

2017 年度修士論文

「スポーツふるさと納税」施策の成功要因を明らかにする研究

Sports promotion by Furusato Tax Payment in Japan

早稲田大学 大学院スポーツ科学研究科

トップスポーツマネジメントコース

5017A301-7

赤嶺 健

Ken Akamine

指導教員 平田竹男 教授

## 目次

第一章 背景 .....	1
第二章 研究の目的 .....	1
第三章 研究方法 .....	2
第一節 調査 1（インタビュー調査） .....	2
第二節 調査 2（情報収集、データ分析） .....	2
第四章 結果 .....	3
第一節 インタビュー調査結果 .....	3
第一項 前橋市 .....	3
第二項 佐渡市 .....	5
第三項 青梅市 .....	7
第四項 名古屋市 .....	10
第五項 常滑市 .....	11
第二節 情報収集、データ分析結果 .....	14
第一項 「スポーツふるさと納税」返礼品導入自治体 .....	14
第二項 競技別分類 .....	15
第三節 寄附金と用途の関係 .....	21
第一項 集まった寄附金と用途がイコール .....	21
第二項 集まった寄附金以上に大会などへ活用 .....	21
第四節 類型化 .....	23
第一項 利用型 .....	23
第二項 参加型 .....	23
第三項 チーム応援型 .....	24
第五節 三類型の評価指標 .....	25
第一項 利用型 .....	26
第二項 参加型 .....	30
第三項 チーム応援型 .....	33
第五章 考察 .....	37
第一節 本研究の主要な知見 .....	37
第二節 ふるさと納税におけるスポーツ活用の効果 .....	37

第一項	歳入の増加とスポーツ振興財源の確保 .....	37
第二項	「スポーツふるさと納税」の評価指標 .....	37
第三項	「スポーツふるさと納税」への期待 .....	38
第三節	「スポーツふるさと納税」導入の動機と条件 .....	38
第四節	「スポーツふるさと納税」の成功要因三原則 .....	39
第五節	「スポーツふるさと納税」のスポーツ振興による地域活性化の可能性 .....	39
第六節	研究の限界 .....	40
第六章	結論 .....	40
謝辞	.....	41
参考文献	.....	42

## 図表目次

図 1 アイアンマン 70.3 セントレア知多半島ジャパンのふるさと納税枠割引額一覧 .....	12
図 2 スポーツに関する返礼品を導入している自治体 .....	14
図 3 スポーツに関する返礼品の競技内訳 .....	15
図 4 利用型×人気 .....	27
図 5 利用型×タイミング .....	27
図 6 利用型×距離 .....	28
図 7 利用型×寄附金価格 .....	28
図 8 利用型×PR 活動 .....	29
図 9 利用型×複数人.....	29
図 10 参加型×使途 .....	30
図 11 参加型×人気 .....	30
図 12 参加型×タイミング .....	31
図 13 参加型×距離 .....	31
図 14 参加型×寄附金価格 .....	32
図 15 参加型×PR 活動 .....	32
図 16 参加型×複数人.....	33
図 17 チーム応援型×使途 .....	33
図 18 チーム応援型×人気 .....	34
図 19 チーム応援型×タイミング.....	34
図 20 チーム応援型×距離 .....	35
図 21 チーム応援型×寄附金価格.....	35
図 22 チーム応援型×PR 活動 .....	36
図 23 チーム応援型×複数人.....	36
表 1 インタビュー項目 .....	2
表 2 都道府県別、佐渡国際トライアスロン大会と佐渡ロングライドふるさと納税参 加者 .....	7
表 3 2016 年度スポーツ振興に使われた金額及び具体的内容 .....	8
表 4 都道府県別、青梅マラソンふるさと納税枠参加者.....	9
表 5 スポーツ振興に関する事業を使途に指定した寄附.....	10
表 6 「スポーツふるさと納税」の返礼品を選択した寄附.....	10
表 7 都道府県別、使途をアイアンマンとしてふるさと納税をした参加者数 .....	13

表 8	スポーツに関する返礼品の競技内訳 .....	16
表 9	ゴルフにおける寄附件数と寄附金額 .....	16
表 10	スキーにおける寄附件数と寄附金額 .....	17
表 11	マラソンにおける寄附件数と寄附金額 .....	18
表 12	トライアスロンにおける寄附件数と寄附金額 .....	19
表 13	ロードレース・サイクリングイベントにおける寄附件数と寄附金額 .....	19
表 14	サッカーにおける寄附件数と寄附金額 .....	20
表 15	野球における寄附件数と寄附金額 .....	20
表 16	利用型の総寄附金額上位 10 位 .....	23
表 17	参加型の総寄附金額上位 10 位 .....	24
表 18	チーム応援型総寄附金額 .....	25
表 19	三類型の評価指標 .....	26
表 20	「スポーツふるさと納税」の成功要因三原則 .....	39

## 第一章 背景

ふるさと納税はふるさと納税の寄附者が用途を決めることができるという点と納税の御礼としての返礼品という点の2点の特徴的な仕組みがある。用途としてスポーツに関連している項目が含まれている自治体もあれば、返礼品がスポーツに関する内容の自治体もある。返礼品には、スポーツ用品などの他に、体験型としてスポーツ大会の参加権利などを返礼品とする自治体がある。

ふるさと納税に関する先行研究としては「地方自治体のふるさと納税を通じたクラウドファンディングの成功要因-北海道東川町のケース分析-」(保田 2012)<sup>1</sup>では1自治体に絞ってふるさと納税がどのように寄附金を多く募ることに成功したのかについて書かれている。「地域経済活性化とふるさと納税制度」(安田、小山 2016)<sup>2</sup>では、ふるさと納税を導入している2自治体の取り組みを比較してどのようにして寄附金を集めているのかについて書かれている。「ふるさと納税の現状と課題-九州における現地調査を踏まえて-」(加藤 2010)<sup>3</sup>ではふるさと納税のPRに成功した自治体とそうでない自治体の原因やふるさと納税における課題として地域間の税収格差の是正効果は薄いということが書かれている。しかし、スポーツに着目して全国47都道府県におけるふるさと納税を網羅したものは存在せず、用途がスポーツに関する内容になっている自治体ではなぜスポーツが選ばれたのか、またスポーツに関連した返礼品がある自治体にはどの程度の寄附件数・金額があったのかについての詳細な情報はない。本研究ではふるさと納税の用途および返礼品にスポーツに関連している場合を「スポーツふるさと納税」と定義する。

## 第二章 研究の目的

本研究の目的は、「スポーツふるさと納税」を導入している地方自治体の用途および、導入経緯、募集方法や、「スポーツふるさと納税」の寄附件数・金額が多く集まっている自治体に共通する成功要因を明らかにすることである。

## 第三章 研究方法

### 第一節 調査1（インタビュー調査）

インタビュー調査の協力が得られた5都市（前橋市、佐渡市、青梅市、名古屋市、常滑市）に対して「スポーツふるさと納税」の導入経緯、募集方法、寄附件数・金額・使途などについて半構造化インタビューを実施し、その共通点や相違点を整理する。次にインタビューを行った項目を示す。

表 1 インタビュー項目

インタビュー対象：自治体 ふるさと納税担当
① ふるさと納税全体の活用や取り組みについて
② 「スポーツふるさと納税」の取り組みについて
③ 「スポーツふるさと納税」を集めるための取り組みについて
④ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入したことによる自治体側のメリットについて
⑤ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入するまでの手順について
インタビュー対象：大会運営実行委員会、スポーツ協会など
① ふるさと納税で参加した方の件数について
② 自治体と取り組みをすることのメリットについて

### 第二節 調査2（情報収集、データ分析）

総務省が公表している「平成29年度ふるさと納税に関する現況調査」の対象である自治体1,788それぞれのふるさと納税の返礼品を調査し、体験型返礼品としてのスポーツを設定している自治体を対象にメールまたは電話にて2016年度の寄附件数・金額、使途を聞いた。

## 第四章 結果

### 第一節 インタビュー調査結果

「スポーツふるさと納税」を導入している自治体（前橋市、佐渡市、青梅市、名古屋市、常滑市）にインタビュー調査を行った。実際に導入している自治体ではどのようなことが行われているのか、導入するにあたっての課題はあるのか、導入自治体はどのような感想をもっているのかを確認することができた。

対象自治体すべてにおいて「スポーツふるさと納税」を導入するにあたって、ふるさと納税を担当している課が中心となり、ふるさと納税の寄附金を活用するのにふさわしい事業かどうかを判断した上で議会にかける手順となっていた。

また、大会やチームが自治体の推進する主要施策で地域をPRできたり、大会主催者であったり、交流人口を増やすための重要な施策の一つであるという認識があった。

#### 第一項 前橋市

《前橋市 政策部 未来の芽創造課》

##### ① ふるさと納税全体の活用や取り組みについて

前橋市は、2017年4月に「未来の芽創造課」が新設部署として設置。ふるさと納税だけでなく、様々な前橋の魅力を発信していき、未来につながる「芽」を育てていこうという考え。

ふるさと納税については、総務省の考えに沿う形で様々な施策を実施（返礼品は寄附金の3割以内、資産性の高い高額なもの、当該住民への返礼品の自粛など）。特に使途を重視し、「スポーツ振興」「安心安全のまちづくり」など不明確なものではなく、具体的な事業にしてプロジェクト化することを推し進めている。

一方で、返礼品選びにおいても社会貢献ができるのではないかと考え、例えば、障害者が作ったモノを返礼品とし、その集まった寄附金の一部を障害者の賃金として支払い、社会参加につなげる活動もしている。

「ふるさと納税における課題は、上記のような具体的な使途を設けたとしても、寄附していただける方は、返礼品目的の方が多く、使途は重視されていない傾向を感じており、返礼品を設けることは、ふるさと納税制度を活性化させるいい仕組みであったが、そのようなジレンマも存在する。」と担当者は述べていた。

##### ② 「スポーツふるさと納税」の取り組みについて

スポーツにまつわる返礼品として、まえばし赤城山ヒルクライムの参加権、Jリーグチームザスパクサツ群馬の観戦チケットや、Bリーグチームの群馬クレインサンダース、野球独立リーグ群馬ダイヤモンドペガサスなど、様々なスポーツの分野にわたって活用している。

スポーツに関わる使途は、「自転車のまち前橋の推進プロジェクト」として、公道のサイクリン



グロードの整備やサイクリングラックなどを設置し、サイクリストにとってサイクリングしやすい街を PR して、前橋市へ来てもらい、交流人口の増加、スポーツによる街づくりを目指しており、903 万円をふるさと納税からその事業に活用した。

サッカー J リーグ「ザスパクサツ群馬の支援」として、2016 年にクラブハウスを備えたフットボールセンターを整備。少年サッカー大会の誘致や、ザスパの練習場としても活用できる県内サッカーの拠点とすることで、ザスパファンの支援へのきっかけ作りを狙った。また水戸や長野でのアウェー戦で前橋の観光 PR を行い、ホーム戦への来場促進を行なった。それらの活動や、クラブハウス整備費に 1,926 万円をふるさと納税から活用した。

バスケット B リーグ「群馬クレインサンダースの支援」として、ビジター戦での前橋市の観光パンフレット配布などの PR 活動を行った。この費用に 200 万円をふるさと納税から活用した。また、今後は、B1 昇格の条件であるアリーナ観客席増設の資金についてもふるさと納税から活用する予定。

野球独立リーグ「群馬ダイヤモンドペガサスの支援」として、選手が遠征で使用するバスをラッピングし、前橋市の PR を行った。その費用などに 500 万円をふるさと納税から活用した。

### ③ 「スポーツふるさと納税」を集めるための取り組みについて

カタログの制作やホームページ、市長の定例記者会見などを行った。

自治体として総務省の通達によりふるさと納税の悪いイメージを、いいイメージに変えることを発信していきたいという思いで、市長の定例記者会見では、体験型の返礼品や障害者の返礼品など、自治体としていいニュースにしていくための努力をした。

### ④ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入したことによる自治体側のメリットについて

スポーツは感動が生まれるコンテンツであり、その感動が生まれる場所が前橋であるということで、体験をした人のかけがえのない場所になれるというメリットがある。それを一人でも多くの方に体験してもらいたいという思いで、体験型やスポーツの返礼品を導入している。少子高齢化・人口減少の課題に向き合う自治体としては、交流人口の増加にもつながることがメリットである。「社会課題の解決方法としてスポーツコンテンツは活用できるため、市としても様々なスポーツとふるさと納税をうまく活用し PR していきたいと考えている」と担当者は述べていた。

### ⑤ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入するまでの手順について

2017 年は 2 回、拡充のタイミングを設けた。方針を決め、市長の確認をとり議会に報告。返礼品の導入自体は常に提案を受けている状況。前橋市の PR や来てもらえるきっかけとなるものであれば積極的に検討を行っている。

《一般財団法人 前橋まちづくり公社》

「まえばしまえまし赤城山ヒルクライム大会」などの実行委員会などを担っている。

① 「スポーツふるさと納税」で参加した方の件数について

「まえばし赤城山ヒルクライム大会」の大会参加権をふるさと納税の返礼品として導入をしたが、ふるさと納税による申し込みは0件であった。申し込みがなかった理由は「ふるさと納税の返礼品として参加権募集のタイミングが通常エントリー後であったため、エントリー希望者に情報が届かなかったため」と担当者は述べていた。大会自体は数十分でエントリー数が上限に達してしまうほどの人気の大会である。

