

Quà đáp lễ (Henreihin): Mối quan hệ tương hỗ giữa văn hóa và kinh tế trong chính sách *Furusato Nōzei* tại Nhật Bản

Nguyễn Hoàng Long^a, Nguyễn Đặng Khánh My^b, Nguyễn Kim Ngân^{c*}

Tóm tắt:

Trong nỗ lực giải quyết tình trạng mất cân bằng ngân sách giữa các địa phương, Nhật Bản đã triển khai hệ thống đóng góp tự nguyện được khấu trừ thuế, thường được biết đến với tên gọi *Furusato Nōzei* (Thuế quê hương). Sự ra đời và vận hành của chính sách này không chỉ thuần túy mang ý nghĩa kinh tế mà còn là sự vận dụng sáng tạo truyền thống văn hóa quà đáp lễ (Henreihin) vào quản lý công. Bằng phương pháp tổng hợp và phân tích, bài viết tập trung nghiên cứu ý nghĩa *Henreihin* trong văn hóa Nhật Bản và sự vận dụng vào chính sách *Furusato Nōzei* hiện nay dựa trên nền tảng Lý thuyết Quà tặng của Mauss và Vốn xã hội của P. Bourdieu. Kết quả nghiên cứu cho thấy: *Henreihin* là một giá trị đặc trưng trong văn hóa Nhật Bản. Những giá trị của văn hóa này đã được chính phủ cụ thể hóa bên trong chính sách *Furusato Nōzei* và đã đạt được những kết quả tích cực. Mặc dù mối quan hệ giữa *Henreihin* và *Furusato Nōzei* được cho là thể hiện sự tương hỗ nhưng nhiều thách thức hiện đang được đặt ra cần phải được giải quyết đối với cơ chế *Henreihin* bên trong chính sách *Furusato Nōzei*. Từ đó, nghiên cứu khẳng định tầm quan trọng của việc lồng ghép các giá trị văn hóa đặc thù vào chiến lược phát triển kinh tế, đồng thời gợi mở những bài học kinh nghiệm cho chính sách tài khóa địa phương tại Việt Nam.

Từ khóa: *Furusato Nōzei*, quà đáp lễ, *Henreihin*, văn hóa, kinh tế

^a Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh; 02 Nguyễn Tất Thành, phường Xóm Chiếu, TP. Hồ Chí Minh.
email: nguyenhoanglong0132000@gmail.com

^b Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh; 02 Nguyễn Tất Thành, phường Xóm Chiếu, TP. Hồ Chí Minh.
email: khanhmyngd22@gmail.com

^c Trường Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh; 02 Nguyễn Tất Thành, phường Xóm Chiếu, TP. Hồ Chí Minh.
email: nkngan@hcmulaw.edu.vn

* Tác giả chịu trách nhiệm chính.

Return Gifts (Henreihin): The Reciprocal Interplay Between Culture and Economy in the Policy of Furusato Nōzei in Japan.

Nguyen Hoang Long^a, Nguyen Dang Khanh My^b, Nguyen Kim Ngan^{c*}

Abstract:

In an effort to mitigate regional fiscal imbalances, Japan implemented a system of voluntary tax-deductible contributions, widely recognized as *Furusato Nozei* (Hometown Tax). The emergence and operation of this policy extended beyond purely economic objectives, representing a creative integration of the traditional return-gift culture (Henreihin) into public management. Utilizing synthesis and analytical methods, this paper examines the cultural significance of *Henreihin* in Japan and its strategic application within the contemporary *Furusato Nōzei* framework, underpinned by Marcel Mauss's Gift Theory and Pierre Bourdieu's Social Capital. The research findings indicate that: the traditional concept of *Henreihin* has evolved from a purely cultural obligation into a strategic instrument for socio-economic connectivity. The *Furusato Nōzei* system successfully transforms individual social capital into regional public resources by institutionalizing the "Give - Take - Return" mechanism; and the effectiveness of this policy relies significantly on the harmony between economic incentives and cultural values. Consequently, the study affirms the vital role of embedding specific cultural values into economic development strategies, while offering practical lessons and policy implications for local fiscal management in Vietnam.

Keywords: *Furusato Nōzei*, return gifts, *Henreihin*, culture, economy

Received: 30.3.2026. **Accepted:** 15.4.2026. **Published:** 30.4.2026

DOI: 10.59907/daujs.5.2.2026.571

^a Ho Chi Minh City University of Law; 02 Nguyen Tat Thanh Street, Xom Chieu Ward, Ho Chi Minh City, Vietnam. email: nguyenhoanglong0132000@gmail.com

^b Ho Chi Minh City University of Law; 02 Nguyen Tat Thanh Street, Xom Chieu Ward, Ho Chi Minh City, Vietnam. email: khanhmyngd22@gmail.com

^c Ho Chi Minh City University of Law; 02 Nguyen Tat Thanh Street, Xom Chieu Ward, Ho Chi Minh City, Vietnam. email: nkngan@hcmulaw.edu.vn

* Corresponding author.

Đặt vấn đề

Nhật Bản là quốc gia có nền văn hóa truyền thống lâu đời, được duy trì tương đối ổn định và phát triển cho đến hiện nay. Điều này xuất phát từ vị trí địa lý của Nhật Bản khi quốc gia này mang tính biệt lập do là một quốc đảo (島国 - *Shimakuni*, điều này giúp tránh được sự du nhập của các nền văn hóa khác so với các quốc gia có đường biên giới đất liền. Ngoài ra, có thể kể đến chính sách *Tỏa quốc* (鎖国 - *Sakoku*) được thực hiện dưới thời chính quyền Mạc phủ Tokugawa (1603 - 1867) đã góp phần duy trì tính ổn định, góp phần định hình và phát triển các nền văn hóa truyền thống Nhật Bản (Haglund, 1984).

Nhật Bản đã trải qua nhiều biến động trong quá khứ với những sự kiện có tính bước ngoặt làm thay đổi vận mệnh đất nước như: cuộc Duy Tân Minh Trị năm 1868; hay hai cuộc Chiến tranh thế giới lần lượt vào năm 1914 - 1918 và 1939 - 1945; cùng nhiều biến động trong quan hệ quốc tế thời kỳ mới. Đến nay, đất nước này không chỉ là một quốc gia được thừa nhận có nền kinh tế phát triển mà còn là một dân tộc có nền văn hóa truyền thống được giữ gìn và lan tỏa trên khắp thế giới.

Để đạt được mục tiêu phát triển kinh tế trong chiến lược xây dựng chính sách, hiện nay, các quốc gia bên cạnh việc xây dựng các chính sách phát triển kinh tế độc lập, còn tập trung nghiên cứu về mối quan hệ tương hỗ giữa văn hóa và kinh tế (Kong, 2000). Trong đó, Nhật Bản là quốc gia điển hình trong việc vận dụng văn hóa *Henreihin* (返礼品) vào hệ thống *Furusato Nōzei* (納税), qua đó khẳng định sự gắn kết chặt chẽ giữa các giá trị truyền thống và mục tiêu phát triển kinh tế.

Việc nghiên cứu mối quan hệ tương hỗ giữa văn hóa *Henreihin* và *Furusato Nōzei* giúp hiểu được các giá trị văn hóa không tồn tại tách biệt mà có thể được lồng ghép trong nhiều lĩnh vực khác nhau, bao gồm lĩnh vực kinh tế. Sự kết hợp này không chỉ giúp cho các chính sách đạt hiệu quả về mặt kinh tế mà còn góp phần giữ gìn, lan tỏa những giá trị văn hóa truyền thống đến với các thế hệ người dân Nhật Bản.

Để hiểu rõ mối quan hệ trên, bài viết tập trung giải quyết các câu hỏi nghiên cứu chính sau:

- (1) Sự hình thành và ý nghĩa của văn hóa *Henreihin* trong đời sống người dân Nhật Bản.
- (2) Bối cảnh ra đời, cách thức vận hành và vai trò của *Furusato Nōzei* trong việc giải quyết vấn đề ngân sách địa phương.
- (3) Vai trò của mối quan hệ tương hỗ giữa văn hóa *Henreihin* và *Furusato Nōzei* trong việc thực hiện chính sách phát triển kinh tế địa phương tại Nhật Bản.

