

全国1万人の意識調査

ふるさと納税先はどう選んでいる？地域への関心は？

～特産品の購入や往訪、寄付型クラウドファンディングなど、新たな関わり方の可能性も～

株式会社インテージリサーチ(本社:東京都東久留米市、代表取締役社長:井上孝志)は、自主企画調査「ふるさと納税に関する調査」を実施しました。全国の16～79歳の男女1万702人を対象にしたインターネット調査で、ふるさと納税先の選び方、返礼品についての考え方、納税後の地域とのつながりなどを尋ねたものです。

<調査結果のポイント>

1. ふるさと納税先を選ぶ基準として、最も高かったのは「地域性のある魅力的な返礼品」(64.7%)。また、魅力ある返礼品の具体例として、「地域でとれた農林水産物」が挙げられています
2. ふるさと納税をきっかけに「地域の特産品を購入した人」は2割強、「実際にその地域を訪れた人」は1割強となりました
3. 「寄付型クラウドファンディング」について、最も関心を集めたテーマは「災害復興支援」でした

【背景と考察】

ふるさと納税の制度は、「都会に住んでいても、自分を育ててくれた『ふるさと』に自分の意思で納税できること」を目的として、2008年にスタートしました。制度開始当初の寄付額は81億円程度でしたが、今年発表された総務省の資料(「ふるさと納税に関する現況調査結果」)によると、2018年度の寄付額は約5127億円にまで拡大。同制度への国民の関心の高さがうかがえます。また、地方に対して大きな税金が分配されており、活性化を支援する一助となっているようです。

同制度については、返礼品に関するルールが無視されているなどの課題が指摘されていますが、寄付者自身はどのような視点で寄付先を選んでいるのでしょうか。また、ふるさと納税をとおした地域とのつながりや、地域への関心についても調査しました。

調査結果を見ると、寄付者は「地域性のある魅力的な返礼品」を、寄付先を選ぶ一つの基準としていることがわかりました。また、「寄付金の使い方に賛同できる地域への寄付」は20%となっており、5人に一人が寄付金の使い方を重視していることも明らかになりました。「魅力」を感じる返礼品の具体例は「地域でとれた農林水産物」。農林水産物を生産する全ての地域で、魅力ある返礼品を提供することが可能なようです。

また、寄付者についての特性を分析したところ、ふるさと納税をきっかけにその地域を訪れた人が1割、地域の特産品を購入した人は2割を超えています。このことから、ふるさと納税をきっかけとした、寄付者と地域とのつながりが築かれていることがうかがえます。また、今後のつながりの一つの選択肢として、「地方移住」や災害支援などで注目されている「寄付型クラウドファンディング」も、比較的高い関心を集めていることがわかりました。

上記の調査結果より、寄付者の一部は地域に対して、高い興味・関心を持っていることがうかがえます。自治体には、ふるさと納税による寄付金を一時的な財源として捉えない、魅力ある地域を創出するための視点を持った活用、中長期的に寄付者と関係を構築するための工夫が求められているようです。

分析者: 櫻木 祐輔(公共サービス事業部 ソーシャル事業推進部)

【調査に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージリサーチ 公共サービス事業部 広報担当: 秦

TEL: 03-5295-2475

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage-research.co.jp/contact/index.php/input>

