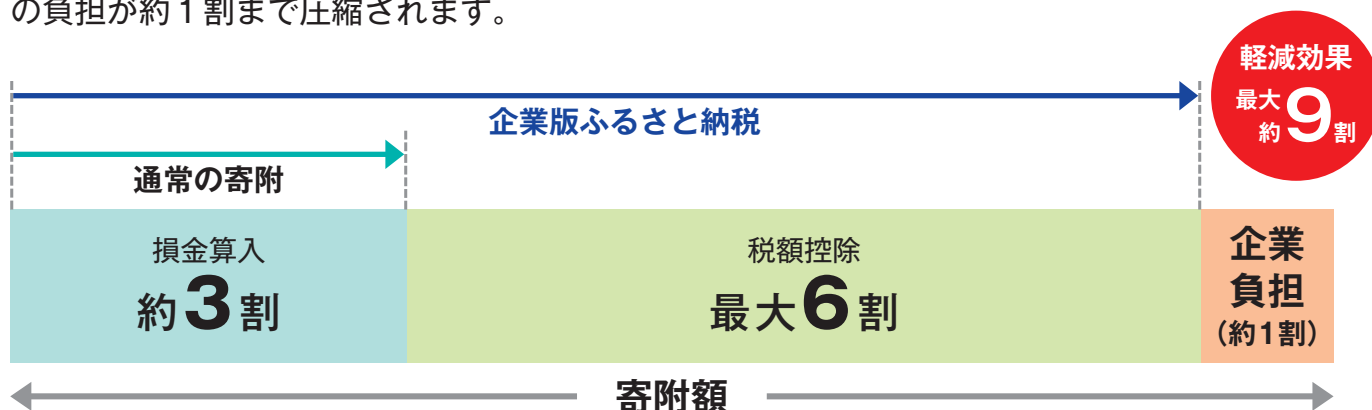


1. 企業版ふるさと納税概要

平成28年度に創設された企業版ふるさと納税は、国が認定した地方公共団体の地方創生プロジェクトに対して企業が寄附を行った場合に、法人関係税から税額控除する仕組みです。

損金算入による軽減効果（寄附額の約3割）と合わせて、令和2年度税制改正により拡充された税額控除（寄附額の最大6割）により、**最大で寄附額の約9割が軽減**され、実質的な企業の負担が約1割まで圧縮されます。



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)

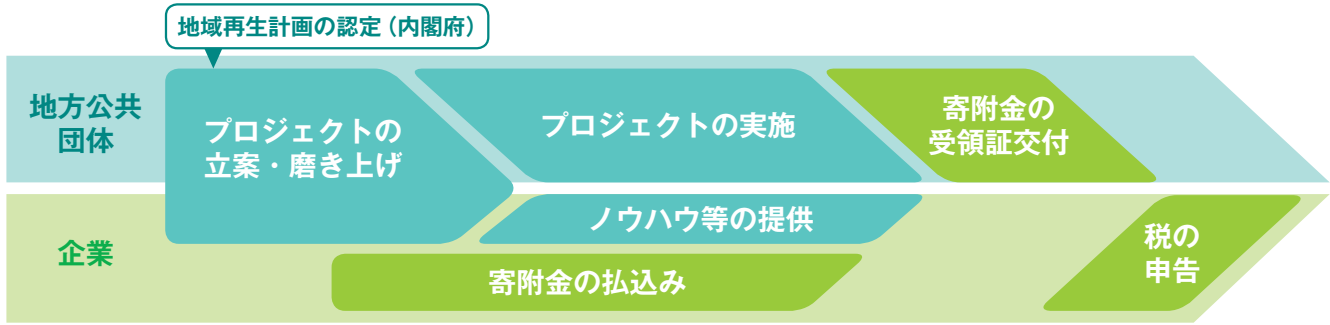
制度活用にあたっての留意事項

- 1回あたり10万円以上の寄附が対象
- 寄附を行うことの代償として経済的な利益を受け取ることは禁止
例：×寄附の見返りとして補助金を受け取る ×有利な利率で貸付をしてもらう
- 本社が所在する地方公共団体への寄附については、本制度の対象外
※この場合の本社とは、地方税法における「主たる事務所又は事業所」を指します
例：A県B市に本社が所在する場合は、A県とB市への寄附は本制度の対象外
- 次の都道府県、市区町村については、本制度の対象外
 - i 地方交付税の不交付団体である都道府県
 - ii 地方交付税の不交付団体であって、その全域が地方拠点強化税制における地方活力向上地域以外の地域に存する市区町村 ※
※首都圏整備法で定める既成市街地・近郊整備地帯など

