

ふるさと納税市場等について

垂水市ふるさと納税_事業者様向け説明会資料

2026/06/04

※本資料は、垂水市様・垂水市事業者様向けに作成されたものであり、
LR株式会社の許可なく対外的に参照・配布しないようお願い申し上げます。

© LR. All rights reserved



アジェンダ

- 0. LRについて
- 1. ふるさと納税市場概況
- 2. 垂水市の寄附動向
- 3. R8年度のポイント
- 4. 制度改正関連

会社概要

弊社は鹿児島を中心に営業拠点を拡大しており、全国の地域経済活性化を支援させていただいております。



社名 : LR株式会社

本社 : 鹿児島県日置市伊集院町郡1343-1

設立 : 2016年8月31日

代表者 : 代表取締役 末永 祐馬

資本金 : 1,000万

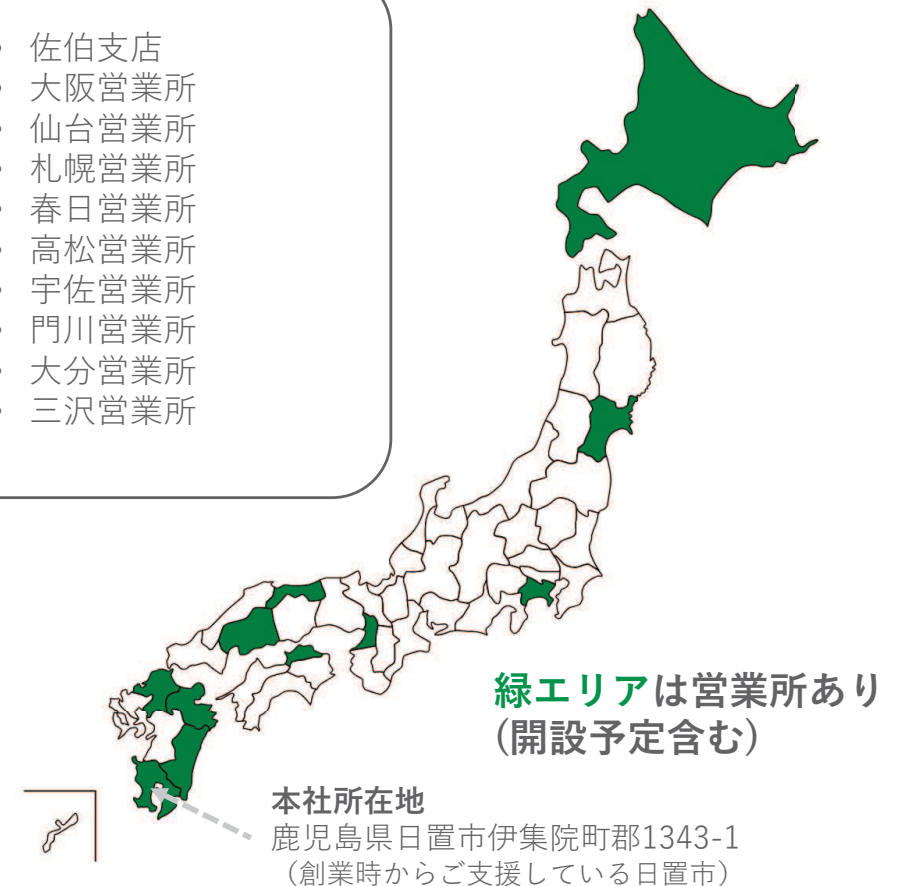
社員数 : 208名(2026年5月1日時点)

事業内容 : ふるさと納税サポート事業
商品開発・ネット通販事業
廃校を活用した地域活性化事業

営業所の所在地

鹿児島を中心に **21** 拠点

- 日置本社、
- 日置第2事務所
- 日置第3事務所
- 日日nova事務所
- 始良営業所
- いちき串木野営業所
- 志布志営業所
- 霧島営業所
- 鹿児島営業所
- 曽於営業所
- 神奈川営業所
- 佐伯支店
- 大阪営業所
- 仙台営業所
- 札幌営業所
- 春日営業所
- 高松営業所
- 宇佐営業所
- 門川営業所
- 大分営業所
- 三沢営業所

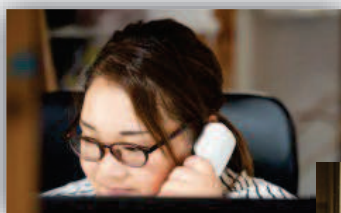


弊社の主な事業内容

ふるさと納税業務支援を主軸に、事業者様のEC支援や理念に基づく地方創生関連事業も展開しています。

ふるさと納税 業務支援事業

- ・ ページ制作から寄附者対応までサポート
- ・ 事業者様への商品開発提案の実施



ふるさと納税ポータルサイトの豊富な知見、柔軟かつ丁寧なサポート、安定した運用体制を強みに運営の代行を展開

EC/Web制作 支援事業

- ・ EC立上げやEC運営のご支援
- ・ 弊社EC「じもと百貨」によるご支援



事業者様のEC運営や自治体のサイト制作、EC展開が困難な事業者様向けに販路開拓などもご支援

地方創生 関連事業

- ・ 廃校を活用した「日日nova」を企画運営
- ・ 日置市webメディア「ひおきと」を制作
- ・ 地元の食材を使った油そば事業



支援事業の課題に対して、それぞれがもつポテンシャルを生かし、廃校活用や関係人口創出や油そば事業などで地方創生を支援

弊社ご支援自治体様の状況

弊社は地方創生を使命に、地域に根差した企業活動を展開。10期目現在で全国35自治体の地域経済活性化をご支援しています。



守谷市、山北町はR8年4月～一部ポータル受託スタート
福知山市、三沢市はR8年4月～全ポータル受託スタート

北海道 1自治体

士別市

青森県 1自治体

三沢市

宮城県 3自治体

大和町 柴田町 登米市

茨城県 2自治体

常陸大宮市 守谷市

神奈川県 1自治体

山北町

静岡県 1自治体

小山町

大阪府 1自治体

箕面市

京都府 2自治体

宇治市 福知山市

香川県 1自治体

まんのう町

福岡県 2自治体

春日市 芦屋町

大分県 3自治体

佐伯市 宇佐市 大分県庁

宮崎県 2自治体

日之影町 門川町

鹿児島県 15自治体

日置市 始良市 いちき串木野市 中種子町

湧水町 曾於市 志布志市 垂水市

阿久根市 出水市 霧島市 伊佐市

肝付町 東串良町 三島村

弊社の垂水市での役割

垂水市のふるさと納税運営において、弊社は楽天のページ制作と返礼品の開発業務を行っております。楽天に係るご不明点や返礼品に関するご相談がありましたらお気軽にお声がけください。

