The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	ふるさと納税に関する実証分析
Author(s)	西村, 慶友
Citation	大阪大学, 2020, 博士論文
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/76616
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

博士論文

ふるさと納税に関する実証分析

令和元年度

西村 慶友

大阪大学大学院国際公共政策研究科

目次

謝辞

初出一覧

序章 1

１．研究の趣旨 1

１.１　研究の目的 1

１.２　各章の概要 3

第１章　ふるさと納税制度の概要 7

１．はじめに 7

１.１　制度創設における議論 7

１.２　ふるさと納税制度の意義 9

１.３　年度別の実績 10

２．ふるさと納税の仕組み 13

２.１　ふるさと納税の具体的な控除額 13

２.２　ふるさと納税の流れ 15

３．制度に内在する課題 16

３.１　返礼品における議論 16

３.２　総務大臣通知から法制度化に至る流れ 17

４．おわりに 19

第２章　ふるさと納税のインセンティブに関する分析 21

１．はじめに 21

１.１　研究の背景 21

１.２　先行研究 21

１.３　本章の構成 22

２．ふるさと納税制度とその現状 22

２.１　国内の寄付状況 22

２.２　ふるさと納税の実績 23

３．実証モデル 25

３.１　理論的背景 25

３.２　検証仮説 28
３.３　データ 29
３.４　分析モデル 30
４．分析 34
４.１　推定方法 34
４.２　推定結果 34
５．おわりに 38
５.１　政策提言 38
５.２　今後の課題 39
補論（2014 年のふるさと納税の状況） 40
第３章　ふるさと納税の規定要因 45
１．はじめに 45
１.１　研究の背景 45
１.２　先行研究 45
１.３　本章の構成 46
２．ふるさと納税の実績 46
３．実証モデル 48
３.１　検証仮説 48
３.２　データ 49
３.２　分析モデル 51
４．分析 54
４.１　推定方法 54
４.２　推定結果 55
５．おわりに 59
５.１　政策提言 59
５.２　今後の課題 60
補論（2016 年のふるさと納税の寄付者の状況） 60
第４章　ふるさと納税の受入先住民の満足度に関する分析 65
１．はじめに 65
１.１　研究の背景 65

１.２　先行研究 66
１.３　本章の構成 67
２．ふるさと納税制度の概要 67
２.１　ふるさと納税制度の意義 67
２.２　ふるさと納税と地方交付税 68
３．実証モデル 68
３.１　検証仮説 68
３.２　データ 69
３.３　分析モデル 71
４．分析結果 74
４.１　推定方法 74
４.２　推定結果 75
５．おわりに 78
５.１　政策提言 78
５.２　今後の課題 78
終章 81
１．まとめ 81
２．政策提言 83
２.１　情報発信の重要性 83
２.２　具体的な使い道の提示による募集 83
２.３　真に利他的な制度に向けて 84
３．今後の課題 84
参考文献 87

謝　辞

本論文の執筆に際して、大阪大学大学院国際公共政策研究科の赤井伸郎教授、同研究科の山内直人教授、同大学院経済学研究科の福重元嗣教授には、多方面から熱心なご指導をいただきました。ここに深謝の意を表します。第 2 章、第 3 章の共著者である日本公共政策研究機構の石村知子氏にも論文執筆の過程において非常に有益な議論をさせていただきました。誠に感謝申し上げます。

研究発表の機会をいただきました、日本地方財政学会、日本財政学会、日本計画行政学会の関係者の方々にも深く御礼申し上げます。学会発表においては多くの方々からコメントをいただき、その全てが私にとって非常に貴重なものでした。大阪商業大学公共学部公共学科の中嶋貴子専任講師にも様々なご助言をいただきました。

また、常日頃から私をサポートしてくれている妻と 2 人の息子にも心より感謝いたします。そして、快く大学院に送り出していただいた私の勤務先である株式会社サイネックスの村田吉優社長、浅田秀樹専務、塩野勝常務にも深く感謝いたします。なお、本論文の内容に関する誤りはすべて筆者の責に帰すべきものです。

初出一覧

序章

書き下ろし

第 1 章

書き下ろし

第 2 章

西村慶友・石村知子・赤井伸郎(2017)「ふるさと納税（寄付）のインセンティブに関する分析 ～個別自治体の寄付受け入れデータによる実証分析～」『「地方創生」と地方における自治体の役割（日本地方財政学会研究叢書　第 24 号)』,pp.150-178.（2016 年 11 月 16 日受理）

第 3 章

西村慶友・石村知子(2017)「ふるさと納税の規定要因 ～インターネット調査による個票データを用いた計量分析～」（2017 年 5 月 20 日、日本地方財政学会にて報告）

第 4 章

西村慶友(2019)「ふるさと納税の受入先住民の満足度に関する分析 ～住民は居住自治体の制度活用に満足しているのか～」（2019 年 10 月 19 日、日本財政学会にて報告。投稿中）

終章

書き下ろし

序章

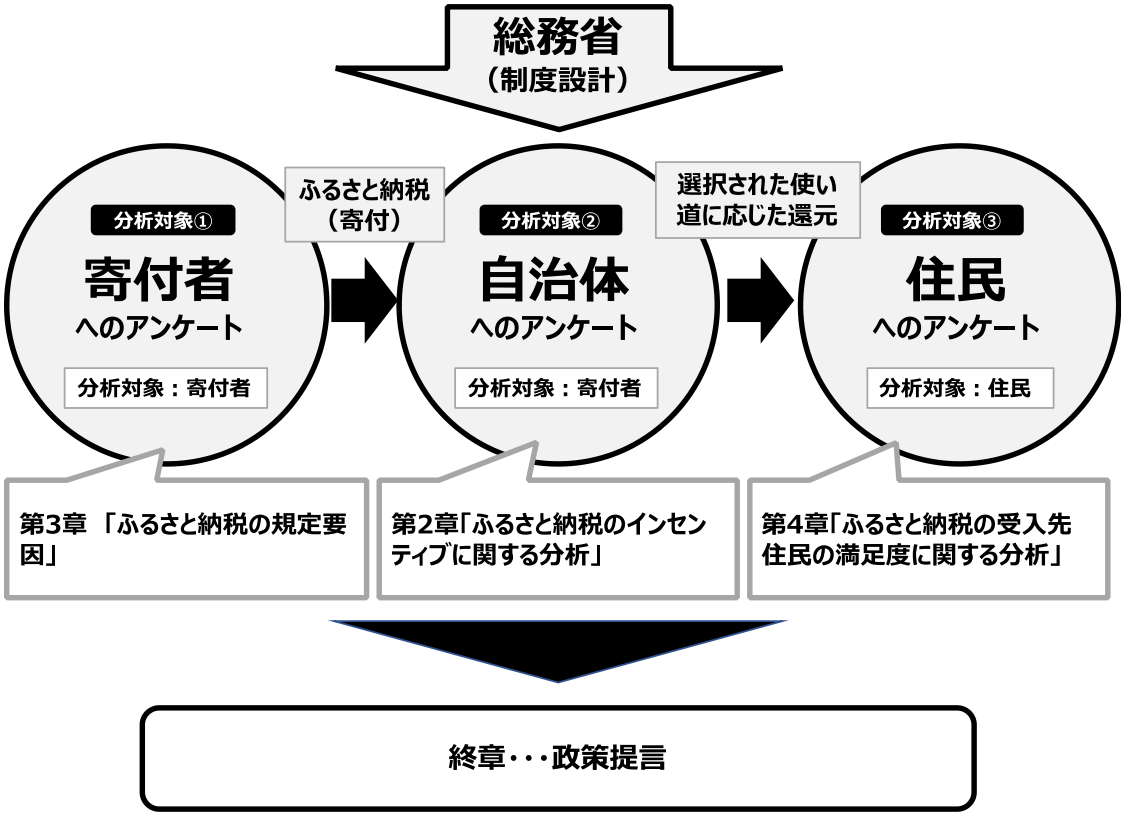
１．研究の趣旨

１．１　研究の目的

本論文の目的は、ふるさと納税制度について、制度創設の目的を鑑みつつ、自治体・寄付者・受入先自治体の住民について、それぞれ独自に収集した個票データによる実証分析を行い、これらの結果を元に、制度そのものが正しい発展をしているのか、正しい運用がなされているのか、ふるさと納税の受入先自治体の住民は満足しているのか等について検討したい。そして、それらから得られた検討結果を受けて、ふるさと納税制度の在り方についての政策提言を行いたい。

研究の全体像について図表１として下記に示す。図中で示された３つの円が本論文において分析に使用するデータ及び分析対象を示している。

図表１　研究の全体像



出典：筆者作成

それぞれ左から、分析対象①「寄付者（寄付を行う個人）へのアンケート」（第 3 章）、分析対象②「（寄付を受け入れる）自治体へのアンケート」（第 2 章）、そして分析対象③「（寄付を受け入れる自治体の）住民へのアンケート」（第 4 章）となる。ふるさと納税制度について複数の方向から仮説を示し、制度全体の課題を浮き彫りにさせる試みである。

自治体・寄付者・受入先自治体の住民から取得したアンケートデータを個別に分析することの意図としては、それぞれの主体にとってのメリットが異なることが想定されるからである。歳入を増やし住民サービスを充実させたい自治体が、どのような地域的な特性を持ち、どのような寄付の募集を行うことがふるさと納税の実績の増加につながっているのかを調査する。その結果を通じて寄付者のインセンティブ（分析対象②）を明らかにしたい。ふるさと納税の実施により効用を高めたい寄付者（分析対象①）については、個人寄付データの分析を通じて、それが利己的なインセンティブに基づくものなのか、もしくは利他的なインセンティブに基づくものなのかを調査する。寄付者のインセンティブについて、さらに踏み込んだ詳細な結果が得られよう。そして寄付者は同時にふるさと納税を受け入れる自治体の住民（分析対象③）でもある。住民は居住自治体の制度活用による生活の満足度を高めたいと考えていることが想定され、ふるさと納税制度の活用と住民満足度の関係が明らかになる。この分析についてはふるさと納税経験者だけではなく、過去に経験のない個人も分析対象とする。

このようにふるさと納税制度に関わる 3 つの主体をそれぞれ分析することで、同制度についてより重層的に理解することが可能になる。各主体の特性を明らかにし、その結果を最終的な政策提言へとつなげていきたい。

なお、通常、経済学で使われる利己的動機（自己満足、Warm glow）とは他人を幸せにする行為により自身が満足感を得ることを言うが、本論文では返礼品が欲しい、税額控除を受けたいなどの私利私欲に基づいた行動を「利己的」として用いている。

改めて、下記に本論文における 3 つのテーマについて記載する。

① どのような制度運用を行っている自治体に寄付が集まっているのか。（第 2 章）
② ふるさと納税を行う寄付者の特性は利他的か利己的か。（第 3 章）
③ 寄付受入先自治体の住民は制度活用に満足しているのか。（第 4 章）

なお、ふるさと納税と名付けられた制度には「企業版ふるさと納税」（正式名称：地方創

生応援税制）が存在するが、この制度は内閣府が認定した事業に企業が寄付すると損金算入措置による税の軽減効果があり、かつ、寄付額の 3 割が税額控除されるというものである。2016 年度に始まったが、2020 年度からはさらに控除の枠を広げ、税負担の軽減幅が 9 割になる方向で検討がされている。しかし、企業版ふるさと納税は個人版のふるさと納税とは違い返礼品などの明確なメリットが企業に存在しない（寄附をした企業への経済的な見返りは禁止されている）ため、現状では活発に利用されているとは言い難い状況にある。当論文は個人版ふるさと納税に焦点を当てており、企業版ふるさと納税は研究対象とはしていない。

１．２　各章の概要

本論文における各章の概要を以下に示す。

序章では、本論文の導入部として、本論文の研究のテーマを提示し、研究の全体像について俯瞰していきたい。自治体・寄付者（個人）・ふるさと納税受入先自治体の住民の 3 つの主体から得たアンケートデータを個別に分析する意義についても説明する。

第 1 章では、ふるさと納税制度の成り立ちや意義から、法制度化に至る流れを時系列で確認していきたい。また、各年度の実績額（金額・件数）を示し、具体的な控除額など制度活用において個人が受けるインセンティブについても触れておきたい。ふるさと納税を実施する際の具体的な流れや方法についても紹介する。

第 2 章では、全国の自治体から独自に取得したアンケートデータを元に、ふるさと納税における､個人のインセンティブに関する実証分析を行う｡ふるさと納税を寄付とみなし、寄付先の自治体の特性から、利他的な寄付が多いのか、利己的な寄付が多いのかを探っていく｡分析にあたっては､アンケート調査により独自に入手した自治体別データを用いた。特に、ふるさと納税が、本来の目的である地域活性化を目指して行われているのか（利他的と考えられる)、それとも、特典を目当てに行われているのか（利己的と考えられる）という仮説を検証し、今後の制度改革の方向性を検討する。この調査の新規性としては、詳細な個人のインセンティブについて、全国調査の独自アンケートで初めて明らかにした点が挙げられる。全国の自治体を大規模・中規模・小規模と分けて分析を行った結果、寄付者の行動要因として、小規模地域においては、財政的に恵まれない地域に寄付しようという利他的要素はあるが、どの自治体を選択するかの決め手は、返礼品に左右される可能性が高く利己的要素もあること、また、返礼品がない場合には、使途説明など、地域にどの

ように貢献するのかが明確な自治体に寄付する傾向が見られ、利他的要素があることが明らかになった。

第 3 章では、ふるさと納税の規定要因について、インターネット調査による個票データを用いて個人のインセンティブに関する実証分析を行う。寄付者個人から取得したアンケートを元に、本来の目的である地域活性化（利他的要素）を目指して行われているのか、特典を目当てに行われているのか（利己的要素）について明らかにする。分析にあたっては、楽天インサイト株式会社[1]のサービスを利用し、全国の個人を対象に行った独自のインターネットアンケート調査結果（500 サンプル回収）を用い、寄付行動における個人のインセンティブについて明らかにする。アンケート調査では、寄付金及び寄付件数（2014 年～2016 年）、個人年収及び世帯年収、配偶者の有無、寄付の動機（特典、使い道への共感等）、被災地への寄付の有無、特典の種別（肉、米、金券等）等を質問項目としている。本章ではこれらのデータを用いて、仮説に基づき、寄付実績に対する、利己的動機（特典等）及び利他的動機（ふるさと納税の使い道、被災地への寄付等）の効果を実証的に検証している。その結果、年収が高い人、年齢が若い人ほど多額の寄付を行うことや、特典の取得や税金の軽減を目的としてふるさと納税を行う利己的傾向があることが明らかになった。また、年齢が高い人ほど寄付を行う確率が高まることがわかり、2016 年単独で見たときには、若い層が多く寄付を行っているが、2014 年～2016 年の変化を見ると、幅広い世代が寄付を行うようになってきたという傾向を読み取ることができた。

第 4 章では、個人を対象としたインターネット調査による個票データを用いてふるさと納税の受入先自治体の住民の満足度について実証分析を試みた。満足度については 4 つの指標を作成した。それぞれ、自治体のふるさと納税制度の活用への満足度である「制度活用満足度」、自治体の制度活用の結果の暮らしへの影響を問う「生活満足度」、返礼品の PR など自治体の努力への評価を問う「努力満足度」、その自治体の努力の結果として実績を評価する「実績満足度」である。ふるさと納税制度の本来の趣旨には“お得”という利己的なメリットではなく利他的な意味合いを多分に含んでいる。それゆえ、説明変数として、ふるさと納税制度の本来の意義を知っていることによる満足度への影響を考察する。また、その満足度に影響を及ぼす別の視点として、ふるさと納税を実施することによる居住自治体の税収減、及び地方交付税による住民税の減少額の補填といった詳しい仕組みを知って

[1] 楽天インサイト株式会社(https://insight.rakuten.co.jp/)のパネル数（会員数）は 2019 年 4 月時点で約 220 万人あり、単一パネルとしては業界最大規模である。

いることがどのように影響を及ぼすのかも検討する。これらの課題を検討するために、本章では、楽天インサイト株式会社のサービスを利用しアンケートを収集した。個人を対象としたインターネット調査による個票データ（2018 年にふるさと納税を実施した経験者からの 250 回答と過去に経験のない未経験者からの 250 回答を合わせて 500 回答）を用いて実証分析を試みている。その結果、ふるさと納税の経験者・非経験者で結果が分かれる形になったが、ふるさと納税の使途が地域の課題（ニーズ）とマッチしていることや居住自治体のふるさと納税の使途を知っていることで住民の満足度が高くなること等が明らかになった。

終章では、第 2 章から第 4 章までの実証分析の結果から、国及び自治体に対して政策提言を行う。

第１章　ふるさと納税制度の概要

１．はじめに

１．１　制度創設における議論

「地方のふるさとで生まれ、教育を受け、育ち、進学や就職を機に都会に出て、そこで納税する。その結果、都会の地方団体は税収を得るが、彼らを育んだ『ふるさと』の地方団体には税収はない、そこで、今は都会に住んでいても、自分を育んでくれた『ふるさと』に、自分の意思で、いくらかでも納税できる制度があっても良いのではないか」(総務省, 2007)

2007 年 5 月の総務大臣[2]の上記の問題提起がキッカケとなり「ふるさと納税制度」の検討が始まった[3]。2007 年 6 月から総務大臣の諮問機関として「ふるさと納税研究会[4]」が開催され、9 回の会合を経て後、2007 年 10 月に「ふるさと納税研究会報告書」(総務省, 2007)がとりまとめられた。その後、ふるさと納税制度は、2008 年 4 月に公布された「地方税法等の一部を改正する法律」により現実のものとなったが、制度の創設にあたっての議論は「ふるさと納税研究会報告書」に詳しい。

まず、ふるさと納税先の対象となる「ふるさと」の概念であるが、言葉の定義については、2 通りのイメージに大別された。１つに、自分や家族が生まれ育った地域等という意味でのいわゆる「ふるさと」。これは出生地、過去の居住地、義務教育を受けた場所などが該当し、「ふるさと納税」の基本となる思想とされた。もう１つが、何らかの思いを持って貢献・支援したい地域。これは、二地域居住の滞在先、自分の両親が住んでいる場所などを指し、前述の定義とは異なる形となっている。また、ふるさと納税の受入先となる地方団体に、基礎的自治体である市町村に加えて、広域的自治体である都道府県も含むべきかについても議論の対象となった。結果的に、「ふるさと」の概念については、納税者の意志に委ねられることが適当とされ、制度上で定義することは見送られた。

次に、ふるさと納税の名前の通り、「『税』を分割する方式の可能性」について検討が行われた。「ふるさと納税」本来の考え方としては、地方税である個人住民税の分割納付、つまり、納税者による納税先の選択を実現し、地方団体間において税金を移転させることで

---

[2] 第一次安倍晋三政権下における菅義偉(すがよしひで)総務大臣であった。

[3] これに先立って、西川一誠(にしかわいっせい)福井県知事が 2006 年 10 月 20 日に日本経済新聞紙上にて、故郷の自治体へ寄付に税額控除を認める「故郷寄付金控除」を提唱している。

[4] 千葉商科大学の島田晴雄学長を座長とし、慶應義塾大学商学部の跡田直澄教授、明治大学の小田切徳美教授、市川市の千葉光行市長、福井県の西川一誠知事等が構成員を務めた。(肩書は当時のもの)

あった。しかし、議論を重ねる中で個人住民税の持つ「地域社会の会費」としての位置付け、地方団体のもつ「課税権」、租税そのものの「強制性」、そして、ふるさと納税を選択した者としていない者の間に発生する「住民間の公平性」が考慮され、税を分割する方式はとり得ないと結論付けられた。これらの問題点を解決するために考えられたのが、「寄付金税制の応用」である。

従来の寄付金控除については所得控除の方式がとられていたが、ふるさと納税制度では国と地方団体の双方が役割を負うべきとの考え方から、所得税と個人住民税の双方を対象とする仕組みが検討された。その上で、個人住民税については税額控除方式、所得税については所得控除方式が採用されることになった。所得税の控除についても税額控除とすることが望ましいとされたが、個人住民税と異なる制度であることから、現行の所得控除の方式が維持された。一方、個人住民税については、ふるさと納税制度の趣旨から税額軽減効果に限界がある所得控除方式ではなく、高率の控除率を設定することが可能な税額控除方式が望ましいと考えられた[5]。そして、全体の控除率としては、一定の自己負担を課すべきであるという観点から、適用下限額を設け、所得税と個人住民税を合わせて寄付金額の80%の税額が控除される仕組みとして検討された。

なお、適用下限額については2007年時点の制度であった10万円では高すぎることから、大幅に引き下げられて5,000円 となった。適用下限額の議論の元になった制度は、2008年以前にも存在していた。1993年の税制改正で地方団体への寄付が個人住民税における所得控除の対象となり、1994年以降で適用されている。しかし、当時の制度は適用下限額が10万円と設定されており、特例枠も存在せず控除金額も低いことから、納税者にとっての利用価値は低かった。これらの議論を踏まえて、都道府県・市区町村へのふるさと納税（寄付金）のうち、適用下限額の5,000円を超える部分について、所得税と合わせて、個人住民税所得割の税額の1割を上限として全額が控除されることとなった。

その後、2度の制度改正が行われ、2011年度の税制改正により適用下限額が2,000円となり、2015年度の税制改正により個人住民税所得割の2割が控除されることとなった。この改正により、実質2,000円の負担で済む寄付金額が制度創設時に比べて約2倍となっている。また、「ふるさと納税ワンストップ特例制度[6]」も2015年に創設されている。寄付者がこの

---

[5] 所得控除は課税前の所得から差し引く（税金を計算する元の金額を減らす）のに対して、税額控除は課税後の金額から差し引く（税金として支払う金額を減らす）ことから、税額控除の方がより高率の控除を受けられる。

[6] 2015 年 4 月 1 日以降に行うふるさと納税が対象となっており、2015 年 1 月 1 日から 3 月 31 日の間にふるさと納税を行った寄付者が控除を受けるためには確定申告を行う必要があった。また、同制度を利用するに当たっては寄付者が自らふるさと納税を行った自治体に申請書を送付する必要があり、6 自治体を超えて利用申請を行うと、全ての

制度を利用すれば、確定申告を行わずとも寄付金控除が受けられる仕組みで、寄付者にとっての手続きの簡素化を目的としている。なお、同制度が適用された場合は、所得税からの控除は行われず、控除額の全額が、翌年度の住民税から控除されることになる。すなわち、地方の負担がより増える仕組みとも言える。ふるさと納税制度における控除額の変遷を図表2にまとめる。

図表2　ふるさと納税制度における控除額の変遷

<table>
<tr><th rowspan="2">年</th><th rowspan="2">適用下限額</th><th rowspan="2">所得税の控除額</th><th colspan="2">個人住民税の控除額</th></tr>
<tr><th>（基本分）</th><th>（特例分）</th></tr>
<tr><td>2008年</td><td>5,000円</td><td rowspan="3">（ふるさと納税額－適用下限額）×所得税率</td><td rowspan="3">（ふるさと納税額－適用下限額）×住民税率（10%）</td><td rowspan="2">住民税所得割額の1割を限度</td></tr>
<tr><td>2011年</td><td>2,000円</td></tr>
<tr><td>2015年</td><td>2,000円</td><td>住民税所得割額の2割を限度</td></tr>
</table>

出典：筆者作成

１．２　ふるさと納税制度の意義

制度創設前の有識者による議論を経てまとめられた「ふるさと納税研究会報告書」（総務省,2007）には、同制度の 3 つの大きな意義が記されている。第一に「納税者の選択」、第二に「ふるさと」の大切さ、第三に自治意識の進化の 3 点である。

第一の意義である「納税者の選択」は、国民の義務でもある納税について、自らの意志で納税対象を選択できるようにすることで、納税者が税に思いをいたし、納税の大切さを自覚する機会を与えるというものである。

第二の意義である「『ふるさと』の大切さ」については、地方に生まれながら、進学や就職を機会に都会に移住する人が多い昨今において、出産・育児・教育・医療等の行政サービス を地方（の自治体）で受け、（就職してから）納税は都会（の自治体）に行うという実態が地方を疲弊させる一因となっており、この点に思いをきたし、ふるさと納税を通じてアンバランスさを解消させる狙いがある。

第三の意義である「自治意識の進化」は、ふるさと納税制度により、全国の自治体が自らの魅力発信を競い、切磋琢磨の競争が行われることで、地方自治体と住民にとってふるさと納税をしてもらうにふさわしい地域のあり方を考える機会となれば、という思いが込

自治体への申請が無効になる。なお、2018 年度の件数ベースの利用率は 25.0%であった。同制度は寄付者にとって利便性が高い一方で、機密性の高い個人情報が数多く自治体に郵送されることから、自治体の担当者にとっては多大な業務負担となっている。

められている。

内閣府の「社会全体の子育て費用に関する調査研究」(内閣府政策統括官（共生社会政策担当）,2005)によると、0 歳～17 歳（出生～高校卒業）までに必要な公費負担（学校教育費、福祉・医療関係費など）は約 1,600 万円と言われている。税金を納めるまで成長させるのはふるさと（多くの場合は地方）の役割で、その成果とも言える納税が都会で行われることの違和感を解消させるための制度とも言えるだろう。これが、ふるさと納税制度創設の根幹を成す考え方と言える。

１．３　年度別の実績

制度創設以来の年度別実績金額、実績件数を図表 3 に示す。制度開始から数年間は 80 億円から 100 億円前後で推移していたが、2013 年末からの返礼品ブームの到来そして、2015 年に控除額が 2 倍になる制度改正などを経て、大きく成長していることが分かる。

図表 3　ふるさと納税実績額の推移

年度	ふるさと納税の実績		前年比較
	件数（千件）	金額（百万円）	（金額）
2008年	54	8,140	－
2009年	56	7,698	94.6%
2010年	80	10,218	132.7%
2011年	101	12,163	119.0%
2012年	122	10,410	85.6%
2013年	427	14,564	139.9%
2014年	1,913	38,852	266.8%
2015年	7,260	165,291	425.4%
2016年	12,711	284,409	172.1%
2017年	17,302	365,317	128.4%
2018年	23,224	512,706	140.3%

出典：総務省(2019a)

また、図表 4 に 2008 年と 2015 年の実績上位自治体の比較表を示す。制度創設当初の 2008 年は知名度が高く住民も多い大都市に多く金額が集まっており、都会から地方への寄付金によるお金の流れはあまり生じていなかった。すなわち、制度そのものがあまり機能していなかったことが推測される。しかし、実績額が示すように返礼品ブームが始まった 2015 年には地元に多くの魅力的な特産品を持つ地方都市が目立つようになっている。同時に、自治体間の競争が激しさを増し、総務省からの指導が 2015 年から段階的に始まっていくことになる。

