

平成28年12月19日

「FFG生活者アンケート調査（第7回）」の調査結果のお知らせ

ふくおかフィナンシャルグループのグループ会社である株式会社FFGビジネスコンサルティングでは、この度「FFG生活者アンケート調査（第7回）」を実施しました。

この調査は、その時々での社会的な動向等に着目し、一般消費者の方を対象に、消費者行動や社会心理に関するアンケートを行うことによって、より身近な目線で地域の皆様の生活者意識を捉えようとする取り組みで、今回が7回目の調査となります。

今回は、FFG調査月報11・12月号に掲載した「ふるさと納税」の他、今回始めて公表する「スマートフォンを使ったネットショッピング」についてのアンケート調査の結果をお知らせします。

今後も、様々なトピックや社会情勢の変化に着目した「FFG生活者アンケート調査」を実施してまいります。どうぞご期待ください。

【調査項目】

「ふるさと納税」

【調査概要】

1. 調査対象：福岡県・熊本県・長崎県在住の一般消費者を中心とした498名
 （男性182名、女性316名）
2. 調査時期：平成28年9月
3. 調査方法：福岡銀行、熊本銀行、親和銀行のホームページ上でのインターネット調査
4. 回答者の属性

（上段：回答数、下段：構成比）

年齢	男女計	男性	女性
全体	498名	182名	316名
	100.0%	36.5%	63.5%
20代	97名	39名	58名
	19.5%	7.8%	11.6%
30代	100名	34名	66名
	20.1%	6.8%	13.3%
40代	104名	30名	74名
	20.9%	6.0%	14.9%
50代	100名	35名	65名
	20.1%	7.0%	13.1%
60代以上	97名	44名	53名
	19.5%	8.8%	10.6%

《 本件に関するご照会先 》

ふくおかフィナンシャルグループ 営業戦略部 森山、諸隈
 TEL 092 - 723 - 2576

ふるさと納税

【調査結果の概要】

ふるさと納税は、自分が住んでいる地域以外の自治体に寄付することで「生まれ育ったふるさとへの貢献」や「居住地以外の自治体への応援」ができる制度として平成20年に創設されました。

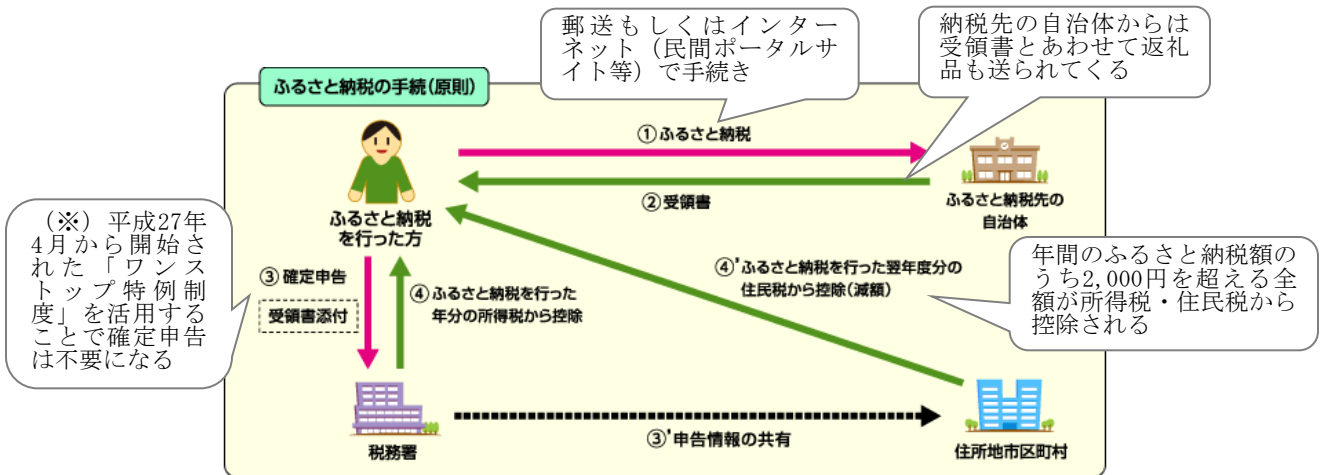
本アンケートの調査結果の概要は以下のとおりです。

- ①ふるさと納税自体の認知度は高まっているものの、実際に制度を利用してふるさと納税を行っている人は少数に留まっている
- ②ふるさと納税を行わない理由は、手続きが煩雑というイメージがあることや、制度自体の詳しい内容を知らないため
- ③一度ふるさと納税を行ったことのある人は、ほとんどの人が今後も行いたいと思うほどメリットを感じている
- ④ふるさと納税を行う理由は「返礼品」などのメリットを享受したいからとの声が多いが、中高年を中心に「地域への貢献」を目的にふるさと納税を行っている人も一定程度いる

ふるさと納税の利用者はまだ少数に留まっていますが、利用者の再利用意向は高く、手続きの更なる簡素化や制度のPR等を行い、より身近で利用しやすい制度にすることで、ふるさと納税の裾野は広がっていく可能性が高いと考えられます。また、各自治体においても、寄せられた寄付金の具体的な用途を明示するなど、返礼品以外の面でも自らの自治体をアピールすることが重要です。

●ふるさと納税の仕組み

ふるさと納税（自治体への寄付）後、確定申告を行う（※）ことで、納税者は「税金の控除」を受けることができる（年収や家族構成によって上限あり）ほか、「返礼品（納税先の自治体の特産品等。納税額の3～5割程度の金額のことが多い）」も受け取ることができる
 ⇒実質的に年間2,000円の負担で、様々な地域の特産品を受け取ることができる



