

さとふる、2025 年のふるさと納税に関する アンケート調査を全国 305 自治体と 1941 事業者へ実施 ～物価高により約半数の自治体が「寄付金額の値上げ」を実施。 2026 年の制度改正に向けて自治体は地場産品の見直し加速～

株式会社さとふる（本社：東京都中央区、代表取締役社長 兼 CEO：藤井 宏明）は、ふるさと納税ポータルサイト「さとふる」(<https://www.satofull.jp/>)でお礼品を提供する全国の 305 自治体と 1941 事業者を対象として、2025 年 10 月 8 日～10 月 20 日に 2025 年のふるさと納税に関するアンケート調査を実施しました。調査結果の概要は以下のとおりです。

※ アンケート結果の詳細は、2 ページ以降の「調査内容の詳細」をご覧ください

1. 物価高により、約半数の自治体が「寄付金額の値上げ」を実施。寄付者ニーズでは「米」など日常使い・消耗品志向が拡大（Q1～3）

- 物価高の影響を受けて、約半数の自治体が「寄付金額の値上げ（49.8%）」を実施しており、寄付額を維持することの難しさが表れる結果となりました。
- 物価高の中で寄付が伸びているお礼品の特徴に関する質問では、「寄付金額が低い（44.9%）」「日常使い・消耗品志向（41.9%）」「市場価格が上昇している品目（32.4%）」が上位を占め、昨年の同アンケート結果^{※1}と同様の傾向がみられました。生活防衛につながるお礼品や、寄付金額が低く寄付しやすいお礼品の支持が拡大していることがうかがえます。
- 物価高の影響を特に感じる品目としては、「米（55.1%）」が最も多く、「肉（20.6%）」が続く結果となりました。「さとふる」の 2025 年 1 月～10 月における「サイト内検索キーワードランキング」^{※2}でも 1 位は「米」となっており、2024 年に引き続き「米」のお礼品に対して高い関心が寄せられていることが分かりました。

※1 2024 年ふるさと納税の変化 自治体・事業者アンケート結果発表(https://www.satofull.jp/static/research/2024_municipality_research.php#cont3)より

※2 2025 年 1 月 1 日～10 月 31 日までの「さとふる」における検索キーワードより算出

2. 猛暑の影響を受けた事業者の 6 割以上が“収穫量減少”。猛暑をきっかけに特産品開発や“気候適応型生産”への転換も（Q4～7）

- 事業者の 27.3%が「猛暑の影響を受けた」と回答しました。具体的には、「収穫量・生産量・販売量の減少（62.1%）」や「仕入れ価格の上昇・不足（43.2%）」が主な影響として挙げられました。昨年の同アンケート結果^{※3}でも、事業者の 30.4%が「猛暑の影響を受けた」と回答しており、「猛暑」は事業者にとって一過性ではなく恒常的な課題となっていることがうかがえます。
- 猛暑の影響を受けた事業者の 87.2%が「価格の変更」や「提供量・生産量・販売量の見直し」など、何らかの対策を実施したと回答しました。
- 猛暑をきっかけに、「特産品開発」「訳あり品や新たなお礼品の拡充」「生産の改良」などの取り組みもみられました。新たな特産品の開発や付加価値の向上に加え、“気候適応型生産”への転換に踏み切る事業者がいることも分かります。

※3 2024 年ふるさと納税の変化 自治体・事業者アンケート結果発表 (https://www.satofull.jp/static/research/2024_municipality_research.php#cont2) より

3. ふるさと納税サイトによるポイント付与禁止後も 8 割弱の自治体、約 6 割の事業者がポータルサイトの必要性を実感。10 月以降は「地場産品の魅力向上」「情報発信」がカギ（Q8～10）

- 77.7%の自治体、59.3%の事業者が「2025 年 10 月の制度改正後もポータルサイトの必要性を感じる」と回答しました。ポータルサイトや中間事業者に期待する役割としては、いずれも「集客力（自治体 81.0%、事業者 77.1%）」が最も多く挙げられました。次いで、自治体では業務シ

システムの使いやすさなど「自治体・事業者の利便性（67.5%）」、事業者では寄付者にとっての手続きのしやすさなど「寄付者の利便性（38.1%）」が続きました。

- 10月に向けて対策を実施した自治体の具体的な取り組みとしては、「お礼品のブラッシュアップ（54.2%）」「プロモーション強化（39.9%）」が上位に挙がりました。地場産品の魅力向上と情報発信が重視され、「お礼品を通じて地域の魅力を発信し、応援を募る」という、ふるさと納税のお礼品提供の正しい在り方に沿った中長期的な取り組みへとつながると考えられます。