Để trả lời thỏa đáng các câu hỏi nghiên cứu nêu trên, việc điểm lại các công trình khoa học có liên quan là vô cùng cần thiết. Điều này không chỉ giúp nhận diện các chiều hướng tiếp cận hiện nay về hệ thống *Furusato Nōzei* mà còn làm rõ những khoảng trống cần được quan tâm nhiều hơn.

Liên quan đến đề tài này, tại Nhật Bản đã có nhiều công trình được thực hiện trên nhiều bình diện khác nhau. Từ góc độ tác động tài chính, Uemura & Kammura (2023) đã xem xét vai trò của *Furusato Nōzei* trong việc điều chỉnh sự chênh lệch tài chính giữa các khu vực đô thị và nông thôn. Hay Inada (2023) tiến hành kiểm tra tác động của *Furusato Nōzei* đối với tài chính của các thành phố và làng mạc ở tỉnh Okinawa và thấy rằng một số địa phương đạt được thặng dư đáng kể. Từ một nghiên cứu khác, Ito (2023) chỉ ra rằng tổng số tiền khấu trừ thuế cư trú cá nhân do *Furusato Nōzei* đã tăng vượt quá quy mô thu nhập thuế cư trú của một số thành phố lớn, gây áp lực cho thu nhập thuế địa phương, đặc biệt ở các đô thị lớn.

Bên cạnh đó, khi một mô hình mới được triển khai, không thể thiếu các nghiên cứu tổng kết, đánh giá quá trình vận hành mô hình. Ishikawa (2024), Hashimoto & Suzuki (2015, 2016), Hashimoto (2024) đưa ra một cái nhìn tổng thể về hệ thống *Furusato Nōzei*, tập trung vào những bất cập của hệ thống trong quá trình vận hành như tính công bằng, sự cạnh tranh quá mức và những tác động đến thu ngân sách đô thị. Nhìn chung, các nghiên cứu này cung cấp một bức tranh tương đối toàn diện về hệ thống *Furusato Nōzei* từ nhiều góc độ khác nhau với một sự đồng thuận rằng hệ thống này đã phát triển mạnh mẽ về quy mô, nhưng cũng đối mặt với nhiều thách thức.

Riêng đối với vấn đề “quà tặng lại” (Henreihin), Honda & Hoshino (2024) đã phân tích động cơ sử dụng *Furusato Nōzei* và xem đó như một hình thức gọi vốn cộng đồng (crowdfunding). Bên cạnh đó, Tsuchiya (2020) thảo luận về các yếu tố và vấn đề của cuộc cạnh tranh quà tặng trả lại trong *Furusato Nōzei*. Có thể kể thêm, Doi & Ijo (2024) đã nghiên cứu mối liên hệ giữa thương hiệu địa phương và lựa chọn quà tặng lại trong *Furusato Nōzei*, đặc biệt nhấn mạnh đến yếu tố “thiếu tính đặc trưng” của quà tặng trả lại.

Có thể thấy, đa số các nghiên cứu tập trung tách biệt hoặc là góc độ tài chính thuần túy (ngân sách, thặng dư, công bằng thuế), hoặc là góc độ vận hành kỹ thuật (cạnh tranh quà tặng, crowdfunding). Chưa có nhiều công trình đi sâu vào việc giải mã bản chất văn hóa đáp lễ (Henreihin) như một yếu tố tạo nên nét đặc trưng của mô hình này tại Nhật Bản cũng như các trường hợp cạnh tranh phát sinh trong thực tiễn vận hành.

Tại Việt Nam, qua rà soát các cơ sở dữ liệu học thuật dựa trên hệ thống từ khóa tương ứng, có thể thấy các công trình nghiên cứu về mô hình *Furusato Nōzei* hoặc tương tự còn rất khiêm tốn, hầu như chưa được khai thác một cách hệ thống và đa chiều. Chính vì vậy, bài viết kỳ vọng sẽ lấp đầy khoảng trống nghiên cứu này bằng cách cung cấp cái nhìn toàn diện về cơ chế vận hành của *Furusato Nōzei* dưới tác động sâu sắc của văn hóa Henreihin. Thông qua đó, nghiên cứu mong muốn đóng góp thêm một nguồn tài liệu tham khảo giá trị, gợi mở những hướng đi mới trong việc kết hợp giữa bảo tồn văn hóa và phát triển kinh tế địa phương tại Việt Nam.

Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu trọng tâm là cơ chế “quà đáp lễ” (*Henreihin*) trong mối tương quan với sự vận hành của chính sách “thuế quê hương” (*Furusato Nōzei*) tại Nhật Bản.

Nghiên cứu được thực hiện thông qua nghiên cứu định tính với kỹ thuật chính là phân tích nội dung và tổng hợp tài liệu thứ cấp. Phạm vi nghiên cứu tập trung vào hệ thống chính sách *Furusato Nōzei* và cơ chế quà đáp lễ *Henreihin* tại Nhật Bản. Cụ thể, tác giả tiến hành rà soát các công trình nghiên cứu học thuật, báo cáo Chính phủ thông qua các từ khóa “*Furusato Nōzei*”, “*Hometown tax*”, “*Henreihin*”,... trên các cơ sở dữ liệu uy tín như Heinonline; J-stage. Trong quá trình thu thập dữ liệu, bài viết ưu tiên khai thác các tài liệu gốc bằng tiếng Nhật nhằm đảm bảo tính chính xác về mặt thuật ngữ và phản ánh đúng bối cảnh văn hóa đặc thù của hệ thống *Furusato Nōzei*. Qua đó, khái quát những hiệu quả trong việc xây dựng các chính sách đa mục tiêu giúp nhà nước Nhật Bản có thể vừa đạt mục tiêu về mặt kinh tế đồng thời góp phần giữ gìn, phát huy truyền thống văn hóa của dân tộc.

Khung lý thuyết

Cơ chế *Furusato Nōzei* không chỉ đơn thuần là một công cụ điều tiết ngân sách, mà còn là một minh chứng hiện đại cho sự giao thoa giữa kinh tế thị trường và các giá trị xã hội nhân văn.

Theo Mauss (1990), quà tặng không bao giờ là hành động đơn phương hay miễn phí; nó nằm trong một chu trình bắt buộc: Tặng - Nhận - Đáp trả. Tại Nhật Bản, thông qua cơ chế *Furusato Nōzei*, người nộp thuế “tặng” tiền cho địa phương một cách tự nguyện, nhưng hệ thống ngầm định một nghĩa vụ đáp lễ từ phía chính quyền địa phương (CQĐP). Quà đáp lễ (*Henreihin*) chính là sự cụ thể hóa của nghĩa vụ này. Liên quan đến *Hau* - linh hồn của vật phẩm, trong *Furusato Nōzei*, quà đáp lễ không chỉ là hàng hóa (thịt bò, gạo, trái cây), mà nó mang theo “linh hồn” của vùng đất (đặc sản, niềm tự hào địa phương). Khi người dân thành thị tiêu dùng những sản phẩm này, một sợi dây liên kết vô hình nhưng bền chặt được thiết lập, biến mối quan hệ thuế vốn khô khan thành một sự kiện xã hội tổng thể, đan xen giữa lòng biết ơn và trách nhiệm đạo đức với quê hương (hoặc một vùng đất xa lạ nhưng có sự kết nối).