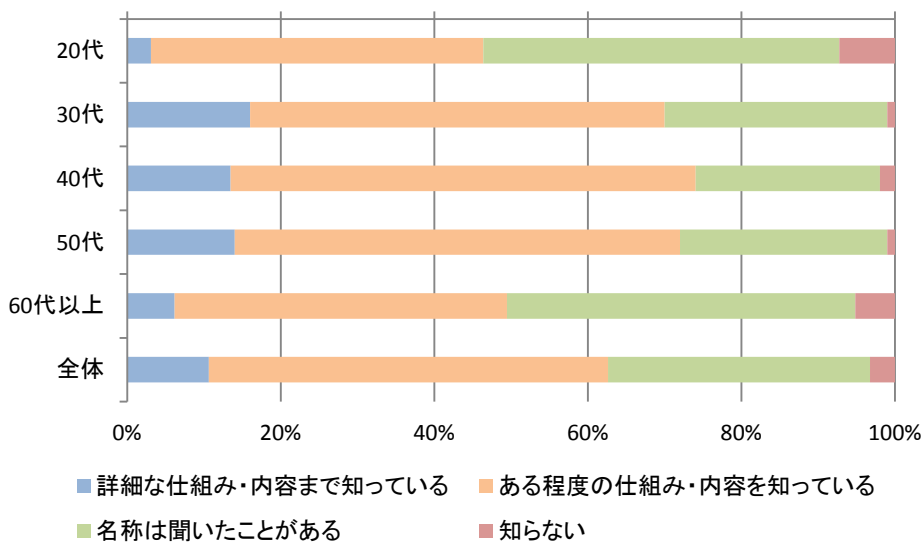
(出所：総務省「ふるさと納税ポータルサイト」を基にふくおかフィナンシャルグループ作成)

問1. ふるさと納税のことをご存知ですか？

ふるさと納税のことを知っているか尋ねたところ、「詳細な仕組み・内容まで知っている」との回答は10.6%、「ある程度の仕組み・内容を知っている」との回答は52.0%と、全体の約60%がふるさと納税についてある程度の知識を持っていることがわかります。また、「名称は聞いたことがある」との回答まで含めると、ふるさと納税の認知度は96.8%に増え、ふるさと納税制度は浸透していると言えるでしょう。

年代別に見ると、30代～50代において、「詳細な仕組み・内容を知っている」、「ある程度の仕組み・内容を知っている」との回答比率が高くなっており、より多くの税金を納め、税金に対する関心の高い世代でふるさと納税への理解が進んでいるようです。

▼図1 ふるさと納税の認知度 (n=498)



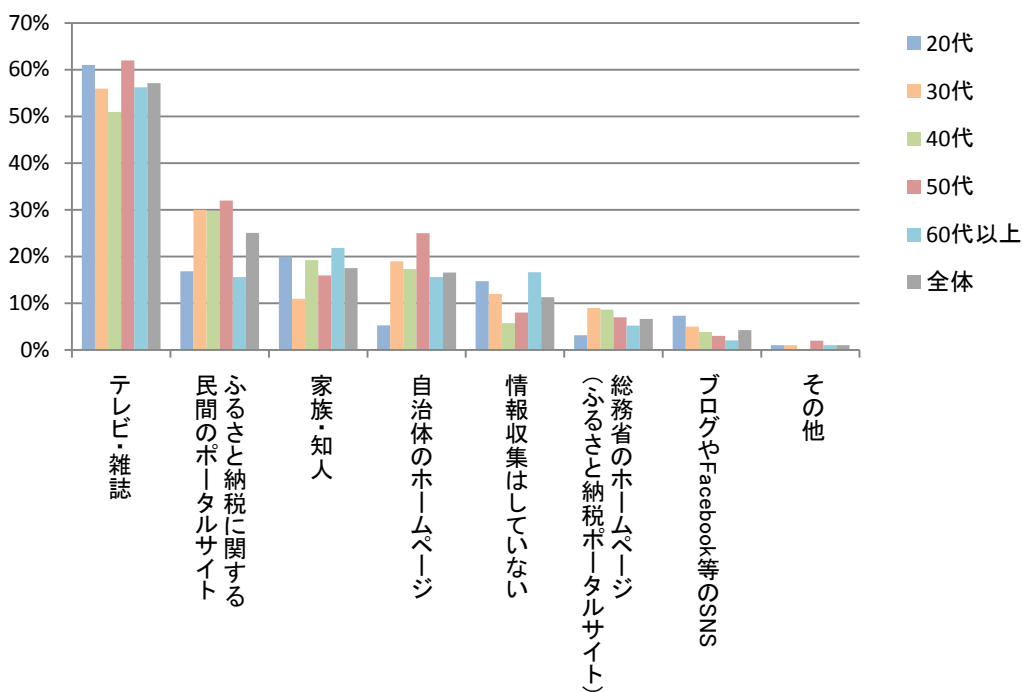
問2. ふるさと納税に関する情報はどこで入手しましたか？(複数回答)

ふるさと納税に関する情報の入手先を尋ねたところ、全ての年代で「テレビ・雑誌」との回答が最も多く、全体では57.2%となっています。次いで「ふるさと納税に関する民間のポータルサイト(25.1%)」、「家族・知人(17.6%)」となりました。

ふるさと納税に関する情報を調べる際は、自治体や総務省等の公的機関のホームページよりも全国の自治体の返礼品情報等を検討しやすく、かつ同サイトで納税の手続きまで行うことのできる「民間のポータルサイト(※)」が活用されています。

(※民間のポータルサイト：全国の自治体の返礼品情報等、ふるさと納税についての情報を一度に入手することができるホームページのこと)

▼図2 ふるさと納税に関する情報の入手先 (n=495)

