

総 税 市 第 66 号  
令和 5 年 6 月 27 日

各都道府県ふるさと納税担当部長  
各都道府県ふるさと納税市区町村担当部長 殿

総務省自治税務局市町村税課長  
( 公 印 省 略 )

ふるさと納税に係る指定制度の運用についてのQ&Aについて（通知）

本日付けで、平成 31 年総務省告示第 179 号を改正したこと等に伴い、「ふるさと納税に係る指定制度の運用についてのQ&A」を別紙のように改正しました。

各地方団体におかれましては、関係法令や告示・通知と併せ、本Q&Aにもご留意の上、適正にふるさと納税に係る指定制度の運用をされるようお願いいたします。

貴都道府県内市区町村に対してもこの旨周知するとともに、適切な助言・支援をお願いいたします。

なお、本通知は地方自治法（昭和 22 年法律第 67 号）第 245 条の 4（技術的な助言）に基づくものです。



## ふるさと納税に係る指定制度の運用についてのQ & A

### 1. 地方税法第37条の2第2項柱書及び第314条の7第2項柱書関係

#### (募集適正基準(趣旨に沿った募集方法))

問1 告示第2条第1号イを規定する趣旨如何。また、「その他の不当な方法による募集」(告示第2条第1号イ)とは具体的にどのような募集が該当するのか。

問1の2 「寄附者から返礼品等の譲渡を受け、当該寄附者にその対価として金銭の支払をすることを業として行う者を通じた募集」(告示第2条第1号ロ)には、どのような場合が該当するか。

問2 「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」(告示第2条第1号ハ)とは具体的にどのような宣伝広告が該当するのか。

問3 ふるさと納税の募集に際して、新聞等の各種広告媒体に返礼品等の情報を掲載することは、すべて「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」(告示第2条第1号ハ)に該当するのか。

問4 ポータルサイト運営事業者がサイト登録者等に対して発出しているメールマガジン等は、「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」(告示第2条第1号ハ)に該当するのか。

問5 「適切な寄附先の選択を阻害するような表現」(告示第2条第1号ニ)とは具体的にどのような表現か。

問6 「当該地方団体の区域内に住所を有する者に対する返礼品等」(告示第2条第1号ホ)に、感謝状やお礼状は含まれるのか。

#### (募集適正基準(募集費用総額5割以下))

問7 ふるさと納税の募集とその他の目的の内容とを合わせて実施する場合における当該「募集に要する費用」の計上方法如何。

問8 「募集に付随して生ずる事務に要する費用」とはどのような費用か。

問9 これまでふるさと納税受入額を集計する際に、個人からの寄附と法人からの寄附を区別していなかったが、告示第2条第2号における第1号寄附金の額の計上にあたり、それぞれの寄附を区別する必要はあるか。

## 2. 地方税法第37条の2第2項各号及び第314条の7第2項各号関係

### (返礼品等の定義等)

問10 「物品又は役務と交換させるために提供するもの」(告示第3条)とは具体的にどのようなものか。

問11 地方団体が、寄附額を原資とした補助金をNPO等に交付し、当該NPO等が返礼品の調達・送付を行っている場合も、当該返礼品については、告示に適合する必要があるのか。

問12 地方団体が契約するポータルサイト運営事業者が寄附者に対して提供するポイント等については、「返礼品等」に含まれるのか。

問12の2 寄附者を対象として、地方団体から返礼品等を提供した後に、地元特産品のPRとして、別途、地元特産品を提供することや、地元特産品を使用した食事会に招待することは、「返礼品等」に含めるべきか。

### (返礼割合基準)

問13 返礼割合は、一定期間における通算で受入額に対する調達経費を3割以下にすれば良いのか。例えば、一定期間における返礼割合を4割、別の一定期間における返礼割合を2割とすることによって、年間を通じて3割以下にするといったことが可能か。

問14 返礼割合を計算するに当たっての調達に要する費用とは、当該品物の原価、仕入れ値、定価のいずれで計算すれば良いのか。

問15 「支出の名目にかかわらず、当該地方団体が支出した額が当該返礼品等の数量又は内容に影響するものである場合」(告示第4条第1号)に該当するような具体例はどのようなものか。

問16 複数の返礼品等を一括して調達する場合、調達費用の算出方法如何。

### (地場産品基準)

問17 「当該地方団体の区域内において返礼品等の原材料の主要な部分が生産されたもの」(告示第5条第2号)とは、どのようなものを指すのか。

問18 「当該地方団体の区域内において返礼品等の製造、加工その他の工程のうち主要な部分を行うことにより相応の付加価値が生じているもの」(告示第5条第3号)とは、どのようなものを指すのか。

問18の2 「ただし、当該工程が食肉の熟成又は玄米の精白である場合には、当該地方団体が属する都道府県の区域内において生産されたものを原材料とするものに限る」（告示第5条第3号）とあるが、認められない例にはどのようなものがあるのか。

問19 A団体において、製品に係る企画立案まで行い、B団体で当該製品を製造・組立等する場合、告示第5条第3号に該当するものとして、当該製品をA団体の返礼品として良いか。

問20 「返礼品等を提供する市区町村の区域内において生産されたものであって、近隣の他の市区町村の区域内において生産されたものと混在したもの（流通構造上、混在することが避けられない場合に限る。）」（告示第5条第4号）とは、どのようなものを指すのか。

