

個人の政治参加啓発サイト



URL: <http://seiji.rakuten.co.jp>

# 楽天政治 LOVE JAPANについて

1. 楽天政治 LOVE JAPAN 仕組みと特徴

2. 献金サービス利用状況

【参考】全国の政治資金・個人献金等の規模の推移(総務省データを抜粋)

3. ユーザーアンケート

4. (私見)個人献金拡大に向けた“3つの壁”

楽天株式会社 インフォシーク事業 楽天政治 LOVE JAPANグループ 高橋 朗 | 2010年3月26日

(注)本資料に記された意見・見解は筆者個人のものであり、楽天(株)および楽天政治 LOVE JAPANの公式見解を示すものではありません。

## 1. 楽天政治LOVE JAPANの概要 ①目的など

### 目的

#### 個人の政治参加を啓発・行動を促進

- －楽天(株)としては非営利・社会貢献の一環。
- －政治の分野でも “日本を元気に！”

### 【提供サービス】

1

#### 政治に関する情報提供

- －政治家の情報発信を支援

2

#### 政治献金サービス(個人献金のみ)

- －政治家・献金者双方にとっての「安心・安全」を重視

# 1. 楽天政治 LOVE JAPANの概要 ②情報発信



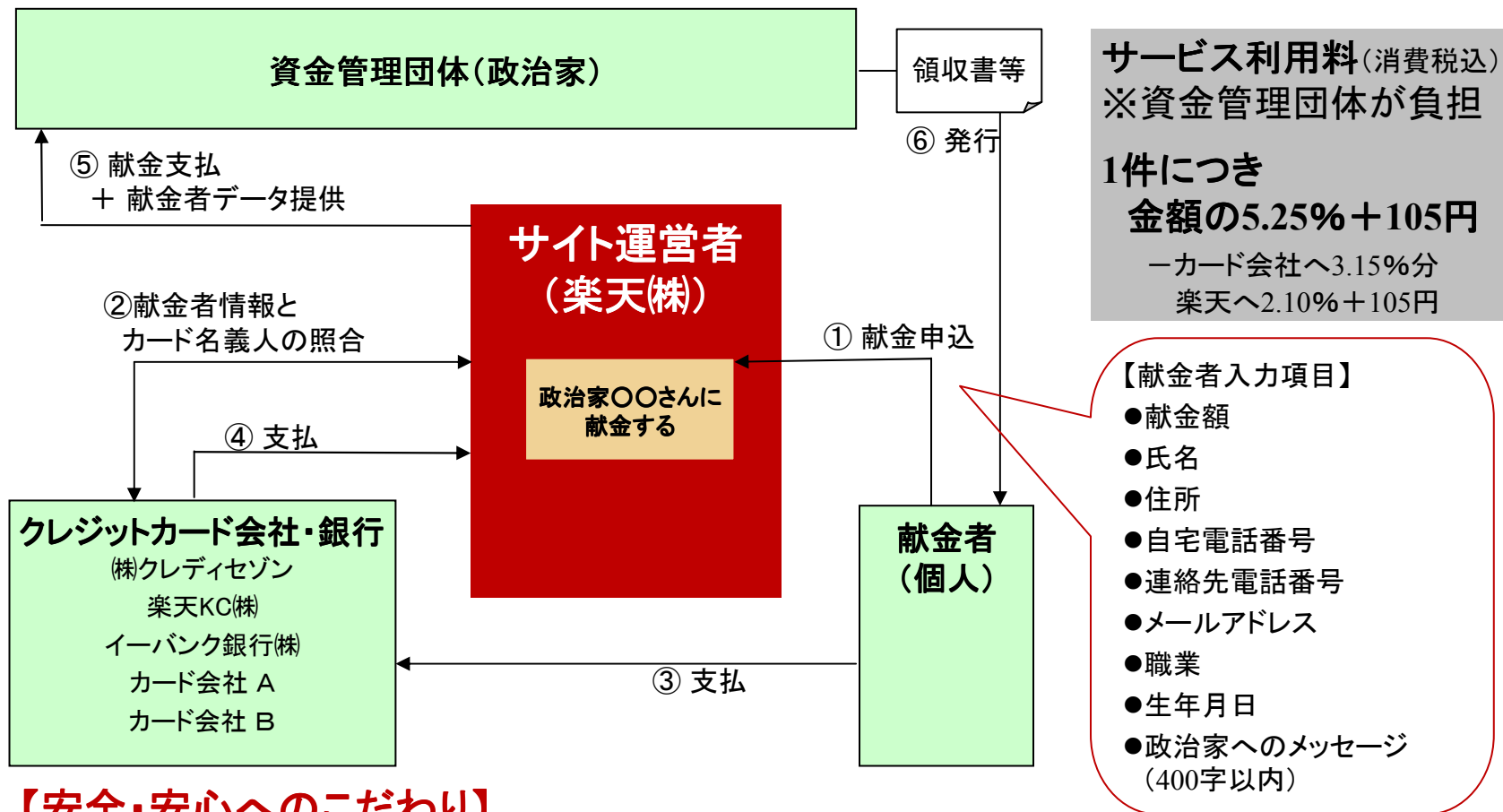
## ■政治家の情報発信を支援

- プロフィール
- 「私の政策」(動画・文章)
- ブログ・メルマガ(RSSフィード)
- Twitter(政治家本人のつぶやき、ユーザーの「@政治家」つぶやき)

## ■政治への理解を深めるコンテンツ

- 公職選挙法クイズ
- その他 政治への関心を高めるコンテンツ、政治への理解を深めるコンテンツを企画中

# 1. 楽天政治 LOVE JAPANの概要 ③献金サービス



## 【安全・安心へのこだわり】

- **本人確認 ⇒ 他人名義の献金を予めできるだけ排除**
  - 他人名義の献金を受け取るのも違法(政治資金規正法22条の6第3項、罰則あり)
  - 献金者本人の入力情報の一部とカード発行会社に登録された情報を照合。不一致の場合、献金申込を取り消し。
- **“バケツリレー”方式で、献金者⇒カード会社⇒楽天⇒資金管理団体へ資金を受け渡し**
  - 万が一、③献金者からの支払がないまま、⑤献金支払を行ってしまう事態を避けるため。

## 1. 楽天政治 LOVE JAPANの概要 ④決済手段拡充

## 【利用可能な決済方法】



2009年7月27日～  
楽天KC(株)  
(楽天カード)



2010年3月1日～  
イーバンク銀行(株)  
(口座振替)



2010年3月16日～  
(株)クレディセゾン  
(セゾンカード)

## ■ カード業界

(A)ライセンスを発行するブランド会社(Visa、Master、AMEX等)

