

**米の消費動向調査世帯における、
ふるさと納税制度での米の入手動向
(事例報告)**

2017 年 8 月 31 日

**公益社団法人米穀安定供給確保支援機構
情報部**

目 次

はじめに

第1. ふるさと納税制度

1. 制度の概要	5
2. ふるさと納税の返礼品	8
(1) 自治体の動向	8
(2) 返礼品の態様	8
3. 返礼品としての米の動向	9
(1) 自治体の現状	9
(2) 寄附額と米の量目	10
(3) 寄附後の配送	10

第2. 米の消費動向世帯における、 ふるさと納税制度での米の入手動向

1. 米の消費動向調査の概要	11
2. ふるさと納税による米の入手動向	11
(1) 入手世帯数の推移	11
(2) 入手量の推移	12
(3) 入手時期	12
(4) 全国入手量の試算	13
3. まとめ	14

おわりに

はじめに

この30年余の間、米の流通を巡っては二度の大きな規制緩和が行われた。一つは1995年4月の食糧管理法の廃止と食糧法（主要食糧の需給及び価格の安定に関する法律）の施行に伴うもの、もう一つは、2004年4月の新食糧法（「主要食糧の需給及び価格の安定に関する法律」の改正）の施行に伴うものである。一つ目の食糧管理法の廃止と食糧法の施行では、食糧管理法下で非合法とされていたヤミ米を計画外流通米として合法化し、併せて生産者などの直売も可能となった。また集荷業、卸・小売業も一定の要件を満たせば新規参入（登録）が可能となった。二つ目の新食糧法下では、計画流通制度が廃止され、また米の集荷や販売に関して、取扱量に応じた届出義務があるものの、原則として誰でも自由に扱えることとなった。

食糧管理法から食糧法、そして新食糧法と改廃を重ねる度に、米の流通に対する国の関与は縮小し、現在の国の役割は備蓄運営と国境規制だけとなっている。備蓄制度についても2011年度からは棚上げ備蓄に改められ、平時には主食用への販売を行わないこととしており、主食用米の流通に直接的な関与はしていない。

規制緩和が進み、統制・管理の色が薄れ、米の流通の自由度が高くなるにつれて消費者の米の購入・入手経路も多様化が進んだ。

消費者の米の購入・入手経路については、食糧管理法下¹⁾の1990年度では、消費者の米の購入先の約6割が米穀専門店となっていたが、食糧法下の2003年度にはスーパーマーケットのウエイトが高まるとともに、ディスカウントストアなども新たな購入先として加わり、経路は多様化している。そして規制緩和が進んだ現下においては、スーパーマーケットが購入先の太宗を占めてはいるものの、残りの5割の中にはインターネットショップ、ドラッグストア、産地直売所などの新顔が登場し、多様化が更に進んでいる。

このように消費者の米の購入・入手先が多様化する中で、旧来からの「(商流品の) 購入」でも、「(縁故米などの) 無償での入手」でもない、全く新しい第三の入手経路が近年話題となってきている。それは、ふるさと納税制度を利用した、返礼品（謝礼品）としての米の入手である。

ふるさと納税制度による地方公共団体（都道府県及び市町村、特別区。以下、「自治体」という）への納税は「寄附」であり、代価の支払いではないため、返礼品が届いたとしても「購入」には当たらない。そもそも寄附に対しては感謝状の贈呈などに替えることで返礼品を送らないケースもある。寄附（納税）先の自治体においても返礼品は対価の提供とは認識していない。どちらかといえば、従来からあった贈答品や景品としての「無償入手」に近いが、寄附という名目にしても消費者感覚からすれば家計支出が伴っているため「無償」に仕分けることには無理がある。ふるさと納税制度による返礼品としての米の入手は、これまで想定されてこなかった第三の米の入手経路といえよう。

	1990年度 (平成2年度) (複数回答)	2003年度 (平成15年度) (複数回答)	2016年度 (平成28年度) (複数回答)
スーパーマーケット	18%	32%	50%
農家直売	16%	22%	6%
産地直売所	-	-	2%
生協	17%	12%	8%
米穀専門店	64%	7%	3%
農協	15%	2%	2%
ディスカウントストア	-	3%	3%
コンビニエンスストア	-	0%	1%
デパート	-	1%	2%
ドラッグストア	-	-	4%
インターネットショップ	-	-	10%
親兄弟(家族・知人など)から無償でもらっている	-	13%	17%
その他	1%	7%	3%

資料：農林水産省「食糧モニター調査」、農林水産省「食料品消費モニター調査」、米穀機構「米の消費動向調査結果」より米穀機構で作成。

ふるさと納税制度の返礼品として用いられる米の提供量については、農林水産省が出し手（自治体）に対して聞き取りを行なった調査（「米に関するマンスリーレポート」平成 29 年 3 月号）がある。同レポートによれば、平成 28 年 1 月～12 月の返礼品への米の提供量（原料使用量）は玄米換算で 2 万 3700 トン（精米で 2 万 1500 トン）と推計されており、平成 27 年産米主食用収穫量（798 万 6000 トン）、平成 27 年/28 年の需要実績（766 万 2000 トン）のいずれも 0.3%程度となっている。一方で、農林水産省の調査は出し手を対象としたもので、消費者サイドの入手動向について、これまで明らかにした資料はない。返礼品として用いられる米の量は、現状では未だ大きな需要とはいえない規模ではあるものの、ふるさと納税制度の返礼品＝第三の入手経路として、消費者がどのタイミングで、どの程度の量の米を入手しているのかを探ることは、消費者の米の入手経路が多様化している現下の流通状況において有益なことと考えられる。幸いなことに、当機構が 2011 年度（平成 23 年度）から実施している「米の消費動向調査」において、入手先を「ふるさと納税」と回答しているモニターが、過去 5 年間の実績で延べ 245 世帯、直近 2 年でも約 200 世帯あることから、これら世帯を対象として、ふるさと納税制度による消費者の米の入手動向の一部について分析を試みた。ただし、全国のふるさと納税制度による米の入手の実態を明らかにする調査としては十分なサンプル数とはいえないため、現時点での一つの事例報告とするにとどめておきたい。

