

令和7年4月25日

ふるさと納税の指定基準等について

市町村税課

ふるさとと納税制度の概要

制度の趣旨

ふるさとやお世話になった地方団体に感謝し、若しくは応援する気持ちを伝え、又は税の使い途を自らの意思で決めることを可能とするもの。

制度の基本的な仕組み

税制上の寄附金控除の仕組みを活用し、個人が地方団体に対して寄附金を支出した場合に、「寄附額－2,000円」(一定の上限あり)を、個人住民税(地方税)及び所得税(国税)から軽減することによって、実質2,000円の負担で、納税先を選択可能とする仕組み。



指定制度の創設

<法律改正前>

○ 地方団体への寄附は、
全てふるさと納税の対象

- ・「寄附額－2,000円」(一定の上限あり)を、住民税及び所得税から軽減
- ・実質2,000円の負担で、納税先を選択可能

返礼品競争
の過熱

H29、H30の2度にわたる
総務大臣通知において、
良識ある対応を要請

制度の健全な発展を図る必要

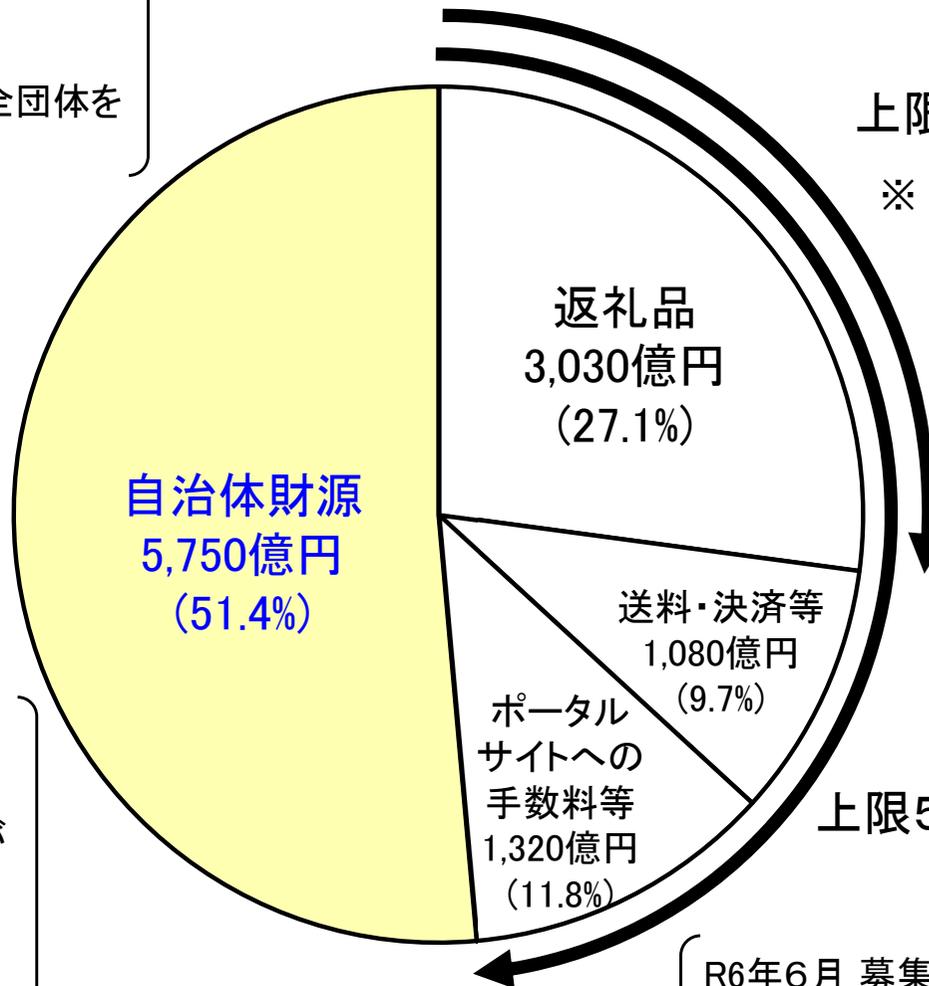
<法律改正後>(令和元年6月1日施行)

○ ふるさと納税の対象となる地方団体を
総務大臣が指定

○ 指定を受けない地方団体への寄附金は、
ふるさと納税の対象外

ふるさと納税における寄附金受入の現状

R5年度受入実績
1兆1,170億円



ふるさと納税の指定制度

- ・ 1年ごとに、対象となる地方団体を総務大臣が指定する制度
- ・ R6.10.1～R7.9.30の指定対象期間
 - … 東京都及び兵庫県洲本市を除く全団体を指定済み

