

## 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、前年に引き続き、スポーツ振興くじの認知度、購入意向及び購入方法等の購入動向を把握するため、スポーツ振興くじtotoに関する調査を実施しましたので、その結果について御報告いたします。

### 調査対象等

#### 1 調査設計(別紙「調査報告」P1)

- (1) 調査対象及び標本数 全国の満19歳以上満69歳未満の男女個人 5,000サンプル(前回3,000)
- (2) 調査時期 平成13年7月5日～7月22日

#### 2 回収結果(P1)

有効回収数 3,609(回収率72.2%) うち、男 1,787(49.5%) 女 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(P2)

Jリーグへの関心、興味及びJリーグへの関わりの程度は、前年調査とほぼ同様である。

#### 2 totoの認知度(P3)

- (1) 「スポーツ振興くじの仕組み」(87.7%)、「totoの愛称」(81.5%)、「ロゴマーク」(71.5%)の認知度は高い。

「FOR ALL SPORTS OF JAPAN」の認知度も、12.2%と向上した。

- (2) totoの具体的な内容については、「Jリーグの試合結果を予想するもの」(74.1%)、「1口100円」(65.5%)、「スポーツ環境整備の財源の確保」(54.7%)の認知度が高い。

また、前回調査に比べると、「2001年開幕時から全国で販売」(54.1%)、「13試合を対象に予想を投票」(50.7%)の認知度が高くなっている。

#### 3 購入経験、購入回数(P4～7)

- (1) totoの購入経験は、「1回でも購入したことがある」が8.5%であり、「購入したかったが、購入できなかった」が7.8%であった。購入回数は、「1回～5回」が70.4%、購入口数は、「1～5口」が42.0%、次いで「6～10口」が32.9%であった。

- (2) 購入したいと思った理由は、「当せん金に魅力」(49.5%)、「チームの勝敗予想が面白い」(37.3%)、「気軽に買えそう」(35.8%)が高い。

なお、「購入したかったが、購入できなかった」理由は、「適当な販売店がない」(53.4%)、「少し様子を見たいから」(36.0%)、「予想に自信がない」(32.5%)などであった。

#### 4 totoの魅力、不満等(P8)

- (1) 魅力は、「1口100円」が46.8%、「収益はスポーツ振興」が35.9%、「スポーツ環境の財源確保」が35.0%と、前年とほぼ同様である。
- (2) 不満は、「当面コンビニでは販売しない」が33.5%、「払戻は信用金庫」が15.1%、「10万円超は後日払戻し」が10.6%と、前年とほぼ同様である。
- (3) 収益の用途に対する希望は、「スポーツに気軽に親しめる環境整備」(75.9%)、「指導者の養成、資質の向上」(36.3%)、「国際競技力向上のための環境整備」(26.5%)が高い。

#### 5 totoの販売等(P10)

購入希望場所は、「コンビニ」(71.6%)、「ガソリンスタンド」(32.5%)、「プレイガイド、チケットショップ」(24.6%)が高い。

#### 6 市場規模の試算(P12)

販売条件等が整備できた場合、1,200億円～1,900億円程度の販売額が見込まれる。

これが直ちに販売額の見込みに直結するものではないが、これを目指して今後、努力してまいりたい。

#### 調査結果から見たお客様像(購入経験のある者を対象)

1. 年齢は、「19～29歳」(26.7%)が高く、次いで「30代」(18.2%)となっている。性別は、男性が77.2%、女性が22.8%で、女性の割合も相当程度を占める。
2. 「Jリーグへの関心がある」方が77.5%と高く、その他のくじ等の購入は、宝くじは70.7%と高いが、ナンバーズ、ミニロト、公営競技の参加率は低い。
3. 購入理由は、「当せん金に魅力」(56.0%)、「チームの勝敗予想が面白い」(45.0%)、「気軽に買えそう」(38.4%)などの理由が高く、魅力は、「1口100円」(77.9%)、「1口当たりの当せん金最高1億円」(58.3%)、「収益はスポーツ振興」(35.5%)が高い。不満は、「当面コンビニでは販売しない」(55.0%)、「払戻は信用金庫」(29.3%)が高い。  
また、「再購入意向あり」が91.9%と、極めて高い結果となっている。