

提案資料

PUBLIC × REPUBLIC

企業版ふるさと納税を活用した
公民連携による地域活性共創プラットフォーム



COMMON

コモン株式会社 / COMMON CO.,LTD.

RIBULIC is the engine that transports the city and its people to wellness.

プロジェクト概要

- 予算に頼らない、行政の財政的・人的負担の軽減につながる為の
公民連携で取り組める為のまちづくりの提案
- 企業版ふるさと納税を活用したプロジェクトモデルの提案
- 地域内外の公民をつなぐ為の共創プラットフォームプロジェクト

目次

- 地方自治体の現状の課題
- なぜ公民による連携が必要か
- 企業版ふるさと納税について
- 地域活性共創プラットフォームプロジェクトについて
- プロジェクトの事業事業内容
 - ープラットフォーム運営事業
 - ーワーケーション推進事業
 - ー地域課題解決型ビジネスマッチング事業
 - ー地域PR事業
 - ー次世代の地域リーダー、地域コーディネーター育成事業
- 予算及び企業版ふるさと納税による寄付の使い道

地方自治体の予算の流れの現状



人口減少や経済活動の停滞による税収減と少子高齢化による社会的保障費の増加、さらにはこれまで公共施設整備に当ててきた起債(借金)の返済が長期的に高止まりするなかで、その公共施設の老朽化により維持管理経費や施設更新経費が必要になり、三重苦、四重苦の状況が続いています。

使える財源が限られている中、住民からはこれまでのサービスが維持することが求められ、その一方で社会ニーズの多様化により、これまで以上のサービス拡充や新たな政策課題の解決のための取り組みも求められています。

当然、自治体の使えるお金には限りがあり、やりたいことのすべてを実現できない以上、施策事業に優先順位をつけたり取捨選択をしたり、あるいは少ない経費で効率的に事業が実施できるよう経費の精査を行ったりしながら、見込まれる収入の範囲に支出を抑えていく、これが予算編成であり、これを複数年度の計画として行うのが行財政改革ということになります。

想定される各行政分野の課題について



税金を利用した予算ありきの街づくりではなく、
税収を自ら作り、その財源で地域に好循環を生む持続的なまちづくりを

公民連携の中で経済循環を作り、仕組み化する

公民連携で取り組むまちづくりの推進

公民連携の取り組み(実証実験等)

2 地方自治体

- ・実証実験フィールドの提供
- ・保有データ提供
- ・実証実験に関する協力

●地方自治体が抱える行政課題
課題の抽出・明確化

2 企業等

- ・先端技術やアイデアの提供
- ・設備・人的資源等の活用
- ・既存の商品・サービス・システムの活用

3 協定等による
事業実施

3 企業等による
ソリューションビジネス
の展開

4 行政課題
の解決



企業版ふるさと納税

地方公共団体が行う地方創生の取組に対する企業の寄附について法人関係税を税額控除

制度のポイント

- 企業が寄附しやすいよう、
 - ・損金算入による軽減効果に税額控除による軽減効果を上乗せ
 - ・寄附額の下限は10万円と低めに設定
- 寄附企業への経済的な見返りは禁止
 - ※ 地方公共団体のホームページ・広報誌等による寄附企業名の紹介や、公正なプロセスを経た地方公共団体との契約などは問題ありません。(Q&A等参照)
- 寄附額は事業費の範囲内とすることが必要
 - ※ 不交付団体である東京都、不交付団体で三大都市圏の既成市街地等に所在する市区町村は対象外。
 - ※ 本社が所在する地方公共団体への寄附は対象外。



例) 1,000万円寄附すると、最大約900万円の法人関係税が軽減。

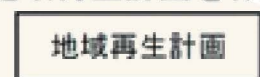
- ①法人住民税 寄附額の4割を税額控除。(法人住民税法人税割額の20%が上限)
- ②法人税 法人住民税で4割に達しない場合、その残額を税額控除。ただし、寄附額の1割を限度。(法人税額の5%が上限)
- ③法人事業税 寄附額の2割を税額控除。(法人事業税額の20%が上限)

