

総税市第56号
令和2年7月16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）

ふるさと納税に係る指定制度の運用に当たっては、地方税法（昭和25年法律第226号）第37条の2第2項及び第314条の7第2項に規定する募集の適正な実施に係る基準及び地方税法第37条の2第2項各号及び第314条の7第2項各号に掲げる基準、地方税法施行規則（昭和29年総理府令第23号）、平成31年総務省告示第179号、「ふるさと納税に係る指定制度の運用について」（令和2年7月16日付け総税市第55号）のほか、別紙Q&Aに留意の上、適正に運用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号ロ)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号ロ)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号ロ)に該当するのか。

問5 「適切な選択を阻害するような表現」(告示第2条第1号ハ)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号ニ)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 「募集に要する費用」に該当しない費用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。

(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との間に関連性のあるものを合わせて提供するものであって、当該返礼品等が主要な部分を占めるもの」（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もの及び当該市区町村を認定し、当該地域資源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項及び第4項)

問30 新設された省令第1条の16第3項及び第4項について具体的な事務の流れはどうなるのか。

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。
- 「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言うものであり、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号ロ)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号ロは、宣伝広告について規定したものであり、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。)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号ハの「情報提供」に該当する。

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号ロ)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、あるいはシェイプ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号ロ）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号ロ）に該当する。

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

- 「適切な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」、これらに類似する表現等が考えられる。
- 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号ハの「情報提供」に該当する。

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号ニ）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 「募集に要する費用」に該当しない費用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係る費用、ワンストップ特例に係る申請書の受付事務に係る費用、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については、「募集に要する費用」には該当しないものと考えられる。

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。

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。

- 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。

(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 1 号、第 314 条の 7 第 2 項第 1 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。

問 1 5 「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「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 1 6 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 1 7 「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グラス等に、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

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。

- 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

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り、当該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。

（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、区域外で加工される牛肉

（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。

○ 具体的な例として考えられるものは、以下のとおり。

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といった要素のみで、当該基準に該当するものではない。

（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

問2 2 「前各号に該当する返礼品等と当該返礼品等との間に関連性のあるものを合わせて提供するものであって、当該返礼品等が主要な部分を占めるもの」（告示第5条第6号）とは、どのようなものを指すのか。

○ 当該返礼品等が「主要な部分」と言えるかどうかについては、提供されるものの全体の一般的な価値のうち、半分以上を一定程度以上上回る割合が当該返礼品等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）

- ・ 区域内で製造した味噌と区域内事業者が生産し自社製品として区域内限定販売している醤油のセット
- ・ 区域内で生産しているいくらと県内産の米のセット
- ・ 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

(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

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。

- 告示第 5 条第 7 号の「その他これに準ずるもの」とは、役務のほとんどが区域内において提供されるが、役務の一部が区域外で提供される場合等を指し、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。

問 2 4 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

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。

- 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もの及び当該市区町村を認定し、当該地域資源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ものである場合には、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ものを認定することが必要であることとしている。
- 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)

- ・ 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もの
- 「認定を受けたもの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ものであれば、認定を受けた区域内のすべ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もの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、第 4 項)

問 3 0 新設された省令第 1 条の 16 第 3 項及び第 4 項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、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。

- 指定対象期間において、法定返礼品基準（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 項及び第 314 条の 7 第 2 項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ったと認められる場合には、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。