

〈論文〉

北海道内市町村におけるふるさと納税受入額の決定要因分析

武者 加苗

1. はじめに

2008年に第一次安倍内閣でふるさと納税による寄附制度（以下ふるさと納税）が導入されて10年が経過した。ふるさと納税は寄附額のうち下限額を超える部分について、所得税と住民税から税額控除されるという寄附金控除を発展させた制度である。当初は返礼品を提供している自治体も少なくマクロでの寄附額も少額であったが、2011年に税額控除の下限額が5000円から2000円に引き下げられた。2015年には通常必要な確定申告を行わなくても寄附金控除を受けられるワンストップ特例制度が導入され、寄附金額は急増した。しかし、一件あたりの寄附額は2017年では制度開始時点の約7分の1に急減しており、制度の性質が導入当初とは変化していることがうかがえる。また、ふるさと納税制度を利用すると換金性のあるポイントや資産性の高い商品を含む返礼品が受け取れるということから、寄附本来の趣旨を超えた運用が一部の自治体に見られるようになり、総務省が複数回の通知を出すようになった。

ふるさと納税制度が関心を集めるようになった背景には、寄附額に応じて返礼品を入手できることが広く知られるようになったことがある。一部の市町村は寄附額を増やすために、工夫をこらした返礼品を発案し、独自の財源調達手段とするようになっている。このような競争性をもつ制度は、寄附を多く集める自治体とそうでない自治体を生み出した。

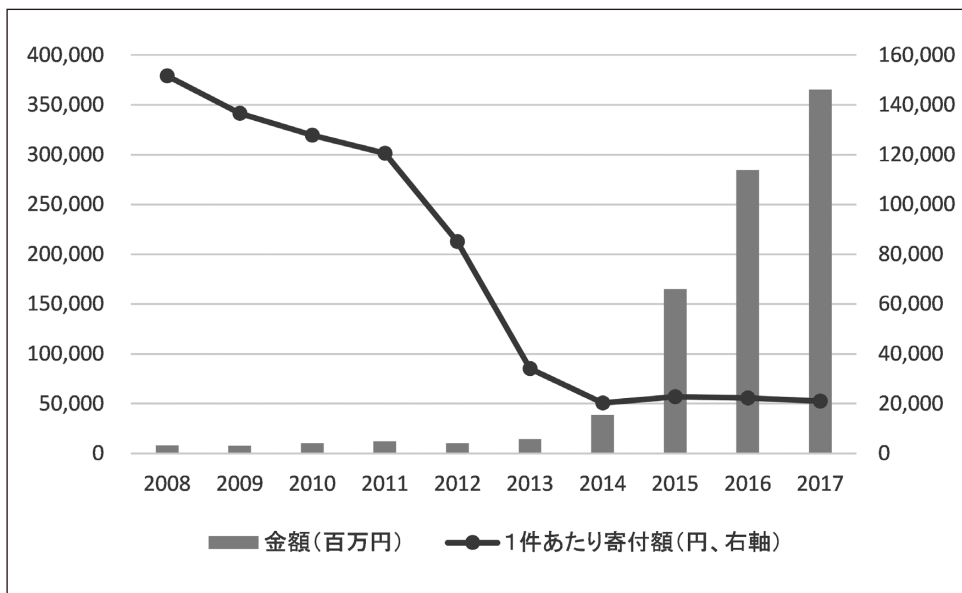
ふるさと納税制度による寄附先として人気を集めているのは、北海道の自治体が多い。2018年7月に発表された2017年度のふるさと納税の北海道（市町村含む）への寄附額は前年度比で35%増の計365億円となり、都道府県別で5年連続首位となった。総務省が返礼品競争の是正を求め、寄附額を減らした自治体が続出するなか、北海道は地場の生鮮品人気で全国から広く寄附を集め、影響は限定的であった。生鮮品は地域の特性を出しやすい返礼品であり、地域資源を最大限活用し、地域経済を再生させるという総務省方針にも沿っている。資産性や換金性の高い返礼品がやり玉にあげられて減少傾向にある中、今後も地元産の生鮮品を返礼品とする傾向は続くと考えられる。したがって、本稿では人気

