

(様式第1号)

■ 会議録 □ 会議要旨

会議の名称	第1回芦屋市行政アドバイザー会議
日時	令和6年9月17日(火) 午後3時～午後4時
場所	芦屋市役所 東館3階 大会議室
出席者	会長 林 昌彦 委員 石黒 一彦、寺見 陽子、苫野 一徳、加藤 義夫、 浅見 雅之、窪田 幸子、松葉 貴義、宮地 良彰
事務局	企画部 部長 柏原 由紀 市長公室 室長 伊藤 浩一 政策推進課 課長 田中 孝之 係長 内野 裕太 主査 真田 孝広 課員 正好 隆裕 課員 西畑 裕人
会議の公開	■ 公開 ----- □ 非公開 □ 一部公開 会議の冒頭に諮り、出席者全員の賛成により決定した。 〔芦屋市情報公開条例第19条の規定により非公開・一部公開は出席者の3分の2以上の賛成が必要〕 <非公開・一部公開とした場合の理由>
傍聴者数	0人(公開又は一部公開の場合に記入すること。)

1 会議次第

- (1) 開会・委員委嘱
- (2) 企画部長あいさつ
- (3) アドバイザー自己紹介
- (4) 市関係職員等の紹介
- (5) 議題
 - ア 行政アドバイザー・第2期芦屋市創生総合戦略について
 - イ 企業版ふるさと納税について
 - ウ その他

2 提出資料

- 資料1：第1回芦屋市行政アドバイザー会議 次第
- 資料2：芦屋市行政アドバイザー 名簿
- 資料3：行政アドバイザーについて
- 資料4：総合計画(創生総合戦略)と企業版ふるさと納税の関係性
- 資料5：もっと芦屋市を知るガイドブック
- 資料6：企業版ふるさと納税制度説明用資料
- 資料7：地域再生計画
- 資料8：企業版ふるさと納税の効果検証について
- 資料9：企業版ふるさと納税に係る周知文(案)

3 審議内容

事務局／伊藤：それではただいまより、行政アドバイザー会議を開催いたします。本日はお忙しい中、ご出席を賜り、誠にありがとうございます。政策推進課の伊藤と申します。審議会ではございませんので、事務局にて進行させていただきます。

芦屋市では、現在令和8年度からの総合計画の策定を進めております。現在進行中の第2期創生総合戦略と関連する企業版ふるさと納税制度を中心に、ご助言を賜ればと考えております。本日の次第は資料にあるとお進めさせていただきます。また、誠に勝手ではございますが、委嘱状につきましては、机に置かせていただきましたので、ご確認いただきたいと思います。

<次第2 企画部長あいさつ から 次第3 アドバイザー自己紹介まで省略
会長選出は、互選により会長に林委員が選出された。

次第4 市関係職員等の紹介まで省略>

事務局／伊藤：会議録作成にあたり、録音をさせていただき、会議録については、発言内容とともに、発言した委員名も公表するものとします。公表にあたっては、委員全員で会議録の内容を確認した後、ホームページ等で公開していくこととなります。また、今後やむを得ず会議に参加できない場合は、事前にご意見等頂戴できればと思います。それでは議題の一つ目、「行政アドバイザー・第2期芦屋市創生総合戦略について」、資料を簡易に説明させていただきます。

事務局／伊藤：「資料3 行政アドバイザーについて」、「資料4 総合計画（創生総合戦略）と企業版ふるさと納税の関係性」、「資料5 もっと芦屋市を知るガイドブック」についての説明（省略）

事務局／伊藤：資料の説明が終わりましたが、何か確認事項などがありますでしょうか。

委員一同：特にありません。

事務局／伊藤：それでは、次の議題「企業版ふるさと納税について」、資料の説明をさせていただきます。

事務局／田中：「資料6 企業版ふるさと納税制度説明用資料」についての説明（省略）

宮地委員：3月末まで東京支店の支店長として、大企業中心の経営企画部担当役員や部長に直接企業版ふるさと納税についての説明をしておりましたが、大企業になればなるほど、最終的に意義が見つけられなく、寄附に至らないケースが多かったという感覚です。それに対して、中小企業では、創業者が出身地に対して、ご検討いただくケースもありました。

