

【ふるさと納税に関するアンケート調査】

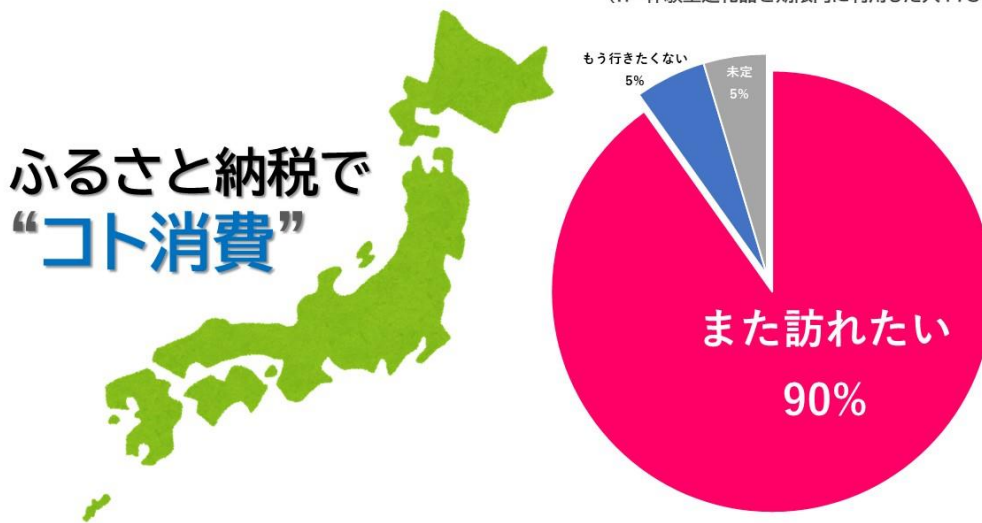
“コト消費”返礼品が拡大。寄附者の90%が「また、訪れたい」と回答。

～”コト消費”返礼品が地域の交流人口や関係人口の創出につながる～

ふるさと納税サポート業務を始めとする地域創生事業に取り組むレッドホースコーポレーション株式会社(本社:東京都墨田区、代表執行役社長:山田健介、以下 当社)は、ふるさと納税寄附者を対象に「ふるさと納税に関するアンケート調査」を実施しました。中でも、アフターコロナのリベンジ旅行で人気を集める“コト消費”返礼品(以下 体験型返礼品)の利用実態について調査を行いました。体験型返礼品利用者の90%が「寄附で訪れたまちにまた訪れたい」と回答し、体験型返礼品が地域の交流人口だけでなく、関係人口の創出につながる事が明らかになりました。

Q.体験型返礼品で訪れたまちに「また訪れたい！」か？

(n=体験型返礼品を期限内に利用した人173名)



◆調査結果サマリー

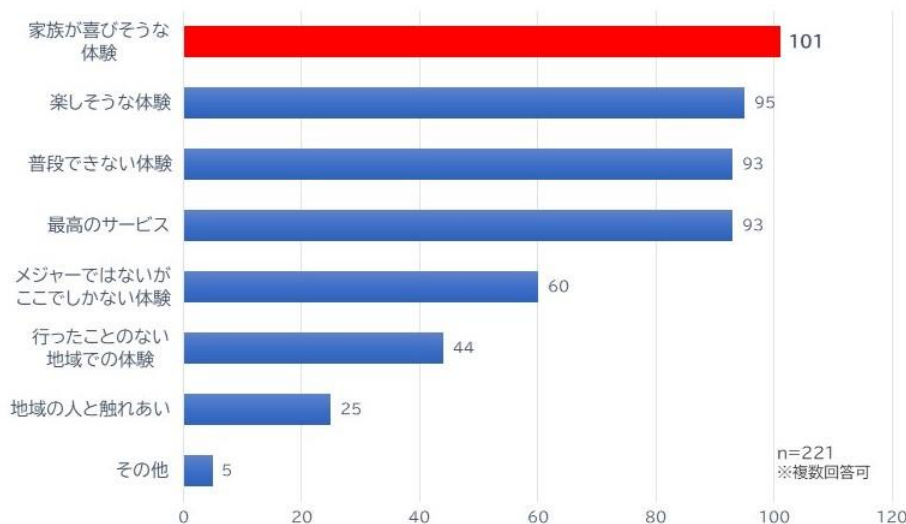
- ① 体験型返礼品への寄附者は33.5%
- ② 体験型返礼品の利用率は約80%
- ③ 体験型返礼品を選ぶ際の重視点は「家族の喜びそうな体験」。1人より家族で楽しめる体験が求められる
- ④ 体験型返礼品利用者の90%が「また、訪れたい」。また「知人・友人・家族」に勧めたいとの回答も90%以上

体験型返礼品を選ぶ際には「家族が喜びそうな体験」を重視する人が約半数。

当社がインターネットで行った「体験型返礼品の利用実態調査」によると、ふるさと納税を行っている回答者 659 名中、体験型返礼品を選んで寄附したことがある人が 221 名 (33.5%) でした。ジャンルとしては、「お食事券」や「ホテルや旅館などの宿泊券」が多く、次いで「地域内で使えるお買物券」でした。

体験型返礼品を選ぶ際に重視する点をお聞きしたところ（複数回答）、1 位は「家族が喜びそうな体験ができること」で 101 名 (46%) がこの回答を選びました。次いで、「楽しそうな体験ができること」「普段できない体験ができること」となり、中には「メジャーではないがここでしかできない体験ができること」と回答した人が 60 名 (27%) いました。「行ったことのない地域での体験」を挙げた人も 44 名 (20%) で、ふるさと納税を通じて新しい体験を求める人が少なからず存在することがわかりました。

