

## 総務文教厚生常任委員会調査報告書

### 1 調査事件

ふるさと納税について

### 2 調査目的

本町のふるさと納税は、ふるさと応援寄附金として事業展開している。自主財源の確保と産業振興の波及効果を高めるために調査することとした。

### 3 調査経過

平成 27 年 12 月 9 日 (会期中)

平成 27 年 12 月 14 日 (会期中)

平成 28 年 1 月 7 日 情報発信課聞き取り

平成 28 年 1 月 12 日～14 日 視察調査：佐賀県みやき町、佐賀県上峰町、総務省

平成 28 年 1 月 22 日

平成 28 年 1 月 29 日

平成 28 年 2 月 5 日 情報発信課聞き取り (㈱イグゼあまるめ委託業務)

平成 28 年 2 月 12 日

平成 28 年 2 月 17 日

平成 28 年 3 月 2 日 (会期中)

平成 28 年 3 月 11 日 (会期中)

平成 28 年 4 月 6 日 情報発信課聞き取り

平成 28 年 4 月 28 日

平成 28 年 5 月 9 日

平成 28 年 5 月 23 日

平成 28 年 5 月 30 日

平成 28 年 6 月 1 日

### 4 調査結果

[現況]

ふるさと納税は、平成 20 年度から始まり、今年度で 9 年目を迎えている。所得や家族構成によって異なるが、平成 27 年 1 月 1 日以降、全額控除されるふるさと納税枠の限度額が約 2 倍に拡大された。また、ふるさと納税ワンストップ特例制度が創設され、5 自治体まで特例の申請を行うと確定申告が不要で寄附金控除が受けられる。

本町の寄附額は、平成 25 年度は 2 千万円、平成 26 年度は 1 億 2 千万円、平成 27 年度は 4 億 5 千万円となっている。

平成 27 年度の増額の要因としては、ふるさと納税枠の拡大が周知普及したこと、4 月より「ふるさとチョイス」へ登録したことから全国各地で検索され、選定・申込みがしやすくなったことが考えられる。

寄附の受付から記念品の発送等までの管理は、業務委託している㈱イグゼあまるめから2人が情報発信課へ派遣され、担当課と連携し対応している。

<ふるさと応援寄附金実績>

年度	件数	寄附金額(円)	実収額(寄付額-支出額:円)
平成20年度	20	1,145,617	990,287
平成21年度	21	1,242,135	1,149,145
平成22年度	20	1,425,000	1,374,645
平成23年度	97	2,471,564	2,115,218
平成24年度	276	3,036,010	2,118,800
平成25年度	1,562	20,143,000	11,248,335
平成26年度	7,991	120,116,802	50,757,477
平成27年度	32,777	455,569,457	190,957,430

寄附金の使途については、総合計画の6つの基本方針に合わせ希望を取っているが一般財源に組み込まれるため、寄附者の希望が直接反映されている訳ではない。

<寄附者の希望使途>

寄附使途	%
緑映え安心して毎日過ごせるまちづくり	11.4
自然を活かし自然に安らぐまちづくり	26.2
健康で笑顔あふれるまちづくり	13.8
楽しく元気に働けるまちづくり	11.5
生きがいづくり・ひとづくり、オンリー1のまちづくり	4.5
手を取り合い、夢かなえ住み続けたいまちづくり	2.6
特に希望ありません	30.0

平成27年度より、受付から記念品発送等までの管理を㈱イグゼあまるめに業務委託している。業務委託料として、291万6千円を支出している。

<申込状況>

申込方法	%
ふるさとチョイス	93.9
クレジット	78.6
郵便振込	15.3
メール	2.0
ファックス	1.7
電話	1.8
郵送	0.4
その他	0.2

<予算経費内訳>

項目	%
記念品(返礼品)	84.1
記念品送料	11.1
証明書用紙・封筒等印刷	0.4
証明書等郵送料	1.4
クラウド利用料	0.0
広告料	0.2
公金取扱手数料	1.5
委託料	1.3

(平成27年度データから)

記念品は、現在60品であり、人気は庄内産米(つや姫・はえぬき)に集中している。選定は、基本的に随時とし提案のあったものを記念品として発送可能か判断し決

定している。平成 26 年度より年 1 回の企画会議も開催している。

[課 題]

(1) 寄附金の拡大について

ア ECサイトの活用

平成 27 年度の増額の要因である「ふるさとチョイス」への登録は、平成 28 年度も継続される。平成 27 年度は「ふるさとチョイス」のトップページに庄内町の広告が掲載されたが、今年度は広告掲載枠が獲得できなかったため、全国各地からの検索数は減少すると思われる。

イ 魅力ある返礼品

返礼品の選定は、提案された記念品を随時選考し、返礼品を選定する企画会議を平成 26 年度から年 1 回開催している。60 品中、人気は庄内産米（つや姫・はえぬき）に集中して、その他多くの返礼品は、希望者が少ないことから、魅力ある返礼品に繋がっていない。

ウ リピーターの確保

リピーター確保のために返礼品にお礼状を付けて送っている。送付されるお礼状は、A4 サイズ上半分に寄附金領収書兼受領証明書と下半分に拝啓から始まり、敬具で終わる手紙風のお礼状になっている。お礼状が領収書の下になっており、感謝のところが伝わりにくいと思われる。