4. 2026年10月の制度改正に向け、半数弱の自治体が「お礼品の内容変更や差し替え、取り下げなどの対応が必要」と回答。数年にわたる制度改正対応で、お礼品ラインアップの再編が進行（Q11,12）

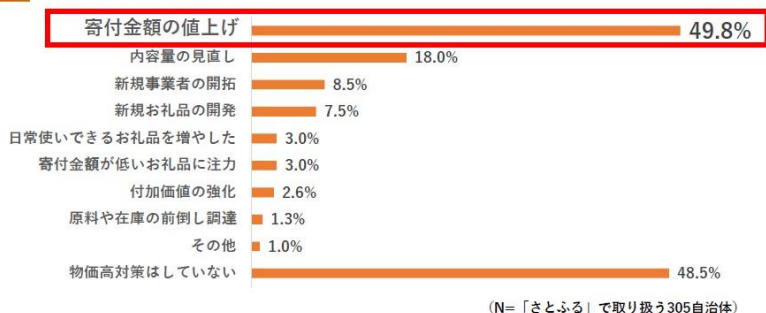
- 2026年の制度改正への対応方針に関する質問では、「すでに着手している（13.8%）」「今後着手予定（46.9%）」「検討中（23.9%）」という結果となり、8割以上の自治体が2026年10月の制度改正に向けた対策に着手または検討していることが明らかになりました。さらに、そのうちの85.3%が対策として「お礼品の地場産品基準要件の確認」を行うと回答しました。
- 2026年10月の制度改正における「地場産品基準の一層の明確化」※4については、自治体の46.5%が「お礼品の内容変更や差し替え、取り下げなどの対応が必要」と考えていることが分かりました。数年にわたる制度改正対応により地場性の担保が一層進み、各自治体のお礼品ラインアップの再編が進む見込みです。寄付者にとっても、より地場性の高いお礼品を選びやすくなることで、中長期的には制度全体の信頼性向上が期待されます。

※4 地場産品基準の一層の明確化：客観的に「どの地域で価値が生じたか」を判定するため、付加価値の算出方法は価格に基づく方式に原則として統一されます。製造・加工品などについては、製造者が「価値の過半が区域内で生じたこと」を証明することが必須となり、自治体はその証明事項を一覧で公表したうえでお礼品の提供を開始するなど、運用の透明性が求められます

