

## 「ふるさと納税」2015年の年間利用率は10.3% 利用動機のトップは「返礼品の魅力」69.1% 人気返礼品は「肉」で、特に女性に人気

株式会社リクルートライフスタイル(本社：東京都千代田区、代表取締役社長：浅野 健)に設置された「食」に関する調査・研究機関「ホットペッパー グルメ リサーチセンター」(<http://grc.hotpepper.jp/>)は、「ふるさと納税」の認知・利用状況や返礼品の内容、利用動機などに関する実態についてのアンケートを実施しました。その結果を発表いたします。

### 要約

#### ■ 2015年「ふるさと納税」利用率は10.3%、年間利用金額は平均6.9万円 ・・・P3-5

- 年間利用率は10.3%。男性30・40代で高く、女性20代で低い。
- 年間の利用金額平均は6万9450円。  
男性50代と女性40代では平均10万円を超える利用金額。
- 年間の利用回数は平均4.2回。

#### ■ 人気返礼品の内容、トップは「肉」56.4%、2位「米・麺・パン類」39.8% ・・・P6

- 返礼品の内容、トップは「肉」56.4%。女性20・40・50代で高い人気。  
ついで「米・麺・パン類」が39.8%、「魚介類」が37.4%。
- 食品類が圧倒的な人気。

#### ■ 利用動機は「返礼品の魅力」69.1%。 食生活への影響は「食費の節約になった」36.3% ・・・P7-8

- 利用動機のトップは「返礼品の魅力」69.1%。  
男女20代では、「自分の故郷を支援」目的の利用も。
- 食生活への影響では「食費の節約になった」が36.3%。  
女性20代では返礼品をきっかけに調理機会の増加も。

【本件に関するお問い合わせ先】  
<https://www.recruit-lifestyle.co.jp/support/press>

## 調査概要と回答者プロフィール

- ◎調査名 外食市場調査(2016年2月分)
- ◎調査方法 インターネットによる調査  
首都圏、関西圏、東海圏における、夕方以降の外食および中食のマーケット規模を把握することを目的に実施した調査(外食マーケット基礎調査)の中で、「ふるさと納税」の認知度や実施状況・実施した動機、返礼品の内容や返礼品の食品の食べ方・食生活への影響などを聴取。
- ◎調査対象 首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県)、関西圏(大阪府、京都府、兵庫県、奈良県、滋賀県)、東海圏(愛知県、岐阜県、三重県)に住む20~69歳の男女(株式会社マクロミルの登録モニター)

### ■事前調査

- ①調査目的 本調査の協力者を募集するために実施
- ②調査時期 2016年1月22日(金)~2016年2月1日(月)
- ③調査対象 首都圏、関西圏、東海圏に住む20~69歳の男女(株式会社マクロミルの登録モニター)
- ④調査内容 本調査への協力意向、普段の外食頻度、普段の中食頻度
- ⑤配信数 298,064 件
- ⑥回収数 37,682 件
- ⑦本調査対象者数 16,470 件

- ◆本調査対象者の割付について
- ・本調査では、回答者の偏りをできるだけなくすために、割付をおこなって回収した。
  - ・性年代別10区分×地域別25区分(首都圏地域13区分、関西圏地域8区分、東海圏地域4区分)=250セルについて、平成25年人口推計(総務省)に基づき割付をおこなった。
  - ・本調査の目標回収数は、首都圏4,000s、関西圏2,000s、東海圏2,000s、合計8,000sとした。

### ■本調査

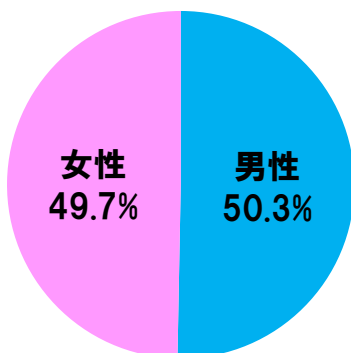
- ①調査方法 事前調査で本調査への協力意向が得られたモニターの中から、脱落率を加味して設定した必要数をランダムに抽出し、本調査の案内メールを通知。
- ②調査期間 2016年3月1日(火)~2016年3月8日(火)
- ③配信数 13,802 件
- ④回収数 10,487 件 (回収率 76.0 %)
- ⑤有効回答数 10,380 件 (首都圏 5,312 件、関西圏 2,732 件、東海圏 2,336 件)