エ 企業版ふるさと納税への対応

企業版ふるさと納税は、政府が認定した自治体の地域活性化の事業に寄附すれば、寄附額の 30%が法人事業税、法人住民税、法人税の 3 税から税額控除される。平成 28 年度から平成 31 年度の 4 年間の時限措置である。現行の寄附税制でも、全額損金算入することで約 30%が戻ってくるため、これと合わせて約 60%の税金が軽減されることになる。

企業版ふるさと納税の条件は、地方版総合戦略を策定、国から地方創生に効果が高いと認められた事業が対象となっている。

(2) 寄附金の使途について

ア 希望使途アンケートの見直し

希望使途のアンケートは、総合計画の 6 つの基本方針で希望を取っているが抽象的であり、庄内町の施策の特徴が伝わりにくい。アンケートの目的を明確にする必要があると思われる。

イ 寄附金の使い方

希望使途アンケートを取っての寄附金であれば、基金積み立てが考えられるが、本町ではすべて一般財源に組み込まれる。結果、総合計画に添って予算計上となっていることから、希望使途どおり使われているとも言えるが、寄附者の希望が直接反映されている訳ではない。

ウ 寄附者への報告

庄内町では、寄附者への報告としてHPにふるさと応援寄附金の受付状況と、

希望する寄附金の使い道を掲載し報告としている。受付状況は、件数と金額を年度ごとに分けて掲載。使い道については、希望使途項目ごとに件数と寄附額を掲載している。希望使途項目ごとに件数と寄附額は掲載されているが、アンケート結果を反映させる使途が示されていない。

[意見]

(1) 寄附金の拡大について

ア ECサイトの活用

「ふるさとチョイス」以外のECサイト（ヤフー、楽天、サイネックス）の活用をすべきである。

イ 魅力ある返礼品

返礼品を選定する企画会議を定期的に行い、庄内町特産物・地元商品をより効果的にPR出来るようアイデアを募り、魅力ある返礼品の開拓に努めるべきである。PRには、役場以外の協力も要請すべきである。

ウ リピーターの確保

お礼状は、より感謝の気持ちを伝える内容とし、領収書とは別紙で作成すべきである。また、お礼状とともにダイレクトメールを送付し、ダイレクトメールは、新商品が出た時も送付してリピーターの確保に努めるべきである。

エ 企業版ふるさと納税への対応

本町でも国の認可を受けるため、地域再生計画を作成すべきである。

(2) 寄附金の使途について

ア 希望使途アンケートの見直し

総合計画の6つの基本方針から希望使途アンケートを取っているが総合計画の5つの重点構想に絞ったほうが分かりやすい。また、5つの重点構想に特徴ある庄内町の事業を掲載し、庄内町の魅力発信に繋がるアンケートにすべきである。

イ 寄附金の使い方

ふるさと応援寄附金は、希望使途アンケートが反映される使い方、特徴ある事業に使うため、基金（仮称：庄内町ふるさと応援基金）として積み立てるべきである。

ウ 寄附者への報告

年度ごとに、希望使途アンケートから、どの事業に使われたかをまとめた報告書とし発送すべきである。

視察地 佐賀県みやき町

1 視察年月日 平成 28 年 1 月 12 日

2 視察の目的

財政状況が厳しさを増す中、自主財源の確保としてふるさと納税が注目されている。短期間でふるさと納税の高額自治体となったみやき町の現状と課題について調査することとした。

3 視察地の概況（平成 27 年 12 月 31 日現在）

- (1) 人口 25,544 人
- (2) 世帯数 9,429 世帯
- (3) 面積 51.9 km<sup>2</sup>
- (4) 財政規模 11,713,913 千円（平成 27 年度一般会計当初予算）
- (5) 位置と地勢

みやき町は、佐賀県東部の三養基郡に属する町で、佐賀市の東方約 20km、福岡市の南方約 30km に位置し、三養基郡上峰町・鳥栖市・神埼市・神埼郡吉野ヶ里町と接しているほか、北部と南部の一部では福岡県の久留米市・筑紫郡那珂川町と接し、町面積の規模からして国内でも有数の隣接自治体が多い町である。

北部は一部、筑紫山地に繋がる丘陵地であるが、それ以外の地域は筑紫平野の一角をなす平地であり、特に南部は肥沃な土壌と水に恵まれた農業生産地帯である。

平成 17 年 3 月 1 日に、三養基郡の中原町・北茂安町・三根町の三町が合併して誕生した。佐賀県内の町では人口の最も多い町である。

4 取り組みの現況

みやき町のふるさと納税は、制度の趣旨や納税者の思いを生かすために平成 20 年 7 月「みやき町ふるさと寄附金基金条例・同施行規則」を制定してスタートし、その実績は平成 20 年度から平成 26 年度までは 244 件の 1,941 万円(年度平均 35 件の 277 万円)である。

