

ふるさと納税の本来の役割とは？

**2019 年 5 月 17 日
泉佐野市**

<目次>

1. ふるさと納税の本来の趣旨	…1ページ
2. これまでの経緯	…2ページ
3. 新・ふるさと納税の問題点	…20ページ
① 経費 50%問題	…21ページ
② 地場産品問題	…22ページ
③ 指定制度問題	…33ページ
4. 今後のふるさと納税	…35ページ

2019 年 6 月 1 日から始まるふるさと納税の新制度において、泉佐野市を含む 4 つの自治体が除外されることが、5 月 15 日に総務省から告示されました。本市は新制度に適合した内容での参加申請を 4 月 5 日に行っていましたが、今回総務省が適用から除外するという判断を下したことに對して、大変驚き、困惑しております。

■昨年 11 月以降、本市を含めた 4 自治体以外にも総務省の技術的助言の基準を満たしていない自治体がいくつも存在していたにも関わらず、なぜ 4 自治体だけが制度の対象外となったのか。そこには総務省の恣意的な判断があったのではないのか。

■そして、そもそも法施行前の取り組みを踏まえるという行為は「法の不遡及」という原則から逸脱しており、法治国家としてあってはならない権限の濫用ではないのか。

本市としては、疑問を禁じえません。

どのような経緯を経て、総務省がこのような手段を取るに至ったのか。ふるさと納税が生まれてから現在に至るまでの歴史を振り返りながら、本市なりに総務省の問題点を列挙したいと思います。

1. ふるさと納税の本来の趣旨

総務省は、これまで繰り返し本市を名指しで「ふるさと納税の本来の趣旨に立ち返るように」というコメントを繰り返しています。果たしてふるさと納税の「本来の趣旨」とは何なのでしょうか？

疲弊する故郷への「想い」と恩返し

ふるさと納税は、故郷への恩返しという「想い」から創られた制度と言われています。総務省の web サイトには、“ふるさと納税で「地方創生」”、“ふるさと納税で日本を元気に！”というタイトルで以下のような理念が示されています。

*地方で生まれ育ち都会に出てきた方には、
誰でもふるさとへ恩返ししたい想いがあるのではないのでしょうか。
育ててくれた、支えてくれた、一人前にしてくれた、ふるさとへ。
都会で暮らすようになり、仕事に就き、納税し始めると、*

住んでいる自治体に納税することになります。
税制を通じてふるさとへ貢献する仕組みができないか。
そのような想いのもと、「ふるさと納税」は導入されました。

(総務省 HP より)

ふるさと納税は、現官房長官で当時総務大臣だった菅義偉氏の肝いりで創られました。当時内閣府参事官だった高橋洋一氏（現嘉悦大学教授）に対し、菅氏が「故郷の自治体に税金を納めたいが何とかできないのか」と相談したことがきっかけで創られたのがふるさと納税制度でした。

本来の趣旨は、首都圏と地方の税収格差の是正

「故郷の自治体に税金を納めたい」という思いには「故郷への恩返し」という想いが、そして、「故郷への恩返し」の背景には、過疎化、産業衰退、人口減少、高齢化、消滅自治体、財政難に喘ぐ故郷（地方）を憂い、何とかしてあげたいという想いがあったのではないでしょうか。

地方は、それぞれ様々な問題を抱えていますが、その根底にある大きな要因は、首都圏一極集中による首都圏と地方の税収格差であり、それを自治体の頑張りでは是正できる唯一の制度がふるさと納税であると私たちは考えています。

2. これまでの経緯

ふるさと納税は、なぜ創られた？

ふるさと納税制度が創設されたのは、2008 年です。

省庁や大会社、人口、税収など、全てにおいて首都圏に一極集中している一方で、過疎化、産業衰退、人口減少、超高齢化などによって地方が著しく疲弊している状況があり、格差是正のため、首都圏に集中する税収の一部を地方へ移し変える、それを国民が自由に選択することができる制度として創設されました。

ふるさと納税に官僚は大反対

制度創りに携わった内閣府参事官の高橋洋一氏（現嘉悦大学教授）のお話によると、当時、官僚はふるさと納税制度には大反対で抵抗は非常に激しかったそうです。

なぜ反対したのかというと、政府（官僚）が税を徴収して政府（官僚）が配分するのが公正であると官僚は考えていたからです。

また官僚は非常に優秀ですので、現在の本市のように政府（官僚）のコントロールの効かな

い自治体が発生するのを予期していたのかも知れません。

しかしながら、最終的には、当時の菅総務大臣の剛腕で押し通し、2008年に制度創設となりました。

始めは、なかなか普及しなかった(2008～2012年)

せっかくできた制度でしたが、初期の2008年から2012年までの5年間は、なかなか普及しませんでした。

控除できない金額が5,000円（現在は2,000円）と寄附者の負担が大きいことや、税の控除を受けるには、給与所得者には馴染みの少ない確定申告という手続きが必要だったということもあり、なかなか寄附者は増えませんでした。

この頃、一部の自治体において寄附の謝礼として返礼品が送られるようになりました。泉佐野市でも感謝の気持ちとして泉州タオルの「タオルマフラーセット」や「フェイスタオルセット」などを返礼していました。

その後、地場産品資源の豊富な一部の自治体が、自慢の特産品を複数ラインナップし、寄附者が返礼品を複数から選択できるような仕組みを構築していましたが、それほど大きな動きはありませんでした。

ポータルサイトの台頭と制度の普及(2012年)

ふるさと納税の成長に大きく貢献した企業がありました。株式会社トラストバンク（以降、「トラストバンク」）です。

トラストバンクは、「返礼品」のお得さに着目し、2012年9月、ふるさと納税ポータルサイト「ふるさとチョイス」を開設しました。

当初の「ふるさとチョイス」は、返礼品情報を取りまとめるだけのwebサイトでしたが、開設1年後の2013年9月には、申込フォームの提供開始、2013年12月にはクレジット決済を開始し、webサイトから容易にふるさと納税の申込みを可能にしたことにより、制度の普及に大きく貢献しました。

トラストバンクと泉佐野市の関係

トラストバンクと泉佐野市の関係は、2013年頃から始まり、2014年2月には、同社の須永社長が泉佐野市を訪れ、千代松市長と二度目の面談をし、トラストバンクと泉佐野市は、ふるさと納税に関する包括的な連携を行うことになりました。その際、トラストバンクから提示されたのが、成果報酬10%、ただし寄附金が1億円に達しなかった場合は無報酬というものでした。本市からは、これに加えて寄附金額が日本一になった際には20%の成果報酬を約束しました。

この包括連携がきっかけになったかどうかは不明ですが、この年から、トラストバンクは、同様の包括支援のサービスを商品化し、大きく成長するきっかけとなります。さらには、ふ

るさと納税市場が現在のような大きな経済状況になる契機になりました。

ふるさと納税と返礼品競争の幕開け

トラストバンクが泉佐野市との包括的な連携を決定して以降、同社は、全国の自治体の首長や担当者に向けた営業活動を本格化させました。また、話題性のある「高額返礼品」や感謝券なる「金券」を積極的に自治体に薦めたのも同社でした。

ふるさと納税制度を普及させるための活動であったと思いますが、今思えば、こういったことが返礼品競争のきっかけを作ったのかもしれない。

トラストバンクは、今では泉佐野市とは正反対のメッセージを発信するような会社ですが、この頃、「250 自治体がふるさとチョイスで 1 億円超え！」というような、少々過激なパンフレットも作っていたと、本市の担当者は記憶しています。

ふるさと納税三種の神器

この頃生まれたのが「ふるさと納税三種の神器」という言葉です。「肉」「カニ」「米」がそれですが、その後、山形県天童市の活躍で「フルーツ」もこれに加わることになります。

「ふるさと納税三種の神器」、いわゆる人気の返礼品です。当時は、北海道上士幌町の「肉」、長野県阿南町の「米」、鳥取県米子市、境港市の「カニ」が大変人気で、掲載されるとすぐに品切れになるようなものもありました。この他にも宮崎県綾町、佐賀県玄海町なども積極的に豊富な地場産品を返礼品として提供し、多くの寄附を集めることに成功していました。こういった「ふるさと納税三種の神器」と呼ばれる特産品資源を持つ自治体が多く、寄附を集めたことで、泉佐野市のように特産品資源の乏しい自治体が危機感を募らせ始めたのもこの頃でした。

あまり知られていない、ふるさと納税の歴史

実は、ふるさと納税の歴史には、あまり知られていない意外な事実があります。そのいくつかをご紹介します。

高還元率というと宮崎県都城市をイメージする方も多いと思いますが、実は高還元率のパイオニアは市区町村ではなく、ある都道府県でした。実は、「スタバは無いけど、砂場はある」で有名な鳥取県が「7 割」という高還元率で返礼品を提供していました。しかも、県ですから鳥取県全域の事業者から返礼品を提供させ、豊富な返礼品ラインナップということも鳥取県がパイオニアでした。そういったこともあり、鳥取県は、2015 年の寄附金額で全国 3 位になりました。実は、高還元率のパイオニアは鳥取県だったということはあまり知られていないのではないのでしょうか。

また、もっと意外なのは、制度創設（2008 年）以降、この頃（2015 年）までの寄附金額上位自治体は、東京都府中市、三鷹市など、首都圏の自治体だったということもあまり知られていないのではないのでしょうか。首都圏と地方の収格差是正のために創設されたふるさ

と納税がこの頃はあまりうまく機能していなかったことが分かります。

泉佐野市ふるさと納税の誇り「ピーチポイント」

泉佐野市のふるさと納税と言えば、「ピーチポイント」と言っても過言ではないと思います。ピーチポイントの取組みは、2014 年 6 月から開始しました。ピーチポイントとは、LCC（ロー・コスト・キャリア）の「Peach」の航空券の購入に使えるポイントです。逆に言うと Peach の航空券の購入にしか使えない、使用用途が限られた使い勝手の悪いポイントです。なぜ航空券を購入するのにポイントかと言うと、LCC の Peach は、「空席連動性」という料金体系になっており、他の大手航空会社のように固定の料金がありません。そのため航空券として発行し返礼品として提供することができないため、購入の際、支払いに使用できるポイントを返礼品として提供しています。

このピーチポイントの取組みは、2014 年 1 月に検討を始めたのですが、この頃、関西空港は、現在のように利用者が毎年前年比を超えるような状況ではありませんでした。泉佐野市の近年は、関西空港と共に歩んできたといっても過言ではなく、泉佐野市の財政状況がひっ迫するような状況になったのは、関西空港の低迷が大きな要因でした。つまり関西空港の低迷は、泉佐野市の地域問題であり、関西空港を活性化することが一番の地域課題でした。そこに希望をもたらしてくれたのが、LCC の「Peach」でした。

Peach は、日本発の LCC として関西空港を拠点に 2012 年 3 月に運航を始めました。当初は、日本に馴染みのない LCC という業態ということもあり、「安かろう、悪かろう」という根拠の無い固定観念に苦しみましたが、着実に安全運航、低運賃のイメージを関西を中心に定着させ、ピーチポイントの取組みを検討した 2014 年 1 月頃には、徐々に関西空港に明るい兆しが見え始めていました。しかし、その頃でも、現在のような関西空港を想像できた人は、それほど多くなかったのではないかと思います。

