Kobe University Repository : Kernel

PDF issue: 2026-11-25

環境ガバメントクラウドファンディングについて（特集 ふるさと納税と地域環境創生）

保田, 隆明

(Citation)
生活と環境,63(10):13-16

(Issue Date)
2018-10

(Resource Type)
journal article

(Version)
Version of Record

(URL)
https://hdl.handle.net/20.500.14094/90005295

KOBE UNIVERSITY

特集　ふるさと納税と地域環境創生

視　点

環境ガバメントクラウドファンディングについて

保田　隆明（ほうだ　たかあき）
神戸大学大学院 経営学研究科 准教授

1．環境ガバメントクラウドファンディング

ガバメントクラウドファンディング（GCF）においては、特に環境整備を使途としているものも多く見受けられる。

「ガバメントクラウドファンディング」の概念を提唱した、ふるさと納税ポータルサイト『ふるさとチョイス』のウェブサイト上のプロジェクトを見ると、**表1**のようなプロジェクトが見られる（2018年８月時点）。

ひとくちに環境整備と言っても、その内容は多岐にわたり、目標金額も10万円台から500万円までさまざまである。また、徳島県のプロジェクトに見られるような、起業家支援と連携したものや、北海道美瑛町や福島県檜枝岐村などの「環境整備を行う事で観光客増加につなげたい」という取り組みなど、環境整備の先にあるものを感じさせる内容は、それぞれの自治体の特色が表れている。

なお、環境の復旧という意味では、災害支援も広い意味での環境GCFと言えるかもしれない。同じくふるさとチョイスのサイトによると、2018年８月22日時点で、過

表１　環境整備を主としたガバメントクラウドファンディングの例

プロジェクト概要	実施主体
里山保全と野生動物保護	岐阜県七宗町
景観に配慮したソーラーパネル設置	長野県小布施町
自給自足のゲストハウス開業	徳島県×倉科 智子（起業家支援プロジェクト）
杉材を使用したアロマ開発	徳島県×神山しずくプロジェクト（起業家支援プロジェクト）
白金青い池の環境整備	北海道美瑛町
琵琶湖の湖辺美化	滋賀県大津市
会津駒ケ岳湿原の木道整備	福島県檜枝岐村
コウノトリのはく製を利用した環境教育の実施	福井県越前市

［「ふるさとチョイス」（日本最大級のふるさと納税サイト）https://www.furusato-tax.jp/をもとに作表］

去４年間の累計で約45億円の復興支援金が同サイトを通じて、ふるさと納税によって寄附されている。これは有事の寄附金であり、以下では、平時の寄附金としての環境GCFについて触れていく。

2. ガバメントクラウドファンディングのメリット

GCF全般として言えるメリットは、まずは機動力である。通常、自治体で予算が必要になれば、年度予算を前年の夏ごろから起案し、企画・財政に持ち込むが、予算化してからプロジェクト開始まで１年以上かかり、実際に課題が解決（終了）されるのはほぼ２年後となる。その点、GCFの場合、スピードは桁違いに早い。

また、予算を欲しいと企画・財政に持ち込んでも、他の地域課題、社会課題との比較においての優先度の問題に直面する。環境整備は、重要な地域課題、社会課題であるものの、緊急性では最優先ではないことが多く、また誰の問題が解決されるのか、あるいはもっと言えば、誰がそれで助かるのかという点で、訴求力がやや弱い。したがって、通常の予算承認プロセスではどうしても後回しになってしまう。

しかし、GCFなら役所の各担当課で起案、予算獲得、そして実施することが可能である。これは、予算獲得の革命とも言える。しかも、通常であれば、役所内（地域内）での予算のぶんどり合いになるところが、GCFでは外部からの資金調達となるため、どこかの担当課が予算を獲得しても、他の課の予算を減らす必要はない。地域全体としては、予算は純増するのである。

また、資金調達はウェブを通じて行われるので、課題に関心のある人たちを全国から発掘することができる。場合によっては、メディアで報じられたり、SNSなどで拡散されることにより、情報発信はさらに強まる。環境問題は、「気づいてもらうこと」「知ってもらうこと」「関心を持ってもらうこと」ことが重要であり、この認知を得ることのメリットこそ、環境GCFにとっては、資金が調達できることと同程度、あるいはそれ以上に意味があることかもしれない。

次に、GCFのメリットとして挙げられるのは、返礼品にとらわれすぎない、使い勝手のよさである。ふるさと納税というと、どうしても返礼品が注目されることが多く、都市部だけではなく地方でも、これといった特産品がない地域はハンディを抱えてしまいがちだ。その点GCFでは、返礼品という「モノ」がなくても、寄附者の共感につながる「ストーリー（コト）」で勝負することができるので、自治体にとってより工夫の余地がある。