近年九州の中でふるさと納税額を飛躍的に伸ばしている自治体があることから、これまでの取り組みを見直し、担当部署とネット活用を大きく変えている。

担当部署については、これまで兼職で対応してきたが、平成 27 年 4 月に総務部企画調整課に女性活躍推進担当を設け、専任職員と臨時職員 3 人～5 人を配置している。専任職員には、ふるさと納税の獲得に熱意と意欲のある女性職員を継続して起用し、責任の所在と実績の評価を明確にしている。結果、町長と担当職員が週 1 回、戦略会議を開催し、事業の検証や次の一手を常に協議検討し合うなど、ふるさと納税事務が活性化している。

ネット活用では、平成 27 年 4 月から「ふるさとチョイス」をはじめ「楽天市場」や「サイネックス」と業務委託契約することにより、全国の納税希望者にみやき町を効果的にアピールしている。

また、同月から返礼品の選択肢も 10 品から 108 品に増やした。人気の高い佐賀牛をメインに、うなぎ・米・野菜の中軸となる品を充実させるとともに、ゴルフプレー券・ヘリコプター遊覧飛行・PET 検診(初期がん細胞の発見に有効といわれる健康診断)といったみやき町の独自性をアピールする品をラインナップした。こういった品の選択は多くはないが、サイト内での注目度を上げ、結果的に納税者の獲得につながっている。

返礼品の基準としては、地元企業・商店が取り扱っていれば、地元産品でなくとも可としている。

寄付額に対する返礼品の割合を 30%程度、その他経費を含めても 40%とし 60%は町の税収となるようにし、返礼品の還元率をあげることで獲得競争はしていない。

(1) 平成 20 年度～平成 27 年度の納税件数と金額

年 度	20	21	22	23	24	25	26	27
件 数	55	31	37	30	18	25	40	21,053
金額(万円)	209	151	289	241	210	198	525	90,806

注 1：金額は万円未満切捨て

注 2：平成 27 年度は 4 月～12 月の数値

(2) 平成 27 年度のふるさと納税の状況

ア 納税者の希望用途 (12 月末現在)

使 途 別	件 数	%	金額(千円)	%
健康増進及び体力向上に関する事業	2,891	14.0	119,515	13.7
未来を担う子どもの教育及び少子化対策に関する事業	6,720	32.5	280,378	32.1
高齢者の生活を支援する地域づくりに関する事業	1,544	7.5	68,079	7.8
自然環境並びに地域景観の保全及び活用に関する事業	2,149	10.4	82,329	9.4
伝統芸能並びに地域文化の伝承及び育成に関する事業	472	2.3	14,384	1.6
特産品の育成及び地域産業の振興に関する事業	2,299	11.1	106,694	12.2
その他みやき町がいつまでも光り輝き更なる発展に寄与するために必要と判断する事業	4,579	22.2	202,515	23.2

B&G 海洋センターの運営に関する事業	9	0.0	230	0.0
---------------------	---	-----	-----	-----

イ 用途についての町の考え方

寄附金基金として積み立てしているが、今後は学校給食無料化や子育て支援などの恒久的な事業に活用したいとしている。

ウ 納税金額別の件数と金額(12月末現在)

納税金(円)	受納済				返礼品数
	件数	%	金額(千円)	%	
5,000～	185	0.9	927	0.1	5品 ★
10,000～	2,016	9.9	21,746	2.5	20品 ★ (15,000～3品)
20,000～	8,317	40.6	166,457	19.0	34品 ★
30,000～	3,329	16.3	99,977	11.4	8品
40,000～	4,094	20.0	163,826	18.7	12品 ★
50,000～	1,153	5.6	67,867	7.8	5品(お墓の草むしり、7万円～お墓掃除 ★)
100,000～	1,061	5.2	124,239	14.2	6品(15万円～1品、20万円～3品、25万円～1品)
300,000～	172	0.8	84,625	9.7	35万円～3品、50万円～1品、60万円～1品
1,000,000～	143	0.7	144,500	16.5	2品(年12回コース)

★ は、季節の採れたて農産物・ぼたもちなどが付加されている。

エ 返礼品ランキング(上位10品:12末日現在)

順位	返礼品	受納件数	%
1	佐賀牛ステーキ2枚	2,520	12.3
2	黒毛和牛ステーキ230g×2枚	1,986	9.7
3	黒毛和牛ステーキ5枚	1,600	7.8
4	佐賀牛ステーキ4枚	1,094	5.3
5	おやじのつくったハンバーグ	930	4.5
6	佐賀牛しゃぶしゃぶ,すき焼き用500g	908	4.4
7	厳選毛ガニ	888	4.3
8	佐賀牛しゃぶしゃぶ,すき焼き用800g	751	3.7
9	こってり味のかば焼き	493	2.4
10	水耕栽培ベジクイーン年12回セット	56	0.3

ランキング外の特筆すべき商品

お墓掃除等の維持管理、100万円納税者が対象となる超ブランド佐賀牛ほかの贅沢プレミアムコース 自然が育む逸品と超豪華プラチナコースお肉と美酒に酔う逸品

オ ウェブサイト3社による取扱状況(12月末現在)

会社別	件数	納税金額(万円)	手数料等
ふるさとチョイス	14,061	64,034	約3,700円/月 サイトバナー貼付けで2%
楽天	5,880	20,373	業務委託方式で12~13%
サイネックス	296	937	同上