そのような中、当時のふるさと納税の担当者が兼務で空港対策の担当もしていたため、この関西空港を盛り上げている Peach を応援することで空港活性化につなげることができないかと考え、ピーチポイントをふるさと納税の返礼品として提供することを思いついたので、ピーチポイントを返礼品として提供することにより、Peach の利用促進を図り、それが関西空港の利用促進、活性化につながるという目的でした。当時、こういう類の返礼品は珍しく、日本初の取組みということで話題性もあり、多くの寄附を得ることのできるコンテンツとしても期待しました。

その結果、本市のふるさと納税は、寄附額が前年比 10 倍と急拡大し、全国でも 11 位となったことで、ふるさと納税に取り組む自治体として一躍全国区に躍り出ることになります。また、どこまでこの取組みが寄与できたかわかりませんが、現在、関西空港は、アジアを中心としたインバウンド旅行者であふれるような状況になり、泉佐野市内にも年間 100 万人を超えるインバウンド宿泊客が発生し、現在もホテル建設が続いている状況にあります。このようなことから、ふるさと納税におけるピーチポイントの取組みは、泉佐野市の街の課

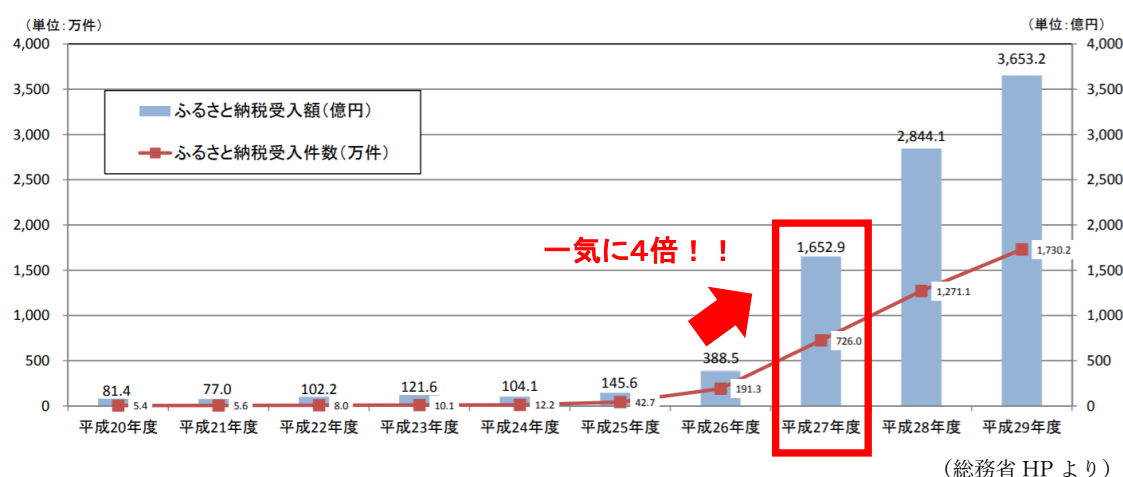
題解決に寄与した代表的なものであり、泉佐野市ふるさと納税の誇りでもあります。そういった返礼品であっても、この返礼品が多く寄附を集めるということから総務省は禁止返礼品として規制をしています。ふるさと納税は、地域問題や地域課題を解決するためのツールとして活用することは総務省も推奨していたはずですが。こういったことから総務省の規制は、これまでの経緯と矛盾することが多いと言えます。

ふるさと納税ブームの到来と手続きの緩和(2015 年)

ふるさとチョイスをはじめとする民間ポータルサイトの活躍によって、ふるさと納税の認知が一気に広がり、寄附規模も徐々に拡大します。

それに伴い取組みを強化する自治体も増え始めました。

こういった状況をきっかけに、総務省がさらなるふるさと納税の普及を目指し「控除の上限額 2 倍」、「税控除の手続き簡素化（ワンストップ特例申請）」させたことにより、寄附規模が大幅に拡大することになります。



全国寄附金総額は、2014 年度に約 388 億円だったものが 2015 年度には約 1,652 億円と、約 4 倍の規模と大幅に拡大しました。

返礼品を批判する自治体

寄附規模が大幅に拡大する一方で、この頃から返礼品を強調し寄附を募集することを批判する自治体の動きが出てきます。

返礼品で寄附者を釣るような募集のやり方は「ふるさと納税の本来の趣旨」にそぐわないと、北陸地方の自治体を中心に反対意見が出るようになります。

こうした動きに対し返礼品を提供する自治体は、批判への反論として、返礼品を送付するのは「特産品の PR」「地場産業の振興」「地域経済の活性化」などと主張するようになりました。

この頃、ふるさと納税がブームになってきていたこともあり、世の中ではどちらかというと

批判的な意見が取り上げられることは少なく、返礼品のお得感など、生活の知恵的な切り口を中心として報道されることもしばしばでした。

その際、返礼品を提供していた自治体が訴求した上記のような主張が、あたかもふるさと納税の趣旨のように伝えられ、徐々にこれが「ふるさと納税の本来の趣旨」であるかのように認知が広がっていきました。

総務省による返礼品規制が始まる(2015 年)

一部の地方自治体からの返礼品批判とともに、東京都を中心とする都市部の自治体と国会議員からも返礼品を強調して寄附募集をする自治体への批判が強くなりました。同時にこういった自治体や国会議員から国（総務省）に対して返礼品を規制するようにとの要望や意見が出てきました。

そして、とうとう 2015 年 4 月、総務省による返礼品規制が始まりました。

2015(平成 27)年 4 月 1 日付け 総務大臣通知

初めての総務大臣通知の内容は以下のようなものでした。

◎返礼品の価格を表示しないよう

◎返礼品割合を表示しないよう

◎以下の返礼品を送付しないよう

- ・換金性の高いプリペイドカード
- ・高額の返礼品
- ・返礼割合の高い返礼品

返礼品(特産品)送付への対応について
「地方税法、同法施行令、同法施行規則の改正等について」(平成27年4月1日付総税企第39号)(抜粋)
2 本年度改正において、Ⅱの第1の1(2)ア及び第2の1(2)アのとおり特例控除額の控除限度額を引き上げることとしたところであるが、ふるさと納税に関する事務の遂行に当たっては、以下の点に留意の上、適切に対処されたいこと。
(1) ふるさと納税について、当該寄附金が経済的利益の無償の供与であること、当該寄附金に通常の寄附金控除に加えて特例控除が適用される制度であることを踏まえ、豊かな地域社会の形成及び住民の福祉の増進に寄与するため、各地方団体がふるさと納税に係る周知、募集等の事務を行う際には、次のように取り扱うこと。
ア 当該寄附金が経済的利益の無償の供与であることを踏まえ、寄附の募集に際し、次に掲げるような、返礼品(特産品)の送付が対価の提供との誤解を招きかねないような表示により寄附の募集をする行為を行わないようにすること。
・ 「返礼品(特産品)の価格」や「返礼品(特産品)の価格の割合」(寄附額の何%相当など)の表示(各地方団体のホームページや広報媒体等における表示のみでなく、ふるさと納税事業を紹介する事業者等が運営する媒体における表示のための情報提供を含む。)
イ ふるさと納税は、経済的利益の無償の供与である寄附金を活用して豊かな地域社会の形成及び住民の福祉の増進を推進することにつき、通常の寄附金控除に加えて特例控除が適用される仕組みであることを踏まえ、次に掲げるようなふるさと納税の趣旨に反するような返礼品(特産品)を送付する行為を行わないようにすること。
① 換金性の高いプリペイドカード等
② 高額又は寄附額に対し返礼割合の高い返礼品(特産品)
(2) ふるさと納税は、通常の控除に加えて特例控除が適用される仕組みであるが、その適用が、地方団体に対する寄附金額の全額(2,000円を除く。)について行われるのは、当該寄附が経済的利益の無償の供与として行われており、返礼品(特産品)の送付がある場合でも、それが寄附の対価としてではなく別途の行為として行われているという事実関係であることが前提となっているものであるが、その場合においても、当該返礼品(特産品)を受け取った場合の当該経済的利益については一時所得に該当するものであること。
(3) 各地方団体においては、上記(1)及び(2)を踏まえ、返礼品(特産品)の送付等、ふるさと納税に係る周知、募集その他の事務について、寄附金控除の趣旨を踏まえた良識ある対応を行うこと。また、各都道府県においては、域内市区町村の返礼品(特産品)送付が寄附金控除の趣旨を踏まえた良識ある対応となるよう、適切な助言・支援を行うこと。
(4) ふるさと納税に関する窓口を明確化するなど、寄附者の利便性の向上に努めること。
(5) 寄附を受ける地方団体は、ふるさと納税の使途(寄附金の使用目的)について、あらかじめ十分な周知を行うなど、当該団体に係るふるさと納税の目的等が明確に伝わるよう努めること。
(6) 寄附を受けた地方団体においては、寄附者の個人情報等を厳格に管理すること。特に、返礼品(特産品)送付に関し外部委託等を行う際には、外部委託に伴う個人情報漏えい防止対策を徹底すること。

(総務省 HP より)

総務省からの通知には、「価格表示をしないよう」「返礼割合を表示しないよう」といった「お得感」の訴求を禁止するものが中心で、具体的な禁止返礼品としては、「換金性の高いプリペイドカード」「高額返礼品」「返礼割合の高い返礼品」といった、地方自治体から見てもあまり相応しくないという印象の強いものでしたので、これに対して批判的な意見をもっている自治体は多くはありませんでした。

また、自治体の対応も自主的なものに留まり、それほど大きな額の寄附を集める自治体も無かったため総務省や都道府県からもそれほど強い指導はありませんでした。

毎年禁止返礼品が増えていく(2016 年以降)

2016 年 4 月、二通目になる総務大臣通知による規制がありました。

長崎県平戸市が「ポイント制」を発明して 2014 年度の日本一になり、翌 2015 年にこの「ポイント制」が自治体の間で大ブームになったこともあり、「金銭類似性の高いもの」としてプリペイドカード、商品券、電子マネー・ポイント・マイル、通信料金が禁止返礼品となると、この「ポイント制」もポイントだからという理由で禁止対象となりました。

2016(平成 28)年 4 月 1 付け 総務大臣通知

二通目の総務大臣通知、内容は以下のようなものでした。

- ◎返礼品の価格を表示しないよう
- ◎返礼品割合を表示しないよう
- ◎以下の返礼品を送付しないよう

- ・金銭類似性の高いもの

- (プリペイドカード、商品券、電子マネー・ポイント・マイル、通信料金等)

- ・資産性の高いもの

- (電気・電子機器、貴金属、ゴルフ用品、自転車等)

