

ふるさと納税の現状と 本市の取り組み

財政局財政部資金課 担当係長 中原 由勝／加賀谷 美紀



1 はじめに

皆さんの中で、自治体に対して寄附を行ったことがある方はどれくらいいるだろうか。もしかすると、「NO」と答える方が多いかもしれない。では、ふるさと納税をしたことがあるか否かではどうだろう。今度ははじめよりも「YES」と答える方が多いのではないだろうか。実は2つ目の質問に該当する方も、れっきとした自治体への寄附の経験者だ。ふるさと納税は本来、生まれ故郷やお世話になった自治体、応援したい自治体に対して個人が行う寄附の制度である。

制度が始まった平成20年度当初は81億円余だった全国のふるさと納税による寄附受入額は、令和2年度には6,725億円まで拡大しており、国民への広がりも現在も加速している。その一方で、寄附金控除による住民税の減収等、本市を含む都市部が受ける影響について、新聞等で悲劇的に紹介される機会も少なくない。本稿では、ふるさと納税によって本市が受ける影響や制度上の課題、本市のふるさと納税の取り組みについてご紹介していきたい。

2 制度趣旨と現状

(1) ふるさと納税とは

冒頭で述べたように、ふるさと「納税」という言葉が使われているが、実際は自治体への寄附制度である。総務省は、制度の意義として、「寄附を通じて応援したい地域の力となること」、「納税者が寄附先や寄附金の使いみちを選択することにより、税の使われ方を考えるきっかけとなること」、「自治体が国民に組みをアピールすることで自治体間の競争が進むこと」を掲げている。

ふるさと納税を行った場合、寄附額から自己負担額の2,000円を除き、所得に応じて変動する上限までの全額が税控除の対象となる。また、居住地以外の自治体に寄附した場合、寄附先からお礼の品(返礼品)をもらえることが一般的になっている。

(2) 普及の背景

平成27年度の制度改正により、控除上限額が約2倍に拡充されたこと、ワンストップ特例制度が導入され、確定申告をしなくても寄附先の自治体に申請することで寄附金控除が受けられるようになったことを契機に、全国のふるさと納税受入額及び受入件数は大きく拡大した(図1)。

こうした広がりを見せる背景として、寄附者の多くが返礼品をもらうためにふるさと納税を行うなど、本来の制度趣旨から逸脱した実態がある。

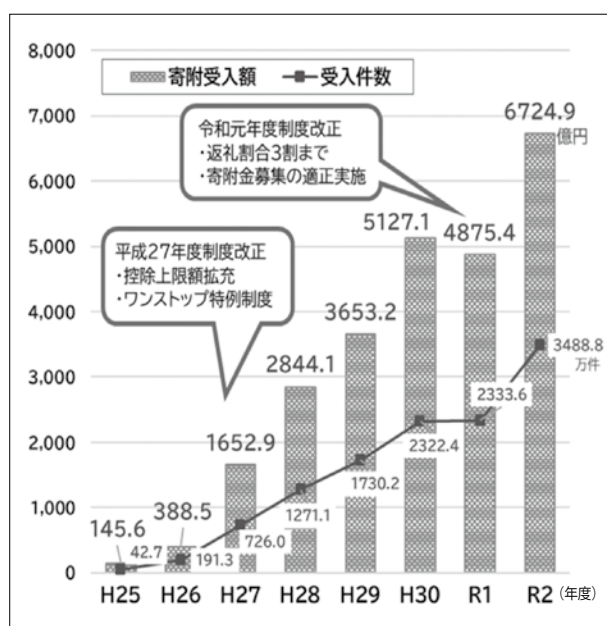


図1 ふるさと納税の受入額及び受入件数の推移(全国計)
総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」
(令和3年度実施)をもとに川崎市作成

3 ふるさと納税制度の問題点と本市への影響

(1) 過大な返礼品競争

制度が持つ問題点として、まず、自治体間の過大な返礼品競争により、理念を逸脱した返礼品を目的とする寄附が増加し、寄附先の偏りが生じていることが挙げられる。令和元年度に実施したかわさき市民アンケートによると、平成30(2018)年中にふるさと納税を「利用した」と回答した人の88.8%が、その理由は「良い返礼品があったから」としており、最多を占めている。