図表 4　ふるさと納税の 2008 年度と 2015 年度の比較（単位：千円、件）

順位	団体名		金額	件数
1	東京都	府中市	661,949	29
2	広島県	広島市	629,148	-
3	北海道	札幌市	397,801	385
4	東京都	杉並区	328,712	29
5	栃木県		224,204	30
6	大阪府		156,513	508
7	東京都	文京区	118,413	-
8	兵庫県	神戸市	112,842	215
9	長野県	飯山市	109,934	69
10	大阪府	大阪市	108,666	2,605
11	岡山県		108,353	71
12	神奈川県	厚木市	107,229	-
13	千葉県	木更津市	107,099	15
14	岐阜県	岐阜市	103,971	24
15	茨城県	大子町	100,755	11
16	愛知県	名古屋市	78,294	2,375
17	岩手県	釜石市	65,782	48
18	東京都	渋谷区	63,440	14
19	鹿児島県		62,120	761
20	千葉県	流山市	58,854	36
21	北海道	小樽市	56,757	183
22	北海道	弟子屈町	47,253	56
23	新潟県	十日町市	46,516	934
24	北海道	留萌市	44,480	57
25	東京都	練馬区	42,086	18
26	香川県		41,790	130
27	神奈川県	秦野市	40,210	39
28	群馬県	草津町	40,160	8
29	佐賀県	唐津市	38,148	22
30	長野県	上田市	36,682	43
31	兵庫県	南あわじ市	34,882	334
32	福井県		34,400	472
33	茨城県		34,002	100
34	神奈川県	藤沢市	33,037	202
35	秋田県	鹿角市	32,391	47
36	福島県	只見町	32,045	13
37	和歌山県		31,873	104
38	滋賀県	多賀町	30,030	2
39	山口県	光市	29,200	5
40	兵庫県	淡路市	29,170	455
41	北海道	夕張市	28,219	222
42	徳島県		27,846	148
43	東京都	目黒区	26,934	13
44	東京都	大田区	26,724	-
45	長野県	立科町	25,575	7
46	大阪府	池田市	25,559	466
47	神奈川県	平塚市	25,471	6
48	東京都	西東京市	24,725	1
49	東京都	調布市	23,549	33
50	奈良県	宇陀市	23,527	28

順位	団体名		金額	件数
1	宮崎県	都城市	4,231,234	288,338
2	静岡県	焼津市	3,825,582	138,903
3	山形県	天童市	3,227,844	181,295
4	鹿児島県	大崎町	2,719,642	63,731
5	岡山県	備前市	2,715,686	33,746
6	長崎県	佐世保市	2,647,597	115,534
7	長崎県	平戸市	2,599,785	46,736
8	長野県	伊那市	2,582,627	30,406
9	佐賀県	上峰町	2,129,960	95,763
10	島根県	浜田市	2,093,573	106,266
11	山形県	米沢市	1,958,247	29,162
12	千葉県	大多喜町	1,855,206	16,691
13	福岡県	久留米市	1,759,429	31,046
14	長野県	飯山市	1,722,433	65,798
15	北海道	上士幌町	1,536,559	75,141
16	佐賀県	小城市	1,484,498	46,222
17	宮崎県	綾町	1,380,341	84,949
18	山形県	寒河江市	1,371,788	56,233
19	高知県	奈半利町	1,349,931	63,377
20	北海道	根室市	1,290,102	56,607
21	佐賀県	玄海町	1,192,197	47,098
22	福岡県	福智町	1,166,895	50,738
23	大阪府	泉佐野市	1,150,837	46,939
24	大分県	国東市	1,108,269	31,011
25	佐賀県	伊万里市	1,026,576	56,228
26	静岡県	西伊豆町	1,009,476	43,821
27	佐賀県	嬉野市	1,000,875	73,297
28	静岡県	磐田市	973,285	16,547
29	山形県	東根市	969,012	34,299
30	佐賀県	みやき町	966,121	22,585
31	京都府	京丹後市	911,184	4,913
32	群馬県	草津町	869,324	10,576
33	茨城県	境町	859,738	56,548
34	静岡県	小山町	848,667	31,325
35	山形県	上山市	831,974	65,026
36	鹿児島県	鹿屋市	826,055	39,887
37	茨城県	日立市	814,008	9,566
38	長野県	喬木村	812,399	16,859
39	山梨県	甲州市	792,782	45,000
40	高知県	四万十町	787,432	42,214
41	鹿児島県	志布志市	750,269	34,338
42	長野県	安曇野市	747,642	4,428
43	長崎県	大村市	737,694	11,901
44	滋賀県	近江八幡市	736,207	13,868
45	鳥取県	米子市	731,308	45,665
46	山形県	舟形町	717,408	26,977
47	長野県	豊丘村	707,106	38,211
48	宮崎県	都農町	703,388	36,862
49	三重県	志摩市	673,941	11,634
50	宮崎県	小林市	666,971	23,052

出典：総務省(2019a)

また、図表 5 として住民税控除額ランキングを示す。2018 年のふるさと納税に対して行われた確定申告及びワンストップ特例制度の利用による住民税の流出額を表したもので、大都市を中心に多くの住民税が控除されていることが分かる。最右列にふるさと納税受入

額から住民税控除額を減じた数値を記載しているが、特産品を持たない大都市は住民税の減少をふるさと納税の受入では賄えず、大きな“赤字”になっている。こういった状況を憂慮し、流出する住民税を守るために“競争”への参加を余儀なくされる自治体も多い。一方、本来、地方にお金を循環させるふるさと納税本来の仕組みが機能しているとも言えよう。

図表 5　2018 年の住民税控除額上位 50 自治体（単位：千円、件）

順位	団体名		ふるさと納税受入額	住民税控除額	受入額―控除額
1	神奈川県	横浜市	216,729	13,676,584	−13,459,855
2	愛知県	名古屋市	410,298	8,097,680	−7,687,382
3	大阪府	大阪市	511,645	7,443,080	−6,931,435
4	神奈川県	川崎市	204,780	5,648,651	−5,443,871
5	東京都	世田谷区	83,353	5,340,510	−5,257,157
6	兵庫県	神戸市	423,933	4,407,475	−3,983,542
7	東京都	港区	3,497	4,258,118	−4,254,621
8	埼玉県	さいたま市	10,522	4,122,264	−4,111,742
9	福岡県	福岡市	43,706	3,910,493	−3,866,787
10	京都府	京都市	183,795	3,903,646	−3,719,851
11	北海道	札幌市	505,546	3,794,082	−3,288,536
12	東京都	大田区	23,550	2,572,942	−2,549,392
13	千葉県	千葉市	19,865	2,521,248	−2,501,383
14	東京都	杉並区	16,145	2,461,397	−2,445,252
15	東京都	江東区	12,163	2,431,890	−2,419,727
16	東京都	渋谷区	1,514	2,335,354	−2,333,840
17	広島県	広島市	100,968	2,321,544	−2,220,576
18	東京都	品川区	9,710	2,306,287	−2,296,577
19	東京都	目黒区	64,110	2,155,714	−2,091,604
20	東京都	練馬区	142,126	2,151,530	−2,009,404
21	東京都	新宿区	4,112	2,130,381	−2,126,269
22	大阪府	堺市	55,707	2,033,033	−1,977,326
23	宮城県	仙台市	87,625	2,003,299	−1,915,674
24	東京都	中央区	53,396	1,845,826	−1,792,430
25	東京都	文京区	96,751	1,827,510	−1,730,759
26	兵庫県	西宮市	52,554	1,697,436	−1,644,882
27	東京都	江戸川区	35,815	1,454,050	−1,418,235
28	福岡県	北九州市	197,779	1,387,353	−1,189,574
29	静岡県	浜松市	935,733	1,382,167	−446,434
30	岡山県	岡山市	121,980	1,356,610	−1,234,630
31	神奈川県	相模原市	44,475	1,351,715	−1,307,240
32	大阪府	豊中市	32,769	1,311,724	−1,278,955
33	千葉県	船橋市	132,162	1,311,255	−1,179,093
34	東京都	板橋区	6,857	1,282,703	−1,275,846
35	東京都	豊島区	109,851	1,282,350	−1,172,499
36	千葉県	市川市	54,088	1,254,946	−1,200,858
37	大阪府	吹田市	149,846	1,241,401	−1,091,555
38	東京都	中野区	27,705	1,183,597	−1,155,892
39	静岡県	静岡市	185,274	1,164,145	−978,871
40	東京都	足立区	11,105	1,162,758	−1,151,653
41	東京都	千代田区	3,488	1,031,766	−1,028,278
42	神奈川県	藤沢市	63,978	997,251	−933,273
43	埼玉県	川口市	2,172	979,552	−977,380
44	東京都	北区	2,326	950,922	−948,596
45	新潟県	新潟市	54,768	928,066	−873,298
46	東京都	町田市	60,687	919,663	−858,976
47	熊本県	熊本市	676,165	914,678	−238,513
48	東京都	八王子市	19,233	895,972	−876,739
49	千葉県	松戸市	129,625	859,361	−729,736
50	東京都	墨田区	313,801	837,771	−523,970

出典：総務省(2019a)

２．ふるさと納税の仕組み

２．１　ふるさと納税の具体的な控除額

ふるさと納税を行った際の控除額について、2019年12月現在の制度における具体例として確定申告を行う場合を下記に想定する。年収700万円の給与所得者の家族構成が「共働き＋子1人（大学生）」の場合、30,000円のふるさと納税を行ったとすると、控除される金額は28,000円となり、自己負担額は2,000円となる。複数の自治体にふるさと納税を行ったとしても、個別の自治体毎に自己負担額2,000円が発生するのではなく合算で計算される。控除される内訳としては、所得税からの控除と住民税からの控除（基本分と特例分）がある。具体的な計算方法を下記に示す。

①所得税からの控除 ＝ （寄付金額－適用下限額）×所得税の限界税率

→（30,000円－2,000円）× 20%＝5,600円

②住民税からの控除（基本分） ＝ （寄付金額－2,000円）×10%

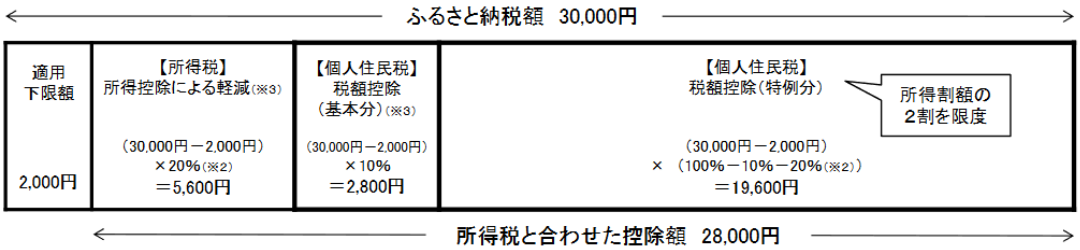
→（30,000円－2,000円）× 10%＝2,800円

③住民税からの控除（特例分） ＝ （寄付金額－2,000円）×（100%－10%（基本分）－所得税の限界税率）→（30,000円－2,000円）×（90%－20%） ＝ 19,600円

④合計 →5,600円＋2,800円＋19,600円 ＝ 28,000円

結果、30,000円のふるさと納税を行ったところ、軽減額の合計は28,000円となり、自己負担額は2,000円で済むことになる。図表6に控除のイメージ図を記載する。

図表6　控除イメージ（30,000円の寄付）



※１ 年収 700 万円の給与所得者（夫婦子なしの場合、所得税の限界税率は 20%）が、地方団体に対し 30,000 円のふるさと納税をした場合のもの。
※２ 所得税の限界税率であり、年収により 0～45%の間で変動する。なお、平成 26 年度から平成 50 年度については、復興特別所得税を加算した率となる。
※３ 対象となる寄附金額は、所得税は総所得金額等の 40%が限度であり、個人住民税（基本分）は総所得金額等の 30%が限度である。

出典：総務省(2015a)

上記の条件の給与所得者（年収 700 万円で家族構成が「共働き＋子 1 人（大学生）」）であれば、83,000 円までの寄付であれば、2,000 円を除く全額が控除されることになる。給与収入及び家族構成別の 2,000 円を除く全額が控除される寄付額の目安は、図表 7 のようにまとめられる。

仮に、家族構成が「独身又は共働き」で給与収入が 2,500 万円[7]とするならば、実に 849,000 円の寄付が実質 2,000 円の負担で済むことになり、合わせて寄付先の自治体から返礼品（返戻率を 30%と想定したら 254,700 円相当）が得られることになる。高収入者にとって有利な制度であると言われるゆえんである。

図表 7　全額控除されるふるさと納税額（年間上限）の目安

（給与所得者の場合）

ふるさと納税を行う本人の給与収入	ふるさと納税を行う人の家族構成						
	独身又は共働き	夫婦	共働き＋子1人（高校生）	共働き＋子1人（大学生）	夫婦＋子1人（高校生）	共働き＋子2人（大学生と高校生）	夫婦＋子2人（大学生と高校生）
300万円	28,000円	19,000円	19,000円	15,000円	11,000円	7,000円	－
400万円	42,000円	33,000円	33,000円	29,000円	25,000円	21,000円	12,000円
500万円	61,000円	49,000円	49,000円	44,000円	40,000円	36,000円	28,000円
600万円	77,000円	69,000円	69,000円	66,000円	60,000円	57,000円	43,000円
700万円	108,000円	86,000円	86,000円	83,000円	78,000円	75,000円	66,000円
800万円	129,000円	120,000円	120,000円	116,000円	110,000円	107,000円	85,000円
900万円	151,000円	141,000円	141,000円	138,000円	132,000円	128,000円	119,000円
1000万円	176,000円	166,000円	166,000円	163,000円	157,000円	153,000円	144,000円
1500万円	389,000円	389,000円	377,000円	373,000円	377,000円	361,000円	361,000円
2000万円	564,000円	564,000円	552,000円	548,000円	552,000円	536,000円	536,000円
2500万円	849,000円	849,000円	835,000円	830,000円	835,000円	817,000円	817,000円

※1「共働き」は、ふるさと納税を行う方本人が配偶者（特別）控除の適用を受けていないケースを指します。（配偶者の給与収入が 201 万円超の場合）
※2「夫婦」は、ふるさと納税を行う方の配偶者に収入がないケースを指します。
※3「高校生」は「16 歳から 18 歳の扶養親族」を、「大学生」は「19 歳から 22 歳の特定扶養親族」を指します。※4 中学生以下の子供は（控除額に影響がないため）、計算に入れる必要はありません。例えば、「夫婦子１人（小学生）」は、「夫婦」と同額になります。また、「夫婦子２人（高校生と中学生）」は、「夫婦子１人（高校生）」と同額になります。

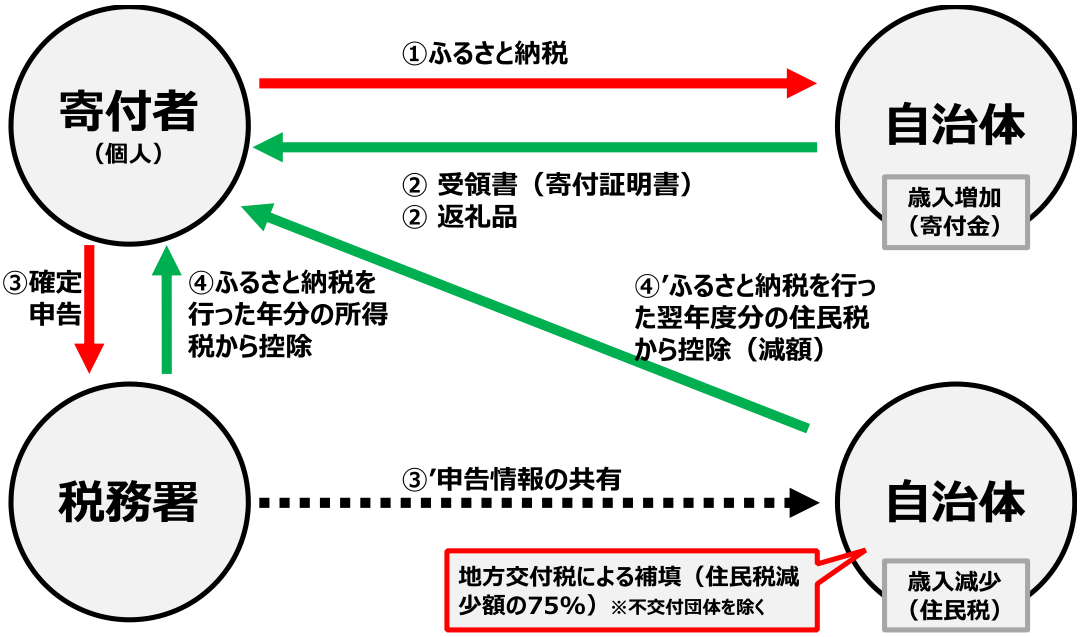
出典：総務省(2019b)を元に筆者作成

[7] 総務省が「ふるさと納税ポータルサイト」で提供している控除額限度額を試算するプログラムを使用した場合、給与収入 5,000 万円の場合は 200 万円、7,500 万円の場合は 320 万円、1 億円の場合は 430 万円がそれぞれ全額控除されるふるさと納税額の目安となる。家族構成としては、配偶者（専業主婦）が 1 人のケースを想定している。

２．２　ふるさと納税の流れ

図表 8 を用いてふるさと納税の全体の流れについて概観する。大前提として、制度を決定するのは総務省（国）であり、基本的に自治体はその制度に従ったふるさと納税制度の活用を行うことになる。自治体に対してふるさと納税を行うのは、原則として個人[8]であり、自治体はそれを受け入れて、事務的な手続きを行う。あるいは返礼品の購入・発送などを通じて寄付者に見返りを提供し、確定申告を行うための寄付証明書などの書類を発送する[9]。それらを受け取った個人は返礼品や控除によるメリットを享受する。また、ふるさと納税を実施した個人が居住している自治体からは寄付金額に応じて住民税が減額され、寄付先の自治体は寄付金としての歳入を得る。減少した住民税は地方交付税として、その 75%が形を変えて補填されることも重要な要素であろう。

図表 8 ふるさと納税の流れ



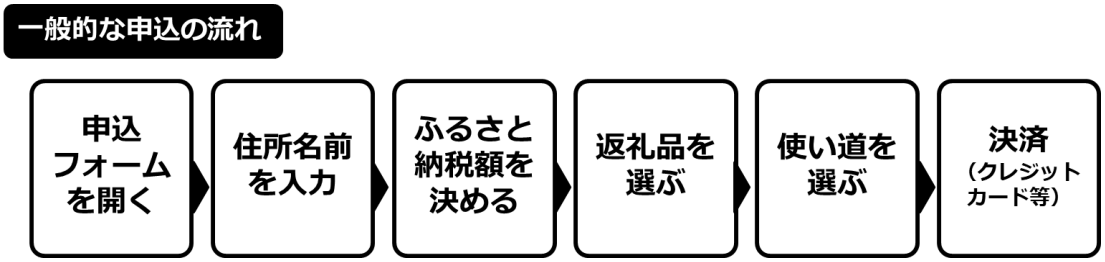
出典：総務省(2019b)を参考に筆者作成

図表9に寄付者がふるさと納税を実施する際の一般的な流れを示している。ふるさと納税を実施するにあたり、各自治体により受け入れ方法は様々である。ふるさと納税を希望

[8] ふるさと納税は個人の寄付控除の税制を応用していることから多くのメリットを享受できるのは個人である。しかし、一部、企業からの寄付をふるさと納税として受け入れている自治体も存在する。
[9] これらの一連の手続きを民間企業に業務委託しているケースも多い。民間企業への業務委託は 2015 年頃から活発になり、2019 年現在では半数以上の自治体が何らかの業務を民間に委託している（筆者の調査による）。

する者は、まず受入先の自治体を探すことになる。希望者が寄付先の自治体を選択した後はそれぞれの自治体に申し込みを行い、寄付金を入金するが、申し込みから決済までインターネット上で完結することのできる自治体も昨今では非常に多くなっている。その後、特産品などを寄付の返礼品として送付している自治体も数多くある。

図表 9　ふるさと納税の申込の流れ



出典：筆者作成

そして、控除を受けるには自治体から配布される寄付証明書（受領書）をもって翌年に確定申告を行う必要があり、それにより所得税からの控除（還付）に加え、翌年度分の住民税が減額されることになる。

なお、2015年の税制改正により、寄付先の自治体数が5団体以内[10]であれば申請可能な「ふるさと納税ワンストップ特例制度[11]」が創設された。この申請を行うことにより、従来、寄付者にとって手間であった確定申告が不要となる。

３．制度に内在する課題

３．１　返礼品における議論

2015 年当時、自治体から適用下限額を超える価値を持つ返礼品を贈呈されることが、ことさらに「お得感」を助長し、これがふるさと納税制度の本来の趣旨に反しているという意見が多く見られた。しかし、この懸念は制度の設立検討時から議論されていた。「ふるさと納税研究会報告書」（総務省,2007）においても、「一方、寄附を集めるため、地方団体が寄附者に対して特産品などの贈与を約束したり、高額所得者で過去に居住していた者などに対して個別・直接的な勧誘活動を強く行うなど、『ふるさと納税』制度を濫用する恐

[10]　6 団体以上にふるさと納税ワンストップ特例制度を申請すると無効になる。
[11]　ふるさと納税ワンストップ特例制度を申請した場合、所得税からの控除はされず、住民税からの控除のみとなるが、総額は変わらない。

れへの懸念もある。過度な濫用を防止するため、一定の制度的措置を講ずる必要があるとの意見もあった」と、警鐘が鳴らされている。しかし、この懸念は現実のものとなり、制度設立以降、多くの自治体で対価としての特典が提供されている。

３．２　総務大臣通知から法制度化に至る流れ

特典の提供については、シティプロモーションに資するという意見がある一方で、ふるさと納税制の本来の趣旨とはかけ離れた報道がマスメディアで展開されており、2015 年 4 月 1 日には「返礼品（特産品）送付への対応についての総務大臣通知[12]」が出されるに至った。(総務省, 2015b)

内容については下記の通りである。

ア　当該寄附金が経済的利益の無償の供与であることを踏まえ、寄附の募集に際し、次に掲げるような、返礼品（特産品）の送付が対価の提供との誤解を招きかねないような表示により寄附の募集をする行為を行わないようにすること。

・「返礼品（特産品）の価格」や「返礼品（特産品）の価格の割合」（寄附額の何%相当など）の表示（各地方団体のホームページや広報媒体等における表示のみでなく、ふるさと納税事業を紹介する事業者等が運営する媒体における表示のための情報提供を含む。）

イ　ふるさと納税は、経済的利益の無償の供与である寄附金を活用して豊かな地域社会の形成及び住民の福祉の増進を推進することにつき、通常の寄附金控除に加えて特例控除が適用される仕組みであることを踏まえ、次に掲げるようなふるさと納税の趣旨に反するような返礼品（特産品）を送付する行為を行わないようにすること。

① 換金性の高いプリペイドカード等

② 高額又は寄附額に対し返礼割合の高い返礼品（特産品）

この通知に前後する形で、様々な団体が提言を行っている。

全国知事会[13]では、2014 年 11 月 5 日に「地方創生のための提言～地方を変える・日本が変わる～【各論編】」をとりまとめている。その中で、ふるさと納税制度についての積極

12　「地方税法、同法施行令、同法施行規則の改正等について」（平成 27 年 4 月 1 日 総税企第 39 号 総務大臣通知）

13　47 都道府県の知事で組織される団体

的な拡充を期待しつつも、特典品の提供については「寄附に対する謝礼としての特典の提供については、制度本来の趣旨等を踏まえて、節度ある運用がなされるよう、そのあり方について検討する必要があります。」としている(全国知事会,2014)。また、全国市長会[14]では 2015 年 11 月に、全国町村会[15]においては 2014 年 11 月に同様の趣旨の提言を行っている。

事態を憂慮した総務省では前述の通知に引き続き、2016 年 4 月には更に具体的に、電子機器やゴルフ用品・自転車など物品名を記載し、かつ金銭類似性の高いものとして商品券・電子マネーなどの送付も禁止するように求めた。そして、2017 年 4 月に 3 度目の総務大臣通知に端を発し、返礼割合を 3 割以下にすることと具体的な数値を初めて記載するに至った。その 7 月には見直しを行うよう文書による要請、2018 年 4 月に更に踏み込んだ内容として住民（市民等）への返礼品送付の禁止、そして「地場産品規制」がここで初めて登場する。この総務大臣通知を発出した後は、7 月には見直しを行わない 12 団体を公表[16]するに至っている。その後、2019 年 3 月には「地方税法改正法案」が成立し、ふるさと納税指定制度が創設された。4 月には「ふるさと納税に係る指定制度の運用について」（総務省,2019c）が告示されている。

この結果、自治体がふるさと納税制度を活用するためには総務大臣における認定を受ける必要が生じた。従前の総務省から発出された通知はあくまで技術的助言[17]にとどまるものであったため法的な強制力はなく、反発する自治体も多かったが、この法改正により制度として強制力を持つものとなった。

総務省が新たに定めた内容は、①ふるさと納税の募集を適正に実施（制度の趣旨に沿った募集の方法、送料や広告を含めた経費が寄附総額の 5 割以下、区域内に住所を有する者に対して返礼品を送付しない[18]等）すること、②返礼品は返礼割合 3 割以下とすること、③返礼品は地場産品[19]とすること等であり、多額の寄付を集めていた自治体は返礼品の内容

14　全国の市長（特別区の区長を含む）で組織される団体

15　全国の町長、村長で組織される団体

16 返礼割合 3 割超の返礼品及び地場産品以外の返礼品をいずれも送付している市区町村で、2018 年 8 月までに見直す意向がなく、2017 年度受入額が 10 億円以上の市区町村として、茨城県境町、岐阜県関市、静岡県小山町、滋賀県近江八幡市、大阪府泉佐野市、福岡県宗像市、福岡県上毛町、佐賀県唐津市、佐賀県嬉野市、佐賀県基山町、佐賀県みやき町、大分県佐伯市など 12 団体が公表された。(総務省,2018)

17 通知文の中で「地方自治法（昭和 22 年法律第 67 号）第 245 条の 4（技術的な助言）に基づくものです」とされているが、総務省(2011）によると「技術的な助言」とは「地方自治法第 245 条の 4 第 1 項等の規定に基づき、地方公共団体の事務に関し、地方公共団体に対する助言として、客観的に妥当性のある行為を行い又は措置を実施するように促したり、又はそれを実施するために必要な事項を示したりする通知を発することができるとされているもの」とのことであり、法的な強制力はない。

18 2018 年度の実績ではふるさと納税総額のうち、2%が市区町村内（都道府県内）からの寄附であった。

19 原則としては単一の市町村域であるが、その発展型として、複数市町村での複数の返礼品の取り扱いや県が音頭を

を変更し、かつ、プロモーション活動も制限されることになった。

この制度改正を受けて、大阪府泉佐野市[20]をはじめとする 4 つの自治体はふるさと納税制度の趣旨から外れるとして、認定団体として認められていない。なお、泉佐野市は約 498 億円、静岡県小山町は約 251 億円、和歌山県高野町は約 196 億円、佐賀県みやき町は約 168 億円で、これら 4 自治体への寄付額で 2018 年度の全国の受け入れ実績約 5,127 億円のうち、21.7%を占めている。その後、泉佐野市が総務省の決定に不服を申し立てた結果、国の第三者機関である「国地方係争処理委員会」が、新制度スタート後に不適正な取り組みをしたかどうかで判断すべきだと総務相に指摘した。しかし、総務省は当初の予定通り、泉佐野市を制度から除外するという発表を行っている。