② 「スポーツふるさと納税」の取り組みをすることのメリットについて

自治体と一緒に大会を運営することで、ふるさと納税枠を設け、大会運営にその費用を活用して頂くことや、対外的な交渉の際にとってもメリットがある。例えばスポンサー集めの際などには、前橋市と共同でやっているということ伝えると支援を募りやすかったり、交通規制・警察許可・住民説明などの交渉がスムーズに進んだりすることがメリットである。

「今回はふるさと納税でのエントリーが0件であったが、タイミングなどを見極めて活用することで、市にとっても運営側にとってもメリットのある大会になっていくのではないかと考えている。」と担当者は述べていた。

## 第二項 佐渡市

《佐渡市 産業観光部 地域振興課》

① ふるさと納税全体の活用や取り組みについて

自治体として様々力を入れていることはあるが、ふるさと納税の財源を、観光資源につながる佐渡金銀山の世界遺産登録などの活動に活用するほか、ガバメントクラウドファンディングにも取り組む予定で「使途を明確にしていくことで、様々な人からの支援を得るための努力をしていきたい」と担当者は述べていた。

② 「スポーツふるさと納税」の取り組みについて

2016年度、佐渡市が主催の佐渡国際トライアスロン大会と佐渡ロングライドをふるさと納税の返礼品として設けた。

使途として、「地域づくり団体応援コース」を設け、佐渡市内で活動する「地域づくり団体」の支援の登録団体として、大会の運営主体である佐渡市スポーツ協会があった。

大会参加権を返礼品として選んだ方のうち、佐渡市スポーツ協会への活用を選んだ寄附額は約918万円であった。

③ 「スポーツふるさと納税」を集めるための取り組みについて

市ホームページや、ふるさとチョイス内にて広報を行った。大会ホームページにも同様に掲載。

④ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入したことによる自治体側のメリットについて

トライアスロン参加者は佐渡に来ていただけるきっかけになり、交流人口を増やすことができた。

⑤ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入するまでの手順について

佐渡市として、佐渡国際トライアスロン大会はとても人気のある大会であると考えており、佐渡市地域振興課から佐渡市スポーツ協会への働きかけで佐渡国際トライアスロン大会の参加権を返礼品にすることになった。使途については協議の上決定。2016年度は「地域づくり団体応援コース」として佐渡市スポーツ協会に直接活用できる使い道があったが、2017年度はふるさと納税担当課である地域振興課が検討の結果、別の事業に活用する方針のため取りやめすることになった。

《佐渡市スポーツ協会》

佐渡市内で開催される、佐渡国際トライアスロン大会や佐渡ロングライド、佐渡トキマラソン、佐渡オープンウォータースイミングなどの運営を行っている。

① 「スポーツふるさと納税」で参加した方の件数について

2016年度、佐渡国際トライアスロン大会の参加権と佐渡ロングライドの参加権をふるさと納税の返礼品に導入していた。

その2つの大会には、寄附申し込み数に大きな差があった。佐渡国際トライアスロン大会は39件、佐渡ロングライドは2件であった。

佐渡国際トライアスロン大会は、1989年に「トライアスロン・ジャパンカップ・イン佐渡」として開催され、2017年で29回の歴史があり、スイム・バイク・ラン合わせて236kmの日本で最も距離の長い大会で、参加者数はおよそ2500名である。「佐渡国際トライアスロン大会は、抽選で約1.5倍の倍率の大会であり、参加することが困難な人気の大会なのに対して、佐渡ロングライドは定員3500名近くの方が参加するイベントではあるが、抽選がなく先着順で比較的参加しやすいという違いがあり、これだけの差が出た。大会に出場することに価値があることが重要になるのではないかと担当者は感じている。

佐渡市スポーツ協会は、佐渡国際トライアスロン大会や佐渡ロングライドの他にも佐渡トキマラソンや佐渡オープンウォーターの大会も運営しているが、「ロングライド同様寄附の申し込み件数が見込めないことから、ふるさと納税の参加枠を設けていない」と担当者は述べていた。

表 2 都道府県別、佐渡国際トライアスロン大会と佐渡ロングライドふるさと納税参加者

都道府県	トライアスロン大会 申し込み数	ロングライド 申し込み数
北海道	1	
宮城県	2	
東京都	13	2
神奈川県	3	
埼玉県	3	
千葉県	2	
栃木県	1	
新潟県	6	
愛知県	1	
静岡県	2	
大阪府	3	
兵庫県	1	
和歌山県	1	
合計	39	2

② 「スポーツふるさと納税」の取り組みをすることのメリットについて

ふるさと納税枠を設けることができたことは資金面で運営側にとっても大きなメリットである。ただ、「ふるさと納税枠で参加している人は、それが他の出場者にわかるのが嫌だ」という意見があった。本来は、地域を応援したいからふるさと納税を使って参加しているということが、返礼品争いの過熱によって、「大金を払って節税しながら抽選倍率の高い権利を買っている」という見え方になってしまっていることが原因で、これからは、「大会や地域を応援しながら参加しているようなイメージに考え直す必要がある。」と担当者は述べていた。

第三項 青梅市

《青梅市 企画部財政課》

① ふるさと納税全体の活用や取り組みについて

ふるさと納税を通して青梅市を知ってもらうことや都心から近いというメリットを活かして観光に来ていただくことに重点を置いている。その観光の中心であった梅が 2009 年にウメ輪紋ウイ

ルスの感染により梅樹約 3 万 6 千本が伐採された。「梅の里」再生に向けた取り組みをし、それが市内の事業者収入が生まれることにもつながると考え、ふるさと納税を活用している。

② 「スポーツふるさと納税」の取り組みについて

青梅市が主催者の 1 つである青梅マラソンは 52 回を迎える市民マラソンの草分け的存在であり、全国的に有名で青梅市を PR できることなどのメリットがあると考え、2017 年度からふるさと納税の返礼品として導入した。

スポーツ振興に関する事業を指定したふるさと納税については、スポーツ振興基金に積み立て翌年度の事業に充当する形をとっており、2016 年度は以下の通りである。

表 3 2016 年度スポーツ振興に使われた金額及び具体的内容

補助内容	内容	2016 年度 決算額
大会参加報償事業	市民および青梅市の区域内に活動の本拠のある個人または市内に活動の本拠のある団体が全国大会、国際大会に参加するとき	140,000 円 (5 団体)
スポーツ普及推進事業	市内に活動の本拠のある団体（青梅市体育協会、同加盟競技団体および市長が認める団体）が広く市民を対象として体育、スポーツおよびレクリエーションの普及ならびに向上を目的とする講習会、教室または講演会を開催するとき	219,800 円 (7 団体)
大会運営事業	青梅市体育協会、同加盟競技団体および市長が認める団体が市内全域以上かつ広く市民（在勤、在学者含む。）を対象とする大会を主催または主管するとき	58,650 円 (2 団体)
育成強化事業	・青梅市体育協会に対するスポーツ育成強化事業 ・オリンピック強化指定選手援助事業	1,660,000 円 (1 団体、7 人)
合 計		2,078,450 円

※ 上記のスポーツ振興基金支出分に 2015 年度寄附額 270,000 円を充当した。

※ 2016 年度寄附額 440,000 円は 2017 年度スポーツ振興基金支出分に充当するが、内容は今後精査し、決定する予定。

③ 「スポーツふるさと納税」を集めるための取り組みについて

開始当初は、市長の記者会見などで周知したほか、主催者の 1 社である報知新聞社のスポーツ報

知にて記事を掲載し、大会ホームページでも告知を行った。

④ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入したことによる自治体側のメリットについて

前述の通り、青梅マラソンは全国的に有名で、青梅市を PR できることなどのメリットがあり、また、交流人口を増やしたいという考えもあり、来てもらい青梅を PR することにつなげていこうと考えている。

⑤ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入するまでの手順について

青梅市の「ふるさと納税」の返礼品は、市内の事業者から調達をしており、2015年9月から返礼品を提供することを決めた頃から、青梅市らしい返礼品として「青梅マラソン」が活用できないか主管課を通じて競技を継続していた。そうしたところ、青梅マラソンの主催団体である一般社団法人青梅マラソン財団から協力事業者として協力の申し出があり、財団と協議を進めていくこととなった。

チャリティー枠やプレミアムエントリー枠などとの関係の調整を続けた結果、2017年度からふるさと納税枠を100枠設ける形で始めた。

《青梅市 企画部財政課》

① 「スポーツふるさと納税」で参加した方の件数について

表 4 都道府県別、青梅マラソンふるさと納税枠参加者

都道府県	申し込み件数
青森県	1
茨城県	1
埼玉県	5
千葉県	3
東京都	61
神奈川県	16
愛知県	1
大阪府	1
合計	89

② 「スポーツふるさと納税」の取り組みをすることのメリットについて

2017年度から青梅マラソン参加権を返礼品として導入した結果、寄附者がスポーツ振興への用途を選択する傾向がわかった。返礼品と用途は直接結びつくものではないが、密接に関係し合っており、「スポーツに関する返礼品を導入すれば、スポーツ振興に使って欲しいという寄附者が増える

ことがわかった」と担当者は述べていた。

表 5 スポーツ振興に関する事業を用途に指定した寄附

年度	27年度	28年度	29年度（9月末実績）
寄附件数	18件	12件	47件
寄附額	270,000円	440,000円	1,410,000円

表 6 「スポーツふるさと納税」の返礼品を選択した寄附

年度	27年度	28年度	29年度
寄附件数			89件
寄附額	設定なし	設定なし	2,710,000円

#### 第四項 名古屋市

《名古屋市 財政局財政部 資金課資金係》

① ふるさと納税全体の活用や取り組みについて

寄附者の中には全額事業に使うと欲しているという人もいる中で、返礼品などで事業以外の部分にお金を使うことはせず、寄附いただいたお金をできる限り市の事業に活用するという方針であり返礼品を設けていない。事業に注目していただき寄附をお願いしている中でも、今は天守閣の木造復元に役立てる「名古屋城天守閣寄附金」に多くの寄附が集まっている。返礼品を導入していないため、この取り組みには市内からの寄附も多い。

資金課はふるさと納税全体の取り組みに対してその事業がふるさと納税の対象となる事業にふさわしいかどうかについて判断をしており、ひとつひとつの施策については各課に委ねている。

《名古屋市 教育委員会スポーツ振興課 市民スポーツ係》

② 「スポーツふるさと納税」の取り組みについて

名古屋市に一人当たり 50,000 円を寄附された方に対して、名古屋市などが主催の名古屋シティマラソン（ハーフ・クォーターマラソン）の出走権を差し上げる仕組み。参加料は別途必要。スポーツ振興課が主導となって実施した。

集まった寄附金は、名古屋市を拠点に活動するアスリートによる子供の運動応援事業など、名古屋市のスポーツ振興に関する事業に充てられる。

同時開催のウィメンズマラソンは、日本陸上競技連盟と中日新聞社が主催のため実施できず。

③ 「スポーツふるさと納税」を集めるための取り組みについて

名古屋市のホームページ及び、シティマラソンホームページに掲載。

④ 「スポーツふるさと納税」を導入したことによる自治体側のメリットについて

広く名古屋市のことをPRすることができた。※返礼品ではない。

- ⑤ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入するまでの手順について  
非公表。各部署が主導となって実施している。※返礼品ではない。

《名古屋市 教育委員会スポーツ振興課 市民スポーツ係》

- ① 「スポーツふるさと納税」で参加した方の件数について  
78件/3,900,000円申し込みがあった。寄附者の都道府県は非公表。
- ② 「スポーツふるさと納税」の取り組みをすることのメリットについて  
上記質問④と同様。

## 第五項 常滑市

《常滑市 企画部企画課》

- ① ふるさと納税全体の活用や取り組みについて  
ふるさと納税を寄附していただく際に、寄附者の意志を反映できるよう、次の7つのメニューから用途を選べるかたちになっている（健康・福祉、教育・文化、産業・観光、環境、景観、市長おまかせ、市民病院整備）。各担当課からふるさと納税寄附金を使いたいという提案を受け、その事業がふさわしいものか企画課と担当課で協議の上、適切と判断されれば、切り崩して使うという形をとっている。返礼品の上限額など総務省の通知の通りに運用している。
- ② 「スポーツふるさと納税」の取り組みについて  
常滑市へふるさと納税を行い、寄附金の用途を「市長おまかせ」とし、特に希望する用途を「アイアンマン 70.3 セントレア知多半島ジャパン運営費」と記入された方の寄附金額に応じて、参加料金の割引を行っている。これは、株式会社アスロニアを中心としたアイアンマン大会事務局が独自に行っているものであり、常滑市へふるさと納税をした大会参加者であっても、事務局に申請をしていない場合は、参加費割引を行っていない。常滑市は、協力金としてお礼の品や手数料を引いた額を実行委員会へ支出している。参加費の割引は、大会事務局が負担する形を取っている。



エントリー費割引額一覧

【エイジ枠】

カテゴリ	納税金額	割引
ふるさと納税枠A	30,000円	参加費より6,000円割引
ふるさと納税枠B	50,000円	参加費より10,000円割引
ふるさと納税枠C	100,000円	参加費より20,000円割引
ふるさと納税枠D	200,000円	参加費より40,000円割引
ふるさと納税枠E	500,000円	エイジ(一般枠)参加費無料!
		エイジ(VIP)参加費無料!
ふるさと納税枠F	1,000,000円以上	エイジ(一般枠)参加費無料!
		エイジ(VIP)参加費無料!