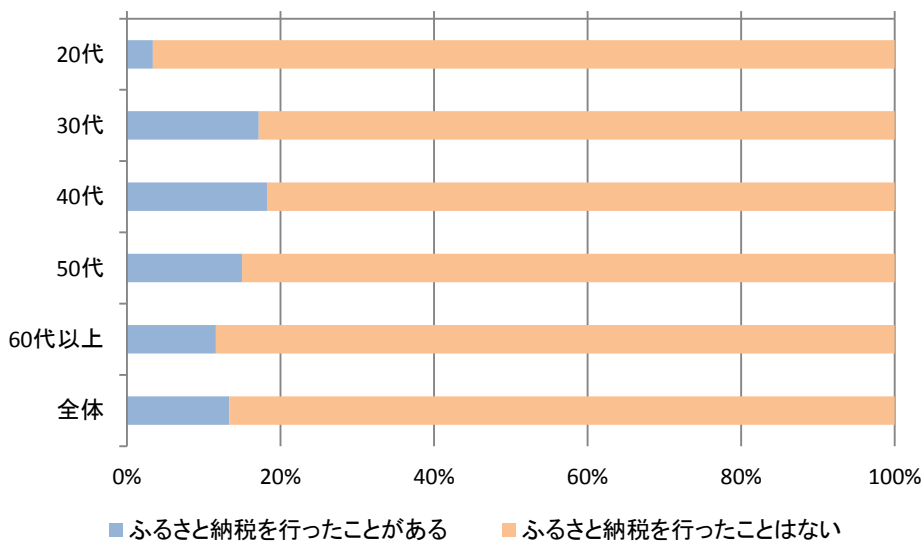


問3. ふるさと納税を行ったことはありますか？

ふるさと納税を行ったことがあるか尋ねたところ、「ふるさと納税を行ったことがある」と回答した人は全ての年代で20%を下回り、全体でも13.3%に留まっています。ふるさと納税の認知度は高いものの、実際に納税を行ったことのある人はまだ少数であることが分かります。

年代別に見ると、特に20代は少なく、89人の回答者のうち3人の利用（利用率：3.4%）に留まっています。これは、問1（ふるさと納税のことをご存知ですか？）への回答であったように、勤労世代の入口にある20代には、ふるさと納税への理解が浸透していないことが背景にあると考えられます。

▼図3 ふるさと納税を行ったことがあるか (n=487)

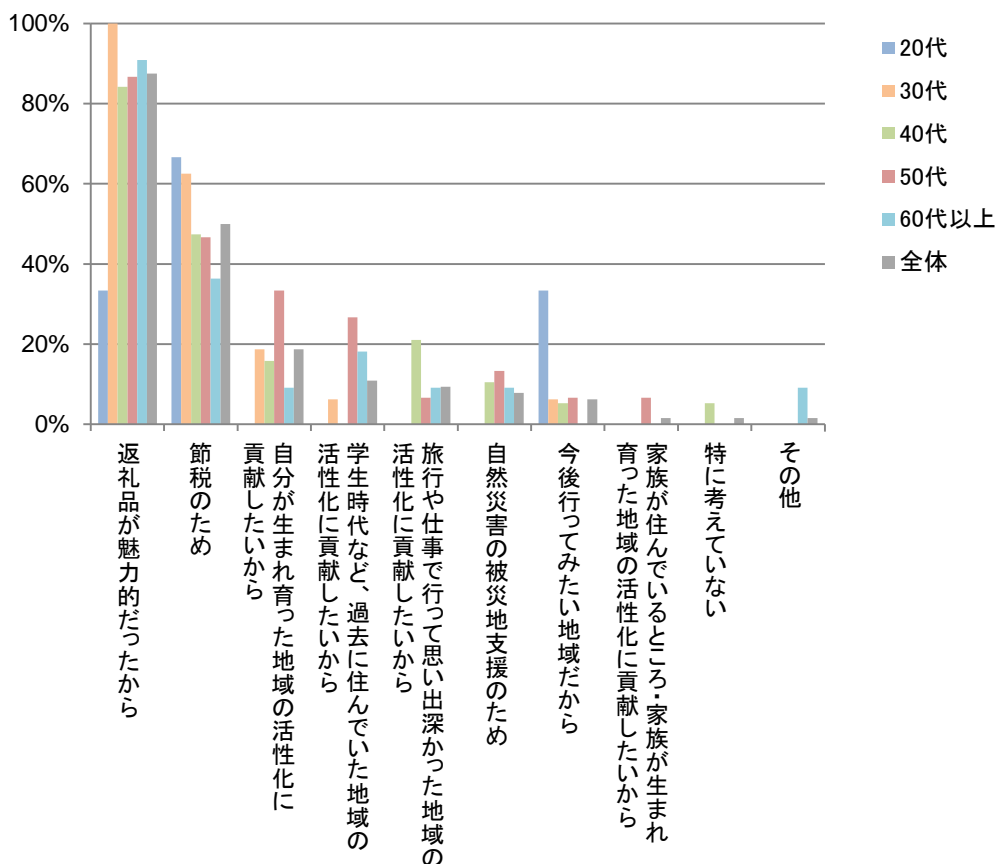


問4. ふるさと納税を行った目的・ふるさと納税を行った自治体を選んだ理由は何ですか？(複数回答)

ふるさと納税を行ったことがある人に対し、その目的や納税先の自治体を選んだ理由について尋ねたところ、「返礼品が魅力的だったから」との回答が87.5%と圧倒的に多く、“返礼品の魅力”がふるさと納税を行う動機として大きいようです。次いで50%の人が「節税のため」と回答しており、ふるさと納税による節税ニーズも相応に高いようです。

年代別に見ると、特に50代において、「自分が生まれ育った地域の活性化に貢献したいから」との回答（33.3%，全体：18.8%）や「学生時代など、過去に住んでいた地域の活性化に貢献したいから」との回答（26.7%，全体：10.9%）が他の年代と比較すると高くなっており、自身に縁(ゆかり)のある地域への貢献意欲の高さが伺えます。また、40代では「旅行や仕事で行って思い出深かった地域の活性化に貢献したいから」との回答が多く（21.1%）、20代では「今後行ってみたい地域だから」との回答が33.3%と多くなっています。

