

ふるさと村上応援寄附金について

～ふるさと納税の概要と市の取組状況～

村上市観光課

資料の内容

1. ふるさと納税制度の概要
2. ふるさと納税制度をとりまく環境・規制等
3. ふるさと納税制度の基準とは
4. 村上市のこれまでのあゆみ
5. 村上市の現状・取組状況等
6. 村上市の課題
7. 今後の取組案

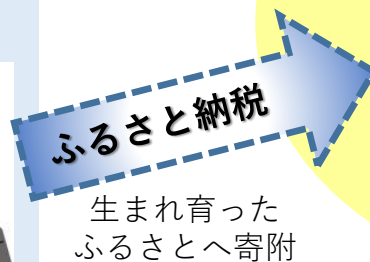
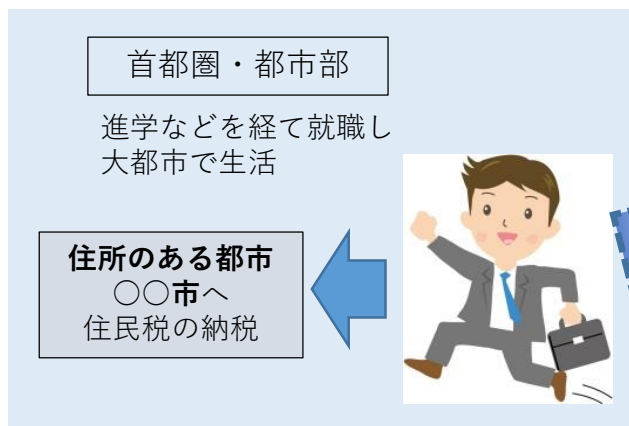
■ふるさとと納税制度の始まり

多くの方が地方のふるさとで生まれ、その自治体から医療や教育等様々な住民サービスを受けて育ち、やがて進学や就職を機に生活の場を都会に移し、そこで納税を行っています。

その結果、都会の自治体は税収を得ますが、生まれ育った故郷の自治体には税収が入りません。

そこで、「都会に住んでいても、自分を育ててくれた『ふるさと』に、納税できる制度があっても良いのではないか」という問題提起から始まり、数多くの議論や検討を経て生まれたのが「ふるさと納税」制度です。