【リレー枠】

カテゴリ	納税金額	割引
ふるさと納税枠A	30,000円	参加費より6,000円割引
ふるさと納税枠B	50,000円	参加費より10,000円割引
ふるさと納税枠C	100,000円	参加費より20,000円割引
ふるさと納税枠D	200,000円	参加費より40,000円割引
ふるさと納税枠E	500,000円	リレー参加費無料!
ふるさと納税枠F	1,000,000円以上	リレー参加費無料!

図 1 アイアンマン 70.3 セントレア知多半島ジャパンのふるさと納税枠割引額一覧  
ホームページより抜粋

③ 「スポーツふるさと納税」を集めるための取り組みについて

アイアンマンについては、常滑市が寄附を募るために特別に呼びかけるといったことは行っていない。

④ 「スポーツふるさと納税」を導入したことによる自治体側のメリットについて

返礼品ではないが、この取り組みは運営側へメリットをもたらすことができ、交流人口を増やすことの可能な大会。そして、大会継続について自治体と運営側が良好な関係が築けることがメリットである。

⑤ 「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入するまでの手順について

アイアンマン大会は市長が推進する主要施策のひとつであり、主催者の一つとなっている。あくまで大会運営独自の施策であり返礼品を用意しているわけではない。一般的な返礼品の導入にあたっては、企画課で協議の上導入する手順となっている。

《常滑市 企画部企画課》

① ふるさと納税で参加した方の件数について

表 7 都道府県別、使途をアイアンマンとしてふるさと納税をした参加者数

都道府県	件数
愛知	40
東京	36
神奈川	11
大阪	7
千葉	5
北海道	4
埼玉	3
静岡	3
栃木	2
宮城	2
岐阜	2
兵庫	2
山梨	1
沖縄	1
石川	1
長野	1
茨城	1
和歌山	1
福岡	1
合計	124

② ふるさと納税の取り組みをすることのメリットについて

寄附者にとっては、ふるさと納税が意向を踏まえた形でダイレクトに活用されることになり、アイアンマン事務局においても、ふるさと納税が運営費として活用できることがメリットである。

## 第二節 情報収集、データ分析結果

インタビュー調査から、いずれの自治体も競技団体や協会と良好な関係性をつくれており、「スポーツふるさと納税」の返礼品に対する件数・金額も多く、用途が大会などスポーツ振興に活用されていた。

「スポーツふるさと納税」施策を取り入れているすべての自治体が成功しているのかどうか全体像を確認するため、2016年度の「スポーツふるさと納税」の返礼品を導入している自治体の情報収集をし、寄附件数・金額・用途に関するアンケート調査を行った。その結果、導入している自治体数や競技の内訳を確認し類型化された。また、評価指標を設け、多くの寄附金額があつまっている要因を分析した。

### 第一項 「スポーツふるさと納税」返礼品導入自治体

2016年度、スポーツに関する返礼品を導入している自治体は322存在した。

全自治体のうち18.0%にあたる自治体がスポーツに関する返礼品を導入していた。

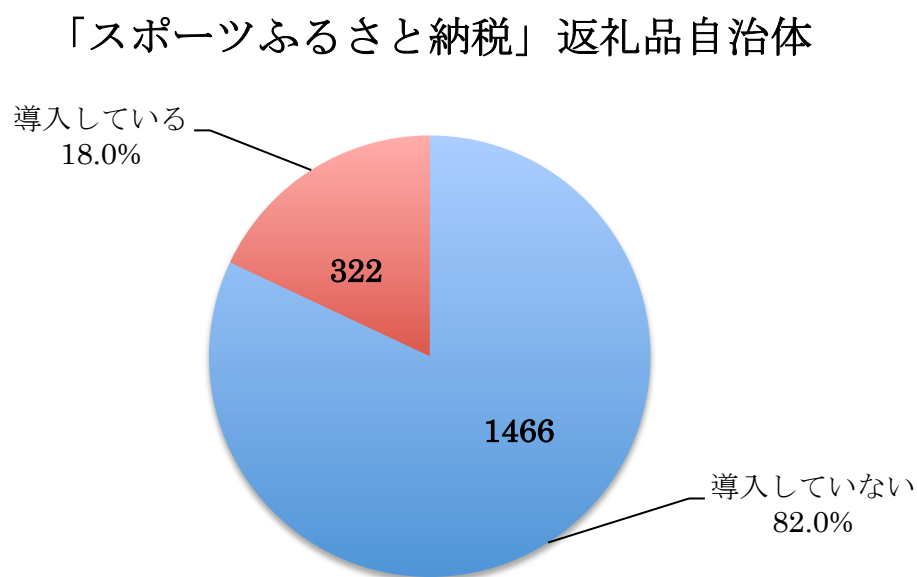


図 2 スポーツに関する返礼品を導入している自治体

## 第二項 競技別分類

第一節で示したスポーツに関する返礼品を導入している 322 自治体のうち、具体的な件数・金額・用途がわかったのは 161 自治体である。競技別で分類すると以下の様に分けられ、以下にその 11 競技の詳細を示す。

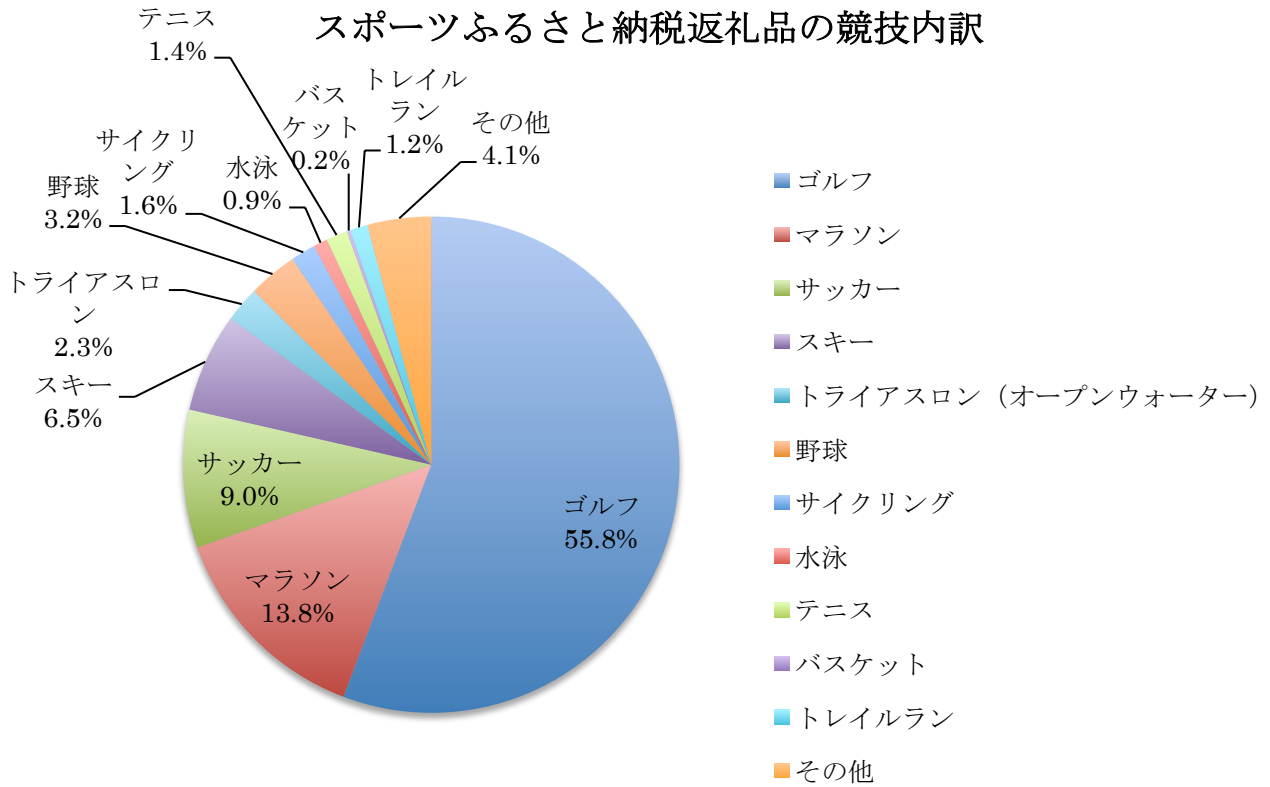


図 3 スポーツに関する返礼品の競技内訳

表 8 スポーツに関する返礼品の競技内訳

	競技	施設・大会・自治体数	
1	ゴルフ	239	施設
2	マラソン・ランニングイベント	60	大会
3	サッカー	39	自治体
4	スキー	30	施設
5	トライアスロン（オープンウォーター）	10	大会
6	野球	13	自治体
7	サイクリング	7	自治体
8	水泳	4	施設
9	テニス	6	自治体
10	バスケット	1	自治体
11	トレイルラン	5	大会
12	その他	18	

①ゴルフ 55.8%（239 施設）

返礼品競技の半分以上を占めていた。

返礼品の内容の多くはゴルフプレー券で、一部ゴルフ大会の観戦チケットやゴルフボールも存在する。プレー券を返礼品にするのは、自分たちの市に来てもらうきっかけになるからという声が多かった。ゴルフに関する返礼品の、上位 10 自治体を以下に示す。

表 9 ゴルフにおける寄附件数と寄附金額

	都道府県	返礼品	件数	金額	スポーツ分野への使途
1	宮崎県宮崎市	ゴルフ利用券	780	136,640,001	文化・スポーツ分野に約 5,000 万円活用予定
2	群馬県富岡市	ゴルフ場利用券	799	7,342,600	市民体育大会など
3	静岡県小山町	ゴルフ場利用券	1,840	70,290,000	なし
4	三重県桑名市	ゴルフ場利用券	219	34,100,000	なし
5	広島県大竹町	ゴルフボール（ダンロップ製）	1,003	34,690,000	なし
6	千葉県市原市	ゴルフ場利用券	467	29,600,000	なし
7	千葉県睦沢町	ゴルフ場利用券	733	17,990,008	なし
8	千葉県一宮町	ゴルフ場利用券	297	12,400,000	なし
9	岐阜県可児市	ゴルフ場利用券	112	10,610,000	サッカー場整備などスポーツ振興
10	千葉県袖ヶ浦市	ゴルフ場利用券	172	10,550,000	なし

## ②スキー6.5% (30 施設)

返礼品の内容はスキーリフト券やシーズン券であった。

スキーに関する返礼品の、上位5自治体を以下に示す。

表 10 スキーにおける寄附件数と寄附金額

	都道府県	返礼品	件数	金額	スポーツ分野への使途
1	北海道占冠村	星野リゾートトマム	240	16,900,000	なし
2	長野県野沢温泉村	リフト券	1,517	13,920,000	スノーリゾートのまちづくり
3	長野県上田市	スキーリフト券	183	9,150,000	菅平高原スポーツ施設整備事業
4	岩手県北上市	夏油高原スキー場	294	5,500,000	なし
5	新潟県魚沼市	スキー場シーズン券	18	1,800,000	なし

## ③水泳0.9% (4 施設)

返礼品の内容は自治体内にあるプール施設の利用券であった。

寄附が集まっている件数は、0～3件であった。

## ④テニス0.5% (6 自治体)

返礼品の内容はテニスコート利用券(4自治体)やテニス用品(2自治体)である。

大分県杵築市のテニス用品には165件の寄附が集まっていたが、その他は0～1件であった。

### ⑤ マラソン・ランニングイベント 13.8% (60 大会)

返礼品の内容はマラソン大会（ランニング大会）の参加権であった。

上位 10 位のうち 9 自治体でスポーツ分野への使途として活用されていた。

上位 10 自治体を以下に示す。

また、2017 年から大会参加権をふるさと納税の返礼品として実施している、大阪マラソンや神戸マラソンはそれぞれ約 2000 万円申し込みがあったが、調査対象を 2016 年度としたため対象から外れた。

表 11 マラソンにおける寄附件数と寄附金額

都道府県	返礼品	件数	金額	スポーツ分野への使途
1 京都府京都市	京都マラソン	480	52,130,000	大会運営などに活用
2 岐阜県揖斐川町	いびがわマラソン	89	9,900,000	大会運営に活用
3 愛知県名古屋市	名古屋シティマラソン	79	3,950,000	スポーツ事業に活用
4 福岡県福岡市	福岡マラソン	38	3,812,000	スポーツ事業に活用
5 和歌山県上富田市	紀州口熊野マラソン	48	3,440,000	一部大会運営に活用
6 埼玉県さいたま市	さいたま国際マラソン	56	2,802,000	全額大会運営に活用
7 福岡県行橋市	行橋～別府 100 キロウォーク ゆくはしシーサイドハーフマラソン	166	2,720,000	大会運営などに活用
8 茨城県土浦市	かすみがうらマラソン	55	2,750,000	大会運営などに活用
9 静岡県島田市	しまだ大井川マラソン in リバティ	51	2,650,000	なし
10 神奈川県三浦市	三浦国際市民マラソン	71	2,130,000	一部大会運営に活用

