

企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）について

令和3年12月
内閣官房 まち・ひと・しごと創生本部事務局
内閣府 地方創生推進事務局

詳しくは、

企業版ふるさと納税ポータルサイト

検索



https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/kigyous_furusato.html

【問合せ先】

内閣府地方創生推進事務局

電話: 03-6257-1421

メール: kigyous-furusato@cas.go.jp

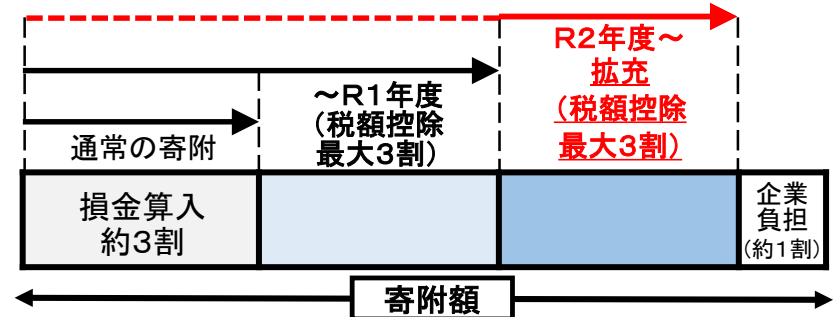
企業版ふるさと納税

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
- 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。

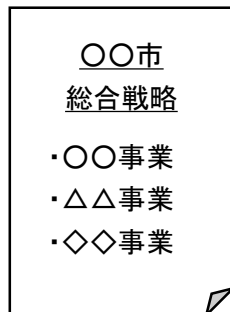


例) 1,000万円寄附すると、最大約900万円の法人関係税が軽減。

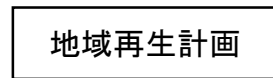
- ①法人住民税 寄附額の4割を税額控除。(法人住民税法人税割額の20%が上限)
- ②法人税 法人住民税で4割に達しない場合、その残額を税額控除。ただし、寄附額の1割を限度。(法人税額の5%が上限)
- ③法人事業税 寄附額の2割を税額控除。(法人事業税額の20%が上限)

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1,260市町村(令和3年11月26日時点)

官民連携による地方創生

- ・地方創生は、行政の力だけでは成し得ない。
- ・行政と民間が力を合わせ、官民連携して取り組むことが必要。
- ・企業版ふるさと納税の活用により、企業のノウハウ・知見を活かした地方創生の推進が可能に。
- ・寄附活用事業の企画・立案段階から企業が参画する例もある。

シティプロモーションにつながる

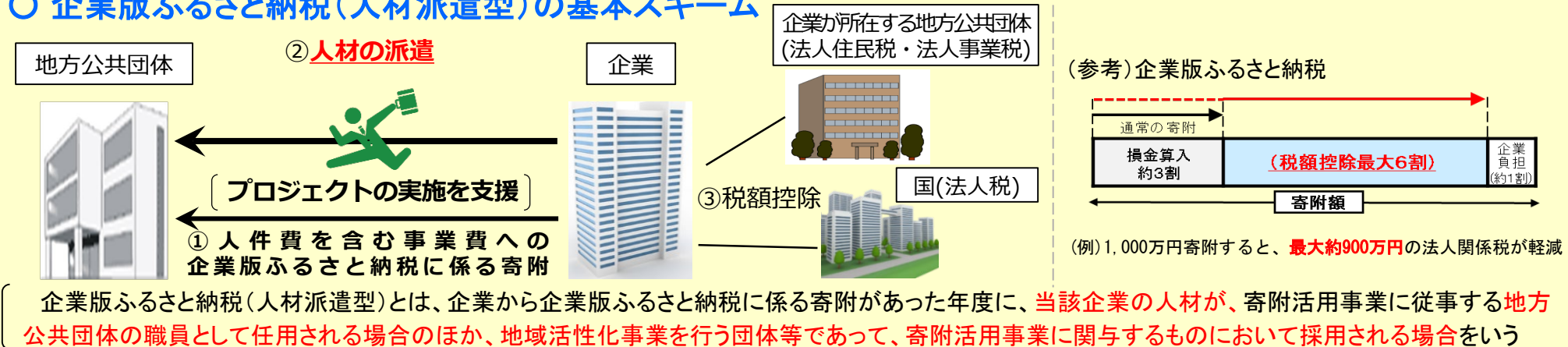
- ・企業版ふるさと納税の活用を通じて、企業に対して、地域の魅力や行政の取組をPRする機会となり、シティプロモーションにつながる。