※回収された票のうち、自由回答コメントから、主旨に合わないと判断された票を無効としたほか、事前調査時の普段の外食・中食頻度の回答と、本調査時の1カ月間の外食・中食回数が著しく乖離している場合、事前調査時の住所と、本調査時の住所が、圏域を越えて変わっている場合を無効とした。

- ◆集計方法について
- ・本調査結果は、平成25年人口推計(総務省)における割付(性年代別10区分×地域別25区分=250セル)別の構成比に合わせてサンプル数を補正したウェイトバック集計をおこなっている。
  - ・補正後のサンプル数は次の通り。  
3圏域・計 10,380 件(首都圏: 5,886 件、関西圏: 2,906 件、東海圏: 1,587 件)

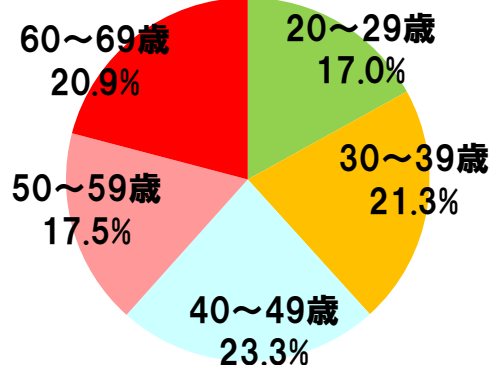
### ◆回答者プロフィール(ウェイトバック後)

