

## ポストコロナでの財源の確保について

今定例会でも本市の財政状況の厳しさについては多くの議員から何度も議論がなされております。

そして答弁によって、一般会計予算要求額と査定額とのかい離は100億円を超えており、件数や額などの把握は困難とのことでしたが、多くの新規事業や既存事業の拡充を見直したとのことが明らかになりました。

各部署は多くの事業を縮減し、特に新規事業については断念したものと推察します。

また今定例会での質疑や令和2年度川越市中期財政計画におきまして、歳入について市税は新型コロナウイルス感染症の影響による企業収益の低下や、雇用・所得環境の悪化などによって個人住民税、法人市民税などが減少するとともに、歳出については少子高齢化や生活保護の増加等により増加傾向が続く見通しから、大幅に歳入が不足すると示されております。

今後5年間の財政収支見通しにおきましても令和6年度で136億6千9百万の不足、令和7年度で112億6百万の不足と今後も極めて厳しい財政状況が続くものとされております。

そのような状況の中、長期的な税収確保策としては企業誘致や地域活性化施策などが進められておりますが、回復までには相当な時間が掛かってくるものと考えられます。

2月20日 日本経済新聞では、新型コロナウイルス対策費がかさみ19府県の来年度予算が過去最大となった一方で、企業業績悪化で税収が落ち込み、地方債の発行額を増やして財源を確保し、更に貯金も取り崩し財政運営は厳しさを増すとありました。

19日開会した埼玉県議会においても一般会計当初予算案の規模は2兆1198億円と初の2兆円を超え過去最大となっておりますが、財政状況は厳しいとのことであり、財政状況のひっ迫は本市に限ったことではありません。

そのような中、先日埼玉新聞にてコエドビールで有名なCOEDOが川越祭りを応援し、復活を祈念するために特別醸造したクラフトビールを発売し、売り上げの一部を次年度の祭り開催のため川越市に寄付されるとの記事がありました。

地元のために貢献しようとする姿勢に対しまして心からの敬意を表しますとともに、いち市民として非常に誇りに感じております。

そのような背景から、本市の財政状況を早く、且つ少しでも改善するためには、即効性のある歳入確保策が必要だと考えます。

即効性のある歳入確保策としましては、以前樋口議員が提言しておりましたネーミングライツや未利用地などの公有財産の利活用、そしてこれまで多くの議員が指摘をしてきました個人版ふるさと納税などが考えられるところです。

個人版ふるさと納税については、今定例会で我が会派の三上議員の代表質疑に対する答弁では、今年度より返礼品提供事業者の公募により、導入時21種類だった返礼品数が今年2月時点で202種類まで増加し、結果として今年度12月時点では、個人版ふるさと納税による寄付件数1602件、寄付金額5842万6千円となり、それぞれ前年同月比で件数73%増、金額65%増とのことであり、本市にとって非常に大きな財源であると考えております。

一方、ふるさと納税制度には企業版もあり、この企業版ふるさと納税については、平成28年9月定例会 その制度創設の際に我が会派の吉野議員が一般質問にて取り上げておりません。

当時の会議録を見ると次のように答弁がされておりました。

企業版ふるさと納税は、平成二十八年度の税制改正において、地方創生応援税制として創設され、個人版ふるさと納税が居住地を含め、例えば出身地や子供のころ育った自治体に対して個人が行うことができる寄附に対して、企業版ふるさと納税は、企業の本社が所在する自治体以外への寄附が対象となっており、自治体による地方創生のプロジェクトに対して企業が行う寄附となります。

そして個人版ふるさと納税は、地域の特産品のような返礼品を送付している自治体が多いのに対して、企業版ふるさと納税におきましては、寄附を行うことの代償として経済的な利益を供与することは禁止されています。

自治体は寄附を受ける場合、地域再生計画として国の認定を受ける必要があります、認定を受ける条件としては、一社以上の寄附を行う法人の見込みが立っていることなどがが必要です。

また寄附をする企業としては、地方創生事業に寄附することにより、地域貢献など企業のイメージアップのほか、寄附額の約六割に相当する額の税の軽減効果が得られるといったメリットがあります。