４．おわりに

これまで、ふるさと納税制度の意義、制度の変遷、年度別の実績（寄付金額・寄附件数・住民税の控除額）、そして総務省による法制度化までの流れを確認してきた。

以下の章では自治体・寄付者・受入先自治体の住民について、それぞれから独自に取得したアンケートデータを用いて、実証分析を試みる。その上で、様々な角度からふるさと納税制度についての議論を行い、最終的な政策提言に結び付けていきたい。

取ることで県内市町村や県による認定区域（複数の市町村）で共通の返礼品などを取り扱うことができる。

[20] 2019 年 7 月 1 日より地方税法（昭和 25 年法律第 226 号）第 37 条の 2 第 2 項及び第 314 条の 7 第 2 項の規定に基づき、大阪府泉佐野市、静岡県小山町、和歌山県高野町、佐賀県みやき町などは総務大臣の認定を受けられなかった。また、自主的に制度活用の申請を行わなかった東京都についても認定を受けていない。

第２章　ふるさと納税のインセンティブに関する分析

～個別自治体の寄付受け入れデータによる実証分析～

１．はじめに

１．１　研究の背景

2007 年 5 月の総務大臣の問題提起がキッカケとなり「ふるさと納税制度」の検討が始まった。その後、2008 年 4 月に、ふるさと納税制度は寄付控除の税制を応用する形で誕生し、2 度の制度改正を経て現在に至っている。制度が施行されて一定年数が経過し、メディアに取り上げられる数も増え、制度そのものの知名度は飛躍的に高まっている。しかし、ふるさと納税を行うことで得られる「特典」にだけ注目が集まることで、ふるさと納税制度の本来の趣旨から離れた制度運用について批判の声も高まっている。このことから、制度創設本来の目的は達成されているのか、評価が分かれている点である。

１．２　先行研究

本章では、地方創生の政策として注目を集めている「ふるさと納税」について、納税（寄付）者のインセンティブを分析する。ふるさと納税については、これまでにもいくつかの研究が行われている[21]。

橋本・鈴木(2016)は、北海道、神奈川県、愛知県、大阪府、福岡県下のふるさと納税の状況を調べることで、特徴的な寄附メニューを提示した自治体は返礼品を提供しなくとも、寄附を集めることに成功している点を指摘している。しかしながら、全国的な傾向についての分析はなされていない。また、石村(2013)は 2008 年の全市区町村のふるさと納税の件数と金額を用いて実証分析を行い、財政力指数や個人所得が低い自治体や地縁団体のネットワークが醸成されている自治体に寄付金が集まっていることを明らかにした。しかしながら、ふるさと納税を行う際に重要とされている特典や寄付の使途について考慮されていない。保田(2014) は北海道東川町への寄付データを用いふるさと納税を行った寄付者の属性に関するケース分析を行い、特典を受け取らない人のほうが受け取る人よりも寄付金額が高いことを報告している。ただし、一自治体の事例分析に留まっている。また、尾内

[21] 寄付の経済効果に関する実証研究は米国を中心に多数の蓄積がある。まず、先駆的研究としては、寄付の価格・所得弾力性を計測することで、寄付税制のインセンティブを明らかにした Taussig(1967)、Schwartz(1970)、Feldstein(1975a)、同(1975b)、Auten et al. (1992)が挙げられる。わが国における価格・所得弾力性を計測した実証研究については数少なく、代表的な研究として、日本の税務統計を用い寄付の価格・所得弾力性を推定し、所得階級別、職業別の弾力性の違いを明らかにした山内（1997）が挙げられる。

(2016)は、全国の自治体に対して行ったアンケート調査をもとに、パネルデータ（2013 年・2014 年）を用いた実証分析を行い、返礼品の充実が寄付額を増加させること、使途を選択させる要素に寄付金を集める効果があることを明らかにした。しかし、これまでの先行研究と同様に、寄付額について個人データと企業・法人データが混在しているデータを使用していることが多く、個人の寄付に特化した形で、かつ、特典還元率、寄付の使途の数や使途の説明の有無などを考慮した分析は行われていない。

１．３　本章の構成

本章の構成は以下の通りである。続く第 2 節では、ふるさと納税制度とその現状について述べる。第 3 節では、現状を踏まえ、ふるさと納税制度における行動の理論的背景と検証仮説、分析モデルを提示し、分析のためのデータと変数を説明する。第 4 節で、分析結果を示す。最後に第 5 節において、本章のまとめと今後の課題について提示する。

２．ふるさと納税制度とその現状

２．１　国内の寄付状況

ふるさと納税制度は個人住民税の寄付金控除を応用した方式を採用されたことから、日本における寄付の状況、特に自治体への寄付について概観する。総務省から公表されている地方財政統計年報によると、自治体（市区町村及び都道府県）への寄付金額は各年度によりバラツキはあるものの、概ね、1,000 億円前後で推移している[22]（図表 1）。ふるさと納税制度の導入は 2008 年度であるが、その前後を比較しても数値の上では大きな変化は見られない。

[22] 2011 年度の急激な伸びは東日本大震災の影響と考えられる。

図表 1　自治体に対する寄付金の推移

年度	都道府県		市区町村		合計（百万円）
	寄付金（百万円）	歳入に占める割合	寄付金（百万円）	歳入に占める割合	
2004	9,973	0.02%	85,584	0.17%	95,557
2005	12,556	0.03%	66,611	0.13%	79,166
2006	21,315	0.04%	67,236	0.14%	88,552
2007	11,481	0.02%	66,489	0.13%	77,971
2008	10,825	0.02%	50,872	0.10%	61,697
2009	20,020	0.04%	61,779	0.12%	81,799
2010	25,038	0.05%	60,309	0.11%	85,347
2011	98,442	0.19%	76,196	0.14%	174,638
2012	35,675	0.07%	64,453	0.11%	100,129
2013	46,215	0.09%	69,389	0.12%	115,604

出典：総務省, 各年度

２．２　ふるさと納税の実績

分析と対象としている 2014 年度当時のふるさと納税の状況を 2015 年に総務省により行われた「ふるさと納税に関する現況調査」(総務省, 2015)により確認する。この年、前年から大きな伸びが見られたが、同調査によると、各団体は主に、①返礼品の充実：732 団体（41%)、②収納環境整備（クレジット納付、電子申請の受付等）：287 団体（16%)、③ふるさと納税の普及、定着：262 団体（15%)、④ＨＰ等の広報の充実：234 団体（13%)、⑤震災・災害への支援：102 団体（6%)、⑥使途、事業内容の充実：68 団体（4%）などの、6 つの要因を挙げている。

加えて、この時期から、各種マスメディアでふるさと納税について取り上げられるケースが増えたことによる影響も考えられるが、その内容について「返礼品」に焦点を当てたものが多く、様々なテレビや雑誌で「お得感」を全面的に押し出した報道がされている。また、それによって通販サイトで商品を購入する感覚でふるさと納税を行う人が増えたことで、制度の在り方についての議論が行われることになった。

図表 2 には、分析対象としている 2014 年度のふるさと納税実績上位自治体に人口、財政力指数、一次産業比率などのデータを付加して示している。寄付金額、寄付件数ともに上位に名を連ねる団体は、一部例外はあるものの人口規模的に大都市ではなく、小規模な自治体が多くを占めている[23]。石村(2013)で報告された「上位を占めるのは人口が多く、知

[23]　愛知県名古屋市については、「東山動植物園 みんなで応援募金」として 1 件 500 円の寄付を募っている。2014 年度は 16,422 口、8,211,000 円が集まり、それがふるさと納税として集計されている。そのため、件数ランキングでは上位にくるが、1 件当たりの寄付金額が 3,500 円と低くなる。

名度の高い市が多い」という2008年の状況とは大きく様相が異なっていることが分かる。また、上位に名を連ねる自治体の多くは財政力指数が低く、一次産業比率が高いことも特徴である。知名度・財政力で劣る地方自治体が自らの地域特性による資産を活用することで、寄付金額、寄付件数を増大させたことが想像される。

図表 2　2014 年度のふるさと納税実績額（上）及び寄付件数（下）上位 20 団体

順位	団体名		金額(百万円)	件数(件)	1件あたり寄附金(千円)	人口(千人)	財政力指数	一次産業比率
1	長崎県	平戸市	1,462.6	36,067	40.6	34.8	0.24	20.6%
2	佐賀県	玄海町	1,066.6	49,778	21.4	6.3	1.19	24.4%
3	北海道	上士幌町	957.2	53,783	17.8	5.1	0.2	34.1%
4	宮崎県	綾町	944.0	62,991	15.0	7.6	0.23	24.8%
5	山形県	天童市	780.9	58,289	13.4	62.3	0.62	11.3%
6	島根県	浜田市	727.0	45,520	16.0	58.5	0.42	7.4%
7	長野県	飯山市	625.5	39,844	15.7	23.4	0.31	20.5%
8	佐賀県	小城市	512.0	20,456	25.0	46.2	0.43	9.3%
9	宮崎県	都城市	499.8	28,653	17.4	170.0	0.48	10.1%
10	鳥取県	米子市	475.7	40,124	11.9	149.8	0.65	3.9%
11	大阪府	泉佐野市	467.6	24,274	19.3	102.1	0.92	2.5%
12	鳥取県	境港市	420.9	37,546	11.2	36.2	0.5	4.2%
13	長野県	豊丘村	402.4	16,580	24.3	7.0	0.27	22.3%
14	東京都	府中市	399.6	39	10,246.9	252.0	1.1	0.6%
15	神奈川県	藤沢市	398.6	181	2,202.1	420.2	0.99	1.1%
16	広島県	広島市	380.1	-	-	1,180.2	0.81	1.0%
17	静岡県	西伊豆町	378.1	20,521	18.4	9.3	0.36	5.8%
18	宮城県	石巻市	316.8	17,642	18.0	151.3	0.47	8.8%
19	鳥取県	倉吉市	289.0	16,161	17.9	49.9	0.43	11.0%
20	兵庫県	淡路市	287.5	26,629	10.8	47.2	0.34	17.4%

順位	団体名		金額(百万円)	件数(件)	1件あたり寄附金(千円)	人口(千人)	財政力指数	一次産業比率
1	宮崎県	綾町	944.0	62,991	15.0	7.6	0.23	24.8%
2	山形県	天童市	780.9	58,289	13.4	62.3	0.62	11.3%
3	北海道	上士幌町	957.2	53,783	17.8	5.1	0.2	34.1%
4	佐賀県	玄海町	1,066.6	49,778	21.4	6.3	1.19	24.4%
5	島根県	浜田市	727.0	45,520	16.0	58.5	0.42	7.4%
6	鳥取県	米子市	475.7	40,124	11.9	149.8	0.65	3.9%
7	長野県	飯山市	625.5	39,844	15.7	23.4	0.31	20.5%
8	鳥取県	境港市	420.9	37,546	11.2	36.2	0.5	4.2%
9	長崎県	平戸市	1,462.6	36,067	40.6	34.8	0.24	20.6%
10	宮崎県	都城市	499.8	28,653	17.4	170.0	0.48	10.1%
11	兵庫県	淡路市	287.5	26,629	10.8	47.2	0.34	17.4%
12	大阪府	泉佐野市	467.6	24,274	19.3	102.1	0.92	2.5%
13	山梨県	甲州市	230.9	22,246	10.4	34.5	0.48	23.2%
14	茨城県	石岡市	229.7	21,715	10.6	79.3	0.6	8.3%
15	静岡県	西伊豆町	378.1	20,521	18.4	9.3	0.36	5.8%
16	佐賀県	小城市	512.0	20,456	25.0	46.2	0.43	9.3%
17	山形県	最上町	240.2	20,019	12.0	9.8	0.21	17.9%
18	岐阜県	各務原市	278.5	19,004	14.7	148.9	0.86	1.3%
19	愛知県	名古屋市	65.0	18,327	3.5	2,247.6	0.98	0.2%
20	山形県	尾花沢市	224.3	18,210	12.3	18.5	0.24	24.4%

出典：ふるさと納税の金額、件数、1 件当たり寄付金は総務省（2015）、人口は総務省「平成 25 年 3 月 31 日現在における各市町村住民基本台帳人口」、財政力指数は総務省「平成 25 年度地方公共団体の主要財政指標一覧」、一次産業比率は総務省構造統計課「経済センサス－基礎調査」(2009）より作成

３．実証モデル

３．１　理論的背景

寄付の動機については、先行研究において、大きく利他的動機・利己的動機に関する考察が行われてきた。経済理論においては、一般に合理的で利己的な個人・企業の行動を前提とした分析モデルが広く受け入れられているが、1970 年代から利己的動機では説明が付かない経済行動が取り上げられるようになり、利他的動機に関する研究もさかんになっている。（Becker(1974) 他）。

寄付行動に関する理論については、数多くあるが、ふるさと納税を寄付とみなす場合には、注意が必要である。通常の寄付では、それが利己的であれ、利他的であれコストが伴い、一部所得控除や税額控除があるとしても、通常は、限界費用はプラスとなる。ところが、ふるさと納税については、費用として 2,000 円の負担がある（2,000 円を除いた分が税控除される）としても、その後は、限界値までは、コストはかからないことになる。すなわち、ふるさと納税を行った際、負担額 2,000 円や事後的な確定申告の作業が、寄付者の金銭的及び非金銭的負担となるものの、一度支払えば、寄付の結果、特典を得られることを考慮すると、税の控除が受けられる額までは、限界費用ゼロで、便益が得られることになる。＜この限度額を、以下では、「寄付限度額」と呼ぶことにする。＞

すなわち、通常の予算制約にもとづく効用最大化モデルを想定すると、負担額 2,000 円や確定申告のコストを上回る便益が得られるとわかった段階では、この寄付限度額までふるさと納税を行うことが、最適な行動となる。

（本項では、簡単化のために、寄付限度額を想定して議論を進める。ただし、以下の点の注意も必要である。実際には、コストを払えば、この限度額を超える寄付も可能である。コストに見合う便益がある寄付者は、限度額を気にせずに、寄付を行うであろうが、一定の金額を想定した寄付が行われていると考えられる。一方で、この限度額は、各個人の家族構成・年度末の所得など、寄付時点では未確定または複雑な計算の下に確定するものであり、寄付者には、寄付限度額の期待値と捉えることが妥当であろう。将来の変動リスクを高く見積もる寄付者は、そうでない寄付者よりも、実際の限度額よりも、より小さな限度額を期待値として設定し、行動すると考えられる。また、所得が低い場合には、流動性制約がこの期待値をさらに低める可能性もある。このような保留は必要であるものの、決められた額を、どの地域に配分し寄付をするのかという行動を行っているという仮定は、おおむね受け入れられるものであろう。）

そこで、一般的な寄付モデルと異なり、ふるさと納税に関しては、個人が寄付限度額まで寄付を行うことを前提に、それをどの自治体に割振るのかを考えるモデル、すなわち、寄付の合計値が一定という制約の下で、寄付の配分を決定するモデルが適当であると思われる。

寄付者の行動と、各地域への寄付額・寄付総額の決定

個人iが、利己的動機及び利他的動機を持つとする。また、簡単化のために、納税を行う先を 2 つの地域に限定する。（寄付先が 3 以上の場合でも同様の議論が成り立つ。）

また、効用関数は、

$$U^i = U(X(D_1^i, D_2^i), V(\sum_{i=1}^{N} D_1^i, \sum_{i=1}^{N} D_2^i)) \quad \cdot\cdot\cdot (1)$$

で表されるとする。ここで、まず、D_1^i及びD_2^iは、個人iによる地域 1 及び地域 2 への寄付額を表す。$X(.)$は、自分の寄付によって得られる特典により満足するという効用部分であり、利己的要素とする。$V(.)$は、自分の寄付によって生まれた寄付先の地域の厚生が高まることによって得られる効用の部分であり、利他的要素とする、Nは、寄付を行う人数であり、他の寄付者からの寄付を含めた、地域への寄付総額が、地域の厚生に影響を与えることになる。

ここで、寄付額の合計値が一定という想定をすれば、寄付額D_1^i及びD_2^iは、以下を満たすことになる。

$$D_1^i + D_2^i = \overline{D} \quad \cdot\cdot\cdot\cdot (2)$$

ここで、$\overline{D}$は、寄付の限度額である。寄付は効用を生み出す（寄付の限界効用は常に正）ため、$\overline{D}$まで寄付を行うことになる。すなわち、寄付者の行動は、$\overline{D}$を 2 地域にどのように割振るのかを決定することになる。

このとき、寄付者の行動は、(2)を制約として、効用(1)を最大化することになる。その結果、それぞれの地域へのふるさと納税額は、以下の条件式で決定されることになる。

$$\frac{\partial U}{\partial X}\frac{\partial X}{\partial D_1^i} - \frac{\partial U}{\partial X}\frac{\partial X}{\partial D_2^i} + \frac{\partial U}{\partial V}\frac{\partial V}{\partial D_1^i} - \frac{\partial U}{\partial V}\frac{\partial V}{\partial D_2^i} = 0 \quad \cdot\cdot\cdot\cdot (3)$$

さらに、簡単化のために、利己的要素及び利他的要素は、以下のように表記されるとする。

$$X(D_1^i, D_2^i) = x_1 D_i^i + x_2 D_2^i \qquad \cdot\cdot\cdot (4)$$

$$V(\sum_{i=1}^{N} D_1^i, \sum_{i=1}^{N} D_2^i) = v_1 \sum_{i=1}^{N} D_1^i + v_2 \sum_{i=1}^{N} D_2^i \qquad \cdot\cdot\cdot (5)$$

ここで、x_1 及び x_2 は、各地域への個人的な寄付額が、利己的要素を通じて生み出す限界効用のパラメータ(特典・還元率など)、また、v_1 及び v_2 は、各地域への総寄付額が、どのくらい地域厚生を上昇させるのかという限界的な地域改善のパラメータ（一次産業比率など）である。

個人 i の寄付額は、他の人が行う寄付の総額及び全地域のパラメータに依存する形で、以下の式から決定される。

$$D_1^i = d_1^i(x_1, x_2, v_1, v_2, \sum_{j=1}^{i-1} D_1^j + \sum_{j=i+1}^{N} D_1^j, \sum_{j=1}^{i-1} D_2^j + \sum_{j=i+1}^{N} D_2^j) \cdot\cdot\cdot (6)$$

$$D_2^i = d_2^i(x_1, x_2, v_1, v_2, \sum_{j=1}^{i-1} D_1^j + \sum_{j=i+1}^{N} D_1^j, \sum_{j=1}^{i-1} D_2^j + \sum_{j=i+1}^{N} D_2^j) \cdot\cdot\cdot (7)$$

ナッシュ均衡が存在するとすれば、ナッシュ均衡における個人 i の寄付額は、以下のように表されることになる。

$$D_1^i = D_1^i(x_1, x_2, v_1, v_2) \cdot\cdot\cdot (8)$$

$$D_2^i = D_2^i(x_1, x_2, v_1, v_2) \cdot\cdot\cdot (9)$$

結果として、各地域に集まる総寄付額は、以下のように表される。

$$D_1 = \sum_{i=1}^{N} D_1^i(x_1, x_2, v_1, v_2) \cdot\cdot\cdot (10)$$

$$D_2 = \sum_{i=1}^{N} D_2^i(x_1, x_2, v_1, v_2) \cdot\cdot\cdot (11)$$

比較静学

ここで、他のパラメータが一定の下で、パラメータが変化した場合の効果を検討する。

① 地域への個人的な寄付額が利己的要素を生み出すパラメータ（x_1）の上昇

$\frac{\partial D_1}{\partial x_1} > 0$、$\frac{\partial D_2}{\partial x_1} < 0$を得る。すなわち、$x_1$が上昇すれば、地域への個人的な寄付額が利己的要素を通じて生み出す限界効用が上昇する。そのため、x_1（x_2）が上昇すれば、地域1（地域2）への寄付額が増加する（減少する）ことがわかる。すなわち、x_1は、特典からの限界便益の度合いであると考えられるため、特典の価値が高まれば、その地域へのふるさと納税額が増加することを示している。

② 地域への個人的な寄付額が利他的要素を生み出すパラメータ（v_1）の上昇

$\frac{\partial D_1}{\partial v_1} > 0$、$\frac{\partial D_2}{\partial v_1} < 0$を得る。すなわち、$v_1$が上昇すれば、地域への個人的な寄付額が利他的要素を通じて生み出す限界効用が上昇する。そのため、v_1（v_2）が上昇すれば、地域1（地域2）への寄付額が増加する（減少する）ことがわかる。すなわち、v_1は、地域に寄付をすることにより地域が活性化されることから生じる限界便益の高さ（限界便益の明確さ）である考えられるため、その上昇が生ずれば、その地域への寄付額が増加することを示している。

本章では、以上の理論に従い、仮説を設定し、ふるさと納税制度における寄付行動に関しての実証分析を行うことにする。

３．２　検証仮説

以下では、ふるさと納税を「寄付」とみなし議論を進める。2節の図表2から、寄付の多くは政令指定都市のような大都市ではなく制度趣旨に沿った形で、小規模で財政的に困窮しがちな、いわゆる“ふるさと”、“田舎”のイメージを持つ自治体になされていることが示唆される。ただし、上位自治体の傾向を見ると、例えば、メディア等でも話題になっている長崎県平戸市の海産物、佐賀県玄海町の牛肉（黒毛和牛）、山形県天童市のさくらんぼといった豪華な特典を提供する自治体に多額の寄付が集まっている事例も見受けられることから、ふるさと納税をする人が、小規模な自治体のうちどの自治体を選択するかは、その自治体が困窮しているかどうかという要素（利他的動機）に加え、その自治体に寄付す

ることで得られる特典・特産品等の要素（利己的動機）に左右される部分も大きいのではないかと推察される。また、寄付を行う際には、手続きを行う必要があり、非金銭的な時間コスト（機会費用）がかかると考えられる。したがって、このコストが小さい場合には、寄付額が大きくなると思われる。

以上より、ふるさと納税における、個人の寄付行動には、利他的動機と利己的動機、さらに機会費用が影響を与えていると考えられる。したがって、本章では、以下の検証仮説を設定する。

- 検証仮説 1（利他的動機仮説）：ふるさと納税をすることにより、寄付先の自治体において、地域活性化を生み出し地域厚生を上昇させる必要性が高いほど、その地域へのふるさと納税額は大きくなる。
- 検証仮説 2（利己的動機仮説）：ふるさと納税をすることにより、寄付に対する特典の価値が大きい自治体ほど、その地域へのふるさと納税額は大きくなる。
- 検証仮説 3（機会費用仮説）：特典をもらうための手続きコストが低い自治体ほど、その地域へのふるさと納税額は大きくなる。

検証仮説 1 は、利他的動機に着目した仮説である。寄付者は、財政的に疲弊するなど、自らの助けが必要と考えられる地域に対して寄付を行うと思われる。したがって、この仮説に基づけば、地域活性化や地域厚生の上昇が必要とされている地域へのふるさと納税額が大きくなると考えられる。

検証仮説 2 は、利己的動機に着目した仮説である。ふるさと納税をすることによる個人的な利益は、通常、ふるさと納税をすることによる特典に対応すると思われる。したがって、この仮説に基づけば、寄付に対する特典の価値が大きいほど、ふるさと納税額は大きくなると考えられる。

検証仮説 3 は、機会費用に関する仮説である。寄付の手続きがしやすければ、寄付に関わる機会費用が小さくなり、ふるさと納税額は大きくなると考えられる。

３．３　データ

総務省では、2016 年から毎年、全自治体を対象とした調査を行なっているものの、細かいデータ（使途の数、使途の詳細な説明の有無など）が調査されていない。そのため本章

では、データに偏りが存在する可能性はあるものの、本章の目的に沿うデータが得られている独自のアンケート調査(2014 年度の活動が対象)のデータを用いて分析を行う。調査は全自治体を対象に電子メールで調査票を配布・回収した。2014 年の 1 月 1 日時点もしくは、2014 年 1 月 1 日～12 月 31 日[24]の自治体別の個人からの寄付額、特典の数、寄付額に対してどの程度の特典が還元されるのかを表す特典還元率、寄付の使途、寄付実績の公開状況、担当者の意識等について把握している。調査時期は 2015 年 10 月 15 日～12 月 10 日であり、全自治体の 54.4%に相当する 973 市区町村からのアンケート（973/1,789 自治体[25]）を回収した。内訳として、都道府県は 78.7%（37/47 都道府県）、市区町村は 53.8%（937/1,742 市区町村）となっている。

本章では、上記の独自のアンケート調査データを用い、ふるさと納税が、本来の目的である地域活性化を目指して行われているのか（利他的と考えられる）、それとも、特典を目当てに行われているのか（利己的と考えられる）について検証する。その際、新たな変数（特典還元率、使途の数、使途の説明の有無等）を用いて検証し、その効果について明らかにしたい。

３．４　分析モデル

本章では、寄付の要因について分析を行うため、寄付金額 Di に関する次のような回帰モデルを想定する。

$$D_i = \alpha_i + X_i\beta + V_i\gamma + W_i\eta + u_i$$

ただし、Xi、Vi、Wi はそれぞれ、利他的要素、利己的要素、機会費用、その他のコントロール変数を表すベクトルであり、α_i、β、γ、η は推定の対象となるパラメータである。なお、寄付金額は 0 未満のマイナスの値をとらない点に留意したい。ここでは、この点から生じる潜在的なバイアスに対処するため、誤差項 ui が互いに独立した期待値ゼロ及び分散一定の正規分布であると仮定し、トービットモデルを用いて上記の回帰式を推定することにする。

---

[24] 自治体での集計上、2014 年 4 月 1 日～2015 年 3 月 31 日のデータも含まれている。

[25] 2016 年 4 月 1 日現在では自治体数は 1,788（都道府県 47、市区町村 1,741）である。しかし、アンケート対象期間の 2014 年 4 月 5 日に栃木県下都賀郡岩舟町が栃木市に編入されているため、本論文では総自治体数を 1,789（都道府県 47、市区町村 1,742）としている。

被説明変数としては自治体への個人の「寄付総額」を設定する。ここで、寄付者が、地域の規模を考慮して寄付を行っている場合、人口規模の大きい地域は知名度が高い等の理由で寄付が集まりやすいと考えられる。このような人口規模の問題に対応するために、説明変数にコントロール変数として、「人口」を採用するとともに、寄付額を人口で除した「人口当たり寄付総額」を被説明変数として設定したモデルについても推計を行う。