問21 「地方団体の広報の目的で生産された当該地方団体のキャラクターグッズ、オリジナルグッズその他これらに類するものであって、形状、名称その他の特徴から当該地方団体の独自の返礼品等であることが明白なもの」（告示第5条第5号）とはどのようなものを指すのか。

問22 「前各号に該当する返礼品等と当該返礼品等に附帯するものとを合わせて提供するものであって、当該返礼品等の価値が当該提供するものの価値全体の七割以上であること」（告示第5条第6号）とは、どのようなものを指すのか。

問23 当該地方団体を訪れるための旅行券は、地場産品として認められるのか。「その他これに準ずるもの」（告示第5条第7号）に該当するのか。

問24 区域外で提供される役務については、地場産品と認められる場合はないのか。

問24の2 どのような場合に「当該地方団体の区域内において地域のエネルギー源により発電された電気」として地場産品基準に適合するか。（告示第5条第7号の2）

問25 「市区町村が近隣の他の市区町村と共同で前各号のいずれかに該当するものを共通の返礼品等とするもの」（告示第5条第8号イ）とは、どのようなものを指すのか。

問26 「都道府県が当該都道府県の区域内の市区町村と連携し、前各号のいずれかに該当するものを当該都道府県及び当該市区町村の共通の返礼品等とするもの」（告示第5条第8号ロ）とは、どのようなものを指すのか。

問27 「都道府県が当該都道府県の区域内の複数の市区町村において地域資源として相当程度認識されている物品及び当該市区町村を認定し、当該物品

を当該市区町村がそれぞれ返礼品等とするもの」(告示第5条第8号ハ)とは、どのようなものを指すのか。

問28 「震災、風水害、落雷、火災その他これらに類する災害により甚大な被害を受けたことにより、その被害を受ける前に提供していた前各号のいずれかに該当する返礼品等を提供することができなくなった場合において、当該返礼品等を代替するものとして提供するもの」(告示第5条第9号)とは、どのようなものを指すのか。

問29 姉妹都市や友好都市、返礼品等の提供を目的とした協定の締結相手の団体の特産物等は、地場産品と考えられるか。

### 3. 地方税法第37条の2第3項及び第314条の7第3項関係

(省令第1条の16第3項から第5項まで)

問30 省令第1条の16第3項から第5項までについて具体的な事務の流れはどうか。

### 4. 地方税法第37条の2第5項及び第314条の7第5項関係

(総務大臣の報告の求め)

問31 「返礼品を提供しない」と申出を行った地方団体が「返礼品を提供する」と変更しようとする場合には、どのような手続きを取ればよいか。

### 5. 地方税法第37条の2第6項及び第314条の7第6項関係

(総務大臣による指定の取消し)

問32 指定の取消しについては、どのような基準に基づき行われることになるのか。

## 1. 地方税法第37条の2第2項柱書及び第314条の7第2項柱書関係

### (募集適正基準(趣旨に沿った募集方法))

問1 告示第2条第1号イを規定する趣旨如何。また、「その他の不当な方法による募集」(告示第2条第1号イ)とは具体的にどのような募集が該当するのか。

- ふるさと納税制度は、寄附者が自らの意思でふるさとやお世話になった地方団体に寄附を行うものであり、第三者に謝金を支払うこと等により、当該第三者に寄附者の勧誘・紹介をさせるような行為は、この趣旨に反するものであるため、そのような募集を行わないよう規定するもの。
- なお、ふるさと納税に係る事務の一部を委託するため、広く一般に地方団体の情報を提供するために活用されている民間事業者が運営するいわゆるふるさと納税ポータルサイト(以下「ポータルサイト」という。)や、観光協会・まちづくり協議会などに対し地方団体が委託料を支出することは、「特定の者に対して謝金その他の経済的利益の供与を行うこと」には該当しない。
- 「その他の不当な方法による募集」とは、寄附者の自主的な選択を阻害するような適当でない方法による募集をいうものであり、例えば、寄附を行うよう強要すること等がこれに該当する。

問1の2 「寄附者から返礼品等の譲渡を受け、当該寄附者にその対価として金銭の支払をすることを業として行う者を通じた募集」(告示第2条第1号ロ)には、どのような場合が該当するか。

- 地方団体が設問のような者へ委託等を行い寄附金を募集する場合のほか、地方団体が委託等をしていなくても当該者を通じた寄附を推奨する場合や、当該者が地方団体名を掲げて寄附金を募集することを承諾する場合もこれに該当する。また、当該者が返礼品等の対価として提供するものが、現金でなくポイントその他の金銭に類するものであってもこれに該当する。

問2 「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」(告示第2条第1号ハ)とは具体的にどのような宣伝広告が該当するのか。

- 「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」としては、ふるさと納税の募集に際して、新聞等の各種広告媒体に返礼品等を強調して掲載しているような場合や、返礼品等の情報が大部分を占めるパンフレットを作成し、不特定多数の者にこれを配布する場合等がこれに該当する。
- 告示第2条第1号ハは、宣伝広告について規定したものであり、ポータルサイト上において、通常の情報提供を行うことは、これに該当しないが、告示第2条第1号ニの「情報提供」に該当するので、寄附者による適切な寄附先の選択を阻害するような表現は行わないこと。(問5参照)

