

# 令和 7 年度 行政監査報告書

(地方自治法第 199 条第 2 項)

## 第 1 監査のテーマ

ふるさと納税業務に係る事務について

## 第 2 監査の期間

令和 7 年 11 月 17 日から令和 8 年 3 月 13 日まで

## 第 3 監査の目的

ふるさと納税は、応援したい自治体に寄附できる制度として平成 20 年度に開始された。平成 27 年度税制改正で控除上限額の拡大や「ワンストップ特例制度」が創設されると、寄附者は飛躍的に増加した。令和 6 年度の寄附金額は 1 兆 2,728 億円で、5 年連続で過去最高を更新している。

本市においても、平成 20 年度からまちづくりを応援しようとする個人や法人、その他の団体から広く寄附を募る、ふるさと納税「水の都大垣ふるさと応援寄附金」を創設した。さらに、平成 27 年度からは、地場製品の PR や地域経済の活性化を推進するため、市外からの寄附者に対して、特産品等の返礼品を贈呈している。これは、貴重な財源確保の手段であるとともに、本市の魅力在全国に発信する機会として、積極的に取り組んでいる。一方で、制度の健全な運営のため、総務省による指定制度の遵守が求められている。

このような状況において、本市のふるさと納税業務に係る事務が国の制度等に沿って適正に執行され、かつ効率的・効果的に実施されているかを検証することを目的として監査を実施する。(ただし、企業版ふるさと納税を除く)

## 第 4 監査の対象

大垣市企画部 広報・都市プロモーション課

## 第 5 監査の方法

大垣市企画部広報・都市プロモーション課に調査票及び関係書類の提出を求め、必要に応じて関係職員の説明を聴取し、書類調査を実施した。また、

対象所属から監査委員へふるさと納税業務についての説明を受けた。

## 第6 監査の着眼点及び調査結果

### (1) ふるさと納税の概要について

- ・趣旨
- ・事業概要

### (2) 寄附金額について

- ・寄附金額、件数の推移
- ・収支状況の推移
- ・寄附金の受領、管理体制
- ・ワンストップ特例制度の利用件数の推移
- ・寄附金額増加に向けた効果的な取組

### (3) 返礼品について

- ・選定方法
- ・返礼品の調達及び発送プロセス
- ・返礼品数の推移
- ・主な返礼品
- ・返礼品の魅力向上の取組
- ・返礼品購入等にかかる経費の適正性

### (4) 広報・PR活動について

- ・地域資源の効果的なPR
- ・ポータルサイト活用の効果
- ・広報活動の効果的な取組

### (5) 寄附金の活用について

- ・寄附金の使途
- ・寄附金の活用方法
- ・寄附金の活用報告

※報告書に記載している寄附金額・寄附件数は、団体からの寄附を除いた数値であり、ホームページ掲載の数値とは集計範囲が異なっている。

## 第7 監査の結果

### (1) ふるさと納税の概要について

#### 1)趣旨

本市では、平成20年度から、まちづくりを応援しようとする個人や法人、その他の団体から広く寄附を募ることで、まちへの愛着や市政への参画意識を高めることを目的に、「水の都大垣ふるさと応援寄附金」を創設した。さらに、平成27年度からは、地場産品のPRや地域経済の活性化を推進するため、市外からの寄附者に対して、特産品等の返礼品を贈呈している。

#### 2)事業概要

寄附額のうち2,000円を超える部分が税控除される制度（一定の上限あり）で、水の都大垣ふるさと応援寄附金事務取扱要綱（以下、「要綱」という。）に沿って事務を行っている。

#### ア 寄附金の申出方法

ふるさと納税ポータルサイトの申出フォーム（電子申出）、郵送、ファックス、電子メール、窓口

#### イ 寄附金の払込方法

クレジットカード、コンビニエンスストア決済、携帯電話キャリア決済、納付書払い、窓口払いほか

#### ウ 返礼品

- ・本市の地場産品である飛騨牛、はちみつ、酒、米、わさび、枳関連製品など
- ・市内業者で製品化された生餃子、素焼きピスタチオなど
- ・市内店舗での食事券、市内での宿泊旅行プランなどの観光体験利用券

