

## さとふる、ふるさと納税の利用実態に関する アンケート調査結果を発表

～制度改正で寄付者の意識に変化。4割以上がふるさと納税の制度趣旨をさらに意識し、利用は安定して継続～

さとふるさと納税ポータルサイト「さとふる」(<https://www.satofull.jp/>)を運営する株式会社さとふる（本社：東京都中央区、代表取締役社長 兼 CEO：藤井 宏明）は、8,588人を対象に、ふるさと納税の利用実態に関するアンケート調査を2026年4月16日～4月27日に実施しました。調査結果の概要は以下のとおりです。

- 1. 制度改正で4割以上がふるさと納税制度の趣旨をより意識し、「応援したい自治体」「寄付金の使い道」への関心が高まる結果に（Q1～Q2）**
  - 制度改正や環境変化を受け、ふるさと納税の本来の意義（地域を応援し、寄付金が地域に役立つこと）について、8.7%が「強く意識するようになった」、32.8%が「少し意識するようになった」と回答。さらに、「もともと意識していた(31.8%)」を含めると7割以上にのぼり、制度趣旨への理解や共感が広がっていることが分かりました。
  - その理由として、「応援したい自治体を意識するようになった(46.3%)」「寄付金の使い道を確認するようになった(37.3%)」が上位になり、制度改正をきっかけに、寄付先を「地域応援」や「寄付金の使い道」なども踏まえて選ぶ動きが広がっていることがうかがえます。
- 2. 2割以上が寄付先の判断基準に変化。「使い道」「地域性」を重視する動き（Q3～Q4）**
  - 制度改正を受け、寄付先を選ぶ際の重視ポイントについて、3.6%が「非常に変化した」、19.5%が「やや変化した」と回答し、2割以上が寄付先の判断基準に変化が生じる結果となりました。
  - 変化した人の中では、「お礼品(47.5%)」「お礼品の寄付額(46.9%)」が上位となる一方、「寄付金の使い道(29.4%)」が続きました。また、「寄付金の使い道」を重視する割合は、2025年調査\*より増加しており、制度改正を契機に“使い道”への関心が高まっていることがうかがえます。
- 3. ポイント付与禁止後も6割以上がふるさと納税の利用に変化はないと回答。一部では「寄付先厳選」「寄付時期変更」など行動見直しの動きも（Q5～Q8）**
  - さとふるさと納税サイトによるポイント付与禁止後のふるさと納税の利用については、「特に変化はない」が63.5%で最多となりました。一方で、ふるさと納税の利用に変化があった人の中では、「寄付先（自治体）をより厳選するようになった」が12.3%、「寄付のタイミング（時期）を変えた」が9.4%となり、一部で行動の見直しも見られました。
  - さとふるさと納税サイトの選び方についても、44.5%が「全く変わらない」、37.2%が「あまり変わらない」と回答し、8割以上が制度改正後も安定して利用を継続していることが分かりました。
  - ポイント付与がない状況でも、ふるさと納税を利用する理由としては、「税の控除・還付が受けられるから(40.5%)」「お礼品を受け取ることができて魅力的だから(37.6%)」が上位となりました。ポイントだけではなく、税控除やお礼品そのものの魅力など、多角的にふるさと納税が支持されていることがうかがえます。
  - さとふるさと納税サイト選びでは「お礼品の魅力」が66.3%で最多となり、「お礼品の寄付額(32.3%)」「自治体やお礼品の数(20.5%)」も上位となりました。引き続き「お礼品」が重視される一方で、

寄付額や選択肢をより比較・納得して選ぶ傾向が見られました。

#### 4. 旅行・体験型お礼品は3割弱が関心、利用者の6割以上が訪問・再訪。物価高を背景に、生活防衛型お礼品を選ぶ人はご褒美・贅沢品志向の約2倍に（Q9～Q12）

- 地域との関係性を重視する動きが広がる中、地域での消費や訪問につながる旅行・体験型お礼品については、「選んだことがある(5.3%)」「ないが、今後選びたい(21.6%)」と、選択経験・意向を持つ寄付者は3割弱となりました。
- 実際に旅行・体験型お礼品を選んだ経験のある寄付者のうち、6割以上が「実際にその地域に訪れた／再訪した」と回答しており、お礼品を通じて寄付後の地域との接点や行動につながっていることが分かりました。
- 旅行・体験型お礼品を選ぶ理由としては、「実際にその地域に行ってみたい／体験してみたいから」が57.6%で最多、次点で「思い出・体験に価値を感じるから」が29.6%となり、体験価値への関心の高さもうかがえました。
- 2025年～2026年にかけてお礼品選びの傾向については、「生活必需品（米・日用品など）を選ぶことが増えた」が35.6%となり、「ご褒美・贅沢なお礼品を選ぶことが増えた」17.1%の約2倍となりました。依然として物価高の影響が続く中で、ふるさと納税を“生活防衛”の一環として活用する動きもうかがえました。

