

# 行政通知の読み方・使い方

## ふるさと納税に係る指定制度の運用について

（令和4年6月23日総務市第55号、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宛、総務省自治税務局市町村税課長）

解説・鍋田 将樹（総務省自治税務局市町村税課）

### 1 はじめに

平成20年度税制改正により創設されたふるさと納税制度は、今年で15年目を迎える。ふるさとへの感謝や地方団体の様々な取組を応援する気持ち、あるいは税の使い途を自分で決めるといった納税者の意思を形にする仕組みとして、この15年間、制度は様々な変化を遂げてきた。平成23年度の税制改正では、寄附金税額控除の適用下限額が5000円から2000円に引下げとなり、平成27年度改正では、特例控除額の上限を個人住民税所得割額の1割から2割に引き上げるだけでなく、給与所得のみのサラリーマンなどが確定申告

不要で控除を受けることができる「ふるさと納税ワンストップ特例制度」が創設された。より一層税控除の幅が広がり、より簡単な手続で利用できるように制度的な手当がされたことで、それまで数百億円規模であった寄附金の受入額は急激に増加していき、平成27年度には1000億円を大きく上回るようになった。その後も伸び続けた受入額は、平成30年度にはついに5000億円を超え、今では8000億円を超える寄附金が地方団体に集まっている（図表1）。

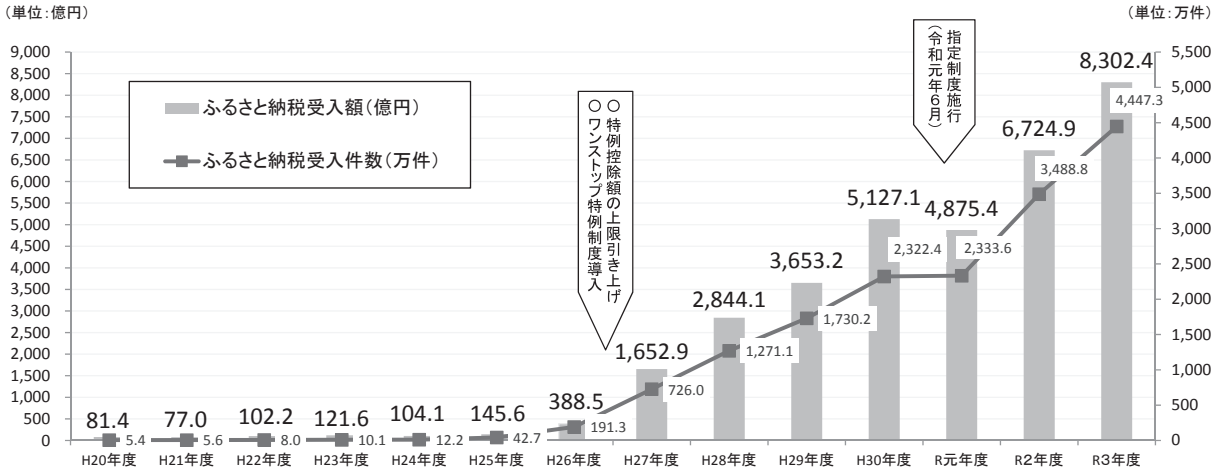
趣旨からは外れるような過度な返礼品が送付され始めたことにより、返礼品を目的とした寄附が増加したことは否めない。そこで、過度な返礼品の提供自粛を求め、数度にわたり総務大臣名での通知を发出し、返礼割合を3割以下とすること（平成29年4月）や、返礼品は地方団体の区域内で生産されたものや提供されるサービスとすること（平成30年4月）など、良識ある対応を地方団体に要請した。その結果、過度な返礼品は徐々に減少したものの、一部の要請に従わない団体が、変わらず多額の寄附を集める状況が続いた。

こうしたことを背景に、法的なルールを設ける必要があるとして、令和元年度税制改正において、ふるさと納税指定制度が導入された。「ふるさと納税制度の健全な発展に向けて、一定のルールの中で地方公共団体が創意工夫することにより全国各地の地域活性化につなげるため、過度な返礼品等を送付し、

この連載では、自治体法務に関わる行政通知を取り上げ、通知の発出元に、発出の背景や読み方、使い方などを解説していただきます。

図表1 ふるさと納税の受入額及び受入件数の推移（全国計）

- ふるさと納税の受入額及び受入件数(全国計)の推移は、下記のとおり。
- 令和3年度の実績は、約8,302億円(対前年度比:約1.2倍)、約4,447万件(同:約1.3倍)。



