

寄付は、共感から生まれ「物↓時間↓金」の順に集まる

ふるさと納税&クラウドファンディングの欠陥く寄付で稼ぐ、さもしい心

久繁哲之介
地域再生プランナー

寄付⇨崇高な志を悪用する、さもしい役所

ふるさと納税など「まちづくり、自治体の経営に、寄付を活用する」事例の急増に伴い、クラウドファンディングが乱立している。

クラウドファンディングとは「寄付をする者、受ける者を仲介するプラットフォーム」で、寄付大国米国から導入（まね）されたが、日本は米国と比べると「意識の低さ」等、次の欠陥がある。

第一の欠陥は、寄付という崇高な志をフィードバックして稼ぐ、日本の「意識の低さ」。

表1 日米クラウドファンディング手数料～筆者まとめ

注1	日本	米国
購入型	8～20%強 (17%) 注2	0～5% (5%) 注2
寄付型	8～20%強 (15%)	0～4% (4%)

注1) クラウドファンディングのタイプ

注2) かっこ内は最大手の手数料

クラウドファンディングを利用する手数料は、米国では0～5%と低い（表1）。理由は、寄付という崇高な志を仲介するプラットフォーム自体も「寄付的に⇨手数料を安く」運営するのが当然だからである。

一方、日本は手数料が8～20%強と高い。

第二の欠陥は、米国では崇高な志である寄付に「リワード（見返り、返礼品）」をあまり求めない。一方、日本では「リワード（返礼品）」を期待して寄付をする。節税を目的に寄付をする。

第三の欠陥は、以上二つの欠陥から、自治体のリワード（返礼品）を豪華にする愚かな競争を行う結果、実質の資金調達額が異常に低くなる。

例えば「手数料20%、リワード率30%、送料など事務費10%」という平均値で計算すると、実質の資金調達額は名目に対して半分以下の40%（100-20-30-10=40）にすぎない。

マトリクス思考で、解決策⇨政策を導く

以上のように、解決が難しい問題・欠陥は、マ

トリクス思考で解決策⇨政策を導くとよい。以上の欠陥は「寄付制度の有無」「資金調達者側と寄付者側の関係」という二つの視点から「表2⇨4の、四つの論点」に分けることができる。

このように、二つの視点を設けて、四つの論点に分ける方法を、マトリクス思考と言う。

誰もが知る有名な発想法だが、視点の置き方と組み合わせ次第で、誰も思い付かない斬新で面白い論点と解決策を導くことができる。

私は様々な視点の組み合わせによる試行錯誤的な考察を経て「制度の有無」「資金調達者側と寄付者側の関係」という二つの視点に決めた。

理由は表3のように、この視点から導く四つの論点の現状と、今後の方向性（表3の→以降）を面白いと感じるから。特に「資金調達者側のみ自由裁量がある」点が日本の欠陥と感じるから。

日本の欠陥は、資金調達者側のみ自由裁量

米国では、寄付者側にも自由裁量がある。例えば、寄付者の多くが「私の寄付は、この目的・用

表2 ふるさと納税など寄付制度四つの論点

- 1 今ある寄付制度を、資金調達者側が使う
- 2 新たな寄付制度を、資金調達者側が創る
(1と2は、**資金調達者側**にのみ自由裁量がある)
- 3 今ある寄付制度の枠内で、寄付者側が自由裁量を発揮できる
- 4 寄付制度は「無い、作らない」が、寄付者側が自由裁量を発揮、まちづくりが加速

表3 四つの論点の現状と、今後の方向性

- 1 今ある制度は、欠陥が多く、資金調達が効果的ではない。にもかかわらず、1が主流である。
→論点1) 今ある制度の問題と解決策を示す。
- 2 新たな寄付制度の創設は、まちづくり以外の分野では少ないが、まちづくり分野では多い。
→論点2) 新たな寄付制度が創られる過程を考察し、新たな寄付制度創設へのノウハウを示す。
- 3 今ある制度の枠内で、寄付者側が自由裁量を発揮できる事は、まちづくり以外の分野では少ないが、まちづくり分野では多い。
→論点3) 寄付者=市民側が、制度の枠内で自由裁量を発揮できるまちづくりの仕組みを示す。
- 4 制度に縛られず、寄付者側が自由裁量を発揮できる事は、まちづくりの本質。
→論点4) 寄付者側が「制度の有無・内容に縛られず」自由裁量を発揮できる「まちづくり」。

透けて見える。

寄付をする者は、自治体など寄付を受ける者の下心を感じて「純粹には寄付しない。リワード(返礼品)が豪華なら寄付する」恥ずかしい結果となる。

読者も私と同じように、米国人に「ふるさと納税は、寄付の制度だ」と言いつて説明して

るといい。軽蔑されて、恥ずかしい思いをするだろう。

このように、政策は企画の過程で、異文化(外国)人に説明して、彼らの反応を政策へフィードバックするといいい。さもししい下心な政策&綺麗な政策は、軽蔑されるので、反省・改革しよう!