制度の概要

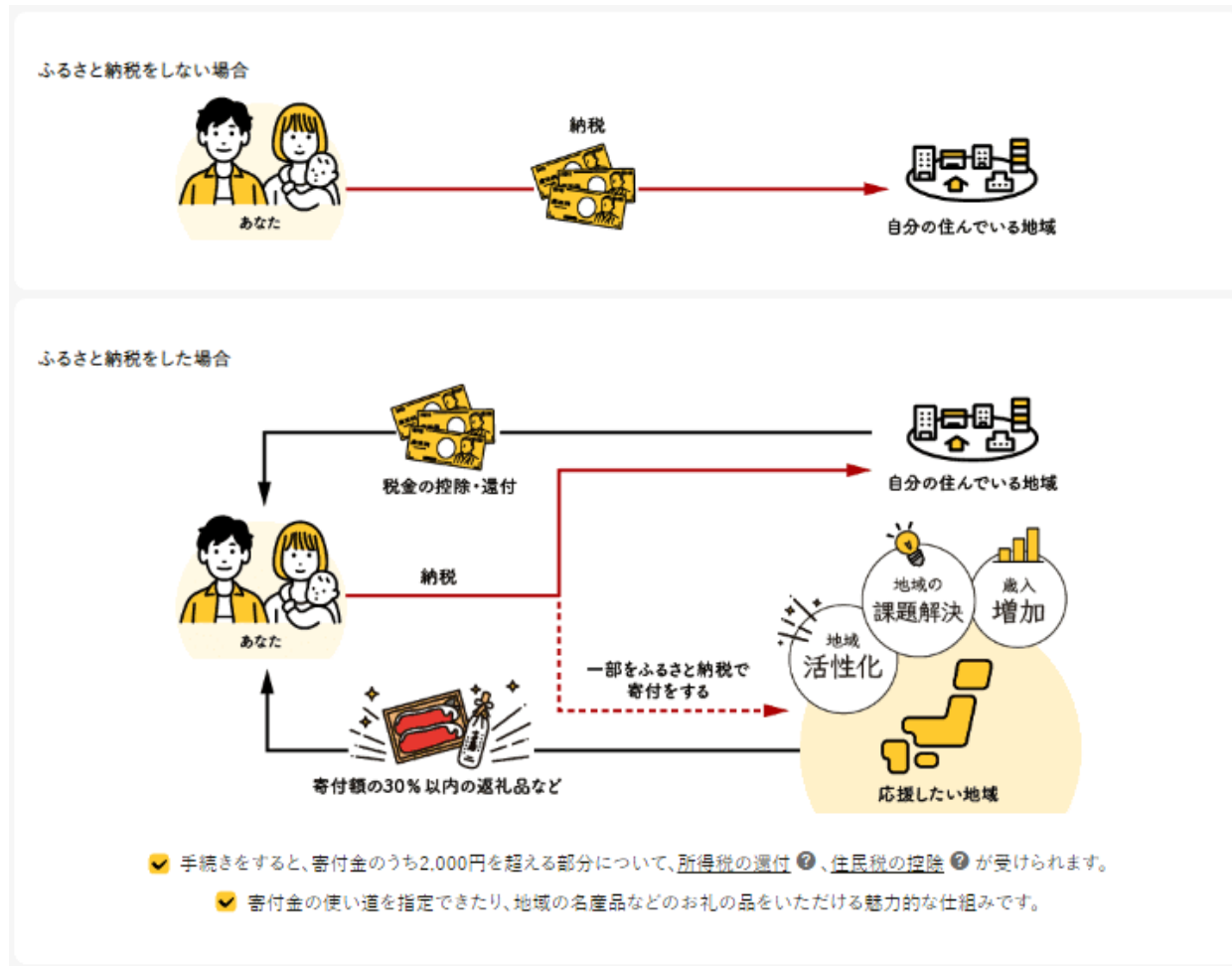


村上市

教育・保健・医療
保育・福祉・子育て
支援



■ふるさとと納税制度の仕組み



ふるさと納税では控除上限額内で寄附を行うと、合計寄附額から2,000円を引いた額について控除を受けることができます。控除上限額は収入や家族構成によって異なります。

■ふるさとと納税寄附額の推移（国内全体）



	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)

出典：総務省

ふるさとと納税は平成20年度から開始。

平成27年度は法改正（控除割合が倍増、ワンストップ特例制度の開始）により一気に寄附数が飛躍した。市場規模は2兆4,000億円とも言われており、令和3年度の寄附額は市場規模に対して約34%の8,302億円。

■ふるさと納税制度をとりまく環境・規制等

◎ふるさと納税市場の活況に伴い、 本制度に対し総務省からの各種通知を経て、税制改正が行われた

- 総務省がふるさと納税の実態把握を行い、制度の改正に向け動き出す。そうした中、大阪府泉佐野市が平成27年度11億円、平成28年度34億円、平成29年度135億円超の寄附を集める。
- 平成30年7月には、総務省の通知（技術的助言）を受け入れない自治体として、12自治体（泉佐野市、唐津市、みやき町など）を公表。
- 平成30年9月には、返礼品が寄附金の3割を超える自治体や地場産品に関する考え方が国の方針と合わない品物となっていた自治体について、その見直し状況を公表した。
- 平成30年10月には、依然として見直しをしない自治体を公表。新潟県では、三条市と加茂市として公表された。



