

# 福知山市に関するふるさと納税調査報告書

調査期間：令和7年3月8日(土)～9日(日)

調査地域:一都一府（東京都・大阪府）

調査方法:インターネットリサーチ

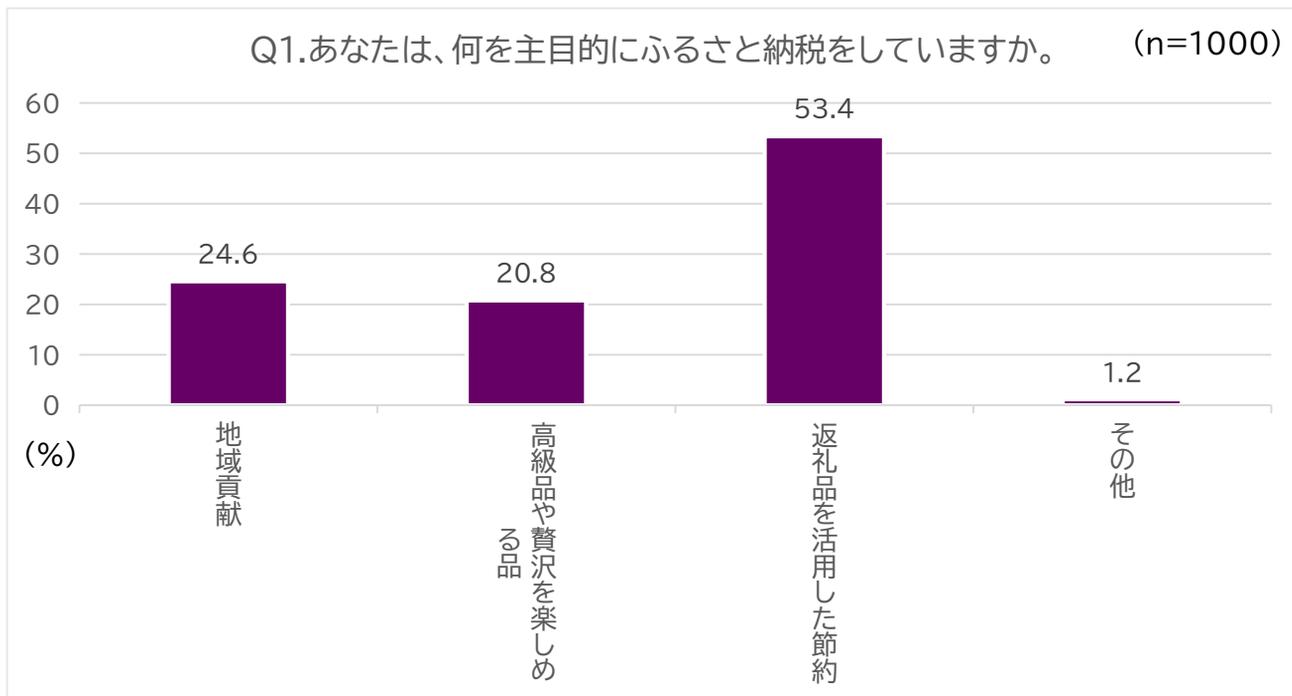
対象者:上記エリアに居住する、20代～70代の男女 1000名

【年代別】①20代 ②30代 ③40代 ④50代 ⑤60代 ⑥70代以上 各世代の合計1000名(男500名、女500名ずつ)