活用の流れ

①地方公共団体が
地方版総合戦略を策定



②①の地方版総合戦略を
基に、地方公共団体が
地域再生計画を作成



④寄附

企業



⑤税額控除

企業が所在する自治体
(法人住民税・法人事業税)



国
(法人税)

◆ 地域再生計画の認定を受けた地方公共団体の数: 46道府県1,443市町村(令和4年7月8日時点)

制度の意義

制度の意義



企業が寄附を行った動機

- ① 創業地や工場の立地する自治体の事業を応援したい。
- ② 「創立〇周年」を機に地域貢献を行いたい。
- ③ SDGs（持続可能なまちづくり等）の実現に取り組みたい。
- ④ かねてから自治体と関係が深く、事業の趣旨に賛同。
- ⑤ 首長等のトップセールスを受けて、事業の趣旨に賛同。
- ⑥ 被災した自治体を応援することで住民に希望を与えたい。

企業が寄附を行うメリット

- ① 地方創生に貢献する企業として公表・PR。
- ② 地方公共団体との新たなパートナーシップの構築。
- ③ SDGs を通じた企業の価値向上。

SDGs の 17 の目標のうち「11 住み続けられるまちづくりを」が地方創生に深く関連するだけでなく、各地方公共団体の取組も、その他の目標に関連するものが多くあります。特に企業版ふるさと納税の活用事例は「17 パートナーシップで目標を達成しよう」に通じるものです。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための 17 の目標