	H20年度	H21年度	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度	H30年度	R元年度	R2年度	R3年度
受入額	81.4	77.0	102.2	121.6	104.1	145.6	388.5	1,652.9 (286.7)	2,844.1 (501.2)	3,653.2 (705.7)	5,127.1 (1,140.7)	4,875.4 (1,166.7)	6,724.9 (1,808.5)	8,302.4 (2,392.0)
受入件数	5.4	5.6	8.0	10.1	12.2	42.7	191.3	726.0 (147.7)	1,271.1 (256.7)	1,730.2 (376.1)	2,322.4 (581.0)	2,333.6 (594.0)	3,488.8 (1,006.5)	4,447.3 (1,401.1)

※ 受入額及び受入件数については、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している。  
 ※ 平成23年東北地方太平洋沖地震に係る義援金等については、含まれないものもある。  
 ※ 表中( )内の数値は、ふるさと納税ワンストップ特例制度の利用実績である。

制度の趣旨を歪めているような地方公共団体については、ふるさと納税の対象外にすることができるよう、制度見直しを行う(平成31年度与党税制改正大綱)として、「地方団体への寄附は、全てふるさと納税の対象」であった制度から「ふるさと納税の対象となる地方団体を総務大臣が指定」する制度へと大きく舵を切ることとなった。

指定制度が始まって以降、総務大臣による指定を受けようとする地方団体は、ふるさと納税の募集の適正な実施に関する事項を記載した申出書の提出が必要となるが、その提出に当たり、今年度も総務省からは「ふるさと納税に係る指定制度の運用について」(令和4年6月23日総務市第55号、総務省自治税務局市町村税課長通知。以下「通知」という。)と「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」(令和4年6月23日総務市第56号、総務省自治税務局市町村税課長通知。以下「Q&A」という。)の二つの通知を発出したところである。

本稿では、通知において解説している三つの指定基準と、今回改正したQ&Aの主な論点について、紹介することとしたい。なお、本稿中意見にわたる部分については、筆者の私見であることをあらかじめお断りしておく。

## 2 指定制度における三つの基準

指定制度においては、毎年7月1日から7月31日までの申出期間として定めており、この申出に係る指定対象期間は10月1日から翌年9月30日までの1年間となっている。申出書にはふるさと納税の募集の適正な実施に関する事項を記載することになっており、地方税法第37条の2第2項及び第314条の7第2項、平成31年総務省告示第179号(以下「告示」という。)において示された総務大臣

が定める一定の基準に適合すると判断された都道府県等は、ふるさと納税（特例控除）の対象として指定される。ここで示されている「総務大臣が定める一定の基準」とは、①寄附金の募集を適正に実施する都道府県等であること（以下「募集適正基準」という。）、②寄附金の額に占める返礼品等の調達に要する費用の割合が3割以下であること（以下「返礼品割合3割以下基準」という。）、③返礼品等を地場産品とすること（以下「地場産品基準」という。）、の三つの基準のことであり、これらの基準に適合しなくなった場合には、総務大臣が指定を取り消すことができると規定している。では、前記三つの基準について、具体的な内容を以下に説明していく。

### （1）募集適正基準

告示第2条第1号では、寄附金の募集に係る取組として、不当な方法による募集や、返礼品等を強調した宣伝広告、適切な寄附先の選択を阻害するような表現を用いた情報提供を行わないことなどを主に定めている（図表2）。また、令和4年総務省告示第203号においては、「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」も行つてはならないとして、新しく基準

に追加されたところである。当該基準は、返礼品等の代わりに現金を受け取るサービスが開始されたことを受け、制度趣旨に反する事例として明示したものであり、地方団体が当該者に委託等を行う場合のほか、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、当該者が当該地方団体を掲げて寄附金を募集することを承諾することも認めない趣旨のものである。また、告示第2条第2号では、寄附金の募集に要する費用の額の合計額が、当該指定対象期間において受領する寄附金の額の合計額の5割以下であることとさ

