

ふるさと納税のさらなる発展を

福井県知事

西川一誠 にしかわ いっせい

京都大学法学部卒業。1968年4月自治省入省。自治省市町村税課長、同企画課長、国土庁長官官房審議官等を経て、95年福井県副知事。2003年4月に福井県知事就任。現在4期目。17年5月から「ふるさと納税の健全な発展を目指す自治体連合」共同代表



1

「ふるさと納税」創設から10年

先般10年ぶりに改訂された岩波書店の広辞苑（第7版）に、「ふるさと納税」の項目が追加された。

広辞苑には次のように書かれている。

【ふるさと納税】「（現在の居住地ではなく、生れ故郷の自治体に納税する意）個人が行う地方公共団体への寄付制度の通称。2008年開始。寄付金額は、一定の上限まで所得税・住民税から控除される。」

広辞苑に追加されたことは、本県が提唱し、新たな税制として創設された本制度が、10年経った今、広く国民に知られ、世の中に定着したことの何よりの証であり、「ふるさと納税」創設に関わった1人として嬉しく思う。

ところで、広辞苑には、ふるさと納税は「生れ故郷の自治体」への寄付の意とある。

私は、2006年10月の日本経済新聞「経済教室」に「『故郷寄付金控除』導入を」という論説を掲載した際、生まれ故郷の自治体へ寄付を行った場合に、これと見合いの額を住民税や所得税から控除する制度の創設を提唱した。その後、国の研究会の議論の過程において、「ふるさと」の意味について、生まれ故郷だけではなく、かつて仕事で赴任したまちや思い出のあるところ、自分が将来住みたい場所など、いわゆる「第2のふるさと」にまで広げてはどうかという意見が多くあっ

た。その結果、「ふるさと」の範囲については、納税者の側で自由に選べるものとするほうが創設する制度としては初めの広がりを持つと考え、制度の対象となる自治体はあえて限定せず、「ふるさと」をどこにするかは、寄付者の意思に委ねることとなった。

広辞苑の記述は、私が当初考えた発想に近く、制度の本質を表しているともいえるが、実際の制度は寄付先を自由に選

べるものとなっている。「ふるさと」の意味を広く捉えたことにより、生まれ故郷はもとより、応援したい自治体を自ら選ぶことができる。今まで知ることがなかった自治体に対しても、寄付を行ったことによってさえ愛着がわく。ふるさと納税の広がりとともに、寄付者と地方の新たなつながりが生まれてきていることを実感する。

2

「ふるさと納税」のはじまり

さて、この「ふるさと納税」をどのような考えによって提唱したかを、改めて話したい。

(1) ライフサイクル・バランス税制

1点目は、全く新しい「ライフサイクル・バランス税制」としての発想である。

かねてより私は、地方と都市の間にあるさまざまなアンバランスについて、問題を感じてきた。地方で育ち都市で働くという「人のライフサイクル」が残念ながら生じているが、地方財政制度はこれに対応できておらず、人の生涯を通してみると、地方と都市の間の租税負担と行政サービスのバランスは大きく崩れている。

わかりやすい例として、福井県では毎年約2,500人の若者が、進学等のため大都市を中心に県外に出て行く。4年後に戻ってくるのは600人程度であり、約

2,000人が戻らない。これを毎年繰り返して、若い世代が流出し続けている。福井県の場合、1人の子供に出生から高校卒業までにかけて行政サービスの総額は約1,800万円、総額は2,000人分として約360億円になる。

一方、若者が県外に出ずに、地元で就職した場合は、現役40年としてその間の住民税総額は1人約1,000万円、2,000人では約200億円の住民税が県内に納められる計算になる。やや乱暴な言い方かもしれないが、360億円をかけて育てた人材が県外に出て行き、将来納めてくれるはずの約200億円が大都市に流出していることになる。これが毎年繰り返し続くのだ。

大都市から見ると多くの人口が地方から自然に流入し、毎年「人口のボーナス」を受けている状況にある。もちろん大都市では人口の増加に応じた行政サービス

がなされているし、地方には地方交付税の措置がないわけではないけれども、大きく捉えるとこのような構図になっている。

この極端なアンバランスを少しでも解決するため、新たな税制として考え出したのが「ふるさと納税」である。現在のライフサイクルについて租税上からバランスを正そうとする考え方が構想の第一の基本になっている。

