

促进乡村振兴的日本故乡税： 制度逻辑与模式借鉴

闫海 董航宇

(辽宁大学, 沈阳 110013)

内容提要:故乡税是日本特有的税收制度,其本质上是一种以个人为中心的新型财政转移支付模式,在日本乡村振兴中产生了积极效果。日本故乡税通过给予个人纳税的抵扣优惠和受捐地方的家乡赠礼的方式激励捐税人自愿参与故乡税的制度运行,产生改善地方财政状况、促进产业发展、打造地域文化名片及唤醒城乡人文联系等外溢效应。我国不存在借鉴日本故乡税的法律障碍,并且以我国现有的公益慈善捐赠个人所得税扣除制度为基础,通过允许捐赠人向政府捐赠,并增强受捐地方在受捐中的能动性,可以探索并构建财政转移支付个人中心模式的本土化,为落实乡村振兴战略提供新思路。

关键词:故乡税 乡村振兴 财政转移支付 公益慈善捐赠扣除

中图分类号:F813 **文献标识码:**A **文章编号:**1672-9544(2024)05-0103-10

故乡税作为日本特有的税收制度,通过激发捐税人的自愿性,鼓励其将部分所得捐赠给住所地以外的地方政府,以此实现城乡财力平衡。故乡税在日本乡村振兴中产生了积极效果,形成的财税立法经验值得我国借鉴。乡村振兴战略是我国三农政策的延续、发展和升华,党的十九大提出乡村振兴战略,并作为建设社会主义现代化强国的七大战略之一写入修订后的党章。党的二十大明确指出,“全面建设社会主义现代化国家,最艰巨最繁重的任务仍然在农村”,要求全面推进乡村振兴。本文尝试考察日本故乡税之内核、机制及实施效果,发掘其促进日本乡村振兴的制度逻辑,进而对其所创造的财政转移支付个人中心模式进行本土化借鉴。

一、制度内核:财政转移支付个人中心的新模式

故乡税始于日本对国内城乡差距问题的关注。20世纪90年代的日本经济泡沫化迫使人口涌入东京、大阪、名古屋三大城市圈,形成了“过疏化”现象,中心城市的虹吸效应使得城市圈以外的地方在事实上沦为了不发达的乡村地区。日本政府尝试填补城乡之间的发展差距,但民众抗拒为此承受更多的税收负担,中央政府一直以来奉行的强力财政转移支付模式已难以维系,必须创造一个不会缩减民众社会保障福利份额的政策(武靖国,2023)。2006年,福井县县长西川一成提交“故乡捐赠扣除提案”,这成为故乡税制度的设计原型。作为提案回

[收稿日期]2023-08-03

[作者简介]闫海,法学博士,法学院教授,博士生导师,研究方向为财税法学;董航宇,硕士研究生,研究方向为财税法学。

[基金项目]国家社会科学基金重点项目(23AFX016)。

应,总务大臣菅义伟设想了一个将税收从城市返还给乡村的制度设计,以此尝试在“地方创生战略”的基础上建立一个以个人为中心的财政平衡模式。2008年,日本《地方税法修正案》(2008年第21号)加入关于住民税的捐赠金扣除条款,标志故乡税出台。

借助故乡税的推出,日本政府试图利用个人捐税以弥补来自中央的财政转移支付之不足,从而缓解乡村地区的衰落状况。故乡税引发财政转移支付的制度创新,即从原有的由中央向地方的财政转移支付模式,转变为由捐税人个人向地方

捐赠税款的模式,实现了从“央地”到“人地”的转变。当前,故乡税已成为日本纳税人的主要纳税策略,个人在财政转移支付的角色地位已经与中央形成了互补关系。来自个人的故乡税收入所占地方财政收入的比重逐年走高,已成为地方财源的重要组成部分(见图1)。2021年,地方的故乡税收入份额(约8302.4亿日元)达到同年日本中央转移支付额(约21500亿日元)的39%。故乡税已在事实上创造了以个人为中心的新兴财政转移支付模式(郭佩、刘莉,2022)。

