ICHICO の成果

次に、ICHICO 導入の成果について、市内全域での導入を開始した令和6年度の実績をもとに把握する。

令和6年における ICHICO の経済効果の合計は、推定9億7,000万円に上っている。その内訳を見ると、消費を市外から市内へ呼び戻した額は4億8,100万円に達しており、地域課題である「民間消費の流出」の抑制に効果を上げていることが確認できる。また、各種キャンペーン等より新たな消費を喚起した額は3億500万円となっている。これら直接的な効果に加え、関連産業への波及を含めた経済波及効果は1億8,600万円に上っており、ICHICO は本市の経済活性化につながっていると結論付けることができる。

さらに、加盟店へのアンケートでも約52%が「新たな顧客を獲得できた」または「新た

なりピーターを獲得できた」、或いはその両方と回答するなど、ICHICO が加盟店の顧客獲得等にも寄与している。

加えて、多種多様なインセンティブとして ICHICO を活用した結果、利用者アンケートにおいて、89%が地元への関心や愛着が「高まった」または「少し高まった」と回答しており、もう一つの事業目的である「市民活動の活性化」の前提となる地域への関心、愛着の醸成にもつながっている。

表5 ICHICO の経済効果（令和6年度）

効果	説明	算出方法
市外から市内へ消費を呼び戻した額 4億8,100万円	普段使うお金のうち、市川市外・インターネット購入する金額から、今回 ICHICO を利用して使われた金額	算出方法：利用者を対象としたアンケート調査結果より算出 ・アンケート回答結果 14,560円/人 ・14,500円/人 × 33,200人 = 4億8,100万円
消費喚起額 3億500万円	普段の消費額と比べた消費増加額	算出方法：利用者を対象としたアンケート調査結果より算出 ・アンケート回答結果 9,221円/人 ・9,200円/人 × 33,200人 = 3億500万円
経済波及効果 1億8,600万円	ICHICO がきっかけとなって、関連する産業や地域全体へ影響を与えた額	平成27年「千葉県 産業連関表（統合大分類、生産者価格変換後）に基づく生産誘発額の算出方法を準用し算出

