

# ふるさと納税に関する実態調査

約70%の未経験者が今後のカギを握る”ふるさと納税”  
彼らが新たに求めるものは「体験型」や「災害寄附」など

～ 法改正を受け“モノからコト”へ移行するふるさと納税、体験型が新たに流行の兆し～



2019/12/10  
株式会社ROOTs

- ふるさと納税市場に関して P2～
- ふるさと納税利用者に関して P6～
- 法改正に対する意識に関して P10～
- 利用者と未経験者の意識差に関して P14～
- 新しいふるさと納税の兆しに関して P17～
- 調査のまとめ P22～
  
- (付録) 調査概要 P28～



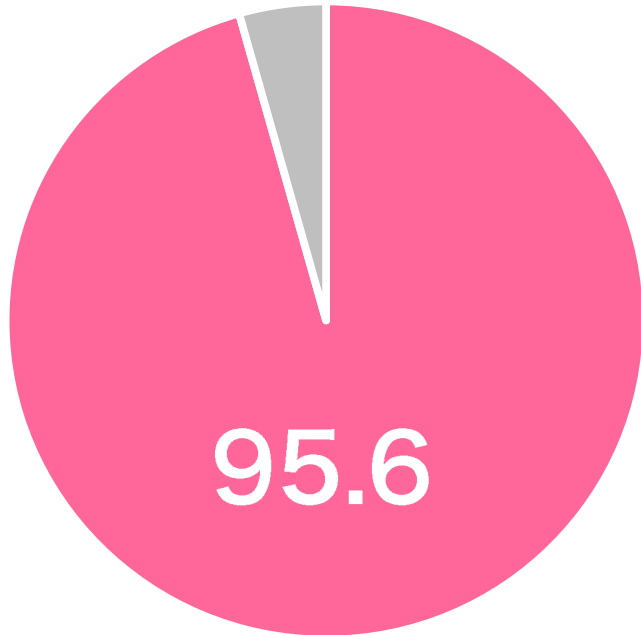
# ふるさと納税市場に関して

# ふるさと納税の認知度

- ふるさと納税制度の認知度は、成人で約96%とほぼ全員が存在は知っている制度である。
- 年齢と比例して認知度は高くなる。
- 男女比はほぼないが、若年層では女性、年齢が上がるにつれて男性のほうが認知度が高くなる。

Q：あなたは、今までにふるさと納税制度を知っていましたか。

全体認知度% (n=10,000)



※性年代問わず全体合計のTOP2数値で表示

性年代別認知度% (n=852~1267)



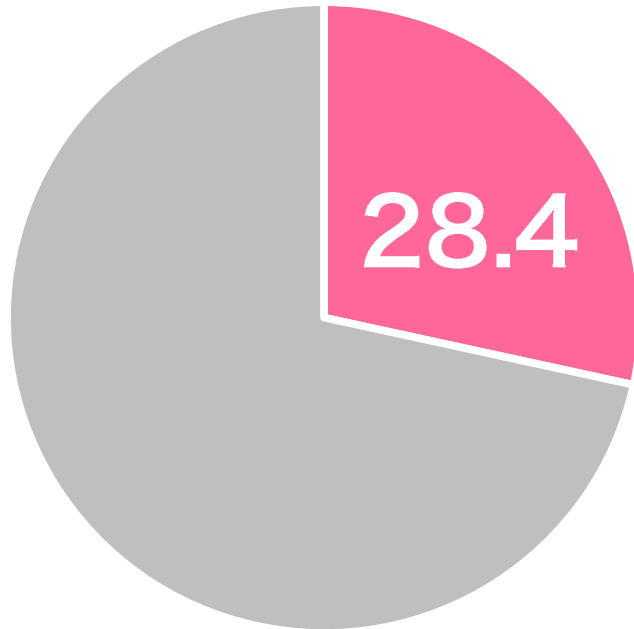
※サンプルは性年代（10歳刻み）で人口構成比にそらえて回収

# ふるさと納税の利用度

- ふるさと納税制度を利用しているのは、成人の約28%とまだ多いとは言えない。
- 性年代ごとの利用者のボリュームゾーンは男女ともに30-40代。
- 実際の利用者は若干男性のほうが多いが、大きな差はない。

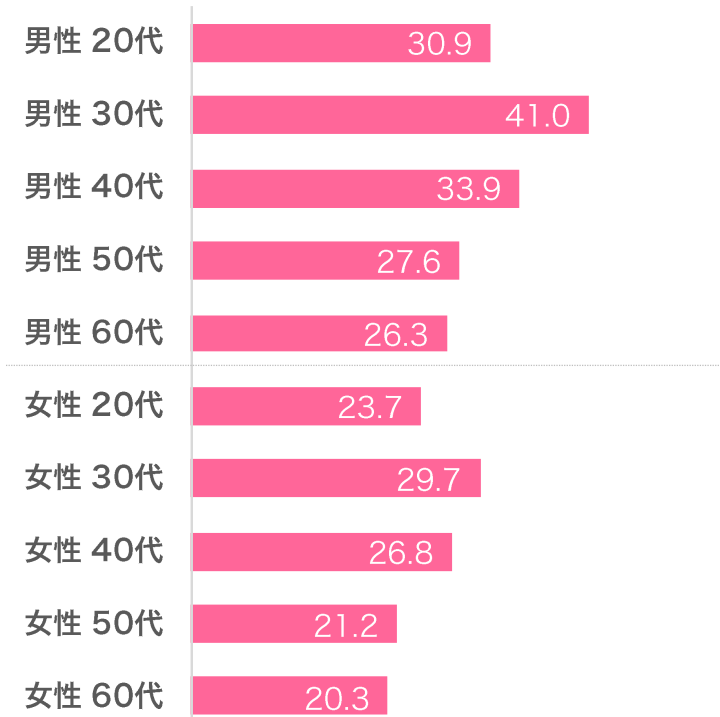
Q：あなたは、今までにふるさと納税制度を使って寄附をしたことがありますか。

全体利用度% (n=10,000)



※性年代問わず全体合計のTOP2数値で表示

性年代別利用度% (n=852~1267)



