

福岡県民の ふるさと納税事情

福岡県居住者の「ふるさと納税」に関する調査

2024年11月

1. 調査方法

当社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

2. 調査対象

福岡県在住の20歳～79歳の男女

3. 調査時期

2024年9月6日（金）～9月13日（金）

4. 調査規模

436サンプル

【標本構成】

■性	件数	構成比(%)
男性	167	38.3
女性	269	61.7
全体	436	100.0

■年代	件数	構成比(%)
20代	10	2.3
30代	76	17.4
40代	94	21.6
50代	89	20.4
60代	99	22.7
70代	68	15.6
全体	436	100.0

■居住地	件数	構成比(%)
福岡市	232	53.2
福岡市以外都市圏	101	23.2
その他福岡県	103	23.6
全体	436	100.0

■職業	件数	構成比(%)
会社員	111	25.5
公務員	12	2.8
団体職員・病院勤務	12	2.8
経営者・会社役員	10	2.3
派遣社員・契約社員	30	6.9
商工自営	18	4.1
農林漁業	0	0.0
自由業	9	2.1
学生	4	0.9
パート・アルバイト	84	19.3
専業主婦(主夫)	84	19.3
無職	61	14.0
その他	1	0.2
全体	436	100.0

■ライフステージ	件数	構成比(%)
独身(離死別含む)	122	28.0
既婚で末子に小学生以下の子ども	71	16.3
既婚で末子に中学生以上の子ども	57	13.1
既婚(子育て終了)	137	31.4
既婚で子どもなし	49	11.2
全体	436	100.0

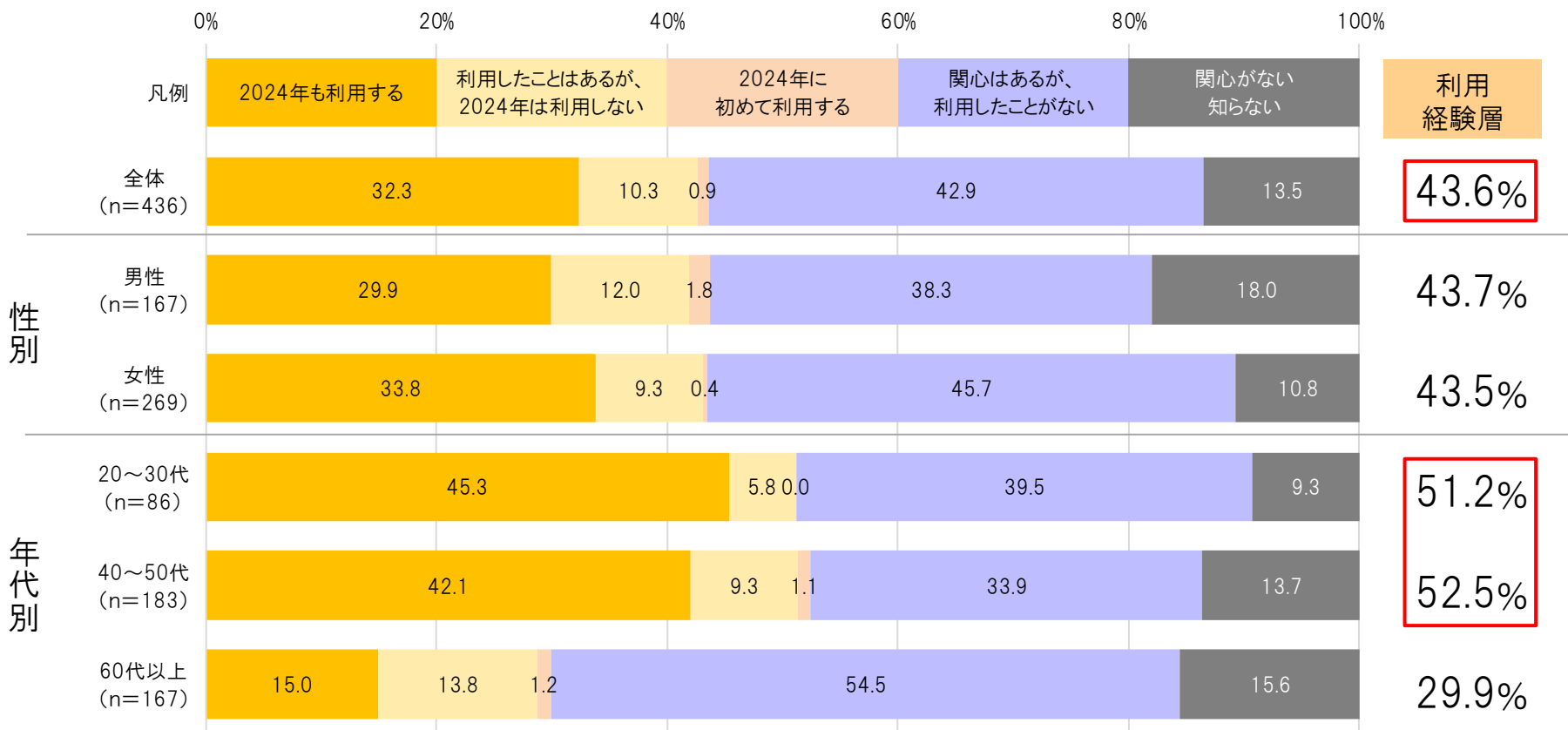
■世帯年収(*学生除く)	件数	構成比(%)
200万円未満	40	9.3
200～300万円未満	56	13.0
300～400万円未満	51	11.8
400～500万円未満	48	11.1
500～600万円未満	46	10.6
600～700万円未満	28	6.5
700～800万円未満	34	7.9
800～900万円未満	13	3.0
900～1000万円未満	13	3.0
1000～1500万円未満	22	5.1
1500万円以上	3	0.7
わからない	78	18.1
全体	432	100.0