■調査内容の詳細

Q1. 物価高の影響を受けて、対応したことを教えてください。（複数回答可）

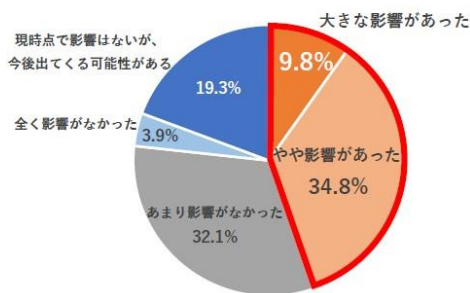
自治体



自治体の約半数が
物価高により「寄付金額の値上げ」を実施

Q2. 物価高によって、寄付者のお礼品選びに影響はありましたか。また、物価高の影響を受けて寄付が伸びているお礼品の特徴を教えてください。（複数回答可）

自治体

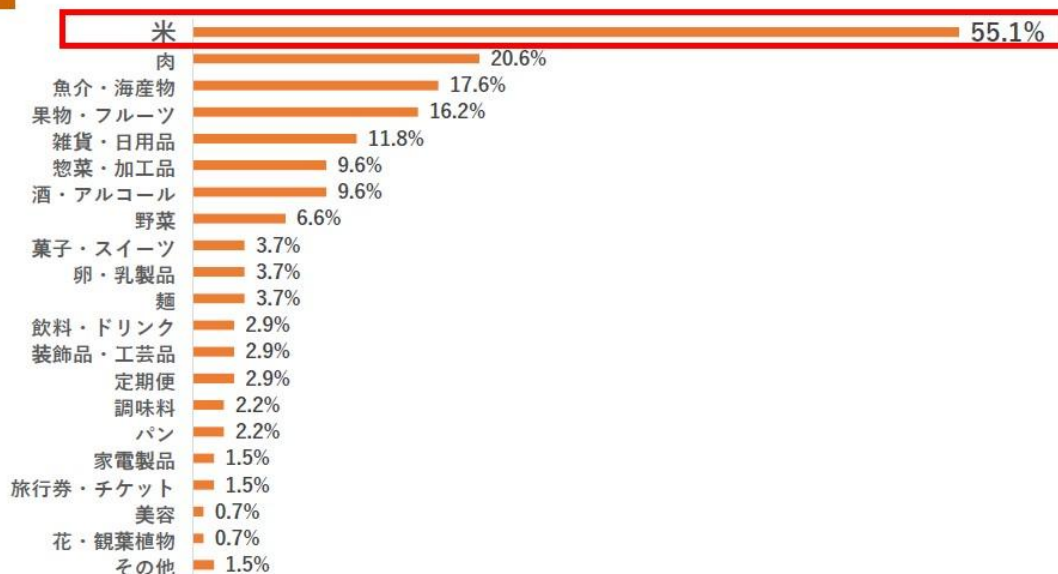


物価高の影響を受けて寄付が伸びているお礼品の特徴（複数回答可）



Q3. (「影響があった」と回答した方へ) 物価高の影響を特に感じる品目は何ですか。(複数回答可)

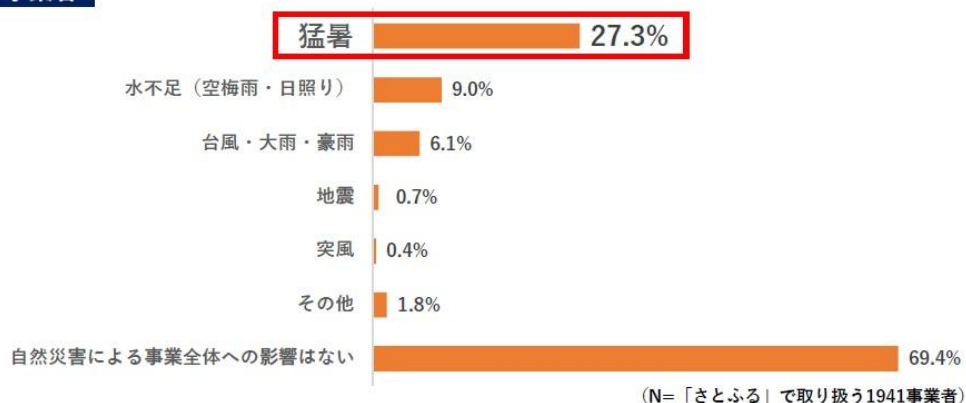
自治体



(N=「物価高によって、寄付者のお礼品選びに影響があった」と回答した136自治体)

Q4. 今年発生した自然災害のうち、事業全体へ影響があったものを教えてください。(複数回答可)

事業者

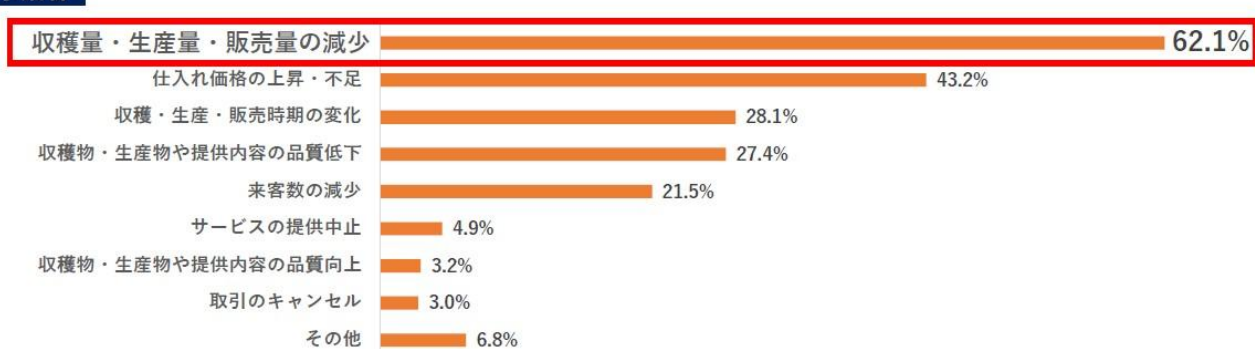


(N=「さとふる」で取り扱う1941事業者)

事業者の3割弱が「猛暑の影響を受けた」と回答

Q5. 猛暑によってどのような影響がありましたか。(複数回答可)

