

ふるさと納税の返礼品に関する 有識者及び地方団体の意見

有識者の意見	1
地方団体の実務者の意見	9
全国知事会・全国町村会・全国市長会の意見	15

ふるさと納税の返礼品に関する有識者の意見の概要

平成 29 年 4 月 1 日

平成 29 年 2 月下旬から 3 月上旬までの間、総務省自治税務局市町村税課では、ふるさと納税の返礼品に関し、課題を洗い出し、改善策を検討するために、以下の有識者から意見を個別に聴取した。

小田切 徳美	明治大学農学部教授
小西 砂千夫	関西学院大学大学院経済学研究科・人間福祉学部教授
佐藤 英明	慶應義塾大学大学院法務研究科教授
須永 珠代	株式会社トラストバンク代表取締役
田中 里沙	事業構想大学院大学学長
谷 隆徳	日本経済新聞論説委員
保田 隆明	神戸大学大学院経営学研究科准教授

有識者から頂いた意見は次頁以降のとおりであった。

1. ふるさと納税の評価

- ・ 都市部の住民が地方に関心を抱き、都市と地方との間でモノ・カネが移動し、結果としてヒトの移動を促していることに大きな意義がある。また、返礼品は、制度には組み込まれていないが、副次的な効果として、地方の特産品事業者等の創意工夫（アントレプレナーシップ）を喚起し、企業力の向上に繋がっている。
- ・ 他の政策で例をみないほど地方の自治体、隅々まで大きな影響を与えた。加えて、自治体のみならず特産品事業者が高く評価しており、真剣な取組が全国で芽生えた。
- ・ 次の三点で基本的に評価している。まず、ふるさと納税をきっかけとして、寄附が身近なものとなり、寄附文化醸成の一助となっている。災害等の被災地に返礼品がなくてもふるさと納税が集まるのは、そのよい例。二点目は、特定の用途を明示して、クラウドファンディング的な手法も活用して、ふるさと納税を募る取組が広がってきたこと。三点目は、税による投票。住民が自ら納める税に関心をもち、場合によっては、住んでいる自治体に対して不満の意思を表明することができる。
- ・ 制度創設時に期待されていた、納税者とある特定の地域との結びつきが形成されるとの目論見の達成度は限定的であるが、災害時に被災地にふるさと納税が集まるなど、寄附文化を芽生えさせるきっかけとなったことは評価できる。現在は返礼品が過度に重視されるという点で、良くない方向に向かっている。
- ・ ふるさとへの貢献という精神をもったものではあるが、寄附税制としての性格を持っている。その意味で、災害時における被災地へのふるさと納税など、寄附を定着させたことは一定の評価ができる。一方で、返礼品の送付は明らかに過熱しすぎであり、批判の高まりも分水嶺を超えた感がある。制度を定着させ、持続可能なものとするためには、返礼品について自主規制等を検討するなど、何らかの対策が急務。
- ・ 大学や就職で都会に出た方が、育ててもらった地域をふるさととして再認識し、恩返しすることができる制度として、また、都会に住む方が、全国津々浦々の地域を知るきっかけ（アテンション）となる制度として、評価している。東京一極集中の是正や地方創生に関する政策の中で、一般の人が関わるすることができる制度である。一方で、各種のポータルサイトにおいてインターネット通販化しているような状況は、行き過ぎであり問題である。
- ・ ふるさと納税制度を創設した理念は、ふるさと再生の志のある資金を、寄附者のメッセージとともにふるさとに届けるシステムの構築にあった。そもそも資金総額は長期的には大きなものではないことが予想され、それによって地域間格差の安定的な解消は困難。それよりも、ふるさとを見つめる目、見守る目が大切。そのためには、各自治体は、具体的なふるさと再生のためのプロジェクトを掲げてふるさと納税を募るべきであり、実践している自治体も存在する。返礼品競争に明け暮れるのは論外であるが、多くの自治体は真面目に取り組んでいるとも聞く。このような制度創設の理念に沿って、現在の状況を検証、評価することが重要ではないか。

2. ふるさと納税を健全に発展させていく上での課題

- ・ ふるさと納税で得られた資金は恒久的な財源ではないことから、各自治体は、通常の行政サービスの財源補填に充てるのではなく、地域の活性化のための戦略的な投資に活用すべき。
- ・ ふるさと納税で得られる金額だけを追い求める一部の自治体の現状はあまり意味がなく、目標を見失っている。地域のこういった課題にふるさと納税を活用、投資していくのか、しっかりと目標を見定め、地域間で切磋琢磨してこそ、ふるさと納税が生かされる。
- ・ 制度創設時の趣旨は、自らが育ったふるさとへの仕送りや、副次的な効果として都市・地方の税収格差を縮めることなどにあっただと思うが、現状は、自治体のインターネット通販の様相を呈しており、ふるさと納税の趣旨とは違ってきている。地方の特産品支援になってしまったら、住民税の減税措置を講じる合理的な理由が失われてしまう。
- ・ 寄附税制との観点を明確化する上で、用途を明らかにすることが必要。寄附である以上、用途及び目標額があつて然るべきであり、これらをあらかじめ条例で定めることとしてはどうか。
- ・ 各自治体は、寄附の金額と返礼品で終わるのではなく、寄附である以上、その使い途までセットで考えるべき。一口に過疎、高齢化といっても地域によってその様相は様々であり、交流人口の増大や福祉・介護の問題など、各自治体がふるさと納税を地域の活性化にどのように役立てたいかを明確にして、ふるさと納税を募るべき。
- ・ 税収の移転は、制度導入の目論見であるので、それ自体悪いことではない。ただし、行き過ぎた返礼品競争の結果であるとすれば、その点は問題。そのバランスは、個々の納税者では調整のしようがない。
- ・ 自治体はもっと使い途を明示して、プロジェクト型の寄附募集を行うべき。例えば、廃校の再利用や地域運営組織への支援など、地域の課題は様々。その上で、共感が共感を呼ぶ好循環を作り出すべき。