の高い生鮮品の返礼品を多く用意している北海道の市町村を対象とし、それらが寄附額にどのような影響を与えているのかを分析する。

本稿の構成は以下の通りである。第2章では2018年時点でのふるさと納税制度の現状を整理する。第3章では、2015年度から2017年度の北海道下の市町村データを利用し、ふるさと納税による寄附の返礼品の返礼品率がふるさと納税受入額に及ぼす影響を計量的手法により分析する。第4章では特に、上位自治体の豪華な返礼品が、どの程度ふるさと納税の受入額に正の影響を与えているかについて言及する。第5章はまとめであり、寄附金税制の改定や寄附金の用途についての運用ルール制定を提言する。

2. 2018年時点のふるさと納税制度の現状

図1 ふるさと納税による寄附額と一件あたり額の推移



出所：総務省「ふるさと納税現況調査（平成29年度実績）」

図1は2008年から2017年までの全国のふるさと納税による寄附金額と一件あたりの寄附額の推移である。ふるさと納税による寄附額は2015年度以降に急増している。これは同年にふるさと納税による寄附額を控除する際に、寄附先5か所以内であれば確定申告を不要にした（ワンストップ特例制度）ためである。一方で、一件あたりの寄附額は2008年の151,657円から2017年は21,111円と急減している。

ふるさと納税では、自治体への寄附額がほぼ全額、所得税と住民税の控除額に算入される。しかも、寄附額に応じて自治体から返礼品が寄附者へ還元されることが多い。そのため、ふるさと納税による寄附制度は、豪華な返礼品による市町村間の過度な競争を生んでいるという側面もある。北海道内では和牛や海産物の特産品を持つ市町村が多く、寄附金を集める一方、華美な返礼品を避けている札幌市は所得税取の市外流出に直面するなど、当初目的から逸脱した運用も見られている。

当初の制度運用から性質が変わってきたことを見越して、2016年からは毎年4月にそれぞれ総務大臣名で各自治体向けに、ふるさと納税の返礼品に対する通知が公表されている。2016年4月の通知では、換金性の高いポイントや資産性の高い電化製品などの返礼品を自粛するよう要請された。2017年4月の通知では、全国の自治体に対して寄附額に対する返礼品の価格（返礼率）を30%以下とするようにとされた。2018年4月の「ふるさと納税に係る返礼品の送付等について」では、「返礼品を送付する場合であっても、地方団体の区域内で生産されたものや提供されるサービスとすることが適切である」と記載されている。

また、ふるさと納税本来のインセンティブとして、資金提供者が拠出金の使途を指定できる点がある。通常、納税してもその使途は指定できず、支払った税がその個人の意図しない用途に使用されることも多々あり、それが税の負担感を上げているとも言われてきた。逆に寄附は寄附者がその使途を指定¹することができる。総務省（2013）によると、約8割の自治体がふるさと納税で使途を指定できるという。しかし、保田（2016）は、北海道内でふるさと納税ランキング上位常連の上士幌町を取り上げ、ふるさと納税で資金使途を定めない（一般を指定する）提供者のほうが、資金使途を定める提供者より1回あたりの寄附金額は多いと指摘している。

