

平成26年4月15日

## 平成25年度総務委員会調査研究報告書

### （「ふるさと寄附金の今後のあり方について」の提言素案）

#### 1 はじめに

超少子高齢化社会による生産人口の減少が続く中で、行政サービスを維持するためにはどのように財源を確保していくべきか、そのあり方が注目されています。

その「解決」策の一つとして平成20年度に税制改正され登場してきたのが「ふるさと納税」です。これは、納税者の「ふるさと」に対する想いを税制上後押しする目的で創設され、都道府県・市区町村に対する寄附金について、極力自己負担が少なくなるよう、個人住民税と所得税からの控除を拡充するものです。

そもそもの構想は、平成18年10月の西川一誠・福井県知事の提案に端を発します。同氏は、地方で育ち都市で働き、退職後は地方に戻るという「人の循環システム」を踏まえ、地方が子供を育てるのに費やした行政コストを都市から回収する手段はないかという問題意識から、納税者が故郷の自治体に寄附を行った場合に、それに見合う税額を所得税と住民税から控除するという制度を提案しました。

そして現在、制度導入から5年が経過したことを踏まえ、他自治体がふるさと納税にどのように取り組んでいるかを参考にしながら、制度を執行する上で課題について検証し、本市におけるふるさと納税（以下、本市の事業名は「ふるさとまつもと寄付金」と記す。）の今後のあり方を研究することとしました。

#### 2 調査の過程

H25. 8. 7 大阪府池田市を視察

11. 12 現在の松本市の取り組み状況と課題について、政策課との意見交換会を開催

※ 以降、県内自治体の実施状況等の資料等を参考にしながら、テーマ研究の方向性について協議

### 3 ふるさと納税の導入に至る経緯と意義

#### (1) ふるさと納税の導入に至る経緯

平成 18 年	4 月	平岡秀夫・衆議院議員が「納税先指定による納税法案」を提案
	8 月 7 日	谷垣禎一・財務大臣（当時）が「ふるさと共同税」の導入を提案
	10 月 20 日	西川一誠・福井県知事が「故郷寄附金控除」制度を提案
平成 19 年	4 月	世耕弘成・参議院議員が「ふるさと還元税制」を提案
	5 月 1 日	菅義偉・総務大臣（当時）が、ふるさと納税制度の創設に向けて研究会を立上げる方針を表明
	5 月 30 日	地方分権改革推進委員会が取りまとめた「地方分権改革推進にあたっての基本的な考え方」において、地域間の税収格差是正の必要性が示される。
	6 月 1 日	総務省が「ふるさと納税研究会」を立ち上げ、制度創設に向けて検討を開始
	6 月 19 日	「経済財政改革の基本方針 2007」（骨太の方針）が、「『ふるさと』に対する納税者の貢献や、関わりの深い地域への応援が可能となる税制上の方策の実現に向け、検討する」として、ふるさと納税の導入を示唆する。
	7 月 12 日	平井伸治・鳥取県知事ら 5 県知事が「『ふるさと納税』制度創設の提言」をまとめる。
	10 月 5 日	研究会が『ふるさと納税研究会報告書』をとりまとめる。
平成 20 年	1 月 25 日	ふるさと納税を盛り込んだ「地方税法等の一部を改正する法律案」が第 169 回国会に提出される。
	2 月 29 日	同法案が衆議院で可決され、参議院に送付される。
	4 月 30 日	送付後 60 日を経過しても参議院で議決に至らなかったため、同法案は衆議院で再可決され、成立する。ふるさと納税が実質的にスタート

『レファレンス』平成 22 年 2 月号を基に作成

## (2) ふるさと納税の意義

### ア 納税者の選択

- ・「ふるさと納税」は、納税者が自分の意思で、納税対象を選択できるという道を拓くものであり、画期的な歴史的意義。

### イ 「ふるさと」の大切さ

- ・日本の中で、国民生活を支えるうえで、地方の果たしている役割は極めて大きい。
- ・「ふるさと納税」を通じて多くの人々は、「ふるさと」の大切さを再認識。

### ウ 自治意識の進化

- ・自治体間競争が刺激されることにより、地方団体が自治意識を進化させる重要な契機。

## 4 本市の現状

### (1) 実績

年度	寄付件数	寄付金額	備考
平成20年度	31件	3,114千円	
平成21年度	21件	1,656千円	
平成22年度	21件	1,469千円	
平成23年度	16件	743千円	
平成24年度	20件	1,105千円	
平成25年度	56件	2,072千円	