実際に、通販サイト感覚で返礼品が比較され、「コスパが高い」などの人気返礼品を用意した自治体に結果として寄附が集まっており、一方で納税者が多い都市部において個人住民税の減収影響額が大きくなっている。令和3年度の本市の影響額は82億円に上る見込であり(図2)、横浜市、名古屋市、大阪市に次いで全国の市町村で4番目に大きな影響を受けている(図3)。

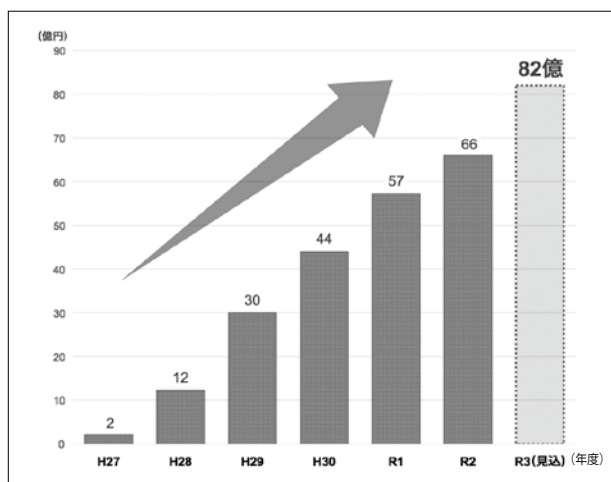


図2 ふるさと納税による本市の市税等減収額

団体名		市町村民税控除額	控除適用者数
神奈川県	横浜市	17,695	260,253
愛知県	名古屋市	10,649	151,052
大阪府	大阪市	9,176	156,485
神奈川県	川崎市	8,171	124,150
東京都	世田谷区	6,074	86,796
埼玉県	さいたま市	5,405	84,122
福岡県	福岡市	5,354	84,786
兵庫県	神戸市	5,225	85,785
北海道	札幌市	5,135	92,946
京都府	京都市	4,977	77,526
東京都	港区	3,898	33,933
千葉県	千葉市	3,531	50,040
東京都	江東区	3,287	57,000
広島県	広島市	3,270	54,521
東京都	大田区	3,198	62,742
東京都	品川区	3,074	50,566
東京都	渋谷区	3,050	27,799
東京都	杉並区	3,016	53,102
宮城県	仙台市	2,853	46,437
東京都	目黒区	2,737	35,370

図3 令和3年度課税における市町村民税控除額
総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」(令和3年度実施)

また、ふるさと納税による寄附控除額は上限が定率で定められているため、高所得者ほど上限額が高くなり、高額な返礼品と組み合わせることで結果として節税効果が生ずることも問題点として挙げられる。さらに、寄附者がワンストップ特例制度を利用した場合、確定申告であれば所得税(国税)から控除される分が住民税からの控除となるため、影響をさらに広げている。本市におけるワンストップ特例制度による減収額は、令和3年度時点で5億7,000万円に上る見込である。

(2) 市税流出に対する本市の取り組み

こうしたふるさと納税制度を取り巻く課題等を踏まえ、国に対する「令和4年度国の予算編成に対する重点要請書」においては、①ふるさと納税による減収分について財政措置を講ずること、②特例控除額に定額の上限を設けるなどの見直しを行うこと、③「ワンストップ特例制度」を適用する場合には、所得税から控除する制度とすること等、制度の見直しについて市長自ら強く要請したところである。このほか、指定都市市長会や九都県市首脳会議など、あらゆる機会を通じて要請活動を行っている。

また、市民に税の使い道や市税を納めることの意義を知ってもらうため、税務広報ポスターや市税のしおり等を通じた普及啓発にも努めている。

4 川崎市ふるさと納税の取り組み

ここまで、ふるさと納税により本市が受ける影響とその対応について述べてきたが、ここからは「攻め」の方策について紹介していきたい。本市とふるさと納税に関する話題は、全国トップレベルの市税流出というネガティブな側面から語られることが多いが、制度本来の趣旨に沿って、ふるさと納税を「川崎市の魅力を全国にPRする手段」としてとらえ、取り組みを進めている。

(1) 取り組みの方針

本市は、ふるさと納税による市税流出の財政への影響がすでに看過できない状況となっていた令和元(2019)年6月、制度本来の趣旨から逸脱した返礼品競争には参加しないというスタンスを保ちつつ、財源の確保に向けた積極策に転じることとした。ふるさと納税制度の活用により市内の魅力ある資源を発掘・再確認し、それらを市内外へ発信することを通じて市のイ