中小企業と大企業ではターゲットが異なるということと、そもそもターゲットを決めて推進しなければ、成果は上がらないと思います。本年度に入り、弊社で実績が上がったものとしては、スポーツイベントに協賛を希望する自治体について、運動部を持っている企業様にお問い合わせしました。また、教育に力を入れたい企

業様に、著名人を講師として迎える授業をコーディネートして、寄附に結び付いたという事例がありました。広く知らしめてというやり方ではなかなか実績は上がらないと思います。

芦屋市には、工場がない、産業が少ないということを知っていますので、そのような企業に依頼は難しいと思いますが、企業経営者はたくさん住んでいるイメージがありますので、中小企業の芦屋在住の代表者をターゲットとするとか、一定のデータを基にターゲットを決めて推進するのがいいのではないかと感じております。

事務局／田中：ご意見ありがとうございます。資料5のガイドブック6頁に、ふるさと納税について書かれていますが、1「企業の皆さまへ」にある、Ashiya PEACEプロジェクト、持続可能な未来の都市プロジェクト、エリアマネジメントの3つが地域再生計画にも書かれています。より個別に具体的にターゲットを絞って推進したほうがよいというご意見だと理解しましたので、こちらから相談させていただく際にはより具体を示しながら、賛同得やすいような努力をしていきたいと思っております。

寺見委員：企業版ふるさと納税を進めるにあたり、総合計画を作る必要があるという説明でしたでしょうか。

事務局／田中：制度を進めるにあたっては、資料7の地域再生計画が必要でして、地域再生計画を作るにあたっては総合計画の戦略部分とリンクさせましたという説明でした。総合計画自体は、企業版ふるさと納税のためではありません。

寺見委員：先ほどの3つのプロジェクトについて、ここにもっと子育てのことなどを具体的に入れるといいということですか。

事務局／田中：企業版ふるさと納税での募集内容は、資料4の真ん中の赤枠内にある、重点プロジェクト1～3とリンクしておりまして、チラシなどにメニューを入れるわけではなく、ご相談する際に、具体的に補足しながら進めなければ伝わらないのだろうと理解しました。

寺見委員：この企業版ふるさと納税については、芦屋市がこのような子育ての取組をします、それに対して、例えば大阪の企業が芦屋市でそれを推進するためのお金を出します、という契約的なものを結ぶというイメージでしょうか。

事務局／田中：イメージとしてはその通りです。

加藤委員：企業なので、ギブアンドテイクがないとなかなかものごとが進まないと思います。文化方面で言いますと、メセナという20数年前からある社会貢献活動がありますが、ドイツのBMWやベンツなどの会社は社会貢献活動に対して寄附をします。寄附をして企業のイメージアップをするだけではなく、社会貢献できる誇らしい企業に就職したいというように、優秀な人材を集めるためにそういうことを間接的にやっています。

日本の社会貢献活動は、寄附をしても利益を求めないということですが、ヨーロッパではギブアンドテイクは普通です。芦屋でいうと、国際文化住宅都市とありますが、住宅が入っているのは珍しく、キーワードとなると思いますので、住宅や建築、インテリアなどの企業にアプローチするのもあり得るのかなと思いま

す。ただ、単に寄附してくださいと言ってもなかなか企業も動かないと思いますので、直接的でなくとも間接的なことも何らかのメリットを考えてプレゼンテーションすることが行政側も必要ではないかと思います。

事務局／田中：まず、企業版ふるさと納税において、制度上、直接的な経済的な利益を供与することは禁じられています。金銭的なメリットについては、資料6の真ん中の表にありますように、税額控除が受けられる点があります。通常の寄附であれば3割までは損金で計上されますが、残りの7割について内6割は税額控除するというので、トータルの1割のみを企業負担してくださいというメリットはあります。ただ、寄附者に対する随意契約などはできない形となっています。

