

報道関係者各位

 2018年8月28日  
 株式会社クロス・マーケティング

# 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

&lt;ふるさと納税に関する調査&gt;

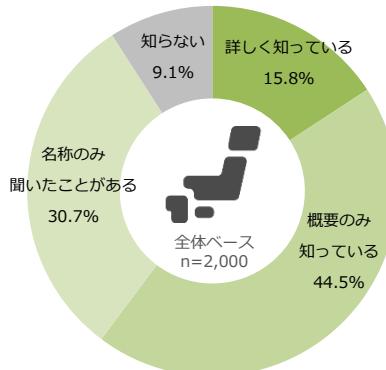
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、47都道府県に在住する20歳～69歳の男女を対象に「ふるさと納税に関する調査」を実施しました。

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

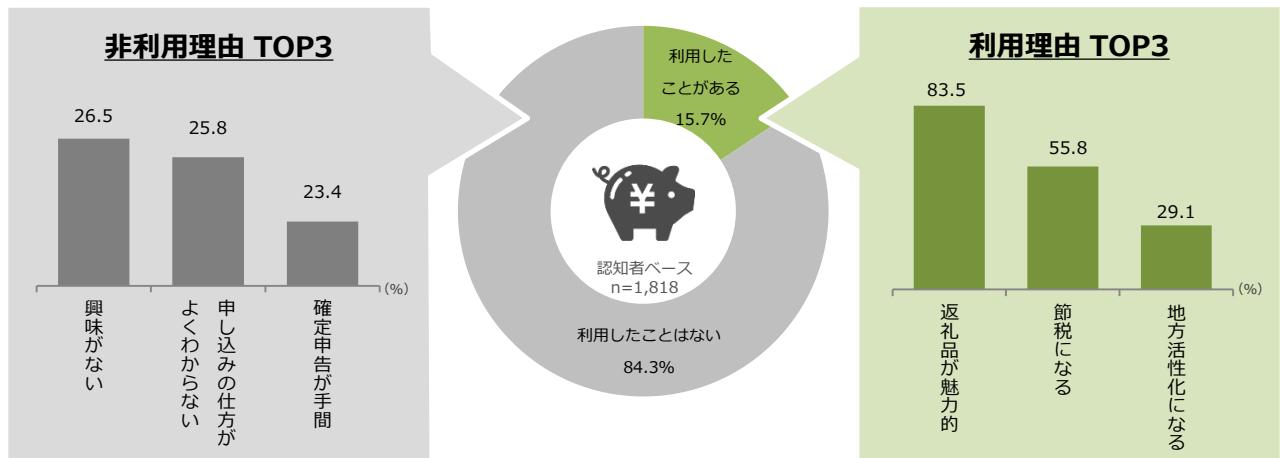
## ■調査結果（一部抜粋）

- 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「知らない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>

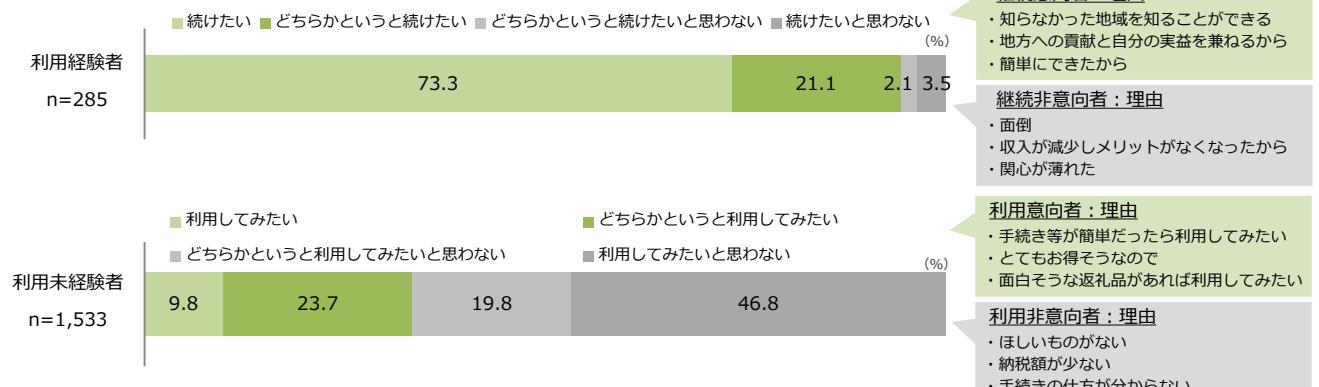
&lt;図1&gt; ふるさと納税の認知



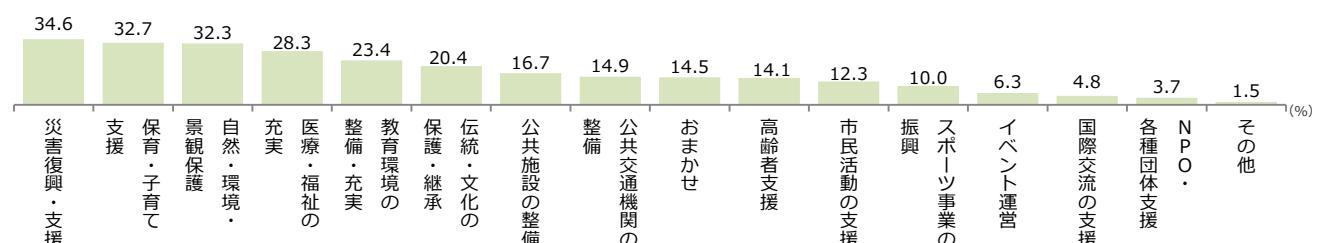
&lt;図2&gt; ふるさと納税の利用有無とその理由



### ＜図3＞今後の利用意向とその理由



### ＜図4＞寄附金用途の希望



#### ■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つたら良いもの
- 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](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp) お問い合わせ : [https://www.cross-m.co.jp/cromegane/cromegane\\_media/](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・・・」