

ふるさと納税の利用経験者は2割未満 「お得そう、面白そうな返礼品があればやってみたい」と 未経験者の約3割に利用意向あり

＜ふるさと納税に関する調査＞

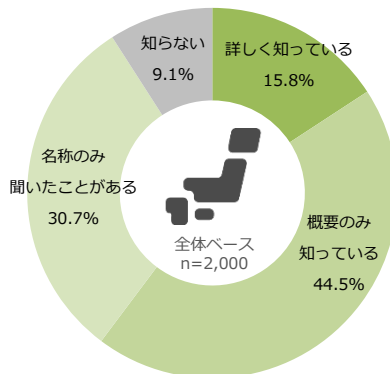
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、47都道府県に在住する20歳～69歳の男女を対象に「ふるさと納税に関する調査」を実施しました。

◆自主調査レポートの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/ht20180828/>

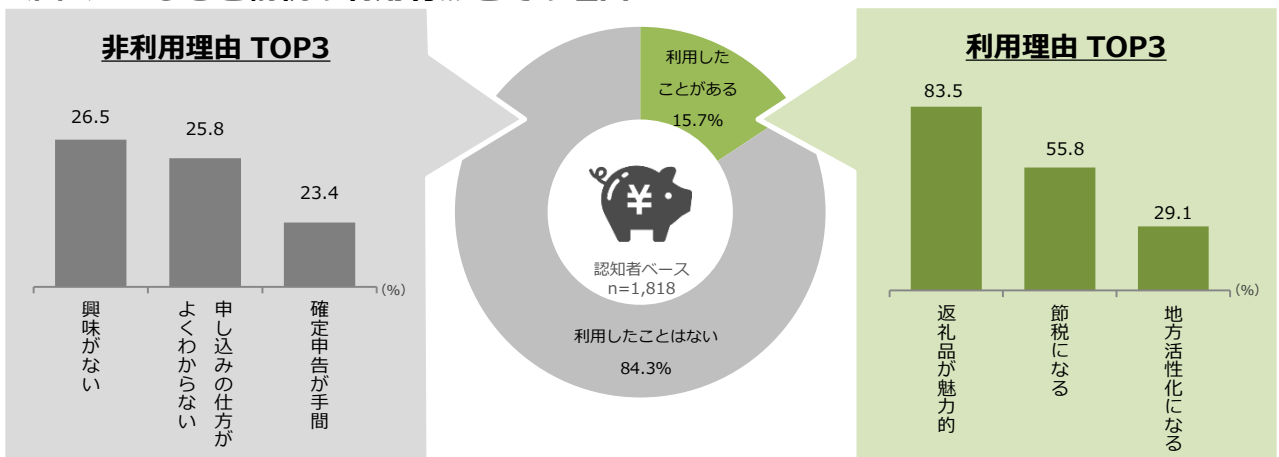
■ 調査結果（一部抜粋）

- ☑ ふるさと納税の認知度は、内容を知っている人が約6割。名称のみ聞いたことがある人を含めると9割以上となった。制度の認知度自体は高く、広く知られていることがわかった。＜図1＞
- ☑ ふるさと納税の利用有無では、利用経験者は2割弱と全体的に少ない。利用経験者・未経験者それぞれの理由を聞くと、利用理由は「返礼品が魅力的」が8割を超えて圧倒的に多くなった。次いで「節税になる」「地方活性化になる」。非利用理由は「興味がない」「申し込みの仕方がよくわからない」が3割弱。そのほか「確定申告が手間」といった煩わしさが利用に抵抗感を持たせている様子。＜図2＞
- ☑ 今後のふるさと納税の利用意向を、利用経験別でみると、利用経験者の9割以上が【続けたい】と思っていることが判明。一方、利用未経験者で【利用してみたい】と思う人は約3割と少ない結果に。【続けたい】理由では「知らなかった地域を知ることができる」「地方への貢献と自分の実益」など、利用して得られたことの影響が大きいことがわかった。【続けたいと思わない】理由では「収入が減少」「ほしいものがない」「面倒だと思う」などの理由が挙げられた。＜図3＞
- ☑ 寄附金用途の希望では「災害復興・支援」が最も高く、次いで「保育・子育て支援」「自然・環境・景観保護」となった。＜図4＞