- ・高額の返礼品

- ・返礼割合の高い返礼品

※赤字が新たに追加されたもの

返礼品(特産品)送付への対応について	
「地方税法、同法施行令、同法施行規則の改正等について」(平成27年4月1日付総務企第39号)(抜粋)	
2	本年度改正において、Ⅱの第1の1(2)ア及び第2の1(2)アのとおり特例控除額の控除限度額を引き上げることとしたところであるが、ふるさと納税に関する事務の遂行に当たっては、以下の点に留意の上、適切に対処されたいこと。 (1) ふるさと納税について、当該寄附金が経済的利益の無償の供与であること、当該寄附金に通常の寄附金控除に加えて特例控除が適用される制度であることを踏まえ、豊かな地域社会の形成及び住民の福祉の増進に寄与するため、各地方団体がふるさと納税に係る周知、募集等の事務を行う際には、次のように取り扱うこと。 ア 当該寄附金が経済的利益の無償の供与であることを踏まえ、寄附の募集に際し、次に掲げるような、返礼品(特産品)の送付が対価の提供との誤解を招きかねないような表示により寄附の募集をする行為を行わないようにすること。 ・「返礼品(特産品)の価格」や「返礼品(特産品)の価格の割合」(寄附額の何%相当など)の表示(各地方団体のホームページや広報媒体等における表示のみでなく、ふるさと納税事業を紹介する事業者等が運営する媒体における表示のための情報提供を含む。) イ ふるさと納税は、経済的利益の無償の供与である寄附金を活用して豊かな地域社会の形成及び住民の福祉の増進を推進することにつき、通常の寄附金控除に加えて特例控除が適用される仕組みであることを踏まえ、次に掲げるようなふるさと納税の趣旨に反するような返礼品(特産品)を送付する行為を行わないようにすること。 ① 換金性の高いプリペイドカード等 ② 高額又は寄附額に対し返礼割合の高い返礼品(特産品) (2) ふるさと納税は、通常の控除に加えて特例控除が適用される仕組みであるが、その適用が、地方団体に対する寄附金額の全額(2,000円を除く。)について行われるのは、当該寄附が経済的利益の無償の供与として行われており、返礼品(特産品)の送付がある場合でも、それが寄附の対価としてではなく別途の行為として行われているという事実関係であることが前提となっているものであるが、その場合においても、当該返礼品(特産品)を受け取った場合の当該経済的利益については一時所得に該当するものであること。 (3) 各地方団体においては、上記(1)及び(2)を踏まえ、返礼品(特産品)の送付等、ふるさと納税に係る周知、募集その他の事務について、寄附金控除の趣旨を踏まえた良識ある対応を行うこと。また、各都道府県においては、域内市区町村の返礼品(特産品)送付が寄附金控除の趣旨を踏まえた良識ある対応となるよう、適切な助言・支援を行うこと。 (4) ふるさと納税に関する窓口を明確化するなど、寄附者の利便性の向上に努めること。 (5) 寄附を受ける地方団体は、ふるさと納税の使途(寄附金の使用目的)について、あらかじめ十分な周知を行うなど、当該団体に係るふるさと納税の目的等が明確に伝わるよう努めること。 (6) 寄附を受けた地方団体においては、寄附者の個人情報を厳格に管理すること。特に、返礼品(特産品)送付に関し外部委託を行う際には、外部委託に伴う個人情報漏えい防止対策を徹底すること。

(総務省 HP より)

2016年4月の通知では、静岡県焼津市がタブレット、岡山県備前市や長野県伊那市などが家電製品で大きな額の寄附を得たため、「資産性の高いもの」として、電気・電子機器、貴金属、ゴルフ用品、自転車などの規制が始まりました。

ただし、この頃においても自治体の対応は自主的なものに留まり、総務省や都道府県からもそれほど強い指導はありませんでした。

総務省が「本気」になった？(2017年)

2017年4月、三通目になる総務大臣通知による規制は、過去2年のものとは違いました。この通知には、「返礼割合を3割以下にすること」という、これまでの「高い還元率」とのみ表現されていたものに対する具体的な数値が示されました。

2017(平成29)年4月1付け 総務大臣通知

三通目の総務大臣通知、内容は以下のようものでした。

◎返礼品の価格を表示しないよう

◎返礼品割合を表示しないよう

◎以下の返礼品を送付しないよう

・金銭類似性の高いもの

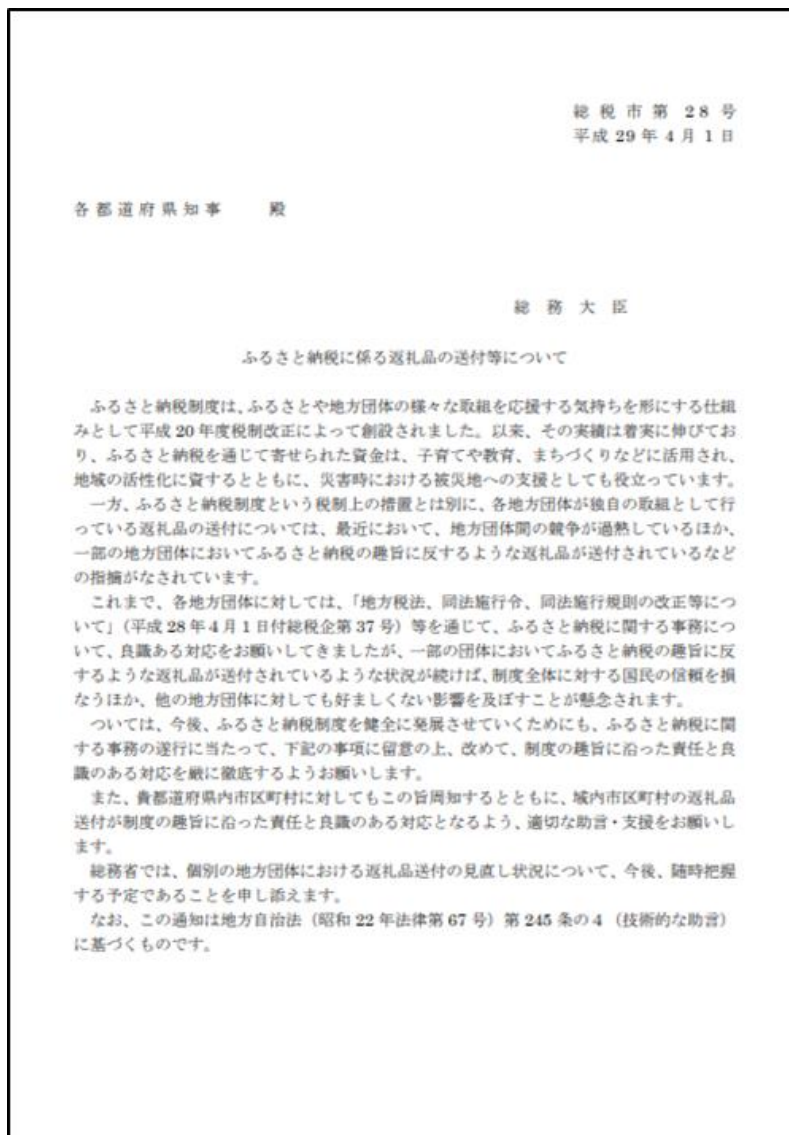
(プリペイドカード、商品券、電子マネー・ポイント・マイル、通信料金等)

・資産性の高いもの

(電気・電子機器、**家具**、**貴金属**、**宝飾品**、**時計**、**カメラ**、ゴルフ用品、**楽器**、自転車等)

- ・高額の返礼品
- ・返礼割合の高い返礼品
- ◎返礼割合を3割以下にすること
- ◎市民には返礼品を送付しないよう

※赤字が新たに追加されたもの



（総務省 HP より）

これまでは、「高い還元率」と抽象的な表現を使っていましたが、「返礼割合を 3 割以下にすること」と還元率に具体的な数値が示されました。

この際、通知以外にも具体的な動きがあり、総務省から都道府県を通じて、問題があると思

われる市区町村には返礼品の是正に関する指導が入りました。

総務省が特に問題があると考えている自治体には、総務省から直接指導の電話がありました。泉佐野市には、総務省の課長補佐からピーチポイントの提供を止めるようにとの指導がありました。

こういった指導が全国の自治体にありましたが、その際、総務省からは、「ふるさと納税に対して批判が出ていて、是正してもらえないと制度を守れない」と、地方自治体の良心につけこんだり、酷いものでは「交付税を減らす」などの脅しとも取れる発言を受けた自治体もありました。こうした状況に多くの自治体は、見直しを余儀なくされました。

自治体が重い腰を上げて、見直しが始まる(2017 年)

2017 年 4 月の通知内容とそれに伴う国、都道府県からの圧力が非常に強いこともあり、制度を守りたいと考えた自治体は、重い腰を上げて見直しを進めることになりました。

ランキング上位の自治体で見直しを進める動きが多く出たこともあり、比較的寄附金額の多い自治体のほとんどが見直しを進めることになりました。

総務省からは当初 6 月までに見直しをするようにとの指示がありましたが、自治体からの反発もあり 8 月を目途に進めることになりました。しかし、寄附規模の大きい自治体などでは、すぐの対応は難しく、秋頃を目標に見直しが進められました。

泉佐野市においても 2017 年 8 月の見直しを決定し、5 月に事業者向けの説明会を実施、見直しに向けて事業者からのヒアリングなどを進めましたが、想定以上に業務量が多く、最終的には 2017 年 11 月に見直すことになりました。

見直しに時間を要した理由は、2 点ありました。

1 点目は、寄附全体の 6 割以上が「1 万円の寄附」という状況があったため、還元率を 3 割にするために、例えば返礼品自体を変更せず、寄附金額を 1 万円から 1 万 5 千円に変更したとすると、当該返礼品が選ばれづらくなるため、質量やセット内容の組み換え、値引交渉などについて事業者との調整が必要になりました。泉佐野市の場合、当時でも事業者数が 100 社以上あり、その調整だけで数か月を要しました。

2 点目は、事業者の反発でした。事業者からすると、見直しは大きく売上に影響することから、見直しに関して否定的でした。事業者の多くは、ふるさと納税が、「儲かります」、「お得です」となる以前から市と一緒に取組んできたという思いもあり、市側の都合や判断で一方的に見直しをすることに反発もありましたし、市としても一定の配慮は必要と判断し、事業者の納得がいくまで丁寧に説明し理解を求めました。最終的には、「制度を守りたい」という全国の自治体の共通の思いを理解いただき、見直しを了承していただきました。

<見直しをした上位の自治体>

2017 年 4 月 長野県伊那市 (2 位)

2017 年 6 月 宮崎県都城市 (1 位)、岡山県備前市 (13 位)

2017 年 7 月 山形県米沢市 (7 位)
2017 年 9 月 静岡県焼津市 (3 位)
2017 年 10 月 山形県天童市 (9 位)
2017 年 11 月予定 大阪府泉佐野市 (8 位)