上限3割(地方税法で規定)

※ 区域内において生産された物品
又は提供される役務等

R5受入実績の主な特徴

- ・ 能登半島地震への支援により、石川県及び県内自治体への寄附が急増 (52億円→113億円、118%増)
- ・ ホタテ禁輸に伴う水産業支援の広がり(北海道内自治体等)

上限5割(総務省告示で規定)

R6年6月 募集方法に係る告示を改正
ポータルサイト等によるポイント付与を
禁止(R7年10月より適用)

ふるさと納税指定制度導入後の動き

(平成31年)

3月

地方税法改正法 成立

⇒ ふるさと納税の対象となる地方団体を総務大臣が指定(原則令和元年6月1日施行)

(令和元年)

6月

ふるさと納税指定制度 施行

⇒ 新たな指定基準(募集適正基準、返礼割合3割以下基準、地場産品基準)に適合すると認められる団体について、総務大臣が指定

(令和4年)

6月

告示改正

⇒ 返礼品等の代わりに現金を提供するサービスを開始した事業者があることを踏まえ、同様の者を通じた募集を禁止するよう告示を改正(募集適正基準)
地域資源を活用して発電された電気について、返礼品とし得る旨を明確化するよう告示を改正(地場産品基準)

(令和5年)

4月

法律改正

⇒ これまで複数件の指定取消事案が生じていることを踏まえ、最大2年前の基準不適合等にまで遡って取消事由とすることを可能とするよう法律を改正(指定基準として、指定日前1年基準適合等基準を追加)

6月

告示改正

⇒ 募集に要する費用について、ワンストップ特例事務や寄附金受領証の発行などの付随費用も含めて寄附金額の5割以下とするよう告示を改正(募集適正基準)
加工品のうち熟成肉と精米について、原材料が当該地方団体と同一の都道府県内産であるものに限り認める、また、地場産品とその付帯品との組み合わせについて、地場産品の価値が返礼品全体の価値の7割以上である場合に限り認めるよう告示を改正(地場産品基準)

(令和6年)

6月

告示改正

⇒ (募集適正基準)
寄附者に対しポイント等を付与するポータルサイト等を通じた寄附募集を禁止
民間事業者等が行う返礼品等を強調した宣伝広告も禁止事項である旨の明確化 等
(地場産品基準)
工程が企画立案等である場合は、製造者から当該製品の価値の過半が区域内で生じていることが証されたものに限定 等

【告示】地方財政審議会への意見聴取(抜粋)

(昭和25年地方税法第37条の2)

(寄附金税額控除)

第三十七条の二

8 総務大臣は、第二項に規定する基準若しくは同項の規定による定めの設定、変更若しくは廃止又は指定若しくは指定の取消しについては、地方財政審議会の意見を聴かなければならない。

令和7年度地方税制改正等に関する地方財政審議会意見(抜粋)

ふるさと納税は、ふるさとやお世話になった地方団体への感謝の気持ちを伝え、税の使い道を自らの意思で決めることを可能とするものとして創設された制度である。

(中略)

ふるさと納税については、今後とも、全国の地方団体や納税者等の理解を得つつ、制度の趣旨に即して適正に運用されるべきであり、必要に応じて関係者に対する意見聴取や実態把握を行いながら、制度のあり方や各基準の見直し等について不断に検討することが重要である。

指定基準等の見直しに関する課題・事例の概要 (1/2)

令和6年度の返礼品確認事務等において、指定基準等に関し、以下のような課題・事例が生じている。

<課題・事例①>

- ・ ふるさと納税の普及に伴い、返礼品調達費用やポータルサイト事業者手数料等の募集費用も5千億円を超える規模となっており、これらの費用の透明性の確保が課題。

<課題・事例②>

- ・ 「海外産のワインを区域内の事業者が熟成させた返礼品」について、自治体による調達費用が一般販売価格と比較して相当程度高額なケースが見受けられる。

(参考) 返礼品取扱事業者等から購入する際の費用を高めを設定することにより、地場産品基準(付加価値基準※)を満たそうとする意図があることが考えられる。

※ 付加価値基準(平成31年総務省告示第179号第5条)

- 三 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であること(後略)