ポータルサイト	画像制作	コールセンター・発注	返礼品開発
 楽天ふるさと納税			
楽天以外のポータルサイト  さとふる  ふるさとチョイス  ふるなび など	垂水市様 垂水未来 創造商社様	垂水未来 創造商社様	垂水市様 

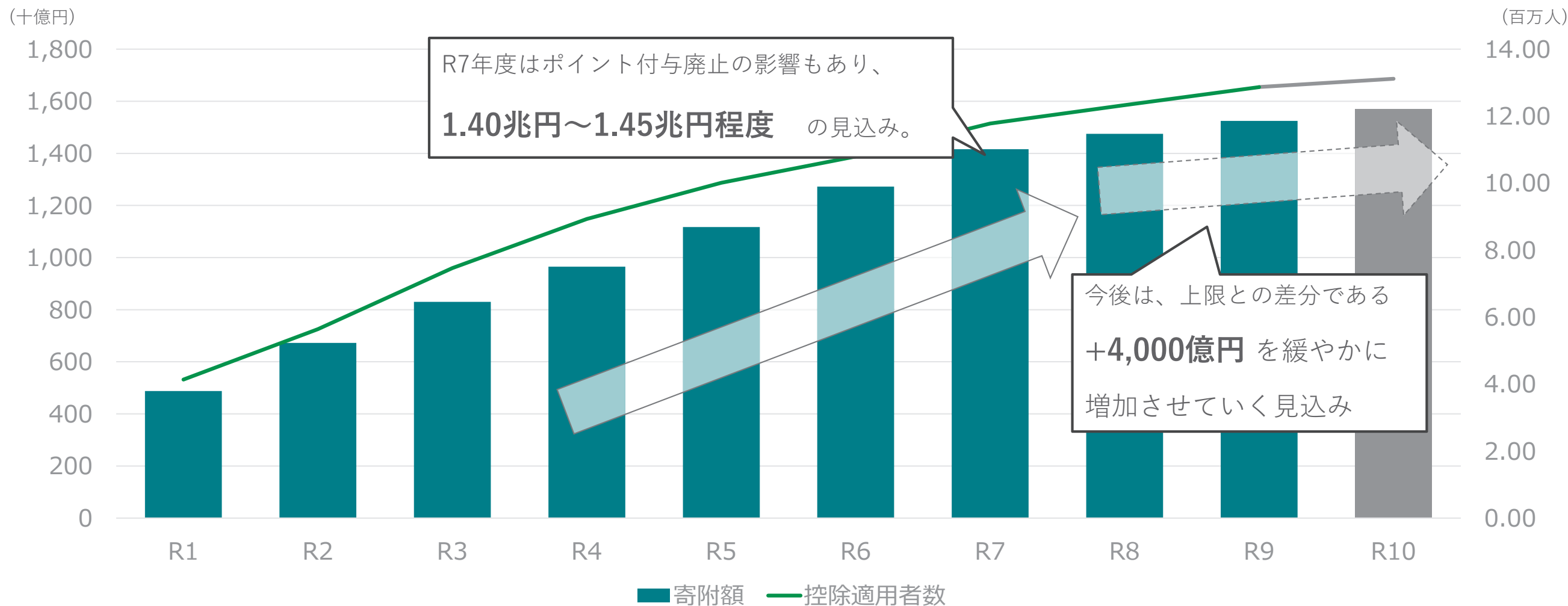
01

ふるさと納税市場概況

ふるさと納税の受入寄附金額の推移（全国）

コロナ禍を経て利用が加速。以降、寄附額は+1,000億円/年、利用者数は+100万人/年以上で増加してきた。

一方、全利用者の総額が約2.5兆円とされるが、現実的に約1.6~1.8兆円程度に落ち着く想定であり、市場は厳しさを増す。



市場観でおさえたいポイント：選ばれやすい寄附額帯

従来通り限度額の計算がしやすい寄附単価がでている中で、直近の傾向として限度額の低い寄附者や最後の帳尻が合わせやすい低い単価のお品が件数上位を占める傾向です。

寄附件数の多い寄附単価Top20

従来通りの計算しやすい寄附額と
限度額が低い寄附者向けの寄附額が好調

ランク	寄附単価	ランク	寄附単価
1	10,000	11	9,000
2	12,000	12	18,000
3	15,000	13	17,000
4	13,000	14	30,000
5	14,000	15	23,000
6	11,000	16	6,000
7	20,000	17	22,000
8	16,000	18	7,000
9	8,000	19	1,000
10	5,000	20	24,000

成功事例) 寄附単価のバリエーションを増やす

10,000円のお品を追加
単月+60%に

12,000円で出品



参照：寄附管理システム『do』を開発しているシフトセブンコンサルティング社による調査結果。総寄附の約63%の寄附データ7,958億円(寄附者数：約1,100万人)より抽出

市場観でおさえたいポイント：課税所得額別のふるさと納税利用率

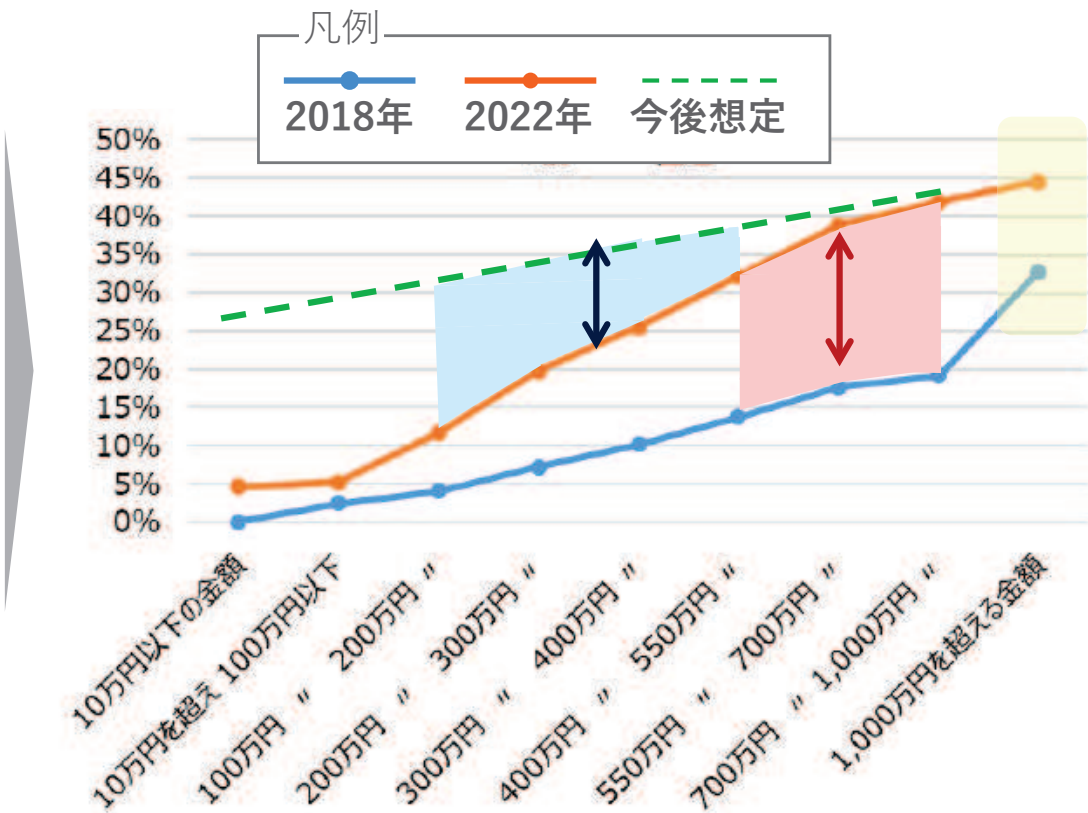
早期から利用が進んでいた高年収層はリピーターが中心のマーケットになっており、今後は日本のボリュームゾーンの年収帯から流れてくる新規をいかに獲得出来るかは重要となる。