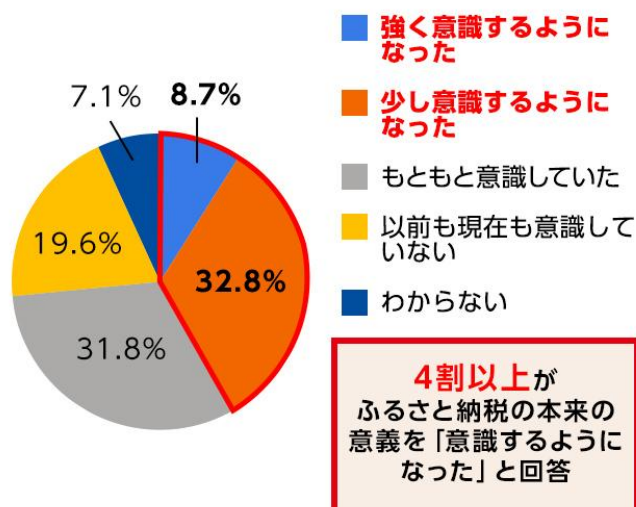
株式会社さとふるは、今後も地域の生産者や自治体の声を聞き、地域に寄り添いながら、さまざまな取り組みを通じて地域の課題解決や地域活性化を推進します。

※ 調査期間：2025年8月19日～2025年8月25日 2025年 ふるさと納税利用実態アンケート

([https://www.satofull.jp/news/detail.php?news\\_id=9777](https://www.satofull.jp/news/detail.php?news_id=9777)) Q6より

