

企業版ふるさと納税を 「共助経営」の入り口として 社会的インパクトにつなぐ

共助資本主義の実現委員会 委員長／高島 宏平

インパクトスタートアップ協会 代表理事／米良 はるか

新公益連盟 理事／藤沢 烈

(インタビューは8月8日に実施)

「企業版ふるさと納税(地方創生応援税制)」は共助資本主義を体现する具体的な施策として期待されている。しかし、個人版のふるさと納税と比較してその規模は小さく、企業側の認知・活用も十分進んでいない。制度の活性化を目指し共同で提言を行った三者が「共助経営」の未来を語った。

この1年の経験を基に 3団体でまとめた提言を政府に手交

藤沢 新公益連盟ではこの1年間、奈良市と連携して共助事業を推進してきました。「企業版ふるさと納税」の枠組みで複数の企業の方からいただいた寄付を元手に、教育プログラムの形成を進めています。

実際にこの制度を活用して感じているのは、企業の方は単に寄付をするだけでなく、実際に行われた事業がどのような社会的成果を出しているのかという点にすごく期待されているということです。そのためNPOには、実行段階にもしっかりコミットし、どのような成果を出しているのか、絶えず発信していくことが求められていると強く感じています。

米良 企業版ふるさと納税という制度の活用を促進させるべく、政策提言を行いました。共助の取り組みを進める上で、この制度は非常に有効な手段となり得るものです。他方で、税額控除の仕組みが今後も延長されるのが未定なことや、実際に活用している企業

が使いづらさを感じている部分がある、という面もあります。企業版ふるさと納税は規模もまだまだ小さいのが実情です。

提言では、実際に活用されている取り組みの実例やアンケート調査を集積し、経済同友会、新公益連盟、インパクトスタートアップ協会の3団体連携という形で提言書にまとめ、財務大臣と総務大臣に手交いたしました。

高島 経営者の方とのコミュニケーションの中で初期から見てきたことは、2016年から始まった企業版ふるさと納税という制度がいまだ十分な理解を得られず、浸透していないことです。制度浸透に向け、周知のための有効な説明と制度の利便性向上が不可欠であるため、理解を得ていない理由と使いにくいポイントを抽出することが必要だと考えました。

能登半島地震が発生し、私の会社でも企業版ふるさと納税を通じて支援しようということになりました。実体験を通じて苦心した点など、体感も踏まえた提言となりました。

高島 宏平 委員長
オイシックス・ラ・大地
取締役社長

1973年神奈川県生まれ。98年東京大学大学院修了後、マッキンゼー日本支社入社。2000年オイシックス設立。2014年経済同友会入会。16年度より幹事、21年度より副代表幹事。17～21年度東京オリンピック・パラリンピック2020委員会、他多数の委員会委員長を歴任。21年度より広報戦略検討委員会(現・広報委員会)委員長、23年度より共助資本主義の実現委員会委員長。

3団体連携の意義は大きい 課題とあるべき姿のアジェンダ化

米良 提言をまとめるにあたり、3団体が連携して提言をまとめた意義はとて大きかったと思います。大企業経営者の会員の方が多い経済同友会、自治体と共に社会課題解決に取り組まれてきた新公益連盟、スタートアップ企業が集い社会課題に取り組もうとする当協会が企業版ふるさと納税に関係するさまざまなステークホルダーの声を集め、どのような制度が良いのか共に考え発信することで初めて、影響力と実効性のある内容になると思います。

経済同友会の会員所属企業へのアンケートでは、「実施したことがないが興味はある」という声が約半数を占めました。こうした企業側の声を聞くこと自体、政府としてもこれまであまり実例がなかったようです。

藤沢 受け入れる自治体側ではこれまでも積極活用を各方面に呼び掛けていたのですが、企業側の広がりが限られていたのが課題でした。今回、経済団体が方向性を示して旗振りをしたイン

米良 はるか READYFOR 代表取締役CEO

1987年東京都生まれ。2010年慶應義塾大学大学院卒業後、11年にクラウドファンディングサービス「READYFOR」をスタート。14年株式会社化。「人生100年時代構想会議」「未来投資会議」などの民間議員歴任。21年より内閣官房「新しい資本主義実現会議」民間議員。22年よりインパクトスタートアップ協会代表理事。

