

総務政策常任委員会資料

令和5年7月19日(水)

総 合 政 策 部

目 次

- 1 企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）について・・・・・・・・・・・・・・・・・・2
- 2 マイナンバーの紐付けに係る総点検について・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
- 3 ひなた宮崎県総合運動公園庭球場の改修について・・・・・・・・・・・・・・・・・・7

企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）について

総合政策課

1 制度の目的・経緯

- ・地方公共団体が地方創生のために事業を進めていく際に、事業の趣旨に賛同する企業が寄附を行うことにより、官民連携で当該事業を効果的に推進することを目的として、平成28年度に創設。
- ・単なる資金面での支援にとどまらず、事業を通じた地方公共団体と企業のパートナーシップの構築により、地域課題の解決が図られることも期待。
- ・地方創生の更なる充実・強化に向けて地方への資金の流れを高める観点から、令和2年度に制度の見直しが行われ税額控除を大幅に引き上げ。
- ・現時点では、税額控除の適用期間は令和6年度まで。

地方公共団体のメリット

- ・民間資金を活用した地方創生事業の実施
- ・官民連携による企業とのパートナーシップの構築

企業のメリット

- ・法人関係税の軽減効果が寄附額の最大9割
- ・社会貢献（企業としてのPR効果）
- ・地域資源を活用した新事業展開

その他報告事項 1 企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）について

2 制度の概要

- ・国が認定した地域再生計画に位置づけられる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。
- ・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、実質的な企業負担が約1割まで圧縮。

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)

3 寄附額等の推移

令和2年度税制改正による税額控除割合の引き上げ等もあり、金額・件数ともに増加傾向。

区分		H28年度	H29年度	H30年度	R1年度	R2年度	R3年度	R4年度	合計
宮崎県	寄附額（千円）	27,600	15,850	13,800	16,100	21,050	32,800	119,519	246,719
	寄附件数（件）	15	6	5	6	6	7	26	71
全国	寄附額（千円）	750,000	2,360,000	3,480,000	3,380,000	11,010,000	22,570,000	-	43,550,000
	寄附件数（件）	517	1,254	1,359	1,327	2,249	4,922	-	11,628

※全国の実績は9月頃公表予定。

その他報告事項1 企業版ふるさと納税（地方創生応援税制）について

4 令和5年度の実施について

令和5年度は、下記6分野の事業について、企業版ふるさと納税を実施。

寄附対象分野と主な事業（括弧内はR4年度寄附実績額）

- ①みやざき産業人財確保支援分野（4件：17,700千円）
宮崎県内の支援企業に就職した大学生等が在学時に貸与を受けた奨学金の返還支援事業に活用
- ②みやざきの文化資源（遺産）継承・活用応援分野（4件：2,400千円）
神話や神楽、地域の伝承等に親しむ機会を増やすための事業、神楽のユネスコ文化遺産登録に向けた事業等に活用
- ③国スポ・障スポ応援分野（0件）※R4 11月開始分野
2027年の国スポ・障スポのメイン会場である陸上競技場の整備に活用
- ④みやざきゼロカーボン推進分野（5件：32,219千円）
森林などの地域資源を活かした再生可能エネルギーの導入拡大や再造林推進の事業等に活用
- ⑤世界農業遺産応援分野 ※R5年度開始分野
「世界農業遺産高千穂郷・椎葉山地域」の魅力発信や関係人口創出・拡大の取組等の事業に活用
- ⑥フードビジネス振興分野（13件：65,700千円）
多様な関係者の連携による、食資源の高付加価値化に向けた新たな商品・サービスの開発、販売促進等の事業に活用

マイナンバーの紐付けに係る総点検について

デジタル推進課

1 経緯

マイナンバーの紐付けに関し、健康保険証や障害者手帳などにおいて、紐付け誤りが全国で相次いで判明した。

このため、国は、自治体や各保険者などの紐付け実施機関において、現時点でマイナポータルで閲覧可能な情報（29項目）について、紐付けが正確に行われているか、必要な点検を行うとした。