3. ふるさと納税に係る返礼品に対する考え

- ・ 地方の特産品事業者は、返礼品の提供を通じて、マーケティング能力を磨くとともに、デザインや商品説明の工夫を行うなど、商品力の向上に努めている。返礼品の提供は功罪あるが、間接的に地方における中小地場産業の育成に繋がっている面も重要。
- ・ 返礼品は、地域で頑張っている農家、漁師の方一人一人が直接、消費者と向き合う契機となっている。そこから意識改革とやる気生まれ、地場産業の発展に寄与している。また、そうした農家の方々などをとりまとめる地域商社的な取組が生まれ、ネットワーク化が進んでいる。
- ・ 人の循環を促すような返礼品は、地域の魅力を再発見し、移住定住の足掛かりになるため、金銭類似性を排除する考慮の上、自治体のアイデア次第で進めてもよいと考える。
- ・ 制度スタート時から返礼品はあったと思うが、公共施設の割引利用やささやかな特産品だった。その当時、想定されなかったのは、ポータルサイト運営事業者の登場。こうしたサイトは、寄附者の利便性向上に役立っている反面、誤算だったのは、返礼品の通販カタログ化が進んだこと。
- ・ 返礼品は両刃の剣である。返礼品がなければ、制度がここまで定着し、活用されることは無かったと思われ、また地方の特産品のPRや振興に資している効果も無視すべきではない。一方で、派生したポータルサイトは、ふるさと納税を実質的に通販化しており、またポイント制度は経済的利益化を引き起こしている。ただし、ポータルサイトは、災害時等におけるふるさと納税のインフラとしても機能していることには留意が必要。
- ・ 安易なネットショッピングになっていることが、この制度に多くの批判が集まる要因となっている。返礼品の問題をこのまま放置すると制度の根幹を揺るがしかねず、ひいては税制への不信につながりかねない。
- ・ 返礼品を通じて、ブランド化されていない特産品を知るきっかけとなるとともに、地域や生産者とのつながりを実感できる効果がある。ただし、特産品生産者は、ふるさと納税はきっかけでしかないことをよく認識し、返礼品に頼るのではなく、販路拡大等に取り組む姿勢が重要。また、各種ポータルサイトは、便利さだけを追求するのではなく、ふるさと納税制度の理念をよく踏まえ、ふるさと納税の使い途まで含めた見せ方をもっと工夫すべき。
- ・ 返礼品は本来不要であり、首長からふるさと納税を行ってくれた人への感謝の言葉などに止めるべき。返礼品が当たり前になることは寄附文化をゆがめる要因ともなりかねない。制度創設時には、ふるさと納税を行ってくれた方を、例えば、「ふるさと再生特別市民」として継続的な関係を保つ一方、過剰な返礼品は規制すべきという議論を行っていた。過剰な返礼品の規制は、地方分権時代にあっては国が行うよりも、地方六団体が自主規制を行うことが期待されたが、現状をみると、地方六団体に自主規制の動きが全く見えないのは非常に残念なこと。

4. 過度な返礼品競争についての問題と対応

- ・ 返礼割合を他の自治体に比べて引き上げてふるさと納税の流入を図ることは単なる値引きに他ならず、そこに創意工夫は生まれにくい。返礼割合の上限を一律に設定すべきだと考える。その数値は、平成26年度の全国平均である4割か、それより下の3割程度を上限とすべき。この中で、いかに魅力をPRできるかが各団体の知恵の出どころではないか。
- ・ 1件当たりの返礼額については、平均的な年収の方のふるさと納税できる枠に、返礼割合3~4割を掛け合わせると、5万円から10万円が上限ではないか。
- ・ 制度論としては、高額所得者の節税対策の観点からも、現行の住民税所得割額の2割という上限設定（定率）に加え、控除可能な寄附額の上限金額（定額）を設定することも考えられるのではないか。
- ・ 地元の人が現に住んでいる地元市町村に寄附を行った場合の返礼品は禁止すべき。
- ・ 商品券は、たとえ地域限定のものであっても、近隣市町村との客の奪い合いになるので好ましくない（自治体や事業者の創意工夫も生まれない）。
- ・ 健全な運用を行っている自治体やポータルサイト運営事業者に対する「認証制度」のようなものが考えられないか。
- ・ 返礼割合について、社会通念上のお返しだと考えれば、3割程度が上限ではないか。返礼品の調達が3割だとすれば、送付料や広報費用等も含めて少なくとも半分以上の額が自治体に残ることになる。
- ・ 1件当たりの返礼額の上限や、控除可能な寄附額の上限額は設定すべきではない。高額所得者向けとはいえ、今後、消えてしまいかねない伝統工芸品を守っている一面があるほか、価格のつけられない返礼（災害時の支援や課題解決のための共感を得た支援）を考える知恵を潰してしまいかねない。
- ・ 大会社の製品や、ものの価値の大部分がその地域以外で作られたもの（輸入品等）は、線引きが難しいが、その地域に力がつかず、その地域にお金が還元されないので抑制すべき。
- ・ 制度の趣旨に反するような返礼品（電化製品等）を掲載しているポータルサイト運営事業者は、節度をもって取り組むべき。
- ・ 商品券などの金銭類似性の高い返礼品は、転売や財テクの道具となっており、実質的に禁止すべき。そのために、ふるさと納税の趣旨に反する返礼品を送付している自治体名の公表やポータルサイト運営事業者への協力要請を検討すべき。一方で、電化製品等は、地元企業の製品であつたりするので対応が難しい面もある。
- ・ 返礼割合は、ふるさと納税の趣旨にふさわしい程度の水準にすべきだが、ものの価格が変動することもあり、なかなか合理的な水準を決めづらいのではないか。言えるとすれば、現在の全国水準（38%程度）を超えないとするなどか。1件当たりの返礼額は、さらに水準の設定が難しい。

