

スポーツ振興くじtoto(トト)に関する調査報告について

日本体育・学校健康センターでは、スポーツ振興投票に関する世論の動向を把握するため、スポーツ振興くじの認知度、購入意向、購入方法等について調査を実施しました。その結果について御報告します。

調査結果の特徴

1. スポーツ振興くじtotoの認知度は、9割を超える。
2. 購入経験は、昨年も今年も「1～5回」(2～4ヶ月に1回程度)が中心
3. totoの魅力は、「1口 100円」が6割を超え、次いで「スポーツ振興のための財源確保」
4. totoへの不満は、「当面は、コンビニエンスストアでは販売しない」が最も大きく増加
5. 購入希望場所は、「コンビニエンスストア」が78.9%と一番高い。

調査対象等

- 1 調査設計(別紙「調査報告」P.1) [昨年調査]

調査対象	全国の満19歳以上69歳未満の男女(個人)	[同 左]
標本数	5,000サンプル	[同 左]
調査時期	平成14年10月9日～10月24日	[平成13年7月5日～7月22日]

- 2 回収結果(P.1)

有効回収数	3,757(回収率:75.1%)	[3,609(回収率:72.2%)]
	男性 1,744(46.4%)	[1,787(49.5%)]
	女性 2,013(53.6%)	[1,822(50.5%)]

調査結果の概要

1 サッカー(特にJリーグ)への関心(P. 2)

(1) Jリーグへの関心(調査報告1 - (1))

「非常に関心がある」が11.2%(昨年調査 7.4%)で、「やや関心がある」が35.6%(同 26.2%)で関心度が合計46.8%(同 33.6%)であり、昨年調査より約13ポイント増加し、全体としてJリーグへの関心の度合が高まった。

(2) Jリーグとの関り方(1 - (2))

最多回答の「試合をテレビで観戦する」が53.4%(同 50.9%)で、昨年調査とほぼ同様であった。

一方、「Jリーグには特に関りや興味がない」が30.2%(同 44.4%)で、昨年調査より約14ポイント減少した。

また、「ワールドカップ以前から関心がある」が26.9%に対し、「ワールドカップ以後に関心を持った」が19.6%であった。

2 totoの認知度(P. 2)

(1) スポーツ振興くじの仕組み(2 - (1))

「知っている」が90.9%(同 87.7%)で全体の9割を超えた。

(2) マークシートの記入方法の認知(2 - (2))

「知っている」が32.1%で、「知らない」が67.7%であった。(昨年調査せず。)

3 totoの購入経験等(P. 3～6)

(1) totoの購入経験(3 - (1))

「購入したことがある」が15.5%となった。

一方、「購入しようと思ったが、購入しなかった」が6.8%、「購入したことがない」が77.5%となっている。

(2) totoの購入回数の2001年と2002年シーズンの比較(3 - (2))

最多回答はいずれも「1～5回」(2～4ヶ月に1回程度)であったが、2001年の60.3%に比べ2002年は48.1%と減少した。次いで回答の多かった「6～10回」(1ヶ月に1回程度)についても、2001年の13.4%が2002年は10.6%とやや減少した。

また、購入経験者のうち2001年の購入回数が「0回」は3.9%であったが、2002年では26.9%と大きく増加した。

(3) 購入したいと思ったが、購入しなかった理由(3 - (4))

最多回答の「試合の勝敗の予想に自信がなかった」が42.0%(同 32.5%)で、昨年調査より約10ポイント増加し、次いで「購入しようと思ったが、適当な販売店がなかった」が39.2%(同 53.4%)で、昨年調査より約14ポイント減少した。

(4) 購入したいと思った理由(3 - (5))

最多回答の「当せん金に魅力があるから」が48.9%(同 49.5%)、次いで「チームの試合の勝敗を予想するのがおもしろいから」が35.5%(37.3%)、「くじが好きだから」が24.0%(22.4%)で昨年調査とほぼ同様であった。

(5) 購入したことがない理由(3 - (6))

最多回答の「試合の勝敗の予想に自信がないから」が43.1%(同 26.4%)で、昨年調査より約17ポイント増加、次いで「Jリーグに関心がないから」が36.1%(同 45.9%)で、昨年調査より約10ポイント減少、「当たる確率が低いから」が26.9%(同 18.2%)で、昨年調査より約9ポイント増加した。

(6) 今後の購入意向(3 - (7))

「購入する」が6.9%(同 5.9%)、「たぶん購入する」が10.1%(同 8.8%)、「半々である」が22.7%(同 15.0%)で、購入意向が合計39.7%(同 29.7%)であり、昨年調査より10ポイント増加した。

一方、「たぶん購入しない」が37.4%(同 38.2%)、「購入しない」が22.4%(同 32.0%)で、非購入意向が合計59.8%(同 70.2%)であり、昨年調査より約10ポイント減少し、全体として今後の購入意向の割合は高まっている。

4 totoの魅力、不満、助成に対する評価(P. 6)

(1) totoの魅力(4 - (1))

最多回答の「1口100円」が65.9%(同 46.8%)で昨年調査より約19ポイント増加し、次いで「スポーツ振興のための財源確保」が56.3%(同 35.0%)で、昨年調査より約21ポイント増加した。

(2) totoへの不満(4 - (2))

最多回答の「当面は、コンビニエンスストアでは販売しない」が43.5%(同 33.5%)で、昨年調査より10ポイント増加し、昨年調査同様に抜きんで高くなっている。

(3) 収益のスポーツ振興事業への助成に対する評価(4 - (3))

「大変評価できる」が23.1%で、「概ねよい」が65.9%と、全体の約9割が肯定的評価であった。

5 totoの販売場所、方法等(P. 7～8)〔調査は購入意向者を対象〕

(1) totoの購入希望場所(5 - (1))

最多回答の「コンビニエンスストア」が78.9%で、昨年調査同様に抜きんでて高くなっている。

(2) totoの販売期間が重複すること(6 - (2))

「いつでも購入できるのでうれしい」が36.8%、「販売期間の中断がなくなるのでやむを得ない」が27.7%で、販売期間の中断がなくいつでも購入できるが半数以上を占めた。

(3) インターネットによる購入予約等(6 - (4)、(5))

今後、携帯やインターネットで購入予約をしたいが47.5%でほぼ半数を占め、直接購入できた場合の購入意向は、53.4%で半数以上を占めた。

(4) デビットカードによるtotoの購入(6 - (7))

「今後利用したい」が32.2%で、利用意向が高くなっている。

6 当せん金等(P. 9)〔調査は購入意向者を対象〕

・ 適当な当せん金の最高限度額(7 - (3))

「100円(1口)で1億円」が7割以上を占めた。