カッコ () 内は、2016 年の全国寄付金額受入順位

しかし、この時は知りませんでした。本市を含め寄附金獲得上位の自治体は、全国の自治体が動いていると思ひ込み見直しに動いていましたが、実際は、総務省や都道府県から強い圧力をかけられていた上位の自治体だけが動いていただけで、総務省の調査資料でも発表されているとおり、2017 年 8 月時点で 841 団体 (47.0%)、2018 年 3 月時点でも 490 団体 (27.4%) が 3 割超の返礼品を提供していました。もともと 3 割以内で実施していた団体の方が多かったため、これからするとほとんどの自治体は見直しをしていなかったことになります。

なお総務省の調査は、あくまでも自己申告ですので、3 割以下と申告している自治体の中でも 3 割以上の還元率で実施している自治体は沢山ありました。余計なことかも知れませんが、現在でも 3 割と申告しながら、3 割を超える返礼率で実施している自治体は、多くはないですが存在します。

地方自治体を揺るがす大事件が勃発(2017 年 9 月 4 日)

いわゆる「野田発言」が勃発します

「自治体におまかせするのが当然」

「ふるさとへの寄附を直接、自分の意志でできるという仕組みや、脆弱な財政の地方が必要なことをふるさと納税で自由にできるという流れが大事」

「ふるさと納税のよい取り組みや在り方を紹介することで、通知をださなくてもすむのでは」

(産経ニュースより)

野田聖子総務相、ふるさと納税返礼品「自治体判断に一任」

<外部リンク>

<https://www.sankei.com/politics/news/170905/plt1709050003-n1.html>

不公平の原因を作ったのは、野田総務大臣

2017 年 9 月 4 日、当時、就任後間もない野田聖子総務大臣が産経新聞の取材において「自治体におまかせするのが当然」、「ふるさと納税のよい取り組みや在り方を紹介することで、通知をださなくてもすむのでは」との発言があり、それが報道されたため、全国の自治体は大混乱になりました。これが、いわゆる「野田発言」です。

時の総務大臣の発言ということもあり、まだ見直しをしていなかった多くの自治体が見直しを保留することになり、既に見直しをした自治体、保留した自治体に格差、不公平が発生する原因となりました。

自治体は大混乱、総務省への不信感が強く

「野田発言」で自治体は大混乱となりましたが、野田大臣は、自身の発言で全国の自治体を混乱に陥れたにも拘わらず謝罪もせず、また 2017 年 12 月には衆議院選挙が控えていたため「また大臣が変われば発言が変わるのでは」という憶測も広がり、自治体の中では、総務省の一方的な見解による規制により生じていた不信感がさらに強くなりました。

すでに見直しを終えていた一部の自治体からは、「不公平」という批判もありましたが、野田大臣も総務省も、事態の収拾に積極的に関与しないばかりか、大臣および総務省が招いた状況にもかかわらず、見直しを保留した自治体に責任転嫁をしたことでさらに国と自治体の間の溝が深まることになります。

突然の通知、またまた自治体は大混乱

そのような中、通知を出さないと言っていた野田大臣が、2018 年 4 月にまたもや返礼品の規制に関する通知を出します。それも、かつてないとんでもない規制でした。

「地場産品規制」 です。

前年に全国の自治体で大混乱に陥れておきながら、しかも「通知を出さない」と言っていた野田大臣が前触れもなくこの通知を出してきたため、総務省と自治体の信頼関係はもはや崩壊同然となったと本市はとらえています。

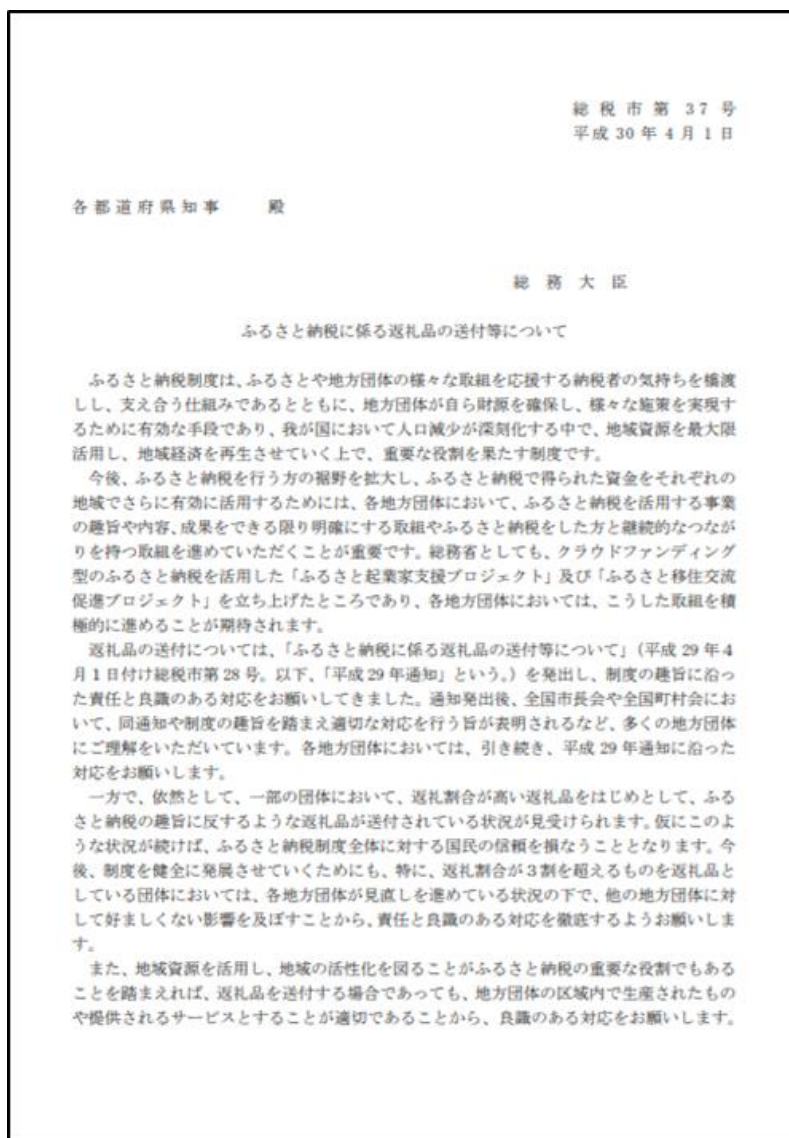
2018(平成 30)年 4 月 1 付け 総務大臣通知

四通目の総務大臣通知の内容は以下のようなものでした。

- ◎返礼品の価格を表示しないよう
- ◎返礼品割合を表示しないよう
- ◎以下の返礼品を送付しないよう
 - ・金銭類似性の高いもの
(プリペイドカード、商品券、電子マネー・ポイント・マイル、通信料金等)
 - ・資産性の高いもの
(電気・電子機器、家具、貴金属、宝飾品、時計、カメラ、ゴルフ用品、楽器、自転車等)
 - ・高額の返礼品
 - ・返礼割合の高い返礼品
- ◎返礼割合を 3 割以下にすること
- ◎市民には返礼品を送付しないよう

◎（地場産品規制）「地域資源を活用し、地域の活性化を図ることがふるさと納税の重要な役割でもあることを踏まえれば、返礼品を送付する場合であっても、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が適切・・・」

※赤字が新たに追加されたもの



（総務省 HP より）

「地場産品規制」による容赦ない泉佐野漬し

2018 年 4 月の通知で追加された規制は、返礼品を地場産品のみにするようにとの内容でした。いわゆる「地場産品規制」です。

この「地場産品規制」は、これまでの規制の状況（平戸市のポイント制、都城市の高還元率、伊那市などの家電製品）からみて、泉佐野市が多種多様な返礼品を提供し、2017 年度に日本一になったことから出てきたものではないかと考えられます。

なぜ地場産品かという理由については、

「地域資源を活用し、地域の活性化を図ることがふるさと納税の重要な役割でもあることを踏まえれば、返礼品を送付する場合であっても、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が適切・・・」

というようなことが示されていますが、地場産品だけが地域活性化を図るわけではないことは明らかであり、後付けの理由だということは明白だと理解しています。

そこには、今後泉佐野市と同様の取組みをする自治体がたくさん出てきたら、ふるさと納税の規模が膨らみ過ぎるという懸念があったのではないのでしょうか。

常軌を逸した総務省のパワハラが始まる(2018 年)

2018 年 4 月の通知以降の総務省からの圧力は強く、通知に従わない全国の自治体に都道府県を通じて強い指導がありました。

総務省は、自治体に対し、6 月から 8 月までに見直しをするようにとの指導をしましたが、泉佐野市のように多くの協力事業者を抱え、返礼品数の多い自治体では、そのような短期間での見直しは困難との判断が相次ぎ、年末又は年度内の見直しを主張する自治体が多くありました。

しかし総務省は、自らの失態を棚に上げ、これまでと同様に、「このままでは制度を守れない」と、良心につけこむような発言や、「交付税を減らす」といった脅し同然の指導で自治体を押さえつけようとしていました。泉佐野市にも担当者へは 2 度、市長へは 3 度、電話で指導がありました。

地方分権一括法の制定以降、本来、国と地方は対等であり、法律に基づいたものでなければ指導、関与はできないはずであるにも関わらず、泉佐野市だけではなく全国の複数の自治体が執拗な嫌がらせを受けました。

泉佐野市に対しても、総務省とのやり取りの中で、総務省の担当者から「交付税などどうにでもできる」という趣旨の発言があり、脅しともとれるような違法な関与だったのではないかと考えています。

通知を守らない自治体の実名公表(2018 年 7 月 6 日)

泉佐野市としては、4 月の通知（地場産品規制）以降、一貫して総務省に対し申し上げてきたのは、「調達率 3 割」については守る意思はあるが、「地場産品規制」については、特産品資源の豊富な自治体とそうでない自治体に格差を生じさせるのは明らかなので、この規制（通知）に関しては取り下げて欲しいということを主張してきました。「見直さない」とは、一度も申し上げていません。

それを一方的に「見直しに応じない自治体」として、2018 年 7 月 6 日、実名を公表されることになります。この際、公表された自治体は以下の 12 団体でした。

＜返礼割合3割超の返礼品及び地場産品以外の返礼品をいずれも送付している市区町村で、平成30年8月までに
見直す意向がなく、平成29年度受入額が10億円以上の市区町村＞

※ 総務省調査及び市区町村への聞き取り結果(平成30年6月時点)による。

※()内は平成29年度受入額

茨城県	境町(21.6億円)
岐阜県	関市(14.1億円)
静岡県	小山町(27.4億円)
滋賀県	近江八幡市(17.7億円)
大阪府	泉佐野市(135.3億円)
福岡県	宗像市(15.6億円) 上毛町(12.1億円)
佐賀県	唐津市(43.9億円) 嬉野市(26.7億円) 基山町(10.9億円) みやき町(72.2億円)
大分県	佐伯市(13.5億円)

(総務省 HP より)