【報告書の見方】

- ・本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- ・複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- ・報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

- ふるさと納税の利用経験層は44%で、そのうちの7割が2024年も利用予定の人である。
- 利用経験層の割合は性別では差はない。
- 50代以下の利用経験層は半数以上であるが、60代以上は3割と顕著に低い。

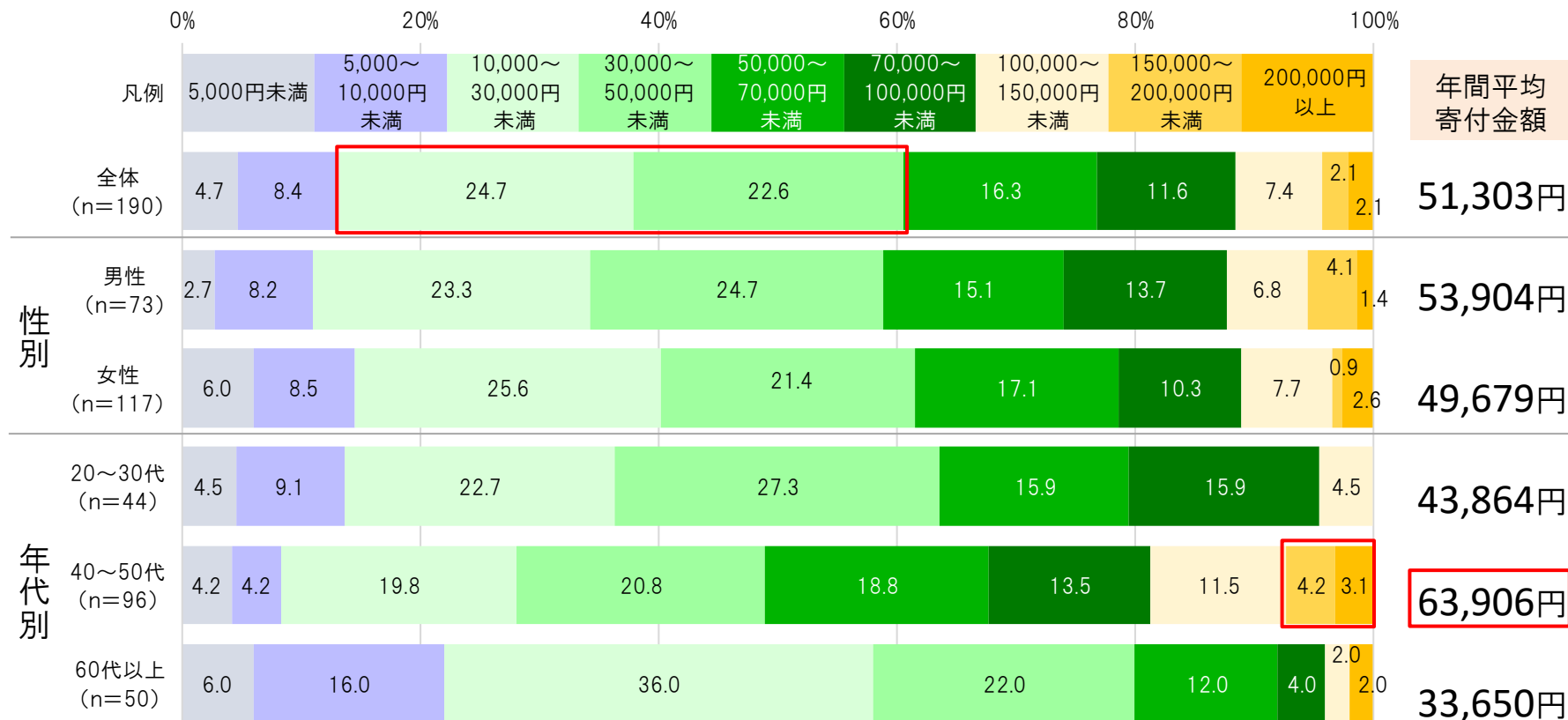
◆ふるさと納税利用状況（単一回答）



* 利用経験層：「全体」-「関心はあるが、利用したことはない」-「関心がない・知らない」

- 年間のふるさと納税寄付金額は「10,000～30,000円未満」と「30,000～50,000円未満」が多い。年間平均寄付金額は「5.1万円」であった。
- 40～50代は年間平均寄付金額が「6.4万円」と高いのに対し、60代以上は年間平均寄付金額が「3.4万円」と顕著に低い。