平成31年3月27日

ふるさと納税を含めた改正地方税法が成立し、返礼品の基準などが定められ、ふるさと納税により優遇措置を受けることのできる自治体を総務大臣が指定することとなる。

■地方税法で定める「ふるさと納税の基準」とは

1. ふるさと納税の募集を適正に実施
2. 返礼品は寄附額の3割以下とする
3. 返礼品は、地場産品（国の基準に合うもの）であること

国に申請し、総務大臣の指定を受けなければならない

1. 寄附（ふるさと納税）の適正な募集

- 紹介者に利益供与（リベートを出すなど）して寄附の宣伝を行わない
- 返礼品を強調（お礼品特選カタログ、お礼品ベストコレクション）した宣伝を行わない
- 選択を阻害する表現（メガ盛り、ドカ盛り、激安、超得など）は用いない
- 自治体自らの住民に返礼品を提供しない
- ふるさと納税の募集に要する経費（返礼品調達費、送付経費、広報経費、決裁費用、ポータルサイト運営費用、事務費などの総計）を**5割以下**とする（**5割内経費規制**）

村上市の場合 … 令和2年度約 47%、令和3年度約 46%、令和4年度約 45%

2. 返礼品は寄附額の3割以下とする

3. 返礼品は、地場産品（国の基準に合うもの）であること

- ① 区域内で生産されたもの
- ② 原材料の主な部分が区域内で生産されたもの
- ③ 製造・加工の主な部分が区域内で行われたもの
- ④ 区域内で生産・製造（主要な部分）されたものだが、流通上他の地域産のものと混ざることが避けられないもの
- ⑤ 自治体キャラクターグッズ（サケリングッズ）やオリジナルグッズ
- ⑥ 区域内で提供される役務（瀬波温泉利用券はOK）
- ⑦ 近隣自治体で特産品として認知されており、都道府県がその市町村の特産品として認定するものや、複数の自治体が共同で取り扱う返礼品として都道府県が認定するもの
- ⑧ 既に寄附を受けた後に災害が発生し、被害を受けたことによってその特産品の発送が出来なくなった時に、代わりに提供する代用品

基準に対する各種解釈（例）

1. 区域内で提供されるサービスを受けるためのチケット
 - ・換金や転売対策を講じること
 - ・一般的な金券、旅行券（全国共通券のようなもの）の禁止

2. 区域内で製造されているもの
 - ・域内で主要な部分を加工、製造されていること
 - 他市で生産されているものは基本的に取扱いできない。ただし、主となる原材料が区域内の生産物であるときは可。

…など、細かな解釈が示されているほか、制度の適正な運用のための通知が随時行われています。

■ 村上市のこれまでのあゆみ

1. 寄附額の推移

年度	件数	寄附金額	備考
平成26年度	21件	1,045,000円	
平成27年度	4,316件	82,804,102円	・ワンストップ特例制度開始 ・H27年9月～市で返礼品送付開始 ★ポータルサイト開設①【ふるさとチョイス】
平成28年度	8,448件	207,822,549円	★ポータルサイト開設②【ふるなび】
平成29年度	10,346件	233,861,394円	★ポータルサイト開設③【ふるさとプレミアム】
平成30年度	16,408件	339,619,000円	★ポータルサイト開設④【さとふる】
令和元年度	17,469件	356,717,028円	・国の税制改正 (ふるさと納税の基準を示す)
令和2年度	19,768件	354,486,000円	★ポータルサイト開設⑤【ふるさとパレット】
令和3年度	28,330件	462,858,000円	★ポータルサイト開設⑥【楽天ふるさと納税】
令和4年度	30,609件	506,260,982円	

2. 返礼品の取り扱い

【平成27年度】村上市内の物産振興を目的としてふるさと村上応援寄附金の返礼品送付を開始しました。市内唯一の物産振興団体である越後村上物産会を支援する目的で、物産会から返礼品を購入することとしています。会員の増加等にあわせ、返礼品を随時追加しています。