### (2) 寄附金額について

#### 1)寄附金額、件数の推移

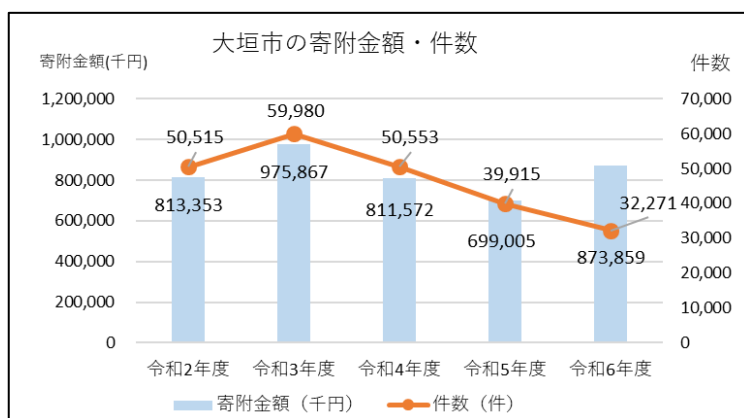
本市の寄附金額は令和2年度の8億1,335万3千円から令和6年度には8億7,385万9千円へ約7.4%増加しているが、全体としてはほぼ横ばいで推移している。一方、寄附件数は令和2年度の50,515件から令和6年度には32,271件へと約36%減少している。令和3年度に

は、コロナ禍による巣ごもり需要により寄附金額・寄附件数ともに一時的に増加した。その後、寄附件数は減少傾向が続いているが、寄附金額が比較的維持されているのは、A5等級飛騨牛など高額返礼品への寄附が増加したためである。

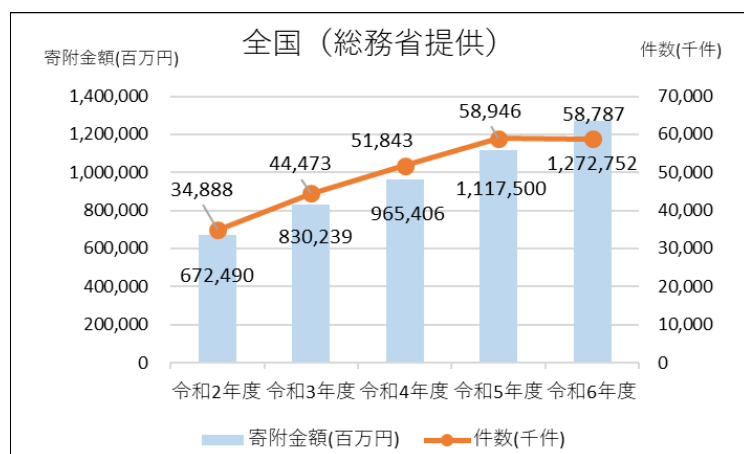
全国的には、寄附金額が令和2年度の6,724億円から令和6年度には1兆2,727億円へと約1.9倍に、寄附件数も令和2年度の3,488万件から令和6年度には5,878万件へと約1.7倍に増加し、いわゆるふるさと納税市場全体が拡大を続けている。このような全国的な成長傾向の中で、大垣市の寄附金額が令和4年度・5年度に減少した背景には、令和5年10月の制度改正による地場産品基準の厳格化や、大都市部の自治体の新規参入に伴う競争激化といった外部環境の変化が影響したと考えられる。

#### 大垣市の寄附金額・件数

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
寄附金額(千円)	813,353	975,867	811,572	699,005	873,859
寄附件数(件)	50,515	59,980	50,553	39,915	32,271



#### 参考(全国計 総務省提供資料より)



## 2) ふるさと納税における収支状況

経費を除いた単純収支から他自治体へのふるさと納税寄附金に対する市民税控除額を差し引いた収支は、令和4年度以降はマイナスとなっているが、令和6年度収支は前年度に比較してマイナスが1億3,292万2千円縮小している。

### 収支状況

(単位：千円)