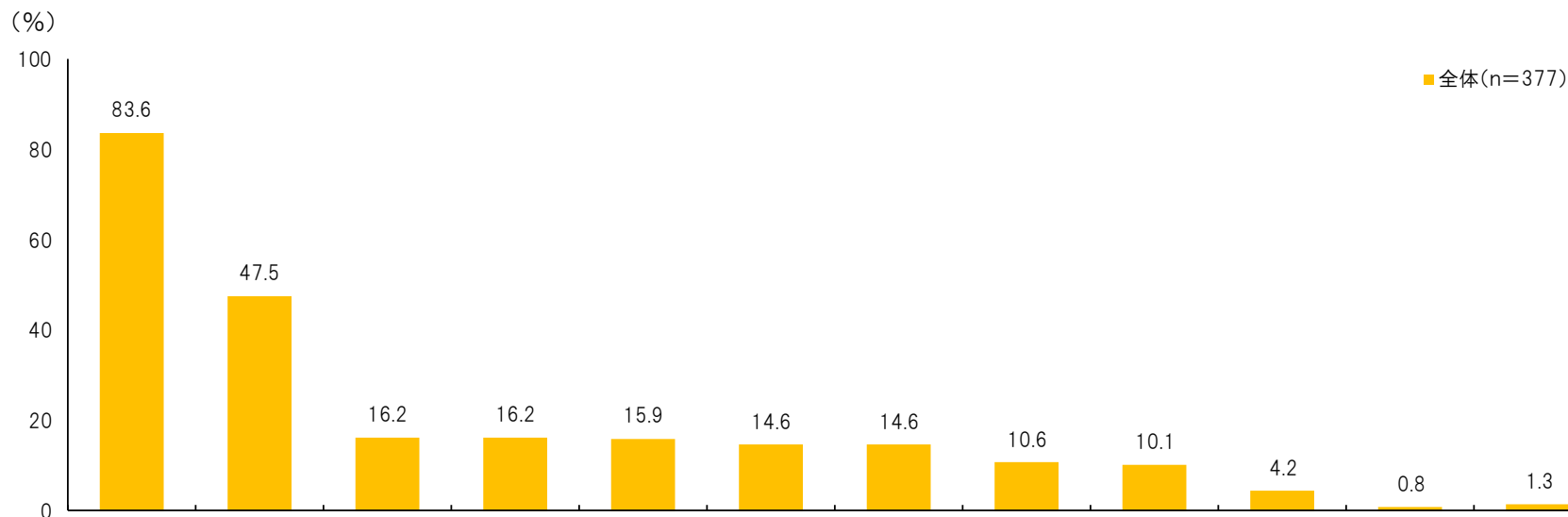
◆ふるさと納税年間合計寄付金額（単一回答）
* ふるさと納税利用経験層限定



* 年間平均寄付金額：「5,000円未満」=2,500、「5,000～10,000円未満」=7,500、「10,000～30,000円未満」=15,000、「30,000～50,000円未満」=40,000、「50,000～70,000円未満」=60,000、「70,000～100,000円未満」=85,000、「100,000～150,000円未満」=125,000、「150,000～200,000円未満」=175,000、「200,000円以上」=250,000として加重平均値を算出

- 自治体選択時の2大重視点は「返礼品に魅力がある」「返礼品のコスパが良い」で、返礼品の内容が重視されている。
- 60代以上は「自然災害で被害にあった地域」「自身・家族の出身地または居住経験のある地域」「居住したことはないが、その地域が好き」「寄付金の使途に共感できる自治体」の割合もやや高い。

