

○トークセッション ゲスト

宇野 重規

東京大学社会科学研究所教授

三神 万里子

ジャーナリスト、日本文藝家協会会員

アレックス・カー

東洋文化研究者、作家



宇野 すばらしい発表が続きました。特に最後、岩田さんは行政職員にしておくにはもったいないですね。普段私は、東大生ばかり相手にしているんで、女子高生の迫力に圧倒されてしまいました。でも素晴らしいのは笠松町だけではなくと思います。

東川町でびっくりしたのは、株主が8000人、町民の数とほぼ同じ数の人が町のサポーターでいる、つまり町民の数が倍になったようなものなので、これはふるさと納税というものの素晴らしさをよく表していると思いました。

ところで、最近、ふるさと納税といっても、何かカタログショッピングのような、品物をもっておしまいということが多くみられます。これに対しては、弘前市ですね。“モノ”じゃない“コト”なんだ。みんな

なに来てもらって体験してもらうんだという趣旨が明確でした。城を引っ張るとするのは、僕もぜひ参加したかった企画です。こういうのは1回のイベントで終わってはいけない。

そういう意味で長期的に被災者のお子さんたちが勉強を続けるためにサポートを続けるという岩手県の取り組みも、大変貴重だと思いました。

それから宮代町、僕が好きだなと思うのは、自分たちで応援したいプロジェクトを選ぶという点です。自分たちでこれを応援したいんだというのを選んで、さらにその後、事業が終わった後もどういうふうに生かされているか報告を受けられる。

今日5つの自治体に発表いただきましたけど、これがうまくいってればふるさと納税、本当にいいなあと思う発表が続きました。

三神さんはどの自治体の事例が印象に残ったでしょうか。

三神 今回表彰を受けられた自治体は、半歩先の事例、進んだ取り組みをしておられる皆さんではないかと思います。

返礼品をお返しするという事は、もちろん一つのコミュニケーション手段としてあるのですが、今回発表された皆さんの一番特徴的な点はその背景に具体的に人の行動や“うねり”が生まれる、プロジェクトが生まれるということではないでしょうか。“うねり”が生まれるということが納税の効果としてある、これが大きな違いだったのでと思います。

結果報告は、会計数値のみではどうしても無機質になります。実際にそれを原資に

人々がどのように動いたか、という報告が必要です。

例えば笠松町の高校生の皆さんについては、寸劇を拝見して初めて、プロジェクトを通じて高校生にいかに関係が生まれたか、職業訓練に近い中身がプロセスにあったことが理解できました。

日本は元々売るほどの余剰天然資源がないために、人の行動と創意で今までやって来た国です。これを地方自治体の単位で、ふるさと納税によってもう一回、より地域ごとにきめ細かく推進力の素を注入して行く、そんな意味合いがふるさと納税にはあるのではないかと。皆さんのプレゼンテーションから見えてきた気がします。

宇野 今“うねり”とおっしゃったのが、印象的です。つまりふるさと納税ってきっかけなんですよ。

ふるさと納税をきっかけにどんな“うねり”を地域に起こしていけるか“うねり”ってとてもいい表現だなと思いました。

さらに最終的には、“モノ”、“コト”、というお話がありましたけど、“人”なんですよ。“人”を作り出す。そのきっかけにふるさと納税になる。これは素晴らしいな、と今のお話をうかがって思いました。

では、アレックス・カーさん、どうでしょう。いろんな発表がありましたけど何か印象に残ったものがありましたか。

カー これまで日本の地方は、見捨てられていたような気がします。例えば田舎から都会へ行けば、そこで新しい生活を頑張らなくては行けない。故郷に対する思いはあるかもしれないけれども、そこに住んではいない。

しかし、ふるさと納税によって田舎、自

分の生まれたところ、別に生まれたところでなくてもいいから、自分の思いがあるふるさとに“参加できる”。

その中で今日、印象に残ったのは、株主発想と一口城主です。両方とも“主”という字がつきます。一種の“オーナーシップ”を持つ。その城に対してであったり、町に対する思いであったり。