問3 ふるさと納税の募集に際して、新聞等の各種広告媒体に返礼品等の情報を掲載することは、すべて「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」（告示第2条第1号ハ）に該当するのか。

- 新聞等の各種広告媒体において、例えば、ふるさと納税の用途等を紹介してふるさとへの支援を呼び掛ける目的や、移住・定住を促す目的、あるいはシティープロモーション等の目的で広告を掲載する場合に、付随的に返礼品等の情報を掲載するといったものは許容される。
- 「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」に該当しない限り、宣伝広告を行う場合に、どの広告媒体を使うかについては、地方団体の自主的な判断に委ねられる。

問4 ポータルサイト運営事業者がサイト登録者等に対して発出しているメールマガジン等は、「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」（告示第2条第1号ハ）に該当するのか。

- 当該メールマガジン等において、特定の市区町村名が明示され、当該市区町村の返礼品等を強調しているものであって、当該市区町村がその内容を確認した上で発出されているものである場合には、「返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告」（告示第2条第1号ハ）に該当する。

問5 「適切な寄附先の選択を阻害するような表現」（告示第2条第1号ニ）とは具体的にどのような表現か。

- 「適切な寄附先の選択を阻害するような表現」としては、具体的には、「お得」、「コスパ（コストパフォーマンス）最強」、「ドカ盛り」、「圧倒的なボリューム」、「おまけ付き」、「セール」、「買う」、「購入」、「還元」などが考えられるほか、キャンペーンのような形態で、通常と比較して「必要寄附金額の引下げ」や「個数の増量」を行う旨を併記することも当該表現に該当する。
- 地方団体においては、上記の例示だけでなく、これらに類似する表現等についてもご留意いただき、新規にポータルサイト等に掲載を開始する返礼品等はもちろんのこと、既に掲載済みの返礼品等についても、確認を行うこと。
- なお、地方団体の公式HP等において、当該地方団体が直接これらの表現を用いた情報提供を行う場合のほか、地方団体が、民間事業者と契約し、ポータルサイトにおいてこれらの表現を用いた情報提供を行わせる場合も、告示第2条第1号ニの「情報提供」に該当するため、当該ポータルサイト上における表現についても、地方団体が確認すること。



問6 「当該地方団体の区域内に住所を有する者に対する返礼品等」（告示第2条第1号ホ）に、感謝状やお礼状は含まれるのか。

- 一般的には、寄附者に対して感謝を示すために送られる感謝状やお礼状は、経済的価値がないものであり、返礼品等には該当しないものと考えられる。  
同様に、広く一般に配布されているような地方団体の広報誌や観光パンフレット、寄附金を活用して実施した事業の内容を記載した事業結果報告書等についても、返礼品等には該当しないものと考えられる。

**（募集適正基準（募集費用総額5割以下））**

問7 ふるさと納税の募集とその他の目的の内容とを合わせて実施する場合における当該「募集に要する費用」の計上方法如何。

- ふるさと納税の募集とその他の目的の内容とを合わせて実施する場合における費用については、ふるさと納税の募集に要する費用とそれ以外の費用とを、合理的に考えられる手法によって区別して、ふるさと納税の募集に係る部分に相当する費用を「募集に要する費用」として計上すること。
- 例えば、観光プロモーションを主たる内容としたポスターの一部にふるさと納税の募集について記載がある場合には、それぞれの内容を掲載した部分の面積によって費用を按分すること等が考えられる。

問8 「募集に付随して生ずる事務に要する費用」とはどのような費用か。

- 例えば、寄附金に係る受領証の発行事務に要する費用、ワンストップ特例に係る申請書の受付事務に要する費用（当該事務を電子化するために要する費用を含む。）、ふるさと納税以外の業務も兼任している職員に係る人件費のうち、ふるさと納税に関する業務に係るものなどが挙げられる。その他、ふるさと納税の募集を行ったことや寄附金を受領したことにより発生したと考えられる費用は幅広に含めること。

問9 これまでふるさと納税受入額を集計する際に、個人からの寄附と法人からの寄附を区別していなかったが、告示第2条第2号における第1号寄附金の額の計上にあたり、それぞれの寄附を区別する必要はあるか。

- 指定制度下においては、法人からの寄附金を除外し、ふるさと納税として認められる寄附金のみを計上すること。

## 2. 地方税法第37条の2第2項各号及び第314条の7第2項各号関係

### (返礼品等の定義等)

問10 「物品又は役務と交換させるために提供するもの」(告示第3条)とは具体的にどのようなものか。

- 「物品又は役務と交換させるために提供するもの」(告示第3条)とは、寄附したタイミングよりも一定期間後において返礼品等(地場産品基準のいずれかに該当するものに限る。)と交換することのできるポイントや施設利用引換券の類いのものを指す。証票に記載されているもののみならず、電子機器その他のものに電磁的方法により入力されたものを含む。
- 交換される対象については、地場産品基準のいずれかに該当する必要がある、地場産品基準に適合するものと適合しないものとの選別が困難な店舗を当該ポイント等の使用可能店舗として指定することは認められない。仮に地場産品基準に適合しないものと交換されていることが判明した場合には、指定の取消しの対象となり得ることから、各地方団体においては、対象店舗の選定等を慎重に行うこと。
- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

(認められると考えられる例)

- ・ 区域内で生産された農作物のみを取り扱う直売所の買物券

(認められないと考えられる例)