地方創生に必要な財源の確保

- ・限りある財源の中で、予算措置が難しいとされている事業についても、寄附を活用することで財源を確保し、事業が実施できる可能性もある。

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

○ 企業版ふるさと納税（人材派遣型）の基本スキーム



地方公共団体のメリット

- **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
- 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
- **関係人口の創出・拡大**も期待できる

企業のメリット

- 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
- 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
- **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

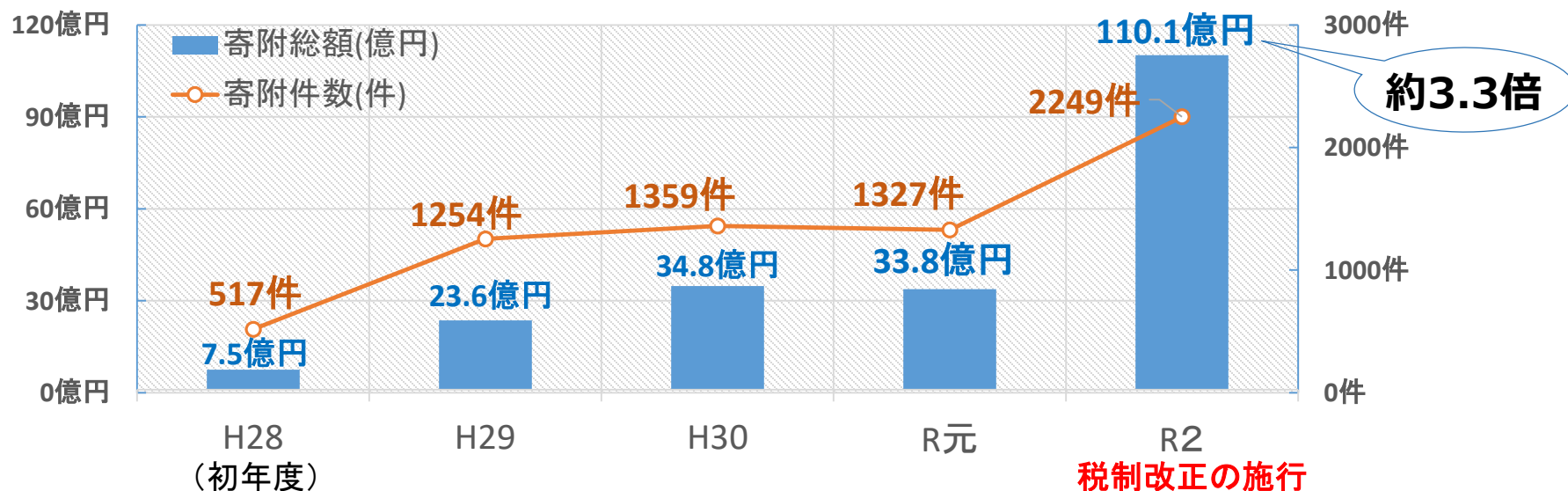
- ・ 寄附企業からの**人材受入れなどを対外的に明らかにすること**により透明性を確保
- ・ 寄附企業への寄附を行うことの代償としての**経済的利益供与の禁止** など

活用団体	受入期間	従事する事業	派遣者	活用団体	受入期間	従事する事業	派遣者
岡山県真庭市	令和3年4月1日から2年間	観光振興事業	岡山市内の企業から1名	熊本県	令和3年8月18日から約11ヶ月間	脱炭素化推進事業	福岡市内の企業から1名
新潟県	令和3年6月1日から9ヶ月間	ICTを活用した地域課題解決	東京都内の企業から1名	岩手県大槌町	令和3年10月1日から6ヶ月間	防災・協働地域づくり	東京都内の企業から1名
大阪府貝塚市	令和3年7月1日から2年間	駅開発等のまちづくり事業	大阪市内の企業から1名	奈良県葛城市	令和3年10月1日から6ヶ月間	ICTを活用した地域課題解決	東京都内の企業から1名

令和2年度寄附実績

- 令和2年度の寄附実績は、**税制改正の大幅な見直しを踏まえ**、コロナ禍にあっても、金額・件数ともに**大きく増加**（金額は前年比**3.3倍**の**110.1億円**、件数は**1.7倍**の**2,249件**）
- 今後、一層の活用促進に向け、関係府省との連携等による**業界・企業への働きかけの強化**、地方公共団体等への**支援の充実**（「企業版ふるさと納税マッチング・アドバイザー」の活用等）等を実施