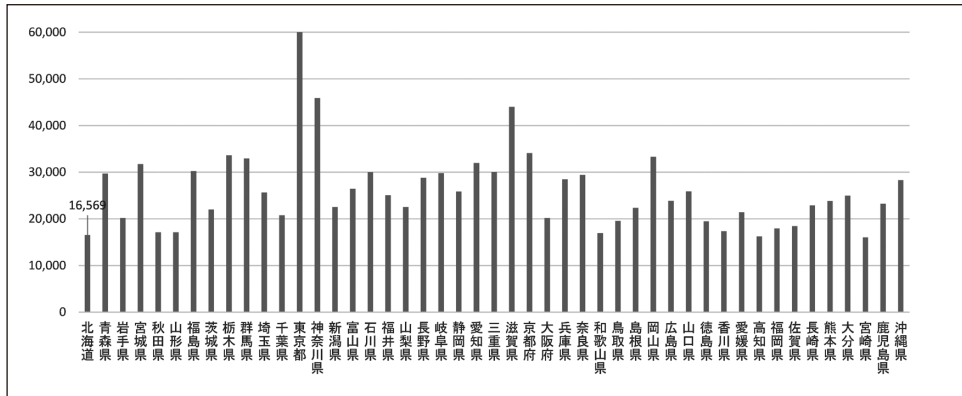
次に、ふるさと納税制度の北海道内での実態について述べる。北海道下の市町村で全国からふるさと納税による寄附金を集めている自治体は、2017年度ベースで額の多い順に根室市（2年連続1位）、森町、白糠町、上士幌町、稚内市、の順である。受入額上位に来る自治体の特色として、返礼品にコメ、牛肉、カニやイクラなどの生鮮食料品を特産品として持つ点があげられる。

一方で、北海道下の市町村はふるさと納税を多く集めるものの、1件あたりの寄附額は16,569円と、全国平均の21,111円を下回っている。返礼品にはウニ、カニ、サケ、チーズ、牛肉など北海道色の強い生鮮食料品が多く、これらは高額であっても数万円で収まること

1 米国などで富裕層がNPOに寄附をする背景には、政府を通さずに直接社会的価値があると自身が考える公共サービスを供給させるという側面もある。

がほとんどである。国内の他地域で取り入れられている 10 万円を超える返礼品は時計や家電製品が多く、このような産業集積が北海道には少ないことが影響している。したがって、2017 年 4 月の返礼品割合の上限の目安（30%）を示した勧告の影響を、北海道は他地域より受けづらいと思われる。

図 2 2017 年都道府県別の寄附 1 件あたりの受入額（円）



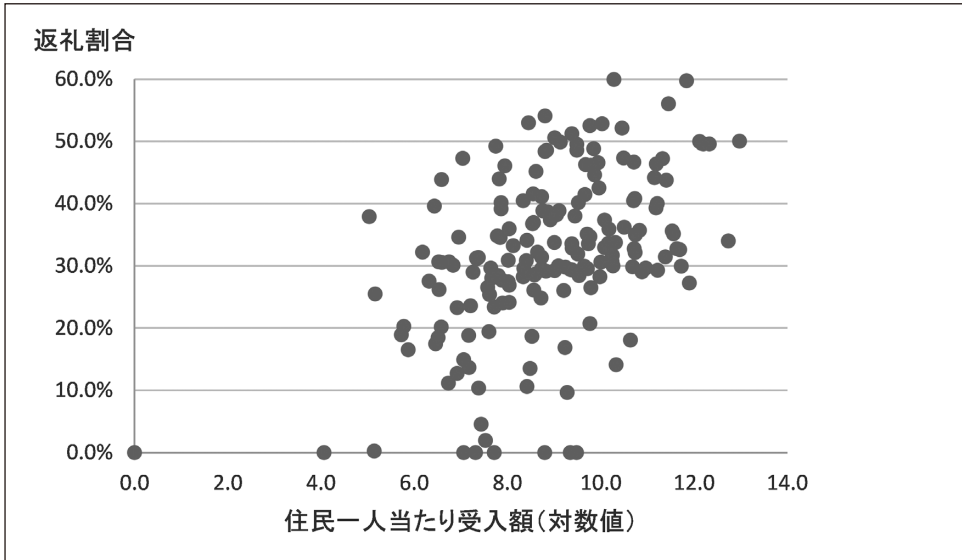
注：受入額及び受入件数は域内市区町村分も含む。東京都の値は 118,202 円である。