ただ企業版ふるさと納税の活用にあたっては、税制上の優遇があるとはいえ、企業の負担が生じることなどがあり、寄附を募ることはそう容易なことではありませんが、本市が総合戦略に掲げた事業の実現を目指すに当たりましては、財源確保の方策の一つとして有効と考えられますので、本市の事業に対する企業版ふるさと納税に理解が得られるよう、積極的にPRに努めてまいりたいと考えております、との前向きな答弁が確認できます。

そこで制度開始から約5年が経ち、今年度、企業版ふるさと納税制度が改正されたことから、即効性のある財源確保策として有効に活用できないか、という思いで現状把握も含めま

して質問を行ってまいります。

### 【1回目】

まず1回目の1点目として、

●令和2年度の制度改正により企業版ふるさと納税はどのように変わったのか？

A：令和2年度の税制改正により、企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）は、地方公共団体にとりましては、国が認定した地方公共団体の地方創生事業に対して寄付を受け入れることができ、企業にとりましては寄付を行った場合に、法人関係税から税控除がなされる制度であり、平成28年度から開始されたものでございます。

地方公共団体は、企業版ふるさと納税を活用するためには、事前に総合戦略を策定し、当該戦略に基づく地域再生計画を作成した上で、国の認定を受ける必要がございます。

令和2年の税制改正では、

- ・税額控除の特例措置の適用期限が令和6年度まで延長
- ・寄付企業の税の軽減効果が、寄付額の最大約9割となる税額控除割合の引き上げ
- ・地方版総合戦略の抜粋・転記による地域再生計画の認定申請等、認定手続きの簡素化などの変更がなされました。

2点目としまして、

●県内、他自治体の企業版ふるさと納税の活用状況、についてお伺いします。

A：内閣府ホームページで公表されております資料によりますと、令和元年度では、県内4市1町で寄付の実績がございます。

自治体名、事業名、金額の順に申し上げますと、

熊谷市、ラグビーによる街づくり事業、10万円、

所沢市、住んでみたい・訪れてみたいまち所沢プロジェクト、10万円

狭山市、潜在的な魅力発見！モノづくりのまち 狭山、10万円

深谷市、郷土の偉人渋沢栄一顕彰×承継プロジェクト、5540万円

川島町、川島町子育て支援総合センター整備計画、55万円

となっております。

3点目としまして、制度開始からおよそ5年が経過しておりますが、

●企業版ふるさと納税制度の現在の対応状況はどのような状況なのか？

A：平成31年の税制改正におきまして、地域再生計画の申請時に1社以上の寄付企業を確保しなければならない、といったそれまでの要件が廃止されたことから、本市では、当初認定されておりました、地方創生推進交付金に係る地域再生計画の変更申請を国に行い、令和2年度につきまして、「DMO川越の運営」「フィルムコミッション事業」といった地方創生推進交付金事業に対して、企業版ふるさと納税の受け入れが可能となるようにいたしました。

た。

令和3年度以降につきましては、企業版ふるさと納税の受け入れを可能とするため、新たに地域再生計画を申請し、現在、国からの認定を待っている状況でございます。

4点目としまして、

●本市の企業版ふるさと納税対象事業への寄付の実績はどうなっているのか？

A：本市の企業版ふるさと納税対象事業への寄付実績について、でございます  
本市におきまして企業版ふるさと納税を受け入れる条件が整いましたのが令和2年度から  
ございまして、これまでのところ、寄付の実績はございません。

5点目としまして、

●企業版ふるさと納税について現在どのようにPRし、寄付を集めようとしているのか？  
お伺いします。

A：企業版ふるさと納税について現在どのようにPRしているかについて、でございます。  
現在、市ホームページの「川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の項目内で企業版ふる  
さと納税制度の概要をご案内している状況でございます。

また、内閣府ホームページではございますが、国が企業版ふるさと納税をPRするために作  
成しました「企業版ふるさと納税対象事業（埼玉県）」におきまして、本市の地域再生計画  
が掲載・PRされている状況でございます。