総務省の反抗自治体への責任転嫁のはじまり

総務省は、自ら(野田大臣が一番の原因)が招いた混乱の責任を、規制に反対する自治体に擦り付けるため、責任転嫁を行ってきました。

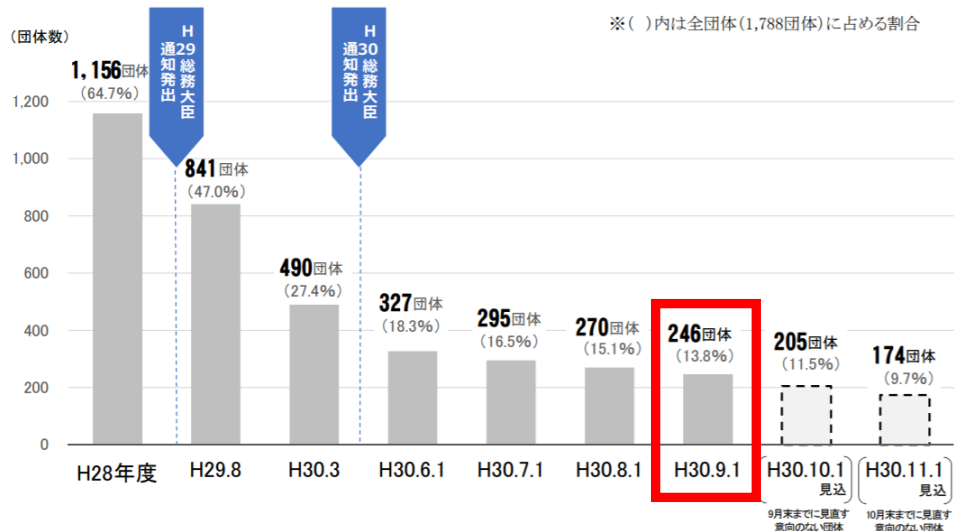
泉佐野市については、見直しに応じないとは回答していないにも関わらず、本市を含めた12団体に「見直しに応じない自治体」というレッテルを貼り、あたかも規制に反対する自治体が「悪」かのように扱いました。

総務省によるネガティブキャンペーン(2018年9月11日)

現況調査の公表の際に団体名を公表した12団体の見直し状況(9月1日時点)

団体名	H29 受入額 (百万円)	H30.3 時点の 返礼割合	見直し意向	地場産品以外の返礼品の例		
				取り止めていない		取り止め済み
				9月中に見直し	その他(見直し時期未定・見直し意向なし等)	
茨城県 境町	2,162	65.0%	見直し済			米・馬肉他、子供用品、授乳服他、牛肉 ハワイのホテル宿泊券、都内科亭の食 事券
岐阜県 関市	1,413	53.3%	見直し済		腕時計、鍋、ナイフ	
静岡県 おやまちよう 小山町	2,737	40.0%	未定			ヘリコプター周遊券、健康食品・食料品、 飲料、クレンジングオイル、検査キット、 外国産オリーブオイル、HISギフトカード
滋賀県 おうみほろまんし 近江八幡市	1,765	37.9%	未定		海鮮類	都内飲食店での食事券
大阪府 いずみさのし 泉佐野市	13,533	50.0%	未回答		対象返礼品(うなぎ、その他海産物、寿司、干き・干柿等、和菓子、加工食品、いちご、りんご、その他果物、 野菜、肉、ビール、ピーチポイント、その他多数)の見直し状況について、未回答	
福岡県 宗像市	1,561	48.6%	9月中	ソイ、はちみつ、 肉		
福岡県 こうげまち 上毛町	1,206	45.0%	未定		牛・豚肉、メンチカツ、牛すじカレーセット、牛ハ ンバーグ、コロッケ、米焼酎、麦焼酎	
佐賀県 からつし 唐津市	4,389	52.0%	未定		オリーブオイル、健康サプリメント等、化粧品	
佐賀県 うれしのし 嬉野市	2,670	65.0%	未定		酒等	
佐賀県 きやまちよう 基山町	1,092	50.0%	未定		肉	
佐賀県 みやき町	7,224	49.0%	未定		電化製品、魚介、ビール、HISギフトカード	
大分県 いしほし 佐伯市	1,350	43.9%	9月中	食事券		

○ 返礼割合3割超の団体は着実に減少しているが、9月1日時点で246団体(全体の14%)が残っている。



(総務省 HP より)

総務省は、このような調査を積極的に実施、公表し、あたかも総務省に従わない自治体が悪いような印象・イメージを着実に作ってきたといえます。

総務省が「ルール」という「3割以下」「地場産品」という規制は、総務省の一方的な見解の押し付けに過ぎません。また総務省が行ってきた通知は、「技術的助言」の範囲であり、本来それをどうするか判断は自治体に委ねられているはずです。それをあたかも守る義務があるかのように「ルール」という表現を使い、それに沿わない自治体を「違反自治体」と名指しで批判するという構図には怒りというよりは、国家権力への恐怖を感じました。

自治体に責任転嫁をした後、満を持して…

総務省は、こうして自治体に責任転嫁をした後、満を持して最終手段を打ってきました。

法制化によるふるさと納税の規制 です。

実は、本市は、2017年6月に総務省担当者と総務省内でお会いしており、地場産品規制について意見を申し上げて検討いただくようお願いしていました。また、本市としても何かしらの落としどころが無いかという想いもありましたので、そこを探るべく話し合いをしていくつもりでした。

その後、公式な総務省の対応としては、市長に対する電話による指導だけで、本市から投げかけた事項に関する回答は無く、結局、9月11日に定例の総務大臣会見において法制化によるふるさと納税規制の方針が何の前触れもなく発表されました。今覚えれば、6月から9月までの3か月間は、本市に何もさせないための時間稼ぎだったのかも知れません。

返礼品 3 割超の自治体、ふるさと納税「対象外」総務相

[＜外部リンク＞](#)

<https://www.asahi.com/articles/ASL9C32RPL9CUTFK002.html>

東京での記者会見 闘いのはじまり(2018 年 9 月末)

本市は、このまま黙っていると、
総務省に責任転嫁されたまま、
悪者の汚名をきせられて、
制度から排除される
という恐怖を感じました。

同時に、このままでは、
ふるさと納税制度は、
どんどんつまらない制度にされてしまう、
という危機感も感じました。

そして
泉佐野市の名誉のため
ふるさと納税の未来のため

本市は思い切って声を上げることにしました。



総務省からの嫌がらせや脅しに多くの自治体が見直しを余儀なくされ、全国の自治体から不満が高まったこともあり、本市は 2018 年 9 月 27 日、東京都内で記者会見を開きました。

（千代松市長は、台風 21 号の対応で残念ながら出席できませんでした。）

会見の場では、「地場産品規制」が持てる者と持たざる者で格差が生じること、総務省の一方的な見解でルール作りをするのではなく、広く多くの意見を聞いたうえでルールを作ってほしいということを訴えました。

9 月の会見以降、メディアを通じて幾度も総務省に対して自治体の意見を汲み取っていただくよう訴えましたが、結局、総務省は聞く耳をもたず拙速に法改正に進んでいくことになります。

泉佐野市の主張

泉佐野市は、2018 年 9 月 27 日の東京都内での記者会見以降、一貫して以下の事項を訴えてまいりました。

① ルールは、みんなで考えてつくるもの

返礼品に関する基準やルールは、総務省が一方的な見解で自治体に押しつけるのではなく、国（総務省）・自治体・有識者・マスメディア・国民などが幅広く議論して決めていくべき。返礼品について、関係者の多くが納得できるようなルール・基準づくりに向けて、オープンに意見を集めたり、議論できるような場を設けてほしい。

② 返礼品は、自治体の裁量で決めるべき

返礼品の調達率や返礼品を何にすべきかなどは、本来は各自治体の裁量に任せるべき。ただしルールとして「調達率 3 割以内」とするのであれば、きちんとした根拠が示され、全自治体が納得した上で遵守するものという前提であれば、本市も賛同する。

③ 地場産品規制は、埋めることができない自治体間格差を生む

地場産品規制については、“持つものと持たざるもの”で自治体間の格差が生まれることは容易に想像できる。

地場産品の定義などは、拙速に決めるのではなく、各自治体のアイデアなども活かす方向で、広く意見を求めながら話し合って決めるべき。

④ ふるさと納税の規制は、地方自治体のモチベーションを削ぐ

ふるさと納税制度は意義のある制度であると同時に、地方創生にもつながるものである。中央省庁が安易に規制を強めて、地方自治体の意欲や情熱を削ぐことを危惧している。

続く、総務省からの嫌がらせ、ペナルティも

2019 年 3 月 22 日、本来本市が得られるはずだった特別交付税が、後出しジャンケンのような省令改正で大幅に減額されました。その額は、約 2 億円という大きなものです。

それ以外にも、大阪府を通じて、府の貸付に関する優遇の廃止や、利率の高い金融機関への変更指示などの経済制裁的なものや、通常では考えられないタイミングで国の会計監査が入るなど、現在も様々な嫌がらせを受けています。

ふるさと納税で多額寄付…泉佐野など 4 市町、交付税を減額

<外部リンク>

<https://www.sankei.com/politics/news/190322/pl1903220033-n1.html>

結局、総務省は聞く耳を持たず・・・

2019 年 3 月 27 日、結局、総務省は地方の声に耳を傾けることなく、改正地方税法が成立してしまいました。

残念ながら、地方の声が反映されたとは思えず、この法律には多くの問題点が存在しました。詳しく見ていきます。

3. 新・ふるさと納税の問題点

新・ふるさと納税の 3 つの問題点

新制度には多くの問題点が存在すると考えていますが、その中でも多くの自治体にとって影響の大きいものは、以下の 3 つだと考えます。

①経費 50%問題

総務省が示した「経費率 50%」という急に出てきた新たなルールは、寄附募集を積極的に行いたい自治体にとって相当厳しい内容であり、現在、全国の自治体が困惑しています。

②地場産品問題

そもそも地場産品規制は、持てる者と持たざる者で格差が生じることは明らかであったため、総務省は、多くの自治体からの要請もあり、地場産品の定義を緩和したと言っているようですが、現実には効果が出ると思われず、従来から懸念していたとおり、特産品資源の乏しい自治体には厳しい競争環境になると思われます。

③指定制度問題

指定制度は、まるで自治体に踏み絵をさせるような内容になっており、総務省の恣意的な解釈によってふるさと納税に参加できる自治体を選ぶため、地方自治体が総務省の機嫌を伺わざるを得ないような、地方自治の理念から程遠いルールになったと考えています。