◆自治体選択時の重視点（上位3つ回答）
*ふるさと納税経験層・関心層限定

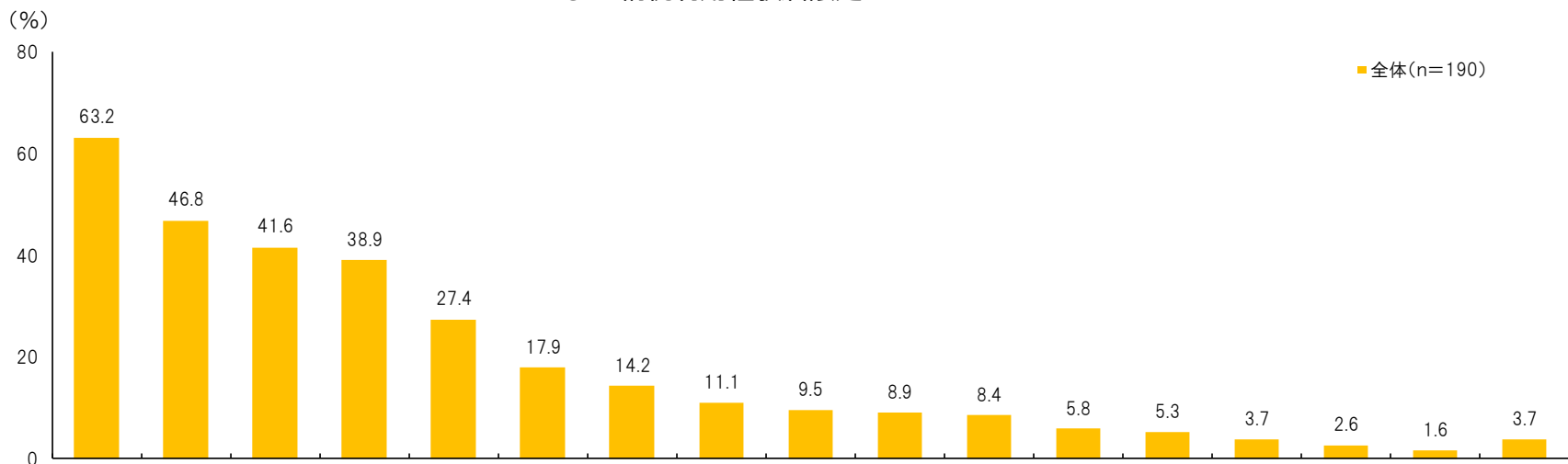


		調査数	返礼品に魅力がある	返礼品のコスパが良い(価格と内容量のバランス)	返礼品のレビューや口コミが良い	自然災害で被害にあった地域	自身・家族の出身地または居住経験のある地域	居住したことはないが、その地域が好きである	寄付金の使途に共感できる自治体	返礼品ランキングが上位	返礼品の仲介サイトのポイント付与率が高い	キャンペーン・特集されている返礼品である	仕事で関わりがある地域	その他
全体		377	83.6	47.5	16.2	16.2	15.9	14.6	14.6	10.6	10.1	4.2	0.8	1.3
性別	男性	137	83.2	39.4	12.4	11.7	20.4	14.6	16.8	5.8	9.5	6.6	2.2	0.7
	女性	240	83.8	52.1	18.3	18.8	13.3	14.6	13.3	13.3	10.4	2.9	0.0	1.7
年代別	20~30代	78	85.9	52.6	28.2	6.4	10.3	10.3	6.4	19.2	14.1	2.6	1.3	1.3
	40~50代	158	86.1	51.3	16.5	10.1	14.6	11.4	10.1	10.8	11.4	3.8	0.6	0.6
	60代以上	141	79.4	40.4	9.2	28.4	20.6	20.6	24.1	5.7	6.4	5.7	0.7	2.1

* 網掛け：濃いピンク45%以上、薄いピンク20%以上

- 返礼品のカテゴリ 1 位は「肉類」、2 位「魚・海産物」、3 位「米・パン・麺」であった。
- 女性や40～50代は「果物」の割合が高い。
- 年齢が下がるにつれて、「肉類」「米・パン・麺」の割合は高くなる。

◆ 選択したことがある返礼品カテゴリ（複数回答）
* ふるさと納税利用経験層限定



	調査数	肉類	魚・海産物	米・パン・麺	果物	菓子・スイーツ	雑貨・日用品	酒・アルコール飲料	野菜	お茶・飲料 (アルコール飲料除く)	惣菜・加工品	卵・乳製品	電化製品	調味料・油	旅行・チケット	美容	装飾品・工芸品	その他	
全体	190	63.2	46.8	41.6	38.9	27.4	17.9	14.2	11.1	9.5	8.9	8.4	5.8	5.3	3.7	2.6	1.6	3.7	
性別	男性	73	54.8	43.8	46.6	32.9	19.2	13.7	20.5	2.7	6.8	5.5	4.1	5.5	2.7	2.7	1.4	1.4	2.7
	女性	117	68.4	48.7	38.5	42.7	32.5	20.5	10.3	16.2	11.1	11.1	11.1	6.0	6.8	4.3	3.4	1.7	4.3
年代別	20～30代	44	72.7	38.6	52.3	25.0	29.5	18.2	9.1	11.4	6.8	9.1	9.1	6.8	4.5	4.5	2.3	4.5	
	40～50代	96	65.6	56.3	42.7	45.8	29.2	19.8	13.5	10.4	8.3	10.4	4.2	4.2	3.1	3.1	2.1	1.0	
	60代以上	50	50.0	36.0	30.0	38.0	22.0	14.0	20.0	12.0	6.0	12.0	4.0	6.0	4.0	0.0	0.0	8.0	