出所：総務省「ふるさと納税現況調査（平成 29 年度実績）」

札幌市の実態を調査した鈴木・武者・橋本（2016）や、夕張市のふるさと納税の実態を調査した橋本・鈴木・武者（2016）によると、返礼品に頼らずとも相当額の寄附を集めることは可能である。ただし、夕張市では、財政破綻の影響で当初は目立つ返礼品を設定していなかったが、2014 年度から夕張メロンを返礼品に追加したことで受入額・件数ともに増加している。このように、受入額上位の自治体には返礼品にコメなど需要弾力性の低い商品、和牛などのぜいたく品、カニ・いくら・ほたてなどの北海道ならではの海産物を売り物にしている自治体も見られる。一方、このような豪華な返礼品の有無で、各自治体の寄附金受入額がどの程度変動するのは明らかにされていない。

図 3 は北海道の市町村の住民一人当たりのふるさと納税受入額と返礼割合の散布図である。返礼割合がゼロでも受入がある自治体も存在するが、多くは返礼割合が高まるほど一人当たり受入額が増加している（右上がり）傾向がうかがえる。なお、ここでの返礼割合とは、返礼品の調達費用をふるさと納税による寄附金額で除した値である。

図3 住民一人当たり受入額と返礼割合



出所：総務省「ふるさと納税現況調査（平成29年度実績）」

3. 分析の手法

本章では、北海道の市町村を対象に、ふるさと納税による寄附額の決定要因を計量的手法によって明らかにする。ここでは寄附の受入額の決定要因について分析するため、寄附金額 DON に対する以下のようなモデルを想定する。

ふるさと納税の受入額は返礼率と正の関係があることが予想されるが、それ以外の要因にも影響される。受入額に正の影響を与えるものとして、広報にかかる費用、ふるさと納税のクレジット決済が可能かどうか、返礼品として人気の高い牛肉や米、海産物が用意されているか、などがあげられる。ただし、2018年現在ではふるさとチョイスやさとふるなどのふるさと納税サイトを利用する全ての自治体がクレジット決済利用が可能であり、この利便性による差はつかないと判断される。寄附元が多いとされる三大都市圏からは北海道は離れており、送料も国内の他地域に比べて高くなることが多いため変数として考慮している。なお、北海道の市町村の返礼品率の平均は28%で総務相通知の範囲内であった。

北海道の人気の高い返礼品として牛肉、米、カニの3点を選択し、これらが返礼品に用意されているかをふるさとチョイスのホームページから検索し、その有無をダミーとして利用する。データ年度は2017年度である。

表1 記述統計

変数名	平均値	標準偏差	最大値	最小値
返礼品率	0.2812	0.218679	0.6809	0.00
広報費用 (円)	14,416,352	5,575,146	80,710,040	0
送付費用 (円)	198,116	765055.4	7,034,197	0

$$DON=C+\alpha RETURN+\beta PR+\gamma SEND+Dummy+\varepsilon$$

表2 推計結果

定数項	10,996,214 (0.6841)	90,425,551(0.9752)	64,984,801(0.2841)
返礼品率	26,203,903 (3.4109) **	28,274,050(3.7984)**	22,883,524(4.2756)**
広報費用	37.65006 (4.8318) **	30.64739(5.8613)**	34.18147(3.4460)**
送付費用	9.126743 (8.5981) **	3.066259(6.2740)**	5.623221(1.4978)
コメダミー	25,917,422(1.2017)		
カニダミー		346,013,855 (5.5904) **	
牛肉ダミー			172,557,993 (2.9703) **
調整済決定係数	0.530395	0.624102	0.584799

