

1 プロジェクト内容

| | |
|--|----------------------|
| (1) プロジェクト名 | せとドネーション&ファンディング見える化 |
| (2) プロジェクトの成果（※そのような成果が得られたかについて具体的に記載） | |
| <p>8月1日に実施した、瀬戸市政策推進課に対するヒアリング調査では、とりわけ寄付制度がもつ「集まりすぎ」の問題が明らかとなった。寄付は、寄付者が選好する政策に資金を提供することができる点で納税よりもすぐれているが、適切な情報が供給されなければ偏りも生じる。瀬戸市では、オオサンショウウオの保護・普及事業にふるさと応援寄付金の使途が設定され、多くの寄付を集めていた。これは生物多様性の観点から好ましい成果ではあったものの、希少生物のように上限が限られた対象に多くの寄付が集まると、その使途は難しくなりがちである。</p> <p>そのため、12月に実施したアンケート調査は、回答者に対して、「返礼品」以外の要因に目を向けるメリットを提示した。アンケート調査は、インターネット調査会社アイブリッジ株式会社のfreesyを用いた。その第一段階は、10,000人を対象としたスクリーニング調査として、20代から60代以上までの各世代の男女800人ずつに、ふるさと納税の関心を尋ねた。それによると、ふるさと納税について「関心があり、利用したこともある」と回答した人は、2,592人（32.4%）となった。これは日本全国の利用率に比較すると高いが、民間企業や研究機関が実施したアンケート調査と大差ない。</p> <p>次に、この2,592人のうち20代から60代以上までの各世代の男女100人ずつを抽出し、計1,000人を対象とする本調査を実施した。その設問は、別に添付するとおりである。</p> <p>一般に、現行のふるさと応援寄付金制度では、寄付先が魅力的な返礼品を提供しているかどうか、納税者にとって地域を選択する動機となっている。こうした傾向は、過去に実施された民間企業や研究機関によるアンケート調査でも頻繁にみられる。たとえば、ふるさと応援寄付金制度を利用する動機には、返礼品や節税が上位を占めている。（たとえば、株式会社さとふるによる『ふるさと納税利用実態アンケート』等。）そのため、本プロジェクトのアンケート調査では、返礼品の要因を取り除いて、地域に着目した質問を作成した。その主な結果は、以下のとおりである。</p> <p>問2は、回答者がその地域に寄付した要因を、返礼品以外で尋ねたものである。ここでは、回答2の「魅力ある取り組み・応援したい取り組みがあるから」が「貢献したい・恩返ししたい地域だから」を上回った。問4は、同じような返礼品を提示された場合に、地域を選択する理由を尋ねたものである。ここでは、回答3の「旅行や用事などで訪れたことがあるから」が最も多い。</p> <p>ところで、問5は、寄付をおこなった地域に関する印象を、①高齢化、②人口減少、③地域経済、④観光名所、⑤特産品・名物、⑥地域の知名度、⑦自然環境、⑧交通について尋ねた。これについて、①④⑤は肯定的、③⑧が否定的、②④⑥⑦は両者が拮抗した。こうした回答の傾向は、瀬戸市の魅力を発信する上では、あてはまらない傾向が多く、これまでのPRで寄付を集めにくかったことと一致する。しかし、予想されたように⑤特産品・名物には、瀬戸市が積極的にRPを拡大する余地があり、その反応も期待できることが確認された。</p> <p>問6は、2023年度に刷新された4つの「ふるさと納税の使い道」を、回答者が並び替えた結果である。ただし、今回のアンケートでは選好を明らかにするメリットを説得的に示しているため、実際に選択される傾向とは大きく異なった。「活力ある地域経済と豊かな暮らしを実感できるまち」が選択されやすく、「地域に住まう市民が自立し支え合い、笑顔あふれるまち」が選択されにくい。「市長にお任せ」は、7割の回答者が回避した（4番目に選択した）。</p> <p>今回の調査のうち、とくに問5は、ふるさと応援寄付金制度の現状をよく表している。ふるさと応援寄付金制度では、自然が豊かであったり、人口が減少していたりといった、寄付する人がイメージを抱きやすい要因は、寄付を集めやすいことが明らかである。こうした要因は、瀬戸市はもちろん多くの市</p> | |

町村に多かれ少なかれあてはまるが、PRに用いるほどの状況にはない。また、少子高齢化のように、そもそも他の地域との差別化が難しく、PRには不向きなものもある。もっとも、瀬戸市にも「せともの」に代表される名物・特産物があり、アンケート調査の結果からも、その利活用がふるさと応援寄付金制度でも重要であることは確かである。瀬戸市には、その他にも「海上の森」や「オオサンショウウオ」をはじめとした地域資源が存在しているが、それらを地域づくりとどのように結びつけていくかが問題といえる。

今回の質問法は誘導的であるものの、今後、政策に目を向けることが推進されれば、本アンケートで得られた結果のように、「市長にお任せ」よりも他の回答を選択することが一般化するかもしれない。

(3) プロジェクト実施内容 (※事業の実施方法、時期、場所、回数、市民への周知方法、参加人員等を含め、その内容を具体的に記載)

2023年8月1日 南山大学澁谷ゼミ3年生・4年生のうち10名により、瀬戸市政策推進課職員お二方を招き、ふるさと応援寄付金制度の実態についてオンラインでヒアリングした。

2023年12月8日 スクリーニング調査 (回答数: 8,000)

2023年12月13日 本調査 (回答数: 1,000)

2024年2月23日 大学コンソーシアムせと「2023年度活動成果報告会」

本プロジェクトに関して、瀬戸市の財政に関するオープンデータを<<http://shibutani.org/財政状況資料集Viewer/index.php?area=瀬戸市&prefecture=愛知県>>に収集し、まとめている。本プロジェクトの成果についても、特設ページを作成中である。

(4) プロジェクトの今後の課題と展望

2023年10月、総務省は、ふるさと応援寄付金制度について、返礼品を含めた経費率の上限を5割とする改正をおこなった。このように、ふるさと応援寄付金制度は、本来の趣旨に近づけて改正されていくことが当然に予想される。そのため、改正に先んじて納税者の選好を確認することが必要である。

今回のアンケート調査の結果によれば、⑤特産品・名物が瀬戸市の魅力として打ち出しやすいことが明らかとなっている。もっとも、瀬戸市の特産物・名物のうち最も有名なものは焼き物であり、その魅力はかならずしも容易に伝えられる物ではない。また、単に「魅力」といっても多様な側面があり、さらなる調査が必要になる。

(注) プロジェクトに関する参考資料がある場合は、A4サイズで添付してください。