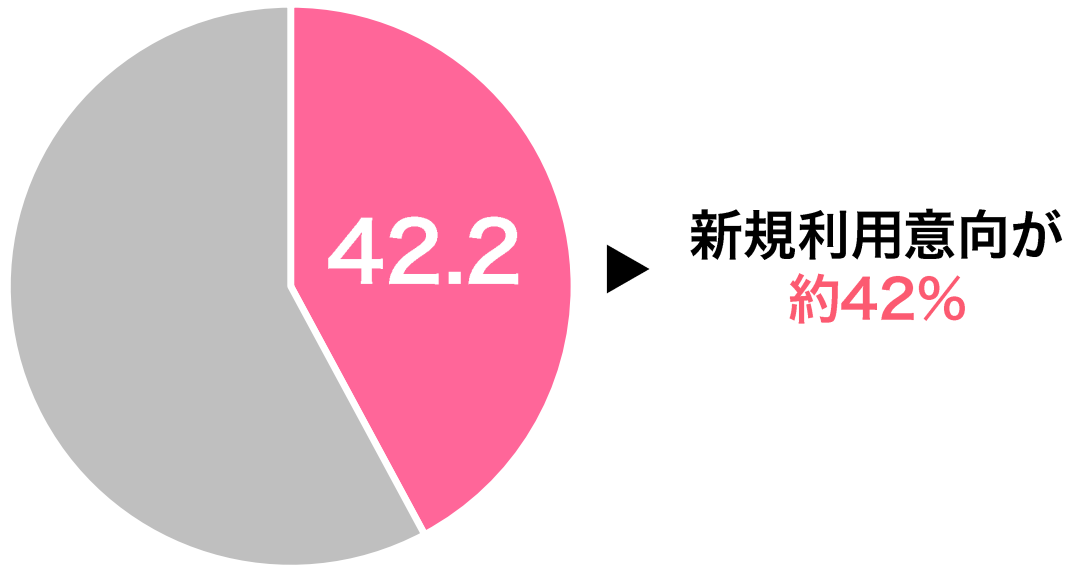
※サンプルは性年代（10歳刻み）で人口構成比にそらえて回収

# ふるさと納税の利用・リピート意向

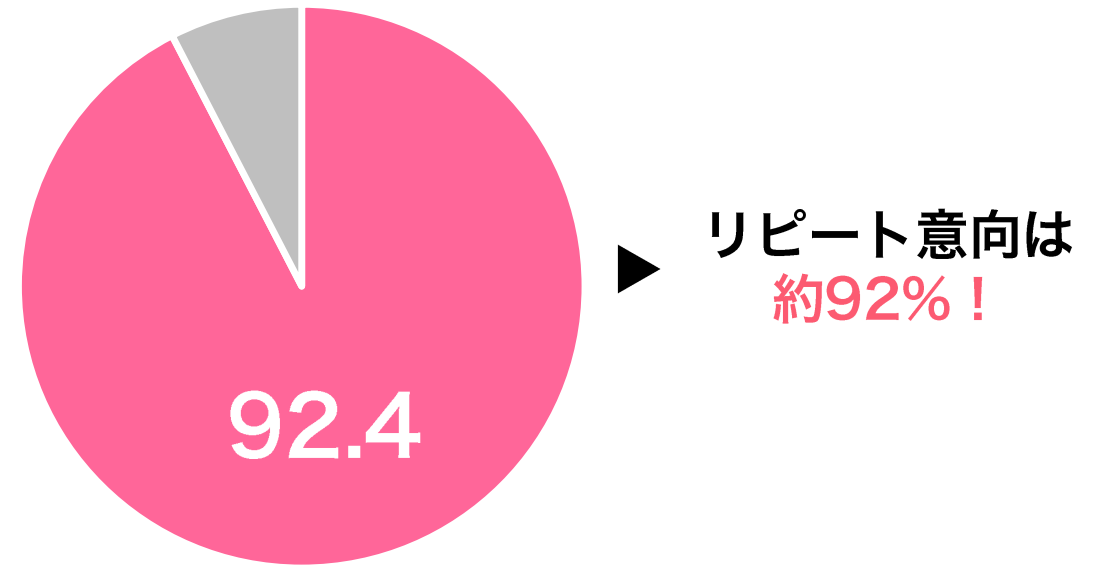
- 未経験者の新規利用意向は約42%。
- 利用者のリピート意向は約92%とかなり高く、一度寄附した人のほとんどがリピートしている。
- 理論上、新規利用42%と離脱8%なので、毎年利用者は34%ずつ増加することとなる。

Q：あなたは、「ふるさと納税制度を使って寄附をしてみたい」と思いますか。

利用意向% (未経験者 n=7,158)



リピート意向% (利用者 n=2,842)



※性年代問わず未経験者全体のTOP2数値で表示

※性年代問わず利用者全体のTOP2数値で表示



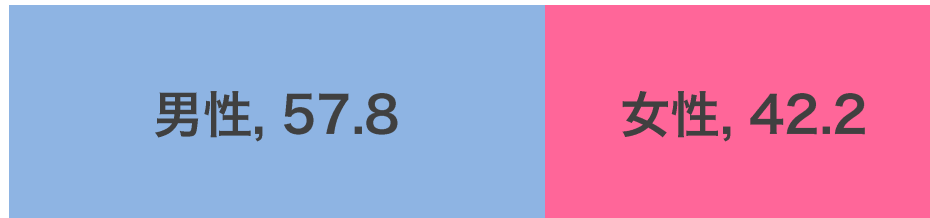
## ふるさと納税利用者に関して

# ふるさと納税利用者の内訳

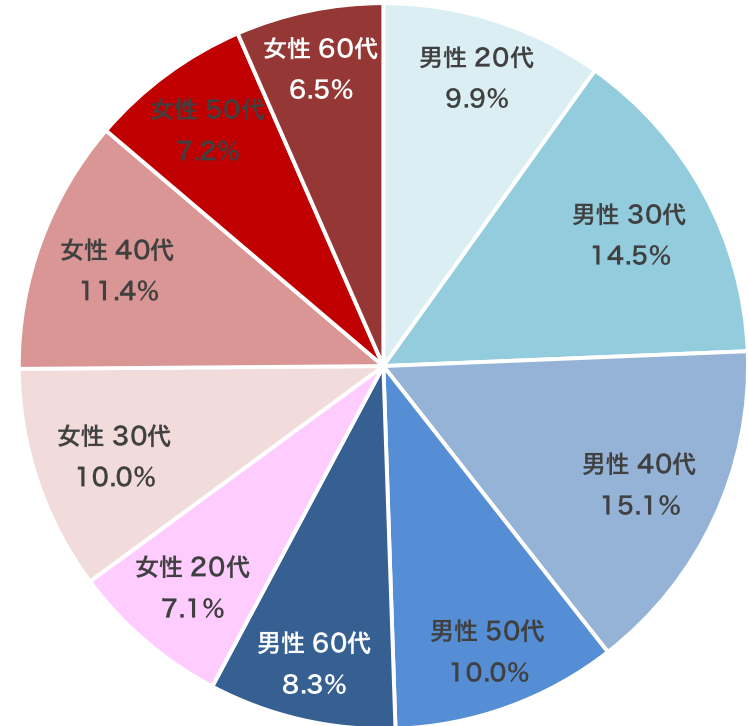
- 利用者は約6：4で男性のほうが多い。
- 利用者のボリュームゾーンは男女ともに30-40代。

Q：あなたは、今までにふるさと納税制度を使って寄附をしたことがありますか。

男女比



性年代比



※スクリーニング 利用者全体 n=2,842

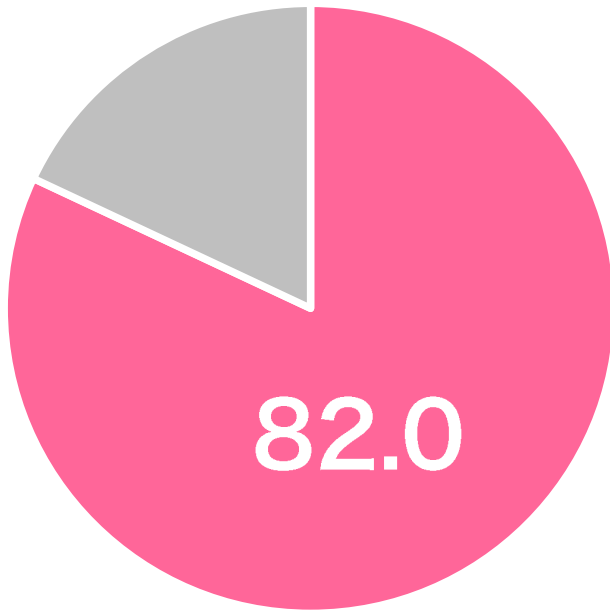


# ふるさと納税利用者の満足度

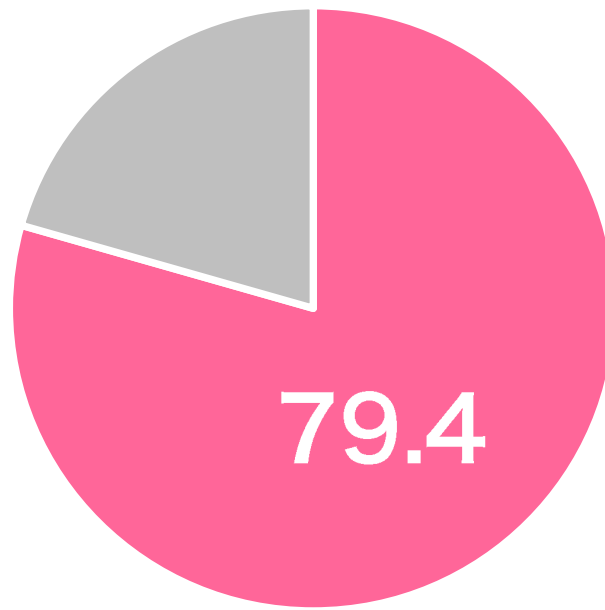
- ふるさと納税を利用している人の満足度は80%超とかなり高くなっている。
- 「自分にとって有意義」など利用した自分を肯定する声も大きい。