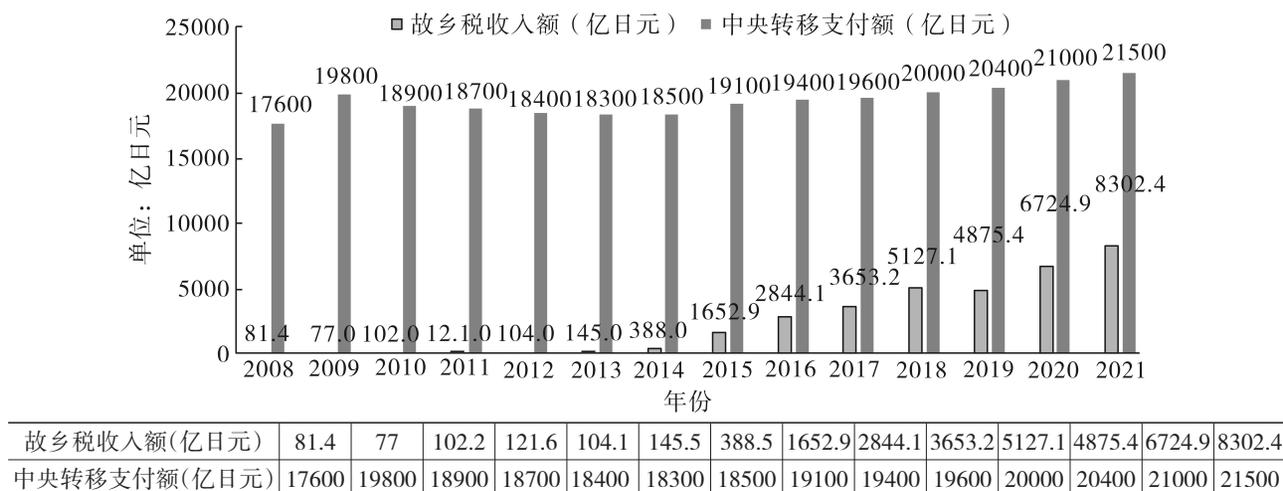


图1 故乡税收入额与中央转移支付额(全国)^①

二、制度运行:激励捐税人自愿参与故乡税

故乡税并不具备税收的严格意义上强制性,其制度的核心在于自愿性,即捐税人可自由选择是否参与捐税。故乡税十多年间的蓬勃发展主要得益于设计了一套独特的激励机制,实质上是为捐税人提供一个捐税后的正向反馈,使得捐税人的自愿性能够真正转化为实际的捐税决策。具体而言,该激励包括两个方面:个人纳税的抵扣优惠与受捐地的家乡赠礼。

(一)个人纳税的抵扣优惠

故乡税捐税人所负担的个人纳税是一种复合

税制,由所得税与住民税共同构成。前者含义与我国个人所得税意义相同,后者则是依日本宪法地方自治法理由地方自治团体额外向居于此地的纳税人进行的课税,即住民税。故乡税对捐税人个人纳税的抵扣优惠可针对两税同时进行,二者各自计算方法有所不同(见图2)。

故乡税所称的“所得税扣除”指的是个人所得税应纳税额优惠,可由公式①进行描述:所得税扣除额=(故乡税捐税额-2000日元)×所得税率。其中,可被用于所得税扣除计算的故乡税捐税额最高为捐税人本年度应纳税所得额的40%,所得税率则根

^①数据来源为日本总务省及财政部网站公布的统计报告:https://www.mof.go.jp/policy/budget/fiscal_condition/related_data/panfindex.html。

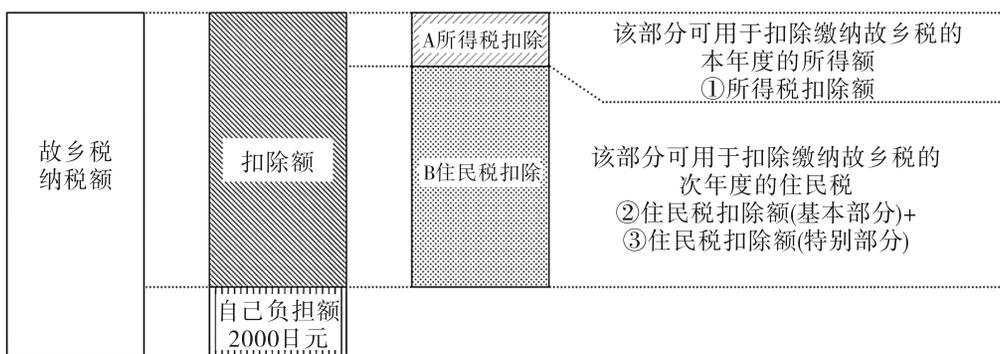


图2 个人纳税抵扣优惠的计算方法^①

据日本个人所得税累进税率规则依据捐税人收入情况动态调整。

住民税本质上也是一种个人所得税,其所称的“住民税扣除”指的是住民税应纳税额优惠,抵扣规则分为“基本部分”与“特别部分”两部分,二者之和组成了住民税扣除。可被用于住民税扣除计算的故乡税捐税额最高为捐税人上年度住民税应纳税所得额的30%,所得税率变动规则同上。“基本部分”的抵扣规则可由公式②描述:住民税扣除额(基本部分)=(故乡税捐税额-2000日元)×10%。“特别部分”的抵扣规则可由公式③描述:住民税扣除额(特别部分)=(故乡税捐税额-2000日元)×(100%-10%-所得税率)。若依据公式③所算得的住民税抵扣额

