

基礎研 レポート

ふるさと納税のデフォルト用途

ふるさと納税の用途は誰が選択しているのか？

金融研究部 主任研究員 高岡 和佳子
(03)3512-1851 takaoka@nli-research.co.jp

1—はじめに

ふるさと納税は返礼品に注目されがちだが、大多数の地方公共団体では寄付時に用途を選択できるようになっている。平成27年度の「ふるさと納税に関する現況調査結果」（以下、調査結果）によると、用途を選択できる地方公共団体の割合は当時でも89.4%で決して小さくないが、令和5年度では、97.7%にまで拡大している。また、用途の分野の選択にとどまらず、具体的な事業を選択できる地方公共団体の割合も、平成27年度の17.0%¹から令和5年度では24.1%に増え、目標金額、募集期間等を定める、「クラウドファンディング型」を実施する地方公共団体の割合も18.9%に及ぶ。

一方、用途を選択できない地方公共団体2.3%にはそれなりの事情がある。令和5年度の調査結果には、用途を選択できない理由や今後の見通し等の情報も掲載されている。用途を選択できるよう検討中であるといった回答が多いが、予算規模が小さいので「特定の用途に予算が集まると困る」といった予算制約上の事情で、用途の選択には困難が伴うといった回答もある。予算制約の本質が、必要な経費に対する制約付きの資金の割合の問題ならば、規模が大きい地方公共団体であっても、用途が限定される資金（寄附金）が相対的に多額であれば同様の問題が発生する可能性はある。それにも関わらず、多額の寄附金が集まる地方公共団体ほど、選べる用途のバリエーションが多い。実は、多額の寄附金が集まる地方公共団体ほど用途を選択しない寄附（「用途指定なし」を選択した寄附を含む）の割合が高い傾向があるので²、特定の用途に予算が集まりすぎるといった問題が生じないのかもしれない。

多額の寄附金が集まる地方公共団体ほど用途を選択しない寄附の割合が高い根本的な原因として、

¹ 分野又は具体的な事業を選択できる11.9%と、具体的な事業を選択できる5.1%の合計

² 基礎研レポート「[ふるさと納税、用途選択の効果 人気の用途は寄附額アップにつながるのか？](#)」参照

返礼品を目的とする寄付者は使途に特段関心がなく、かつ人気の返礼品を有する地方公共団体が多額の寄付を集めていることが考えられる。しかし、使途に関心が低い寄付者が多いと考えられるからこそ、特定の使途をデフォルト（既定値）にするとか、使途の表示順を調整することで、地方公共団体が望む使途へ誘導することも可能だろう。

そこで、総務省が公表する「ふるさと納税に関する現況調査結果」の内、地方公共団体毎の使途の分野別受領寄付金額のデータを用いて、デフォルト設定や使途の表示順が寄付者の使途選択に及ぼす影響や、多額の寄付金が集まる地方公共団体が寄付者の使途選択を誘導している可能性を確認したい。

2——デフォルト設定や使途の表示順に誘導される寄付者

1 | 仮説と確認方法

使途の分野別受領寄付金額の割合を全地方公共団体の合計で確認すると、使途を選択しない寄附額（「使途指定なし」を選択した寄附に加え、使途を指定できない地方公共団体への寄附を含む）が最も多く、次いで「子ども・子育て」分野、「教育・人づくり」分野、「地域・産業振興」分野の順に多いが、個別の地方公共団体別に確認すると、結果は大きく異なる（図表1の左）。

使途の分野別受領寄付金額の割合が異なる理由の一つとして、地方公共団体によって選択可能な使途の分野（ラインナップ）が異なることが考えられる。例えば、A市は、「子ども・子育て」分野、「教育・人づくり」分野が突出して高い。これは、A市では、この二つの分野と「まちづくり・市民活動」分野及び「その他」の4つの分野しか選択できないことに起因する。また、B市は「地域・産業振興」が高く、全国的には人気の「子ども・子育て」分野、「教育・人づくり」分野は0.0%である。これは、B市では様々な分野が選択可能だが、この人気の2分野が選択できないことに起因する。