<課題・事例③>

- ・ 地方団体の広報目的で生産された返礼品に関し、区域外で製造・加工された飲食料品やアウトドア用品等に、単に市町村名等を印字したもののについて、広報への活用実態にかかわらず返礼品としているケースが見受けられる。

※ 現行の確認事務では、外形的要素を具体的に確認している一方、「広報目的で生産・活用されているか否か」については多様な形態が想定され、その判断基準は明示していない。

<課題・事例④>

- ・ 返礼品のうち製造・加工品については、区域内で「相応(過半)の付加価値が生じている」ことを要件としているが、これまで付加価値の算出方法を明示していない。
- ・ この結果、例えば、国内で製品の企画立案→海外で製造を行っている電化製品等について、地方団体が「海外での製造における付加価値は半分未満」等と説明するケースが見受けられる。

<課題・事例⑤>

- ・ 返礼品の確認件数は年々増加し、約100万件(R6年度指定時)。国・地方を通じた事務負担が増大。

<課題・事例①> 地方団体の募集費用の透明化に係る実態など

- ふるさと納税の規模拡大に伴い、返礼品調達費用やポータルサイト事業者等への手数料など、ふるさと納税の募集に要する費用も5千億円を超える規模となっている。

※ 直近の国会審議等においては、「寄附金の約5割が募集費用として使われている現状について、改善すべきでないか」等の指摘がある。

また、参議院・総務委員会の委員会決議(R7.3.31)では、政府に対し「ポータルサイトの運営事業者に対して地方公共団体が支払う手数料等の募集に要する費用が増加していることに鑑み、制度の趣旨をゆがめる不適切な運用などがないか調査すること」ともされている。

- これらの費用の原資は「税」であり、その支出の透明性を一層高めていく必要があると思われるが、**全国統一の調査としては、以下の項目ごとの年間支払総額のみを把握**しており、具体的にどこに・どのように支出されているかまでは把握していない。

<令和5年度における募集に要する費用(「ふるさと納税に関する現況調査結果(総務省)」より)>

(1) 返礼品の調達に係る費用	…	3,029億円
(2) 返礼品の送付に係る費用	…	801億円
(3) 広報に係る費用	…	68億円
(4) 決済等に係る費用	…	208億円
(5) 事務に係る費用等	…	1,323億円
(1)～(5)の合計	…	5,429億円
※ 寄附受入額の合計	…	1兆1,175億円

<課題・事例②> 返礼品等の調達費用の実態など

- 指定制度の導入以来、ふるさと納税の募集に要する費用が過大とならないよう、返礼割合に係る基準を設けることを踏まえ、返礼品等の調達費用は「実際の調達価格」によるものとしてきた。また、当該費用は、各地方団体の予算に計上され、議会審議の対象となること等を通じ、特段の定めがなくとも合理的な水準となるものと想定。

※ 地方自治法：地方公共団体は、その事務を処理するに当つては、住民の福祉の増進に努めるとともに、最少の経費で最大の効果を挙げるようにしなければならない(第2条第14項)。

※ 地方財政法：地方公共団体は、法令の定めるところに従い、且つ、合理的な基準によりその経費を算定し、これを予算に計上しなければならない(第3条第1項)。

- しかしながら、返礼品等の確認事務において、地方団体による返礼品等の調達費用について、返礼品取扱事業者等が一般に販売する小売価格に比べ相当程度高額なケースがあることが確認された。

<例>



- 一般的に、実際の財の価格は需給等によって決定されるため、地方団体の調達費用が一般販売価格と完全一致するわけではないが、上記の例では、地方団体の調達価格は一般販売価格の1.5倍程度となる。

これは、返礼品等の調達(購入)費用を高めを設定することにより、「付加価値基準」※を満たそうとする意図があることが考えられる。

※ 付加価値基準(平成31年総務省告示第179号第5条)

三 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であること(後略)

＜課題・事例③＞ 「広報目的基準」の運用実態など

- 「広報目的基準」に基づく返礼品は、全国で約1万2千品目(R6年度指定時)提供されているが、**区域内で生産や加工等が行われていない場合であっても、返礼品(地場産品)となり得る例外的な基準となっている。**
- 例えば、**区域外で製造・加工された既製の飲食料品やアウトドア用品等について、外見上、市町村名等が明確に記載されていれば、返礼品としての提供以外に(本来の)広報にほとんど活用されていなくても、申出内容に基づき、上記の「広報目的基準」を満たす返礼品として認められ得る仕組み。**