超过住民税应纳税所得额的20%,则特别部分的住民税扣除规则应适用公式④:住民税扣除额(特别部分)=住民税应纳税所得额×20%。

故乡税所提供的个人纳税抵扣优惠计算虽较为繁琐,但捐税人可以使用日本总务省提供的官方计算器预先计算可抵扣的税额,并通过“确定申报”和“一站式服务特例”两种方式完成故乡税的纳税申报。

实践证明,故乡税制度的个人纳税抵扣优惠颇具吸引力。2022年,参与故乡税的捐税人已达740.8万人,个人住民税的抵扣额因此达5672.4亿日元,是2009年即故乡税元年18.9亿日元抵扣额的数百倍(见图3)。



住民税批扣总额度(亿日元)	18.9	18.1	20.4	210.2	45.3	60.6	184.2	1001.9	1783.2	2456.6	3282	3479.3	4432.9	5672.4
抵扣总人数(万人)	3.3	3.3	3.3	74.2	10.6	13.4	43.6	129.9	227.1	296.5	396.3	413.6	564.3	740.8

图3 故乡税的抵扣人数及住民税抵扣总额度的变迁(全国)^②

①图译自日本总务省网站:https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/mechanism/deduction.html。

②数据来源为日本总务省网站公布的2021年地方财政白皮书(令和3年版地方财政白皮书):https://www.soumu.go.jp/menu_seisaku/hakusyo/chi-hou/r03data/2021data/r03czb01-01.html。

(二)受捐地方的家乡赠礼

捐税人参与故乡税捐赠后,受捐地方的自治团体会向捐税人回馈价值相当于捐税额一部分的名为“返礼品”的家乡赠礼。截至2023年2月,超

过1700个日本地方自治团体提供了超过70多万种返礼品供捐税人选择,既包括当地特产、工艺品和实地观光项目,也包括食品、电器、日杂用品等(见图4)。

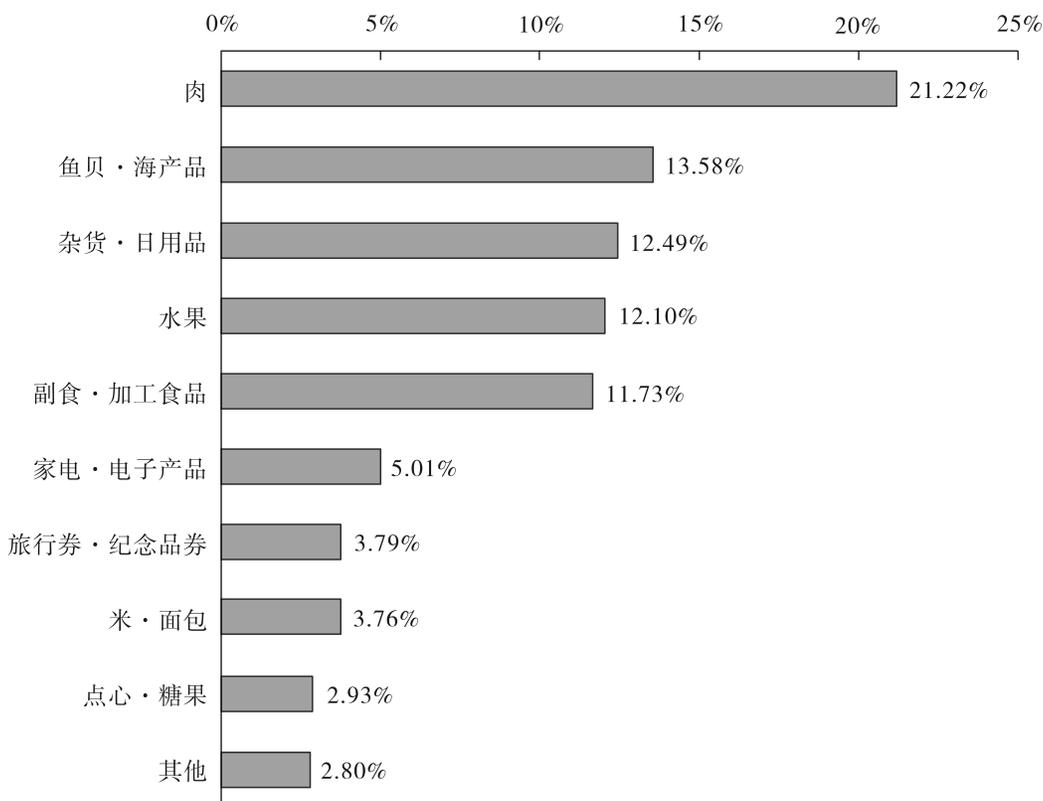


图4 故乡税返礼品类型^①

三、制度效果:以外溢效应促进乡村振兴

故乡税作为一种依靠个人向地方捐赠税款而实现的制度,其制度运行可以体现为一个“人地”互动过程。故乡税在日本地方再生战略下的设立初衷,仅设想了一次互动,即仅希望能够通过争取捐税款来帮助地方改善财政状况。但是,在故乡税运行实践中,这一互动过程可被拆分成四个部分(见图5),每一次互动都产生了可观的外溢效应。故乡税制度以捐税人对地方捐税为起点,又经由返礼品的