令和2年度の主な改善ポイント

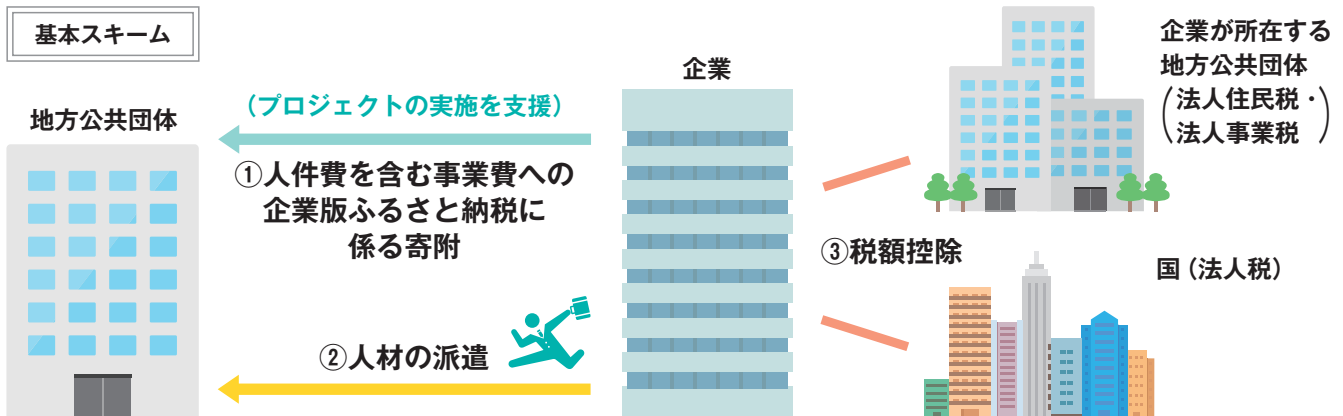
- 税額控除の特例措置の適用期間が令和6年度末まで延長
- 税の軽減効果が、寄附額の最大約6割から最大約9割に
- 地域再生計画の認定後、「寄附の金額の目安」の範囲内であれば、事業費確定前の寄附の受領が可能に
- 地方創生関係交付金や地方財政措置を伴わない補助金・交付金に加え、併用可能な国の補助金・交付金を拡大
- 地方版総合戦略の抜粋・転記による地域再生計画の申請・認定が可能に

・・・ 制度の活用イメージ ・・・



2. 企業版ふるさと納税（人材派遣型）

企業版ふるさと納税の仕組みを活用して、専門的知識・ノウハウを有する企業の人材の地方公共団体等への派遣を促進することを通じて、地方創生のより一層の充実・強化を図るため、令和2年10月13日に「企業版ふるさと納税（人材派遣型）」を創設しました。



「企業版ふるさと納税（人材派遣型）」とは、企業から企業版ふるさと納税に係る寄附があった年度に、当該企業の人材が、寄附活用事業に従事する地方公共団体の職員として任用される場合のほか、地域活性化事業を行う団体等であって、寄附活用事業に関与するものにおいて採用される場合をいいます。

地方公共団体のメリット

- 1 専門的知識・ノウハウを有する人材が、寄附活用事業・プロジェクトに従事することで、地方創生の取組をより一層充実・強化することができる
- 2 実質的に人件費を負担することなく、人材を受け入れることができる
- 3 関係人口の創出・拡大も期待できる

企業のメリット

- 1 派遣した人材の人件費相当額を含む事業費への寄附により、当該経費の最大約9割に相当する税の軽減を受けることができる
- 2 寄附による金銭的な支援のみならず、事業の企画・実施に派遣人材が参画し、企業のノウハウの活用による地域貢献がしやすくなる
- 3 人材育成の機会として活用することができる

活用に あたっての 留意事項

- 地方公共団体は寄附企業の人材を受け入れること及び当該人材の受入期間を対外的に明らかにすることにより透明性を確保
- 寄附企業への経済的利益供与の禁止や、地域再生計画に記載する効果検証の実施に留意 など

企業版ふるさと納税に係る寄附をいただいた企業の皆様からの声

企業版ふるさと納税を活用するメリットなどについて、企業の皆様からいただいた声の一部をご紹介します。

企業のPRに

- 地方公共団体のホームページや広報誌、寄附活用事業で整備された施設の銘板などに当社の名前が掲載されたことで、日頃から付き合いのある取引先や金融機関に対する信用力向上にもつながりました。
- 寄附目録の贈呈の際に、記者発表の場が設けられたことで、自社のCSRを広く周知することができ、企業のイメージアップにもつながりました。