参考）課税所得額別利用率の推計からうかがえる年収帯別の利用率

課税標準額の段階	目安の年収帯	利用率	利用者の分布	
10万円以下	325万以下	4.7%	11.4%	0.3%
10万越え～100万円以下	325万越え～430万円以下	5.2%	11.1%	
100万越え～200万円以下	430万越え～550万円以下	11.7%	44.8%	22.7%
200万越え～300万円以下	550万越え～670万円以下	19.8%	22.1%	
300万越え～400万円以下	670万越え～785万円以下	25.6%	27.1%	14.7%
400万越え～550万円以下	785万越え～960万円以下	32.1%	12.4%	
550万越え～700万円以下	960万越え～1,140万円以下	38.8%	16.7%	5.7%
700万越え～1,000万円以下	1,140万越え～1,490万円以下	41.9%		5.3%
1,000万越え～2,000万円以下	1,490万越え～2,670万円以下	43.2%		4.2%
2,000万越え～5,000万円以下	2,670万越え～6,200万円以下	42.4%		1.1%
5,000万越え～1億円以下	6,200万越え～1億2,080万円以下	78.8%		0.3%
1億円以上	1億2,080万円以上	100.0%	0.1%	

参照；ニッセイ基礎研究所による推計

推計）課税所得額別利用率