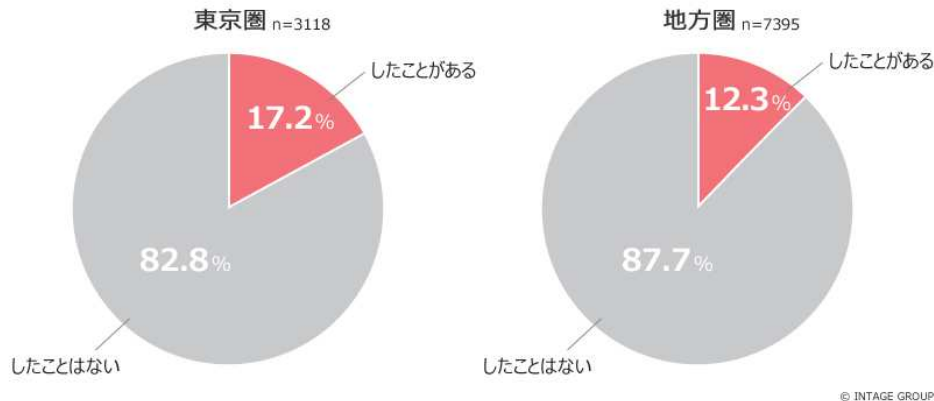
<調査結果の詳細>

そもそも、ふるさと納税していますか？経験者は意外と少なく1割台

ふるさと納税の経験を聞いたところ、東京圏(東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県)在住者では17.2%、地方圏(東京圏以外)在住者では12.3%が「ある」と回答し、東京圏在住者の割合がやや高い結果になりました(全体では、13.7%が「ある」と回答)。

問 あなたはふるさと納税をしたことがありますか。

図表1：ふるさと納税していますか？



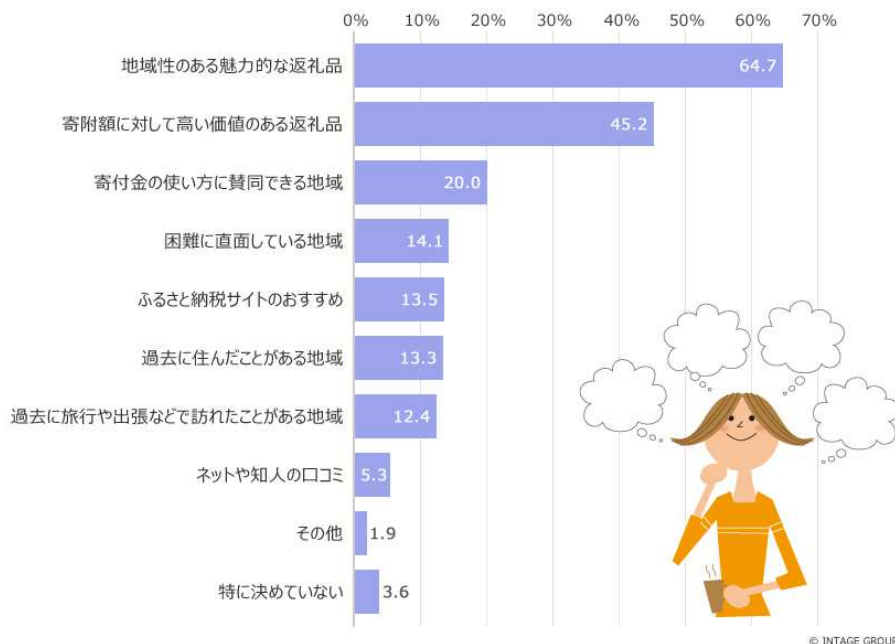
寄付先を選ぶ基準は「魅力的な返礼品」、特に「地域でとれた農林水産物」に関心

寄付者がふるさと納税先を選ぶ基準では、「地域性のある魅力的な返礼品」(64.7%)が最も高くなっています、次いで「寄付額に対して高い価値のある返礼品」(45.2%)、「寄付金の使い方に賛同できる地域」(20.0%)と続いています。

最上位となった「地域性のある魅力的な返礼品」について、寄付者が「魅力」をどう捉えているかの具体例としては、「地域でとれた農林水産物」(85.5%)が最も高くなりました。

問 あなたがふるさと納税の納税先を選ぶ基準となることは何ですか。あてはまるものを全てお答えください。
質問対象：前問で、「ふるさと納税をしたことがある」と回答した人