Q：ふるさと納税に関して、あなたに当てはまるものをお教えてください。

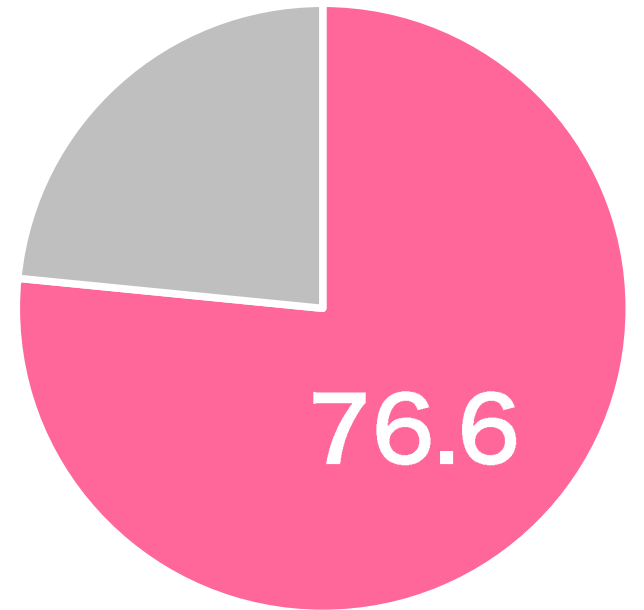
ふるさと納税を利用して  
よかったと思う



ふるさと納税は、せっかくなら  
利用したほうが良い制度だと思う



自分にとって、ふるさと納税は  
有意義な制度だと思った

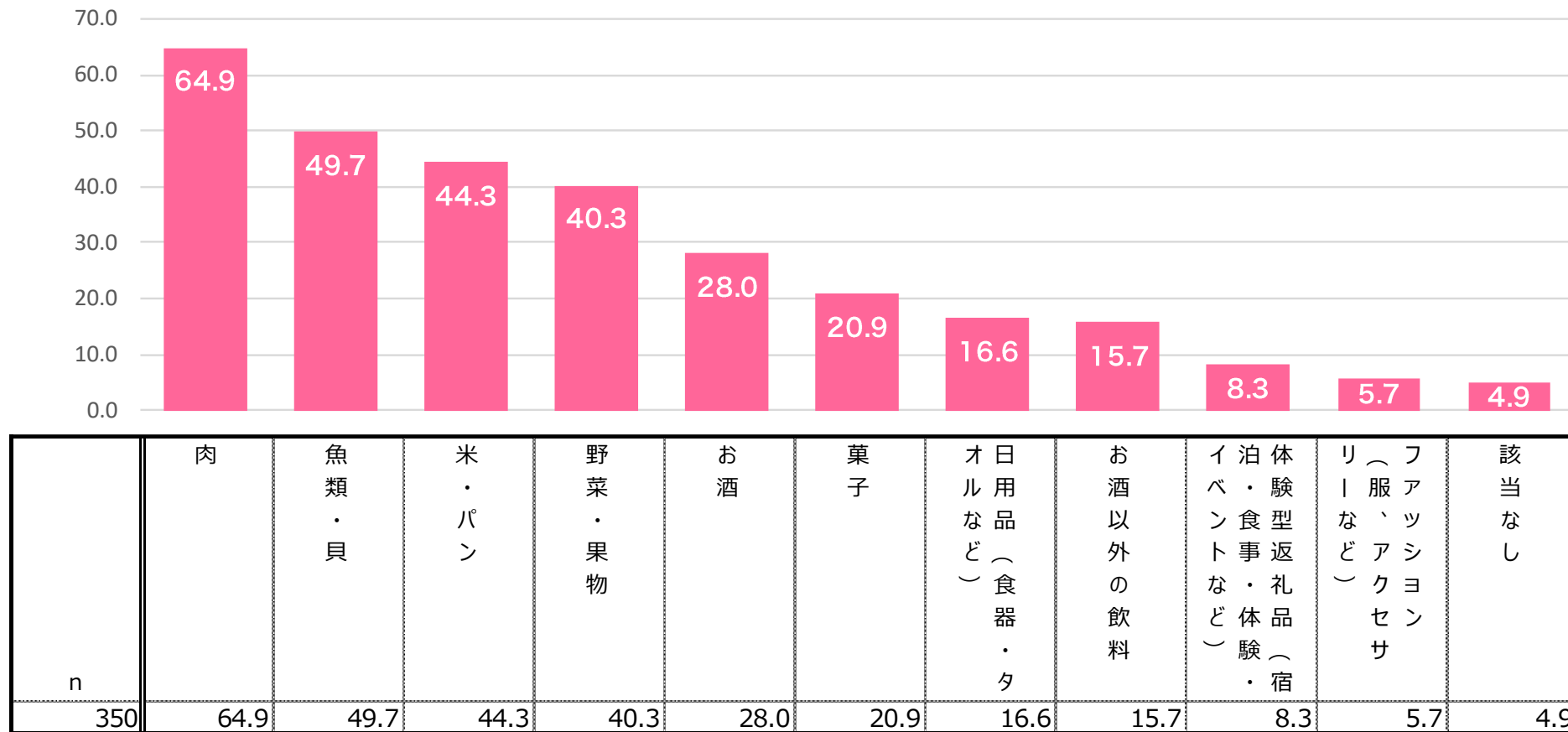


※性年代問わず利用者全体のTOP2数値で表示

# ふるさと納税利用者がもらった返礼品

- TOP3は肉や魚、米など、ふるさと納税という想像されやすい食料品。
- 日用品は約17%、体験型返礼品は約8%、ファッションは約6%と、食料品・飲料以外は  
まだ現状はそんなに人気と言えない。

Q：今までに寄附の返礼品（お礼の品）としてもらったことがあるものを全て教えてください。



※性年代問わず利用者全体の数値で表示



## 法改正に対する意識に関して

## 6月1日を境に、ふるさと納税の制度が厳格化され、 お得だけでなく本質的な地方創生に即したふるさと納税に。

～2019年5月

### 法改正 前

- ・ 地場の商品でなくとも、返礼品として出品する自治体が多かった（家電・酒など）
- ・ 返礼品の原価率の規制が弱く、高還元率の商品が多かった
- ・ Amazonポイントなどのキャッシュバックキャンペーンが頻発



金銭的にお得な返礼品が多かったが、  
名産品のある自治体だけ稼げる仕組みで、  
本質的な地方創生とは程遠かった

6月1日

### 法改正

2019年6月～

### 法改正 後

- ・ 地場産品（その自治体で取れたもの）であることが厳格化
- ・ 返礼品の原価率が30%以内であることが厳格化され高還元率商品が消滅
- ・ 「お得」、「安い」などの過剰なプロモーションがNGに

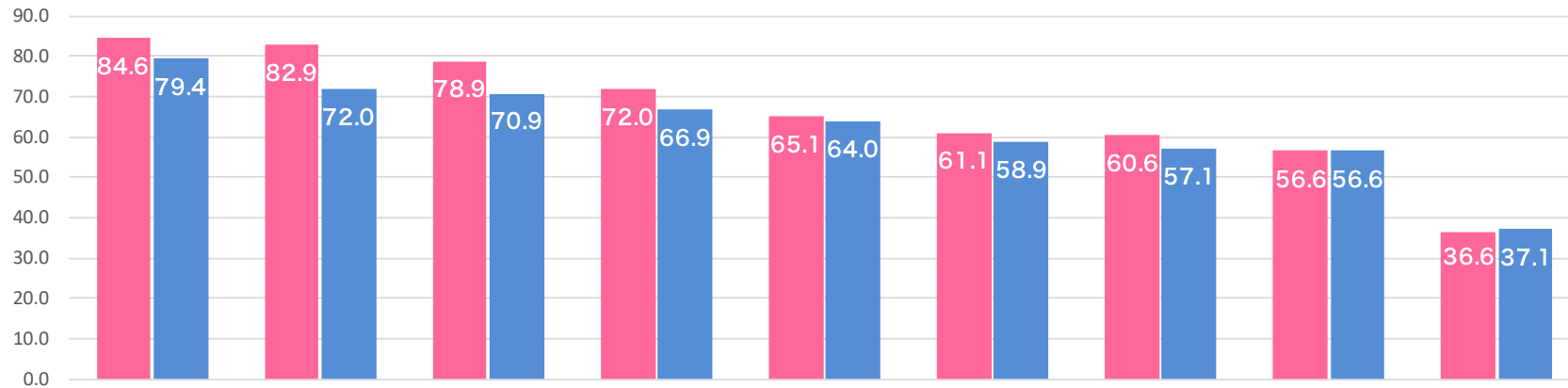


返礼品の金銭的なお得さは弱まったが、  
自治体ごとに個性のある返礼品が増え、  
地方創生の本質的な形になった

# ふるさと納税に関する意識

- TOP3はいずれも「モノをもらえることがいい」「控除されるのでお得」「節税でお得」とまだまだお得がわかりやすいモノ返礼品のふるさと納税の意識が強い。
- 法改正の前後で、各項目大きい意識の差はみられない。