制度介入、地方税收竞争,产生促进产业发展、打造地域名片、强化人文联结等一系列积极效果,形成了故乡税促进日本乡村振兴的实现路径。

(一)捐税人捐税,改善地方财政状况^①

劳动力流动深刻影响了区域间财政收支及社会保障不平衡,故乡税的存在为日本城乡再平衡创造了一个社会保障区域协调模式(张熠等,2023)。故乡税对地方最直接的效果是来自捐税人的税款对地方自治团体财政状况的改善,进而有助于解决当地社会现实问题,具体用途包括教育·育儿、祭

^①数据来源为2021年12月1日—2021年12月31日访问各故乡税网站并确认完成捐赠的样本,由日本网站“故乡税指南”(ふるさとガイド)统计:https://furu-sato.com/magazine/wp-content/uploads/2020/04/furusato_popular_category_2021.xlsx。

典·活动、历史·文化、社会福利、地域发展·产业振兴、观光交流、环境、安全·振兴等8个方面(见图6)。考察地方自治团体的收支情况表,故乡税税款确实让地方预算宽裕许多,在政府雇员工资支出与预算结转资金方面尤为突出(伊藤敏安,2020)。依结果导向观察,故乡税税款对地方财政



图5 “人地”互动的过程

(二)地方回赠返礼品,促进产业发展

返礼品的物质奖励是故乡税中激励捐税的重要设计,其形式多样,三大产业均有涉及,与地方产业振兴呈现高度相关性(橋本恭之、鈴木善充,2015)。通过对一些典型案例的研究,包括秋田县秋田大米返礼品拉动的种植业、千叶县胜浦市盐鲭鱼返礼品拉动的水产养殖业、栃木县小山市纸巾套装返礼品拉动的造纸业、山形县鹤冈市当地观光体验券返礼品拉动的旅游业,和各地因返礼品设计、包装、运输等需求而拉动的相关产业等,可认为故乡税对地方经济发展具有积极影响(保田隆明,2017)。

在故乡税运行之初,量小且不稳定的返礼品需求难以支撑一个产业。近年来,返礼品产业化得到了顺利推进。一方面,故乡税捐税人数量的增加带

的注入不仅扭转了因财政危机造成的村落消失趋势(增田寛也,2014),还为不发达地区提供了更好的教育资源(松岡朋佳,2017),从而在文化层面上保存了不具有商业化价值但体现地方人文精神内核的文化遗产,扭转了过疏化环境下乡村人文气息消散的颓势。

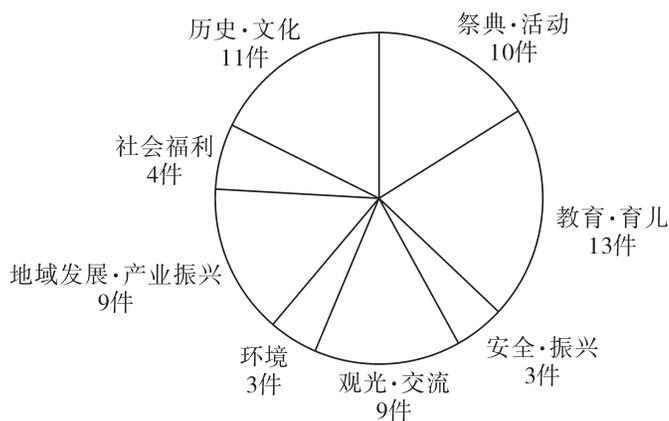


图6 故乡税税款使用情况^①

来了返礼品的需求激增,进而足以支撑地方相关产业的产生与发展;另一方面,随着互联网的普及,数个互联网寡头企业推动了故乡税的证券化(宋健敏,2018)。客观实在的返礼品被抽象化为证券持有,返礼品需求的不稳定风险被证券的可交易性分担。互联网企业将故乡税与在线支付深度绑定,充分利用自身互联网资源整合从捐税人捐税到地方回赠返礼品的全过程,并与地方自治团体合作推出“礼品券”。捐税人可在任一故乡税主流网站进行便捷捐税,进而获得代表地方自治团体的返礼品承诺的礼品券。即使捐税人不愿兑换礼品券所对应的返礼品,也可借助互联网平台自由交易该礼品券。故乡税的证券化将返礼品需求的决定因素由个人喜好转变为市场偏好,减少返礼品需求的不稳定问题,并且礼品券还具有已预付款的代物券性