現状利用率の低い年収670万円以下の層が新規利用者の中心となると考えると、引き続きお手頃感のある低単価のお品が選ばれやすいと考えられる。

市場観でおさえないポイント：R8年度におけるトピック想定

R8年度は制度改正により…

地場産品3号における 付加価値数値の可視化

金額ベースで事業者側が
付加価値を算出
自治体は出品前にそれを公開する



R8年度以降で毎年訪れる 募集経費の見直し

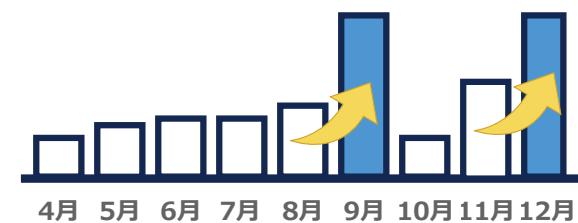
R8年度以降の4年間で2.5%ずつ
募集経費を引き下げていく



R5・R7年時と同様に 9月の寄附駆け込みが予測

経費上限の改定により10月から
寄附額変更する自治体が出てくる

月別の寄附件数推移 イメージ



02

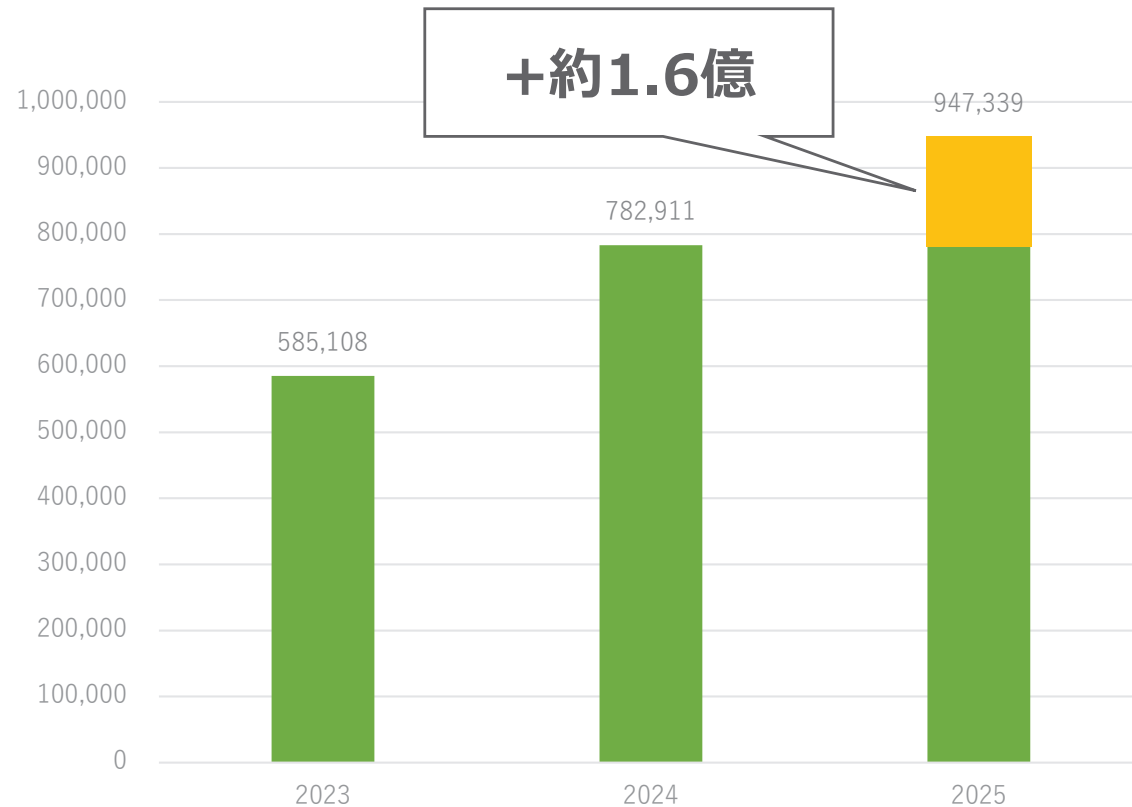
楽天の寄附動向

垂水市_楽天における実績推移

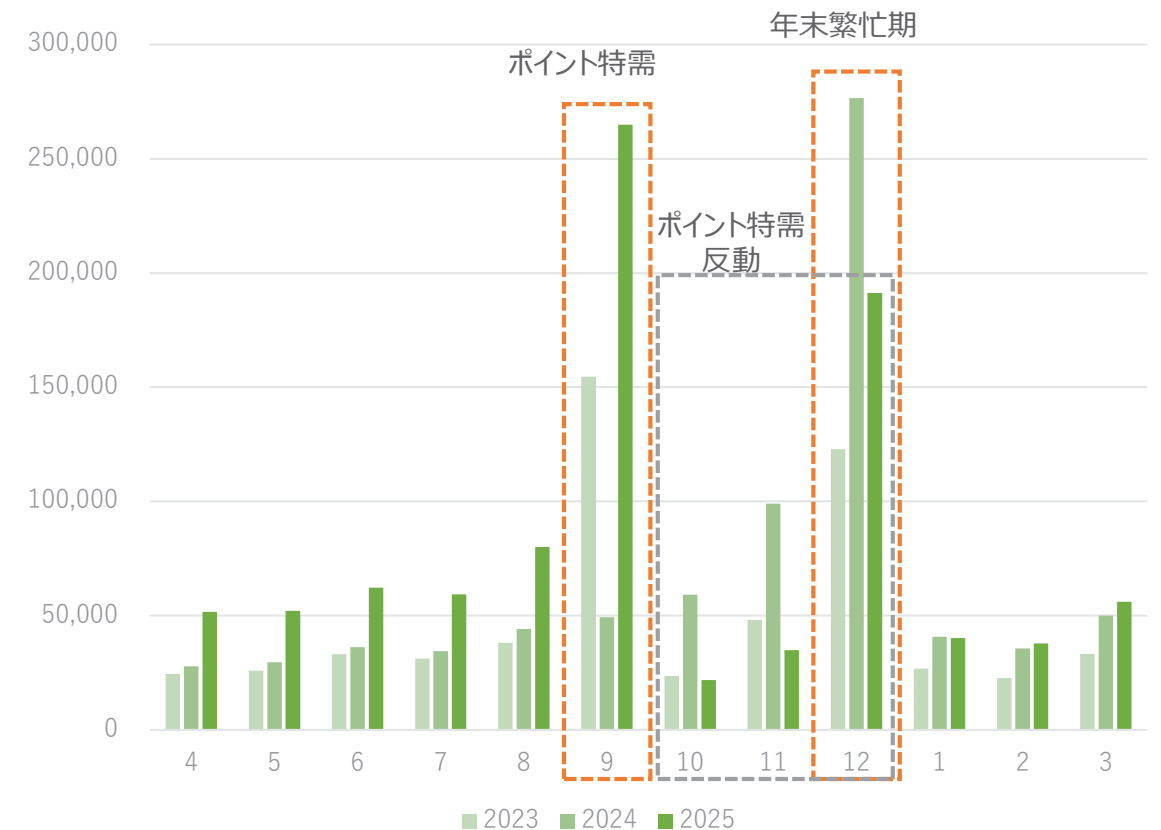
25年度は約9.5億円(昨対+21%)の着地。10月に制度変更によるポータルサイトのポイント廃止があり、9月に特需が発生。反動で12月の寄附が例年よりも減少する流れとなりました。

年度別の寄附金額推移(4-3月累計)

※2026.03.31現在



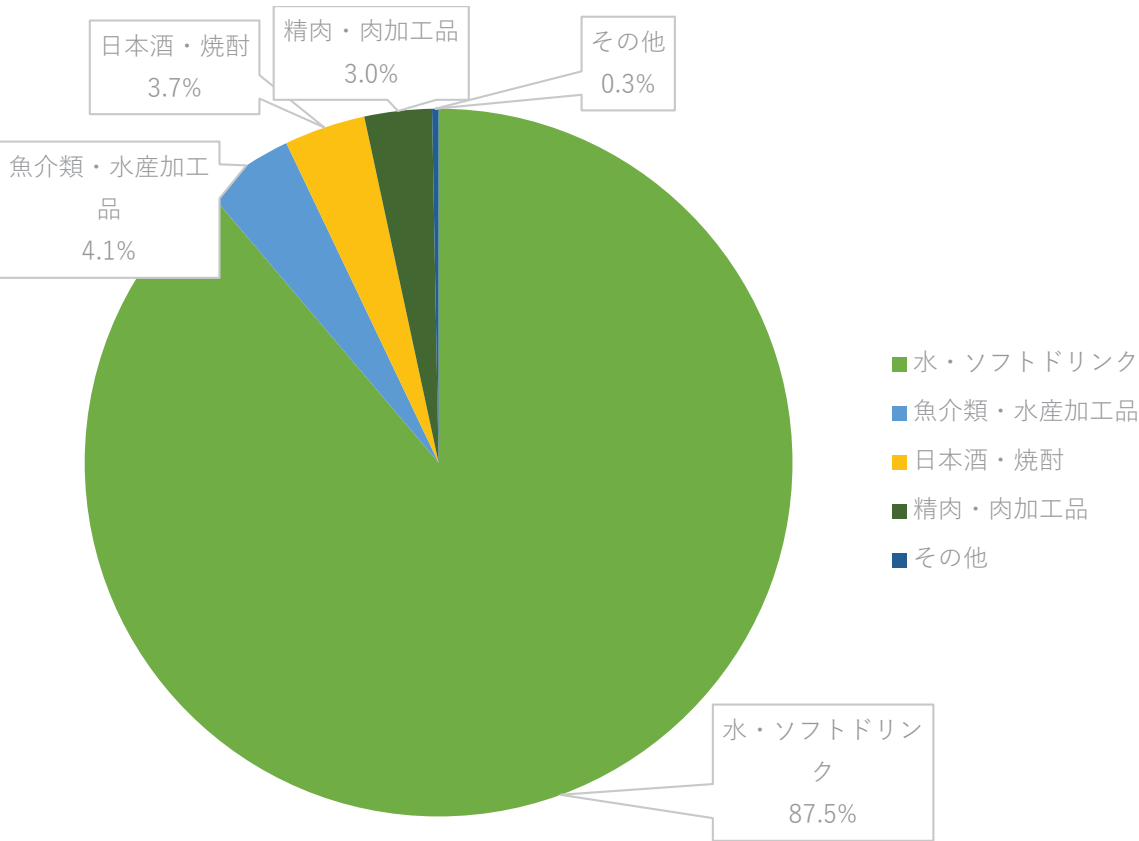
月別の寄附金額推移(2023～2025年度)