これまで日本で寄付といえば、盛んだったのが宗教です。宗教法人には、盛んに寄付が行われます。なぜかというと、温かい思いでこの宗教が世の中にいいことをやってくれるだろうというプライドがあるわけですね。

宗教に対する参加の思いはありましたが、地方に対する参加の思いは、意外になかったと思います。

ふるさと納税が生まれたことによって、初めて一つのコミュニティへの思い、株主、オーナーシップという思いになったというのは、とっても大事だと思います。



宇野 オーナーシップというのは、確かにおっしゃる通りです。私は、“サポーター”とよく言っていたんですけども、ふるさと納税というのは自分の住んでいるところじゃないところをサポートするわけです。しかし、さらに今カーさんが言っていたよう

に、もっと「主役」として、今まで自分に縁がなかった地域にも、「オーナー」としてかかわっていくという、それはとても大切なことです。オーナーシップ。おっしゃる通りですね。

今、寄付文化のことをおっしゃいました。三神さんはアメリカの寄付を通じて社会を変えていく、という動きについて詳しくいらっしゃいますけれども、日本の寄付文化についてどういうふうにお考えですか。

三神 ふるさと納税は、「納税」という名前がついていますが厳密には寄付金です。これは寄付する側の視点で言えば、使われる目的や政策を選びとる行為になります。

寄付文化が先行しているアメリカを引き合いに出すとわかりやすいでしょう。例えばホワイトハウスに入る人々は政策シンクタンクの出身者が多く見られますが、この政策シンクタンクが実は非営利組織で経営されているものが多いのです。政策シンクタンクに対する寄付を通じ、寄付者は希望する政策の実現に影響を及ぼしていくのです。

寄付というのは単なる施しではなく、明確な意図・意思をもって、実現できるプロに対して、支持、支援、あるいはより直接的な言い方をすれば、単に物的な意味ではない“value for money”の最大化を委託しているわけです。

寄付といっても、そのお金を稼ぐのは決して容易ではありません。税引き後のお金で手元に残る中から捻出するわけですから、差し引く諸費用から逆算して、寄付者は売り上げを相当あげる努力をしていることが背景にあるわけです。その汗の結果としてのお金をどう使うかということに対し、寄

付を募る側もそれに値する努力をしていかななくてはならない。それが、寄付文化が実務面でも育っているアメリカの例かと思います。

ですから、報告もしないということは当然、仕組みとしても文化としても考えづらいわけです。私はジャーナリストをしているものですから、どうしても言い方が厳しくなってしまうのですが。

日本の場合、今日プレゼンテーションされた先進事例は、当然のこととして報告をされていますが、共通して見えて来たのは、厳しい報告義務と異なり、喜びや楽しさを家族的に共有していこうという、もう少し「まあいい」日本的な形が育ってきたように感じます。

宇野 おっしゃる通り、ふるさと納税という寄付を通じて政策を選び、その結果として社会を変えるということにつながるんだなということが、今お話をうかがってよくわかりました。

つまり、ある自治体のこういう政策がいいんじゃないか、ということで我々のお金を出してその政策を実現してもらうことも、ふるさと納税の意義だと思います。当然、その結果も厳しくシビアに見る。税を払うというのは、ただ払うのではなくて、それを通じて自分がこういう社会になったらいいなという思いを実現する。

つまり税を払ったり寄付をするということは、単なる施しではなくて、自分たちがこういう社会だったらいいという理想を実現するための、社会を変えるための手段だということですね。

カーさん、せっかく集めたお金をどういう用途に使うのが望ましいと思いますか。



カー 一律に言えませんね。それぞれの地域を担う、今日の発表を聞いてもわかりますように子どももあれば、お城もあれば、もう山ほどありますから、その点は逆に地方それぞれで考えればいい。きっと自然に面白いものが生まれてくると思います。

我々が難しく考えないほうがいいのか、地元にお任せすればいいと思いますね。

宇野 ♪オンリーワンですね。

カーさんは徳島県で祖谷という、本当に山深い村の古民家を建て直して、我々が行って泊まれるように素敵ところに作り替えました。今、福井県の三国でも新しく薬局を作り替えて、素敵な宿泊施設としてリニューアルしました。