メージ向上や、応援してくれる方・来てくれる方の増につなげ、財源の確保を図ることとしたのである。また、取り組みの継続により、川崎市の魅力が広く認知されることを促進し、シビックプライドの醸成につなげていくことを方針として掲げ、これに基づいて現在まで、川崎らしい魅力ある返礼品や共感できる活用事業を市内外に発信する取り組みを進めている。

(2)「川崎ならではの」「川崎らしさ」の発掘

令和元(2019)年10月、「観る」「体験する」「味わう」の各分野で川崎を体感できる145品目(41事業者)の返礼品を登録するとともに、民間のふるさと納税ポータルサイト「ふるさとチョイス」「ふるほ」への掲載を開始した。令和2(2020)年10月には返礼品をリニューアルし、返礼品総数は209品目(72事業者)となった。以降、返礼品が充実し、季節の農産物やイベントに合わせたクリスマスケーキ、おせちなどの期間限定の返礼品等を登録する例も出てきたことから、より柔軟にポータルサイトへの掲載作業が行えるよう、新たな返礼品の応募を随時で受け付けることとし、令和3(2021)年12月1日現在で300品目以上の魅力ある返礼品を全国に発信している。

本市の返礼品登録にあたっては、総務省が定める地域産品基準に加え、「川崎ならではの、川崎らしさ」をPRできる、あるいは本市が抱える社会課題の解決につながる製品・サービスであることを要件としている。

かわさき名産品などを手掛ける菓子店や、「かわさきそだち」の農産物を届ける農家、かわさきマイスターの職人技をもつ町工場、市内に工場を持つ大企業など、多様な事業者から絶えず手が挙がっており、ポータルサイトの返礼品一覧ページは、川崎市の多様性を凝縮したものとなっているので、ぜひ一度ご覧いただきたい。

令和3(2021)年7月には間口をさらに広げるため、「楽天ふるさと納税」での掲載を開始し、現在は3つのポータルサイトで寄附を受け入れている。各ポータルサイトには「自治体紹介ページ」があり、川崎市の特長や返

礼品の魅力、寄附金の使い道、観光スポットをPRするなど、応援者・来訪者を増やす取り組みを進めている。

(3)寄附の使い道

寄附者が共感できる寄附金の活用先を充実させること、寄附金がどのような事業に活用されたかを可視化することも重視している。

ポータルサイトでは、「安全・安心」「福祉・こども・教育」「芸術・文化・スポーツ」など、幅広い分野から選択できるようにしている。

また、市ホームページ等ではクレジットカード納付等による寄附を受け付けており、市内外の方が「応援したい」と感じられる活用先を見つけられるよう、より具体的な事業が指定できる38のメニューを用意している。この中には、寄附先の学校を指定でき、母校などの課題解決や独自の取り組みに役立てられる「学校ふるさと応援寄附金」や、「動物愛護センターの動物等への支援」など、所管する各局の取り組みにより共感者を増やし、寄附を伸ばしているメニューもある。

受け取った寄附金は、指定された使い道に沿って各事業に充当しており、寄附の活用先についても市ホームページ等で報告書を公開し、広報に取り組んでいる。

(4)多様な媒体を活用した広報活動

市内の魅力ある返礼品や事業者の取り組み、寄附の使い道等を発信するため、さまざまな媒体を活用して本市ふるさと納税事業に関するPRを行っているので、これまで実施した広報を紹介する。

令和2年度から、ふるさと納税が一番盛り上がる12月に合わせ、Yahoo!ニュース内で全国各地の魅力を発信するコンテンツ「私のふるさと」に記事を掲載している。初年度は高津区の金属加工会社、今野工業株式会社の「オープン燻製機」を取り上げ、ものづくりのまち川崎で培われた職人技で作られる製品の魅力を、令和3年度は同じく高津区のチョークメーカー、日本理化学工業株式会社の「キットパス」と、同社の生産過



返礼品の例①【観る】
川崎工場夜景タクシープラン
川崎タクシー(株)



返礼品の例②【体験する】
へら絞り加工オープン燻製機
今野工業(株)



返礼品の例③【味わう】
多摩川梨
JAセレサ川崎

程で活躍する障害をもつ職員の姿を紹介した。同コンテンツは「読みもの」としての性格が強く、返礼品そのものだけではなく“作り手である事業者の魅力”や、“本市がどのような姿勢でふるさと納税に取り組んでいるか”をセットにして読者に伝えるよう工夫している。