#### ■性別



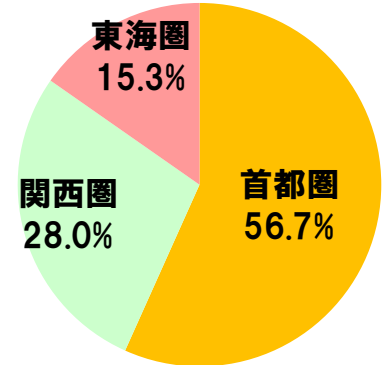
n=10,380

#### ■年代



n=10,380

#### ■居住地

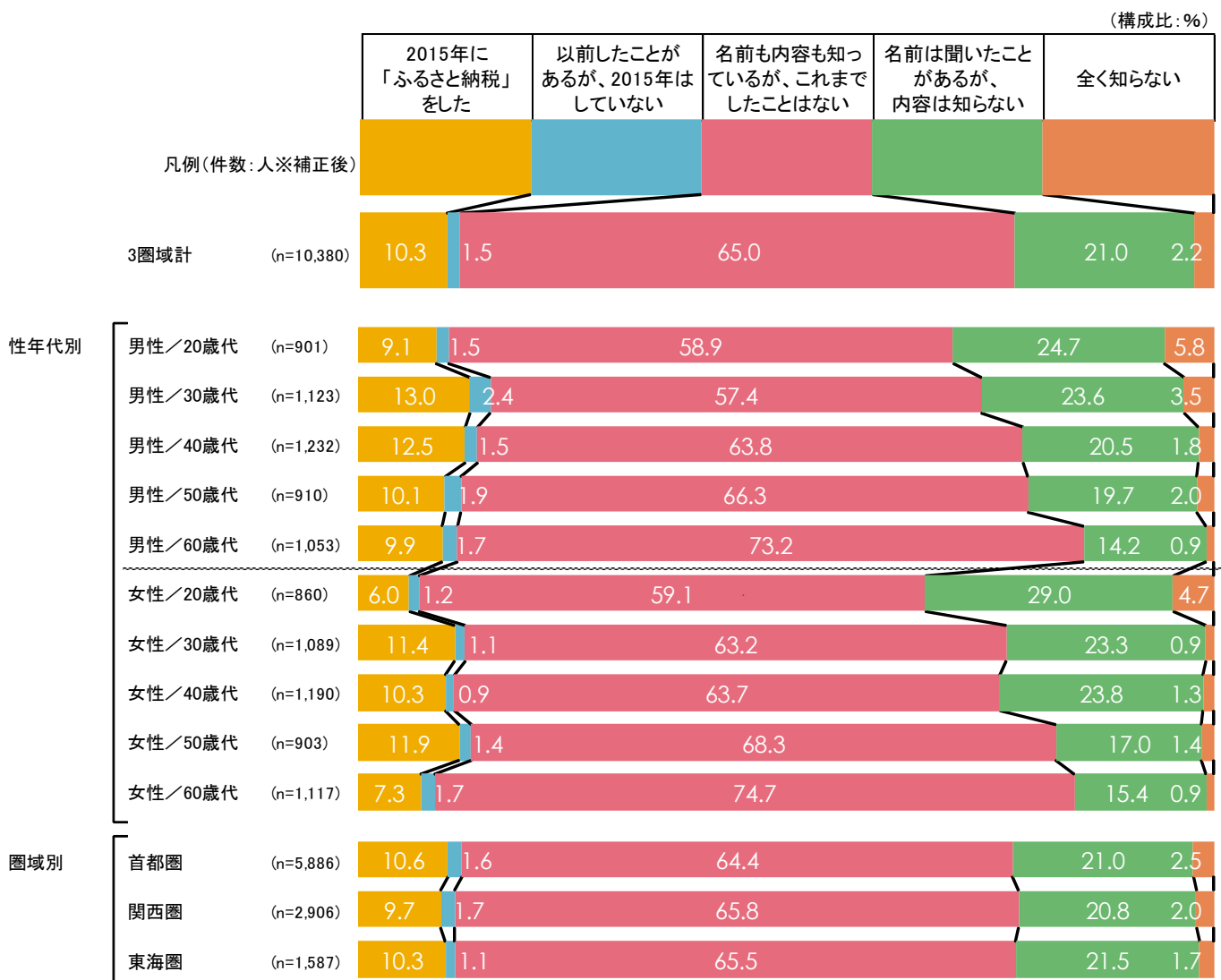


n=10,380

# 1. 2015年の利用率は平均10.3%。男性30・40代で高く、女性20代で低い

自治体に2,000円以上の寄付をすることで所得税と住民税の控除を受けられ、かつ、自治体から返礼品がある「ふるさと納税」。返礼品は食品が多いことから、「ホットペッパー グルメ リサーチセンター」では寄付の実態や人気の返礼品、食生活への影響などについて、アンケートを行った。全体では2015年にこの制度を利用したのは10.3%であった。性年代別で見ると、男性30代（13.0%）・40代（12.5%）で高い利用率、逆に女性20代（6.0%）では低い利用率であった。制度自体について、「名前は聞いたことがあるが、内容は知らない」「全く知らない」の合計は男女の20代で共に3割を超えており、若い世代へは制度の認知向上の余地がありそうだ。

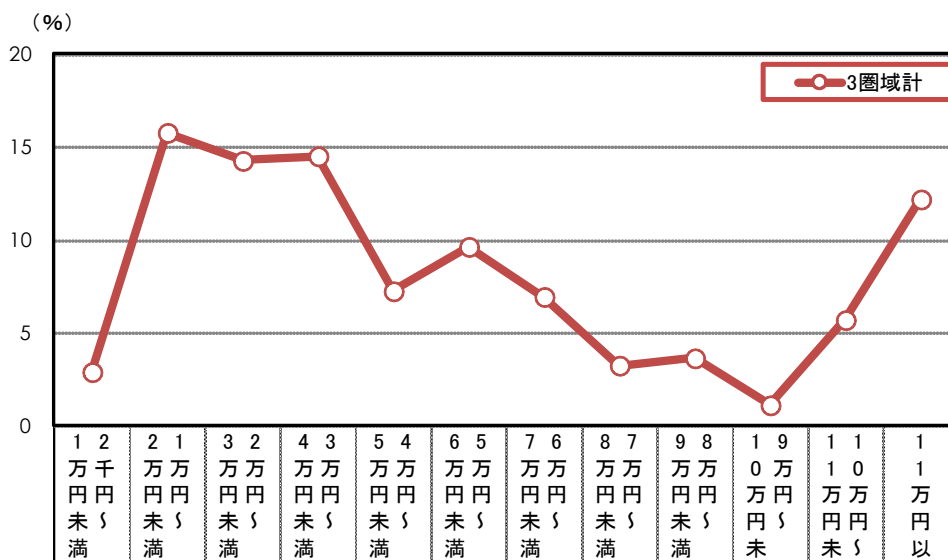
## ■ 「ふるさと納税」の認知度と2015年の実施状況（3圏域計／単一回答）



## 2. 年間の利用金額は平均で6万9450円。男性50代と女性40代は平均10万円超

利用者に年間の利用金額を聞いたところ、全体では、平均6万9450円であった。性年代別では、男性50代（平均12万2169円）と女性40代（平均10万2648円）で10万円を超えた。男性20代（平均3万7624円）や男性60代（平均4万582円）などはやや低い利用金額であった。圏域別では、首都圏（平均7万3814円）が他の圏域に比べ、やや高い利用金額であった。