### (2) 寄附の方法

金融機関を通しての振り込み

### (3) 返礼内容

松本市の公共施設招待券（10枚つづり・3年間有効）及び松本市キャラクター「アルプちゃん」のストラップ（500円相当）の贈呈

※ 金額による区分けなし

### (4) 充当先

「美しいまち松本づくり基金」への積み立て

### (5) 広報

ア 公式HPでの案内

イ 長野県人会連合会など本市にゆかりのある団体等への案内

ウ 案内チラシの公共機関への備え付け及びイベント等での配布

## 5 他自治体における事例

### (1) 大阪府池田市

#### ア 寄付条例の制定

平成20年3月に「みんなでつくるまちの寄付条例」を制定し、翌年度4月1日より施行。条例は、寄附金による新たな自主財源の確保を目的としている。

#### イ 寄附金の充当先

寄附者は13事業の中から希望する用途を選択できる。寄付金は事業ごとに基金に積み立て、翌年度以降の事業に充当する。また、年度ごとに「市長が必要と認める事業」を重点事業として選択肢に加えている。

#### ウ 返礼品

地元企業や商店、交流都市等と連携し、1万円以上の寄附者には、5千円相当の返礼品を贈呈。

#### エ 寄附方法

金融機関を通しての振り込みに加え、「Yahoo 公金支払い」によるクレジットカード支払い制度を導入し、手続きの簡素化を図っている。

#### オ 市民への周知

まちづくりへの関心を高めてもらおうと、積極的にチラシやパンフレットを作成し、配布している。

#### カ 寄附金運用の透明化

寄附金の使い道をホームページで公表し、運用の透明化を図っている。

#### キ 実績

年度	件数 (件)		寄付金額 (円)	
		内 個人		内 個人
平成20年度	680	466	265,881,080	25,558,709
平成21年度	659	464	72,491,318	39,143,067
平成22年度	633	458	118,989,462	13,368,600
平成23年度	815	580	136,653,250	29,598,060
平成24年度	1,574	1,315	57,132,059	22,070,280

※ 平成24年度の寄付の内訳…別紙のとおり

## (2) 県内19市

- ア 公式HPでの案内・・・・・・・・・・19市（100%）
- イ 充当先の選択肢を設けている・・・・14市（約74%）
- ウ ゆかりのある団体への案内・・・・13市（約68%）
- エ 特産品を送付している・・・・・・・・9市（約47%）
- オ クレジットカード納付を導入・・・・7市（約37%）

## (3) 県内77市町村

- ア 特産品を送付している自治体・・・・33市町村（約43%）

## 6 議論された内容と抽出された課題

※ 平成24年度「ふるさとまつもと寄付金」  
寄付者へのアンケート（政策部提供）

### (1) アンケート結果（※）から

- ア ふるさとの味のするものが良いとの回答があったことから、返礼品についての検討が必要である。
- イ 寄附金の充当先について、松本市内の特定の地区に寄附したいとの回答があり、充当先についての検討が必要である。
- ウ 「今後も松本市への寄附を続けたい」との回答が多かったことから、返礼品へのアンケート調査を行えば、松本ブランドをさらに広めていける可能性がある。
- エ 寄附理由として、「家族・知人が住んでいる」割合が高かった。周知の手段が少なかったか、もしくは、返礼品などの魅力が少なかったためとも考えられないか。