ふるさと納税制度による消費者の米の入手動向についての一つの事例として、本レポートが、関係者をはじめ、広く消費者の方々の共有できる知識の一端となれば幸甚である。

- 1) 食糧管理法は 1942 年（昭和 17 年）に、米などの主要食糧の確保を念頭に、それまでの様々な食糧統制に関する規定を集約する形で制定され、当初は統制的な流通（配給）が行われていた。しかし 1960 年代後半に米の自給が達成され、一転して過剰基調となったことや、1969 年に導入された自主流通制度に基づく自主流通米の拡大などもあり、1981 年（昭和 56 年）に同法は大幅に改正された。その際に、既に形骸化していた配給制度のような「統制」は廃止され、流通業者の指定制（集荷業者）・許可制（販売業者）に代表される「流通管理」に重点がおかれることとなった。その後、1985 年と 1988 年の流通改善策（卸・小売業者の営業区域拡大など）が行われたこともあり、1990 年時点においても、ある程度の米流通の規制緩和は進んでいた。

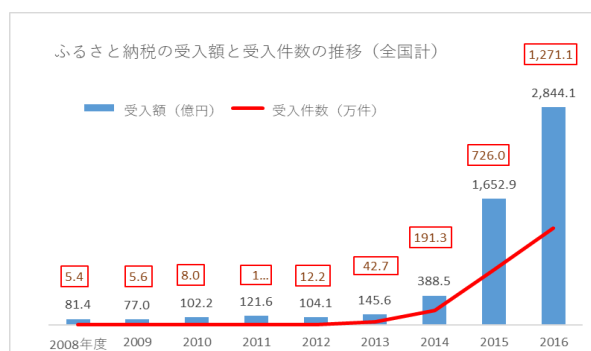
第1. ふるさと納税制度

1. 制度の概要

ふるさと納税制度は、自分の生まれ故郷や応援したい自治体への納税（寄附）を通じて貢献する仕組みのことである。制度の仕組み等の詳細については、総務省の「ふるさと納税ポータルサイト²⁾」に掲載されているので省くこととするが、制度そのものは2007年の「自分の意志でふるさとなどに納税できる制度があってもよいのでは」という問題提起に始まり、導入に向けた検討を経て、翌2008年（平成20年）5月の地方税制改正においてスタートしている。

その後、2011年（寄附金税額控除の適用下限額の引き下げ）、2015年（手続きの簡素化等）の二度の改正（拡充）が行われたことや、近年では寄附に対する自治体側からのお礼として、地元の特産品などを送るケースが多くなってきたこともあり、自治体のふるさと納税受入額は徐々に増加してきている。ブレークスルーとなったのは、2015年の税制改正での、①全額控除されるふるさと納税枠が約2倍に拡充されたこと。②ふるさと納税を行う自治体の数が5団体以内であれば、控除に必要な確定申告が不要になる「ふるさと納税ワンストップ特例制度」が始まったことと考えられる。

ふるさと納税制度でのふるさと納税受入額・受入件数は2014年度から上昇の兆しがみられてはいたものの、税制改正が行われた2015年度から急増し、2016年度では2,844億円に達している。2008年度から2014年度までの年度平均増加率が29.8%であったのに対し、2014年度から2016年度の3年間の年度平均増加率は170.6%であり、約6倍に跳ね上がっている。ただし、2016年度の急増の背景としては、総務省から自治体に通知された「返礼品の調達額を寄附額の3割以下とする」ことによる駆け込み寄附の影響もあると考えられる。



	平成20年度 2008年度	平成21年度 2009	平成22年度 2010	平成23年度 2011	平成24年度 2012	平成25年度 2013	平成26年度 2014	平成27年度 2015	平成28年度 2016
受入額(億円)	81.4	77.0	102.2	121.6	104.1	145.6	388.5	1,652.9	2,844.1
受入件数(万件)	5.4	5.6	8.0	10.1	12.2	42.7	191.3	726.0	1,271.1
1件当たり受入額(万円)	15.2	13.7	12.8	12.1	8.5	3.4	2.0	2.3	2.2
年平均増加率(受入額)	(29.8%)						(170.6%)		

近年では寄附を巡って、自治体間の返礼品競争の過熱ぶりが話題となっているが、受入1件当たりの受入額の推移にもその姿が伺える。受入1件当たりの受入額は、ふるさと納税制度スタートの約15万円/件から年々減少しており、受入額が増加傾向となる2014年度からは約2万円/件にまで低減している。ふるさと納税制度では、寄附者の年収や家族構成などに応じて、寄附額が全額控除となる年間上限額が決まっており、年間上限額を上回る部分は控除の対象外となる。そのため、返礼品を期待する寄附者は年間上限額を超えない範囲内での寄附に留まることが予想される。国税庁の資料³⁾によれば、2015年の平均給与所得は420万円であり、給与階級別分布では300万円超400万円以下の構成比が最も高い(17.5%)。これを総務省「ふるさと納税ポータルサイト」に掲載されている「全額控除されるふるさと納税額(年間上限)の目安⁴⁾」に当てはめると、年収400万円の場合、年間上限額は家族構成のパターンによって42,000円～12,000円となり、