【平成28年度】瀬波温泉旅館協同組合の商品（瀬波温泉利用券）を返礼品に追加。

【平成29年度】村上小売酒販組合の商品を返礼品に追加。

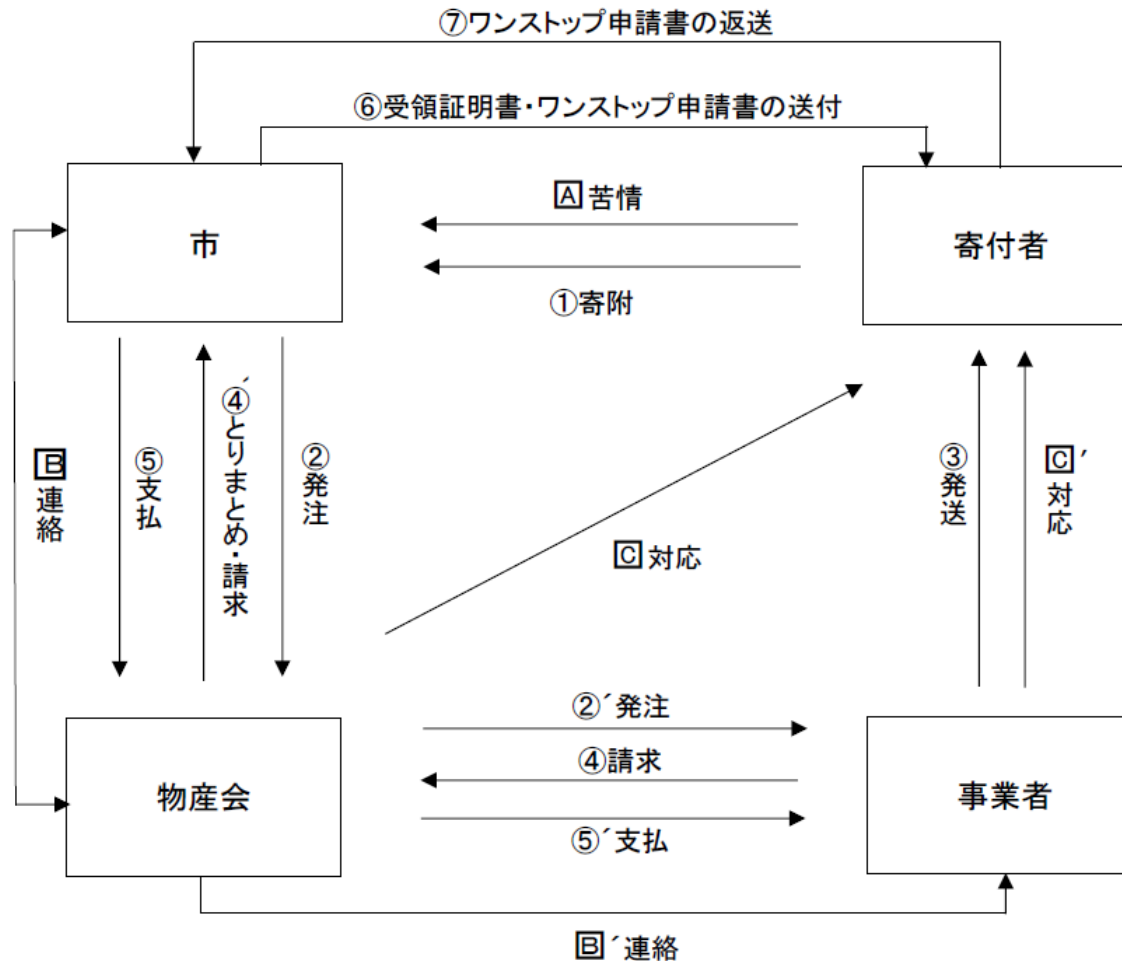
【令和3年度】「アートこらぼ・むらかみ」プロジェクトと連携し、障がい者応援品（参加済み事業者と当プロジェクトのコラボ品）を返礼品として追加。