### (2) 支払方法について

- ア 本市も「Yahoo公金払い」によるクレジットカード納付を導入することで、手続きの手間を省けるのではないか。

### (3) 充当先について

- ア 山雅支援や福島の子ども支援、山岳環境整備などの特定事業を選択肢に盛り込んでもいいのではないか。

### (4) その他

- ア 本市への寄附は「あくまでも善意の寄附」であり、過度の自治体間競争を招く恐れのある返礼品には慎重であるべきだ。
- イ 税金控除のメリットを受けるためには、確定申告をする必要があるので、

丁寧で分かり易い説明に努めるべきではないか。  
ウ 本市にゆかりのある人や団体へ、もっと直接的に案内をしてはどうか。

## 7 今後の制度内容のあり方

子どもが大切にされ、育ち、そして、この松本市から全国に巣立っていった人たちの、ふるさとを大切に想う気持ちに依拠することは、大切なことであり、こうした人たちに「ふるさとまつもと寄付金」の存在を知ってもらい、松本市の行う事業に関心を持ってもらうことが必要です。

寄附金の充当先の選択肢がない現状では、寄附金運用の透明性が確保されにくいという面があることに加え、特定の事業に特化して支援したい寄附者の想いを反映させるためにも、充当先の選択肢を増やすことは必要であろうと考えます。

更に、県内19市が公式ホームページにて案内を出していることから、インターネットを利用して寄附者をつながることを想定している実態もわかりましたので、クレジットカードによる納付等を可能にすることは、寄附したいと思ったその場で寄附できる仕組みを整えることであり、寄附者の手続きにかかる手間を軽減することで、松本を想う気持ちをすぐさま形にできる効果が期待できます。

また、こうした制度の意義を高めるためには、松本市を応援したいと考えてくださる多くの方と繋がる必要があります。そこで、本市にゆかりのある人や団体の活動情報を提供してもらうために、市民の協力を得ながら松本ファンを増やし、ふるさととしての松本を再認識し合うことが、「ふるさとまつもと寄付金」の本質ではないかと考えます。

これらの点から、総務委員会では、次のように提言します。

## 8 提言

### 「松本ファンと共に歩む、ふるさとまつもと寄付金」

- (1) 松本ファンを増やすための積極的なPR。
- (2) 松本市を知ってもらうための返礼品目の設定。
- (3) 特定事業に特化した寄附も受けられるよう、充当先の選択肢を設置。
- (4) 透明化を図るため、寄附金の運用状況を公開。
- (5) クレジットカードによる寄附方法の追加。
- (6) 市民の協力を得ながらの、本市にゆかりのある人や団体の活動情報の把握と寄附者への継続的な情報提供。

## 9 おわりに

地方分権のあり方が注視されている中、東京オリンピックに向けたインフラ整備や高速ネットワーク網の整備促進により、大都市一極集中による税金のストロー現象の更なる増大が危惧されます。一方、地方都市にとっては、地域の特色を生かしつつ、高齢者ケアや子育て対策への支援に充てる財源をどう確保していくか、今後切実な問題となっていきます。

こうした中、ふるさと納税が登場しましたが、現状では、本来の意義の一つである「ふるさとを大切に想う気持ち」が後退し、返礼品に多大な特典をつけることによる寄附者集めの手法に注目が集まりすぎている懸念があります。この様な過度な特典をつけた返礼品を掲げて「返礼品競争」を行うことは、この制度の本来の意義ではありません。

「ふるさとまつもと寄付金」において、特産物などを返礼品として「私たちが伝えたい松本市」を寄附者へ具体化することは、松本市についてのより多くの情報を知ってもらい、さらなる関心を高めてもらえる効果が期待されます。

従って、松本ファンを増やすと同時に、こうした本来の目的を踏まえるためには、市民の協力を得ていくことも欠かせない手段であろうと考えます。

松本を「ふるさと」として親しみを感じてもらえる松本ファンを増やし、彼らと共に歩いていく松本市を目指して、総務委員会の研究の結びとします。

### 【参考資料】

- ・『レファレンス』平成22年2月号
- ・『ふるさと納税研究会報告書』
- ・松本市調査『返礼として物産等を送付している県内市町村及びその内容』
- ・松本市調査『ふるさと納税19市調査』