垂水市_楽天におけるジャンルごと寄附推移

寄附の多くを占めているのは「水・ソフトドリンク」ジャンルとなっていますが、「魚介類・水産加工品」「精肉・肉加工品」ジャンルが特に成長している状況。

ジャンル割合



2025年の成長ジャンル

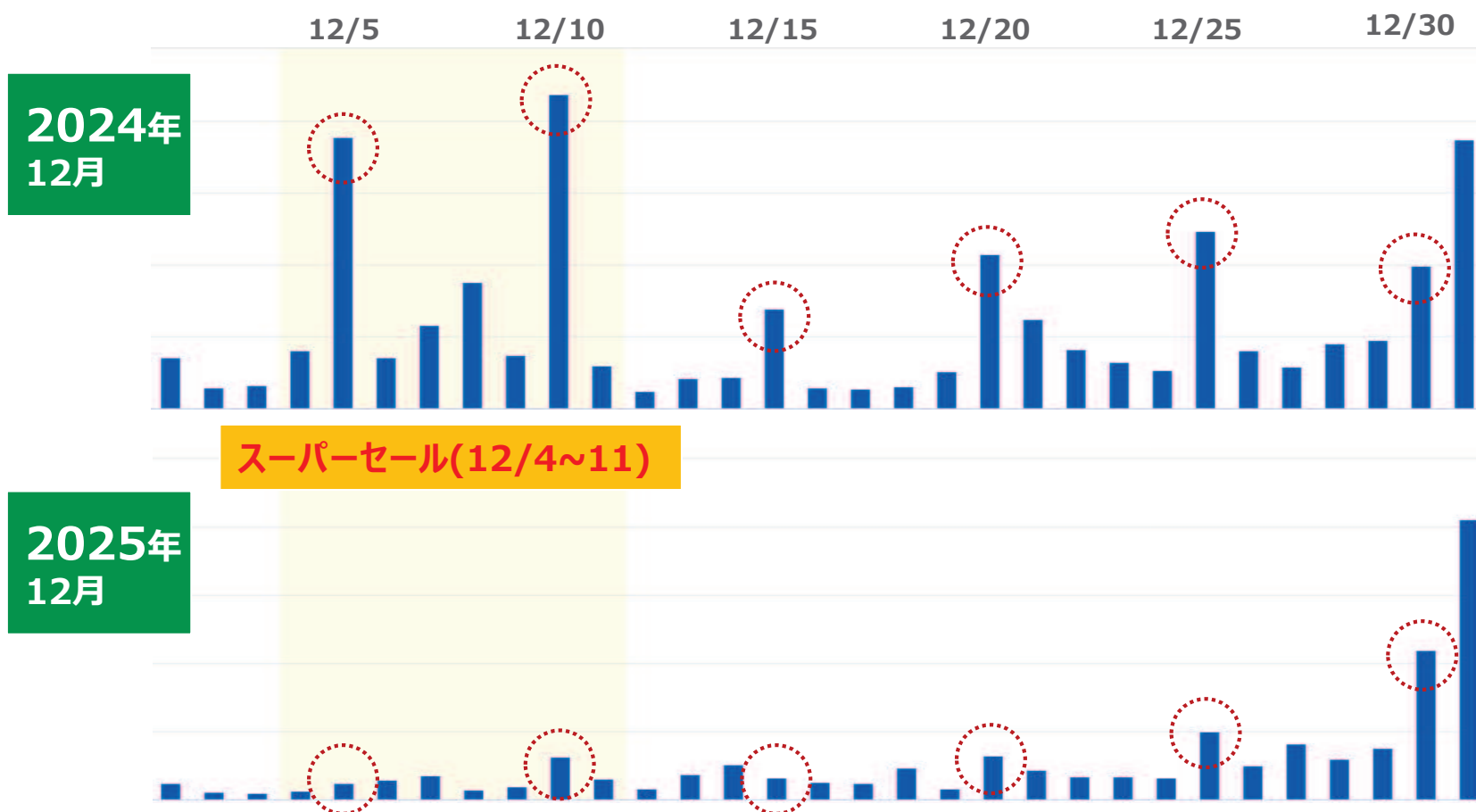
水・ソフトドリンク	昨対+18%
魚介類・水産加工品	特にブリ・からすみが好調 ・ブリ：昨対+83% ・からすみ：昨対+1987%
精肉・肉加工品	特に豚肉・鶏肉が好調 ・豚肉：昨対+559% ・鶏肉：昨対+58%

ポータルのポイントアップ期間の影響力が減少

ポイント付与廃止という制度改正により、寄附が増えるタイミングの傾向に変化。

今後は土日祝・需要期(2026年は9月・12月など。特にその月末)に寄附が集中する可能性あり。

【楽天ふるさと納税】垂水市 12月デイリー実績比較



寄附が集中する日の特徴

改正前

- ・需要期(12月や制度改正前)の月末
- ・楽天お買い物マラソン、楽天スーパーセール期間
- ・楽天0と5のつく日(左表の赤丸参照)

改正後

- ・需要期(12月や制度改正前)の月末
- ・土日祝

03

R8年度のポイント

市場観でおさえないポイント：R8年度におけるトピック想定

R8年度は制度改正により…

地場産品3号における 付加価値数値の可視化

金額ベースで事業者側が
付加価値を算出
自治体は出品前にそれを公開する



R8年度以降で毎年訪れる 募集経費の見直し

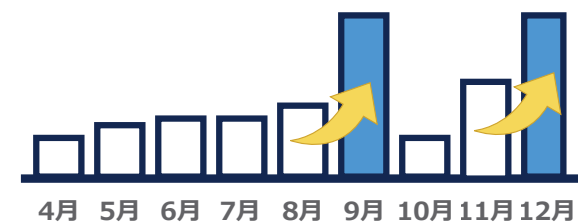
R8年度以降の4年間で2.5%ずつ
募集経費を引き下げていく



R5・R7年時と同様に 9月の寄附駆け込みが予測

経費上限の改定により10月から
寄附額変更する自治体が出てくる

月別の寄附件数推移 イメージ



事業者様に抑えて頂きたいポイント

1. 募集経費見直しによる9月特需

- R5年度同様に全国の自治体にて経費率の見直しが発生する。
- 場合によっては調達比率の調整が必要になる為、全国的な「値上げ」が10月以降に行われることが予測される。