カー 昔の江戸時代からの薬屋でしたね。

宇野 そう、つまり日本のいろんなところにあるいいものを、もう一回再生して価値のあるものにしようということをされてきましたけれども、そういう視点から考えた場合、税金の使い道、ふるさと納税の使い道は何かありませんか。

カー これまでのことで残念なのは、行政がどうしてもやりがちなのが、ただイベントをやるとか、ものを作る、これまでならそれこそハコモノだったり、昔、日本の全市町村に1億円配りましたね。どこでした

っけ、金塊に使ったところ。そのようなムダが起こることが心配なので地方で本当に必要なもの、例えば私がずっと言い続けてきた景観問題はこれから地域の命なんです。

これまでの見方と違うと思いますが、きれいであるとか、きれいでないとか、経済には関係ないですよ。しかしこれからは自然とか文化とか歴史資産、そういうものをどのくらい残していたかによって、生きるか死ぬかぐらいの違いが出る分かれ道が来たと思います。

ですので、その部分が特に地方にとって大事なので、ぜひ何らかの形でふるさと納税を使ってもらいたいと思います。

私たちがやってきたのは、観光客がめったに行かないような町の古民家とか古い家を直して快適な美しい宿泊施設として改修すると、必ず人はやってくるんです。そしたら町が少しずつ活性化していく。そのようなことはぜひ地方でやってもらいたいと思います。

宇野 カーさんの「犬と鬼」などの著書を拝読していると、ものすごい怒りみたいなものを感じるんです。日本の地域はこんなにもいいものをたくさん持っていたのに、なぜむざむざと壊してしまうんだと。せっかく素敵な景観があるのならしてしまって、同じようなビルディングを作ってしまったら、こんなに大切なものがこの地域にあるのに、なぜそれをもっと大切にしないんだという、憤りのようなものを感じましたけれども、景観が命であるというのはおっしゃる通りですね。

つまり、ふるさと納税で本当に大切なことは、何かの品を送るということではなくて、自分たちの地域で何が本当に残す価値

のあるものかを考え直すことなのですね。いろいろな人に、日本中、世界中のひとに知ってもらいたい価値あるものは何なのかというのを自分たちでもう一度発見し、それを保全するというに使うといいと思いました。

三神さんはいろんなところにふるさとがあるということなんですが、伺うと東京のある地域にも思いがあるというようなことをおっしゃってましたけれども。

三神 東京は大都市の代表格ですね。ただ、その中でも、いわゆる大手企業のグローバルなビジネスモデルに巻き込まれずに残る、大都市内ふるさとというものが存在すると考えています。

例えば千駄ヶ谷というところは地権者が個人であるために、小さい単位の個人の商店が残っていて、年配者と若者が交流する日常があるのです。東京体育館の近くに神社があり、これを中心に囲むように個人の小さな商店があり、地元の人に深く愛されている。お祭りや催しもしょっちゅうやっていますし。新宿も渋谷も徒歩圏のエリアですが、できるだけ地元の小さな店で買うという形で人々は意思表示をしています。東京で失われつつある、小規模で個人の顔が見え、そして神社を中心とした文化が宿るその町を、神社への寄付だけではなく、消費行動によって守り発展させようと。

また、景観の破壊が日本で起きているというご指摘がありました。この分野にふるさと納税を使うことに対して、産業振興分野に取り組む立場でお話を加えさせていただきます。

景観を守るために長年戦いぬいて来た例に京都の町家があります。バブル期に全部

マンションにすればもっと儲かるじゃないかという単純で暴力的な理屈に対し抵抗を感じたのが発端です。ところが町家というのは現代的な意味で言うところの「耐震建築」ではない（耐震性については実は非常に優れているという点を京都大学が最近解明していますが）。町家を保護するために、制度を変えなくてはいけない。さてどうしたものか。

既存のビジネスの理屈と共存する新たな方法を考える研究活動がまず必要でした。建築の工法や修復技能の承継もしなくてはならない。美観とデザイン面も考慮した補修ができる人を育てなくてはいけない。価値が流通するよう不動産取引の仕組みも考えなければならない。こうした実務的な問題を、大手企業がやってくれるのか、あるいは都市部の人たちがやってくれるかという点もまず難しい。彼等のビジネスモデルに合わないからです。ということで、町家の住民など様々な立場の市民が自ら研究を立ち上げたのです。