注：**は1%で有意である。

ここで、DONはふるさと納税による寄附額、RETURNは寄附金額に対する返礼品額の比率、PRは広報費用、SENDは送付費用である。Dummyは該当する返礼品を用意している場合は1、そうでない場合を0とする変数である。

回帰分析の結果は表2のようになった。北海道内の市町村の場合、返礼品率が1%増加すると2620万円のふるさと納税受入額の増収となった。これは逆に、返礼品率が1%下がると2620万円の減収となるともいえる。2017年4月、2018年4月と総務大臣からの通知に従って返礼品率が上限の30%へ変更されると、これまで返礼品率が40%であった自治体は2億6200万円、同50%であった自治体は5億2400万円の減収となると予想される。これは小規模な自治体にとっては影響が大きい。広報費用が1円増加すると37円の増収となった。送料などの返礼品以外の送付費用が1円増加すると9.12円の増収となった。カニを返礼品に用意できると3.4億円、牛肉は1.7億円の増収となる。

広報費用が増加する効果は返礼品が増加する効果よりも大きかった。返礼品を豪華にすることや種類を増やすことは、自治体にとっては税収増加要因になるとはいえ相応の調達コストを伴う。自治体のふるさと納税のための広報費用としては、東京事務所やアンテナ

ショップでの特産品のPRがある。また、さとふるやふるさとチョイスなどのふるさと納税ポータルサイトへの出店が考えられるが、いずれも高額のコストを要していない。現時点では返礼品を豪華にするよりも、費用対効果のよい手法なのかもしれない。

送付費用が増加することもプラスの効果となった。北海道は寄附者が多いとされる三大都市圏からは離れており、寄附が増えて返礼品送付が増えると送料もかさむということになる。送付費用には送料だけでなく、送付作業の外注費用も含まれており、これについては解釈の検討が必要だろう。

返礼品の種類による影響としては、カニと牛肉は有効という結果になったが、米は有効とはならなかった。米は日本全国で栽培されており、北海道とその他の地域との差別化がしにくく、加えて代表的な北海道米である「ゆめぴりか」や「ななつぼし」の知名度が低いことが考えられる。カニと牛肉ではカニのほうの増収効果が高いが、これもカニと牛肉における北海道のブランド力の違いが考えられる。牛肉は宮崎県など和牛の名産地が並ぶ九州の市町村や、山陰地方でも返礼品として多く採用されており、差別化がしづらかったと思われる。一方、カニの漁獲量のシェアは北海道が2016年度で23.7%²と47県中1位であり、返礼品として用意できる量がそもそも多い。また、他地域ではほとんど産出されない花咲ガニの産地を有する根室市は、ふるさと納税ランキング上位の常連である。2018年の総務大臣からの通知では、返礼品として域外の生産品を移入または輸入して返礼品とすることを自粛するよう求めている。北海道が特産品であるカニを返礼品として採用することは、ふるさと納税の趣旨とも合致する。

ふるさと納税が注目を集める以前の分析ではあるが、跡田（2008）はユニークなまちづくりをするなど、自治体が積極的な産業政策や地域活性化政策を取っていると寄附を増大させる可能性があることを明らかにしている。自地域の特産品を返礼品として積極的にPRし、ふるさと納税による寄附を集めることは先行研究の結果とも整合的である。

4. まとめ

本稿で明らかにしたことは以下のとおりである。近年北海道の市町村では、生鮮食料品を返礼品として用意することが、ふるさと納税による寄附額を増加させていることが分かった。一方で、保存性の高い食料品（コメ）は他地域との差別化ができておらず、寄附額の増加につながっていないことが分かった。

今後の課題として、分析範囲の他地域への拡張が考えられる。北海道の市町村は生鮮食

2 農林水産省「漁業・養殖業生産統計」より

料品中心の返礼品を用意してふるさと納税による寄附を集めていることが分かったが、他地域でもその傾向があるのかを確認する必要がある。また北広島市など2016年以降にふるさと納税を導入した自治体もあり、取り組みの浅い自治体についても考慮することがあげられる。

