

納税者満足度に関する実証研究

—確定申告期における来署納税者の好感度向上戦略の
構築に向けて—

石 黒 秀 明

〔 税 務 大 学 校 〕
〔 研 究 部 教 育 官 〕

要 約

1 研究の目的、問題点等

国税庁の業績評価制度の下で測定される「来署納税者の好感度」指標は、わが国の申告納税制度を支える税務行政の柱のひとつである「納税者サービス」の向上を図るための中心的指標と位置付けられるが、更なる課題として、①年間を通じて最も来署者が多い確定申告期の来署者に特化したデータの分析が必要であり（測定方法上の課題）、②「来署納税者の好感度」という総合的目的変数を向上させるための資源配分に関する戦略フレームワークの提示が必要である（活用方法上の課題）。今後「小さな政府」が志向される中で、国税庁においても更に効率的な組織資源の活用とその説明責任が求められるようになる。本研究ではこのような問題意識の下で、「来署納税者の好感度」の決定要因を仮説・実証プロセスにより探求し、好感度向上のための科学的・実践的戦略フレームワークを提言することを目的とする。

2 研究の概要等

来署納税者の好感度は「顧客満足度」に近似する概念と位置付けられることから、本研究では、マーケティング学術領域において、顧客満足を規定する諸要因の因果関係を確認する実証研究ツールのひとつとして「顧客満足度」研究に用いられる「共分散構造分析」という統計的手法を用いることとし、まず確定申告期における来署納税者の好感度決定要因として以下の2つの仮説を立て、検証モデルを設定し、東京都内の6税務署を対象にアンケートの設計・実施・分析を行った。

仮説1：確定申告期の来署納税者の好感度は、主に「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」、「職員の応接態度」、「設備備品の利用しやすさ」の3つの要因で決定される。

仮説2：好感度を決定するコア要因は「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」である。その他の2要因（「職員の応接態度」、「設備備品の利用しやすさ」）は、好感度を決定するコア要因ではないと仮定する。

さ)はコア要因を通じて間接的に好感度に影響を及ぼすサポート要因であり、好感度への直接的影響は小さい。

検証の結果、仮説1は支持されたが、仮説2については、①「職員の応接態度」、②「設備備品の利用しやすさ」、③「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」の順で好感度への影響度が大きいことが判明し、支持されなかった。ただし、「職員の応接態度」については既に高い評価水準にあり、その「のびしろ」が小さいことも判明した。

3 結論

納税者の確定申告を支援するという税務署の機能において、「来署納税者の好感度」の向上に大きく貢献するのは、「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」というコア機能ではなく、人的・物的なサポート機能である。しかし今後更に行政資源の制約の強化が見込まれる中で、これらサポート機能の強化はほぼ限界に近いと考えられる。よって好感度の向上のためには、コア機能の評価を上げる努力を地道に続けていくしかない。

現在国税庁が推進する電子申告は、あくまでも納税者の自書申告能力の存在が前提である。来署納税者の税務知識の向上は電子申告の推進に寄与し、来署者の減少を通じて確申期における駐車場の狭隘やタッチパネル等の署内備品の不足を緩和し、最終的に「来署納税者の好感度」の向上につながるであろう。

国税庁としては、限られた資源の下で、科学的根拠に基づいた真に効果的な施策を効率的に実施していくとの観点から、今後とも定期的に、あるいは施策変更後等の適切なタイミングを選んで納税者行動を科学的に観察・分析し、政策に反映させていくことが必要であろう。

目 次

I	研究の背景と目的	277
II	具体的な研究手法と検討すべき事項	278
III	現行アンケートによる分析（先行的実証研究）	280
1	記述統計量	281
2	パス解析モデルの設定	282
3	パス解析の結果と解釈	284
IV	来署納税者好感度モデルの構築とアンケートの設計・実施	287
1	共分散構造分析とは何か	287
2	仮説と検証モデルの構築	289
3	アンケートの設計	291
4	アンケートの実施	292
V	結果と分析	295
1	アンケートの回収結果	295
2	属性分析	295
3	記述統計量	299
4	仮説の検証（共分散構造分析）	305
5	繁閑期の比較分析	308
VI	結 論（確定申告期政策へのインプリケーション）	311

I 研究の背景と目的

世界的なニュー・パブリック・マネジメント時代の到来を背景として、わが国の行政においても「国民満足度の最大化」が重視されるようになった⁽¹⁾。このような動きに対応して、国税庁は「納税者の自発的な納税義務の履行を適正かつ円滑に実現する」という使命⁽²⁾に基づき「的確な指導と調査の実施」とともに「納税者サービス」を申告納税制度を支える税務行政の2本の柱のひとつとして掲げ、「納税者の満足度」の観点から様々な業績評価指標⁽³⁾を設定し、それらの目標値の達成に向けた取り組みを行っているところである。これらの指標の中でも来署納税者を対象としたアンケート調査（別紙1）による「来署納税者の好感度」は、その中心的な指標と位置付けられようが、その結果を分析し、現場にフィードバックし、活用し、戦略的に更に高い納税者満足の実現を図っていくためには、以下のような課題も指摘できよう。

- (1) 同アンケートは全国524の税務署で四半期毎に年間計4回実施することとされているが、年間を通じて最も来署納税者が多く、そしてそれら多くの納税者にとっての税務署に対する印象を決定付ける時期となる「確定申告期」（2月下旬から3月中旬）に特化したデータについても収集・測定・分析が必要である。（測定方法上の課題）
- (2) 業績評価指標の目標値として、「職員の応接態度」と「税務署の利用しやすさ」という2項目の上位評価割合が設定されている（図表I.1）が、こ

-
- (1) 「国民は、納税者として公共サービスの費用を負担しており、公共サービスを提供する行政にとってのいわば顧客である。国民は、納税の対価として最も価値のある公共サービスを受ける権利を有し、行政は顧客である国民の満足度の最大化を追求する必要がある。」（「今後の経済財政運営及び経済社会の構造改革に関する基本方針」2001年6月閣議決定）
 - (2) 端的に言えば「納税者のコンプライアンスの向上を図る」ということもできよう。
 - (3) 平成17事務年度は、①来署納税者の好感度、②税務相談室における面接相談の満足度、③税務相談室における電話相談の満足度、④e-Taxの利用満足度、⑤国税庁ホームページ「確定申告署等作成コーナー」の利用満足度、といった諸指標が設定されている。

れらは究極の目的指標である「来署納税者の好感度」の決定要因に過ぎず、その向上のために資源をいかにこれらの要因に配分すべきかという戦略的フレームワークの提示が必要である。(活用方法上の課題)

図表 I.1 来署納税者の好感度 (上位評価割合) (%)

事務年度	平成13年度	14年度	15年度	16年度	17年度 目標値
職員の応接態度	79.2	80.4	79.8	79.3	80
税務署の利用しやすさ	49.7	56.6	55.7	56.2	65

(出所)「平成 17 事務年度国税庁が達成すべき目標に対する実績の評価に関する実施計画」(平成 17 年 6 月財務省)

「平成 16 事務年度国税庁が達成すべき目標に対する実績の評価書」(平成 17 年 10 月財務省)

今後、わが国において「小さな政府」が志向されていくことが大いに予想される中で、国税庁においても更に効率的な行政経営と、その取り組みに関しての説明責任が求められていくことは明白であろう。それは言うなれば、組織の限りある行政経営資源を最適に配分・活用し、最大限のパフォーマンスを得るという観点から、経験則のみに頼らない科学的戦略立案プロセスの構築が喫緊の課題であるということの意味する。

本研究は、「来署納税者の好感度」の決定要因を新たな仮説・検証プロセスに基づいたアンケート調査により定量的に探求し、その向上を図っていくための科学的・実践的戦略フレームワークを提言することを目的とするものである。

II 具体的な研究手法と検討すべき事項

変量間のさまざまな関係を分析する「多変量解析」は、実証研究における科学的分析アプローチとして分野を問わず幅広く活用されている統計手法である。この多変量解析の代表的な分析法には、測定可能な観測変数同士の因果関係を明らかにする「回帰分析」と測定できない潜在変数と測定値の関係を明らかに

する「因子分析」があり、更にこれら2つの分析法を一体として潜在変数間の因果関係を明らかにする統計的手法として「共分散構造分析」と呼ばれる手法がある。この手法はもともと心理学の研究手法として発展してきたものであるが、近年は経営科学、特に学術的なマーケティングの研究領域において、「顧客満足度」に関する実証研究ツールのひとつ、具体的には顧客満足を規定する諸要因の因果関係を確認する手法として応用されてきた。本研究のテーマである「来署納税者の好感度」は、「納税者満足度」ひいては「顧客満足度」に近似する概念と位置付けられることから、ここに「共分散構造分析」手法を用いた実証研究の実行可能性があると考えられる。そこで本研究では、適宜以下の検討を加えつつ具体的な研究を進めることとした。

- (1) 来署納税者の「好感度」は、マーケティングの研究領域で扱われる「顧客満足度」概念との関連においていかに定義づけられるか。国税庁に顧客中心志向組織体としての性格がその一部において求められるのであれば、向上の目標とされるべき顧客満足度概念は、営利組織のそれいかに修正を加えて認識されるべきか。
- (2) 来署納税者の好感度向上戦略の構築に有効なフレームワークを提示するためにどのような仮説を設定すべきか。必然的に仮説を支配する「納税者の心理」という主観的で観測不能な変数をどのような分析手法により客観的・定量的に捉えるか。
- (3) 実証モデルへの整合的な適用と収集データの効果的な比較分析のために、アンケートの内容及び実施方法をどのようにモデリングすべきか⁽⁴⁾。分析結果から、アンケート実施署において来事務年度以降の来署納税者の好感度向上のためにどのような具体的戦略を提言できるか。更に、活用した研究手法をどのように継続的な戦略構築システムへと展開していくべきか。