ふるさと納税にあてはめると、景観を守りたいという思いが強いためこそ、必要な手段を考え、プロジェクトをまずは立ち上げることにつながってくると思います。当時は、ふるさと納税はありませんでしたので、なんとか研究資金を調達しなくてはならない。たまたまトヨタ自動車の事業に応募し初期の研究資金を確保し、その後は自助努力で20年以上活動を続けてこられている。「息の長い活動」という岩手県のご指摘がありましたけれども、現代に押し寄せてくる企業の論理、あるいはグローバル化や大都市化の論理と戦うにはそういった研究活動を長期でやり続ける意思を

誰が持っているのか。それは当事者である住民にほかなりません。この例の場合は、結果が出てきてようやく市が参加していったのですが、ふるさと納税の場合、最初から産官学、市民単位のプロジェクト設立を行政が後押しできるはずです。

どうやったら自分たち独自の問題解決に繋がるビジネスモデルができるだろうか、条例を作ったらいいだろうかという、政策を変えていく研究費にふるさと納税が充当されるという発想もあってよいのではと感じました。

宇野 “当事者”という言葉、大切な言葉だと思います。さきほどアレックス・カーさんもおっしゃったんですけど、国などの行政からお金がきて「使ってくれ」って言われても、あまり上手に使われないんですよ。

地域の人、あるいは地域にかかわりを持つとうとする人たちが当事者意識をもって、自分たちでこういう事業をやりたい、そのためには研究もする、準備もする、時間をかけて大切に育てていく。そういうものにお金を出すのだったら、すごくいいんじゃないかと思うんです。

カーさんは日本の高度経済成長期、どんどん物を壊している時代に日本に來られて、憤りや悲しみを感じ、でもいろんな地域で活動してこられて、日本各地の地域の人たちの当事者意識って変わってきているんじゃないかとお感じになる点ありますか。

カー ヨーロッパのフランスやイタリアへ行きますと、数百ではなく数千の単位で美しい街がほぼ完璧な形で残っています。田園地帯も。なぜ残ったかという、住民たちはそれに対するプライドがあります。

京都は、例えば町屋は特別にバブルの時に壊されたわけではないですね。今現在、進行形です。どんどん、どんどん壊されている。なぜ壊されるかという、恥ずかしいから。京都市も東京の区も、ああいう古いものは恥だと思っていたのです。文明的でない。なぜ我々京都人は江戸時代に戻らなきゃいけないのか、東京みたいに輝かしく、先進的な現代的な面白い生活したいの、という悔しきで町を見ていたくらいです。そこが大きくパリやローマの市民たちの町のとらえ方と違う。ごく最近になって、観光客も増えたことで、今の京都を見た海外や外部の人から批判されて、京都が軌道修正したと思います。それでも都である京都でさえそうなのだから、もっと小さな田舎の町はまだまだプライドは持ってないです。

私は全国的にいろんな活動をやっているのですが、どこかで新しい事業をやりだすとよく言われるセリフがありまして「こんなつまらない町に人が来るのか」と。「こんな古い町並みに用があるのか」、「逆に全部壊して道路を広げた方が現代的でいいのではないか」、という見方がいまだに強いです。

つまり、町に対するプライドというのは、すべての原動力になると思うので、見方が変わった時から何もかも、町の景観条例から何から、全部必然的に変わる。

ふるさと納税は地方の「うちの町にもいいものがある。文明的でないということではないんだ。うちの町もすばらしいんだ」という、新しいプライドを見つけるきっかけにもなっていると思います。そのプライドがあって、初めて物事がいい方向に進んでいくと思います。

町屋についてですが、これまで文明的でない、安全でない、だめだと一方的にそう思われたときには、とにかく壊していきました。しかし、最近、日本の町屋ばかりじゃなく古民家も、「価値がある」、「美しい」、「世界にこんな木造建築ってないんだ」ということに気付いた人たち、プライドを持った人たちが見直したところ、たとえば耐震については思っているほど地震に弱いものでもなかった。