平均的には 27,000 円前後となる。また 350 万円では、年間上限額が 34,000 円～5,000 円となり、平均的には約 2 万円前後で、いずれも先の受入 1 件当たりの受入額に近似していることが分かる。

全額(※)控除されるふるさと納税額(年間上限)の目安 (※) 2,000円を除く	
ふるさと納税をした者本人の給与収入とその家族構成のパターン別のふるさと納税額(年間上限)の目安一覧です。ふるさと納税額(年間上限)は、2,000円を除き全額が所得税(復興特別所得税を含む。)及び個人住民税から控除される額の上限です。 あくまで目安であり、具体的な計算は、お住まいのふるさと納税翌年1月1日時点の市区町村にお尋ねください。	
<表の見方> 給与収入300万円で独身の方は、28,000円以下のふるさと納税であれば自己負担額は2,000円となり、ふるさと納税額から2,000円を除いた額が個人住民税から控除される金額となります。28,000円を超えるふるさと納税をした場合、超える金額分の自己負担が増えることとなります。 ○給与所得者のケース(給与収入のみ、住宅ローン控除等を受けていない方。) ※「共働き」は、ふるさと納税をした者本人が配偶者(特別)控除の適用を受けていないケースを指します。 (配偶者の給与収入が141万円以上の場合) ※「夫婦」は、ふるさと納税をした者の配偶者に収入がないケースを指します。 (ふるさと納税をした者本人が配偶者控除を受けている場合) ※「高校生」は「16歳から18歳の扶養親族」を、「大学生」は「19歳から22歳の特定扶養親族」を指します。 ※中学生以下の子供は(控除額に影響がないため)、計算に入れる必要はありません。 例えば、「夫婦子1人(小学生)」は、「夫婦」と同額になります。また、「夫婦子2人(高校生と中学生)」は、「夫婦子1人(高校生)」と同額になります。 (注1) 年金収入のみの方や事業者の方は、下記とは異なります。 (注2) 社会保険料控除額について、給与収入の15%と仮定。	

		ふるさと納税をした者の家族構成					
		独身 又は 共働き	夫婦 又は 共働き+子1人 (高校生)	共働き+子1人 (大学生)	夫婦+子1人 (高校生)	共働き+子2人 (大学生と高校生)	夫婦+子2人 (大学生と高校生)
ふるさと納税をした者本人の給与収入	300万円	28,000	19,000	15,000	11,000	7,000	-
	325万円	31,000	23,000	18,000	14,000	10,000	3,000
	350万円	34,000	26,000	22,000	18,000	13,000	5,000
	375万円	38,000	29,000	25,000	21,000	17,000	8,000
	400万円	42,000	33,000	29,000	25,000	21,000	12,000
	425万円	45,000	37,000	33,000	29,000	24,000	16,000
	450万円	52,000	41,000	37,000	33,000	28,000	20,000
	475万円	56,000	45,000	40,000	36,000	32,000	24,000
	500万円	61,000	49,000	44,000	40,000	36,000	28,000
	525万円	65,000	56,000	49,000	44,000	40,000	31,000
	550万円	69,000	60,000	57,000	48,000	44,000	35,000
	575万円	73,000	64,000	61,000	56,000	48,000	39,000
	600万円	77,000	69,000	66,000	60,000	57,000	43,000
	625万円	81,000	73,000	70,000	64,000	61,000	48,000
	650万円	97,000	77,000	74,000	68,000	65,000	53,000
	675万円	102,000	81,000	78,000	73,000	70,000	62,000
	700万円	108,000	86,000	83,000	78,000	75,000	66,000
	725万円	113,000	104,000	88,000	82,000	79,000	71,000
	750万円	118,000	109,000	106,000	87,000	84,000	76,000
	775万円	124,000	114,000	111,000	105,000	89,000	80,000
	800万円	129,000	120,000	116,000	110,000	107,000	85,000
	825万円	135,000	125,000	122,000	116,000	112,000	90,000
	850万円	140,000	131,000	127,000	121,000	118,000	108,000
	875万円	145,000	136,000	132,000	126,000	123,000	113,000
	900万円	151,000	141,000	138,000	132,000	128,000	119,000
	925万円	157,000	148,000	144,000	138,000	135,000	125,000
	950万円	163,000	154,000	150,000	144,000	141,000	131,000
	975万円	170,000	160,000	157,000	151,000	147,000	138,000
	1000万円	176,000	166,000	163,000	157,000	153,000	144,000
	1100万円	213,000	194,000	191,000	185,000	181,000	172,000
	1200万円	242,000	232,000	229,000	222,000	219,000	200,000
	1300万円	271,000	261,000	258,000	252,000	248,000	238,000
	1400万円	355,000	343,000	339,000	331,000	277,000	267,000
	1500万円	389,000	377,000	373,000	366,000	361,000	350,000
	1600万円	424,000	412,000	408,000	400,000	396,000	384,000
	1700万円	458,000	446,000	442,000	435,000	430,000	419,000
	1800万円	493,000	481,000	477,000	469,000	465,000	453,000
	1900万円	528,000	516,000	512,000	505,000	500,000	489,000
	2000万円	564,000	552,000	548,000	540,000	536,000	524,000
	2100万円	599,000	587,000	583,000	576,000	571,000	560,000
	2200万円	635,000	623,000	619,000	611,000	607,000	595,000
	2300万円	767,000	754,000	749,000	741,000	642,000	631,000
	2400万円	808,000	795,000	790,000	781,000	776,000	763,000
	2500万円	849,000	835,000	830,000	822,000	817,000	804,000