カ 発注・発送の手配

ふるさとチョイスは町経由、ほか2社は直接に納品業者へ発注となっている。なお、納品業者は現在48である。

(3) 課題

ア ふるさと納税を所管する労働環境の改善

納税額が飛躍的に増額したことから、担当職員に膨大な事務が集中し健康管理上の懸念がある。そこで新年度より、(仮称)一般社団法人ふるさと振興協会を設置し、必要な人員を配置することで過重労働を防止するとともに、より専門的組織として事務に取り組むことにしている。

イ 事務の省力化

寄付者が増えるのと比例して事務量が増え、ワンストップ特例制度の実施などにより、煩雑な事務を短期間で処理しなければならない。平成27年9月から寄付金業務管理システムを導入したことで、繁忙期を乗り切ることができた。

今後、納税額が増加するが予想されることから、前記した新組織立ち上げなど町は自助努力を続けていくが、国としての何かしらの制度緩和を期待したい。

ウ ネットの活用

寄付金の窓口が、ウェブサイトがメインになっていることからサイト運営会社との連携は必要不可欠である。またサイトの人気には浮き沈みがあり、サイトの状況を見極めて、乗り換えを含め素早い対応が重要となる。

エ 集まった寄付金の使途の明確化と公表

ふるさと納税の趣旨からすると、頂いた寄付を効果的に活用し、その内容を寄付者に分かり易く報告する必要がある。事務量が増えることとなるが、この努力が制度の存続とともにリピーター獲得につながる。

5 考 察

みやき町のふるさと納税は、平成27年度になって飛躍的に増大した。要因としては、中軸となる返礼品の充実や目玉となる注目度の高い返礼品の追加、ウェブサイトの活用法の工夫などがあげられるが、その根幹となっているのは、女性の能力を掘り起こす人材活用にあるのではと思う。この取り組みが女性職員のみならず職員全員に刺激を与え、役場全体の意識改革につながっているのではと推察する。

返礼品の還元率について、制度の趣旨や寄付者の思いを生かすためにも30%程度

に留め、還元率をあげることによる寄付者獲得競争にはあえてしていない。寄付金の使い道を明確にし、それを寄付者に伝え、みやき町の活性化を共有してもらうことでリピーターを獲得するという考え方である。

町長の「薄利多売競争は制度の理念をゆがめるものであり、国で厳格なルールづくりをするべきだ」との話があった。まさに同感である。

返礼品の基準、取り扱いについて、本町も含め地元産のこだわりや返礼品の企画・発送業務を一括委託しているため、返礼品納入の恩恵がごく一部の業者に限定される場合がある。みやき町では地元企業・商店が取り扱ってれば地元産品でなくとも可としており、このように基準がシンプルであるがゆえに町内の経済波及効果は大きく、広範囲に及んでいる。

寄付金の使途については子育て支援等の恒久的な事業に活用することも考えているとのことであった。

ふるさと納税は、恒久的な財源として見込むのは制度の存続や寄付者人気ランキングの浮き沈みから危険なのではと危惧するが、みやき町では「みやき町ふるさと寄附金基金」を制定し立ち上げのきっかけとしている。仮に制度の廃止や寄付額が減額しても子どもたちの未来は町が守り続けるとの覚悟を感じた。

視察地 佐賀県上峰町

1 視察年月日 平成 28 年 1 月 13 日

2 視察の目的

財政状況が厳しさを増す中、自主財源の確保としてふるさと納税が注目されている。短期間でふるさと納税の高額自治体となった上峰町の現状と課題について調査することとした。

3 視察地の概況（平成 27 年 6 月末現在）

- (1) 人 口 9,482 人
- (2) 世 帯 数 3,406 世帯
- (3) 面 積 12.79 km<sup>2</sup>
- (4) 財政規模 3,716,634 千円（平成 27 年度一般会計当初予算）
- (5) 位置・地勢

上峰町は、佐賀県東部の中央部に位置し、東・南はみやき町、西は神埼郡吉野ヶ里町に接している。

町域は、北部の脊振山系につながる山麓部から洪積台地を経て中部以南は、海拔 8~5m の佐賀平野に連なるクリーク（水田に灌漑用水を導くための水路）地帯に及んでいる。

南北約 10 km、東西約 1.28 km と細長く、町の北部を九州横断自動車道が東西に走り、また、町中北部を JR 長崎本線が東西に走り、それに並行して国道 34 号線が走っている。

明治 29 年、三根郡、養父郡、基肄郡が合併して三養基郡と改め三養基郡上峰村となり、平成元年 11 年 1 日から町制施行により上峰町となった。

4 取り組みの現況

上峰町のふるさと納税の実績は、平成 25 年度に 2 件 20 万 5 千円、平成 26 年度が 3 件 40 万円。本年度も 8 月末までは 1 件 30 万円と振るわなかった。

そこで、9 月 4 日から返礼品の数をこれまでの 11 品目から佐賀牛やハチミツなど計 60 品目に拡充するとともに、ふるさと納税の返礼品を紹介するウェブサイト「ふるさとチョイス」に登録したことで、1 週間で 900 件、2 千万円を超える寄附が寄せられた。