政策は「改善、運用、改革、創造」の選択と連携

以上より私は「表3の2、3、4」の政策を提案する。

表3は、1が既に「現在ある」政策。2は1を「**資金調達者側**にのみ自由裁量がある」。まま改善する政策。3と4は「**寄付者側**が自由裁量を発揮

できる」ように改

革する政策。3と4の違う点は、3が今ある制度の枠内で「運用を変え」る」政策。4は制度に縛られず、まちづくりの過程で「市民が目的・用途を定める自発的な寄付を受け入れ・活用する」崇高な志を、自治体が創造する政策。傍線部に注目す

ると、政策とは(簡単な順に)「改善、運用、改革、創造」の機能を選択し、3の「運用×改革」のような機能の連携が大切である。

表4 「1から4の政策例と概要」で分かるように、3迄は誰かが改善・改革した成果を猿真似できると必ず、失敗する。だが、4は猿真似ができません。地域ごとの「手づくり」の政策となる。地域ごとに「手づくりの政策」を「まちづくり」と言う。

2 熊本城や二条城の「一口城主」政策

1の「ふるさと納税」は、国の政策で、考察はクラウドファンディングとセットで次回に行う。

表4 寄付の政策名→リワード例→リワード金額

- 1 ふるさと納税→返礼品→数千円
- 2 一口城主→整備する施設に寄付者が名前を綴る権利→1万円
- 3 思い出ベンチ→整備する施設に寄付者が思い出を自由に綴る権利→15万円
- 4 市民が目的・用途を定める自発的な寄付→整備施設に寄付者が作品を飾る権利→上限なし(本稿の事例は、1500万円)

2の「一口城主」は、熊本城が実践後、二条城などが真似する有名な政策である。有名な政策ゆえ概要とリワードの解説は簡略化する。

一口城主政策は、震災で破損あるいは老朽化した城の修復に用途を限定。1口1万円以上を寄付した者を「一口城主」と認定。寄付者の名前が城にプレートで綴られる。名前を綴るコストを1件500円と仮定すると、実質の資金調達額は名目に対して95%と高い。効率が高い寄付政策ゆえ、城がある自治体は猿真似できる様に見える。だが、熊本城の様に「知名度、震災で破損した経緯」が無いと、共感してもらえず、寄付に成功できない。重要なので繰り返すが、寄付が成功する鍵は「共感してもらう」の1点に集約される。

3 東京都の「思い出ベンチ」政策

思い出ベンチ政策の概要は次の通り。東京都は2003年、日比谷公園が開園100周年を迎える一時的な記念事業として、日比谷公園にベンチ100基、井の頭恩賜公園にベンチ100基の新設を次の方法で募集した。ベンチの背もたれ部に金属プレート（縦5・5寸、横15寸）を設け、ここに「寄付者は氏名と共に、40字以内で思い出を自由に綴る」ことができる。

このリワードを寄付者は15万円で購入・寄付するが、募集した200基を大幅に上回る応募があった。そこで次年度以降から現在まで、他の都立公園、都立動物園、都立霊園の全域に、思い出ベ

ンチ政策を拡大・継続する。思い出ベンチ政策の総数は2012年までの10年間で848基、以後も毎年50〜60基のペースで募集している（東京都公式Web）。

思い出ベンチ事業の人気は、かなり高いようである。例えば、私は東京都民なので、近所・周囲に「思い出ベンチ」の話をしてみると「知らなかった、それは良いわね、早速応募するわ」という反応が、多くの人から返ってきた。

彼らのうち、都立霊園に墓を有する者は、その霊園に応募した。どんな思い出を彼らが綴ったかなんとなく私は想像できる。なぜなら、井の頭恩賜公園を散策時、写真1の「思い出ベンチ」が脳裏に焼き付いたからである。