最近の新しい研究では、古民家特有の耐震研究というのがあって、梁とか桁の持ち方によって、普通のコンクリートなどの建築に対する基準とは全く異なっていると。最近、国土交通省がそれを認める方向に進んでいる。

つまり、プライドを持つことによって見方が変わる。見方が変わると科学的、物質的ないろんな研究が進んでいって、そして町が救われる。プライドはオーナーシップにも関係してくると思うのですが、いろんな人がお金を寄付するとか関係して、オーナーシップを持つと、そういう人達の思いが追い風になってくる。

宇野 プライド。いい言葉ですね。地域の人たちが本当に自分たちの地域について、これが誇りなんだといえるようなこと、ふるさと納税の最終的な課題はそれなのかもしれない。

その地域にずっと暮らしている人は、それに気づかないことが多いんですよね。そんなの当たり前だと思っていて。ところがカーさんみたいな人が来てくださって、これはいいじゃないかと言われて初めて「あ、そうか」と気づく。それがプライドにつながるという部分もあるんだと思います。

実は、私の郷里は島根県の隠岐の島というところなのですが、隠岐の島では海士町というところがすごく話題になっていますが、面白いなあと思うのは、さざえカレーですよ。島では牛肉の代わりにサザエを具材に使っていたのですが、島の人はいんまり当たり前だから気にもしなかったのが、外から来た人が「これ面白いじゃん」って言ってくれて、商品化されて今、レトルト食品で日本中で買える。

去年、安倍首相が所信表明演説で触れてくれましたけれども、いいものって意外とその地域の人気づかないことが多いと思うんですよね。

ですから、ふるさと納税でもう一つ大切だな、と思うことは、これを通じて人が行き来する。自分が住んでいない地域に関心をもって応援する。そしてその地域に行って活動するとか、あるいはその地域の人もいろんなところと見比べる中で、本当の意味で自分たちの地域がどういう価値があるのかを再発見したり、新しいつながりが都会と地域社会、あるいは地域社会同士の間で生まれてきたりするといいなあと思う。三神さんはどうでしょうか。

三神 外の人に見ていただかないと価値に気付かないというご指摘について、たとえば新潟ですと、信濃川が中央にあり、橋を渡ると浮島状に古町がある。外の人間が見るとしっとりした雰囲気を持った独特の空間で素晴らしいんですね。ところが地元の方は何とも思っていらっしゃらない。せっかく島にお堀があって美しい柳が並ぶ、非常に風情ある景観があったのに、国体の時にお堀を埋めてしまいました。

このような例は日本全国にあります。ふ

るさと納税発祥の福井県もお城があったお堀の中に県庁のビルを建ててしまった。政策担当者がいらっしやる中壇上からの物言いで申し訳ありませんが、文化、芸術、歴史、民俗学的な価値から見た地域の重要性、という教養面の尺度が欠落しすぎている。

なんでも数字に置き換え金額に置き換える。一過性の短期的な利益追求ではなく文化資本という概念を知り、長期的視点を持つことが必要です。積み重なっている文化的な厚みによって「格」と独自性が出てくる。ブランディングにも通じます。

今日は北海道の「写真の町」というアイデンティティを磨き続けている事例発表がありました。私が、大変感動しましたのは、なにかわかりやすい目玉商品で人々の気をひこうとしているわけではないところです。徹底的に自分たちの町を美しくする、圧倒的に美しくするという一貫性によって魅力をじわじわと増し、どんどん人が引き寄せられ続けているのです。ウェブサイトのブランディングも自治体の中では別格ではないでしょうか。

これは自治体の皆さんだけではなく、地元の皆さんにも共通するのですが、なかなか自分たちの町の“相場観”が分からない。

私は様々な地域や国に伺う中で、常々感じるがあります。皆さんの地元はこのようなユニークで、こんなに素敵なのです。日本には藩以前から培ってきた多様な地方文化がある。地形も南北に長く四季折々の樹種にすら多様性がある、こうした要素をどれだけ客観視できるかは非常に重要です。

例えば、こうしてふるさと納税で全国の方が集まる機会があるのなら、お互い全く

違う歴史背景、文化、気候や地形を持つ地方同士が交換留学のように、自治体の方でも学生同士でもいいです。意見交換や視察・研究をし互いの良い点を見つけ合う活動が生まれてきてもよいのではと思います。