出典：総務省ふるさと納税ポータルサイト http://www.soumu.go.jp/main_content/000408217.pdf

(アクセス日 2017 年 8 月 1 日)

ただし市町村単位でみると、必ずしも受入1件当たりの受入額の低減傾向が当てはまらないケースがあり、2016年度において受入額第2位にランクしている長野県伊那市では、受入額の増加はもっぱら受入1件当たり受入額の増加によるものとなっている。なお伊那市の受入額急増の背景には、家電工場が地元にあることから返礼品に家電を用いていたことが関係している可能性がある（現在は取扱中止）。

地方団体	2016年度(平成28年度)			2015年度(平成27年度)			増加率	
	受入額 (百万円)	受入件数 (件)	額/件	受入額 (百万円)	受入件数 (件)	額/件	受入額	受入件数
宮城県 郡城市	7,333	528,242	13,882	4,231	288,388	14,671	73.3%	83.2%
長野県 伊那市	7,205	59,084	121,945	2,583	30,406	84,950	178.9%	94.3%
静岡県 焼津市	5,121	231,244	22,145	3,826	138,903	27,544	33.8%	66.5%
宮城県 郡山市	5,009	257,268	19,470	703	36,882	19,071	612.5%	597.9%
佐賀県 上峰町	4,573	272,265	16,796	2,130	95,763	22,242	114.7%	184.3%

資料：総務省「ふるさと納税に関する状況調査結果 平成28年7月4日」より米穀機構で作成

2) 総務省「ふるさと納税ポータルサイト」

http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/080430_2_kojin.html

3) 国税庁「平成27年分 民間給与実態統計調査」

<http://www.nta.go.jp/kohyo/tokei/kokuzeicho/minkan/gaiyou/2015.htm#a-01>

4) 総務省「ふるさと納税ポータルサイト」

http://www.soumu.go.jp/main_content/000408217.pdf

2. ふるさと納税の返礼品

(1) 自治体の動向

総務省の「ふるさと納税に関する現況調査結果⁵⁾ 平成 29 年 7 月 4 日」によれば、ふるさと納税制度での寄附に対して、返礼品を送付している自治体は 94.2%となっている。また、ふるさと納税の受入額・受入件数が増加した主な理由として「返礼品の充実」と回答している自治体が約 6 割を占め、ふるさと納税の募集に関して「返礼品の充実・PR」を挙げている自治体が約 7 割を占めている。さらに返礼品を送付していない 104 の自治体において、43 の自治体が今後の返礼品の送付を検討するとしており、ふるさと納税と返礼品は、もはや不可分の制度となっている。一方で、埼玉県所沢市などのように過熱する返礼品競争から離れ、返礼品を廃止する動きもある。

2016年度(平成28年度)

返礼品送付の有無	団体数	割合
1. 返礼品を送付している	1,684	94.2%
2. 返礼品を送付していない	104	5.8%
うち		
感謝状の贈答や広報誌への氏名掲載をしている	(81)	(4.5%)
今後の返礼品送付を検討している	(43)	(2.4%)
現時点では、返礼品の送付は検討していない	(61)	(3.4%)
計	1,788	

資料：総務省「ふるさと納税に関する現況調査結果 平成29年7月4日」より米穀機構で作成

5) 都道府県を含む。

(2) 返礼品の態様

ふるさと納税に対する寄付希望者の利便性を図るため、本来は寄附者と自治体が行うべき業務の代行などを通じ、多数の企業がふるさと納税のためのポータルサイトを運営している。

サイト上ではふるさと納税制度の PR や利用方法とともに、自治体側が用意している返礼品をカテゴリー別、寄附額別に掲出し、カタログ化している。それらのサイトに掲載されている返礼品を横断的に俯瞰すると、当然のことではあるが、地元の農産物や酒類を含む農産加工品が用いられるケースが圧倒的に多い。農産物の傾向としては肉類の掲載点数が多く、次いで魚介類、米、野菜類と続くようである。また地酒・地ビール等酒類や菓子類の掲載も多く目にする事ができる。

返礼品カテゴリー (主なもの)
肉類(※)
魚介類(※)
米(※)
果物類(※)
野菜(※)
卵・乳製品
菓子類
酒類
麺類
総菜類
調味料
旅券・チケット
雑貨
装飾・工芸
花卉類
美容品

※加工品を含む

また食品以外では、地元への観光誘致や地元の文化に触れるための体験ツアー等に関連した旅券・チケット類のほか、地元で生産している工芸品や雑貨など多種多様である。

なおユニークな返礼・返礼品として、故郷にいて単身高齢者となっている親などの見守り訪問や、墓参が難しい寄附者に対する先祖のお墓の清掃代行、PET/CT など最新機器による市立病院等での高度な健診などのほか、オリジナルデザインによるマンホールの蓋、豪雪地帯ならではの雪だるま、地元で開催されるマラソン大会の出場権などが話題になっている。