制度の意義



都市と地方の Win-Winな関係



都市部

全国の地方を大きな投資先と捉え、プラットフォームを活用した効果的な投資で新たなビジネスを展開。都市部と地方を行き来する人材が増え、健康な働き方暮らし方が定着。

地方が連携して投資価値を高め、企業の内部留保が地方へ投資される流れをつくる

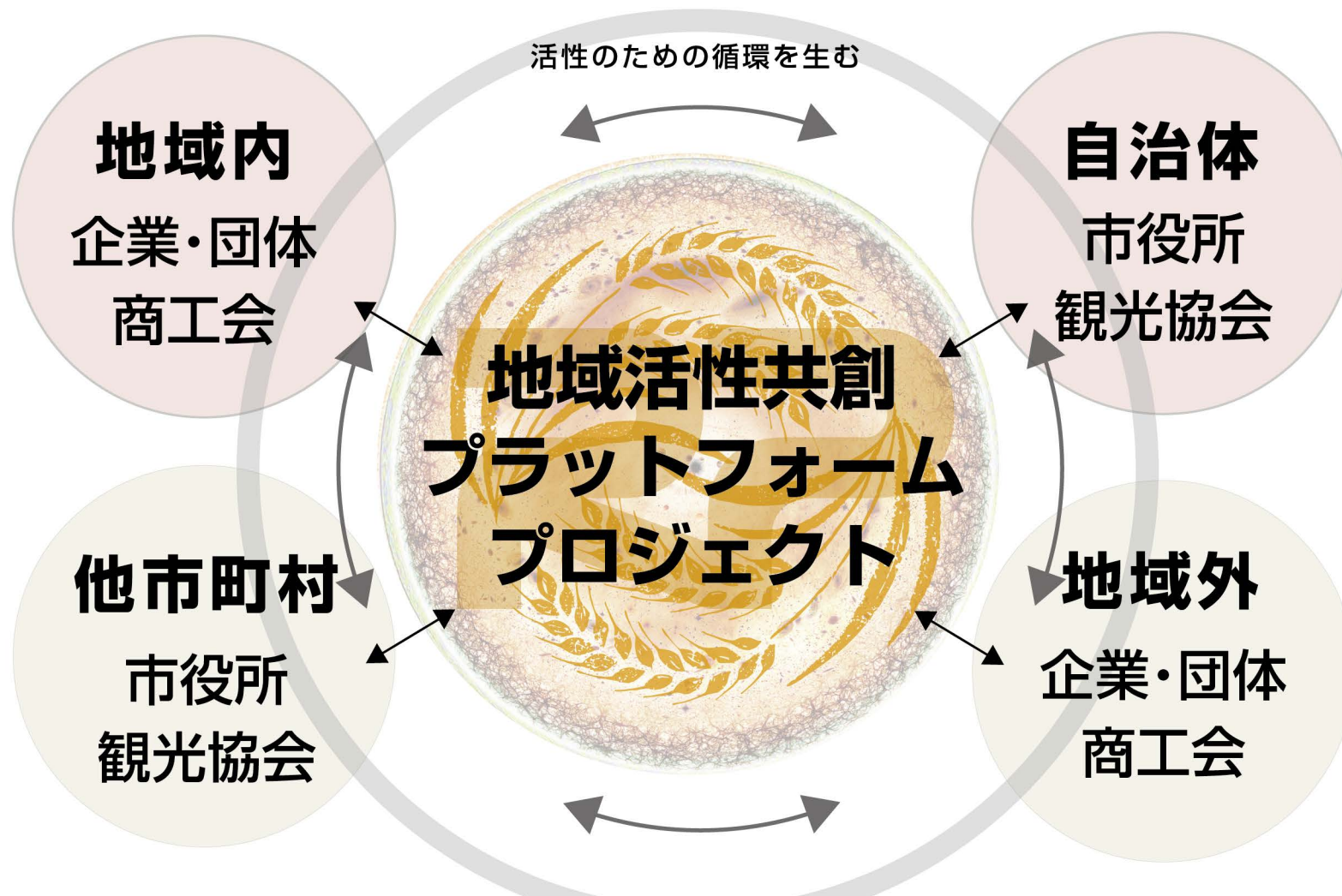
地方

都市部からの投資により新たな産業が生まれ、リビングシフトや2拠点、多拠点居住が促進。市町村が連携して取り組み地方社会の維持につなげる。

都市と地方間で人材や資金が活発に行き来することで社会が平準化する

**都市部と地方で新たな経済循環を作る
移住定住だけに頼らない施策も必要**

地域活性共創プラットフォームプロジェクト



地域内外の企業団体と自治体、また他市町村とも繋ぎ関係人口作りなど
地域課題の解決や地域活性になる為の共創プラットフォームの創出

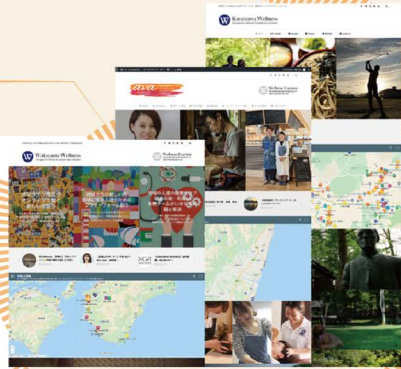
企業版ふるさと納税制度の活用

自治体だけでなく公民連携によりこの地域のプラットフォームプロジェクトを行うことで
地域課題の解決や既存の税収だけに頼らない新たなまちづくりの推進



プロジェクトの事業内容

自治体だけでなく公民連携によりこの地域のプラットフォームプロジェクトを行うことで
地域課題の解決や既存の税収だけに頼らない新たなまちづくりの推進



プラットフォーム運営事業



ワーケーション推進事業



地域課題解決型
ビジネスマッチング事業



地域PR事業



次世代の地域リーダー
地域コーディネーター育成事業



プロジェクトの事業内容

自治体だけでなく公民連携によりこの地域のプラットフォームプロジェクトを行うことで
地域課題の解決や既存の税金だけに頼らない新たなまちづくりの推進

- 全国の自治体や企業とのネットワークがある
→自治体だけでは難しい企業へのアプローチが協力して可能
- 過去にそれぞれの事業において、既に公民連携での事業実績がある
→全国の自治体や企業とのネットワークを構築するための仕掛けやノウハウの提供が可能
- 既に次年度以降、全国で地域活性のイベント等の開催が決定している。
→地域PRにおけるノウハウや準備が整っており、速やかな実行が可能