以下では、説明変数について述べる。

利他的動機に関わる変数と想定される効果

利他的動機に関わる変数としては、個人の利益につながらず、寄付先の自治体の状況を表す変数が候補となる。まず、自治体が直面する環境を示す変数として、財政状況・経済状況及び産業構造の状況を表す変数を用いる。具体的には、財政力を表す変数として「財政力指数」と「地方税収率」を、経済の状況を表す変数として「失業率」を、産業構造の状況を表す変数として「一次産業比率」及び「二次産業比率」を用いる。利他的動機に基づき、地域活性化や地域厚生の上昇が必要とされている地域に寄付をしているとすれば、自治体の財政状況が厳しい（財政力指数が小さい、地方税収率が小さい）ほど、失業率が高いほど、産業構造が一次産業に偏っているほど、寄付が増えると想定される。

次に、自治体の取り組みを表す変数を用いる。具体的には、「使途説明ダミー」、「金額公開ダミー」、「実績公開ダミー」、「使途数（使途数／人口）」を用いる。これらは全て、は、寄付の使い道に関わる変数であり、地域活性化や地域厚生の上昇につながる可能性が高くなることから、利他的動機に基づき寄付を行う場合には、これらの変数は、正に有意な効果をもたらすと想定される。

また、より詳細な効果を検証するため、「一次産業比率」と「特典なしダミー」の交差項を作成した。この変数が正に有意な効果があれば、産業構造が一次産業に偏っていて、かつ、特典がない場合に寄附が増加することになる。すなわち、利他的な動機に基づく寄付と判断できる。加えて、「特典なしダミー」と「使途説明ダミー」の交差項を作成している。この変数が正に有意な効果があれば、特典がないことを前提に使途説明が行われていることで寄附が増加する。つまり、利他的な動機に基づく寄付と判断できるだろう。

利己的動機に関わる変数と想定される効果

利己的動機に関わる変数としては、個人の利益につながる変数が候補となる。具体的に

は、まず、特典の有無に着目し、「特典なしダミー」を用いる。利己的動機に基づき寄付を行う場合には、特典がない場合に寄付が減少すると考えられることから、有意に負の効果をもたらすと想定される。

次に、個人的な利益につながる要素として、「特典還元率」及び「特典数（特典数／人口）」を用いる。「特典還元率」とは、「寄付額に対してどの程度の特典が還元されるのかを表す割合」であり、個人的な利益が増大する可能性が高くなる。また、「特典数」も多いほど、選択肢が多くなり、同様の効果が見込めるため、利己的動機に基づき寄付を行う場合には、これらの変数は、正に有意な効果をもたらすと想定される。

なお、寄付を行う場合、限られた額をどの地域に寄付するのかという視点で行われることが多く、複数地域の間の要素を比較して寄付を行っていると考えるのが自然である。実証分析の変数選択の際に、特に利己的動機の変数については、他の地域と比較した値を使用する必要がある。この問題に対処するための手法として、特典に関するデータを、他の自治体の特典データと比較して、 相対化した変数に直して用いることが望ましい。本分析では、特典還元率の変数を、特典還元率の平均値で減し、平均からの乖離値を表す変数を使用することで対処している。

<u>機会費用に関わる変数と想定される効果</u>

機会費用に関わる変数としては、以下の変数を考慮する。クレジットカードを利用することができれば、支払いの時間を節約することができる[26]。そこで、時間節約が効果を及ぼすかどうかの検証を行う変数として、「クレジットカード決済ダミー」を用いる。寄付において、機会費用が重視されている場合には、の変数は、有意に正の効果をもたらすと想定される。

本章で採用した各変数の定義と出典は図表 3 に、記述統計量を図表 4 に示す。

[26] クレジットカード決済を用いることができない場合は、郵便振替や納付書による決済が必要となり、寄付者は実際に銀行や郵便局に足を運んで入金を行う必要がある。

図表 3　変数の説明と出典

変数名	内容	出典
寄付額（総額）	自治体への個人の寄付額	アンケート
寄付額（総額）/人口	自治体への個人の寄付額/住民基本台帳人口	金額はアンケート、人口は平成25年3月31日現在における各市町村住民基本台帳人口（総務省）。以下同じ。
財政力指数		総務省「平成25年度地方公共団体の主要財政指標一覧」
地方税収率	地方税収/歳入総額	市町村別決算状況調（平成25年度）
失業率	完全失業者数/労働力人口	総務省「国勢調査」(平成22年度)
一次産業比率		構造統計課「経済センサスー基礎調査」(2009)
二次産業比率		総務省統計局統計調査部経済基本構造統計課「経済センサスー基礎調査」(平成21年度)
使途説明ダミー	ふるさと納税の使途説明をしている場合を1とするダミー変数	アンケート
金額公開ダミー	ふるさと納税の金額公開をしている場合を1とするダミー変数	アンケート
実績公開ダミー	ふるさと納税の実績を公開している場合を1とするダミー変数	アンケート
使途数	ふるさと納税の使途数	アンケート
使途数/人口	ふるさと納税の使途数/人口	アンケート
特典なしダミー	ふるさと納税の特典が提供されていない場合を1とするダミー変数	アンケート
特典還元率	ふるさと納税の特典の還元率ー還元率平均値	アンケート ※特典還元率の計算式＝贈呈された特典の総額／総寄附金額（アンケート時に記載） ※特典還元率の変数を、特典還元率の平均値で減して使用
特典数	ふるさと納税者に自治体が提供する特典の数	アンケート
特典数/人口	ふるさと納税者に自治体が提供する特典の数/住民基本台帳人口	特典数はアンケート
クレジットカード決済ダミー	ふるさと納税の際にクレジットカード決済を行っている場合を1とするダミー変数	アンケート
人口	住民基本台帳人口	

出典：筆者作成

図表 4　記述統計量

変数名	単位	サンプル規模	平均値	標準偏差	最小値	最大値
寄付額（総額）	（百万円）	903	13.400	38.600	0.000	476.000
寄付額（総額）/人口	（千円）	903	0.653	2.650	0.000	43.666
財政力指数		937	0.524	0.284	0.070	2.080
地方税収率		937	0.263	0.149	0.021	0.707
失業率		937	0.063	0.021	0.000	0.197
一次産業比率		937	0.106	0.106	0.000	0.751
二次産業比率		937	0.257	0.081	0.015	0.503
使途説明ダミー		859	0.313	0.464	0.000	1.000
金額公開ダミー		897	0.716	0.451	0.000	1.000
実績公開ダミー		895	0.465	0.499	0.000	1.000
使途数	（個）	813	5.739	3.464	0.000	37.000
使途数/人口	（個）	813	0.000	0.001	0.000	0.006
特典なしダミー		937	0.426	0.495	0.000	1.000
特典還元率		572	0.000	0.170	-0.182	0.418
特典数	（個）	879	0.000	0.001	0.000	0.012
特典数/人口	（個）	879	6.267	21.620	0.000	319.000
クレジットカード決済ダミー		885	0.173	0.378	0.000	1.000
人口	（人）	937	87,447.130	212,967.600	305.000	3,707,843.000

出典：筆者作成

４．分析

４．１　推定方法

アンケートの傾向から、人口規模によって効果が異なることが想定されたため、各自治体の人口において、サンプル規模が同じになるように、3 つのグループ（小規模、中規模、大規模）に分類し推定を行った。人口規模はそれぞれ、小規模が 1 万人未満、中規模が 1 万人以上 5 万人未満、大規模が 5 万人以上となった[27]。また、本分析においては、地方財政に関わる変数として、地方税収率と財政力指数を導入しているが、互いに相関が高く、両変数を含めて分析を行うと多重共線性の問題を引き起こす可能性があるため、それぞれ別のモデルとして分析を実施した。

４．２　推定結果

推定結果を、図表 5 から図表 7 に示す[28]。

図表 5　小規模地域の分析結果（人口 1 万人未満）

		総額				人口割			
区分	変数	モデル１		モデル２		モデル３		モデル４	
		係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
利他的	財政力指数	0.405	9.812			1.257	2.029		
	地方税収率			-0.695	21.700			2.411	4.376
	失業率	-112.000	102.000	-113.000	103.000	-16.716	21.472	-16.894	21.497
	一次産業比率	87.700 ***	27.500	87.200 ***	27.000	23.346 ***	5.739	23.022 ***	5.636
	一次産業比率 ＊特典なしダミー	-97.700 ***	37.100	-97.800 ***	37.000	-21.307 ***	7.745	-21.432 ***	7.737
	二次産業比率	-0.139	30.200	-0.123	30.300	2.520	6.414	2.152	6.424
	特典なしダミー *使途説明ダミー	20.800 *	12.100	20.800 *	12.100	5.376 **	2.507	5.395 **	2.508
	使途説明ダミー	-3.025	5.338	-3.069	5.298	-0.627	1.137	-0.682	1.131
	金額公開ダミー	-7.088	4.833	-7.118	4.836	-1.586	1.035	-1.589	1.035
	実績公開ダミー	1.440	5.025	1.415	5.016	0.827	1.062	0.803	1.061
	使途数	-0.875	0.859	-0.868	0.861				
	使途数/人口					-86.799	374.640	-82.272	378.891
利己的	特典なしダミー	14.700	9.371	14.700	9.384	3.389 *	1.922	3.421 *	1.922
	特典還元率	8.497	0.000	8.426	14.200	3.615	2.966	3.564	2.964
	特典数	0.273	0.000	0.272	0.359				
	特典数/人口					-151.593	331.598	-153.335	332.191
機会費用	クレジットカード決済ダミー	26.900 ***	0.000	26.900 ***	6.506	4.797 ***	1.393	4.829 ***	1.396
その他	人口	0.002 *	0.000	0.002 *	0.001				
	定数項	-8.025	0.000	-7.750	13.600	-2.449	-0.001	-2.255	-0.001
		サンプル規模＝124		サンプル規模＝124		サンプル規模＝124		サンプル規模＝124	
		LR chi2(15)＝45.24 Prob > chi2＝0.0001 Log likelihood = -2251.273		LR chi2(15)＝45.24 Prob > chi2＝0.0001 Log likelihood = -2251.273		LR chi2(14) = 47.40 Prob > chi2＝0.0000 Log likelihood = -1210.682		LR chi2(14)＝47.32 Prob > chi2＝0.0000 Log likelihood = -1210.722	

*、**、***は、それぞれ、10%、5%、1%の水準で有意であることを示す。

出典：筆者作成

[27] この人口区分は、全自治体数(1741)においてもほぼ均等の数になる区分である。

[28] 交差項に関しては、交差項変数を入れない推定も行ったが、有意な変数及びその符号の結果には変化は無かった。また、その他の交差項として「特典なしダミー」と「金額公開ダミー」、「特典なし」と「実績公開ダミー」の変数を考慮した分析も行ったが、どちらも有意とはなら無かった。推定では有意性が示された交差項を採用している。

図表 6　中規模地域の分析結果（人口 1 万人以上 5 万人未満）

区分	変数	総額				人口割			
		モデル 1		モデル 2		モデル 3		モデル 4	
		係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
利他的	財政力指数	-15.500	13.100			-0.833 *	0.499		
	地方税収率			-26.100	22.700			-1.472 *	0.859
	失業率	21.300	119.000	18.600	120.000	-0.816	4.517	-1.105	4.559
	一次産業比率	38.300	35.600	38.700	35.600	0.587	1.332	0.584	1.325
	一次産業比率 ＊特典なしダミー	7.924	70.200	9.965	70.000	-1.189	2.672	-1.115	2.667
	二次産業比率	7.001	32.400	5.885	32.400	-0.400	1.230	-0.461	1.230
	特典なしダミー ＊使途説明ダミー	3.554	12.200	4.367	12.300	0.180	0.462	0.226	0.466
	使途説明ダミー	5.797	5.390	5.520	5.397	-0.028	0.203	-0.044	0.203
	金額公開ダミー	3.247	5.575	3.628	5.545	0.314	0.212	0.332	0.211
	実績公開ダミー	2.701	4.902	2.675	4.906	-0.048	0.184	-0.053	0.184
	使途数	1.022	1.000	0.975	0.997				
	使途数/人口					1,367.235 ***	498.301	1,313.291 ***	495.551
利己的	特典なしダミー	7.957	11.200	7.739	11.100	0.483	0.421	0.478	0.421
	特典還元率	39.900 **	16.000	39.500 **	16.000	1.493 **	0.611	1.464 **	0.610
	特典数	0.117	0.087	0.116	0.087				
	特典数/人口					155.193	101.984	153.221	102.050
機会費用	クレジットカード決済ダミー	14.900 **	6.388	14.900 **	6.399	0.514 **	0.243	0.508 **	0.002
その他	人口	0.000 **	0.000	0.000 **	0.000				
	定数項	-15.300	20.800	-15.800	20.700	0.244	0.739	0.251	0.000
		サンプル規模＝189		サンプル規模＝189		サンプル規模＝189		サンプル規模＝189	
		LR chi2(15)＝45.31		LR chi2(15)＝45.25		LR chi2(14) ＝ 43.26		LR chi2(14)＝43.40	
		Prob > chi2＝0.0001		Prob > chi2＝0.0001		Prob > chi2＝0.0001		Prob > chi2＝0.0001	
		Log likelihood = -3439.290		Log likelihood = -3439.324		Log likelihood = -1556.973		Log likelihood = -1556.899	

*、**、***は、それぞれ、10%、5%、1%の水準で有意であることを示す。

出典：筆者作成

図表 7　大規模地域の分析結果（人口 5 万人以上）

区分	変数	総額				人口割			
		モデル 1		モデル 2		モデル 3		モデル 4	
		係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差	係数	標準誤差
利他的	財政力指数	-22.800	26.500			-0.254	0.243		
	地方税収率			-63.400	44.500			-0.677 *	0.405
	失業率	-302.000	280.000	-371.000	278.000	-1.260	2.543	-1.969	2.526
	一次産業比率	28.400	100.000	3.834	100.000	0.524	0.904	0.269	0.901
	一次産業比率 ＊特典なしダミー	166.000	376.000	143.000	374.000	0.962	3.438	0.731	3.417
	二次産業比率	-53.800	57.900	-49.500	57.800	-0.338	0.508	-0.301	0.506
	特典なしダミー ＊使途説明ダミー	0.613	21.600	3.566	21.600	-0.038	0.197	-0.006	0.198
	使途説明ダミー	-0.817	8.660	-0.353	8.623	0.019	0.078	0.025	0.077
	金額公開ダミー	10.900	12.000	10.200	11.900	0.099	0.110	0.091	0.109
	実績公開ダミー	-0.292	9.368	-1.248	9.368	-0.027	0.085	-0.036	0.085
	使途数	-0.417	0.964	-0.313	0.964				
	使途数/人口					500.209	921.442	581.359	913.202
利己的	特典なしダミー	4.125	18.100	3.544	17.900	0.068	0.164	0.060	0.162
	特典還元率	63.800 **	30.400	66.000 **	30.300	0.665 **	0.267	0.688 **	0.266
	特典数	0.978 ***	0.288	0.969 ***	0.286				
	特典数/人口					555.475 **	256.867	543.920 **	255.156
機会費用	クレジットカード決済ダミー	18.400 **	8.840	18.000 **	8.795	0.167 **	0.080	0.164 **	0.079
その他	人口	0.000 *	0.000	0.000	0.000				
	定数項	42.400	41.900	53.900	39.400	0.299	0.372	0.414	0.345
		サンプル規模＝147		サンプル規模＝147		サンプル規模＝147		サンプル規模＝147	
		LR chi2(15)＝50.20		LR chi2(15)＝51.49		LR chi2(14)＝38.02		LR chi2(14)＝39.71	
		Prob > chi2＝0.0000		Prob > chi2＝0.0000		Prob > chi2＝0.0005		Prob > chi2＝0.0003	
		Log likelihood = -2761.255		Log likelihood = -2760.613		Log likelihood = -1079.127		Log likelihood = -1078.281	

*、**、***は、それぞれ、10%、5%、1%の水準で有意であることを示す。

出典：筆者作成

推定の結果、小規模である 1 万人未満の自治体を対象にした推定結果と、中規模（1 万人以上 5 万人未満）及び大規模（5 万人以上）の自治体を対象にした推定結果との間で、有意に効果を与える変数が異なることがわかった。以下では、興味深い結果が得られた小規模グループの結果から見ていくことにする。

小規模地域の推定結果

まず、利他的動機仮説を検証するために採用した変数の効果を見てみよう。財政力を表す変数として採用した「財政力指数」と「地方税収率」は、有意な効果が見られなかった。経済状況を表す変数として採用した「失業率」及び産業構造を表す変数として採用した「二次産業比率」も有意な効果は得られなかったが、産業構造を表す変数として採用した「一次産業比率」は、有意に正の効果が得られた。「一次産業比率」の高さは、地域活性化の必要性を寄付者に想起させると考えられることから、検証仮説 1 で想定した通り、利他的動機による効果が示されたと言える。ただし、「一次産業比率」と「特典なしダミー」の交差項が負に有意な効果を示しており、利他的動機により、寄付候補地域は「一次産業比率」を考慮し選択されるものの、「特典なしダミー」との交差項が負の影響を与えていることから、その候補地域の中では、利己的動機により「特典」が影響を与えていることが確認される。これは、検証仮説 2 に対応する結果と言える。

自治体の取り組みを表す変数に関しては、「特典なしダミー」と「使途説明ダミー」の交差項が、有意に正の効果が得られた。このことから、小規模地域への寄付に関しては、財政状況や経済状況をコントロールした後には、特典がない場合には、使途説明があり使途が明確なほど寄付が多くなり、検証仮説 1 で想定した通り、利他的動機に基づき寄付が行われていることが示されている。なお、その他の変数には有意な効果が見られなかった。

次に、利己的動機仮説を検証するために採用した変数の効果を見てみよう。「特典なしダミー」は、正の効果を示しておらず、利己的動機仮説の効果は見られていない。また、その他の変数においても、有意な結果は得られず、利己的動機による検証仮説 2 の効果は確認できなかった[29]。

最後に、機会費用仮説を検証するために採用した変数の効果を見てみよう。「クレジットカード決済」が正に有意であることから、寄付時の煩雑さが少なく、機会費用が低いほど、

[29] 小規模地域では異常に高い還元率の商品が提供されていることがあるものの、十分な供給力がなく、結果的にそれほど寄附金額に影響を与えないことも考えられる。

寄付が行われていることが明らかとなった。このことから、検証仮説 3 も成立していることが示されたと言えよう。

中規模地域の推定結果

中規模地域では、利他的動機仮説を検証するために採用した変数が、いくつかの推定において「財政力」及び「地方税収率」が有意に負の効果を、また、「使途数／人口」が有意に正の効果を示しており、利他的動機仮説の効果は見られるものの、全ての推定において有意になる変数は見られず、利他的動機に基づいた寄付は限定的であると言えよう。

次に、利己的動機仮説を検証するために採用した変数は、「特典還元率」が有意となり、利己的動機に基づく効果が確認され、検証仮説 2 がサポートされる結果となった。機会費用仮説を検証するために採用した変数である「クレジットカード決済」は、正に有意であることが示され、機会費用仮説としての検証仮説 3 が、中規模地域でも成立していることが示された。

大規模地域の推定結果

大規模地域では、利他的動機仮説を検証するために採用した変数は、「地方税収率」が有意に負の効果を示したにとどまり、利他的動機仮説の効果は見られるものの、全ての推定において有意になる変数は見られず、利他的動機に基づいた寄付は限定的であると言える。

次に、利己的動機仮説を検証するために採用した変数は、「特典還元率」及び「特典数（特典数／人口）」が有意となり、利己的動機に基づく効果が確認され、検証仮説 2 がサポートされる結果となった。機会費用仮説を検証するために採用した変数である「クレジットカード決済」は、正に有意であることが示され、機会費用仮説としての検証仮説 3 が、大規模地域でも成立していることが示された。

以上のことから、寄付者の行動としては、規模の小さい自治体に対しては、財政的に恵まれない地域に寄付しようという利他的意識はあるが、どの自治体を選択するかは、寄付することで得られる特典に左右される部分が大きいという利己的要素、さらに、特典がない場合には、使途説明が行われており寄付金がどの様に地域に貢献するのかが明確な地域に寄付していることから、利他的要素も効いていることが明らかとなった。一方で、中規模や大規模の自治体への寄付は、ほぼ利己的な意図で行われていることも明らかとなった。

５．おわりに

５．１　政策提言

前節の分析結果に見る通り、ふるさと納税は利己的要素（特典還元率や特典数）と利他的要素（一次産業比率が高い、特典がなくとも使途の説明があり地域貢献への影響が明確である）、そして利便性（クレジットカード決済が可能）の考慮等により規定されていることが明らかになった[30]。

本章で得られた結果は、大規模・中規模の自治体については、批判の多い「特典合戦」について、その実証的裏付けを得た格好ではあるが、一方で、小規模の自治体に関しては、一次産業比率が高い場合や、特典を贈呈しなくとも使途の説明を行い地域貢献をアピールすることが、ふるさと納税を集める要因になるという、利他的な要因を確認できたことが成果と言えよう。上記の結果から、下記の 2 つのインプリケーションが得られる。

まず、制度を活用する側の自治体へのインプリケーションとしては、今後の制度改正により、特例控除の撤廃や特典の贈呈が制限される可能性を想定して、利他的な寄付を集められる仕掛けを行う必要があろう。つまり、ふるさと納税の実施の際に寄付者が指定できる「使途」の検討へのさらなる注力である。ふるさと納税制度本来の趣旨を鑑みれば、利他的な寄付が集まること、つまり、寄付文化が醸成されることが望ましいが、現状では、小規模な地域への寄付を除けば､利他的な要因より利己的な要因が強い｡その理由として、使途の説明が不十分な点が考えられる。まずは、寄付金を具体的にどのような用途に使用するのかをホームページやチラシ・パンフレット等で説明し、ふるさと納税を検討している人に対して、事前に、地域貢献への道筋を明確に提示することであろう。

次に、制度を設定する側の国（総務省）へのインプリケーションとしては、以下が考えられる。

第一は、総務省が主導し、自治体に寄附の使途説明の情報公開のガイドラインを設定し、ポータルサイト[31]などで積極的に自治体の情報を開示し、使途の比較検討ができるようにすることである。

第二は、特典や募集方法の範囲のさらなる検討である。実証分析結果から、中規模・大

---

[30]　制度開始初年度の 2008 年の実績数値で実証分析を行った石村(2013)では、財政力指数、失業率で負の有意な結果が得られており、財政的に疲弊している自治体への支援を目的とした利他的な要因による寄付の実行が示唆されている。

[31]　総務省ふるさと納税ポータルサイト (http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html)には 2019 年 12 月 1 日現在で 62 の活用事例が紹介されている。

規模の自治体においては、利己的要素である特典が、寄付を決める大きな要因となっていることがわかった。2015 年 4 月、2016 年 4 月に特典の返礼に注意を促す総務大臣通知が出されているが、その背景には、本制度で適正とされる寄付は、利己的要素に基づく寄付ではないことがある。2019 年 6 月の法制度化により、ある程度の規制はかかったものの、地場産品の定義などは明確な内容としては通知されておらず、まだまだ、自治体の判断に委ねる部分が大きい。加えて、自治体において可能なプロモーションの範囲もまだまだ不明瞭と言える。本制度の趣旨に基づき適正である寄付を促すため、より強い判断が求められる。

５．２　今後の課題

今後の課題としては、まず、推定で用いた変数の精緻化である。本章で着目した特典還元率に関して、小規模地域では有意とはならなかったが、その背景には、小規模団体では異常に高い還元率の特典が提供されていても、十分な供給余力がないという理由が考えられる。今後は、このような供給制約を考慮した変数による分析を行う必要がある。

次に、最新の制度改正を考慮した分析である。ふるさと納税制度は数年に一度のペースで改正されている。本章は 2014 年度のデータを元に分析を行ったため、最新の制度改正の結果を反映していない。そのため、2015 年及び 2019 年に行われた税制改正の効果を反映した実績についても調査を行う必要がある。

さらに、ふるさと納税制度の評価を行う上で、異なるアプローチでの分析も重要である。第一は、提供される「特典」の決定要因に着目した分析である。本章では、ふるさと納税制度の改善の方向性として、「特典」のあり方について提言したが、自治体において、「特典」がどの様に決定されているのか、過剰な特典が提供されているとすれば、その提供は、自治体間の競争を加熱させているのかを確かめることは、今後の制度のあり方を考える上で有用であろう。第二は、寄付を行った個人を対象とした調査による分析である。今回は自治体へのアンケートを行ったが、寄付を行った個人の特性を考慮した分析も興味深い。本章において、ふるさと納税のインセンティブについて寄付理論から利他的・利己的という整理を行ったが、寄付者の特性や居住地（ふるさと納税を行った自治体が居住地なのか、居住外の自治体なのか）も含めた個人への調査により、より詳細な分析が可能となると考えられる。

最終的には、ふるさと納税制度の成果の評価として、特典の購入先となる地元の生産者、

販売拡大による税収増、雇用の増加、市民が受けるメリットを明らかにし、地域活性化にどのように貢献しているのかを明らかにする必要があろう。

補論（2014 年のふるさと納税の状況）

本節では、独自に実施した全国自治体を対象としたアンケート調査の結果を基に、2014 年のふるさと納税の状況について補論として概要を示す。

まず、図表 8 には本章で実施したアンケートのエリア別[32]の取得状況（都道府県は除く）を示した。エリア別に多少の差異はあるものの、概ね 40%～60%強の返信率となっている。

図表 8　エリア別アンケート取得数

		市区町村数	アンケート取得数	取得割合
1	北海道・東北エリア	406	218	53.7%
2	関東エリア	317	198	62.5%
3	甲信越エリア	134	56	41.8%
4	北陸エリア	51	24	47.1%
5	東海エリア	160	100	62.5%
6	近畿エリア	198	118	59.6%
7	中国エリア	107	51	47.7%
8	四国エリア	95	44	46.3%
9	九州・沖縄エリア	274	128	46.7%
	合計	1,742	937	53.8%

出典：筆者作成

図表 9 には、個人からの寄付金と法人からの寄付金が個別に回答されたデータについて示した。937 の回答のうち、794 自治体から回答が得られており、その結果、各自治体が「ふるさと納税」として整理している金額には、約 20%の法人からの寄付が含まれていることが示されている。

[32] エリアの分類については、①北海道・東北エリアは、北海道、青森県、岩手県、宮城県、秋田県、山形県、福島県、②関東エリアは、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県、③甲信越エリアは、新潟県、山梨県、長野県、④北陸エリアは、富山県、石川県、福井県、⑤東海エリアは、岐阜県、静岡県、愛知県、三重県、⑥近畿エリアは、滋賀県、京都府、大阪府、兵庫県、奈良県、和歌山県、⑦中国エリアは、鳥取県、島根県、岡山県、広島県、山口県、⑧四国エリアは、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、⑨九州・沖縄エリア、福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県、大分県、宮崎県、鹿児島県、沖縄県として分類している。

図表 9　個人からの寄付金と法人からの寄付金（合計）

	金額(単位:千円)	比率
個人からの寄付金	10,440,429	80.8%
法人からの寄付金	2,486,391	19.2%
合計	12,926,820	100%

出典：筆者作成

図表 10 には人口規模別に個人からの寄付と法人からの寄付を分類して示した。記載されている数字はそれぞれの規模に属する自治体に 1 年間で集まったふるさと納税の平均値である。人口規模の多い自治体ほど、個人からも、法人からも大きな寄付を集めている。