特に、財政再建団体で種々の財政制約を受けている夕張市では返礼品の返礼品率も低く、寄附総額に占める各種経費の比率も低く、節度ある制度運用を行っていることが分かっている。また、返礼品を伴わない「企業版ふるさと納税」も早くから導入している。このような先進的な事例に北海道内の他自治体が学ぶことで、より持続可能な制度が可能となり、当初目的であった地方創生の一環となると考えられる。

札幌市のように用途を明確にした制度を掲げることや、夕張市のように透明性の高い制度運営を行うことで、一定の寄附金受入額を確保できることを示す。その場合、道内で今後ふるさと納税を導入する自治体に制度の健全な運用方法を示すことが可能となる。また、このような改善が制度導入当初の目的に合致していることを計量的に示せれば、より持続可能なふるさと納税制度のあり方を北海道内の市民にひろく知らせることができる。

北海道では東川町のように寄附の用途を町内のワイン事業に指定し、完成したワインを返礼品に設定している自治体もある。海産物や精肉は差別化が難しいが、ワインはその土地のテロワール（気候や土壌など）を反映しており差別化が容易である。2018年4月の総務大臣の通知にも合致しているため、新しいタイプの返礼品として広まっていくと考えられる。

従来でも、寄附金の用途を指定できるタイプの寄附はみられたが、従来の札幌市のように返礼品を送付しないという寄附行動本来の在り方に戻る必要がある。2018年9月に起きた北海道胆振東部地震で被災した自治体を支援する形で寄附されるタイプのふるさと納税がみられているが、このような寄附本来の意味合いに戻っていくことが必要である。

国は「お礼の品は寄附額の3割以内」と通知しても、財政の厳しい自治体ほど寄附金が欲しいというのが自治体の本音である。最終的には、寄附金税制の見直しに加えて、返礼品率の規制も提案する必要がある。道内市町村には全国的にふるさと納税による寄附金を多く集めている自治体が存在しており、返礼品の域内調達や自治体ブランドの向上といった面が見られる一方、税収が市外流出する自治体や、域外から返礼品を調達するような事例も発生しているためである。

加えて、ふるさと納税の別の側面として、高額所得者ほど有利な制度設計になっているということが挙げられる。高額納税者ほど多額の寄附が可能となり、それに伴う返礼品の獲得も高額になるためである。この所得階層別の影響をシミュレーションすることも新たな

題材として残されている。

参考文献

跡田直澄（2008）「地方自治体への寄付と政策」『三田商学研究』vol.50, No.6, pp.33-43.

鈴木善充・橋本恭之（2017）「ふるさと納税に関する研究 - 北海道下の市町村データによる分析 -」『生駒経済論叢』第15巻第2号, pp.21-31.

鈴木善充・武者加苗・橋本恭之（2016）「札幌市におけるふるさと納税の現状について」『生駒経済論叢』第14巻第2号, pp.61-77.

トラストバンク（2017）「ふるさと納税に関する調査」2018年8月25日閲覧

<https://www.trustbank.co.jp/news/single/pressrelease/2017/single-pressrelease20171120d.php>

西村慶友・石村知子・赤井伸郎（2017）「ふるさと納税（寄附）のインセンティブに関する分析 - 個別自治体の寄附受け入れデータによる実証分析 - 」『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.31-39.

橋本恭之・鈴木善充・武者加苗（2016）「夕張市におけるふるさと納税の現状について」『関西大学経済論集』第66巻第4号, pp.1-14.

保田隆明（2016）「ふるさと納税のきっかけと動機に関する調査」VENTURE REVIEW No.27, pp.31-43.

総務省（2013）「ふるさと納税に関する調査結果」

本稿は平成29年度札幌大学研究助成，および平成29年度日本計画行政学会，および平成30年度北海道開発協会の助成を受けたものである。記して感謝申し上げます。