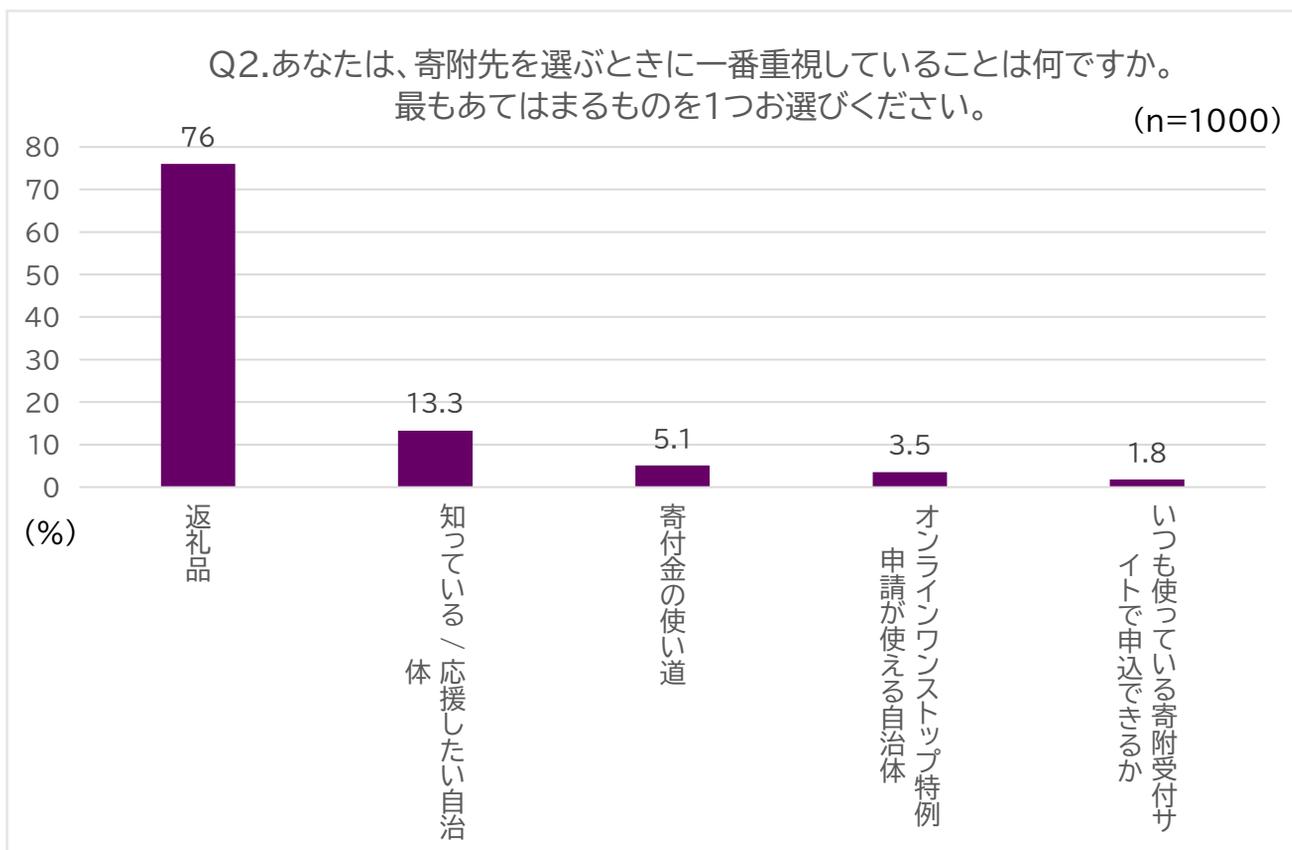
【エリア別】東京都:700名、大阪府:300名

実施機関:株式会社アクセンチュア

レポート:株式会社プラチナム



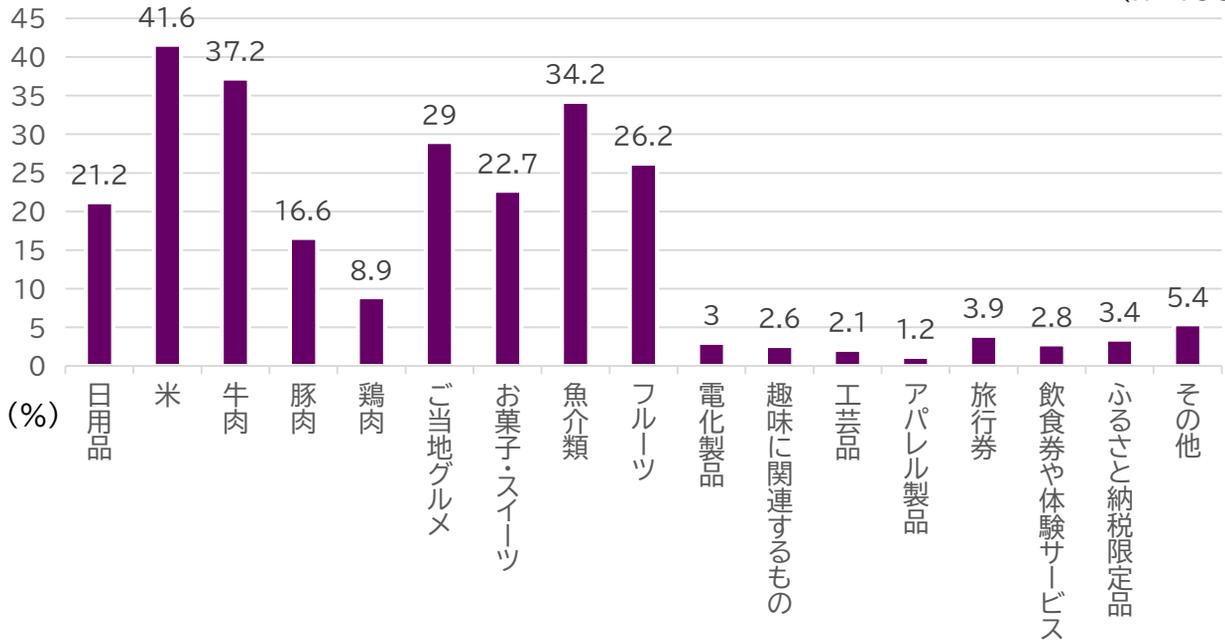
- メディアの論調と同じように、生活者自身のふるさと納税の目的も「節約志向」であることが浮き彫りに
- 20代で積極的にふるさと納税を検討する層は、節約志向よりも地域貢献の意識が高い