(4) アンケートの「内容」としてデータとして採取すべき納税者の属性をどこまで細分化するか、質問数・内容・表現振りをどうするか、また「実施方法」として、調査時期・調査対象署・アンケート用紙の配布及び回収方法をどうするか、といった事項が検討すべき課題として挙げられよう。

税務署についてのアンケート

国税庁

今後の事務や施設の改善の参考にさせていただきますので、お忙しいところ誠に恐縮ですが、率直なご意見をお聞かせください。

次の質問について、該当する番号に○印を付けてください。

問 1 どのような用件でおいでになりましたか。

1 申告書の提出	2 書類の提出(1以外)	3 税金の納付
4 税務署からの依頼	5 相談	6 証明書の請求
7 用紙の請求	8 その他()	

問 2 職員の応接についてお聞かせください。

項 目	良 い	やや 良 い	普 通	やや 悪 い	悪 い
1 親切さ、丁寧さ(言葉遣いなど。)	5	4	3	2	1
2 説明の分かりやすさ(専門用語ではなく、わかりやすい用語での説明であったかなど。)	5	4	3	2	1
3 対応の速さ(来署目的に対する対応が迅速に行われたかなど。)	5	4	3	2	1
4 応接についての全体的な印象	5	4	3	2	1
「悪い」「やや悪い」と回答された方は、どのような点を改善すればよいとお考えですか					

問 3 税務署の利用しやすさについてお聞かせください(バリアフリーの観点も含め、いかがですか)。

項 目	良 い	やや 良 い	普 通	やや 悪 い	悪 い
1 税務署内の案内表示(来署目的に対する担当部署のわかりやすさなど。)	5	4	3	2	1
2 受付・窓口(来署目的に対する担当部署等への的確な案内など。)	5	4	3	2	1
3 税務署内の設備	5	4	3	2	1
4 利用しやすさについての全体的な印象	5	4	3	2	1
「悪い」「やや悪い」と回答された方は、どのような点を改善すればよいとお考えですか					

問 4 おいでになられる前と後で、税務署に対する印象は変わりましたか。

1 良くなった 2 変わらない 3 悪くなった

<p>「良くなった」若しくは「悪くなった」と回答された方は、その内容及び理由をお聞かせください。</p>	
--	--

その他税務署へのご意見・ご要望をお聞かせください。

- あなたの性別 1 男性 2 女性
 ○ あなたの年齢 1 30歳未満 2 30歳代 3 40歳代 4 50歳代
 5 60歳代 6 70歳以上

ご協力ありがとうございました。

記入後は、アンケート回収箱に投函していただくか、近くの職員にお渡しください。

Ⅲ 現行アンケートによる分析（先行的実証研究）

ここでは平成 16 事務年度に実施した「税務署アンケート」の回答データ（東京国税局管内署実施分）を用いて、来署納税者の好感度の決定要因についての予備的研究を行う⁽⁵⁾。年間 4 回分サンプル数は計で 20,603 件であった。

1 記述統計量

図表Ⅲ.1 はアンケートの問 1 から問 4 に係る回答の結果の記述統計量⁽⁶⁾である。

ここで言えることは、問 2.1～問 2.4 の「職員の応接態度」の評価得点の平均値がいずれも 4 点を超える高得点であったのに対し、問 3.1～問 3.4 の「税務署の利用しやすさ」の評価得点の平均値はいずれも 3 点台に止まり、「職員の応接」ほどの高い評価は得られていないということである。これは来署納税者の好感度の上位評価割合を示した、図表 I.1 の平成 16 年度の結果（全国ベース）とも整合的である。

問 4 は 3 段階評価によるもの⁽⁷⁾だが、図表Ⅲ.2 に示した本問回答の度数分

(5) この研究目的から、ここでは来署納税者の性別・年齢・来署用件に係る属性分析は行わない。

(6) 代表的な統計量として、平均値・分散・標準偏差がある。

平均値 (\bar{x}) はデータの散らばりの中心を表し、観測データの数値の総和をその個数 (n) で割ることによって求められる。

$$\bar{x} = \sum_{i=1}^n x_i / n$$

分散 (s^2) はデータの散らばりの大きさを表し、各数値の平均値からの偏差の 2 乗の和（偏差平方和）を（標本数-1）で割った値と定義される。

$$s^2 = \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 / (n-1)$$

標準偏差 (s) はデータの分散の平方根 ($\sqrt{\quad}$) で、データの散らばりの大きさを平均値と同じ単位（次元）で表したものである。

(7) 問 4 の回答の選択肢は、他問の選択肢（5 を最高点とする 5 段階評価）と異なり、1 を最高点とする 3 段階評価となっている。したがって、他問の評価点との整合性を図るため、本分析では問 4 の回答につき、1（最高点）を 3 に、3（最低点）を 1 にデータ変換して検証を行った。

布表を見ると回答3の有効パーセントが42.6%を示しており、来署後に好感度を上げた納税者が比較的多い。

図表Ⅲ.1 記述統計量

	度数	平均値	標準偏差
問2.1 親切さ、丁寧さ	20178	4.39	.865
問2.2 説明の分かりやすさ	19110	4.25	.922
問2.3 対応の速さ	19541	4.25	.951
問2.4 対応態度の全体的印象	18997	4.29	.903
問3.1 署内の案内表示	19316	3.85	.964
問3.2 受付・窓口	19114	3.98	.949
問3.3 署内の設備や備品	18575	3.63	.949
問3.4 利用しやすさの全体的印象	17994	3.73	.961
問4 来署前後の署の印象	18963	2.41	.515
有効なケースの数	15458		

図表Ⅲ.2 問4「来署前後の署の印象」の回答の度数分布表

		度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効	1 悪くなった	217	1.1	1.1	1.1
	2 変わらない	10664	51.8	56.2	57.4
	3 良くなった	8082	39.2	42.6	100.0
	合計	18963	92.0	100.0	
欠損値	システム欠損値	1640	8.0		
合計		20603	100.0		

2 パス解析モデルの設定

来署納税者の好感度の決定要因を現行アンケートの質問項目に基づいて構造化シモデル化すると、図表Ⅲ.3のようなパス解析モデル⁽⁸⁾ができる。

- (8) 一般に2つの変数 x と y に何らかの比例関係がある場合、その関係は次の一般式で表される。

$$y_i = a + bx_i + \varepsilon_i \quad i = 1, 2, 3, \dots, n$$

モデルⅠは「職員の応接態度モデル」で、職員の応接に対する印象（問 2.4）は、問 2.1～問 2.3 の要因によって決まるとするモデルである（以下誤差項省略）。

職員の応接に対する印象 =

$$\omega_1 * \text{「親切さ・丁寧さ」} + \omega_2 * \text{「説明のわかりやすさ」} + \omega_3 * \text{「対応の速さ」}$$

モデルⅡは「税務署の利用しやすさモデル」で、税務署の利用しやすさに対する印象（問 3.4）は、問 3.1～問 3.3 の要因によって決まるとするモデルである。

税務署の利用しやすさに対する印象 =

$$\omega_4 * \text{「署内の案内表示」} + \omega_5 * \text{「受付・窓口」} + \omega_6 * \text{「署内の設備」}$$

モデルⅢは「来署前後の署の印象モデル」で、来署前後の署の印象（問 4）は、問 2.4 及び問 3.4 の要因によって決まるとするモデルである。

来署前後の署の印象 =

$$\omega_7 * \text{「職員の応接に対する印象」} + \omega_8 * \text{「税務署の利用しやすさに対する印象」}$$

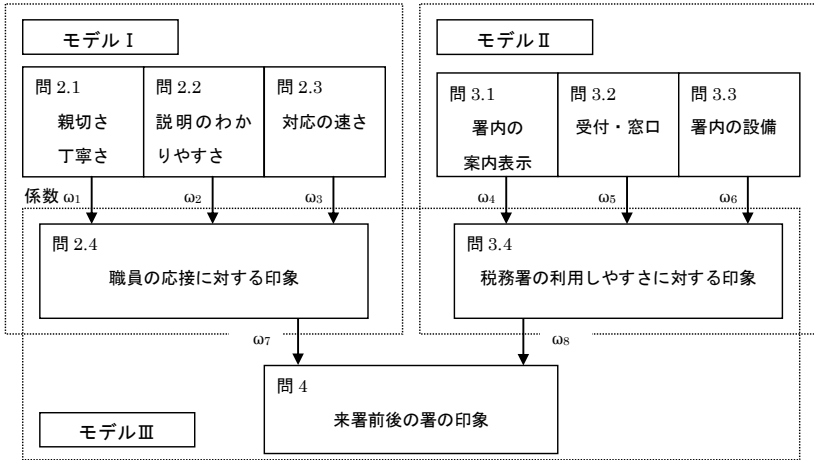
ここで、 y は被説明（目的）変数、 x は説明変数と呼ばれ、また、それぞれ a は定数項、 b は回帰係数、 ε は誤差項と呼ばれる。この式は x の 1 次式により y を説明（予測）しようとするもの、つまり y は x に回帰されるという仮説に基づいて表されたもので、回帰モデルと呼ばれている。更に説明変数が単数の場合に単回帰モデル、複数の場合に重回帰モデルと呼ばれる。パス解析モデルは多重回帰モデルとも呼ばれ、複数の重回帰モデルを組み合わせたモデルである。