区分	H28年度 (初年度)	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度 (税制改正の施行)	合計
寄附額 (対前年度増加率)	7.5億円	23.6億円 (+215%)	34.8億円 (+48%)	33.8億円 (△3%)	110.1億円 (+226%)	209.7億円
寄附件数 (対前年度増加率)	517件	1,254件 (+143%)	1,359件 (+8%)	1,327件 (△2%)	2,249件 (+69%)	6,706件



スポーツに関連した寄附活用事例

令和3年3月内閣府発行「企業版ふるさと納税活用事例集～全国の特徴的な取組～」に掲載 <https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/portal/pdf/R2jireisyu.pdf>



湯の丸高原に国内屈指のスポーツ施設を整備

標高の高さを活かし新たな需要を取り込む



標高1750mに新設された屋内長水路プール。陸上トラックとともに、国内屈指の高地トレーニング環境の場として注目されている。

寄附活用事業の概要 高地トレーニング用の陸上トラックや、屋内プール等を整備し、スポーツ需要を獲得

東御市の観光客数は2001年の108万人をピークに減少傾向にあり、観光消費額においても2003年をピークに減少が続いていました。理由としては、冬季のスキー客の減少のほか、グリーンシーズンにおいても「ただ見て帰る」だけの通過型観光地となっており、じっくり滞在する滞在型消費活動を行うコンテンツとその仕組み等が不足していたことが挙げられます。本事業では、高地トレーニング環境に優れた標高1750mの湯の丸高原において、運動施設を新設・整備するとともに、既存の宿泊施設の改築等を行いました。これらを軸に、交流人口の拡大や地域の活性化を図り、幅広い層をターゲットとしたツーリズム商品の造成・販売を進めています。

寄附活用事業の成果 スポーツ合宿等の訪問客が増え、観光消費額が回復

1. 日本一標高が高い陸上トラックや長水路のプールなど、国内屈指の高地トレーニング施設が完成
2. トップアスリートが訪れるようになり、合宿利用者数も増加
3. 滞在型消費活動が促進されたことにより、観光消費額が増加
4. グリーンシーズンの訪問客層が変化し、新しい人の流れを獲得
5. 民間投資が進み、新たな雇用を創出



標高1750mにある陸上トラック

地方公共団体 寄附受入れの経緯・工夫

企業版ふるさと納税を取り扱う窓口と本事業の担当課が同一であったため、寄附集めがスムーズに推進されました。直接市民の利益につながりにくい事業のため、主にスポーツに関わる県外の企業を中心にリストアップ。寄附活用事業を説明する独自のプレゼン資料を作成したうえで市長自らが営業活動を行いました。本事業で整備した施設の目立つ場所に、寄附企業名を記載した看板を掲げており、寄附企業名がトップアスリートの目に留まるというの、寄附の取得材料になりました。

寄附企業 寄附の経緯・効果

東御市出身の役員が在職し、支社工場が同市にあるご縁から寄附を決定。故障の発露に貢献できることに加え、東京オリンピック・パラリンピック開催前に施設が完成すること、スポーツ選手の応援にもつながることが寄附の動機になっています。また、寄附を契機に同市との新たな交流が生まれ、本事業で整備された施設を、一般の利用者と同様の条件で、自社チームのスポーツ合宿や企業研修で利用しています。



まちのシンボルの輝きを取り戻す

Jリーグ「サガン鳥栖」のホームスタジアムをリニューアル



生まれ変わったスタジアム。ホームゲームの開演日には周囲一帯がチームカラーに染められる。

寄附活用事業の概要 外観をチームカラーに一新、更なるシビックプライドの醸成へ

Jリーグ「サガン鳥栖」のホームスタジアムであり、鳥栖市のランドマーク的存在でもある駅前不動産スタジアムは、建築から20年が経過し、老朽化が目立っていました。本事業によって鉄骨躯体部及び外壁等の塗装改修工事を実施し、「サガン鳥栖」のチームカラーのスタジアムとして生まれ変わりました。あわせてスタジアム内にミュージアムコーナー等を整備しました。これらの取組により、当スタジアムがまちのシンボルとしての輝きを取り戻し、シビックプライドの醸成及び交流人口の更なる拡大につながっています。