返礼品の例④【体験する】
キットバスお絵かきセット
日本理化学工業(株)

また、令和3年度の新たな試みとして、本市のふるさと納税に関する情報をより広く発信するため、映像により視聴者に返礼品等の魅力を視覚的に届けられ、ふるさと納税の情報を普段能動的に取得していない層にもアプローチできるテレビ放送を活用することとした。本市へのふるさと納税は人口の多い首都圏からが半数以上を占め、近隣地域に居住している寄附者が多いという点を活かし、テレビ神奈川のロケ番組と協力したVTR制作・放映委託を行った。媒体によって受け手が変わること意識し、伝える情報を選定するといった部分にも知恵を絞っている。

ふるさと納税事業の取り組みとの関連性が高いシティプロモーション事業とも密接に連携しており、FMラジオ番組での川崎市ふるさと納税の紹介や、新聞への広告掲載等も実施している。また、川崎市の情報を発信するラジオ日本(幸区小向で収録)の番組出演権が返礼品に登録された際には、同番組に資金課長が出演するなど、事業者と連携したPR事例もある。

5 取り組みの成果と今後の展望

これまでの取り組みにより、平成30年度に287件であった本市へのふるさと納税の寄附件数は、令和2年度には5,461件に急増した(図4)。令和3年度も11月末現在で前年度を大幅に超える寄附が寄せられている。

この背景には全国的なふるさと納税の利用拡大もあるが、全国の寄附件数の伸び以上に川崎への寄附件数は伸びており、返礼品等の本市の魅力発信を通じて「応援者を増やす」という方針に沿った成果が一定程度、出てきていると言えるだろう。川崎の地場産品を全国に届けることで、地元経済の活性化、事業者の販路拡大にも貢献していると言える。

一方で、前半で述べたとおり、川崎市から他自治体へ寄附する人も年々増えており、市税の流出額と比較

すれば、財源確保という意味合いでは苦戦しているのが実情である。ふるさと納税制度が創設された意図として、地方で生まれ育った人が都会で就職し、税を都会にだけ納めるという偏りを均す効果が期待されていたことを鑑みれば、都市部である本市からの市税流出が起こるのはある程度は致し方ない部分もあるのかもしれない。しかしながら、返礼品目的の寄附が当たり前となってしまう風潮や、実際の本市における流出額の大きさは行政サービスを継続する上で看過できるものではなく、制度本来の趣旨に沿った運用がなされるよう、引き続き国に対し制度の見直しを要請していく必要があるだろう。

もちろん、本市としても「攻めの姿勢」を続け、今後もふるさと納税を通じて川崎市の魅力を発掘・再確認し、市内外にその魅力を効果的に発信する方法を試行錯誤しながら、応援者を増やす取り組みを進めていきたいと考えている。

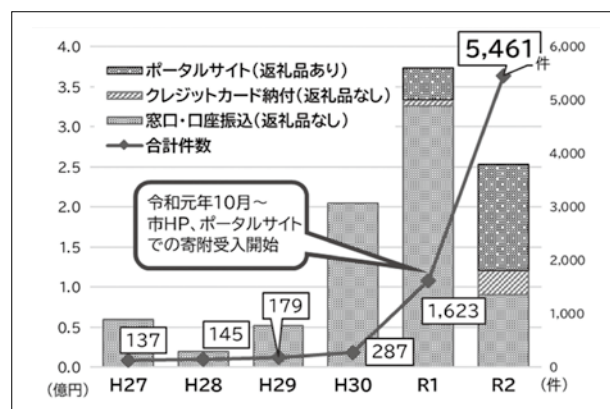


図4 本市におけるふるさと納税受入件数と寄附受入額

6 おわりに

最後に、寄附者の方々から本市に対して寄せられた応援メッセージの一部を紹介したい。市ホームページにも公表しているが、本稿を最後まで読んでいただいた川崎を愛する皆さんの励みになれば幸いである。「コロナで子供たちが学校生活等を楽しめない日々が続いています。行政に携わる職員の皆さま、月並みですが頑張って下さい。」

「こどもたちの未来のために活用してください。」

「イメージとは裏腹にとっても平和で暮らしやすい街でした。より市民が暮らしやすい良い街にしていってください。」

「川崎、がんばれ！」

「今後も市民想いの政策を応援します」