3. 返礼品としての米の動向

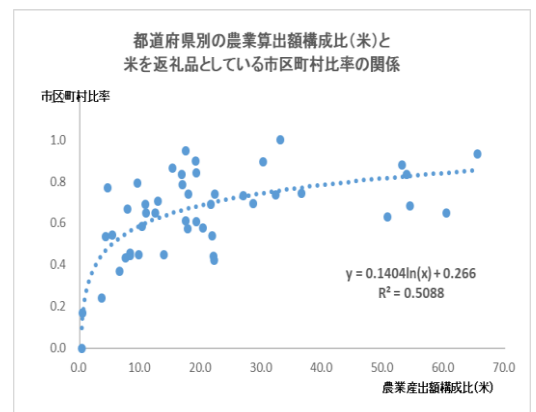
(1) 自治体の現状

総務省のふるさと納税ポータルサイトに掲載されている「平成 28 年度ふるさと納税に関する現況調査⁶⁾」の「都道府県・市区町村別回答一覧」には、2015 年度（平成 27 年度）において自治体が行った、ふるさと納税に対する返礼品の送付の有無と返礼品の内容が記載されている。ここから返礼品として米を用いた（回答時点での送付予定を含む）市区町村（行政区は除く）を抽出したものが右表である。2015 年度（平成 27 年度）において、米を返礼品に用いた市区町村は 1,041 市区町村あり、国内 1,741 市区町村の約 6 割を占めている。都道府内の市（区）町村数に占める、米を返礼品に用いた市（区）町村数の比率（以下、「市区町村比率」という）が最も高いのは山形県で、全市町村で米が返礼品に用いられている。次いで、鳥取県、富山県、佐賀県の 3 県が 9 割以上と高く、市区町村比率が 7 割を超えているのは 47 都道府県中 19 県となっている。

返礼品には地元の農産物などが多く使われるため、米以外の農産物の経済ウエイトが高い場合は、相対的に市区町村比率が下がり、逆に米のウエイトが高い場合は、市区町村比率が高くなると考えられる。右下図は都道府県ごとの農業算出額に占める米のウエイトと市区町村比率の関係をグラフ化したものである。関係性が直線的ではないものの、農業産出額に占める米のウエイトが高くなるほど、米を返礼品に用いる市町村の数が多くなる傾向が伺える。

	返礼品に地元産米（加工品含む）を用いている市町村の数 （平成27年度） （予定含む）	都道府県内市町村数	返礼品にコメを採用している市町村の割合 (%) a/b	(参考) 農業産出額に占める米の割合 (%)
	a	b		
北海道	80	179	44.7	9.7
青森県	18	40	45.0	13.8
岩手県	19	33	57.6	20.3
宮城県	26	35	74.3	36.5
秋田県	22	25	88.0	53.0
山形県	35	35	100.0	33.0
福島県	41	59	69.5	28.5
茨城県	38	44	86.4	15.3
栃木県	21	25	84.0	19.2
群馬県	19	35	54.3	5.3
埼玉県	36	63	57.1	17.8
千葉県	38	54	70.4	12.9
東京都	0	62	0.0	0.3
神奈川県	8	33	24.2	3.6
新潟県	25	30	83.3	53.8
富山県	14	15	93.3	65.5
石川県	12	19	63.2	50.6
福井県	11	17	64.7	60.3
山梨県	10	27	37.0	6.5
長野県	47	77	61.0	17.4
岐阜県	31	42	73.8	17.9
静岡県	16	35	45.7	8.3
愛知県	24	54	44.4	8.3
三重県	20	29	69.0	21.6
滋賀県	13	19	68.4	54.4
京都府	11	26	42.3	22.1
大阪府	19	43	44.2	22.0
兵庫県	30	41	73.2	26.9
奈良県	21	39	53.8	21.8
和歌山県	13	30	43.3	7.5
鳥取県	18	19	94.7	17.4
島根県	17	19	89.5	30.2
岡山県	20	27	74.1	22.2
広島県	14	23	60.9	19.2
山口県	14	19	73.7	32.2
徳島県	14	24	58.3	10.2
香川県	11	17	64.7	12.4
愛媛県	13	20	65.0	10.9
高知県	27	34	79.4	9.5
福岡県	47	60	78.3	16.9
佐賀県	18	20	90.0	19.1
長崎県	14	21	66.7	7.9
熊本県	31	45	68.9	10.8
大分県	15	19	78.9	16.8
宮崎県	20	26	76.9	4.6
鹿児島県	23	43	53.5	4.3
沖縄県	7	41	17.1	0.5
計	1041	1741	59.8	17.0

資料：総務省ふるさと納税ポータルサイト「平成28年度ふるさと納税に関する現況調査」について（都道府県・市区町村別回答一覧）より米穀機構で作成。
URL: http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20160614.html
注) 東京都特別区を含み、行政区と都道府県は除いている。



6) http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20160614.html

(2) 寄附額と米の量目

返礼品としての米をカタログ化しているふるさと納税ポータルサイトは幾つかあるが、ここでは形質（うるち、もち）の違い、栽培方法（慣行栽培、特別栽培）の違い、搗精（精白米、玄米）の違い、銘柄（単一銘柄、複数の銘柄の組み合わせなど）の違い、量目などによる多様な組み合わせが返礼品として用いられている姿をみることができる。寄附者は、寄附額に応じてそれら組み合わせのなかから自由に返礼品を選択できるようになっている。しかし、返礼品はあくまでも寄附に対するお礼であるため、価格設定などに由来する、販売米のような「相場」のようなものはみられない。

ただし単一銘柄使用米については、寄附額と返礼品として用いられる米の量目の間には関係性があるようにみえる。例えば、㈱さとふるが運営している「ふるさと納税ポータルサイト さとふる」がカタログ化している返礼品としての米のなかから、単一銘柄を原料として使用している返礼品の量目を集計してみると、幅はかなり大きいものの、寄附額と返礼品として用いられる米の量目の中央値については、寄附額 5 千円で 5kg、1 万円で 10kg、2 万円で 20kg、3 万円以上で 30kg と寄附額が 3 万円までは概ね正比例の関係がみられる。