### ⑥トライアスロン（アクアスロン）2.4%（11大会）

返礼品の内容はトライアスロン大会の参加権であった。

愛知県常滑市は金額が不明だが、126件がアイアンマン大会への使途を指定した。

4自治体で、集まった寄附金を大会に活用されている。

上位8自治体を以下に示す。

表 12 トライアスロンにおける寄附件数と寄附金額

都道府県	返礼品	件数	金額	スポーツ分野への使途
1 新潟県佐渡市	佐渡国際トライアスロン大会	37	11,100,000	一部を実行委員会に活用
2 滋賀県近江八幡市	びわ湖トライアスロン in 近江八幡	121	7,790,000	一部を実行委員会に活用
3 北海道洞爺湖町	北海道トライアスロン	150	7,300,000	全額を大会運営に活用
4 三重県志摩市	伊勢志摩・里海トライアスロン	45	2,250,000	基金に積立て各事業へ
5 愛知県田原市	トライアスロン伊良湖	92	1,865,000	基金に積立て各事業へ
6 千葉県木更津市	木更津トライアスロン	29	1,450,000	スポーツ振興分野に充当
7 千葉県館山市	館山わかしおトライアスロン	31	930,000	スポーツ振興分野に充当
8 福井県若狭町	若狭路オープンウォーター	15	300,000	なし
愛知県常滑市	アイアンマン 70.3 セントレア知多半島	124	不明	全額を大会に協力金

### ⑦ロードレース・サイクリングイベント 1.9%（7自治体）。

返礼品の内容は大会の参加権や観戦チケットである。

最も寄附が集まったのは、福井県若狭町で若狭センチュリーライド大会への参加権で、105件/2,100,000円であった。以下に上位5自治体を示す。

表 13 ロードレース・サイクリングイベントにおける寄附件数と寄附金額

都道府県	返礼品	件数	金額	スポーツ分野への使途
1 福井県若狭町	若狭時センチュリーライド	105	2,100,000	なし
2 栃木県宇都宮市	ジャパンカップ観戦チケット	10	500,000	なし
3 新潟県佐渡市	佐渡ロングライド	2	100,000	佐渡スポーツ協会へ
4 茨城県かすみがうら市	かすみがうらエンデューロ	3	90,000	なし
5 栃木県宇都宮市	宇都宮ブルツェンマフラータオル	5	50,000	なし



### ⑧サッカー 9.0% (39 自治体)

返礼品の内容は県内のJリーグチームの観戦チケットやユニフォーム、グッズ、ファンクラブ入会権である。

もっとも寄附金が集まっていたのは、山口県山口市で、返礼品はレノファ山口の観戦チケットやユニフォームなどで、448件/17,865,000円であった。

レノファ山口はホームゲームやイベント、ホームページでの紹介など地道な活動をおこなった。県内・県外の比率は、県内377件：県外71件となった。

上位5自治体を以下に示す。

表 14 サッカーにおける寄附件数と寄附金額

	都道府県	返礼品	件数	金額	スポーツ分野への使途
1	山口県山口市	レノファ山口	448	17,865,000	チーム応援の事業に活用
2	東京都町田市	ペスカドーラ町田	1,517	9,088,000	サッカースクール運営に活用
3	福岡県北九州市	キラヴァンツ北九州	144	4,580,000	スタジアム整備に活用
4	茨城県鹿嶋市	鹿島アントラーズ	183	4,450,000	各事業へ。チームの活用はなし
5	群馬県前橋市	ザスパクサツ群馬	294	2,860,000	993万円スタジアム設立に活用

### ⑨野球 3.2%(13 自治体)

返礼品の内容は、観戦チケットや公式グッズ、ファンクラブ入会券などであった。体験型の返礼品としては、埼玉県所沢市の埼玉西武ライオンズ観戦チケットのみであった。その他は、公式グッズとして5つの自治体でさまざまな広島東洋カープのコラボグッズを製作しており、それを返礼品として設けていた。また、群馬県前橋市の群馬ダイヤモンドペガサスと高知県越智市の高知ファイティンドッグといった独立リーグチームの応援グッズもあった。

表 15 野球における寄附件数と寄附金額

	都道府県	返礼品	件数	金額	スポーツ分野への使途
1	宮崎県宮崎市	ソフトバンクホークスファンクラブ入会権 オリックスバファローズファンクラブ入会権	177	5,290,000	約5,000万円を スポーツ振興に活用予定
2	広島県熊野町	広島カープ化粧筆など	45	830,000	なし
3	高知県越知町	高知ファイティンドッグ応援グッズ	6	110,000	スポーツ振興
4	埼玉県所沢市	西武ライオンズ観戦チケット	10	100,000	スポーツ振興

### ⑩バスケット 0.2% (1自治体)

返礼品の内容はBリーグチームのユニフォームであった。  
導入自治体は前橋市の群馬クレインサンダーズのみであった。

### ⑪トレイルラン 1.2% (5自治体)

返礼品の内容は、トレイルランの大会出場権であった。最も集まっていたのは東京都あきる野市のハセツネCUPの出場枠で、384件/11,526,100円であった。

## 第三節 寄附金と使途の関係

使途については、寄附者が自治体の決めた複数の使途から自由を選べるような形になっており、集まった寄附金と使途は、基本的には、直接結びつくことはない。  
例えば、とある寄附者が、ふるさと納税を活用してマラソン大会に参加しても、使途はその寄附先の自治体の教育に活用するというものを選ぶことが可能である。

### 第一項 集まった寄附金と使途がイコール

寄附金と使途が直結しているものは、322の自治体のうち3自治体のみであった。

#### 1. 北海道洞爺湖町の北海道トライアスロン大会。

寄附件数・金額は、150件/7,200,000円。全てを大会運営費として、実行委員会へ支出。

#### 2. 徳島県鳴門市の徳島ヴォルティス。

寄附件数・金額は、21件/148,000円。全額を徳島ヴォルティスの支援金として活用。

#### 3. 愛知県常滑市のアイアンマン70.3セントレア知多半島ジャパン

使途をアイアンマン支援とした方126件の寄附金を協力金として大会に支出した。

自治体が主体的に実施したのではなく、大会運営事務局が主導で行なった。

### 第二項 集まった寄附金以上に大会などへ活用

寄附金以上に同じ大会やチームなどへ活用されているものは、322自治体のうち4つの自治体のみであった。

#### 1. 群馬県前橋市の赤城ヒルクライム大会、プロバスケットボールチーム群馬クレインサンダーズ、野球独立リーグ群馬ダイヤモンドペガサス、Jリーグチームザスパ草津。

自転車のまち前橋の推進に903万円。群馬クレインサンダーズへ200万円、群馬ダイヤモンドペガサスへ500万円、ザスパ草津へ1,926万円が自治体から支援として活用されている。

2. 新潟県佐渡市の佐渡国際トライアスロン。  
寄附件数・金額は39件/11,700,000円である。協会を用途に指定した寄附は13,300,000円で、佐渡国際トライアスロン大会運営費に4,210,000円が活用された。
3. 山形県天童市のモンテディオ山形。  
寄附件数・金額は63件/2,190,000円である。モンテディオ山形の支援。官民一体となった応援隊の組織とホームタウンの推進等に500万円ほど充当された。
4. 岐阜県揖斐川町の揖斐川マラソン。  
寄附件数・金額は89件/9,900,000円である。揖斐川マラソン大会の運営費として13,000,000円が活用された。

## 第四節 類型化

体験型返礼品としてのスポーツは、ゴルフ場利用券、スキー場利用券、テニス場・プール利用券など既存の施設を利用する「利用型」と、マラソンやトライアスロン・サイクリングイベントなどへの大会参加権利が与えられる「参加型」、そして自治体内にある J リーグチームやプロ野球チーム、バスケットボールチームの観戦チケットやユニフォームなどが返礼品の「チーム応援型」の3つに分類できた。

### 第一項 利用型

ふるさと納税の寄附の返礼品として、自治体内にある既存のスポーツ施設を使うことのできる利用券を提供するパターン。競技別に見ると、ゴルフ・スキー・水泳・テニスである。

「利用型」の返礼品には 9,564 件 515,445,609 円集まっている。利用型で最も集まっていたのは宮崎県宮崎市のゴルフ場利用券の返礼品であり、上位 10 位内で 9 自治体はゴルフ利用券、2 自治体はスキー場利用券の返礼品であった。ゴルフ利用券を返礼品としている 9 自治体のうち 5 自治体は千葉県や三重県、岐阜県に存在し、東京や名古屋などの大都市近郊の自治体である。利用型の総寄附金額の上位 10 位を以下に示す。

表 16 利用型の総寄附金額上位 10 位

順位	自治体名	返礼品目	寄附金額	スポーツ分野への使途
1	宮崎県宮崎市	ゴルフ利用券	136,640,001	文化・スポーツ分野に約 5,000 万円活用予定
2	群馬県富岡市	ゴルフ利用券	73,423,600	市民体育大会など
3	静岡県小山町	ゴルフ利用券	70,290,000	なし
4	三重県桑名市	ゴルフ利用券	34,100,000	なし
5	千葉県市原市	ゴルフ利用券	29,600,000	なし
6	千葉県睦沢町	ゴルフ利用券	17,990,000	なし
7	北海道占冠村	ゴルフ・スキー利用券	17,440,000	なし
8	長野県野沢温泉町	スキー利用券	13,920,000	スノーリゾートのまちづくり
9	千葉県一宮町	ゴルフ利用券	12,400,000	なし
10	岐阜県可児市	ゴルフ利用券	10,610,000	サッカー場整備などのスポーツ振興

### 第二項 参加型

ふるさと納税の寄附の返礼品として、主に各自治体が主催に入っているスポーツ競技大会に参加

する権利を提供するパターン。競技別に見ると、マラソン（ランニングイベント）、トライアスロン、ロードレース（サイクリング）、トレイルランである。

「参加型」の返礼品には2,839件135,288,100円集まっている。参加型で最も集まったのは京都府京都市の京都マラソンの出場権であった。京都マラソンは、2017年大会の抽選倍率が3.8倍の人気の大会である。その他上位10位の大会を見ても抽選倍率が1.5倍以上もしくは、先着順でも募集期間より早く締め切りになる大会が多い。

また、用途については、上位10大会中8自治体は大会の運営などに活用され、残りの2自治体はスポーツ振興の事業に活用されており、上位10大会すべての自治体において様々な形でスポーツ振興に活用されていた。

次に参加型の総寄附金額の上位10位を以下に示す。

表 17 参加型の総寄附金額上位 10 位

参加型				
順位	自治体名	返礼品目	寄附金額	用途
1	京都府京都市	京都マラソン	52,130,000	大会運営などに活用
2	東京都あきる野市	ハセツネ CUP	11,520,100	寄附金額の約3割を大会運営に
3	新潟県佐渡市	佐渡国際トライアスロン大会	11,100,000	一部大会運営に活用
4	岐阜県揖斐川町	いびがわマラソン	9,900,000	大会運営に活用
5	滋賀県近江八幡市	びわ湖トライアスロン	7,790,000	一部大会運営に活用
6	北海道洞爺湖町	北海道トライアスロン	7,300,000	全額大会運営に活用
7	愛知県名古屋	名古屋シティマラソン	3,950,000	スポーツ振興に活用
8	福岡県福岡市	福岡マラソン	3,812,000	スポーツ事業に活用予定
9	和歌山県上富田町	紀州口熊野マラソン	3,440,000	一部大会運営に活用
10	埼玉県さいたま市	さいたま国際マラソン	2,802,000	全額大会運営に活用

### 第三項 チーム応援型

市内県内に地元のプロチームなどが存在しており、プロチームの観戦チケットやユニフォームなどが返礼品として設定されている。競技別に見ると、サッカー、野球、バスケットである。

「チーム応援型」の返礼品には、1,929件62,271,199円が集まっている。最も集まった自治体は山口県山口市のJリーグチームレノファ山口の返礼品であった。返礼品の種類は体験型のシーズンパスなどと体験型ではないユニフォームなどのグッズも存在する。告知活動としてホームゲームやイベントで紹介を行っていたため、県内県外の比率が県内377件、県外71件であった。

また、チーム応援型の自治体52のうち用途がチームを応援する事業に活用されているのは山口県山口市、東京都町田市、山形県天童市、群馬県前橋市、福岡県北九州市、徳島県鳴門市であ