そこで、町は急きょ 9 月定例会において当初 200 万円であった歳入予算に 1 億円を、歳出では返礼品代金 6 千万円と 10 月からの顧客管理システム導入費などを追加補正した。

## (1) 寄附金月別集計 (H27年9月からH28年1月11日まで) (単位:千円)

月	件数	金額	クレジット		郵便振替他	
			件数	金額	件数	金額
9	4,054	114,963	3,244	90,213	810	24,750
10	6,923	190,400	5,872	152,050	1,051	38,350
11	19,350	409,905	17,105	356,572	2,245	53,333
12	53,550	1,230,448	47,452	1,072,221	6,098	158,227
1	879	11,970	874	11,910	5	60
合計	84,756	1,957,686	74,547	1,682,966	10,209	274,720

合計額は収入見込み額である。1日当たり1,200件ほどであったが、12月31日は6,000件ほどの寄附が寄せられた。1月以降は100件ほどである。以前は、銀行振込も取り扱っていたが、寄附者に振込手数料がかかることから現在は扱っていない。郵便振替は町が30円の振込手数料を負担している。

## (2) 寄附金額 (H27年度分) (H28. 1/11 現在)

寄付金額	件数	率	金額(千円)
10,000円～	53,518	63.1%	536,172
20,000円～	13,539	16.0%	270,956
30,000円～	8,757	10.3%	262,896
40,000円～	469	0.6%	18,810
50,000円～	5,703	6.7%	292,408
100,000円～	1,880	2.2%	191,514
300,000円～	794	0.9%	289,790
1,000,000円～	95	0.1%	95,140

現在までの最高額は、個人で250万円(100万円+100万円+50万円)である。

## (3) 年度別寄附金額

年度別実績	件数	金額(千円)
平成23年度	4	325
平成24年度	2	305
平成25年度	2	205
平成26年度	3	400

## (4) 返礼品の構成

種類	品数	業者数
肉類(加工品含む)	48	3
米類	2	2
蜂蜜類	7	1

酒 類	4	1
麵 類	1	1
その他	1	1
合 計	63	9

業者は全て町内業者であるが、寄附殺到時などに対応するため、現在町外業者を探している。

(5) 返礼品のランキング

順位	品名	件数
1位	和牛切り落とし 1kg	31,727
2位	佐賀牛しゃぶしゃぶ・すき焼き用 800g	8,381
3位	和牛すき焼き用 500g	7,888
4位	和牛しゃぶしゃぶ用 500g	4,841
5位	佐賀牛サーロインステーキ	3,145

和牛切り落とし（1kg）が人気であり、ランキングには入っていないが数を限定しているハチミツは即日完売している。

(6) 職員体制

種類	員数	備考
職 員	3人	兼務者（課長、係長、係）
臨時職員	5人	本務者（常勤）

10月から顧客管理システムを導入。職員の残業や休日出勤で対応しているが、繁忙期は他の係より応援をいただいている。

(7) 予算状況

歳入	費目	金額(千円)
	寄付金	2,002,000

歳出	費目	金額(千円)	備考
	職員手当	4,188	正職員の超過勤務手当
	共済費	658	臨時職員分
	賃 金	4,549	臨時職員分
	報償費	1,201,200	返礼品代、配送料
	需要費	9,948	封筒、印刷、トナー代等
	委託料	4,677	システムの導入費
	役務費	70,313	郵便料金
	使用料	40,483	ウェブサイト「ふるさとチョイス」の利用料（2%）
	備品費	2,000	プリンター代、機械代
	負担金	3,636	社会福祉協議会への商品開発費
	合 計	1,341,652	

歩留りは 33.0% (1,341,652 千円 ÷ 2,002,000 千円 ≒ 67.0%)

(8) 寄附金の活用 (使途)

10 月末までに策定した「まち・ひと・しごと創生総合戦略」に沿って次の 4 事業に使用している。

- ア 学童教育振興のための事業
- イ 高齢者の生活を支援するための事業
- ウ 自然環境並びに地域景観の保全及び活用のための事業
- エ 町長おまかせ (上峰町の更なる発展に寄与するために必要と判断する事業)

(9) リピーター対策

寄附金の入金を確認後にお礼状を郵送している。  
今年度は年賀状 3 万枚を郵送した。  
今後は新商品紹介等をダイレクトメールで行っていききたい。

(10) 課題

ア 返礼品の納期の短縮

返礼品の対応を少ない業者数で行っているうえ、返礼品が生ものため要冷蔵での配送となり寄附者との連絡確認が必要なことから、納期に 2~3 か月要しているため、返礼品の納期をいかに短くするか。

イ 配送料のコストダウン

返礼品の配送料には業者によってばらつきがあり、今後は見積りをとって 1 社にしぼってコストダウンを図りたい。

ウ 返礼品の品数増

返礼品の品数は現在 63 品目であるが、商品開発を町内業者へお願いするなどして品数を増やしていきたい。

エ 宣伝・集客

ウェブサイトで「和牛切り落とし (1 kg)」の返礼品が 1 位になり、テレビで全国放送されたことで寄附がまた増えた。宣伝効果で寄附が増えることから独自の販売サイトを確立するなどして対応していきたい。