寄附額と返礼品(米)の一例

寄附額	返礼品としての米の量目(kg)	同左中央値(kg)
5千円	2～5	5
1万円	2～20	10
2万円	5～30	20
3万円以上	5～30	30

N=329

資料:「ふるさと納税サイト さとふる」
(株式会社さとふる) <http://www.satofull.jp/>
掲載の返礼品(米)から、もち米、雑穀米、セット品、限定品等を除く、うるち米単一銘柄を米穀機構で抽出し、集計。

注1) 慣行栽培米、特別栽培米、玄米、精白米が混在している。

注2) 2017年6月29日時点での集計である。

ただし、返礼品としての米は銘柄や栽培法などバラエティに富んでいるため、例えば同じ寄附額でも返礼品の量目には 5kg～30kg と大きな幅があることに注意が必要である。集計結果にみられた量目の中央値と寄附額の正比例の関係は、必ずしも一般的な「相場」には当たらないと考えるべきであろう。

(3) 寄附後の配送

返礼品としての米の配送については、申込後あるいは入金確認後に順次発送されており、企業が運営するポータルサイト上では、配送期間を最短で 1 週間程度としている事例がある。そのほか「1～2 か月」「順次」としている事例もあり、配送日に関しては特段の傾向はみられない。また 1 回の申し込みで、寄附額に応じた量目を希望する複数月に分割して配送する「定期便」もあり、寄附のお礼とはいえ、寄附者の意向に添うようなサービスの配送も行われている。

第2. 米の消費動向調査世帯における、ふるさと納税制度での米の入手動向

1. 米の消費動向調査の概要

米の消費動向調査（以下、「消費動向調査」という）は、当機構の自主的取組みとして、2011年度（平成23年度）から開始している。その目的は消費者の毎月の米の消費状況を把握することにある。手法としては、家庭内外での米の消費量（喫食量）についてのインターネットを用いた自記式アンケート調査である。

調査対象は全国の消費者世帯で、調査対象世帯数は月平均で約2000世帯を設定しているが、有効回答率の変動により、毎月の有効調査世帯数も変動する。なお農林漁家世帯（農林漁業を営む世帯）は調査対象から除外している。

調査項目には、米の消費量を推計するための設問のほか、月々の米の購入・入手先（選択式）及び購入・入手先毎の購入・入手量（記入式）についての問いも設けている。米の購入・入手先については、スーパーマーケットや米穀専門店など想定される選択肢のほか、自由回答欄（その他欄）を設けており、当てはまる選択肢がない場合、回答者（世帯）は選択肢以外の購入・入手先及びそこからの購入・入手数量を任意で記入することとなる。

2. ふるさと納税による米の入手動向

（1）入手世帯数の推移

消費動向調査の購入・入手先の「その他」欄に「ふるさと納税」の記入が現れるのは2012年度（平成24年度）が初出である。右表は消費動向調査開始年から2016年度までの「その他」欄において、「ふるさと納税制度の返礼品として米を入手した」と回答した世帯数（以下、世帯は「返礼品入手世帯」、量は「返礼品入手量」という）の推移について、世帯の重複を含む延べ数と、重複を除く実世帯数で示した

米の消費動向調査「自由回答欄」でのふるさと納税による米の入手世帯数の推移

	延べ入手世帯数	同左実世帯数
2011年度	0	0
2012年度	5	1
2013年度	11	6
2014年度	29	18
2015年度	55	33
2016年度	145	67

ものである。いずれも2014年度から返礼品入手世帯が増加し始め、2015－2016年度において急増している。これは、ふるさと納税の受入額・受入件数の推移（5ページ参照）と連動した動きとみることができ、消費動向調査の調査対象世帯にも、ふるさと納税ブームが及んでいることがわかる。

年度毎の有効調査世帯数の変動の影響を除くため、米を購入・入手した世帯数（延べ数）に占める返礼品入手世帯数（延べ数）の割合を示したのが右下表である。割合は低いものの、米を購入・入手した世帯数の増減の影響を除いた入手比率及び1000世帯当たり購入・入手世帯数は年度毎に確実に増加していることが伺える。

	購入・入手世帯数 （延べ数）	同左に返礼品入手世帯が占める割合	購入・入手1000世帯 当たり世帯数
2013年度	19,189	0.1%	0.6
2014年度	14,694	0.2%	2.0
2015年度	15,369	0.4%	3.6
2016年度	15,183	1.0%	9.6

(2) 入手量の推移

下表は、その他欄に出現した、返礼品入手世帯と返礼品入手量の推移である。返礼品入手世帯数の増加と連動しつつ、総入手量も増加傾向が伺える。返礼品入手世帯の年間入手量の延べ平均は、2013-2014 年度が約 11kg、2015-2016 年度が約 16kg となっており、この間で約 4 割の増加がみられている。

実 1 世帯当たりの年間入手量は年度によるばらつきが大きく、5 年という短い期間では明らかな傾向を判断できないが、2015 年度以降は増加の兆しが伺える。なお実 1 世帯当たりの年間入手量は、2015-2016 年度の平均では、約 31kg/世帯となっている。