- メディアの出目として寄付金の使い道が報道される傾向も見られたが、生活者の意識としては返礼品の内容が圧倒的に高い結果に。
- 寄付金の使い道については70代が突出して多く、10ポイントを超える結果になっている。

Q3.あなたは、普段はどのような返礼品を選んでいきますか。  
あてはまるものをすべてお選びください。

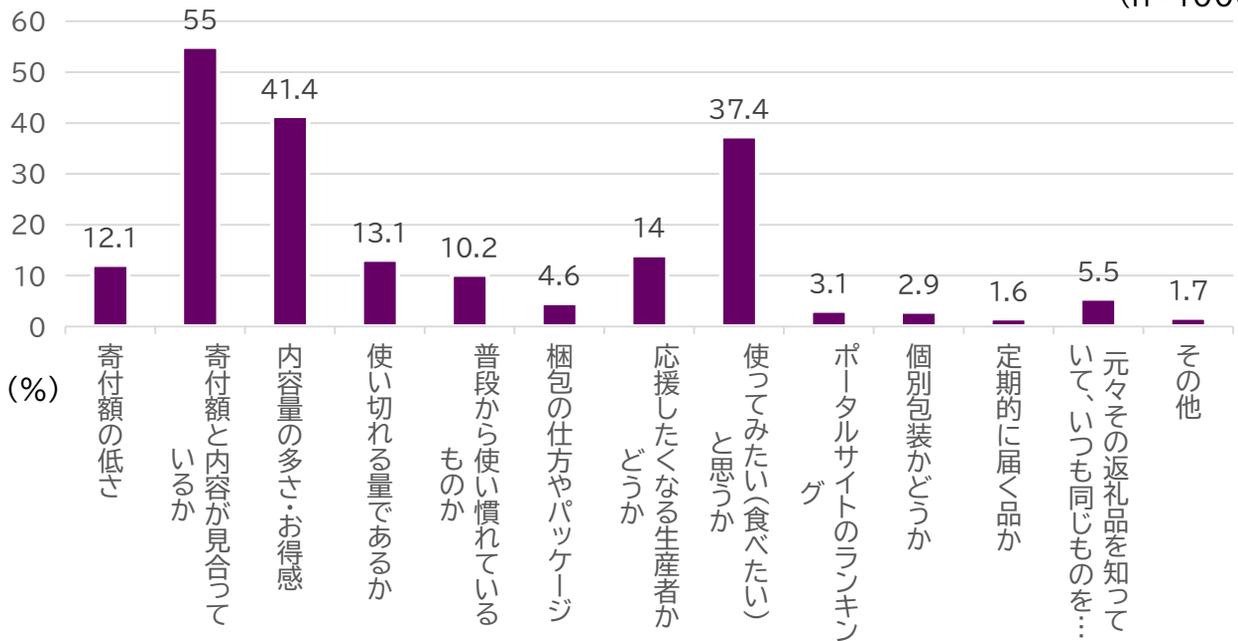
(n=1000)