	大垣市ふるさと納税額 A	経費（返礼品等、事務経費） B	単純収支 C (A-B)	市民税控除額 D	控除を含んだ収支 E (C-D)	交付税措置 F (D×75%)	交付税措置後の収支 G (E+F)
令和2年度	813,353	382,748	430,605	309,039	121,566	231,779	353,345
令和3年度	975,867	456,343	519,524	392,157	127,367	294,118	421,485
令和4年度	811,572	404,118	407,454	467,062	△59,608	350,296	290,688
令和5年度	699,005	349,420	349,585	537,762	△188,177	403,321	215,144
令和6年度	873,859	291,110	582,749	638,004	△55,255	478,503	423,248

## 3) 寄附金の受領、管理体制

受領した寄附金は、申出方法（ポータルサイト、市窓口等）ごとに採納状況を管理している。また、寄附者に対しては、確定申告に必要な受領証明書を発行している。各ポータルサイトで受入れる寄附金については、指定納付受託者を指定及び告示し、受領管理を行っている。

## 4) ワンストップ特例制度の利用件数の推移

ワンストップ特例制度の申請件数は、ほぼ寄附件数に比例する形で推移しており、令和2年度の10,860件から令和6年度には8,740件へと減少している。申請方法別に見ると、電子申請は、令和2年度の0件から令和6年度には6,339件へと増加した一方で、書面申請は令和2年度の10,860件から令和6年度には2,401件へと減少している。令和6年度時点で、電子申請が全体の72.5%を占めるに至っている。

### ワンストップ特例制度の利用件数（件数及び比率）

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
電子申請	0 (0.0%)	3,761 (28.0%)	5,091 (43.0%)	6,293 (68.0%)	6,339 (72.5%)
書面申請	10,860 (100.0%)	9,671 (72.0%)	6,749 (57.0%)	2,962 (32.0%)	2,401 (27.5%)
合計	10,860	13,432	11,840	9,255	8,740

#### 5) 寄附金額増加に向けた効果的な取組

本市のふるさと納税寄附額は、令和3年度の9億7,586万7千円をピークに令和5年度6億9,900万5千円、令和6年度8億7,385万9千円と横ばいで推移している。この要因として、職員の専門知識・ノウハウの不足や、令和5年10月の制度改正による地場産品基準の厳格化に伴う返礼品の見直し、他自治体との競争激化等が挙げられる。こうした課題に対応するため、令和7年9月から、返礼品の企画・開発とポータルサイトの運営管理等を、専門的スキルを持つ中間事業者に一体的に委託する事業見直しを実施した。この見直しにより、専門的マーケティング力とノウハウを活用して返礼品の競争力を強化し、寄附金額の増加を目指している。

### (3) 返礼品について

#### 1) 選定方法

返礼品の選定については、「水の都大垣ふるさと応援寄附金に係る返礼品選定要領」に基づき選定している。

#### 2) 返礼品の調達及び発送プロセス

返礼品の調達は、市職員による発掘・提案及び返礼品提供事業者からの申出のほか、大垣ビジネスサポートセンターからの紹介によって行われている。併せて令和7年9月から委託している中間事業者が返礼品登録の窓口を設け、返礼品提供事業者への呼びかけを行っている。

発送プロセスについては、各ポータルサイトから寄附情報の取込を行い、寄附情報の確認をして返礼品提供事業者へ発注し、配送の確認を行っている。

#### 3) 返礼品数の推移

返礼品数については、令和2年度405品目から令和6年度802品目に増加している。

返礼品数の推移（各年度10月1日現在）

	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度
返礼品の件数	405品目	532品目	602品目	718品目	802品目

#### 4) 主な返礼品

令和6年度の主な返礼品は食料品が上位を占めており、内訳としては生餃子等の加工品等、ナッツ類等、肉が多い。カテゴリ別においても、加工品等や肉などの食料品が上位となっている。

最近では、長引く物価高の影響により、高級品よりも日常生活に関連する品が返礼品として求められている傾向がある。

##### 主な返礼品（返礼品別）

順位	返礼品	カテゴリ	件数	寄附金額(千円)	比率(%)
1	生餃子	加工品等	4,773	47,730	16.3
2	素焼きピスタチオ	ナッツ類等	3,103	21,721	10.6
3	特選つぶあん	加工品等	1,870	5,610	6.4
4	A5等級飛騨牛	肉	1,367	19,138	4.7
5	A5等級飛騨牛	肉	1,169	58,450	4.0