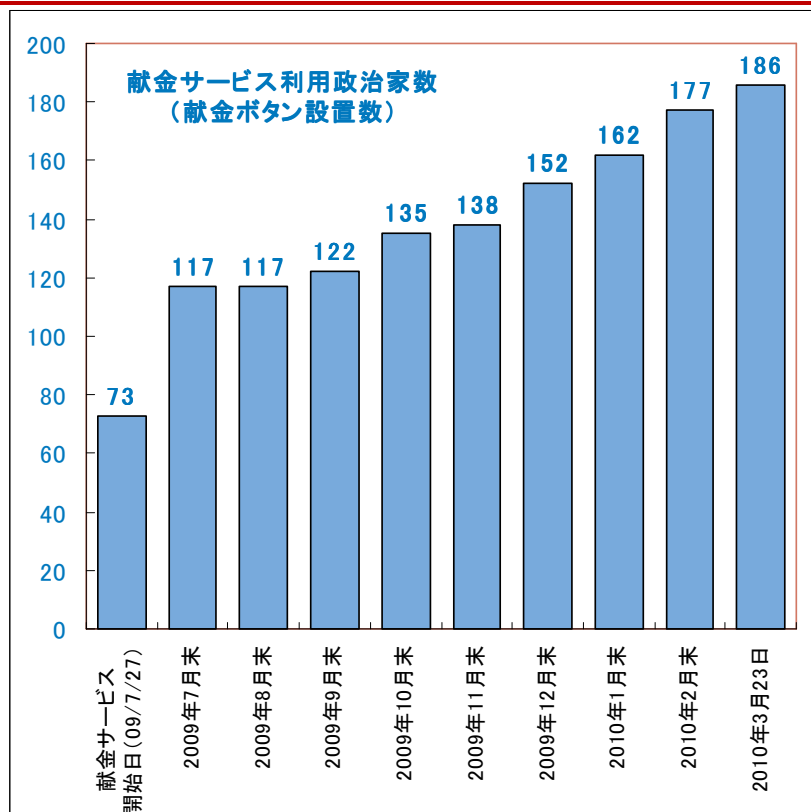
(B)実際にカードを発行するカード発行会社

(例:三菱UFJニコス(株)、三井住友カード(株)、(株)JCB、(株)クレディセゾン等)

■ LOVE JAPAN方式の「本人確認」を実施するためには、カード会員の登録情報を持つ(B)カード発行会社と個別に契約する必要。

■ 大手クレジットカード会社数社に参加に向けて働きかけ中。

## 2. 献金サービス利用状況 ①利用政治家数



### ■186名の政治家が利用。(3月23日現在)

- ほぼ各党の政治家が利用(注)。
- 09年12月より都道府県知事・政令指定都市市長にも拡張。

(注)

- 「衆議院」: 現職の衆議院議員  
「参議院」: 現職の参議院議員  
「非現職」: 国会議員の候補者等、  
「知事・市長」: 都道府県知事、政令指定都市市長
- LOVE JAPANの政治献金サービスは、政治家の「資金管理団体」を契約の相手方としており、政治家個人が資金管理団体を設立していない共産党、新党日本については、利用がゼロとなっている。

	衆議院	参議院	非現職	知事・市長	合計
民主党	82	24			106
自由民主党	26	10	23		59
公明党	2	1	1		4
社民党	1	1	1		3
みんなの党	2				2