- 昨今の米の価格高騰の影響もあり、米が一番多い結果になっているが、全体的に食関連商品が人気。
- 年齢・性別ともに大きな差異は見られなかった。

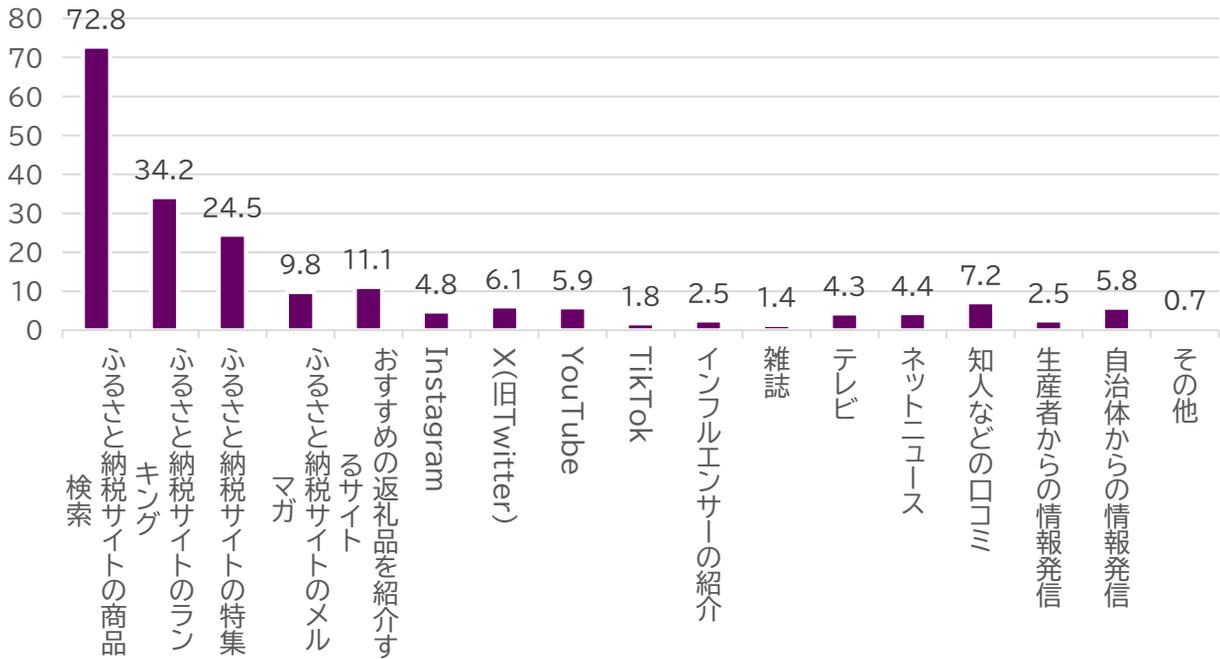
Q4.あなたは、返礼品を選ぶ際に基準にするものは何ですか。  
あてはまるものをすべてお選びください。

(n=1000)