加藤委員：やはり付加価値を考えなければ乗り切れないと思います。

浅見委員：まず、「企業版ふるさと納税」という名前が、一般的に知られている「ふるさと納税」が頭に浮かぶので、寄附すると物などが届くみたいなことを想像してしまうわけですが、これはクラウドファンディングの亜流だと思った方がいいのではないかと思います。企業からすると、必ず持ち出しとなり、普通に税金を払うよりは、1割余分に税金を払うと控除を得ながら寄附ができるということで、とにかく金銭的に得にはならないわけです。

クラウドファンディングを成功させるには、まずとにかく寄附してくれそうな人に訴える、興味がありそうなところに声をかけるということと、お金の使い道を明確にすることが必要だと思います。例えば、PEACEプロジェクトであれば、学生たちが活動をする時に、寄附がどんなことに使われるかを明確にするということ、また会計報告を確実にするというので、どれだけのお金が入ってどんなことに役立てたのかを寄附してくれた人に対して報告するということです。

この作法を繰り返していかなければ、クラウドファンディングはうまく行かないと言われていました。ぼんやりと打ち出すよりも、具体的に何にどれくらいのお金が必要なのか、お金の使い道を明瞭にしなければ企業としてもお金の出しようがないと思います。Ashiya PEACEプロジェクトを私たちは応援していますとHPに掲げたり、営業車にマグネットシールを貼ったりすることは問題ないのでしょうか。

事務局／田中：制度として禁止されているような記載は見たことはないです。

浅見委員：直接的、経済的メリットはなく、むしろ持ち出しとなるので、先ほどあったメセナのような企業イメージを上げるために使うようなメリットがなければ厳しいのではないかと思います。

窪田委員：この取組内容を聞いていて、芦屋市に寄附してくれる企業をどうやって見付けられるのだろうと正直思いました。何か理由がなければ、1割であっても負担はしないので、ピンポイントに協力してくれそうな所にアプローチしなくてはならないと思います。例えば、社長が芦屋市に住んでおられて、企業は大阪などにあるなどがある場合、これは問題ありますか。

事務局／田中：会社の本社自体が芦屋市にあると制度上該当しませんが、今の例であれば問題ありません。

窪田委員：例えば、役員が芦屋にお住まいの場合で、本社は他市で、そういう方は、芦屋が良くなるためにという理由が付きましますので、ピンポイントにアプローチしていったらどうかと思います。また、芦屋大学の卒業生には、関西圏で中小企業の社長となっている人が多くいますので、その中には、自分が大学時代を過ごした芦屋にふるさと納税してもいいという人がいるかもしれません。もう一つは、

高島市長だと思います。高島市長が、私はこれをやりたいので是非協力してくださいとすれば、寄附が集まると思います。ただ漠然と今の形でホームページに掲載しても、わざわざホームページにアクセスしてお金を出してくれる会社は今の日本にはないと思います。

松葉委員：自分がこの制度を実際に案内すると考えたときに、企業側にとってのメリットが薄く、提案しにくいと感じます。ただ、企業としては、社会に何かしら貢献したいと考えています。そういった意味で、漠然と大まかにまちづくりに使われるのではなく、もう少し焦点を絞って、例えば芦屋市の子育てのこの分野に対する寄附ですよと範囲を狭めるほうが、賛同する人が増えるのではないかと思います。何に使われるのかを明確にすることが、寄附を求める上では大事だと感じました。

寺見委員：この企業版ふるさと納税は、寄附する側の企業が何をしてほしいかを考える前提なのですか。

事務局／田中：今は、企業側から興味があるということで問い合わせがあって、芦屋市が3つのプロジェクトを案内し、その中から興味があるものはありますか、といった感じで、だんだんと掘り下げていくスタイルでやっています。