(2) 納税者主権の促進

2点目は、納税者の意識変革を促す仕組みとしての役割である。

「ふるさと」の発展を願って自らの意思で寄付を行う。ふるさと納税により、自分たちのふるさとに目を向け、納税先と使ってほしい政策を直接自分で選べるようになる。1人ひとりが主権者として、地方の政治に働きかける行動としても大きな可能性を持っていると考えた。

日本の会社員の多くは、源泉徴収で給与から税金が自動的に引き落とされ、年末調整も会社がしてくれる。このため、税の使い途に関心が薄いといわれる。自分がいくら税金を納めているか、国、都道府県、市町村にそれぞれどのくらいの納税をしているか、即座に答えられる人は少ないのではないか。

ふるさと納税は、納税する自治体や進めてほしい施策を直接自分で選ぶことができるため、自治体の政策に深く関心を寄せ、税の使い途や税額について自然と知る機会を得られる。さらに、その施策

の成果にも関心が高まる。自治体側は、寄付者に対し積極的に結果を公表しなければならない。その結果に寄付者が満足すれば、翌年度も進んで寄付を行おうとするはずだ。

「ふるさと納税」による主体的な寄付という行為を通じ、政治への積極的な関与を促す仕掛けとしても有効と考えた。いわば、租税経済の仕組みを使って政治をよい方向へ変えていこうとする試みでもある。

(3) 自治体政策の競争と向上

3点目は、自治体政策の質的向上である。

ふるさと納税をいただくためには自治体側に努力が求められる。各自治体は、それぞれの魅力をアピールし、寄付がどのように使われるか、どのような成果を実現したいかを発信する。施策の実施経過や結果を公表し、寄付をいただいた責任を果たす。

毎年どのようにして寄付を集めるか、どのような施策に活かすべきかなど、絶えざる創意工夫が必要であり、自治体同士が切磋琢磨し政策の質を高めることに資するものと考えた。

個別の事業の進捗や効果について、従来以上に気を配り、寄付者への説明責任を果たす。これを繰り返すことにより、自治体にとっても、政策立案能力や説明能力の向上につながる。他の自治体の政策も広く勉強し、効果が高いものは自分たちの政策に活かそうとするだろう。

寄付者の「納税者主権」の発揮により、自治体側も自ずとレベルアップを図る。よい政策が実現すれば寄付者の満足度が高まり、次の寄付へとつながる。「ふるさと納税」は、寄付者と自治体の