### ■ 「ふるさと納税」の利用金額【2015年】（2015年に「ふるさと納税」をした人／数値回答）



		(件数:人※補正後)														平均(円)
3圏域計		10,000円未満	10,000円～19,999円未満	20,000円～29,999円未満	30,000円～39,999円未満	40,000円～49,999円未満	50,000円～59,999円未満	60,000円～69,999円未満	70,000円～79,999円未満	80,000円～89,999円未満	90,000円～99,999円未満	100,000円以上	無回答			
性年代別	3圏域計	1,065	2.9	15.8	14.3	14.5	7.2	9.6	6.9	3.2	3.6	1.1	5.7	12.2	3.0	69,450
	男性／20歳代	82	8.9	16.6	21.5	11.3	10.1	5.0	6.4	4.2	1.9	-	5.1	2.8	6.4	37,624
	男性／30歳代	146	2.5	13.3	11.8	8.7	8.9	9.3	15.1	4.5	6.0	1.5	6.2	8.6	3.6	58,274
	男性／40歳代	154	1.9	7.5	8.4	14.4	7.3	11.1	10.0	4.5	5.3	0.5	6.0	21.9	1.3	85,453
	男性／50歳代	92	3.3	9.8	7.1	13.4	4.5	11.8	5.9	4.4	4.7	3.5	6.0	23.2	2.5	122,169
	男性／60歳代	104	2.1	22.7	24.3	17.1	8.6	7.1	2.2	-	2.3	-	3.1	9.1	1.4	40,582
	女性／20歳代	51	3.4	19.5	14.4	15.5	5.5	17.7	3.6	-	2.2	-	4.6	7.3	6.3	51,483
	女性／30歳代	124	1.7	16.4	15.6	21.5	6.9	10.9	4.7	3.3	5.4	-	2.9	5.6	5.2	45,707
	女性／40歳代	122	4.3	19.1	11.3	15.0	4.9	7.8	4.6	4.2	2.4	2.4	8.7	13.9	1.3	102,648
	女性／50歳代	107	2.3	15.0	16.5	14.3	6.5	10.1	6.3	3.9	1.5	2.3	9.4	8.9	2.9	54,921
女性／60歳代	82	-	25.9	17.1	14.5	8.7	8.0	4.1	-	1.3	-	3.1	16.0	1.2	81,451	
圏域別	首都圏	621	3.6	14.5	14.4	13.5	7.7	9.0	5.9	3.4	3.1	1.0	5.9	14.1	3.9	73,814
	関西圏	281	2.0	17.6	14.0	17.3	7.0	11.1	8.7	3.8	3.4	1.3	5.2	7.3	1.5	62,975
	東海圏	163	1.7	17.3	14.1	13.4	5.9	9.4	7.9	1.6	6.1	1.3	5.6	13.5	2.1	64,351