Bên cạnh đó, tiếp cận từ góc nhìn về “vốn xã hội” của P. Bourdieu (1986) - tổng thể các nguồn lực gắn liền với một mạng lưới quan hệ bền vững. Trong cơ chế này, món quà đáp lễ đóng vai trò là “vật trung gian” để kích hoạt và mở rộng mạng lưới đó. Quà đáp lễ đã phá vỡ rào cản hành chính khi người nộp thuế không nhất thiết phải có gốc gác tại địa phương đó. Thông qua món quà, địa phương đã “vốn hóa” lòng tin và sự quan tâm của cá nhân, biến một người xa lạ thành một “người ủng hộ”. Món quà đáp lễ không chỉ kết nối

người cho - người nhận, mà còn huy động cả hệ thống sản xuất tại địa phương (nông dân, nghệ nhân, doanh nghiệp nhỏ) vào mạng lưới này. Việc lựa chọn quà đáp lễ trở thành một quá trình “định danh giá trị” của địa phương trong mắt công chúng, từ đó tạo ra nguồn vốn xã hội tiềm năng, có khả năng chuyển hóa thành vốn kinh tế bền vững thông qua du lịch hoặc tiêu dùng dài hạn.

Việc kết hợp giữa hệ thống trao đổi quà tặng của Marcel Mauss và khái niệm vốn xã hội của Pierre Bourdieu tạo nên một khung lý thuyết toàn diện để lý giải sức hút của quà đáp lễ trong cơ chế *Furusato Nōzei*. Trong khi Mauss giúp làm rõ cách thức quà đáp lễ chuyển hóa một nghĩa vụ hành chính khô khan thành hành động trao đổi mang tính biểu tượng và đạo đức, thì Bourdieu lại cho thấy cách món quà này trở thành nhịp cầu xây dựng mạng lưới quan hệ bền vững giữa cá nhân và địa phương. Chính sự đan xen giữa “sợi dây tinh thần” và “nguồn lực thực tế” đã biến quà đáp lễ từ một vật phẩm tiêu dùng đơn thuần trở thành công cụ tái thiết lập sự gắn kết xã hội xuyên biên giới địa lý. Tóm lại, đây không chỉ là một giao dịch kinh tế, mà còn là một sự kiện xã hội tổng thể nơi giá trị vật chất và vốn xã hội được cộng hưởng để thúc đẩy sự phát triển bền vững cho cộng đồng.

Kết quả nghiên cứu

Khái quát về văn hóa Henreihin trong xã hội Nhật Bản

Hành vi tặng quà là một trong những hành vi phổ biến trong xã hội Nhật Bản, đây là một hành vi trao đổi những đồ vật mang tính không thường xuyên và gắn liền với nó là sự trang trọng trong quá trình thực hiện hành vi (Kazato, 2012). *Henreihin* (返礼品) là một hình thức đáp lễ bằng quà tặng, xuất phát từ tập quán đáp lễ tồn tại từ lâu đời trong tiềm thức người dân Nhật Bản nhằm thực hiện lễ nghĩa và bày tỏ lòng biết ơn trong việc xây dựng và duy trì các mối quan hệ xã hội (Kameki, 2016). Khác với trao đổi mang giá trị kinh tế là sự ngang giá, *Henreihin* chú trọng vào sự chuẩn mực, đúng thời điểm và phù hợp với từng bối cảnh cụ thể.

Về ngữ nghĩa, “Lễ” bao hàm nghi lễ, vật phẩm biếu dâng và chuẩn mực đạo lý, được Khổng Tử mở rộng thành nguyên tắc ứng xử xã hội chuẩn mực (Hoàng Phê, 2006; Phạm Ngọc Hàm, 2025). Trong *Henreihin*, chữ Lễ (礼/禮) không chỉ biểu thị sự lễ nghi, cảm tạ mà còn được hữu hình hóa thành tặng phẩm đáp lại (Nguyễn Văn Khang và cộng sự, 2012); (Lê Đức Niệm và cộng sự, 1997). Khác với tính trừu tượng truyền thống nhằm duy trì trật tự, “Lễ” trong *Henreihin* cụ thể hóa sự trao đổi để nuôi dưỡng sự hài hòa giữa người với người, bởi triết lý cốt lõi: “lễ chi dụng, lấy sự hoà thuận làm quý” (công dụng của lễ, lấy sự hoà thuận làm quý).

Các nguyên tắc vận hành của văn hóa đáp lễ

Văn hóa biết ơn và đáp lễ tại Nhật Bản không chỉ dừng lại ở sự mưu cầu cá nhân mà còn là một quy tắc xã hội chặt chẽ, được định đoạt bởi tập quán và chịu ảnh hưởng sâu sắc từ tư tưởng Nho giáo (Thomas, 1998). Trong bối cảnh các quốc gia khu vực châu Á chịu ảnh hưởng của Nho giáo, đáp lễ thường được hiểu là một nghĩa vụ mà người mang ơn cần phải thực hiện (Shigehiro, 2025).¹ Hành động đáp lễ chỉ xảy ra khi người ta ở thế bị động nhận hoặc mang ơn (恩 *On*) từ người tặng hoặc ban tặng. Người Nhật chia *On* thành hai loại nghĩa vụ bắt buộc đối với người nhận trong trường hợp họ trở thành bên chủ động đền đáp gồm 義務 *Gimu* và 義理 *Giri* và điểm khác biệt cốt lõi nằm ở thời điểm: *Gimu* là nghĩa vụ vĩnh viễn, còn *Giri* là nghĩa vụ có thời hạn (Ruth, 2016).

Hơn nữa, theo góc nhìn của Pilgrim (1986), xã hội Nhật Bản tồn tại chữ 間 *Ma* là khoảng không tiềm năng “để thay ghen” cho việc duy trì sự tiếp diễn đầy ý nghĩa; tương tự ở định nghĩa về con người 人間 *Ningen*, *Ma* tồn tại để xác lập vị thế của một cá nhân trong vòng tròn xã hội, và việc đáp lễ đúng thời điểm là cách để một cá nhân khẳng định mình là người biết “lễ nghĩa”.

Theo đó, đáp lễ là một hành vi ứng xử yêu cầu người thực hiện nó ý thức được tính phù hợp với bối cảnh. Nếu quà tặng được phân loại thành 贈り物 và 進物² nhằm mục đích kinh tế, thì quà đáp lễ lại nảy sinh do động cơ thực hiện các việc liên quan đến mối quan hệ xã hội phi kinh tế.

Đúng trên góc độ văn hoá, chữ Lễ mang tính phân tầng xã hội trước đó đã dần chuyển biến thành chữ Nghĩa mang tính hoàn cảnh, khi thực hiện phải có trách nhiệm với hoàn cảnh hiện tại. Hành động này chuyển hóa những kết nối ngẫu nhiên thành những nghĩa vụ bền vững và sự công nhận lẫn nhau, từ đó duy trì dòng chảy giao lưu và tối ưu hóa giá trị của mạng lưới quan hệ.

Xét về mặt giá trị món quà đáp lễ, liệu お礼 *O-rei* hay món quà đáp lễ nhất định phải ngang giá với món quà đã nhận trước đó? Trên thực tế, “hòa” - yếu tố cốt lõi duy trì sự hài

¹ Một nghiên cứu đã chỉ ra rằng người dân tại các quốc gia khu vực châu Á chịu ảnh hưởng bởi Nho giáo từ lâu đã hình thành văn hóa đáp lễ đối với ân nhân như một hình thức trả nợ đối với hành động giúp đỡ của ân nhân. Nghiên cứu này cho rằng có thể người châu Á cho rằng việc nhận sự giúp đỡ của người khác về lâu dài sẽ trở thành một gánh nặng mang tính nghĩa vụ và đáp lễ là hành động nhằm nhanh chóng miễn trừ nghĩa vụ đối với người đã giúp đỡ họ để họ. Nói cách khác, vì một số mối quan hệ sẵn có của họ đã tồn tại nghĩa vụ và họ có trách nhiệm phải đền đáp (ví dụ như gia đình), nên việc họ duy trì thêm các mối quan hệ với những ân nhân đã giúp đỡ họ (chẳng hạn như người viết thư giới thiệu) có thể khiến họ cảm thấy đó là gánh nặng.