双方が互いへの関わりを深めながら、効果的な政策を広げていくという「地方政治の好循環」を生み出すシステムでもある。

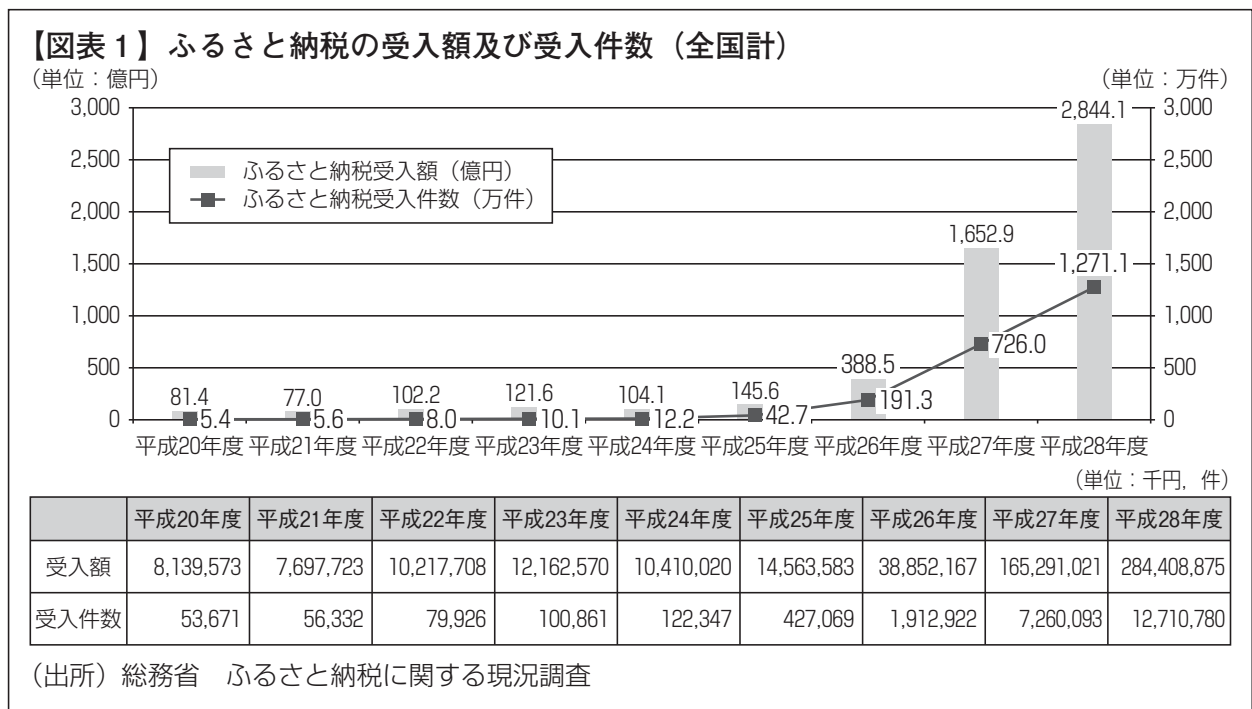
3

「ふるさと納税」の今

(1) ふるさと納税の拡大

2008年にふるさと納税制度が導入されて10年。当初約80億円であった寄付金総

額は、2016年度には約2,840億円と30倍以上の規模に増え過去最高を記録した。2017年度はさらに拡大が見込まれている。



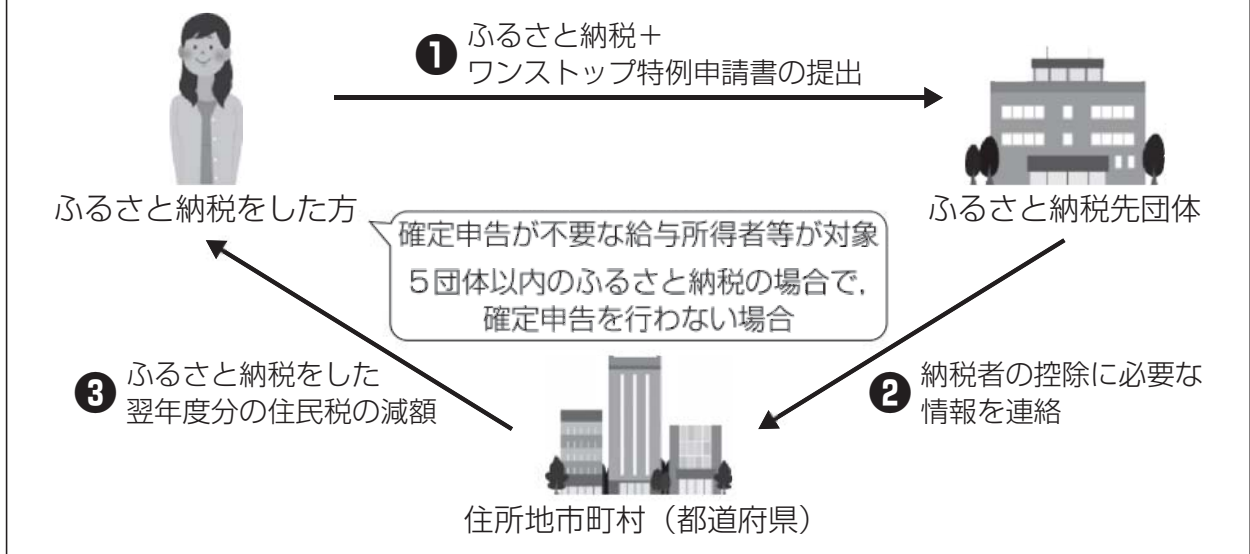
福井県では、この間、制度を利用しやすくするために、国に対し粘り強く制度改正要望を行ってきた。

その結果、当初ふるさと納税を行った後に税の軽減措置を受けるためには、確定申告の手続が必要であったが、2015年4月に「ふるさと納税ワンストップ特例

制度」が創設された。

これは、給与所得者が、寄付した自治体に税の控除を求める特例申請書を送付すれば、5つの自治体数までの寄付であるなら確定申告が不要となる制度である。この改善により会社員の方も気軽にふるさと納税ができるようになった。

【図表2】 ふるさと納税ワンストップ特例制度



またかねてより、ふるさと納税枠（個人住民税の特例控除）の上限額を引き上げるよう要望していたが、2015年1月か

ら上限額が約2倍（税額の1割から2割へ）に拡充された。

【図表3】 ふるさと納税枠（控除上限額）の拡大

2,000円を除く全額が控除されるふるさと納税（寄付）枠が、税額の1割から2割に拡充（H27.1.1以降のふるさと納税から対象）



年収	全額 ^(※1) 控除されるふるさと納税枠の目安	
	拡充前	拡充後
300万円	12,000円 →	23,000円
500万円	30,000円 →	59,000円
700万円	55,000円 →	108,000円