6点目としまして、今定例会の市政報告でも示されておりますように

●川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略が来年度からの川越市総合計画後期基本計画に包  
含されることとなりますが、企業版ふるさと納税にはどのような影響があるのか？をお伺  
いしまして1回目とします。

A：総合戦略が総合計画に包含されたことによって、本市の企業版ふるさと納税はどのよう  
になるのかについて、でございます。

本市では、個々の予算事業ではなく、総合戦略が包含された第四次川越市総合計画後期基本  
計画における施策を記載した地域再生計画を作成し、現在国の審査、認定を待っているところ  
でございます。

当該計画が認定された場合におきましても、地方創生の観点から効果の高い事業が対象と  
なるという要件や、地方創生関連交付金以外の交付金が充当されている事業は基本的に対  
象外などといった制約は引き続きありますが、企業版ふるさと納税の対象とすることが可  
能となる分野が広がるものと認識しております。

## 【2回目】

本市のふるさと納税事業は、平成31年の制度改革によって対象事業を認定申請し、令和2年度から企業版ふるさと納税対象事業が認定され開始されたと理解しました。

そして令和2年度の制度改革によって地域創生応援税制つまり企業版ふるさと納税制度の適用期間が令和6年度まで延長され、併用可能な国の補助金・交付金の範囲が拡大、税控除の割合もそれまで最大で6割だったものが9割と拡充されたとのことでした。

事業を実施する自治体にとっては活用し易い体制となり、企業にとっても税の軽減効果が上がり非常にメリットが大きくなったものと考えます。

県内他自治体の活用状況では、隣接する狭山市や川島町でも寄付実績が上がっており、深谷市では5540万円もの寄付実績があるとのことでした。

10万円から5000万円以上と開きはあるものの、深谷市の渋沢栄一事業では、現在の機運の高まりがあるとしても5540万円もの寄付があり、歴史のある川越でもその可能性を感じますとともに、たとえ10万円であっても貴重な財源となるのではないのでしょうか。ちなみに全国では、数億円などといった寄付実績を上げている自治体もあります。

一方、本市においては、現在までのところ寄付実績はなく、企業版ふるさと納税制度についてのPRは本市及び内閣府地方創生事務局ホームページでの掲載のみ、とのことでした。寄付を募るということは簡単なことではなく、個人版ふるさと納税であるならば、税控除と返礼品といった寄付者のメリットが明確なため、今年度大幅に寄付額が増加したのは、返礼品を見直したところによるところが大きいものと考えております。

それに対して、企業版ふるさと納税では税控除はあるものの、返礼品と言った分かり易い特典はなく、寄付企業にしっかりと説明をして事業の趣旨に賛同していただくことこそが寄付に繋がるものと考えております。

内閣府地方創生推進事務局が提供している企業版ふるさと納税活用事例集を見ますと、その多くの自治体では独自のパンフレットなどを作成して売り込みを図っておりますが、2回目の1点目としまして、

●今後、企業版ふるさと納税対象事業を広くPRするために何か実施する考えはあるのか？お伺いします。

A：今後、企業版ふるさと納税対象事業を広くPRするために何か実施する考えはあるのかについて、でございます。

現在は、市ホームページへの掲載のみでございますが、先進自治体の状況などを参考に、新たな取り組みも検討してまいります。

また、国等が実施いたします、無料での参加が可能な、企業とのオンラインによるマッチング会への参加なども検討してまいりたいと考えております。

川越市まち・ひと・しごと創生総合戦略が川越市総合計画後期基本計画に包含され、施策での認定申請が可能となり、現在申請しているものが認定されれば、これまでよりも多くの事業が対象となることのご答弁でした。

裏を返せば、ご答弁にもありましたように、認定がこれまでのような個々の事業ではなく、施策といった大枠での包括的な認定となるということとなります。

寄付を出す企業の立場に立てば、何にどのように使われるのか、寄付をしようとする事業が明確であり、どんなことに貢献できるのか、どのようなメリットが得られるのかが大事なのではないのでしょうか。