図表2 募集の適正な実施に係る基準

## 基準①

### 募集の適正な実施に係る基準（平成31年総務省告示第179号第2条）

※以下のいずれにも該当すること

#### ① 制度趣旨に沿った募集の方法

- 一 地方団体による第一号寄附金〔都道府県、市町村又は特別区に対する寄附金〕の募集として次に掲げる取組を行わないこと。
  - イ 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を約して、当該特定の者に寄附者を紹介させる方法その他の不当な方法による募集
  - ロ 寄附者から法第三十七条の二第二項及び第三百十四条の七第二項に規定する返礼品等（以下「返礼品等」という。）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
  - ハ 返礼品等を強調した寄附者を誘引するための宣伝広告
  - ニ 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を用いた情報提供
  - ホ 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の提供

#### ② 経費総額5割以下

- 二 地方税法施行規則（昭和二十九年総理府令第二十三号）第一条の十六第二項に規定する指定対象期間（同条第三項の規定により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及び書類を提出した地方団体にあつては、地方税法施行規則第一条の十六第四項に規定する指定対象期間）において第一号寄附金の募集に要する費用の額の合計額が、当該指定対象期間において受領する第一号寄附金の額の合計額の百分の五十に相当する金額以下であること。

れている。これは、募集に要する費用が過大とならないようにすることで、寄附金のうち少なくとも半分以上は、地方団体の地域の活性化や福祉増進等への施策に充てられる財源として活用されるよう募集経費の割合を定めたものである。

(2) 返礼割合3割以下基準

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号において、返礼品等の調達に要する費用の額を寄附金受領額の3割以下とするよう定めている。この「調達に要する費用の額」とは、「個別の」寄附金の受領に伴い提供する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）であり、たとえ一定期間においてのみ3割を超過してしまった場合であっても当該基準に適合しないものとなる。なお、返礼品等の調達のために寄附金以外に補助金を充てた場合や、手数料と称して別名目で支出した場合であっても、それが「地方団体が現に支出した額」であり、「当該返礼品等の数量又は内容に影響するもの」であるならば、補助金や手数料も調達費用に含めた上で、返礼割合が3割以下とならなければならぬことと御留意いただきたい。

(3) 地場産品基準

地域資源を活用しながら地域の活性化を図ることがふるさと納税の制度趣旨であるとするれば、地方団体が送付する返礼品等は、全て地場産品とすることが適切であると考えられる。このことから、告示第5条各号では地場産品基準について定めている(図表3)。今回、前述の令和4年総務省告示第203号において、告示第3条に「電気(これと交換させるために提供するものを含む。)」を追加することで、返礼品等として、「電気」が物品や役務とは異なる概念で定義されることを示した。この改正に伴い、地場産品基準においても、告示第5条第7号の2として新たに「電気」に関する項目を追加し、返礼品等として「電気」を取り扱う際の基準を明確化している。また、同条第8号ハについては、「物品」の適用を想定しており、現に当該基準による認定が行われている返礼品は「物品」のみであることから、地域資源は「物品」に限ることを明確化する改正を行った。

これらの三つの基準は、指定制度を導入するに当たり全国の地方団体に対して意見照会を行った結果を踏まえたものであり、ふるさと納税制度の健全な発展のためには、遵守しなければならぬルールとなっている。改め

て、国民や各地方団体の理解を得られるような募集方法や返礼品等となっているか、各地方団体において判断いただきたいながら、地域資源の活用や地域の活性化等につなげていただきたい。

3 Q&Aの主な改正点

指定制度が開始されて以降、地方団体に対しては、前章で紹介した指定基準を補足するものとして、「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」を通知している。令和4年度も、指定の申出に先駆けて通知を发出したところであるが、前年度から変更または追記した部分が何点かあるため、注意が必要な論点について、以下に紹介していきたい。

まずは、募集適正基準関係の内容についてである。問5において、「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号ハ）の具体例を挙げているところだが、「区域外で生産されたブランド価値を有するもの」についても考え方を明確化した。地場産品基準の3号基準に該当するような工程が行われていない場合、区域外で生産されたブランド価値を表記して募集を行うことは、寄附者の適切な寄附先の選択を阻害するものであ

図表3 地場産品基準

基準③

地場産品基準（平成31年総務省告示第179号第5条）

※以下のいずれかに該当すること

- 一 当該地方団体の区域内において生産されたものであること。
- 二 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であること。
- 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。
- 四 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。）であること。
- 五 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であること。
- 六 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と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であること。
- 七 当該地方団体の区域内において提供される役務その他これに準ずるものであって、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ものであること。
- 七の二 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であること。
- 八 次のいずれかに該当する返礼品等であること。
  - イ 市区町村が近隣の他の市区町村と共同でこれらの市区町村の区域内において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
  - ロ 都道府県が当該都道府県の区域内の複数の市区町村と連携し、当該連携する市区町村の区域内において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
  - ハ 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
- 九 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であること。