さて、思い出ベンチの

リワード価格は15万円と高額（2の一口城主政策の15倍の高い価値）でも、寄付希望の人数が2003年から今も高い要因は「寄付者が氏名と共に、40字以内で思



写真1 井の頭恩賜公園にある「思い出ベンチ」

い出を自由に綴る」ことができる。「寄付者側により裁量がある」事が大きい。

2の一口城主政策との相違点を整理しよう。プレートを設置するという方法とコストは、ほぼ同じ。違いはリワードの価値にある。

2は資金調達者側が定めた方法で、名前を綴る。寄付者側に自由裁量は無い。このリワード価値に、市民は喜んで1万円を寄付する。

3は寄付者側に（思い出を自由に綴る）自由裁量がある。このリワード価値に、市民は喜んで15万円を寄付する。

4 播磨横田駅が「寄付者の作品を展示するギャラリー」として、駅舎を整備した「まちづくり

北条鉄道は他のローカル鉄道と同様「かなりの赤字、資金不足」で、播磨横田駅の駅舎を整備できないとマスコミが過去の経緯と共に報じた。

これを知った市民の一人が過去の経緯から「私の描いた作品（絵）を駅舎に展示してくれるなら、整備費の全額1500万円を寄付したい」と、北条鉄道へ提案する。北条鉄道は過去の経緯から市民の創造的な提案をそのまま採用した。

北条鉄道は当初に定めた「ありきたりな駅舎の整備計画」を「市民が提案した駅舎ギャラリー化計画」へ変更した（写真2、3）。

注目すべきは傍線部の過去の経緯が「市民から創造的な提案と寄付を誘発」したこと。これこそ自治体を実践すべき「まちづくり」の基本である。

寄付は「物↓時間↓金」の順に起きる

当ケースで注目すべきは寄付を募ると、寄付は「物↓時間↓金」の順に起きる。

世代間戦争

「このままだと健康保険組合がどんどんな
くなりですよ」。健康保険組合連合会（健保
連）の幹部が、こんな悲痛な訴えを口にした。
高齢者医療費拠出金の負担に耐えかね、中小
企業向けの協会けんぽにすら替えする健保組
合が相次いでいるというのだ。

全国の生協の従業員や扶養家族約16万
4000人が加入する「日生協健康保険組
合」が、今年度中の解散を決めた。全国の派
遣社員やその家族約48万6000人が加入の
「人材派遣健康保険組合」も、解散を検討中
だ。

健保連によると、全体の23%に当たる
313組合は2018年度に協会けんぽの保
険料率（平均10%）を上回り、いつ解散して
もおかしくない状況。協会けんぽには国が補
助金を出しており、解散が広がれば税金の投
入も膨らむことになる。

なぜ、こんなことになったのか。高齢者医
療費への拠出金、いわば現役世代からお年寄

災害が起きた時などに寄付金を募ると、市民か
ら最初は「物↓時間を寄付する創造的な提案」が
寄せられる。その崇高な意思を尊重した「市民主
役のまちづくり」の実践が「寄付金」を多く集

りへの「仕送り」が年々増大しているからだ。
マクロで見ると、団塊の世代が75歳以上の後
期高齢者となる25年度には、健保加入者の医
療費（法定給付費）を高齢者への拠出金が上
回ってしまう。

医療費の窓口負担は、70歳以上で1割から
2割に引き上げられたが、75歳以上は1割
（現役並み所得者は3割）。これを2割にそ
ろえることになっているのだが、来年は消費
税率10%への増税と参院選が控えているため、
国は19年度以降に先送りした。

「高齢者は金持ちなんです」とは、前出の
健保連幹部。早急に75歳以上を2割にするの
はもちろん、低所得者に配慮しつつ、いづれ
は70歳未満と同様、窓口負担を3割にそろえ
てはどうだろう。

老人医療費と呼んだ時代に負担が無料化、
定額化、定率化を経て10年前に後期高齢者医
療制度が導入されたが、高齢者負担が低く抑
えられた時代が長く続いた。過重な負担を現
役世代に押し付けたままでは、年金制度と同
様、世代間戦争が勃発しかねない。（隅）

める&地方創生が成功する」鍵となる。
逆説的に言うと、寄付「金」だけ欲して、市民
の「物↓時間を寄付する創造的な提案」を拒絶す
る、さもない役所に、寄付「金」は集まらない。
過去の経緯を説明する。

