

様々な分野のプロが集い、地方の課題を多面的な目線で考え解決へと導くプロジェクトチーム「トリコラボ」は、全国の自治体におけるふるさと納税の現状に関する調査を実施いたしました。調査結果の概要は以下の通りです。

〈調査背景〉

2008年に始まったふるさと納税制度は、生まれた故郷や応援したい自治体に寄付ができる制度です。自分自身で寄付金の使い道を指定でき、返礼品も受け取れる魅力的な仕組みとして、近年では全国的に寄付額が増加しています。一方で、返礼品の過競争や一部自治体への寄付金の集中といった問題も生じております。今後も制度自体の需要が増加する中で、既存のシステムとは違った新たな形での仕組みづくりが必要になってくるかもしれません。そこで、現在自治体が抱えているふるさと納税に関する問題を明らかにするため、全国の自治体担当者を対象に調査を行いました。

〈調査結果トピックス〉

- ◆ふるさと納税額は全体では増加しているが、二極化しつつある。
- ◆ほぼ全ての自治体がふるさと納税に関して、複数の取り組みを行っている。
- ◆複数の取り組みが行われている一方で、ポータルサイト頼りになっている。
- ◆現状の取り組みに効果を感じていながらも、寄付額が増加していない自治体も少なくない。
- ◆代理店の手数料が高いことに課題を感じている自治体が多い。
- ◆およそ9割の自治体がふるさと納税の寄付額拡大に向けた新しい取り組みに意欲的。

〈調査結果詳細〉

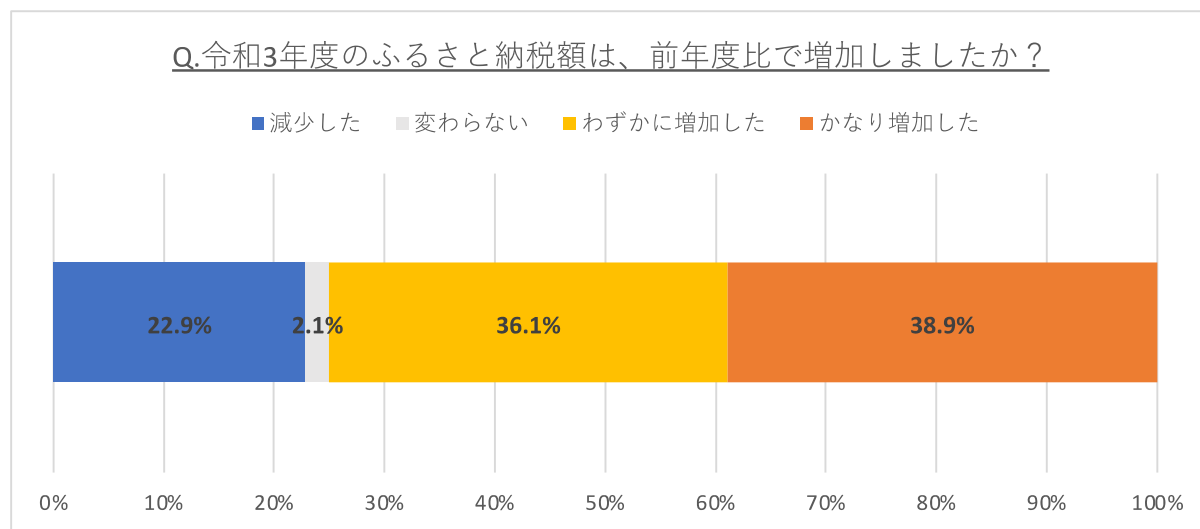
◆ふるさと納税額は全体では増加しているが、二極化しつつある。

・ Q3.貴自治体の令和3年度のふるさと納税額は、前年度比で増加しましたか。(n=144) ※ 必須回答

ふるさと納税による寄付額が全体では増加していますが、各自治体レベルではどうなっているでしょうか。令和3年度のふるさと納税額が、前年度(令和2年度)比で増加しているかを聞きました。

「かなり増加した」と回答した自治体は38.9%、「わずかに増加した」を回答した自治体は36.1%と、ふるさと納税の認知度が向上しつつあることで、全体的に波及効果を感じている自治体が多いことがわかりました。

一方で、「減少した」と回答した自治体も22.9%と、5分の1を占める自治体は減少していることがわかりました。ふるさと納税の全体の寄付額が拡大しつつあることを考えると、微増は横ばいに近い状態とも考えられ、全体として寄付金を集められる自治体と集められない自治体の二極化が進みつつあると考えられます。