寄附活用事業の成果 まちのランドマークが輝きを取り戻して再生

1. スタジアム来場者数が増加し、経済効果がアップ
2. Jリーグ各クラブのサポーターにも、本事業や寄附企業の知名度が浸透
3. 外観が美しくなり駅周辺が活性化
4. 一般の人にミュージアムを見ていただくことで新たなサッカーファンを獲得



スタジアムの外観は市内通称出土の銅剣がモチーフ

地方公共団体 寄附受入れの経緯・工夫

スタジアム改修の設計段階から株式会社Cygamesと改修後のイメージに関する意見交換を重ね、「サガン鳥栖」のチームカラーを取り入れたシンボリックなデザインにリニューアルすることを決定しました。スタジアムの基本的機能の向上のみならず、デザイン性でも価値の向上を目指すといった事業展開は、企業版ふるさと納税を活用した官民連携の取組であったからこそ実現できたものです。「サガン鳥栖」のホームゲームで同社に感謝状を贈呈するなど、ホームゲームへの来場者にも事業の成果をお伝えしており、企業の知名度やイメージアップに貢献させていただいています。

寄附企業 寄附の経緯・効果

これまで「サガン鳥栖」のオフィシャルスポンサーとして幅広い分野で協力させていただいています。鳥栖市の事業を通じ、駅前不動産スタジアムがまちのシンボルとしての輝きを取り戻すことによって、鳥栖市民やサポーターに、市に対するより多くの誇りを感じてもらいたいとの思いから、事業費全額の寄附を申し出ました。今回の寄附は、プロスポーツに関わる地域貢献であることから、各メディアで紹介されることが多く、当社のPRにもなりました。また、公益のために多額の寄附をしたことが評価され、経費控除を受けました。

事業分野	文化・芸術・スポーツ
事業期間	2019年4月～2020年3月
事業費	1,508,318千円
寄附額	258,850千円
寄附件数	113件
寄附企業名	ルートインジャパン株式会社 株式会社カワイチ、株式会社 八十二銀行、上田信用金庫、 株式会社日本ビルシステムズ ほか67社
SDGs関連するゴール	3 持続可能な開発目標 11 持続可能な開発目標 17 持続可能な開発目標

事業分野	文化・芸術・スポーツ
事業期間	2017年11月～2019年6月
事業費	685,903千円
寄附額	685,903千円
寄附件数	3件
寄附企業名	株式会社Cygames
SDGs関連するゴール	11 持続可能な開発目標 17 持続可能な開発目標

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。



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。



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。



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。



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、恩返しができたのではないかと考えています。



寄附活用自事業が社員のプラスに

- 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。

地域再生計画



- 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。

寄附募集事業



- 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。

マッチング会



企業版ふるさと納税の寄附獲得に向けた取組例 ～地方公共団体向け～①

寄附活用事業検討（庁内の体制づくり）段階

想定される疑問点	回答（取組例）
企業に訴求しやすい事業とは。	●企業の継続的な発展に寄与する事業など、企業にとっても魅力ある事業づくりを行うことが重要。 ●新型コロナウイルス感染症対策・災害復興支援・デジタル技術の活用（デジタル田園都市国家構想）など、企業の注目度の高い寄附活用事業を構築することが重要。
事業検討段階から企業と協働できる可能性は。	●企業とともに寄附活用事業を創り上げていく例もある。事業を練り上げてから企業にアプローチするだけでなく、企業と対話し、共に事業を練り上げていくことも重要。

企業のリストアップ段階

どのようにアプローチ先の企業を選べばよいか分からない。	●地方創生担当部局だけでなく、商工部局（企業誘致担当など）、企業との包括協定を担当している部局、東京事務所（県人会など）などとの連携を密にして企業のリストアップを行う。 ●マッチング会や説明会に参加し、企業とのネットワークを作ることが効果的。 ●シティプロモーションの一環としての位置づけが重要。
-----------------------------	---

企業版ふるさと納税の寄附獲得に向けた取組例 ～地方公共団体向け～②

企業へのアプローチ段階

想定される疑問点	回答(取組例)
企業へのアプローチの仕方が分からない。	● 寄附活用事業の必要性や、寄附目録贈呈式の開催、記者発表(プレスリリース)、寄附を活用して整備した施設への銘板の設置、ホームページ・広報誌や県政番組での広報など、企業のメリットになる点を伝えることが有効と考えられる。 ● 首長や幹部職員によるトップセールスや直筆メッセージも有効と考えられる。 ● 一度きりでなく、(不)定期的に同一企業に働きかけを行うことが重要。その際、地方公共団体の方向性・姿を理解してもらう姿勢・視点が不可欠。また、寄附を行う企業の立場に立ち、どのようなやり方・内容でアプローチされることが望まれるか考えることも重要。