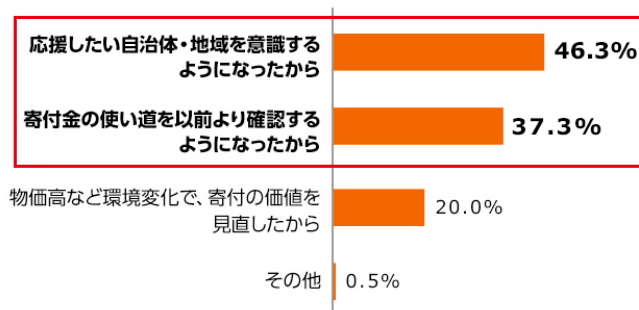
#### ■調査内容の詳細

Q1. 制度改正や環境変化を受けて、ふるさと納税の“本来の意義（地域を応援し、寄付金が地域に役立つこと）”を以前より意識するようになりましたか？



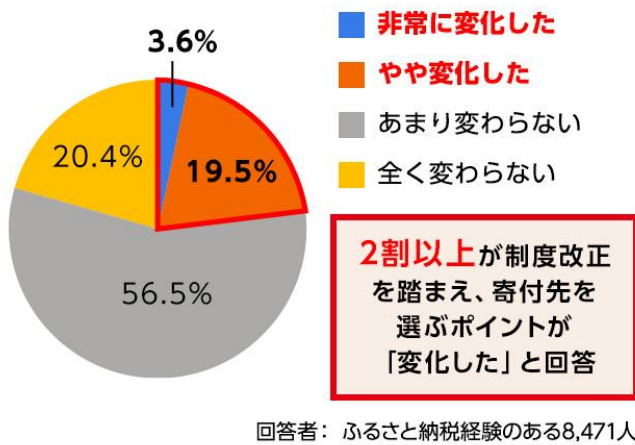
回答者：ふるさと納税経験のある8,471人

Q2. （「強く/少し意識するようになった」と回答した方へ）そう感じた理由として当てはまるものを教えてください。※複数回答可

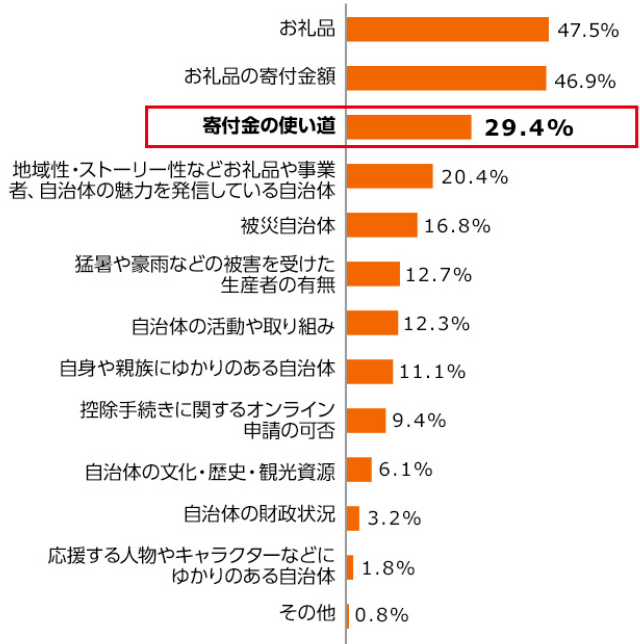


回答者：Q1で「強く/少し意識するようになった」と回答した3,512人

Q3. 最近の制度改正や環境変化を踏まえ、寄付先を選ぶ際に「重視するポイント」に変化はありましたか？



Q4. (「非常に変化した/やや変化した」と回答した方へ) 以前と比べて、寄付先の自治体を決める際に重視する点は何ですか？※複数選択可

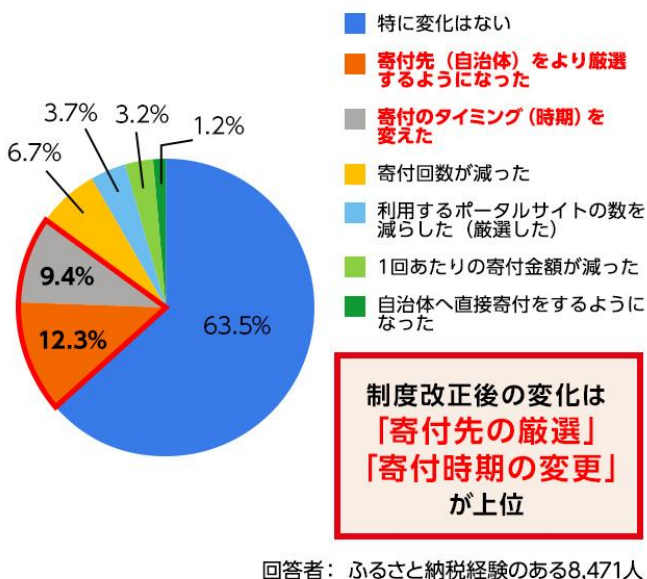


2025年調査(※)に比べ「寄付金の使い道」を重視する割合が増加

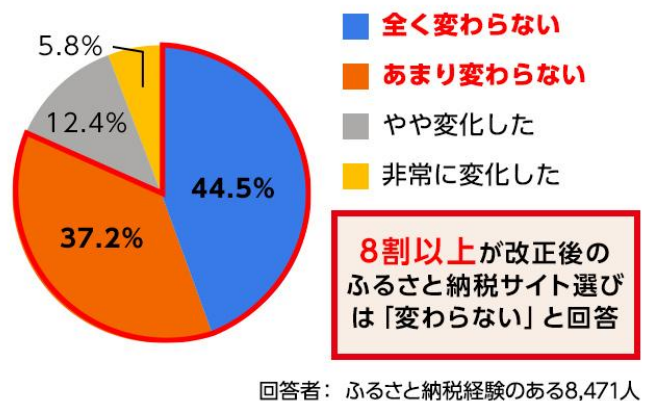
回答者：Q3で「非常に変化した/やや変化した」と回答した1,958人

※ 調査期間：2025年8月19日～2025年8月25日  
 2025年 ふるさと納税利用実態アンケート  
[https://www.satofull.jp/news/detail.php?news\\_id=9777](https://www.satofull.jp/news/detail.php?news_id=9777)  
 Q6より