スピーディーかつ広範囲な展開が可能

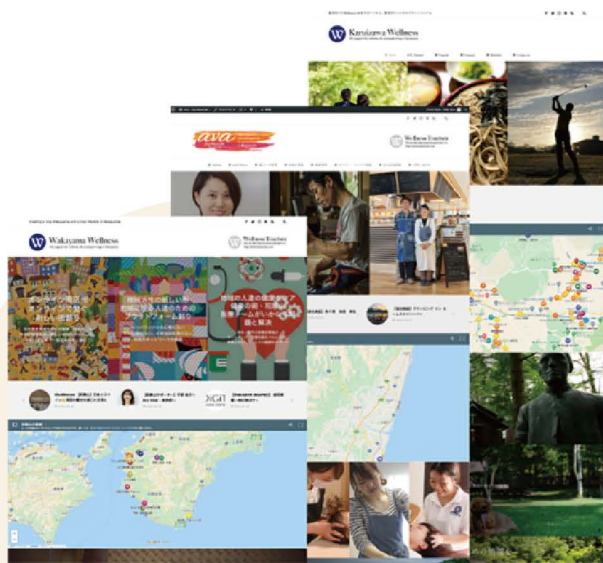
公民連携による新たな地域課題の解決および地域活性のキッカケになる



共創プラットフォーム運営事業

「地域ブランド」の向上・創出

様々なサイト内での情報だけでなく、地域内外の企業や行政との繋がる為のプラットフォームサイトからの問い合わせ窓口を設置し、専門家や地域コーディネーターのサポート体制も構築



サイト掲載情報

- 観光及び自治体情報
 - 各種プロジェクト情報
 - ふるさと納税等情報
 - 専門家への相談窓口
 - 地域内外企業情報
 - 雇用、求人情報
 - イベントセミナー情報
- など

これまで様々なプロジェクトや企業サイト・イベントサイトを手がけてきた制作・マーケティングチームが構築から運営までを行います。



ワーケーション推進事業

地域の特徴を活かした雇用の創出

ハード面でなく、その地域に合った課題解決型、地域魅力発信型の
ワーケーション企画の立案及び実行

公民連携で自主財源の確保(税収の増加)につなげる



ワーケーションの推進



地元観光資源を活かした旅行



アグリツーリズムの推進

観光資源の保有数少なくともワーケーションならツーリズムが成立する。

実績:和歌山県白浜町、新潟県佐渡市、泉佐野市(実施予定) 他



ワーケーション推進事業

なぜその地域なのか？なぜそこにお金を払う必要があるのか？

地域の素材

都市部や他の地域では模倣困難なその地域ならではの当地素材をできれば活用(例:世界遺産など)

唯一無二の素材でなくても、ビジネス目線で価値あるコンテンツにできれば素材は何でも勝負できる(例:サバイバルゲーム、トレッキングなど)

地域コーディネーターの質が最重要

当地が保有する資源をフル活用する

決して新しいものが必要なのではなく、もうすでに存在している資源をフルに活用するだけで様々な取り組みが実現でき、ふるさと納税やクラウドファンディングなどの施策と連携することで、自治体の取り組みから地方経済に至るまであらゆる問題解決へと繋がるワーケーションの最大の利点です。

ビジネス目線のキーワード

- SDGs
- DX
- 働き方
- 改革地域課題解決
- 循環型経済
- 人材育成
- ダイバーシティ
- 副業・副業
- 健康経営
- チームビルディング

ワーケーションを行う目的は明確にする

ワーケーションを行う上で最も重要な要素は目的です。つまり観光目線での目的ではビジネス目線での目的となるため、ワーケーションの目的としては都市部よりも、地方都市の方がより多くの項目項目が存在することになります。