全体を通して

企業版ふるさと納税の活用を促進するにあたり、どのような姿勢で取り組んだら良いか。	● 各都道府県の企業版ふるさと納税推進リーダーが中心となり、県内市町村も巻き込んだ上で、地域一丸となって取り組むことが必要。 ● 地域別(ブロック別)の説明会やマッチング会の開催も有効と考えられる。 ● 自ら、明確に定量的・定性的な目標を立てて、目標に向かって取り組むことが重要。
--	--

企業版ふるさと納税活用促進に向けた取組 ―企業と地方公共団体とのマッチング会―

- 内閣府では、我が国におけるSDGsの国内実施を促進し、より一層の地方創生につなげることを目的に、**官民連携の場**として、2018年8月31日に「**地方創生SDGs官民連携プラットフォーム**」を設置。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS
世界をより良くする17の目標

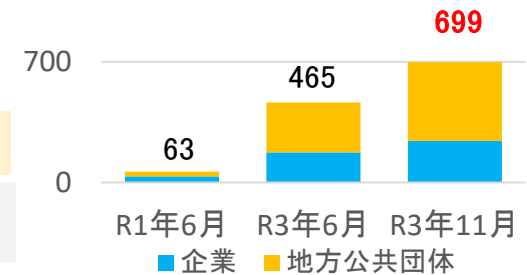


- 会員数：6,013団体(2021年10月末時点)
〔 都道府県及び市区町村:1,017団体 / 関係府省庁:16団体 / 民間団体等:4,983団体 〕

- 会員からのテーマ提案に基づき分科会を設置(2021年10月末時点:52分科会)。

- SDGsの17の目標のうち「11 住み続けられるまちづくりを」は、地方創生に深く関連。
- 地方公共団体における地方創生の取組の多くは、持続可能な開発目標(SDGs)の達成にも寄与。
- 特に、企業版ふるさと納税の活用事例は、「17 パートナリシップで目標を達成しよう」に通じるもの。

分科会会員数の推移



企業版ふるさと納税 分科会 (企業241団体、地方公共団体458団体 ※R3.11時点)

- 課 題
- SDGs関連事業に取り組む企業が企業版ふるさと納税を活用するメリットの周知。
 - SDGs関連事業を通じた地方公共団体と企業とのマッチングの機会の創出。

○2020年度開催実績

- 第1回：8月 26日(WEB開催) 自治体72団体、企業34団体
- 第2回：10月 1日(WEB開催) 自治体147団体
- 第3回：10月 29日(WEB開催) 自治体42団体、企業31団体
- 第4回：12月 9日(WEB開催) 自治体62団体、企業33団体
- 第5回：1月 22日(WEB開催) 自治体116団体、企業87団体
- 第6回：2月 25日(WEB開催) 自治体82団体、企業77団体

- ・自治体向けのセミナー(企業への効果的なプレゼンテーションや個別面談時の対話の手法等)、模擬プレゼンを実施
- ・企業版ふるさと納税(人材派遣型)についての説明を実施
- ・企業からのプレゼンテーションを実施
- ・企業版ふるさと納税(人材派遣型)のプレゼンテーション及び個別面談を実施
- ・メインテーマを設定(①スポーツ・文化の振興、②脱炭素社会の実現)
- ・自治体(今治市)による取組事例発表

○2021年度開催実績・予定(合計6回程度開催予定)

- 第1回：7月15日(WEB開催) 自治体149団体、企業58団体
- 第2回：9月 2日(WEB開催) 自治体88団体、企業68団体
- 第3回：10月13日(水)(WEB開催) 自治体137団体、企業64団体
- 第4回：11月18日(木)(WEB開催) 自治体102団体、企業62団体
- 第5回：1月18日(火)、第6回：2月上中旬開催予定