宇野 確かに新潟って水の都なんですよ。本当に新潟島って呼ばれたくらい水に囲まれた美しい水の町だったのが、それが今のくらい残っているかという、ちょっと心もとないことがあるというのは、おっしゃる通りだと思います。

過去にあったものを失いつつあるんだけど、まだ残っているものがあるとするれば、それをどうやってこれから生かしていけるか、再発見していく。“相場観”とおっしゃいましたね。ある程度よそを知ることによって、これはうちの町のいい所じゃないかと発見するプロセスが必要であって、ある種の正しい“相場観”を持つということは、おっしゃる通りだなあと思ったわけです。

カーさんは、徳島の祖谷、今本拠があるのは亀岡で、福井の三国でも活動されているわけですが、そういう地域間同士でいろいろお互い交流とか学びあえたりするっていうのは何かあるんですか。

カー 非常に大事な事ですね。意外と静かなネットワークは出来つつあると思うんで

す。奈良県の山奥に十津川村というのがあって、大変なへき地で、四国の祖谷より行きにくいんです。奈良市内から3時間以上かかる。最寄りの駅も全くない。その十津川村にちょっとしたキャビン、熊野古道を歩く人たちのためのキャビンを作りました。その手配をした奈良県庁の福野さんや、福井の三國會所という団体の人たちが、今日、ブースを見て回りましたらそれぞれブースにいました。

四国の祖谷では祖谷ウィークというのをやっています、今回は、だれか先生を呼んで講演をしてもらうという形ではなくて、実際の経験者、実際のどこかの地方とか小さな町で何かをやろうとしている人たちの経験を語ってもらおうかと思っている。それも非常に大事で、もっと実務的な話で、これは成功だった、これはやってみただけどうだった、これ今やっているんだけどあなたの町の経験からアドバイスないのか、とか、そのような集まりはあってもいいなと思いますね。

宇野 おっしゃる通りですね。実は静かに日本の地域の中にネットワークがどんどん出来つつあって、この自治体ではこんな面白いことやっているっていう情報を、意識のある自覚的な自治体同士がお互い情報を共有していて、学びあっているというのは私も実感するところがあります。

例えば、私の所属する研究所の地域調査で釜石に被災前から入っていて、被災後も行っているんですが、あそこのキッチンカーというプロジェクトをやっている人は、海士町で修行してきて、それから釜石にやってきましたと言います。相互に情報を共有していて、今日本の各地で先進的な取り組み

が次々に起きていて、それを学びあっていくという、そういうプロセスが今、起きている。これを、ふるさと納税という仕組みが加速する方向に行くといいなあと思うわけです。

ここまでプライドというお話もありました。ある種、新しいつながりを作ってそこから学びあいのプロセスを作っていたらいいという話も出てきました。

しかしふるさと納税は必ずしも順調にきているだけではありません。皆様もよくご存じのとおり、ややもすると見返りの商品という点にだけ関心が集まって、各自治体が何か見返りを与えないとふるさと納税してくれないと、お互いプレッシャーをかけられている。何か商品を出さなければいけない、本当はその地域のいろんな施策に使うためにふるさと納税をしていただくのに、どうも商品を送るといいうほうに比重が行って、ややもすると本末転倒な事例も見られると伺っています。そういう中でふるさと納税という仕組みが制度としてきちんとうまくいき、発展し、地域のプライドを再発見したり、地域間の新しいつながりを生み出したりするというプロセスに役立てるためには、ふるさと納税は今後どういうふうに進化していったらいいと思っておられますでしょうか。

三神 現状のふるさと納税という政策が単体として出来ることと、今、兆しとして出てきている動向にどうこの政策をマッチさせていくかというアプローチと2つあると思います。