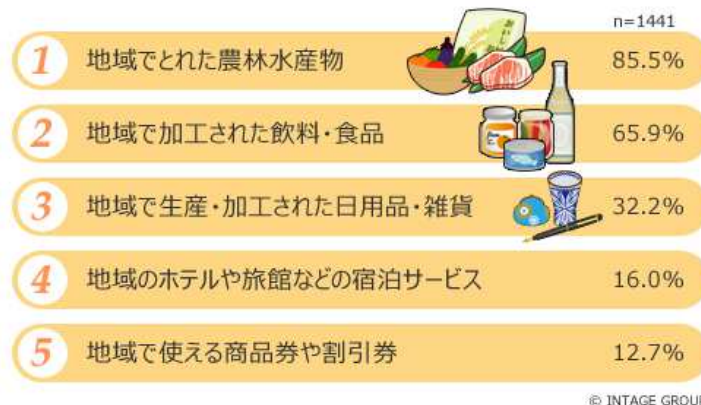
図表2：納税先を選ぶ基準



問 魅力を感じるふるさと納税の返礼品を3つまでお答えください。

質問対象: 前問で、「ふるさと納税をしたことがある」と回答した人

図表3：魅力を感じる返礼品

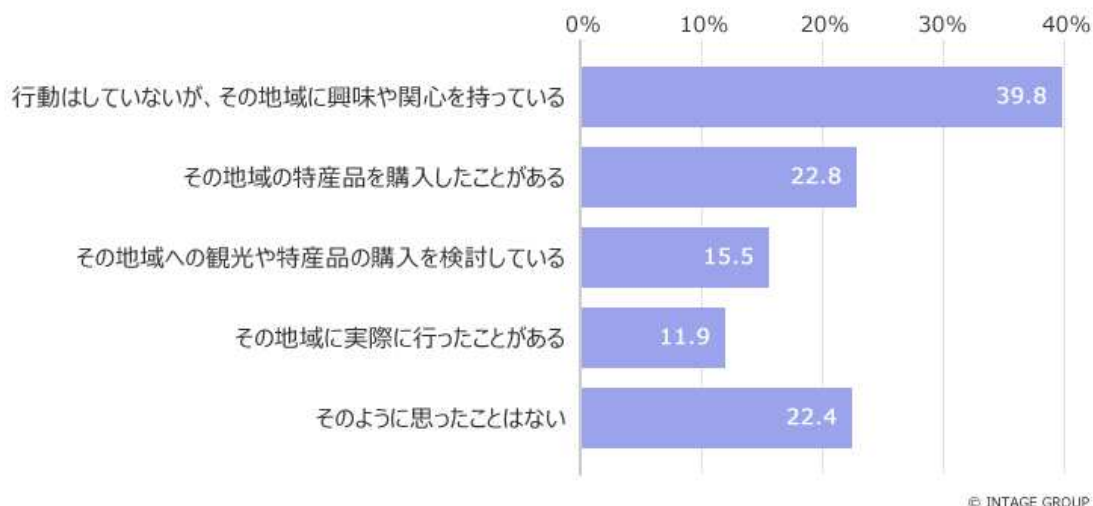


寄付者は地域とつながっている？ 特産品の購入は2割、往訪は1割

ふるさと納税をきっかけとした行動について聞いたところ、地域に興味や関心を持った人が約4割。実際に特産品を購入した人は2割強、その地域を訪れた人は1割強となっています。

問 あなたはふるさと納税をきっかけにその地域を応援したい・行ってみたいと思ったことはありますか。

図表4：ふるさと納税をした、その後は？



ふるさと納税経験者は「地方移住」や「寄付型クラウドファンディング」にも関心

ふるさと納税の経験者と非経験者に移住への関心を聞いたところ、経験者のうちの「関心層(実施している+近い将来実施する予定である+実施する予定はないが興味ある)」は38.8%と、非経験者の関心層(28.6%)より10.2ポイント高くなりました。

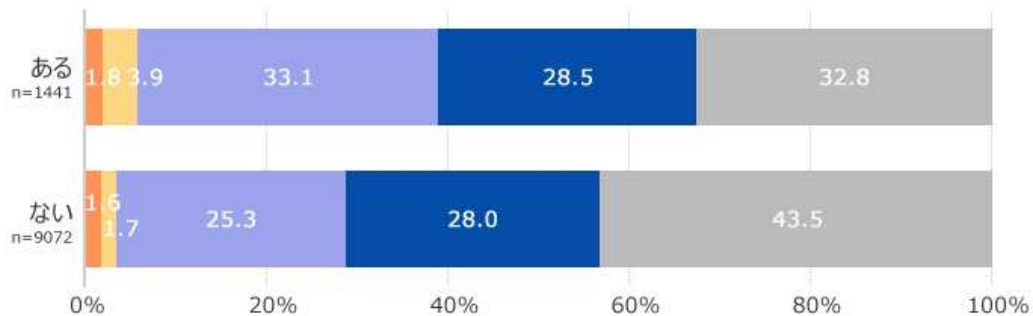
同様に「寄付型クラウドファンディング」に関心があるかどうかを、ふるさと納税の経験者に聞きました。その結果、関心がある人(全体から「寄付型クラウドファンディングに興味はない」と回答した人を差し引いた割合)は、経験者で56.7%と半数を超えています。