² 贈り物 - Okurimono được hiểu là món quà dành cho người ngang hàng hoặc cấp dưới, 進物 - Shinmotsu là món quà dành cho người có địa vị cao hơn (cấp trên).

hoà trong các mối quan hệ tại Nhật Bản chính là căn nguyên nảy sinh nguyên tắc 半返し *Hangaeshi* mà ở đó, món quà tặng lại có giá trị tối thiểu bằng một nửa giá trị của món quà được tặng. Nhờ vậy, người đáp lễ được giữ lại một phần “nợ ân tình” một cách nhẹ nhàng hơn và chuyển hóa nó thành một yếu tố duy trì sự bền vững của mối quan hệ xã hội giữa người với người, thay vì trả lại một món quà có giá trị ngang bằng, ngầm ý chấm dứt mối quan hệ. Nói về nguồn gốc sâu xa hơn phải kể đến tư tưởng “Trung dung” mà Khổng Tử đã nâng tầm trở thành một phạm trù triết học (Trần Hồng Lưu, Nguyễn Hữu Anh, 2023), từ đó suy ra nguyên tắc nhìn nhận giá trị của món quà tặng lại: nếu giá trị quá thấp thì người đáp lễ bị xem là có ý coi thường, nếu giá trị quá cao lại gây áp lực lên người nhận. Người dự đám cưới hay lễ tang, như đã đề cập trước đó, thường được ghi tên lại cẩn thận sau khi đã mừng tiền hoặc dâng phúng điệu để dễ dàng gửi quà đáp lễ theo hình thức *Hangaeshi* và thường là những vật phẩm tiêu hao được (chẳng hạn như khăn lau, xà phòng...) (Nevin, 2022).

Nền tảng đạo đức của hành động này được củng cố mạnh mẽ thông qua kho tàng truyện cổ dân gian, vốn đóng vai trò là kim chỉ nam chuẩn mực cho hành vi hướng đến cộng đồng. Câu chuyện *Tsuru no Ongaeshi* (鶴の恩返し: Con sếu đền ơn) cho thấy sự đáp lễ mang tính dâng hiến và vượt ra ngoài giá trị vật chất đơn thuần. Hơn thế nữa, tính tương xứng còn được thể hiện qua sự khiêm nhường trong câu chuyện *Shita-kiri Suzume* (舌切り雀: Chim sẻ bị cắt lưỡi) không chỉ là biểu hiện của đức tính không tham cầu, mà còn phản ánh chữ “Lễ” trong việc lựa chọn vật phẩm phù hợp với hoàn cảnh và tâm thế của người nhận. Điều này gợi liên tưởng đến lý thuyết về “Tối ưu hóa tiện dụng” trong kinh tế học: một món quà có giá trị sử dụng cao nhất và phù hợp nhất với bối cảnh sẽ giảm thiểu “mất mát vô ích” cho nguồn lực xã hội (Waldfoegel, 1993).

Ngay cả trong mối quan hệ giữa con người và thần linh, tính tương hỗ vẫn được duy trì như một quy luật bất biến trong câu chuyện *Kasage Jizo* (笠地藏: Địa Tạng đội nón), sự hồi đáp là tất yếu để tái lập sự cân bằng. Kết hợp với lý thuyết vốn xã hội của Bourdieu, có thể thấy đáp lễ tại Nhật Bản chính là một “nỗ lực giao lưu xã hội” liên tục. Nó chuyển hóa các tương tác rời rạc thành hệ thống cam kết bền vững, nơi giá trị món quà nằm ở sự chân thành và khả năng duy trì dòng chảy giao tiếp trong mạng lưới cộng đồng.

Biểu hiện của Henreihin trong tâm thức và đời sống hiện đại

Để hiểu tại sao *Henreihin* lại trở thành một yếu tố độc đáo của chính sách *Furusato Nōzei*, cần xem xét cách thức mà tâm thức đáp lễ vận hành trong dòng chảy đời sống người Nhật hiện đại. Điều này được thể hiện rõ nét qua cả lăng kính văn hóa đại chúng lẫn các quy ước xã hội thường nhật.

Trên phương diện ngôn ngữ văn hoá đại chúng, hành trình trả ơn là một trong những mô-típ điển hình thường xuất hiện trong các sáng tác *manga - anime*. Chẳng hạn bộ phim “Loài mèo trả ơn” của *Studio Ghibli* xoay quanh câu chuyện bầy mèo cố gắng “đáp lễ” cô bé

Haru bằng những món quà kỳ quặc của chúng, hay ở “*Natsume Yūjin-chō*” (Hữu Nhân Số của Natsume), việc trả lại tên cho yêu quái là một hình thức *O-rei* ngược - trả lại sự tự do để đền đáp cho những ký ức hoặc tình cảm mà yêu quái đã dành cho bà của cậu bé Natsume.

Ngay cả trong thực tế cuộc sống, văn hoá tặng quà ngày lễ tình nhân và đáp lễ vào ngày trăng đã trở thành một vòng tuần hoàn đáp lễ đương đại, ngoài socola tặng cho người mình có tình cảm, người nữ còn dành thời gian chuẩn bị các món quà nhỏ như *Giri-choco* để tặng bạn học hoặc đồng nghiệp vì đã giúp đỡ trong học tập hay công việc; vào ngày trăng, người được tặng phải thực hiện nghĩa vụ đáp lễ vì nếu không thực hiện sẽ bị xem là cố ý làm đứt gãy các liên kết xã hội. Ở môi trường làm việc, nhân viên được chỉ định đi công tác xa và khi quay trở về, hình ảnh bản khoản khi lựa chọn quà lưu niệm *Omiyage* đã trở nên quen thuộc là bằng chứng cho nỗ lực duy trì sự hòa hợp trong môi trường làm việc thông qua vật phẩm.

Trong bối cảnh việc thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế thông qua việc phát huy mối quan hệ tương hỗ giữa văn hóa và kinh tế, *Henreihin* nay không chỉ mang ý nghĩa là một hành vi xử sự về mặt đạo đức mà đã được thể chế hoá trở thành biểu hiện của sự biết ơn giữa người dân địa phương đối với những cá nhân, tổ chức có đóng góp thuế cho địa phương của họ thông qua chính sách *Furusato Nōzei*.

Khái quát về Thuế quê hương (*Furusato Nōzei*)

Bối cảnh ra đời và mục tiêu chính sách

Hậu quả của cuộc khủng hoảng kinh tế năm 1990 cùng với sự mất cân bằng về phân bố dân cư vào cuối những năm thập niên 90 thế kỷ XX, đầu thế kỷ XXI đã tác động đến nguồn thu ngân sách của các địa phương (Itō, 2003).¹

Thêm vào đó, sự chuyển dịch dân cư theo hướng tập trung tại các khu vực đô thị lớn tại Nhật Bản và những vấn đề liên quan đến việc các địa phương đã đẩy mạnh các chính sách khuyến sinh, hỗ trợ chăm sóc trẻ em nhưng khi trưởng thành, các dân cư trẻ tại địa phương lại lựa chọn việc di chuyển đến các đô thị lớn làm việc (Hu, 2024).

Trong bối cảnh đó, sự cần thiết của một chính sách mang tính dài lâu nhằm giải quyết vấn đề chênh lệch trong phát triển kinh tế giữa thành thị và nông thôn đã được đưa ra thảo luận tại nghị trường và một trong những chính sách thu hút sự chú ý của dư luận Nhật Bản chính là chính sách *Furusato Nōzei* - hay còn được gọi là “Thuế quê hương”. *Furusato*

¹ Lấy dẫn chứng vào những năm 1990, trong thời kỳ bong bóng kinh tế đã dẫn đến giá bất động sản có nguy cơ tăng cao đã dẫn đến nhiều cư dân sống ven biển Kanto đã chuyển vào nội địa Kanto để tìm nhà, dẫn đến sự mở rộng của vùng đô thị lớn Tokyo. Điều này ít nhiều đã gây ảnh hưởng đến vấn đề thu thuế tại các địa phương có tỷ lệ người dân di cư cao và việc tìm kiếm một khoản thu thay thế là một điều không dễ dàng.