- ・ 返礼品競争が制度利用者にもたらす利益は、「負の課税」として捉えられ、現行の仕組み上、垂直的公平を害するものとして批判されるべき。特に換金性の高い商品券やポイント制などは、現物ではなく経済的利益による返礼となっており非常に問題。
- ・ 寄附金の控除率に上限（所得税の限界最高税率が45%である現行制度下では55%を上限）を段階的に設定し、過大な返礼品の範囲を明確にしつつ、納税者の負担部分を可視化すべき。控除率に上限を設ける場合、返礼割合の上限は理論的には45%となる。一方で、現行制度を前提とした場合の返礼割合は、これよりもはるかに低い水準とすべきである。
- ・ 1件当たりの返礼品価格については、おのずから一定の上限があると考えられるが、返礼品の価格は寄附額とも関わる上、返礼品の内容にもよるため、一律に設定することは難しいのではないかと。また、返礼価格に上限を設けても、寄附を分割することにより制限の回避が実質的に可能である点にも留意が必要。
- ・ 返礼品の寄附額に対する割合が大きすぎることで、特産品以外を返礼品に用いていること、人気のある返礼品がない団体が不利であることなどの問題がある。返礼割合を引き下げ、対象品目を狭めるべきであり、総務省が見解を示し、自治体間で自主規制を行うことが望ましい。返礼割合については、自治振興のための宝くじの売上に対する当選金の割合も勘案し、本来、無償であるべき寄附については、これを大幅に下回る3割以下などの水準が望ましい。
- ・ 金券的なもの、その地域に全く関係が無い品物、地域に生産工場があったとしても電化製品などは、商業的な色彩が強く、ふるさと納税の理念に反する。また、返礼割合が高すぎることも問題。一律に水準を決めるのは難しいかもしれないが、返礼品が感謝の気持ちだとすれば、少なくとも寄附額の半分に相当する費用が返礼品の送付等に充てられているような事例は行き過ぎ。一方で、継続が危ぶまれるような伝統工芸品には、もっと目が向けられてよい。その点からすると、1件当たりの上限額は定めない方がよいのではないかと。
- ・ 金額の競争に走っている現状は本末転倒であり、各自治体やポータルサイト運営事業者、納税者それぞれの意識改革が必要。各自治体は、ふるさと納税の使い途など、地域の特色をもっとプレゼンテーションすべき。返礼は、品物だけでなく、地域における体験との組み合わせなどもっと工夫があっただけいい。ポータルサイト運営事業者は、ランキング付けなど金額の競争を過度に煽るようなアピールは自重すべき。
- ・ 返礼品は本来不要であると考えており、地方六団体が自主規制すべきだが、その動きが見えないとすれば、国が規制することもやむを得ない。その場合、多くの自治体が真面目にふるさと納税に取り組んでいることも踏まえ、例えば、返礼割合については相当低い水準を上限にするとともに、国の通知に沿っていない返礼品を送付している自治体に対しては厳しくあたるべき。返礼品という文化が固定されてしまう前に、早い段階で手を打たなければならない。

5. 今後のふるさと納税のあり方

- ・ 各自治体は、ふるさと納税で得た資金で、リターン者への投資や交流人口を増やすための施策など、将来への投資を行って欲しい。また、地域の特産品事業者が、危機意識をもって商品力向上、販路開拓に努めるように、あえて制度を恒久的と言わない方が良い。
- ・ これからの発展型は、共感によるふるさと納税。ふるさと納税はまだまだ伸びる余地があり、返礼品で競うのではなく、まちづくりをどうしたいのか、トップである首長と職員が目的・目標を共有し、それを外向けに発信していく取組を広げていくべき。
- ・ 今後、都市自治体が、税収維持のため防衛を始めるのではないかと。制度上、都市から地方だけでなく、地方から都市へのお金の流れを防ぐことはできない。都市自治体が、魅力的な返礼品を揃えて競争に参入すれば、ふるさと納税制度の根幹が覆ってしまうとの危機感を持っている。だからこそ、地方は節度を持ってふるさと納税に取り組むべき。
- ・ 現行の「ふるさと納税」制度は、「納税」としても「寄附税制」としても理論的な位置づけが難しくなってきたおり、寄附者の負担部分を可視化することにより、今後は、明確に「寄附税制」として位置付けることが望ましい。
- ・ 制度を健全に発展させることを前提に、返礼品を中心に思い切った見直しを行うべき。そのためには、地方六団体又は自治体の有志による組織が自主規制のための検討会を設けてルール作りを行い、その上で、各自治体が寄附の用途、目標額等に関する条例を定めることを通じて議会統制を効かせることが考えられるのではないかと。併せて、総務省が運用の改善を段階的に強く求めていくべき。
- ・ ふるさと納税制度を導入した理念に今一度、立ち返る必要がある。そのため、各自治体は、ふるさと納税の使い途に重きをおいた寄附の募集を行うべきであり、併せて、ふるさと納税を活用して、まちの活性化がどのように進んだのか、その効果や成果をきっちりと寄附者に報告すべきである。地道ではあるが、各自治体がこうした取組を進めることにより、制度が健全に発展するのではないかと。
- ・ 都市と地方には、「関わりの階段」がある。例えば、①都市において地方の産品などを買う、②都市においてふるさと納税を行う、③地方を訪れてみる、④地方を訪れてボランティアなどに参画する、⑤二居住する、⑥移住する、という階段である。このような階段を上ってもらうためには、今後は、「関係人口」(都市において地方と何らかの関係を持つ人)に着目すべきであり、ふるさと納税はその重要なきっかけとなる。各自治体は、ふるさと納税を行ってくれた人とどのような関係を継続していくのか、次に何をしてもらうのか、知恵を絞るべき。また、ふるさと納税制度も、「関わりの階段」を上ってもらうための制度として、発展・昇華させていくべき。

ふるさと納税の返礼品に関する地方団体の実務者の
意見の概要

平成 29 年 4 月 1 日

平成 29 年 2 月下旬から 3 月上旬までの間、総務省自治税務局市町村税課では、ふるさと納税の返礼品に関し、課題を洗い出し、改善策を検討するために、以下の地方団体の実務者から意見を個別に聴取した。

函館市（北海道）
上士幌町（北海道）
東川町（北海道）
弘前市（青森県）
南三陸町（宮城県）
墨田区（東京都）
十日町市（新潟市）
長野市（長野県）
平戸市（長崎県）
都城市（宮崎県）

