

こうした点を考えると、マッチングギフトも寄付による投票条例も、あるいは、ふるさと納税にしても、マクロ的に見れば、直ちに地方税や交付税に代わるほどの財政的なインパクトを持たせることは困難と言えよう。

しかし、個々の自治体、特に財政規模が小さな自治体にとって、わずかでも自主財源を確保できる効果は大きい。また、寄付者に地域の情報や特産品を届ける自治体もあり、地域のPRやファンづくりに役立つ効果も小さくない。

インターネットに代表される情報革命の進展により、個人や小規模なグループの取組みでも、多くの人の賛同を得られれば、資金を集めることが容易になってきている。マッチングギフトや寄付による投票条例のような制度導入を、住民による地方自治への関心を高め、住民参加型の地方行政を促進させる契機と捉え、中長期的に日本の寄付文化を醸成することができれば、寄付を通じて地方自治に参画する住民も増え、寄付を活用した事業拡大も図ることができよう。そうした意味において、今後の寄付に関わる議論の高まりを期待するものである。

(当センター主任研究員 武智 公博)