出典：市川市「デジタル地域通貨 ICHICO 経済効果測定および事業モデルの検討」

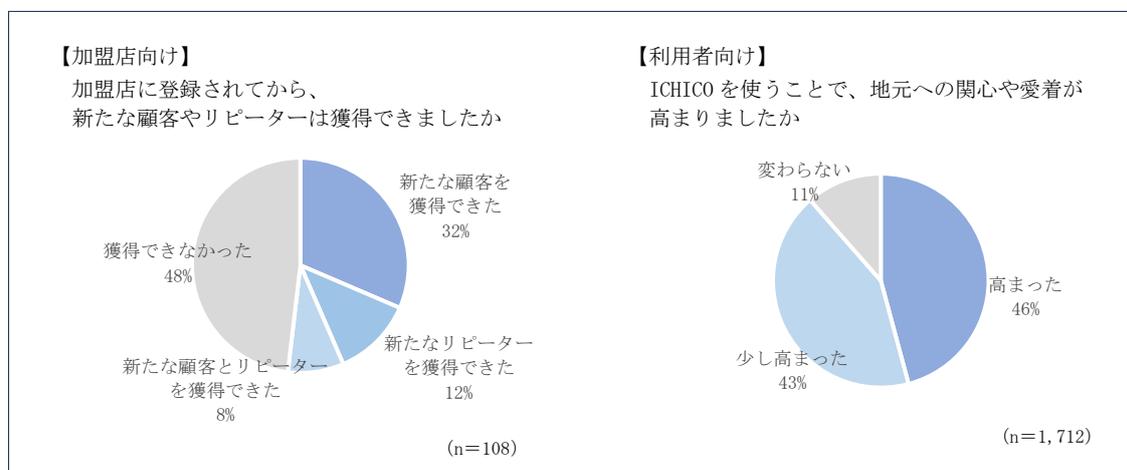


図6 ICHICO に関するアンケート結果（令和6年度実施）

※市川市「デジタル地域通貨 ICHICO 経済効果測定および事業モデルの検討」をもとに作成。

第3章 地域通貨を取り巻く状況

本章では、我が国の地域通貨を取り巻く状況等について整理し、ICHICO との比較を行う。

1 地域通貨の推移とトレンド

我が国における地域通貨の稼働状況は、時代とともに大きく変容してきた。泉、中里らの調査によれば、2024（令和6）年12月現在、国内で稼働している地域通貨（デジタル・

アナログを含む) は184件となっている。(泉、中里2025)

その推移を見ると、地域通貨は2000(平成12)年頃から、エコマネー型(ボランティア活動や地域活動への参加に対して付与され、地域内で買い物等に利用できるにポイント等を指す。)を中心に急増し、2005(平成17)年には306件とピークを迎えたが、事務負担の増大や経済的な実効性の乏しさといった課題が顕在化し、その後は減少・横ばい傾向が続いていた。

ところが、近年、再び地域通貨が増加に転じており、その背景には、スマートフォンの普及やQRコード決済の浸透に加え、ブロックチェーン技術等の活用による、発行・運用コストの大幅に低減があるとされている。さらに、新型コロナウイルス感染症の蔓延に伴う非接触決済のニーズ拡大や、本市もICHICOのイニシャルコストに充当している国の「デジタル田園都市国家構想交付金」等の支援が追い風となり、新規導入の地域通貨の約9割以上がデジタル地域通貨となっている。

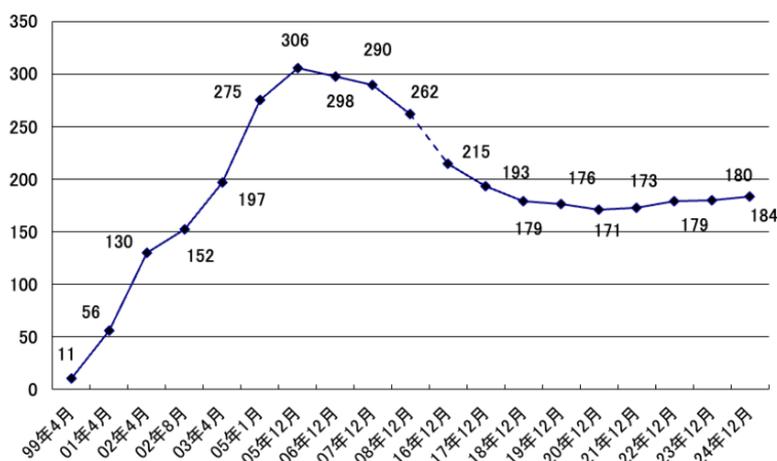


図7 日本の地域通貨の稼働状況の推移

出典：泉、中里「2024年版地域通貨稼働調査の結果について(速報版)」

2 他地域の先行事例

次に、他地域の先行事例を取り上げる。

(1) さるぼぼコイン

平成29年から、飛騨市、高山市、白川村の区域にて導入されている地域通貨「さるぼぼコイン」は、金融機関である飛騨信用組合が発行主体となる地域通貨である。令和7年3月末時点の利用者は34,026人、加盟店は2,063店舗、累計利用額が約129億円となっている。

金融機関が発行主体となることから、口座との連携が可能で「さるぼぼコイン」を即時に資金化(日本円に換金)することができる。これにより、加盟店同士で「さるぼぼコイン」を使ったBtoB決済の取引が可能となっており、地域内で「さるぼぼコイン」が繰り返し使われることで、浸透・循環を促し、経済効果を最大化している。