なお、上記単回帰式において残差 $\varepsilon : y_i - (a + bx_i)$ の 2 乗和を最小にする最小 2 乗法という方法によれば、 \bar{y} 及び \bar{x} 、をそれぞれの平均値とすると、 a 及び b の推定値は以下のとおりとなる。

$$a = \bar{y} - b\bar{x}$$

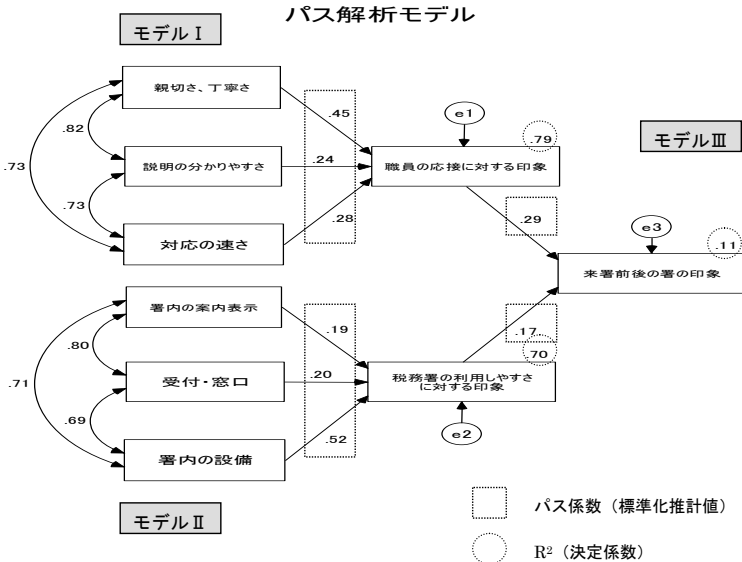
$$b = \frac{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2}$$

図表III.3 パス解析モデル



3 パス解析の結果と解釈

図表III.4 パス解析の結果



(パス係数の有意性検定)

パス		係数推定値 (非標準化)	検定統計量	確率水準
親切さ・丁寧さ	⇒ 応接態度の全体的印象	0.463	64.759	***
説明のわかりやすさ	⇒ 応接態度の全体的印象	0.232	34.744	***
対応の速さ	⇒ 応接態度の全体的印象	0.267	49.010	***
署内の案内表示	⇒ 利用しやすさの全体的印象	0.187	23.894	***
受付・窓口	⇒ 利用しやすさの全体的印象	0.206	26.760	***
署内の設備や備品	⇒ 利用しやすさの全体的印象	0.524	79.356	***
応接態度の全体的印象	⇒ 前後の署の印象	0.161	37.855	***
利用しやすさの全体的印象	⇒ 前後の署の印象	0.089	22.426	***

(注) 有意確率水準は、*** 1%、** 5%、* 10%を示す。

図表Ⅲ.4はパス解析の結果をモデル上で示したものである。ここから得られるインプリケーションは以下のとおり。

- (1) 全体として、各モデルの変数間に設定した全てのパスの係数が1%水準で有意となっている⁽⁹⁾。つまり、変数間の因果関係がモデルⅠ～Ⅲの仮説どおり存在することが確認された。
- (2) モデルⅠについて、モデルの説明力を示す R^2 (決定係数)⁽¹⁰⁾が0.79と

(9) 端的に言えば、99%以上の確からしきで「パス係数の値がゼロではない」と言えるということである。

データからある仮説を採択してよいかどうかを決める問題を「仮説検定」と言う。通常は採択したくない仮説(棄却したい仮説)を帰無仮説： H_0 とし、逆の仮説を対立仮説： H_1 とする。帰無仮説を棄却する確率 α を有意水準(あるいは危険率)と言い、ある検定統計量分布における統計量の外側の確率いわゆる有意確率が有意水準より小さい場合、その検定統計量が棄却域に含まれ、仮説が棄却されることになる。これを有意と言う。(有意水準 α は分析者の判断に委ねられている。)

ここで検定統計量とはまさに検定のために利用される統計量のことであり、回帰係数がゼロかどうかを検定する統計量は t 値と呼ばれ、以下の式で表される(μ は母平均を表す)。この値の絶対値が2よりも大きい場合、ほぼ5%水準で有意(回帰係数がゼロでない)とみなされる。

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

(10) 被説明変数(y)の全変動のうち回帰直線で説明のつく変動の割合を表し、回帰モデルの当てはまりのよさを表す指標となる。 R^2 は以下の式で表され、 $0 \leq R^2 \leq 1$ の

良好な水準を示していることから、「職員の応接に対する印象」が「親切さ・丁寧さ」、「説明のわかりやすさ」、「対応の速さ」の3要素で決まるとする仮説は概ね支持されており、アンケートの質問の項目及び内容は概ね適切と考えられる。

このモデルでは「親切さ、丁寧さ」の影響力（パス係数 0.45）が最も高いことが示されていることから、職員がより親切・丁寧な応対を心がけることが、職員の応接に対する印象の向上に最も有効であるということができる。

- (3) モデルⅡについても R^2 は 0.70 と一定の水準を示しており、「税務署の利用しやすさに対する印象」が「署内の案内表示」、「受付・窓口」、「署内の設備」の3要素で決まるとする仮説は概ね支持されており、アンケートの質問項目及び内容は概ね適切であるということができよう。

このモデルでは「署内の設備」の影響力（パス係数 0.52）が最も高く、設備の利便性の向上が税務署の利用しやすさに対する印象の向上に最も有効であるといえる。その一方で、「受付・窓口」（パス係数 0.20）や「署内の案内表示」（パス係数 0.19）の影響力は「署内の設備」に比べると低く、その改善効果は相対的には小さいことが示唆されている。

- (4) モデルⅢでは「職員の応接に対する印象」や「税務署の利用しやすさに対する印象」によって「来署前後の署の印象」が向上するということが確認され、かつ前者（パス係数 0.29）の方が後者（パス係数 0.17）よりも影響力が高いことが示されたが、モデルの説明力が極めて低く（ $R^2=0.11$ ）、「来署前後の署の印象」の変化がこれら2つの要素のみで決まり得ないという可能性が示唆されている。

関係を満たし、 $R^2=1$ のとき回帰モデルによって 100%被説明変数の変動を説明できることになる。あくまでも目安であるが、 $0.8 \leq R^2$ のときモデルは「かなりよい精度」、 $0.5 \leq R^2 < 0.8$ のときモデルは「まあまあよい精度」と言える。

$$R^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (\hat{y}_i - \bar{y})^2}{\sum_{i=1}^n (y_i - \bar{y})^2}$$

ここで、 \hat{y} は予測値（理論値）、 y は実測値、 \bar{y} は平均値である。

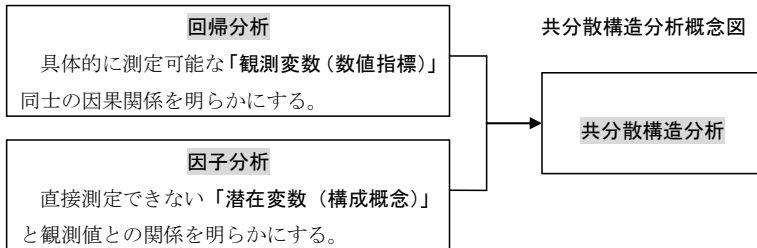
しかしこの結果は、モデルⅢにおいて重要な変数が欠落していることに起因しているというよりも、問 2 (モデルⅠ) 及び問 3 (モデルⅡ) が納税者の意識の現在の「水準」を問うているのに対し、問 4 が納税者の意識の来署後の「変化」を問うているという整合性の齟齬の問題に起因するものと考えられる。

モデルⅢを更に説明力の高いものにするためには、問 4 と問 2・問 3 との整合性を図り、問 4 を来署後の署に対する印象の「変化」ではなく「水準」を問う質問とする必要がある。

IV 来署納税者好感度モデルの構築とアンケートの設計・実施

1 共分散構造分析とは何か

社会・自然現象として発生する事象変量間の様々な関係を統計的に分析する「多変量解析」の代表的手法として「回帰分析」と「因子分析」がある。**共分散⁽¹¹⁾構造分析**とは、これら 2 つを一体として変量間の因果関係を明らかにする分析手法である。



- (11) 共分散 (σ_{xy}) は 2 変数 (x, y) の関係の強さを測る量であり、 \bar{x} 及び \bar{y} をそれぞれの平均値としたとき、次の式で表される。

$$S_{xy} = \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y}) / (n-1)$$

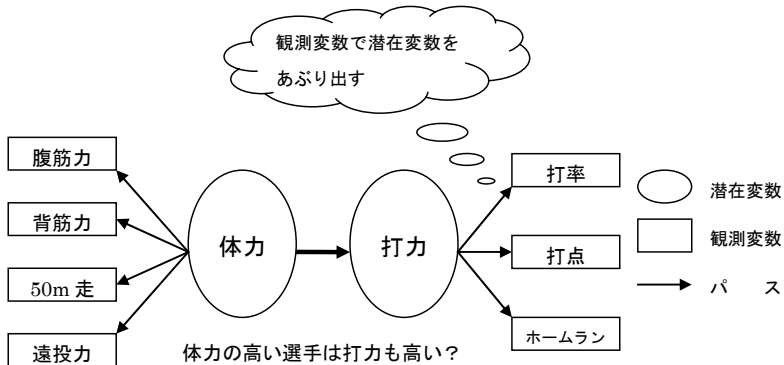
なお、共分散を 2 変数の標準偏差で割ったものが相関係数 (R) であり、次の式で表される。2 変数の関係に線形 (直線) 関係があるかどうかを示す指標で、 $R=1$ のとき完全 (正) 相関、 $R=0$ のとき無相関、 $R=-1$ のとき完全 (負) 相関となる。

$$R_{xy} = S_{xy} / S_x S_y$$

共分散構造分析の原理は、実際データの持つ情報をできるだけ再現するよう（具体的には、仮説モデルから算出した理論値の分散共分散が、実際データのそれに最も適合するよう）、仮説モデル（パス図）のパラメータを決めるというものである。

共分散構造分析の特徴としては、主に、①データの背後にある「見えないもの」を具体化する（観測変数と潜在変数の関係を定量化する）ことができる、②データの背後にある要因間（複数の潜在変数間）の関係を定量化することができる、③パス図の利用により視覚的にデータ分析（観測変数と潜在変数の関係分析）できる、という3点を挙げることができる。