(注) 給与所得者、夫婦^(※2)の場合
 (※1) 2,000円を除く。
 (※2) ふるさと納税をした方の配偶者に収入がなく、控除対象扶養親族がいないケース(拡充後の額は改正時のもの)。

これらの改正が行われた2015年度の寄付金総額は、前年度の4倍以上の約1,650億円に急拡大する。

ふるさと納税のポータルサイトが増え、インターネットでのクレジット決済が普及したことも利用者の拡大につなが

った。

(2) いわゆる返礼について

ふるさと納税制度が導入された当時は、制度が認知され定着するまでには、およそ10年程度はかかるのではないかと

思っていた。何でも10年ほど続けるとものになるといわれるからである。

そして、ふるさと納税制度はちょうど10年が経過し、国民に広く認知されるに至った。反面、市場主義が入り込み、一部の自治体間の行きすぎた返礼品競争など、課題も指摘されている。

ふるさと納税は寄付税制であり、返礼品の問題は制度の外にある事柄である。しかし一方で、寄付を受けた自治体が寄付者の気持ちに報いたい、あるいは地域の特産品を知らせたいという気持ちも大事なことであり、返礼そのことに問題があるわけではない。返礼品をきっかけに、地方に多くの産業や特産品があるということが広く情報共有されるに至った。その宣伝効果は寄付額の何倍にもなるであろう。

また、自治体が地元産品を購入して返礼品とするということは、そこに「公需」が生まれたということであり、仮に寄付の金額を返礼品に充てたとしたら、それ

はふるさと納税をすべて地域の産業振興に活用したともいえる。これは極端なたとえではあるが、宣伝費も含め、大きな経済波及効果が生じていることは間違いない。

一般に、広告宣伝費の相場は、売上目標の5%~10%程度と聞く。2,800億円が売上とすると、本来300億円近くの広告宣伝費が必要であるが、ふるさと納税を利用することにより、自治体は独自の広告宣伝費をかける必要がない。むしろ自ら宣伝するよりはるかに大きな経済的利益を得ている。

たださりながら、「過ぎたるは猶及ばざるが如し」であり、過度の返礼品競争は自粛されるべきことだ。各自治体が節度を持って良識ある判断をしなければ、国民の支持を得ることは難しい。全国で見直しが進んでおり、この問題についてはいずれ落ち着くところに落ち着くと考えている。

4

ふるさと納税自治体連合の設立

(1) 制度本来の理念に立ち返る

ふるさと納税をすると何か品物がもらえて得をするという社会的なブームが起り、返礼品競争の過熱とともに、この制度に対する国民の認識も間違った方向に行きかけた。私は制度の提唱者としてこのような状況に強い懸念を持ち続けてきた。

これまで述べてきたように、ふるさと納税は「自分を育ててくれたふるさとに恩返しをしたい」「自分の応援する地域に貢献したい」という想いを実現する手段である。また最近、大きな災害が発生した際に、被災地を応援する役割を果たしている。この2月に福井県で発生した大雪の際にも、全国からの励ましのメ

ッセージとともに多額の寄付が寄せられた。返礼品目当てではなく「困難に見舞われた地域を少しでも応援したい」という気持ちの表れである。

こうした「ふるさと納税」の意義を再認識し、自治体同士が学び合い、その意義を広く国民に伝え、利用者のすそ野を広げる国民運動を起こすための活動を開始したいと考えた。原点に立ち返り、制度本来の理念・趣旨を広めようとするネットワークづくりである。

2016年の半ばから、全国各地の自治体に呼びかけ、設立発起人として27の県、市、町が集い、2017年5月に「ふるさと納税の健全な発展を目指す自治体連合」を設立した。

設立後、全国の自治体へ連合への参加を呼びかけたところ、多くの自治体にご賛同いただき現在74自治体にまで増えた。北は北海道から南は鹿児島県まで広く参加いただいている。

自治体連合では、設立時に「ふるさと納税自治体連合の目指すところ」として、次のように宣言している（2017年5月16日）。

- ・ 連合参加の自治体は、ふるさと納税制度を知恵と工夫をもって活用し、地域の活性化につなげます。
- ・ 寄付者の「地方を応援したい」という想いに応えられる施策に活かします。また、寄付者の目を意識し、寄付の使い途、効果などの情報提供に努めます。