2. 期間限定の販促要素

- ポイントでの顧客囲い込みがNGとなり、各ポータルサイトで「限定品・限定寄附額」の露出を高める動きが活発になっている。
- 特に9月・12月などは競争力が高くなる見込み
- 上記の期間だけ「容量を増やす・おまけをつける」などのご協力をいただける事業者様は是非ご連絡ください。



04 制度改革関連

R8.10からの主な変更点について

- ① 支払先および支払金額の公表義務化
- ② 地場産品基準3号における付加価値基準の明確化

支払先および支払金額の公表義務化とは？

寄附を募集するために係った
費目・支払先・支払先住所・金額 を
市のHPへ掲載することが**義務化**されます

寄附の募集に係る費目に関して

総務省が定める募集に係る費目は大きく5つ。R8指定期間（R8年10月～R9年9月）より、地方自治体が前年度に各費目別に支払った先とその金額を一覧化し、地方自治体のホームページにて公表が必要となった

【ご参考】総務省が示す募集に係る費用の区分

(単位:億円、ポイント)

区 分	令和6年度		令和5年度		①-②
	金 額	受入額に占める割合 (①)	金 額	受入額に占める割合 (②)	
返礼品の調達に係る費用	3,208	25.2%	3,029	27.1%	▲1.9
返礼品の送付に係る費用	733	5.8%	801	7.2%	▲1.4
広報に係る費用	66	0.5%	68	0.6%	▲0.1
決済に係る費用	218	1.7%	208	1.9%	▲0.2
事務に係る費用等	1,676	13.2%	1,323	11.8%	1.4
合計	5,901	46.4%	5,429	48.6%	▲2.2

うちポータルサイト運営事業者に支払った費用 1,656億円
(寄附金額に占める割合:13.0%)
(募集費用に占める割合:28.1%)

費目別のイメージ

お品代
お品の送料
サイト内の広告費
カードの決済手数料
委託料

支払先のイメージ

返礼品提供事業者様
配送会社様
ポータルサイト
ポータルサイト
委託先事業者

R8指定期間に公表される金額の条件について

**R7年度期間中に100万円以上
の支払いがあった場合のみ、
R8年9月末までに公表が必要に**

よろしくお願いします



支払先の公表は原則必須です。
やむを得ない事情などがある場合は、
個別に市へご相談ください

【参考】証明様式①

[illegible]

R8.10からの主な変更点について

① 支払先および支払金額の公表義務化

② 地場産品基準3号における付加価値基準の明確化

地場産品基準とは（概要）

今回の改正の対象基準

現在、返礼品の基準は大きく9つのルールに則って運用がなされている。

地場産品基準（概略）

- 1 区内で獲れた一次産品
- 2 区内で獲れた一次産品が、原材料の過半を占めているもの
- 3 区内の企画、加工工程などで付加価値の過半を生み出したもの
- 4 一次産品の内、流通構造上、区内と区外が混在するもの
- 5 返礼品の提供以外を目的にした、自治体独自の広報関連品
- 6 ①～⑤に適合したお品と適合不可のお品を組み合わせたセット品
- 7 区内で提供される独自性のある役務
- 8 複数自治体で提供可能と認めた広域に認知された産品
- 9 災害により提供不可となった返礼品の代替品

参考）返礼品イメージ

- 区内で生産された農畜産物、区内の港で水揚げされた海産物など
- 区内産みかんが原材料の重量の大半を占めるフルーツジュースなど
- 区内で製造し、原材料の倍以上の価格がついているハンバーグなど
- 区内を含む複数地区を管轄するJAが取り扱う農産物など
- 町のPRとして作られたゆるきゃらのグッズなど
- 区内で作られたそばと区外でつくられためんつゆのセットなど
- 区内でしか体験できないレジャーのチケットなど
- 大阪府によって認められた大阪・関西万博のチケットなど
- 台風の被害における支援金としての寄附など

区内の企画、加工工程などで付加価値の過半を生み出したものとは

区外工程

区内工程

—
(3号適応外)

区内産の原材料に限らず、調達した原料をお品に変化させる工程を区内にて行うことで、それらの原料を新たな付加価値
＝お品などに変えている場合に出品が可能とする基準である

【イメージ】一般的な企画、加工工程などのステップ



地場産品基準3号における付加価値基準の明確化

地場産品基準3号

区内の企画、加工工程などで付加価値の過半を生み出したもの



総務省

3号基準は、R8.10から
この2点も加えます。

事業者による
3号該当の証明書提出

自治体による
証明内容の公表

要 事業者様の提出

→証明書も公表もせずに掲載した場合は基準違反に

【参考】証明様式②

返礼品証明様式

〇〇市 長 殿

(返礼品等の製造等を行う者)

事業者名： _____

代表者名： _____

返礼品名： _____

上記返礼品については、〇〇市 の区域内における工程により、当該返礼品等の価値の XX% が生じていることを証明します。

上記については、以下の算出方法（該当する算出方法に□）により算出しています。

☐ 総務大臣が定める標準的な算出方法

※標準的な算出方法における算出基礎は以下のとおり。

A：当該地方団体による返礼品等の調達費用

3000 円

B：当該返礼品等の製造・販売等のために当該地方団体の区域外で生じた費用

1500 円

☐ その他の算出方法

※その他の算出方法とする理由及びその算出方法の詳細は以下のとおり。

▼その他の算出方法とする理由

▼その他の算出方法の詳細

また、当該返礼品等の製造・加工地、一般販売価格は以下の通りです。

製造・加工地※1： _____

一般販売価格※2： _____

なお、当該返礼品等を取り扱うに当たって、下記の事項に同意します。

- ・当該返礼品等については、地場産品基準（平成 31 年総務省告示第 179 号第 5 条）第 8 号イ～ハの返礼品等として提出先以外の都道府県又は市区町村が取り扱う場合を除き、本証明書の提出先以外の都道府県又は市区町村の第 3 号の返礼品等として取り扱わないこと。
- ・当該返礼品等の付加価値の算出方法等について、地方団体の求めに応じ、必要な説明や資料提供等を行うこと。

記載要領

※1 返礼品等の製造・加工が行われた場所について、国内の場合は都道府県名及び市区町村名（例：〇〇県〇〇市）、国外の場合は国名を記載すること。

※2 当該返礼品等を一般消費者に対して販売する際の通常の価格を記載すること。なお、当該返礼品等が非売品である場合には、当該返礼品等の類似製品に係る通常の価格を記載すること。

- 総務大臣が定める標準的な算出方法
 - ・ A：調達費用を記入
 - ・ B：域外で生じた費用を記入
 - ・ 例：調達費用3000円、域内での付加価値1600円となる場合はBには1400円を記入する