事業者

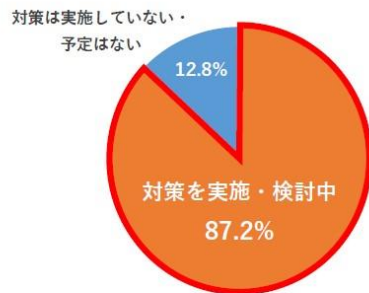


(N=「猛暑の影響があった」と回答した530事業者)

事業者の6割以上が「収穫量や販売量の減少」と回答

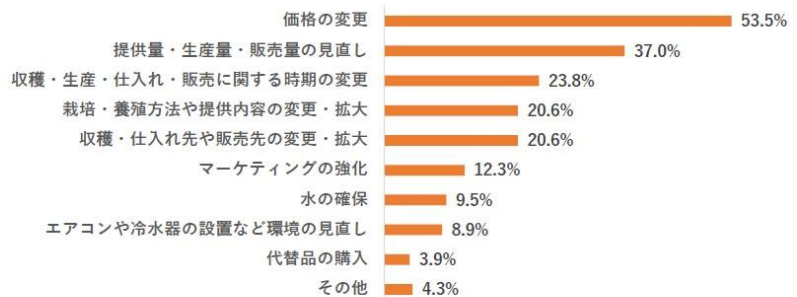
Q6. 猛暑の影響を受けて実施した対策や、今後実施を予定・検討している対策はありますか。また、それはどのような対策ですか。（複数回答可）

事業者



(N=「猛暑の影響があった」と回答した530事業者)

「猛暑対策を実施・検討している」と回答した事業者の対策（複数回答可）



(N=「猛暑対策を実施・検討している」と回答した462事業者)

事業者の9割弱が「猛暑対策を実施または検討中」と回答

Q7. 猛暑の影響を受けて始めた取り組みや、新たな特産品があれば教えてください。

事業者

「猛暑の影響を受けて始めた取り組みや、新たな特産品がある」と回答した事業者の例

<特産品開発>

- ・ 猛暑での作業負担軽減やりんごの日焼け防止を目的とした"葉とらずりんご"を葉乃果ブランドとして販売

<新たなお礼品拡充>

- ・ 訳ありシャインマスカットの追加
- ・ 猛暑で収穫時期が重なったことを利用し、りんごの「食べ比べ」や桃の「品種お任せ」のお礼品を開発

<生産改良>

- ・ 暑さ対策のため追肥するなどして土壌改良した特別栽培米の栽培と収穫を実施

<その他>

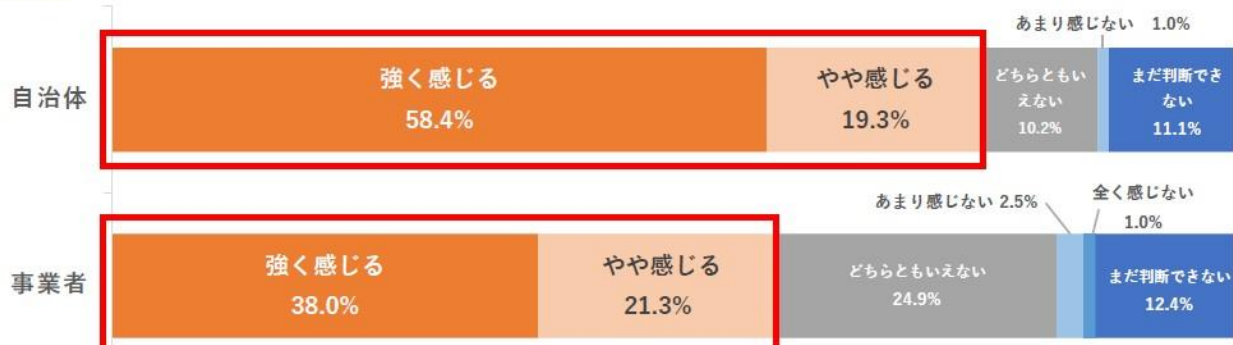
- ・ 冷凍パンを「冷やしパン」とうたい、店舗販売やプロモーションを強化

(N=「猛暑の影響を受けて始めた取り組みや、新たな特産品がある」と回答した115事業者)