- ・ ふるさと納税制度は、「都市の寛容」と「地方の感謝」の上に成り立っていることを忘れず、都市の理解を得られる運用を行います。
- ・ 長い目で寄付文化を醸成し、地方と都市が共に発展する制度となるよう、運用改善に努めます。
- ・ ふるさと納税制度の趣旨・理念を再認識して自治体同士が学び合い、啓発を行うことにより制度の健全化に取り組み、連合の活動に賛同する自治体を増やします。

(2) 地域活性化のモデルを広げる

こうした考えの下、自治体連合の最初の活動として、昨年2017年9月に東京の日経ホールにて、「ふるさと納税の未来を考えるシンポジウム」を開催した。

地方発で実現したふるさと納税制度を今後も継続発展させていきたいとの趣旨に賛同いただいた内閣府、総務省、日本経済新聞社の支援により実現したものである。

シンポジウムの中で、ふるさと納税を活用し地域の活性化につなげた優良事例を表彰した。選考の観点は、①寄付者の「ふるさとを応援したい」という気持ちに応えるため、用途を示して寄付を募集するとともに、その寄付金を有効に活用していること、②寄付者と自治体との関係を継続させるための工夫を行っていることの2点。全国から45事例の応募があり、3自治体が選ばれた。次に具体的に紹介したい。

1例目は、長野県白馬村の「地元高校存続につながった国際観光科新設と生徒の全国募集」である。白馬村では生徒数が減少していた村内唯一の高校、県立白馬高等学校の存続を図るため、「国際観光科」を新設するとともに、ふるさと納税を活用し、村営の「公営塾」や「教育寮」を整備した。ふるさと納税の呼びかけと併せて生徒の全国募集を行った結果、150人未満だった生徒数は現在200人を超えるまでに増加するなど、地域ぐるみの学校運営に大きな成果を上げた。

2例目は、高知県越知町^{おちちょう}の「地域おこし協力隊の定住・起業支援」である。越知町には宿泊施設が少なく、観光客は日帰りが多いという課題があったが、地域おこし協力隊員として同町で3年間活動した若者が、古民家を改修してゲストハウスをオープンすることを決意。町ではふるさと納税を活用し、五右衛門風呂などの整備を支援した。寄付募集を通じて越知町を広くPRすることができ、1年間で約300人が宿泊するなど、町の観光客数増加に大きく貢献した。

3例目としては、石川県輪島市の「輪島塗職人による熊本地震被災陶器の再生プロジェクト」である。2007年の能登半島地震で被災した輪島市は、全国から集まった支援活動を通じてさまざまな交流が生まれた経験を持つ。2016年の熊本地



震の際には、被災地7市町村の支援のためふるさと納税の受付代行を実施した。さらに、輪島塗職人が金継ぎの技術を活かし熊本地震で壊れた陶芸作品を修復する事業にふるさと納税を活用した。継続的な復興支援のためには、人の交流が必要との思いから生まれたプロジェクトである。

いずれもふるさと納税が各地域の課題解決に役立った事例である。また、ふるさと納税の募集を通じて、広く全国にその自治体の名が知られ、寄付者との交流が始まるきっかけともなっている。各自治体の創意工夫により、ふるさと納税制度の意義が目に見える形になってきていることを歓迎したい。

自治体連合としても、引き続き優良事例の発掘と顕彰を行うとともに、参加自治体をさらに増やし、全国の自治体にこうした好事例が広がるよう、活動を加速させていきたい。

「ふるさと納税」のこれから

「ふるさと納税」という制度は知っているが、まだ実際に寄付をされたことがない方も意外と多いのではないかと懸念されている。

ふるさと納税の利用者は、個人住民税納税義務者の3～4%程度に留まっている。この意味では、まだまだ発展途上の制度であり、せめて10%以上の方が利用するくらいまで普及しなければ、制度がわが国に根づいたとはいえない。利用者がその程度になれば、現在3,000億円規模の寄付額も1兆円近くになるはずだ。

利用者が自然に増えるために必要なことは何だろうか。今、返礼品とされているが、これからは、「モノ」ではなく「ことがら」や「こころ」に着目しなければならない。いくつか具体的に提案したい。