※あくまで「域内付加価値がxxx円」という内容を証明する形になり、原価などを公表させる意図はございませんのでご安心ください

- その他の算出方法
 - ・ 総務大臣が定める標準的な算出方法以外で算出する場合のみコチラにも記載
 - ・ 例：企画開発により一定の付加価値が域内に生じていると整理する場合など
- 製造・加工地
 - ・ 製造・加工がおこなわれた場所について記載。
- 一般販売価格
 - ・ 一般消費者に対して販売する際の通常の価格を記載

付加価値の算出について

**6月末までに、【証明様式②】
のご提出のご協力をお願いします**

よろしくお願いします



こちらは市への提出用書類となります。
ご不明点、ご相談などについては、
市まで個別にご相談ください

【参考】証明様式③

[illegible]

3号付加価値提出書類（市HP公表用）について

こちらの様式【証明様式③】は
市のHPへR8年9月末までに公表が必要に

よろしくお願いします



【別紙③】は、
【別紙②】を基に市が作成します。
個別にご相談などがある場合は、
市へご相談ください

区内の企画、加工工程などで付加価値の過半を生み出したものとは

区内産の原材料に限らず、調達した原料をお品に変化させる工程を区内にて行うことで、それらの原料を新たな付加価値＝お品などに変えている場合に出品が可能とする基準である



区内の企画、加工工程などで付加価値の過半を生み出したものとは

区内産の原材料に限らず、調達した原料をお品に変化させる工程を区内にて行うことで、それらの原料を新たな付加価値＝お品などに変えている場合に出品が可能とする基準である



どのように工程における付加価値を算出するのか？

まず、付加価値とは

付加価値 ÷ お品の値段（売価）

そして、区内で生まれた付加価値とは

**お品の値段（売価）から
区外で生じた費用を引いた金額**

地場産品基準3号：区内の企画、加工工程などで付加価値の過半を生み出したもの

総務省（国）から共有されている付加価値の算出方法

返礼品の価格を付加価値の全体として捉えた時に、区外で発生した金額を引いた対象を区外で生み出した付加価値、全体から区外の付加価値を差し引いた金額を区内の付加価値とすることで、区内の付加価値割合を算出する

② 「付加価値基準」における算出方法の明確化等(公表イメージ・算出方法)

公表イメージ

返礼品等の 名称	区域内において 生じた価値の 割合(%)	区域内において生じた価値の割合の算出方法 ※				返礼品等の 製造・加工地	地方団体 における 調達費用	一般 販売 価格			
		標準的な 算出方法	その他の算出方法		その他の 算出方法とする 理由						
			その他の 算出方法の詳細	その他の 算出方法とする 理由							
〇〇 ドライバー	●●%		○	〇〇	〇〇	中国	●●円	◆◆円			
自動車	▲▲%	○				■■市	〇〇円	▼▼円			