【令和4年度】楽天トラベルクーポンを返礼品に追加。

令和5年4月時点で返礼品は約400品。新米予約品を加えると約460品。

■ 寄附金受領から返礼品の送付、内部事務の流れ

1. 業務形態（物産会への発注を例に）



2. 業務役割

●村上市

- ・ 寄附者からの電話、メール問合せ対応
- ・ 寄附データの取り込み、寄附管理、各種集計
- ・ 発注・支払作業（市 → 物産会及び旅館組合、酒販組合等）
- ・ 寄附金受領証明書、ワンストップ申請書関係
- ・ ポータルサイト関係（お礼品掲載・更新、契約、手数料の支払い等）
- ・ ふるさと納税活用報告 など

●越後村上物産会【返礼品の単価契約】

- ・ 新規事業者開拓、返礼品の提案
- ・ 事業者への発注・支払、配送管理、市との連絡調整 など

●瀬波温泉旅館組合、村上小売酒販組合【返礼品の単価契約】

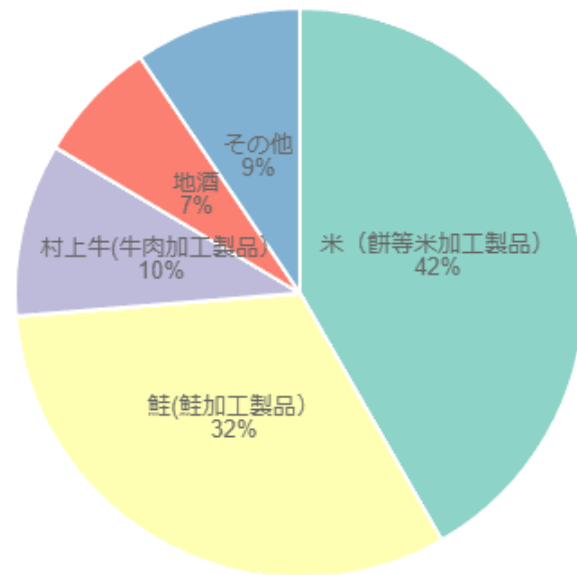
- ・ 返礼品の発送

- ・ ふるさと納税の業務は、市がほぼ直営で行っている状況。
- ・ 返礼品の単価契約を行っている各組織へ、市からの手数料支払いは無い。

■村上市の現状、取組状況等

1. 返礼品の人気ランキング（令和4年度実績）

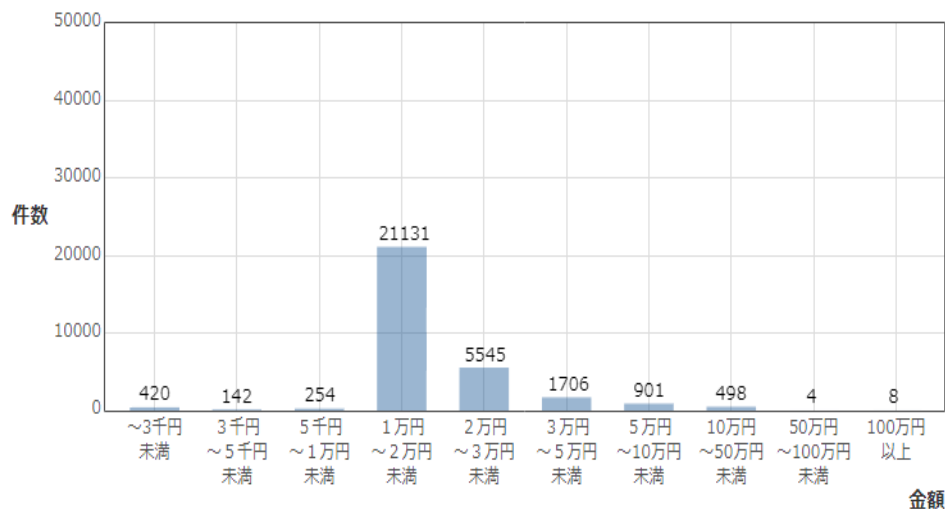
1位. 米	【割合 41.7%】
2位. 鮭加工製品	【割合 32.0%】
3位. 村上牛	【割合 9.8%】
4位. 地酒	【割合 6.9%】
5位. 水産加工品	【割合 2.9%】
6位. 瀬波温泉利用券	【割合 1.2%】