北条鉄道は、JR加古川線の粟生駅を起点に、
北条町駅を結ぶ、旧国鉄の路線を継承したもの。
運営者の北条鉄道株式会社は、加西市と兵庫県
が出資する第三セクター（実質、自治体が経営）
で、このケースは「自治体を実践すべき、まちづ
くり」と言える。北条鉄道の路線距離は、わずか

13・6キ。起点となる粟生駅を除く7駅は加西市
にある。粟生駅と北条町駅の途中にある6駅は利
用者が少なく、全て無人駅。六つの無人駅は「待
合室かトイレの片方が無いか、両方とも無い」状
態にあり、それほど金に困る赤字鉄道と言える。

2009年に経営を改革すべく、北条鉄道株式
会社の社長を兼務していた、加西市長が民間から
社長を公募する。経営改革プロジェクトの一つに、
無人駅六つの駅舎整備があった。1駅当たりの整
備費は、少ない駅で約300万円、多い駅は約
1500万円。6駅の駅舎整備は「利用者の多さ、
整備費の少なさ」と優先順位で行うことにした。

最初は、法華口駅。法華口駅は利用客が最も多
く、整備費がトイレ整備だけで比較的少ない。利
用客が多い理由は、法華口駅の近くに、法華山一
乗寺があること。ここは国宝三重塔があり、春は
桜、秋は紅葉が綺麗で、観光客に人気が高い。



写真2 播磨横田駅の駅舎。窓右横の木製看板は「播磨横田駅ギャラリー」、看板の右横にある入り口には「xx(寄付者名)作品展」と書かれている



写真3 播磨横田駅の駅舎内。寄付者の作品が展示され「まちづくりの場」としても活用される

三重塔の实物を、檜ひのきで模した美しいもので「人と金が集まる波及効果」を確かに期待できると、地元で話題になった。

この提案は「物、趣味で自作した作品の寄付」である。資金調達者が当初に求めた「金の寄付」ではないし、「(労働)時間の寄付」でもない。

資金調達そのものには寄与しないどころか、巨大な模型を大工の作業場から、法華口駅前へ移動

して設置するには、業者へ発注すれば、数百万円ほど要する役所には迷惑な提案である。

なにやら、笑い話のようだ。資金調達者側が、論理的に考えれば、この提案は却下だろう。

しかし、地元の市民・建設業者がこの話を面白がり、巨大な模型を移動かつ設置する作業に「(労働)時間の寄付」をして、提案は実現した。

これを「市民に自由裁量がある、まちづくり」が、役所が本来の目的とした駅舎整備に必要な「お金の寄付」を誘発していく。

以上の一連の話が「北条鉄道(の駅舎整備)」が「面白い」等と、マスコミの記事や観光客や市民のクチコミで広がり、2駅目以降の駅舎整備に、市

民が自主的に「お金の寄付」と「(労働)時間の寄付」を行う、まちづくりの流れに繋がる。

マスコミが「まちづくりを物語として語り」ながら、整備条件が最も難しいから最後に残った

播磨横田駅の駅舎整備で、資金調達に難航、と報じた。以上の流れが「私の描いた絵を駅舎に展示してくれるなら、整備費全額1500万円を寄付したい」という創造的な提案を誘発した。

つまり、私の描いた絵(作品)を寄付する発想は、大工による趣味で自作した模型(作品)の寄付が「受け入れられた、むしろ楽しんで新しい事業へ創造された」という前例・信頼感が誘発した。

まちづくりの成功は、このように市民側に「あらゆる提案が受け入れられる、楽しんで新しい事業へ創造される」信頼感から生まれる。

信頼・共感されれば、成功できる!



写真4 法華口駅と、国宝三重塔の模型

駅舎整備に必要な資金の調達は、赤字鉄道ゆえ、寄付に頼らざるを得ない。寄付の集め方は「役所らしい、スマートでない方法」だった。

すなわち、地元の企業や市民には「金の寄付」を呼び掛け、大工など建設事業者には「(労働)時間の寄付」を呼び掛けた。

すると、ある大工から「趣味で自作した国宝三重塔の模型を寄付する。私の模型を駅前に設置すれば、観光客等から話題となり、プロジェクト(6駅)全体に、人と金が集まる波及効果があるのでは?」という創造的な提案が北条鉄道へ寄せられた。

この模型(写真4)は高さが7メートルもある、国宝