寺見委員：大阪のアメリカ村や人が住めなくなった古い長屋のある地域では、一級建築士が入って内装をリノベーションし、新しいまちづくりが始まっています。そこには若者のアイディアで衣料品などの商品が出されたり、喫茶店ができていたり、若者のショッピングスポットになっています。芦屋にそのような場所があるかはわかりませんが、例えば、行政の政策としてある一角をこのようなまちにしましょうというアイディアを作って、そこを企業へ売り込んでいくという形でもいいということですね。大阪は非常に成功しています。

以前、芦屋市でも空き家で困っている所があった際には、お母さんたちの子育て拠点にしてほしいと提案しましたが、うまく折り合いがつかなかったということがありました。そのように、空き家を活用して、若者や子育て世代の拠点づくりに、投資していただくようなことはできないでしょうか。芦屋市の子育て支援センターの土地は、企業から提供を受けているのではないですか。

事務局／田中：お借りしている形です。木口財団という福祉財団をやっておられて、そこに建てられたものに入居させていただいているということだったと思います。

寺見委員：芦屋市の3ブロックにモデル事業として、空き家なり昭和レトロの建物があれば、人が集まるようなアイディアを出されて、企業に投資をお願いするということがいいのではないかと思います。個人的には子育てに関連したものにして欲しいですが、少子化が非常に深刻になっていて、いま投資をしてもつぶれてしまうような状況になっています。

事務局／田中：委員の皆さんが共通しているのは、漠然としたものではなく、よりメニュー

や、金額なども明確にしてはいかかということだと思います。例えば、空き家を改修するのであれば、改修費はいくらで、そこにご寄附くださいというイメージで、もっと絞った内容で売り込む必要があるということと、売り込みの仕方は、市外で会社を運営する芦屋に住む代表者に絞ってやってはどうかということだと理解しています。

寺見委員：企業がやろうとすることを芦屋で展開してもいいのでということで、ギブアンドテイクを成立させてもいいのではないかと思います。

林会長：はじめに宮地委員が仰ったように、企業側からすれば、寄附をする意義を説明できるかどうか肝心だと思っています。ガバナンスということを考えれば、上場企業であれば、寄附したことについて、株主への説明ということがありますし、そうでなくても、従業員に対してなぜあそこに寄附をしているのか説明できないといけないと思います。一方で、企業は金儲けだけではないということで、ESG、環境と社会とガバナンスということでの非経済的、非財務的な活動も積極的にされようとしているのかと思います。そこで、芦屋市との関わりの中でどのように意義を見出すのかということです。

資料6を見てみると、地域の課題解決に積極的に取り組む企業、人材は増えているとあります。実際に芦屋市の社会課題に取り組んでいる企業には、同じような企業と接点があると思いますので、そういうところから見出すのもあるのかなと思います。

また、その下に太字で書かれていますが、単なる資金面での支援に留まらず、企業のノウハウ・アイデアや人材を活用した新たな地方創生の取組とあります。いきなり寄附してくださいというのは確かにハードルが高いと思います。寄附以外の、企業のノウハウ・アイデア、人材を活用した取組として、芦屋市の市民と行政、他の団体と協力した活動をベースとして、その一環として資金面の寄附もある、というようにもって行ってはどうかと思います。このようなシナリオが有効なのか、今日は企業の方として、宮地委員、松葉委員がおられますので、ご意見をお聞きできればと思います。

宮地委員：いろんな委員の方が仰ったように、芦屋市がやりたいことを決めて持っていくという方向もありますし、一方で、企業側に何だったら寄附してもらえるかをアプローチするのもありだと思います。内閣府が出している、企業版ふるさと納税の状況を見ますと、件数、金額、自治体数全てが右肩上がりに増えているという状況で、取組の認知度は非常に上がってしまっていて、やりたい企業はたくさんあると思います。ただ、どこにいくらという話となると難しいため、ターゲットに決めた企業に出向いて、どういったものをメニューに出せば寄附として出してもらえますかというアプローチをして、それを市の施策の中に入れて、寄附してもらおうというのはありかなと思います。