プロジェクト内容として最も関心を集めたのは、経験者・非経験者ともに「災害復興支援」。経験者と非経験者を比較すると、経験者では「地域の産業振興」や「新規事業の企業支援」といったプロジェクトへの関心が高くなっています。

問 あなたは都市から地方への移住にどの程度興味がありますか。

図表5：ふるさと納税者の移住への関心

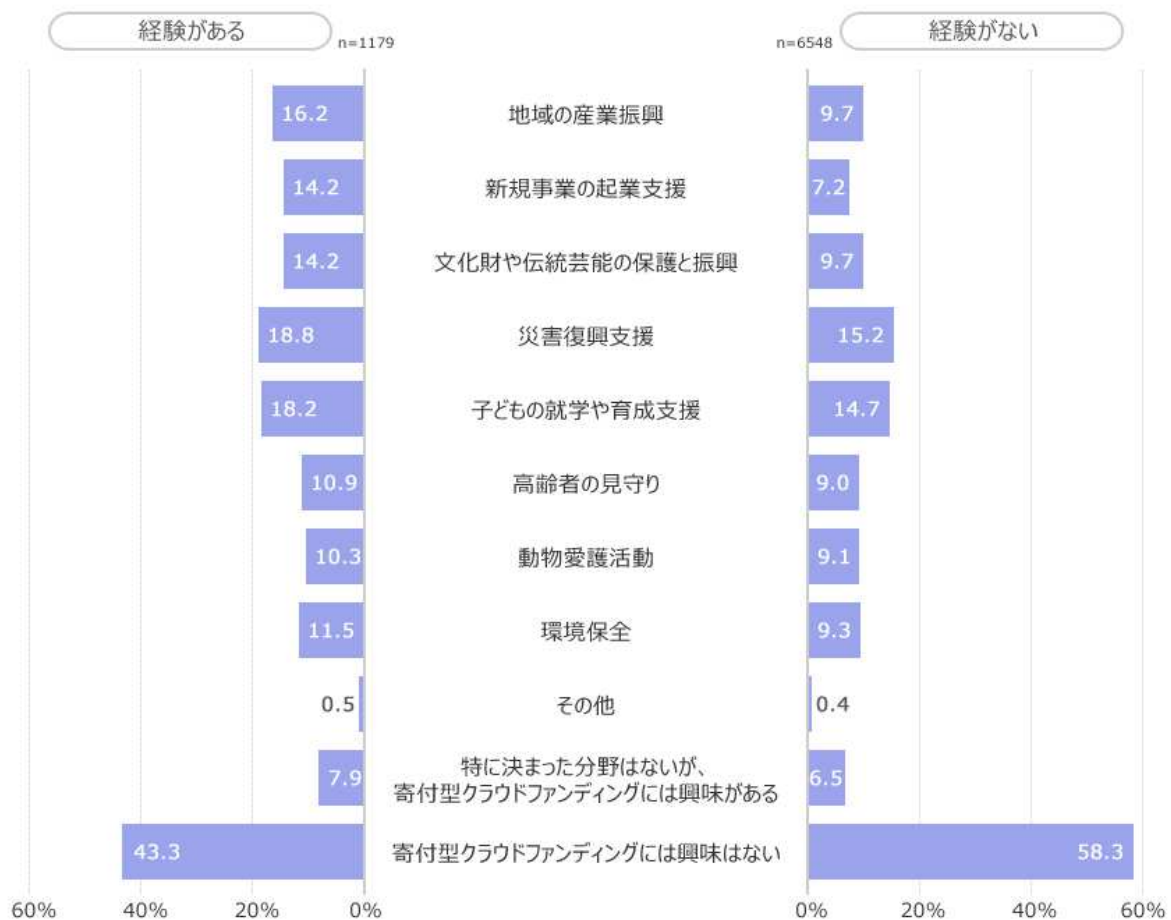
■ 実施している ■ 近い将来実施する予定である ■ 実施する予定はないが興味がある ■ まったく興味がない ■ 自分には関係がない