- ・ 地場産品以外の商品も販売している区域内のスーパーマーケットやドラッグストア等において、地場産品以外にも利用可能な地域共通券
- ・ 区域内のゴルフ場でのプレー料金だけでなく、併設されたグッズショップにおいて区域外で製造されたゴルフグッズを購入する際の支払いにも充当可能なゴルフ場利用券
- ・ 区域内のホテルの宿泊代だけでなく、併設された売店において区域外で製造された飲料を購入する際の支払いにも充当可能なホテル利用券

問11 地方団体が、寄附額を原資とした補助金をNPO等に交付し、当該NPO等が返礼品の調達・送付を行っている場合も、当該返礼品については、告示に適合する必要があるのか。

- NPO等が返礼品の調達・送付を行う場合であっても、地方団体が返礼品の調達・送付を行う場合と同視すべきであり、基準に適合する必要があると考えられる。

問 1 2 地方団体が契約するポータルサイト運営事業者が寄附者に対して提供するポイント等については、「返礼品等」に含まれるのか。

- ポータルサイト運営事業者が寄附者に対して提供するポイント等であったとしても、当該ポイント等について、地方団体が追加的に経費負担をしているのであれば、当該団体の提供する「返礼品等」に含まれることとなる。

問 1 2 の 2 寄附者を対象として、地方団体から返礼品等を提供した後に、地元特産品の PR として、別途、地元特産品を提供することや、地元特産品を使用した食事会に招待することは、「返礼品等」に含めるべきか。

- 寄附に伴う返礼品等に加えて、当該地方団体が費用を負担して設問のような特典を提供する場合は、それらの特典も「返礼品等」に含まれることとなる。
- なお、全ての寄附者に設問のような特典を提供する場合のほか、寄附者のうち一定の者（レビュー投稿者や抽選による当選者等）にのみ提供する場合も同様である。

#### （返礼割合基準）

問 1 3 返礼割合は、一定期間における通算で受入額に対する調達経費を 3 割以下にすれば良いのか。例えば、一定期間における返礼割合を 4 割、別の一定期間における返礼割合を 2 割とすることによって、年間を通じて 3 割以下にするといったことが可能か。

- 返礼割合に係る基準は、「個別の」寄附金の受領に伴い提供する返礼品等について適合することが必要であり（地方税法第 37 条の 2 第 2 項第 2 号、第 314 条の 7 第 2 項第 2 号）、一時期であっても、返礼割合が 3 割を超える返礼品等を提供することは認められない。

問 1 4 返礼割合を計算するに当たっての調達に要する費用とは、当該品物の原価、仕入れ値、定価のいずれで計算すれば良いのか。

- 返礼品等の調達に要する費用の額については、当該返礼品等の原価や定価ではなく、返礼品等の調達のために、「地方団体が現に支出した額」（告示第 4 条第 1 号）であって、調達に当たって、消費税法（昭和 63 年法律第 108 号）の規定により課されるべき消費税に相当する金額及び地方税法第二章第三節の規定により課されるべき地方消費税に相当する金額がある場合には、これらの金額を含めること。
- なお、将来的に返礼品事業者など地方団体以外の者に負担を求めることを想定している費用であっても、当該地方団体が返礼品を調達するために一時

的にでも支出している場合には、「地方団体が現に支出した額」に含まれるものであること。

問15 「支出の名目にかかわらず、当該地方団体が支出した額が当該返礼品等の数量又は内容に影響するものである場合」（告示第4条第1号）に該当するような具体例はどのようなものか。

- 例えば、調達費用とは別に「送料」（実費として支払われた分を除く。）や「サービス向上費」等の名目で、返礼品事業者に対して支払いが行われ、当該経費が実質的に返礼品等を調達するための費用に充当されることによって、調達費用の名目で支払われた額のみによって調達する場合よりも多くの数量の返礼品等の調達が行われる場合等が該当する。

問16 複数の返礼品等を一括して調達する場合、調達費用の算出方法如何。

- 複数の返礼品等を一括して調達する場合には、当該返礼品等の調達に要した費用の額の合計額を、個別の返礼品等ごとにその数量又は内容に応じて按分すること。

#### （地場産品基準）

問17 「当該地方団体の区域内において返礼品等の原材料の主要な部分が生産されたもの」（告示第5条第2号）とは、どのようなものを指すのか。

- 当該原材料が「主要な部分」と言えるかどうかについては、当該原材料を用いて作られる加工品等の重量や付加価値のうち半分を一定程度以上上回る割合が当該原材料によるものであること等により判断し、ふるさと納税の募集に際し、その旨をポータルサイト上等に明記すること。
- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

#### （認められると考えられる例）

- ・ 区域内で生産された牛乳や果物を100%使用して、区域外で製造されたジェラート
- ・ 区域内で生産された酒米を100%使用して、区域外において醸造した地酒
- ・ 区域内の事業者が100%自社で栽培したリンゴを使用して、区域外の工場加工したリンゴジュース
- ・ 原材料の柑橘のうち9割以上に区域内で生産された柑橘を使用したジュース

#### （認められないと考えられる例）

- ・ 製造に用いる牛乳のうち区域内で生産された牛乳を約1割使用した、区域外製造のアイスクリーム
- ・ 区域内で生産された醤油・ポン酢を使用した、区域外で加工されたもつ鍋・水炊き
- ・ スチール缶の原材料となる鉄を区域内で製造し、そのスチール缶を使用したビール