林委員：この取組が市としてどういった位置づけなのかというときに、総合計画の中のこういった位置づけで目標をこのように持っていますという説明が必要だと思います。そこが、総合計画の創生戦略と関わってくるかだと思います。企業に限らず色々な人に説明をしているかと思いますが、企業版ということで、ターゲットを絞るのであれば、そこでいかにWin-Winの関係の作り出すのか、企業サイドから見てこの制度はどのように映っているのかをお聞きする必要があると思います。

松葉委員：企業側としては恐らくスルーすると思います。企業がこれから生き残っていくた

めには、ESGのような観点の取組は必要となってくると思います。そのような思いがある企業は中小企業でも増えてきていますし、世の中のトレンドとなってきました。後は、芦屋市としても、市外に向けてこの企業は積極的に寄附をしてきている企業であるというPRをすることが、当該企業にとってもステイタスとなると思います。寄附をしたらどういった効果があるのかということも推し量るわけではないですが、世の中のトレンドになっているのであれば、そこを企業側のメリット、利点として持っていくのがいいのではないかと思います。ただ、企業も組織で動いていますので、オーナーの鶴の一声で寄附できる場合もあれば、組織として民主的な決めたお金を寄附する場合がありますので、大義名分をしっかりと説明できるようにする必要があります。何に使われて、どのような効果があり、どのように貢献しているのかというフィードバックは、絶対に必要ではないかと思います。

窪田委員：先ほど林会長が仰ったことは非常に大事だと思います。企画立案については、企業が参加する例もあるというところですが、企業がふるさと納税を使う中で、自分たちが参画できるようなシステムを芦屋市がつくれるとしたら可能性はあるかと思っています。企業からすれば、なぜ神戸市ではなく芦屋市なのかというのが必要だと思います。企業の多くはまだ企業版ふるさと納税を認知していないとすれば、企業側がうまく入り込める制度を芦屋市が提供できれば、やってみようという企業は出てくるのではないかと思います。

苫野委員：少し違う観点からで、KPIについて、合計特殊出生率が出てきますが、総合計画全体の指標としては分かるのですが、これが企業版ふるさと納税とどう結び付くのが怪しいという気がしています。もう少しピンポイントで、例えばAshiya PEACEプロジェクトで、オルタナティブスクールのようなサードプレイスを学校につくり、不登校傾向にある子どもたちが集いやすいような、温かみのある家具を購入して温かい空間をつくる取組を進めています。そういう取組にお金を使った結果、学校に居場所があると感じる子どもの数が増えたなど、その事業に応じたKPIを追いかける必要があると思います。このざっくりとした指標はあまり指標にはならないと思いました。

事務局／田中：KPIにつきましては、戦略と整合性を取っておりますので、どういう形がいいのか今の観点も含めて参考にさせていただきます。

石黒委員：実績がゼロという中で、第1号の企業が欲しいと思いますが、企業によってスタンスが違うと思います。そういう中で、既に他市に寄附されている企業をターゲットにすると、おそらくハードルが低いですし、1市を増やすことは、社内でのコンセンサスを得るのも比較的簡単だと思っています。企業の寄附実績は、公開されているはずですので、特に芦屋市と同じように子育てを掲げている自治体に寄附している企業を抽出し、その中から少しでも可能性の高いところからランク付けをして、順番にアプローチしていくと言うのが成功率を高める上でいい方法ではないかと思います。また、企業にアプローチする際にも、事前に本気度を伝える必要があると思います。

いま芦屋市から情報発信されている内容が他市と比べても非常に乏しいと思います。企業版ふるさと納税のポータルサイトでも、分野別の自治体一覧には芦屋市が出てきません。地域別で見れば、芦屋市は出てきますが、地域再生計画が出てくるだけで、それ以外は得られません。企業側からすると、芦屋市からアプローチがあったとして、事前に芦屋市について調べようとしてもほとんど情報が得