^①数据来源为日本总务省网站公布的故乡税使用案例集(ふるさと納税の活用事例):https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics/20180330_case_study.html。

质。换言之,礼品券一旦被发行,生产返礼品的地方从业者便已收到捐税人的预付款,即故乡税税款,而无须担心已发行礼品券无人兑换导致亏损。值得注意的是,反礼品市场的竞争活力很高,超过四成是不超过5人的地方微型企业,使得互联网寡头企业难以垄断去中心化的反礼品市场,保障了地方产业的良性发展(保田隆明、久保雄一郎,2019)。

(三)捐税竞争,打造地域文化名片

故乡税的自愿性不仅体现在捐税人可自由选择捐税与否,还体现在其可自由选择捐税对象。日本没有户籍制度,取而代之的是一种不具有公权力背书的“家乡登记”制度。因其无法以统一标准认定捐税人的故乡何在,所以故乡税不会亦不能限制捐税人的捐税对象,受捐地方未必是捐税人的真正故乡。

自由选择带来竞争。地方自治团体因此展开捐税竞争,以多种手段增强对捐税人的吸引力。这一吸引力手段的进化可分为三个阶段。最初,吸引力手段局限于对返礼品的花样翻新。随着时间推移,返礼品的种类变得多样,其价值也更加高昂,文化属性也更加丰富。此时返礼品不止物质层面上回礼的范畴,还出现了代理扫墓、探望留守老人、协助举办特色婚礼等精神层面上的非物质回馈方式。最后,这种竞争已超越单调返礼品竞争而是转向地方综合吸引力的对抗。各地积极发掘本土特色,试图以讲述地方故事的方式打造“地域名片”(安田信之助、小山修平,2016)。首当其冲的是对传统文化的发掘,其进程较为明显地反映在商业化的“本土祭”,一种植根于当地传统、历史、风土的地方性节日,北海道札幌雪祭、长崎县灯笼祭、京都府葵祭等各类当地祭典颇具代表性。即使是缺乏传统或传

统文化吸引力不大的地方也尝试结合现代流行文化进行依托影视的知名场景再现,其中不乏与文娱产品结合的“圣地巡礼”等文化活动(野田哲夫,2021),乃至地方自治团体会出台专门的奖励政策以鼓励文艺工作者将当地现实场景融入作品创作。地域名片的竞争还呈现从抽象文化符号向地域拟人化的发展趋势,发展出颇具特色的地方吉祥物文化,例如熊本县的吉祥物“熊本熊”。吉祥物等文化IP虽不能以旅游产业等方式为地方直接创造经济价值,但却能增加地方形象的曝光度与知名度,进而以文化附加值等形式获得潜在经济收益,为地方发展带来新的契机。

(四)打破城乡隔阂,唤醒人文联系

日本城乡不仅经济水平差距巨大,还存在严重的城乡社会隔阂。过疏化带来的隔阂造成了城乡文化的分裂与凝固,乡村的传统文化和认同感不断凝固,城市的多样性和流动性却不断提高(桥詰登等,2021)。日本政府也在报告中担忧地指出,过疏化导致了社会及社区的分裂和崩溃,地方文化和历史景观等正面临着价值丧失的危机。^①加之长久以来的“东京以外皆乡村”观点甚嚣尘上,城市居民以傲慢心态不愿意去了解乡村文化。故乡税的推出有助于打破这一隔阂,为城乡人文交流提供了契机。以返礼品为代表的向城市输出产品成为地方向捐税人展示当地文化的窗口,得到返礼品的捐税人会因参与当地活动而走进乡村社会。城乡人文交流引发了城市居民对乡村社会及地方事务的关注,进而放下对乡村的偏见,重新激发“家乡意识”(岩永,2019)。在这一过程中,捐税人对地方的捐赠行为愈发体现非功利性。有理论认为,推动城市居民捐税的重要动因不再是单向的利益交换,取而

^①文化庁文化財保護部伝統文化課. 伝統文化を活かした地域おこしの視点と実践[N]. 文部時報,2000-11:44-46.<https://cir.nii.ac.jp/crid/1523951030852723072>.

