

ふるさと納税 寄附金額極大化とリスク

第46回日本リスクマネジメント学会 全国大会
石井兄弟社 石井至
2021年9月23日

1

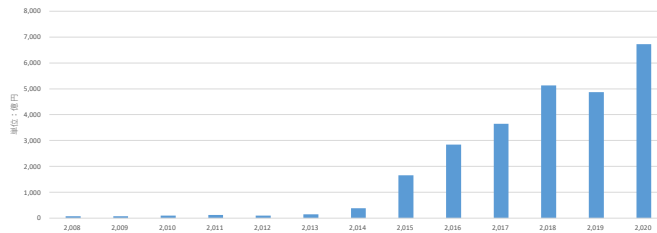
ふるさと納税とは

- 「今は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った、都道府県、市区町村への「寄附」。
- 確定申告（または、ワンストップ特例申請）を行うことで、自己負担額2000円を除いた全額が所得税及び住民税から控除される。
(総務省ホームページより改変)
- 「実質2千円で肉や海産物がもらえる」（朝日新聞）

2

2020年は過去最高の6724億円

ふるさと納税 寄附額の推移



3

しかし、自治体による差が大きい

- 2020年 最高 宮崎県 都城市 135億円
最低 東京都 日の出町 2万円
- 私が政策アドバイザーをしている北海道釧路市は、同じような海産物を返礼品にしている隣町の根室市の10分の1以下。
根室市 125億円 釧路市 11億円
- 同じような返礼品なのに、なぜ差がつくのか？

4

調査方法

- 2020年度全国TOP4の自治体（宮崎県都城市、北海道紋別市、北海道根室市、北海道白糠町）と北海道釧路市の首長、および、ふるさと納税担当者へのインタビュー。

2020年順位	第1位 宮崎県 都城市	第2位 北海道 紋別市	第3位 北海道 根室市	第4位 北海道 白糠市	第151位 北海道 釧路市
2019年	106億円 (第2位)	77億円 (第3位)	66億円 (第5位)	67億円 (第4位)	10億円 (第98位)
2020年	135億円 (+27%)	134億円 (+74%)	125億円 (+89%)	97億円 (+45%)	11億円 (+3%)

5

釧路市の取り組み（2021年7月1日インタビュー）

- ふるさと納税担当部長を2021年4月初めて設置。
- 2024年に40億円が目標（2020年11億円）。
- 今までは、返礼品を出す事業者の言いなり。ただ返礼品を登録するだけ。
- 新任部長曰く、「まずやることは、写真の差し替え依頼、ランディングページの作成、Google検索への広告」

6

釧路市のふるさと納税返礼品TOP3

- 1位【鮮度抜群！極上生えぞパフうに】生うに折250g 30000円
- 2位 かにしゃぶ大1kg（棒身だけ40本） 30000円
- 3位「極黄」生うに《大容量の折り詰め》200g 30000円



単価が高い！

7

ランディングページとは

- 自治体が制作する「ふるさと納税」返礼品を紹介するホームページ。
- ふるさと納税サイトのバナーが並んでおり、クリックすると各ふるさと納税サイトに飛ぶ。
- 右は北海道白糠町の例。



8

根室市の取り組み (2021年7月1日インタビュー)

- Google検索への広告はお金の無駄。広告を出すなら納税サイト内の広告。納税サイトには敵わない。
- ランディングページは意味がない。納税者は自分のお気に入りサイトがある。ランディングページを中止する自治体増加。
- **納税サイトで「いくら」と検索して上位に出てくるのが大事。**サイト独自のアルゴリズムで順位を決めているようだが、「レビュー数」が大きな影響があるようなので、**レビュー数を増やす工夫**をしている。

9

根室市の取り組み (続き)