国民新党	2	1			3
無所属	0	3	1	5	9
合計	115	40	26	5	186

## 2. 献金サービス利用状況 ②申込件数、金額など

### 件数

**累計申込<sup>(注)</sup>件数: 538件** (09/7/27~10/3/23)

- 衆院選の7・8月に盛り上がった後、10-12月は低調。
- 2010年入り後は増加に転じ、3月は10-12月頃の2~3倍程度となる見込み。

### 金額

■ 小口献金が中心

■ 金額ごとの件数順位

① 1,000円

② 10,000円

(注)「申込」とは、サイト上での申込受付を完了したベース。この後、本人確認での不一致や、資金の払込なし、等によって申込が取り消され、実際には献金が行われないものも一部に含まれる。

## 2. 献金サービス利用状況 ③政治家別申込件数

(注)以降の分析は、サービス開始(09/7/27)以降、2010年3月中旬までの申込523件ベース。

この時点では、献金サービス利用政治家数は184名。

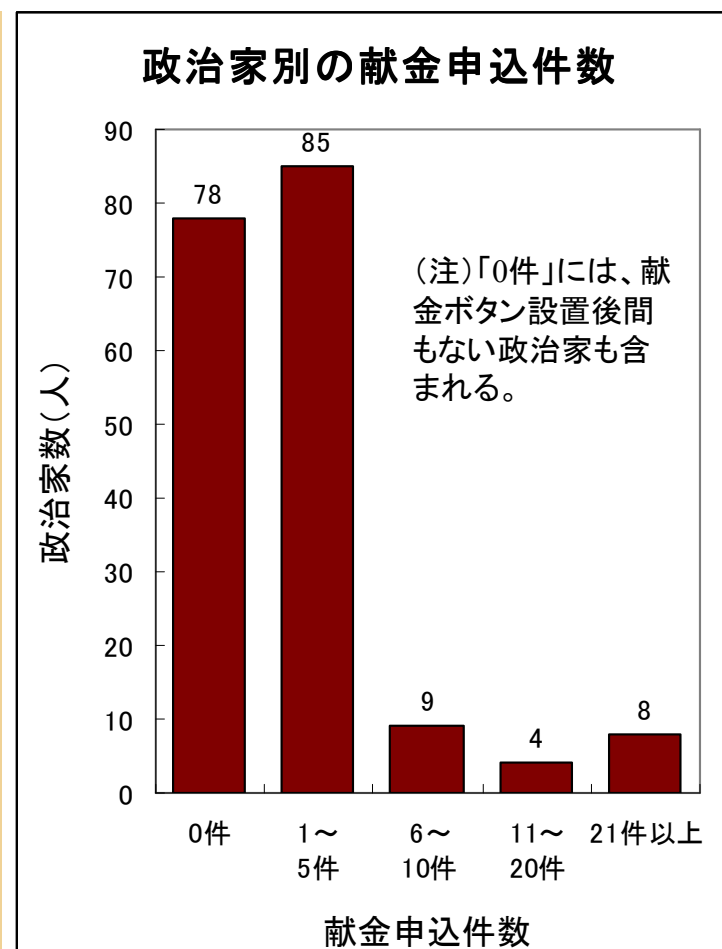
「申込」とは、サイト上での申込受付を完了したベース。この後、本人確認での不一致や、資金の払込なし、等によって申込が取り消され、実際には献金が行われないものも一部に含まれる。