製品の表面に、団体名の
ロゴを記載しているもの →

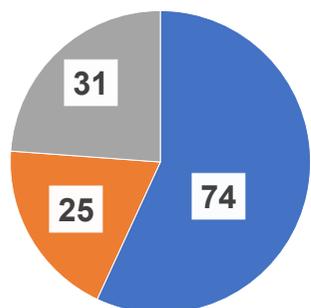


- 一部の地方団体※に対し、「広報目的基準」に基づく返礼品について、**広報への活用状況を調査した結果は以下のとおり。**

※ 各都道府県の寄附受入額上位3団体程度(全国146団体)を対象とした調査(R7年1月時点)

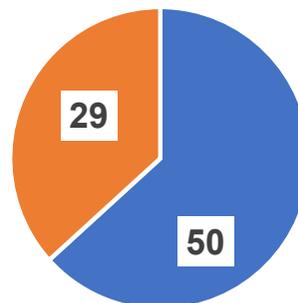
- ・ 返礼品としての提供にとどまらず、**地方団体の行事やイベント等で活用しているのは、調査対象団体の半数程度。**
- ・ このうち、**イベント等で活用している団体の6割強**が地方団体又は当該地方団体や関係機関で**配布や販売に係る予算を計上**しているほか、**その他の団体では、具体的な計画を定めた上で広報に活用**している。

(問) 「広報目的基準」に該当する返礼品について、「地方団体の広報の目的で生産された」ことが求められるが、該当する物品等について、どのように広報に活用しているか。



- ① 返礼品としての提供にとどまらず、団体の行事やイベント等で広報物品として活用している。
- ② 返礼品取扱事業者と共同で返礼品を開発した。(ただし、団体の行事やイベント等で広報物品として活用してはいない。)
- ③ その他
(返礼品にデザインされたご当地キャラクターを広報に活用している等)

(問) (左の問で①を選んだ74団体について) 具体的にどのような取組を行った上で、広報に活用しているか。(複数回答可)



- ① 地方団体又は当該地方団体の関係機関において、配布や販売に係る予算を計上している。
- ② 地方団体又は当該地方団体の関係機関において、配布や販売に係る具体的な計画を定めている。

<課題・事例④> 「付加価値基準」の運用実態など (1/2)

- 返礼品のうち製造・加工品については、区域内で「相応(過半)の付加価値が生じている」ことを要件※としているが(地場産品基準第3号)、これまで付加価値の算出方法を明示していない。

※ 結果として、同一の製造・加工品が複数の地方団体で返礼品となることは想定していない。

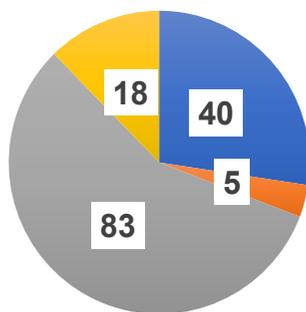
- 一部の地方団体※に対し、付加価値に関する確認方法を調査した結果は以下のとおり。

※ 各都道府県の寄附受入額上位3団体程度(全国146団体)を対象とした調査(R7年1月時点)

- ・ 調査対象団体の半数以上が、区域内で生じた「付加価値」について、その算出根拠の確認までは行っていない。
- ・ 「付加価値」の算出根拠まで確認している地方団体の大半は、「返礼品の調達価格から区域外からの調達に要した費用を差し引いた額」(分子)を「返礼品の調達価格」(分母)で除する方法により、付加価値(割合)を算出している。
- ・ 現状、一部の地方団体では、返礼品全体の重量の過半が区域内で生産された部品等によるものとなっていること等をもって、区域内で「相応の付加価値が生じている」と独自に解釈している事例も見られる。

