

平成16年2月2日

報道関係各位

独立行政法人日本スポーツ振興センター

スポーツ振興くじtotoに関する調査報告について

独立行政法人日本スポーツ振興センターでは、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. 「toto」の認知度は、約8割。「totoGOAL」の認知度は、約5割。
2. 「購入したことがある」者の割合は、年ごとに低下。
3. 購入頻度や購入金額が下がった理由は、最多回答の「当たる確率が低いから」が52.5%、次いで「勝敗・得点予想に自信がなくなった」が40.0%となっている。
4. 購入希望場所は、最多回答の「コンビニエンスストア」が57.5%で、次いで「宝くじ販売店」が43.8%となっている。
5. 販売方法等の希望は、「当せん金が低くても当たり易いくじの販売」が40.2%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～69歳の男女個人 | [同左] |
| 標本数 5,000 | [同左] |
| 調査時期 平成15年9月11日～9月28日 | [平成14年10月9日～10月24日] |
| 2 回収結果（P.1） | |
| 有効回収数 3,579（回収率：71.6%） | [3,757（回収率：75.1%）] |
| 男性 1,811（50.6%） | [1,744（46.4%）] |
| 女性 1,768（49.4%） | [2,013（53.6%）] |

調査結果の概要

1 totoの認知度 (P. 2)

(1)「toto」の認知 (2 - (1))

「知っている」が80.1% (昨年調査 90.9%) で、全体の8割に減少した。

(2)「totoGOAL」の認知 (2 - (2))

「知っている」が48.2%で、全体の約5割であった。(昨年調査せず。)

2 totoの購入経験等 (P. 3~7)

(1) スポーツ振興くじの購入経験 (3 - (1))

「購入したことがある」は、2001年が6.9%、2002年が4.8%、2003年が2.9%と年ごとに低下している。

(2) スポーツ振興くじの購入頻度や購入金額の変化 (3 - (2))

「昨年と今年を比べて、上がった」が7.6%、「昨年と今年を比べて、変わらない」が54.3%、「昨年と今年を比べて、下がった」が38.1%であった。(昨年調査せず。)

(3) 購入頻度や購入金額が下がった理由 (3 - (3))

最多回答の「当たる確率が低い」が52.5%、次いで「勝敗・得点予想に自信がなくなった」が40.0%、「当せんしそうな気がしない」が32.5%、「時間の余裕がない」が30.0%となっている。(昨年調査せず。)

(4) 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「適当な販売店がなかった」が33.5% (同 39.2%) で、次いで「当たる確率が低い」が30.4% (昨年調査せず。) となっている。

(5) 購入しようと思った理由 (3 - (5))

最多回答の「当せん金に魅力がある」が39.9% (同 48.9%)、次いで「勝敗・得点を予想するのがおもしろい」が28.9% (同 35.5%)、「Jリーグが好き」が28.5% (同 23.2%) となっている。

(6) 購入したことがない理由 (3 - (6))

最多回答の「Jリーグに関心がない」が52.9% (同 36.1%)、次いで「勝敗・得点の予想に自信がない」が19.8% (同 43.1%)、「くじは嫌い」が17.5% (同 16.5%) となっている。

(7) スポーツ振興くじの魅力 (3 - (7))

最多回答の「1口100円」が38.9% (同 65.9%)、次いで「スポーツ振興のための財源確保が目的」が38.0% (同 56.3%) となっている。

(8) スポーツ振興くじの不满 (3 - (7))

最多回答の「コンビニエンスストアでの販売は会員限定」が30.3%と抜きんできて高くなっている。

3 toto販売店 (P . 1 0)

スポーツ振興くじの購入希望場所 (4 - (8))

最多回答の「コンビニエンスストア」が57.5% (同 78.9%) で、昨年調査より約21ポイント減少、次いで「宝くじ販売店」43.8% (昨年調査せず。) となっている。

4 コンビニエンスストアでのtoto販売 (P . 1 0 ~ 1 1)

(1) コンビニエンスストアでの販売の評価 (5 - (2))

「大変評価できる」と「評価できる」をあわせて46.2%、「あまり評価できない」と「評価できない」をあわせて49.5%となっている。

(2) コンビニエンスストアでの販売を評価する理由 (5 - (3))

最多回答の「身近に購入できる店舗が増えた」が85.2%と抜きんできて高くなっている。

(3) コンビニエンスストアでの販売を評価しない理由 (5 - (4))

最多回答の「青少年への悪影響が心配」が38.9%で、次いで「会員限定の販売」が19.4%、「限定されたコンビニエンスストアでの販売」が13.2%となっている。

5 今後のスポーツ振興くじ (P . 1 1)

販売方法等の希望 (6)

最多回答の「当せん金が低くても当たり易いくじの販売」が40.2%で、次いで「コンビニエンスストアで誰でも買えるようにする」が35.1%、「ネットや携帯電話での購入システム」が16.6%、「1等を1億円から2億円に引き上げる」が16.0%となっている。

本件に関するお問い合わせ

独立行政法人日本スポーツ振興センター スポーツ振興投票部
企画運営課 渡部・永井 TEL 03-5410-9184