図表 10　個人からの寄付金と法人からの寄付金（平均額）

人口規模	個人からの寄付 （単位:千円）	法人からの寄付 （単位:千円）
5万人以上	20,763	7,300
1万人以上5万人未満	11,747	866
1万人未満	6,474	347
全体	13,798	3,131

出典：筆者作成

また、図表 11 にエリア別に個人からの寄付と法人からの寄付を分類して示した。記載されている数字は各エリアに属する自治体に 1 年間で集まったふるさと納税の平均値である。概ね個人からの寄付が多いが北陸エリアは法人から多額の寄付が寄せられている。

図表 11　個人からの寄付金と法人からの寄付金（エリア別）

	エリア	個人からの寄付 （単位:千円）	法人からの寄付 （単位:千円）
1	北海道・東北エリア	14,779	3,746
2	関東エリア	11,887	6,552
3	甲信越エリア	10,245	260
4	北陸エリア	5,793	10,790
5	東海エリア	12,957	1,094
6	近畿エリア	16,141	2,489
7	中国エリア	29,717	968
8	四国エリア	15,089	64
9	九州・沖縄エリア	10,085	852
	全平均	13,798	3,131

出典：筆者作成

次に、図表 12 には、アンケート調査の概要について示した。No.1～3 は「特典」に関する質問、No.4～6 は「ふるさと納税の使途」に関する質問、No.7～8 はふるさと納税をする際の「利便性」に関する質問、No.9～10 は「情報公開」に関する質問、No.11～16 は「意識調査」となっている。下記で内容について詳しく見ることにする。

図表 12　アンケート結果（全体）

No	質問内容	はい	いいえ	回答数
1	寄附者に特典を贈呈していますか？	56.6%	43.4%	919
2	「近隣自治体」の特典の規模や内容は、自地域の特典の規模や内容に影響を与えていますか？	28.8%	71.2%	864
3	「近隣以外の自地域と類似の自治体」の特典の規模や内容は、自地域の特典の規模や内容に影響を与えていますか？	26.1%	73.9%	862
4	申込の際に寄附金の使途を指定できますか？	89.2%	10.8%	890
5	選択可能な使途は「〇〇城の石壁の修復」などのように具体的な事業ですか？	11.3%	88.7%	852
6	選択可能な個別の使途について具体的な説明文を併記していますか？ （例）使途のメニュー（産業振興など）だけではなく具体的な説明文を併記している。	31.3%	68.7%	859
7	寄附申込が可能なインターネット上の申込フォームを設置していますか？	30.1%	69.9%	886
8	インターネットでのクレジットカード決済を導入していますか？	17.3%	82.7%	884
9	過去のふるさと納税の実績金額を公開していますか？ （例）平成25年〇件〇〇万円、など	71.6%	28.4%	897
10	過去に集まったふるさと納税の使用実績を公開していますか？ （例）スクールバスの購入、一般財源への繰入れ、など	46.5%	53.5%	895
11	ふるさと納税の推進にあたって首長はリーダーシップを発揮していますか？	81.3%	18.7%	873
12	ふるさと納税制度が導入されたことで、もう一つの目的であった「自治体間格差の是正」はなされたと思われますか？	14.4%	85.6%	876
13	ふるさと納税制度が導入されたことで、本来の目的であった「寄附文化」が醸成されたと思われますか？	27.6%	72.4%	885
14	ふるさと納税制度が導入されたことで、より魅力ある自治体になるため、自治体の努力は高まったと思われますか？	76.2%	23.8%	892
15	ふるさと納税制度の導入は、特典を競争することに傾斜しすぎていると思われますか？	88.8%	11.2%	894
16	寄附者との関係づくり（特典の贈呈を除く）を行っていますか？ （パンフレット送付、メールマガジン送付、イベントの開催、寄附金の使用実績を送付する、など）	66.9%	33.1%	738

出典：筆者作成

No.1～3 には、寄付者への特典の返礼についての質問結果が示されている。2014 年 1 月 1 日時点では、56.6%の自治体が特典の贈呈を行っており、その品物の選定にあたっては近隣及び近隣以外の自治体の影響をあまり受けていない。自治体独自の特産品の選定を行っているということであろう。

No.4～6 には、ふるさと納税の申し込みの際に多くの自治体で指定できる「寄付の使途」についての質問結果が示されている。寄付金の使途については 89.2%の自治体で指定が可能であるが、88.7%が具体的な事業ではなく、具体的な説明を行っている自治体も 31.3%

にとどまっている。この結果からは、寄付者は、ふるさと納税を実行する時点で、寄付金がどのように使用されるかのイメージを持ちにくいのではないだろうか。

また、No.7～8 には、寄付者の利便性を考慮した施策についての質問結果が示されている。2014 年 1 月 1 日時点ではインターネットのフォームでの申し込み及び、クレジットカード決済は一般的なものではなかったと思われる。

No.9～10 には、ふるさと納税の実績の情報公開についての質問結果が示されている。実績金額については 71.6%の自治体が公表しているものの、使用実績、つまりどういった用途に活用したかについての情報公開は 46.5%にとどまる。集まった金額が少ないことや、一般財源へ取り込んだことで具体的に説明することが難しい、などの事情が推測されるが、寄付者が寄付金の具体的な用途を伝えられていない現状に問題は残る。

No.11 には、ふるさと納税制度の活用にあたっての、首長（市長、町長、村長）のリーダーシップの発揮についての質問結果が示されている。ふるさと納税制度の推進にあたっては、首長がリーダーシップを発揮し、その推進役となっていることが推測される。特に寄付者への返礼品の贈呈については、首長の方針が色濃く反映されることが多い。

No.12～15 には、ふるさと納税制度が導入されたことをきっかけとした自治体の意識についての質問結果が示されている。まず、制度本来の目的である「自治体間格差の是正」は 14.4%、「寄付文化の醸成」については 27.6%が「はい」が選択された。また、「自治体間努力」については 76.2%が肯定的な回答をしているものの、88.8%が特典競争への傾斜を感じている。自治体の意識としては、特典競争に代表される自治体間努力は高まったものの、制度本来の目的の達成度は今ひとつであると解釈できる。

No.16 はふるさと納税を行った寄付者との関係づくりであるが、66.9%の自治体が何らかの形で寄付者にパンフレットやメールマガジンの送付などを行っている。

次に図表 12 で示したアンケート結果を人口別に分けて図表 13 として示す。

図表 13　アンケート結果（人口規模別、回答のみ）

	人口5万人以上			人口1万人以上5万人未満			人口1万人未満		
No	はい	いいえ	回答数	はい	いいえ	回答数	はい	いいえ	回答数
1	50.6%	49.4%	338	63.2%	36.8%	364	54.8%	45.2%	217
2	26.3%	73.7%	308	34.7%	65.3%	346	22.9%	77.1%	210
3	26.9%	73.1%	308	29.8%	70.2%	346	18.8%	81.3%	208
4	90.9%	9.1%	328	88.4%	11.6%	353	88.0%	12.0%	209
5	14.0%	86.0%	322	7.6%	92.4%	330	13.0%	87.0%	200
6	39.2%	60.8%	324	27.6%	72.4%	333	24.8%	75.2%	202
7	37.8%	62.2%	328	25.2%	74.8%	349	26.3%	73.7%	209
8	24.1%	75.9%	328	14.0%	86.0%	349	12.1%	87.9%	207
9	76.3%	23.7%	334	71.6%	28.4%	352	64.0%	36.0%	211
10	51.7%	48.3%	333	48.0%	52.0%	352	35.7%	64.3%	210
11	78.2%	21.8%	317	79.5%	20.5%	347	89.0%	11.0%	209
12	14.2%	85.8%	317	14.0%	86.0%	350	15.3%	84.7%	209
13	25.1%	74.9%	323	26.7%	73.3%	352	32.9%	67.1%	210
14	74.5%	25.5%	326	78.0%	22.0%	355	75.8%	24.2%	211
15	91.1%	8.9%	327	89.8%	10.2%	354	83.6%	16.4%	213
16	70.0%	30.0%	267	68.8%	31.2%	298	59.0%	41.0%	173

出典：筆者作成

特徴的なこととして、規模の大きい自治体と小さな自治体では、とりわけ、寄附の利便性（No.7、No.8）と情報公開（No.9、No.10）に差が見られた。また、No13.の結果から、小さな自治体ほどふるさと納税が寄附文化の醸成に貢献したと感じていることも示された。さらに、No.16 から規模の大きな自治体は寄附者との関係づくりに、より力を入れていることが分かる。

第３章　ふるさと納税の規定要因

～インターネット調査による個票データを用いた計量分析～

１．はじめに

１．１　研究の背景

ふるさと納税制度が始まって 11 年が経過した。2008 年 4 月に誕生した同制度は、2 度の制度改正を経て、順調に実績を伸ばし続けており、2008 年には約 81 億円だった実績額は、2018 年には約 5,127 億円まで大きく成長を遂げるに至っている。しかし、本来、ふるさと納税は「寄付」であり、地方創生に資するための施策でありながら、自治体から提供される「特典」に注目が集まり、制度創設本来の目的は達成されているのか、世論を巻き込んで評価が分かれている。その結果、総務省通知が毎年のように発出され、ついに 2019 年に法制度化された点は第 2 章で紹介した通りである。

以上に見た通り、制度開始以来、成長の一途を遂げるふるさと納税制度が岐路に立たされていることは間違いなく、今後の制度運営の方向性を探るためにも、個人のふるさと納税のインセンティブについて明らかにすることは重要であろう。本章では、ふるさと納税が、本来の目的である地域活性化を目指して行われているのか（利他的要素）、それとも、特典を目当てに行われているのか（利己的要素）という仮説を立て、実証分析の手法で検証したい。

１．２　先行研究

ふるさと納税に関する先行研究では、橋本・鈴木(2016)が北海道、神奈川県、愛知県、大阪府、福岡県内の状況を調査し、明確な寄付先を提示した自治体は返礼品を提供せずとも、寄付を集めることに成功している点を指摘している。尾内(2016)は全国の自治体への寄付データを用いたパネル分析を行い、返礼品の充実した自治体が寄付を集め、ふるさとの窮状を応援するような寄付はみられない点を明らかにした。また、西村・石村・赤井(2017)は全国の自治体へのアンケートにより取得した個人の寄付データを分析し、大規模な自治体においては特典還元率の高い自治体に寄付が集まり利己的要因での寄付が行われ、小規模な自治体においては疲弊した地域を応援する利他的要因での寄付が行われていることを確認している。しかしながら、これらの先行研究では自治体への寄付額を分析対象としており、寄付要因の分析に個人の特性が考慮されていない点が課題と言える。個票データを

用いた実証分析は数少なく、保田(2014)では、北海道東川町への寄付行動を分析し、地域とのつながり、愛着を重視して寄付が行われている点を報告しているが、一地域を分析するに留まっている。

１．３　本章の構成

本章の構成は以下の通りである。続く第 2 節では、ふるさと納税制度の変遷と実績について述べる。第 3 節では、現状を踏まえ、ふるさと納税制度における行動の理論的背景と検証仮説、分析モデルを提示し、分析のためのデータと変数を説明する。第 4 節で、推定方法及び推定結果を示す。最後に第 5 節において、政策提言を行い、今後の課題について提示する。

２．ふるさと納税の実績

本章で調査対象としている 2016 年は急激な件数及び金額の増加が見られたが、総務省(2017)によると、各団体は主に下記の点を理由として挙げている。

① 返礼品の充実：1,021 団体（57.1%）
② ふるさと納税の普及、定着：1,020 団体（57.0%）
③ 収納環境整備（クレジット納付、電子申請の受付等）：747 団体（41.8%）
④ ＨＰ等の広報の充実：580 団体（32.4%）
⑤ 平成 27 年度における制度拡充（ふるさと納税枠の倍増、ふるさと納税ワンストップ特例制度の創設）：538 団体（30.1%）
⑥ 使途、事業内容の充実：169 団体（9.5%）
⑦ 震災・災害への支援：90 団体（5.0%）

また、2014 年以降、各団体が返礼品の充実を行った結果、テレビや雑誌等のマスメディアがふるさと納税を取り上げるケースが増加し、かつ、その内容は「特典」、「お得感」を煽る内容が多く、その結果、実績件数、実績額ともに大きく成長するに至っている。そこに、2015 年の税制改正により、一気に拍車がかかった格好だ。

図表 1 には、本章で分析対象としている 2016 年度のふるさと納税実績（寄付金額及び寄付件数）の上位 20 自治体に対して、1 件あたり寄付金、人口などのデータを付加してい

る。寄付実績で上位にランキングされる団体は、人口規模的に大都市ではなく、中・小規模な自治体が多くを占めている。石村(2013)では「上位を占めるのは人口が多く、知名度の高い市が多い」と報告されているが、制度の実施初年である 2008 年の状況とは大きく様変わりしたことが見て取れる。このキッカケとなった理由の 1 つが各地方自治体の資産である「特産品」を始めとした返礼品の充実にあることは、想像に難くない。

図表 1　2016 年度のふるさと納税実績額（上）及び寄付件数（下）　上位 20 団体

順位	団体名		金額（百万円）	件数（件）	1 件あたり寄付金（千円）	人口（人）
1	宮崎県	都城市	7,333.2	528,242	13.9	168,448
2	長野県	伊那市	7,204.7	59,084	121.9	69,479
3	静岡県	焼津市	5,121.3	231,244	22.1	142,016
4	宮崎県	都農町	5,008.7	257,268	19.5	10,867
5	佐賀県	上峰町	4,573.3	272,265	16.8	9,516
6	熊本県	熊本市	3,686.3	69,473	53.1	735,234
7	山形県	米沢市	3,531.0	35,574	99.3	83,867
8	大阪府	泉佐野市	3,483.6	216,651	16.1	101,035
9	山形県	天童市	3,357.5	201,925	16.6	62,136
10	北海道	根室市	3,307.4	165,797	19.9	27,629
11	千葉県	勝浦市	2,973.3	39,344	75.6	19,033
12	長野県	小谷村	2,762.3	43,479	63.5	3,092
13	岡山県	備前市	2,743.6	31,735	86.5	36,545
14	静岡県	藤枝市	2,649.0	70,135	37.8	146,609
15	長崎県	佐世保市	2,615.4	101,649	25.7	258,466
16	大分県	国東市	2,492.7	55,414	45.0	29,785
17	山形県	寒河江市	2,327.0	94,685	24.6	42,022
18	鹿児島県	志布志市	2,253.4	99,269	22.7	32,727
19	北海道	上士幌町	2,124.8	95,107	22.3	4,886
20	高知県	奈半利町	2,040.1	106,535	19.1	3,386

順位	団体名		金額（百万円）	件数（件）	1 件あたり寄付金（千円）	人口（人）
1	宮崎県	都城市	7,333.2	528,242	13.9	168,448
2	佐賀県	上峰町	4,573.3	272,265	16.8	9,516
3	宮崎県	都農町	5,008.7	257,268	19.5	10,867
4	静岡県	焼津市	5,121.3	231,244	22.1	142,016
5	大阪府	泉佐野市	3,483.6	216,651	16.1	101,035
6	山形県	天童市	3,357.5	201,925	16.6	62,136
7	北海道	根室市	3,307.4	165,797	19.9	27,629
8	佐賀県	唐津市	1,940.8	149,883	12.9	126,280
9	佐賀県	嬉野市	1,796.2	130,248	13.8	27,308
10	高知県	奈半利町	2,040.1	106,535	19.1	3,386
11	長崎県	佐世保市	2,615.4	101,649	25.7	258,466
12	北海道	八雲町	1,147.6	100,911	11.4	17,513
13	鹿児島県	志布志市	2,253.4	99,269	22.7	32,727
14	北海道	上士幌町	2,124.8	95,107	22.3	4,886
15	山形県	寒河江市	2,327.0	94,685	24.6	42,022
16	山形県	河北町	1,214.7	86,296	14.1	19,419
17	山形県	上山市	1,465.9	85,419	17.2	31,834
18	佐賀県	伊万里市	1,395.0	81,674	17.1	56,339
19	宮崎県	川南町	1,126.4	81,491	13.8	16,379
20	高知県	四万十町	1,226.4	79,759	15.4	18,128

出典：ふるさと納税の金額、件数、1 件当たり寄付金は総務省(2017)、人口は総務省「平成 28 年 3 月 31 日現在における各市町村住民基本台帳人口」より作成

３．実証モデル

３．１　検証仮説

第 2 章（3.1　理論的背景）で説明した理論に基づき検証仮説を設定する。まず、図表 2 にアンケートで取得した「ふるさと納税を行った動機」、図表 3 に「意識調査」の結果を記載する。

図表2　ふるさと納税を行った動機（アンケート結果より）

質問	n	はい	いいえ
特典が魅力的（特典の還元率が高い等）だから	500	91.8	8.2
税金が軽減されるから	500	88.8	11.2
応援したい地域に役立ちたいから	500	58.6	41.4
寄付金の使い道（過去の使用実績）に賛同または共感したから	500	41.0	59.0
自分の寄付内容が公表されるから	500	14.4	85.6
自分のふるさとに貢献したいから	500	22.4	77.6
縁のある地域に貢献したいから	500	29.6	70.4
その他	500	19.4	80.6

出典：筆者作成

図表3　意識調査（アンケート結果より）

質問	n	はい	いいえ
被災した自治体にふるさと納税はしましたか。	500	24.2	75.8
ボランティア経験はありますか。	500	34.4	65.6
ふるさと納税以外の寄付経験はありますか。	500	55.4	44.6
特典（返礼品）がなくても、ふるさと納税を行いましたか。	500	13.0	87.0
ふるさと納税ワンストップ特例制度を利用しましたか。	500	39.0	61.0

出典：筆者作成

アンケート結果の内容から、ふるさと納税の動機については特典の魅力に代表される利己的要素及び、被災地への寄付、ふるさとへの貢献、地域への貢献に代表される利他的要素を確認することができた。この結果は第 2 章（3.1　理論的背景）で述べた、理論の結果と整合的である。以上により、ふるさと納税における個人の寄付行動には、利他的動機と利己的動機が影響を与えていると思われる。したがって、本章では、以下の検証仮説を設定する。

- 検証仮説 1（利他的動機仮説）：寄付者は寄付先の地域活性化が明確なほどその地域へのふるさと納税を実施する。
- 検証仮説 2（利己的動機仮説）：寄附者は特典や税金の節減といった見返りがあれば、ふるさと納税を実施する。

検証仮説 1 は、利他的動機に着目した仮説である。寄付者は、財政的に疲弊するなど、自らの助けが必要と考えられる地域に対して寄付を行うと思われる。したがって、この仮説に基づけば、地域活性化や地域厚生の上昇が必要とされている地域へのふるさと納税額が大きくなると考えられる。

検証仮説 2 は利己的動機に着目した仮説である。ふるさと納税をすることによる個人的な利益は、通常、ふるさと納税をすることによる特典に対応すると思われる。したがって、この仮説に基づけば、寄付に対する特典の価値が大きいほど、ふるさと納税額は大きくなると考えられる。

３．２　データ

本章では、楽天インサイト株式会社のサービスを利用し、全国のふるさと納税を行った個人を対象に独自のインターネットアンケート調査結果（500 サンプル回収）を行った。このデータを用いて、寄付行動における個人のインセンティブについて明らかにする。なお、個人を対象としたふるさと納税の実態調査としては、全国の 3 万人を対象とした大規模なインターネット調査「ふるさと納税に関するアンケート」が 2016 年 3 月に株式会社インテージリサーチにより行われているが、仮説の検証など、その結果を用いた精緻な実証分析は行われていない。本章は利他的・利己的という観点から、更に踏み込んだ内容の質問項目を設定し、実証分析により、仮説の検証を行う。

なお、本章で行ったアンケート調査はインターネットを利用したオンラインアンケート調査[33]であり、母数となる調査パネル自体が、比較的インターネットの利用に抵抗がない

[33] 一般的にインターネットを利用したアンケート調査の利点としては、低コスト、短期間での収集、データ処理の簡易さ等が挙げられるが、石田他(2009)によると、インターネットモニター調査の特色として、個人属性が郵送調査と比べて、「学歴が高めで，未婚率が高いこと、自営業（雇用人なし）が多いこと、職種が専門・技術的職業が多いこと（女性は事務職も多い）、労働時間は男性が短く、女性が長いこと、給与は男性が低めで女性が高いこと、退職経験率が高く、回数も多いことが確認された」とのことである。また、インターネット調査によって回収されたデータを使用した分析については、サンプリングの限界があり、全体を母集団として推定することには問題がある。しかし、本章における調査で得られたデータではその限界を認識しつつも、総務省(2016)で示されたふるさと納税で控除を行った人の居住割合と酷似している。なお、都道府県別の人口割合と比較した場合は、東京都への偏りが大きくなっている。

層であると想定される。その点でデータの偏りが心配されるため、回答者の属性情報について以下で確認する。なお、本章では「2016 年 1 月 1 日～12 月 31 日にふるさと納税を行った個人」を対象に回答を取得している。

まず、回答者の性別構成比については男性 61.4%、女性 38.6%となったが、株式会社インテージリサーチ(2016)においても、男性の方が実施率が高い（男性 56.9%、女性 43.1%）という結果になっており、これは、一般に女性より男性の方が就業率が高く、収入も高いことから妥当と言えよう。続いて、回答者の年代（年齢）別構成比について確認したところ、30 代の回答者数が最も多く、次いで 40 代、そして 50 代の順となった。株式会社インテージリサーチ(2016)においても同傾向の結果となっており、こちらも妥当な結果と言える。最後に居住地別構成比率(図表 4)を確認したところ、東京都 17.2%、神奈川県 10.8%、大阪府 10.6%、愛知県 8.4%であった。実際の当道府県別の人口構成比より、大都市圏への比率が高まっているが、これは収入の高い人が都会に集中していることを考えると、こちらも妥当であろう。なお、本章で行った調査においては、2016 年にふるさと納税を行った人は 11.0%であり、こちらも株式会社インテージリサーチ(2016)の 10.1%と同程度の割合となっている。

図表 4　都道府県別のアンケート構成比率（n=500）

都道府県	割合（%）	都道府県	割合（%）	都道府県	割合（%）
北海道	3.0	石川県	0.4	岡山県	1.0
青森県	0.2	福井県	0.0	広島県	2.2
岩手県	0.2	山梨県	0.4	山口県	1.0
宮城県	2.0	長野県	0.2	徳島県	0.6
秋田県	0.4	岐阜県	1.0	香川県	1.4
山形県	0.4	静岡県	3.6	愛媛県	1.0
福島県	0.6	愛知県	8.4	高知県	0.2
茨城県	1.2	三重県	1.4	福岡県	2.8
栃木県	0.2	滋賀県	1.2	佐賀県	0.4
群馬県	1.0	京都府	3.2	長崎県	0.4
埼玉県	4.4	大阪府	10.6	熊本県	1.6
千葉県	5.6	兵庫県	5.6	大分県	0.2
東京都	17.2	奈良県	1.0	宮崎県	0.4
神奈川県	10.8	和歌山県	0.2	鹿児島県	0.0
新潟県	0.4	鳥取県	0.6	沖縄県	0.6
富山県	0.4	島根県	0.4	海外	0.0

出典：筆者作成

３．２　分析モデル

本章では、まず、大きな制度改正のあった 2014 年から 2016 年にかけて寄付の動向を分析するため、2014 年及び 2016 年に寄付行っていれば 1、それ以外を 0 とする説明変数を使用したロジット分析を実施した。分析に際しては、跡田・福重(2000)等に基づき、次のモデルを想定する。被説明変数であるSA^*は潜在変数であり、寄付を行ったのであれば 1、それ以外であれば 0 の値をとる変数であるので、(1)式はロジットモデルにより推定する。

$$SA^* = \alpha_0 + \alpha_1 X_i + \alpha_2 V_i + u_i \qquad \cdot\cdot\cdot (1)$$

$$\begin{cases} SA^*=1 & if\ SA^* > 0 \\ SA^*=0 & if\ SA^* \leq 0 \end{cases}$$

X_i、V_iはそれぞれ、利他的要素、利己的要素、その他のコントロール変数を表すベクトルであり、α_0、α_1、α_2は推定の対象となるパラメータ、u_i は誤差項である。

次に、Menchik and Weisbrod (1987)と Schiff (1990)等のモデルに基づき、寄付金額を被説明変数とした分析を行う。ここでは、寄付金額D_iに関する次のような回帰モデルを想定する。

$$D_i = \beta_0 + \beta_1 X_i + \beta_2 V_i + u_i \qquad \cdot\cdot\cdot (2)$$

X_i、V_iはそれぞれ、利他的要素、利己的要素、その他のコントロール変数を表すベクトルであり、β_0、β_1、β_2は推定の対象となるパラメータ、u_iは誤差項である。

次に本章で採用した各変数の説明を行う。なお、各変数の説明と出典は図表 9 に、また、記述統計量が図表 10 に示されている。被説明変数としては自治体への個人の「寄付総額」（対数値）を設定する。説明変数については以下の通りである。

<u>利他的動機に関わる変数と想定される効果</u>

利他的動機に関わる変数としてアンケートにおいて寄付の動機として選択された設問をダミー変数に加工した、以下の変数を採用した。すなわち、寄付金の使い道（過去の使用実績）に賛同または共感したからを 1 とする「使途」ダミー、応援したい地域に役立ちた

いからを１とする「応援」ダミー、自分の寄付内容が公表されるからを１とする「公表」ダミー、自分のふるさとに貢献したいからを１とする「貢献」ダミー、また、寄付先の地域の状況が改善することに喜びを感じるならば１とする「利他主義」ダミー、被災地への寄付実績があれば１とする「被災地」ダミーを変数として用いる。これらの変数は、動機として選択されるのならば、地域活性化や地域厚生の上昇につながる可能性が高くなるため、利他的動機に基づき寄付を行う場合、これらの変数は、正に有意な効果を及ぼすと推察される。

利己的動機に関わる変数と想定される効果

利己的動機に関わる変数としては、個人の利益につながる変数が候補となる。具体的には、アンケートにおいて寄付の動機として選択された設問をダミー変数に加工した、以下の変数を使用した。特典が魅力的（特典の還元率が高い等）だからを１とする「特典」ダミー、税金が軽減されるからを１とする「税金軽減」ダミー、コンビニ納付やクレジットカード納付など納付方法が充実していたからを１とする「クレジットカード」ダミー、ポータルサイトを使ったら１とする「ポータルサイト」ダミー、ふるさと納税ワンストップ特例制度を使ったら１とする「ワンストップ」ダミーを用いる。なお、寄付者個人の属性についても詳細に検討を行うため、「年収」、「学歴（大卒ダミー）」、「性別」、「年齢」、「配偶者」、「正規雇用」、「ボランティア経験」、ふるさと納税以外の「寄付経験」といった属性を示す変数のほか、居住自治体の状況を示す「人口」、「課税所得」の変数を用いている。さらに、寄付の使途、選択された特典の種類を明らかにするため、特典の種類についての「肉」、「米」、「体験型」、「家電」、「金券」をそれぞれ選択していれば１とするダミー変数、使途の種類として、「自治体におまかせ」、「環境」、「子育て」、「産業振興」、「文化」、「福祉」を選択すれば１とするダミー変数を使用した。さらに、山本・坂本(2012)等のモデルに則り、大きな制度改正のあった 2014 年から 2016 年にかけてふるさと納税の動向を分析するため、2014 年及び 2016 年にふるさと納税を行っていれば 1、それ以外を 0 とする被説明変数を使用し、説明変数は上記と同じ変数を使用したロジット分析を実施し、寄付の意思決定について明らかにした。

