

# 企業版ふるさと納税に関する 意識調査結果

2024年7月



Impact  
Startup  
Association



## アンケート実施状況

---

### ■アンケート実施期間・方法について

- ・アンケート実施期間：2024年3月15日（金）～29日（金）
- ・アンケート方法：WEBアンケート及び用紙回答

### ■アンケート調査対象・アンケート回答数について

- ・アンケート対象：1626人（経済同友会会員）
- ・回収件数：74社
- ・回収率：4.6%
- ・有効回答：57社

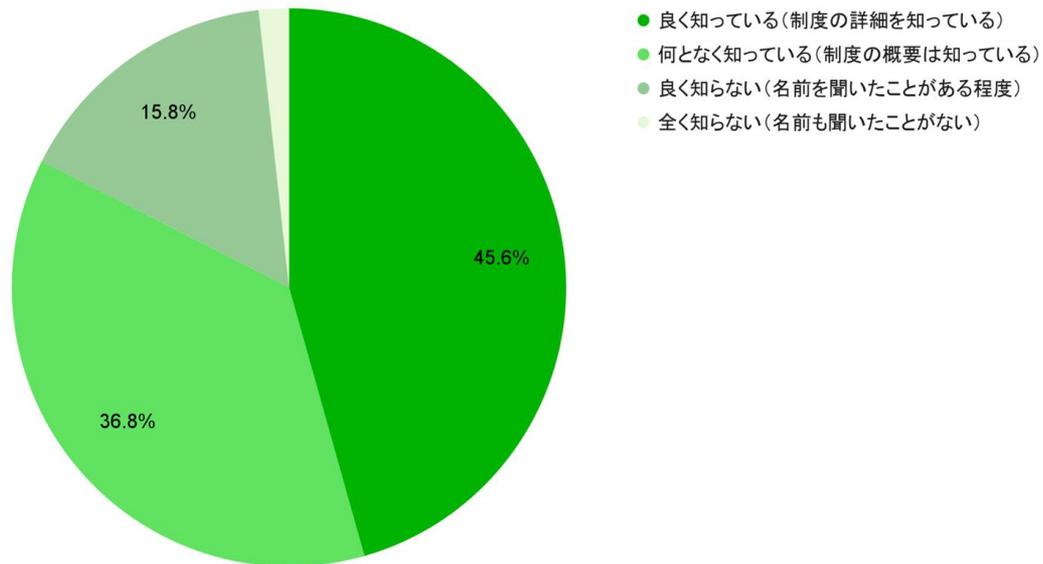
### ■注記

- ・回答の有効・無効について  
回答の重複があった企業は1件のみ回答を有効とした  
無記名の回答については無効とした

## 企業版ふるさと納税の認知について

ふるさと納税に対する認知度は、「良く知っている（45.6%）」  
次いで「何となく知っている（36.8%）」であり、  
82.4%の企業が制度の認知をしているという結果となった。