- **納税者にとって一番大事なのは「簡単に、かつ確実に控除されること」。**だから、「特定事業者」5社のみ取り扱い。「ワンストップ」は印とマイナンバーカードのコピーだけ(初)。
- **単価12000円のゾーンが中心。**高価なものもg数で調整。
- 未永く利用してもらうために30代をターゲットに。PCではなくスマホなので、スマホでのやりやすさを徹底する。
- **市民に対してふるさと納税の使い方を丁寧に説明する。**根室市を訪問した人が東京からだと言わると「いつも、ありがとね」と言われる。リピーター対策。
- RPAとAIの導入。6人の職員だけで対応。外注なし。
- 市の管理者が日常的に返礼品生産事業者に出向き意見交換

10

「ワンストップ特例制度」とは

- ふるさと納税には原則、確定申告が必要。
- 一定の条件を満たすと、確定申告が不要になる制度。
- 申請書をふるさと納税先自治体に翌年1月10日までに郵送。
- **納税サイトが「特定事業者」の場合は、自治体から送られてきた控除証明書を紛失しても、ダウンロードで再発行できるから手間が楽(自治体にとっても再発行の対応不要になる)。**
- 根室市は「ふるなび」「さとふる」「楽天ふるさと納税」「ふるさとチョイス」「ANAのふるさと納税」の5社限定。他に、「セゾンのふるさと納税」など全12社(2021年7月30日現在)。

11

白糠町の取り組み (2021年7月2日インタビュー)

- 白糠町は2020年度は伸び悩んだ(2019年度67億円→2020年94億円)。
- 伸び悩みの理由は、シェア1位の**楽天(57%)の広告が抽選制**に1年末に広告を打てなくなった。
- 2大人気商品の「エンペラーサーモン」と「いくら」のうち、**鮭の不良続きで「いくら」が値上がり。**納税者が高いと感じた。
- ふるさと納税の目的は「事業者のため」(根室市・紋別市は「市民還元」)。

12

紋別市の取り組み (2021年7月14日インタビュー)

- 2019年に専門部署を設置。根室市を視察。
- 単価を1万円~1.5万円。
- ホタテ(玉冷)とカニしゃぶが2大返礼品。
- **ホタテは養殖のため供給量・価格とも安定的**。カニはもともと日本一の水揚げ。
- ランディングページはない。
- RPAは導入済み。AIは検討中。
- **レビュー数が多い**ため、検索上位に登場する。
- 品ぞろえを増やすため、**酪農製品も導入へ**。

13

都城市の取り組み (2021年8月6日インタビュー)

- ふるさと納税の目的は、市のPR(肉と焼酎)。
- H25年末に取り組み開始。平戸市、綾町を視察。
- **メッセージ性重視→「日本一」の文言**。
- 楽天頼り(広告なしでも)、レビュー数が少ないが検索は上位
←圧倒的な売れ行き(豚肉)
- 当初は農協系商社の1社のみ。2020年末で125社。
- 事業者**に協議会**を作ってもらい**当事者意識を醸成**。
売上の2%を運営費に。毎月1回研修会。
- **市職員と協議会の連絡は密**。役員業者とは毎週会話。
→厳しい話(返礼品原価3割等)もできる人間関係。
- 協議会による「ふるさと納税PR動画」は原価外。

14

まとめ1：ふるさと納税のリスク

- ふるさと納税による資金は自治体にとって重要
(**標準財政規模比**で、白糠町(45億円^(R1年))は100%以上。紋別市98億円、根室市90億円)だが… → 多い自治体に比べ、少ない自治体は市民の不満要因になりえる(白糠町「子育て応援日本一の町」)。
- いつ終わるかわからない制度→ふるさと納税からのお金を当てにした市政はダメ。業者もふるさと納税頼りは危険。

15

まとめ2：ふるさと納税の将来性

- 「**まだ伸びしろがある**」。「個人の住民税が1.2兆円(H28総務省)。×2割=2.4兆円だが、その50%の1.2兆円までは増える余地があるのでは」
- 「行政には継続性が必要」。ふるさと納税の資金は基金化し計画的に活用。
- 取り組み方次第では、今までふるさと納税金額が少ない自治体も一気に増加する可能性あり。
- **職員のメンタリティーが変化?**。ふるさと納税の「勝ち組」自治体のキーマンはアイデアマンで前向き。市役所・町役場の職員らしくない。

以上

16