問18 「当該地方団体の区域内において返礼品等の製造、加工その他の工程のうち主要な部分を行うことにより相応の付加価値が生じているもの」（告示第5条第3号）とは、どのようなものを指すのか。

- 当該工程が「主要な部分」と言えるかどうかについては、当該工程を経て完成した当該返礼品等の重量や付加価値のうち、半分を一定程度以上上回る割合が当該工程によるものであること等により判断し、ふるさと納税の募集に際し、その旨や区域内で行われた工程の詳細をポータルサイト上等に明記すること。
- また、製造、加工その他の工程によって相応の付加価値が生じていると判断するためには、関税法施行規則（昭和41年大蔵省令第55号）において、実質的な変更を加える加工又は製造に該当しない例として以下のとおり列挙していること等を踏まえること。

（参考）実質的な変更を加える加工または製造に該当しない例

- ・ 輸送又は保存のための乾燥、冷凍、塩水漬けその他これらに類する操作
- ・ 単なる切断
- ・ 選別
- ・ 瓶、箱その他これらに類する包装容器に詰めること
- ・ 改装
- ・ 仕分け
- ・ 製品又は包装にマークを付け又はラベルその他の表示を張り付け若しくは添付すること
- ・ 単なる混合
- ・ 単なる部分品の組立て及びセットにすること

- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

（認められると考えられる例）

- ・ 区域内の事業者が区域外で生産された原材料を使用し、区域内で加工・品質保守を一元管理し、当該事業者の自社製品として販売しているもの
- ・ 区域外で生産された豚肉を、区域内で切断・調理・袋詰めしている豚肉加工品
- ・ 区域外で生産された原材料を用いて、区域内の醸造所において醸造した酒
- ・ 区域外で生産されたガラス等に、商品価値の主要な部分である伝統的な螺鈿（らでん）細工や漆芸を区域内において区域内事業者が施した工芸品

(認められないと考えられる例)

- ・ 海外で生産し、区域内事業者が検品を行っているラジオ
- ・ 区域外で生産されているが区域内の茶商が監修しているペットボトルのお茶
- ・ 区域内事業者がパッケージしている区域外で生産されたフルーツ
- ・ 区域外で生産されたビールに、当該団体オリジナルのシールを貼ったもの
- ・ 区域外から調達したブロック肉を、区域内で単なる切断・パック詰めした精肉

問18の2 「ただし、当該工程が食肉の熟成又は玄米の精白である場合には、当該地方団体が属する都道府県の区域内において生産されたものを原材料とするものに限る」(告示第5条第3号)とあるが、認められない例にはどのようなものがあるのか。

- 例えば、輸入した海外産の牛肉を区域内で熟成させたものや、県外で収穫した玄米を区域内で精白したものを提供することは認められない。

問19 A団体において、製品に係る企画立案まで行い、B団体で当該製品を製造・組立等する場合、告示第5条第3号に該当するものとして、当該製品をA団体の返礼品として良いか。

- 企画立案を行っているという要素のみでは「類するもの」に該当するとは考えられず、当該基準に該当するものではない。

問20 「返礼品等を提供する市区町村の区域内において生産されたものであって、近隣の他の市区町村の区域内において生産されたものと混在したもの(流通構造上、混在することが避けられない場合に限る。)」(告示第5条第4号)とは、どのようなものを指すのか。

- 当該市区町村から直接流通経路に乗せることが現実的に困難である場合に限って該当するものであって、単に、他の市区町村で製造されたものと同じ配送業者がまとめて配送していることや同じ事業者が別々の市区町村で生産していることといった要素のみで、当該基準に該当するものではない。
- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

(認められると考えられる例)

- ・ 当該地方団体の区域を含む複数の地方団体の区域を管轄するJAに区域内で生産された米を出荷して、当該JAが区域外で生産された米とブレンドし「〇〇米」として出荷されたもの
- ・ 区域内で生産後、複数の地方団体を管轄するJAに出荷しており、流通構造上、近隣の団体で生産された茶葉と混在することが避けられない茶葉

- ・ 区域内で肥育後、近隣の複数団体を管轄すると畜場でと畜するため、流通構造上、近隣の団体で肥育された牛肉と混在することが避けられない牛肉

(認められないと考えられる例)

- ・ 区域内で生産されたものと区域外で生産されたものを全国の店舗で区別なく取り扱っているアイスクリーム

問 2 1 「地方団体の広報の目的で生産された当該地方団体のキャラクターグッズ、オリジナルグッズその他これらに類するものであって、形状、名称その他の特徴から当該地方団体の独自の返礼品等であることが明白なもの」(告示第5条第5号)とはどのようなものを指すのか。

- 返礼品等自体が地方団体の広報の目的で生産されたものである必要があり、一般に流通している物品の本体やパッケージに単に団体等のロゴをプリントしたものや、PRリーフレットを同封したものは、当該基準に該当するものではない。
- また、かつての産地であったことや、今後〇〇の町として売り出そうとしていること、当該区域の出身者等ゆかりの者に関連したものであること、市内に事業所が存在していること、事業者と連携協定を結んでいることといった要素のみで、当該基準に該当するものではない。
- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

(認められると考えられる例)