各地方団体の実務者から頂いた意見は次頁以降のとおりであった。

1. ふるさと納税の評価

- ・ 市の認知度の向上や被災地支援に貢献している。市外の方が市を好きになってもらえることにより、市民にとっても誇りとなり、郷土愛の醸成に繋がっている。
- ・ 大都市に集中している税源の偏在是正に繋がる。都市部に集中している財源を地方に還元するしくみとして、ここまで成功した政策はかつてない。寄附を活用した子育て支援事業の効果により、若い人が移住し、人口が増加したのは画期的。
- ・ 地方部、特に過疎化や高齢化が進む地域にとって貴重な財源であり、大変すばらしい。
- ・ 山間地の地域交通のためのバスを購入したところ、住民から直接感謝の声が寄せられた。
- ・ 寄附者と継続的なつながりを維持するよう努めた結果、町を訪れた寄附者が町の良さを発信してくれて広がりを見せている。

2. ふるさと納税を健全に発展させていく上での課題

- ・ 応援したい地域を応援できるという、本来の目的から離れ、モノに釣られて寄附が行われている。
- ・ 本来は、支援してもらった後の地域とのつながりをフォローアップすることが重要。
- ・ テレビや高い返礼割合による高級食肉などで寄附を募っている現在の状況は、ネット通販と化しており、制度本来の趣旨とは異なる。
- ・ ふるさと納税＝返礼品という間違った考えが流布しており、国民意識を改善する必要がある。
- ・ もっと使途に共感していただくことで競い合うべき。
- ・ 優良事例の紹介などにより、制度の理解を深めてもらうため、地方側からもっと情報発信すべき。
- ・ ポータルサイト事業者が利益を追求するのは仕方がないが、ポイント制を含め、改善の余地がある。地方に資金が流れても、最終的にポータルサイト事業者への支払いに多く使われることとなれば問題。
- ・ ふるさと納税に係る控除により税収が減っている地方団体の懸念も承知している。
- ・ 今後の成り行き次第では、高所得者が有利になる控除限度額について、見直さなければならぬ。
- ・ 地方税の応益原則から、今後、住民のふるさと納税が増え続ければ税収が減っていくことになり問題となるのではないか。

3. ふるさと納税に係る返礼品に対する考え

- ・ 米や野菜を試供品として贈ることで、まずその良さを知っていただくことができる有効な宣伝の手段。
- ・ 地場産業においては、設備投資や雇用創出など波及効果が大きい。企業意識が顧客重視になり、商品開発や電子商取引など新たな取組が始まることで、必ずしも返礼品に頼らない産業振興が図られている。
- ・ 返礼品自体は、認知度が低い地方団体が寄附を募るために有効であり、否定すべきでなく、問われているのはその程度。
- ・ 寄附者に対しては、お礼状と寄附事業の報告で十分であり、本来、返礼品は必要ない。
- ・ モノに偏りがちだが、イベント体験をお礼にすることをもっと重要視すべきであり、知恵を絞って、金銭に換算できないもので競争し合える部分があってもよい。
- ・ 寄附の呼びかけは、返礼品を使わず、郷土出身者の会等で個別に働きかけることで、縁を紡ぐように行っている。
- ・ 見返りを求めないのが寄附であり、また、県内の中でも一定の人口規模がある中心的な市として、返礼品を送付し始めれば、周辺の他市町村が追随する可能性があることから、これまで返礼品を送付してこなかった。
- ・ 返礼品競争による寄附収入は一時的なものであって、人気に負けて寄附収入が落ち込めば、結局住民が不幸になるのではないか。
- ・ 返礼品競争を改善することが制度を健全に発展させていくために最も大きな課題。

4. 過度な返礼品競争についての問題と対応

- ・ 高い返礼割合が問題。返礼割合の高さが競われるようになると、自治体間の適正な競争が阻害される。
- ・ 8割程度の返礼割合は高すぎる。
- ・ 現在のように寄附額に対し経費が半分程度となっているのは高すぎる。
- ・ 広報費等は、一般的な市のPR経費と区別できないことや、現在の問題は過熱する返礼品であることからすれば、寄附額に対する返礼品価格の割合に着目すべき。
- ・ 返礼割合は、半返しを考えから、5割を上限とすべき。
- ・ 返礼品送付や広告費等を含めて、寄附額に対する半分以下とすることがわかりやすく、そのため返礼割合は4割程度でよいのではないか。
- ・ 返礼割合は社会通念からして2,3割がせいぜいではないか。

- ・ 具体的な上限を設定すると、現在返礼品を送付していない団体が一齐に参加して、返礼品送付が当たり前のものになってしまうかもしれないので、やる場合でも表現は慎重に考えるべき。
- ・ 寄附を頂いた方に、より多くの感謝の気持ちを贈ることは違和感がなく、1件当たりの返礼品価格の上限設定は、必要ない。
- ・ 1件当たりの返礼品価格の上限を設定しても、一人が寄附件数を増やせば、その効果が薄くなる。
- ・ 1件当たりの返礼品の価格の上限設定は、大変難しいが、2,3万円程度か。
- ・ 1件当たりの返礼品価格の上限設定は必要ないが、100万円を超えるものは明らかにおかしい。
- ・ 適用下限額の2,000円程度がよいかもしれないが、一概に言えない。
- ・ 理想は返礼品なしだが、あっても1,000円程度。
- ・ 地方団体同士の議論では改善策はまとまらないため、総務省が対応すべき。
- ・ 拘束力などの課題はあるかもしれないが、総務省として具体的基準を示して欲しい。
- ・ 既に高い返礼割合の返礼品を送付している団体から反発が予想されるが、総務省は、勇気を持って取り組んで欲しい。
- ・ 地方団体の自主的な取組により改善を期待することはいいことだと思うが、時間を要する。
- ・ 地元と全く関係ない大企業と連携して返礼品を送付する取組は、必ずしも理解が得られないのではないか。
- ・ 地元の手が加わっていないものを返礼品とするのはおかしい。
- ・ インターネットで転売されるようなものはおかしいのでやめるべき。
- ・ 家電、商品券、時計、宝飾品、高級家具はおかしいのでやめるべき。
- ・ 制度の趣旨から、住民に対し、返礼品を送付するのはおかしいのではないか。
- ・ 返礼品競争により、経費が大きくなっている。
- ・ 各地方団体の工夫次第とは思いますが、現実には特産品の優劣によって収入に格差が生じている。
- ・ 一部の事業者が返礼品調達契約を独占している団体については問題。
- ・ 多くの返礼品を調達している団体は、寄附が集まらなくなれば、流通市場に大きな影響を与えるのではないか。
- ・ 一部の団体が高い返礼割合による返礼品送付をやめなければ、返礼品価格相当を寄附金控除の適用外とすることも考える必要が出てくるのではないか。
- ・ 今回の改善策でも状況が変わらなければ、将来は、地方交付税におけるふるさと納税の取扱いについて整理する必要が出てくるのではないか。