ワーケーション推進事業

和歌山におけるワーケーション当地プログラム例

<地域課題解決型>

ローカルイノベーターと都市圏ビジネスパーソンが1チームとなって地域課題をリアルビジネスで解決する生きたCSVケーススタディ

<ダイバーシティ型>

日本遺産・捕鯨文化を舞台に、是か非か正解のない問い・答えに対して生きたファクトに触れながら自らの思考や取るべきスタンス・リーダーシップを深める

<SDGs型>

世界遺産・熊野古道の道普請（保全活動）や世界遺産・梅システム（循環型農業）を通じて、持続可能な循環型社会の在り方を体感する

<DX型>

顔認証による地域DXやスーパーシティ構想、農業DX・漁業DX・空港DXを体感して、地域課題解決と心豊かな地域社会を実現する技術活用を考える

<キャリア型>

世界遺産・熊野古道を活用して、会社や個人の過去・現在・未来を見つめ直し、会社ビジョンや個人パーパスを発見・再定義することで「甦りの聖地」で生まれ変わる

<健康経営型>

自然崇拜の聖地でビーチヨガや森林浴トレッキング、湯治や食育によるリトリート体験を通じて、都市部に戻った後も高パフォーマンスを維持する健康習慣変容を行う



地域課題解決型ビジネスマッチング事業

企業誘致や地域での「しごと」の創出
高い経済効果を目指すための機会を創出



地域内外の経営者交流会及び
MICE誘致・ワーケーション

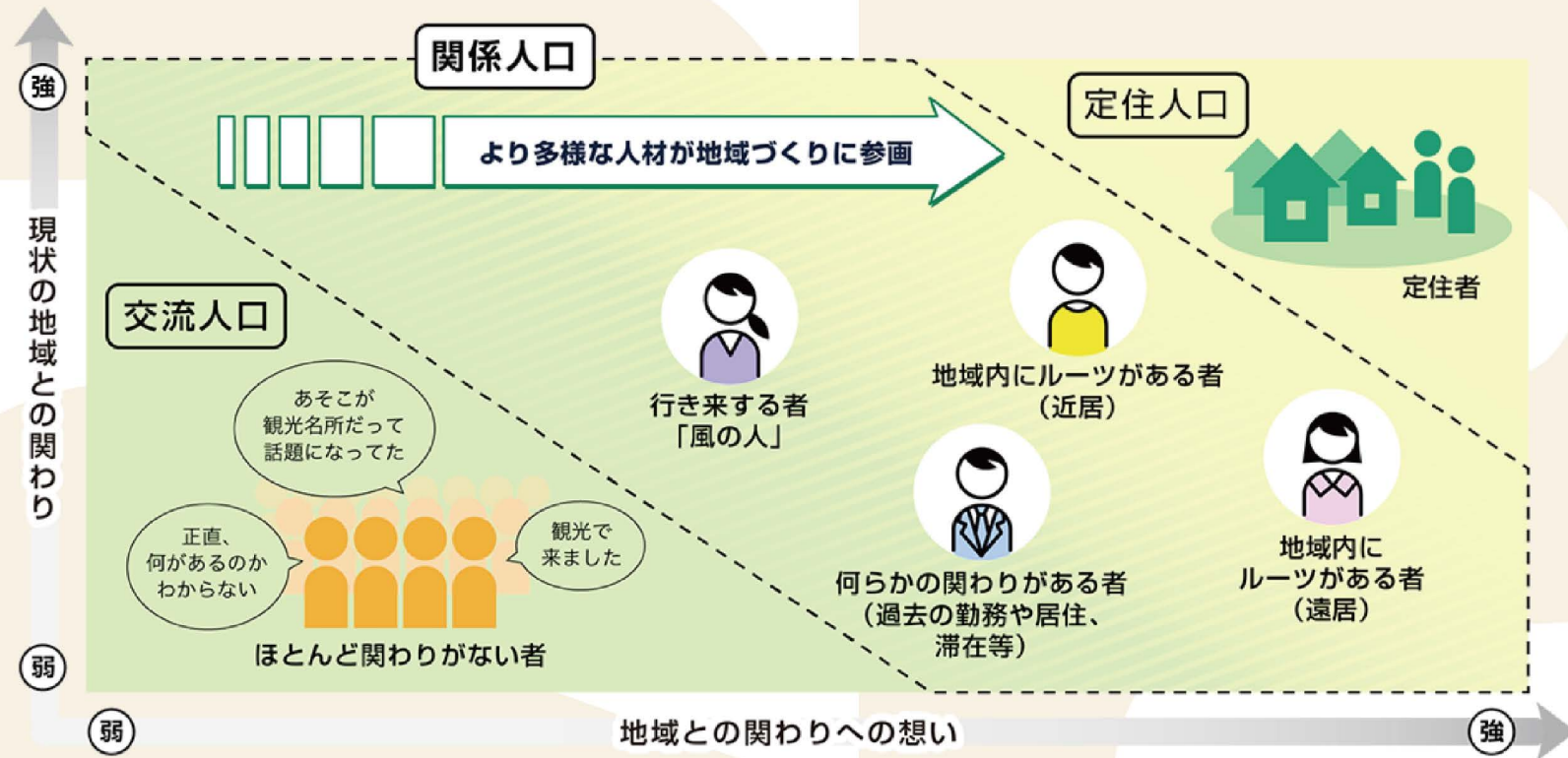


地域内外での交流機会の創出
-企業版ふるさと納税PR-企業誘致PR



地域課題解決型ビジネスマッチング事業

市町村の経営者と外からの経営者がマッチングすることで新たなイノベーションが起こる



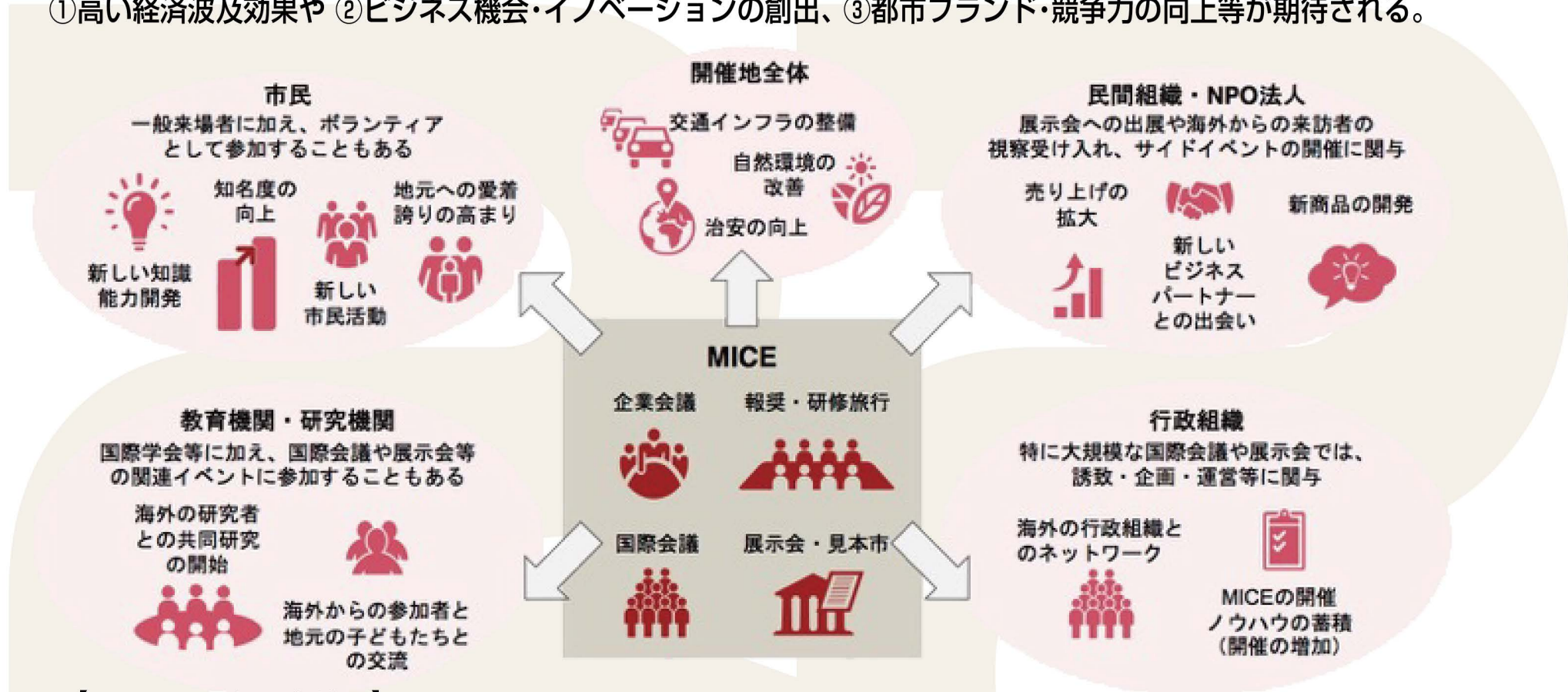
交流会の企画立案、実行が可能また全国の経営者との繋がりがある為、企画の発信が可能
関係人口の入り口を経営者同士にする企業がつながり地域を超えたイノベーションが起きる。
(販路拡大・関係人口の増)