© INTAGE GROUP

問 あなたは寄付型クラウドファンディングに興味はありますか。またその場合はどのようなプロジェクトに関心がありますか。
 ※【寄付型クラウドファンディングとは？】クラウドファンディングは資金調達の方法ですが、通常のクラウドファンディングでは、支援者が「出資」をするのに対して、寄付型クラウドファンディングでの支援は「寄付」となります。支援者は、金銭的なリターンを受けることはありませんが、寄付金の控除申請を行うことができます。

図表6：ふるさと納税経験者の寄付型クラウドファンディングへの関心



© INTAGE GROUP

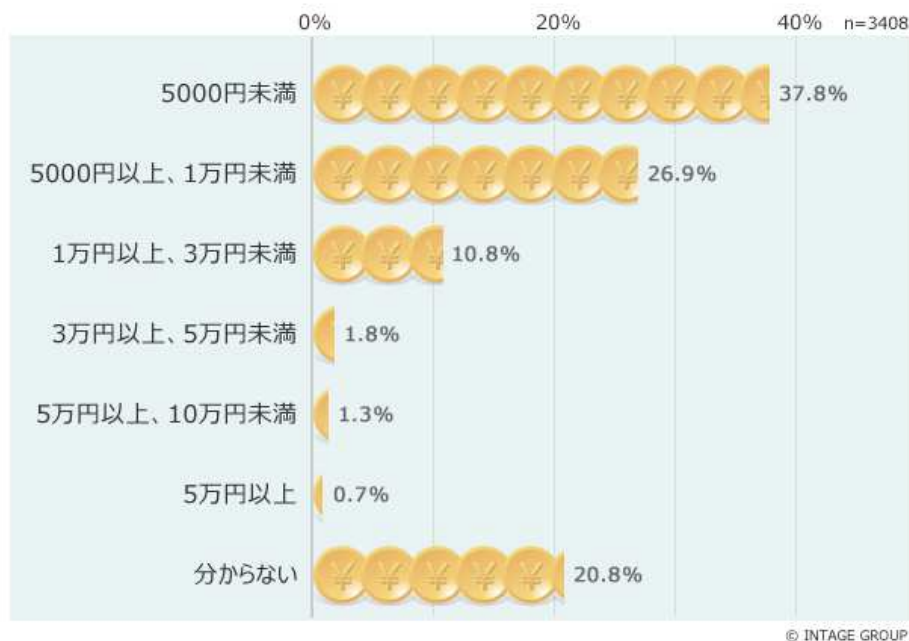
「寄付型クラウドファンディング」に望むのは、ふるさと納税より低い金額設定

「寄付型クラウドファンディング」について、いずれかのプロジェクトに関心があると回答した人に、年間の寄付できる金額を聞いたところ、「5000円未満」が37.8%と最も高くなりました。

問 もっとも興味のあるプロジェクトかつ関心のある地域で寄付型クラウドファンディングの募集があった場合、あなたは年間いくらかの寄付を行えると思いますか。

質問対象：寄付型クラウドファンディングのいずれかのプロジェクトに関心があると答えの方におうかがいします。

図表7：寄付型クラウドファンディングの年間寄附額



【調査概要】

調査方法：インターネット調査

調査地域：全国

調査対象者：マイティモニター 全国 16歳以上 79歳までの男女個人

サンプル構成：平成 27 年国勢調査ベース(性別×年代別×居住エリア×未婚)母集団準拠

設計数：10,702 サンプル

調査期間：2019年3月25日(月)～3月27日(水)

調査内容：ふるさと納税の納税先の選び方、返礼品についての考え方、その後の地域とのつながりについて

調査実施機関：株式会社インテージリサーチ

【株式会社インテージリサーチ】 <http://www.intage-research.co.jp/>

株式会社インテージリサーチ(本社：東京都東久留米市、代表取締役社長：井上孝志)は、インテージグループの一員として、社会・公共領域をテーマとした調査研究、公的統計調査の受託や民間の市場調査のデータ収集を行っています。