加盟店間の取引にかかる送金手数料を「さるぼぼ」の現金化にかかる手数料よりも低く設定するなど、加盟店同士のBtoB決済を促進する工夫もなされている。

(2) アクアコイン

平成30年から、木更津市域にて導入されている地域通貨「アクアコイン」は、木更津市（自治体）、君津信用組合（金融機関）、木更津商工組合（商工団体）が共同で設立したアクアコイン普及推進協議会が発行主体となる地域通貨である。令和7年3月末時点の利用者は38,577人、加盟店は884店、累計利用額が約25億円となっている。

複数の主体が共同、連携することで、それぞれの強みを補完的に活用できている点が最大の特徴で、自治体による公益性の担保、金融機関による換金性・決済機能の提供、商工団体による加盟店ネットワークの活用が組み合わされている。

具体的には、木更津市の施策との連携により市民活動の活性化等へのインセンティブとして使われているほか、君津信用組合の口座と連携した BtoB 決済の実現、木更津商工会議所による加盟店の拡大等が行われている。「アクアコイン」は、複数主体が当事者意識を持ちながら、それぞれの目的を同時に追求する非常に優良な事例である。

3 発行主体ごとの目的・特徴

先行事例からも分かる通り、地域通貨は、本市の ICHICO 同様に地方自治体が発行主体となるケースのほか、「さるぼぼコイン」のように金融機関が発行主体となるケース、商工団体が発行主体となるケース、或いは「アクアコイン」のように複数の主体が共同するケースなど多岐に渡っている。

それぞれの発行主体は、地域の課題や事業目的に応じて異なる特徴を有しており、発行主体の類型ごとに以下のとおり整理することが可能である。

表6 発行主体ごとの主な目的・特徴

発行主体	主な目的	主な特徴
地方自治体	<ul style="list-style-type: none"> ・地域経済の活性化 ・市民活動の活性化 ・市民生活の経済的支援 	<ul style="list-style-type: none"> ・行政施策との連携が容易であり、各種インセンティブとしても活用可能。 ・営利を目的せず、国からの交付金等を原資とし運用できることから、高いポイント還元等が可能。 ・周知啓発が容易で、利用者の信頼性も高く、地域全域・全住民を対象とすることから規模を最大化しやすい。 ・予算単年度主義の原則や人員不足等により、継続が困難な場合がある。
金融機関	<ul style="list-style-type: none"> ・地域経済の活性化 ・地域の金融のキャッシュレス化 ・地域経済データの集積・活用 	<ul style="list-style-type: none"> ・口座連携を前提とした設計により、決済手段としての完成度が高く、換金性等に優れ、多様な決済シーンでの活用が可能。 ・一定の採算性は必要なため、公益性が弱くなる場合がある。
商工団体	<ul style="list-style-type: none"> ・地域経済の活性化 ・会員サービス、ネットワーク強化 	<ul style="list-style-type: none"> ・会員が加盟店となるため、理解・協力を得やすく柔軟な運用が可能。 ・会員ネットワークを活用した利用拡大が可能。 ・範囲が限定的となり、利用者の拡大等が困難な場合がある。
共同	(共同する主体による)	<ul style="list-style-type: none"> ・それぞれの強みを補完的に活用できる。 ・意思決定の過程等が複雑となる場合がある。

4 他地域の事例との比較

以上を踏まえ、他地域の事例と ICHICO の比較を行い、今後の方向性について整理する。

他地域では、金融機関や商工団体などが発行主体となり、決済手段としての利便性向上や利用拡大を目的とした取組が進められてきた。BtoB 決済機能の導入は、その代表的な例である。これらの点に関して、ICHICO は必ずしも優位とは言えず、利用地域に制約のない大手キャッシュレス決済サービスと比較しても、同様の課題が見られる。

一方、ICHICO は行政のみが発行主体である地域通貨である点に大きな特徴がある。これにより、行政施策と組み合わせた運用が容易であり、市内全体を対象とした大規模な展開が可能となる。また、国の交付金等を活用した高いポイント還元などのインセンティブを設定できる点は、他地域の事例と比べても明確な強みである。