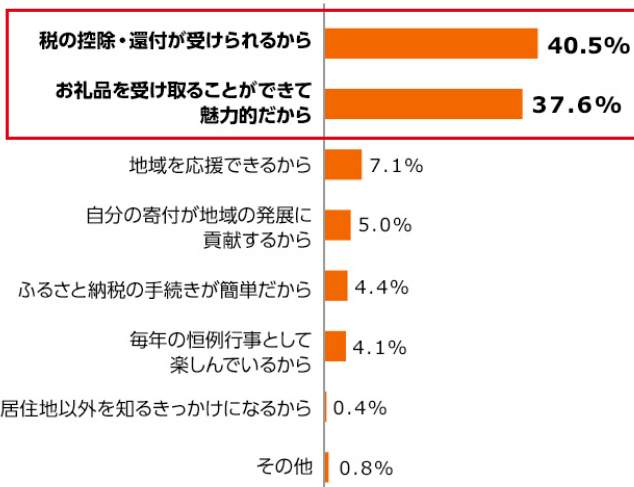
Q5. ポイント付与が禁止された2025年10月1日以降のふるさと納税の利用において、あなたの変化として最も近いものはどれですか？



Q6. ポイント付与が禁止された2025年10月以降、ふるさと納税サイトの選び方に変化はありましたか？



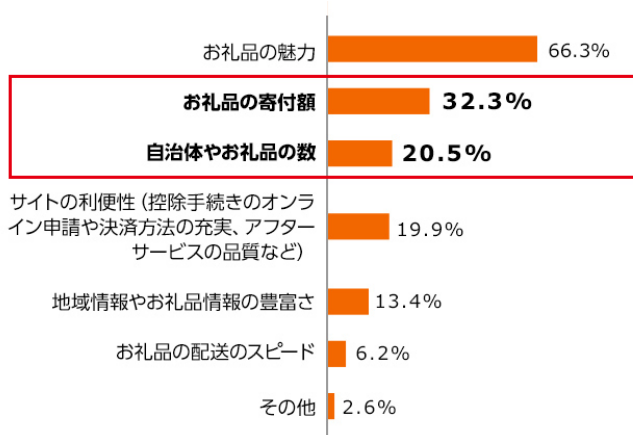
Q7. 2025年10月よりふるさと納税サイトによるポイント付与が禁止となりました。ポイントの付与がない状況でも、ふるさと納税を利用する理由として最も近いものはどれですか？



制度改正後、ふるさと納税を利用する理由は「税の控除・還付」「お礼品」が上位

回答者：2025年10月～12月にふるさと納税を行った4,735人

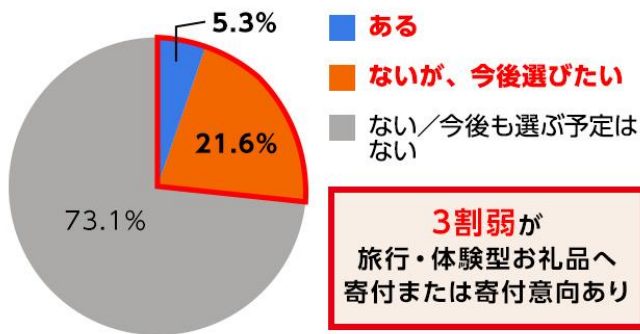
Q8. ポイント付与が禁止された2025年10月以降、ふるさと納税サイト選びの際、どのような点を重視しますか？※複数回答可