▼図4 ふるさと納税を行った目的・ふるさと納税を行った自治体を選んだ理由（n=64）



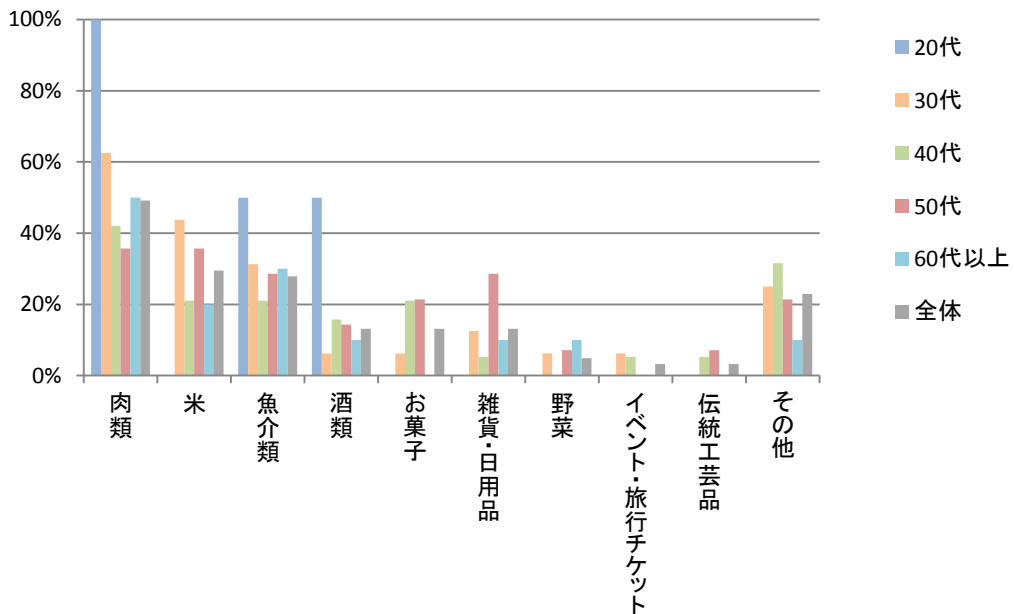
問5. もらって嬉しかった返礼品は何ですか？(複数回答)

もらって嬉しかった返礼品を尋ねたところ、「肉類」との回答が49.2%と最も多く、全ての年代でも最高値です。次いで「米 (29.5%)」や「魚介類 (27.9%)」が続いています。

年代別に見てみると、20代の回答者2人のうち2人とも「肉類」が嬉しかったと回答しています。また50代の回答者14人のうち4人 (28.6%) が「雑貨・日用品」と回答し、他の年代よりも割合が高くなっています。

理由として、普段は購入しないような高級な肉類、珍しい魚介類といった各地の特産品や日常的に消費する米等が人気を集めていると考えられます。

▼図5 もらって嬉しかった返礼品 (n=61)

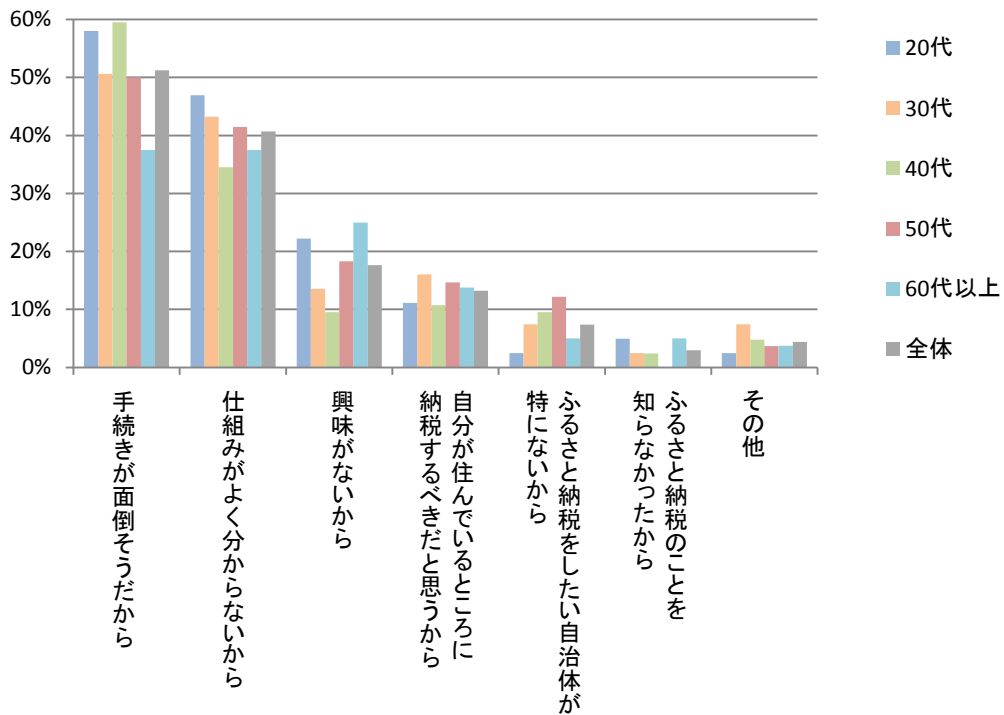


問6. ふるさと納税を行わない理由は何ですか？(複数回答)

問3にて「ふるさと納税はしたことがない」と回答した人にその理由を尋ねたところ、「手続きが面倒そうだから」との回答がと最も多く（51.2%）、次いで「仕組みがよく分からないから」との回答が続いています（40.7%）。

一方で「興味がないから」との回答は17.6%に留まっており、ふるさと納税への興味はあるものの、手続きが面倒というイメージや、手続き・仕組みの理解が進んでいないことが、ふるさと納税が浸透しない理由であることが分かります。

▼図6 ふるさと納税を行わない理由 (n=408)