①経費 50%問題

突然の経費 50%規制、新たなルールにまたまた自治体混乱

総務省が示した「経費率 50%」という新たなルールは、自治体にとって相当厳しい内容であり、現在、全国の自治体が混乱し、困惑しています。

＜ふるさと納税の標準的な経費＞

返礼品 30%

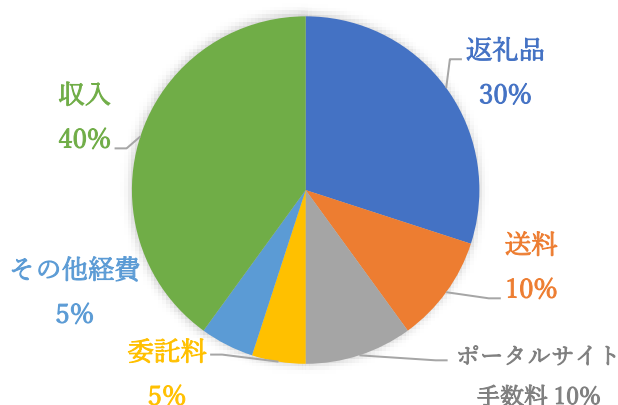
送料 平均 10%

ポータルサイトの手数料平均 10%

委託料 5%

その他経費 5%

合計 60%



標準的な取組みでも経費は、60%程度必要

標準的な取組みをしている自治体でも 60%程度の経費がかかると言われています。

多くの寄附を集めるにはマンパワーが必要です。それが乏しい多くの地方自治体では、ふるさと納税の業務を委託しており、その経費が平均 5-6%と言われています。もちろん、それ以外にも経費はかかります。

また、マンパワーの乏しい自治体のほか、多くの寄附を集める自治体においても業務量が多く、職員だけでは対応できないため業務委託は一般的です。委託をせず全て直営で行っている自治体は影響は大きくないでしょうが、泉佐野市のように多くの寄附を集めるためには、職員はマーケティングや企画調整に集中する必要があり、配送管理、コールセンター、寄附金受領証明の送付などの大量作業は、民間に業務委託している場合が多く、こういった自治体において業務委託に関する委託料を経費として含まれると経費を 50%以内にすることは困難です。

特に北海道や九州、離島などの自治体は、送料で大きなビハインドがあるため、返礼品の調達率を 30%に設定すると経費を 50%以内に抑えることはかなり厳しいと考えられ、ここにおいても地方をひとくくりにしか考えていない無責任な総務省の姿勢が表れています。また、

この送料の問題に関して総務省は、「大きな差は無いと考えている」とコメントしており、まったく地方の実態を把握していないことが読み取れます。

経費 50%問題のしわ寄せが返礼品に

経費を 50%以内に抑えようとする、考えられる対応は、以下のとおりとなります。

- ・ポータルサイト手数料の値引き交渉
- ・業務委託料の値引き交渉
- ・広告の取りやめ、カタログ作成の取りやめ

以上の対応ができない場合は、返礼品の調達率を下げて帳尻を合わせる必要があり、調達率 30%の維持さえも困難になることが考えられます。つまり、返礼品の還元率にしわ寄せが出てきます。この規制は、つまりふるさと納税（返礼品）の魅力を下げると考えられます。

返礼品は地方創生に役立っている

総務省は、「経費 50%以下」の根拠として、「少なくとも寄附の半分は地域活性化のために使われる必要がある」と言っていますが、経費は無駄に使われているものではなく、経費の大部分を占める返礼品は、地場産品であれば、そのほとんどが地域のために資する活用となっていますし、たとえ地場産品でなくても、少なくとも地域の商店などには利益が生まれており、しっかりと地域活性化につながっていると本市は考えています。

総務省の事実を捻じ曲げた発信

また、ふるさと納税の取組みは、地域における雇用の創出にもつながっており、そこにおいても地域のために役立っていると言えます。

総務省は、返礼品や寄附の募集に使われる経費が、あたかも「無駄な支出」であるという表現やニュアンスで情報発信していますが、これは事実を捻じ曲げることに伴い、非常に危険だと考えています。

②地場産品問題

地場産品規制

地場産品規制については、地方税法には、以下のように規定されています。

第 37 条の 2 第 2 項 第 2 号

都道府県等が提供する返礼品等が当該都道府県等の区域内において生産された物品又は提供される役務その他これらに類するものであって、総務大臣が定める基準に適合すること。

返礼品は、その自治体の区域内において

- ・生産された物品
- ・提供される役務
- ・その他これらに類するもの

かつ、総務大臣が定める基準に適合するものとされている。

地場産品規制の理由

総務省は、返礼品が地場産品でなければいけない理由を以下のように述べています。

「地域資源を活用し、地域の活性化を図ることがふるさと納税の重要な役割でもあることを踏まえれば、返礼品を送付する場合であっても、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が適切・・・」

つまり「地域に資する」ことが必要ということです。地場産品で無いと地域に資する取り組みとは言えないということのようですが、本当にそうなのか甚だ疑問です。

なぜ地場産品でなければいけないのか？

本市としても、もちろん返礼品が地場産品であればより良いということは否定しませんが、必ずしも地場産品でなければいけないという総務省の見解には疑問を禁じ得ません。

地場産品でなければ、ふるさと納税の趣旨に反するから？

地場産品でなければ、地域活性化につながらないから？

なぜそう思われるのでしょうか？

総務大臣が言っていたから？

テレビで言っていたから？

冒頭にお伝えした、ふるさと納税の趣旨でもご紹介しましたが、総務省のホームページにある理念を見ても、返礼品が地場産品でなければならないという趣旨を読み取ることはできません。

地場産品規制の趣旨は、ふるさと納税の「意義」に盛り込まれている？

また、総務省のホームページには、「ふるさと納税の三つの大きな意義」として以下のこともあげられています。

第一に、納税者が寄附先を選択する制度であり、選択するからこそ、その使われ方を考える

きっかけとなる制度であること。それは、税に対する意識が高まり、納税の大切さを自分ごととしてとらえる貴重な機会になります。

第二に、生まれ故郷はもちろん、お世話になった地域に、これから応援したい地域へも力になれる制度であること。それは、人を育て、自然を守る、地方の環境を育む支援になります。

第三に、自治体が国民に取組をアピールすることでふるさと納税を呼びかけ、自治体間の競争が進むこと。それは、選んでもらうに相応しい、地域のあり方をあらためて考えるきっかけへとつながります。

ここからも、返礼品が地場産品でなければならないという趣旨を読み取ることはできません。

地場産品でなければ趣旨に反するのか？地域活性化につながらないのか？

総務省 HP に掲載されているふるさと納税の「理念」や「意義」には、返礼品が地場産品でなければ制度の趣旨に反するというようなことは示されていません。

また、総務省は、地域資源を活用し、地域の活性化を図ることがふるさと納税の重要な役割ということを理由に返礼品を地場産品である必要があると定義していますが、地場産品以外の返礼品であっても地域の企業もしくは生産者から購入しているため、地域経済は潤いますし、さらにはそのほとんどの返礼品は地方の産品ですので、地域外にはなりますが地方の経済を活性化させています。また、ふるさと納税は雇用創出にもつながっています。

返礼品を活用した寄附募集を批判する声がある一方で、こういったふるさと納税の取り組みは、見方を変えれば、昨今の個人消費が伸び悩む中で、唯一成功している消費喚起策ととらえることもできるのではないのでしょうか。

そういったことから、ふるさと納税は、返礼品は地場産品であってもなくても、しっかりと地域活性化に役立っていると泉佐野市は考えます。

なぜ、地場産品という考え方が出てきたのか？

なぜ、ふるさと納税の返礼品は「地場産品」という考え方が生まれてきたのでしょうか？

「ふるさと」という文言から、何となく返礼品は「地場産品」が良いのではないかというイメージを持たれるのは、よくわかります。

また、地場産品を返礼品にした方が、特産品の PR になりますし、地場産業の振興にも繋がりますので、それもよくわかります。

でも、それが「地場産品」だけにしなければいけない理由にはなりません。

野田大臣が言い出した？目立ちたかった？

なぜふるさと納税の返礼品は「地場産品」という概念がでてきたのでしょうか？

総務省の担当者の話では、**野田総務大臣が突然言い出した**とのこと。一般的な説としては、野田氏は、総裁選に意欲を示していたため、ただ単に目立ちたかったのがその理由ではないかと言われています。

売名行為、それだけの理由で、どれだけ多くの自治体を混乱に陥れたと考えているのでしょうか。本当に迷惑な話です。私たちは、今でも野田氏に全国の自治体に謝罪をして欲しいと思っています。

野田大臣の現場を知らないお粗末な発言

また、野田氏が総務大臣の際に、地場産品が無い自治体はどうすれば良いのかという記者の質問に、

「どんな自治体にも地場産品は存在する。地場産品の無い自治体など聞いたことが無い」
「地場産品を作るという発想を持ってほしい」

と、全く的外れな回答をしていました。

確かに地場産品はどこにでもあるのですが、寄附者に選ばれるだけの魅力のある返礼品になりうるかどうか。また、そうした魅力ある地場産品を生み出すことが時間的にもコスト的にもそんなに容易ではないこと、このような取組みは多くの自治体がすでに実施していることを、まったく理解していないということが分かります。

地場産品規制は、不公平

本市が「地場産品規制」が間違っていると訴える理由は2つあります。

1つは、不公平だからです。

自治体には、「地場産品」が少ない、または「地場産品」が無いところもあります。前大臣の野田氏の発言のように地場産品があったとしても、「肉、カニ、米」のような魅力ある返礼品を出している自治体がある中で寄附を集めるには、それらをかき分けて寄附者に選ばれるような特産品でなければなりません。そういった地場産品のない、または少ない自治体には、寄附は集まりづらいのは当然のことです。

総務省が示すふるさと納税の意義にもあるように、ふるさと納税制度は自治体間の競争を前提としています。しかし持つ者と持たざる者の明確な格差が、競争のスタート時点ですであるというのは、公平な環境ではありません。私たちはこれを問題と考えており、地場産品規制は不公平であり、総務省の考え方が間違っていると訴えている理由の1つです。

地場産品でなくても地域活性化に役立つ

本市が「地場産品規制」が間違っていると考える2つめの理由は、返礼品が地場産品でなくても、しっかりと地域活性化に役立っていると考えからです。

前述したように地場産品でない返礼品を揃えても地域活性化に十分に役立っているとは本市は考えています。

総務省の姑息なところは、現実と大きくずれている見解であっても、あたかもそれが真実かのように情報発信して一方的な見解を国民に刷り込んでいることです。

このような総務省による刷り込みは他にもあります。返礼品をきっかけにした寄附募集を「ふるさと納税の趣旨に反する」と表現したり、調達率3割を超えるような返礼品を「過度な返礼品」とか「高額な返礼品」と表現したりします。

ふるさと納税の本来の趣旨は、首都圏に一極集中による地方との税収格差の是正ですから、返礼品をきっかけにした寄附募集が趣旨に反するというのは一方の側からの見解に過ぎませんし、少々言い過ぎです。また、調達率3割を超える返礼品を過度としているのも一方的な見解で、ふるさと納税に積極的に取り組む自治体では5割が標準的な取組みだと考えられてきましたので、これも総務省の価値観を国民に押し付けているといえます。今回、ふるさと納税をめぐる総務省とのやり取りの中で、こういった総務省による事実を捻じ曲げた国民へのイメージの刷り込みは非常に上手だと感じました。

このように「地場産品規制」には、持つ者と持たざる者に格差を生じさせるという重大な欠陥があるにも拘らず、総務省はその議論を避けるためにあたかも地場産品以外の返礼品が地域に対して何の役割も果たしていないという一方的な見解を国民に刷り込もうとしています。