図表 5 に変数の説明と出典、図表 6 に記述統計量を記載する。

図表 5　変数の説明と出典

変数	変数の説明
［被説明変数］	
寄付金額	個人のふるさと納税金額
2014年の寄付実績	2016年度及び2014年度にふるさと納税の実績があれば１とするダミー変数
［説明変数］	
（属性）	
年収	年収を100万円刻みで区分し、100万円未満＝1、～3,000万円以上＝31としたカテゴリー変数
学歴（大卒ダミー）	大学卒を１とするダミー変数
性別	男性を１とするダミー変数
年齢	年齢
人口	2016年の住民基本台帳
配偶者	配偶者がいれば１とするダミー変数
正規雇用	正規雇用であれば１とするダミー変数
ボランティア経験	ボランティア経験があれば１とするダミー変数
寄付経験	寄付経験があれば１とするダミー変数
居住地自治体の課税所得	寄付者の居住自治体の一人あたり課税所得（出典：平成28年度　市町村税課税状況等の調）
（動機）	ふるさと納税の以下の動機について、該当すれば１とするダミー変数
使途	寄付金の使い道（過去の使用実績）に賛同または共感したから
特典	特典が魅力的（特典の還元率が高い等）だから
税金軽減	税金が軽減されるから
応援	応援したい地域に役立ちたいから
公表	自分の寄付内容が公表されるから
貢献	自分のふるさとに貢献したいから
クレジットカード	コンビニ納付やクレジットカード納付など納付方法が充実していたから
ポータルサイト	ポータルサイトに掲載されており、申し込みの手続きが簡単だったから
利他主義	寄付先の地域の状況が改善することに喜びを感じる
ワンストップ	ワンストップ特例制度を使用実績があれば１とするダミー変数
被災地	被災地への寄付実績があれば１とするダミー変数
（特典の種類）	ふるさと納税で得た以下の特典について、該当すれば１とするダミー変数
肉	肉
米	米
体験型	旅行・現地での体験型商品
家電	家電・電化製品
金券	金券・クーポン
（使途の種類）	ふるさと納税の以下の使い道について、選択すれば１とするダミー変数
自治体におまかせ	自治体（市長、村長等）におまかせ
環境	環境
子育て	子育て
産業振興	産業振興
文化	文化芸術振興
福祉	福祉
教育	教育

出典：記載のないものは筆者作成（アンケート結果から）

図表6　記述統計量

変数	サンプルサイズ	平均	標準偏差	最小値	最大値
寄付金額（対数値）	500	10.658	1.050	6.908	14.221
寄付金額	500	75360	116640	1000	1500000
２０１４年の寄付実績	500	0.232	0.423	0	1
年収	474	6.057	4.574	1	31
学歴（大卒ダミー）	500	0.686	0.465	0	1
性別	500	0.614	0.487	0	1
年齢（対数値）	500	3.822	0.304	3.091	4.357
年齢	500	47.842	14.409	22	78
配偶者	500	0.720	0.449	0	1
正規雇用	500	0.634	0.482	0	1
ボランティア経験	500	0.344	0.476	0	1
寄付経験	500	0.554	0.498	0	1
居住地自治体の課税所得（対数値）	500	21.879	0.184	21.466	22.229
居住地自治体の課税所得（百万円）	500	3,230	640	2,100	4,510
人口（対数値）	500	7.386	0.280	6.666	8.718
人口	500	795612.200	1004572.000	11456	3729357
使途	500	0.410	0.492	0	1
特典	500	0.918	0.275	0	1
税金軽減	500	0.888	0.316	0	1
応援	500	0.586	0.493	0	1
公表	500	0.144	0.351	0	1
貢献	500	0.224	0.417	0	1
クレジットカード	500	0.584	0.493	0	1
ポータルサイト	500	0.860	0.347	0	1
利他主義	500	0.532	0.499	0	1
ワンストップ	500	0.390	0.488	0	1
被災地	500	0.242	0.429	0	1
肉	500	0.59	0.492	0	1
米	500	0.364	0.482	0	1
体験型	500	0.05	0.218	0	1
家電	500	0.06	0.238	0	1
金券	500	0.084	0.278	0	1
自治体におまかせ	500	0.708	0.455	0	1
環境	500	0.316	0.465	0	1
子育て	500	0.32	0.467	0	1
産業振興	500	0.218	0.413	0	1
文化	500	0.146	0.353	0	1
福祉	500	0.194	0.396	0	1
教育	500	0.242	0.429	0	1

出典：筆者作成

４．分析

４．１　推定方法

アンケート調査では、寄付金及び寄付件数（2014 年～2016 年）、個人年収及び世帯年収、配偶者の有無、寄付の動機（特典、使い道への共感等）、被災地への寄付の有無、特典の種別（肉、米、金券等）等を質問項目としている。本章ではこれらのデータを用いて、仮説に基づき、寄付実績に対する、利己的動機（特典等）及び利他的動機（ふるさと納税の使い道、被災地への寄付等）の効果を実証的に検証する。

４．２　推定結果

前述の仮説を検証するために、アンケート調査から得られたデータを用い回帰分析を行うことで検証を行う。まず、大きな制度改正のあった 2014 年から 2016 年にかけて寄付の動向を分析するため、2014 年及び 2016 年に寄付行っていれば 1、それ以外を 0 とする説明変数を使用したロジット分析を実施し、寄付の意思決定について明らかにした。分析結果から、基本属性については、年齢については、係数が正の値をとり、年齢の高さが寄付の確率を高めていることが分かった。そのほか、クレジットカード使用の変数について、係数が正の値をとり、クレジットカード利用といった寄付の入り口での利便性は寄付の確率を増加させていることが分かった。また、被災地への寄付の変数が正の値をとり、寄付の確率を増加させる傾向が明らかになった。このことから 2014 年及び 2016 年にかけて寄付を行った個人は、クレジットカードの利便性といった利己的側面とともに、災害への寄付がきっかけとなっていることが分かった。

図表 7　分析結果（ロジット分析）

変数	係数	標準誤差	オッズ比
年収	0.039	0.014	1.039
学歴（大卒ダミー）	0.470	0.283	1.600
性別	-0.254	0.246	0.776
年齢	0.028 **	0.009	1.029
配偶者	0.234	0.291	1.263
正規雇用	0.076	0.388	1.079
ボランティア経験	-0.030	0.242	0.971
寄付経験	0.156	0.251	1.169
人口	0.000	0.000	1.000
使途	0.432	0.278	1.540
特典	0.177	0.445	1.194
税金軽減	0.187	0.438	1.206
応援	-0.201	0.284	0.818
公表	-0.022	0.356	0.978
貢献	0.250	0.312	1.284
クレジットカード	0.575 **	0.244	1.778
ポータルサイト	-0.362	0.344	0.696
ワンストップ	-0.452	0.269	0.636
利他主義	0.116	0.233	1.123
被災地	0.526 **	0.257	1.692
定数項	-3.735 ***	0.918	
サンプルサイズ	474		
Prob > chi2	0.0024		
Log pseudolikelihood	-236.083		

*、**、***は、それぞれ、10%、5%、1%の水準で有意であることを示す。

出典：筆者作成

続いて、さらに意思決定の詳細を明らかにするために、2016 年の寄付金額を被説明変数とする回帰分析を行った。回帰分析については、基本的な属性、動機を明らかにするモデル 1 とこれに加え、寄付で得た特典や指定した使途を加えたモデル 2 の 2 つのモデルを使用して実施した。分析結果を図表 8 に示す。

モデル 1、モデル 2 で共通に有意となった変数は、「年収」、「年齢」、「税金軽減」、「居住自治体の課税所得」「被災地」の変数であった、また、モデル 2 では、特典の種類として、「米」、「肉」、「家電」、「金券」、使途の種類としては、「自治体におまかせ」、「子育て」が正に有意、「福祉」が負に有意となった。

図表8　分析結果（OLS）

変数	モデル１		モデル２	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
年収	0.104 ***	0.015	0.103 ***	0.014
学歴（大卒ダミー）	0.033	0.096	-0.073	0.088
性別	-0.110	0.093	-0.038	0.093
年齢（対数値）	-0.383 **	0.185	-0.323 *	0.172
配偶者	0.177 *	0.103	0.089	0.103
正規雇用	-0.059	0.139	-0.118	0.124
ボランティア経験	-0.065	0.092	-0.091	0.087
寄付経験	-0.062	0.087	-0.082	0.082
居住地自治体の課税所得	0.446 **	0.150	0.368 **	0.141
人口	0.026	0.032	0.008	0.031
使途	0.035	0.111	0.143	0.112
特典	0.548 **	0.196	0.237	0.180
税金軽減	0.271 **	0.157	0.278 *	0.144
応援	-0.057	0.105	-0.097	0.101
公表	-0.073	0.142	-0.198	0.140
貢献	-0.194	0.124	-0.231 *	0.120
クレジットカード	0.149	0.093	0.025	0.087
ポータルサイト	0.093	0.125	0.120	0.115
ワンストップ	0.037	0.093	0.038	0.091
利他主義	0.001	0.083	0.047	0.082
被災地	0.201 *	0.103	0.189 *	0.097
肉			0.364 ***	0.084
米			0.315 ***	0.079
体験型			0.125	0.206
家電			0.807 ***	0.201
金券			0.245	0.151
首長にお任せ			0.179 *	0.101
環境			0.108	0.094
子育て			0.185 *	0.103
産業振興			0.083	0.113
文化			-0.026	0.127
福祉			-0.258 **	0.129
教育			0.069	0.121
定数項	6.975 ***	1.332	7.409 ***	1.223
サンプルサイズ	474		474	
Prob > F	0.0000		0.0000	
R-squared	0.309		0.408	

*、**、***は、それぞれ、10%、5%、1%の水準で有意であることを示す。

出典：筆者作成

以下、分析結果の解釈を行う。

（基本属性）

年収の変数は正に有意となり、年齢が負に有意となった。Schiff(1990)、Waldfogel(1993)によると、寄付行動をする人は、寄付可能なだけの所得を持ち、高収入者であればあるほど多額の寄付を行うとされている。今回の分析の結果、ふるさと納税における寄付行動については、高所得者ほど寄付を行う傾向があり、Waldfogel(1993)が指摘するように上級財的性質を持つ傾向が明らかになった。また、日本ファンドレイジング協会(2012)は、有配偶者の女性の寄付が多い傾向を示しているが、モデル１で配偶者の変数が正に有意となっているもののモデル２では有意になっておらず、安定的な結果は得られなかった。また、年齢が負に有意となったことは、若い層が多くの寄付を行っていることを示唆するものである[34]。

（利他的変数）

モデル 1、モデル 2 とも、ふるさとの納税制度の制度趣旨として期待されている使途への共感や応援、公表の変数は有意とならなかった。寄付の使い道については、自治体におまかせ、子育てが正に有意となり、寄付額の多い寄付者がこれらの使途を選択する傾向が明らかになった。逆に福祉の使途は負に有意となり、寄付金額の増加にはつながっていない傾向が明らかになった。寄付の動機に関する利他主義、利己主義を検証する利他的意向の変数は有意にならなかった。上記の基本属性の項目で若い層の寄付が正に有意であることに触れたが、若い子育て世代が子育ての使途を多く選択した結果、子育ての使途が正に有意となった等の理由が推察できる。また、福祉については、負に有意となり、総花的に捉えられ具体性がないことから寄付を集められていない可能性がある。

2016 年は鳥取、熊本県等での地震の被害が相次いだが、被災地への寄付は正に有意となり、係数も+0.2 と正であることから、災害からの復旧の応援も寄付を集める動機になっていることが明らかになった。以上の結果から、検証仮説 1 が成立しているとことが示されたと言える。

[34] 一般的に年齢が上昇するにつれて所得は上昇し、ピークを過ぎると所得は下降すると考えられるが、本章で得られたデータにおいては、年齢と年収の相関係数は 0.024 と高いものではなかった。

（利己的変数）

特典の魅力の変数は正に有意となり、特典の内容としては、ニュース等で話題になっている「肉」、「米」、「家電」、「金券」が正に有意となり、期待される現地体験型の特典は有意にはならなかった。また、税金の軽減のための変数は正に有意となった。その他のクレジットカード、ふるさと納税ワンストップ特例制度、ボランティア経験の変数等は有意とはならなかった。以上の結果から、検証仮説 2 が成立していることが示されたと言える。

（その他）

寄付者の居住自治体の財政状況を示す代理変数である課税所得の変数は、正に有意となった。このことから、財政状況の良い自治体の寄付者がより寄付を行っていること、すなわち寄付者が一定、居住自治体の状況を考慮して寄付を行っている傾向があることが分かった[35]。

以上を鑑みると、2016 年の寄付額を対象とした OLS 分析からは、年収が高い人、年齢が若い人ほど多額の寄付を行うことや、特典の取得や税金の軽減を目的としてふるさと納税を行う利己的傾向があることが明らかになった。一方被災地への寄付や居住自治体の財政状況という利他的動機も大きな寄付の動機となっており、仮説の通り、利他的・利己的双方の要因が寄付の動機となっていることが実証された。

ふるさと納税においては、寄付者が主体的に使途を選択することが、制度趣旨からも重要と考えられるが、今回の分析結果からは自治体におまかせという主体性のない使途も多く選択される一方､子育て施策への寄付を選択する人も一定存在することが明らかになり、使途についても寄付の動機の一つとなっていることが明らかになった。また、若い層の寄付が多く、子育て施策が使途として選択されているという結果は、若い世代の政治離れや自治体の政策・施策への参加・参画が課題となっている中、若い世代・子育て世代の寄付により意思表明をしているとも読み取れ、ふるさと納税が、今後、若年層の政治・政策参加の拡充につながるツールとなりうることも示唆していると考えられる。

2014 年から 2016 年にかけての寄付の要因を検証したロジット分析の結果からは、年齢

35　課税所得の高い自治体の住民は所得が高い可能性も考えられるが、本章で得られたデータから、「1 人あたり課税所得」と「年収」の相関係数は 0.094 であり、高い数値ではなかった。

が高い人ほど寄付を行う確率が高まることがわかり、2016 年単独で見たときには、若い層が多く寄付を行っているが、2014 年～2016 年の変化を見ると、幅広い世代が寄付を行うようになってきたという傾向を読み取ることができる。また、併せてクレジットカード払いの便利さや被災地の応援といった動機が寄付につながっていることが推察される。

返礼品合戦等で批判的な目で見られがちなふるさと納税ではあるが、被災地への寄付についても寄付者からは支持されていることが分析結果から明らかになり、自治体にとっては、今後の制度運用の際に考慮できよう。また、ふるさと納税をきっかけに民間団体も含めた寄付を行うような寄付文化・寄付社会の醸成も制度趣旨とされているが、被災地への寄付は、寄付文化の醸成の一助となる可能性を持つものと考えられる。

５．おわりに

５．１　政策提言

本章で得られた結果から、下記のインプリケーションを提示したい。

まず、制度を実際に運用する自治体へのインプリケーションについて示す。分析結果から、一般的にふるさと納税の特典と聞いて連想される「肉」、「米」などの特産品が有意となったことから、地域の、特に一次産業の盛んな地域の経済活性化に有効的に活用されていることが想像される。しかし、「家電」、「金券」など特産品とは言い難い特典も有意に働いており、地域への貢献が希薄な返礼品もふるさと納税額を増やすことに貢献している。お金はお金であり、何を目的とした寄付であったとしても、自治体がそれを活用して得られる結果に変わりがあるわけではない。しかし、ふるさと納税制度の本質に立ち返るならば、地域への貢献が望めない返礼品の提供は控えるべきであろう。

制度を設計する側の国（総務省）は、自治体の制度運用についての監視・助言などを行う立場にある。2019 年の法制度化により自治体に対して返礼品の還元率の制限や規制について運営の指針を示した点は一定の評価は与えられよう。ただし、第 3 章でも指摘した通り、特に地場産品の定義などは明確な線引きがなされているとは言い難く、自治体における運営にも混乱をきたしている。マニュアルや事例集等の整備により、自治体がより分かりやすく制度を活用できるようにすべきである。また、寄付者の居住自治体の課税所得が正に有意になったことから、ふるさと納税を行う際に、居住自治体の経済状況についても考慮していることが明らかになった。裕福な自治体の住民が疲弊した自治体に寄付を行うということは、制度本来の目的とも合致する。一方、年収が高い人ほど寄付金額が高い

ことから、「富裕層が優遇されている制度」という一般的な認識が裏付けられたとも言える[36]。しかしながら、「被災地への寄付」が正に有意な結果を得られたことから、ふるさと納税は利己的な側面だけでなく、利他的な思いも反映する制度となっていることも明確になった。これらの結果から、自治体の判断による、いわばモラルに頼った運用も視野に入れてよいのかもしれない。具体的には、本来の意味での地場の特産品があればそれをＰＲした募集や、実証分析では有意にならなかったが現地体験型の特典、また、クラウドファンディング[37]のように使い道を具体的に示した募集が効果的と考えられる。

５．２　今後の課題

今後の研究の課題として、ふるさと納税制度によって地域がどれだけ活性化したのかを調査する必要がある。例えば、返礼品によって地域の経済がどの程度、活性化されたのか、また、自治体がどのような事業に寄付金を活用し、実行されたのか、住民にとって、どのような便益が生まれ、どのようなコストが生まれたのか。これらについても明らかにする必要がある。

また、2019 年 6 月の法制度化を考慮した分析である。各自治体がどのような対応を行い、どのような結果をもたらしたのか。その結果、利他的な寄付が増えたのか、興味深い点である。

最後に、本章で採用した分析モデルについて、ふるさと納税の税制上の優遇措置や返礼品といった要素を加味し、拡張することでより精緻なモデルを構築することも今後の課題と言えるだろう。

補論（2016 年のふるさと納税の寄付者の状況）

本節では、独自に実施した個人を対象としたアンケート調査の結果を基に、2016 年のふるさと納税の状況について補論として概要を示す。図表 9 には 2016 年を 100 とした場合の過去 2 年のふるさと納税の実施割合を示した。2015 年は 52.2%、2014 年は 23.2%となっていることが分かる。また、図表 10 に 2014 年～2016 年のふるさと納税実施件数と金

---

[36] 本章で得られたデータでは、年収が高い人ほど、被災地への寄付を行った割合が高く、一概に「富裕層が優遇されている制度」であることについて、マイナスの評価を下す必要はないと考えられる。

[37] クラウドファンディングとは、群衆（クラウド）と資金調達（ファンディング）を組み合わせた造語である。主にインターネットを経由して、不特定多数の人から資金を調達することを意味する。起業、製品開発、イベントの実施など使用目的を明確に示して募集を行うことが多い。支援者へのリターンを行わない寄付型、製品やサービスを返す購入型、リターンを分配金や株式の形で支払う投資型等に大別される。

額を示したが、2015 年の制度改正を期に 1 人当たり件数・金額ともに増加していることが分かる。

図表 9　2014 年～2016 年のふるさと納税実施割合

		n	2014年	2015年	2016年
全体		500	23.2	52.2	100.0
性別	男性	307	23.8	54.7	100.0
	女性	193	22.3	48.2	100.0
年代	20代	46	13.0	28.3	100.0
	30代	142	19.0	46.5	100.0
	40代	105	17.1	55.2	100.0
	50代	78	28.2	62.8	100.0
	60代	72	25.0	51.4	100.0
	70代	57	43.9	66.7	100.0
性年代	男性 20代	24	16.7	33.3	100.0
	男性 30代	93	21.5	51.6	100.0
	男性 40代	66	13.6	53.0	100.0
	男性 50代	51	29.4	70.6	100.0
	男性 60代	34	29.4	47.1	100.0
	男性 70代	39	38.5	64.1	100.0
	女性 20代	22	9.1	22.7	100.0
	女性 30代	49	14.3	36.7	100.0
	女性 40代	39	23.1	59.0	100.0
	女性 50代	27	25.9	48.1	100.0
	女性 60代	38	21.1	55.3	100.0
	女性 70代	18	55.6	72.2	100.0

出典：筆者作成

図表 10　2014 年～2016 年のふるさと納税実施件数と金額

	n	平均値	最小値	最大値
2014年ふるさと納税件数	116	3.18	1.00	15.00
2015年ふるさと納税件数	261	4.44	1.00	30.00
2016年ふるさと納税件数	500	4.24	1.00	50.00

	n	平均値	最小値	最大値
2014年ふるさと納税金額	116	49,481	2,000	400,000
2015年ふるさと納税金額	261	74,126	1,000	800,000
2016年ふるさと納税金額	500	75,360	1,000	1,500,000

出典：筆者作成

図表 11 は実際に選択した返礼品の種別。食品が多く選ばれているのは地域の魅力的な特産品が多いということの現れであろう。また、図表 12 は選択された使い道である。圧倒

的に「自治体（首長、村長等）におまかせ」が多いことが分かる。

図表 11　返礼品に関するアンケート結果

質問	n	はい	いいえ
食べ物（肉）	500	59.0	41.0
食べ物（米）	500	36.4	63.6
食べ物（その他）	500	69.0	31.0
旅行・現地での体験型商品	500	5.0	95.0
家電・電化製品	500	6.0	94.0
家具等の工芸品	500	4.2	95.8
金券・クーポン	500	8.4	91.6
特典不要	500	5.4	94.6
その他	500	9.8	90.2

出典：筆者作成

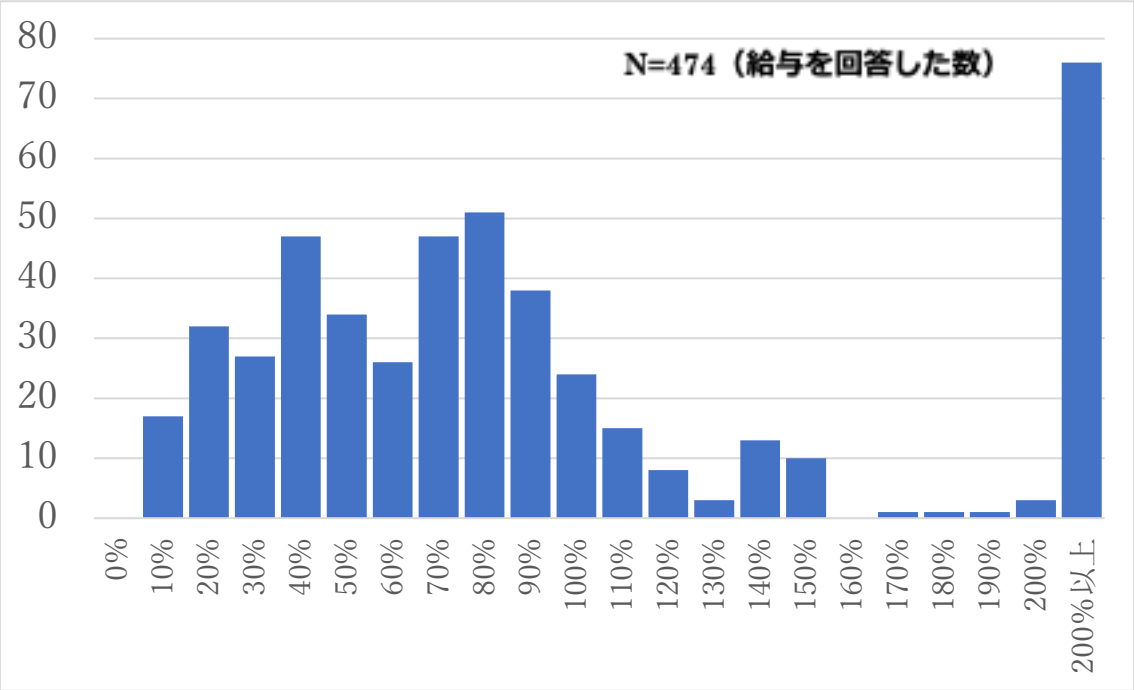
図表 12　使い道に関するアンケート

質問	n	はい	いいえ
自治体（市長、村長等）におまかせ	500	70.8	29.2
環境	500	31.6	68.4
子育て	500	32.0	68.0
産業振興	500	21.8	78.2
文化芸術振興	500	14.6	85.4
福祉	500	19.4	80.6
教育	500	24.2	75.8
その他	500	6.0	94.0

出典：筆者作成

図表 13 には、アンケートで取得した給与とふるさと納税実施額から計算した控除限度額（実質支出が 2,000 円で済むふるさと納税実施額）とふるさと納税実施額の関係を示したものである。横軸は給与から計算した控除限度額のうち、実際に実施したふるさと納税額の割合、縦軸はアンケート総数 474 における頻出数を示している。図表から 100%以下の実施額が多く見られる。ふるさと納税制度による金銭的なメリットは住民税の減額という形で翌年からの 1 年間をかけて戻ってくるが、寄付は一度の決済で行われることが多く、メリットを完全に享受できていない感覚になっていることも多かろう。一方、100%以上のふるさと納税を実施している人も少なからず存在する。控除限度額を知らなかった可能性もあるが、返礼品の価値を考慮した上でふるさと納税を行った人も多かったと考えられる。

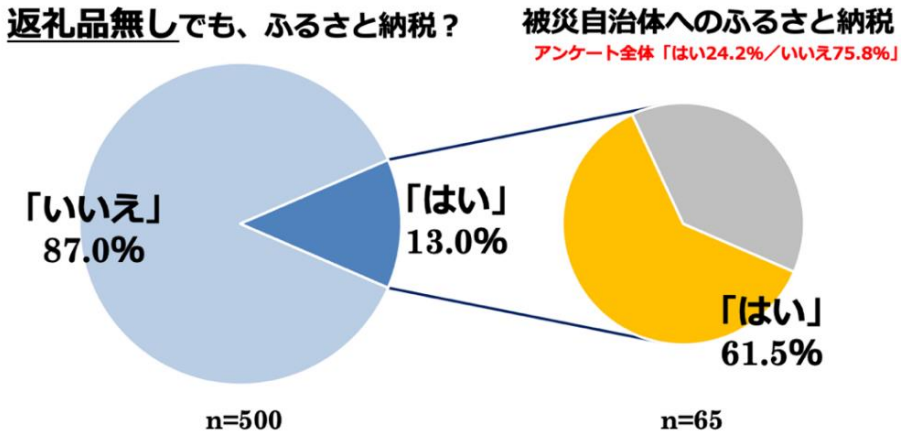
図表 13 ふるさと納税実施額と控除限度額の割合



出典：筆者作成

図表 14 には返礼品が無くともふるさと納税を実施した人の割合と、その中で被災地へのふるさと納税を行なった人の割合を示している。アンケート全体での被災地への寄付の割合は実施した人が 24.2%、実施していない人が 75.8%であった。被災地への寄付は返礼品が目的でないケースが多いことが示されている。