地方公共団体等との新たなパートナーシップを構築

- 寄附活用事業に参画するきっかけとなっただけでなく、当該事業に関係する学校法人やNPOなど、地方公共団体以外の機関ともパートナーシップを構築できました。
- 寄附を契機に、地方公共団体と日頃からのコミュニケーションが生まれ、自社の事業に関する相談などをしやすくなりました。



被災地の復興に

- 災害で大きな被害を受けた地域の復興の取組に対して、本制度を活用することで当社にとって最大限の寄附を行うことができました。



創業地や縁のある地への恩返しに

- 創業地や縁のある地方公共団体が推進している事業を、寄附を通じて応援することで、恩返しのできたのではないかと考えています。



企業の継続的な発展に寄与

- 寄附を通じて、人材育成事業を推進することで、地域の人材を育成し、将来的には自社の人材確保につながることを期待しています。
- 寄附を通じて、自社が利用する原材料の生産を促進する事業を推進することで、結果的に自社の原材料確保につながりました。
- 地域経済活性化の取組を応援することで、地域に根差した事業を行う当社の事業運営にも資するものと考えています。
- 地方公共団体の観光事業を応援することで、観光客が増加し、観光業を営む自社の利益にもつながると考えています。



SDGsやESGに寄与

- 環境保全や脱炭素社会の実現は、自社の継続的な事業運営のためにも重要なテーマですが、自社だけで推進することは困難です。地域の環境保全や脱炭素に係る取組を応援することで、それらを推進できたことは大きな意義があったと考えています。



寄附活用事業が社員にとってもプラスに

- 寄附を活用して地方公共団体により実施された子育て事業は、当社の子育て世代の社員にとってもプラスになっています。また、社員としては、自分が働く企業が、地方公共団体の子育て事業に協力していることに誇りを感じ、モチベーションアップにもつながっているようです。



「寄附をしたい地方公共団体や事業が見つからない」という声も

■ 地域再生計画の認定を受けている地方公共団体については下記のリンクから確認できます。



https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/portal/tiiki_index.html

■ 地方公共団体が特に寄附を募集している事業については下記のリンクから確認できます。



https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/portal/sp_kifu/index.html

■ 内閣府では、企業と地方公共団体のマッチングの機会を設けておりますので、ぜひご活用ください。



https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/portal/sdgs_bunkakai.html

寄附受入れに至る流れ等

地方公共団体の皆様からのヒアリング等に基づき、寄附獲得に関する主な流れ等をまとめています。

1. 庁内の体制づくり

- 地域再生計画の認定を受ける
※申請時点において具体的な寄附の見込みが立ってなくても認定を受けることは可能
- 企業版ふるさと納税の担当部局が各部局に制度を周知
(幹部が集まる会議や、庁内ネット掲示板などを利用)
- 横断的なプロジェクトチームを立ち上げ、寄附活用事業の企画・立案や寄附集めで連携



2. 企業のリストアップ

- 企業版ふるさと納税の担当部局が、産業振興の担当部局等に企業情報の提供を依頼
- 寄附を依頼する企業の候補をリストアップし、庁内に共有



3. 企業へのアプローチ

- 寄附活用事業をPRするチラシ等を作成し、企業に送付
- 電話やメールで、寄附活用事業の必要性や企業にとってのメリットを説明
- 前述のアプローチで関心を持った企業と面談
- 企業の業績や決算時期を踏まえたアプローチ



4. 企業からの寄附



5. 寄附受入れ後のフォロー

- 寄附企業名等を積極的に発信
 - ・ 地方公共団体のホームページや広報誌に寄附企業名等を掲載
 - ・ 寄附活用事業により整備された施設等に、寄附企業名入りの銘板を設置
 - ・ 寄附目録の贈呈式など、記者会見の場を設ける
- 寄附を活用して整備した施設の完成式典等に招待
- 寄附活用事業の進捗報告
(寄附がどのように活用されたかや、取組の効果等)



/// 次年度以降の継続的な寄附に！ ///

ワンポイント！

リストアップをする企業

- 寄附活用事業と関連の深い事業を行っている
- 経営者が出身者
- 支店や工場が立地
- 首長や職員とつながりのある人物が企業に在籍
- 包括連携協定を締結している企業 など

ワンポイント！

寄附活用事業の告知方法

- ホームページや広報誌に掲載
- 地元メディアに情報提供をすることで記事化
- 関連イベントで告知
- 内閣府ホームページへの掲載 など

アプローチの主体

- 都道府県が、管内市町村の寄附活用事業を取りまとめて企業に発信するなど、リーダーシップを発揮することで、地域全体の寄附獲得につながるケースも
- 首長や幹部職員がアプローチをかけることで、企業の経営者との面談が実現し、寄附につながるケースも
- 寄附依頼先の企業と接点のある外部の人物に協力を得たことで、寄附につながるケースも