り、寄附金額の上位 10 位中 5 自治体が含まれていた。

次に、チーム応援型の総寄附金額の上位 10 位を以下に示す。

表 18 チーム応援型総寄附金額

チーム応援型				
順位	自治体数	返礼品目	寄附金額	使途
1	山口県山口市	レノファ山口	17,865,000	チームを応援する事業に活用
2	東京都町田市	ペスカドーラ町田	9,088,000	サッカースクール運営に活用
3	宮崎県宮崎市	ソフトバンクホークスファンクラブ入会権 オリックスバファローズファンクラブ入会権	5,290,000	約 5,000 万円を スポーツ振興に活用予定
4	福岡県北九州市	キラヴァンツ北九州	4,580,000	スタジアム整備に活用
5	茨城県鹿嶋市	鹿島アントラーズ	4,450,000	各事業に活用。チームはなし。
6	群馬県前橋市	ザスパクサツ群馬	2,860,000	993 万円スタジアム設立に活用
7	山形県天童市	モンテディオ山形	2,190,000	約 500 万円チームの支援
8	埼玉県さいたま市	浦和レッズ	2,010,000	一部をスポーツ振興に活用
9	京都府亀岡市	京都サンガ	1,770,000	チームへの活用はなし
10	静岡県磐田市	ジュビロ磐田 (ラグビー・サッカー)	1,420,000	チームへの活用はなし

### 第五節 三類型の評価指標

三類型に分けた上で、インタビューやデータ収集の過程から出てきた以下の指標 7 つをもうけ、どのような要因が多くふるさと納税があつまることに影響しているのかを 1 自治体あたりの平均寄附金額で検証した。

それぞれの項目は、表 19 の通り。

1 つ目は、参加型やチーム応援型の寄付金の多い上位 10 自治体の使途から、集まったふるさと納税の「使途」が直接的に施設や大会やチームに活用されているかどうかという指標。

2 つ目は、佐渡市へのインタビュー内容から、大会や施設「人気」かどうかという指標。

3 つ目は、前橋市へのインタビュー内容から、「募集タイミング」が一般エントリーの前か後か同時か通年かどうかという指標。

4 つ目は、利用型の上位 10 自治体の都市部からの距離をみて、都市部からの「距離」が近いかわれているかという指標。

5 つ目は、様々な金額設定がある中で、1 寄附あたりの「寄附金額」という指標。

6 つ目は、山口市がデータ収集の過程でホームゲームなどで告知をしていたということから、リアルプロモーションを含む、施設・チーム・大会ホームページなどでの「PR 活動」をしていたかどうかという指標。

7つ目は、利用型の上位10自治体が様々な複数人利用の返礼品メニューを設けていたことから、「複数人で利用」が可能かどうかの指標を設けた。

結果の一覧を以下に示す。

表 19 三類型の評価指標

使途	人気	タイミング	距離	寄附金価格	PR活動	複数人利用
1. 関係あり	1. 人気	1. 前	1. 近い	1. 10,000～	1. あり	1. あり
2. 関係なし	2. 不人気	2. 後	2. 遠い	2. 50,000～	2. なし	2. なし
3. スポーツ振興	3. 不明	3. 同時		3. 100,000～	3. 不明	
		4. 通年		4. 1,000,000		