下図は、パス図の1例であり、「体力の高い野球選手は打力も高い」という仮説を検証しようとするモデル（多重指標モデル）である。野球選手の「体力」と「打力」という観測できない構成概念をそれぞれ複数の観測可能な数値指標で測定しつつ、構成概念間の因果関係を検証するもので、矢印で示される各パス係数の値（パラメータ）が、変数間の結びつきまたは因果関係の強さを表す⁽¹²⁾。



(12) 本設例は、山本嘉一郎・小野寺孝義編著『Amosによる共分散構造分析と解析事例』（ナカニシヤ出版、1999年）pp. 9-10から引用した。

2 仮説と検証モデルの構築

確定申告期に来署する納税者の目的は、当然のことながら確定申告書の作成・提出にある。そして彼らの好感度ないしは満足度を決定するコア（＝中心的な）要因は、いかに時間をかけず、効率的に正確な申告書を作成し提出することができるかということにあると考えることができよう。また更に、職員の応接態度や署の設備備品の利便性といった要因が、納税者の効率的かつ正確な確定申告書の作成・提出を支援するサポート要因として存在することも想定できる。これらサポート要因は、直接的には好感度に大きな影響を与えないが、コア要因への影響を通じて間接的に好感度に影響を及ぼしていると考えられる。このような考察に基づき、次の2つの仮説をたて、これを実証するための検証モデルを構築する（図表IV. 1）。

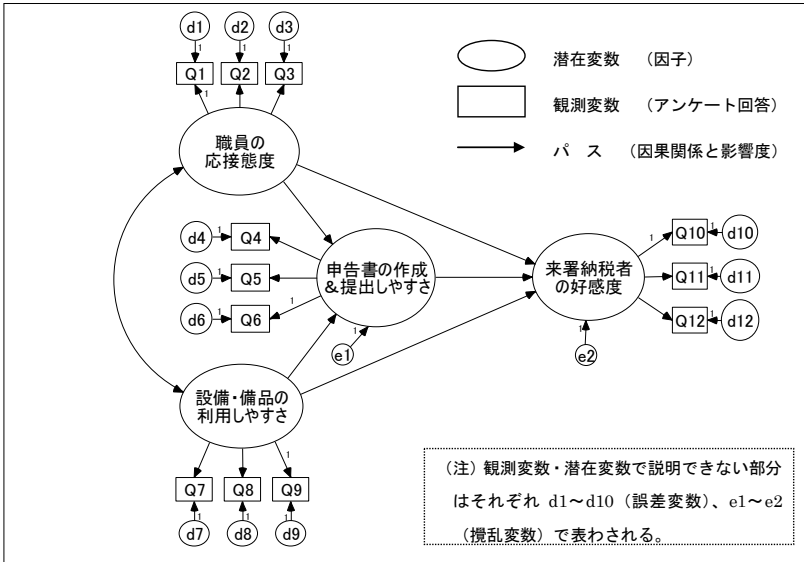
<仮説1>

確定申告期の来署納税者の好感度は、主に「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」、「職員の応接態度」、「設備備品の利用しやすさ」の3要因で決定される。

<仮説2>

好感度を決定するコア要因は「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」である。その他の2要因（「職員の応接態度」、「設備備品の利用しやすさ」）は、好感度に直接的に大きな影響は及ぼさず、コア要因を通じて間接的な影響を及ぼす。

図表IV.1 来署納税者好感度モデル



3 アンケートの設計

モデルの観測変数を測定するための質問数は全12問とし、各潜在変数に3問ずつを割り当てる。質問項目・質問内容は以下を予定している。また、質問の反応尺度は5段階尺度⁽¹³⁾を設定する。(図表IV.2)

図表IV.2 アンケートの質問項目・質問内容

潜在変数	観測変数	質問項目	質問内容
応接態度	Q1	初期対応の正確・迅速性	受付・窓口の職員の対応は正確で迅速でしたか。
	Q2	職員による説明の理解度	ご相談・ご質問等に対する職員の説明は理解しやすかったですか。
	Q3	応接の親切さ・丁寧さ	職員の応接態度は全般的に親切で丁寧でしたか。
申告書の作成提出	Q4	確定申告書の様式	申告書そのものは作成しやすい様式でしたか。
	Q5	申告書作成手引き	申告書の作成手引きは理解しやすかったですか。
	Q6	作成提出の所要時間	申告書の作成・提出に要した時間は適当でしたか。
設備備品	Q7	署へのアクセス	税務署までの交通や案内板等の利便性はいかがでしたか。
	Q8	署内設備の利便性	申告会場・署内案内板・駐車場等の利便性はいかがでしたか。
	Q9	署内備品の利便性	署内の筆記具・計算機・タッチパネル等の利便性はいかがでしたか。
好感度	Q10	来署目的の達成感	ご来署の目的の達成感(満足感)はいかがですか。
	Q11	税務署に対する親近感	税務署に親しみやすさを感じましたか。
	Q12	税務署に対する信頼感	税務署の対応は信頼できると感じましたか。

(1) 潜在変数の「応接態度」に対しては、職員の初期対応の正確性及び迅速性(問1)、職員による説明の理解しやすさ(問2)、職員の対応の親切さ・丁寧さ(問3)に関する質問を対応させている。問1は特に、初期対応の印象がそのまま好感度に影響を与える可能性があるとの想定の下に設定

(13) 1:悪い、2:やや悪い、3:普通、4:ややよい、5:よい の5段階の尺度を設定する。

している。

- (2) 潜在変数の「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」に対しては、確定申告書の様式の作成しやすさ（問4）、確定申告書の作成手続きの理解しやすさ（問5）、確定申告書の作成・提出に要した時間（問6）に関する質問を対応させている。いずれも国税庁が今後も政策的に自書申告方針を継続するための参考とする上で、非常に重要な設問項目と考えた。
- (3) 潜在変数の「設備・備品の利用しやすさ」に対しては、署へのアクセス環境（問7）、署内設備の利便性（問8）、署内備品の利便性（問9）に関する質問を対応させている。問9のように署の施策として対応可能なものと問7のように対応不可能なものを峻別する意味も含めて設問している。
- (4) 潜在変数の「来署納税者の好感度」に対しては、来署目的の達成感（問10）、税務署に対する親近感（問11）、税務署に対する信頼感（問12）に関する質問を対応させている。特に親近感と信頼感において税務署がどのように納税者に評価されているかは、今後のコンプライアンス研究を進める上でも有益な情報になりうると考えた。

4 アンケートの実施

アンケートの具体的な実施方法等は以下のとおり。なお、実施署の選定・アンケート様式の確定に当たっては、東京国税局総務課及び関係各課の多大なご協力をいただいた。

図表IV.3 アンケートの実施に係る基本方針

項目	実施方法	理由等
実施署	東京国税局管内の複数署	来署者数の多寡、署庁舎の新旧、署へのアクセス条件の好悪といった要因に着目した署間比較を行うため
実施時期	確定申告期間中の閑散期（2月下旬）に1回、繁忙期（3月上旬）に1回の計2回	同一署における繁忙期の比較を行うため
サンプル数	1 実施署・1 実施時期毎に500	回答欠損値の発生を見込んでいる
アンケート様式	別紙2のとおり	納税者の属性に関する質問を付加

図表IV.4 アンケートの実施署と実施時期

署選定の着眼点	実施署	根拠	実施時期（予定）		
			（1回目）	（2回目）	
確定申告期の来署者数の多寡による比較	（多）板橋	昨年の来署者実績	35,748人	2月20日から 2月28日のうち 任意の日	3月6日から 3月10日のうち 任意の日
	（少）浅草	〃			
署庁舎の新旧による比較	（新）江戸川南	建築年	平成10年	2月20日から 2月28日のうち 任意の日	3月6日から 3月10日のうち 任意の日
	（旧）大森	〃	昭和38年		
署までのアクセスの利便性による比較	（良）豊島	最寄駅からの時間	徒歩3分	2月20日から 2月28日のうち 任意の日	3月6日から 3月10日のうち 任意の日
	（悪）大森	〃	徒歩15分		
署外会場の利便性	町田	—			

（注）昨年の来署者実績は平成17年3月15日現在の数値

【署までの利便性についての選定根拠補足】

- （良）：管轄区域のほぼ真ん中に位置する署
：アクセス可能な路線が複数ある。（豊島は5路線）
- （悪）：管轄区域の端に位置する署。
：アクセス可能な路線が少ない。（大森は徒歩圏内1路線）

税務署についてのアンケート（確定申告に来られた方）

納税者のみなさまへの行政サービスに役立てるための参考とさせていただきますので、お忙しいところを恐れ入りますが、以下の質問へのご回答・ご協力をお願いします。

I ご自身についてお聞かせください。

性別	1 男性	2 女性				
年齢	1 30歳未満	2 30～40歳代	3 50～60歳代	4 70歳以上		
来署のご用件 (複数回答可)	1	所得税申告書の提出⇒(① 自宅で作成済み ② 税務署で作成)				
	2	消費税申告書の提出⇒(① 自宅で作成済み ② 税務署で作成)				
	3	贈与税申告書の提出⇒(① 自宅で作成済み ② 税務署で作成)				
	4	5	6	7	その他	
申告書の 作成方法 (複数回答可)	1	作成手引きを参考		2 職員の指導による		
	3	タッチパネルを利用		4 国税庁ホームページを利用		
	5	税理士等が作成				6 その他

II 「職員の応接態度」についてお聞かせください。

(以下、各質問に対する回答を5段階で評価し、回答欄にもれなく一つ〇をお付けください。)

質問	回答欄				
	良い (はい)	やや良い (どちらかといえははい)	普通 (どちらでもない)	やや悪い (どちらかといえはいえ)	悪い (いいえ)
① 受付・窓口の職員の対応は正確で迅速でしたか。	5	4	3	2	1
② ご相談・ご質問等に対する職員の説明は理解しやすかったですか。	5	4	3	2	1
③ 職員の応接態度は全般的に親切で丁寧でしたか。	5	4	3	2	1