5. 今後のふるさと納税のあり方

- ・ 都市部が返礼品競争に本格参入すると、地方への寄附が減ることを危惧している。
- ・ このままでは制度の先行きが見えない。
- ・ 今後も寄附者とのつながりを維持していきたいので、制度は是非存続して欲しい。
- ・ 寄附者が応援したくなるような事業をアピールして共感してもらうことが重要。
- ・ 寄附者の意向を尊重する姿にすべき。
- ・ 課題はあるが、ルールを作り、制度を健全に発展させていくべき。
- ・ 制度を見直す時期で有り、地方創生を推進する上で、政策本位で寄附が集まる仕組みとしながら、制度本来の趣旨を発信していくべき。
- ・ 納税者が理解できるよう、返礼品問題を収斂させないといけない。このままでは地方のためにならない。

ふるさと納税の返礼品に関する
全国知事会・全国市長会・全国町村会の
意見の概要

平成 29 年 4 月 1 日

平成 29 年 2 月、総務省自治税務局市町村税課から、全国知事会、全国市長会及び全国町村会に対し、ふるさと納税の返礼品に関し、課題を洗い出し、改善策を検討するために、意見を照会したところ、それぞれから頂いた意見は次頁以降のとおりであった。

平成 29 年 3 月 27 日

総務省自治税務局市町村税課長 様

全国知事会長

ふるさと納税の返礼品に関する意見について（回答）

平成29年2月27日付総務省自治税務局市町村税課長より依頼のありました標記の件について、下記の通り回答いたします。なお、参考として各都道府県の個別意見を別紙のとおり添付します。

記

ふるさとに対し貢献又は応援したいという納税者の思いを実現する観点から創設された「ふるさと納税制度」については、その積極的な活用により、地域に対する関心や愛着を深め、交流人口拡大等のきっかけとして地域活性化や人口減少対策に資する効果もあるが、返礼品（特典）の送付については、引き続き、制度本来の趣旨、経済的利益の無償の供与であることを前提にふるさと納税に係る寄附金に通常の寄附金控除に加えて特別控除が適用される仕組みであること等を踏まえ、金銭類似性の高いもの、資産性の高いものの返礼品を送付する行為は行わないようにするなど、節度ある運用とすべきである。（全国知事会「平成29年度税財政等に関する提案」より）

〔別紙〕 ふるさと納税の返礼品に関する意見について
(都道府県個別意見)

(1) ふるさと納税についてどのように評価していますか。

ふるさと納税については、ほとんどの団体が「一定の評価」をしているが、そのうち「課題もある」としている団体も多数ある。

○一定の評価をしている (31 団体)

(意見例)

- ・ 寄附を通じてふるさとを応援するという制度の趣旨に賛同。
- ・ 納税者が寄附先を選択することで、税に対する意識を高める貴重な機会。
- ・ 各自治体のPRや産業振興、交流人口拡大など多面的な効果。
- ・ 地方創生・地域活性化・災害復興などを進めるための貴重な自主財源。
- ・ 地方と都市の税収格差是正に寄与。
- ・ 手続きの簡素化や認知度の向上により寄附者の裾野が拡大。
- ・ 寄附文化の醸成という観点から意義がある。

○一定の評価をしているが課題もある (13 団体)

(意見例)

- ・ 税収減が住民サービスの提供に影響を生じさせるなど財政に負の影響。
- ・ 控除額上限の引き上げなどにより住民税収への影響が過大となっている。
- ・ 本来、税収格差は地方交付税制度を通じて是正すべきもの。
- ・ 過度な返礼品競争などにより地方税の本旨(受益と負担の原則)を損なう懸念。
- ・ 返礼品目当ての寄附や返礼品競争の過熱により制度本来の趣旨から乖離。

○意見なし (3 団体)

(2) ふるさと納税を健全に発展させていく上で、どのような課題があると考えますか。

(複数回答)

ふるさと納税の健全な発展にあたり、多くの団体が「過度の返礼品競争」を課題としている。その他、「税源の流出」、「高額所得者の優遇」、「制度の理解が不十分」などを課題としている団体も複数ある。

○過度の返礼品競争 (33 団体)

(意見例)

- ・返礼品競争の過熱により制度が歪められており、返礼品のあり方の見直しが必要。
- ・制度本来の趣旨から逸脱した「お得な制度」として活用されている懸念。
- ・地方創生に資する施策の競争ではなく高価な返礼品の競争になっている。
- ・返礼品コストの増加により寄附金が行政サービス等に十分活用されにくい状況。
- ・返礼品に力を入れる一部の自治体に寄附が集中。
- ・返礼品に過度に頼ることなく、いかに寄附の拡大に取り組むかが課題。
- ・税収が流出する危機感から返礼品の過当競争（自治体間の「奪い合い」）が発生。
- ・住民税の税額控除が自治体間の返礼品競争を助長している面も。

○税源の流出（9 団体）

(意見例)

- ・返礼品充実等の増収策を講じない自治体の税源流出を促す結果に。
- ・寄附金控除の増加による税収減を被る自治体も発生。
- ・市町村への寄附の増加により都道府県の税収が減少。
- ・個人住民税の減収により住民サービスが低下する恐れ。

○高額所得者の優遇（8 団体）

(意見例)