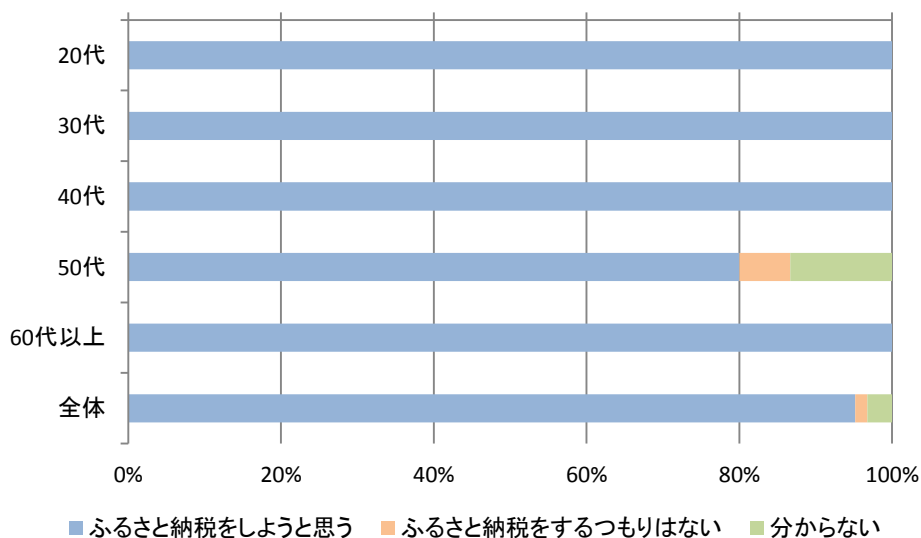


問7. 今後、ふるさとと納税を行おうと思いますか？

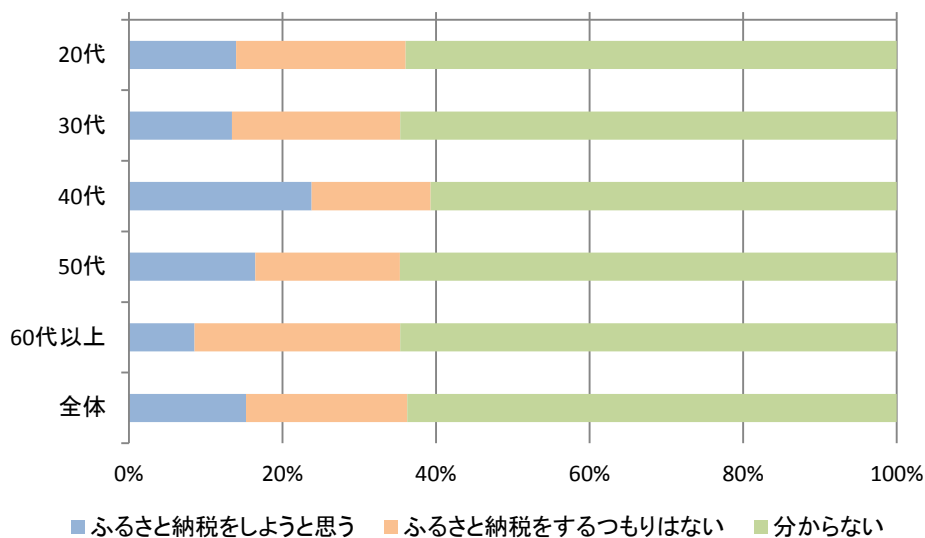
今後、ふるさとと納税を行う意向があるか尋ねたところ、ふるさと納税の経験者のうち95.2%が「ふるさと納税をしようと思う」と回答するなど、再利用意向は非常に高いことが分かります。これは、2,000円の負担（自治体への寄付金額から2,000円を除いた全額が税金から控除されるため、ふるさと納税での実質的な負担は2,000円となる）で様々な地域の特産品を受け取ることができる、というふるさと納税のメリットを実感したことが再利用意向の高さにつながっているものと考えられます。

一方、ふるさと納税未経験者の今後の利用意向は全ての年代で低くなっており、全体でも15.3%に留まっています。

▼図7-1 〈ふるさと納税を行ったことがある人〉今後、ふるさと納税を行おうと思うか (n=62)



▼図7-2 〈ふるさと納税を行ったことがない人〉今後、ふるさと納税を行おうと思うか (n=419)

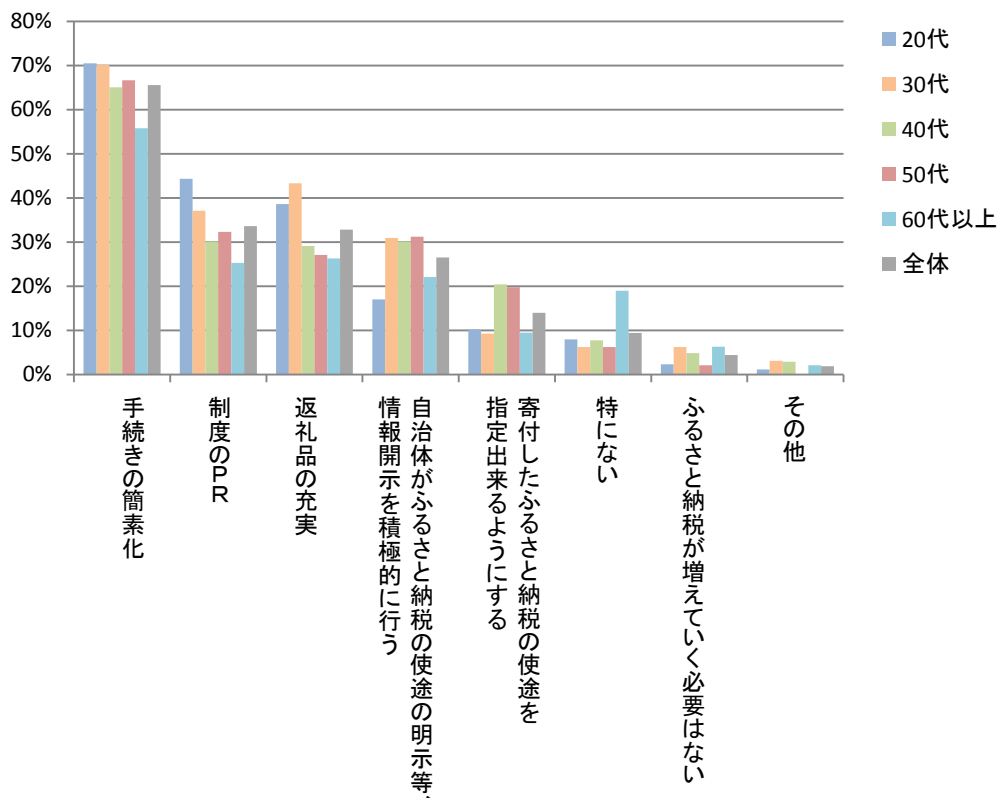


問8. 今後、ふるさと納税が増えていくためには、どのような取り組みが必要だと思いますか？

今後、ふるさと納税が増えていくために、どのような取り組みが必要だと思うか尋ねたところ、「手続きの簡素化」との回答が各年代とも圧倒的に多く、全体でも65.6%を占め、次いで「制度のPR (32.3%)」「返礼品の充実 (31.5%)」が続きます。また「自治体がふるさと納税の使途の明示等、情報開示を積極的に行う」との回答も26.5%あり、「寄付したふるさと納税の使途を指定できるようにする」との回答も40代 (20.4%)、50代 (19.8%) において多くなっています。