単位: %

赤字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

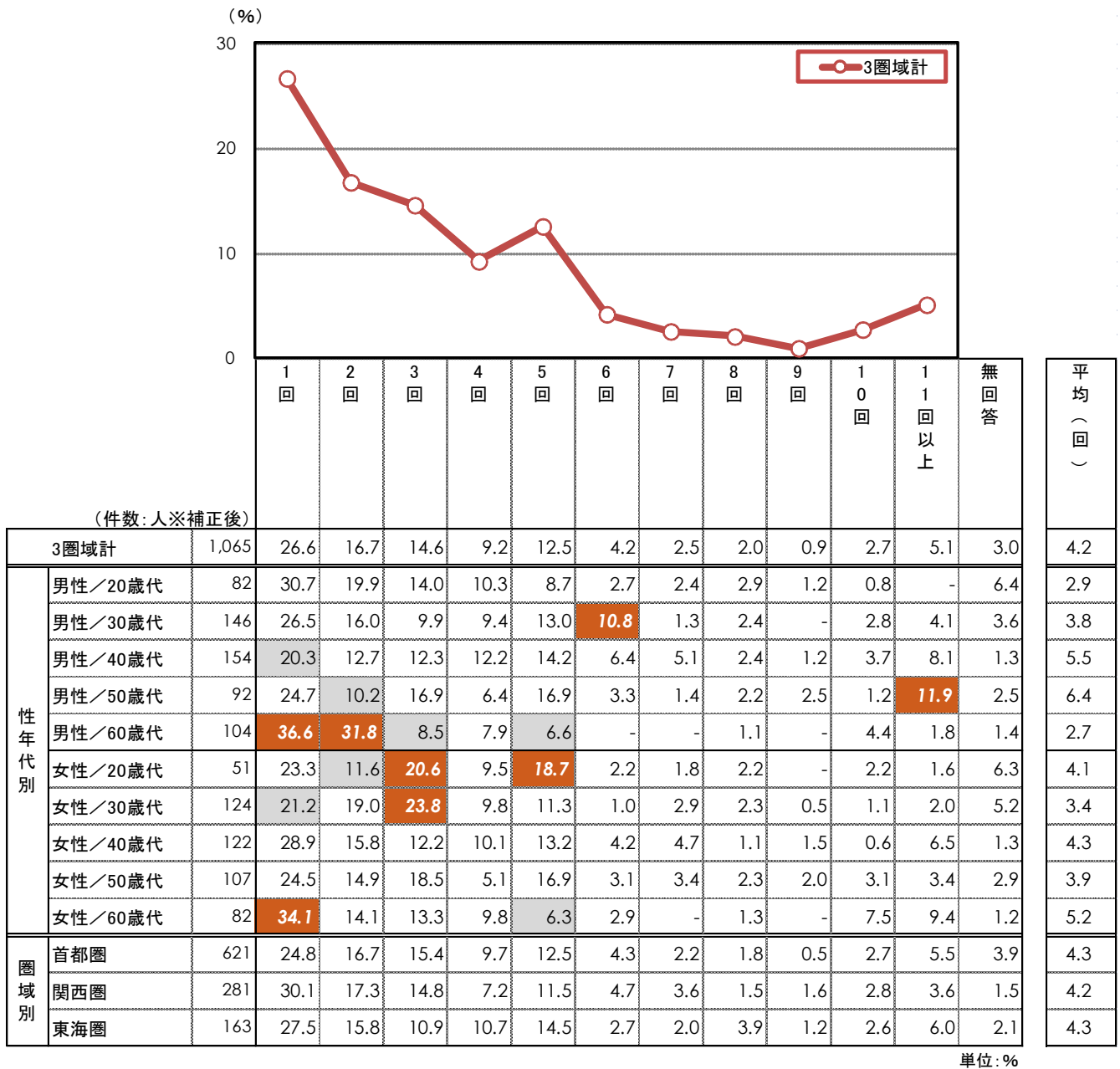
灰色 3圏域計より5ポイント以上低い項目

※「ふるさと納税」は2,000円以上の寄付が控除の対象であり、自治体からの返礼品も2,000円以上の寄付から申し込める。そのため、「ふるさと納税」の1回あたり金額（合計金額÷実施回数）が2,000円未満の回答は「無回答」扱いとし、無回答を除いて平均を集計している

### 3. 年間の利用回数平均4.2回。1回あたり平均1万6000円台と推計される

前ページの平均利用金額に対して、利用回数は平均で4.2回であった。すなわち、1回あたりの自治体への寄付額は平均しておおよそ1万6000円台と推計される。性年代別の傾向は利用金額に比例しており、金額の多い性年代では回数もそれなりに多いという結果となった。