* 網掛け：濃いピンク50%以上、薄いピンク40%以上

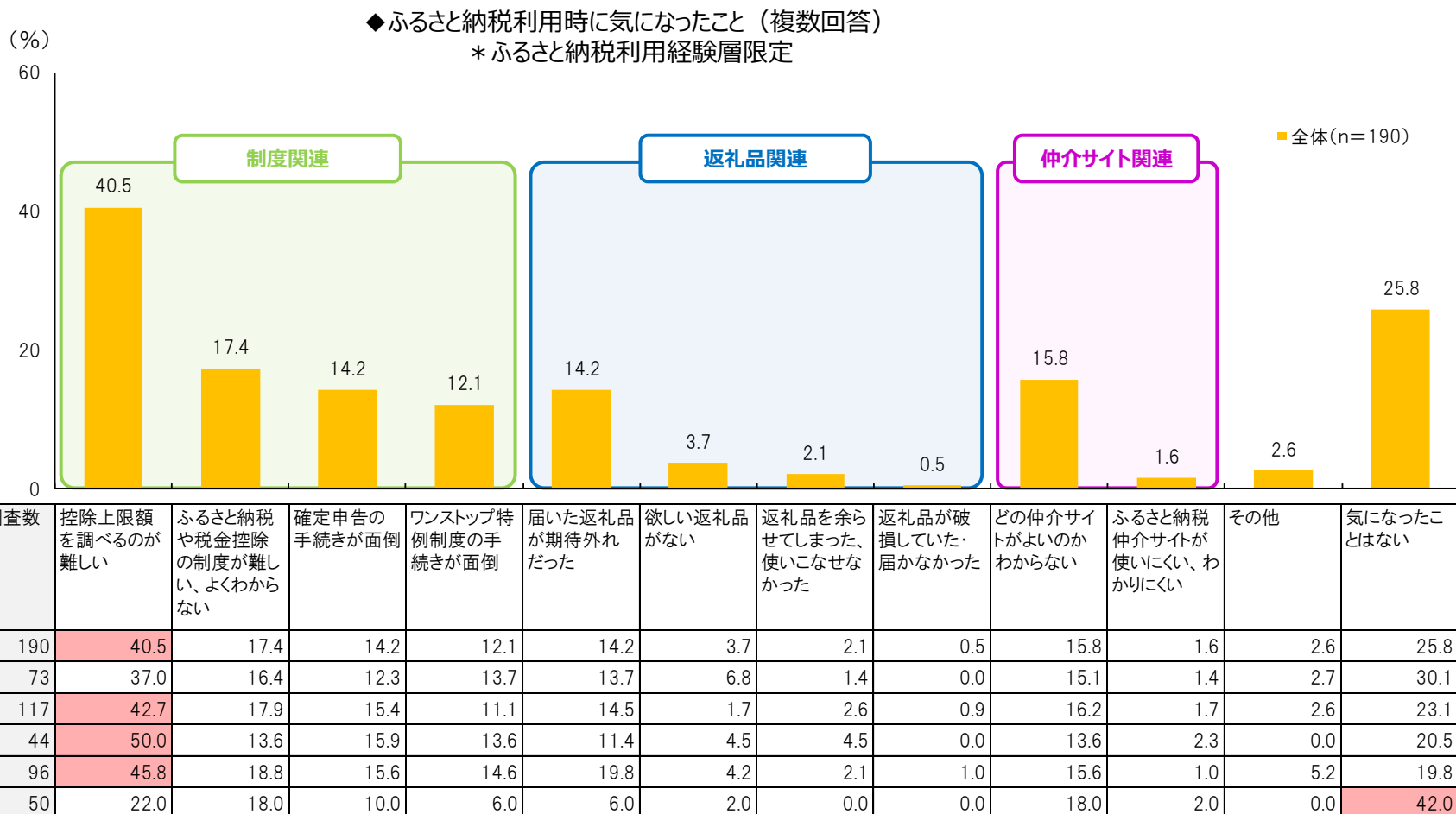
- 最もよかった返礼品として回答が多かったのは前問の返礼品カテゴリ上位の「肉類」と「魚・海産物」であった。
- 回答理由の中には、「お米を配達・定期的に送ってもらえて便利」という声や、「惣菜を夕食の一品・時短料理として」、「いくらを年末に頼んでお正月用に」など、生活の利便性向上や時節に合わせて選んでいるという声があった。
- 中には、返礼品を親戚やお世話になった方への贈り物として喜ばれたという声もあり、交流の一環として活用されていた。
- また返礼品の具体例として「被災地への寄付」「熊本城復興城主」の地域支援や「動物保護活動」への寄付、「和歌山県北山村の筏下りのチケット」など商品ではない返礼品も最もよかったものとして挙がった。