### ■政治家別の申込には偏り

- 上位12名の政治家が2桁(11件以上)の献金申込を集める。
- 大部分の政治家は、5件以下。

### ■申込数上位の政治家

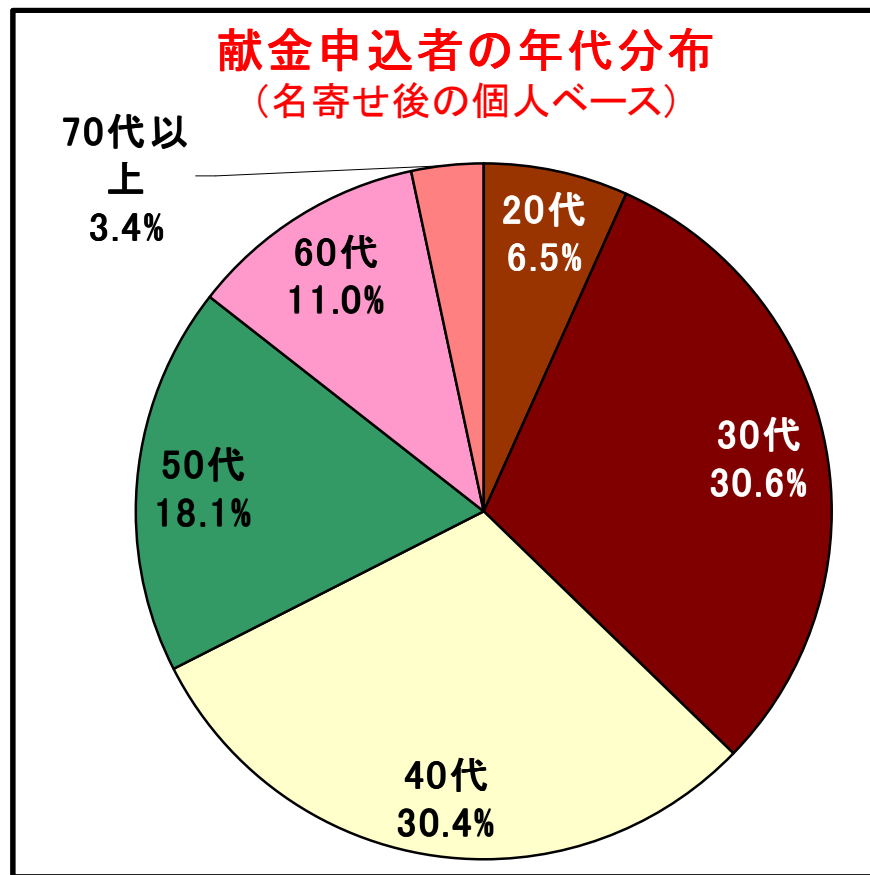
- 知名度が非常に高い政治家
- ネットで活発に情報発信を行っている政治家
- 特定の政策・法案等に尽力した政治家が最近が目立つ。  
⇒「政治をよく理解したうえで、政治参加のひとつの手段として個人献金」