- ・ 当該地方団体のゆるキャラグッズ
- ・ 当該地方団体をPRするためのオリジナルのポストカード
- ・ 当該地方団体をホームとするスポーツチームの応援グッズ

(認められないと考えられる例)

- ・ かつて玩具の一大産地であったことから区域内に所在する協同組合に加盟しているが、現在では区域内に工場がなく区域外で製造する玩具
- ・ 区域内で創業した事業者が区域外で生産する即席麺
- ・ 当該区域の出身者であるパティシエが区域外で製造する洋菓子
- ・ 包装紙に当該地方団体名が記載されているだけのもの
- ・ 区域外で製造している電子機器類の待受け画面に、当該地方団体の名称やゆるキャラ等を表示させたもの
- ・ アウトドアブランドと連携協定を結び、当該ブランドと当該地方団体がコラボレーションしたロゴを印字した区域外で製造するアウトドアグッズ
- ・ ゴルフによる町おこしの一環として、区域外で製造されたゴルフ用品に当該地方団体のキャッチコピーを印字したもの
- ・ 市のシンボルマークに使われた色を取り入れた限定カラーのルアー

問 2 2 「前各号に該当する返礼品等と当該返礼品等に附帯するものとは、どのようなものを指すのか。

- 「当該返礼品等に附帯する」と言えるかどうかについては、使用目的等において、一般的に地場産品が主たるもの、地場産品以外のものが附帯するものであることが社会通念上明らかであるかどうかにより判断する。
- 「当該返礼品等の価値が当該提供するものの価値全体の七割以上である」と言えるかどうかについては、提供されるもの全体の調達に要する費用のうち、7割以上の割合が当該返礼品等に係る調達に要する費用であることにより判断する。
- ふるさと納税の募集に際しては、上記の旨をポータルサイト上等に明記すること。また、ポータルサイト等における募集の際には、地場産品が主たるもの、地場産品以外のものが附帯するものであることが明白な募集を行うこと。
- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

(認められると考えられる例)

- ・ 区域内で製造されたそばと区域外で製造されたそばつゆのセット
- ・ 区域内で生産された野菜の詰合せと区域外で製造されたバーニャカウダソースのセット
- ・ 区域内で製造された曲げわっぱの弁当箱と区域外で製造された弁当箱の収納袋のセット

(認められないと考えられる例)

- ・ 区域外で生産された商品と当該地方団体の PR 冊子をセットにしたもの
- ・ 区域外で製造されたビールと区域内で生産されたタオルをセットにしたもの
- ・ 海外製のタブレット端末に区域内を探索できるアプリをあらかじめダウンロードしたもの
- ・ 区域内で製造したタオルケットと海外製の空気清浄機をセットにしたもの
- ・ 区域内で採取したハチミツと海外製のフライパンをセットにしたもの

問 2 3 当該地方団体を訪れるための旅行券は、地場産品として認められるか。「その他これに準ずるもの」(告示第 5 条第 7 号)に該当するのか。

- 区域内を訪れるための航空券等の交通手段のみを単独で提供する場合は、「区域内において提供される役務」及び「その他これに準ずるもの」のいずれにも該当しない。
- 区域内において提供される役務と、区域内を訪れるための航空券等の交通



手段を組み合わせた返礼品等は、当該区域内において提供される役務が、当該返礼品等全体の主要な部分と認められる場合に限り、「その他これに準ずるもの」に該当するものである。

- 具体的には、寄附者が当該地方団体を訪れて、区域内で宿泊することを条件とする旅行券や旅行クーポンは、これに該当する。
- なお、区域内で提供される役務が宿泊以外であっても、上記考え方に基づき、区域内を巡る観光ツアーや、区域内におけるレジャー体験などが当該返礼品等全体の主要な部分と認められる場合には、第7号に該当するものとして差し支えない。ただし、区域内における役務が食事の提供のみである場合や、区域内の滞在が短時間となる観光ツアー・レジャー体験など一時的な役務の提供にとどまるものは、これに該当しない（これらの役務の提供を受けるための通常の価格が交通手段の通常の価格を上回る場合を除く。）。

問24 区域外で提供される役務については、地場産品と認められる場合はないのか。

- 区域外で提供される役務であっても、「当該役務の主要な部分が当該地方団体に相当程度関連性のある」場合には、「その他これに準ずるもの」として地場産品と認め得るものがある。
- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

(認められると考えられる例)

- ・ 地域の特産品をPRするための区域外のアンテナショップ内の飲食スペースにおいて、区域内で生産された野菜や肉をふんだんに使ったメニューを提供
- ・ 区域内の事業者が車いす用に製作した着物を区域外で提供（レンタル以外の工程はすべて区域内で行っているもの）

(認められないと考えられる例)

- ・ 区域内において旅館経営している事業者が都内において経営している店舗で使用可能な食事券
- ・ 区域内で肥育されたブランド牛を扱う首都圏等の高級な飲食店において使用できるグルメポイント
- ・ 区域内に教室を設ける講師が、区域外の受講者を対象にオンラインで実施する英会話等のレッスン

問24の2 どのような場合に「当該地方団体の区域内において地域のエネルギー源により発電された電気」として地場産品基準に適合するか。(告示第5条第7号の2)