5 考 察

上峰町のふるさと納税は、わずか 4 か月間で急激に増額した。返礼品の品数を大幅に増やしてウェブサイト「ふるさとチョイス」に登録し、サイトで目立つ上位掲載を目指して返礼品情報の更新を繰り返したことで注目度が上がり、寄附が殺到したとのこと。これによって EC サイトのランキングで 1 位になり、新聞やテレビ等で取り上げられたことで、これまで以上に注目度が上がり、また寄附が増えたということで、本町も上峰町と同じウェブサイトにも 4 月から登録しており、今年度は寄附額が大幅に増額した。こういったことからウェブサイトの活用は、宣伝・集客のうえでとても重要である。ただ、EC サイトには様々なサイトがあつて、人気度合の浮き沈みが激しいということ。また、代行業者もいるとのことであり、活用には費用がかかることか

ら、今後は費用対効果を検証し、少ない費用で大きな効果をあげるためにはどこまでサイトを活用していけばいいのかを見極めながら、対応して行くことが重要と思われる。いずれにしろ、ウェブサイトの活用をはじめ宣伝にはこれまで以上に力を入れるべきである。

また、上峰町では臨時職員を雇用して担当課のまち・ひと・しごと創生室で対応しているが、業務量が膨大で職員の負担が大きいことや経費の節減等から、独自の販売サイトを確立するため、専門知識をもった民間人を採用して体制をつくり対応できないかを、今後検討して行くとのことである。本町では、株式会社イグゼあまらめに業務委託して対応しているが、業務量が多く対応に苦勞していると聞いている。ふるさと納税は制度改正もあって納める人が増えているので、自主財源の確保として今後どのような体制で対応していくのか、体制の整備、強化が必要と思われる。

#### ※ECサイトとは

インターネット上では商品を販売するウェブサイト。商品説明、ショッピングカート、決済システムなどが備えられており、商品の購入、発注などが行えるようになっている。オンラインショップやウェブストアなどと呼ばれることも多い。

視察地 東京都千代田区  
総務省自治税務局市町村税課

1 視察年月日 平成 28 年 1 月 14 日

2 視察の目的

ふるさと納税の直近の実績、平成 27 年度改正による制度拡充（ふるさと納税枠の倍増、ワンストップ特例制度の創設）について調査することとした。

3 取り組みの現況

ふるさと納税とは、自治体への寄附金のことであり、地方間格差や過疎などによる税収の減少に悩む自治体に対しての格差是正を推進するための新構想として平成 20 年に創設された制度である。

(1) ふるさと納税制度の概要

都道府県又は市区町村に対してふるさと納税をすると、寄附金のうち 2,000 円を超える部分について、一定の上限まで、原則として所得税・個人住民税から全額が控除される。自分の生まれ故郷や応援したい自治体など、どの自治体に対する寄附でも対象になる制度である。

(2) ふるさと納税制度の拡充（平成 27 年度税制改正）

ア ふるさと納税枠（控除上限額）の拡大

平成 27 年 1 月 1 日以降の寄附から、寄附金のうち 2,000 円を超える部分一定の上限まで控除されるふるさと納税枠が約 2 倍に拡大された。

（給与所得者夫婦年収 300 万円の場合控除される納税枠：拡充前 12,000 円→拡充後 23,000 円）

イ 「ふるさと納税ワンストップ特例制度」の創設による手続きの簡素化

平成 27 年 4 月 1 日以降の寄附から、確定申告が不要な給与所得者等について、ふるさと納税先団体が 5 団体以内の場合で確定申告を行わない場合に限り、ふるさと納税をする際にふるさと納税先団体に特例の申請をすることにより、ふるさと納税に係る寄附金控除がワンストップで受けられる特例的な仕組みが創設された。

(3) ふるさと納税制度返礼品（総務大臣通知）

平成 27 年 4 月 1 日付けで地方税法の改正等による総務大臣通知があった。

ア 当該寄附金が経済的利益の無償の供与であることを踏まえ、寄附の募集に際し、返礼品の送付が対価の提供との誤解を招きかねないような表示により寄附の募集をする行為を行わないようにする。

イ 経済的利益の無償の供与である寄附金を活用して豊かな地域社会の形成及び住民の福祉の増進を推進する。通常の寄附金控除に加えて特例控除が適用される仕組みであることを踏まえ、「換金性の高いプリペイトカード等」や「高額又は寄附額に対し返礼割合の高い返礼品」を送付する行為を行わないようにする。

ウ ふるさと納税は、通常の控除に加えて特例控除が適用される仕組みである。

しかし、その適用の当該寄附が経済的利益の無償の供与として行われており、返礼品の送付がある場合でも、それが寄附の対価としてではなく別途の行為として行われているという事実関係がある。また、当該返礼品を受け取った場合の当該経済的利益については、一時所得に該当するものである。

エ 寄附を受けた地方団体においては、寄附者の個人情報情報を厳格に管理する。特に、返礼品送付に関し外部委託等を行う際には、外部委託等に伴う個人情報漏えい防止対策を徹底する。

