

## ふるさと納税への中小企業の参画 (IRSME15011)

平成 27 年 8 月 25 日 神村 美紗

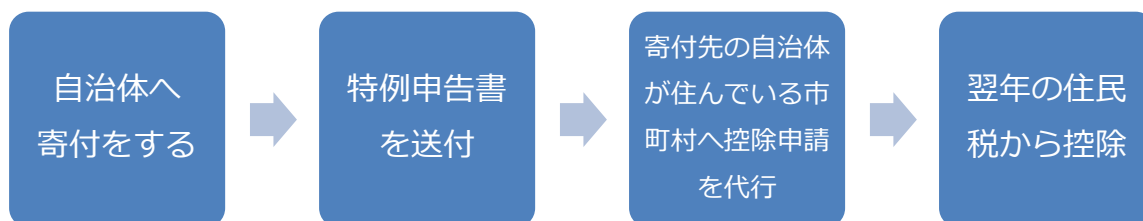
自分が貢献したいと思う都道府県・市町村へ寄付を行う「ふるさと納税」という制度がある。これは、地方間格差や過疎などによる税収の減少に悩む自治体に対しての格差是正を推進するための新構想として、2008 年、第一次安倍政権のときに創設された制度である。この制度では、個人が 2,000 円を超える寄付を行った際に、住民税（5,000 円を超える部分）と所得税（2,000 円を超える部分）から一定の控除を受けることができるというものだ。寄付先のふるさとには定義はなく、出身地以外でも「お世話になったふるさと」や「これから応援したいふるさと」など各自が考えるふるさとを自由に選ぶことができる。

ふるさと納税は、平成 25 年の総務省の発表では 140 億円程度の市場規模だったが、平成 27 年 4 月 1 日以降の寄付から一定の要件を満たすことによる手続きの簡素化、また納税枠の拡大により、市場規模はさらに拡大していくものと考えられる。

### ■ ふるさと納税の仕組み

ふるさと納税の申請には 2 パターンがある。これまでは、ふるさと納税を行った後、確定申告をして所得税と住民税が控除されていた。これに加え、平成 27 年 4 月 1 日以降は、確定申告が不要な給与所得者等で、納税を行う自治体が 5 団体以内であれば確定申告の必要がなく、所得税控除額を含めた金額が翌年度の住民税から減額となる。

【ふるさと納税の流れ】



### ■ ふるさと納税の魅力

ふるさと納税を行うと、特産品などを寄付のお礼の品として送っている自治体もある。中には高価な海産物や肉類、家電製品や宿泊券などもあり、これもふるさと納税の魅力である。お礼の品をもらえるから寄付をするというのは本来の目指すべき目的ではないが、この制度を地

平成 27 年 8 月 25 日

(IRSME15011) ふるさと納税への中小企業の参画

---

地域の産業や企業をアピールするマーケティングツールであると考えれば効果的な場ではないだろうか。株式会社トラストバンクが運営する「ふるさとチョイス」というふるさと納税ポータルサイトでは、全国のふるさと納税のお礼の品を検索することができる。例えば、2015 年 7 月の P V 数ランキングでは、1 位が島根県浜田市、2 位が長野県飯山市、3 位が長崎県平戸市であるなど、観光地として特段有名ではない地域であっても、ランキングが上位に上がり注目を集めている。このサイトでは寄付金額やお礼の品の種類、地域やランキングで納税する自治体を検索することができ、ふるさと納税を検討している人にとっては非常に便利である。

自治体やお礼の品を提供する事業者としても、これまでなかなか知ってもらえなかった魅力的な特産品を全国の人に知ってもらうことで魅力を伝えられる可能性が広がっている。最近では、ふるさと納税をきっかけに知った特産品をリピートで購入する人も増えている。岐阜県笠松町は 2015 年 8 月に、ふるさと納税の制度を使って町に寄付をした人に贈るお礼の品を 32 種類から 65 種類に倍増させ、4 ランクに分けて寄付額に応じて選べるように改めた。タイアップ事業者も 30 から 41 に増えるなど、町全体として盛り上げていく方針である。

## ■ 事業者のメリット

自治体によっては、納税者へお礼の品を贈呈するタイアップ事業者を随時募集している。タイアップ事業者は、ふるさと納税関連の案内パンフレット、自治体のホームページ等に掲載され、事業者名、商品名等を PR することができ、商品発送時にも、パンフレットやチラシなどを同封することで、贈呈する商品以外の紹介もできるため有意義なアピール機会になる。

寄付者へ贈呈する商品に対して一定の負担金が自治体から事業者へ支払われるなど、事業者の負担も少なく取り組むことができるような仕組みもある。盛り上がりを見せるふるさと納税への参画に後れをとり、他社にその権利を譲ってしまうことは非常に惜しくないだろうか。消費者向けの商品を取り扱う企業は、差別化を図るためにも、いち早くふるさと納税への参画を検討してほしい。(了)