Q：ふるさと納税に関して、あなたに当てはまるものをお教えてください。



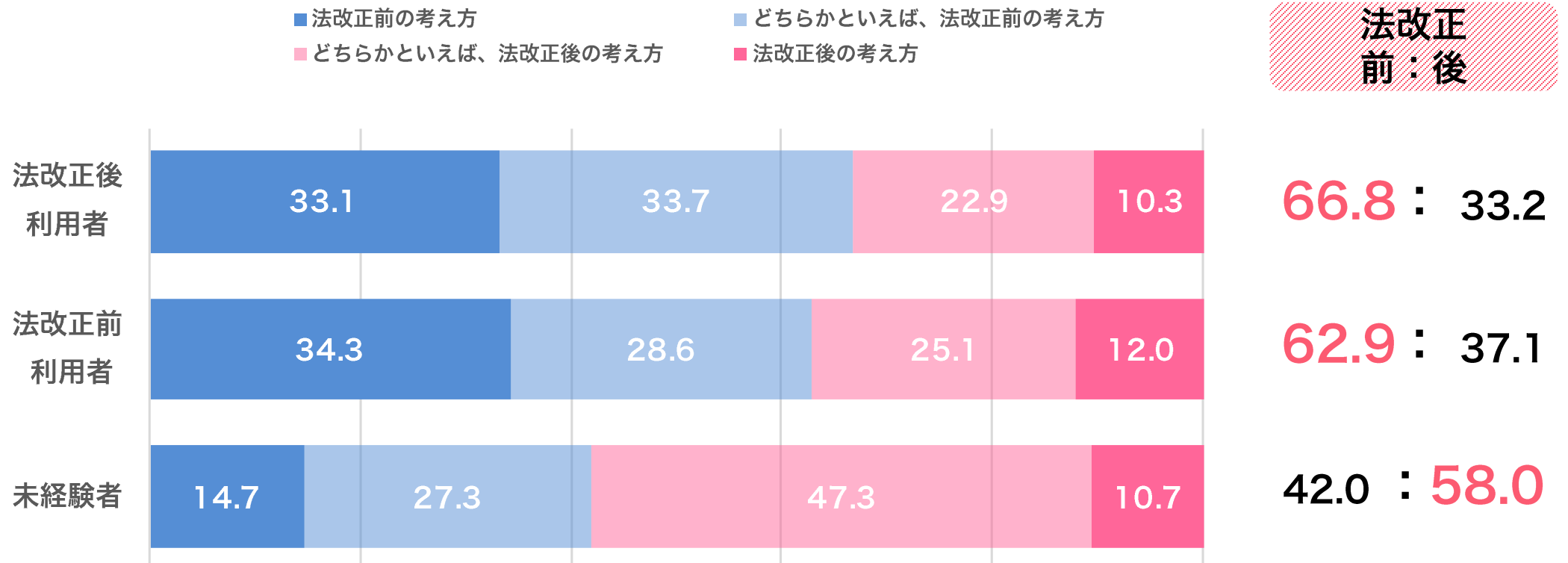
|         | n   | いモノをもらえることがいい | でが寄お、附実金額は高く見えるの | な節税になる経済的にお得 | たの自活性的にお金で好きな地域 | を自らの故郷や好きな地域を応援できると思う | が返礼品が重宝になる | にとは先へ体験の機会がある | いで故郷の地域活性化に貢献できる | でり方ふるさと納税の気持ちで |
|---------|-----|---------------|------------------|--------------|-----------------|-----------------------|------------|---------------|------------------|----------------|
| 法改正後利用者 | 175 | 84.6          | 82.9             | 78.9         | 72.0            | 65.1                  | 61.1       | 60.6          | 56.6             | 36.6           |
| 法改正前利用者 | 175 | 79.4          | 72.0             | 70.9         | 66.9            | 64.0                  | 58.9       | 57.1          | 56.6             | 37.1           |

※性年代問わず利用者（法改正前後で区別）のTOP2数値で表示

# 法改正に対する意識差

- 法改正前後利用問わず、ふるさと納税利用者は分かりやすいお徳が詰まったふるさと納税に興味を持っている。
- 未経験者は、本質的に地域を応援するふるさと納税への共感が高くなっている。

Q：2019年6月の改正の前後で、あなたが寄附をしたいと思う本質的なふるさと納税はどちらですか。



※性年代問わずの数値で表示 (n=150-175)

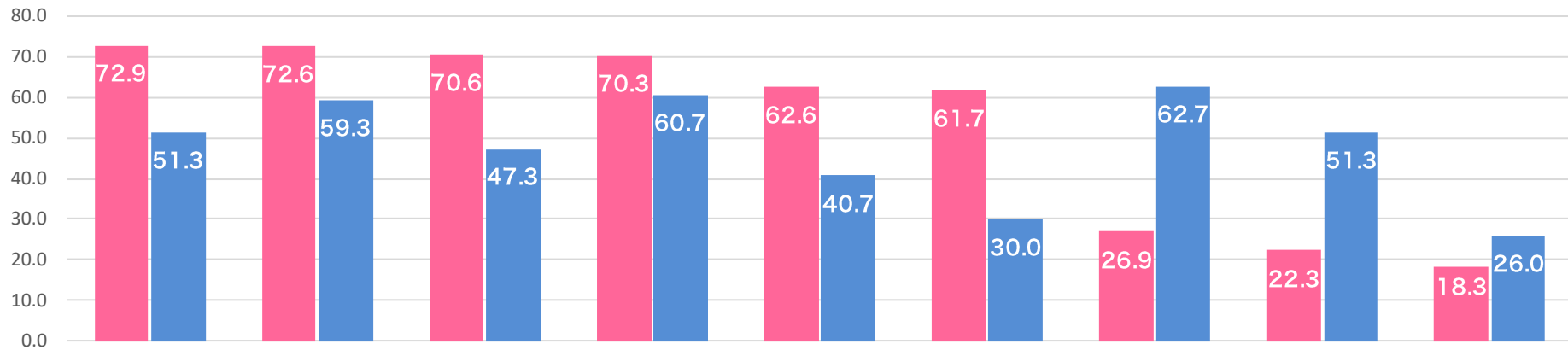


# 利用者と未経験者の意識差に関して

# ふるさと納税に関するイメージ

- 未経験者は「手続きが面倒」「仕組みが難しい」イメージを持つが、実際に行っている利用者はスコアが低く、未経験者は心理的なハードルが高く利用に踏み切れていないと推察される。
- 「地域を応援」「地域活性化に関われる」などは全体を通してスコアが高い。

Q：ふるさと納税に関して、あなたに当てはまるものをお教えてください。



|      | n   | 返礼品にあまり欲しいものがない | 仕組みが難しくていない | 手続きが面倒そう | ほぼお金がかからないお得な制度 | 6月の法改正で、制度のお得感がなくなってきた | 自分の故郷や好きな地域を応援できる | 各地の美味しい食料品を食べるために使い勝手がよい | 自分のお金で好きな地域での活性化に関われる | 返礼品（お礼の品）の種類が多く、選ぶのが楽しい |
|------|-----|-----------------|-------------|----------|-----------------|------------------------|-------------------|--------------------------|-----------------------|-------------------------|
| 利用者  | 350 | 18.3            | 22.3        | 26.9     | 61.7            | 62.6                   | 70.3              | 70.6                     | 72.6                  | 72.9                    |
| 未経験者 | 150 | 26.0            | 51.3        | 62.7     | 30.0            | 40.7                   | 60.7              | 47.3                     | 59.3                  | 51.3                    |