藤沢 烈 RCF 代表理事

1975年京都府生まれ。2001年一橋大学卒業後、マッキンゼー・アンド・カンパニー入社。11年RCF復興支援チーム(現RCF)設立。20年日本プロサッカーリーグ理事、パブリックアフェアーズジャパンアドバイザーを歴任。23年復興庁復興推進委員会委員。16年より新公益連盟事務局長。

バクトは大きく、省庁側でも敏感に受け止めていると感じています。

高島 企業版ふるさと納税に関する課題とあるべき方向性がアジェンダ化されたこと自体、今までになかったことだと思います。他の政策提言の中で触れられることはあっても、企業版ふるさと納税そのものが重要なアジェンダであるという認識は、これまで経済界では持たれていませんでした。他のステークホルダーの方と連携したことでアジェンダとして浮き彫りにできたことに、大きな価値を感じています。

「共助」が当たり前 企業と地域のマッチングにも発展か

高島 企業が共助の取り組みを行う場合、一般的には特定のテーマや地域を決めた方が、取り組みがサステナブルなものになると考えています。東京に本社があっても、ある一地域を決めて継続的に追いかけていくことが、企業にとって共助の基本姿勢になるのではないのでしょうか。企業版ふるさと納税はそんなコミットへの入り口、きっかけになれば理想的だと思っています。

現在、経済同友会でも企業とNPO、大企業とスタートアップ企業のマッチングが進められていますが、この制度が整った暁には企業と地域のマッチングという動きも加速するのではないかと期待しています。

藤沢 提言では、本社所在地への納税を可能にする、控除対象となる寄付金額の上限を引き上げる、寄付額の年度繰り越しを可能にするなど改正案を盛り込んでおり、企業がいつでもどこでもスピーディーに支援できる流れができることを目指しています。今年も災害が発生しています。被災自治体への支援に、この制度がさらに活用しやすいものとなればと考えます。

米良 税額控除の特例措置延長がなされ、これまで企業側で活用しづらい要因の一つであった損益計算書への計上の問題などが解消されれば、企業版ふるさと納税への認知・理解は高まり、規模も大きくなっていくと思います。一義的には自治体に入のお金が増えますが、自治体でも人材不足という課題があることが分かりました。企業版ふるさと納税を契機にNPO、スタートアッ

プ、あるいは大企業の民間のプレーヤーが連携の中へどんどん入っていければ、より良い形での共助の取り組みになっていくでしょう。

「共助経営」には リーダーシップが求められる

藤沢 提言活動を通じて、多数の企業の方にお会いしました。その中で、どの地域に支援を行うのかを非常に決めるに感じている担当者の方が多いと感じました。「なぜその地域なのか」という説明が難しく、結局立ち消えになっているケースも相当数、存在していることも分かりました。

企業版ふるさと納税の活用は経営トップのリーダーシップにかかっています。「この地域で、このテーマでいくのだ」と示していただくことが活用への第一歩だと思います。複数の場所に拠点を持っているケースもあるかと思いますが、ぜひ強いリーダーシップで方向性を示していただければと感じています。

米良 政策のあるべき方向性をまとめた提言を政府に働き掛け続けていく必要がある一方、企業側の認知・理解を

提言概要(7月16日発表)

「企業版ふるさと納税」の活用促進に向けた提言 ～「共助」による社会課題解決の流れを加速する～

高めていく活動も非常に重要だと感じています。企業版ふるさと納税は使えるかも、と考えていても実行に移す意思決定にまでは至っていないという企業も多数あると思います。制度自体を使いやすくしていくのと同時に、企業が能動的に活用していけるようなマインドセットにしていくことが、私たちの大事な役割だと思っています。

企業のミッション、パーパスから逆算して、自社の取り組みとしてどのようなことができるのか、事業の成長とともに地域社会をどう良くしていけるのか。多くの企業の方にそのようなスタンスで取り組んでいただければと思いますし、その一環として、企業版ふるさと納税をぜひ活用していただければと思います。

高島 経済同友会の中で「共助経営」という言葉を耳にするようになりました。経営者自身がわが事として、共助を捉える機運が高まっていると感じます。

共助経営は10年後の「当たり前」についての議論なのだと思います。例えば、ガバナンス経営やパーパス経営など、10年前には当たり前ではなかったことが現在の常識となっています。共助経営も同様に当たりのものとなっていくと考えており、企業版ふるさと納税は一つの使いやすいツールになっていくのだと思います。