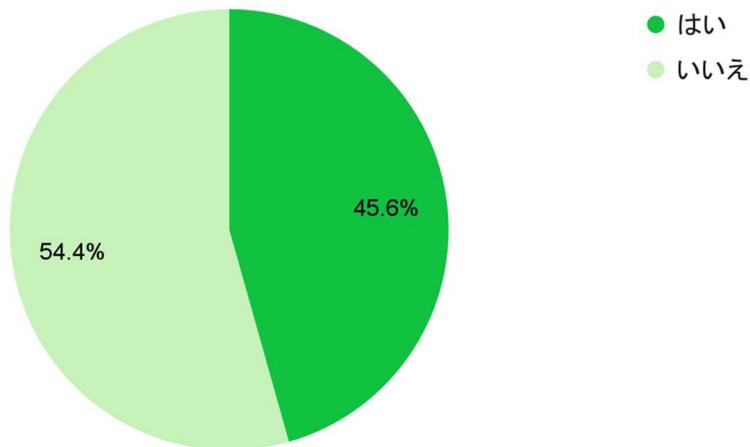
Q1「企業版ふるさと納税」という制度についてご存知でしたか？



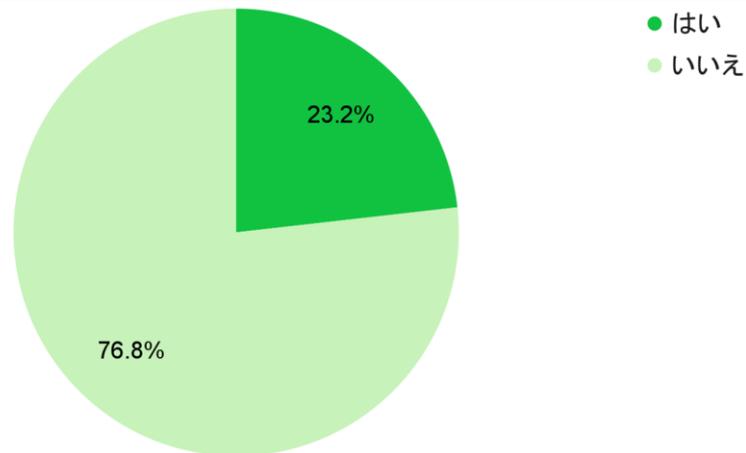
## 企業版ふるさと納税の認知について

企業版ふるさと納税ポータルサイトの認知/活用度について確認したところ、  
「企業版ふるさと納税ポータルサイトを知らない（54.4%）」、  
「使ったことがない（76.8%）」と認知・活用は十分に進んでいないことがわかった。

Q12 内閣官房・内閣府の「企業版ふるさと納税ポータルサイト」を知っていますか？



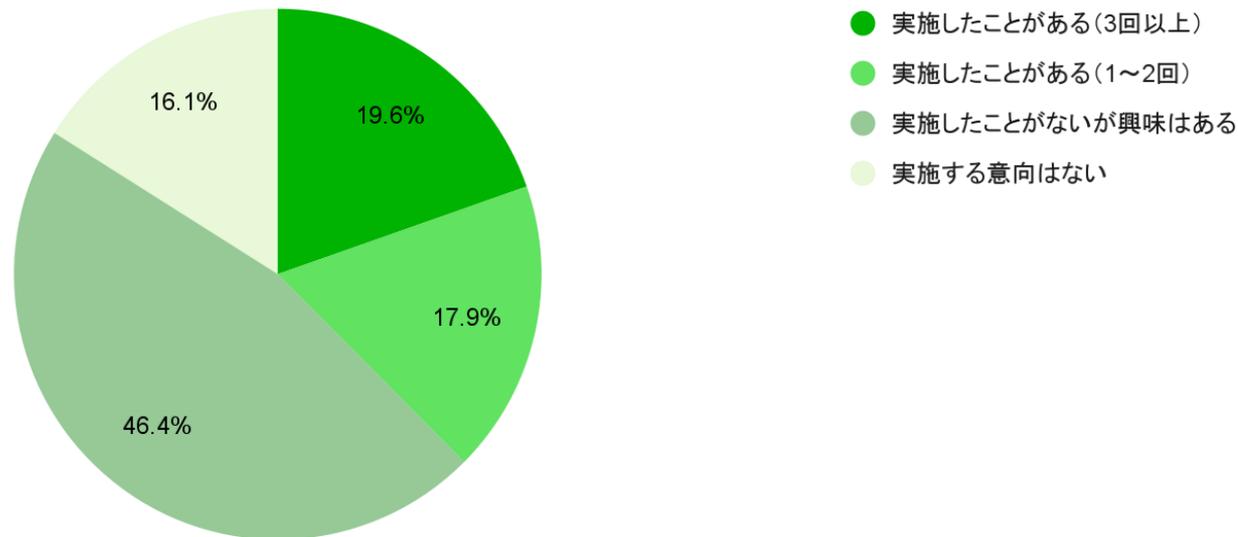
Q13 内閣官房・内閣府の「企業版ふるさと納税ポータルサイト」を活用したことがありますか？



## 企業版ふるさと納税に関する活用意欲について

企業版ふるさと納税の実施頻度を聞いたところ、「実施したことがないが興味がある（46.4%）」が最も高くなった。企業版ふるさと納税を実施したことがある企業の合計は37.5%であった。