られないため、営業がいかに喋るかという状況になっています。他市の真似になってもいいので、情報をより充実させて、企業側に、いかに話を聞いてもらいやすい事前準備を整えることも重要だと思います。また、大学としても寄附を集めることには非常に苦慮していますが、一方で寄附をしてくださる企業があるのも事実です。例えば、寄附を使って講義や講座などを実施しますが、その際にはどの企業からの提供なのか、また研究報告する際も、どの企業からの支援で行われたものかを学生たちへ伝えていきます。企業としても、社会貢献というのを表向きとしながら、就職してほしいと見据えているのだと思います。子育てという点では、子どもや親世代に対してのアピール、いかに企業が貢献してくれたかを対象者にアピールできるかが重要だと思います。

事務局／田中：他の委員からもご提案をいただきましたので、アプローチという部分で検討させていただきたいと思います。また、情報が乏しいというご指摘についても、チラシを作成したり、ホームページを見やすくしたりということを検討していましたが、国のポータルサイトに載っている情報をどう変えていくかも含めて、情報発信について改めていきたいと思っています。

林会長：先ほど窪田委員からありました、仕組みづくりで、寄附する側が効果を実感できるようにするという意味では、プロジェクトごとにKPIを設定し、それを説明し、寄附者以外の人にもそれが伝われば、また新たな寄附を呼び込むことができると思います。プロジェクトを検討する中で、評価などの情報をどう共有するのか、計画段階で一緒に作っていくことは可能なのでしょうか。

事務局／田中：地域再生計画策定の段階からは難しいと考えていますが、寄附に対して前向きな感触があれば、メニューを共に作り上げ実施していくのか、また、寄附をいただいた後の周知の仕方なども相談しながら進めることは可能だと思います。

林会長：社会課題への取組や成果を明確にしておかないと、寄附の意義を利害関係者に説明することは難しいのではないかと思います。

浅見委員：社会課題を解決するのに役に立ちたいという企業は、小さな企業の社長としても非常に興味があります。我々としては、こういったサービスを提供できる、お役に立てると考えていても、行政から発注がない限り実現できないわけです。ところが、我々から持ち込んで提案できるのだとしたら、例えば、小中学生に提供できる講座がありますというように、持ち込めるのであれば面白いなと思います。それが、どう寄附につながるのかはわかりませんが、お役に立てるのであれば、社会の課題を解決できる場所を作りたいなという発想は、小さい企業ながらあります。芦屋市のファンがいると思いますので、そういう方たちと一緒に何か協力するということでもいいような気がします。

事務局／田中：社会課題の解決という意味では、企業版ふるさと納税だけではなく、すでに包括連携協定を締結しています。発信がなかなか見えにくいという部分はあるかもしれないと思いますが、何ができるかを考えてまいります。

林会長：かつて行政評価をしたときに、教育活動の中で企業に協力をしてもらい取り組んでいるキッズスクエア事業があったかと思っています。個人、企業、団体の出前講義なども含めて、色々な教育をやっている事業に対して評価した記憶があります。

事務局／柏原：色々な企業に参画いただいて取り組んでいます。

林委員長：芦屋市のホームページには、各年度に取り組んだ事業内容と委員会の議論の内容と評価が残っていると思います。そのキッズスクエア事業に寄附という形で、企業版ふるさと納税を導入してはと思っています。

寺見委員：先ほどのお話から例えば、芦屋大学さんに協力をいただいて、学長のお名前で卒業生に向けて協力を呼び掛けていただくなど、全体的に網を投げるのではなく、可能性のあるところを探ってネットワークを作っていくようにするのがいいのではないかと思います。

事務局／伊藤：たくさんのご意見をいただきました。いただいたご意見を少しでも取り入れて、実現していけるよう進めたいと思います。また、会議録につきましては、追って送らせていただきますので、ご確認等お願いいたします。次回の開催につきましては、今年度の実績がゼロという状況ですので、今のところ予定はしていませんが、状況の変化がありましたら調整させていただくかもしれません。基本的には次年度、1件でも実績を作った上で開催させていただきたいと思います。本日は長時間ありがとうございました。

以上