※性年代問わずのTOP2数値で表示

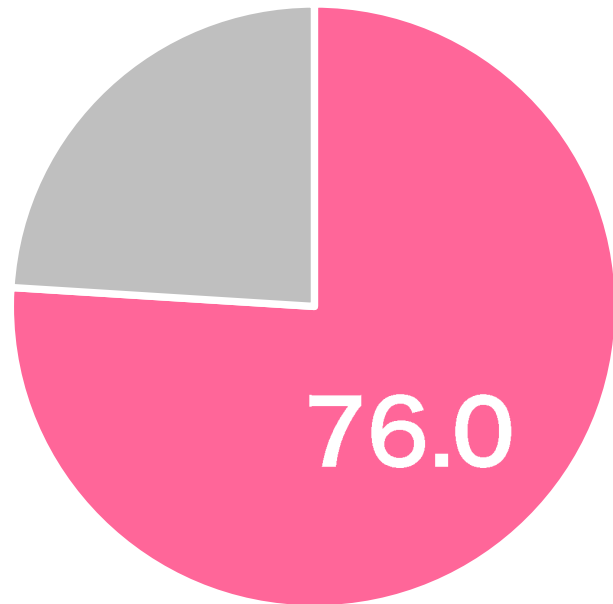


# (参考) ふるさと納税を实际してみての感想

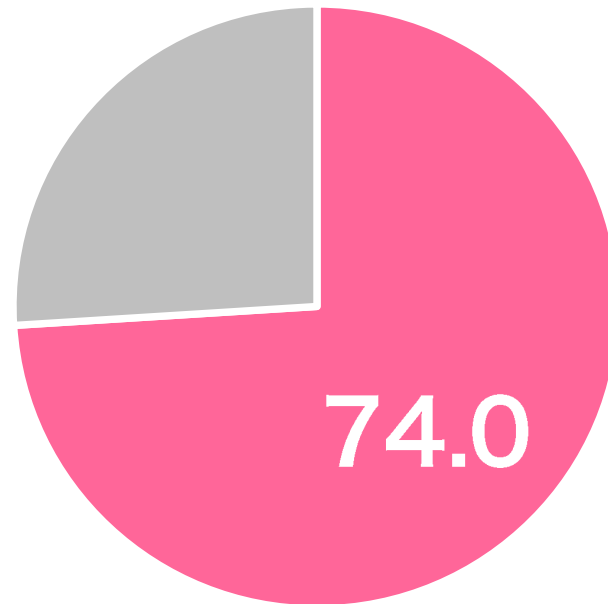
■利用者の感想では、「手続きが面倒ではない」「仕組みは難しくない」など、やってみると思ったよりもハードルが高い制度ではないという声が多い。

Q：実際にふるさと納税を行ってみての感想で、あなたに当てはまるものをお教えてください。

思ったより  
手続きは面倒ではなかった



思ったより  
仕組みは難しくなかった



実際にやった人は、  
簡単かつ難しいものではないことを理解している



未経験者は概念的に  
難しい制度と  
思い込んでいる！

※性年代問わず利用者全体のTOP2数値で表示

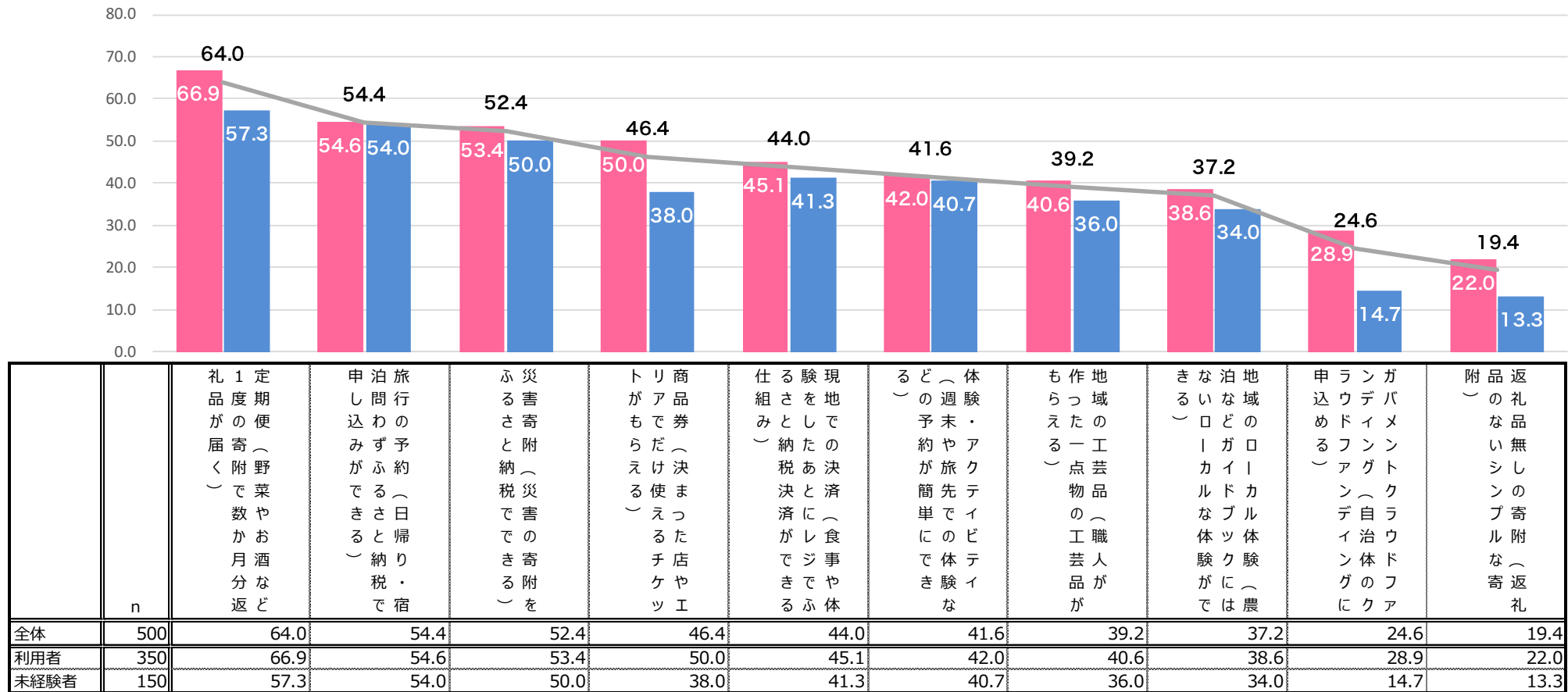


# 新しいふるさと納税の兆しに関して

# ふるさと納税の新しいサービスへの興味

- TOP3は利用の有無問わず「定期便」「旅行の予約」「災害寄附」となっている。
- 旅行やお出かけ、アクティビティなどの「体験型」といわれる返礼品は総じてスコアが高い。

Q：最近のモノだけでない様々返礼品に関して、魅力的だと思うものをお教えてください。



※性年代問わずのTOP2数値で表示

# ふるさと納税でほしい返礼品

- 利用者は、お得なモノの返礼品を求める傾向が強く、コトに関してはまだまだ多くはない。
- 未経験者は、コトを求める声が多く、特に宿泊関連のニーズは大きい。
- 移住のキッカケなどの声もあり、未経験者は本質的な関係人口になる可能性が高いと推察される。

Q：あなたがふるさと納税の返礼品（お礼の品）にあったら魅力的だと思うものを、ご自由にお書きください。

## 利用者 (n=350)

### <モノ>

- ・日用品、普段使っている洗剤などが欲しい。(20代男)
- ・食品や、長期で保存が効くような冷凍食品。(20代女)

### <コト>

- ・実際にその地域に行って観光や食事を楽しめるツアー (50代男)
- ・熊本城や首里城のように失ってしまった故郷の宝やほこりを取り戻すために使ってほしい。(40代男)
- ・災害があった地域に募金をしたい。その場合返礼品は要りません。(40代女)

### <その他>

- ・そもそもふるさと納税に返礼品はいらない。趣旨に反する。(40代男)
- ・物が欲しいがためにふるさと納税をするのは違うと思う。(40代男)