以上の比較から、ICHICO は、市民生活の直結する複数の施策分野と連携させることで、その特性を十分に発揮するものと考えられる。発行主体が行政のみであるという公共性を最大限生かした運用こそが、今後の ICHICO のあり方を検討する上で、重要な視点となる。

第4章 政策提案

これまでの検討を踏まえ、本章では、地域課題の解決に向け、ICHICO の利用拡大と事業効果を最大化するための二つの政策提案を行う。

1 政策提案

(1) エネルギー支出の ICHICO による決済の実現

一つ目の提案は、エネルギー支出の ICHICO による決済の実現である。

電気・ガス等のエネルギー支出（光熱水費）は、すべての世帯において毎月必ず発生する固定的な民間消費の項目の一つであり、事業者との契約変更の頻度が低いという特性を有している。本提案は、こうした特性に着目し、ICHICO のポイント還元キャンペーン（例：契約切替後半年間、電気料金の30%を ICHICO ポイントとして還元）等により、市内の事業者と契約を誘導することで、安定的かつ継続的な地域内の経済循環を創出し、エネルギー支出の市外への流出を防ぐものである。

また、還元されたポイントは、近年のエネルギー価格の高騰による市民生活の経済的負担を軽減する効果も併せ持つ点の特徴である。

エネルギー支出の中でも、特に注目すべきは電気料金である。「2022年地域経済循環分析」（環境省、株式会社価値総合研究所）によると、本市のエネルギー収支は、電気の分野において、年間511億円の赤字となっている。この数値には、一般家庭に加え、企業や公共部門も活動も含まれている点には注意が必要であるが、同額の資金が市外へ流出している事実を示しており、電気に係るエネルギー支出の流出が本市の課題となっていることが分かる。

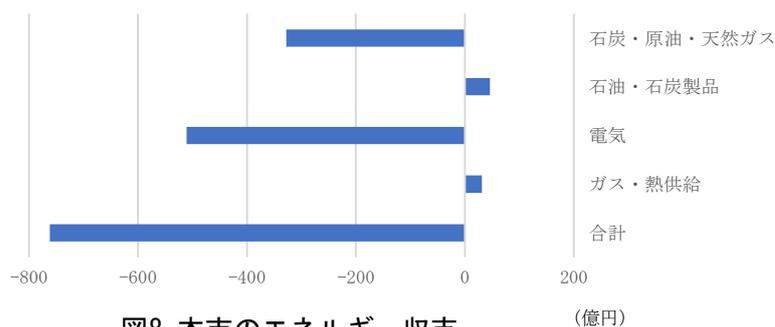


図8 本市のエネルギー収支 (億円)

※「石炭・原油・天然ガス」のエネルギー収支は、「鉱業」の純移輸出に全国平均の「鉱業」に占める石炭・原油・天然ガスの純移輸出の割合を乗じることで推計した。
 ※ エネルギー収支には原材料利用や本社・営業所等の活動(=非エネルギー)は含まれない。
 ※ 「国民経済計算」、「県民経済計算」、「経済センサス」、「産業連関表」等より作成。

出典：環境省、株式会社価値総合研究所「2022年地域経済循環分析 (Ver. 9. 1)」

そこで、仮に本提案により、本市の世帯数である約25万世帯のうち、約1%にあたる2,500世帯の契約を市内事業者へ誘導できた場合、1世帯あたりの年間の電気料金を12万円とする（「家計調査（家計収支編）2024年」（総務省）を参考に積算）と、年間で3億円の電気料金の市外流出を抑制することが可能となり、地域課題の解決に向け、一定の効果を発揮する。

