

【参考資料】

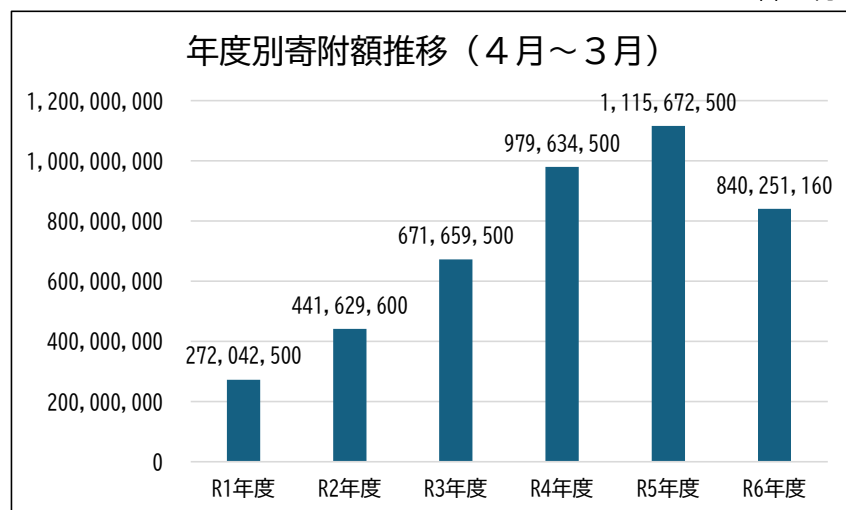
越前市ふるさと納税の概況

※本資料は、企画提案書の作成を求めるにあたって本市のふるさと納税に関する現状と方針を示すものである。

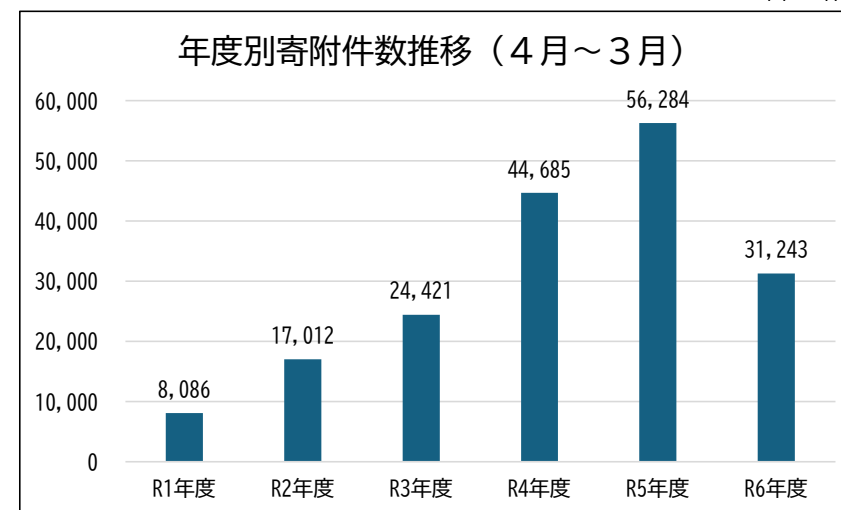
これまでの寄附実績

■寄附額・寄附件数推移（令和元年度～令和6年度）

単位：円