<具体例は次頁>

(問) 区域内における工程で「相応の付加価値」が生じていることについて、どのように確認しているか。



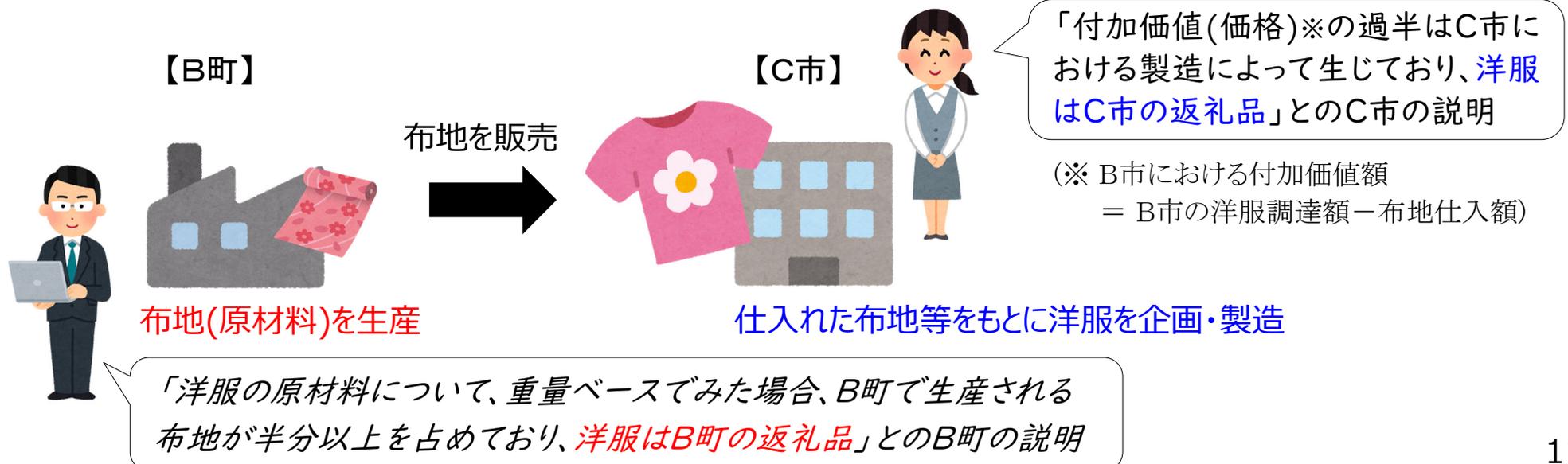
- ① 区域内の工程で付加価値(価格)が生じていることを確認する際、算出根拠まで確認している。
- ①' 必要に応じ算出根拠まで確認している。
- ② 算出根拠までは確認していない。
- ③ 価格以外の指標により確認している。

<課題・事例④> 「付加価値基準」の運用実態など (2/2)

① 海外で製造全般が行われる電化製品等の例



② 国内の他地域から布地を調達し、区域内で洋服を製造する例



＜課題・事例⑤＞ 返礼品確認事務の実態など

- 返礼品等の確認件数は約100万件(R6年度指定時)に及んでいる。このうち、地場産品基準に照らして疑義がある等の理由により、取下げに至ったケースは6千件程度(地方団体数ベースでは500団体程度)にとどまる。
- 一部の地方団体等からは、事務負担の軽減や地方団体における返礼品提供の円滑化を図る観点から、**確認事務の効率化・簡素化に係る要望が挙がっている**(例:国・地方団体間の確認手続のシステム化や「届出制」の導入等)。
- 現行制度上、総務大臣が指定に関し支障がないと認める団体については、**確認事務に必要な書類の一部を提出不要とすることを可能とする規定がある。**
→ 現状の運用では、当該規定(提出書類の一部省略)を適用していない。

・ 地方税法(昭和二十五年法律第二百二十六号)

(寄附金税額控除)

第三十七条の二 略

2 前項の特例控除対象寄附金とは、同項第一号に掲げる寄附金(以下この条において「第一号寄附金」という。)であつて、第一号、第四号及び第五号に掲げる基準(都道府県等が返礼品等(都道府県等が第一号寄附金の受領に伴い当該第一号寄附金を支出した者に対して提供する物品、役務その他これらに類するものとして総務大臣が定めるものをいう。以下この項において同じ。)を提供する場合には、次に掲げる基準)に適合する都道府県等として総務大臣が指定するものに対するものをいう。

一～五 (略)

3 指定を受けようとする都道府県等は、総務省令で定めるところにより、第一号寄附金の募集の適正な実施に関し総務省令で定める事項を記載した申出書に、前項に規定する基準に適合していることを証する書類を添えて、これを総務大臣に提出しなければならない。

・ 地方税法施行規則(昭和二十九年総理府令第二十三号)

(法第三十七条の二第三項及び第三百十四条の七第三項の申出書の記載事項等)

第一条の十七 略

2 法第三十七条の二第三項及び第三百十四条の七第三項に規定する申出書に添えるこれらの規定に規定する書類は、次に掲げる書類とする。

一～五 (略)

3 総務大臣は、都道府県等の指定に関し支障がないと認める場合には、当該都道府県等について、前項各号に掲げる書類の一部又は全部を省略させることができる。