◆ほぼ全ての自治体がふるさと納税に関して、複数の取り組みを行っている。

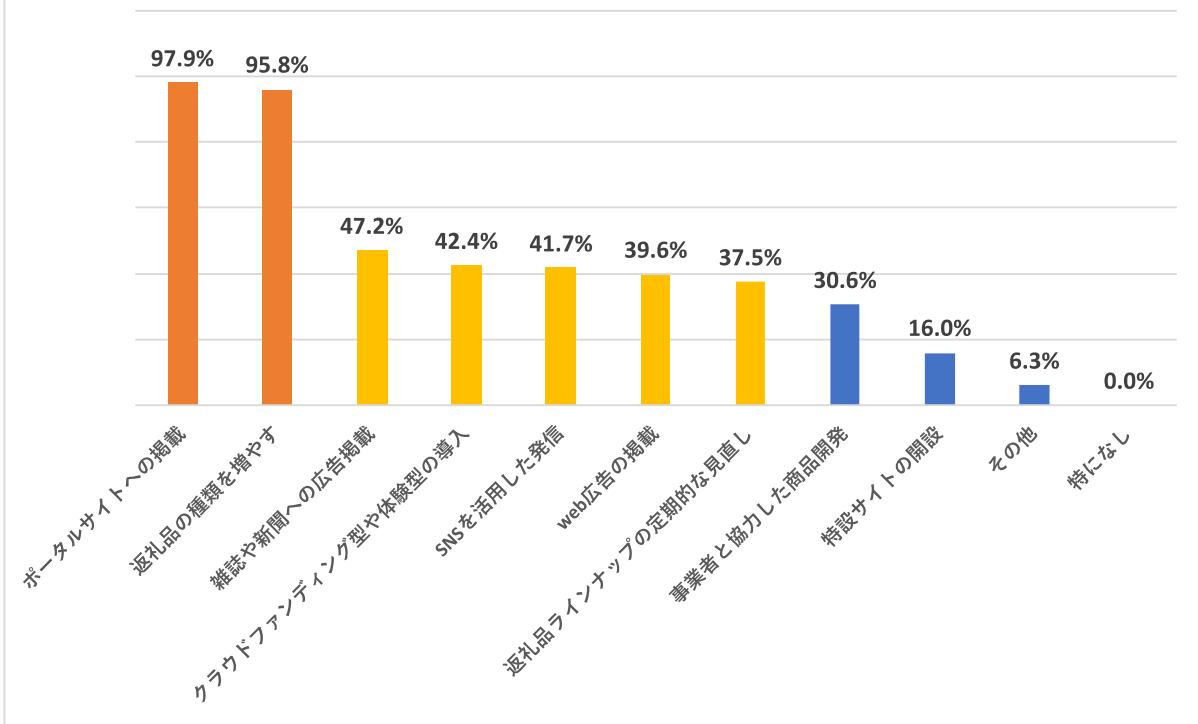
・ Q4.これまで、ふるさと納税に関して取り組んできたことを全てお選びください。 ※複数回答

ふるさと納税の寄付額を増加させるために、各自治体は様々な取り組みを行っていると考えられます。どのような取り組みを行っているのかを複数回答可で聞きました。

「ポータルサイトへの掲載」と回答した自治体は97.9%、「返礼品の種類を増やす」と回答した自治体は95.8%と、この2つの取り組みはほぼ全ての自治体で取り組んでいるという結果になりました。

また、「web広告の掲載」(39.6%)・「雑誌へ新聞への広告掲載」(47.2%)・「SNSを活用した発信」(41.7%)・「返礼品ラインナップの定期的な見直し」(37.5%)といった取り組みも、およそ40%～50%の自治体で取り組まれており、各自治体が様々な取り組みを試行錯誤しながら行っているという結果になりました。

Q.これまで、ふるさと納税に関して取り組んできたことを
全てお選びください。(複数回答)