今回の提言活動では、共助資本主義に理解の深い政治家や官僚の方との対話も欠かせないと感じました。民と官が一緒になって具体的な議論を重ねる中で、共助領域に関するリテラシーを共に高めていくことが必要です。

本委員会では共助に関してさまざまなことを議論しています。提言活動を長期的な視点で捉えた場合、垣根を越えたコミュニケーション、仲間づくりこそが大切ではないかと考えています。

2023年4月7日に経済同友会は、日本経済が活力を取り戻し、持続的成長を実現するモデルとして「共助資本主義」を提唱した。

共助資本主義とは、民主導による成長と共助が両立したウェルビーイングの実現を目的とする。成長だけではなく、ソーシャルセクターと連携し社会課題を解決する共助により、包摂ある社会をつくることを目指す。そのためにヒト・モノ・カネ・データをダイナミックに循環させ、新たな需要とイノベーションを創出することを目指している。

この循環を生み出すエンジンとして期待されるのが「企業版ふるさと納税」(正式名「地方創生応援税制」)である。企業が利益の一部を自治体に寄付し、社会的事業に活用する制度は、まさに「共助」を体現する制度である。企業版ふるさと納税の規模は2016年度(導入初年度)と比

較すると、22年度では件数にして16倍、金額にして45倍に増加しているが、総額は341億円程度と、個人版のふるさと納税(22年度9,645億円)に比べ、30分の1程度にすぎない。

「共助」を実現するエンジンとして企業版ふるさと納税の規模の拡大が求められる一方、昨今、寄付に対する「経済的な見返り」を過度に求めたと疑われる事例も報告されており、「地方創生の推進の応援」という制度・枠組みの趣旨を踏まえつつ、規模の拡大を実現するバランスの取れた施策が必要になる。

インパクトスタートアップ協会、新公益連盟および経済同友会では、規模の拡大を実現するバランスの取れた施策が必要と考え、連携して提言を取りまとめた。提言にあたっては、経済同友会の会員所属企業にアンケート調査を実施し、57社から回答を得て、その内容を踏まえた。

I 税額控除の特例措置の延長

●税額控除の特例措置は延長すべきであり、その期間は少なくとも現状と同様(5年間)もしくはそれ以上とすべきで

ある。また、恒久的な措置とすることも検討すべきである。

II 寄付側(企業側)の利用を促進するための施策

①企業が株主に対して寄付の意義を説明しやすくする施策

●本社所在地の自治体に対する使用用途指定型納税を導入し、本社所在地への企業版ふるさと納税を可能にすべき。

●防災時、被災自治体に代わり、被災していない自治体が寄付金を受け付け、寄付金を被災自治体に送る「代理寄付(災害支援)」の仕組みを導入すべき。

●国の事業としてインパクト評価を行う調査事業を行うべき。

●自治体の取り組みとのマッチングを支援する仕組みを強化すべき。

②寄付金の損益計算書への計上方法の見直し

●企業による活用が進まない要因の一つとして、いったん寄付全額が損益計算書(PL)に計上されるので、株主への説明などが難しいことが考えられる。

●したがって、寄付金の全額を損益計算書に計上するのではなく、税額控除された後の実質寄付額を損益計算書に計上することを許容する(日本公認会計士協会などで民間企業における会計にかかる表記のルールや慣例などにおいて対応すべき点)。

●国が株主向けに税控除の仕組みについて分かりやすく説明する資料を作成することで、株主への説明をしやすくする。

③税額控除の範囲の拡充・長期的な視点を持った柔軟な枠組みの導入

●税額控除が最大(税額控除と損金算入による軽減を合わせて約9割)になる寄付金額の上限が設けられている点はボトルネックと考えられる。税額控除が最大となる寄付額の上限を、現行の課税所得の約1%から5%程度にまで引き上げるべき。

●寄付額の多寡に応じて、優遇措置の内容を段階的に拡充させる仕組みを導入すべき。

●企業側は寄付に対する予算を年度初めに計上しなければならないケースが多いが、その時点では利益は確定できないので、寄付への枠を取りにくい。寄付額が上限を超えた部分について、一定期間内に繰り越して特例措置の対象とできる制度を導入すべき。



詳しくはコチラ