- ・事実上、富裕層の節税制度、高額所得者優遇の減税ないし補助金となっている。
- ・高額納税者ほど寄附控除額が高額になるため、返礼品を含めた恩恵を多く享受できる。
- ・返礼品が一種の還付となっており、所得が多い人ほど受けるメリットが大きい。
- ・高額所得者ほど返礼品による受益が大きいという逆進性を内在。

○制度趣旨の理解が不十分（7 団体）

(意見例)

- ・ふるさとを応援するという制度趣旨の理解増進と節度ある運用の確保を図る必要。
- ・制度による地方への税移転には、都市の理解と協力があることへの理解が不十分。
- ・寄附の募集にあたっては、返礼品送付が対価の提供との誤解を招かないようにする必要。
- ・寄附する側の意識改革も必要。

○その他（1 団体）

(意見例)

- ・制度を悪用し、給付制度等における所得要件の判定を恣意的に操作できるとの情報も。

○意見なし（5 団体）

(3) ふるさと納税に係る返礼品についてどのように考えますか。(複数回答)

返礼品に対しては、多くの団体が「地域振興等の効果がある」としているが、一方で、「制度本来の趣旨に沿った節度ある対応が必要」との意見や「過度な返礼品は制度本来の趣旨を逸脱し不適切」との意見も多数の団体からある。

○制度本来の趣旨に沿った節度ある対応が必要 (23 団体)

(意見例)

- ・各自治体の判断により、制度の趣旨を踏まえた良識ある対応をすべき。
- ・寄附金が「経済的利益の無償供与」であることを踏まえ、節度ある対応が必要。
- ・返礼品は高価なものではなく寄附者への謝意を示す程度のものが妥当。
- ・節度ある範囲であれば、寄附者への謝意などの観点から返礼品は必要。
- ・費用対効果やコスト意識を持つことが重要。
- ・地域・行政・寄附者の三者がともにメリットある形で実施していく必要。

○返礼品は自治体のPRや地域振興に効果 (20 団体)

(意見例)

- ・自治体の魅力を全国に効果的に発信でき、地域の活性化や人的ネットワーク形成に寄与。
- ・地場産業の活性化や観光誘客に一定の効果。
- ・地元特産品の販路拡大や情報発信手段として有効。
- ・返礼品が注目されることで自治体の魅力のPRにもつながっている。
- ・寄附者への謝意に加え自治体の行う施策をPRするためにも返礼品は必要。

○過度な返礼品は制度本来の趣旨を逸脱し不適切。返礼品の弊害を懸念 (15 団体)

(意見例)

- ・制度の本質は経済的対価を求めない寄附金であり、過度な返礼品は制度趣旨を逸脱。
- ・寄附を誘引する目的で高価な返礼品を送付することは制度趣旨にそぐわない。
- ・寄附金の大半がその調達に充当されるような高額な返礼品は制度趣旨から乖離。
- ・資産性の高いもの、高額なもの、返礼割合が高いもの等は制度趣旨を歪める。
- ・返礼品は寄附の対価ではなく地域の魅力を知ってもらうためのもの。
- ・地域との関係が薄い返礼品を送るなど競争過熱による弊害も。ネットショッピング化。
- ・返礼品により本来行政サービスに充てられるべき財源がその分喪失する。

○意見なし (4 団体)

(4) 過度な返礼品競争について、どのような問題があると考えますか。また、それらの問題への対応についてどのようなことが考えられますか。(複数回答)

過度な返礼品競争に対しては、多くの団体が「返礼品目当ての寄附を助長し制度本来の趣旨を毀損」していること、「自治体の返礼品コスト等の増加による実質的な収入の減少」になることを問題としている。

また、そのための対応として、「節度ある運用の徹底」のほか、多くの団体から「返礼品の制限等一定のルール化」を求める意見がある。

<問題>

○返礼品目当ての寄附を助長し制度本来の趣旨を毀損（24 団体）

（意見例）

- ・ 寄附者の関心が自治体の施策ではなく返礼品に向けられることで制度趣旨と乖離。
- ・ 高価な返礼品は「返礼品のための寄附」という誤解を与える。
- ・ 自治体が寄附金をどう活用するかより、対価として何がもらえるかで寄附先が選別。
- ・ 制度趣旨を逸脱した返礼品を扱う一部市町村に対して助言するも見直されない状況。
- ・ 地方創生のための寄附金であり、寄附者個人の過大な利益につながるべきでない。

○自治体の返礼品コスト等の増加による実質的な収入の減少（11 団体）

（意見例）

- ・ 寄附額に対する返礼割合が高くなると寄附金が地域の施策に十分活用できない。
- ・ 返礼品調達費や広告費などの自治体負担が増え住民サービスの財源が減るのは本末転倒。
- ・ 返礼品競争がさらに過熱すれば、本来行政サービスに充てるべき税収がさらに喪失。
- ・ 適切な運用をしている自治体が「割を食う」などマイナスの影響が生じる可能性。
- ・ 寄附による減収分への交付税措置により返礼品コストを国民全体で負担している状況。

○その他（3 団体）

（意見例）

- ・ 行政が地元産品を返礼品として買い取ることは、形を変えた公共事業。
- ・ 地場産業が行政の買い取りに依存すれば、かえってその競争力を弱める懸念も。
- ・ 返礼品が充実している自治体とそうでない自治体との間で寄附金額の格差が拡大。
- ・ 返礼品コストの増大により、地方と都市の税収格差の是正効果が減殺。

<対応>

○返礼品の制限等一定のルール化（23 団体）

（意見例）

- ・ 返礼品廃止や返礼品の上限額設定など、国が実効性のある対策を早急に講じるべき。
- ・ 総務省通知には法的拘束力がないため、返礼品の上限額等について法令で定めるべき。
- ・ 資産性の判断基準や返礼品の上限額等をより明確にしたガイドラインを国が示すべき。
- ・ 自治体の自主性に配慮し過度な国の関与は控えるべきだが、一定の制限は必要。