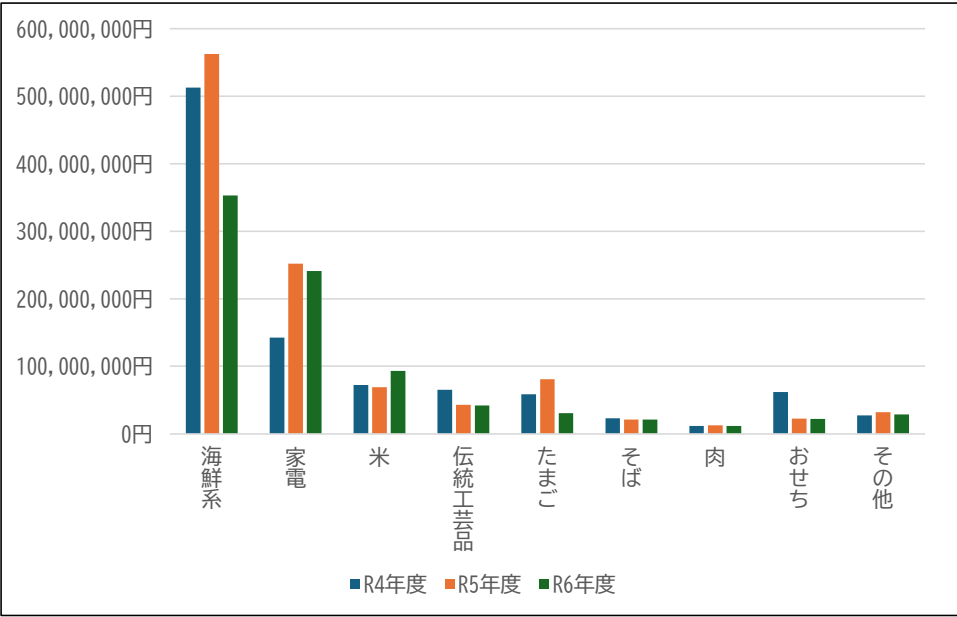


単位：件

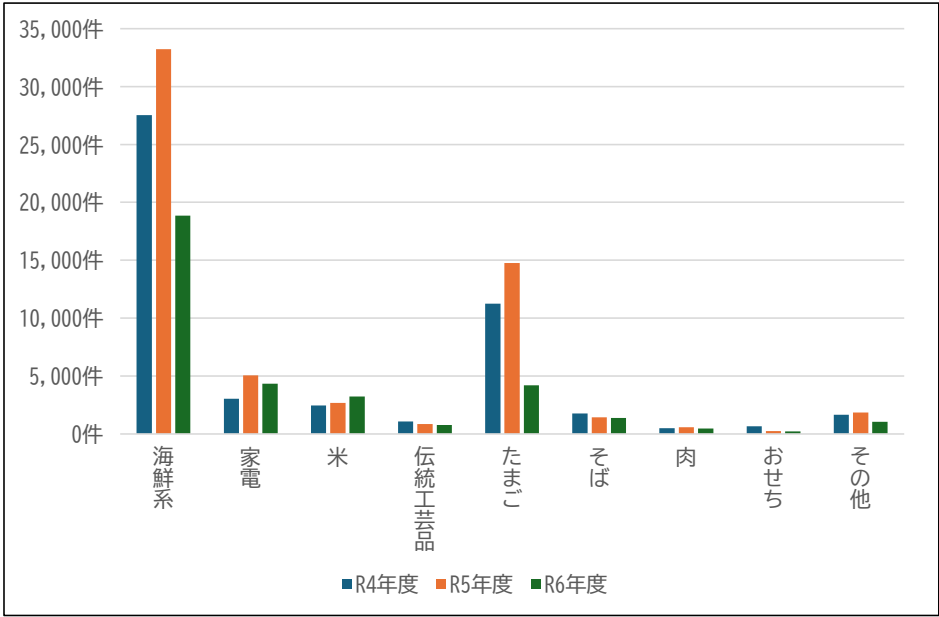


返礼品ジャンル別寄附実績(令和4年度～令和6年度)

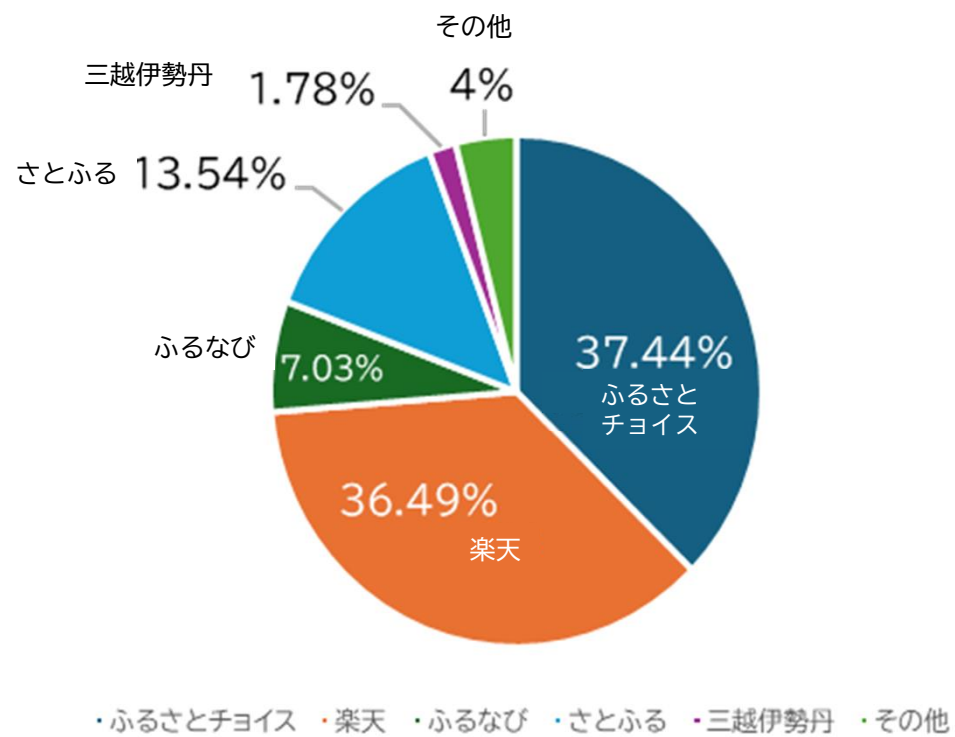
■ 寄附額ベース



■ 件数ベース



サイト別寄附割合(令和6年度)