ふるさと納税の手続きは、平成27年から確定申告が不要となる特例制度が導入されるなど、大幅に簡素化されており、仕組みや手続きの詳細、享受できるメリットへの理解度が深まると、今後さらに増加していくことが予想されます。

▼図8 今後、ふるさと納税が増えていくために必要なこと (n=479)



スマートフォンを使ったネットショッピング

【調査結果の概要】

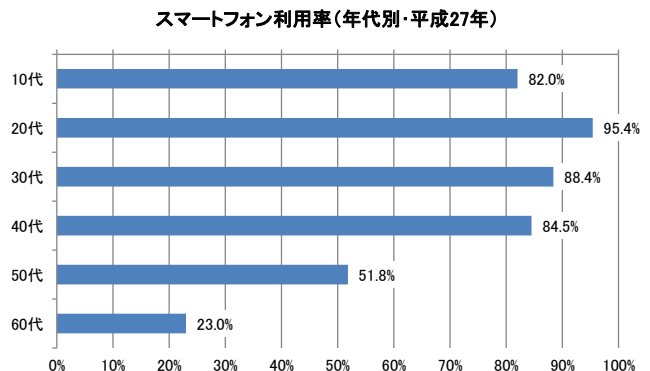
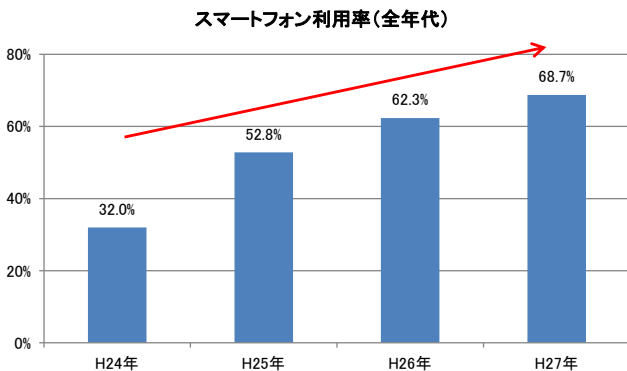
現代の生活において、携帯電話は欠かせないものとなっており、特に近年はスマートフォンの普及が拡大し、スマートフォンを使ってネットショッピングを行う人も増えています。

本アンケートの調査結果の概要は以下のとおりです。

- ①スマートフォンでのネットショッピング利用率は若い年代ほど高い
- ②ネットショッピングで購入しているのは、女性では「衣料品・靴・アクセサリー」等の身だしなみ用品、男性では「日用品」等の実用品が多く、「飲食料品」は男女を問わず多い
- ③ネットショッピングのサイトを選ぶ基準は、「値段が安い」「送料が安い」という価格面での意見と、「品揃えが豊富」「欲しいものを売っている」という品揃え面での意見が多く、またセキュリティ面も重視している
- ④一方、「スマートフォン」でネットショッピングを行わない理由として、「スマートフォンを持っていないから」との回答が最も多く、「パソコン」でネットショッピングを行っている人からは「画面が見づらいから」「操作しづらいから」との回答が多い

スマートフォンについては、まだ普及率の低い50代～60代を中心に今後も普及が進んでいくことが予想され、スマートフォンを使ったネットショッピングについても、利用が増えていくことが期待されます。新たなスマートフォンユーザーのショッピング需要を取り込んでいくためには、スマートフォン専用サイトの構築等によって、「見やすさ」や「操作性」の向上を図ることが重要になってきます。

(※)スマートフォンの普及状況



(出所：総務省情報通信政策研究所資料を基にふくおかフィナンシャルグループ作成)

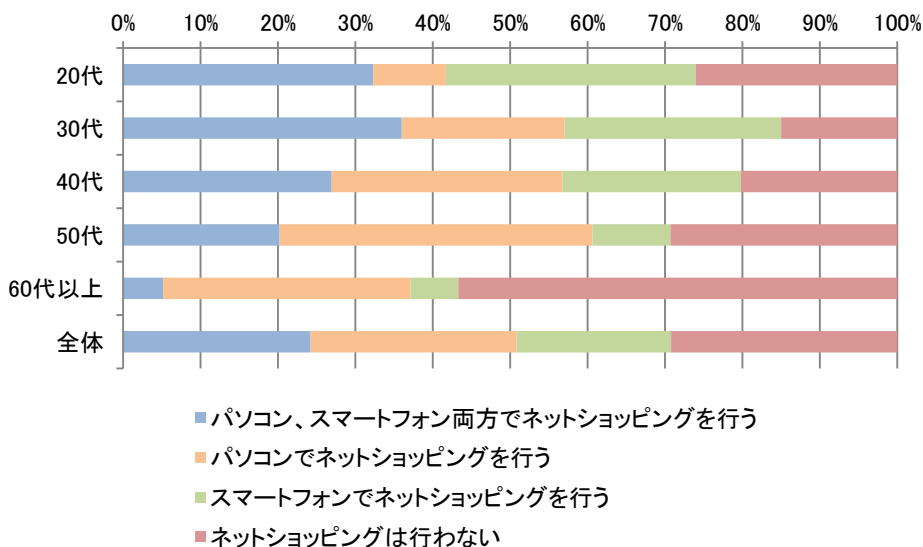
問1. ネットショッピングを行いますか？

ネットショッピングを行うかを尋ねたところ、「パソコン、スマートフォン両方で行う」と回答した人が24.1%、「パソコンで行う」と回答した人が26.5%、「スマートフォンで行う」と回答した人が19.9%となり、合計すると約7割の人がネットショッピングを行っています（本アンケートはWebアンケートであるため、回答者は普段からパソコンやスマートフォンに触れる機会が多い人達であることには留意が必要）。

年代別に見てみると、ネットショッピングの利用者は30代（85.0%）、40代（79.8%）で多くなっています。

また、ネットショッピングを行う手段としては、スマートフォンの普及率が高い（前頁参照）若い年代の人ほどスマートフォンの利用率が高くなっています。ちなみに、ネットショッピングをスマートフォンで行う人（パソコンとの併用含む）の割合を調べてみると、20代：87.3%、30代：75.3%、40代：62.7%、50代：42.9%、60代以上：26.2%となっています。