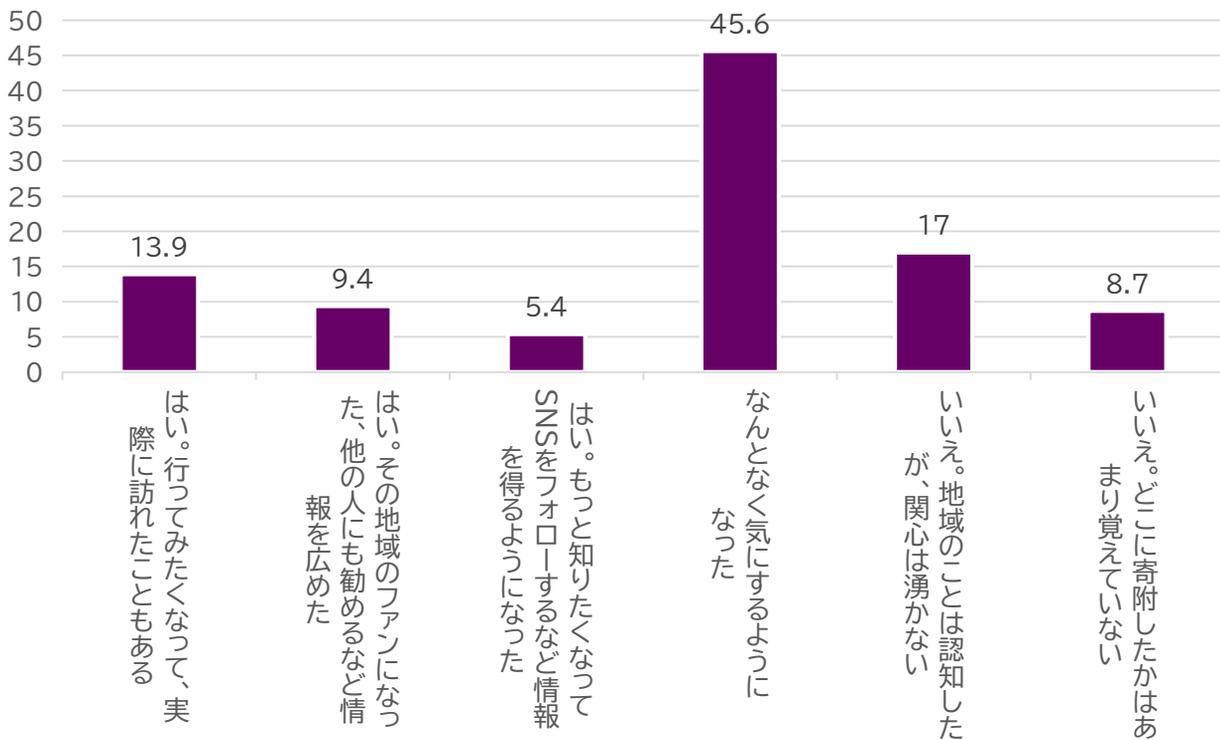
- 寄付額と内容の一致が最も高い回答率に、次点の内容量・お得感も併せてここでも「節約志向」が現れている
- 60代以上の高齢層は使ってみたいと思うかどうかを多く挙げており、目的でも「贅沢品」の割合がたかく高齢層は節約よりも「いつもと違った体験」などを求めている傾向が伺える

Q5.あなたは普段、ふるさと納税の情報はどこで得ていますか。  
あてはまるものをすべてお選びください。



- ふるさと納税サイトからの直接的な情報収集が多く、SNS含めメディアからのインプットは少ない
- 20~30代のみSNSが10ポイントを超えているがその他の層は届いていない

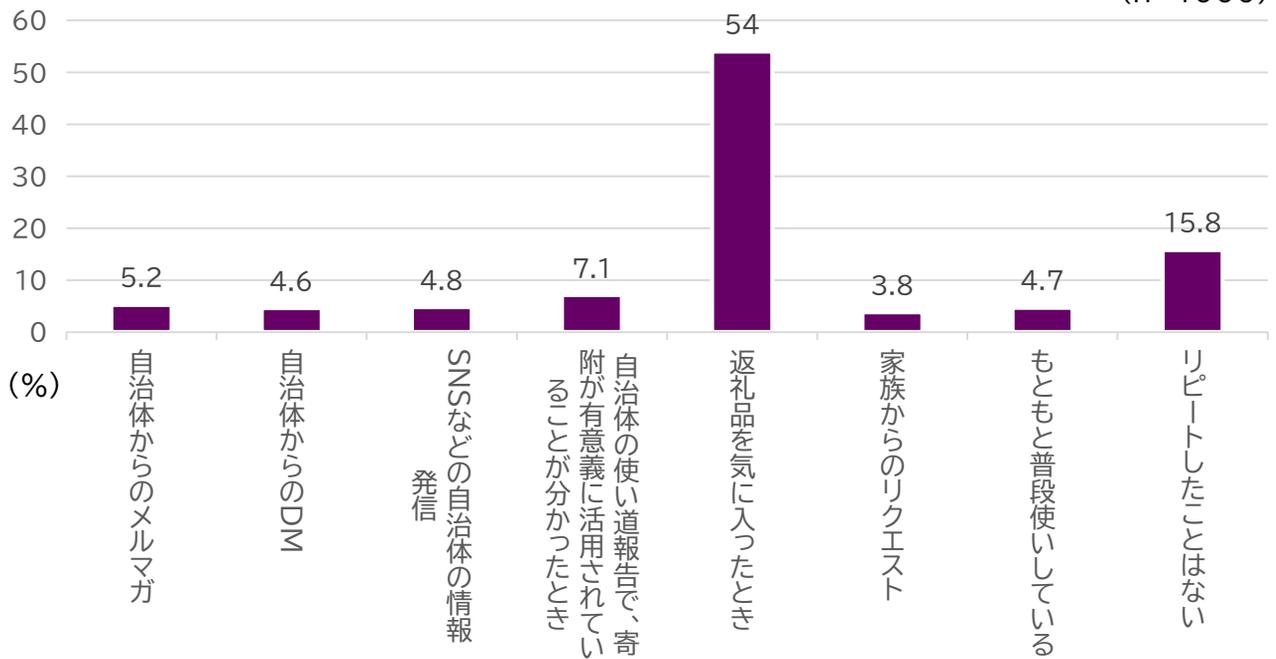
Q6.あなたは、返礼品を通して寄附した地域への関心は高まりますか。  
あてはまるものを一つお選びください。