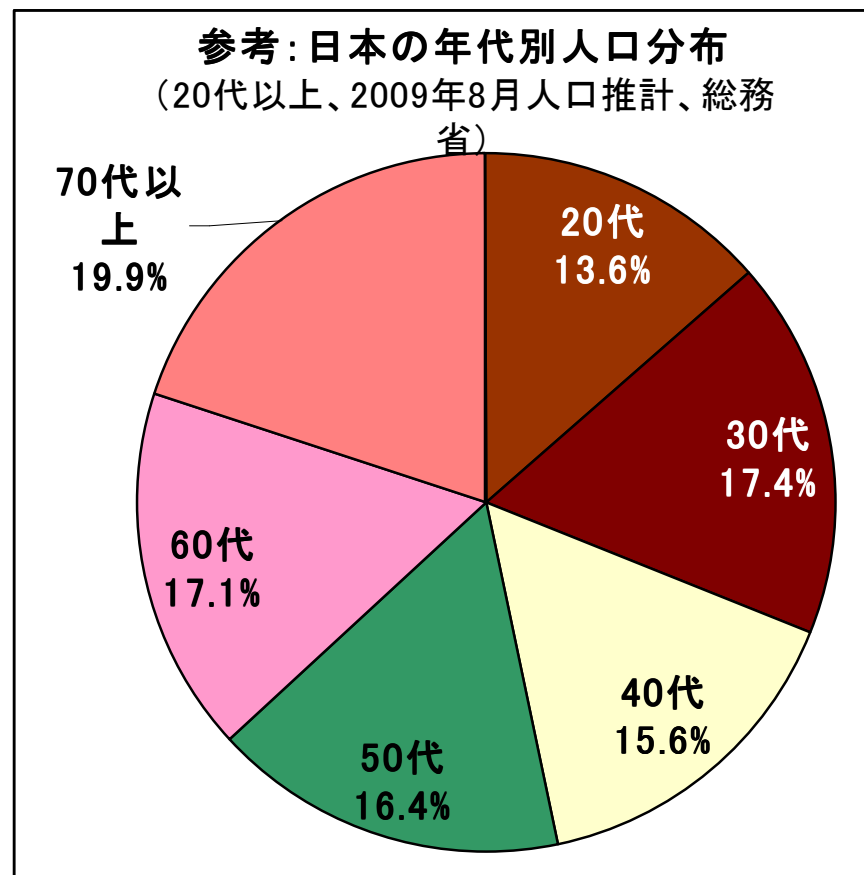
## 2. 献金サービス利用状況 ④献金申込者・年代

(注)本データは申込件数ベースではなく、**名寄せ後の献金者個人ベース**。

■40代31.2%、30代28.2%が合わせて6割を占める。



(注)名寄せ後の個人ベース

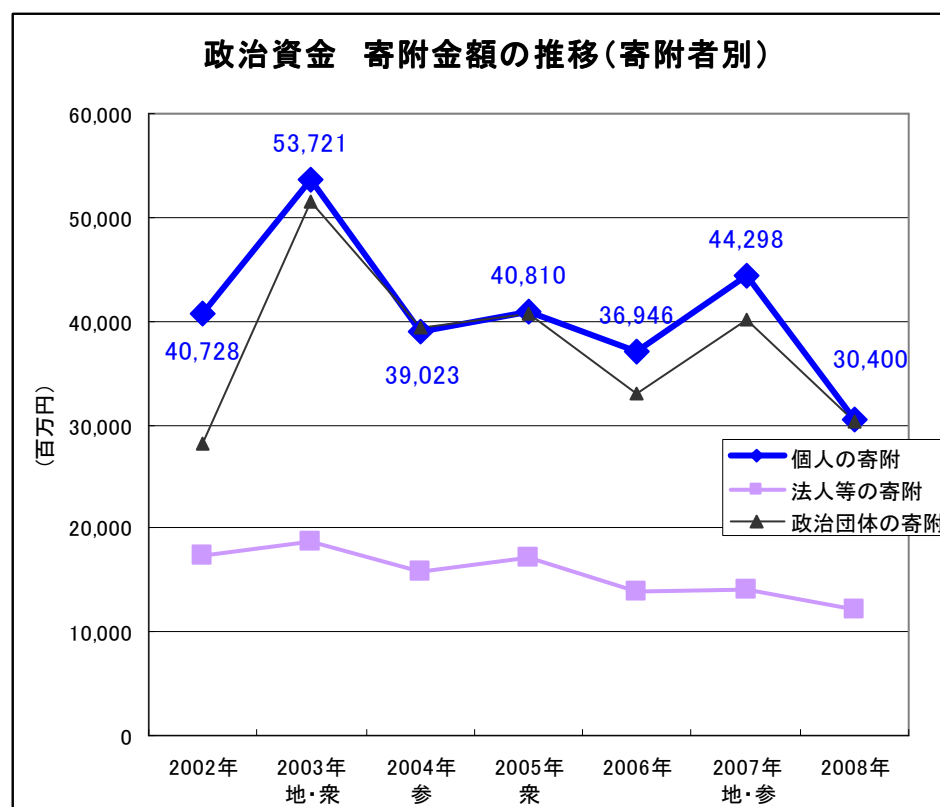
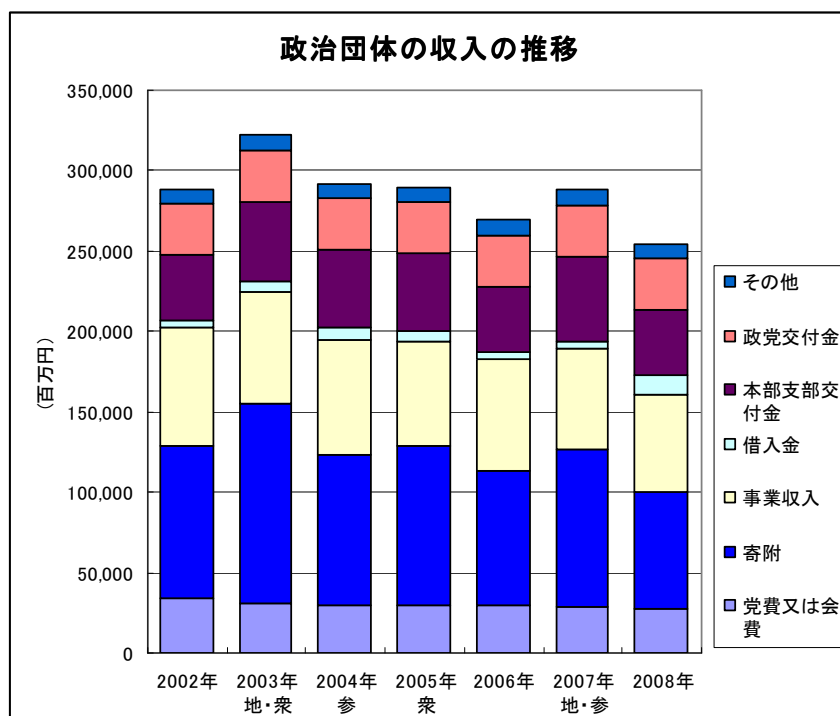


(注)20代以上の人口に占めるシェア  
(分母に20歳未満を含まない)

# 【参考】全国の政治資金・個人献金の規模の推移

(総務大臣届出分と都道府県選管届出分を合算)

- 全国規模の選挙がなかった一昨年(2008年)の全国の政治団体の収入(単純合計)は、2,537億円。うち729億円が寄附によるもの。
- 寄附の内訳をみると、個人の寄附(個人献金)が304億円。
  - 全国規模の選挙(衆院選、参院選、統一地方選)の実施年には、個人献金は400~500億円規模に膨らむ傾向。