- ・返礼品を送付する場合には寄附金控除の上限額を設けるなど制度を見直す必要。
- ・返礼品の上限額やふるさと納税の適用を受ける寄附先団体の上限数を法令に明記。
- ・返礼品金額の上限を超える返礼品を提供した自治体への寄附に一定の制限。
(ふるさと納税制度に基づく税額控除を次年度以降一定期間適用しない仕組みなど)
- ・返礼品の種類や返礼割合について自治体間で一定のルールが必要。
- ・住民税の寄附金控除を廃止し、所得税の寄附金控除額を拡大してはどうか。
- ・ルール化に際して、国が各自治体の控除による税源流出状況等を調査・検証する必要。

○節度ある運用の徹底（16 団体）

（意見例）

- ・ふるさと応援という制度趣旨から逸脱しないよう、各自治体が適切な運用を図るべき。
- ・各自治体が制度趣旨を踏まえ、総務省通知を厳守するなど良識ある対応を行うべき。
- ・ふるさと納税制度は寄附金控除制度の特例であることを踏まえ、節度ある運用が必要。

○その他（2 団体）

（意見例）

- ・国の動向を注視。一部の節度を欠く自治体に対しては総務省が個別に指導すべき。
- ・高価な返礼品を目的としたふるさと納税は制度趣旨と異なることを住民に周知すべき。

○意見なし（5 団体）

（5）今後のふるさと納税のあり方についてどのように考えますか。（複数回答）

今後のふるさと納税のあり方については、多くの団体が「制度本来の趣旨に沿って適切に活用、健全に発展していくべき」としている。また、「制度本来の趣旨に沿って見直し・改善すべき」との意見も多い。

○制度本来の趣旨に沿って適切に活用、健全に発展していくべき（22 団体）

（意見例）

- ・制度の趣旨に沿った節度ある運用を確保し、積極的に活用、健全に発展すべき。
- ・制度趣旨の広報に努めながら制度を適切に活用し、規模を拡大していくべき。
- ・自治体の創意工夫を促し地方創生に資するという制度の趣旨に沿った運用が必要。
- ・国民や都市部の自治体から理解され得る節度ある運用を前提に、積極的に推進すべき。

○制度本来の趣旨に沿って見直し・改善すべき（15 団体）

（意見例）

- ・制度の運用面に対する批判もあるなかで、国が実態を踏まえ適切に制度を見直すべき。

- ・本来地方が自ら律すべきだが、競争が過熱する現状では国の関与もやむを得ない。
- ・費用対効果やコスト意識といった観点を常に持てるよう、制度のあり方を改善すべき。
- ・節度を守って運用している自治体が不利益を被ることのないよう配慮してほしい。
- ・制度趣旨を歪める返礼品競争等を是正・予防するための仕組みや運用が必要。
- ・住民税の税額控除を廃止し、所得税の税額控除に振り替える等の根本的な措置が必要。
- ・高額所得者に対する返礼については一定の規制をすべき。

○寄附金の使途を明示し、施策を競い合うことが必要（9 団体）

（意見例）

- ・各自治体が制度創設の趣旨に立ち返り、施策の向上を進め、その取組をPRすべき。
- ・寄附金の使い途への共感・賛同が寄附につながるような施策の競い合いを行うべき。
- ・各自治体が魅力ある事業を展開し、寄附金の使途を明確にした上で寄附を募る必要。
- ・各自治体の取組や寄附金の活用状況を評価した上で寄附が行われる状況が理想。

○その他（5 団体）

（意見例）

- ・ふるさと納税をする方々には、制度の趣旨・目的を理解した上で応援してもらいたい。
- ・官民が一体となって、ふるさと納税の力を引き出す運動を展開。
- ・企業版ふるさと納税とタイアップして効果的に寄附を募れるようにしてはどうか。
- ・返礼品の上限額等を定めることは「無償供与」という制度の前提と矛盾しないか。

○意見なし（4 団体）

平成 29 年 3 月 8 日

総務省 自治税務局
市町村税課長 様

全国市長会
会長代理 松浦 正人
財政委員長 神谷 学
都市税制調査委員長 高橋 正樹

ふるさと納税の返礼品に関する意見について（回答）

平素、本会の諸活動につきまして、ご理解とご協力を賜り厚く御礼申し上げます。

去る平成 29 年 2 月 27 日付けで照会のありました標記の件について、別添のとおり、
回答いたします。

ふるさと納税の返礼品に関する意見について【回答】

全国市長会

ふるさと納税については、近年、寄附控除額の引上げやインターネット関連サイトの広がり等により、寄附額が飛躍的に伸びる一方で、運用に際しての諸課題も少なからずみられるところであるが、ふるさと納税制度に対しては、各都市において様々な捉え方があり、その意見・考え方も千差万別である。

については、当会財政委員会をはじめとする意見交換の場において、各市区長から出された意見を基に、以下回答する。

1 ふるさと納税についてどのように評価していますか。

ふるさと納税によって、新たな自主財源が確保できたことはもちろん、都市や都市特産品の効果的な PR による観光客・交流人口の増加、返礼品の調達を通じた地域経済の振興など、「制度の運用によって一定の効果がある」とのプラスの評価をしている都市もあるが、寄附金控除による市税収入の減少など、「マイナスの影響があった」と評価する都市も少なからずある。

【その他の意見】

- ・行政への参加意識や都市への愛着の醸成が図られた。
- ・税源の偏在是正は、本来、地方税財源の拡充や地方交付税措置等により是正すべき。

2 ふるさと納税を健全に発展させていく上で、どのような課題があると考えますか。

多くの都市が自治体間の返礼品競争の過熱を懸念している。

また、寄附件数・寄附金額が増加する中において、寄附金控除による市税収入への影響や返礼品の調達・発送事務のほか、ワンストップ特例制度導入に伴う関係事務の増加・煩雑化を課題とする都市も多い。

このほか、寄附者の意識がふるさとを思う気持ちや都市を応援したいという気持ちではなく、返礼品目当てになるなど、制度本来の趣旨とかけ離れてしまっている現状を危惧する都市も多い。

【その他の意見】

- ・現在の状況は、制度本来の趣旨から逸脱しており、受益と負担の関係が歪められている。
- ・制度本来の趣旨を積極的に広報する等、寄附者の意識改革を促す方策が必要。