Nōzei bắt đầu được thảo luận khi chính phủ Nhật Bản được điều hành bởi Nội các Koizumi Junichiro lần ba với vai trò của Bộ trưởng Bộ Tài chính Yoshitaka Tanioka. Trong giai đoạn nội các Shinzo Abe lần thứ nhất, khi Bộ trưởng Bộ Tài chính lúc bấy giờ là ông Suga Yoshihide tuyên bố thực hiện “nộp một phần thuế cư trú cho quê hương hay địa phương khác” ở cuộc họp báo tại Paris (ngày 01 tháng 5 năm 2007) thì *Furusato Nōzei* mới bắt đầu được Chính phủ tiến hành nghiên cứu và từng bước hiện thực hóa hệ thống này bằng các văn bản pháp luật.¹

Sự cần thiết của *Furusato Nōzei* đã được đề cập tại “Báo cáo của nhóm nghiên cứu *Furusato Nōzei*” ban hành vào tháng 10 năm 2007, theo đó, “Những người được sinh ra, được giáo dục và lớn lên ở quê hương, khi đi học hoặc đi làm tại các đô thị thì sẽ thường nộp thuế tại nơi đang cư trú. Điều này dẫn đến các CQĐP tại các đô thị sẽ có nguồn tài chính dồi dào từ nguồn thu thuế và ngược lại, các CQĐP tại quê hương của người nộp thuế thì lại không có thu thuế do tính chất nộp thuế theo nơi cư trú hiện tại. Do đó, một hệ thống cho phép người nộp thuế tự nguyện nộp thuế cho quê hương ngay cả khi hiện tại họ sống ở thành phố, dù chỉ một phần nhỏ sẽ phần nào giúp khắc phục tình trạng này.” Tuy nhiên, thuật ngữ “quê hương” theo quan điểm của Báo cáo này không chỉ giới hạn là nơi người nộp thuế sinh ra như quan niệm “nơi chôn nhau cắt rốn” mà còn bao gồm cả nơi mà người nộp thuế muốn quyên góp hỗ trợ bao gồm những vùng đất đã đặt chân đến du lịch, đến công tác,... (Phạm Nguyên Nhung, 2021). Như vậy, để giải quyết bài toán thâm hụt ngân sách tại các vùng nông thôn do làn sóng di cư đô thị, *Furusato Nōzei* đã ra đời như một giải pháp kết nối lại cá nhân với địa phương thông qua quyền lựa chọn nơi nộp thuế.

Các đặc điểm cơ bản của hệ thống Furusato Nōzei

Có thể nói, “thuế quê hương” là một cơ chế điều tiết ngân sách đặc thù của Nhật Bản, ra đời nhằm giải quyết tình trạng mất cân bằng dân số giữa đô thị và nông thôn. Để tránh những nhầm lẫn về mặt thuật ngữ khi chuyển ngữ sang tiếng Việt, việc làm rõ các đặc điểm cốt lõi của chính sách này là thực sự cần thiết. Theo quan điểm của nhóm tác giả, *Furusato Nōzei* có thể bao gồm các đặc điểm như sau:

- Thứ nhất, mặc dù được gọi là Thuế quê hương nhưng về bản chất *Furusato Nōzei* không được xem là thuế.

Về mặt ngữ nghĩa, *Furusato Nōzei* được thể hiện dưới dạng ふるさと納税, trong đó từ *zei* - 税 vốn mang nghĩa là một loại thuế. Về bản chất, thuế là một khoản thu bắt buộc do nhà nước ban hành nhằm mục đích đảm bảo duy trì nguồn thu ngân sách nhà nước, qua đó giúp phục vụ cho các khoản chi tiêu quốc gia như giáo dục, quốc phòng,... (Uchiyama, 2008).

¹ Điều 37.2 và 314.7 tại Đạo Luật Thuế địa phương và Điều 78 Luật Thuế thu nhập.

Tại thời điểm ban hành hệ thống *Furusato Nōzei* đã có không ít các cuộc tranh luận trong đó có quan điểm cho rằng *Furusato Nōzei* nên được xem là một loại thuế và được áp dụng theo phương pháp phân chia, điều này sẽ giúp đạt được lợi ích kinh tế tối ưu từ chính sách. Tuy nhiên, ý tưởng về phương pháp phân chia thuế đã không được áp dụng do những bất cập về mặt thủ tục hành chính và phương pháp này sẽ làm mất đi bản chất của *Furusato Nōzei* khi nó vốn là một hình thức đóng góp mang tính tự nguyện (Nishimura và cộng sự, 2017).

Cho đến nay, *Furusato Nōzei* mang ý nghĩa như một khoản đóng góp mà thông qua khoản đóng góp này, người thực hiện sẽ nhận được các ưu đãi về mặt giảm trừ thuế hay các khoản quà tặng do CQĐP nơi được quyền góp gửi tặng (Taguchi, 2024). Thêm vào đó, theo Ishikawa (2024), việc *Furusato* - ふるさと được thể hiện dưới dạng hiragana sẽ tạo ra một cảm giác hoài niệm nhất định, có thể tác động đến cảm xúc của người tham gia đóng góp.

- Thứ hai, đối tượng tham gia *Furusato Nōzei* bao gồm cả cá nhân và tổ chức.

Đặc điểm này được thể hiện tại các quy định pháp luật Nhật Bản, cụ thể là tại Điều 5 *Luật Thuế thu nhập* và Điều 24, 294 *Đạo Luật Thuế địa phương*. Việc mở rộng đối tượng tham gia bao gồm cả cá nhân và tổ chức sẽ giúp phát huy tối đa nguồn lực của các chủ thể này trong việc đóng góp vào hệ thống *Furusato Nōzei*, qua đó tạo động lực phát triển cho các địa phương đã được các cá nhân, tổ chức này đóng góp.

- Thứ ba, *Furusato Nōzei* chỉ áp dụng đối với hai nhóm thuế chính bao gồm thuế cư trú và thuế thu nhập.

Đây là hai nhóm thuế phổ biến tại Nhật Bản mà người nộp thuế thường phải thực hiện nghĩa vụ nộp thuế khi có hành vi cư trú hợp pháp tại một địa phương hoặc phát sinh thu nhập hợp pháp. Trong đó, thuế cư trú đóng vai trò là một nguồn thu quan trọng đối với CQĐP và thuế thu nhập thì đóng vai trò quan trọng đối với chính quyền quốc gia (Katō, 2010).

Khác với các chính sách khấu trừ thuế thông thường, chính sách *Furusato Nōzei* nổi bật qua đặc điểm cơ chế quà đáp lễ *Henreihin* và vấn đề này sẽ được trình bày chi tiết tại mục kế tiếp của bài viết này.

Sự vận dụng văn hóa Henreihin trong chính sách Furusato Nōzei của chính phủ Nhật Bản

Việc pháp luật Nhật Bản đã đưa văn hóa *Henreihin* trở thành một phần trong chính sách *Furusato Nōzei* tại khoản 2 Điều 37-2 *Luật Thuế địa phương* không chỉ phản ánh sâu sắc văn hóa quà tặng vốn là nét đặc trưng của xã hội Nhật Bản, mà còn thể hiện rõ bản sắc văn hóa riêng biệt của từng địa phương. Quà đáp lễ vì thế trở thành một yếu tố hấp dẫn, góp phần thúc đẩy sự quan tâm và lựa chọn của người dân đối với địa phương mà họ sẽ đóng góp thuế quê hương.