III 「申告書の作成・提出しやすさ」についてお聞かせください。

④ 申告書そのものは作成しやすい様式でしたか。	5	4	3	2	1
⑤ 申告書の作成手引きは理解しやすかったですか。	5	4	3	2	1
⑥ 申告書の作成・提出に要した時間は適当でしたか。(作成時間 分、作成後提出所要時間 分)	5	4	3	2	1

IV 「税務署の設備・備品の利用しやすさ」についてお聞かせください。

⑦ 税務署までの交通や案内板等の利便性はいかがでしたか。	5	4	3	2	1
⑧ 申告会場・署内案内板・駐車場の利便性はいかがでしたか。	5	4	3	2	1
⑨ 署内の筆記具・計算機・タッチパネル等の利便性はいかがでしたか。	5	4	3	2	1

V 「税務署に対する印象」についてお聞かせください。

⑩ ご来署の目的の達成感(満足感)はいかがですか。	5	4	3	2	1
⑪ 税務署に親しみやすさを感じましたか。	5	4	3	2	1
⑫ 税務署の対応は信頼できると感じましたか。	5	4	3	2	1

ご協力ありがとうございました。ご記入後はアンケート回収箱に投函してください。

V 結果と分析

1 アンケートの回収結果

- (1) アンケートの回収結果は図表V.1のとおりである。1回目・2回目を通じ、6署全体で3,435枚の回収を得た。総配布枚数は9,031枚であり、回収率は38.0%となった。回収枚数を署別で見ると、町田(署外会場、配布枚数2,700枚)・板橋(配布枚数2,400枚)の両署で900枚を超える高い回収実績が示された。
- (2) 回収率を署別で見ると、浅草署で54.2%(1回目60.2%、2回目49.9%)という高い値が示された。これに次いでは豊島署で45.4%(1回目40.9%、2回目49.6%)となった。浅草署では確定申告期においても来署者数が少ないという事情から、アンケート配布枚数も802枚と比較的低く抑えられたが、①その分来署者に対するアンケート協力を効果的に依頼できたか、あるいは②署がそれほど混雑せず納税者側にアンケートに協力できる余裕があったことから回収率も堅調であったのではないかと想定される。

図表V.1 回収枚数と回収率

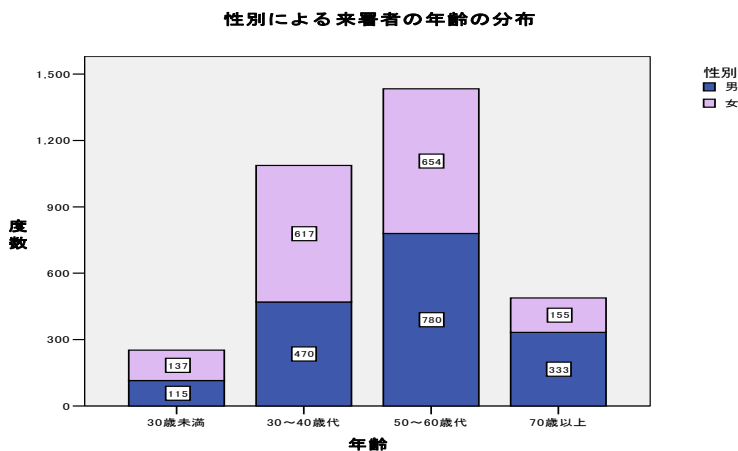
署名	1回目(2月下旬)			2回目(3月上旬)			合計		
	配付枚数	回収枚数	回収率	配付枚数	回収枚数	回収率	配付枚数	回収枚数	回収率
浅草	337	203	60.2%	465	232	49.9%	802	435	54.2%
大森	659	253	38.4%	750	257	34.3%	1409	510	36.2%
豊島	425	174	40.9%	450	223	49.6%	875	397	45.4%
板橋	1200	437	36.4%	1200	464	38.7%	2400	901	37.5%
江戸川南	686	196	28.6%	159	40	25.2%	845	236	27.9%
町田	1400	512	36.6%	1300	444	34.2%	2700	956	35.4%
合計	4707	1775	37.7%	4324	1660	38.4%	9031	3435	38.0%

(注) 署から回付された回答のうち全く白紙のものは「回収枚数」から除外したため、署からの報告件数とは若干異なる。

2 属性分析

- (1) 図表V.2は、来署納税者(アンケート回答者)の年齢別と署別のクロス集計表である。年齢別の合計欄を見ると、50~60歳代が44.0%と最も多く、次いで30~40歳代が32.9%と多い。この2つの年齢層で全体の80%近くを占めていることになる。

図表 V. 4 性別による来署者の年齢の分布



(3) 図表 V. 5 は、複数回答を可とした来署用件の応答数の構成比を示している。ここで、「応答数」のパーセントは応答総数 (3, 696) に占める各用件の応答数 (度数) の割合を、「ケース」のパーセントは有効ケース数 (3, 276) の中で各用件を選んだケースの占める割合を示す。ケースでは「所得税申告書の提出」が 88. 6%と突出しており、更に所得税申告所の作成場所は自宅が 33. 4%、署が 69. 9%となっている (図表 V. 6)。

図表 V. 5 来署用件の構成比 (有効ケース数 : 3276)

来署用件	応答数		ケースのパーセント
	度数	パーセント	
所得税申告書の提出	2902	78.5%	88.6%
消費税申告書の提出	118	3.2%	3.6%
贈与税申告書の提出	125	3.4%	3.8%
所得税相談	243	6.6%	7.4%
消費税相談	20	.5%	.6%
贈与税相談	31	.8%	.9%
その他	257	7.0%	7.8%
合計	3696	100.0%	112.8%

図表 V.6 所得税申告書の作成場所の構成比（有効ケース数：2740）

作成場所	応答数		ケースの パーセント
	度数	パーセント	
自宅	914	32.3%	33.4%
署	1916	67.7%	69.9%
合計	2830	100.0%	103.3%

(4) 図表 V.7 は、複数回答を可とした申告書作成方法の応答数の構成比を示している。この中でケースのパーセントにおいて「職員の指導」が 62.0% を占め、「タッチパネル」(18.8%) や「国税庁ホームページ」(7.7%) といった IT 活用手段と比べて突出した数値になっており、アナログ的対人手段が依然として来署納税者にとっての中心的な申告書作成手段となっていることが確認できる。「作成手引き」は 32.3% と申告書自宅作成者割合 (33.4%) と整合的な数値を示しているが、その活用度は必ずしも高いとは言えない。

図表 V.7 申告書作成方法の構成比（有効ケース数：3152）

作成方法	応答数		ケースの パーセント
	度数	パーセント	
作成手引きを参考	1017	25.5%	32.3%
職員の指導による	1955	49.0%	62.0%
タッチパネルを利用	593	14.9%	18.8%
国税庁ホームページを利用	244	6.1%	7.7%
税理士等が作成	73	1.8%	2.3%
その他	109	2.7%	3.5%
合計	3991	100.0%	126.6%

(5) (3) 及び(4)の観察からは、概ね以下のような納税者像が浮かび上がるのではないだろうか。つまり、確定申告期の来署納税者の用件の大部分は所得税確定申告書の提出であり、その内で作成手引き等を参考に自宅で申告

書を作成して来署する納税者が約3割、署で署員への相談やタッチパネルを利用して申告書を作成する納税者が約7割である。特にこの後者の層が、確定申告時の署への依存度が高い層であると言えよう。

3 記述統計量

図表V.8は全回答の5段階評価別回答数と署別のクロス集計表である。若干の相違・特徴はある（例えば板橋署の評価5の構成割合は48.9%と署別回答中の約半分を占める高い割合である）が、各署とも概ね1～5の評価割合は近似している。

不満には怒りや抗議を伴う dissatisfaction と満足ゼロ状態を指す dissatisfaction の2つのタイプが存在するとされ、前者には社会的責任として全ての修復対応が、そして後者には戦略的な満足追求が必要とされる⁽¹⁴⁾。5段階評価の本アンケート結果の分析に際し、回答の1及び2は dissatisfaction を意思表示した回答、3は dissatisfaction を意思表示した回答ととらえることとする。そして、組織としては基本的には全項目に4以上の評価を得られるような戦略構築のスタンスが必要であると考えたい。

この観点に立って評価別の合計欄を見ると、国税庁の社会的責任として修復対象となるのは1の2.2%と2の5.4%を合わせた7.6%の回答であり、戦略的な満足追求を行う対象となるのは3の29.0%の回答である。

(14) 嶋口充輝『顧客満足型マーケティングの構図』（有斐閣、1994年）pp. 49-53

図表 V. 8 回答と署別のクロス集計表

		税務署名						合計
		浅草	大森	豊島	板橋	江戸川南	町田	
回答 1	度数	124	104	51	136	142	267	824
	署別割合	2.8%	1.9%	1.2%	1.3%	5.3%	2.6%	
	合計数に対する割合	.3%	.3%	.1%	.4%	.4%	.7%	2.2%
2	度数	209	423	194	381	181	650	2038
	署別割合	4.7%	7.6%	4.4%	3.8%	6.7%	6.3%	
	合計数に対する割合	.6%	1.1%	.5%	1.0%	.5%	1.7%	5.4%
3	度数	1238	1993	1309	2436	725	3200	10901
	署別割合	27.7%	36.0%	29.9%	24.0%	26.9%	30.8%	
	合計数に対する割合	3.3%	5.3%	3.5%	6.5%	1.9%	8.5%	29.0%
4	度数	921	1252	956	2231	544	2287	8191
	署別割合	20.6%	22.6%	21.8%	22.0%	20.2%	22.0%	
	合計数に対する割合	2.4%	3.3%	2.5%	5.9%	1.4%	6.1%	21.8%
5	度数	1983	1763	1866	4956	1100	3979	15647
	署別割合	44.3%	31.9%	42.6%	48.9%	40.9%	38.3%	
	合計数に対する割合	5.3%	4.7%	5.0%	13.2%	2.9%	10.6%	41.6%
合計	度数	4475	5535	4376	10140	2692	10383	37601
	合計数に対する割合	11.9%	14.7%	11.6%	27.0%	7.2%	27.6%	100.0%