お得にモノが欲しい人が多いが、災害寄附なども需要有り。返礼品がいらないという本質的な寄附の在り方を求める声も。

## 未経験者 (n=150)

### <モノ>

- ・ネットでお取り寄せ人気の食品。(50代男)
- ・子供が喜ぶような伝統郷土のおもちゃ。(20代女)

### <コト>

- ・温泉のある宿泊施設の招待券、海の動物とふれあえる体験。(30代女)
- ・その土地へ旅行に行くのは有り。体験イベントもあると尚良い。(40代女)
- ・納税した場所への宿泊。ホテルとかではなく空き部屋などの宿泊。(50代女)
- ・応援したい地域の人たちとのふれあい。(40代女)

### <その他>

- ・田舎暮らし支援・移住セミナー (40代男)
- ・体験移住 (60代男)



モノよりも宿泊や体験といったコトが人気の傾向。移住に関する声もあり、足を運ぶ意欲が高い。

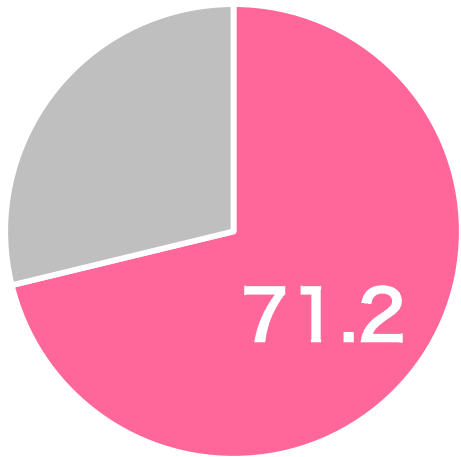
※一部を抜粋

# 体験型返礼品への興味

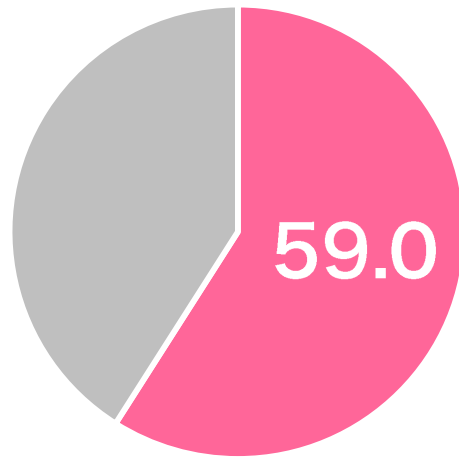
- 旅行はお得に行きたいユーザーが多く、体験型ふるさと納税の親和性が高いと推察される。
- ただのお得ではなく、「行くことが地域活性化になる」という本質的な意見も59%と高い。
- 「オンライン完結」「その場での寄附」など手軽で使い勝手の良さを求める傾向が強い。

Q：体験型ふるさと納税に関して、あなたに当てはまるものをお教えてください。

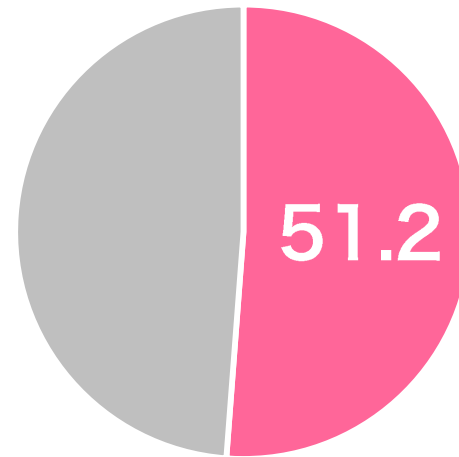
旅行やお得は、  
少しでもお得に行きたい



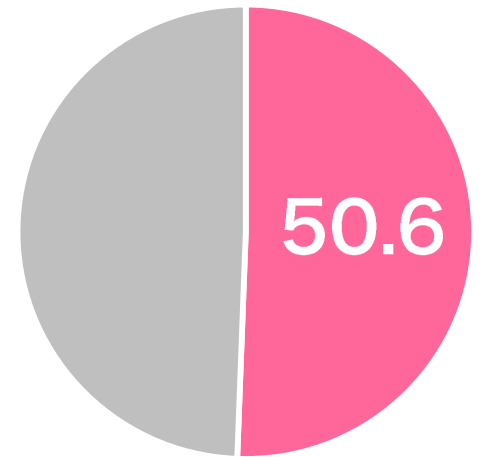
ふるさと納税で寄附した先へ  
体験のために行くことは、  
一番の地方活性化に  
なると思う



体験ができる返礼品も、  
チケットで送られてくるよりも  
オンラインだけで予約が完結できたら  
簡単で良い



食事をした会計なども  
その場でふるさと納税で  
支払えると便利だと思う



※性年代問わず全体合計のTOP2数値で表示

# 体験特化型ふるさと納税ポータルサイト“さといこ”の利用意向

- 利用者は、約54%と過半数の利用意向。未経験者は約47%。
- 未経験者はそもそもふるさと納税自体のハードルが高く、体験型とはいえスコアが上がりきらないことが推察される。

Q：次の紹介文のように、旅行やおでかけといった体験型の返礼品を豊富に扱うふるさと納税ポータルサイトがあった場合、あなたはそのサイトを利用してみたいと思いますか。

## ＜紹介文＞

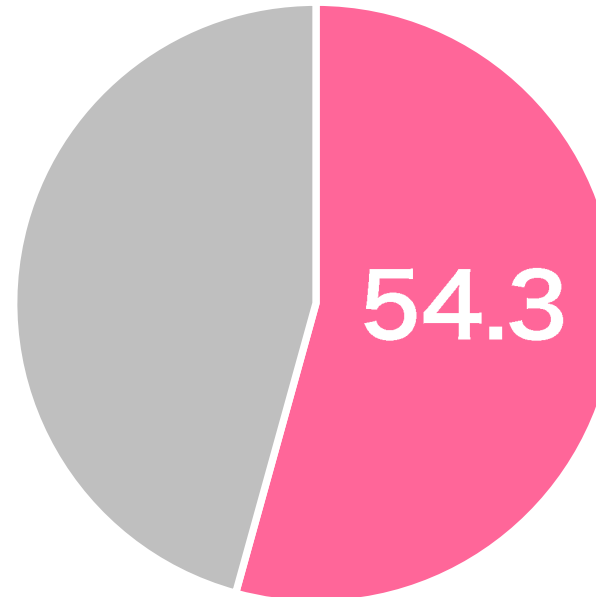
### 【日本中へふるさと納税でおでかけができる】

お肉やお酒など”モノ”の返礼品ではなく、旅行・おでかけ・宿泊などの”体験（コト）”にかかる費用をふるさと納税で支払える。

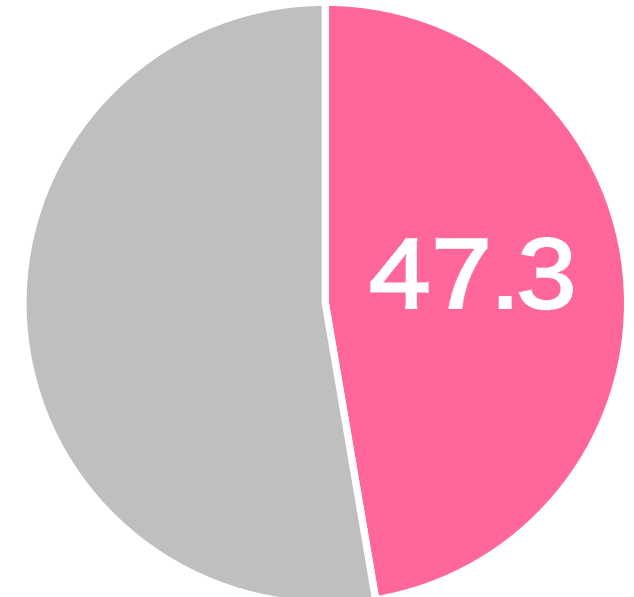
### ＜プラン一例＞

- ・漁船に乗って漁師さんしか知らないスポットで釣り教室
- ・都心から1時間半 房総半島で手ぶらでグランピング
- ・1月1日 富士山が見える公園で初日の出バスツアー
- ・国内最大級の音楽フェスなど、各種イベント