3 ふるさと納税に係る返礼品についてどのように考えますか。

寄附者への返礼品送付は、寄附に対して感謝の意を表す手段にとどまらず、返礼品送付を通じた都市の魅力や特産物の効率的な PR のほか、返礼品の選定を通じた新たな地域資源の発掘など、行政のシティセールス能力の向上につながっているとする都市が多い。

また、返礼品の調達を通じて、販路拡大や品質向上等に対する事業者の意欲の高まりがみられる等、地域産業の振興にもつながっているとする都市もある。

その一方で、寄附額が返礼品の調達や送付の費用に費やされ、結果的に事業に充当すべき財源が目減りしている等の弊害があるとする都市もある。

【その他の意見】

- ・制度の利用をきっかけとした都市特産物の購入者が増えるなど、二次的な波及効果が生まれている。
- ・返礼品の送付により、地域の魅力を効率的に伝えることができ、本市への来訪者の増加につながっている。
- ・返礼品の原資は税であり、節度を越えた返礼は、負担の公平性からも問題。
- ・返礼品をめぐる問い合わせや要求が多発しており、その処理が負担となっている。

4 過度な返礼品競争について、どのような問題があると考えますか。また、それらの問題への対応についてどのようなことが考えられますか。

返礼品に対しては、上記3にあるとおり、返礼品の効果を評価する意見が多い一方で、過熱する自治体間の返礼品競争を懸念する都市が非常に多く、過度な競争による返礼品価格・返礼割合の更なる高騰や新たな自治体格差の発生を危惧する都市がある。

また、事業者が返礼品の調達に過度に依存することによって、結果的に独自の販路拡大努力など、事業者本来の競争力を失わせる恐れがあるとする都市もある。

このほか、返礼は節度を持って対応すべきであると考えているものの、現状においては、自治体の自主性に任せているだけでの適正化は困難であり、国において、返礼品に対する一定の基準やルールを設けるべきとする都市が多い。

その一方で、返礼品について規制するのではなく、各自治体の判断により、節度を持った運用を目指すべきとする都市もある。

【その他の意見】

- ・節度を持って対応してきたが、他の自治体に遅れをとるべきではないとの議会や市民の声等を踏まえると、返礼品の充実等に取り組みざるを得ない。
- ・金銭類似性の高いものを返礼品の一部としているが、寄附者のニーズも高く、地場産業の活性化に寄与するものと考えたと安易に排除できない。
- ・総務省通知に拘束力がなく、現状では歯止めが効いていない。

5 今後のふるさと納税のあり方についてどのように考えますか。

ふるさと納税制度は、都市のPRや地域産業の活性化等にとって有益な制度であることから、無用な自治体間競争を招かないような仕組みを構築し、将来にわたり継続的に維持される制度にすべきであるとする都市が多い。

また、具体的な方法として、突出した自治体の存在によって他の自治体が引きずられることのないよう、一定の基準やルールの範囲内において、各自治体の裁量による運用を目指すべきとする都市が多い。

一方で、本制度は自治体にとって様々な利点があるものの、市税収入の減少など弊害も見られることから、制度そのものを一旦廃止し、原点に立ち返って新たな仕組みを検討すべきとする都市もある。

【その他の意見】

- ・富裕層にメリットの高い制度となっていることから、税額控除の割合を見直すべき。
- ・ワンストップ特例制度による所得税控除分は国税で対応すべき。
- ・現行制度において、各自治体が制度本来の趣旨に沿った運用に努めるべきであり、過度な返礼品競争は制度の存続を危うしかねない。

平成29年3月15日

総務省 自治税務局
市町村税課長様

全国町村会長
藤原忠彦

ふるさと納税の返礼品に関する意見について（回答）

平素より、本会の諸活動につきましてご高配を賜り感謝申し上げます。
さて、平成29年2月27日付けで照会のありました件について、別添のとおり、回答いたします。

ふるさと納税の返礼品に関する意見（回答）

平成 29 年 3 月 15 日
全 国 町 村 会

1 ふるさと納税についてどのように評価していますか？

ふるさと納税制度は、ふるさとに対し貢献又は応援したいという納税者の思いを実現する観点から創設されたものであり、地域活性化や人口減少対策等の地方創生に資する効果もあり、評価できる。

ただし、過度の返礼品競争等など本来の制度の趣旨から逸脱した団体があるため評価できないという意見もある。

2 ふるさと納税を健全に発展させていく上で、どのような課題がありますか？

多くの団体が、返礼品競争について課題があるとしている。

また、以下のとおり、少数の意見がある。

- ・商品券、金券、転売できる家電製品等がある
- ・メディア等が返戻品（商品）の競争を煽る、過熱化
- ・自治体間の格差が生じている
- ・税収減による自治体行政サービスの低下の懸念
- ・寄付者の意識の問題
- ・高額所得者ほど有利な控除が受けられる
- ・一般寄付金制度にも影響を及ぼす可能性がある
- ・ネットショッピング化している

3 ふるさと納税に係る返礼品についてどのように考えますか？

返礼品について、特産品や自治体の PR、宣伝効果が高く、また、特産品の開発、販路・顧客の拡大になり、産業振興や経済活性化に寄与している。

4 過度な返礼品競争について、どのような問題があると考えますか？
また、それらへの問題への対応についてどのようなことが考えられますか？

過度の返礼品競争は本来の制度の趣旨から問題があり、国による返礼品の全国的な一定の基準、ルール等を設けるべきである。返礼率に上限を設けるべきとの意見もある。一方、過度な制限は自治体の裁量を狭めるため、慎重であるべき、自治体の良識ある対応に任せるべきであるという意見もある。

5 今後のふるさと納税のあり方についてどのように考えますか？

ふるさと納税制度は特産品の PR・宣伝効果が高く、地方創生・地域活性化に繋がるので継続していただきたい。

本来の制度趣旨の啓発を行い、再認識の徹底を図ることが必要である。

なお、自治体が寄付の用途を細かく明確に公表していく仕組みが必要とする意見等もある。