(注)割合(パーセンテージ)と合計は応答数を基に計算。

アンケートの質問項目(全12問)に対する回答の記述統計量は図表V.9のとおりであるが、上記の前提の下で、以下順次分析を行う。

図表 V. 9 質問別回答の記述統計量

No	質問内容	合計			1回目			2回目			平均値の差のt値
		度数	平均値	標準偏差	度数	平均値	標準偏差	度数	平均値	標準偏差	
1	受付・窓口の職員の対応は正確で迅速でしたか。	3332	4.41	0.878	1708	4.43	0.864	1624	4.39	0.893	-1.240
2	ご相談・ご質問に対する職員の説明は理解しやすかったですか。	3170	4.38	0.894	1639	4.37	0.898	1531	4.40	0.889	0.784
3	職員の応接態度は全般的に親切で丁寧でしたか。	3207	4.40	0.883	1646	4.40	0.893	1561	4.41	0.872	0.325
4	申告書そのものは作成しやすい様式でしたか。	3199	3.71	1.099	1647	3.71	1.106	1552	3.71	1.092	0.008
5	申告書の作成手引きは理解しやすかったですか。	3128	3.49	1.149	1604	3.49	1.164	1524	3.49	1.134	-0.199
6	申告書の作成・提出に要した時間は適当でしたか。	2715	3.68	1.099	1415	3.67	1.110	1300	3.69	1.086	0.453
7	税務署までの交通や案内板等の利便性はいかがでしたか。	3232	3.78	1.097	1666	3.81	1.099	1566	3.74	1.093	-1.659*
8	申告会場・署内案内板・駐車場の利便性はいかがでしたか。	3064	3.73	1.087	1576	3.77	1.078	1488	3.69	1.095	-2.171**
9	署内の筆記具・計算機・タッチパネル等の利便性はいかがでしたか。	2961	4.04	0.948	1528	4.07	0.943	1433	4.01	0.951	-1.727*
10	ご来署の目的の達成感(満足感)はいかがですか。	3242	3.99	0.975	1663	3.98	0.978	1579	3.99	0.972	0.142
11	税務署に親しみやすさを感じましたか。	3171	3.76	1.048	1621	3.76	1.052	1550	3.75	1.044	-0.225
12	税務署の対応は信頼できると感じましたか。	3180	3.99	0.979	1622	3.99	0.973	1558	3.98	0.985	-0.377

(注)有意確率水準は、***1%、**5%、*10%を示す。

- (1) 「職員の応接態度」(問 1～3)については、いずれも回答の平均値が約 4.4 という非常に高い水準を示し、職員の多大なる努力が評価として現れた。特に問 2 (職員の説明の理解しやすさ) の評価 (4.38) を見る限り、現行の巡回指導システムの弊害は見られない。
- (2) 「申告書の作成・提出しやすさ」(問 4～6)についてはいずれも 3.5～3.7 程度に止まった。特に問 5 (申告書作成手引きの理解しやすさ) の評価が 3.49 と低調であり、基本的に税法について十分な知識を持ちえない(あるいは持つ意思のない)納税者が、作成手引きによる理解ひいては申告書の自己作成を断念し、作成を税務署の職員の指導に依存するというプロセスが想定できる。このような行動態様は、結局は申告書作成・提出のスムーズさにつながるものであり、問 4～6 の評価の低さは整合的であると言えよう。
- (3) 「税務署の設備・備品の利用しやすさ」(問 7～9)については、問 9 (署内備品の利便性) が 4.04 という値を示したが、問 7 (税務署までのアクセス) 及び問 8 (署内設備の利便性) が 3.7～3.8 の評価に止まった。ただしこれらの物的要因・地理的要因に基づく評価はサンプルとした署の実情によって大きく異なり、また統計数値も各署のサンプル数でウェイトのかかったものとなるため、単純に評価することはできない。
- (4) 「税務署に対する印象」(問 10～12)については、問 10 (来署目的の達成感) 及び問 12 (税務署に対する信頼感) がいずれも約 4.0 という一応の満足水準を示した。特に後者の値について、税務署＝税務行政に対する信頼感は納税者のコンプライアンスの維持・向上のために不可欠な要素と考えられるため、一定の評価が与えられるべきものとする。
- これに対して問 11 (税務署に対する親近感) は 3.76 に止まったが、これは現在のところ税務署が必ずしも来署納税者に「納税者サービス」機関として高度に認知されているわけではないということを示している。
- (5) アンケート 1 回目 (閑散期) と 2 回目 (繁忙期) の平均値の比較において、「職員の応接態度」、「申告書の作成・提出しやすさ」、「税務署に対する

印象」に係る各回答に有意な差は見られなかった（差があるとは言えなかった）が、「税務署の設備・備品の利用しやすさ」に関しては、問7及び問9で10%水準、問8で5%水準の有意な差が生じた。

「職員の応接態度」は、想定される繁忙期の対応を考えると、厳密な意味において繁閑期で差があるかもしれない。しかし、繁忙期に職員が1人1人の納税者に対応できる時間や対応の仕方は限られることを納税者側で理解できれば評価に差は生じないし、現に理解しているので有意な差が生じなかったとすることができる。

また、「申告書の作成・提出しやすさ」に関しては、繁閑期で来署者の知識水準が異なることは考えにくいから、差が生じないことは自然であろう。

これに対して「税務署の設備・備品の利用しやすさ」で見られた有意な差は、まさに繁忙期の混雑度に応じて署へのアクセスや署内設備・備品の利便性が低下していることの現れであろう。

しかし結果的に「税務署に対する印象」に有意な差が生じなかったことは興味深い。確定申告期の繁忙期に通常であれば想定される、閑散期と比較しての納税者の好感度の低下が統計学的には立証されなかったからである。

(6) 図表V.10は問1～12の問ごとに各署の平均値を高いものから順に並べ、同時に2署間の平均値の差の有意性を検定したものである。差が有意であれば、その2署間に差があると言することができる。ここで図表IV.4で示した署選定の着眼点に基づいて分析する⁽¹⁵⁾。

まず「来署者数の多寡」の観点から板橋署（多）と浅草署（少）を比較すると、例えば問2（職員による説明の理解度）及び問3（応接の親切さ・丁寧さ）に有意な差は見られず、「職員の応接態度」に対する評価が、来署者数の多寡で影響を受けるとは必ずしも言えないことが判明した。

(15) 本図表で示された署間の有意差の理由については基本的には現場での分析を待たねばならない。

「署庁舎の新旧」の観点から江戸川南署（新）と大森署（旧）を比較すると、例えば問 8（署内設備の利便性）では、量的には江戸川署よりも大森署の方が高い平均値を示し、更には質的に両署の差は有意に現れていないことから、この要因が来署納税者のマインドにどの程度影響を及ぼすかは明らかでない。

「アクセスの利便性」の観点から豊島署（良）と大森署（悪）を比較すると、例えば問 7（署へのアクセス）で両署の間に有意な差が見られる。本問では板橋署を除いてほぼアクセスの良好な順に平均値が並んでおり、「署外会場」の町田署も上位に位置している。

図表 V. 10 質問項目別の署間比較（平均値の差の検定）

職員の応接態度（以下、有意確率水準 ***1%、**5%、*10%）

問1 受付・窓口の職員の対応は正確で迅速でしたか。

署名	平均値	板橋	豊島	江戸川南	浅草	町田	大森
板橋	4.50						
豊島	4.47						
江戸川南	4.42						
浅草	4.40						
町田	4.34	**	**				
大森	4.32	***	***				

問2 ご相談・ご質問に対する職員の説明は理解しやすかったですか。

署名	平均値	板橋	浅草	町田	豊島	大森	江戸川南
板橋	4.49						
浅草	4.46						
町田	4.38	***					
豊島	4.30	***	**				
大森	4.28	***	***	**			
江戸川南	4.21	***	***	**	**		

問3 職員の応接態度は全般的に親切で丁寧でしたか。

署名	平均値	板橋	浅草	豊島	町田	大森	江戸川南
板橋	4.49						
浅草	4.48						
豊島	4.42						
町田	4.37	***	**				
大森	4.29	***	***		*		
江戸川南	4.24	***	***		*		

申告書の作成・提出しやすさ

問4 申告書そのものは作成しやすい様式でしたか。

署名	平均値	豊島	板橋	江戸川南	浅草	町田	大森
豊島	3.89						
板橋	3.89						
江戸川南	3.84						
浅草	3.69	***	***				
町田	3.54	***	***	***	**		
大森	3.51	***	***	***	***		

問5 申告書の作成手引きは理解しやすかったですか。

署名	平均値	板橋	豊島	江戸川南	浅草	町田	大森
板橋	3.71						
豊島	3.66						
江戸川南	3.56	*					
浅草	3.47	***	**				
町田	3.30	***	***	***	**		
大森	3.30	***	***	***	***		

問6 申告書の作成・提出に要した時間は適当でしたか。

署名	平均値	板橋	豊島	浅草	江戸川南	大森	町田
板橋	3.91						
豊島	3.82						
浅草	3.77	*					
江戸川南	3.72	**					
大森	3.44	***	***	***	***		
町田	3.43	***	***	***	***		

税務署の設備・備品の利用しやすさ

問7 税務署までの交通や案内板等の利便性はいかがでしたか。

署名	平均値	板橋	豊島	町田	浅草	大森	江戸川南
板橋	4.05						
豊島	3.85	***					
町田	3.84	***					
浅草	3.71	***	*	**			
大森	3.43	***	***	***	***		
江戸川南	3.18	***	***	***	***	***	