Q8. ふるさと納税サイトによる寄付申込み時のポイント付与禁止以降も、ポータルサイトの必要性を感じますか。

自治体

事業者

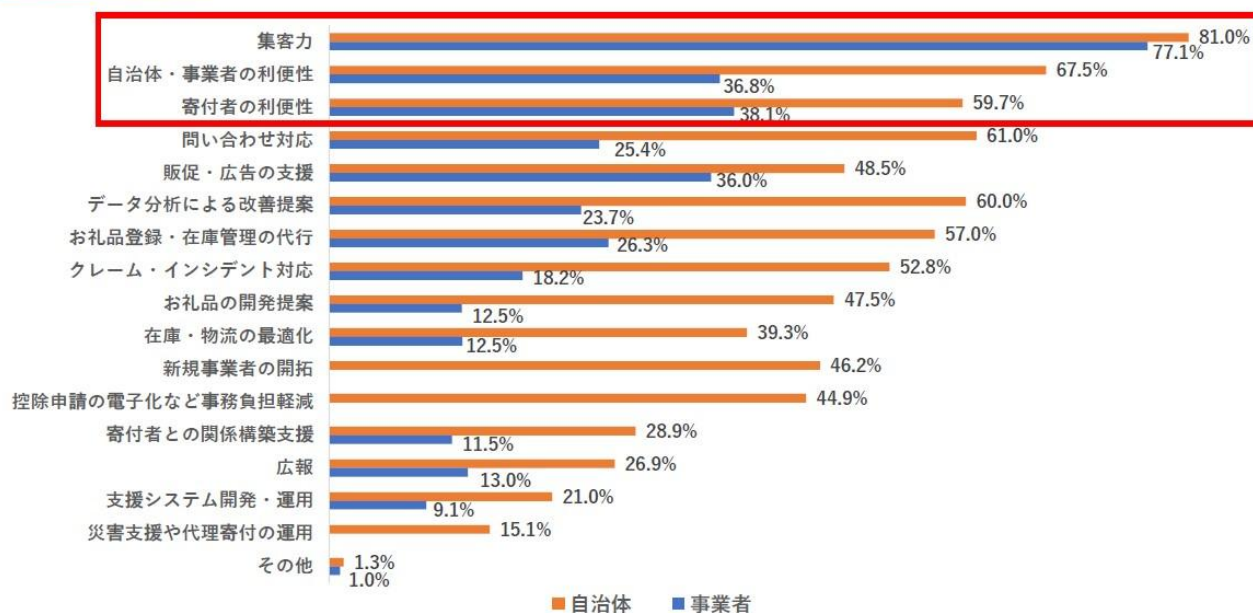


(N=「さとふる」で取り扱う305自治体、1941事業者)

自治体の8割弱、事業者の約6割が「ポータルサイトの必要性を感じる」と回答

Q9. ポータルサイトや中間事業者に期待する役割を教えてください。（複数回答可）

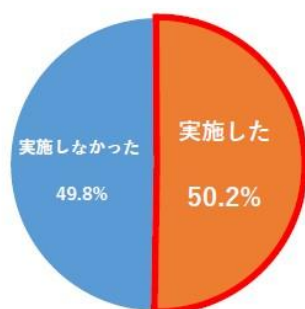
自治体 事業者



(N=「さとふる」で取り扱う305自治体、1941事業者)

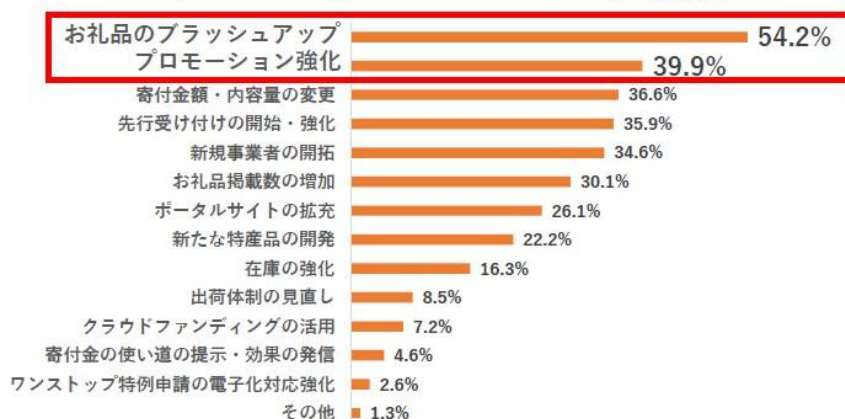
Q10. 2025 年 10 月施行の制度改革にあたり、自治体として何か対策を実施しましたか。また、どのような対策を実施しましたか。（複数回答可）

自治体



(N=「さとふる」で取り扱う305自治体)