兆しとしてまず、お話しておきたいのが、日本人の寿命が非常に長くなっているという事実と、東京では首都直下型地震を控え

て、もし万が一何かあった場合に企業もバックアップとして機能や拠点をどこかの都市に持っておきたいという考えです。個人で比較的場所の自由が許される働き方の人は、すでに動き出されています。例えば花粉症の時期だけ北海道に住む、仕事は現時点では東京でやる、しかしある分野においてはより早く現象が出る大阪に事務所を構える、お子さんは名門校の多い兵庫県の学校に行き自宅もそこに置く、という具合です。誰もができるライフスタイルではないのですが地域の選択を目的別に現役の時からすでに始めている。

人生が長期になると、現役時にふるさと納税を通して自分が将来住みたい街を育てセカンドキャリアに備えようという発想も出てくるでしょう。四国でも、外資系企業の方たちが缶詰めになって行うクリエイティブな会議は、改修した古い民家に長期滞在をする、そんな誘致例がありますね。日本は人口が減ってくる。ひとりあたりが使いこなす町の数、目的や文化の魅力ごとに、複数以上になるというニーズは多様に考えられるのではないのでしょうか。

もちろん、住民発案の自発的なプロジェクトもありつつ、そういった方を外から流入させるための魅力ある独自の文化や機能の強化とは何なのかという発想がこれから並行して走っていくと面白いことになるのではないかと考えています。

宇野 おっしゃるとおり。確かに地震の問題もありますし、高齢化という問題があります。そういうことまで考えると、なるほどふるさと納税というものが潜在的につながってくる政策課題って多いなと思いました。

もともとふるさと納税というのは、地域で生まれ育ち、地域としては学校とかいろんなことでお金をかけて育てた人材が都市に流出して、結局、都市でのみ納税しているという現実、人を育てた地域に対して不公平ではないか。そういう意味で、今は都会で働いているけれども、ふるさとに対する思いがあってそこにも貢献したい。それがふるさと納税の発想の原点だったと思うんです。

ふるさと納税というのは、制度としてうまく使えば複数の地域とかかわりを持ちながら生きていくことを可能にする制度なのかもしれません。今まで僕は今、住んでいる場所、せいぜい自分の故郷の町ぐらいしか考えてなかったけれども、もっともっといろんな町とかかわりを持ち、今、三神さんがおっしゃったように、将来自分に住みたいなあという町を見つけてそこを育てるような施策にお金を出すこともできる。人はいろんな地域とつながりをもって生きていける、そのほうがきっと、防災上も高齢化を考える上でも非常に意味があるわけですね。ふるさと納税はそのテコになるのかなあと改めて思いました。

カーさんはどうですか、ふるさと納税という仕組みについて、その未来をどういうふうにお考えでしょうか。

カー 2つあると思うんです。1つは non profit です。NPOを含めて、財団、基金など非営利の組織として、残念ながら日本は非常に遅れたわけですね。アメリカはすでに非営利部門だけで国のGNPの（決算統計によって違うのですが）8%、場合によっては9%を占めていると言われています。

とても巨大な組織がいくつかあって、そ

れは自然保護もあれば、医学的なものもあれば、たくさんあります。なぜそういうことになったかという、やはり税金対策です。課税所得額の30%から50%まで控除を認めてもらえるわけですね。日本はごく最近までほとんどできなくて、今でもNPOに対する寄付は税制としては非常に弱い。だから、できればふるさと納税が第一歩として、寄付という文化がもっとしっかり根を下ろすようになればいいなと思います。

その結果の一つとして、地域活性や文化保存について、行政ではなく企業でもない非営利組織の中にしか育たない知恵というものがあるので、そういう知恵とかいろんな技術がふるさと納税の普及によって、少しずつ行政の中や行政と組んでいる様々な組織の中に出来て、それがもっと発展していくといいなと思います。

もう一つは、さきほど返礼品の問題が出ました。聞くところによると、自治体によってはいただいた寄付金の半分以上を返礼品で返しているという話もあります。どうしても返礼品競争になるわけです。この地域はいいことやっているとか、この地域は面白いことやっている、この地域に対するオーナーシップというところから外れて和牛が欲しいとかサザエが欲しいとか、そういうものに恋に流れていく懸念があります。

ですから、ひょっとしたら制度の考え直し、返礼品は10%までとか、何かのリミットをつけないとどうか、という思いもあります。ここ数年で爆発的な人気が出て、ここでもう一回考え直す時期が回ってきたのではないかなと思います。