MICEのレガシー効果

MICEには開催地における

①高い経済波及効果や ②ビジネス機会・イノベーションの創出、③都市ブランド・競争力の向上等が期待される。

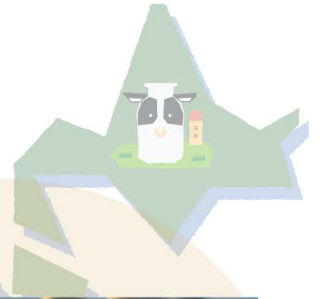


【MICE(マイス)とは...】

社員のやる気をアップさせるために行われる社内での研修旅行(Incentive Travel)、国際的な活動をしている団体が行う会議や大会(Convention)、各種の展示会やイベント(Exhibition/Event)という、4つの単語の頭文字を取ったものであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベント等の総称です。

地域PR事業

「地域ブランド」の向上・創出



地域イベント

地域外イベントへのPR

(地域の特産やふるさと納税など)

地域資源を活用した
新たな地域ブランドの創出

地域内だけでなく地域外や主要都市イベント等での地域PRが可能
地域外での税収の確保確保に向けた新たな施策



地域PR事業

関係人口の増加こそが地方経済の重要な鍵、徹底した皆が喜ぶ施策を。



地域の課題やニーズに合った公民連携でのイベントの実施
小規模～大規模、様々な内容のイベントの立案から実行まで可能
(例:地域活性、食フェス、防災、子供教育、地域の高齢者向けなど)



2022年9月10日、11日
久宝寺緑地公園（八尾市）
18000人（2日間）



2022年9月17日、18日
弁天池公園（門真市）
15000人（2日間）



2022年9月23日、24日
浜寺公園（堺市）
11000人（2日間）初日雨



2022年10月1日、2日
住之江公園（大阪市）
14000人（2日間）



2023年1月2日～4日
鶴見緑地公園（大阪市）



2023年1月14日、15日
豊島公園（豊中市）
9000人（2日間）初日雨



2023年2月4日、5日
久宝寺緑地（八尾市）
14000人（2日間）



2023年2月11日、12日
茨木中央公園（茨木市）
7000人（2日間）

これまで大小様々なイベントの企画・運営を行ってまいりました。街を元気付けるのは人であり、経済を回すのも人だと、イベントを通じて得られるものは本当に沢山あり、イベントを通じて救える人、開かれる未来もあるのだと確信します。