代之的是城乡互惠意识(高橋勇介 等,2018)。而实践情况也证实了这一点:新冠病毒感染期间,日本各地方为弥补损失而推出了“支援消费”项目,项目通常很少甚至不予提供返礼品等捐税回馈,但愿意参与项目的捐税人仍迅速增加,参与比例从2020年的15%升至2021年的20.2%,捐税动机首位则是“支持捐赠的生产者和礼品从业者”(57.4%)与“想要支持这个地区”(46.8%)。^①捐赠机制的援灾功能转变,意味着乡村不再是孤悬于城市之外的第二世界,人文联系的重新建立回答了日本过疏化时代中乡村略显多余的尴尬境地。乡村得以重新找到了在城市主导的社会环境中的人文定位,城乡社会的割裂得到了弥合。

四、模式借鉴:以财政转移支付个人中心模式落实乡村振兴战略

(一)我国财政转移支付个人中心模式本土化的立法路径

日本故乡税所建立的财政转移支付个人中心模式在日本乡村振兴中发挥了积极的作用,是日本传统财政转移支付模式的一次制度创新,具有两个鲜明特征:一是去中心化,二是私权利色彩。回归故乡税制度的诞生背景,其所欲解决的日本过疏化困境与我国存在相似之处。分税制改革后,随着地方税收权力收归至中央,我国地方财政平衡很大程度上依赖于财政转移支付。在目前部分地方财政收入萎缩的现实情况下,借鉴日本故乡税在我国财政体制框架中引入财政转移支付个人中心模式不失为一个可选项。

在我国,财政转移支付的规定主要是2014年修改《预算法》第16条以及散落在各单行部门法的相

关规定,主要体现为中央主导的纵向转移支付模式。但这并未完全排斥去中心化的财政转移支付个人中心模式,财政转移支付的个人中心模式与我国的财政民主原则及衍生的纳税人中心主义较为契合,因而其在我国财政法律框架的立法生态位和契合度角度上均具备法律意义上的本土化条件。

日本故乡税的立法设计并未包含繁复的转移支付条文,只在《地方税法》等法案中添加了个人纳税抵扣优惠条款。这一微小变动形成了繁荣的故乡税生态,捐税人的广泛参与使得故乡税具备了财政转移支付功能。鉴于此,我国在引入财政转移支付个人中心模式时,可借鉴此种“四两拨千斤”的立法设计,这既避免了关于财政转移支付个人中心模式在我国财政法律框架内定性的理论争议,又可最大程度避免对现行法规的破坏。我国个人所得税公益捐赠扣除与日本故乡税设计具有高度重合,存在捐赠人与受捐人两主体间的互动关系,使得其作为制度迁移的蓝图成为可能。个人所得税公益捐赠扣除制度的规定分布在《公益事业捐赠法》第二十五条、《慈善法》第七十六条、《个人所得税法》第六条及其大量的相关行政法规、部门规章、规范性文件。该制度以鼓励自然人支持公益与慈善事业为导向,通过立法为其进行公益捐赠的行为赋予所得税上的税收优惠。公益捐赠扣除围绕所得税而进行的核心立法设计十分简洁,与故乡税有异曲同工之妙。同时,公益捐赠之法律行为属民事意义上的赠与行为(吴勇敏,竺效,2001),其行为具有鲜明的自愿性,与故乡税的自愿性核心十分契合。甚至有学者认为,日本故乡税本身就是一种依托互联网开展的新兴个人慈善捐赠模式,打破了大多由统治阶级和宗教信仰发起和主导的传统慈善事业格局

^①数据来自日本网站“故乡税”(ふるさと)公布的2022年故乡税使用情况调查:https://www.satofull.jp/static/research/2022_customer_research.php。

(Yidan Chen, 2021)。由此可见,以公益捐赠扣除这一捐赠机制为骨架,仿照日本故乡税构建我国的财政转移支付个人中心模式是妥当的。因而,不妨将公益捐赠扣除的导向扩大至改善地方财政状况,允许个人以捐赠的方式向地方政府输送财源。

(二)乡村振兴战略下财政转移支付个人中心模式的本土化构建

日本围绕故乡税构建的财政转移支付个人中心模式具有自愿性的核心特征。这种自愿性体现在捐税人和受捐地在协力配合的前提下,通过建立起“人地”互动关系以达到转移支付的效果。故乡税这种双向选择模式只有在捐税人和受捐地均具备较大自由度时才能实现,从而催生了以自由竞争为基础的财政转移支付个人中心模式。以公益捐赠扣除为蓝图的我国制度框架在自愿性方面虽有所体现,但与日本故乡税相比,其在自由度层面仍存在一定局限性。从本土视角出发,公益捐赠扣除制度的自由度不足之处在捐赠人和受捐人上均有所体现。基于日本故乡税的实践经验,构建财政转移支付个人中心模式需在自由度层面上进行本土化对策,并注意规避与主体被自由赋权相关的潜在风险。

1. 允许捐赠人向地方政府捐赠

在故乡税的捐税激励机制中,捐税人拥有较大的捐税决策自由度,可基于自愿性而选择是否参与捐税以及选择向何地捐税。我国公益捐赠以赠与行为为核心,也赋予了捐赠人的参与自由,但其捐赠对象囿于向教育、扶贫、济困等公益慈善事业的捐赠,欠缺对地方政府的选择自由。因此,我国立法可尝试转换视角,将事业选择扩展到捐赠对象选择,围绕对受捐人也即对地方政府的选择自由化开展。