▼図1 ネットショッピングを行うか (n=496)

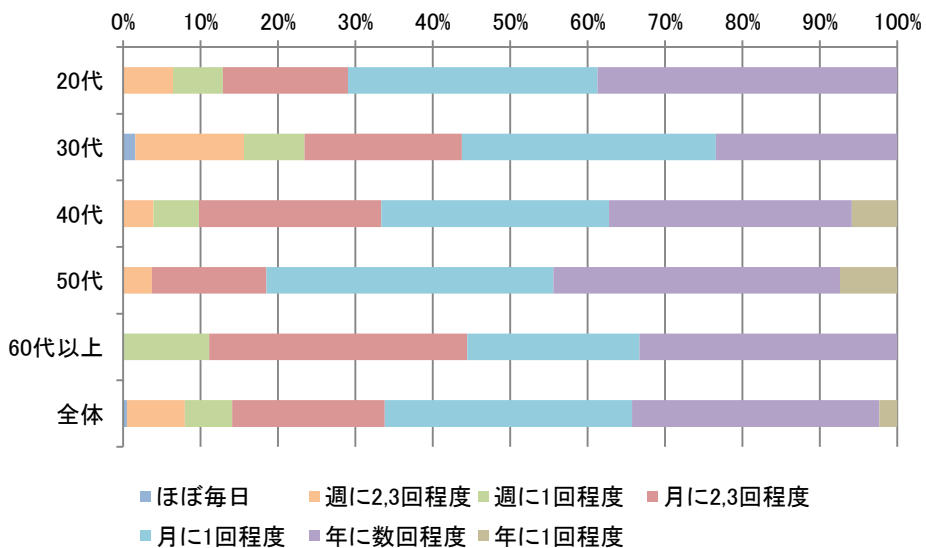


問2. どのくらいの頻度でスマートフォンでのネットショッピングを行いますか？

どのくらいの頻度でネットショッピング（スマートフォン）を行うかを尋ねたところ、「月に1回程度」、「年に数回程度」との回答がともに31.9%で最も多くなりました。

年代別に見てみると、「週に1回以上行う」と回答した人の割合が最も多いのは30代（23.4%／全体では14.1%）で、子育て世代の人たちが買い物時間と労力を節約するためにネットショッピングをより多く利用する傾向にあります。

▼図2 スマートフォンでのネットショッピングを行う頻度（n=213）

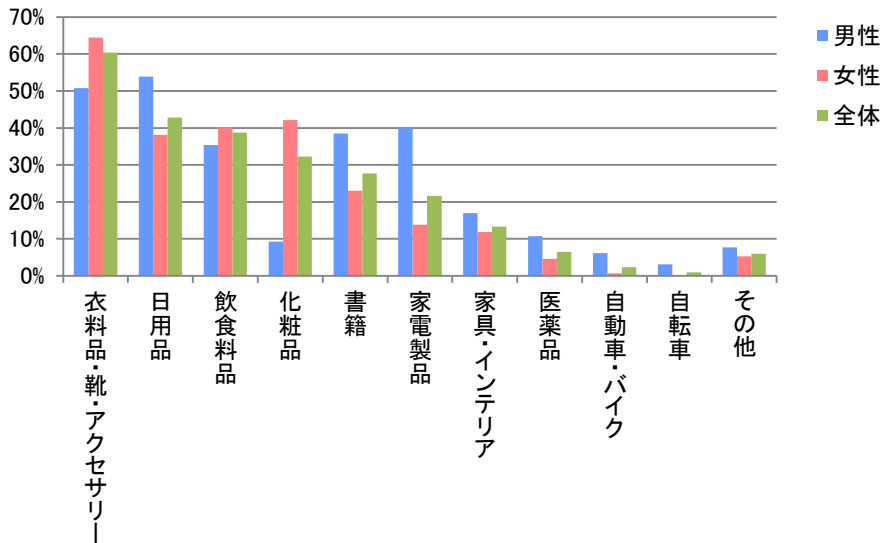


問3. スマートフォンでのネットショッピングでどのようなものを購入しますか？（複数回答）

ネットショッピング（スマートフォン）を行う人に、何を購入するか尋ねたところ、「衣料品・靴・アクセサリ」との回答が60.4%と最も多く、次いで「日用品（42.9%）」「飲食料品（38.7%）」が続いています。

男女別に見てみると、男性は「日用品（53.8%）」が最も多く、次いで「衣料品・靴・アクセサリ（50.8%）」「家電製品（40.0%）」「書籍（38.5%）」が続くなど、実用品をよく購入する傾向にあります。女性においては、「衣料品・靴・アクセサリ（64.5%）」が最も多く、次いで「化粧品（42.1%）」が続いています。