さらに、本提案は本市の既存施策との親和性が極めて高い。本市は、令和6年度にカーボンニュートラル施策の中核として、エネルギーの地産地消を目指した地域新電力会社「いちかわクリーンエネルギー株式会社」を民間企業と共同で設立している。同社が供給する電力は、本市のクリーンセンターにおけるごみ処理過程で発生する熱を活用したクリーンエネルギーが中心となっている。現時点では公共施設への供給に限定されているが、令和9年度以降に、一般家庭や地元企業、工場、店舗への供給開始を目指している。

また、同社が上げた利益の一部は、カーボンニュートラルに関わる地域貢献事業等に充当し還元される仕組みとなるなど、公共性の高い事業として位置付けられている。

このことを踏まえると、本提案は、「民間消費の流出」の抑制をはじめ、市民の経済的負担の軽減、クリーンエネルギー利用割合の向上、カーボンニュートラルに資する地域貢献事業への還元を同時に実現し、経済、市民生活、環境の三つの側面における「三方よし」につながるものである。

実際に、「アクアコイン」は、令和2年度より複数の民間事業者と連携し、電気料金の支払いを可能とする「アクアコインでんき」を導入している。本取組は、発行主体に金融機関が含まれているという特性を生かし、金融機関口座との連携により、口座振替等の自動引き落としを可能としている。

一方、発行主体が行政のみであるICHICOには、現時点において自動引き落としの仕組みが実装されていない。そのため、一般家庭等への電力供給開始を目指す令和9年度までに、アプリ内での定期決済機能や自動引き落とし機能の実装など、利用者および事業者双方にとって負担の少ない収納スキームの構築の検討を進める必要がある。

なお、ガス料金についても、市内に本社を置く事業者が存在しており、電気料金と同様のスキームを準用することが可能であると考えられる。

(2) ICHICO のチャージによる市政への参画

二つ目の提案は、ICHICO の利用者が、市政に参画する仕組みを構築し、まちづくりの当事者意識や地域への関心・愛着を醸成することで、継続的な利用を促すものである。

令和6年度における ICHICO の利用金額は約16億7,500万円であり、そのうち市民によるチャージ額は約15億円となる。このチャージ額は全て市の歳入となり、一般財源となる。

本提案は、利用者が ICHICO のチャージ額、つまり、市の歳入額の全部または一部と同額の用途を自身で選択できるようにすることで、市政（政策、施策、事業等の検討・決定の過程）へ市民が参画するものである（予算上は一般財源であるため、特定の用途に直接充当するものではない）。

具体的には、ICHICO アプリ内に用途選択機能を実装し、チャージ時に複数の選択肢から希望する用途を選択できる仕組みを導入する。アプリを使用しない専用カード利用者についても、後日の申請や窓口対応等により意思表示が可能となるよう配慮することで、デジタルデバイド等への配慮を図る。

用途の類型としては、以下の三つが考えられる。

類型	概要	選択肢の具体例
ICHICO 事業内容選択型	次回の ICHICO のポイント還元キャンペーンの内容等を選択	・省エネ家電購入キャンペーン ・お米購入キャンペーン 等
行政課題選択型	特定の行政課題・事業を選択	・〇〇施設の修繕等 ・〇〇公園の整備 等
政策選択型	特定の政策を選択	・こども政策 ・環境政策 等

短期的には、ICHICO の利用拡大を直接的に促す観点から、「ICHICO 事業内容選択型」に重点を置くことが有効であると考えられる。一方で、中長期的には、「行政課題選択型」や「政策選択型」を組み合わせることで、市民のまちづくりへの当事者意識や地域への愛着を醸成する効果が期待される。

もっとも、本提案の実施にあたっては、ICHICO の利用者層やデジタルリテラシーの差異により、特定の属性の意見のみが過度に反映されることのないよう、一人当たりの上限額の設定や属性に応じた傾斜配分の導入など、公平性を担保する運用上の工夫が求められる。

しかしながら、本提案は、行政のみが発行主体である ICHICO だからこそ可能な取組であり、また、経常収支比率が比較的 low、財政の弾力性が高い本市であるからこそ実現し得るものである。