問8 申告会場・署内案内板・駐車場等の利便性はいかがでしたか。

署名	平均値	板橋	豊島	浅草	町田	大森	江戸川南
板橋	3.98						
豊島	3.79	***					
浅草	3.78	***					
町田	3.71	***					
大森	3.43	***	***	***	***		
江戸川南	3.37	***	***	***	***	***	

問9 署内の筆記具・計算機・タッチパネル等の利便性はいかがでしたか。

署名	平均値	板橋	浅草	豊島	町田	江戸川南	大森
板橋	4.19						
浅草	4.07	**					
豊島	4.03	***					
町田	4.01	***					
江戸川南	4.00	***					
大森	3.82	***	***	***	***	**	

税務署に対する印象

問10 ご来署の目的の達成感（満足感）はいかがでしたか。

署名	平均値	板橋	浅草	豊島	江戸川南	町田	大森
板橋	4.16						
浅草	4.07						
豊島	4.03	**					
江戸川南	4.00	**					
町田	3.89	***	***	**			
大森	3.76	***	***	***	***	**	

問11 税務署に親しみやすさを感じましたか。

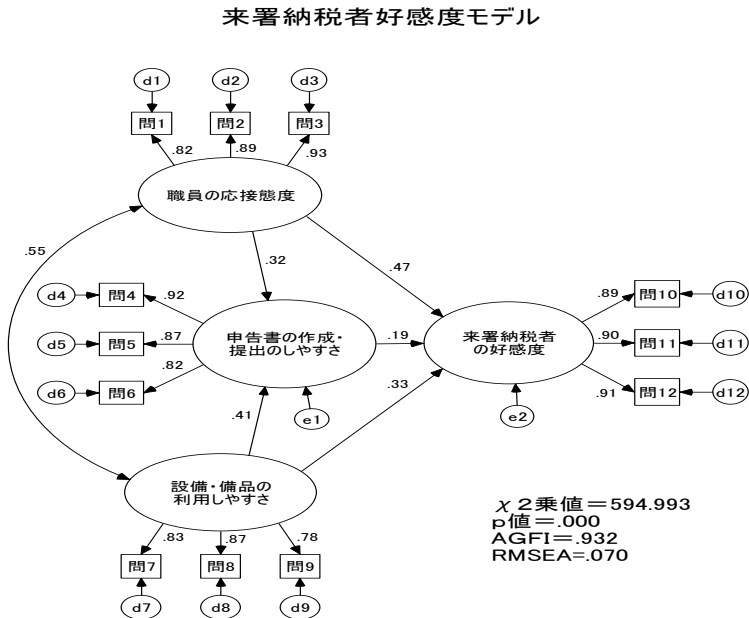
署名	平均値	板橋	浅草	豊島	江戸川南	町田	大森
板橋	4.01						
浅草	3.82	***					
豊島	3.75	***					
江戸川南	3.69	***					
町田	3.64	***	***	*			
大森	3.51	***	***	***	**	**	

問12 税務署の対応は信頼できると感じましたか。

署名	平均値	板橋	浅草	豊島	江戸川南	町田	大森
板橋	4.17						
浅草	4.05	**					
豊島	3.99	***					
江戸川南	3.91	***					
町田	3.89	***	***	*			
大森	3.81	***	***	***			

4 仮説の検証（共分散構造分析）

図表 V. 11 来署納税者好感度モデル（確定申告期通期モデル）



（パス係数の有意性検定）

パス	係数推定値	検定統計量 (非標準化) (Wald検定)	確率水準
職員の応接態度 ⇒ 申告書の作成・提出のしやすさ	0.442	13.790	***
職員の応接態度 ⇒ 来署納税者の好感度	0.561	23.973	***
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 申告書の作成・提出のしやすさ	0.449	16.930	***
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 来署納税者の好感度	0.313	16.384	***
申告書の作成・提出のしやすさ ⇒ 来署納税者の好感度	0.167	10.156	***
職員の応接態度 ⇒ 問1	1.000		
職員の応接態度 ⇒ 問2	1.087	51.846	***
職員の応接態度 ⇒ 問3	1.137	54.635	***
申告書の作成・提出のしやすさ ⇒ 問4	1.000		
申告書の作成・提出のしやすさ ⇒ 問5	0.996	58.405	***
申告書の作成・提出のしやすさ ⇒ 問6	0.901	52.674	***
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 問7	1.000		
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 問8	1.037	46.604	***
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 問9	0.807	41.051	***
来署納税者の好感度 ⇒ 問10	1.000		
来署納税者の好感度 ⇒ 問11	1.101	64.316	***
来署納税者の好感度 ⇒ 問12	1.036	65.525	***

（注）有意確率水準は、*** 1%、** 5%、* 10%を示す。

図表 V.11 は、アンケート回答総ケース (3,435) 中、質問 12 問の全てに回答のあった有効ケース (2,317) について、設定した仮説モデル (来署納税者好感度モデル) に当てはめ分析した結果である。以下仮説の検証を行う。

仮説 1 : 確定申告期の来署納税者の好感度は、主に「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」、「職員の応接態度」、「設備備品の利用しやすさ」の 3 つの要因で決定される。

仮説 2 : 好感度を決定するコア要因は「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」である。その他の 2 要因 (「職員の応接態度」、「設備備品の利用しやすさ」) はコア要因を通じて間接的に好感度に影響を及ぼすサポート要因であり、好感度への直接的影響は小さい。

(1) モデルの適合度指標において、まずカイ 2 乗検定⁽¹⁶⁾は 1%水準で有意となった。つまりモデルと観測データが等しいという帰無仮説が棄却されてしまうが、カイ 2 乗検定はケース数の影響でそれが多くなると有意確率の値がゼロに近づくという傾向があるため、ケース数で 2,300 を超える本モデルではこの結果をもって当てはまりが悪いとはいえない。

これに対して AGFI⁽¹⁷⁾は 0.932 と一応の許容水準とされる下限 0.9 を超えており、また、RMSEA⁽¹⁸⁾も 0.070 と同じく一応の許容水準とされる上限 0.1

(16) 母分散 σ^2 の正規母集団から n 個のデータを無作為に抽出したとき、以下の式で表わされる統計量 (カイ 2 乗値) は、自由度 $n-1$ のカイ 2 乗分布に従う。この分布は母集団の分散の推定や検定に利用されるが、ここではモデルの適合度の検定に用いている。

$$\chi^2 = \frac{(n-1)s^2}{\sigma^2}$$

(17) Adjusted Goodness of Fit Index (修正済み適合度指数) : 観測データの持つ分散・共分散をモデルのそれがどの程度説明するかをその割合で示す指標で、GFI : Goodness of Fit Index (適合度指数) を推定するパラメータ数の影響を修正して算出した値。0~1 の範囲の値をとり、モデルが観測データに完全に適合しているときは値が 1 となり、当てはまりが悪いと値が 0 に近づく。

(18) Root Mean Square Error of Approximation (平均二乗誤差平方根) : モデルの自

を下回っていることから、本モデルが当てはまりの悪くないモデルになっていると言うことができる。また、潜在変数間の関係において、3つの要因変数から「来署納税者の好感度」に引かれたパスの係数値はいずれも1%水準で有意である。よって**仮説1は支持される**。

- (2) 「来署納税者の好感度」に引かれた「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」からのパスの係数値は0.19にしか過ぎず、「職員の応接態度」からの係数値(0.47)及び「設備備品の利用しやすさ」からの係数値(0.33)のいずれもよりも小さい。つまり**仮説2は支持されない**。

ただし「職員の応接態度」及び「設備備品の利用しやすさ」から「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」に引かれたパスの係数値はいずれも1%水準で有意であり、それらの「申告書の作成しやすさ・提出しやすさ」を通じた好感度への間接的影響、言うなればコア機能を支援する形でのサポート機能の存在は確認された。

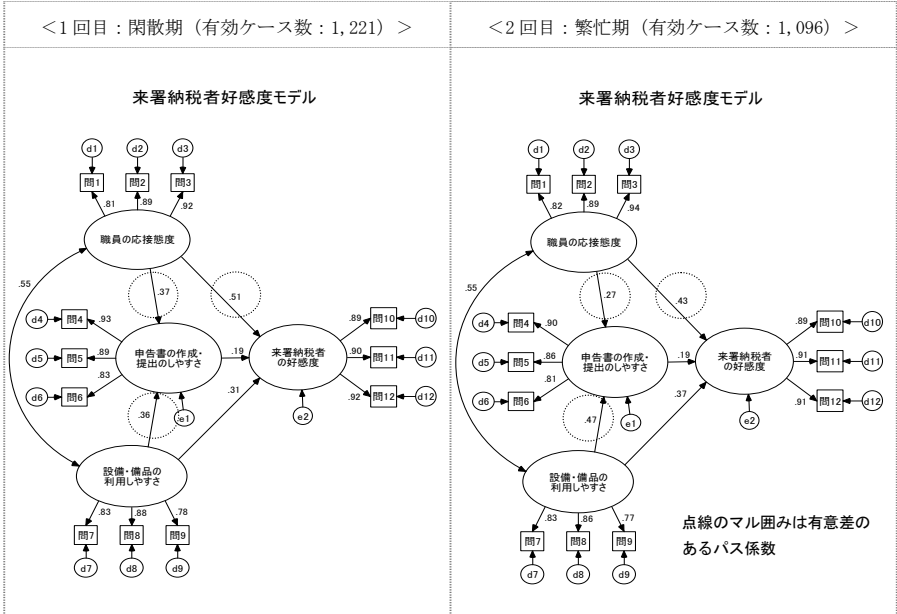
- (3) この分析結果からは好感度向上のためには「職員の応接態度」＝人的サポートの評価を向上させることが最も効果的ということになるが、これはアンケートの間1～3に対する回答の平均値で示されたように既に非常に高い水準に到達している。したがって、これ以上の評価の向上の「のびしろ」は小さく、施策の成果も限定的であろう。