- ・メインテーマを設定(デジタル・トランスフォーメーションによる地域課題の解決)
- ・メインテーマを設定(①脱炭素社会の実現、②国土強靱化、③新型コロナウイルス感染症対策)
- ・自治体(新潟県)による取組事例発表
- ・メインテーマを設定(デジタル・トランスフォーメーションによる地域課題の解決)
- ・企業が地方公共団体のプレゼンテーションを視聴した上で関心ある地方公共団体と面談できるよう、個別面談会を別日に設定
- ・メインテーマを設定(①災害・国土強靱化・新型コロナウイルス感染症対策、②移住・定住の促進)

企業の「各地方公共団体でどんな寄附事業があるか分からない。」に応えるため、内閣府ポータルサイトに寄附募集事業を掲載。

■企業版ふるさと納税ポータルサイト トップページ



特に寄附を募集している事業一覧

地域から探す ➡

キーワードから探す ➡

企業版ふるさと納税
ポータルサイト➡



デジタル技術を活用した寄附活用事例

政府として、**地方からデジタルの実装**を進めることで、**地域の課題解決**を図り、持続可能な経済社会を目指す「**デジタル田園都市国家構想**」を推進。

（参考）【岸田総理 所信表明演説（抜粋）】

（略）これまで進んでこなかったデジタル化が急速に進むなど、社会が変わっていく確かな予感が生まれています。今こそ、科学技術の恩恵を取り込み、コロナとの共生を前提とした、新しい社会を創り上げていくときです。

この変革は、地方から起こります。地方は、高齢化や過疎化などの社会課題に直面し、新たな技術を活用するニーズがあります。例えば、自動走行による介護先への送迎サービスや、配達の自動化、リモート技術を活用した働き方、農業や観光産業でのデジタル技術の活用です。

ピンチをチャンスに変え、我々が子供の頃夢見た、わくわくする未来社会を創ろうではありませんか。

（中略）第2の柱は、地方を活性化し、世界とつながる「**デジタル田園都市国家構想**」です。地方からデジタルの実装を進め、新たな変革の波を起こし、地方と都市の差を縮めていきます。そのために、5Gや半導体、データセンターなど、デジタルインフラの整備を進めます。誰一人取り残さず、全ての方がデジタル化のメリットを享受できるように取り組みます。

デジタル技術を活用して地域の課題解決等を図っている事例（令和2年度企業版ふるさと納税寄附実績より）

- ワーケーションをきっかけとして来訪する都市部人材を副業・プロフェッショナル人材として活用。
- **スポーツとI・Tを活用したオンラインによる新たな健康増進プログラムの構築**
- 地元企業へのDXの啓発・人材育成やデジタル技術の活用支援
- 保育所のICT環境の整備と保育業務をサポートするシステムを導入による保育業務の効率化
- ICT等推進人材の育成・確保
- デジタルサイネージ（映像による電子掲示板）を活用した農林水産物の販売促進
- 学校の教室に、大型ディスプレイ・書画カメラ・指導者用パソコン等を整備
- ICT教育の推進のため、小中学校にICT支援員を配置

「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」等に係るQ&Aの構成

総

説

禁止される具体例の例示

【Q5-1-1】(拡充)

個別事例の詳細

許容される具体例の例示

【Q5-1-2】(拡充)

契約一般

寄附を行った法人を
契約の相手方とすること

まち・ひと・しごと創生寄附活用事業に係る契約

【Q5-2-1】(新設)

まち・ひと・しごと創生寄附活用事業以外の事業に係る契約

【Q5-2-2】(新設)

すでに契約関係にある法人から寄附を受領すること

【Q5-2-3】(新設)

ネーミングライツ

寄附を行った法人をネーミング
ライツ契約の相手方とすること

有償のネーミングライツ契約

【Q5-3-1】(新設)

無償のネーミングライツ契約

【Q5-3-2】(新設)

施設等の利用

寄附を行った法人に対し、まち・ひと・しごと創生寄附活用事業により
整備された施設等を利用させること

【Q5-4】(新設)

寄附法人の子会社等

寄附を行った法人の関係会社を契約の相手方とすること

【Q5-5】(新設)

契約関係類似の関係

寄附を行った法人との間で一定の関係を成立させること

【Q5-6-1】(新設)

すでに一定の関係にある法人から寄附を受領すること

【Q5-6-2】(新設)

- ↳ 契約関係にある共同企業体
に参画している法人
- ↳ 出資等を行う法人
- ↳ 指定管理者である法人
- ↳ 指定金融機関である法人

そ

の

他

法人にとってのメリット

【Q11】(新設)