

「企業版ふるさと納税」を創設

- ・企業は地方が育てた人材や資源で利益を上げ、本社のある大都市へ納税(受益と負担のギャップ)
- ・企業が本社を東京に集中することで東京に人を集め、日本全体の人口減少を加速
- ・このため、企業は、地方への寄附(納税)を通じて、地方創生、人口減少対策に協力
- ・企業の本社移転が本来であるが、すぐに効果が現れる制度として寄附を活用

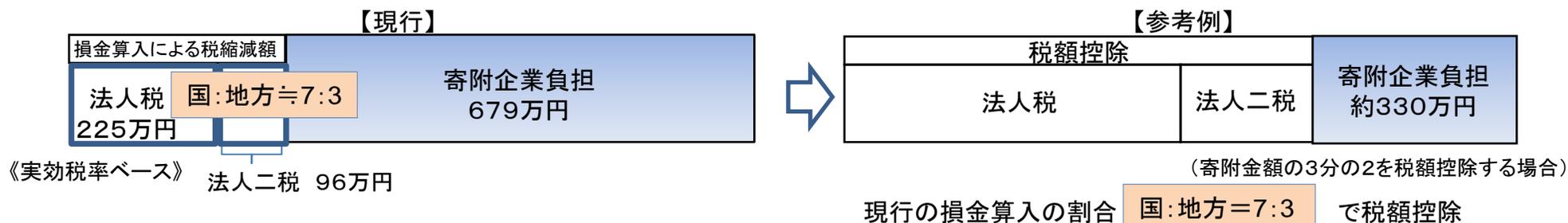
※ 人口減少対策への対応は国の責務

【制度概要】

- ・企業から自治体への寄附金の全部または一部を税額控除(東京に対する寄附は現行制度と同等)
(法人税および法人二税それぞれの税額の20%を限度)
- ・対象となる寄附は、① 地方創生、人口減少対策(結婚・子育て支援、U・Iターンの推進等)に限定
② 寄附企業に対して直接利益がおよぶ事業を除外

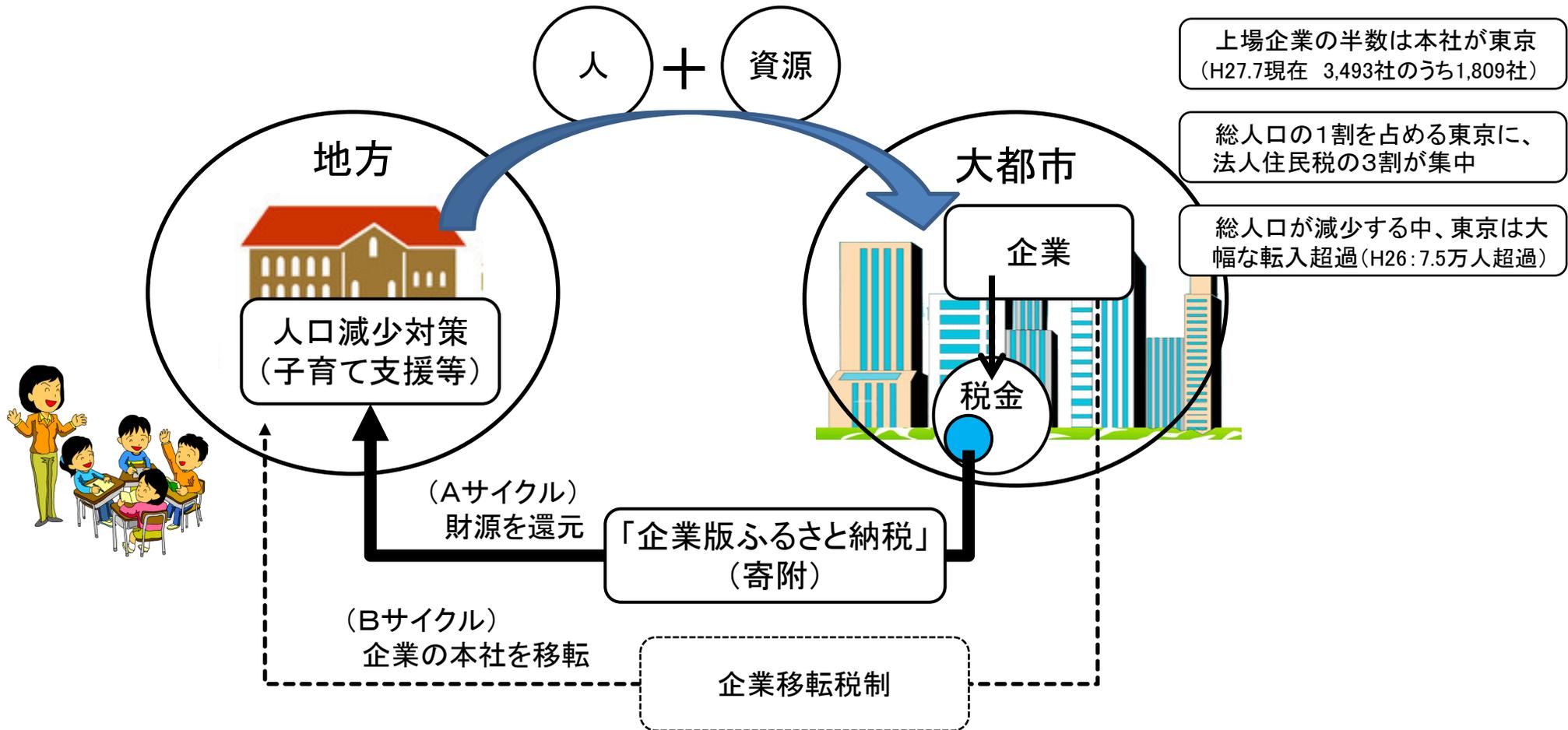
※ 企業の「ふるさと」とは、①当該企業の発祥の地、②企業活動に必要な原材料の供給地、③下請け等の所在地などをイメージ