- 「気にする」程度のライトな関心レベルが突出して多い。
- 20代は目的に「地域貢献」が多かったように、寄附後の関心も高いまま地域の関係人口に取り入れやすいと言える。(最初からその地域に対して一定以上の関心をもってふるさと納税をしている)

Q7.あなたは、返礼品をリピートしようと思うきっかけは何ですか。  
最もあてはまるものを一つお選びください。

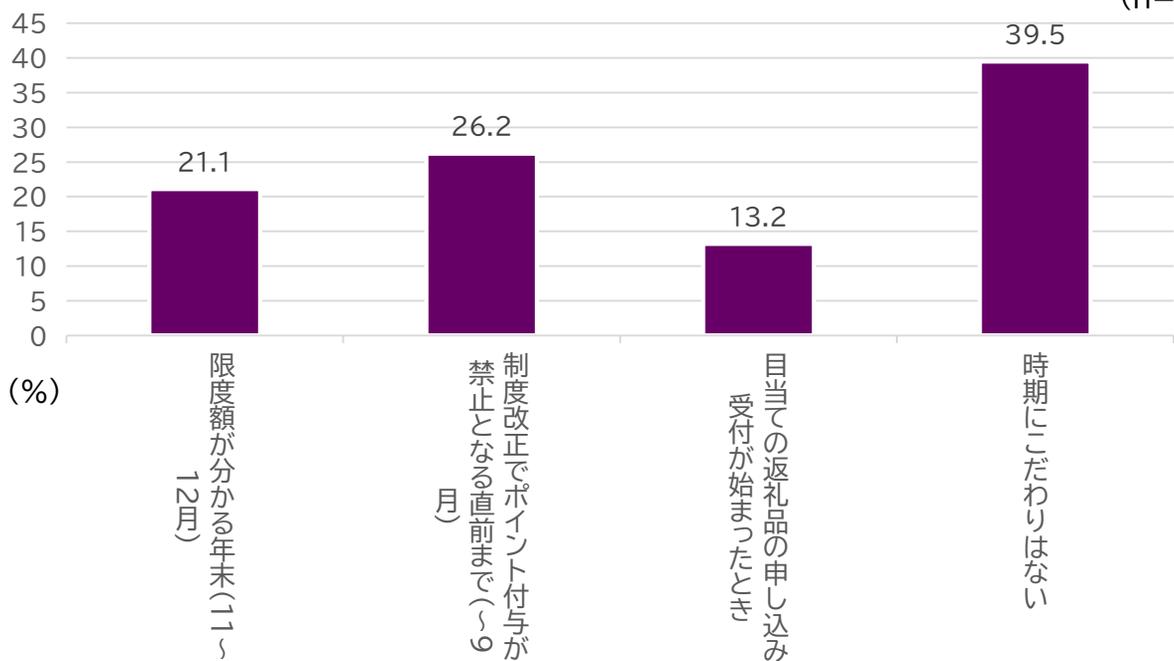
(n=1000)