このように、地方公共団体が提示する使途のラインナップが寄付者の使途選択に大きな影響を及ぼすことは明らかだ。しかし、A市とB市が共に使途を選択しない寄附の割合が低いことは、地方公共

【図表1】使途の分野別受領寄付金額の割合の相違と分析方法

	全体①			選択可否②		③：①×②		平均：③/④		
		A市	B市	A市	B市	A市	B市	A市	B市	
使途を選択する	58.7%	99.5%	90.4%	1:可 0:不可						
内訳	①まちづくり・市民活動	5.2%	0.1%	5.3%	1	1	5.2%	5.2%	7.8%	7.6%
	②スポーツ・文化振興	2.2%	0.0%	17.2%	0	1	0.0%	2.2%	0.0%	3.2%
	③健康・医療・福祉	4.9%	0.0%	4.5%	0	1	0.0%	4.9%	0.0%	7.2%
	④環境・衛生	5.1%	0.0%	2.4%	0	1	0.0%	5.1%	0.0%	7.5%
	⑤教育・人づくり	7.0%	46.2%	0.0%	1	0	7.0%	0.0%	10.5%	0.0%
	⑥子ども・子育て	12.7%	44.8%	0.0%	1	0	12.7%	0.0%	19.2%	0.0%
	⑦地域・産業振興	6.5%	0.0%	57.4%	0	1	0.0%	6.5%	0.0%	9.5%
	⑧観光・交流・定住促進	2.9%	0.0%	1.7%	0	1	0.0%	2.9%	0.0%	4.3%
	⑨安心・安全・防災	1.8%	0.0%	0.0%	0	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	⑩災害支援・復興	0.5%	0.0%	0.0%	0	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	10.2%	8.4%	1.9%	1	1					
使途を選択しない	41.3%	0.5%	9.6%	1	1	41.3%	41.3%	62.5%	60.7%	
				合計④		66.0%	68.0%	100.0%	100.0%	

(資料) 総務省「令和5年度ふるさと納税に関する現況調査」を基に作成

団体が提示する使途のラインアップでは説明できない。使途のラインアップ以外の要因として、使途のデフォルト設定や使途の表示順が寄付者の使途選択に影響を及ぼしている可能性がある。そこで使途の分野別受領寄付金額の割合が全国平均から大きく乖離している地方公共団体を調査対象として抽出し、地方公共団体毎に全国平均から大きく乖離する要因を調べた。

具体的には、図表1の右のように、全国平均的な使途の分野別受領寄付金額の割合をベースに、各地方公共団体のラインナップに応じた平均的な使途の分野別受領寄付金額の割合を推定する。その推定結果（図表1、右端）と実際の使途の分野別受領寄付金額の割合（図表1、左）との乖離（距離）を基準に調査対象の地方公共団体を抽出した。但し、「その他の使途」については、地方公共団体によって内容が全く異なるため、分析対象から外している。

2 | 結果

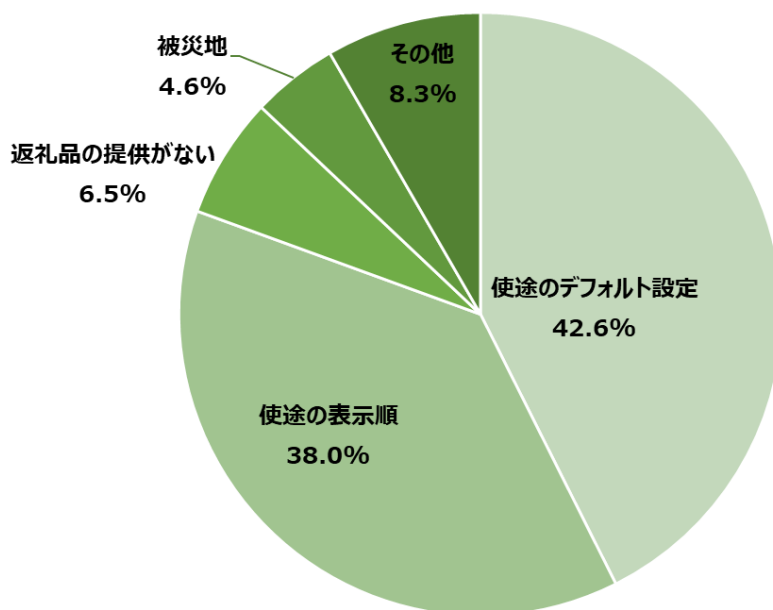
使途の分野別受領寄付金額の割合が全国平均から大きく乖離する108の地方公共団体を抽出し³、個別に乖離の要因を調べた結果を表2に示す。