R6年度 都道府県別寄附件数

■ R6年度 都道府県別寄附件数

順位	都道府県	申込件数	申込割合
1	東京都	7,238	23.17%
2	神奈川県	3,344	10.70%
3	大阪府	2,865	9.17%
4	愛知県	2,490	7.97%
5	埼玉県	1,841	5.89%
6	千葉県	1,691	5.41%
7	兵庫県	1,520	4.87%
8	福岡県	808	2.59%
9	京都府	758	2.43%
10	北海道	741	2.37%
11	静岡県	653	2.09%
12	広島県	501	1.60%
13	岐阜県	453	1.45%
14	群馬県	385	1.23%
15	福井県	381	1.22%
16	茨城県	376	1.20%
17	滋賀県	345	1.10%
18	奈良県	343	1.10%
19	岡山県	321	1.03%
20	三重県	315	1.01%

順位	都道府県	申込件数	申込割合
21	栃木県	310	0.99%
22	長野県	304	0.97%
23	宮城県	275	0.88%
24	石川県	268	0.86%
25	新潟県	227	0.73%
26	熊本県	175	0.56%
27	香川県	171	0.55%
28	愛媛県	162	0.52%
29	福島県	150	0.48%
30	和歌山県	144	0.46%
31	富山県	133	0.43%
31	山口県	133	0.43%
33	長崎県	127	0.41%
34	山梨県	124	0.40%
34	大分県	124	0.40%
36	沖縄県	122	0.39%
37	鹿児島県	116	0.37%
38	宮崎県	115	0.37%

順位	都道府県	申込件数	申込割合
39	山形県	105	0.34%
40	徳島県	95	0.30%
40	佐賀県	95	0.30%
42	青森県	83	0.27%
43	岩手県	77	0.25%
44	秋田県	75	0.24%
45	島根県	64	0.20%
46	鳥取県	52	0.17%
47	高知県	39	0.12%

返礼品提供事業者等の基礎情報について

・ 返礼品提供事業者	約130事業者
・ 返礼品登録数	約1,000品目
・ R6年度の経費率	約48.2%
・ 返礼品管理システム	「LedgHOME」
・ 返礼品出荷者	ヤマト運輸株式会社、佐川急便株式会社
・ 寄附受付サイト	ふるさとチョイス、楽天ふるさと納税、三越伊勢丹ふるさと納税、 さとふる、ふるなび、Amazonふるさと納税の6サイト（令和7年10月現在）

本市の方針と課題

○方針（取組み）

ふるさと納税制度を通し、本市及び本市特産品等の魅力発信を強化し寄附を獲得する。
また、寄附と返礼品だけの関係ではなく、本市の政策に共感し応援していただく『関係人口化』を図ることで継続した寄附や本市への定期的な来訪、移住につなげていく。

○課題（寄附額減少の要因）

① 規格調整・在庫確保

まぐろやエビなどの既存返礼品のブラッシュアップや在庫確保が十分でなかったと考えている。返礼品提供事業者と密なコミュニケーションを行い、返礼品の訴求力を向上させるほか、新たな柱となる主力返礼品開発や在庫の確保が必要となる。

② 経費率基準への対応

経費率ルール対応のため、返礼品代・事務費・広告費等を調整したことにより、効果的なプロモーションが実施できなくなったことで新規寄附者が減少していると考えている。限られた予算の中、独自性の高い企画を実施し、寄附者の満足度を高める必要がある。

③ 関係人口の拡大

ふるさと納税制度本来の趣旨に沿った地域応援を目的とした寄附を獲得するため、現地での消費や来訪、継続的な寄附を促す返礼品の開発を目指そうとしているが、不十分であると考えている。今後は、地域応援を目的とした寄附者の増加を、寄附額の伸長と同様に重要な課題として位置づけている。

【参考】関係人口について

継続的に多様な形で関わる本市出身者や市外在住者と定義。

本市では関係人口拡大の取組みの一つとして、ふるさと納税を位置付け、継続的な寄附の拡大に加え寄附者との新たなコミュニケーションの創出やふるさとLINEを活用した施策の展開を検討している。