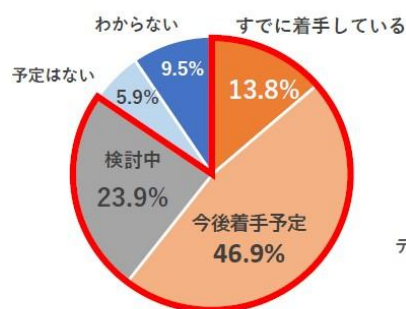
2025年10月施行の制度改革にあたり実施した対策（複数回答可）



(N=「2025年10月施行の制度改革にあたり対策を実施した」と回答した153自治体)

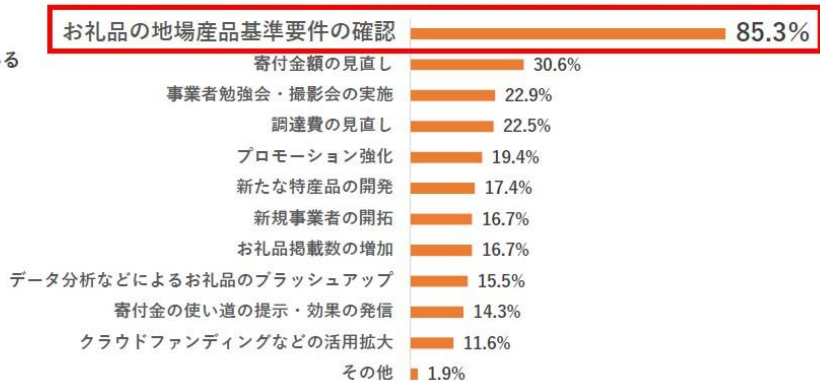
Q11. 2026 年の制度改革に向けて対策をとる予定はありますか。また、それはどのような取り組みですか。（複数回答可）

自治体



(N=「さとふる」で取り扱う305自治体)

2026年の制度改革に向けて着手・検討している取り組み（複数回答可）

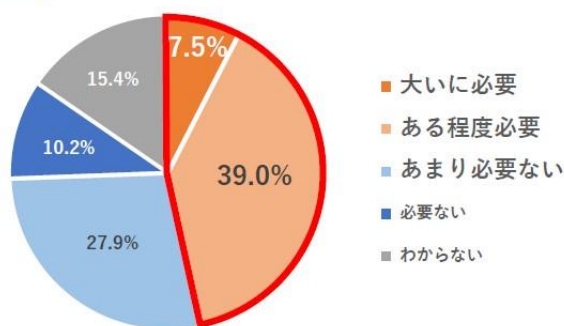


(N=2026年の制度改革に向けた対策について「すでに着手している」「今後着手予定」「検討中」と回答した258自治体)

自治体の8割以上が2026年10月の制度改革に向けて対策に着手または検討中

Q12. 2026 年 10 月に施行される「地場産品基準の一層の明確化」について、お礼品の内容変更や差し替え、取り下げなどの対応は必要ですか。

自治体



(N=「さとふる」で取り扱う305自治体)

自治体の半数弱が2026年10月の制度改正に向けてお礼品の内容変更や差し替え、取り下げなどの対応が必要

※ 円グラフは小数点第二位を四捨五入しているため、構成比の合計が 100%にならない場合があります。

※ 複数回答において、各選択肢の割合は全て回答者数を母数として計算しています。

■調査概要

実施期間：2025 年 10 月 8 日～10 月 20 日

手 法：インターネット調査

実施機関：株式会社さとふる

対 象：ふるさと納税サイト「さとふる」で取り扱う 305 自治体、1941 事業者

■株式会社さとふるについて

株式会社さとふるは、ふるさと納税（自治体への寄付）を通して地域活性化を推進しています。「ふるさとの元気を“フル”にする、ふるさとの魅力が“フル”に集まる ふるさと応援、ふるさと納税ポータルサイト」をコンセプトに、寄付者向けに「さとふる」で寄付先の自治体やお礼品の選定、寄付の申込み、寄付金の支払いなどができるサービスを提供しています。自治体向けには寄付の募集や申込み受け付け、寄付金の収納、お礼品の在庫管理や配送など、ふるさと納税の運営に必要な業務を一括代行するサービスを提供しています。また、ふるさと納税を活用した地域活性化の取り組みを掲載する、地域情報サイト「ふるさとこづち」(<https://www.satofull.jp/koduchi/>)を運営しています。

以上

- この報道発表資料に記載されている会社名および製品・サービス名は、各社の登録商標または商標です。
- この報道発表資料に記載されている内容、製品、仕様、問い合わせ先およびその他の情報は、発表日時点のものです。これらの情報は予告なしに変更される場合があります。