##### 主な返礼品（カテゴリ別）

順位	カテゴリ	件数	寄附金額(千円)	比率(%)
1	加工品等	9,489	85,578	32.4
2	肉	6,601	158,273	22.6
3	ナッツ類等	6,412	70,952	21.9
4	菓子	1,508	17,369	5.2
5	飲料	1,141	27,972	3.9

#### 5) 返礼品の魅力向上の取組

中間事業者と連携し、ポータルサイトでの訴求力を高めるため、次の取組を実施している。

ア 既存返礼品については、商品写真の撮り直しを行い、視覚的な魅力を向上させる。

イ 企業訪問を通じて、インターネット等で人気の高い商品の発掘に努め、ふるさと納税返礼品としての新規取扱いを働きかける。

ウ 返礼品数が比較的少ない農産物の充実を図るため、本市の担当課と連携し、米や花などの生産事業者に向けたふるさと納税セミナーの開催を予定している。

#### 6) 返礼品購入等にかかる経費の適正性

返礼品の購入等にかかる経費は、令和2年度の3億8,274万8千円から令和6年度には2億9,111万円に減少している。このうち返礼品の調達に係る費用は、令和2年度の2億1,599万4千円から令和6年度には1億5,946万円に減少している。

返礼品等の調達に係る費用が寄附金の3割以内、ふるさと納税の募集に要した費用の総額は寄附金額の5割以内となっており、総務省が定めるふるさと納税に係る指定制度の指定基準（返礼品等の調達費用：寄附金の3割以下、経費総額：寄附金の5割以下）を満たしている。

#### 経費

(単位：千円)

	返礼品	送料	広報	決済等	事務費	合計
令和2年度	215,994	69,207	2,474	7,273	87,800	382,748
令和3年度	264,781	74,418	14,960	7,085	95,099	456,343
令和4年度	241,543	69,409	4,286	6,910	81,970	404,118
令和5年度	202,184	58,306	1,265	3,624	84,042	349,420
令和6年度	159,460	46,430	1,325	2,615	81,280	291,110

#### ふるさと納税額のうち経費の占める割合

	ふるさと納税額 (千円) (A)	経費(千円) (B)	経費のうち返礼品 の調達に係る費用 (千円) (C)	B/A×100 (%) ※50%以内	C/A×100 (%) ※30%以内
令和2年度	813,353	382,748	215,994	47.1	26.6
令和3年度	975,867	456,343	264,781	46.8	27.1
令和4年度	811,572	404,118	241,543	49.8	29.8
令和5年度	699,005	349,420	202,184	50.0	28.9
令和6年度	873,859	291,110	159,460	33.3	18.2

#### (4) 広報・PR活動について

##### 1) 地域資源の効果的なPR

市外からの来場が想定されるイベント等の際に、市の特産品をPRするパンフレットを配布し、ふるさと納税で返礼品として受け取れることを周知することで、制度の啓発と寄附促進の取組を行っている。また、寄附者のうちメール配信を希望する方には、ふるさと納税や

ガバメントクラウドファンディング（G C F）の情報、市のイベント案内を定期的に送信し、継続的な市の P R に努めている。

市の魅力を発信するには、地域の特色を活かした体験型返礼品の充実が重要である。今後は、寄附者が本市の文化や産業に直接触れられるような体験型返礼品の拡充にも取り組み、より効果的な魅力発信につなげていく予定である。

## 2) ポータルサイト活用の効果

令和 6 年度実績において、ポータルサイトを利用した寄附件数は 31,402 件で、合計寄附件数 32,271 件の 97.3% を占めており、寄附の大半がポータルサイト経由となっている。一方、ポータルサイト経由の寄附金額は 5 億 3,712 万 6 千円で、合計寄附金額 8 億 7,385 万 9 千円の 61.5% となっており、高額寄附についてはポータルサイト以外の方法が多く利用されている。本市が委託しているポータルサイトは 6 つである。（ふるさとチョイス、さとふる、楽天ふるさと納税、ふるなび、ANA のふるさと納税、Amazon ふるさと納税）