应允对地方政府选择自由的同时也要避免随之而来的地方间利益矛盾问题。日本捐税人向地方捐赠税款的做法隐含了地方政府间税收利益的分配问题。对于为捐税人提供了财富创造条件的居住地(下称应税地),实际上是故乡税对个人纳税抵免承诺的最终承担者,这种现象被称为“税收剥夺”,即大城市被剥夺了应得的税款(水田健一, 2017),尤其对东京等大城市的社会公共服务影响颇深(稻田圭祐, 2017)。而对于受捐地而言,虽然获得税款是好事,但自由选择捐税地的制度设计也会导致马太效应,即受欢迎的地区在税款争夺中会赢家通吃,而其他地区则陷入捐税来源枯竭的恶性循环(木村高宏, 2021)。2019年,日本全国地方故乡税收入约4875亿日元,其中约80%集中在提供回礼的地方,不提供回礼地区呈减收趋势。2021年度约8302亿日元收入中,约90%集中在回礼排名前100位的地方。^①可见,该财政转移支付模式不仅涉及捐税人与受捐地的关系,还存在应税地与受捐地、受捐地与受捐地之间的利益分配矛盾。

为解决此问题,日本在故乡税中采取了“税中税”形式的基础负担金制度,以增加捐税成本补偿被剥夺税款的城市。2015年第2号《地方税法修正案》规定,捐税人利用故乡税制度捐赠时需缴纳2000日元的统一负担金。同时,日本还多次提高了故乡税抵免扣除上限,以激励更多捐税人参与,扩大资金池,在无法彻底解决分配难题时尽可能扩大“蛋糕”规模,缓解地方间加剧的马太效应。为此,故乡税扣除上限经历了3次税法修正案变动:2014年为总收入的10%,2018年提高到20%,2020年再提高到40%。由此可见,作为必要配套制度,我国亦应未雨绸缪,一并予以类似的利益平衡立法。

^①数据来源为日本总务省网站公布的统计报告:https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/re-sults20220729-02.xlsx。

2. 增强受捐地方在受捐中的能动性

由于受捐人无须为民事赠与行为支付对价,我国公益捐赠扣除制度未规定受捐人的给付义务。但这种义务免除未必有益,受捐人无须回报意味着不存在对捐赠人的额外激励,个人所得税扣除所产生的捐赠吸引力较为有限。与公益捐赠扣除相比,日本故乡税制度还存在正向回馈的做法——故乡税返礼品,能够产生更大的激励效果。因此,我国应当赋予受捐地方政府为捐赠人提供相应回报的权力,但这一回报未必局限于所谓的家乡赠礼,凡是在法律强制性规定与公序良俗的范围内,均应交予地方政府自主决策。

地方政府自主为捐税人准备回报也存在一定问题,最直接的负担反映在回报成本上。日本故乡税实施后,返礼品成本对地方财政负担长期居高不下且愈演愈烈。截至2018年9月1日,返礼品价值占接收捐税额比重超过30%的地方自治团体246个,占团体总数13.8%。^①一旦地方提升返礼品价值的边际成本大于多获得捐税额的边际收益,地方决定继续提高返礼品价值的行为就是一种不理性的决策(Eiji Yamamura, Yoshiro Tsutsui, and Fumio Ohtake, 2017)。然而,返礼品的吸引力几乎直接决定了捐税竞争的成败(武者加苗, 2019),落败就意味着无法获得捐税,部分地方自治团体为提升返礼品价值甚至举债筹资,最终导致地方财政短缺。2020年度,日本全国1741个市区町村自治团体中因返礼品开支而产生财政赤字的共有394个,占团体总数23%。^②这就使得故乡税制度本末倒置,来自捐税人的税款成为了返礼品陷阱的诱饵,最终拖垮了希望依靠税款改善财政的地方自治团体。

日本注意到故乡税中返礼品制度的异化,事后尝试出台规范返礼品价值占比的补充性规定,于日本《地方税法修正案》(2019年第2号)首次明确规定30%的价值占比上限条款;故乡税互联网中介从业者也组建故乡税协会,试图以行业自律的方式从内部约束高额返礼品情况。但事后补救措施难以遏制愈演愈烈的恶性竞争,修正案颁布后的2019年—2021年,地方自治团体提供的返礼品价值占接收捐税额比重之平均值仍高于法律规定的30%。^③有鉴于此,我国在构建财政转移支付个人中心模式时,应当对受捐人自主性予以前瞻性规定,明确受捐地方政府的回报自主决策权界限,进而避免地方间恶性竞争导致的过重财政负担。

