

大船渡市議会議長 様

清陵会 岡澤駿

調査研究報告書

このことについて、下記のとおり調査しましたので、報告します。

記

1 日程

令和 6 年 7 月 9 日から 10 日まで（2 日間）

2 場所

- （1）株式会社 RCG（東京都中央区日本橋本石町 3 - 3 - 5）
- （2）株式会社エージェント（東京都渋谷区道玄坂 2 - 25 - 12）

3 内容

企業版ふるさと納税制度の動向について、大船渡市からマッチング支援業務を受託している東京都内に所在する事業者へヒアリングを行い調査したもの

4 所感

- （1）企業版ふるさと納税制度の近年の動向として、
 - ① 個人版に比べ社会的認知度は低い、寄附実績は個人版よりも伸び率が高い
 - ② 現物寄附について、従前は原価による寄附額計算であったものが、内閣府の見直しにより定価による寄附額計算が可能となり、現金よりも現物による寄附の伸びが好調である
とのこと
- （2）企業側の動向として、
 - ① 期末決算の見通しが出る時期に寄附を検討するケースが多く、1 から 3 月が寄附先及び内容調整のピークとなる
 - ② そのため、1 ～ 3 月に寄附申出と関連する予算調製、事業計画の修正等に柔軟に対応できる自治体が寄附先として好まれやすい
 - ③ 中長期的な関係になることや、寄附実績をしっかりと PR してくれるのか、に重きを置き、自治体担当職員の人柄を重視する企業も多く、自治体職員による競争コンペにより、書類時点で想定していた自治体から変更された事例も間々あるとのこと
とのこと
- （3）マッチング支援を行う事業者としては、現物寄附は現金よりも自治体のニーズが具体的に把握できていないと企業・自治体への紹介が難しいため、事業者とコミュニケーションを密にとる自治体は仕事が行いやすく寄附実績が伸びやすいとのこと
（関東圏外の自治体の一部は、定期的に直接、打合せを行っているとのこと）
- （4）今回の調査結果を令和 6 年第 4 回定例会の一般質問に反映する等、企業版ふるさと納税制度を活用した大船渡市の地域振興に向けた議論に活用することができた