- ・令和4年度の寄附件数は31,092件。その約4割が米（12,964件）。
- ・米のうち約6割は「新之助」が占めています。岩船産コシヒカリの寄附件数は少ない状況にあります。

2. 寄附金の金額構成（令和4年度実績）

金額帯	件数 (%)		金額 (%)	
～3千円未満	420	(1.4%)	564,451	(0.1%)
3千円～5千円未満	142	(0.5%)	440,000	(0.1%)
5千円～1万円未満	254	(0.8%)	1,310,200	(0.3%)
1万円～2万円未満	21,131	(69.0%)	217,234,000	(42.9%)
2万円～3万円未満	5,545	(18.1%)	111,027,000	(21.9%)
3万円～5万円未満	1,706	(5.6%)	53,475,000	(10.6%)
5万円～10万円未満	901	(2.9%)	47,408,800	(9.4%)
10万円～50万円未満	498	(1.6%)	64,267,000	(12.7%)
50万円～100万円未満	4	(0.0%)	2,534,531	(0.5%)
100万円以上	8	(0.0%)	8,000,000	(1.6%)
合計	30,609	100.0%	506,260,982	(100.0%)



- ・ 村上市は、寄附件数は多いものの、高額寄附者が少ない状況にあります。
 ⇒ **客単価が低く、送料に多くの経費がかかっている状況。**
5割経費規制を圧迫する要因となっています

- ・ R3送料 30,153,390円（経費率6.5%）、R4送料 28,948,361円（経費率5.7%）

3. 寄附金の募集方法

(1) 郵送による申込

電話等で寄附申込をいただいた方に、申込書と返礼品カタログを送付。寄附金は郵便振替や銀行振込等で入金いただく。

(2) ポータルサイトによる申込

現在運用している6サイトから申込をいただく。寄附金はクレジットカードや電子マネー決済等で入金いただく。

【登録ポータルサイト】

①ふるさとチョイス（平成27年度導入）	⇒	約 7%
②ふるなび（平成28年度導入）	⇒	約 11%
③ふるさとプレミアム（平成29年度導入）	⇒	約 11%
④さとふる（平成30年度導入）	⇒	約 12%
⑤ふるさとパレット（令和2年度導入）	⇒	約 8%
⑥楽天（令和3年度導入）	⇒	約 9%

【手数料の目安】

4. 募集方法別の寄附件数と寄附額

【令和3年度】

受付区分	件数 (%)		金額 (%)	
チョイス	7,875	(27.8%)	139,905,000	(30.2%)
楽天	3,632	(12.8%)	55,285,000	(11.9%)
ふるなび	2,872	(10.1%)	50,625,000	(10.9%)
GCF	0	(0%)	0	(0%)
緊急寄附	0	(0%)	0	(0%)
さとふる	11,536	(40.7%)	165,095,000	(35.7%)
ふるさとプレミアム	2,066	(7.3%)	35,035,000	(7.6%)
ふるさとパレット	76	(0.3%)	2,020,000	(0.4%)
KDDI	0	(0%)	0	(0%)
自治体	0	(0%)	0	(0%)
その他	273	(1.0%)	14,893,000	(3.2%)
合計	28,330	(100.0%)	462,858,000	(100.0%)