区域内において生じた価値の割合の標準的な算出方法

算式 $(A-B)/A$

算式の符号 A:当該地方団体による返礼品等の調達費用

B:当該返礼品等の製造・販売等のために当該地方団体の区域外で生じた費用

区域外

区域内

100万円

300万円

区域内での付加価値

原材料費等

製造経費

人件費

利益

その他

製品の価格

$(300万円 - 100万円) / 300万円 = 0.66\dots$

区域内において生じた価値の割合：66.7%

6

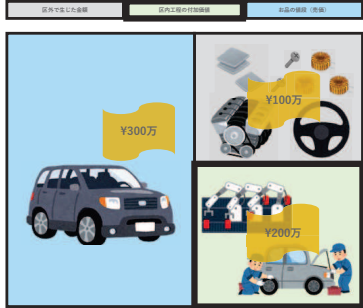


区内の付加価値割合＝
製品価格に対する区外で生じた金額を引いた割合

つまり、3号における付加価値の割合とは

分母：お品の値段（売価）

分子：分母から区外で生じた金額を引いたもの



先ほどの車で考えると…

3号における
付加価値の割合

=

区内工程の付加価値

お品の値段（売価）

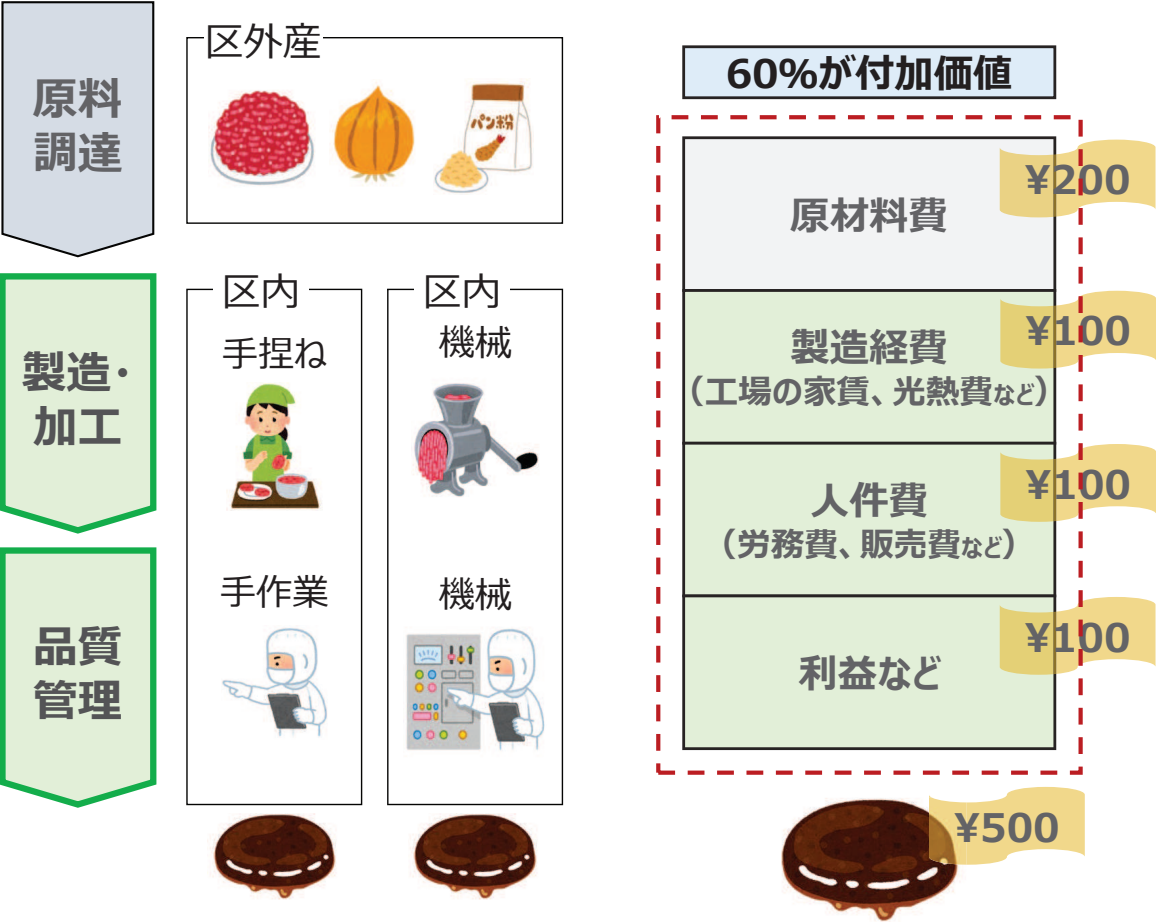
↓
66.7%



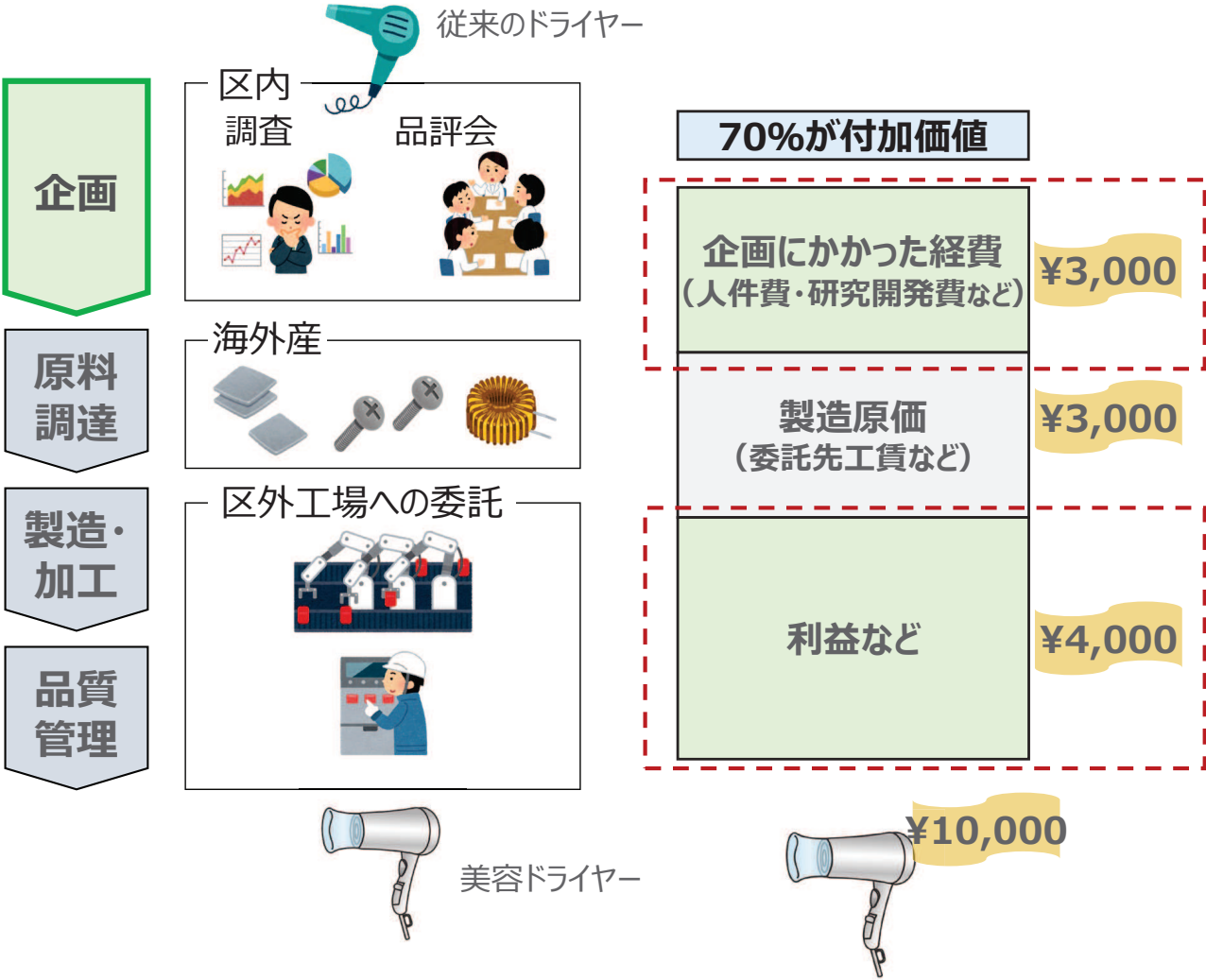
【ご参考】付加価値の算出方法

以下はあくまでイメージにつき厳密な原価計算などは不要です。お品の値段（売価）に占める区内で生じている金額の割合が0.5以上であることが重要

イメージ) パターン①



イメージ) パターン②



分母であるお品の値段（売価）とは

総務省が示す標準的な定義は、提供価格

**一方、提供価格≠小売価格のケースも多く
提供価格以外を分母にできる可能性もある**

運用予定の3つの付加価値算出パターン

基本は標準の算出方法を用いて区内の付加価値割合を算出。標準の算出方法で難しい場合は、その他の算出方法①②の内、いずれかのパターンに応じて付加価値割合の算出してください

	総務省が示す標準的な算出方法	その他の算出方法①	その他の算出方法②
パターン	提供費用が 自社の小売価格と同じ	自社の小売価格があり、 提供費用が小売価格よりも安い 例 自治体提供：3000円 小売価格：3300円	自社の小売価格がなく、 提供費用も一般的な小売価格より安い 例 自治体提供：3000円 小売価格：なし 一般的な小売価格：3300円
分母	提供価格	自社の小売価格 (ECでの販売価格、店頭価格 など)	一般的な小売価格 (当該返礼品の類似製品に係る通常価格 など)
分子	区内の付加価値（分母から区外でかかった金額をひいた値）		

R8.10からの主な変更点について まとめ

① 支払先および支払金額の公表義務化

→公表が必要な旨ご認識をお願いします。

② 地場産品基準3号における付加価値基準の明確化

→証明様式の提出を2026年6月中にお願いします。

→公表が必要な旨ご認識をお願いします。

最後に

垂水市の寄附推進に向けて

制度改正や市場変化に対応しながら、
垂水市の魅力ある返礼品をより多くの寄附者へ届けるため、
私たちも事業者様と伴走しながら取り組んでまいります。

返礼品や販促に関するご相談などございましたら、お気軽にご相談ください。
今後ともよろしくお願いいたします。