#### ■ 「ふるさと納税」の利用回数【2015年】（2015年に「ふるさと納税」をした人／数値回答）



赤字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

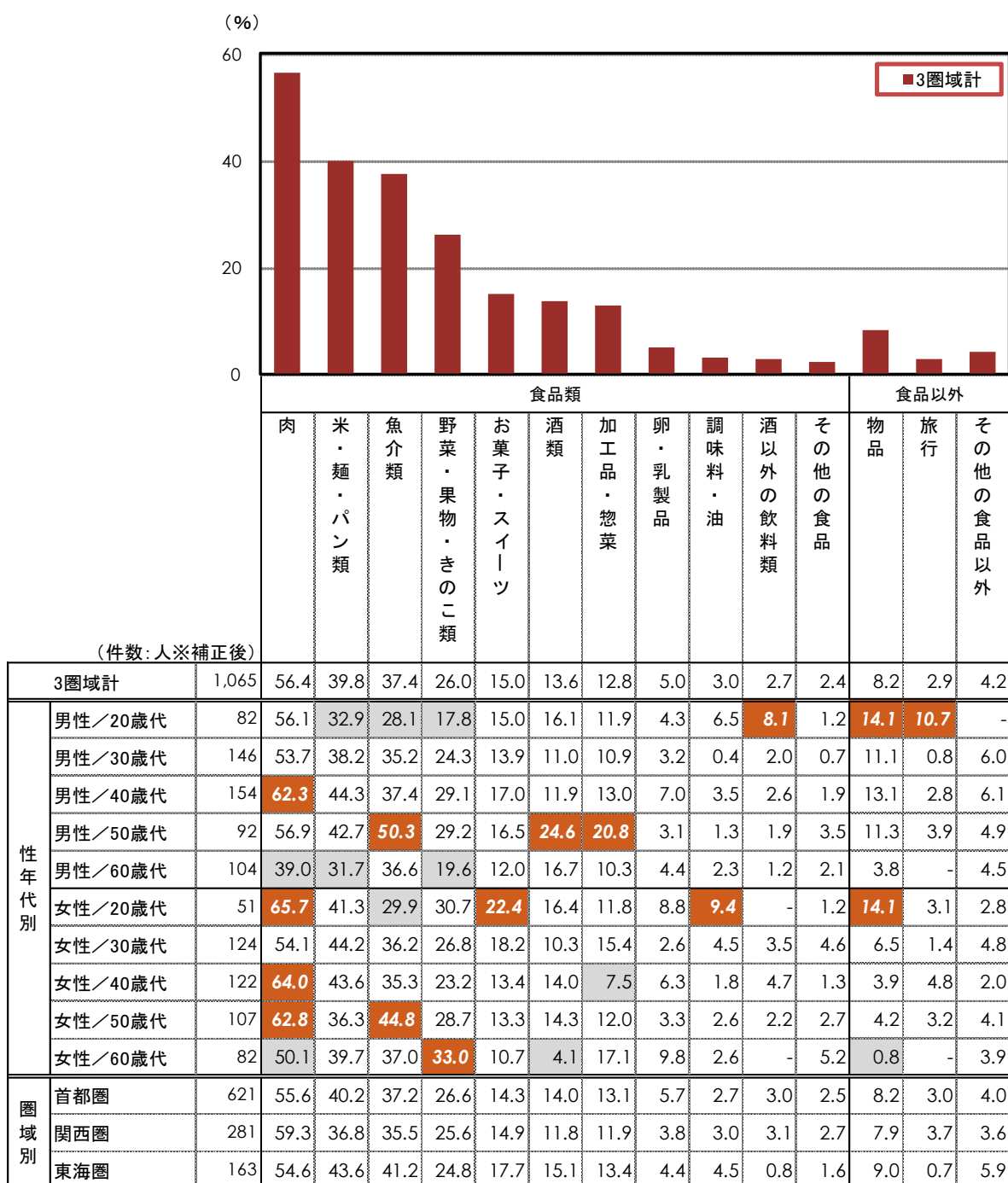
灰色 3圏域計より5ポイント以上低い項目

※「ふるさと納税」は2,000円以上の寄付が控除の対象であり、自治体からの返礼品も2,000円以上の寄付から申し込める。そのため、「ふるさと納税」の1回あたり金額（合計金額÷実施回数）が2,000円未満の回答は「無回答」扱いとし、無回答を除いて平均を集計している

#### 4. 返礼品の内容、トップは「肉」が過半数。ついで「米・麺・パン類」

返礼品の品目（複数回答）では、「肉」がもっとも多く、過半数56.4%の利用者が返礼品として選んだ。ついで「米・麺・パン類」が39.8%、「魚介類」が37.4%という順位であった。食品以外の選択肢は最多が「物品」の8.2%で、返礼品の中心は各地の食品であることが結果から裏付けられた。「肉」は女性の20代・40代・50代などで平均よりも高い人気で、「酒以外の飲料類」いわゆるソフトドリンクが男性20代で人気などの結果が出た。

