

ふ

るさと納税が急増している。2016年度の納税額は2844億円と前年

度から72%増加した。ふるさと納税とは、自分が居住していない自治体に税金の一部を寄付できる制度である。寄付額から2000円を差し引いた額が住民税と所得税から控除され、寄付額の上限は年収に応じて決まる。

ふるさと納税増加の原動力は自治体からの返礼品だ。本来、寄付とは経済的な見返りを求めるものではないが、多くの自治体が返礼品として送付する特産品等が動機になっている。インターネット上での簡単な手続きで2000円を上回る価値の返礼品が得られることから、寄付というよりは値引き商品やネットショッピングする感覚だろう。値引きの財源は居住する自治体と国の税金だ。返礼品は自治体の創意工夫を促し、地域振興の効果があるといわれる。

だが、返礼品のインセンティブが家計行動や企業活動をゆがめている問題にも目を向けるべきではないか。例えば、近所のスーパーで買うよりもふるさと納税を行う

数字は語る

大和総研 政策調査部
シニアエコノミスト
神田慶司

返礼品目当てで ふるさと納税が急増 経済活動にゆがみも

2844億円

2016年度のふるさと納税額

出所：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果」(2017年7月4日)

方が同等の商品を安く手に入れられる場合、家計が後者を選ぶのは合理的だ。しかしそれは返礼品の生産者以外の企業の収益を減らし、返礼品の生産者を豊かにする。これにより市場での競争が阻害されれば、商品開発や費用効率化などでの企業努力が低下し、生産性に悪影響を及ぼすと考えられる。

さらに、ふるさと納税で実質的に値引きされた商品を目にした消費者は、それが本来の価格で提供されると、割高に映って買い控えるだろう。つまり、現在の返礼品が本来の価格で販売されれば、以前のように売れないかもしれない。地域経済の起爆剤として期待されるふるさと納税は、それなしには経済が回らない「ふるさと納税依存経済」に地域経済を変質させるリスクをはらむ。

総務省は、今年4月に返礼品を寄付額の3割以下の価格のものに見直すことなどを求める通知を出した。これを受け、大半の自治体が見直しを検討しているという。導入10年目となったふるさと納税が、地域の自律的發展に資する成熟した制度となるよう期待したい。