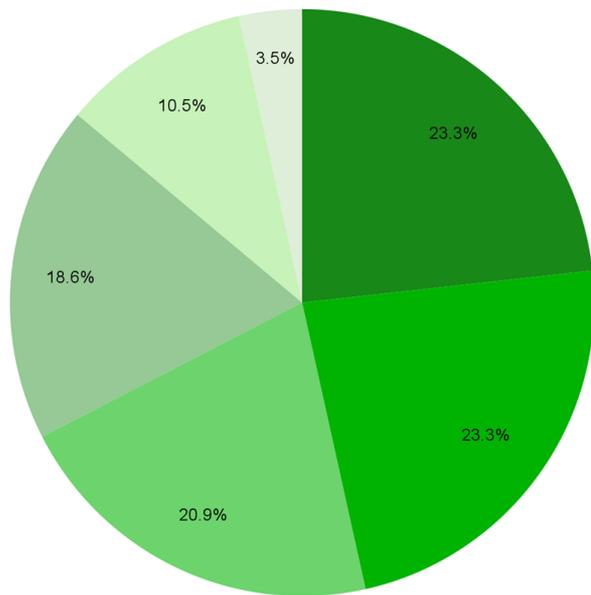
Q2 企業版ふるさと納税による寄付を実施したことがありますか？



## 企業版ふるさと納税が活用できない最大の理由について

企業版ふるさと納税の企業版ふるさと納税を活用できない最大の理由について  
「何故その自治体に寄付するのか、社内や株主に対して説明しにくい」  
「寄付による社会的意義（インパクト）がわかりにくい・見える化されない」が同率で23.3%となった。

### Q6 ふるさと納税の最大規模の寄付ができていない理由



- なぜその自治体に寄付するのか、社内や株主に対して説明しにくい
- 寄付による社会的意義（インパクト）がわかりにくい・見える化されない
- 寄付をしたことによる自社のメリット（広報価値など）がつかめない
- のちに控除されるとしても、いったん寄付全額がPLに計上されるので、株主への説明などが難しい
- 自己負担が最少となる寄付額の上限（課税所得の1%前後）が低すぎる
- 自社と関連のある自治体が企業版ふるさと納税の利用に前向きでない

## 現在の寄付額と、「活用できない理由」が解決された場合の寄付額について

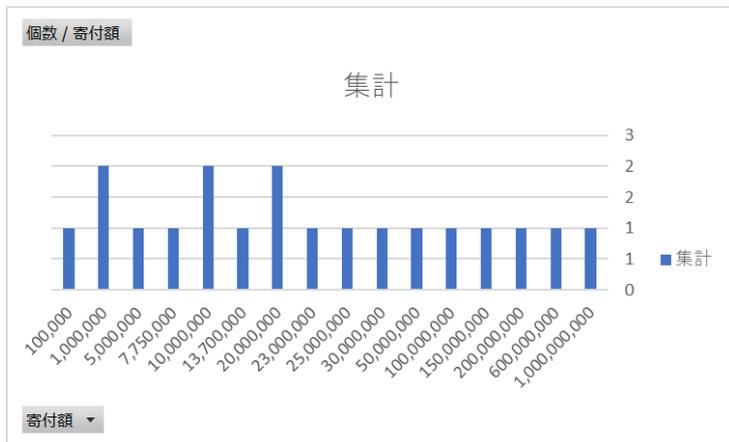
### 現在の寄付額と、「活用できない理由」が解決された場合の寄付額について

#### Q3 これまでの寄付累計額

実施件数：19件

寄付平均値：1億1千929万円

※有効回答のみ集計

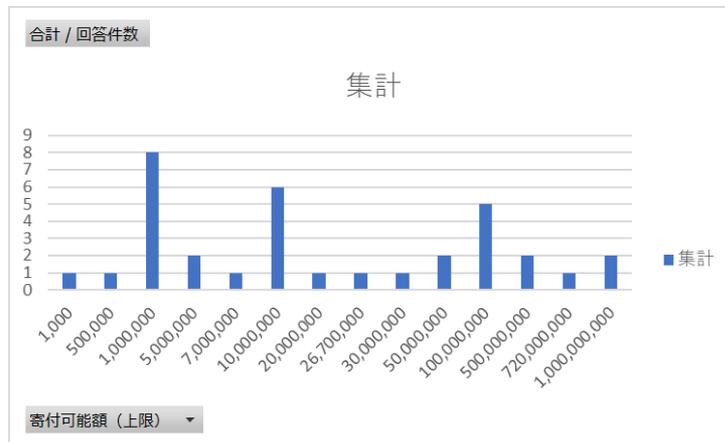


#### Q4 「寄付した場合、総額の9割が控除される（実質的な負担は1割）」場合行える最大の寄付額

回答数：36件

平均値：1億2千451万円

※有効回答のみ集計



## 企業版ふるさと納税の今後（税控除の特例期間）について

「期限を定めない、恒久的な制度とすべき(67.3%)」  
「現状と同じ（5年期限）とすべき（25.5%）」が9割以上を占め、  
「現状より短くすべき（7.3%）」は少なかった。

### Q10企業版ふるさと納税の期間について、「特例措置」のあるべき期間