※ 利用型のゴルフの人気は「楽天 GORA」のユーザーポイントが4.0以上とした。

※ 利用型のスキーの人気は「4travel」の口コミ人気ランキングに入っている施設とした。

※ 参加型の人気は抽選倍率1倍以上もしくは、募集期間よりも早く締め切られる大会とした。

※ 距離は都心部から90分程度を近い、それ以上を遠いとした。

### 第一項 利用型

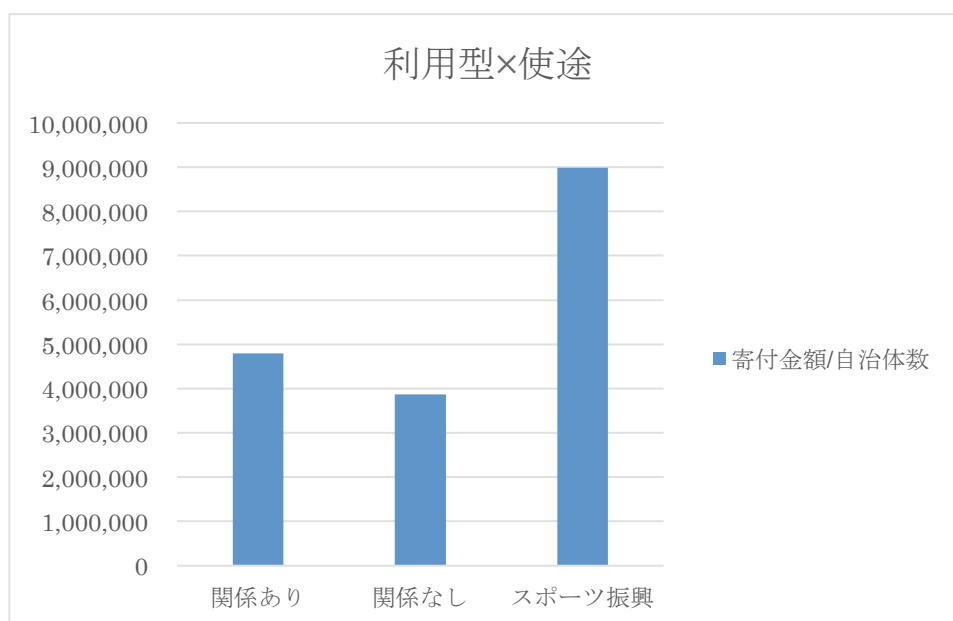


図 3 利用型×使途

ふるさと納税の使途がその施設に活用されているかどうかは影響していなかった。

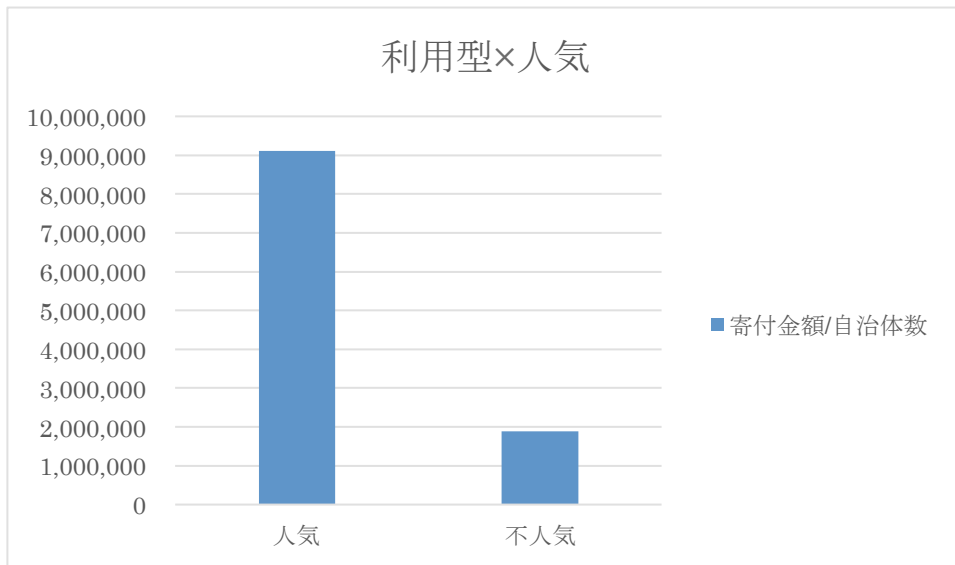


図 4 利用型×人気

施設の人気があることで、ふるさと納税が多く集まっていた。

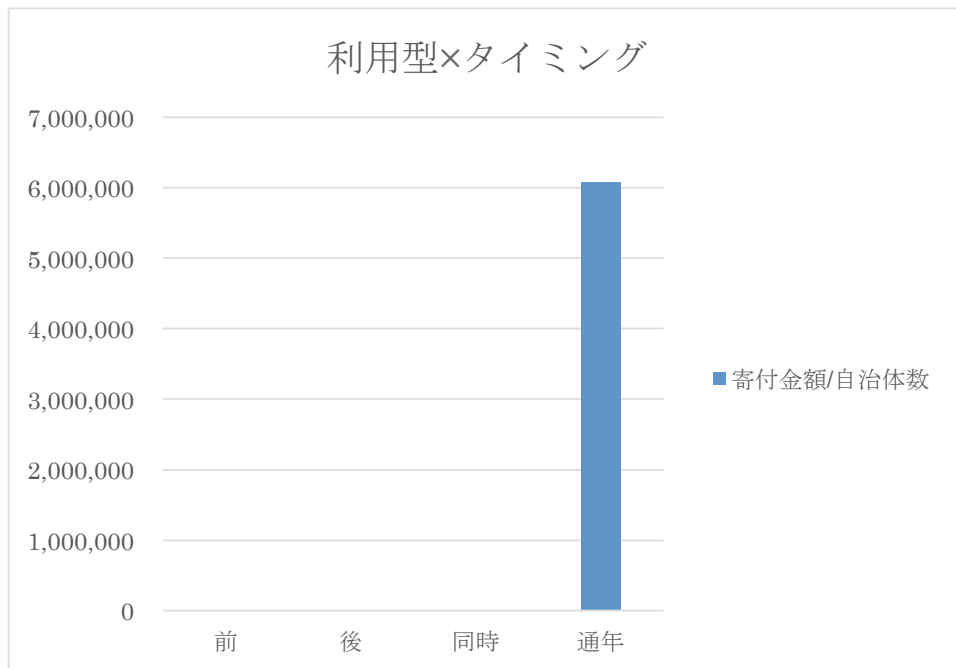


図 5 利用型×タイミング

利用型に、ふるさと納税を募集するタイミングの影響はなかった。



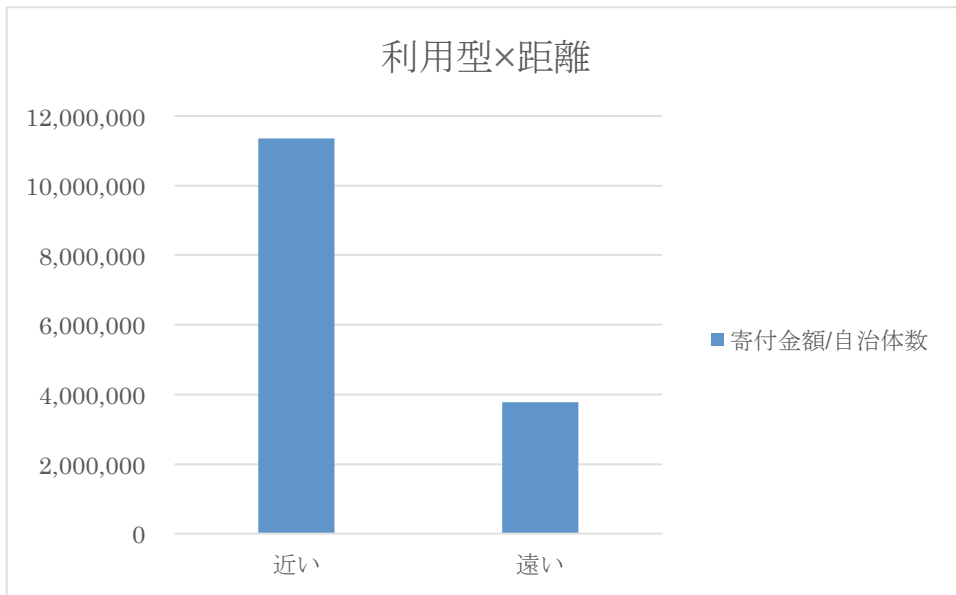


図 6 利用型×距離

都心からの距離が近いほうがふるさと納税は多く集まっていた。

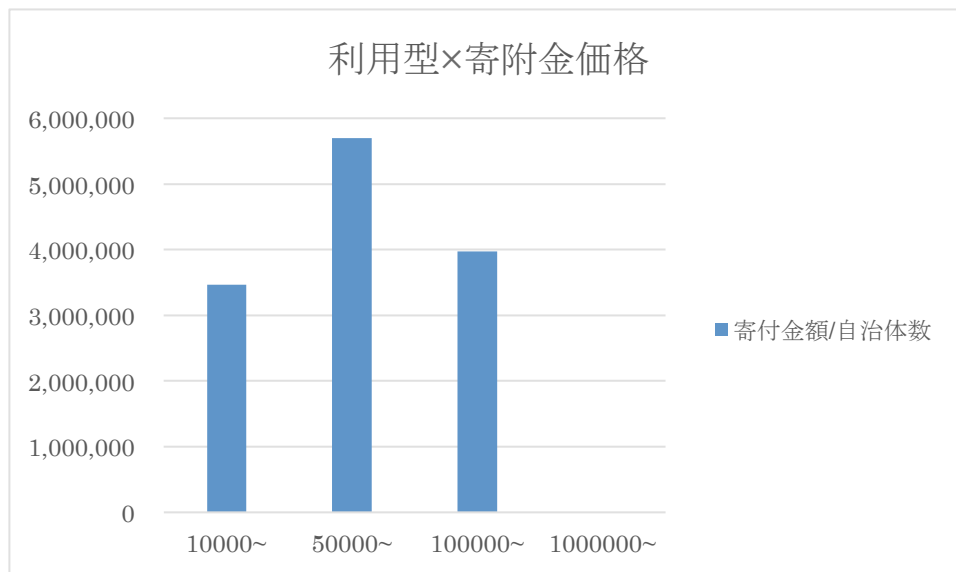


図 7 利用型×寄附金価格

寄附金額の設定金額帯は、5万円以上が多かったが、宮崎市の寄附額の影響が大きい。

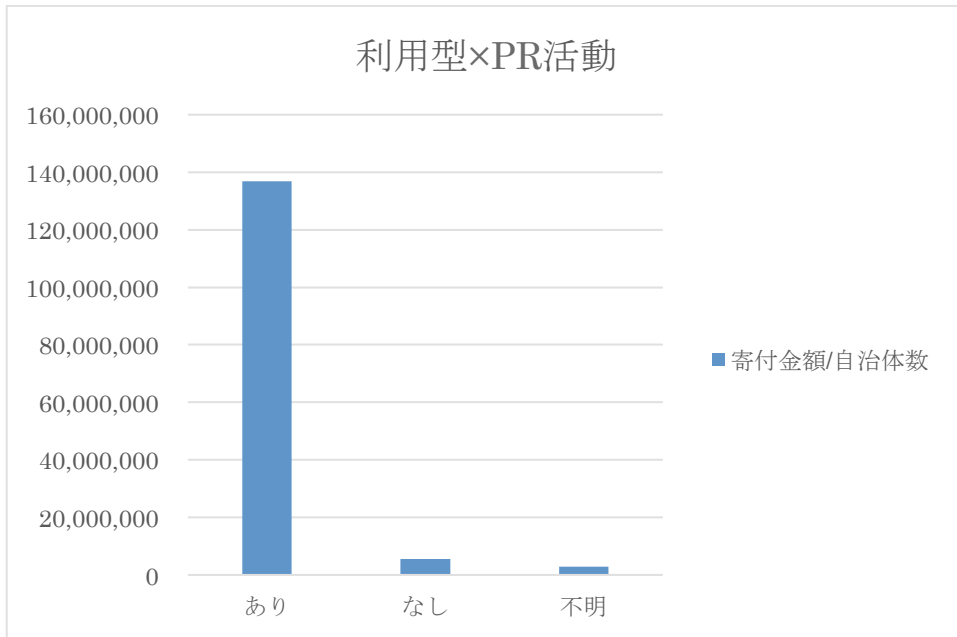


図 8 利用型×PR 活動

宮崎市が PR 活動を行っていたため、異常値となった。はほぼ全ての自治体では PR 活動はしていなかった。

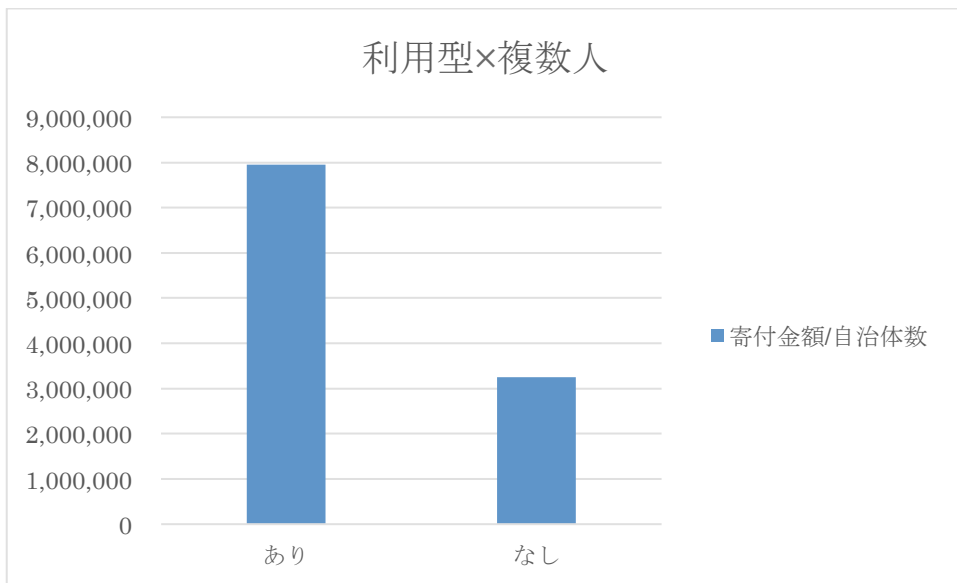


図 9 利用型×複数人

複数人で利用できる返礼品メニューがある方がふるさと納税は多く集まった。

## 第二項 参加型

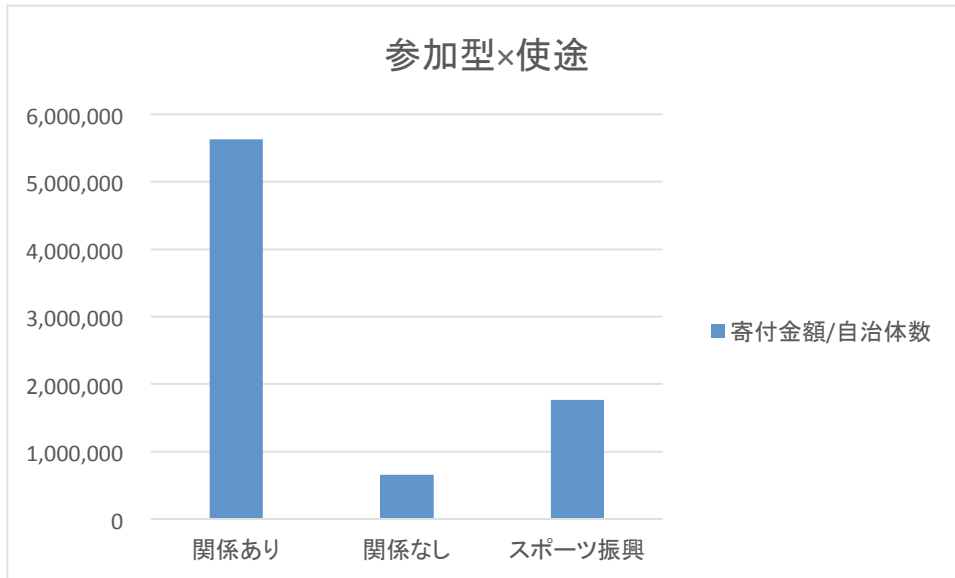


図 10 参加型×使途

集まったふるさと納税を大会に活用されているとふるさと納税が多く集まった。

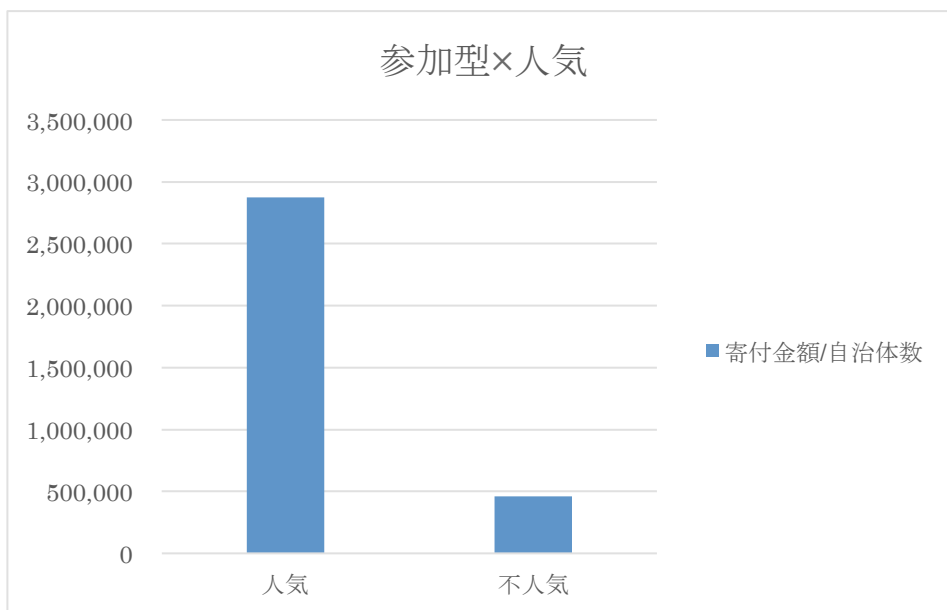


図 11 参加型×人気

抽選倍率が高かったり、先着順でも募集期間前に締め切りになったりするような大会の方がふるさと納税が多く集まっていた。

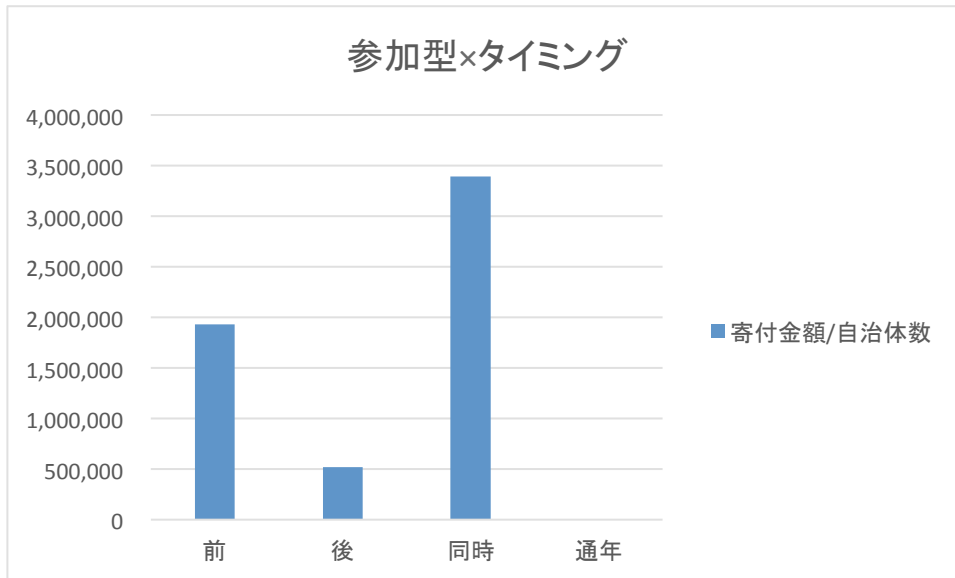


図 12 参加型×タイミング

ふるさと納税枠の募集のタイミングは、一般エントリーのタイミングと同時もしくは前に行うことでふるさと納税が多く集まっていた。

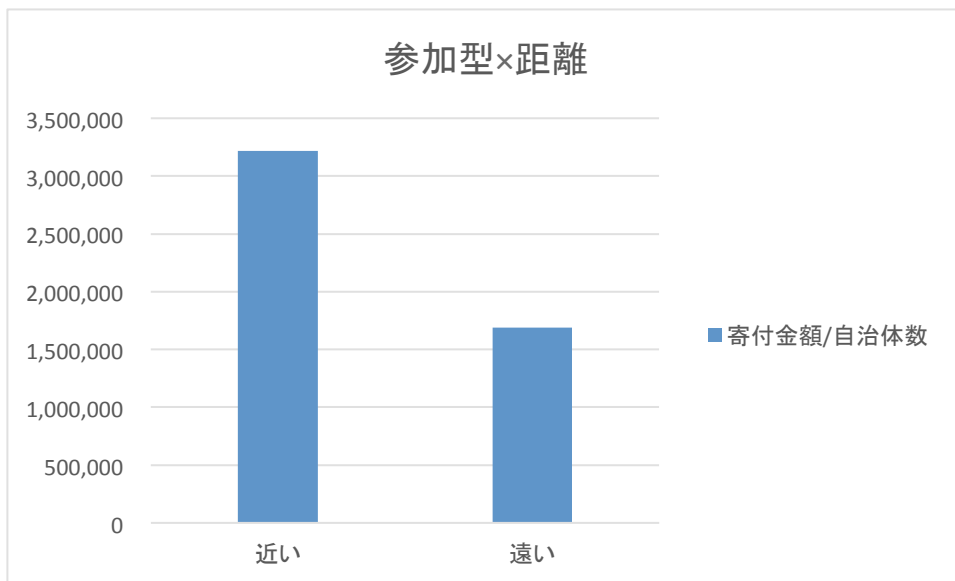


図 13 参加型×距離

都心部から近い大会の方が、ふるさと納税が多く集まっていた。

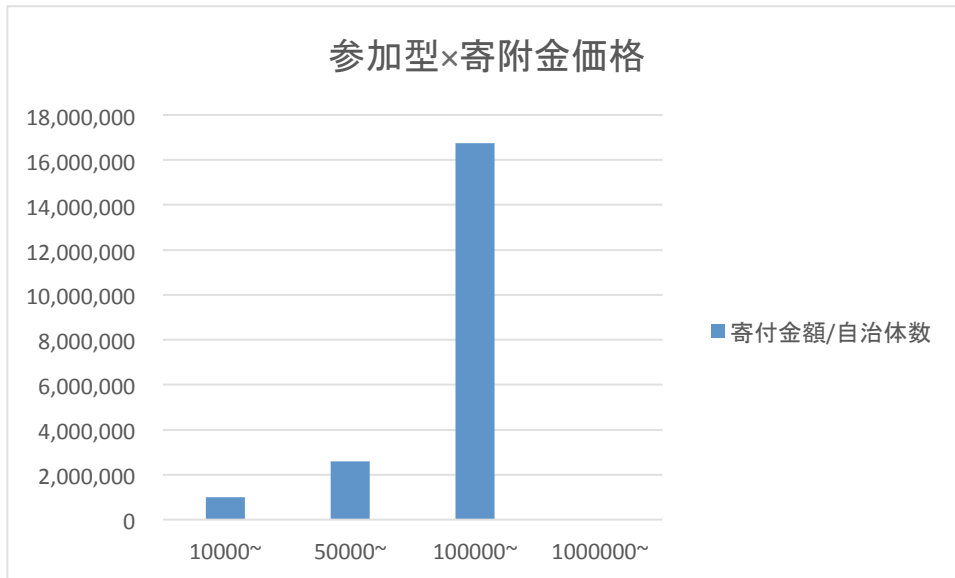


図 14 参加型×寄附金価格

京都マラソン、福岡マラソン、佐渡国際トライアスロンの3大会の寄附金額が10万円以上であったため異常値になっている。

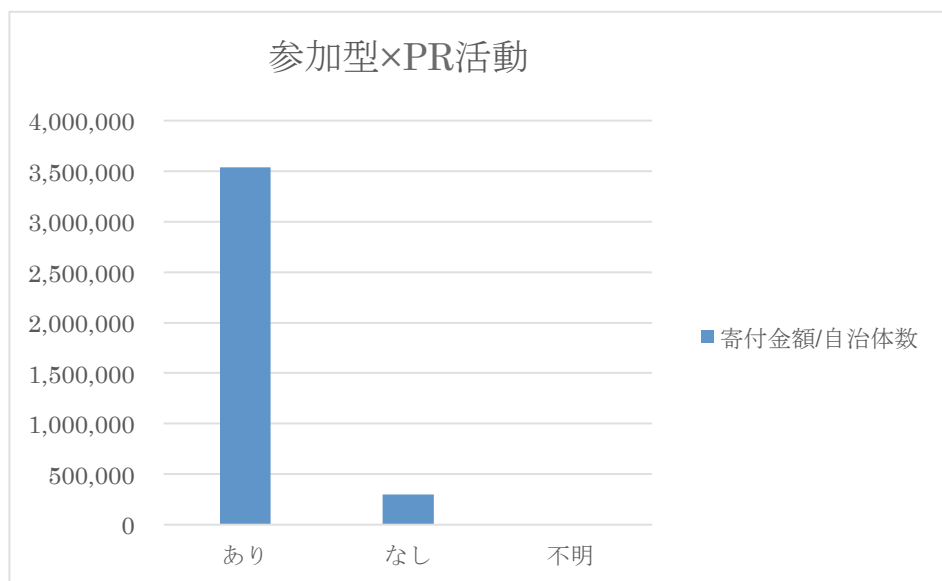


図 15 参加型×PR活動

ほぼ全ての大会において、大会HPやSNSなどでPR活動をしていた。

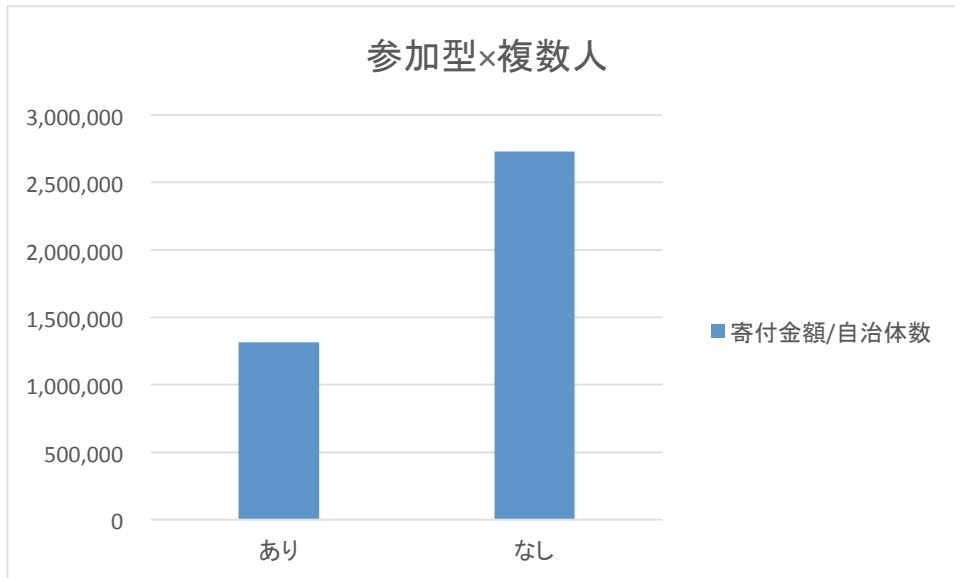


図 16 参加型×複数人

宿泊付きの返礼品など、一部複数人で申し込みできるものもあったが、参加型は一人で複数人同時にエントリーできるメニューがなくても多く集まった。

### 第三項 チーム応援型

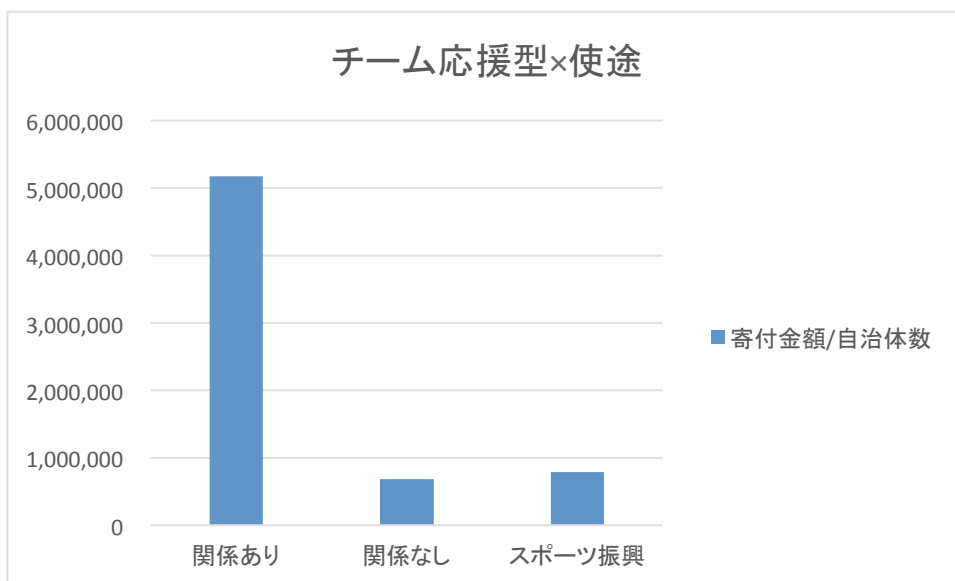


図 17 チーム応援型×使途

チームの活動に活用されている場合に、ふるさと納税は多く集まった。

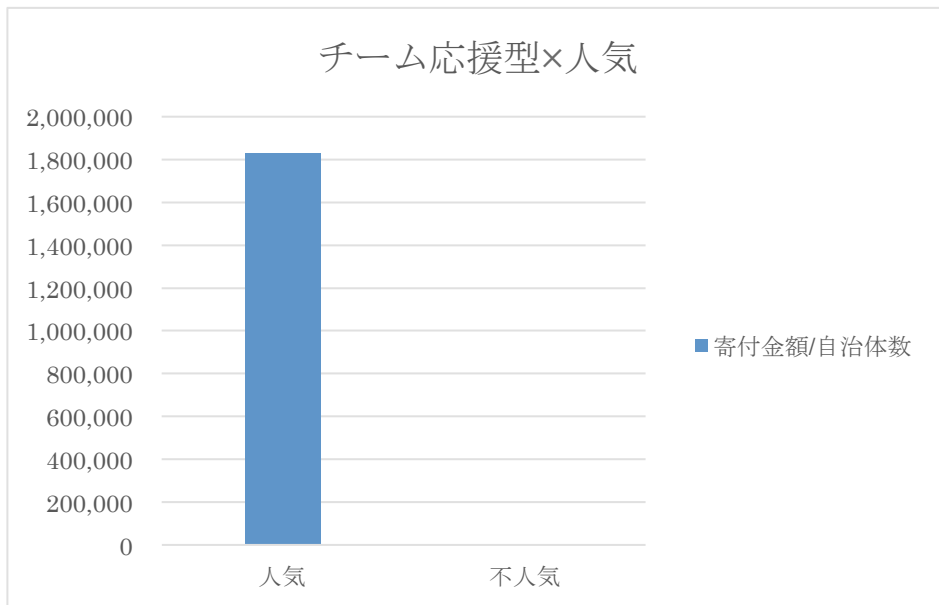


図 18 チーム応援型×人気

地域密着型のスポーツのため、全て人気と設定した。

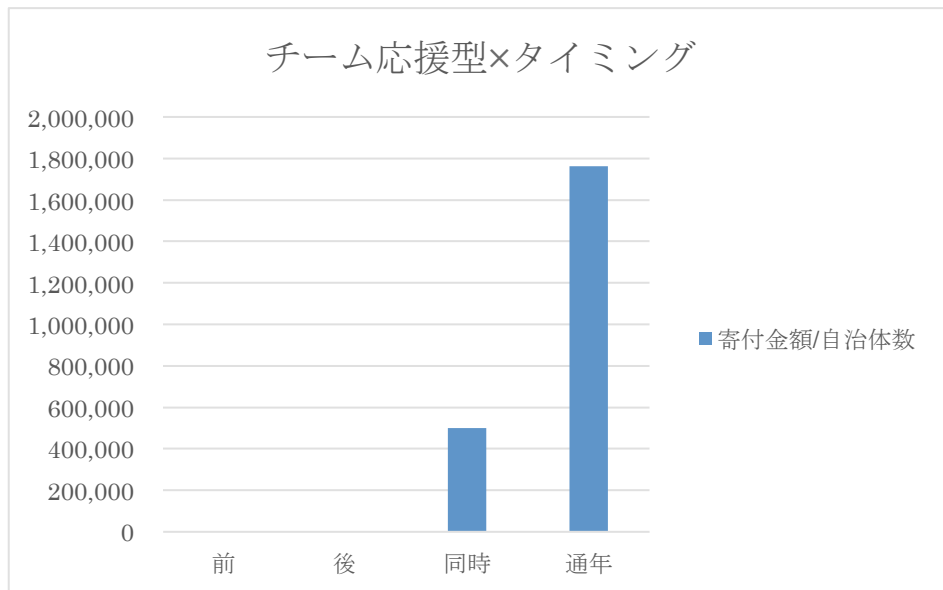


図 19 チーム応援型×タイミング

宇都宮市の自転車大会の観戦チケットが1件、募集タイミングを同時に含んだ。  
 その他は全てタイミングは関係無い。

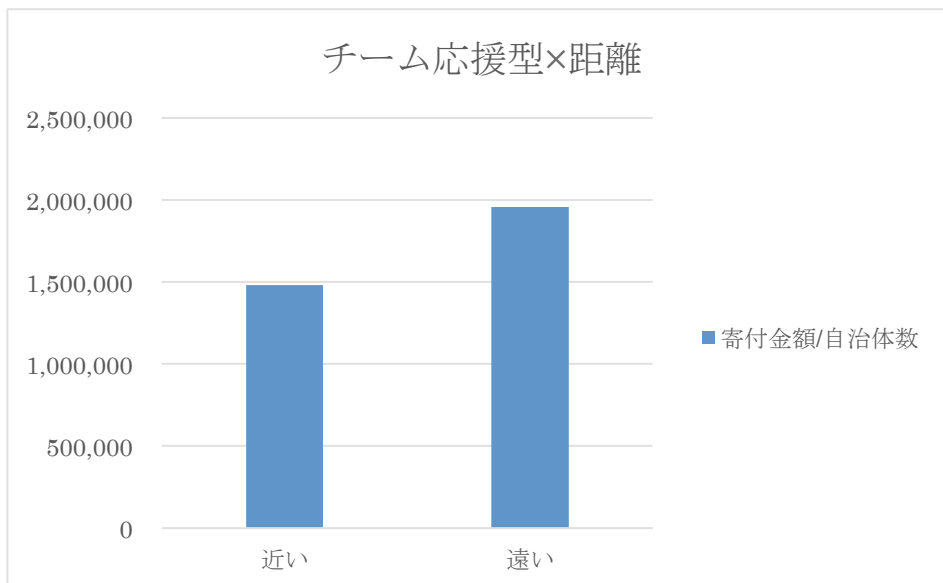


図 20 チーム応援型×距離

都市部から遠くてもふるさと納税は集まった。