乖離の要因のうち最も多いのは使途のデフォルト設定で、4割以上を占める。一部のポータルサイトで特定の使途（「使途指定なし」を含む、以下同様）をデフォルトとして設定しており、かつその使途の割合が極端に高い地方公共団体がこのケースに該当する。返礼品に関心はあっても、使途に関心のない寄付者が、わざわざ使途をデフォルトから別の使途に変更することはないので、使途のデフォルト設定には、寄付者の使途選択を誘導する効果がある。

次に多い要因は使途の表示順で4割弱を占める。特定の使途をデフォルトとして設定していることは確認できなかったが、選択可能な使途のうち最初に表示される使途の割合が極端に高い地方公共団体がこのケースに該当する。スクロールが不要、もしくはマウスの移動距離が最も短いといった作業効率の点で、最初に表示される使途が最も優れるため、使途のデフォルト設定同様に、使途の表示順にも寄付者の使途選択を誘導する効果がある。

デフォルト設定や使途の表示順が乖離の要因と考えられる地方公共団体が8割以上を占めるが、それ以外にも要因はある。例えば、返礼品（お礼状は除く）を送付していないケースや、寄付を受領する地方公共団体が被災地であり、かつ「災害支援・復興」の割合が高いケースである。被災

【図表2】 全国平均から大きく乖離する要因



³ 使途を選択できる全地方公共団体を対象に、使途の分野別受領寄付金額の割合の全国平均からの乖離（距離）を算出し、これらの平均及び標準偏差を基に95%点を超える地方公共団体を抽出した。

地への寄付の場合、返礼品を受け取っている可能性もあるが、いずれのケースも「寄付を行う最大の目的が返礼品とは考えにくい」という共通点がある。

なお、中には使途の分野別受領寄付金額の割合が全国的な平均から大きく乖離する要因が分からないケースもあり、そのようなケースはその他の8.3%に含めている。但し、その他8.3%の大部分は、分析対象から外している「その他の使途」がデフォルトとして設定されていたり、複数の分野にまたがる使途に集まった寄付金を「その他の使途」に合算して報告していたりと、分析方法やデータの不完全さに起因するものである。