地場産品規制は、泉佐野市固有の問題ではない

この「地場産品問題」は、泉佐野市だけの問題ではなく、全国には地場産品資源の乏しい自治体が多く、豊富だというイメージが強い北海道や九州の自治体においても特産品資源の乏しい自治体は存在しており、本来ふるさと納税の恩恵を受けなくてはいけない地方の自治体にとって「地場産品規制」は、悪影響を与えることは明らかなです。

その証拠に、福岡県の赤村では、地場産品規制の影響が大きく既に昨年12月にふるさと納税の取組みを止めており、その影響は現実のものとなっています。今後もこのような自治体が増えることが懸念されます。

地場産品の少ない自治体に配慮の動き

泉佐野市が「地場産品問題」について、2018年9月の東京都内での記者会見以降、マスメディアを通じて国に問題提起をし続けてきましたが、マスコミ、学者、専門家、世論、国会議員、地方議員など、様々な方面からも「地場産品規制」が不公平を生むとの意見が出てきました。

それを受けて、自民、公明両党から、この問題について、「区域内」の解釈を「都道府県内」まで広げようという動きが出て、総務省に対して意見が出されました。総務省は当初抵抗していたようですが、「地場産品の少ない自治体にも配慮する」ことになり、追加されたと思われるのが、総務省告示第179号第5条第8号です。

特産品の少ない自治体に配慮したという新ルール

総務省が特産品の少ない自治体にも配慮したという内容は以下のとおりです。

<総務省告示第179号 第5条>

8号 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

自民、公明から出された意見を反映されて、表面上は同一都道府県内の特産品を区域内の自治体が活用できるという内容になっています。しかし、実態は、ほぼ实际的とはいえない内容でした。

新ルールは、まったくの期待はずれ

特産品の少ない自治体に配慮して、同一都道府県内の特産品産を区域内の自治体は活用できるという話でしたが、実際には、ほぼ実現不可能といえます。

条文のイ、ロ、ハの3つを詳細に見ていきたいと思います。

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

(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

⇒開発が前提なので、スタートの時点で不公平なのは変わらない

・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

⇒そもそも訴求力の無い返礼品を組み合わせたからといって訴求力が上がることも限らない

(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

イは、複数自治体での返礼品の「開発」、それぞれの返礼品を「組み合わせる」という緩和策であるが、そもそも開発するに値する資源が存在することが前提になりますし、それにかかるコスト、時間を考えると、スタート時点で格差があることには変わりなく、また、「組み合わせ」についても、組み合わせることによって訴求力を上げることが目的と思われますが、そもそもセット商品は選ばれづらいほか、返礼品を組み合わせたからといって寄附者にとって魅力的なものになるとは限らず、それほど効果のあるものとは思えません。また、大前提として、複数自治体の合意形成が必要です。競争が前提のふるさと納税の取組みにおいては、実質難しく、実現困難です。

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

(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

⇒資源を持つ自治体の合意が必要なので、実現は難しい

(認められると考えられる例)

・県内の一定の圏域（歴史的、文化的に関連の深い地域）内の市区町村共通の特産品だが、現在はある市区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

⇒資源を持つ自治体の合意が必要なので、実現は難しい

ロは、資源の乏しい自治体が資源を持つ自治体の資源を拝借するという緩和策ですが、資源を持つ自治体の合意が前提になりますので、競争が前提のふるさと納税の取組みにおいては、実質難しく、実現困難です。

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

・当該区域の地域資源として、広く一般国民から相当程度認識されているもの

・単一市区町村の判断ではなく、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

(認められると考えられる例)

仙台の牛タン、熊本の馬刺し

・当該区域の地域資源として、広く一般国民から相当程度認識されているもの

⇒「広く一般国民から相当程度認識されているもの」という基準に適合されるには、認められている例としてあげられている「仙台の牛タン」や「熊本の馬刺し」から想像すると、かなりハードルが高いと考えられます。また、最終的には総務省の恣意的な判断になるため、多くの寄附を集めそうな返礼品は、認められないものも多くなると考えられます。

・単一市区町村の判断ではなく、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

⇒都道府県のやる気次第ですが、あまり期待できない

広く一般国民から相当程度認識されていると総務省に認められるにはハードルが高く、ごく一部のもののみに認められることが想定され、ここにおいても持つ者と持たざる者の格差は解消されているとはいえません。

多くの寄附を集める返礼品には、新たな規制が

このように新ルールは、特産品資源の乏しい自治体に配慮したというには程遠く、実際には、ほぼ効果が見込めない内容であると私たちは理解しています。

また地場産品についての基準は示されていますが、最終的に認定されるかどうかは、国の恣意的な判断になります。これまでの経緯から、今後も多くの寄附を集める返礼品は認められない可能性が高いと思われます。

地場産品規制の実態、特産品の少ない自治体は圧倒的に不利(1号、2号)

特産品の少ない自治体に配慮したという 8号があまり効果が望めないという実態があるため、総務省のもくろみどおり、告示の1号から7号が本当の規制の内容となります。

この第1号から第7号について検証したいと思います。まず、1号と2号について。

1号 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。

⇒地場産品資源の豊富な自治体が圧倒的に有利になり、持つ者と持たざる者の格差が広がることは明らか

2号 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。

(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実を 100%使用して、区域外で製造されたジェラート
- ⇒100%という高いハードルは、資源豊富に持っていないと成立しない

(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
- ⇒規模の小さい、生産量の少ない地域(自治体)には厳しい

期待を寄せていた「加工」が全否定(3号)

特産品の少ない自治体では、区域内で「加工」をしている物産を拡大解釈することで地場産品として取り扱ってきた経緯があり、この「加工」の基準についての判断に大きな期待を寄せていました。しかし、これまで自治体が「加工」と考えていたものは、新ルールでは全否定されることになりました。

3号 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当の付加価値が生じているものであること。

(認められると考えられる例)

- ・区域内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

⇒地場産品資源の豊富な自治体や、区域内に工場・加工所がある自治体が圧倒的に有利になり、持つ者と持たざる者の格差が広がることは明らか

(認められないと考えられる例)

- ・区域外で生産し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

「加工」の考え方については、自治体が期待を寄せていましたが、ここにおいても大きく期待を裏切られました。「加工」の考え方を関税法施行規則から引用しており、実質的な変更を加える加工又は製造に関する規定が非常に厳しく、これまで自治体が「加工」としていた概念を全否定しています。これにより地場産品の範囲が大幅に狭まることになります。

<関税法施行規則(昭和41年大蔵省令第55号)>

(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放送容器に詰めること
- ・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

大手メーカー品を排除(4号)

4号は、農協の広域化に伴い、農産物が流通上混在してしまい、区域内で生産されたものなのか、そうでないのか区別のつかないものについて配慮した規定ですが、「認められないと考えられるもの」の例示において、大手メーカー品を排除しています。

4号 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。

（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

要するに区域内に工場があっても、どこで生産されたものか区別されずに販売しているものは認められないということなので、工場が全国各地にありどこで生産されたものなのか区別せず販売されている大手メーカー品のようなものは認められないということになると思われます。

これまで工場が区域内にあるということで、ビールや工業製品などを提供していた自治体がありましたが、これらも認められなくなる可能性があります。

一見、農協の広域化に配慮したもののように思われますが、実際は大手メーカー品の排除を狙っているところは姑息ではないでしょうか。

街の誇りを返礼品にできないジレンマ(5号)

5号は、ゆるキャラグッズなど、自治体独自の返礼品であることが明白なものを認めています。ここでも“街の誇り”を否定しています。

5号 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。

（認められないと考えられる例）

・区域内で創業した事業者が区域外で生産する即席麺

大阪府池田市が出す即席麺がこれに当たると考えられます。池田市にとって、町の誇りともいえる会社の製品を提供することができないのは、いくらなんでもやり過ぎではないでしょうか。NHKの朝の連続テレビ小説で盛り上がっているだけに、水を差す形になると思われます。

総務省の了見の狭さ(6号)

6号は、返礼品の抱き合わせに関する規定です。例えば、認められるものとして「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」のようなものです。

6号 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。

(認められないと考えられる例)

- ・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

上記は、泉佐野市の取り組みを差していると思いますが、これは地場産品のタオルとビールの抱き合わせで地場産品と認めてもらおうとしていたわけではありません。単に泉州タオルのPRのため、サンプリングを兼ねてキャンペーンの「オマケ」として実施をしていたものです。本市は、そのような言い訳で認めてもらおうなどとは考えていませんでしたが、そのような見方をしている総務省の了見の狭さに驚きました。

新たな、持つ者と持たざる者の格差

7号は、返礼品として役務を提供しているものについての規定で、「役務の主要な部分がその自治体に相当程度関連性のあること」としており、アンテナショップを活用し特産品PRのため実施する飲食イベントを認める一方で、民間ポータルサイト「ふるなび」が実施している、都内飲食店で利用できる「グルメポイント」を規制しています。また、さらには、ピーチポイントなどの航空券や旅行関連の返礼品についても規制するものと考えられます。

7号 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。

(認められると考えられる例)

- ・地域の特産品と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

(認められないと考えられる例)

- ・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

上記の二つの取り組みの内容は、ほぼ同様のものと思われますが、アンテナショップを持っている自治体と持っていない自治体で扱いが異なることになります。

「ふるなび」のグルメポイントを活用している自治体においてもアンテナショップがあれば当然積極的に活用すると思われますが、都内や都市部のアンテナショップはコストがかかる

ため設置している自治体はごくわずかです。設置できないような小さな自治体は、「グルメポイント」のような返礼品を活用したいと考えるのは当然ですが、ここにおいても、持つ者と持たざる者に格差が発生してしまいます。

地場産品規制は、総務省も非を認めている？

総務省は、「地場産品規制」について、持つ者と持たざる者に格差を生じさせると批判が相次いだため、特産品の少ない自治体に配慮することになりました。

そもそも規制をすること自体が間違っているから配慮する必要があり、今回の「地場産品規制」は、総務省も非を認め、やり過ぎと考えているのかもしれない。

③指定制度問題

毎年届出が必要、従わない自治体は排除

2019年6月から、ふるさと納税を実施したい自治体は、総務大臣の指定を受けなければなりません。指定には、毎年更新手続きが必要です。

また、国の意に沿わない寄附募集をした自治体は、指定を取り消され、向こう2年間指定を受けることができなくなります。

また、指定されるためには、総務省の考えている「寄附金の募集の適正な実施」が必要で、返礼品は「調達率 30%以下」、「地場産品」に限りますし、返礼品を強調した寄附募集は禁止されており、これまで自治体が当たり前のよう实施方式に実施していた寄附募集のやり方がほぼ全て否定されており、まともな寄附募集ができない仕組みになっています。