例えば、これが企業版ふるさと納税対象事業と認定されるかは分かりませんが、子ども子育て支援に寄付金は使用しますというよりも、経済的に支援が必要な家庭への子育て支援、具体的には子供食堂運営、フードバンク運営などに使わせていただきます、と伝えることで賛同も得られるものと考えております。

そこで2点目としまして、

●仮に現在申請している地域再生計画が認定されたとしても、企業から寄付を募るためには、寄付対象事業をより具体化してPRしていく必要があると考えますが、市の考えをお伺いします。

A：企業へ寄付を募るため事業を具体化したうえでPRすべきとの考えについて、でございます。

各企業におきましては、寄付に対する考え方のほか、対象になる事業とのかかわりなど、様々な状況を踏まえての寄付の判断をするものと思われまます。

本市の事業に対する企業版ふるさと納税にご理解をいただくにあたっては、地域や社会貢献といった寄付の利点を感じてもらえるよう、企業版ふるさと納税対象事業の目的や内容を分かり易く説明し、広く知っていただくことが重要であると考えます。

現在国へ申請中の地域再生計画が認定されましたら、まずは市ホームページで分かり易く説明、ご案内していくなど、積極的にPRしてまいりたいと考えております。

さらに、寄付実績がある自治体では、寄付を募るために全庁一丸となって取り組んでいることが企業版ふるさと納税活用事例集では伺えますが、3点目としまして

●これまで企業版ふるさと納税寄付額の目標額はあったのか？をお伺いして2回目とします。

A：これまで企業版ふるさと納税寄付額の目標額はあったのかについて、でございます。

令和2年に変更申請し認定されました現在の地域再生計画におきましては、寄付金額の目安として、本事業に対しまして10万円と設定しております。

### 【3回目】

寄付企業側に立った事業の具体化、各企業への丁寧な説明、新たな取り組みなどの必要があるとのことご答弁をいただきました。

またこれまで地域再生計画の認定申請に際して寄付金額の目安は10万円で設定しているとのことご答弁でした。

しかしながら目安10万円という額は制度上の寄付最低額であり、その事業に対してどれくらいの寄付を募るといった意思の入った目標額ではないと言えます。

売り物があり、目標があり、プレゼンするためのツールなどがあり、そしてさらにそこに目標達成するという意思があって初めて結果は付いてくるものではないのでしょうか。

そして企業の経営者はお金を使うことにシビアな一方で、その企業の経営理念と合致するなど必要と思えばお金を出すでしょう。

そのためには経営者の心を揺さぶるような事業を企画し、心を揺さぶるようなプレゼンをしていくことが必要不可欠と考えます。

世界で最も100年企業が多いのは日本で、全国には創業100年を超える企業は3万社以上あると言われております。

例えば全国の100年企業に対して100周年を共にお祝いしませんか、といったアプローチもできるものと考えます。

また川越青年会議所やロータリークラブ、ライオンズクラブなど既に本市に対して様々な形でご協力をいただいている団体などは全国的な組織であり、そのような団体などを通して全国にPRするなど売り込み方はいくらでも考えられます。

そこで最後の質問としまして、

●今後地域創生課が政策企画課と合流し、連携がさらに取り易くなることから、今後は後付けで企業版ふるさと納税を活用するのではなく、企業版ふるさと納税活用前提で各課とともに事業を考え、目標寄付額を達成するために企業経営者へ事業に対する思いやメリットなどを積極的にPRする経営視点が必要であり、財政状況が厳しい今こそ、しっかりと意思を入れて取り組むべきであると考えますが市の考え、をお伺いしまして私の一般質問とします。

A：企業版ふるさと納税の活用を前提として事業を考え、PRしていくことについて、でございます。

財政状況が厳しい中であっても、地方創生事業を実施していくにあたりましては、企業版ふるさと納税を含め、充ち可能な財源を広く検討し、財源の確保を念頭に置きつつ事業を企画・立案していくことが必要であると考えております。

企業版ふるさと納税を財源確保の方策の一つとして活用する場合、本市の事業に対する企

業版ふるさと納税への企業の皆様の理解が得られるよう、その事業の目的や内容について積極的にPRしてまいりたいと考えております。