以上から、寄付を行う最大の目的が返礼品ではないケースを除き、デフォルト設定や使途の表示順が、寄付者による使途の選択に大きく影響していると考えられることができる。

3——デフォルト設定や使途の表示順によって地方公共団体が誘導しているかもしれない

1 | 仮説と確認方法

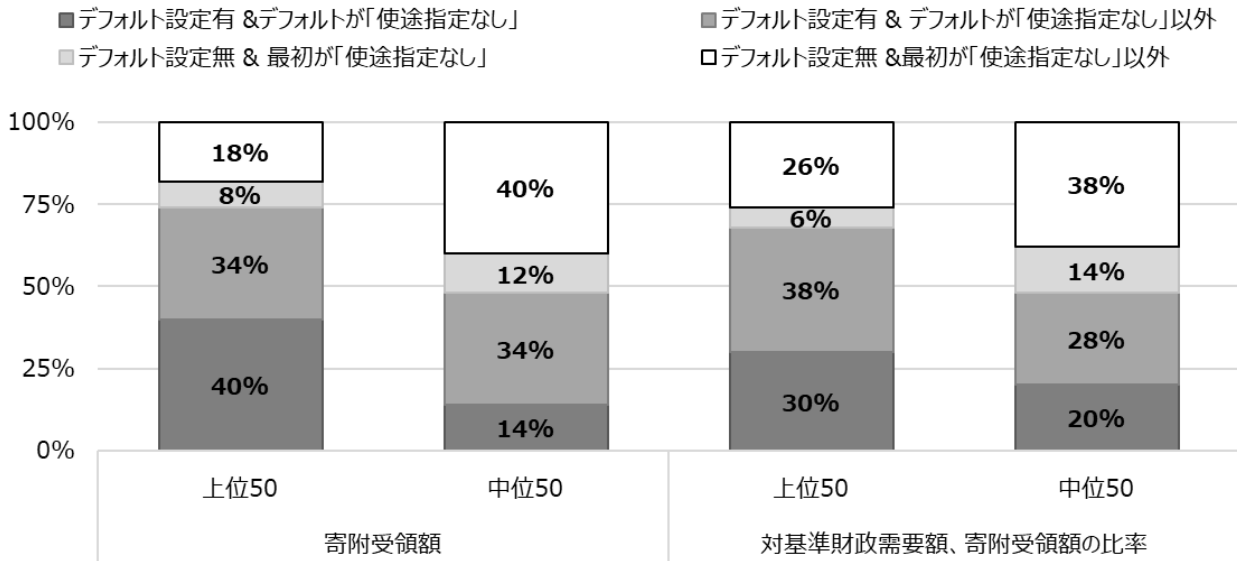
寄付を受け取る地方公共団体にとっては、使途が限定された資金より、使途が限定されない（自由度が高い）資金の方が好ましい。また、使途が限定されている資金間の比較でも、地方公共団体にとってニーズの低い使途より、ニーズの高い使途の方が好ましい。個人が定額給付金などの支援を受ける場合に置き換えるとわかりやすい。同じ金額をもらうなら、使えるお店が限られている商品券よりもどこでも使える現金の方が好ましく、また使えるお店が限られている商品券間の比較でも、普段利用しないお店でしか使えない商品券より、普段利用しているお店で使える商品券の方が好ましいからだ。

2章で説明したように、寄付を行う最大の目的が返礼品ではないケースを除き、寄付者の使途の選択はデフォルト設定や使途の表示順の影響を受けやすい。そして、寄付者の大多数が返礼品を目的としていることは公然の事実であり、寄付を受領する地方公共団体もそのことは当然理解しているはずだ。加えて、特定の使途をデフォルトとして設定するか否か（デフォルト設定可能なポータルサイトを選ぶか否かを含む）や、使途の表示順を決定するのは地方公共団体なのだから、デフォルト設定や表示順の決定を通じて寄付者の使途選択を誘導することも可能である。冒頭で、多額の寄付金が集まる地方公共団体ほど使途を指定しない寄付の割合が高い傾向について記したが、デフォルト設定や表示順の決定を通じて、地方公共団体が使途選択を誘導した結果かもしれない。そこで、3章ではこの可能性について検証する。

まず、多額の寄付を受領するほど、もしくは予算規模と比べて寄付額の割合が高い地方公共団体ほど、使途選択を誘導するインセンティブが高いはずだ。仮に、地方公共団体による使途選択の誘導があれば、使途選択を誘導するインセンティブが高い地方公共団体ほど特定の使途をデフォルトに設定したり、最初に表示される使途を「使途指定なし」にしたりする割合が高くなると考えられる。そこで、寄付受領額、及び予算規模に対する寄附受領額の比率が上位50の地方公共団体と中位（876位～925位）の地方公共団体を対象に、デフォルト設定の有無と最初に表示される使途が「使途指定なし」か、それ以外かを調査した。

なお、予算規模の代理変数として、地方交付税額の算出に用いられる基準財政需要額を採用した。

【図表 3】 寄付受領額等別、デフォルトなどの状況



2 | 結果

図表 3 は、寄付受領額、及び予算規模に対する寄附受領額の比率の階級別に、デフォルト設定の有無などを調査・比較した結果である。寄付受領額を基準に対象地方公共団体を選別した場合も、また予算規模に対する寄附受領額の比率を基準に対象地方公共団体を選別した場合も、結果はほぼ同じである。上位 50 の地方公共団体は中位 50 の地方公共団体と比べて、「用途指定なし」がデフォルトになっている割合（濃灰色）が大きく、デフォルト設定がなく、かつ最初に表示される選択肢が「用途指定なし」以外の割合（白色）が小さい。「用途指定なし」以外のデフォルトも加えると、上位 50 の地方公共団体の約 7 割が、何らかの用途をデフォルトとして設定していることになる。