■選ぶ基準の一番が返礼品であるのと同様に、リピートの基準も返礼品

Q8.あなたは、今年(2025年)はいつ、ふるさと納税をしようと思っていますか。

(n=1000)

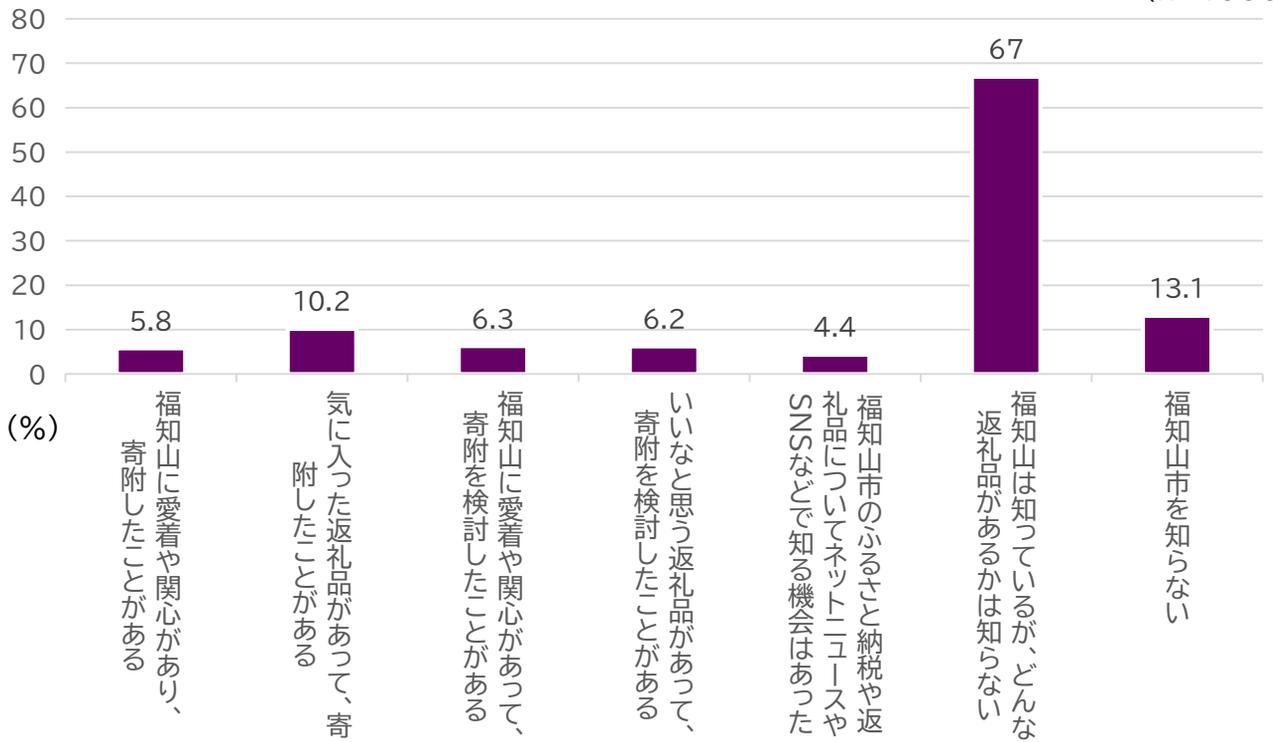


■時期にこだわりがないが最も多い

■制度改正については~50代までは最も高い割合をもつ一報で50代以上で急激に低下。情報が行き届いていない・認知されていない可能性もある

Q9.ここからは、京都府福知山市のふるさと納税についてお伺いします。  
下記項目の中であてはまるものはありますか。あてはまるものをすべてお選びく  
ださい。

(n=1000)