▼図3 スマートフォンでのネットショッピングで購入するもの（n=217）



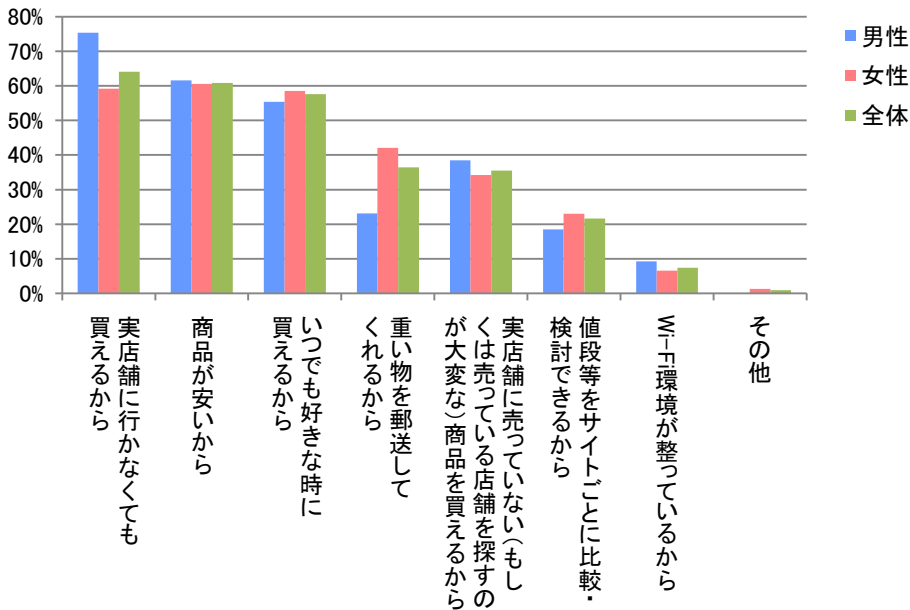
問4. スマートフォンでのネットショッピングを行う理由は何ですか？（複数回答）

問5. スマートフォンでネットショッピングを行うサイトはどのような基準で選びますか？（複数回答）

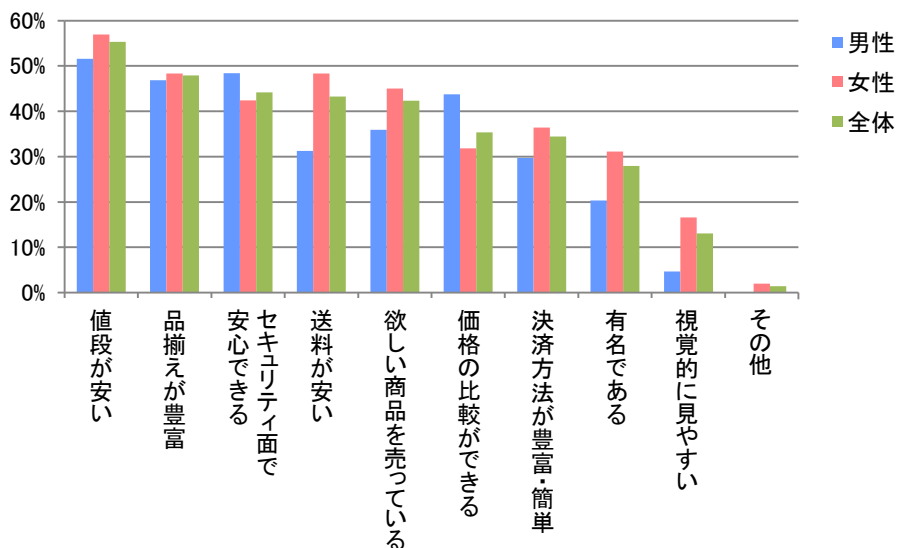
ネットショッピング（スマートフォン）を行う理由を尋ねたところ、「実店舗に行かなくても買えるから」との回答が64.1%と最も多く、次いで「商品が安いから（60.8%）」「いつでも好きな時に買えるから（57.6%）」が続きました。いつでもどこでも買い物ができる利便性の高さや価格面でのメリットがあることが、スマートフォンでネットショッピングを行う理由として多くなっています。

実際に購入するサイトをどのような基準で選ぶか尋ねたところ、「値段が安い（55.3%）」「送料が安い（43.3%）」という価格面での意見と、「品揃えが豊富（47.9%）」「欲しいものを売っている（42.3%）」という品揃え面での意見が多くなっています。また「セキュリティ面で安心できる（44.2%）」との回答も多くなっています。

▼図4 スマートフォンでのネットショッピングを行う理由 (n=217)



▼図5 スマートフォンでのネットショッピングを行うサイトを選ぶ基準 (n=215)

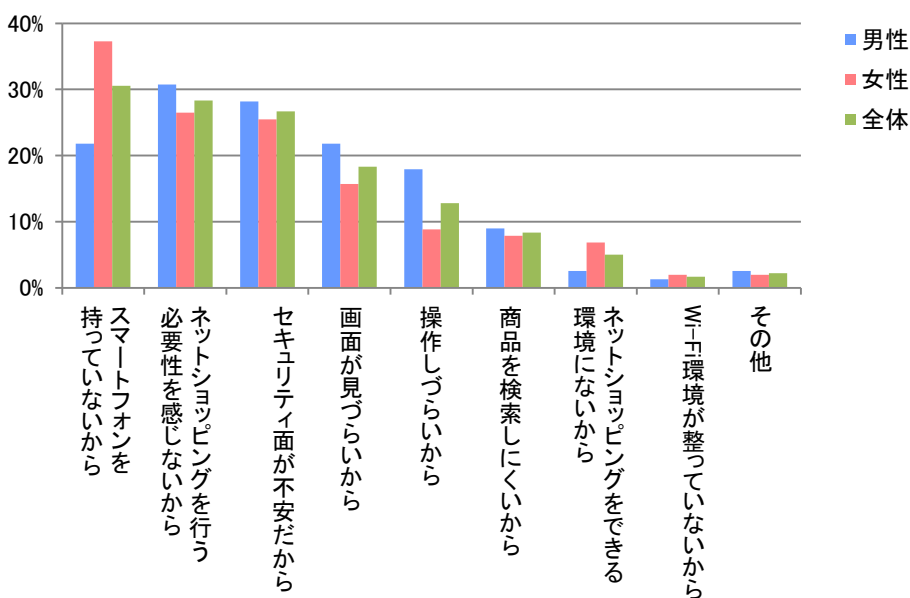


問6. スマートフォンでのネットショッピングを行わない理由は何ですか？（複数回答）

スマートフォンではネットショッピングを行わない人に、その理由を尋ねたところ、そもそも「スマートフォンを持っていないから」との回答が30.6%と最も多く、次いで「ネットショッピングを行う必要性を感じないから（28.3%）」「セキュリティ面が不安だから（26.7%）」と続きました。

また、ネットショッピングをスマートフォンでは行わないが、パソコンでは行う人に限定して回答を見ると、「スマートフォンを持っていないから（46.4%）」に次いで「画面が見づらいから（35.7%）」「操作しづらいから（19.6%）」と続いており、パソコンと比較した時のスマートフォンの画面の小ささや操作性の悪さもスマートフォンでネットショッピングを行わない理由として挙げられます。

▼図6-1 スマートフォンでのネットショッピングを行わない理由（n=180）



▼図6-2 ネットショッピングをスマートフォンでは行わないが、パソコンでは行う理由（n=56）