予算規模に対する寄附受領額の比率を基準に対象地方公共団体を選別した結果（図表 3 右）は、階級によって統計的に有意な差があるとは言えないが、寄付受領額を基準に対象地方公共団体を選別した結果（図表 3 左）は、統計的にも有意な差がある。多額の寄付金が集まる地方公共団体ほど用途を指定しない寄付の割合が高いのは、返礼品を目的とし特段用途に関心のない寄付者が多いことだけが原因ではなさそうだ。地方公共団体が意図した誘導か意図せざる誘導かまでは判断できないが、デフォルト設定などにより、用途を指定しない寄付となるよう寄付者を誘導している側面もある。

4 — まとめ

ふるさと納税において寄付金の用途は重要と考えられている。返礼品にばかり注目が集まる中、用途にも注目が集まるよう何らかの取り組みが必要だといった議論がある⁴。実際、寄附金の募集時に用途を明確化したり、活用した事業の成果を公表したりするなどの工夫を行うことが望ましいと考えられており、通知等を通じて総務省から地方公共団体に働きかけられている。このような動きかけもあり、用途を選択できる地方公共団体が全体の 97.7%にまで及ぶ。

⁴ 第 212 回国会 参議院 外交防衛委員会 第 3 号 令和 5 年 11 月 14 日 参照

ふるさと納税制度の検討段階から、募集時における使途の明確化や、寄付金の使途状況の報告が好ましいという考えはあった。しかし、「地方公共団体に対し寄付を行う納税者は、基本的に自分の寄付金がどのように使われるかという点に強い関心を持っている」という大前提の下、募集時における使途の明確化や、寄付金の使途状況の報告は、寄付者の「志」に応えるために望ましい対応と考えられていた⁵。つまり、元々使途に興味のない寄付者に関心を持たせるための手段ではないのである。

返礼品の出現により、ふるさと納税制度の検討段階では想定していなかった「使途に関心を持たない寄付者」が大半を占めることとなった。こうした状況の中、デフォルトや使途の表示順に左右される寄付者が多いことを示唆する2章の結果は、募集時に使途を明確化した上で、選択できるようにしたところで、寄付者の使途に対する関心を高める効果は極めて限定的であることを示している。

馬を水辺に連れていくことができて、水を飲ませることは難しいように、使途に関心のない寄付者に寄付金の使途に関心を持たせることも容易ではない。使途に関心を持つことでわかりやすいメリットがあれば良いのかもしれないが、返礼品よりもわかりやすいメリットを寄付者に用意することもなかなか難しい。返礼品に対する過度な注目を是正し、使途にも注目を集める必要があるならば、募集時における使途の明確化や、寄付金の使途の状況などを公表にとどまらず、何らかのルールチェンジが必要なかもしれない。

3章に示す通り、意図的か否かに関わらず、地方公共団体が提示する使途のラインナップや表示順、ポータルサイトのシステム設計等によって、寄付者の使途が大きく左右されている。このため、今後使途を指定する寄付の割合が増えたとしても、これをもってふるさと納税の本来の趣旨に沿っているなどと判断することはできないであろう。本来の趣旨に沿っているか、またふるさと納税制度が寄附文化の醸成に寄与しているかを定量的に確認する為には、ふるさと納税制度の検討段階で想定していたような寄付の規模を把握するためのデータが不可欠となる。

目標金額、募集期間等を定め、特定の事業にふるさと納税を募る「クラウドファンディング型」の寄付総額は、一定程度参考になると考えられるが、返礼品を目的として寄付先を選択した結果、「クラウドファンディング型」の使途が最初に表示されているケースなどもあり、全てがふるさと納税制度の検討段階で想定していたような使途に関心の高い寄付とは限らない。残念ながら、使途を目的とした寄付か、返礼品を目的とした寄付かを見分ける明確な基準はないので、返礼品を求めない寄付総額や、これに返礼品があっても被災地の地方公共団体に対する寄付を合算した値など、多面的なデータの収集と公表が望まれる。

⁵ 「ふるさと納税研究会報告書」 平成19年10月参照