(1) プロジェクト応援型寄付の拡大

1つは、具体的な事業や使い途を示して寄付を募る「プロジェクト応援型寄付」の普及である。

2016年度の総務省調査によると、ふるさと納税を受け付ける際に、用途が選択できる自治体は全体の9割程度であった。しかし、大部分が「教育・人づくり」や「子ども・子育て」などの大まかな政策分野を選択できるのみであり、具体的な事業まで選択できる自治体は1割に留まっている。

福井県では、2015年度から寄付先の事

業を選択できる「プロジェクト応援型ふるさと納税」を始めた。このような事業に活用したいという「ことがら」を示して寄付をお願いする方法である。県内の高校を指定して寄付ができ、各高校で生徒たちの高校生活に必要な活動や、物品購入に使う「ふるさと母校応援プロジェクト」、高校生の海外留学経費を助成する「高校生の長期海外留学プロジェクト」、福井城址の整備を進める「山里口御門復元プロジェクト」など、具体的な使い途を示して、福井県ゆかりの方々に寄付を呼びかけている。

寄付者には学校からの寄付金活用の報告書や、寄付をいただいた高校生からのお礼の手紙などをお送りしているが、特別な返礼品は用意していない。にもかかわらず、毎年度6,000万円を超える寄付をいただいている。これらの寄付は、まさに使い途に共感し、ふるさと福井の発展を願う「こころ」の表れである。

2018年度からは、世界3大恐竜博物館の1つである県立恐竜博物館の化石発掘や展示内容の充実を図る「恐竜博物館魅力向上プロジェクト」や、福井県立大学など県内大学の教育環境整備を支援する「大学版ふるさと母校応援プロジェクト」など新たな事業も追加した。できる限り具体的な使い途を示し、より多くの方に福井県の政策に関心を持ってもらいたい

と考えている。そして、こうした「プロジェクト応援型寄付」の手法をより多くの自治体にも広げていきたい。

プロジェクト応援型の寄付を伸ばすためには自治体の努力が不可欠だが、寄付金受付の窓口であるポータルサイト事業者の協力も欠かせない。現在のポータルサイトは、「人気の返礼品ランキング」など返礼品を中心に紹介するページ構成が多く、寄付者の「モノ目当て」を煽る市場主義的な面がある。ポータルサイトは、今後、事業を示して寄付を募る「ガバメント・クラウドファンディング」に力を入れるべきだ。「モノ」ではなく、「政策」に国民の意識が向くような寄付募集のあり方へと見直しが進むことを期待したい。

(2) ふるさと納税を「人の移動」につなげる

もう1つは、寄付者との新たな交流と「人の移動」につなげる仕組みづくりである。

「ふるさと納税」をきっかけに、寄付者により深いつながりを持つ自治体も現れてきている。例えば、自治体連合の参加自治体である北海道の東川町^{ひがしかわちょう}では、寄付者を自治体の株主と位置づけ、町への来訪を働きかけている。

イベントへの招待や、地元宿泊施設の宿泊券のお礼なども、地元に来てもらい、消費や交流につなげようとする「参加交流型」の仕組みといえる。寄付した自治体への訪問を促すようなお礼の方法であ

れば人の交流も進み、より「ふるさと」として身近に感じてもらえるようになる。

また、地方に移住したいと考える都市の方々も最近増えている。例えば、ふるさと納税を通じてさまざまな自治体を知り、リタイア後に住んでみたい地域を探したり、若い夫婦が自治体の子育て政策を調べて移住先の候補にしたりということもできる。

自治体で整備が進んでいるお試し居住施設の整備や運営費にふるさと納税を活用し、寄付者を招待して利用してもらってはどうか。一歩進んだ「移住体験型」の仕組みである。二地域居住や将来の移住への可能性が広がるだろう。

ふるさと納税をきっかけにして「人の移動」を促すことが重要だ。交流する「ふるさと」は複数あってもよい。人が都市と地方を行き来する新たなライフスタイルが普及するよう、自治体側も工夫を重ねていくべきである。

「ふるさと納税」は都市と地方の問題を国民が共有し、課題解決につなげる重要な手段である。ふるさと納税を通じて、都市在住者と地方との新たな交流が生まれている。具体的な人の移動にもつながり始めた。今後この動きはさらに加速していこう。都市と地方は対立するものではなく、むしろ「お互いに支え合う」関係にあることをわれわれはもう一度認識し、そのための有効な手段としての「ふるさと納税」を今後さらに発展させていく必要があると考えている。