Nhìn chung, việc lồng ghép văn hóa *Henreihin* vào chính sách *Furusato Nōzei* đã cho thấy sự vận dụng một cách sáng tạo trong việc kết hợp giữa kinh tế và văn hóa trong hoạt động xây dựng chính sách tại Nhật Bản. Kết quả của sự vận dụng này đã đem lại một số kết quả như sau:

Cơ chế kích cầu người nộp thuế và vai trò quảng bá thương hiệu địa phương

Về mặt kinh tế, *Furusato Nōzei* giúp tái phân phối nguồn lực giữa các vùng và cơ chế *Henreihin* góp phần thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp địa phương (Taguchi 2024). Với mục tiêu giảm sự chênh lệch trong việc thu ngân sách giữa các địa phương tập trung đông dân cư và các khu vực thưa thớt dân cư, *Furusato Nōzei* được xem là đã góp phần giải quyết mục tiêu này. Việc số tiền và số lượng cá nhân, tổ chức tham gia đóng góp từ *Furusato Nōzei* liên tục tăng qua các năm được xem là một tín hiệu khả quan cho thấy chính sách này vẫn đang phát huy hiệu quả trên thực tế. Cụ thể, theo báo cáo mới nhất của Bộ Tổng vụ Nhật Bản (ngày 31 tháng 7 năm 2025), tổng số tiền quyên góp nhận được (năm 2024) đạt khoảng 1.272,8 tỷ yên với tổng số tiền khấu trừ thuế cư trú (năm 2025) dự kiến đạt 871 tỷ yên, tăng 1,1 lần so với năm 2024. Số lượng người được khấu trừ thuế (năm 2025) là khoảng 10,8 triệu người, tương đương cứ khoảng 6 người đóng thuế cư trú thì có 1 người sử dụng hệ thống này.

Để lý giải những yếu tố tác động đến động lực tham gia chính sách này, một khảo sát đã được tiến hành với kết quả là có 41% người được khảo sát cho rằng cơ chế *Henreihin* đã góp phần thúc đẩy về số lượng người tham gia cũng như số tiền thu được thông qua *Furusato Nōzei* (Nishimura và cộng sự, 2017). Con số này cho thấy quà đáp lễ không đơn thuần là một vật phẩm tri ân, mà đã trở thành biến số kinh tế quyết định tác động trực tiếp đến hành vi của người nộp thuế thông qua cơ chế tối ưu hóa lợi ích. Về phương diện cá nhân, quà đáp lễ đóng vai trò là động lực kinh tế trực tiếp, thúc đẩy sự tham gia mạnh mẽ vào hệ thống *Furusato Nōzei*. Với mức tự chi trả cố định chỉ 2.000 yên, người nộp thuế có cơ hội nhận được các đặc sản địa phương có giá trị thị trường cao vượt trội như thực phẩm cao cấp hoặc các gói dịch vụ du lịch. Đặc biệt, do hạn mức quyên góp được tính dựa trên tỷ lệ thuế cư trú, những cá nhân có thu nhập càng cao càng có lợi thế trong việc tối ưu hóa lượng quà đáp lễ nhận được, tạo ra một “đòn bẩy” lợi ích tài chính hấp dẫn. Bên cạnh đó, sự bùng nổ của các nền tảng số hóa đã chuyển đổi hành vi đóng góp thuế thuần túy thành một trải nghiệm tiện lợi. Thông qua các trang web trung gian (portal sites), người dân có thể dễ dàng tiếp cận, so sánh và lựa chọn sản phẩm từ khắp mọi miền đất nước. Cơ chế này vô hình trung tạo ra cảm giác “mua sắm ưu đãi”, nơi ranh giới giữa nghĩa vụ đóng góp ngân sách và hành vi tiêu dùng thông minh trở nên mờ nhạt, từ đó kích thích tối đa nhu cầu tham gia của người dân.

Thêm vào đó, việc đưa văn hóa *Henreihin* vào *Furusato Nōzei* đã giúp các cá nhân, tổ chức có hoạt động sản xuất liên quan đến các đặc sản tại địa phương. Điểm 3 khoản 2 Điều 37-2 *Luật Thuế địa phương* quy định về tiêu chuẩn quà tặng phải được sản xuất trong địa bàn khu vực địa phương thực hiện hoạt động cung cấp quà đáp lễ. Điều này như một nỗ lực trong việc tránh tình trạng các địa phương sử dụng cơ chế quà đáp lễ theo hướng sử dụng các đồ vật vốn không phải do chính địa phương sản xuất nhưng có giá trị cao để thu hút sự đóng góp thông qua cơ chế *Furusato Nōzei* (Kato và cộng sự, 2021).

Với quy định về đảm bảo nguồn gốc xuất xứ quà tặng phải đến từ địa phương thực hiện quà đáp lễ, các doanh nghiệp địa phương có thể nhận được các đơn đặt hàng sản xuất nhằm phục vụ cho mục đích quà đáp lễ. Sự gia tăng các đơn hàng đồng thời giúp tạo việc làm tại địa phương và gia tăng thu nhập đối với người lao động, qua đó giúp cải thiện hoạt động sản xuất kinh doanh tại các địa phương (Hōda và cộng sự, 2019). Thêm vào đó, với cơ chế *Henreihin*, doanh nghiệp có thể quảng bá các sản phẩm đến với người tham gia đóng góp, điều này không chỉ giúp tăng khả năng nhận diện thương hiệu mà còn giúp các doanh nghiệp địa phương có thể tiếp cận đến nhiều tệp khách hàng, gia tăng số lượng đơn hàng sản xuất (Oishi, 2020).

Có thể thấy, chính sách này đã tận dụng triệt để nguyên tắc “Tặng - Nhận - Đáp trả” vốn là nền tảng đạo đức của xã hội Nhật Bản để chuyển hóa thành dòng chảy tài chính thực tế. Trình tự này bắt đầu khi người nộp thuế thực hiện hành động “tặng” (quyên góp) dựa trên tình cảm tri ân; Chính quyền địa phương (CQĐP) thực hiện hành vi “nhận” và cuối cùng là sự “đáp lễ” bằng chính đặc sản vùng miền. Ở đây, văn hóa đóng vai trò là ngôn ngữ giao tiếp giúp giảm bớt tính cưỡng bách của thuế, biến nghĩa vụ nộp ngân sách thành một hành vi trao đổi đậm tính nhân văn. Chính sự tương thích về mặt văn hóa này đã giúp *Furusato Nōzei* dễ dàng đạt được sự hưởng ứng tích cực từ phía cá nhân người tham gia.

Cơ chế tặng - nhận và vai trò củng cố mối liên kết giữa cá nhân với cộng đồng

Nếu yếu tố *Henreihin* là một giá trị văn hóa để các bên tham gia chính sách được thể hiện những đặc trưng về căn tính văn hóa dân tộc thì các quy định kinh tế khắt khe từ phía Nhà nước lại đóng vai trò là “lá chắn” bảo vệ bản sắc văn hóa trước nguy cơ bị thực dụng hóa. Thông qua việc tham gia *Furusato Nōzei*, người đóng góp có thể cảm nhận được sự tồn tại của văn hóa *Henreihin* ngay từ trong chính sách này, điều đó giúp cho chính sách *Furusato Nōzei* tiếp tục được duy trì vì sự phù hợp với văn hóa Nhật Bản. Cụ thể, việc Luật Thuế địa phương quy định ngưỡng giới hạn quà tặng 30% tại Điểm 2 Khoản 2 là một công cụ kinh tế nhưng mang mục đích văn hóa sâu sắc.

