

① 企業が購入した場合の活用例と税務処理について

企業にチケットの購入について協力を求める際は、購入することについてのメリットも併せてお伝えいただくのが良いかと思います。

購入するメリットに係る参考例を以下のとおりお知らせいたします。

※本県副知事が各自治体を訪問して直接説明させていただいた内容にもなるかと思えます。副知事の訪問が終了しましたので以下のとおり記載させていただきます。

主な活用例

- 社員・職員等の福利厚生としてのご活用
- 学校等の教育機関や社会福祉施設等への寄贈
- 企業・諸団体等のお得意様等への進呈

※チケットを差し上げることを条件として新規顧客獲得されることは禁止。

税務処理

- 福利厚生

⇒法定外福利費として一定のルールで経費処理できる可能性あり。

- 学校や社会福祉施設等への寄贈

⇒公立学校については、市町村への寄附とみなされ、全額、損金算入可能。

⇒私立学校については、資本金や所得に応じた限度額まで、一般の寄附金に係る限度額とは別枠で損金算入可能。

- 皆様のお得意様等への進呈

⇒規模等を含めて、寄附金となるか、販管費となるか、別途判断が必要。

② 企業が購入した場合の活用に関して禁止・注意事項

(禁止・注意事項)

大会が規定するアンブッシュ・マーケティング(※)、パートナー企業の権益に抵触しないよう留意が必要となります。

※公式スポンサーではない企業が、大会やイベントの人気やイメージに便乗し、あたかも関係企業のように見せて自社を宣伝するマーケティング手法です。特に、今大会などの大規模スポーツイベントで問題となり、知的財産侵害やスポンサーの権利侵害として規制の対象になります。

- ・SNS、広告、ウェブサイト等を用いたチケット提供に関する対外的な告知、公募、顧客向けの抽選、キャンペーン形式での配布は禁止
- ・企業と大会との関係性を想起させる対外的なPR広報・情報発信は禁止
- ・チケット提供を通じた企業認知度向上や販促活動の禁止
- ・社内外を問わず、大会名称、ロゴ等を利用した広報、資料掲載は禁止
- ・チケット転売の禁止
- ・学校、福祉施設等へ提供を行う場合は、企業名を明示した形での招待実施や、その実績の対外発信は禁止（CSR報告書等への掲載も禁止）