税金の知識 改正「ふるさと納税」制度の利用について

義父は今年、傘寿。でも私よりゴルフが上手でエージシュートを年に何回かする強者です。その義父がコンペ賞品で、地域の特産品をよくいただいて帰ってきます。地域の特産品といえば「ふるさと納税」のお礼の品の数々をTV・インターネットで見られた事があるでしょうか。肉・魚・米・野菜・果物・菓子・酒など様々な地域特産品が季節に応じて出品されています。風変わりなところではゴルフ場利用券・化粧品・電化製品などもあります。今日は平成27年度に税制改正された「ふるさと納税」制度についてお話します。

ふるさと納税の特徴は、**①特産品がもらえる　②生まれ故郷でなくても寄付できる　③税金が控除される（住民税は翌年度の年税額から控除される）　④税金の使い道を指定できる　⑤複数の自治体への寄付ができる**　といった点にあります。

まずはインターネットで検索をするところから始めましょう。例えば「ふるさと納税　ポータルサイト」入力し、検索をかけると写真のようなサイト他が出てきます。

平成27年度税制改正では、前年まで控除を受けるために必要であった確定申告が、下記の要件を満たすと、今年の4月1日以降の寄付分から申告不要となっています。それが新設された「ふるさと納税ワンストップ特例制度」です。

従来は、税務署に確定申告を行うと、申告情報が居住する市町村に通知され、所得税の還付と寄付した翌年の住民税の減額措置を受けることができましたが、新設されたワンストップ特例制度では、以下の条件を満たすと、わざわざ確定申告しなくても「寄付先の自治体」から「居住する自治体」に寄付金情報が直接通知され、翌年の住民税の減額措置を受けられるようになります。（この場合、従来の所得税の還付申告額は、住民税減額の上乗せとして処理されます）

★「ふるさと納税ワンストップ特例制度」の適用条件

①平成27年1月1日から3月31日までにふるさと納税をしていない人。
②元々確定申告をする必要がない人。
③ふるさと納税の納付先が5つまでの人。

このように制度利用の利便性が今年の税制改正で改善され、利用しやすくなりましたが、もう一つ、今回の税制改正で「ふるさと納税」寄付金の上限が2倍に拡大しました。平成27年1月1日以降の寄付金については、2000円の自己負担となる上限金額が改正前の倍の額となっています。紹介したポータルサイトでも年収や所得控除を基に上限金額の目安額を例示・算定できるようになっていますので、前年寄付をされた方でも、年収や所得控除は毎年変わりますから、もう一度限度額計算をしていただき、地域の特産品をお楽しみください。

このコーナーは、税理士、公認会計士によって構成される税務実務家の研究グループが担当しています。このコーナーに関するご質問は、下記の事務局までお願いいたします。

税理士・公認会計士　香本　明彦・谷口　貢
税理士　植田　順・堀口　裕弘・木戸　義人・森川　敏行・松井　克行・萩　恒夫
萩原　政宏・岡本　弘之・今西　正二・徳山　智子・縄田　浩昭・中川　秀夫
埜崎　静子・新見　和也・古瀬英美子

伏研会事務局　京都市伏見区桃山町養斉19-14　植田順税理士事務所内　TEL:075-604-3160　FAX:075-605-0185

Gallery Stand ギャラリースタンド

ゴルフの面白さの再発見。
さまざまな仕掛けで新規ゴルファー発掘プラン続々と!

500万人ゴルファーの創出に乗り出すPGA

PGA（日本プロゴルフ協会）は、先ごろ市場規模2兆円、ゴルフ人口1200万人という目標数値のロードマップを発表したが、その一環としてこのほど「PGAゴルファカデミー」設立を宣言。構想は関東・関西に拠点のゴルフコースを置き、さらに全国各地にゴルフレンジを開校するというもの。現在PGAに所属する約4000名のティーチングプロを活動させてゴルファーのスキルアップを目指す。対象となるのはジュニアゴルファー、一般ゴルファー、PGA会員。ジュニアは初心者のキッズと競技志向に分類。一般ゴルファーは基点ゴルフ場コースの会員を軸にその近隣地区のゴルファー。PGA会員は再教育によってマネージメントのできる真のプロの再生が目的となっている。ジュニアゴルファーの育成と2015年問題の団塊世代の引き留め策にも積極的な動きをみせてくれるだろう。因みに関西の拠点ゴルフ場は、東条の森CC。

地域活性化とゴルフ振興

関西のゴルフ場の多い兵庫県三木市（25コース）。同市の文化スポーツ振興課では、補正予算でゴルフ場利用券の発行を計画。詳細の決定はまだだが、計画では1万5000円分（3000円×5枚綴り）の商品券を1万円で販売する予定。5000円分の差額は「地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金」という税金でまかなわれる仕組みだ。バブル崩壊以降、ゴルフの市場規模は½近くまで縮小されている。ゴルフ場の集客を促すことは地域活性化に繋がる。プロアマ大会にも積極的に参画すると言う。ゴルフで地元を元気にという発想は、ゴルフが大衆スポーツとしてはっきり根付いてきたことを物語る動き。ゴルファー発掘とさらなる振興は地方自治体にとっても重要課題となっている。

Topics

米国でも女性市場活性化に注目

先般行われたPGAマーチャンダイズショーでのリポートで目立ったのは、女性市場活性化の動きである。米国のゴルフ人口は約2500万人。その2割強を女性ゴルファーが占めている。ただ女性のアクティブ率が低く、「女性をゴルフに連れて行こう」というWGF（世界ゴルフ財団）のゴルフ標語（「ゴルフォーハーというサイト」）に象徴されるように各メーカーや団体が女性ゴルファーの活性化に向けてさまざまな施策を講じている。PGAでは初の女性幹部として、スージー・ホエーリー事務局長が誕生、日本でも昨年PGA初の女性理事として岡本綾子プロが選任されるなど日米ゴルフ界で女性パワーが台頭中。ゴルフ人口の減少は地球規模で広がっているが、唯一の光明は女性ゴルファーの増加だ。日本でも若手女子プロの活躍が新規ゴルファーや若いゴルファーを創出させた経緯がある。ジュニア育成も大切な視点だが、各メーカーだけでなく、ゴルフの主要団体が女性市場活性化に本気で取り組むべき時代が来ているといえる。「私をゴルフに連れてって」という声が聞こえてくる。