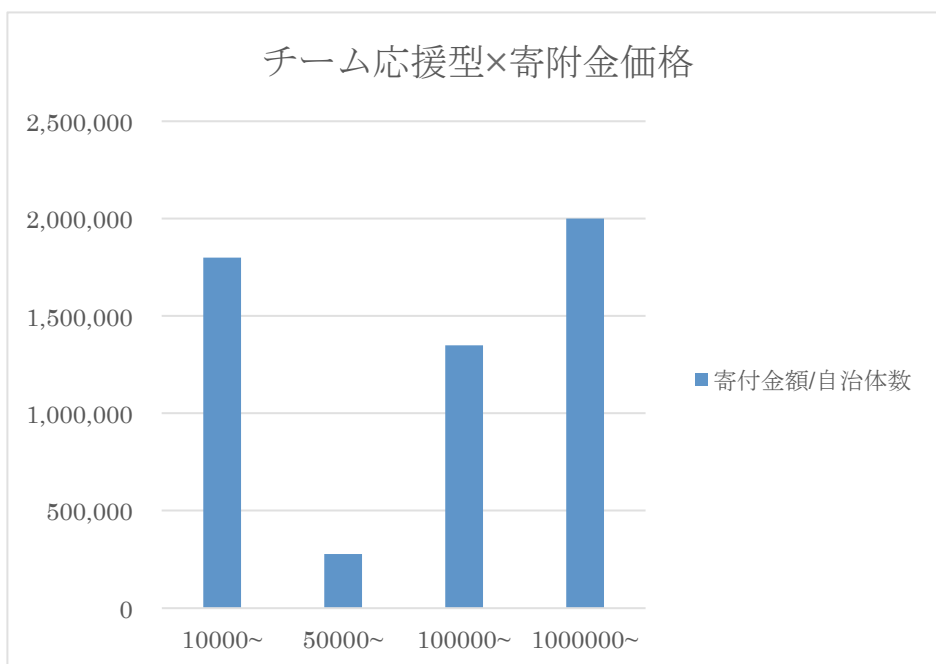


図 21 チーム応援型×寄附金価格

寄附金額単価は、10,000円～、100,000円～、1,000,000円～が多く集まっている。



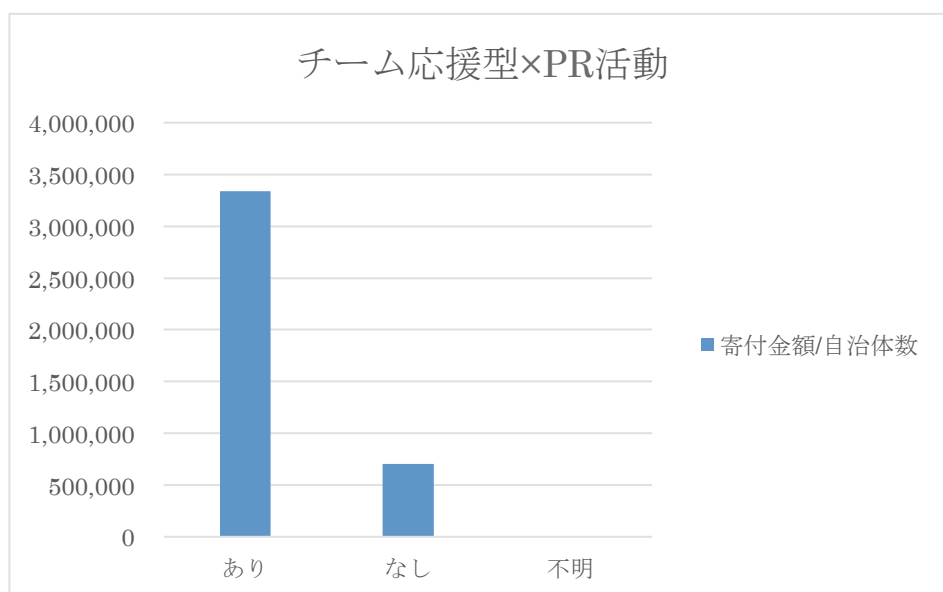


図 22 チーム応援型×PR 活動

チーム HP やリアルでの PR 活動を行うことで、ふるさと納税が多く集まった。

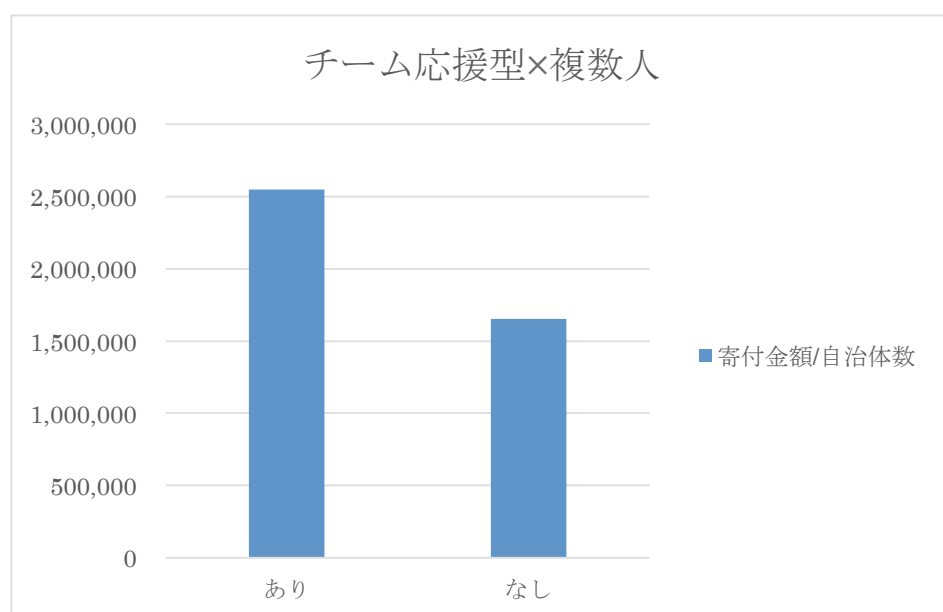


図 23 チーム応援型×複数人

複数人で体験できる返礼品のほうがふるさと納税は多く集まった。

## 第五章 考察

### 第一節 本研究の主要な知見

現状のふるさと納税制度では、返礼品と使途は基本的には結びついておらず、寄附者はスポーツにまつわる返礼品を選んでもスポーツ振興とは関係無い使途を選ぶことが可能である。また、使途の内容についても、具体的な内容である場合が少ない。それが「地域の特産品が節税しながら買える」ふるさと納税制度になったのではないかと考えられる。結果による使途との関係性をみると、スポーツ分野においては特に、返礼品と使途を結びつけることが重要であると考えられる。

例えば、返礼品が大会出場権であれば使途を大会運営に活用、返礼品が観戦チケットや応援グッズであればチームの活動に活用、ゴルフなどの利用券であれば使途をゴルフ場周辺の環境整備事業に活用などということである。

こういった活用方法によって、寄附者の制度そのものへの考えの変化がおり、スポーツふるさと納税市場は拡大していくのではないかと考える。

### 第二節 ふるさと納税におけるスポーツ活用の効果

#### 第一項 歳入の増加とスポーツ振興財源の確保

「スポーツふるさと納税」の返礼品に 15,743 件 756,254,908 円集まっており、スポーツ活用をすることで自治体にとって今まで以上の歳入増加の効果があり、スポーツ振興財源の確保をすることにより、スポーツコンテンツをより魅力的にすることでさらなる歳入増加の循環につながるのではないかと考える。

#### 第二項 「スポーツふるさと納税」の評価指標

##### ① スポーツ振興

集まったふるさと納税の「使途」が直接的に施設や大会やチームに活用されているかどうか、抽選で漏れるような大会、評価点数が高い施設など「人気」かどうか、「募集タイミング」が一般エントリーの前か後か同時か通年か、都市部からの「距離」が近いか離れているか、1 寄附あたりの「寄附金額」、チームや大会ホームページなどでの「PR 活動」、返礼品が「複数人で利用」が可能かどうかを評価指標とした。「寄附金価格」を評価指標として設け、金額にばらつきはあったものの、本研究においては他の項目が寄付金を多く集まるためには影響していた。

##### ② 地域振興

大会などを通して自治体を知ってもらう PR 効果、施設利用や大会出場することで交流人口の増加が見込まれることが評価指標となる。

### 第三項 「スポーツふるさと納税」への期待

#### ①居住者の視点

「スポーツふるさと納税」をきっかけに大会に参加したり、施設を利用したりすることを通して、地域のことを知って来てもらうことは、地域の魅力を PR するために重要な手段の一つである。

今後の課題としては、「スポーツふるさと納税」を通して作った地域外の寄附者との関係を、将来的な地域のソーシャルな活動に参加してもらったり、ファンにつなげていったりすることであるが、同時にその受け皿も必要になる。

#### ②ふるさと納税者の視点

寄附金控除を受けながら大会出場の権利を買っているということではなく、目に見える形でその地域に貢献していることがわかることが求められる。

その地域が自分の寄附（スポーツふるさと納税）によって、少しずつでも変わっていく姿を継続的に見ることができると、将来的に「関係人口」としてその地域との関わりをもつ存在になる可能性も高まる。

### 第三節 「スポーツふるさと納税」導入の動機と条件

自治体が「スポーツふるさと納税」を導入するにあたっては以下のような動機や条件があると導入しやすいと推測する。

- (1) 大会やチーム・施設を通して、交流人口を増やしたいという動機がある。
- (2) 大会やチームなどを市の主要施策と設定しスポーツによるまちづくりを推進し、地域を PR したいという動機がある。
- (3) 当該自治体が大会の主催者など、自治体の施策になっているという条件があると自治体と大会運営の関係性から導入しやすい傾向がある。