【令和4年度】

受付区分	件数 (%)		金額 (%)	
チョイス	7,444	(24.3%)	138,828,000	(27.4%)
楽天	5,999	(19.6%)	87,291,000	(17.2%)
ANA	0	(0%)	0	(0%)
ふるなび	2,462	(8.0%)	45,659,000	(9.0%)
GCF	0	(0%)	0	(0%)
緊急寄附	622	(2.0%)	8,340,150	(1.6%)
さとふる	12,211	(39.9%)	181,246,501	(35.8%)
ふるさとプレミアム	1,274	(4.2%)	23,905,000	(4.7%)
ふるさとパレット	87	(0.3%)	1,589,000	(0.3%)
JRE	0	(0%)	0	(0%)
JAL	0	(0%)	0	(0%)
マイナビ	0	(0%)	0	(0%)
KDDI	227	(0.7%)	3,425,000	(0.7%)
セゾン	0	(0%)	0	(0%)
自治体	0	(0%)	0	(0%)
その他	283	(0.9%)	15,977,331	(3.2%)
合計	30,609	(100.0%)	506,260,982	(100.0%)

- ・「さとふる」における寄附が多い。（全体の4割を占める）
- ・R3手数料47,038,854円（経費率10.1%）、R4手数料49,526,412（経費率 9.8%）

5. これまでの取組状況

(1) 返礼品増加の取組

返礼品の単価契約を行っている、各団体と連携しながら、順次返礼品を増やしている状況です。

【開始初年度】約70品 ⇒ 【令和5年4月時点】約400品

(2) 返礼品の磨きあげ

各団体と連携しながら、事業者向けセミナーの開催、カメラマンによる撮影・コンテンツライティングを進めている状況です。

(3) ポータルサイトの拡充

5割内経費規制を圧迫せず、かつ寄附額の向上に繋がりやすい取組として、ポータルサイト拡充に努めてきました。（令和4年度時点で6サイトを運用）

令和3年度に寄附額が大きく向上した要因として、楽天ふるさと納税を追加した要因は大きいと考えます。

■村上市の課題（～令和4年度）

（1）各ポータルサイトの作成などの業務を直営で行っています。

ふるさと納税業務の大半を市が直営で行っている状況です（各団体には発注を行っているのみ。手数料等も発生していない）。事務に多くの職員を投入する状況になっており、業務を圧迫している状況です。

（2）客単価が低く、5割内経費規制を圧迫している。

1万円代の寄附が全体の約7割、2～3万円代の寄附が全体の約2割を占め、主に送料が経費を圧迫している状況です。

（3）5割内経費規制のラインに近い状況で業務を行っている。

ポータルサイト運営や、返礼品ブランディングの外部委託、専門人材の人件費等は全てふるさと納税の募集経費に該当する（5割内経費規制の対象）ことから、上記（1）の手法を進めてきました。

年間の寄附受入額や規制に係る経費率の目途は、年間寄附受入の6割強を占める11月～12月にならないとわからないことから、これまで歳入予算や投資的な歳出予算の計上を抑えてきた状況にあります。

直近の寄附額増で5割内経費に余裕が見えてきました。専門事業者への委託などの選択肢ができたため、早急に課題の改善を進めます。

■ 令和5年度の取組内容

現状課題に対して、今年度から下記の取組を実施しています。

(1) 業務の外部委託を実施

⇒ 寄附金受領証明書発行・ワンストップ特例受付業務について外部委託。
(税控除に関する業務をRPAを活用し、正確性と作業効率を向上)

(2) ポータルサイト内の返礼品ページの改善を進める

⇒ 募集業務の一部（返礼品の磨き上げ、撮影、サイトの作りこみ、SEO対策、メルマガ、広告運用など）を専門業者を活用しつつ改善を進めます。

(3) 新規返礼品（事業者）の積極的な追加

⇒ 当市の多様な特産品をより広く取り扱えるよう、事業者の新規参入を促進しています。既参加事業者についてはバリエーションを豊富にさせていただくよう進めています。

(4) 着地型のお礼品の開発を行う

⇒ 地域内で使用できる、PayPay商品券（返礼品）の導入を進めます。
⇒ 地域内で使用できる体験型返礼品の随時導入を進めます。