#### (4) ふるさと納税制度の今後についての意見交換

ア ふるさと納税の存続について

平成 27 年度制度拡充により受入件数・受入額が大幅に伸びていることもあり、当面の間は続けていきたいとのことであった。

イ 交付税等への影響について

ふるさと納税に係る寄附金税額控除の適用による交付税措置への影響については、平成 28 年度地方財政計画において変更点はないとのことであった。

ウ 返礼品送付のルール化について

寄附金控除に加えて特例控除が適用される仕組みであることを踏まえた、返礼品送付のルール化については、各自治体の良識ある対応をお願いしている。少なくとも、誤解を招くような表示、寄附の募集はしないようにしてほしいとのことであった。

エ 特例制度に伴う業務量の増大について

各自治体をつなぐ電子化という方法がある。ただし、費用対効果を考えると導入については疑問視する地方自治体からの意見もいただいている。

## 4 考 察

自治体間の財政力格差を是正しようとした「ふるさと納税」は、都市部の住民が住民税・所得税の一部を自分の出身地などの自治体に振り替える仕組みで、平成 20 年度から導入された納税制度である。

地方で生まれ、その町で教育を受けた子どもが、都会に移り住み生産活動を行い納税で貢献している現実がある。「税金という果実」の一部を、生まれ育ったふるさとに還元しようというのが「ふるさと納税」の基本的な考え方である。

また、ふるさと納税は、納税制度の中で唯一納税者が納税先とその用途を指定できる税金でもある。また、お金が都市部から地方へ巡るという意味では、地方創生の政策として、大きく期待できると考えられる。

平成 27 年 4 月 1 日税制改正が行われ、控除限度額が 2 倍に、確定申告が不用になっ

たことで、平成 27 年度上半期（4 月～9 月）の実績は受入件数で約 228 万件、受入額で約 453.6 億円（対前年度同期比約 3.9 倍）と大きく伸びている。

その一方で、返礼品は寄附額の 3～5 割程度とされてきたものが、それらを大きく上回る返礼品を送る自治体もあり、返礼品送付への対応について苦慮していることも現実の問題として発生している。

ふるさと納税制度を活用して、どのように地域が「持続可能な仕組み」をつくり出すかが大きなポイントになるのではないかと。

自治体の職員・住民が地域の資源、地域産業や観光資源に気づき、それを自治体として PR していくことであり「地域資源」の掘り起こしにもつながることから、この「気づき」が最も重要な視点であると考えられる。

また、ふるさと納税がその地域に与える経済波及効果が大きいのも事実であり、雇用創出も含めた地域経済に及ぼす影響を考慮した活用が必要である。

ふるさと納税制度の存続については、当面の間は続けていくということであった。本町でも、不安要素はあるものの、自主財源の確保から最大限活用すべきであると思う。

交付税への影響については、平成 28 年度地方財政計画において変更点はないとのことであったが、ふるさと納税に係る寄附金税額控除の大きい自治体からの反応次第では今後考慮すべき課題であるとのことであった。また、決算統計上の財政指数への影響はないとのことである。このことを踏まえ、本町独自の収納環境の整備とホームページ等の広報の充実により、より多くのふるさと納税の受入増加に努力すべきであると思う。

寄附額に対する返礼割合の高い返礼品送付への対応については、寄附を受ける自治体自らがルール化すべきであり、返礼品の送付が対価の提供との誤解を招きかねないような表示で寄附の募集を行わないようにしてほしいとのことであった。

本町の場合は約 50%の返礼割合となっているが、返礼品の数の充実よりも、ふるさと納税を財源として実施する事業の効果を示し、ふるさととのつながりを再認識する機会を増やし、継続して応援してもらえる仕組みづくりが必要であると思う。

ふるさと納税に関する現況調査結果（抜粋）

ふるさと納税の直近の実績、平成 27 年度改正による制度拡充（ふるさと納税枠の倍増、ワンストップ特例制度の創設）の効果等を把握するため、平成 27 年 9 月 30 日時点の状況について調査を実施。

- 1 対象
  - 全ての地方団体（1,788 団体、都道府県 47 団体・市区町村 1,741 団体）
- 2 ふるさと納税の受入額及び受入件数
  - 平成 27 年度上半期（4 月～9 月）の実績は
    - 受入額約 453.6 億円（対前年度同期比：約 3.9 倍）
    - 受入件数約 228 万件（対前年度同期比：約 3.7 倍）
- 3 ふるさと納税の受入額及び受入件数が増加した主な理由
  - ・返礼品の充実 732 団体（41%）
  - ・収納環境整備（クレジット納付、電子申請の受付等） 287 団体（16%）
  - ・ふるさと納税の普及、定着 262 団体（15%）
  - ・HP 等の広報の充実 234 団体（13%）
  - ・震災・災害への支援 102 団体（6%）
  - ・使途、事業内容の充実 68 団体（4%）
- 4 ふるさと納税を募集する際に各地方団体が工夫している取組み
  - ・インターネットの活用、パンフレットなど広報の充実 999 団体（56%）
  - ・過去にふるさと納税をしてくれた方への呼びかけ
    - 同窓会や県人会などにおける呼びかけ 618 団体（35%）
  - ・ふるさと納税の使途の明確化や選択できる事業の充実 424 団体（24%）
  - ・返礼品の充実、PR 246 団体（14%）
  - ・各種イベントでの PR、呼びかけ 203 団体（11%）
  - ・コンビニ納付等の納付方法の充実 122 団体（7%）
- 5 ふるさと納税を募集する際の使途の選択
  - ・選択できる 1,598 団体（90%）
  - ・分野を選択できる 1,291 団体（72%）
    - 主な事業
      - ・まちづくり・市民運動 158 団体
      - ・スポーツ・文化振興 130 団体