◆最もよかった返礼品（FA回答）
*ふるさと納税利用経験層限定

カテゴリ	件数 (件)				
肉類 ・お肉の食べ比べ ・いろんな部位のセット 《具体例》 宮崎牛/仙台の牛タン/都城市の牛肉・豚肉/佐賀牛	32	果物 ・子ども大満足 《具体例》 山形県花沢市のすいか/山形のりんご 山形県天童市のさくらんぼ食べ比べ/豊丘村の桃 沖縄宮崎の不揃いマンゴー/シャインマスカット/いちご/柿	16	野菜 ・その土地でとれる旬な野菜が入っていた 《具体例》 野菜詰め合わせ/さつまいも/とうもろこし/玉ねぎ	5
魚・海産物 ・いくらを年末に頼んで正月用に 《具体例》 紋別産ホタテ/羅臼産いくら/北海道産うに 焼津産マグロセット/気仙沼産わかめ/境港市のカニ マグロの薫焼き/マグロのたたき/フグ刺し/干物	30	雑貨・日用品 《具体例》 トイレトペーパー/ティッシュペーパー/マグカップ/波佐見焼 抱っこ紐/アタックの粉洗剤/手作りの椅子/ゴルフクラブ	14	電化製品 《具体例》 電気鍋/圧力鍋/ソーダストリーム/アラジントースター	4
お米 ・遠方の親戚に送ったら喜ばれた ・重いので配達してもらえると助かる ・定期的にお米が届くのがいい ・減農薬のお米 《具体例》 コシヒカリ/つや姫/晴天の霹靂	25	ウナギ 《具体例》 鹿児島産/志布志市産	10	調味料 《具体例》醤油	2
惣菜・加工品 ・梅干し嫌いだっただ子どもたちが好きになった ・湯煎するだけで食べられるので、楽。 ソースもおいしい。これだけで夕食の一品になる。 《具体例》 岡山県吉備中央杵つき餅/北海道の納豆/長野のおやき 和歌山県湯浅町ボン酢と梅のセット五島市の味噌豚 飯塚市のハンバーグ/いちにいさんのしゃぶしゃぶセット もつなべ/豚丼/長崎ちゃんぽん/バターと牛乳のセット	17	酒 ・お酒好きの知人に送れた 《具体例》 北海道限定のお酒/出来立てビールを直送/日本酒	7	美容 《具体例》シユウ ウエムラのメイク落とし/シートマスク	2
		お菓子 ・アイスクリームは夏場に重宝した 《具体例》 北海道のアイスクリーム/ロイズのセット/せんべい 特産品のお菓子/アイスクリームの詰め合わせ	7	お茶 《具体例》知覧茶	1
				その他 《具体例》 ・被災地への寄付 ・動物を助ける寄付。保護活動しているところへ寄付 ・熊本城復興城主 ・和歌山県北山村の筏下りチケット ・コストコの会員 ・リンガーハットギフト券	8

