

2015年3月18日

昭和女子大学

グローバルビジネス学部

准教授 保田 隆明

takaaki.hoda@gmail.com

ふるさと納税の地域経済への経済波及効果の試算結果

要旨

北海道上士幌町のデータをもとに、ふるさと納税が地域経済に与える経済波及効果を試算した。試算は経済波及効果、メディア露出の経済価値、そしてふるさと納税をきっかけとする観光客増分の観光消費額の3つを個別に行った。上士幌町は2014年度に約10億円のふるさと納税による資金調達が見込まれており、その経済波及効果は約12.2億円、域内GDPを約6.6億円押し上げ、雇用者誘発人数は82人と試算された。また、1年間を通じたメディア露出の経済価値は約10.4億円と計算された。加えて、ふるさと納税をきっかけとした観光客増も存在すると予測されるが、その観光消費額は約1,800万円と試算した。

1. はじめに

ふるさと納税に関しては、調達金額の半分程度はお礼の品の特産品の購入に充てる自治体が多く、実質的には自治体にとって半分程度しか純税にならないことから、お礼の品のあり方について様々な意見が存在する。ただ、お礼の品のほとんどは、各自治体において自給率の高い特産品が用いられているため、自治体によるお礼の品の購入は地域の産業振興につながっており、経済波及効果をもたらしていると考えられる。また、ふるさと納税は自治体にとっては使い勝手のよい税金となるため、町の発展のためにより戦略的に使用することが可能である。それらの地域経済への経済波及効果を試算することで、ふるさと納税に関してより正確な姿を把握することを試みようとするものである。

2. ふるさと納税の地域経済への経済波及効果の試算

北海道上士幌町より関連データを提供いただき、試算を行った¹。試算は、北海道経済部経済企画室が提供している経済波及効果分析支援ツールの十勝圏版を用いて経済波及効果を推計した。同ツールは、北海道開発局「平成17年北海道内地域経済間産業連関表」65部門表を用いている²。試算は、10億円を上士幌町へのヒアリングをもとに、それら65部

¹ 最低限必要なデータを概算値で提供いただいたものであり、実際の数値とは異なる可能性がある。また、個人情報などは特定されない形でデータを提供いただいた。

² 詳しい計算モデルや前提などは経済波及効果分析支援ツール解説書(平成24年北海道総合政策部計画推進局参事(経済調査))参照のこと。

門に振り分け、同ツールの十勝圏における前提条件をそのまま上士幌町に適用して計算した。町による10億円の支出による直接効果、1次生産誘発効果、2次生産誘発効果を計算し、その合計値を経済波及効果（生産誘発額）とした³。結果、10億円の調達金額に対して、経済波及効果は12.2億円、域内GDPを6.6億円押し上げ、雇用者誘発人数は82人と試算された。ただし、一つ留意が必要な点は、計算に必要な各産業での自給率（域内調達率）、投入係数表⁴、逆行列係数表⁵の数値は十勝圏のものを、また、消費性向の数値は北海道のもの⁶を用いていることである。上士幌町は十勝圏内に属するものの、それら数値は十勝圏全体あるいは北海道全体の数値とは異なることが予想される。特に自給率に関しては、経済圏の規模の小ささゆえにより全体的に低い数値になることが想像される。したがって、今回試算した経済波及効果はあくまでも理論的な最大値、あるいは、経済波及効果を上士幌町に限定せず、十勝圏全体への波及効果とした場合の数値として理解する必要がある。

加えて、雇用者誘発人数に関しては、分析支援ツールの注記にもあるが、実体経済においては生産に増減があっても、それがそのまま直接雇用の増減に結びつくわけではない点にも注意する必要がある。ただし、人口が5,000人に満たない町において、数十人規模で雇用を創出しようとする効果は非常に大きい。

3. メディア露出の経済価値

上士幌町のふるさと納税に関する取り組みは、これまでに数多くのメディアに取り上げられている。今後町を発展させていくためには、町の全国的な知名度向上は非常に重要であると考えられるため、今回、メディア露出効果の経済価値を試算した。具体的には、上士幌町が把握している平成26年度にメディアに取り上げられた媒体の情報をリストとして提供してもらい、それら各媒体に広告出稿をしたならばかかる費用を推計し、その合計値を経済価値とした。ただし、各媒体の広告出稿費用については、公表されているものが非常に限定されているため、放送、新聞、広告業界の関係者に一般論としてヒアリングを行い、概算として計算した。結果は、テレビ・ラジオで約9.8億円、新聞雑誌で約6,300万円、ウェブメディアで約300万円⁷、合計約10.4億円となった。テレビ・ラジオの金額が大きくなっているが、全国ネットの人気テレビ番組⁸で長い尺分数をかけて何度か取り上げられ

³ たとえば、上士幌町がお礼の品として十勝ナイタイ和牛肉を1万円分購入する場合、1万円は直接効果だが、その肉を作るのに必要な飼料や肥料の生産も必要となり、1次生産誘発効果が発生する。そして、直接効果と1次生産誘発効果によって発生する雇用者所得の増加の一部が消費に回されることで、さらに各産業の生産を誘発し、これが2次生産誘発効果となる。

⁴ ある産業で、生産物を1単位生産するのに必要な各産業からの原材料などの投入割合を示す係数。

⁵ ある産業に1単位の需要が生じる際に、直接・間接の波及効果により、各産業の生産が何単位誘発されるかを示す係数。

⁶ 総務省「家計調査」のデータ。

⁷ ただし、ウェブメディアにはふるさと納税のポータルサイトでの紹介や掲載は含まず、報道ベースのみとした。

⁸ TBS「中居正広の金曜日のスマたちへ」、NHK「クローズアップ現代」等。テレビでとりあげられた回数は地方局の番組も合わせると50回を超えた。

たことの影響が大きい。なお、メディア報道によってふるさと納税の金額が押し上げられていると考えられることから、メディア報道の経済価値は、一部は上で試算したふるさと納税の経済波及効果に反映されていると考えられる。よって、経済波及効果とメディア露出の経済価値には重複部分が存在する点は留意が必要である。