#### 第四節 「スポーツふるさと納税」の成功要因三原則

##### (1) 「利用型」

都市部からの立地や、人気の高い施設で、複数人利用できる返礼品のメニューがあることが成功要因である。

##### (2) 「参加型」

大会に出ながらその地域を応援したいという思いに直結するため、使途を大会に活用し、抽選や先着順でも募集期間より早く締め切りになるような人気の大会であることや、募集のタイミングを一般エントリーと同時か前にすることが成功要因である。

##### (3) 「チーム応援型」

使途をチームに活用し、チームホームページなどで PR を行い、複数人利用できる返礼品のメニューがあることが成功要因である。

最後に、以下に各類型と成功要因をまとめる。

表 20 「スポーツふるさと納税」の成功要因三原則

類型	要因 1	要因 2	要因 3
利用型	立地	施設人気	複数人利用
参加型	使途直結	大会人気	タイミング
チーム応援型	使途直結	PR 活動	複数人利用

#### 第五節 「スポーツふるさと納税」のスポーツ振興による地域活性化の可能性

スポーツの体験型返礼品はその土地に来てもらうきっかけになり、使途を大会やチームなどに活用することでスポーツふるさと納税は多く集まり、また、スポーツコンテンツがより魅力的なものになる循環が生まれることで、スポーツ振興による地域活性化が可能になる。

今現在、スポーツコンテンツを活用できていない自治体は多く、今後本調査の例を応用して導入することで「スポーツふるさと納税」の拡大を期待させるものである。

## 第六節 研究の限界

本研究の情報収集方法は、1,788自治体のHPやふるさと納税ポータルサイトなどを一定期間調べたもので、調査期間外にHPに掲載していた自治体は研究対象から漏れている可能性がある。また、情報収集において回答の得られた自治体は161であり、全体の50.0%であることから、すべての現状を把握しきれていないとはいえない。

しかし、スポーツに着目して全国47都道府県におけるふるさと納税を網羅した研究は初めて行われたことから、今後のスポーツと地域の活性化の視点において、継続して確認していくことで拡大の可能性が明確になると期待される。

## 第六章 結論

「スポーツふるさと納税」は、「利用型」「参加型」「チーム応援型」3つに分類され、「参加型」「チーム応援型」は用途を大会やチームに活用することを明示することで寄附額は多く集まり、「利用型」の場合は施設立地や施設の人気や複数人利用のメニューを設定することで、都市部から離れた地域でも成功する。

## 謝辞

本研究を行うにあたり、大変多くの方々にご協力いただき、お力添えをいただきました。深く御礼申し上げます。

本研究の作成に際し、指導教授平田竹男教授には多大なるご指導を賜りました。本研究の方向性の土台作りからの確なご助言をいただき、自身の今後にとってとても意味のある研究に導いていただいたことを心より御礼申し上げます。

また、本研究作成にあたり、学術的な視点から貴重なご助言をいただきました副査の中村好男教授、論文技法や調査の協力に至るまでご協力をいただきました副査の児玉有子教授にも深く御礼申し上げます。

本研究にご協力をいただきました自治体の皆様においては、突然のアンケート調査の依頼であったにもかかわらず、お忙しい中研究に協力をいただき御礼申し上げます。インタビュー調査に快く協力いただきました前橋市、佐渡市、青梅市、名古屋市、常滑市の皆様におかれましても、大変貴重で参考になるご意見をいただき深く御礼申し上げます。この研究を通して、ますます地域にスポーツが貢献していくことに力を注いでいきたいと感じました。

そして、平田竹男研究室 12 期のかげがえない皆様との貴重な出会いがあったからこそ、この 1 年間はとても有意義なものとなりました。またサポートしていただいた学生修士の皆様にも御礼申し上げます。ありがとうございました。

## 参考文献

1. 保田隆明. 地方自治体のふるさと納税を通じたクラウドファンディングの成功要因. 商学討究 (小樽商科大学). 2014. vol. 64, no. 4, p. 257-272.
2. 安田信之助; 小山修平. 地域経済活性化とふるさと納税制度. 城西大学経済経営紀要. 2016. vol. 34, no. 39, p. 49-78.
3. 加藤慶一. 現地調査報告 ふるさと納税の現状と課題--九州における現地調査を踏まえて (小特集 社会保障). レファレンス. 2010. vol. 60, no. 2, p. 119-130.
4. アイアンマン 70.3 セントレア知多半島ジャパン <http://www.ironman703.jp> 2017年1月11日  
アクセス