《1,000万円の寄附を行った場合の控除のイメージ》



マイナンバーを活用して国税当局が寄附の事実を確認

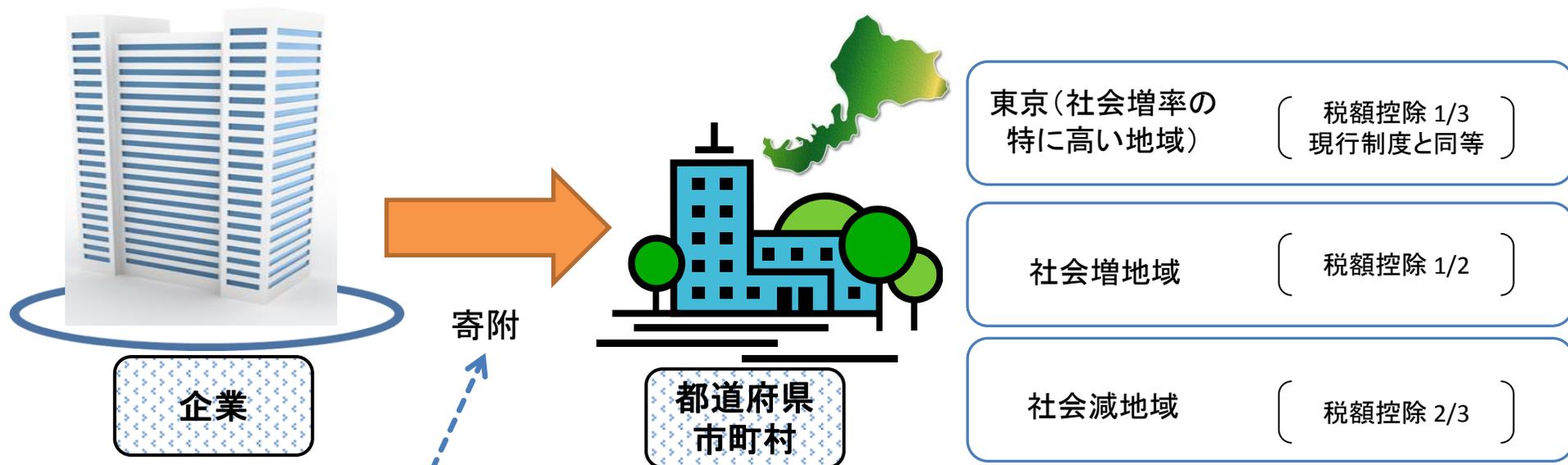
「企業版ふるさと納税」のイメージ



- 企業が本社を東京に集中することで東京に人を集め、日本全体の人口減少を加速しているため、「企業版ふるさと納税」により、企業も地方創生、人口減少対策に協力（人口減少問題への対応は国の責務）
- 企業の本社移転が本来であるが、すぐに効果が現れる制度として寄附を活用

人口の社会減地域への寄附を誘導する「企業版ふるさと納税」

- 企業の寄附先の選択性を確保しながら、人口の社会減地域に寄附を誘導
 - ・寄附先自治体の人口の社会増減に応じて税額控除の割合を設定



- ①企業の「ふるさと」により自治体を選択
 - ・企業発祥の地
 - ・原材料の供給地
 - ・下請け等の所在地 等
- ②「ふるさと政策市場」で事業を選択・寄附

企業の「ふるさと」の例

企業の「ふるさと」に応じた寄附先の選択により、さまざまな地域貢献が可能

ふるさとの例	具体的には
企業発祥の地へ	<ul style="list-style-type: none">・起業の地へ・創業者の出身地へ
原材料等の供給地へ	<ul style="list-style-type: none">・ポテトチップスの売上の一部をジャガイモ産地へ・ブランド眼鏡の売上の一部を生産地へ
従業員等の出身地へ	<ul style="list-style-type: none">・出身地別従業員数(人材の供給量)に応じて・株主の出身地(資本の源泉)に応じて
商品の消費地へ	<ul style="list-style-type: none">・ビールの売上量に応じて・粉ミルクの売上の一部を出生率に応じて

企業と寄付先自治体の縁結び「ふるさと政策市場」



該当事業を実施

※ 寄附企業に直接利益が及ぶ事業を除外

- 全国の自治体の政策(人口減少対策)が一覧でき、企業が政策を比較しながら納税(寄附)先を選択できる「ふるさと政策市場」をホームページ上に整備
- 企業は、優れた政策を推進する自治体に納税(寄附)を通じて投票。自治体は市場を通じて政策を競い合う