◆複数の取り組みが行われている一方で、ポータルサイト頼りになっている。

◆現状の取り組みに効果を感じていながらも、寄付額が増加していない自治体も少なくない。

・ Q5.設問4で回答した取り組みについて、効果があった取り組みを全てお選びください。

※複数回答

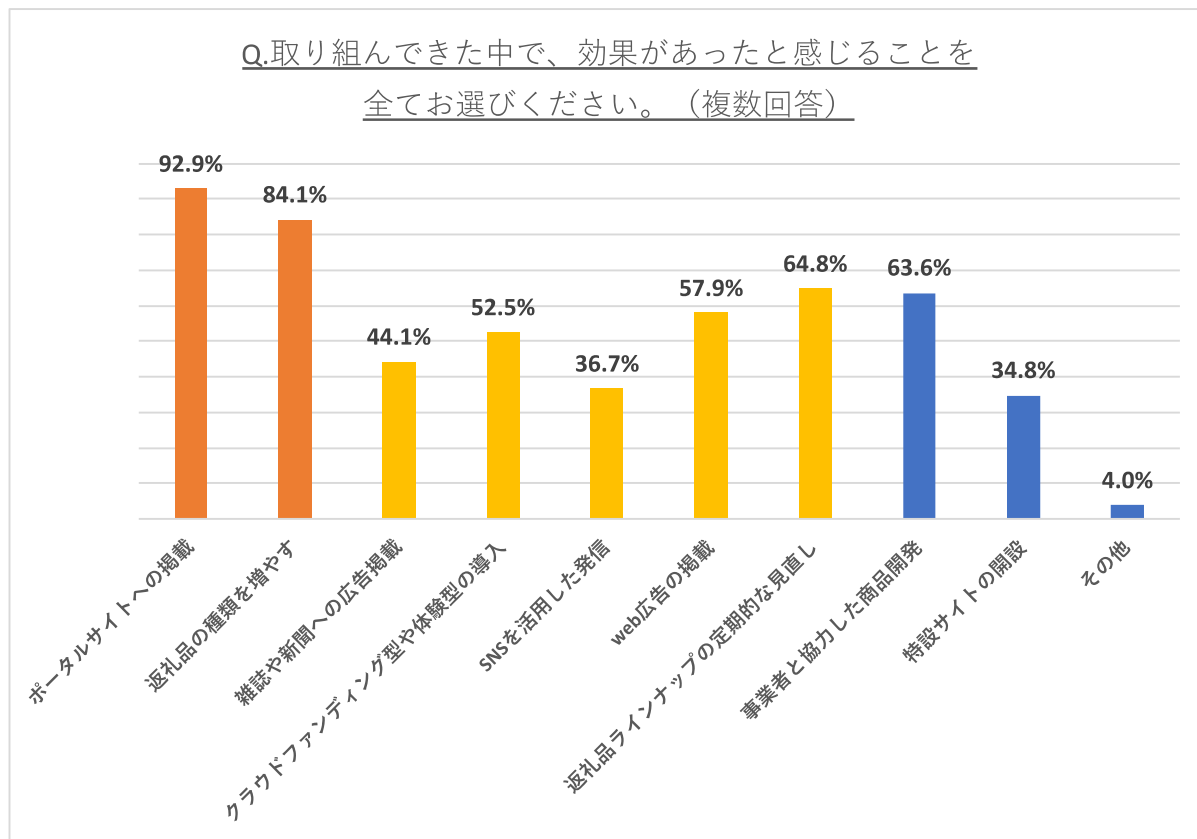
寄付額を増加させるために行った取り組みが、必ずしも寄付金の増加に繋がるとは限りません。前設問で回答した各自治体が行ってきた取り組みが、実際にどの程度効果を得られているかを複数回答可で聞きました。

設問4で回答の多かった「ポータルサイトへの掲載」に関しては、取り組んでいる自治体の内92.9%が効果があったという結果になり、「返礼品の種類を増やす」に関しては、取り組んでいる自治体の内84.1%が効果があったという結果になりました。

この2つの取り組みに関しては、現状でほぼ全ての自治体が行っており寄付金を募る主要な方法と考えられます。多くの自治体が効果を感じていながらも、前述の通り寄付額の減少・伸び悩みを感じている自治体も多く含まれます。

また、「特設サイトの開設」(34.8%)・「雑誌や新聞への広告掲載」(44.1%)・「SNSを活用した発信」(36.7%)に関しては、効果があったと回答している自治体が40%を下回る結果になりました。