宇野 ありがとうございます。あつとい

う間に時間が過ぎてしまいました。では最後に一言ずつ言って終わりにしたいと思います。

私の方からは、ぜひこのふるさと納税を通じて地域と地域が、さきほどのカーさんの言葉でプライドですかね、プライドはなんていうんでしょう、自慢というのとは違うと思うんです、何かな、「誇り」。地域の人たちが自分たちにはこんな「誇り」があるんだ、

カー あのね、宇野さん。「愛情」だと思う。

宇野 「愛情」。

カー 自分の家の横に流れている川。ちょっと遠くに見られる山。海岸の砂とか、柳とか、さくらとかに対する「思い」ですね。「愛情」なんですね。

宇野 「誇り」であり、「愛情」であり、やっぱり自分たちの地域にはこんないいものがあるんだ、そこに、みんな日本中のいろんな人たちが来てほしい、というストーリーを各地域でもう一回、自分たちで再発見し直して、それを多くの人に共有してもらうことが大切だと思います。そういう意味で地域間の競争、単にお金だけの競争じゃなくて、プライドやストーリー、物語を通じて地域間の競争ができると日本の活性化につながるのではないかな、ふるさと納税がそのきっかけになるといいと思いました。

三神さんいかがでしょう。

三神 非営利組織のお話が出ましたので、あえて問題点を指摘して終わりたいと思います。

NPOをはじめとする非営利組織に関して日本は non profit の意味の捉え方にまだまだ誤解があります。非営利性とはお金の出し手に対し「配当しない」というだけで、

欧米で非常に力のあるNPOというのは極めて大きなグローバル企業並みの予算を動かし、自分で稼ぐ力があります。ただその職務内容が政策担当者にも民間企業にもできない領域だから、高度のプロフェッショナルとしてそこで活動をしている。それに対し賛同する人たちが寄付をするということなのです。ですから民間でも政策分野でも通用しない人が、不透明なスキルで、良いことをしているのだから利益は上がりません、稼ぐ力がないから寄付金で支えてくださいということではないのですね。

日本はこうしたプロフェッショナルとしての質がNPOをはじめとする非営利組織にまだ、十分には育っていません。審査が簡易化の方向に変更され、すそ野が広がった一方で、問題点もまだまだ残っています。実績を上げることができないNPOや、民間の相場で買ってもらうことができない、努力が足りない企業が、自らの延命のためにふるさと納税にたかるという構造になってはいけないと思うのです。これでは、あまりにも人の善意に頼みながら未来を閉ざす使い方になってしまう。

これまでのお話を通して皆さんと共有できたのは、政策に対する納得感を寄付者から得て、それによって未来を創っていくのがふるさと納税であり、この質をどう高めていくか。寄付者にプレゼンテーションをしていくときに、返礼品がその中に組み込まれていても、もちろんいいと思います。ただしそれが節度あるもので、そして一過性のイベントではなく、何年プロジェクトなのか、政策目的が何で、どれだけ長期的にかかるのかといった説得力を含めたプレゼンの仕方を研究していく必要があるのだ

はないかと思いました。

宇野 ありがとうございます。非常に厳しいけれども大切なご指摘だと思います。NPOは行政に対してもある意味、本当の意味で政策のプロとなることが強く求められる、そういう厳しい時代に入るのかもしれない。ふるさと納税というのはそういうものなんだと、よく分かりました。

カーさん、最後に一言ありますか。

カー ふるさと納税を含めてですね、日本の一大課題は地方の空洞化、過疎化だと思います。これまでは、とにかく大都会ばかりがいい、地方はつまらない、とにかく逃げまじうという思いだったのが最近になってちょっと変わり始めたと思います。その大きな意志転換の流れの中での、ふるさと納税だと思いますから、極めて大事な動きだと思います。

宇野 ありがとうございます。

最後に今回、受賞されました自治体の皆様に対して心からの敬意を表したいと思います。また、ここにはいらっしやらない多くの自治体の取組みに対しても私たちは応援していきたい、そしてふるさと納税を通じて日本と日本の地域が発展することを期待しております。

本日はどうもありがとうございました。