

# プロジェクトリーダー：南山大学 総合政策学部 澁谷英樹准教授

## 事業実績調書

(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>2024年度の本プロジェクトは、「まちの魅力」をテーマとして調査・分析が進められた。これは、2023年10月にふるさと納税（ふるさと応援寄附金）の返礼品にかかる経費率の上限を、50%に制限する改正がおこなわれたことが背景にある。この改正にも示されるように、現在のふるさと納税は、返礼品を目当てとした寄附者・納税者の注目をいかにして集めるかに焦点が当たっている。もっとも、こうした制度は、寄附者・納税者がよりよい政策をめざして意思を表明するものに改められていくものと考えられる。また、自治体の側も、こうした寄附者・納税者に訴えかけるような、政策の提案と情報の発信をめざしていくものと考えられる。したがって、本プロジェクトは寄附者・納税者の選好を明らかにするとともに、あるべき政策の方向性を研究するものである。</p> <p>以下では、2025年1月23日に、20代から70代までの男女で、世帯収入200万円以上の有業者のうち、ふるさと納税に「関心があり、利用したこともある」と回答した1,000人を対象としてアンケート調査を実施した結果を述べる。</p> <p>設問1は、「あなたが、昨年のふるさと納税で寄付した金額を教えてください。」である。この設問は、世帯年収が高くなるほど割合は減少している。最も多い階級は「3万円未満」であり、32.9%を占めている。</p> <p>設問2は、「あなたがふるさと納税にかける金額を教えてください。」である。この設問は、米（0円は48.6%）、但馬牛や飛騨牛などのブランド肉（43.5%）、トイレトペーパーなどの日用品や雑貨（68.6%）、陶磁器など伝統的な工芸品（82.1%）、旅行先で利用できる金券やクーポン券（74.2%）について金額を選択する。</p> <p>設問3は、「もしあなたが旅行に行くとしたらどんな場所に行きたいですか。」である。なお、複数選択可能である。このうち最も選択された場所は、おいしいものを食べられる場所（72.7%）であり、疲れを癒やし健康になれる場所（54.4%）がそれに次いで多い。</p> <p>設問4は、「あなたが好みの場所に求めるコトを教えてください。」である。これも複数選択可能である。このうち最も選択されたコトは、静かで落ち着いている（57.5%）であり、安くて満足できる、コスパが良い（48.4%）がそれに次いで多い。</p> <p>設問5は、「あなたは自分が寄付したお金を地域を応援するためにどのように使ってほしいと考えますか。」である。このうち最も選択された方策は、観光の魅力を広げるため（39.1%）であり、ふだん使っている道路をきれいにするため（14.3%）がそれに次いで多い。</p> <p>設問6は、「ふるさと納税に関する以下の項目について、あなたの意見をお答えください。」である。ここで意見を求めた4つの項目では、いずれも「ややそう思う」が最も多い。具体的な設問は、1年の間でふるさと納税を利用する時期が決まっている（49.2%）、どの地域に寄付するかは重要な問題だ（45.1%）、ふるさと納税の利用額をもっと増やしたい（48.3%）、今後もふるさと納税の制度を継続していくべきだ（48.7%）である。ただし、今後もふるさと納税の制度を継続していくべきだに「とてもそう思う」と回答した人は43.8%に上り、「ややそう思う」と合わせて肯定的な回答が9割を上回った。</p> <p>設問7は、「ふるさと納税のどのようなところが魅力的だと感じますか。」である。このうち、その地域の特産品を知ることができる（30.2%）が最も多く、寄付したお金の使いみちを指定できる（26.3%）がそれに次いで多い。</p> <p>設問8は、「ふるさと納税のどのようなところが気になりますか。」である。このうち、支援が必要なところに寄付が集まりづらい（43.8%）が最も多く、地域の財政に不安を感じることもある（16.9%）</p>

がそれに次いで多い。

(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)

2024年4月27日までに、せとドネーション&ファンディング見える化の前提となるデータベースとして、財政状況資料集をはじめとする諸資料を収集してきた。直近の令和4年度分は、この日までに収集し「地方財政ダッシュボード」として公表している。なお、2025年2月時点でこの「地方財政ダッシュボード」のアクセス数は30UV/日程度である。現段階では多いとはいえないものの、ユーザーの滞在時間は10分以上に及ぶことも多く、情報は充実したものとなってきている。5月18日には、統一的な基準による財務書類に関する情報を新たに加えた。瀬戸市についても、財務書類に関する情報①、②が収録されている。

11月8日には、女子学生5人が瀬戸市を訪問して取材した。なお、この取材は瀬戸市の体験が必要であるためプロジェクトにとっては重要であるが、その内容は女子学生の関心に任せるものとし、制約を設けなかった。(制約とは、教育や文化といった内容である。) そのため、私費によりまかなわれ、プロジェクトの経費としては計上されていない。この取材の主な内容は、陶芸体験、瀬戸蔵ミュージアム、商店街(せと末広町商店街・せと銀座通り商店街)、うなぎ料理店であった。

この成果は、「地方財政ダッシュボード」に公表することをめざしている。(この資料は、「大学コンソーシアムせと2024年度活動成果報告会」で用いた資料とは全く異なったものである。)

▼ **瀬戸焼の課題**

- ・瀬戸市の良い粘土がいずれなくなってしまう  
(10年後には陶土が取れなくなるかも...)
- ・平安時代中期から続く歴史が失われてしまう
- ・自宅で焼けるオープン陶芸キットの在庫にも限りが出てきた

☆ **解決案**

- 瀬戸焼の陶土の代わりに使用できる代替素材の開発
- 廃土の再利用の再利用や陶器を粉砕して再利用の普及

2025年1月20日に、スクリーニング調査を実施した。スクリーニング調査では、調査の対象に20代から70代までの男女のうち、世帯収入200万円以上の有業者を選んだ。なお、20代・30代・40代・50代・60代以上の男女のそれぞれ800人に均等に割り付け、計8,000人とした。このうち、ふるさと納税に対して「関心があり、利用したこともある」と回答した人は2,862 (35.78%)であった。

2025年1月23日には、このスクリーニング調査で「関心があり、利用したこともある」2,862人を対象に調査を配信し、先着した1,000人から回答を得た。

2025年2月21日に、以上の成果を「大学コンソーシアムせと2024年度活動成果報告会」において報告した。

#### (4) プロジェクトの今後の課題と展望

本プロジェクトの調査結果によれば、返礼品は、依然として「コト」消費に比べて「モノ」消費が活発である。その中心は、過去に実施された多くの調査でも明らかにされているように、米や肉である。もともと、設問3「もしあなたが旅行に行くとしたらどんな場所に行きたいですか。」では「おいしいものを食べられる場所」が最も多い。また、設問4では「静かで落ち着いている」場所が好まれるなど、ふるさと納税に特有と思われる傾向が観察されている。それに次いで「安くて満足できる、コスパが良い」という一般的な傾向も観察されている。こうした傾向は、歴史と文化のある瀬戸市の傾向を考慮しても、実現可能な範囲内にあるように思われる。また、ふるさと納税をする人は関係人口に含まれるだけでなく、実際には交流人口となっていると考えられる。こうした視点に基づけば、日本人のみに着目するのみならず、今後は外国人に注目することが地域にとって重要になってくると考えられる。