- ふるさと納税指定制度において、「返礼品等そのものが地域における雇用の創出や新たな地域資源の発掘等、当該地域経済の活性化に寄与するものであることが必要」との考え方により地場産品基準を定めている趣旨に鑑み、
- ①地域資源を活用して、区域内で発電された電気であって、
- ②電気の供給契約において、区域内で発電された電気を提供することが明示されている場合には、
- 地場産品基準に適合するものとして扱うこととする。

なお、その際、③返礼品等として寄附者に提供する電気の総量は、当該電気に係る区域内の発電量の範囲内とする。

- 具体的には、
- 上記①については、
- ・ 発電事業者と小売電気事業者間における電気の調達契約等及びトラッキング付非化石証書<sup>※1</sup>により、当該地方団体の区域内の発電所において地域資源を活用して発電された電気と認められること、

上記②については、

- ・ 電気事業法（昭和39年法律第170号）及び「電力の小売営業に関する指針」<sup>※2</sup>に基づき小売電気事業者と寄附者間の供給契約書面上で「〇〇地域産」など産地価値に訴求していること、

上記③については、

- ・ 返礼品等として寄附者に提供する電気の総量は、この調達契約等及びトラッキング付非化石証書において表示されている区域内の発電量の範囲内とすること、

などを満たす場合には、地場産品基準に適合するものと考えられる。

#### ※1 トラッキング付非化石証書

エネルギー供給事業者によるエネルギー源の環境適合利用及び化石エネルギー原料の有効な利用の促進に関する法律施行規則（平成22年経済産業省令第43号）第4条第1項第2号に規定する非化石証書であって、電気の発電場所が記載されているもの。

#### ※2 「電力の小売営業に関する指針」（平成28年1月制定 令和5年4月1日最終改定 経済産業省）38頁

『vi) 「〇〇地域産電力」や「地産地消」等、発電所の立地地域を小売供給の特性とする場合においてのみ問題となるもの』参照

問25 「市区町村が近隣の他の市区町村と共同で前各号のいずれかに該当するものを共通の返礼品等とするもの」（告示第5条第8号イ）とは、どのようなものを指すのか。

- 地場産品については、単独の市区町村の区域内のものとして確立されているものもあれば、地域資源が豊富ではない市区町村が区域を越えた一定の圏域において他の市区町村と共同で取り扱うものもあるため、こうした地域における実情を踏まえ、近隣の市区町村同士が共同で共通の返礼品等として取り扱う場合を規定したものである。
- したがって、他の市区町村の同意なく、当該他の市区町村の地場産品を返礼品等として取り扱う場合には、該当しない。
- 「近隣」に該当するかどうかについては、地理的に近隣であって、経済、社会、文化又は住民生活等において密接な関係を有する市区町村を基本とし、これに該当するか否かについて、関係市区町村において、地域の実情を踏まえて適切に判断すること。
- 以上を踏まえ、具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

（認められると考えられる例）

- ・ 近隣の複数の地方団体が連携し、共同で開発したオリジナルの特産品を、当該複数の地方団体が共通して取り扱うもの
- ・ 連携中枢都市圏に参加する複数の地方団体が同意の上、それぞれの地場産品を組み合わせ提供するもの

（認められないと考えられる例）

- ・ 生産している市町村の同意を得ずに提供している、区域外で生産された県の伝統工芸品である革製品

問26 「都道府県が当該都道府県の市区町村と連携し、前各号のいずれかに該当するものを当該都道府県及び当該市区町村の共通の返礼品等とするもの」（告示第5条第8号ロ）とは、どのようなものを指すのか。

- 地場産品については、単独の市区町村の区域内のものとして確立されているものもあれば、地域資源が豊富ではない市区町村が区域を越えた一定の圏域において他の市区町村と共同で取り扱うものもあり、その際、市区町村同士で連携する場合のほか、都道府県が当該都道府県内の市区町村をとりまとめて、共通の返礼品等として取り扱うよう主導することも考えられる。
- この場合も、関係する市区町村の同意があることが必要であり、都道府県が中心となって、関係市区町村の合意形成のための調整に努めること。
- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

(認められると考えられる例)

- ・ 県内全域の特産物について、県が音頭を取って県内全市町村と連携し、県全域の特産品として、共通の返礼品等として取り扱うもの
- ・ 県内の一定の圏域（歴史的、文化的に関連の深い地域等）内の市町村共通の特産品だが、現在はある市町村でのみ作られているものを、県の主導の下、共通の返礼品等として取り扱うもの

問 27 「都道府県が当該都道府県の区域内の複数の市区町村において地域資源として相当程度認識されている物品及び当該市区町村を認定し、当該物品を当該市区町村がそれぞれ返礼品等とするもの」（告示第5条第8号ハ）とは、どのようなものを指すのか。

- 地場産品については、単独の市区町村の区域内のものとして確立されているものもあれば、地域資源が豊富ではない市区町村が区域を越えた一定の圏域において他の市区町村と共同で取り扱うものもある。
- こうした地域における実情を踏まえ、区域内において生産されていること等の項目には該当しないが、当該地方団体の区域を含む地域資源として、広く一般国民から相当程度認識されている物品である場合には、地場産品として認め得る場合もあると考えられる。
- このような場合に該当するかどうかについては、単一市区町村の判断によるのではなく、都道府県が区域内の市区町村の意見を集約した上で、複数の市区町村において共通の地域資源として相当程度認識されている物品を認定することが必要であることとしている。
- この場合も、都道府県が中心となって、関係市区町村の合意形成のための調整に努めること。
- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