#### ■ 「ふるさと納税」の返礼品（2015年に「ふるさと納税」をした人／複数回答）



単位: %

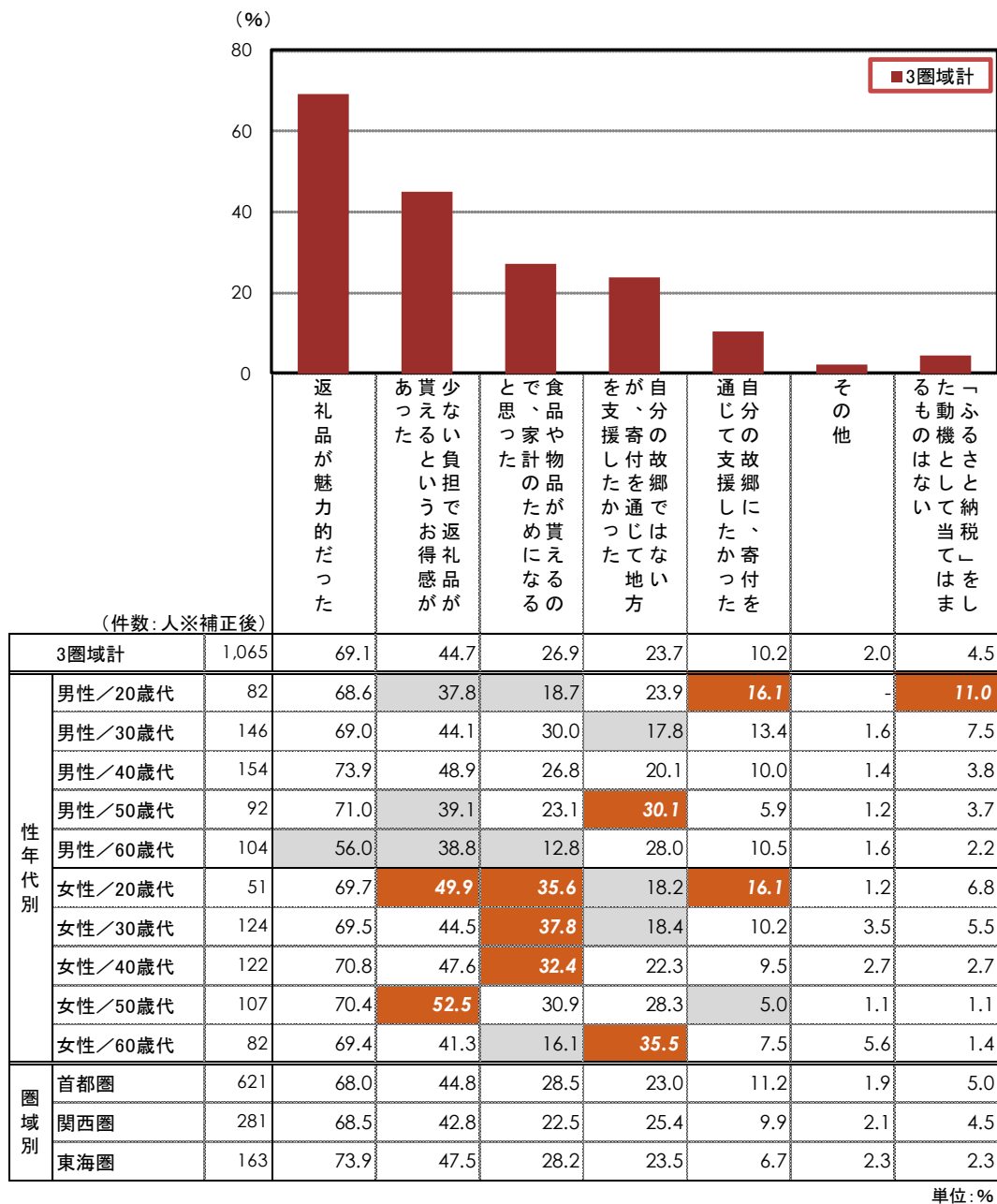
太字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

■ 3圏域計より5ポイント以上低い項目

## 5. 利用動機、トップは「返礼品が魅力的だった」。地方食がブーム

ふるさと納税の利用動機については、最多の回答は「返礼品が魅力的だった」が69.1%を集めた。多くの利用者が食品を受け取っていることから、各地方特産の食品が、利用動機と直結している実態がよくわかる。ついで、「少ない負担で返礼品が貰えるお得感」という制度のメリットを動機に挙げた人が44.7%、「食品や物品が貰えるので家計のためになる」が26.9%と続いた。制度を通じて地域を支援したいという動機は今回の選択肢の中では少数派にとどまったが、「自分の故郷に、寄付を通じて支援したい」では、20代男女のスコアが他の性年代より高いことが特筆される。