このような本市固有の条件を最大限生かすことで、ICHICO を単なる決済手段として捉え

のではなく、市民参加型のまちづくりを支える制度として昇華させることができる点に、本提案の意義がある。

2 政策提案の相互補完

本レポートで提示した二つの提案は、それぞれ異なるアプローチを取りながらも、「民間消費の流出」という地域課題に対し、相互補完的に作用するものである。

一つ目の提案は、光熱水費という必ず発生する支出（消費）の域外流出を直接抑制するとともに、ICHICO を日常的な決済手段として定着させるものである。

二つ目の提案は、ICHICO の利用者が、市政に参画する仕組みを構築し、当事者意識や地域への関心・愛着を醸成することで、継続的な利用を促すものである。

前者は「お金の流れ」を、後者は「人の意識と行動」を変える提案であり、両者を組み合わせることで、ICHICO の付加価値を高め、利用拡大による制度の持続可能性を担保した上で、地域課題である「民間消費の流出」の解決を図ることが可能となると考える。

おわりに

本レポートでは、「民間消費の流出」という地域課題の解決に向けて、具体的な政策提案を行いながら、ICHICO の今後のあり方について考察してきた。

「民間消費の流出」の抑制には、魅力ある店舗や多様なサービスを提供する事業者を育成・誘致するといった、従来の商工振興の枠組みによるアプローチも続けていかなければならない。

しかしながら、ICHICO は、こうした取組を補完し、更に発展させることができる、より一歩踏み込んだ施策となり得るものである。

そのためにも、本市はICHICO を単なる決済・ポイント付与の手段にとどめるのではなく、複数の施策分野と横断的に連携し、様々な地域課題の解決のための核として位置付けることが重要である。加えて、ICHICO の利用がまちの活性化や持続的な発展、ひいては自らの生活の質の向上につながるという意識を市民の間に醸成していくことも必要となってくる。

こうした取組を積み重ねることで、ICHICO を市民一人ひとりの想いが込められた「わがまちの通貨」として定着させ、そして、発展させていくことが期待される。ICHICO はそれを実現し得る十分なポテンシャルを秘めている。

参考文献

1. アクアコイン普及推進協議会（2026）「AQUACOIN」（最終参照日：2026年1月8日）
<https://www.kisarazu-aquacoin.com>
2. 新垣憲治（2022）『地域新電力会社 脱炭素で稼ぐまちをつくる方法』学芸出版社
3. 泉留維（2021）「日本における地域通貨の現状と課題－近年の新潮流を踏まえて」『季刊 個人金融 2021冬』 特集 地域の再生と金融 ゆうちょ財団

4. 泉留維、中里裕美（2025）「2024年版地域通貨稼働調査の結果について（速報版）」
5. 一般社団法人キャッシュレス推進協議会（2024）「地域通貨等の導入検討に関するガイドライン 第1版」
6. 市川市（2025）「デジタル地域通貨 ICHICO 経済効果測定および事業モデルの検討」
7. 環境省、株式会社価値総合研究所「2022年地域経済循環分析(Ver. 9. 1)」
8. 幸せ経済社会研究所（2021）「漏れバケツ理論」（最終参照日：2025年12月22日）
https://www.ishes.org/keywords/2021/kwd_id002913.html
9. 総務省統計局「家計調査（家計収支編）2024年」
10. 千葉県「令和6年度消費者購買動向調査報告書」
11. 西部忠（発行年不詳）「地域通貨によりコミュニティづくり」『Finansurance』通巻38号 Vol.10 No.2
12. 西部忠（発行年不詳）「地域通貨の政策思考」
13. 飛騨信用金庫（2025）「さるぼぼコイン」（最終参照日：2026年1月8日）
<https://www.hidashin.co.jp/coin>
14. 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—」
15. New Economics Foundation. 2001. ” Plugging the Leaks”