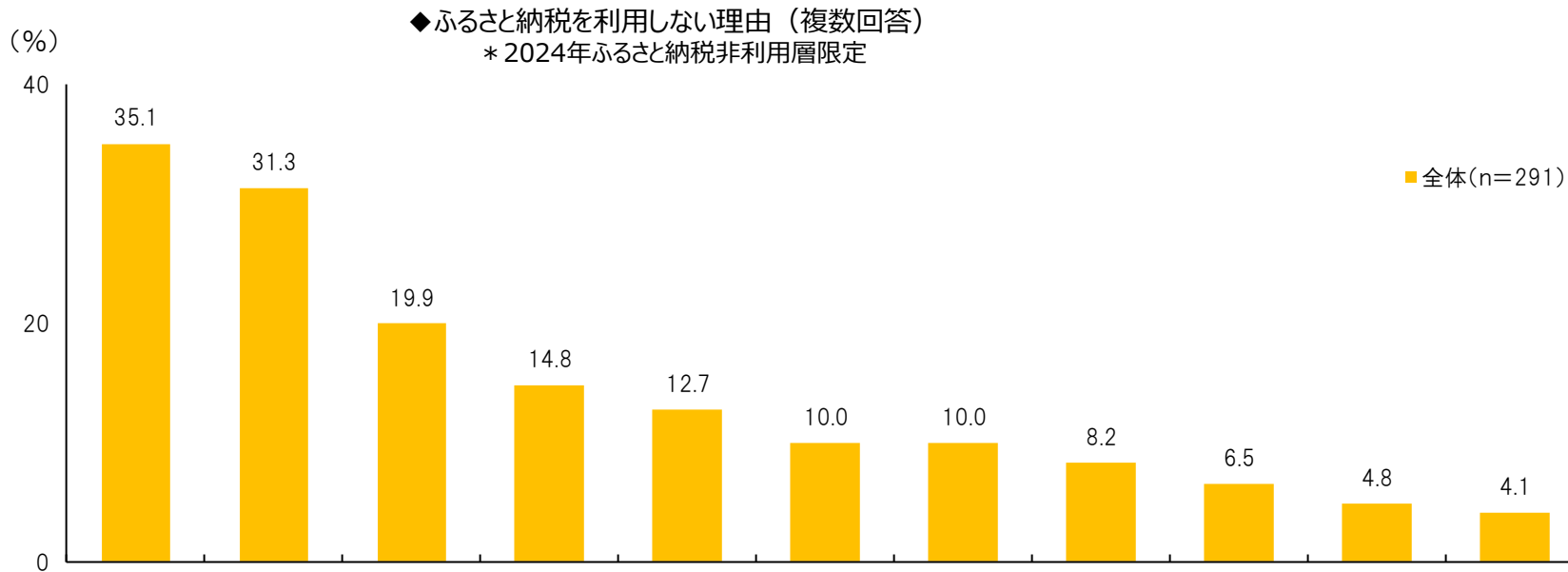
6. ふるさと納税利用時に気になったこと

- ふるさと納税利用時に気になったこと 1 位は「控除上限額を調べるのが難しい」が突出して高く、次いで「税金控除や制度が難しくよくわからない」、「どの仲介サイトがよいかわからない」と続いた。
- また、返礼品関連では「届いた返礼品が期待外れだった」の割合が高い。
- 女性や50代以下は「控除上限額を調べるのが難しい」が60代以上に比べて高く、一方60代以上は「気になったことはない」の割合が高い。



* 網掛け：濃いピンク40%以上

- ふるさと納税を利用しない理由 1 位は「制度や税金控除の手続きがわからない・難しい」、2 位「収入が少ない」、3 位「経済的に余裕がない」と続いた。
- 女性は男性より「制度や税金控除の手続きがわからない・難しい」「収入が少ない」の割合が高い。
- 20～30代および60代以上で「収入が少ない」の割合が高い。



		調査数	制度や税金控除の手続きがわからない・難しい	収入が少ない	経済的に余裕がない	返礼品の選定や申請手続きが面倒だから	ふるさと納税にメリットを感じない	現在住んでいる自治体の税収が減ってしまうから	魅力的な返礼品がないから	ふるさと納税や寄付自体に関心がないから	ふるさと納税の制度に抵抗があるから	その他	ふるさと納税制度自体を知らないから
全体		291	35.1	31.3	19.9	14.8	12.7	10.0	10.0	8.2	6.5	4.8	4.1
性別	男性	114	29.8	24.6	20.2	14.9	15.8	14.0	14.9	13.2	8.8	4.4	7.0
	女性	177	38.4	35.6	19.8	14.7	10.7	7.3	6.8	5.1	5.1	5.1	2.3
年代別	20～30代	47	36.2	38.3	23.4	6.4	4.3	8.5	2.1	2.1	4.3	2.1	8.5
	40～50代	104	39.4	22.1	18.3	14.4	8.7	7.7	8.7	9.6	5.8	3.8	6.7
	60代以上	140	31.4	35.7	20.0	17.9	18.6	12.1	13.6	9.3	7.9	6.4	0.7

* 網掛け：濃いピンク30%以上

マーケティングリサーチからコンサルティングまで 福岡・九州の生活者マーケティングは、株式会社ジーコム

1986年の創業以来、35年以上福岡・九州で
「マーケティング・リサーチ」と「ビジネスコンサルティング」の専門会社として、
顧客視点に基づく科学的なアプローチによつて的確な課題解決策を導き出し、
マーケティングサポートを行っています。

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4-1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221 FAX 092-761-0228

<https://www.gcom-net.co.jp/>

inq@gcom-net.co.jp