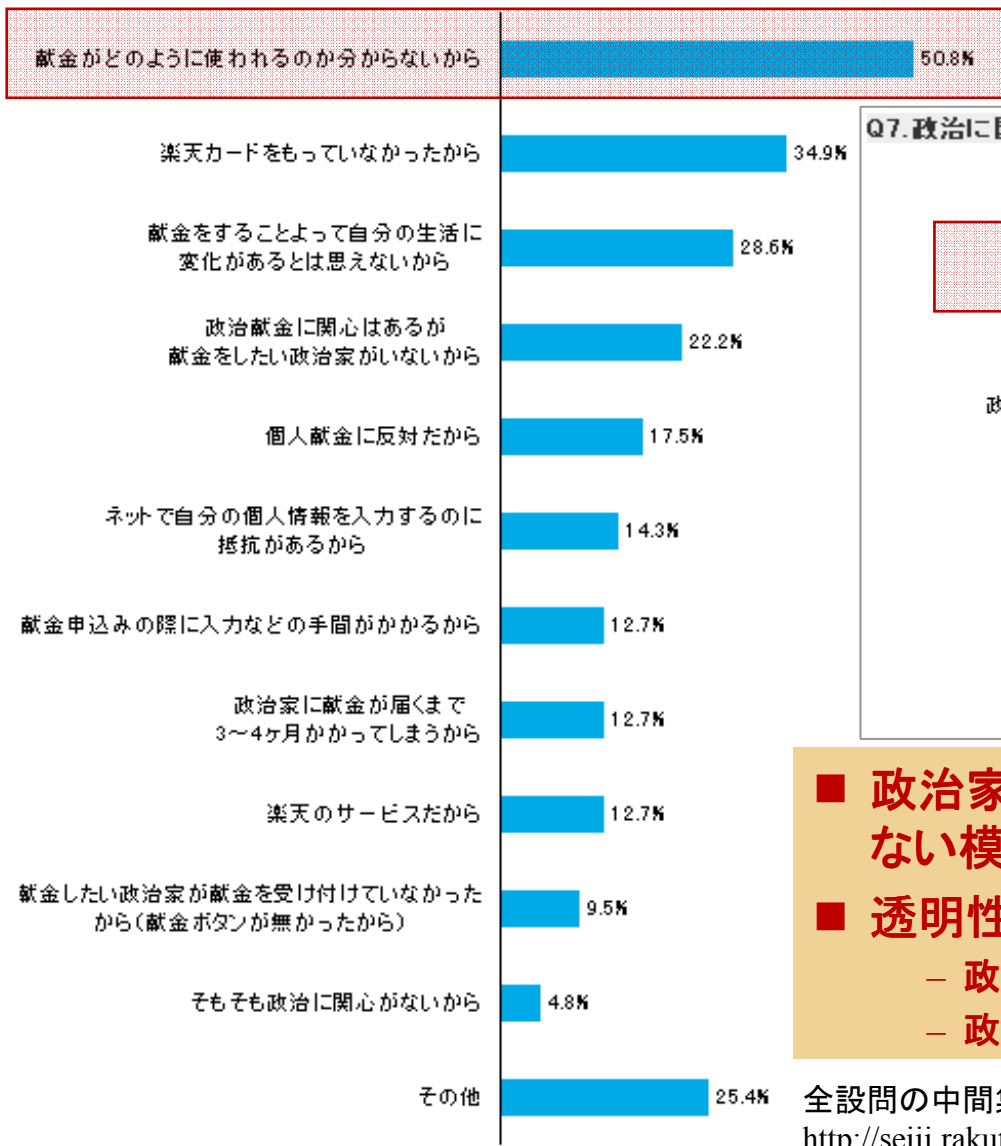
(注)・年の下の文字は、「地」:統一地方選、「衆」:衆院選、「参」:参院選が実施されたことを指す。

