

研究員 の眼

返礼品競争から脱却できるか？

ガバメントクラウドファンディングとしての機能

金融研究部 主任研究員 高岡 和佳子
(03)3512-1851 takaoka@nli-research.co.jp

2017年9月26日、都道府県知事および市区町村長宛に、ふるさと納税のさらなる活用に関する総務大臣書簡が発出された。書簡によると、総務大臣には、ふるさと納税の有効活用のために重視している事が2つある。1つ目は、ふるさと納税の使い途を地域の实情に応じて工夫して、事業の趣旨や内容、成果をできる限り明確化することであり、2つ目は、ふるさと納税をしていただいた方との継続的なつながりである。これを前提に、総務省から、3つの支援策（「ふるさと起業家支援プロジェクト」、「ふるさと移住交流促進プロジェクト」および「優良事例集の作成による横展開」）が示されている。

今回は、支援策の1つ「ふるさと起業家支援プロジェクト」に焦点を当てる。「ふるさと起業家支援プロジェクト」の目的と概要は、図表1に示すとおりである。筆者には、このプロジェクトに関し、思うことが2つある。

図表1：ふるさと起業家支援プロジェクト

目的	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方団体による地域の起業支援を促すとともに、ふるさと納税の仕組みを活用して地域の外から資金を調達することによって、地域経済の好循環の拡大を図る。 ● ふるさと納税を活用する事業の内容を具体的に明示して、ふるさと納税を募集することを通じて、寄附文化の醸成を図る。
概要	<ul style="list-style-type: none"> ● 地方団体は、クラウドファンディング型ふるさと納税を活用し、地域資源を活用して地域課題の解決に資する事業を立ち上げる起業家に対し、事業に共感する方からふるさと納税を募り、補助（資金提供）を行う。 ● 起業家は、寄附者を「ふるさと未来投資家」として位置付け、支援先の事業に継続して関心をもってもらうための工夫を行う。 ● 地方団体がふるさと納税を財源に企業家へ補助する金額(①)に上乗せして、地方団体が企業家に対して事業立ち上げの初期投資費用を補助する場合、総務省が特別交付税措置により支援（但し、①に応じ上限有り）

(資料)総務省「ふるさと納税を活用した地域における起業支援及び地域への移住・定住の推進について」に基づき作成

【ふるさと起業家支援プロジェクトに対する危惧】

筆者は、このプロジェクトの意義は、ふるさと納税に対する利用者の視点を返礼品から用途に移すことにあると理解している。しかし、結局返礼品競争に終始するのではないかと、返礼品競争の新たな抜け道になるのではないかと危惧している。そのように考えるのは、概要の2つ目「支援先の事業に継続して関心をもってもらう為の工夫」の具体例として「自社製品の試供品等の送付、事業所見学への招待、起業が成功した際の新製品の贈呈」が例示されているからだ。用途に視点が移っているようだが、試供品や新製品と名称が異なるだけで、結局返礼品競争に終始するのではないだろうか。加えて、「起業が成功した際の新製品の贈呈」が厄介で、新たな返礼品競争の抜け道になることを懸念している。

起業家の事業に関する審査項目として、事業の公益性や採算性の他、自社製品の送付等がふるさと納税の趣旨に沿ったものであるか等が例示されている。御存知の通り、3割を超える返礼割合のものは、ふるさと納税の趣旨に反するとされている（2017年4月の総務大臣通知）。では、起業が成功した場合にのみ贈呈される場合、何割以下までなら許容されるのだろうか。「確実にもらえる3割相当の返礼品」と「成功した場合に限りもらえる3割相当の贈呈品」では、釣り合わない。投資理論に基づけば、不確実性を伴う場合の適切な贈呈割合は起業が成功する確率に大きく依存する。しかし起業が成功する確率を正しく見積もることはできない。起業が成功する確率を正しく補足できない以上、起業が成功した際に贈呈される新製品の適正割合は設定できない。これが、返礼品競争の新たな抜け道になることを危惧している。

【ふるさと起業家支援プロジェクトに対する期待】

一方、筆者は、このプロジェクトによって自治体間の競争の適正化と、都市部住民が抱える課題解決につながることに期待している。東京23区で構成する特別区長会は、「ふるさと納税」に関する要望（2017年3月23日提出）において、待機児童対策に必死に取り組んでいる特別区にとって、ふるさと納税による特別区民税の減収（区立保育所（100人規模）109所分の年間運営費に相当）が大きな痛手になっていると訴えている。それなら、当該プロジェクトを活用すればよいのではないだろうか。地域課題に直面している居住者ほど、課題解決に資する事業に共感しやすいはずだ。ならば、居住者の多い都市部ほど、潜在的支援者も多いはずだ。当プロジェクトの目的に「地域の外から資金を調達する」との文言があるが、居住する地方団体に対する寄附もふるさと納税制度の対象となる。居住者への返礼品送付は、ふるさと納税の趣旨に反するとされているが、居住する地方団体に寄附する事で、日常生活の利便性に繋がるならば、返礼品を求めない寄附者（居住者）も多いのではないだろうか。

ふるさと納税の意義の一つに、「自治体が国民に取組をアピールすることでふるさと納税を呼びかけ、自治体間の競争が進むこと。それは、選んでもらうに相応しい、地域のあり方をあらためて考えるきっかけへとつながります。」とある。この意義に照らせば、都市部の取るべき戦略は、地域で営業する輸入業者が取り扱うフランス産ワインを返礼品とし、非居住者から寄附を集める事ではなく、地域課題の解決の道筋を示し、居住者から寄附を集める事ではないだろうか。

(お願い) 本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。