入手頻度（延べ入手世帯数/実入手世帯数）も 2015 年度以降は高まってきており、ふるさと納税制度での米の入手の普及傾向が伺える。

返礼品入手世帯の入手量の推移

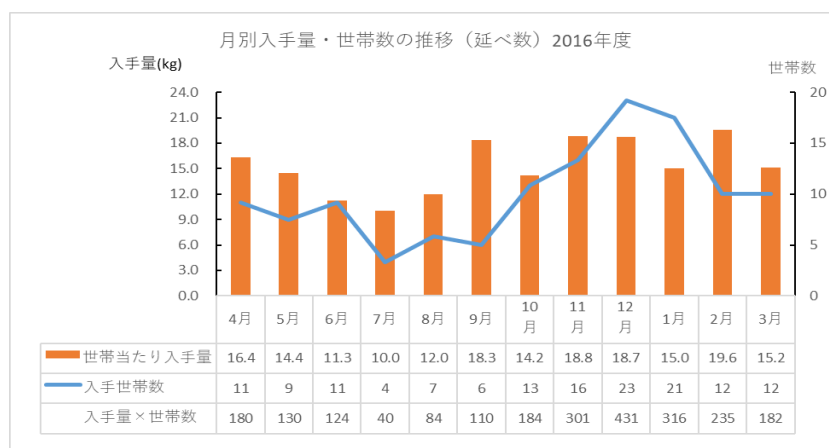
	総入手量 (kg)	返礼品 入手世帯数 (延べ)	延べ1世帯平均 (kg)	返礼品 実入手世帯数	実1世帯平均 (kg)	入手頻度
2012年度	26	5	5.2	1	26.0	5.0
2013年度	130	11	11.8	6	21.7	1.8
2014年度	322	29	11.1	18	17.9	1.6
2015年度	893	55	16.2	33	27.1	1.7
2016年度	2,317	145	16.0	67	34.6	2.2
2015-16平均	-	-	16.1	-	30.8	-

(3) 入手時期

返礼品入手世帯数が最も多い 2016 年度の 145 世帯（延べ数）の入手動向を月別にみると、返礼品入手世帯数と入手量（世帯当たり返礼品入手量×世帯数）のピークは 12 月となっている。

世帯当たりの返礼品入手量からみた入手シーズンとしては、走りが 9 月でメインが 11 月～12 月となっており、1 月に一端減少した後、2 月に再び増加している。なお世帯当たりの返礼品入手量は端境期である夏に低減し、シーズンにおいては 18kg 前後で推移している。また返礼品入手世帯数も端境期である夏場は少なく、新米の出回りと重なるように、出来秋にかけて増加するパターンとなっている。

入手シーズンが 9 月～12 月であることは、ふるさと納税制度での米の入手が旧来の販売経路における新米商戦・年末商戦と競合していることを示している。



(4) 全国入手量の試算

消費動向調査の事例を基に、ふるさと納税の返礼品としての米の入手量の全国計を試算した。

試算に当たって諸元となる数値については2016年度のデータを用いている。1世帯平均の年間入手量については35kgと仮定し、1000世帯当たりの入手世帯数を10世帯と仮定する。また母数となる世帯数は、全国世帯数から水稻農家戸数を除いた世帯数を仮定している。

試算結果として、19,000トン(精米)/年という値が算出された。しかしデータの諸元は消費動向調査の「購入・入手経路/その他」欄に任意で記入された数値であることから、

- ①入手数量については、ふるさと納税と旧来の購入・入手経路を併用している場合、ふるさと納税からの入手量が明らかである場合のみ算入していること。
- ②1000世帯当たりの入手世帯数については、①同様にふるさと納税による入手が明らかである世帯のみを算入していること。
- ③また、ふるさと納税で入手しているにも関わらず、その事実を記入していない可能性。
- ④さらに、ふるさと納税からの入手を「無償入手」として回答している可能性。

自給的農家が存在するため母数となる米購入世帯数の減少の可能性はあるものの、①～④を踏まえれば、実態としてはこの値より上振れすることが予想される。その場合、2016年(平成28年)に返礼品に提供された原料米の量を「2万1500トン(精米)」と報告している農林水産省の推計値に近似していくものと考えられる。

全国入手量の試算

仮定1

	(kg/年)	(世帯)	(kg/年/世帯)	(kg/年/世帯)
	総入手量 ①	実世帯数 ②	実世帯平均①/②	実世帯平均(仮)
2016年度	2,317	67	34.6 →	35(a)

仮定2

	購入・入手世帯数 ③	入手割合 ②/③	1000世帯当たり	1000世帯当たり(仮)
2016年度	15,183	0.0096	9.6 →	10 (b)

仮定3

2015年全国世帯数 (A)	53,403,000	
2015年全国水稻農家戸数(B)	939,954	米購入世帯数(仮)
米購入世帯数(推計) (A)-(B)	52,463,046	→52,500,000(c)

資料:総務省「平成27年国勢調査」、農林水産省「2015年農林業センサス(販売目的の水稻作付農家数)」

※全国入手量の試算

$$(a)/1000 \times (c) \times (b)/1000 \quad \underline{\underline{\simeq 19,000 \text{トン}}}$$

3. まとめ

ふるさと納税制度はスタートから未だ 10 年を経過していない若い制度である。とはいえ、ふるさとなどへの貢献意識の高まりや自治体の積極的な PR 活動、地域振興も兼ねている返礼品の送付、あるいは制度の簡素化や、企業によるインターネット上のポータルサイトの出現による利便性の向上など様々な要因の相乗効果により、ふるさと納税制度の利用は年々増加する傾向にある。特に返礼品の魅力は消費者の寄附マインドを引き出すことに成功している。