### 令和 6 年度寄附状況

	ポータルサイト利用	その他（市直接等）	合計（ポータルサイト利用率）
寄附件数（件）	31,402	869	32,271（97.3%）
寄附金額（千円）	537,126	336,733	873,859（61.5%）

## 3) 広報活動の効果的な取組

寄附件数の大半がポータルサイト経由となっており、より多くの寄附を獲得するため、大垣市ホームページのトップページにふるさと納税のバナーを掲載している。ポータルサイトにおいては、本市の P R 情報とともに、返礼品の情報を公開している。

費用対効果が認められている検索連動型広告の令和 6 年度の実績は、年間クリック単価が 55.25 円、費用対効果が 418% となっている。

## (5) 寄附金の活用について

### 1) 寄附金の使途

寄附金の使途については、要綱において福祉及び医療の充実や子育て支援の充実に関する事業など、複数の分野にわたって定められている。これにより、寄附者は自らの意向に沿った事業を選択して寄附することが可能となっている。

また、水の都おおがきクラウドファンディング（G C F）を活用し、目的を達成するために実施したい事業をプロジェクト化し、そのプロジェクトに共感した方から寄附を募る取組も実施している。

#### 令和 6 年度使途別の寄附金額、件数

使 途	件数	金額（千円）
1. 公園、緑地及び交通環境の整備に関する事業	1,458	24,310
2. 産業及び観光の振興に関する事業	2,209	39,829
3. 防災、防犯及び環境保全に関する事業	1,271	21,499
4. 福祉及び医療の充実に関する事業	2,080	338,362
5. 小中学校教育の充実に関する事業	2,947	59,863
6. 生涯学習の充実及び市民活動の促進に関する事業	185	3,058
7. 文化及びスポーツの振興に関する事業	734	13,499
8. 子育て支援の充実に関する事業	6,347	111,164
9. その他市長が適当と認める事業	14,263	251,184
みんなでつくろう！水都大垣の玄関・大垣駅に新たな井戸舟を（G C F）	116	2,054
奥の細道むすびの地である大垣の魅力を全国に発信したい！（G C F）	74	1,059
子どもが主役の職業体験イベント 楽しく学べる大垣の仕事が勢ぞろい！（G C F）	188	2,988
水門川遊歩道「四季の路」をアニメの聖地として再生したい！（G C F）	338	4,522
令和 6 年台風 10 号災害支援	61	468
合 計	32,271	873,859

#### 2) 寄附金の活用方法

寄附金は、寄附者の意向を尊重し、該当する事業の財源として充当することで、事業の推進に活用している。また、事業の実施時期との関係で即座に充当できない寄附金については、基金に積み立て、将来的な事業実施に備えた財源として適切に管理している。

#### 3) 寄附金の活用報告

寄附金の活用状況については、透明性と説明責任を確保する観点から、定期的に活用実績を取りまとめ、ホームページ等を通じて公表することで、寄附者や市民への情報提供に努めている。

## 第8 総括意見

今回の行政監査の結果、ふるさと納税業務に係る事務については、適正に実施されており、国の制度や本市の要綱等に沿った寄附金の取扱いや返礼品等に関する事務が執行されていた。

全国的には寄附金額が増加傾向にある中、本市の寄附金額は横ばいで推移しているが、広報・都市プロモーション課においては、寄附金額の確保に向けた取組を強化している。その中でも専門的スキルを有する中間事業者を活用し、寄附金額の増加及び地域産業の振興を図っている。

今後は、観光協会や商工団体等の関係機関と連携を図りながら、効率的・効果的な取組により、地場製品のさらなるPRを行うとともに、体験型返礼品を含めた魅力ある返礼品の拡充に努められたい。

終わりに、ふるさと納税を契機とした関わりを大切にし、寄附者との継続的な関係構築の機会として捉え、関係人口の創出、ひいては将来の本市への移住定住につながることを望むものである。