サイト選びで重視する点は「お礼品の寄付額」「自治体やお礼品の数」が上位

回答者：ふるさと納税経験のある8,471人

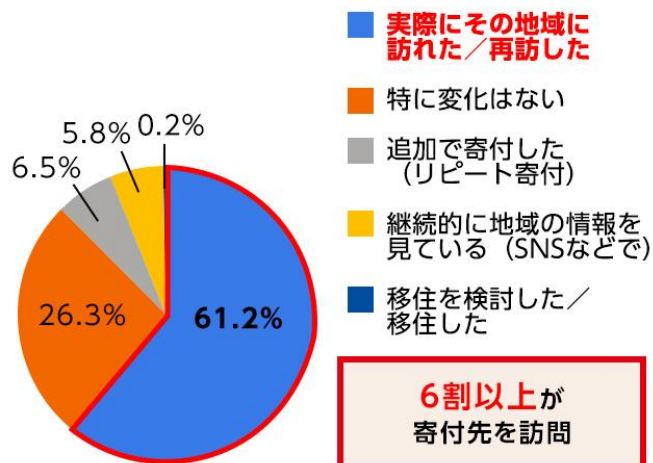
Q9. ふるさと納税で、旅行や体験型のお礼品を選んだことはありますか？



3割弱が旅行・体験型お礼品へ寄付または寄付意向あり

回答者：ふるさと納税経験のある8,471人

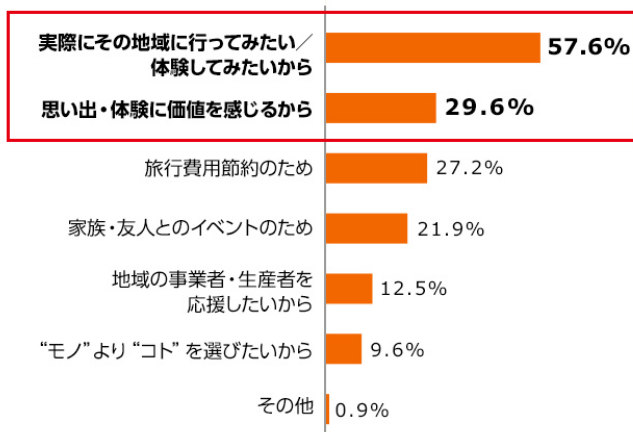
Q10. (「ある」と回答した方へ) 寄付後、その自治体への関心や行動に変化はありましたか？



6割以上が寄付先を訪問

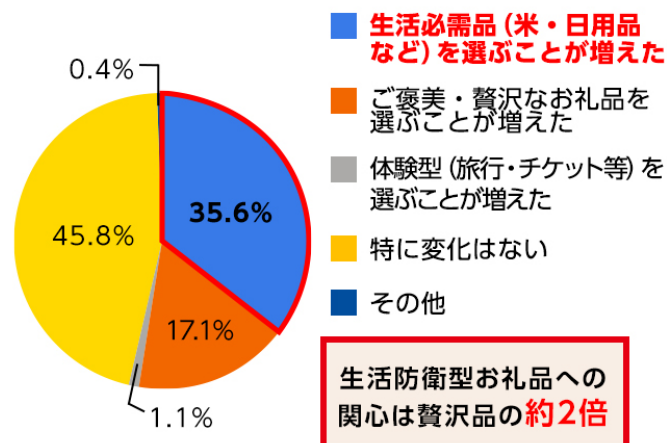
回答者：Q9で「ある」と回答した449人

Q11. (「ある/ないが、今後選びたい」と回答した方へ) 旅行・体験型を選ぶ(選びたい)理由として当てはまるものを教えてください。※複数回答可



回答者：Q9で「ある/ないが、今後選びたい」と回答した2,279人

Q12. 2025年は生活防衛と贅沢品で寄付者のニーズの二極化がみられました。2025年～2026年にかけてお礼品選びの傾向として最も近いものはどれですか？



回答者：ふるさと納税経験のある8,471人

\* 円グラフは小数点第二位を四捨五入しているため、構成比の合計が100%にならない場合があります。

\* 複数回答において、各選択肢の割合は全て回答者数を母数として計算しています。

## ■調査概要

実施期間：2026年4月16日～4月27日

手法：インターネット調査

実施機関：株式会社さとふる

対象：8,588人

※「さとふる」を利用したことがない人、ふるさと納税未経験者を含む

## ■株式会社さとふるについて

株式会社さとふるは、ふるさと納税(自治体への寄付)を通して地域活性化を推進しています。「ふるさと」の元気を“フル”にする、ふるさとの魅力が“フル”に集まるふるさと応援、ふるさと納税ポータルサイトをコンセプトに、寄付者向けに「さとふる」で寄付先の自治体やお礼品の選定、寄付の申込み、寄付金の支払いなどができるサービスを提供しています。自治体向けには寄付の募集や申込み受け付け、寄付金の収納、お礼品の在庫管理や配送など、ふるさと納税の運営に必要な業務を一括代行するサービスを提供しています。また、ふるさと納税を活用した地域活性化の取り組みを掲載する、地域情報サイト「ふるさとこづち」(<https://www.satofull.jp/koduchi/>)を運営しています。

以上

- この報道発表資料に記載されている会社名および製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です。
- この報道発表資料に記載されている内容、製品、仕様、問い合わせ先およびその他の情報は、発表日時点のものです。これらの情報は予告なしに変更される場合があります。

### 【本件に関する問い合わせ先】

お客さまから…さとふるサポートセンター E-mail：[ask@satofull.co.jp](mailto:ask@satofull.co.jp)

Tel：0570-048-325 受付時間：午前10時～午後5時(土・日曜日、祝日、年末年始を除く)