利用者 (n=350)



未経験者 (n=150)



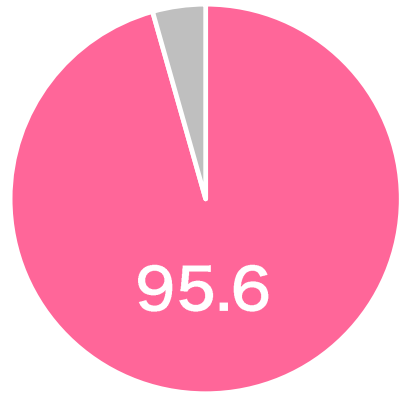
※性年代問わずのTOP2数値で表示



## 調査のまとめ

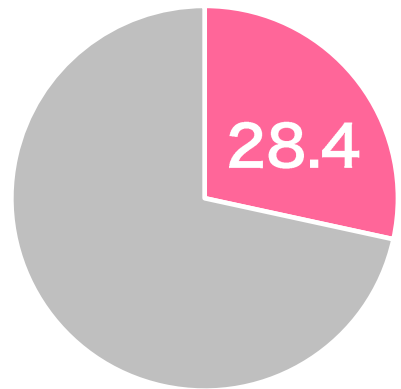
# ①ふるさと納税市場に関して

全体認知度% (n=10,000)



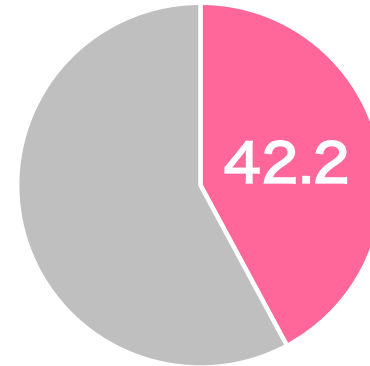
今や**ほぼ全員**が知っている有名な制度に！

全体利用度% (n=10,000)



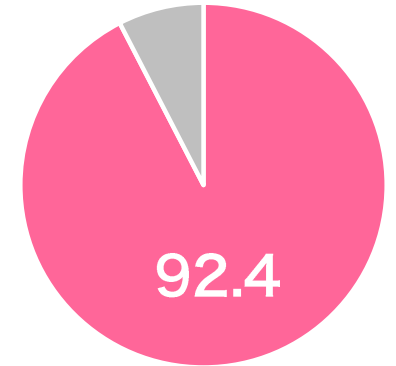
ただ、まだ実際に使っている人は**28%**しかいない…

利用意向%  
(未経験者 n=7,158)



新しく始めたい人は**約42%**

リピート意向%  
(利用者 n=2,842)



リピートした人は**なんと約92%!**

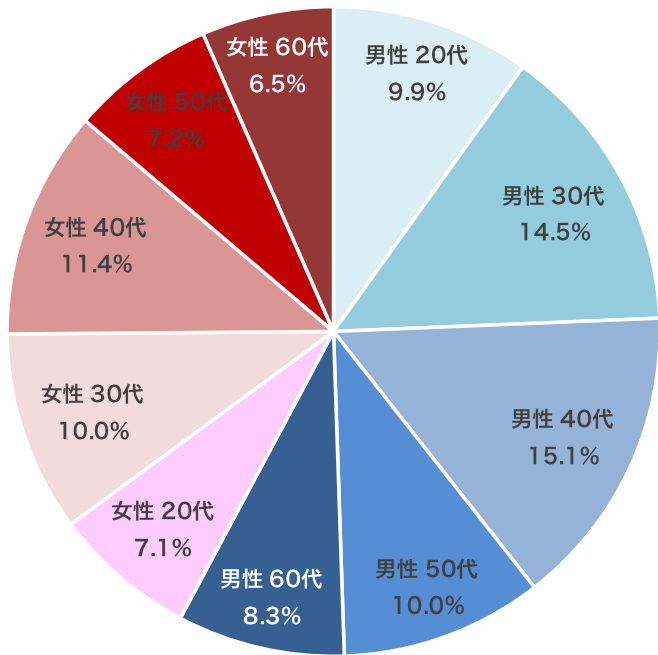
理論上、新規利用42%と離脱8%の市場

**毎年利用者は34%ずつ増加する!**

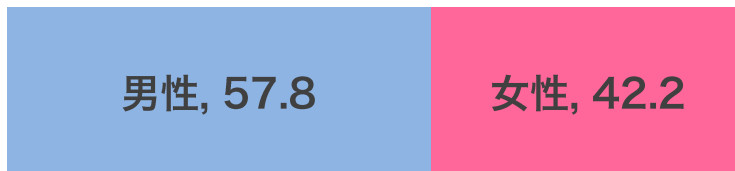


## ②ふるさとと納税利用者に関して

### 利用者の内訳(n=2,842)



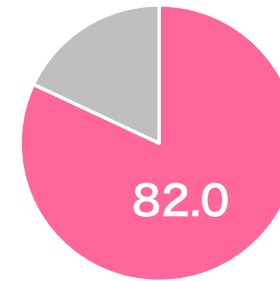
男女ともに  
30-40代が  
ボリューム  
ゾーン



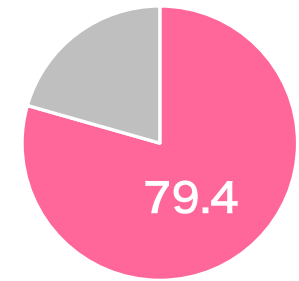
男女比は  
約6:4

### 満足度 (n=350)

ふるさと納税を利用して  
よかったと思う



ふるさと納税は、利用した  
ほうが良い制度だと思う



自己満足度、他人への推薦がともに高い市場！

### 経験者がもらった返礼品 (n=350)

- 第1位 : 肉 64.9%
- 第2位 : 魚類・貝 49.7%
- 第3位 : 米・パン 44.3%

TOP3は  
全て  
食料品！

### ③法改正に対する意識に関して

#### ふるさと納税に対する意識 (n=175)

##### <法改正“後”の利用者>

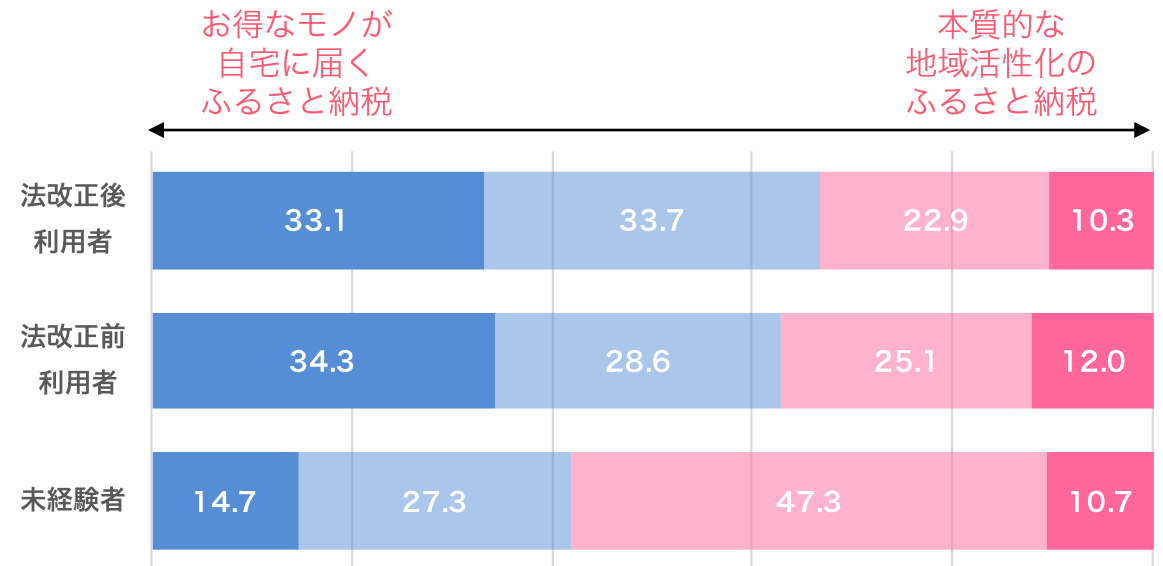
- 第1位 : モノをもらえることがいい 84.6%
- 第2位 : 控除されるからお得 82.9%
- 第3位 : 節税になるからお得 78.9%