・全ての政治団体の合計。政治団体は、政党(含む政党支部)、政治資金団体、その他の政治団体(含む資金管理団体)などに分類される。

・総務省「政治資金収支報告の概要」を元に作成。総務大臣届出分と都道府県選管届出分を単純合計。

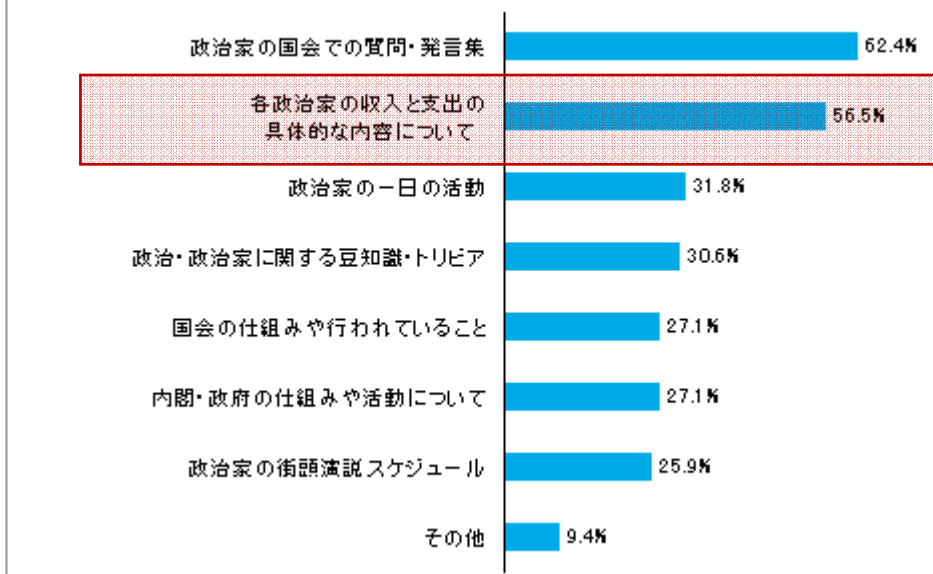
### 3. ユーザーアンケート「献金したくない理由は？」

Q4-1. 献金をしたいと思わなかった理由についてお教え下さい。(複数選択可)



献金したくない理由は？  
 楽天政治 LOVE JAPANに関するアンケート  
 中間集計結果(2009年11月20日~2010年3月15日)

Q7. 政治に関するどのような情報を知りたいですか？(複数選択可)



- 政治家の活動や支出の実態が理解されていない模様
- 透明性の向上が重要とみられる
  - 政治資金の情報公開に関する諸制度の見直し
  - 政治家自らによる情報発信の拡充など

全設問の中間集計結果は、LOVE JAPANサイト右側のバナーから。  
[http://seiji.rakuten.co.jp/contents/enquete/general\\_results20100319](http://seiji.rakuten.co.jp/contents/enquete/general_results20100319)

## 4. (私見)個人献金拡大に向けた“3つの壁”

### 1. 寄付文化の壁

- 個人の寄付総額：日本は米国の1/100(2002年)<sup>(注1)</sup>
  - 日本0.22兆円(GDP比0.04%) 米国22.99兆円(同1.76%)
- ただし、日本での調査「なんらかの寄付をしたことがある：81%」(2004年)<sup>(注2)</sup>
  - 赤い羽根、お寺・神社、赤十字、緑の羽根、ユニセフ、24時間テレビ、NPOなど

寄付文化の土壌：  
全くない訳ではない

(注1) 出所：内閣府経済社会総合研究所「非営利サテライト勘定による寄付とボランティアの統計的把握」(2004年12月)

(注2) 出所：中央募金協会「共同募金とボランティア活動に関する意識調査(第3次)」(2006年2月)

### 2. 制度・インフラの壁

- 寄付税制 - 確定申告の煩雑さ、源泉徴収による担税感の希薄さなども影響。
- 寄付、決済に関する便利・安全なインフラ
  - LOVE JAPAN=ひとつの風穴。 さらに決済手段や献金方法の拡充へ。

### 3. “商品”力の壁

- “献金したくなるほどの政治家の魅力”が十分に伝わっていない
- 献金者にとっての「献金(寄付)することの価値」は？
  - 献金者の期待・意図=政策、言動、活動内容、行政への影響、政治家に認知されたい・・・etc
  - 献金者にとっての「献金の価値」=「期待・意図のどの程度、どのように達成されたか」が、**寄付者に伝わって初めて価値が生まれる。(寄付者の満足感→リピート)**
- 政治家のマーケティング力の向上：ネット+リアルハイブリッド
  - ネット：**楽天政治 LOVE JAPAN等のプラットフォーム、政治家本人のHP、ブログ等での発信充実**