今やふるさと納税制度と不可分となっている返礼品には、地元農産物が用いられるケースが多く、そのなかでも、米の利用は全国市町村の約 6 割に達している。そして農業産出額における米のウエイトが高い道府県ほど、米を返礼品に用いる道府県内市町村数が多くなる傾向がみられる。

このような現状の下、一つの事例として、当機構が実施している消費動向調査から抽出したデータに基づき、消費者のふるさと納税制度を利用した返礼品としての米の入手動向について分析を試みた。

返礼品入手世帯は、ふるさと納税の受入額・受入件と連動した伸長を示し、ふるさと納税による米の入手が普及しつつあることが伺える。1 世帯当たりの入手量は、直近 2 年の平均では年間 31kg 程であり、増加傾向がみられる。入手シーズンは 9 月～12 月であり、新米商戦・年末商戦との競合が伺える。また返礼品としての米を入手している世帯の割合は、1000 世帯当たり 10 世帯程度と推計される。これらを基にした全国の入手量の試算では、19,000 精米トン/年という値が算出されたが、集計に用いたデータの制約から、実態としては、この値以上に入手しているものと考えられる。

おわりに

総務省は2017年4月1日付で都道府県に対し、ふるさと納税に係る返礼品についての通知を発している。そこでは、①返礼品の送付を強調してふるさと納税を募集することを慎む、②換金性、資産性などが高い返礼品を送付しない、③返礼品は寄附額の3割以内とする、ことなどが通知されている。

総務省は前々年及び前年の2015年4月1日付及び2016年4月1日付「地方税法、同法施行令、同法施行規則の改正等について」において、ふるさと納税に関する事務の遂行上での留意点（適切に対処すべき事柄）として都道府県等に、上記①及び②について既に通知しているが、③については、2017年4月1日付通知に新たに加えられた項目である。いずれの通知も、基本的には自治体間の寄附金受入競争の過熱や、カタログギフト化した返礼品の取扱いなどのクールダウンを求める内容となっている。2015年4月1日付及び2016年4月1日付通知に対する市区町村の返礼品等への対応については下表のとおりであるが、2017年4月1日付通知に対する自治体の対応が注目される。

n=1741	平成28年4月1日から平成29年3月31日までの間において、平成27年4月1日付総務大臣通知及び平成28年4月1日付総務大臣通知を踏まえた対応等について該当するものを選択してください。			(同左①と回答した場合)その見直しの具体的な内容について、それぞれ該当するものを選択してください(複数回答可)。						
	①通知を踏まえた見直しを実施	②特段の見直しは行っていない	③特段の返礼品の送付を行っていない	①返礼品の価格の表示の取りやめ	②返礼品の価格の割合の表示の取りやめ	③金銭類似性の高いもの(プリペイドカード、商品券、電子マネー・ポイント・マイル、通信料金等)の取りやめ	④資産性の高いもの(電気・電子機器、貴金属、ゴルフ用品、自転車等)の取りやめ	⑤高額な返礼品の取りやめ(高額でない返礼品への変更)	⑥寄附額に対し返礼割合の高い返礼品の取りやめ(返礼割合の引き下げ)	⑦返礼品の送付を取りやめ
回答市区町村数	276	1307	149	84	38	55	57	26	113	1

資料：総務省「平成29年度ふるさと納税に関する現況調査について(ふるさと納税に関する現況調査結果(都道府県・市区町村別))」より米穀機構で作成。

また、ふるさと納税制度の普及により、都市部の自治体で住民税の減収＝財源の流出が表面化してきていることから、今後のふるさと納税制度の運用方針、あるいは制度の行方などについても注視が必要であろう。

さらに、これら自治体の対応や制度の行方などを踏まえ、ふるさと納税制度での返礼品としての米の入手が、旧来からの購入・入手経路に対する第三の経路として一層深化していくようであれば、当機構の米の消費動向調査の調査項目においても、購入・入手先として「ふるさと納税」という選択肢を追加し、実態把握に努める判断も必要となるであろう。

冒頭に述べたように、サンプル数の制約から、本レポートは実態調査ではなく、現時点での一つの事例としての報告である。 今後は、米の消費動向調査の購入・入手先に係る設問項目に「ふるさと納税」という選択肢を加えることなどを通じて十分なサンプル数を確保した上で、今回切り込めなかった世帯属性による特徴などについても分析を試みたい。

ふるさと納税に係る控除額 (2017年度課税)		ふるさと納税に係る 控除適用者数 (2017年度課税)	
市区町村	控除額 (億円)	市区町村	人
横浜市	94.0	横浜市	114,042
名古屋市中区	54.8	大阪市	62,025
世田谷区	51.7	名古屋市中区	61,447
大阪市	48.8	川崎市	51,728
川崎市	39.6	世田谷区	43,024
港区	39.2	神戸市	39,326
神戸市	31.0	さいたま市	33,674
京都市	27.5	京都市	32,953
さいたま市	27.0	札幌市	32,743
福岡市	25.5	福岡市	32,205

資料：総務省「平成29年度ふるさと納税に関する現況調査(税額控除の実績等)」
各自治体のふるさと納税に係る控除額等から米穀機構で作成。
注) 市区町村税と道府県民税分の合計

資料：総務省「平成29年度ふるさと納税に関する現況調査(税額控除の実績等)」
各自治体のふるさと納税に係る控除額等から米穀機構で作成。

米の消費動向調査世帯における、ふるさと納税制度での米の入手動向（事例報告）

発行 2017年8月31日

公益社団法人米穀安定供給確保支援機構 情報部

〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町 15-15

電話 03（4334）2161 FAX 03（4334）2167