返礼品を選ぶ際の重視点

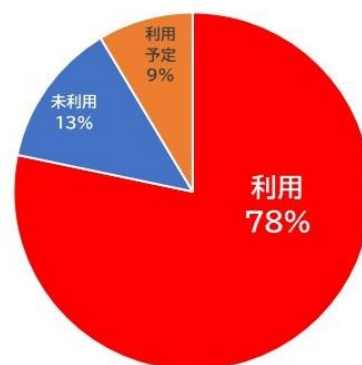


体験型返礼品の利用率は 78%。メリットに感じるのは現地ならではの体験。

体験型返礼品に寄附した人に、実際に利用したかを確認したところ、173 名 (78%) が利用したと回答し、これから利用する予定の人と合わせると 87% となっていました。寄附者の大部分が実際に現地に足を運んでいます。

体験型返礼品を利用した人に対し、利用してよかった点について聞いたところ（複数回答）、約 55% の人が「地域の美味しいものを現地で食べられたこと」と回答しました。次いで、「地域の人との触れ合い」が 34%、「ここでしかできない貴重な体験」が 30% と続き、利用者が現地ならではの体験をメリットと感じているようです。

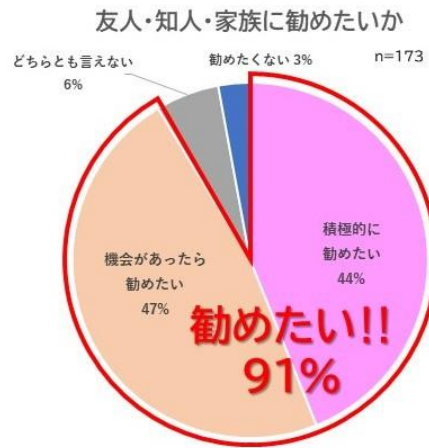
体験型返礼品の利用状況
n=221



体験型返礼品で訪れた地域に90%の人が「また、訪問したい」と回答。さらに90%以上が「知人・友人・家族に勧めたい」と回答。

体験型返礼品で訪れた地域に「また、訪れたい」と回答した人は156名（90%）でした。また、「知人・友人・家族に勧めたい」と回答した人が158名（91%）いました。満足度が高かったことが伺えます。

同じ返礼品へのリピート意向を聞いたところ29%、約3人に1人が同じ返礼品を選ぶと回答しました。体験型返礼品を利用した人は訪れた地域にふるさと納税で、またはふるさと納税以外の方法でまた行きたいと感じる「地域のファン」になるケースが多いことがわかります。



まとめ:体験型返礼品は地域の交流人口を増やし、地域経済を回転させ、『地域活性化』のきっかけを作ることができる。寄附者にとっても、自治体にとっても、事業者にとっても三方よしの返礼品。

本調査を通じて、体験型返礼品は寄附者の満足度が非常に高いことがわかりました。体験を目的とする寄附者は旅行感覚でその地域を訪れます。これにより飲食やお土産品の購入といった買い物も発生し、地域全体への経済効果が期待できます。また、地元の人との交流が生まれ、地域への愛着も生まれてきます。

これらの結果から、体験型返礼品によって「寄附者が寄附先に訪れる:交流人口の増加」ことがわかり、また「寄附者が訪問先での飲食等で地域経済を回す」ことや「寄附者と地元の人との触れ合いが生まれる」といった“モノ”の返礼品では得られない“コト消費”返礼品＝体験型返礼品ならではの、地域への貢献が生まれることが期待できます。

これらのことから「体験型返礼品」は「ふるさと納税」の本来の目的である「応援したい地域の力になる」に対して大変効果的で、地域に人を呼び込み、交流人口のみならず関係人口を増やし、地域づくりの核にもなり得るものと考えられます。体験型返礼品は、自治体にとっても大きなメリットを生むきっかけになり、シティプロモーションにも有効な手法であるということがわかりました。

アフターコロナの旅行需要拡大に合わせて体験型返礼品の需要が拡大しています。当社の寄附受入データでも、ここ3ヶ年の上半期における体験型返礼品の需要は、前年対比で約270%、前々年対比で約630%と大きく寄附を拡大しています。円高の影響などで海外旅行より国内旅行の人気の高まる中、ふるさと納税においても「旅行」は注目ワードになっており、11月、12月も順調に寄附を集めると考えられます。

当社としても、今後も自治体に寄り添い、自治体と共創しながら様々な活動を通じて、よりよい「まちづくり」に取り組んでまいります。体験型返礼品の企画も含め、地域の活性化につながる提案を進めていき、『自立自走可能な地域創生』をサポートしていきます。

【ふるさと納税に関するアンケート 調査概要】

調査実施期間:2023年9月29日~10月6日

調査対象:全国20歳以上79歳までの男女個人(住民税納税者)

サンプル数:事前調査2,201名 本調査659名

(本調査対象者は、事前調査で「ふるさと納税に寄附したことがある人」と回答した人から抽出)

調査内容:ふるさと納税の利用状況(特に体験型返礼品の利用実態)

調査方法:インターネットアンケート調査(調査委託先:株式会社ジャストシステム)

【レッドホースコーポレーション株式会社】



本社：〒130-0015 東京都墨田区横網 1-10-5 KOKUGIKAN FRONT BUILDING 2 階

設立：1964年3月

代表者：代表執行役社長 山田 健介

事業内容：地域産業支援及び活性化事業、コンシューマー事業

URL: <https://www.redhorse.co.jp/>

【本プレスリリースに関する報道関係からのお問い合わせ先】

担当：見原（みはら）

電話番号：070-1608-2531

e-mail：service-info@redhorse.co.jp