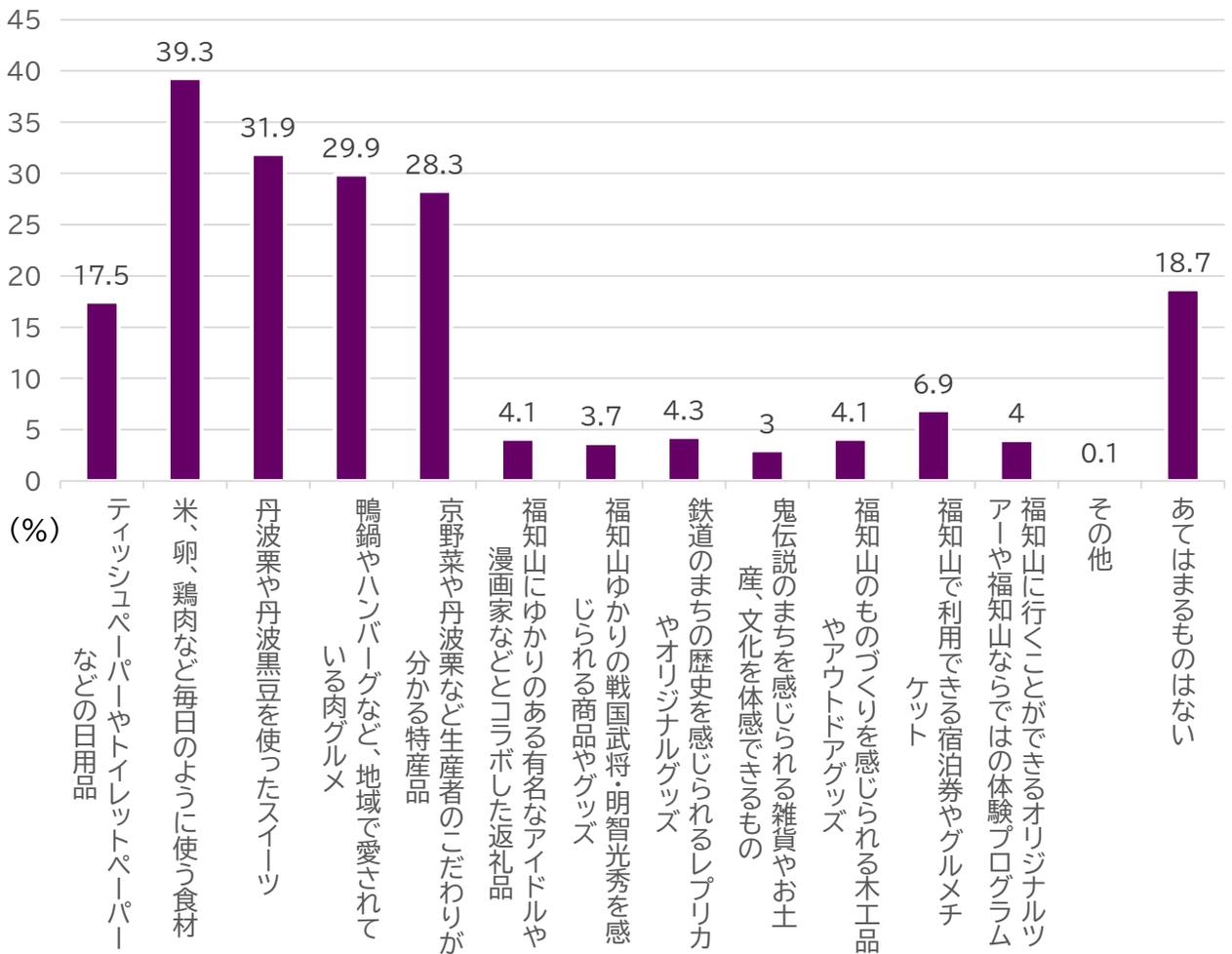


- 福知山市については知っているものの、返礼品にまで認知が及んでいない
- 寄付・検討まで及んだのは～30代が多く、それ以上は検討までいっていない
- そこまで居住地に大きな差はないが、関東圏よりも大阪のほうが寄付経験ありの割合は高い

Q10.京都府福知山市には様々な食・文化・産業があります。もし本市へふるさと納税をいただけたら、気になる返礼品はどのようなものでしょうか。

あてはまるものをすべてお選びください。

(n=1000)



- 福知山市については知っているものの、返礼品にまで認知が及んでいない
- 寄付・検討まで及んだのは～30代で多く、それ以上は検討までいっていない
- そこまで居住地に大きな差はないが、関東圏よりも大阪のほうが寄付経験ありの割合は高い