現状では、各自治体が様々な取り組みを行っているが、効果を感じる取り組みは多くはないようです。



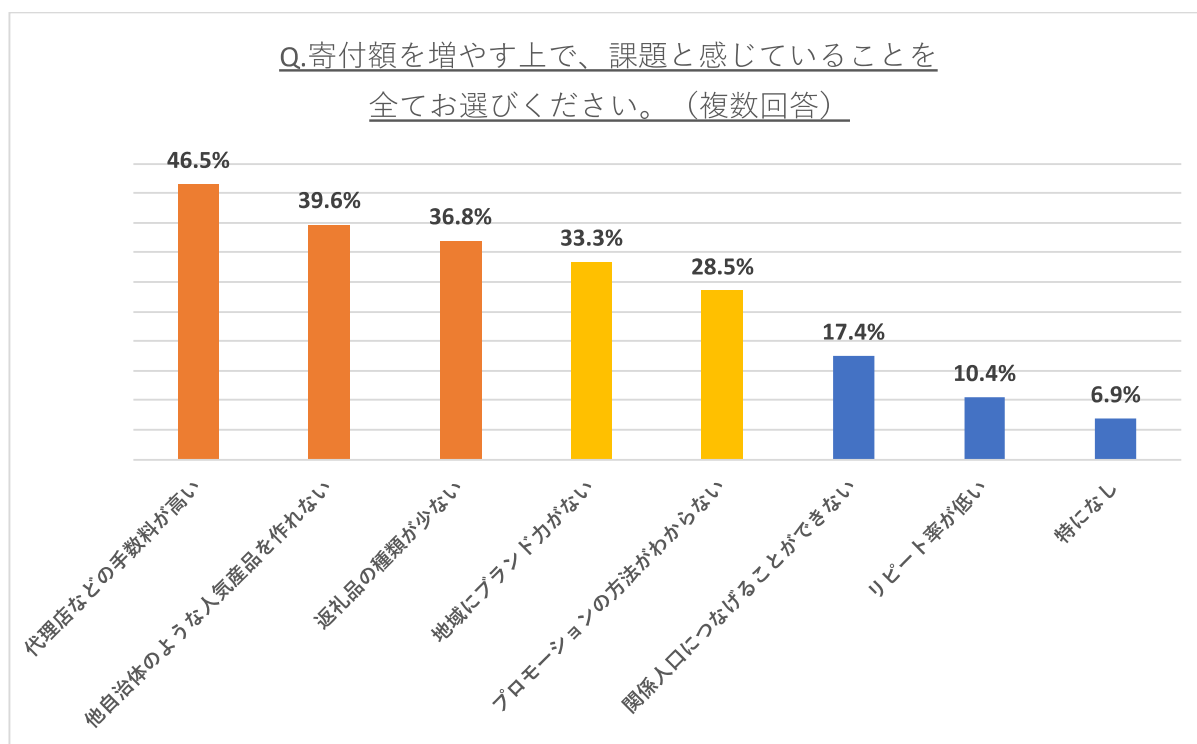
◆代理店の手数料が高いことに課題を感じている自治体が多い。

・ Q8. 寄付額を増やす上で、課題と感じていることを全てお選びください。 ※複数回答可
各自治体はふるさと納税の寄付額を増加させる取り組みを積極的に行っていますが、その中で様々な課題が生じていると考えられます。各自治体がどのような課題を抱えているかを複数回答で聞きました。

最も回答が多かったのは「代理店などの手数料が高い」で46.5%の自治体が課題と感じているという結果になりました。

また「他自治体のような人気産品を作れない」(39.6%)・「返礼品の種類が少ない」(36.8%)といった返礼品に関する課題を感じている自治体が少なくない結果となりました。

多くの自治体が取り組み、効果があると感じている取り組みに「ポータルサイトの掲載」や「返礼品の種類を増やす」があげられますが、同時にその取り組みが引き起こす手数料の問題や返礼品への課題を感じている自治体は少なくないようです。



◆およそ9割の自治体がふるさと納税の寄付額拡大に向けた新しい取り組みに意欲的。

・ Q.ふるさと納税の寄付額を拡大するための取り組みに興味はありますか？ (n=144) ※必須回答

ふるさと納税は税収が減少する地方自治体を救う一手とも言われています。各自治体が発ふるさと納税の寄付額を拡大させるための取り組みに興味があるかを聞きました。

その結果、88.9%の自治体が発ふるさと納税の寄付額を拡大する取り組みに意欲的であることがわかりました。

Q.ふるさと納税の寄付額を拡大するための取り組みに興味はありますか？

■ はい ■ いいえ