図表 14 返礼品が無くてもふるさと納税を実施した人の割合



出典：筆者作成

図表 15 には年収別に被災[38]した地域へふるさと納税を実施した割合を記載した。年収が上がるにつれて被災地へふるさと納税を実施した割合が増加しているのが分かる。

図表 15　年収別被災地へのふるさと納税の実施割合

年収	ふるさと納税実施者	被災地への寄付	被災地への寄付率
300万未満	133	33	24.80%
300万～499万	125	22	17.60%
500万～699万	88	17	19.30%
700万～999万	72	23	31.90%
1,000万以上	56	22	39.30%
合計	474	117	24.70%

出典：筆者作成

[38] 2016 年は、4 月 14 日の熊本地震、10 月 21 日の鳥取県中部地震、12 月 22 日の糸魚川市大規模火災など多くの災害が起きた年であった。

第４章　ふるさと納税の受入先住民の満足度に関する分析

～住民は居住自治体の制度活用に満足しているのか～

１．はじめに

１．１　研究の背景

2018 年で総額約 5,127 億円に達したふるさと納税。自治体はふるさと納税を募集するにあたり、返礼品（及びその送料）、各種プロモーション（広告）、民間事業者への業務委託等に大きなコストを投下している。折からの返礼品ブームにより、数百億円もの寄付金を集める自治体も登場しており、その多くが華美な返礼品を用意し、PR を行っている。その一方、魅力的な返礼品の有無による地域間格差も問題となっている。このような状況の中で、本来は利他的であるはずの制度のあり方が、自治体同士の返礼品合戦という利己的な要因のみがクローズアップされることについて、大きな議論になっている。そこに総務省から待ったがかかったのが 2019 年 6 月からの制度改正であった。

寄付者がふるさと納税を実施する際、欲しい返礼品から選択するケース、寄付したい自治体から選択するケース、支援したい使い道から選択するケースなどが考えられる。実際はポータルサイトに掲載された返礼品リストから選び始める場合が多いが、どのような方法で申し込んだとしても、必ず寄付者の意思で「寄付金の使い道」を選択することになる。その際に選ばれた使い道の通りに自治体は寄付金を活用することになる。また、自治体は集まった寄付金の活用実績についての情報公開に努めてはいるが、まだまだ十分と言える状況ではない[39]。これは寄付者に対しても地域内に居住している住民に対しても同様である。このため、寄付を受け入れる自治体の住民は居住自治体の制度の活用について満足しているのかどうか不透明である。ふるさと納税制度本来の意義に目を向けると、本来の創設目的は“お得“という利己的なメリットではなく利他的な意味合いを多分に含んでいる。そのような意義を知っていることによる満足度への影響を考察する。また、その満足度に影響を及ぼす別の視点として、ふるさと納税を実施することによる居住自治体の税収減、及び地方交付税による補填といった詳しい仕組みを知っていることがどのように影響を及ぼすのかについても調査したい。

上記の検討課題について、インターネットを利用したオンラインアンケート調査で収集

[39] 総務省(2019)によると、受入額実績・活用状況（事業内容等）の両方を公表している自治体は全国の 70.0%であったが、寄附者に対して、寄附金を充当する事業の進捗状況・成果について報告している自治体は 32.2%であった。

した個票データを用いて実証分析を試みることにする。

１．２　先行研究

ふるさと納税に関する先行研究では、橋本・鈴木(2016)が北海道、神奈川県、愛知県、大阪府、福岡県内の状況を調査し、明確な寄付先を提示した自治体は返礼品を提供せずとも、寄付を集めることに成功している点を指摘している。尾内(2016)は全国の自治体への寄付データを用いたパネル分析を行い、返礼品の充実した自治体が寄付を集め、ふるさとの窮状を応援するような寄付はみられない点を明らかにした。深澤(2019)では、地方自治体間に返礼品競争という形での租税競争が発生している可能性を示している。また、西村・石村・赤井(2017)は全国の自治体へのアンケートにより取得した個人の寄付データを分析し、大規模な自治体においては特典還元率の高い自治体に寄付が集まり、かつ利己的要因での寄付が行われ、小規模な自治体においては疲弊した地域を応援する利他的要因での寄付が行われていることを確認している。

行政サービスの満足度に関する先行研究では、James,O(2007)がイギリスの地方政府の満足度の要因を検証し、業績へのマイナスの期待は満足度にプラスの影響を与えること、また、期待度の高さは満足度にマイナスの影響を与えることを明らかにしている。また、P.E. Mouritzen(1989)が人口規模の多い都市の方が少ない都市に比べて、政策対応能力や税収などの点で満足度が高い点を報告している。

国内の研究では、野田(2013)がインターネットリサーチによるアンケート調査により、地域の状況や個人属性が満足度(サービス全般・学校教育・防災対策・高齢者福祉・医療や保健体制)に及ぼす影響を調査している。その結果、政府規模は満足度に関係なく、「期待と比べたサービスの質」が最も高い影響を及ぼすことを明らかにした。また、行政サービスを認識している人ほど満足を感じる点も報告している。

以上のように、ふるさと納税を行う自治体の動向や個人のインセンティブについての研究及び行政サービスの満足度の要因を分析した研究は複数存在する。しかし、本章では住民が居住自治体のふるさと納税制度活用を満足度の視点で評価するにあたり、何が影響を与えているのかを明らかにしたい。ふるさと納税制度の活用主体である自治体は、寄付金額の総額に注目し、華美な返礼品を用意する方向に向かいがちである。結果、本来、住民サービスを受けるべき住民の視点を置き去りにする傾向がしばしば見受けられる。ふるさと納税制度活用における住民満足度の要因を明らかにすることで、本来の趣旨に沿った制度の活

用と発展を促したい。

１．３　本章の構成

本章の構成は以下の通りである。続く第2節では、ふるさと納税制度の意義、総務省による対応、地方交付税との関係について整理する。第3節では、現状を踏まえ、理論的背景と検証仮説、分析に使用するデータと変数を説明し、分析モデルを提示する。第4節で推定結果を示す。最後に、第5節において、政策提言を行い、今後の課題について提示する。

２．ふるさと納税制度の概要

２．１　ふるさと納税制度の意義

ふるさと納税制度は、2008 年 4 月に公布された「地方税法等の一部を改正する法律」により実施された。制度の創設にあたっては、様々な議論が行われており、その内容は「ふるさと納税研究会報告書」(総務省, 2007)にまとめられている。注目すべきは下記の 3 つの意義であり、総務省が開設している「ふるさと納税ポータルサイト[40]」にも記載されている。以下、同サイトより要点を抜粋して記載する。

第一に、納税者が寄附先を選択する制度であり、選択するからこそ、その使われ方を考えるきっかけとなる制度であること。

第二に、生まれ故郷はもちろん、お世話になった地域に、これから応援したい地域へも力になれる制度であること。

第三に、自治体が国民に取組をアピールすることでふるさと納税を呼びかけ、自治体間の競争が進むこと。

これら 3 つの意義はふるさと納税制度の根幹を成すものであり、ふるさと納税の実施にあたって、寄付者への理解が求められる内容である。しかし、全国的な動向としては「お得である」といった内容による周知が多く、本来の意義が理解されているとは言い難い状況にある。

[40] URL : http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html

２．２　ふるさと納税と地方交付税

ふるさと納税は自治体間競争による「寄付の取り合い」の側面があり、前述のように寄付者が居住している自治体の住民税は、確定申告もしくはワンストップ特例制度の適用により減少することになる。しかし、ふるさと納税による個人住民税の減収は地方交付税を算定する際の基準財政収入額の減少として計算され、実質的に国からの補填がなされる（東京都をはじめとする不交付団体[41]を除く）。

地方交付税は、本来は地方の税収入とすべきではあるが、自治体間の財源の不均衡を調整するために、国が自治体に代わって国税[42]として徴収し、合理的な基準により再分配する制度である。自治体ごとに交付される金額は下記の通りに決定される。

普通交付税額＝基準財政需要額－基準財政収入額＝財源不足額

基準財政需要額＝単位費用（法定）×測定単位（国調人口等）×補正係数（寒冷補正等）

基準財政収入額＝標準的な地方税収入見込額×原則として 75%

上記の基準財政需要額の財源保障がなされるよう確保されるのが地方交付税であるが、基準財政収入額にふるさと納税による寄付金による歳入額はプラス要素として算定されず、住民の他自治体へのふるさと納税による税収減はマイナス要素として算定される。結果、減少した税収の 75%が地方交付税により補填されることになるが、本章のアンケート調査では認知率は 17.6%であり、この事実についてあまり知られていない。

３．実証モデル

３．１　検証仮説

本章では、ふるさと納税の受入先自治体の住民の満足度について検証する。すなわち、ふるさと納税制度を活用する地方自治体（市区町村）において、居住している住民の満足度がどのような要因により変化するのかについての検証である。住民満足度についての海外の研究では、P.E. Mouritzen(1989)、James, O(2007)などがあるが、日本国内を対象とした研究では野田(2013)が満足度へ影響を与える要因として、政策において期待と比べた質の高さ、政策の認識度の高さを説明変数として用いており、本章でもそれに倣う。また、

[41] 2018 年度の不交付団体として都道府県 1 団体（東京都）、市町村 77 団体の合計 78 団体が指定されている。なお、この数字には合併特例の適用により交付税が交付される団体数を含み、特別区を含まない。（総務省,2018）

[42] 所得税･法人税の 33.1%、酒税の 50%、消費税の 22.3%、地方法人税の全額

ふるさと納税制度そのものへの評価を行うために、制度の意義や本来の仕組みについての認識が及ぼす影響も考慮し、以下の 4 つの仮説を設定する。

- 検証仮説 1 : 選択できる使途が居住自治体の課題（ニーズ）に合致している自治体の住民の満足度は高い。
- 検証仮説 2 : 居住自治体で選択できるふるさと納税の使途を知っている自治体の住民の満足度は高い。
- 検証仮説 3 : ふるさと納税制度の意義を知っている住民の満足度は高い。
- 検証仮説 4 : ふるさと納税制度の制度・仕組みを知っている住民の満足度は高い。

検証仮説 1 は、ふるさと納税の利用用途と住民が感じる居住自治体の課題（ニーズ）との合致について着目した仮説である。自治体によって設定されるふるさと納税の使途が居住自治体の課題を解決するものであれば、住民の満足度は高くなると考えられる。

検証仮説 2 は、住民が居住自治体のふるさと納税の使い道を認識しているか否かに着目した仮説である。ふるさと納税は一般的に居住していない自治体に実施されることが多く、居住自治体が設定した「使途」を知る機会は少ない。しかし、野田(2013)によると「使途」を認識することで住民の満足度が上がると考えられる。

検証仮説 3 は、ふるさと納税本来の意義に着目した仮説である。前述した通り、ふるさと納税制度には 3 つの大きな意義がある。その中でも寄付者に深く関係のある 2 つの意義に絞ってアンケートを取得している。制度の意義を知っていることにより満足度が高まると考えられる。

検証仮説 4 は、ふるさと納税本来の制度・仕組みに着目した仮説である。ふるさと納税を実施し、確定申告もしくはワンストップ特例制度を適用することで居住自治体の税収が減収する。しかし、前述した通り、減少した税収の 75%は国からの地方交付税により補填されるが、この事実についてはあまり知られていない。

３．２　データ

本章の分析で使用するデータは楽天インサイト株式会社のサービスを利用し、インターネットアンケート調査により取得した。その際、ふるさと納税の経験者と非経験者において結果が異なることが想定されるため、「2018 年 1 月 1 日~12 月 31 日にふるさと納税を

行った個人」（経験者）及び「過去にふるさと納税の経験がない個人」（非経験者）を対象に、それぞれから 250 人分の回答（合計 500 回答）を取得している。

インターネットを利用したオンラインアンケート調査では、母数となる調査パネル自体が、比較的インターネットの利用に抵抗がない層であると想定される。その点でデータの偏りが心配されるため、回答者の属性情報について以下で確認する。

まず、回答者の性別構成比についてはふるさと納税経験者については男性 66.4%、女性 33.6%となったが、一般に女性より男性の方が就業率が高く、収入も高いことから妥当と言えよう。続いて、回答者の年代（年齢）別構成比について確認したところ、40 代の回答者数が最も多く、次いで 50 代、そして 30 代の順となった。最後に居住地別構成比率を確認したところ、東京都 13.4%、大阪府 10.4%、愛知県 7.6%、神奈川県 7.2%であった。実際の都道府県別の人口構成比より、大都市圏への比率が高まっているが、これは収入の高い人が都会に集中していることを考えると、こちらも妥当であろう。また、アンケート回答者には地方交付税不交付団体の居住者もおり、居住者がその事実を知らないことも想定し、アンケート内で地方交付税不交付団体を提示した上で回答を促している。

これら、アンケートで取得した仮説に対応する質問項目、個人属性のほか、総務省等で公表されている居住自治体の状況を用いる。

図表 1　都道府県別のアンケート構成比率（n=500）

都道府県	割合（%）	都道府県	割合（%）	都道府県	割合（%）
北海道	4.4	石川県	1.4	岡山県	0.6
青森県	0.4	福井県	0.6	広島県	2.2
岩手県	0.2	山梨県	0.4	山口県	1.0
宮城県	1.0	長野県	1.2	徳島県	0.4
秋田県	0.6	岐阜県	1.8	香川県	1.2
山形県	0.6	静岡県	2.2	愛媛県	0.0
福島県	0.2	愛知県	7.6	高知県	0.0
茨城県	2.6	三重県	1.8	福岡県	3.6
栃木県	1.2	滋賀県	1.6	佐賀県	0.2
群馬県	1.4	京都府	2.0	長崎県	0.2
埼玉県	5.6	大阪府	10.4	熊本県	0.6
千葉県	5.8	兵庫県	7.4	大分県	0.4
東京都	13.4	奈良県	1.8	宮崎県	0.2
神奈川県	7.2	和歌山県	0.6	鹿児島県	0.4
新潟県	1.2	鳥取県	0.0	沖縄県	0.4
富山県	1.4	島根県	0.6	海外	0.0

出典：筆者作成

３．３　分析モデル

ふるさと納税制度の居住自治体の制度活用の満足度について分析するために、満足度の代理変数としては、以下の 4 つを用意した。

まずは、「制度活用満足度」。自治体のふるさと納税制度の活用に満足しているか否かを問うもので、「居住している自治体のふるさと納税制度の活用状況に満足している」というアンケートにより取得した。続いて、自治体の制度活用の結果としての「生活満足度」。これは「ふるさと納税制度により、居住している自治体の暮らしがよくなった」と質問をして取得している。

また、「努力満足度」として「居住自治体はふるさと納税制度によって自治体の魅力や特産品を PR するなどの努力をするようになった」を使用する。自治体の制度活用の努力への評価を問う目的である。そして、その努力の結果としての「実績満足度」である。これは「居住している自治体のふるさと納税受入実績（金額・件数等）に満足している」というアンケートにより取得している。

これら 4 つの様々な視点からの満足度を分析することで、多方面から自治体の制度活用の満足度を評価したい。分析に際しては、跡田・福重(2000)等に基づき、次のモデルを想定する。被説明変数である $SA*$ は潜在変数であり、1 もしくは 0 の値をとる変数であるのでロジットモデルにより推定する。

$$SA^* = \alpha_0 + \alpha_1 X_i + \alpha_2 V_i + u_i$$

$$\begin{cases} SA^*=1 & if\ SA^* > 0 \\ SA^*=0 & if\ SA^* \leq 0 \end{cases}$$

X_i、V_iはそれぞれ、選択できる使途の課題（ニーズ）との合致、ふるさと納税の意義・本来の仕組みの知識、その他のコントロール変数を表すベクトルであり、α_0、α_1、α_2は推定の対象となるパラメータ、u_i は誤差項である。

以下では分析に用いた変数について述べる。

説明変数としては、アンケートで選択された設問をダミー変数に加工した、以下の変数を採用した。居住自治体のふるさと納税の使い道と自治体の課題がマッチしていれば 1 とする「使い道とニーズのマッチ」ダミー、居住自治体が設定したふるさと納税の使い道を知っていれば 1 とする「使い道の認識」ダミー、ふるさと納税制度の意義として「今は都会に住んでいても、自分を育んでくれた『ふるさと』に、自分の意思で寄付できる制度」

を知っていたら 1 とする「意義 1（ふるさと貢献）」ダミー、「納税者が寄付先を選択し、その使われ方を考えるきっかけとなる制度」を知っていたら 1 とする「意義 2（用途考慮）」ダミー、「住民がふるさと納税を実施することにより、居住自治体の税収が減少する制度」を知っていたら 1 とする「仕組み 1（税収減少）」ダミー、「ふるさと納税により減少した税収は国からの地方交付税により 75%が補填される制度」を知っていたら 1 とする「仕組み 2（交付税補填）」ダミーである。なお、地方交付税不交付団体には、補填がなされないことから、アンケート内で地方交付税不交付団体を提示した上で回答を取得している。

また、住民の個人属性についても詳細に検討を行うために、「性別」（男性ダミー）、「年齢」、「学歴」（大卒以上ダミー）、「配偶者」ダミー、「ボランティア経験」ダミー、ふるさと納税以外の「寄附経験」ダミー、「個人収入」、「2018 年のふるさと納税実施額」等を用いるほか、居住自治体の規模を考慮するための「大都市居住」（人口 10 万人以上の自治体への居住ダミー）、居住自治体の経済状況を考慮するための「財政力指数」及び「失業率」、居住自治体のふるさと納税受け入れ状況を考慮するために 2017 年度の「居住自治体ふるさと納税受入額」を自治体の人口で割って使用した。なお、アンケートは「2018 年 1 月～12 月でのふるさと納税の実施」を条件に「ふるさと納税経験者」として取得したが、実際に、居住自治体の 2018 年のふるさと納税の実績（金額・件数）が公表される時期は翌年の 7 月～8 月（過去の総務省の実績からの予測）となる。そのため、分析における変数としては、2017 年度のふるさと納税の実績を使用した。

以下、図表 2、図表 3 として変数の説明と記述統計量を示す。

図表 2　変数の説明

変数名	内容	出典
制度活用満足度	アンケート設問「居住している自治体のふるさと納税制度の活用状況に満足している」について「はい」を選択したら1とするダミー変数	アンケート
生活満足度	アンケート設問「ふるさと納税制度により、居住している自治体の暮らしがよくなった」について「はい」を選択したら1とするダミー変数	アンケート
努力満足度	アンケート設問「居住自治体はふるさと納税制度によって自治体の魅力や特産品をPRするなどの努力をするようになった」について「はい」を選択したら1とするダミー変数	アンケート
実績満足度	アンケート設問「居住している自治体のふるさと納税受入実績（金額・件数等）に満足している」について「はい」を選択したら1とするダミー変数	アンケート
使い道とニーズのマッチ	アンケート設問「あなたが居住している自治体のふるさと納税で選択できる「使途」は地域が抱える課題（ニーズ）と合致していると思いますか」について「はい」を選択したら1とするダミー変数。	アンケート
使い道の認識	アンケート設問「あなたが居住している自治体のふるさと納税で選択できる「使途」はご存知ですか。」について「はい」を選択したら1とするダミー変数	アンケート
意義1（ふるさと貢献）	「今は都会に住んでいても、自分を育んでくれた『ふるさと』に、自分の意思で寄付できる制度」を知っていたら1とするダミー変数	アンケート
意義2（用途考慮）	「納税者が寄付先を選択し、その使われ方を考えるきっかけとなる制度」を知っていたら1とするダミー変数。	アンケート
仕組み1（税収減少）	「住民がふるさと納税を実施することにより、居住自治体の税収が減少する制度」を知っていたら1とするダミー変数	アンケート
仕組み2（交付税補填）	[ふるさと納税により減少した税収は国からの地方交付税により75％が補填される制度」を知っていたら1とするダミー変数	アンケート
性別（男性ダミー）	女性であれば0、男性であれば1とするダミー変数	アンケート
年齢	回答者の年齢（歳）	アンケート
学歴（大卒以上ダミー）	学歴が大卒以上であれば1とするダミー変数	アンケート
配偶者	配偶者がいれば1とするダミー変数	アンケート
ボランティア経験	ボランティア経験があれば1とするダミー変数	アンケート
寄附経験	ふるさと納税以外の寄付経験があれば1とするダミー変数	アンケート
個人収入	2018年の個人収入（千円）	アンケート
ふるさと納税実施額	2018年内にふるさと納税を実施した金額（千円）	アンケート
大都市居住	人口10万人以上の自治体に居住していれば1とするダミー変数	居住地域はアンケート、人口は平成25年3月31日現在における各市町村住民基本台帳人口（総務省）
財政力指数	平成29年度の財政力指数	総務省「平成29年度地方公共団体の主要財政指標一覧」
失業率	完全失業者数／労働力人口	総務省「国税調査」（平成27年度）
居住自治体ふるさと納税受入額	2017年度のふるさと納税受け入れ金額（千円）	居住自治体はアンケート、金額は総務省(2019a)
人口	アンケート回答者の居住自治体の人口（人）	平成25年3月31日現在における各市町村住民基本台帳人口（総務省）

出典：表中に記載

図表3　記述統計量

変数	回収数	平均	標準偏差	最小値	最大値
[被説明変数]					
制度活用満足度	500	0.098	0.298	0	1
生活満足度	500	0.088	0.284	0	1
努力満足度	500	0.072	0.259	0	1
実績満足度	500	0.174	0.379	0	1
[説明変数]					
使い道とニーズのマッチ	500	0.368	0.483	0	1
使い道の認識	500	0.240	0.428	0	1
意義1(ふるさと貢献)	500	0.482	0.500	0	1
意義2(用途考慮)	500	0.488	0.500	0	1
仕組み1(税収減少)	500	0.456	0.499	0	1
仕組み2(交付税補填)	500	0.176	0.381	0	1
性別(男性ダミー)	500	0.636	0.482	0	1
年齢(単位:歳)	500	47.208	11.989	17	83
学歴(大卒以上ダミー)	500	0.544	0.499	0	1
配偶者	500	0.676	0.468	0	1
ボランティア経験	500	0.378	0.485	0	1
寄附経験	500	0.410	0.492	0	1
個人収入(単位:千円)	500	4,470	4,143	0	50,000
ふるさと納税実施額(単位:千円)	500	50	153.149	0	1,700
大都市居住	500	0.820	0.385	0	1
財政力指数	500	0.798	0.202	0.22	1.52
失業率	500	0.042	0.008	0.018	0.078
居住自治体ふるさと納税受入額(単位:千円)	500	204,568	656,182	70,000	13,532,509
人口(人)	500	728,480	879,803	5,722	3,737,845

出典：筆者作成

４．分析結果

４．１　推定方法

アンケート調査では、前述した「制度活用満足度」、「生活満足度」、「努力満足度」、「実績満足度」等の４つの満足度に加えて、居住自治体の「使い道とニーズのマッチ」、「使い

道の認識」、「ふるさと納税の意義」、「ふるさと納税の仕組み」等への認識を質問項目としている。本章では、これらのデータを用いて、仮説に基づき、4 つの満足度に対する影響度について実証的に検証する。その際、ふるさと納税の経験者と非経験者において結果が異なることが想定されるため、ふるさと納税の経験者と非経験者を別のモデルとして分析を実施する。

４．２　推定結果

推定の結果を図表 4 に示す。

図表 4　分析結果

	［被説明変数］							
	制度活用満足度		生活満足度		努力満足度		実績満足度	
［説明変数］	経験者	非経験者	経験者	非経験者	経験者	非経験者	経験者	非経験者
使い道とニーズのマッチ	0.197 ***	0.026	0.149 ***	0.069 *	0.172 ***	0.112 **	0.197 ***	0.035
	(0.057)	(0.025)	(0.051)	(0.037)	(0.056)	(0.047)	(0.063)	(0.03)
使い道の認識	0.097 **	0.030	0.155 ***	0.012	0.002	-0.140	0.061 *	-0.008
	(0.043)	(0.037)	(0.039)	(0.03)	(0.053)	(0.103)	(0.036)	(0.034)
意義1（ふるさと貢献）	0.040	0.002	0.093 **	0.014	-0.018	0.015	0.020	-0.083 **
	(0.043)	(0.025)	(0.042)	(0.022)	(0.049)	(0.050)	(0.038)	(0.033)
意義2（用途考慮）	-0.041	-0.005	-0.098 ***	-0.024	-0.024	-0.022	-0.006	-0.034
	(0.046)	(0.026)	(0.037)	(0.034)	(0.051)	(0.050)	(0.04)	(0.026)
仕組み1（税収減少）	-0.040	0.028	-0.046	0.007	0.030	0.076	0.056	0.065 *
	(0.043)	(0.025)	(0.037)	(0.034)	(0.06)	(0.052)	(0.046)	(0.034)
仕組み2（交付税補填）	0.016	0.065 ***	0.074 *	0.056 **	0.032	0.101 *	0.061	0.129 ***
	(0.05)	(0.023)	(0.043)	(0.022)	(0.055)	(0.059)	(0.042)	(0.035)
性別（男性ダミー）	-0.056	0.024	-0.044	0.026	0.149 ***	-0.016	0.030	0.025
	(0.046)	(0.022)	(0.041)	(0.025)	(0.058)	(0.044)	(0.041)	(0.027)
年齢（単位：歳）	-0.001	0.000	-0.002	0.000	0.001	0.001	-0.003 *	-0.001
	(0.002)	(0.001)	(0.002)	(0.001)	(0.002)	(0.002)	(0.002)	(0.001)
学歴（大卒以上ダミー）	0.046	-0.033	0.046	-0.022	0.003	0.040	0.069	-0.009
	(0.041)	(0.03)	(0.036)	(0.02)	(0.052)	(0.048)	(0.049)	(0.024)
配偶者	0.073	0.002	0.015	0.019	-0.047	-0.044	-0.006	-0.006
	(0.055)	(0.024)	(0.055)	(0.033)	(0.056)	(0.044)	(0.039)	(0.025)
ボランティア経験	0.069	0.041	-0.059	0.004	0.060	0.060	-0.004	0.035
	(0.043)	(0.027)	(0.04)	(0.027)	(0.054)	(0.05)	(0.047)	(0.027)
寄附経験	0.008	-0.059 *	0.041	-0.038	0.048	0.018	0.079 *	-0.014
	(0.049)	(0.033)	(0.036)	(0.035)	(0.058)	(0.056)	(0.045)	(0.027)
個人収入（単位：千円）	0.007 *	-0.001	-0.007	0.001	-0.010 *	-0.027 **	0.002	-0.005
	(0.004)	(0.002)	(0.006)	(0.004)	(0.005)	(0.011)	(0.003)	(0.004)
ふるさと納税実施額（単位：千円）	0.000	-	0.000	-	0.000	-	0.000	-
	(0.000)	-	(0.000)	-	(0.000)	-	(0.000)	-
大都市居住	-0.121 *	-0.042 *	-0.092	-0.017	0.001	0.032	-0.100 *	0.006
	(0.064)	(0.022)	(0.056)	(0.033)	(0.087)	(0.060)	(0.060)	(0.034)
財政力指数	-0.081	0.069	0.062	0.050	-0.004	-0.117	-0.056	-0.043
	(0.095)	(0.054)	(0.103)	(0.068)	(0.123)	(0.125)	(0.105)	(0.075)
失業率	1.788	0.291	-0.602	-0.618	1.262	1.351	0.386	-0.171
	(2.764)	(1.456)	(2.203)	(1.640)	(2.818)	(2.525)	(2.015)	(1.608)
居住自治体ふるさと納税受入額／人口	-0.011	-0.046 ***	0.002 *	-0.010	-0.012	-0.003	-0.002	-0.004
	(0.011)	(0.018)	(0.001)	(0.017)	(0.008)	(0.004)	(0.003)	(0.005)
サンプルサイズ	250	250	250	250	250	250	250	250
Log pseudolikelihood	-79.412	-27.143	-59.921	-31.274	-112.934	-85.185	-52.076	-29.305
Prob > chi2	0.0133	0.0001	0.0000	0.0000	0.1532	0.0191	0.0002	0.0000