### ■ 「ふるさと納税」の返礼品（2015年に「ふるさと納税」をした人／複数回答）



太字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

■ 3圏域計より5ポイント以上低い項目

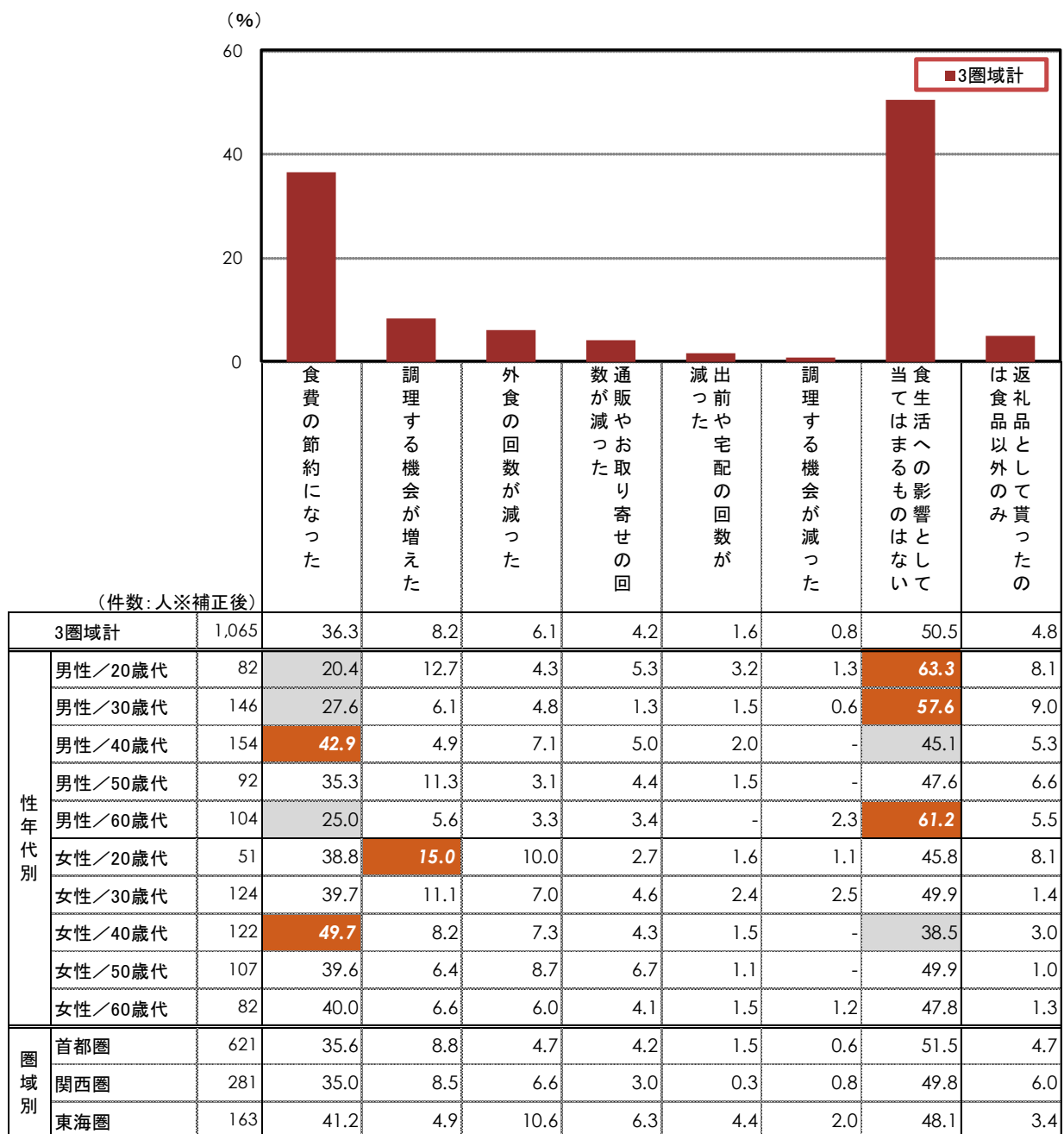
▶ 「ふるさと納税」をした動機として当てはまるものはない：「ふるさと納税」をした動機のいずれも回答しなかった人を集計

## 6. 「食費の節約になった」36.3%。半数は「食生活への影響はなし」

ふるさと納税の利用動機については、最多の回答は「返礼品が魅力的だった」が69.1%を集めた。多くの利用者が食品を受け取っていることから、各地方特産の食品が、利用動機と直結している実態がよくわかる。ついで、「少ない負担で返礼品が貰えるお得感」という制度のメリットを動機に挙げた人が44.7%、「食品や物品が貰えるので家計のためになる」が26.9%と続いた。制度を通じて地域を支援したいという動機は今回の選択肢の中では少数派にとどまったが、「自分の故郷に、寄付を通じて支援したい」では、20代男女のスコアが他の性年代より高いことが特筆される。

### ■ 返礼品で食品が届いたことによる食生活への影響

(2015年に「ふるさと納税」をした人／複数回答)



単位: %

太字 3圏域計より5ポイント以上高い項目

3圏域計より5ポイント以上低い項目