地域PR事業

ふるさと納税による商品開発及びクラウドファンディングの仕掛け 概要

企画から立案、発進までの組み立てが可能。

地域資源を使った魅力的な商品や健康を絡めたウェルネスツーリズムなどの開発など

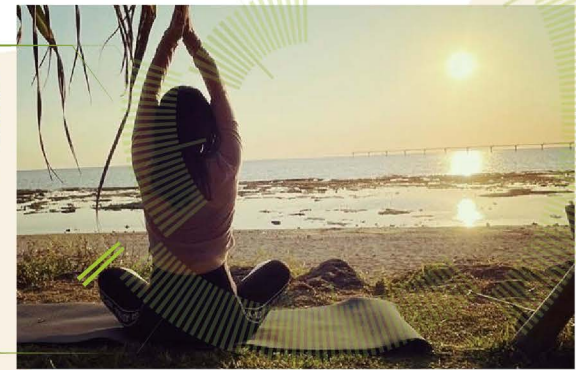
公民連携で自主財源の確保(税収の増加)につなげる



地元の特産を活かした商品



地元観光資源を活かした旅行



アグリツーリズムの推進

商品開発、ブランディング、マーケティング、プロモーション、ストーリー作りに至るまでそれぞれの専門家達と連携し、プロジェクトとしてクラウドファンディングを仕掛けます。

結果、地元企業の創生→法人税・所得税・消費税が発生→税収アップに繋がる

スタートアップ支援と地域リーダー育成 概要

地域の次世代のリーダーを育成し、ソーシャルビジネスの支援
また他地域との連携をフォローすることでビジネスの拡大もサポート

地域の個人事業主の方や若者の会社設立に向けたスタートアップをサポートします。



経営やマーケティングなどの
講習会・セミナーなどを開催



これからの時代に合うスタイルで
会社設立を全面支援



会社設立後も企業マッチング、
プロモーション・経営などを支援

会社法人の経営スタイルも運用方法もこれまでの会社経営とは大きく異なって来ています。
今、そしてこれからの時代にフィットする会社経営のやり方で地域の中軸となる法人設立を支援します。

地元企業の設立・地方経済の活性化 → 法人税・所得税・消費税が発生 → 税収アップに繋がる

スタートアップ支援と地域リーダー育成 概要

起業家のライフスタイルを通じた創業支援

2.アーリーステージまでの創業支援

- テーマ別創業スクールの開催
- REPUBLICコミュニティでのメンタリング
- 商品・サービスの掲示等の機会提供
- 企業・経営者達との交流機会の創出

1.創業予定者の発掘育成

- テーマ特化型トイイベントの開催
- 創業機運の醸成に向けた広報物の制作・拡散
- 創業予定者DB構築、SNS発信・拡散
- 創業予定者の対する個別相談対応

3.ミドルステージ以降の成長促進

- 創業者に対する広報支援
- 事業計画作成支援等による経済面のフォロー
- 物件紹介等による活動拠点開発支援
- 銀行融資等の資金の相談対応

4.支援人材ネットワーク形成

- ファーラムの開催
- 支援人材を対象にした研修会の開催
- 企業・経営者達へのプロモーション機会の創出
- 営業展開フォローアップ

「らしさ」の具現化
「やりたい」の現実化



予算及び企業版ふるさと納税による寄付の使い道

項目	内容	予算目安
プラットフォーム運営維持費用	プラットフォームサイトの構築、維持費用	3,000,000円
ワーケーション等企画運営費用	ワーケーションや地域イベント等に関する企画運営にあたる費用	3,000,000円
白浜PRに関するマーケティング費用	地域内外のイベントや地域外へPRする際に必要な費用	1,000,000円
専門家講師費用	セミナーやイベントにおける専門家への謝金	500,000円
施設・会場費用	施設や会場を使用する際の費用	960,000円
その他	その他必要な物品等	200,000円
合計		8,660,000円

費用捻出は企業版ふるさと納税を活用
寄付金の集まり次第に応じて、内容や予算を見直す



本件に対するお問い合わせ

電話・lineでのお問い合わせ

080-4391-6266

平日 9:00~18:00

*下記のQRコードを読み取りください



メールでのお問い合わせ

m.conditioninglabo@gmail.com

会社名・氏名・メールアドレス・電話番号を
ご記入の上、お問い合わせください