2 総点検の基本的な進め方

時期	対応
7月中	①関係省庁から紐付け実施機関に対し、現状の紐付け方法について確認を行う。 ・定められた方法で、正しく国の関係機関に照会していたか（氏名・生年月日・住所・性別のうち何種類を用いたか）など ↓
原則として秋まで	②関係省庁が、紐付け方法の確認結果を踏まえ、氏名等のうち3種類以下の情報を用いて照会していた場合など、個別データの総点検が必要なケースを整理し、実施機関に必要な指示を行う。 ↓ ③紐付け実施機関は、関係省庁からの指示に沿ってデータの点検や誤紐付けの修正等を実施し、結果を公表する。 ↓ ④紐付け誤りに実施機関固有の原因（システムの未導入等）がある場合は、個別に対応する。

3 県の対応

総点検を着実かつ円滑に進めるため、デジタル推進課において総点検に関する全庁的な情報共有、進捗状況の確認等を行っていく。併せて、市町村に対し必要な支援を実施する。

その他報告事項2 マイナンバーの紐付けに係る総点検について

総点検の対象情報（マイナポータルで閲覧可能な情報）【29項目】

総点検対象情報	紐付け 実施機関
【健康・医療】	
1 健康保険証情報	保険者
2 診療・薬剤情報	保険者
3 医療費通知情報	保険者
4 予防接種	市町村
5 特定健診情報・後期高齢者健診情報	保険者
6 検診情報	市町村
7 医療保険	保険者
8 医療保険その他	保険者
9 学校保健	<u>県</u> ・市町村
10 難病患者支援	<u>県</u> ・市町村
11 保険証の被保険者番号等	保険者
12 医療保険情報の提供状況	保険者
【税・所得・口座情報】	
13 税・所得	市町村
14 医療費通知情報	保険者
15 公金受取口座	国

総点検対象情報	紐付け 実施機関
【年金関係】	
16 年金	年金事業者
17 年金その他	年金事業者
【子ども・子育て】	
18 児童手当	市町村
19 ひとり親家庭	<u>県</u> ・市町村
20 母子保健	市町村
21 教育・就学支援	<u>県</u>
22 障害児支援・小児慢性特定疾病医療	<u>県</u> ・市町村
【世帯情報】	
23 世帯情報	市町村
【福祉・介護】	
24 障害保健福祉	<u>県</u> ・市町村
25 生活保護	<u>県</u> ・市
26 中国残留邦人等支援	<u>県</u> ・市町村
27 介護・高齢者福祉	市町村
【雇用保険・労災】	
28 雇用保険	国・ <u>県</u>
29 労災補償	国・ <u>県</u> ・指定都市

ひなた宮崎県総合運動公園庭球場の改修について

国スポ・障スポ準備課

1 これまでの経緯

令和9年の国民スポーツ大会でテニス競技が実施される「ひなた宮崎県総合運動公園庭球場」のサーフェス（砂入り人工芝コート24面）は、大会前に耐用年数が到来することから改修が必要。

昨年度、施設利用者のニーズや県内公営コートの整備状況等を検証し、総合的に検討した結果、ハードコートに改修することを決定し、令和4年12月の常任委員会において報告。



〈参考：四日市テニスセンター〉

2 改修の方向性

国際水準のスポーツの聖地としてのブランド力を高め、「スポーツランドみやざき」の更なる推進を図るため、国民スポーツ大会に向けた施設整備のみならず、国際大会や全国規模の大会、合宿拠点として活用可能な施設への改修を検討。

ハードコート24面（うちインドアコート6面）、
国際基準の照明設備等の整備

管理棟（諸室、更衣室、シャワー・トイレ等の機能充実）の再整備

3 施設改修の概算事業費

約25億円（国交付金、地方債の活用を検討）

4 施設改修スケジュール

- 令和5～7年度
基本設計、実施設計、改修工事
- 令和7年度
屋外コートから順次供用開始
- 令和8年度
全面供用開始
- 令和9年度
国民スポーツ大会



〈参考：愛媛県総合運動公園テニスコート〉

5 施設改修により見込まれる効果 ※改修後に、JOC認定競技別強化センター認定を申請予定。

国際水準のテニスコート利用
やトップ選手の大会観戦等による
競技力の向上

日本テニス協会等と連携した
国際・全国規模の大会、合宿
等の誘致による観光振興

国際水準のスポーツの聖地と
してのブランド力の向上