ることを示しており、具体例として、「区域内で保存・熟成を行った区域外のブランド牛肉について、「〇〇牛熟成肉」等として情報提供するもの」を提示している。

次に、問10に示す「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）の定義について、交換できる返礼品等は地場産品基準のいずれかに該当するものに限られる旨を明記した。近年、地域限定の商品券や電子クーポンなどを返礼品等として提供する団体が増えてきているが、これらはいくまで地場産品基準に該当するもののみ交換することを認めているものである。地場産品を取り扱う売店での利用に限定していたとしても、実際に交換される物品が地場産品でなければ基準には適合しないため、改めて御留意いただきたい。

また、問12の2では、寄附に伴う返礼品等とは別に、地方団体が費用を負担して寄附者に対して特典を提供したとき、その特典は返礼品等として扱われることを示している。したがって、そのように追加で提供される特典であっても、返礼割合3割以下基準や地場産品基準に適合するものである必要があることに留意しなければならない。なお、寄附後のアンケートに回答をした寄附者や、抽選で当選した寄附者など、何らかの方法で寄附者の

うち一定の者に限定して特典を提供した場合であっても、同様に返礼品等として扱われるものである。

続いて、地場産品基準に関わる内容について説明していく。問18では、製造・加工について規定する3号基準の考え方が示されているが、区域外から調達したブロック肉の単なる切断やパック詰めは「加工」には該当しないものであるとして、「認められないと考えられる例」に追記し、食肉加工における基準の明確化を行った。

また、問21では、広報目的で生産された地方団体のオリジナルグッズなどが想定されている5号基準について、「区域外で製造された電子機器類」を「認められないと考えられる例」に追記し、設定変更が可能な待受け画面に団体の名称やキャラクター等を表示させることのみでは、当該基準には該当しない旨を示した。

さらに、問23では、7号基準において規定されている役割について、区域内を訪れるための乗車券や乗船券、航空券などの交通手段は、基本的に単独では「返礼品等」として提供することができず、「区域内において提供される役割」（主に宿泊や区域内の観光ツアー、レジャー体験などが考えられる。）と組み合わせる必要があることを示し

ている。それと同時に、当該役務が、返礼品等の全体のうち主要な部分を占めていることも求められる。

そして、問24では、同じく役務について、区域外で提供される場合の考え方が示されているが、「認められないと考えられる例」に、新たに「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」を追記した。オンライン配信の場合、役務の提供が行われる場所は、「配信映像を視聴する場所」とし、区域外の役務として整理されるが、「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、オンライン配信であっても認める場合があることを示している。

#### 4 おわりに

これまで説明してきたように、現在のふるさと納税は、指定制度という法的ルールの下で運用されている。創設されてから15年の月日が経ち、当時想定されていた「生まれ育った地元」に恩返しをしたい」という思いを実現するための姿が徐々に失われ、過度な返礼品競争によって制度自体の存続が危ぶまれるようになったことが、指定制度導入の背景にはあったと考える。改めて、本来、納税義務者の居

住団体に税金として入るはずだった税額が、寄附金受領団体に流れることの意味を考え、地域にある資源の活用を前提とした返礼品等の選定を行っていただくことが重要である。

また、各地方団体においては、寄附金の募集方法等について適正な運用を行うとともに、使い途についても公益性の高いものが求められる。近年では、災害に係る復旧事業や、新型コロナウイルス感染症対策などの、緊急の財政需要に対する財源として有効に活用されているほか、新たな地域産業の誘致・発掘等のきっかけとなっているという声も多い。返礼品等を通して地域の魅力を発信するだけではなく、地域の抱える課題にふるさと納税がどのように活用され、まちの活性化がどのように進んだのか、その過程や成果を寄附者にも実感してもらうことが、地域の更なる発展の一助になると考えている。

「返礼品がもらえるお得な制度」としてではなく、「地方団体が様々な施策を実現するための手段」として多くの寄附者に活用され、その寄附が地域でどのような成果として花開いたのか、そういった話題が多く届くことが望まれる。そして、各地方団体の創意工夫により、幅広い取組が行われ、ふるさと納税の本来の趣旨に沿って、健全に制度が発展していくことに期待したい。