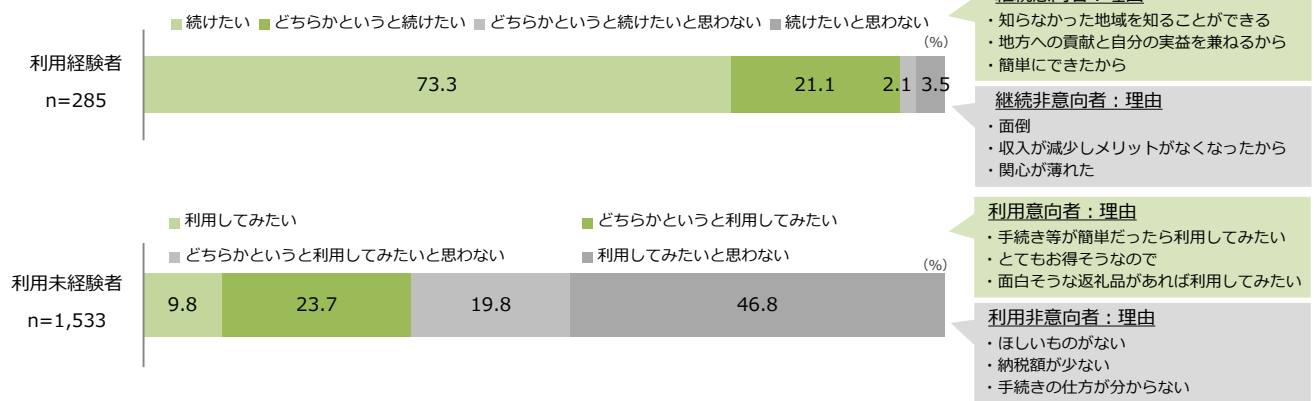
＜図1＞ ふるさと納税の認知



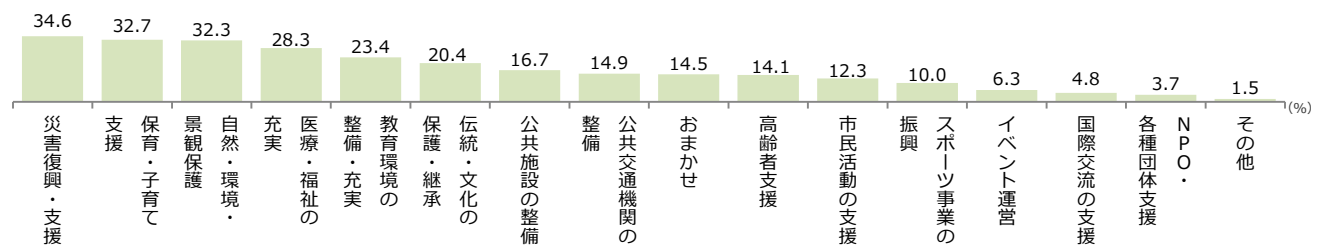
＜図2＞ ふるさと納税の利用有無とその理由



＜図3＞ 今後の利用意向とその理由 [ふるさと納税認知者ベース]



＜図4＞ 寄附金用途の希望 [ふるさと納税の継続利用意向者ベース n=269]



■ 全調査項目

- 属性設問 (性別/年代/婚姻状況/子の有無/居住地・出身地/同居者/職業/個人年収/世帯年収)
- ふるさと納税の認知
- ふるさと納税の利用有無
- ふるさと納税の制度主旨の認知
- ふるさと納税の利用理由
- ふるさと納税の利用のきっかけ
- ふるさと納税利用時に受け取った返礼品
- ふるさと納税の返礼品選択時の重視点
- ふるさと納税の返礼品としてあったら良いもの
- ふるさと納税の利用満足度
- ふるさと納税で寄附した自治体の選択理由
- ふるさと納税の今後の利用意向とその理由 (利用経験者)
- ふるさと納税の寄付金用途の希望
- ふるさと納税の非利用理由
- ふるさと納税の今後の利用意向とその理由 (非利用経験者)

◆全調査項目結果DLはこちら ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/cromegane/ht20180828/>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2018年8月11日(土)～8月15日(水)
 有効回答数 : 2,000サンプル
 ※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

■ 会社概要

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆ 本件に関する報道関係からのお問い合わせ先 ◆

担当 : 東海林(しょうじ) TEL : 03-6859-2252 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp お問い合わせ : https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane_media/

＜引用・転載時のクレジット表記のお願い＞
 本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」