また、「設備備品」＝物的サポート要因は厳しい予算制約条件に服するものであり、特に外的かつ地理的な要因である署までの交通アクセスの不便性や駐車場の狭隘などの問題は、解決が不能あるいは極めて多大な困難を伴う問題である。

由度で母乖離度値(母集団とモデルとの乖離を表す値)を割ることにより、推定するパラメータ数の影響を受ける母乖離度値の欠点を修正した指標。値が0.1以上のモデルは当てはまりが悪いと判断され、採択されない。

5 繁忙期の比較分析

図表 V. 12 繁忙期と閑散期の同時分析モデル



(パス係数の差の有意性検定)

	1回目		2回目		差	
	係数推定値 (非標準化)	検定統計量 (Wald検定)	係数推定値 (非標準化)	検定統計量 (Wald検定)	検定統計量	確率
職員の応接態度 ⇒ 申告書の作成・提出のしやすさ	0.520	11.517 ***	0.354	8.029 ***	-2.664 ***	
職員の応接態度 ⇒ 来署納税者の好感度	0.607	19.171 ***	0.506	16.110 ***	-2.372 **	
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 申告書の作成・提出のしやすさ	0.402	11.051 ***	0.503	13.447 ***	1.974 **	
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 来署納税者の好感度	0.290	11.731 ***	0.346	11.948 ***	1.513	
申告書の作成・提出のしやすさ ⇒ 来署納税者の好感度	0.162	7.559 ***	0.167	6.520 ***	0.167	
職員の応接態度 ⇒ 問1	1.000					
職員の応接態度 ⇒ 問2	1.084	52.073 ***				
職員の応接態度 ⇒ 問3	1.132	54.997 ***				
申告書の作成・提出のしやすさ ⇒ 問4	1.000					
申告書の作成・提出のしやすさ ⇒ 問5	0.997	59.090 ***				
申告書の作成・提出のしやすさ ⇒ 問6	0.900	52.765 ***				
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 問7	1.000					
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 問8	1.036	46.602 ***				
設備・備品の利用しやすさ ⇒ 問9	0.806	41.025 ***				
来署納税者の好感度 ⇒ 問10	1.000					
来署納税者の好感度 ⇒ 問11	1.101	64.333 ***				
来署納税者の好感度 ⇒ 問12	1.036	65.484 ***				

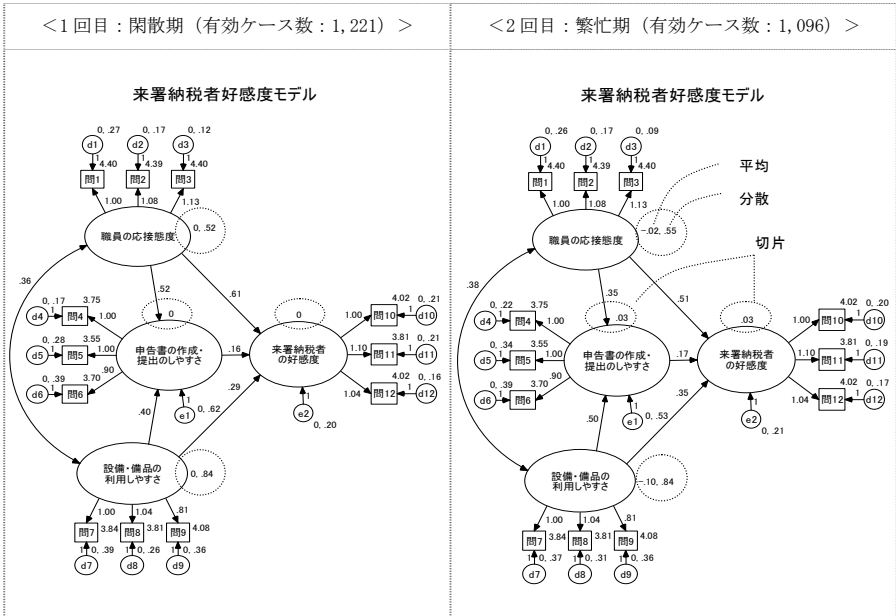
(注) 有意確率水準は、*** 1%、** 5%、* 10%を示す。

- (1) 図表V.12は、来署納税者の好感度モデルの構成概念（潜在変数）が繁忙期・閑散期（アンケート採取の1回目と2回目）において同一であるという仮定の下、標準化推定値により両期における潜在変数間のパス係数の強さの異同について比較検討した結果を示したものである（**多母集団の同時分析**）⁽¹⁹⁾。
- (2) 分析の結果、「職員の応接態度」から「申告書の作成・提出のしやすさ」及び「来署納税者の好感度」に引かれるパスが、1回目と2回目で有意な負値の差を示した。つまり、閑散期と比べて繁忙期の方が、「職員の応接態度」による影響度が低くなっている。
- (3) これに対応する形で、「設備・備品の利用しやすさ」から「申告書の作成・提出のしやすさ」及び「来署納税者の好感度」に引かれるパスが正值の差を示した。但し、前者の差は有意であった（「申告書の作成・提出のしやすさ」に対する「設備・備品の利用しやすさ」の影響度は閑散期と比べて繁忙期の方が高い）が、後者の差に有意性は示されなかった（「来署納税者の好感度」に対する「設備・備品の利用しやすさ」の影響度は閑散期と比べて繁忙期の方が高いとは言えない）。
- (4) 「申告書の作成・提出のしやすさ」から「来署納税者への好感度」に引かれるパスも有意な差を示しておらず、繁忙期と閑散期で差があるとは言えない。
- (5) 「来署納税者の好感度」に対する影響について繁忙期と閑散期を比較すると、繁忙期に「職員の応接態度」の影響度が下がる一方で、「申告書の作成・提出のしやすさ」及び「設備・備品の利用しやすさ」が直接的あるいは間接的に影響度を上げているとは言えないことが判明した。
- つまり、「職員の応接態度」が、繁忙期で変わりなく納税者から既に高い評価を得ていることを考え合わせると、特に繁忙期の対応を重視して「職

(19) 指標のパス係数以外にパラメータを設定しない開放モデルでは「職員の応接態度」と「設備・備品の利用しやすさ」の共分散に繁忙期・閑散期の比較において有意な差が見られなかったため、比較モデルではこれに等値制約を付している。

員の応接態度」や「設備・備品の利用しやすさ」といったサポート要因の評価を向上させる施策を採っても、「来署納税者の好感度」の評価への影響・効果は限定的であると考える。

図表 V. 13 繁忙期と閑散期の平均構造モデル



(6) 図表 V. 13 は、繁忙期と閑散期における潜在変数が同質のものであるという仮定を付した上で⁽²⁰⁾、非標準化推定値により潜在変数間のパス係数の強さや潜在変数の平均値・切片を比較検討した結果を示したものである(平均構造分析)。

(7) これによれば、「職員への応接態度」の平均値は、閑散期→繁忙期で大きな差は見られない(0→ - 0.02)ものの、「設備・備品の利用しやすさ」の平均値にはそれよりも差が見られることがわかる(0→ - 0.10)。これはVI. 3.

(20) 両期の指標のパス係数に等値制約を課している。

(5) での分析⁽²¹⁾と整合的な結果である。

(8) 「申告書の作成・提出のしやすさ」は、その切片が閑散期→繁忙期で大きな差が見られない(0→0.03)ことから、「職員の応接態度」・「設備備品の利用しやすさ」の影響を排除した場合(それぞれの値をゼロとした場合)、繁忙期でほぼ等しい。

また、「来署納税者の好感度」も、その切片が閑散期→繁忙期で大きな差が見られない(0→0.03)ことから、「職員の応接態度」・「設備備品の利用しやすさ」・「申告書の作成・提出のしやすさ」の影響を排除した場合、繁忙期でほぼ等しい。

VI 結 論 (確定申告期政策へのインプリケーション)

納税者の確定申告を支援するという税務署の機能に着目したとき、人的・物的サポート機能が「来署納税者の好感度」向上に大きく貢献することが本研究で判明した。しかしこれら両機能の向上は、今後更に行政経営資源の制約強化が見込まれる中でほぼ限界に近いと考えられる。よって、「来署納税者の好感度」向上のためには、究極的には好感度決定要因としてウェイトは低いものの、コア機能である「申告書の作成・提出のしやすさ」の評価を上げる努力を地道に続けていくしかない。

現在国税庁が推進する電子申告は、あくまでも納税者の自書申告能力を前提とするものである。来署納税者の税務知識の向上は電子申告の推進に寄与し、更に電子申告者の増加は来署者の減少を通じて確定申告期における駐車場の狭隘やタッチパネル等の署内備品の不足を緩和し、「来署納税者の好感度」の向上につながるであろう。このような一連の施策は、特に本研究の標本で来署納税者の約40%を占めた40歳代以下の納税者層が基本ターゲット層となるのではなかろうか。なお、特に人的なサポートに対して来署納税者の間でニーズが高

(21) アンケート問7～9で測定した「設備・備品の利用しやすさ」に関する質問に対する回答の平均値が、繁忙期の比較において有意な差を示したことを指す。

いながらもその向上が限界に近いことは前述したとおりであるが、電子申告の推進に当たっては、今後とも税務署等において、操作方法等に関する電話相談体制の充実を図っていくべきことは論を待たないであろう。

いずれにせよ本研究により確申期の来署納税者を行動科学の観点から考察し、政策へのインプリケーションを導くことができた。国税庁としては、限られた資源の下で、科学的根拠に基づいた真に効果的な施策を効率的に実施していくとの観点から、今後とも定期的にあるいは施策変更後等の適切なタイミングを選んで納税者行動を科学的に観察・分析し、政策に反映させていくことが必要であろう。