- ・健康・福祉・医療 124 団体
  - ・環境 107 団体
  - ・教育・人づくり 100 団体
  - ・分野又は具体的な事業を選択できる 213 団体 (12%)
  - ・具体的な事業を選択できる 91 団体 (5%)
- 6 ふるさと納税を財源として実施した、納税の充当額が多い主な事業
  - ・教育・人づくり 524 団体
  - ・まちづくり・市民運動 370 団体
  - ・健康・福祉・医療 299 団体
  - ・スポーツ・文化振興 236 団体
  - ・環境 203 団体
- 7 ふるさと納税を財源として実施した事業の実施により生まれた効果として、ふるさと納税受入団体が考えている主なもの
  - ・人的交流の増加、ふるさとのつながりの再認識 359 団体
  - ・住民や職員の意識の高まり 176 団体
  - ・地域、地場産業の活性化 174 団体
  - ・雇用創出 64 団体
- 8 ふるさと納税の受入額実績や活用状況の公表
  - ・ふるさと納税の受入額の実績を公表している 710 団体 (39.7%)
  - ・ふるさと納税の活用状況（事業内容）を公表している 403 団体 (22.5%)
  - ・広報媒体を活用してふるさと納税に関する情報を公表しているが、受入額実績や活用状況（事業内容等）は公表していない 90 団体 (5.0%)  
 （公表していない主な理由は、用途の指定を行っておらず、特定の事業へ充当していない。実績（受入額・受入件数）が少ない。
- 9 今後、ふるさと納税をどのように地方創生に繋げていくかも含めた、地方公共団体からのふるさと納税制度についての意見の主なもの
  - ・ふるさと納税制度を活用することで、自治体の PR が可能となる制度であると  
 考えている 668 団体 (37.4%)
  - ・特産品等を返礼品とすることで、地域や地域産業の発展につながる制度で  
 あると考えている 403 団体 (22.5%)
  - ・ふるさと納税制度を活用することで、観光客の呼び込み等につながるなど、  
 人的交流につながる制度であると考える 309 団体 (17.3%)
  - ・返礼品送付の競争となっている現状を懸念している 286 団体 (16.0%)
  - ・ふるさと納税制度が財源確保につながっている 219 団体 (12.2%)
- 10 平成 27 年度税制改正（特例控除の上限額の引上げ、ふるさと納税ワンストップ特  
 例制度の創設）についての各地方団体の受けとめの主なもの
  - ・ふるさと納税の拡充やふるさと納税する方の利便性の向上につながる  
 と考える 1032 団体 (57.7%)
  - ・制度改正により地方団体の業務等が増加した 459 団体 (25.7%)

- ・ふるさと納税ワンストップ特例制度を活用した際に、住民税から全額控除することには問題があると考える 99 団体 (5.5%)
  - ・ 税込減や、ふるさと納税受入額の自治体間格差の拡大につながる心配 95 団体 (5.3%)
  - ・ 返礼品送付の競争の過熱が心配される 51 団体 (2.9%)
- 11 各地方団体の返礼品の送付の有無
- ・ 返礼品を送付している 1502 団体 (84.0%)
  - 返礼品の主なもの
    - ・ 地元の特産品 (飲食料品) 1130 団体 (63.2%)
    - ・ 地元の特産品 (工芸品等) 336 団体 (18.8%)
    - ・ 施設利用券、宿泊券、地元で使える商品券 301 団体 (16.8%)
- 12 返礼品をめぐるこれまでの議論や、平成 27 年 4 月 1 日の総務大臣通知等を踏まえた、ふるさと納税の募集方法における返礼品の取扱いについて、各地方団体の検討状況
- ・ 総務大臣通知を確認の上、一定の見直しを実施 (予定) である 512 団体 (28.6%)
  - ・ 総務大臣通知を確認の上、見直しを行う必要はないと判断した 483 団体 (27.0%)
  - ・ 総務大臣通知を確認の上、特段の検討 (見直し) は行っていない (行う予定もない) 399 団体 (22.3%)
  - ・ ふるさと納税に対する返礼品の送付を行っていない 170 団体 (9.5%)
  - ・ ふるさと納税に対する返礼品の拡充を行った 188 団体 (10.5%)

※ 項目によっては回答のない団体もあること、また、複数回答としている項目もあることから、各回答の合計 (団体数) は、全団体数 (1,788 団体) と一致しない。

※ 調査結果中表記の%は、全団体 (1,788 団体) に占める割合を示している。