4. 観光客増加による観光消費額

上士幌町が2015年1月に実施した「ふるさと納税感謝祭 in 東京」のアンケート結果によると、感謝祭への参加希望者⁹のうち約7割の人たちが上士幌町への観光に関心を持っていることが判明している。したがって、ふるさと納税は自治体への観光客の押し上げ効果が期待される。そこで、ふるさと納税をきっかけとした観光客の増加による、観光消費額を計算してみた。平成26年度の観光客入込数のデータはまだ発表されたものがないため、ふるさと納税でのメディア露出で取り上げられた町の店舗へのヒアリングなどを通じて、著者が独自にふるさと納税をきっかけとした上士幌町への観光客の増加数を推計した。年間1,200人の観光客の増加、うち、13.4%を道外客（1泊宿泊と想定）、残りを日帰り道内客と想定した¹⁰。観光消費額の金額は、北海道観光産業経済効果調査委員会のもの（平成23年3月）を使用した¹⁰が、上士幌町の面積は北海道のそれに比べると非常に小さいため、道外客の消費金額をそのまま適用すると大きくなりすぎると思われるため、道外客の消費金額は道内客の宿泊客と同じ金額を適用した。計算結果は、ふるさと納税をきっかけとして上士幌町で増加した観光客による観光消費額は約1,800万円であった。

5. まとめ

ふるさと納税は、平成27年度からは寄付金控除の上限金額の倍増や、確定申告手続きの簡素化が予定されており、ますますの利用の拡大が見込まれる。お金が都市部から地方へ巡るという意味では、地方創生の大きな策としても期待されている。一方で、ふるさと納税の寄付金のおよそ半分程度は、多くの自治体でお礼の品としての特産品の購入に充てられており、自治体が純粋に使える金額が減ってしまうことから様々な意見も存在する。そのような現状に対して、総務省では平成27年1月に、お礼の品の高級化や換金性の高いものの提供に関して自治体に対して自粛を求めた。それにより、自治体間におけるお礼の品の金銭価値面での競争は落ち着くと考えられ、ふるさと納税をめぐるノイズはやや緩和されると考えるが、ふるさと納税がどの程度地域経済に役立つのかを試算することは、本制度の存在意義を確認する上で非常に重要である。そのような問題意識のもと、本分析では、北海道上士幌町のデータをもとに経済波及効果、メディア露出効果、観光客増による観光消費額の推計を試みた。上士幌町のふるさと納税による調達金額は日本で有数のレベ

⁹ 東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県在住者が対象。

¹⁰ 上士幌町のデータによると、同町の観光客入込数は、平成25年度は32.4万人（うち日帰り客が86.6%、宿泊客が13.4%。なお、道内外の内訳は、道内客が72.6%、道外客が27.4%）である。

ルにあり、そこでの経済波及効果の確認は非常に重要であると考え。特に、雇用面でのプラス効果、そして、ふるさと納税をきっかけとした観光客の増加の効果が今後顕在化してくれば、その存在意義はより可視化されよう。

一方、今後の課題は、このふるさと納税の制度が恒久的なものになるかどうかである。今回の上士幌町や上士幌町でお礼の品の特産品を提供している事業者へのヒアリングでも、雇用増あるいは新たな設備投資の潜在的需要は現場で確認できるものの、ふるさと納税の制度の持続性に自信が持てず、新規雇用や設備投資に踏み切りにくいという実態も確認することができた。よって、今回試算した経済効果は、あくまでも理論値であり、それを具現化するには制度をある程度恒久的なものとして定着させる必要がある。

なお、国全体での効率的な税金の使い道としてふるさと納税が適切かどうかに関しては、別途議論の余地があろう。今回の試算では、北海道上士幌町では10億円の徴税に対して12.2億円の経済波及効果と82人の雇用者誘発人数となったが、この10億円は、もともとは別の自治体の住民税であり、それら自治体で住民税として納められていた場合の経済波及効果と比較して、どちらがより高い経済効果をもたらすかを比較検討してみる必要も、本来はある。ただ、ふるさと納税は、我が国で唯一納税者が納税先とその用途を指定できる税金であり、納税者の納税意識と納税先に対するモニタリング意識の高まりには貢献することが考えられる。それらを通じて、税金を使う側の自治体もより効果的に税金を使おうと意識を変えざるを得なくなると考えられ、その意味ではふるさと納税を通じて国全体としてより効率的な税金の使用の意識が高まるという副次的効果は期待できよう。また、寄付金控除において、2,000円は控除対象外であるため、国全体としては納税金額が大きくなるという効果もふるさと納税は持ち合わせている。それらをも勘案して、経済波及効果等の観点も含め、ふるさと納税に関しては今後健全な議論がなされていくべきだと考える。

【謝辞】

今回の分析にあたり、北海道上士幌町にはデータ提供、ヒアリング調査など様々なご協力をいただいた。ここに記して感謝申し上げます。なお、本分析は著者による個人的な試算結果であり、北海道上士幌町による公式な見解とは内容が異なる可能性がある。

【参考文献、資料】

経済波及効果分析支援ツール（北海道経済部経済企画室参事（経済調査）経済分析グループ）

経済波及効果分析支援ツール解説書（平成24年北海道総合政策部計画推進局参事（経済調査））

北海道観光産業経済効果調査委員会「第5回北海道観光産業経済効果調査報告書」（平成23年3月）