五、结语

围绕日本故乡税构建财政转移支付的个人中心模式,不仅是财税立法层面的一次创新尝试,更反映了乡村治理理念的一次全面检视和重塑,旨在突破原有体制的制约,赋予乡村以新的活力。通过提高乡村地区在地方财政事务的参与度,有助于打破乡村居民的财政幻觉,为乡村治理体系注入更多开放性和公众参与元素。地方政府需主动向社会开放,积极吸引公众资金投入,接受社会监督,这将倒逼乡村治理走向扁平化、透明化的良性方向。同时,模式中地方政府间的竞争关系,一方面可能引发资源分配不均、恶性竞争等问题,另一方面也将激发各地方不断改革创新的内生动力,优化公共服务、打造独特文化魅力,以此吸引更多资金投入,形成一种新型乡村治理生态。更重要的是,这种创新尝试背后,体现了乡村治理重新审视乡村地区固有资源价

^①数据来源为日本总务省网站公布的统计报告:http://www.soumu.go.jp/main_content/000573243.pdf。

^②数据来源为日本总务省网站公布的统计报告:https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/file/results20200804-01.xlsx。

^③数据来源为日本总务省网站公布的统计报告:https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_zeisei/czaisei/czaisei_seido/furusato/topics.html。

值的理念,让传统文化资源不再是简单的保护对象,而是具有独特活力的城乡纽带。这种创新尝试的推进,必将为乡村振兴战略注入更多新动能。

参考文献:

- [1] 武靖国.日本“故乡税”经验及对我国乡村振兴的启示[J].地方财政研究,2023(10):97-112.
- [2] 郭佩,刘莉.日本乡村振兴的别样手段:故乡税制度的实施路径、效果及争议[J].世界农业,2022(08):41-50.
- [3] 张熠,陶旭辉,韩雨晴.人口流动与最优社会保障区域协调模式[J].经济研究,2023,58(02):124-140.
- [4] 伊藤敏安,イトウトシヤス.市町村のふるさと納税寄附金はどう使われたか?[J].修道法学,2020,43(1):59-107.
- [5] 松岡朋佳.地方教育費における「ふるさと納税」の意義[J].京都大学大学院教育学研究科紀要,2017,63:489-500.
- [6] 増田寛也.«地域消滅時代」を見据えた今後の国土交通戦略のあり方について[EB/OL].(2014-11-05)[2023-7-18].https://www.mlit.go.jp/pri/kouenkai/syousai/pdf/b-141105_2.pdf.
- [7] 橋本恭之,鈴木善充.ふるさと納税制度の検証[D].日本財政学会第72回大会報告論文,2015:1-49.
- [8] 保田隆明.ふるさと納税による地方の事業者育成支援効果[J].国民経済雑誌,2017,216(6):59-70.
- [9] 宋健敏.从中央政府的地区财力平衡措施到地方政府的互联网众筹工具——日本故乡税简介及启示[J].公共治理评论,2018(02):67-76.
- [10] 保田隆明,久保雄一郎.ふるさと納税における返礼品提供事業者の属性分析[J].日本ベンチャー学会誌,2019,33:57-62.
- [11] 安田信之助,小山修平.地域経済活性化とふるさと納税制度[J].城西大学経済経営紀要,2016(34):49-78.
- [12] 野田哲夫.全国アニメ聖地巡礼地アンケート調査による巡礼地域への影響・効果の研究[J].山陰研究,2021(15):137-155.
- [13] 岩永.顧客との持続的な関係を形成するリテンション施策の検討:ふるさと納税による地域商品の需要創造と「ふるさと意識」喚起[J].Direct Marketing Review:Journal of the Academic Society of Direct Marketing,2019(18):17-42.
- [14] 高橋勇介,要藤正任,小嶋大造.ふるさと納税は寄附か——ソーシャル・キャピタルの視点からの実証分析[J].KIER Discussion Paper,2018,1707:1-12.
- [15] 吴勇敏,竺效.论公益捐赠行为的法律性质[J].浙江大学学报(人文社会科学版),2001(04):129-136.
- [16] Yidan Chen.Internet Philanthropy in China[M].Singapore:Palgrave Macmillan,2021:287-310.
- [17] 水田健一.«ふるさと納税」制度とその問題点——寄付金税制のあるべき姿——[J].名古屋学院大学論集(社会科学篇),2017(3):57-80.
- [18] 稲田圭祐.ふるさと納税の改正とその影響[J].和光経済,2017,49(3):45-51.
- [19] 木村高宏.ふるさと納税の計量的検討[J].金沢法学,2021,64(1):15-36.
- [20] Eiji Yamamura,Yoshiro Tsutsui&Fumio Ohtake.Altruistic and Selfish Motivations of Charitable Giving:Case of the Hometown Tax Donation System[J].ISER Discussion Paper(1003),2017-05:1-26.
- [21] 武者加苗,ムシャカナエ.北海道内市町村におけるふるさと納税受入額の決定要因分析[J].札幌大学総合研究,2019,(11):49-57.

【责任编辑 孟宪民】