##### <法改正“前”の利用者>

- 第1位 : モノをもらえることがいい 79.4%
- 第2位 : 控除されるからお得 72.0%
- 第3位 : 節税になるからお得 70.9%

前後の差はほとんどなし！

#### 法改正に対する意識 (n=150-175)



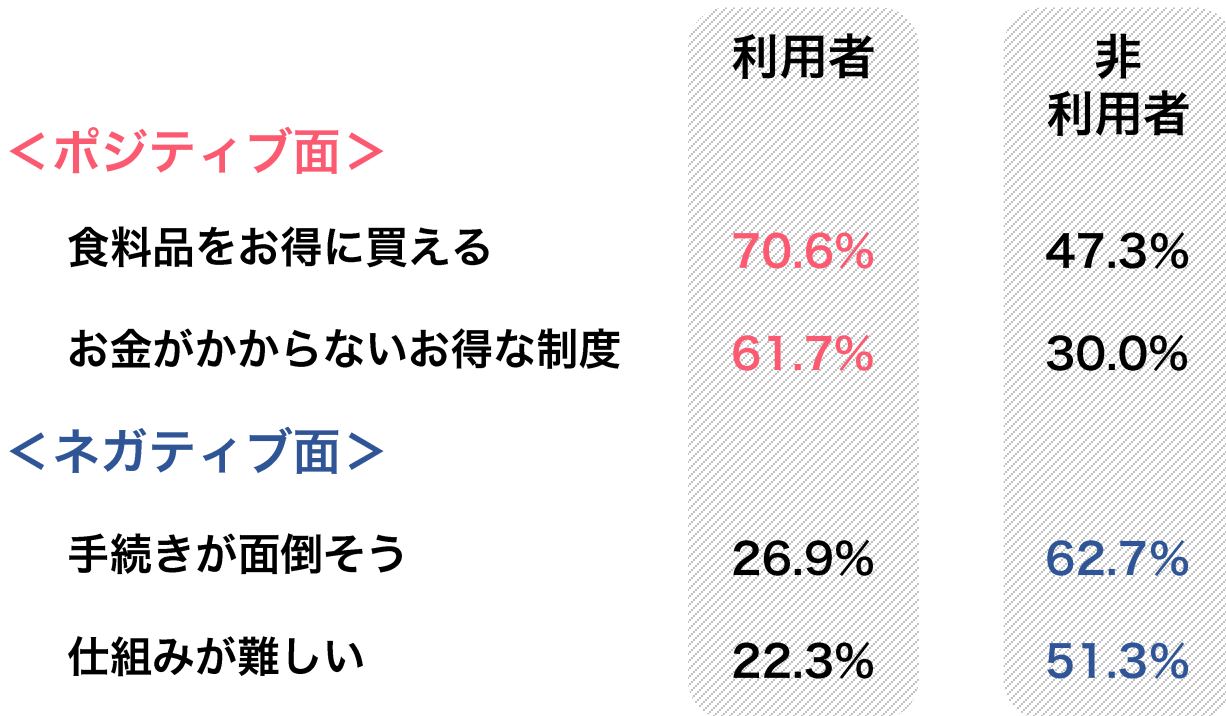
|           | 法改正前 | 法改正後 |
|-----------|------|------|
| 法改正“後”利用者 | 33.2 | 66.8 |
| 法改正“前”利用者 | 37.1 | 62.9 |
| 未経験者      | 58.0 | 42.0 |

利用者は  
ほぼ変わらず！

未経験者は  
本質を重視！

# ④利用者と未経験者の意識差に関して

## ふるさと納税に対する意識 (n=150-350)

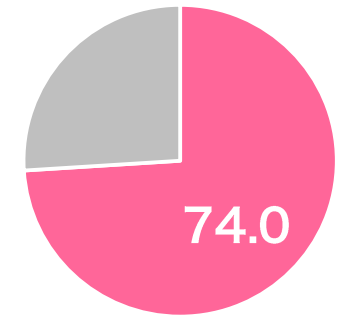
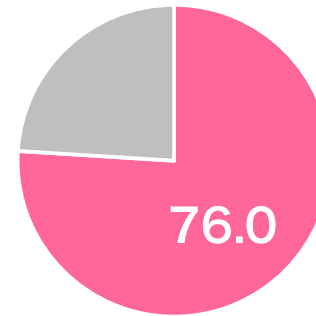


利用者はポジティブ面を見ているが、  
未経験者はネガティブ面しか見ていない。

## 利用してみた感想 (n=350)

思ったより  
手続きは面倒ではなかった

思ったより  
仕組みは難しくなかった



利用した感想は、  
「思ったより手間もかからず簡単！」

未経験者の「難しい」「面倒」の  
概念を払拭する必要がある！

## ⑤新しいふるさと納税の兆しに関して

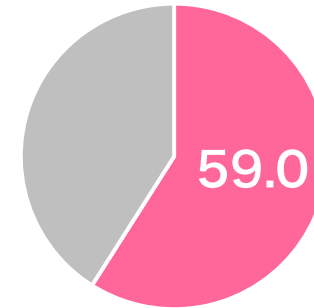
### 新しいふるさと納税サービスへの興味 (n=500)

|     |              |       |
|-----|--------------|-------|
| 第1位 | ： 定期便        | 64.0% |
| 第2位 | ： 旅行の予約      | 54.4% |
| 第3位 | ： 災害寄附       | 52.4% |
| 第4位 | ： 商品券        | 46.4% |
| 第5位 | ： 現地での決済     | 44.0% |
| 第6位 | ： 体験・アクティビティ | 41.6% |

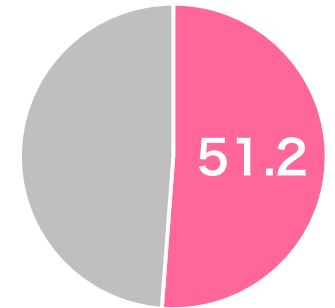
興味がある上位6位のうち、  
「体験型返礼品」が3種類！  
災害寄附も含め“コト消費”が人気に。

### 体験型返礼品への興味 (n=500)

ふるさと納税で寄附先へ行くことは、  
一番の地方活性化だ



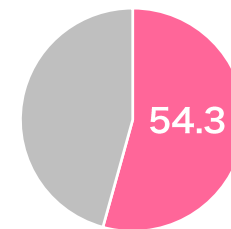
チケットよりも  
オンライン完結なら簡単で良い



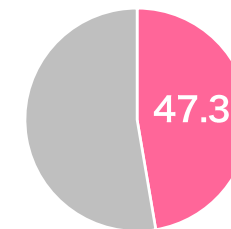
便利さがあれば、本質的かつお得な体験型は高評価！

### “さといこ”の利用意向 (n=150-350)

利用者



未経験者



利用有無問わず  
約50%の利用意向！

利用者のほうが  
慣れもあり前向きか。



## (付録) 調査概要

# ふるさと調査に関する実態調査 概要

## ■調査目的

- ・2019年6月の法改正からちょうど半年のこのタイミングで、ふるさと納税の実態を把握する。
- ・利用者と未経験者、利用者の中でも法改正前後での差分を把握する。

## ■対象者条件と割付

- ・調査エリア：1都3県（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）

＜スクリーニング対象者＞ 男女20～60代 10歳刻み  
→合計10セル 10,000ss（人口構成比で回収）

＜本調査対象者＞

|   |                          | 20代 | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 合計  |
|---|--------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| ① | ふるさと納税経験者<br>（最終利用が法改正後） | 35  | 35  | 35  | 35  | 35  | 175 |
| ② | ふるさと納税経験者<br>（最終利用が法改正前） | 35  | 35  | 35  | 35  | 35  | 175 |
| ③ | 未経験者<br>（意向無し除く）         | 30  | 30  | 30  | 30  | 30  | 150 |

合計15セル 500ss



＜お問い合わせ＞

info@roots-jp.com / 03-6441-9084

お気軽にご連絡ください！