ふるさと納税の理念の一つは、我々個人が税金の使い道への感度を高めることであり、それにGCFはまさに合致しているといえよう。特に環境系の場合は、すぐに解決するわけではなく、GCF実施後も長年をかけてプロジェクトを実施し、課題を解決していくため、GCFをきっかけとしてその地域に関心を持ってくれた人たちとは、長期的な関係を築きやすい。返礼品だけのつながりの場合は、より魅力的な返礼品が他の地域から登場すると、消費者はそちらに“浮気”しがちだが、それとは大きく違う効果がある。

3. ガバメントクラウドファンディングの課題

GCFを実施する場合、一つ注意が必要なのは、対象となるプロジェクトの性質である。

どのプロジェクトもふるさと納税のポータルサイト上で資金調達をすることになるが、そこには他地域が実施している同様の

プロジェクトが並ぶこともある。その中で寄附者の関心を集めるには、ユニークさや派手さ、あるいは寄附者の心の琴線に触れるような共感が重要になる。GCFを通じて解決したい課題はどれも地域にとっては重要なものである一方で、地域間での資金獲得競争という側面は避けられない。そのため、各プロジェクトがユニークさ、派手さ、過度の共感演出に走ってしまう懸念があり、今後の潜在的な課題と言えるだろう。

しかし、多少の見せ方などの工夫をしないことには、他の案件の中で埋没してしまう。このように、環境GCFは、演出と工夫の間の絶妙な舵取りが要求されることになるため、難易度が高い。

また、環境GCFで難しいのは、恩恵を受ける人が域内に限らないということである。例えば、湿原の木道を整備した場合、観光客など、そこを訪れる人すべてが恩恵を受ける。従来の税金（特に住民税）の発想では、地域で集めた税金は域内の住民のために使用すべき、ということになる。したがって、「せっかくふるさと納税でお金を集めたのに、なぜ域内の人たちに手厚く使うのではなく、域外の人向けに使うのだ」という批判が地域住民や、議会から出てくることもある。しかし、ふるさと納税の場合、調達するお金は域外の人の住民税が原資なので、域外の人向けにはむしろ使いやすい。したがって、域外の人たちにも恩恵が及ぶであろう環境課題解決資金をふるさと納税で調達をするというのは、理にかなうものでもある。

なお、環境GCFで注意しないといけないことに、維持費がある。何かを整備すると、多くのケースでその後の維持作業、維持費用が伴う。その財源も視野に入れたうえで実施する必要がある。

4．エネルギーの地産地消、そして外商

環境問題への対応に関連して、ふるさと納税やクラウドファンディングを原資として、クリーンエネルギーに取り組む動きもある。

例えば、地域内で小水力発電やバイオマス発電施設を建設するというものである。エネルギーの地産地消ができるようになると、地域外に流出するお金を減らすことができる。また、それらクリーンエネルギーで発電した電力の一部を域外に販売できれば、外貨を稼ぐことが可能である。このように、エネルギーの内製化および外販は、域内の資金循環量の増加とGDP拡大に寄与するため、比較的地域が手をつけやすい経済政策である。環境課題の解決のみならず、エネルギーのクリーン化、そしてそれによる地球経済の下支えもGFCの効果となりうる。

5．ふるさと納税の今後

ふるさと納税では、まずは資金調達をし、使い道はあとで考えるということで、各自治体は魅力的な返礼品の調達に奔走してきた。多くの場合、そうやって集まった寄附金は一旦基金として積んでおき、じっくりと使い道を検討していくことになる。しかし、実際には、一般財源の補填に使われてしまい、せっかく集めたお金がどこに使われたのかわからないという状況も少なくない。

総務省による毎年のレポートでも、使い道の報告に改善の余地ありと指摘を受けているが、一般財源の中に雲散霧消してしまっているがゆえに、パンチのある報告ができないのが実際である。また、逆に「こうやって使いました！」と明示できる場合も、いわゆるハコモノ的になっているケー

スも存在する。住民が恩恵を感じられるためには、ハコモノのような見えやすさに走りがちであるが、そこをぐっと我慢して、本当に地域に必要な使い道を検討し、実行していくことが重要である。ハコモノを作って、結局、維持費が大変になり自治体を苦しめる、というのは過去幾度となく経験してきたことである。

GCFは、具体的な使途を先に決めるため、計画段階から今後の地域にとって重要な課題を洗い出していくことになる。したがって、お金が集まってから使い道を考える、あるいは、闇雲にハコモノに走るということは避けられる。また、域外からの財源であるため、域外の人たちにもきちんと納得・共感してもらえるものだけが資金調達に成功する。域内のみで意思決定をしている場合は、域内の声の大きい人の意見に左右されがちだが、GCFの場合は外部による客観的な評価を得ることができる。そしてGCFは、その使途の自由度が比較的高く、地域住民のためだけに使う必要はなく、外部向けにも使いやすい。これまでの地方自治体運営では、財源のカット、費用の捻出のために、いかに事業を削減していくかに腐心し、前向きなまちづくりに思考を巡らせることはあまりなかった。しかし、GCFを実施するには、前向き思考に転換する必要があり、経営的視点を持つ必要がある。GCFが、地域経営を加速させる一つのきっかけになったと言えるだろう。