あれもダメ、これもダメ

総務省が考える「寄附金の募集の適正な実施」では、以下のような寄附募集をすることができません。

- ①寄附募集にあたり、第三者に謝金を払って勧誘させてはいけない。ただし、ポータルサイトは、規制の対象外。
- ②新聞など広告媒体に返礼品を強調した寄附募集の広告掲載をしてはいけない。
- ③返礼品の情報が大部分を占めるカタログを作り、不特定多数の人に配布してはいけない。
- ④寄附募集にあたり、「お得」「コスパ最強」「ドカ盛り」「圧倒的なボリューム」「おまけ付き」「セール」「還元」などの表現を使ってはいけない。
- ⑤ポータルサイトについて、返礼品のカテゴリ検索、ランキング表示など、返礼品を強調し

た情報提供をしてはいけない。

以上は、これまで自治体が寄附募集のため当然のように取り組んできた方法ですので、これらができないということは、総務省は自治体やポータルサイトに「積極的に寄附を集めるな！」と言っているのと同じだと考えています。

寄附者を置き去りにした規制

上記のうち、①の第三者に謝礼を払って集めること、②の新聞への広告の掲載などは、寄附募集になるべくコストを掛けないという意味では一定理解できますが、③のカタログを作って不特定多数に配布してはいけない、④のお得感を訴求する返礼品タイトルなどは、これまで当然のように寄附募集の際に行われていたものですし、⑤のポータルサイト内でカテゴリ検索、ランキング表示ができないというのは、寄附者の利便性などは一切考えておらず、総務省は、自治体だけでなく、本来の主役である寄附者すらも置き去りにしているように思えます。

申出書は、まるで「踏み絵」を踏ませているよう

本市は、指定を受けるための手続きにも問題があると考えています。

以下は、指定を受けるために総務大臣あてに提出する申出書の一部です。チェックボックスにチェックをしなければ申出できません。

1. 適正募集基準(法第37条の2第2項柱書及び第314条の7第2項柱書)に関する申出事項		
(1) 平成31年4月1日総務省告示第 号(以下「告示」という。)第2条第1号イ(紹介者への利益供与その他不当な方法による募集を行わないこと)	☐	適合して募集を実施
(2) 告示第2条第1号ロ(返礼品等を強調した宣伝広告を行わないこと)	☐	適合して募集を実施
(3) 告示第2条第1号ハ(適切な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)	☐	適合して募集を実施
(4) 告示第2条第1号ニ(自団体住民に返礼品等を提供しないこと)	☐	適合して募集を実施
(5) 告示第2条第2号(募集経費を5割以下とすること)	☐	適合して募集を実施
(6) 告示第2条第3号(他団体に多大な影響を及ぼすような募集を行っていないこと)	☐	(様式2-1を添付すること)
2. 返礼品等の提供に関する申出事項		
(1) 返礼品等の提供の有無	☐ 提供する	☐ 提供しない
(1)で「提供する」に該当する場合)		
(2) 返礼割合基準 (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)	☐	適合する返礼品等を提供
(3) 地場産品基準 (法第37条の2第2項第2号及び第314条の7第2項第2号)	☐	適合する返礼品等を提供

申出にあたり「適正募集基準」に沿って寄附募集することを誓約するような様式になっていて、自治体からは「まるで踏み絵を踏まされているよう」だとする声も多く、地方自治、地方分権の理念に反しているのではとされています。

また総務省は、「寄附額 2 億円以上」を集め、「経費 50%以上」を要する自治体には、「ふるさと納税の募集に要した費用についての改善方策等」という書類において、改善方策を記入させた上で、以下のチェックボックスにチェックを入れて、費用の割合を 50%以下にすることを誓約させます。



上記のとおり、改善方策を実施することにより、ふるさと納税の受入額に占めるふるさと納税の募集に要する費用の割合を50%以下といたします。

べ切まで短期間で膨大な資料提出は嫌がらせ？

さらには、「寄附額 2 億円以上」を集め、「返礼割合 3 割超」又は「地場産品以外」の返礼品を送っていた自治体には、さらに膨大な資料が請求されました。以下の資料です。

・「平成 30 年 11 月 1 日から申出書を提出するまでの間のふるさと納税の返礼品等の提供状況」（受入額上位 100 品目）

・「平成 31 年 6 月 1 日以降におけるふるさと納税の返礼品等の提供予定」（全品目 ※1200 種類） ※泉佐野市の場合

今回、べ切まで数日しかない中、これだけの膨大な資料を提出させるというのは、嫌がらせ以外の何物でもないと感じざるを得ません。

最終的な決定は、総務省の恣意的な判断

しかし、たとえ膨大な資料を提出したとしても、指定するかしないかは、総務省の判断といえます。

総務省の恣意的な解釈によってふるさと納税に参加できる自治体を選ぶことが可能な制度になったこと、地方自治体が総務省の機嫌を伺わざるを得ないような、地方自治の理念から程遠いルールになったことに、一地方自治体として、強い危惧を抱いています。

4. 今後のふるさと納税

新ルールは、今後のふるさと納税に影を落とす

以上、ご説明したように、新ルールでのふるさと納税は、様々な問題、課題を抱えながらス

タートを切ることになります。

今後のふるさと納税は、次のような状況になると予想され、新ルールはふるさと納税の成長に大きな影を落とすことになると思います。

特産品の豊富な自治体に寄附が集中

「地場産品問題」は、総務省としては、多くの自治体からの要請もあり、「特産品の少ない自治体に配慮した」と地場産品の定義を緩和したとしていますが、現実には効果が出るとは思えない内容で、従来から懸念していたとおり、特産品資源の乏しい自治体には非常に厳しい環境になると思われます。

また規制は、多くの寄附を集める返礼品を巧みに排除しており、これまで地場産品資源の乏しい自治体がアイデアで資源の豊富な自治体との格差を埋めてきましたが、こういったことも非常に困難になり、過去のように特産品資源の豊富な自治体に寄附が集中することになり、持つ者と持たざる者に大きな格差が生じさせることになります。結果、特産品資源の豊富な自治体に寄附が集中することになると考えられます。

クラウドファンディングで寄附は集まらない

モノからコトへということで、最近もてはやされている GCF（ガバメント・クラウド・ファンディング）ですが、返礼品を送る寄附募集が全て禁止されない限り、クラウドファンディングによる寄附募集は厳しいと本市は考えています。

泉佐野市においてもクラウドファンディングは、4～5年前から積極的に取り組んでしまし、昨年度については、総務省が推奨した起業家支援クラウドファンディングも 4 事業について寄附募集をしましたが、成立させるために毎回苦勞します。本市のような寄附規模がある自治体ですらそういう状況ですので、基礎基盤の無い自治体ではなかなか厳しいというのが現状です。

また、ある GCF サイトでは、「犬の殺処分を再開させない」、「子どもの難病治療法」などを支援するものが多くの寄附を集めているようですが、多くの寄附を集めているのは、数年前からそういった特定のプロジェクトだけで、寄附者に賛同していただけるような訴求力のあるストーリーが都合よく存在するものではありません。

テレビなどを見ていると、ふるさと納税の報道について専門家やコメンテーターが返礼品競争を批判しながら、分かったかのようにクラウドファンディングのような取り組みが大切と安易に発言されているのをよく拝見しますが、実態を把握したうえでの確かなコメントをしていただきたいものです。

多くの寄附を集めるには、経費 50%が解決困難な課題に

また、総務省が示した「経費率 50%」という突然出てきた新たなルールは、ふるさと納税に懸命に取り組む自治体にとって相当厳しい内容であり、最悪、返礼品の調達率 30%の維持

も困難になることが予想されます。

特に北海道や九州、離島などの自治体は、送料で大きなビハインドがあるため、返礼品の調達率を 30%に設定すると経費を 50%以内に抑えることはかなり厳しいと考えられ、ここにおいても地方をひとくくりにしか考えていない無責任な総務省の姿勢が表れています。また、この送料の問題に関して総務省は、「大きな差は無いと考えている」とコメントしており、まったく地方の実態を把握していないことが読み取れます。

指定制度は、まるで「独裁国家」のような危うさ

前述したように、指定制度は、総務省の考える「寄附金の募集の適正な実施」が要件としてあり、「調達率 30%以下」「地場産品」などを守るとはもちろん、「経費 50%以下」や、返礼品を強調した募集の禁止など、新たなルールを守らなければ指定を受けられません。

総務省への申出書類についても、まるで自治体に踏み絵をさせるような内容になっているうえ、最終的には、総務省の恣意的な解釈によって参加できる自治体を選べるため、常に地方自治体が総務省の機嫌を伺わざるを得ないような、地方自治の理念から程遠い異常なルールになっています。

今後もルール追加など、多くの寄附を集める自治体や返礼品には、新たな規制が後付けで作られていく可能性が高く、寄附の拡大を抑制するほか、自治体のモチベーションを下げ、今後のふるさと納税の成長に大きな影を落とすことも危惧されます。

これまでの脅しや嫌がらせのような発言もそうですが、まるで「踏み絵」のような指定制度は、「独裁国家」さながらのような危うさを感じます。

総務省の真の狙いは、ふるさと納税の縮小

今回の法改正は、すなわち返礼品排除を狙ったものであり、それはとりもなおさずふるさと納税自体を縮小させることに他なりません。

確かに、返礼品なしで寄附が集まるのが理想ですが、残念ながら、現状の日本では、返礼品の魅力なしでは寄附が集まらないのが現実です。本市においても、他自治体の取り組みを見ても、それは明らかです。ゆえに今回のような返礼品の魅力を大きく減退させるような規制は、ふるさと納税そのものの魅力を減退させ、制度の発展に大きな影を落とすことになると思われます。

今回の法改正によって、結果的にふるさと納税に対する国民の関心は低下し、2017 年度に全体で 3600 億円超にまで成長したふるさと納税がいつの間にか無くなってしまうようなことになるかも知れません。

せっかくふるさと納税により改善されようとしていた首都圏と地方との税収格差は、結局また元通りの状況に戻ってしまう恐れがあります。

総務省は、制度創設の趣旨に立ち返り、公正で公平な環境を創るべき

総務省には、なぜふるさと納税が創られたのかという制度の趣旨に立ち返っていただき、対処療法のような規制でふるさと納税の規模縮小をするのではなく、真に制度が健全に発展していけるような公平で公正な環境を創っていただきたいと思います。

それには、規制、基準やルールなどは、総務省が一方的な見解で自治体に押しつけるのではなく、自治体・有識者・マスメディア・国民などが幅広く議論し、返礼品についても、関係者の多くが納得できるようなルール・基準づくりに向けて、オープンに意見を集めたり、議論できるような場を設けていただきたいと思います。

今後もふるさと納税の問題点を訴えていきます

ふるさと納税は、残念ながら、今回、一方的な総務省の見解により拙速に法制化され、「チョット残念な制度」になってしまいましたが、ご説明したように新しいふるさと納税には、多くの問題や課題があり、時が経つにつれ全国の自治体から様々な不満や意見が総務省や都道府県に寄せられるようになると思います。

泉佐野市は、これまで確固たるスタンスや考えに基づいて、ふるさと納税に向き合い、適正に制度運用を行ってきたという自負がありますので、今後も引き続きふるさと納税新制度の問題点について、広く多くの方に問題提起をしていきたいと考えています。