(認められると考えられる例)

- ・ 当該都道府県の区域内の地域資源として、商標登録が行われていて、現にその名称が広く知られている等、広く一般国民から当該都道府県の地域資源であると相当程度認識されている物品
- 認定を受けた物品を「当該市区町村がそれぞれ返礼品等とするもの」としてしているのは、都道府県による認定を受けた物品であれば、認定を受けた区域内の全ての市区町村が同じ返礼品等を扱う必要はないこととしているものであり、都道府県に認定された物品を取り扱う事業者が一部の市区町村にのみ存在しているような場合においても柔軟な対応を可能としているものである。
- なお、都道府県が認定する場合又は認定を変更する場合は、その都度速やかに、総務省へ報告いただくこととしている。

問28 「震災、風水害、落雷、火災その他これらに類する災害により甚大な被害を受けたことにより、その被害を受ける前に提供していた前各号のいずれかに該当する返礼品等を提供することができなくなった場合において、当該返礼品等を代替するものとして提供するもの」（告示第5条第9号）とは、どのようなものを指すのか。

- 災害により、生産者が他地域に避難している状態が継続している場合等、返礼品等の提供が不可能である場合において、寄附者に当該地方団体の特産物を思い出してもらふことや、返礼品等の提供をきっかけに、当該地方団体の特産物の生産の再開への支援を呼びかける等の目的から、提供が不可能になった返礼品等の代替品を当該地方団体の返礼品等として取り扱うことが考えられる。
- 「災害」の範囲について特に限定はしていないが、一定期間以上に渡って地域の特産品が生産できないことが見込まれるような、相当程度大きな被害が生じるケースを想定している。
- なお、被災地支援を目的としたものであっても、被災団体以外の団体が、被災団体の地場産品を提供することについては、「類するもの」には該当しない。

問29 姉妹都市や友好都市、返礼品等の提供を目的とした協定の締結相手の団体の特産物等は、地場産品と考えられるか。

- 姉妹都市や友好都市、返礼品等の提供を目的とした協定の締結相手の団体の特産物等であるという要素のみでは、告示に掲げられたいずれの項目にも該当しないため、地場産品とは認められない。

### 3. 地方税法第 37 条の 2 第 3 項及び第 314 条の 7 第 3 項関係

(省令第 1 条の 16 第 3 項から第 5 項まで)

問 3 0 省令第 1 条の 16 第 3 項から第 5 項までについて具体的な事務の流れはどうなるのか。

- N 年 10 月 1 日～(N+1) 年 9 月 30 日の指定において、不指定となった地方団体又は申出書及び添付書類を総務大臣に提出しなかった地方団体は (N+1) 年 4 月 1 日～8 月 31 日の間に、指定を取り消された地方団体は当該取消しの日から起算して 2 年を経過する日の属する月の初日から末日までの間に、それぞれ 1 回に限り、申出書及び添付書類を総務大臣に提出し、審査を受けた上で、(N+1) 年 9 月 30 日までの残りの期間について指定を受けることができることとするもの。

### 4. 地方税法第 37 条の 2 第 5 項及び第 314 条の 7 第 5 項関係

(総務大臣の報告の求め)

問 3 1 「返礼品を提供しない」と申出を行った地方団体が「返礼品を提供する」と変更しようとする場合には、どのような手続きを取ればよいか。

- 指定申出の際に「返礼品等を提供しない」と申し出ており、指定を受けた地方団体が、新たに指定対象期間において返礼品等を提供しようとする場合には、予め、提供しようとする返礼品等の内容について、地方税法第 37 条の 2 第 5 項及び第 314 条の 7 第 5 項の規定により、申出書の添付書類中「様式 2」を調製し、総務省へ提出いただくこととなる。

### 5. 地方税法第 37 条の 2 第 6 項及び第 314 条の 7 第 6 項関係

(総務大臣による指定の取消し)

問 3 2 指定の取消しについては、どのような基準に基づき行われることになるのか。

- 指定対象期間又は当該指定対象期間の前 1 年以内（令和 5 年 4 月 1 日から令和 6 年 3 月 31 日までの間に効力を生ずる指定については、令和 5 年 4 月 1 日から指定の効力を生ずる日の前日までの間。以下同じ。）において、法定返礼品基準（地方税法第 37 条の 2 第 2 項第 2 号及び第 3 号並びに第 314 条の 7 第 2 項第 2 号及び第 3 号に掲げる基準）又は募集適正基準（地方税法第 37 条の 2 第 2 項第 1 号及び第 314 条の 7 第 2 項第 1 号に規定する募集の

適正な実施に係る基準として総務大臣が定める基準) のいずれかに適合しなくなると認められる場合又は適合していなかったと認める場合には、基準違反が事務的なミスによるものであることや基準違反により受領した寄附金の額が僅少であることなど特段の事情がない限り、指定を取り消すものとする。

- なお、当該指定対象期間の前1年以内において各指定基準に適合していたことも指定の要件となるため、例えば、募集に要する費用の額が寄附金の額の5割以下であることとする基準については指定対象期間を通じて適合性を判断するものであるが、ある指定対象期間において募集に要する費用の額が5割を超過した団体は、当該指定対象期間の次の指定対象期間において、指定の取消しの対象となり得るものであることに留意すること。