慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	自治体のふるさと納税制度活用方法の考察
Sub Title	
Author	中田, 裕哉(Nakata, Yuya) 林, 高樹(Hayashi, Takaki)
Publisher	慶應義塾大学大学院経営管理研究科
Publication year	2015
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2015年度経営学 第3077号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40003001-00002015-3077

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

慶應義塾大学大学院経営管理研究科修士課程

学位論文（　　2015　年度）

論文題名

自治体のふるさと納税制度活用方法の考察

主　査	林　高樹
副　査	大林　厚臣
副　査	村上　　裕太郎
副　査	岩本　隆

学籍番号	81430858	氏　名	中田　裕哉

論 文 要 旨

所属ゼミ	林 高樹 研究会	学籍番号	81430858	氏名	中田 裕哉

（論文題名）

自治体のふるさと納税制度活用方法の考察

（内容の要旨）

本論文ではふるさと納税制度の活用方法を自治体側の視点から考察し、提案を行うことを目的としている。

ふるさと納税制度は大学進学や就職を機会に都市部に移住した人間が、生まれ育った故郷に対して納税できても良いのではないかという理念が発端としており、総務省としても制度の意義として「納税の大切さを考える」「世話になった地域、愛着のある地域への応援」「地域のあり方を考えるきっかけ」を掲げている。しかしながら現状は豪華なお礼品を用意した自治体に寄附が集中し、お礼品合戦とも言える状態にある。これに対して総務省も度々注意を行っているが、お礼品に対する明確な基準が示されるわけでもなく、やったもの勝ちとも言える状況に陥っている。この状況に問題意識を抱き、改善すべく公開情報と自治体から個別に提供頂いたデータを分析する。

本研究では全 1788 自治体から 247 自治体を抽出し分析を行う。分析には 247 自治体に関する寄付金額、件数、お礼品のほか人口や課税対象所得など公開情報も利用する。

お礼品のジャンルに着目し、クラスター分析を行った所 5 つのクラスターに分けることに成功した。お礼品がその他のみの「その他グループ」、菓子と加工品を軸に複数のお礼品を用意している「菓子と加工品グループ」、お礼品を用意していない「無しグループ」、幅広く様々なジャンルのお礼品を用意している「なんでもグループ」、一部のジャンルのお礼品のみ用意している「少量お礼品グループ」に区分けされた。

各グループに対する分析をした上で、グループ内のデータ提供頂けた自治体個別の分析を行う。

この他、決定木分析からは使途数が多いほど自治体外部から寄付金額を多く集めるために重要であることが判明した。重回帰分析からは自治体内部からの寄付者と外部からの寄付者で寄附動機が異なる可能性が示唆された。内部からの寄付者に対しては、ふるさと納税制度の理念に近く、地元愛に訴えかけるように、使途数を増加させ、実績報告を行うことが寄付額、件数増加に有効であることがわかった。対して、自治体外部からの寄付者に対しては、お礼品やメディアでの露出が有効であることが判明した。

そして、現状ではお礼品目当ての寄附が過半であり、制度存続すら危ぶまれる。そこで私は本研究結果を踏まえ、自治体に対して 2 点提案する。

1 点目は外部に住む地元愛のある人間に対して訴求すること。具体的には自治体の活気に直結するようなスポーツイベントの誘致などの使途用意することである。もしくは、自治体の将来のため、子供の教育などの使途に具体性を持たせて用意することである。

2 点目は新たに自治体のファンを作りだすことである。自治体に何らかの分野で有名な点があれば、それを介して(趣味やスポーツを通じて)ファンを作り出すのである。それに準じた使途を用意することで外部からの、愛からの寄附が見込めるようになる。