限界効果を掲載。（ ）内はロバスト標準誤差。

*、**、***は、それぞれ、10%、5%、1%の水準で有意であることを示す。

出典：筆者作成

推定の結果、ふるさと納税経験者と非経験者において、有意に効果を与える変数に違いがあることが分かった。以下、仮説とそれに対応したアンケート質問、そして推定の結果について図表 5 として示した上で、分析結果の解釈を行う。4 つの満足度それぞれに「経験者」と「非経験者」があり、前者は 2018 年度におけるふるさと納税経験者、後者は過去にふるさと納税の経験がない非経験者であることを示す。表中の「＋」は正に有意、「−」は負に有意であったことを示す。

図表 5　分析結果の抜粋（仮説と対応する質問）

仮説	仮説に対応した質問	制度活用満足度		生活満足度		努力満足度		実績満足度	
		経験者	非経験者	経験者	非経験者	経験者	非経験者	経験者	非経験者
①選択できる使途が居住自治体の課題（ニーズ）に合致している自治体の住民の満足度は高い。	あなたが居住している自治体のふるさと納税で選択できる「使途」は地域が抱える課題（ニーズ）と合致していると思いますか。	＋		＋	＋	＋	＋	＋	
②居住自治体で選択できるふるさと納税の使途を知っている自治体の住民の満足度は高い。	あなたが居住している自治体のふるさと納税で選択できる「使途」はご存知ですか。	＋		＋				＋	
③ふるさと納税制度の意義を知っている住民の満足度は高い。	今は都会に住んでいても、自分を育んでくれた「ふるさと」に、自分の意思で寄付できる制度			＋					−
	納税者が寄付先を選択し、その使われ方を考えるきっかけとなる制度			−					
④ふるさと納税制度の制度・仕組みを知っている住民の満足度は高い。	住民がふるさと納税を実施することにより、居住自治体の税収が減少する制度								＋
	ふるさと納税により減少した税収は国からの地方交付税により 75％が補填される制度		＋	＋	＋		＋		＋

出典：筆者作成

まず、仮説 1 について、自治体の課題（ニーズ）と選択できる使途が合致していると思う住民は、制度活用満足度、生活満足度、努力満足度、実績満足度の経験者で正に有意と

なった。また、生活満足度と努力満足度において非経験者で正に有意となった。「使途」が自治体の課題を解決するものであれば､直感的にも満足度が高まるものと解釈できよう。

仮説 2 について、制度活用満足度、生活満足度、実績満足度において経験者に正に有意となった。「使途」は寄付金の利用用途であり、居住自治体のふるさと納税の使途を知っていることは、直感的に満足度に直結するものと解釈できる。また、「サービスの認識度」が満足度を上昇させるという野田(2013)とも合致する。

仮説 3 について、ふるさと納税制度の意義を知っていることが満足度に影響することは確認できた。まず、意義 1 は生活満足度で経験者が有意になったが、これは問いそのものが自らふるさとや居住自治体の収入増と結びつけられる内容であり、暮らしの良化と直結したと考えられる。また、実績満足度で非経験者が負に有意になった。この背景には、「地域が活性化するためには、現在の水準及び制度は不十分である」という認識が反映されたのかもしれない。

意義 2 については、生活満足度の経験者にのみ負に有意となった。居住自治体「以外」への流出（住民税の減少）が想起されることから、生活満足度に対して負の効果が見られたと考えられ、かつ、返礼品目的で流れ行くイメージも想起され、あまりいい制度とは感じていないのかもしれない。

仮説 4 について、ふるさと納税制度の制度・仕組みについて知っていることが満足度に影響することが確認できた。仕組み 1 については、実績満足度で非経験者にのみ有意となった。居住自治体の税収が減少する制度と知っているかどうかと満足度はほぼ関係がないという結果となった。

仕組み 2 については、生活満足度において経験者に正に有意、一方、制度活用満足度、生活満足度、努力満足度、実績満足度において非経験者に有意となった。地方交付税の存在は自治体にとってのふるさと納税の負の側面（＝税収減）をカバーするものであり、暮らしに対するポジティブなイメージが想起されると思われる。

コントロール変数として用いた「大都市居住ダミー」について、制度活用満足度で経験者・非経験者ともに負に有意に、実績満足度において経験者に負に有意となったが、大都市について報道などでも住民税の流出が報道(日本経済新聞,2019)されていることから、満足度についてネガティブな関連があることは想像がつく。ただし、「財政力指数」や「失業率」といった自治体の経済状況を表すデータと満足度は関連がなかった。人口割りで使

用したふるさと納税受入額については、制度活用満足度で非経験者に負に有意に、生活満足度において経験者に正に有意となった。

また、ふるさと納税経験者と非経験者で有意差が出たが、全体的に経験者の方が非経験者より満足度が高いという結果となった。これは、元々のデータにおけるサンプル数の少なさ、または、ふるさと納税制度にそもそも関心がないからという理由が考えられる。

５．おわりに

５．１　政策提言

本章で得られた分析結果から、自治体及び国（総務省）に対して、下記のインプリケーションを示したい。まず、制度を活用する自治体に対しては、ふるさと納税で選択できる使途の設定の際に、住民の意見に耳を傾け、真に地域の課題を解決する使途を設定されたい。いわゆるクラウドファンディング型のふるさと納税[43]がその解決策の１つとなろう。また、ふるさと納税の使い道についての情報公開を積極的に行うべきであろう。これにより、ふるさと納税の経験者にとっては満足度の上昇につながる。また、ふるさと納税の経験がない住民に対しても「知るための機会」を多く作るなどの努力が求められよう。一方、制度を設計する国は、ふるさと納税制度の意義を理解してもらうための情報発信を積極的に行うべきであろう。

総論として、ふるさと納税制度そのものに課題はあるが、制度の理解・周知・地域の課題（ニーズ）とのマッチ等により住民満足度は高くなることが明らかになった。返礼品を重視して、なりふり構わず寄付金を集めるよりも、自治体のニーズにあった使途の選定をすることや、それを告知することで住民満足度を高める方向に舵を切るべきである。

５．２　今後の課題

今後の研究の課題として、ふるさと納税制度によって、具体的に地域がどれだけ活性化したのかを調査する必要がある。例えば、返礼品によって地域の経済がどの程度、活性化されたのか、また、自治体がどのような事業に寄付金を活用し、実行され、住民がどれだけのメリットを享受したのか。加えて、寄付者の居住自治体が住民税の減額により、実際に住民サービスが劣化したのかどうか。これについても明らかにする必要がある。

---

[43] 総務省(2019)によると、クラウドファンディング型のふるさと納税を行った自治体は全体の 11.4%であり、まだまだ浸透していると言える状況ではない。

最後に、本章で採用した分析モデルについて、現時点での居住地だけではなく、出身地や過去に訪問した経験などの要素を加味したい。居住自治体の制度活用だけではなく日本全体としての満足度の評価にまで拡張することでより精緻なモデルを構築することも、今後の課題と言えるだろう。

終章

１．まとめ

筆者はふるさと納税制度を研究対象とする一方で、自治体に対してふるさと納税支援事業をサービスとして提供する民間企業の社員として、ふるさと納税制度のブーム前夜から大きく発展していく同制度を目の当たりにしてきた。

自治体に対してふるさと納税制度の活用支援を行うことで同制度の発展に関わってきたものの、民間企業の立場ゆえ、事業として営利を追い求め、肉・米・果物といった「魅力的な返礼品」を探し出すことが目的の１つになっていた点は否めない。しかし、同時に、返礼品だけではなく「ふるさと納税を集める目的」を明確に説明することや、魅力的な使い道を提示することで多くの寄付が集まったケースも目にしてきた。返礼品を目的とした利己的な寄付だけがふるさと納税の全てではないということである。奇しくも、ここ数年、多くの自治体が災害に被災することもあり、ふるさと納税を活用した被災地支援も頻繁に行われてきた。その中には返礼品を辞退する寄付者も多く、利他的な目的でのふるさと納税が存在することは様々な場面で確認されており、これは本論文においても実証されている。また、現在のように、ふるさと納税制度が法制化される以前は制度を活用する側である自治体に裁量が多く、独特の方法論で大きな金額を集めることに成功する自治体も多かった。同時に、横浜市や川崎市など「ふるさと納税で赤字」というニュース（日本経済新聞,2019 等）が毎年のように流れる自治体も存在する。

果たして、ふるさと納税制度は地域の健全な活性化の一助となっているのだろうか。確かに、ふるさと納税で地域の特産品が（返礼品として）売れているように見えるものの、結局のところ、本当はそのままの値段では魅力がないものを、自治体が公共事業的に買い上げているだけという構図も垣間見える。5 箇所の自治体に 10,000 円ずつ合計 50,000 円のふるさと納税を行えば、本来であれば合計して 15,000 円（3,000 円×5 自治体分）の価値がある品物を、ふるさと納税の返礼品として実質 2,000 円で受け取っていることになる。この結果、地域の事業者が特産品に対して、本来は存在しない魅力があると勘違いして投資をし、その後、制度がなくなった結果、販売に窮するという未来も想定されよう。同一の品物を一般の市場で販売している他の事業者にとっては民業圧迫の側面すらある。つまり、現在のふるさと納税制度は、地域の魅力を発信するきっかけとしての価値はあるが、地域や事業者が自立（実際のコストを上回る値段で消費者が買う）していけるような仕組

み作りはできていないのではないだろうか。

また、プロモーションのノウハウのない自治体に代わって民間企業が作成したポータルサイト等による周知もふるさと納税制度の発展に一役買ったと思われる。しかし、同時に、ふるさと納税制度が民間企業の収益源となってしまったことが世間の賛否両論を生むキッカケとなったことも否めない。一方で自治体の職員の手に余る業務の委託などもあり、民間企業の参入により、官民協働事業として、ふるさと納税制度がここまで成長を遂げたこともまた真実であろう。

本来は地方で受け取れるはずだった税収が都会の自治体の税収となっている事実は本論文の冒頭でも触れた通りである。これには地方での働き場所の確保といった別側面の課題が存在しており、この状況を改善するための制度として、現状のふるさと納税制度が最適であるかは定かではない。特に、特産品の有無や供給力の差異がふるさと納税による収益の増加に大きな影響を与えている現状は果たして公平であるのか、ここも賛否が別れるところであろう。しかし、主に特典を頼みとした現状のふるさと納税であっても、結果として、財政的に豊かな都会の自治体から一次産業比率の高い地方の自治体へと寄付金に形を変えて税金が還流したことも事実である。以上に述べたような関心に基づいて、本論文ではふるさと納税に関する 3 つのテーマで実証分析を行ってきた。

まず、第 2 章では、ふるさと納税における、個人のインセンティブに関する実証分析を行った。その結果、寄付者の行動要因としては、小規模地域において、財政的に恵まれない地域に寄付しようという利他的要素はあるものの、最終的に、どの自治体を選択するかの決め手は、寄付することで得られる特典・特産品等に左右される可能性が高く、利己的な要素もあること、さらに、特典がない場合には、使途説明が行われているなど、地域にどのように貢献するのかが明確な地域に寄付している傾向が見られ、利他的な要素があることが明らかとなった。

第 3 章では、ふるさと納税の規定要因について、インターネット調査による個票データを用いて個人のインセンティブに関する実証分析を行った。その結果、寄付者の行動要因として、被災した地域に寄付しようという利他的要素と、寄付することで得られる特典・特産品等に左右される利己的要素が確認できた。個人属性については、年収の変数は正に有意となり、高所得者の人ほど寄付を行う傾向があり、ふるさと納税における寄付行動は、上級財的性質を持つ傾向が明らかになった。

第 4 章では、インターネット調査による個票データを用いてふるさと納税受入先住民の

満足度について実証分析を試みた。その結果、居住自治体のふるさと納税の使途と自治体の課題（ニーズ）がマッチしている自治体の住民は、ふるさと納税の経験者・非経験者共に満足度が高いこと等が明らかになった。また、ふるさと納税制度の意義や仕組みを知っていることが満足度に影響することも明らかになった。

これらの結果に基づいて、本論文のまとめとして政策提言を行いたい。

２．政策提言

２．１　情報発信の重要性

一連の実証分析で得られた結論として、全体を通して言えることは情報発信の重要性である。特にふるさと納税の意義についての情報を発信することは国の大きな役割と考えられる。そのことにより、国民の制度の理解を促進し、利他的な寄付の増加による寄付文化を醸成していくべきであろう。また、自治体に対して他自治体の活用状況をまとめて紹介するなどの助言も引き続き行っていく必要があろう。一方、制度を活用する自治体は寄付者及び住民に対して情報発信を行っていく必要がある。地域の課題の周知と共有、それをふるさと納税で解決することを目的とした使途の設定、そして寄付が集まった後、実際の活用状況も広くあまねく周知していく必要がある。

２．２　具体的な使い道の提示による募集

ふるさと納税の募集に当たってはクラウドファンディングのような具体的な使い道を示した上で行うことが望ましい。使い道に着目して募集されたふるさと納税の事例としては、栃木県足利市が挙げられる。同市は、日本遺産に認定された足利学校の改修費をふるさと納税の使い道として指定できるようにしており、元市民を中心に多くの金額を集めることに成功している。また、滋賀県豊郷町においては国の登録有形文化財としても登録されている「豊郷小学校旧校舎群」の管理事業にふるさと納税を充てている。都道府県の取り組みでは、大阪府庁が「太陽の塔内部再生」事業として、ふるさと納税によるクラウドファンディングを実施し、1 年 3 か月で 2,375 件 157,387,698 円（目標金額 1 億円）の寄附を集めることに成功している。ただし、クラウドファンディングの問題点としては、全ての自治体で人の興味を引くような案件が出てこないことである。一般的にクラウドファンディングは寄付を募集する際に、案件のストーリー化など返礼品を前面に押し出すプロモーションよりも準備作業に時間を要する。そして、期間限定の募集であることから、コ

ストに対する金額のパフォーマンスがそれほど得られないことが多い。これらの課題を解決するためには、元住民や自治体への旅行者[44]などに効果的に情報を発信できる仕組み作りなども合わせて整備していく必要がある。

２．３　真に利他的な制度に向けて

本制度を活用するためには、地方自治体にとっては、特典の充実のための地域事業者との交渉、プロモーション、ホームページの作成、寄付者とのコミュニケーション、クレームの処理、寄付申し込みの受付、クレジットカード決済手数料の支払いなど、新たに発生する事務処理（コスト増）に大きな負担を強いられているなど、歪みも大きい。また、寄付者には被災自治体への寄付など利他的な動機も見られるものの、その多くは返礼品を目当てとする利己的な動機が目立つ。ゆえに、本制度は、それぞれに、真に価値のある行動を促しているとは言い難い。本制度の成り立ちを考慮すれば、利他的な寄付を集める仕組み作りが求められており、より効率的な形でふるさとへの貢献を意思表明できる仕組みづくりに向けた、ふさわしい制度設計が望まれよう。

３．今後の課題

これまで、ふるさと納税制度について、①自治体、②寄付者、③ふるさと納税受入先自治体の住民の 3 方面から取得したデータを用いて分析を行ってきた。残念ながら、一部の自治体による制度の拡大解釈とも言える活用に歯止めが効かず、法制度化が行われてしまったが、それでも、同制度を活用した地方創生には大きな可能性があると思われる。一方で、ふるさと納税を研究する上で、残された課題も多い。

まず、2019 年の法制度化を受けての分析である。法制度化の結果、射幸心を煽るような返礼品は姿を消しつつある。これを受けて、寄付者の利他性が高まり、利他的な寄付が増えているのかどうかを検討すべきであろう。すなわち、利他的な形での募集を行っている自治体へのふるさと納税が増加したのかどうかを調査することは意義があろう。

また、自治体同士の健全な競争が促進されるようになったのかどうかも、検討すべき課題のひとつである。返礼品の内容だけではなく、寄付額を増やすために投じられたコスト

---

[44]　近年、「関係人口」という概念が注目されている。総務省が運営する「『関係人口』ポータルサイト」（http://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/,2019 年 12 月 1 日閲覧）によると、「『関係人口』とは、移住した『定住人口』でもなく、観光に来た『交流人口』でもない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のことを指します。」とされている。

とその費用対効果、そしてプロモーションの内容など、様々な側面から検討すべきであろう。

さらには、ふるさと納税の返礼品の関連事業によって生み出される経済効果についての分析が重要である。一部地域の事業者が潤っていることは明らかだが、真の価値・値段で持続可能な産業に育っているのかどうか、全国的に見た場合、その規模・効果がいかなるものかについても調査を行う必要があろう。今後、これらの課題についての詳細な分析を深めていきたい。

最後に、本論文ではふるさと納税を寄付とみなして分析を進めてきたが、一連の研究には、「そもそも、ふるさと納税は寄付なのか」という視点もある。深澤(2019)ではふるさと納税を個人の納税行為として捉え、自治体同士の水平的な関係と自治体と国の垂直的な関係について、租税外部効果に相当することに言及している。このような（地域を超えた）全国の視点でみると、ふるさと納税制度においてどの様な価値が新たに生み出されたのかを再度見極める必要があるかもしれない。したがって、租税外部効果が生み出す非効率性にも着目した、ふるさと納税の意義の研究も引き続き行っていくべきであろう。

参考文献

（第 1 章に関する文献）

総務省(2007) 「ふるさと納税研究会報告書」.
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/furusato_tax/,(閲覧：2019年12月1日)

総務省(2011)「総務省における今後の通知・通達の取扱い」.
http://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01kanbo02_01000005.html,(閲覧：2019年12月1日)

総務省(2019a)「令和元年度ふるさと納税に関する現況調査結果について」.
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20190802.html, (閲覧：2019年12月1日)

総務省(2019b)総務省ふるさと納税ポータルサイト
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html,(閲覧：2019年12月1日)

総務省(2019c)「『ふるさと納税に係る指定制度の運用について』（平成31年4月1日付け総税市第17号）」
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/report20190401_04.pdf, (閲覧：2019年12月1日)

総務省(2015a)「ふるさと納税制度について」.
http://www.soumu.go.jp/main_content/000254924.pdf, (閲覧：2019 年 12 月 1 日)

総務省(2015b)「返礼品（特産品）送付への対応について」.
http://www.soumu.go.jp/main_content/000351771.pdf, (閲覧：2019 年 12 月 1 日)

内閣府政策統括官（共生社会政策担当）(2005)「社会全体の子育て費用に関する調査研究」.
https://www8.cao.go.jp/shoushi/shoushika/research/cyousa16/hiyo/index.html, (閲覧：2019 年 12 月 1 日)

全国知事会(2014)「地方創生のための提言 ～地方を変える・日本が変わる～ 【各論編】」
http://www.nga.gr.jp/ikkrwebBrowse/material/files/group/3/141105souseikakuron.pdf, (閲覧：2019 年 12 月 1 日)

全国町村会（2014）「地方創生の推進に関する提言」

https://www.zck.or.jp/uploaded/attachment/3182.pdf, (閲覧：2019年12月1日)
総務省(2018)「平成30年度ふるさと納税に関する現況調査結果について」.
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20180706.html, (閲覧：2019年12月1日)

（第 2 章に関する文献）

Auten, G. E., Clike, J. M., & Randolph, W. C. (1992) The Effects of Tax Reform on. Charitable Contributions. *National Tax Journal*, *45*(3), pp.267–290.
Becker, G. S. (1974) A Theory of Social Interactions. *Journal of Political Economy*, *82*(6), pp.1063–1093.
Feldstein, M. (1975a) The income tax and charitable contributions: Part I—Aggregate and distributional effects. *National Tax Journal*, *28*(1), pp.81–100.
Feldstein, M. (1975b) The income tax and charitable contributions: Part II—The impact on religious, educational and other organizations. *National Tax Journal*, *28*(2), pp.209–226.
Schwartz, R. A. (1970) Personal Philanthropic Contributions. *Journal of Political Economy*, *78*(6), pp.1264–1291.
Taussig, M. K. (1967) ECONOMIC ASPECTS OF THE PERSONAL INCOME TAX TREATMENT OF CHARITABLE CONTRIBUTIONS. *National Tax Journal*, *20*(1), pp.1–19.
橋本恭之・鈴木善充（2016）「ふるさと納税制度の現状と課題」. *『会計検査研究』第54号*, pp.13–38.
山内直人（1997）『ノンプロフィット・エコノミー：NPOとフィランソロピーの経済学』. 日本評論社.
石村知子（2013）「住民参加型都市・環境政策の実証分析」（博士論文）未刊行.
総務省（2015）「ふるさと納税に関する現況調査結果」.
http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20151023.html, (閲覧：2019年12月1日)
総務省（各年度）地方財政統計年報
尾内速斗（2016）「ふるさと納税制度の意義と実態の乖離について」（修士論文）.

保田隆明（2014）「地方自治体のふるさと納税を通じたクラウドファンディングの成功要因: 北海道東川町のケース分析」. 商學討究, *64*(4), pp.257–272.

（第 3 章に関する文献）

Menchik, P. L., & Weisbrod, B. A. (1987). Volunteer labor supply. Journal of Public Economics, 32(2), pp.159-183.

Jerald, Schiff (1990) Charitable Giving and Government Policy, Greenwood Press.

Joel, Waldfogel (1993) The Deadweight Loss of Christmas, The American Economic Review, Vol.83, No.5, pp.1328-1336.

跡田直澄・福重元嗣(2000)「中高年のボランティア活動への参加行動--アンケート調査個票に基づく要因分析」『季刊社会保障研究』第36巻 第2号,pp.246–255.

石田浩・佐藤香・佐藤博樹・豊田義博・萩原牧子・萩原雅之・本多則惠・前田幸男・三輪哲 (2009)「信頼できるインターネット調査法の確立に向けて」SSJDAリサーチペーパーシリーズ（東京大学社会科学研究所）, SSJDA-42

石村知子（2013）「住民参加型都市・環境政策の実証分析」（博士論文）未刊行.

尾内速斗(2016)「ふるさと納税制度の意義と実態の乖離について」（修士論文）.

日本ファンドレイジング協会(2012) *『寄付白書2011』* 日本経団連出版.

株式会社インテージリサーチ(2016)「ふるさと納税に関するアンケート」https://www.intage-research.co.jp/service/report/20160728.html, (閲覧日：2019年12月1日)

総務省(2016)「平成28年度ふるさと納税に関する現況調査結果（税額控除の実績等）」https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20160802.html, (閲覧日：2019年12月1日)

総務省(2017)「ふるさと納税に関する現況調査結果」. http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20170704.html, (閲覧日：2019年12月1日)

西村慶友・石村知子・赤井伸郎(2017)「ふるさと納税（寄付）のインセンティブに関する分析～個別自治体の寄付受け入れデータによる実証分析～」『「地方創生」と地方における自治体の役割（日本地方財政学会研究叢書 第24号)』,pp.150-178.

橋本恭之・鈴木善充(2016)「ふるさと納税制度の現状と課題」. *『会計検査研究』第54*

号, pp.13–38.
保田隆明(2014)「地方自治体のふるさと納税を通じたクラウドファンディングの成功要因: 北海道東川町のケース分析」. 商學討究, *64*(4), pp.257–272.
山本勲・坂本和靖(2012)「震災ボランティア活動参加の決定メカニズム」*『KEIO/KYOTO GLOBAL COE DISCUSSION PAPER SERIES』* DP2011-031: 1-27.

（第 4 章に関する文献）

James, O(2007). 「Evaluating the Expectations Disconfirmation and Expectations Anchoring Approaches to Citizen Satisfaction with Local Public Services」. Journal of Public Administration Research and Theory 19(1),pp. 107–123.
Mouritzen, P.E.(1989) 「City size and citizens'satisfaction: Two Competing Theories Revisited」. European Journal of Political Research 17(6),pp.661–688.
跡田直澄・福重元嗣(2000)「中高年のボランティア活動への参加行動--アンケート調査個票に基づく要因分析」『季刊社会保障研究』第36巻 第2号,pp.246–255.
尾内速斗(2016)「ふるさと納税制度の意義と実態の乖離について」（修士論文）.
総務省(2007)「ふるさと納税研究会報告書」. http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/kenkyu/furusato_tax/,(閲覧日：2019年12月1日)
総務省(2018) 「平成30年度 不交付団体の状況」 http://www.soumu.go.jp/main_content/000565916.pdf, (閲覧日：2019年12月1日)
総務省(2019)「令和元年度ふるさと納税に関する現況調査結果について」. http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20190802.html, (閲覧日：2019年12月1日)
西村慶友・石村知子・赤井伸郎(2017)「ふるさと納税（寄付）のインセンティブに関する分析～個別自治体の寄付受け入れデータによる実証分析～」『「地方創生」と地方における自治体の役割（日本地方財政学会研究叢書　第24号)』,pp.150-178.
「ふるさと納税「流出額」19年度2割増　本紙調査」『日本経済新聞』、2019年5月22日、電子版 （https://www.nikkei.com/article/DGXMZO45105200S9A520C1AM1000/ 閲覧

日：2019年12月1日）
野田遊(2013)『市民満足の研究』日本評論社
橋本恭之・鈴木善充(2016)「ふるさと納税制度の現状と課題」. *『会計検査研究』第54号*, pp.13–38.
深澤映司(2019)「ふるさと納税を背景とした諸現象の本質」 *『レファレンス』*, no. 818.

（終章に関する文献）

総務省（2019）「『関係人口』ポータルサイト」.
http://www.soumu.go.jp/kankeijinkou/,(閲覧日：2019年12月1日）
「ふるさと納税「流出額」19年度2割増　本紙調査」『日本経済新聞』、2019年5月22日、電子版
（https://www.nikkei.com/article/DGXMZO45105200S9A520C1AM1000/ 閲覧日：2019年12月1日）
深澤映司(2019)「ふるさと納税を背景とした諸現象の本質」 *『レファレンス』*, no. 818.