Để đảm bảo văn hóa *Henreihin* không bị các chính quyền địa phương (CQĐP) lạm dụng nhằm gia tăng cạnh tranh phi lý, đồng thời ngăn chặn việc người đóng góp coi đây là công cụ tìm kiếm lợi nhuận đơn thuần, *Luật Thuế địa phương* đã quy định cụ thể tại Điểm

2 Khoản 2 về tiêu chuẩn giá trị quà tặng. Địa phương chỉ được đáp lễ bằng hoặc thấp hơn 30% so với giá trị quyền góp. Con số 30% được đưa ra là dựa trên sự tham khảo của Bộ Nội vụ đối với “các chuyên gia”, “cán bộ thực thi tại các địa phương” và “ba tổ chức chính quyền địa phương”. Đặc biệt trong đó, ý kiến chuyên gia được cho là đóng vai trò quyết định với lý do việc giới hạn ở mức 30% buộc các CQĐP muốn thu hút nguồn đóng góp sẽ phải sử dụng các biện pháp như: tăng cường chất lượng quà tặng, quảng bá địa phương thay cho việc chạy đua cạnh tranh quà tặng vốn có thể dẫn đến *Henreihin* sẽ được xem như “một hoạt động mua bán hàng hóa” hơn là một hành động đáp lễ từ CQĐP (Suzuki, 2019). Chính cơ chế kiểm soát kinh tế này đã ‘ép’ các địa phương phải quay về bồi đắp hàm lượng bản sắc, đảm bảo *Henreihin* luôn giữ đúng vị thế là một hành động đáp lễ nhân văn thay vì biến tướng thành một “giao dịch mua bán” sòng phẳng trên thị trường.

Thảo luận

Mặc dù các báo cáo về *Furusato Nōzei* thường ghi nhận những con số tích cực về tăng trưởng nguồn thu và lượng người tham gia, việc phân tích sâu các lỗ hổng vận hành đã bộc lộ những mặt trái đáng quan ngại, phản ánh sự thiếu hoàn thiện trong cấu trúc của chính sách này. Về mặt hạn chế, *Furusato Nōzei* hiện nay tồn tại những hạn chế lớn như sau:

Thứ nhất, hiệu suất thực thu và gánh nặng chi phí vận hành.

Thách thức đầu tiên nằm ở sự thất thoát nguồn lực trong quá trình thực thi. Theo các báo cáo thống kê, cơ cấu sử dụng nguồn thu từ *Furusato Nōzei* đang bộc lộ sự thiếu tối ưu: chi phí cho quà đáp lễ chiếm khoảng 25,2% (320,8 tỷ yên); phí duy trì các nền tảng trung gian (Portal sites) chiếm 13%; và các chi phí hành chính khác chiếm 13,2% (Cục Thuế địa phương, 2025). Hệ quả là số tiền thực nhận của các địa phương chỉ đạt khoảng 50% tổng mức quyền góp. Điều này đặt ra câu hỏi về tính hiệu quả của chính sách khi một nửa nguồn lực tài chính thay vì được đầu tư vào phúc lợi địa phương lại bị tiêu tốn cho các khâu trung gian và hoạt động kích cầu vật chất.

Thứ hai, nghịch lý bất bình đẳng và sự lệch trục trong tái phân phối ngân sách

Dù mục tiêu nguyên bản là hỗ trợ các vùng nông thôn khó khăn, *Furusato Nōzei* vô hình trung lại tạo ra một cuộc đua bất bình đẳng mới. Những địa phương vốn giàu tài nguyên du lịch hoặc sở hữu đặc sản nổi tiếng (như xoài của tỉnh Miyazaki hay thịt bò của tỉnh Kobe) dễ dàng thu hút nguồn thuế khổng lồ nhờ lợi thế thương hiệu. Ngược lại, các địa phương thuần nông hoặc thiếu sản vật đặc trưng dù nỗ lực đến đâu cũng rơi vào thế yếu trong cuộc đua marketing. Sự chênh lệch này khiến dòng vốn không chảy về nơi cần được hỗ trợ nhất mà chảy về nơi có quà tặng hấp dẫn nhất, làm biến dạng mục tiêu cân bằng phát triển vùng miền của Chính phủ.

Thứ ba, áp lực thâm hụt ngân sách đô thị và nguy cơ vi hiến về tính tự trị

Nghiêm trọng hơn, chính sách này đang tạo ra hồi chuông cảnh báo về sự xói mòn tài chính tại các đô thị lớn. Các nghiên cứu của Hosokawa (2025) và Hashimoto (2023) chỉ ra rằng những thành phố không nhận được khoản bù đắp từ thuế phân chia địa phương (như Tokyo hay Osaka) đang phải tự gánh chịu toàn bộ phần thâm hụt ngân sách do cư dân chuyển thuế đi nơi khác. Dưới góc độ pháp lý, Katagami (2025) đã đặt nghi vấn về tính hợp hiến của hệ thống này đối với quyền tự trị địa phương. Việc ngân sách của địa phương nơi cư trú bị sụt giảm “hợp pháp” nhưng không có cơ chế bù đắp tương xứng (đặc biệt tại các đặc khu như Setagaya) đã xâm phạm trực tiếp đến nguồn lực tài chính cần thiết để duy trì dịch vụ hành chính cơ bản. Khi một đạo luật làm suy yếu năng lực thực hiện chức năng tự trị của chính quyền địa phương, nó có thể bị coi là vi phạm nguyên tắc “Tự trị địa phương” (地方自治) được Hiến pháp bảo vệ, đe dọa trực tiếp đến tính bền vững của mô hình quản trị phi tập trung tại Nhật Bản.

Kết luận

Nhìn chung, những nỗ lực không ngừng của Chính phủ Nhật Bản trong việc xây dựng và hoàn thiện *Furusato Nōzei*, đặc biệt là việc lồng ghép văn hóa *Henreihin*, đã minh chứng cho sự tương hỗ chặt chẽ giữa động lực kinh tế và giá trị văn hóa bản địa.

Trong một xã hội vốn coi trọng chữ “Lễ” như Nhật Bản, quà đáp lễ đã trở thành một phương thức tiếp cận đầy thiện cảm, giúp chính sách này đi vào đời sống một cách hiệu quả. Hình thái *Henreihin* không chỉ phản ánh sự tương tác tặng - nhận - đáp lễ giữa các chủ thể, mà còn cho thấy đây là một quá trình vận động không ngừng. Ở đó, chính sách không chỉ mang lại giá trị kinh tế đơn thuần mà còn phát huy mạnh mẽ sức hấp dẫn nội tại từ bản sắc văn hóa của các địa phương.

Dẫu vậy, mối liên kết này cũng bộc lộ những mặt trái tất yếu: nguy cơ “hàng hóa hóa” quà tặng làm rạn nứt cấu trúc đạo đức của chu trình cho - nhận mà Mauss từng đề cập, hay khả năng xói mòn nguồn thu thuế cư trú tại các đô thị lớn khi dòng vốn bị dịch chuyển cưỡng ép về các vùng có lợi thế đặc sản. Tuy nhiên, những quyết tâm điều chỉnh định kỳ của Chính phủ đã khẳng định nỗ lực trong việc duy trì tính liêm chính và bảo tồn giá trị nhân văn cốt lõi của chính sách này.

Tài liệu tham khảo

Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Greenwood Press.

- Haglund, E. (1984). Japan: Cultural Considerations. *International Journal of Intercultural Relations*, Vol. 8, 61-76.
- Hoàng, P. (2006). *Từ điển tiếng Việt phổ thông*. Đà Nẵng: Đà Nẵng.
- Kong, L. (2000). Culture, economy, policy: trends and developments. *Geoforum*, Volume 31 issue 4, 385-390.
- Lê, Đ. N. et al (1997). *Từ điển Nhật - Việt*. Cà Mau: Mũi Cà Mau.
- Mauss, M. (1990). *The gift: The form and reason for exchange in archaic societies* (W. D. Halls, Trans.). Routledge. (Original work published 1925).
- Nevin, Th. (2022). *A guide to Japanese gift giving*. <https://qz.com/842704/a-guide-to-japanese-gift-giving-etiquette>.
- Nguyễn, V. K et al (2012). *Từ điển Nhật - Việt*. Hà Nội: Thời Đại.
- Phạm, Ng. H. (2025). Các chữ 仁 Nhân, 義 Nghĩa, 禮 Lễ, 智 Trí, 信 Tín với quan niệm đạo đức truyền thống của Việt Nam và Trung Quốc. *VNU Journal Of Foreign Studies*, Vol. 41, No. 5 (2025), 47-56.
- Phạm, Ng. Nh. (2021). *Thuế Quê hương - Nét văn hóa độc đáo của Nhật Bản*. <https://www.quanlynhanuoc.vn/2021/09/15/thue-que-huong-net-van-hoa-doc-dao-cua-nhat-ban/>.
- Pilgrim, R. B. (1986). Intervals (“Ma”) in Space and Time: Foundations for a Religio-Aesthetic Paradigm in Japan. *History of Religions*, 25(3), 255-277.
- Ruth, B. (2016). *Hoa cúc và Grom*. Hà Nội: Hồng Đức.
- Shigehiro, O. et al (2025). The psychology of a thank-you gift: Who gives it and why?. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, 17(3), 1-24.
- Thomas, G. (1998). The Social Aspects of Gift Exchange in Japan. *比較文化論叢 : 札幌大学文化学部紀要*, 卷 2, 1-16.
- Trần, H. L., Nguyễn, H. A. (2023). Trung dung - Một cách thức hoàn thiện đạo đức con người theo tư tưởng Khổng Tử. *Tạp chí Khoa học xã hội*, số 3 (295), 1-10.
- Waldfogel, J. (1993). The deadweight loss of Christmas. *The American Economic Review*, 83(5), 1328-1336.
- 伊藤薫 (2003). バブル経済期の男女. 年齢別人口移動—1990年. 国勢調査人口移動集計結果を利用して—. *地域学研究*, 33 - 3, 85-102. [Itō, K. *Di chuyển dân số theo giới tính và độ tuổi trong thời kỳ kinh tế bong bóng - Sử dụng kết quả tổng hợp về di cư từ Tổng điều tra dân số năm 1990*].
- 加藤慶 (2010). 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—. 『レファレンス』, 02.2010号, 119-130. [Katō, K. *Báo cáo khảo sát thực địa: Hiện trạng và vấn đề của hệ thống thuế quê hương - Dựa trên kết quả khảo sát thực địa tại vùng Kyushu*].
- 加藤秀弥, 柳原光芳 (2021). 「ふるさと納税」による返礼品競争: 租税競争モデルに基づく理論的研究. *地域学研究*, Vol. 51, No. 2, 175 - 195. [Katō, H. *Cạnh tranh quà đáp lễ thông qua Furusato Nōzei: Nghiên cứu lý thuyết dựa trên mô hình cạnh tranh thuế*].

- 亀喜信 (2016). 贈与について. 社会科学雑誌大阪府立大学高等教育推進機構, 63, 57-61. [Kameki. M, *Luận về quà tặng*].
- 橋本恭之 (2023). ふるさと納税制度の財政的な効果・影響の検証. 都市とガバナンス/日本都市センター 編, (40), 16-22. [Hashimoto, K. *Kiểm chứng các hiệu ứng và tác động tài chính của hệ thống Furusato Nōzei*].
- 胡愷禕 (2024). 消費者行動論の視点からのふるさと納税: 理論の接点と包括的理解のためのフレームワーク. 立命館経営学, 第63巻, 第4号, 45-67. [Hu, K. *Furusato Nōzei nhìn từ góc độ lý thuyết hành vi người tiêu dùng - Những điểm giao thoa lý luận và khung phân tích nhằm hướng tới sự hiểu biết toàn diện*].
- 細川潔, ホソカワキヨシ (2025). <研究ノート>ふるさと納税の影響と問題点. 経済研究所所報, (5), 90-111. [Hosokawa. K, Hosokawa Kiyoshi. <Ghi chú nghiên cứu> Những tác động và vấn đề tồn tại của hệ thống Furusato Nōzei. Bản tin của Viện Nghiên cứu Kinh tế].
- 自治税務局市町村税課 (2025). ふるさと納税に関する現況調査結果 (令和7年度実施). https://www.soumu.go.jp/main_content/001022815.crdownload [Cục Thuế địa phương, Phòng Thuế chính quyền địa phương (2025). *Kết quả khảo sát hiện trạng về đóng góp thuế quê hương (Furusato Nozei) (Thực hiện năm Lệnh Hòa thứ 7)*].
- 西村慶友, 石村知子, 赤井伸郎 (2017). ふるさと納税 (寄付) のインセンティブに関する分析: 個別自治体の寄付受け入れデータによる実証分析. 日本地方財政学会研究叢書, 24巻, 150-178. [Nishimura, Y, etc. *Phân tích về các động cơ khuyến khích trong hệ thống Furusato Nōzei (đóng góp/hiến tặng) - Nghiên cứu thực nghiệm dựa trên dữ liệu tiếp nhận quyền góp của từng chính quyền địa phương*].
- 石川和男 (2024). ふるさと納税をめぐる諸相 (1): 制度成立と運用による変容. 専修大学学会, 巻 119, 11-37. [Ishikawa, K. *Các phương diện xoay quanh hệ thống thuế quê hương (1): Sự hình thành chế độ và những biến đổi trong quá trình vận hành*].
- 総務省 (10/2007). ふるさと納税研究会報告書. 1-24. [Bộ Nội vụ và Truyền thông Nhật Bản. *Báo cáo của Nhóm nghiên cứu về Furusato Nōzei*].
- 大石卓史 (2020). 農業関連分野の特産品のふるさと納税返礼品としての利用と今後の意向: アンケート調査による市町村の特徴分析. フードシステム研究第, 26巻, 4号, 271-276. [Oishi, T. *Việc sử dụng các đặc sản liên quan đến lĩnh vực nông nghiệp làm quà đáp lễ cho hệ thống Furusato Nōzei và các dự định trong tương lai: Phân tích đặc điểm của các đô thị (thành phố, thị trấn, làng) thông qua khảo sát bảng câu hỏi*].
- 田口方美 (2024). ふるさと納税の現状と課題: 所得階級別. 地域別考察. 会計検査研究, No. 70, 15- 32. [Taguchi, M. *Thực trạng và những vấn đề của hệ thống Furusato Nōzei - Phân tích theo nhóm thu nhập và theo khu vực*].
- 内山昭 (2008). 日本の税金3つのポイント. 立命館経済学, 57巻特別, 73-96. [Uchiyama, A. *Thuế của Nhật Bản - Ba điểm trọng yếu*].

- 風戸真理 (2012). 山口睦著『贈答の近代——人類学からみた贈与交換と日本社会』.文化人類学, 82 卷 (2017) 3 号, 408-411. [Kazato, M, Do Yamaguchi, M biên soạn. *Tính hiện đại của nghi thức tặng - đáp: Từ góc nhìn nhân học về trao đổi quà tặng và xã hội Nhật Bản*].
- 片上孝洋, カタカミタカヒロ (2025). 「ふるさと納税」から見る「地方自治」に関する憲法問題. 修道法学, 47(2), 23-56. [Katagami, T. *Các vấn đề Hiến pháp liên quan đến “Tự trị địa phương” nhìn từ hệ thống Furusato Nōzei*].
- 保田隆明, 久保雄一郎 (2019). ふるさと納税の地域アントレプレナーシップへの示唆—ユニークな地域開発ツールへ: 返礼品提供事業者の新商品開発と経営力指標向上から—. 日本地域政策研究, 23 卷, 90-99. [Hōda, T & Kubo, Y. *Những gợi ý của hệ thống Furusato Nōzei đối với tinh thần khởi nghiệp địa phương - Hướng tới một công cụ phát triển địa phương độc đáo: Từ việc phát triển sản phẩm mới của các đơn vị cung cấp quà đáp lễ và nâng cao các chỉ số năng lực quản lý*].
- 鈴木善充 (2019). ふるさと納税返礼品規制の影響. 生駒経済論叢, 第 17 卷, 第 1 号, 1-19. [Suzuki, Y. *Ảnh hưởng của các quy định về quà đáp lễ trong hệ thống Furusato Nōzei*].