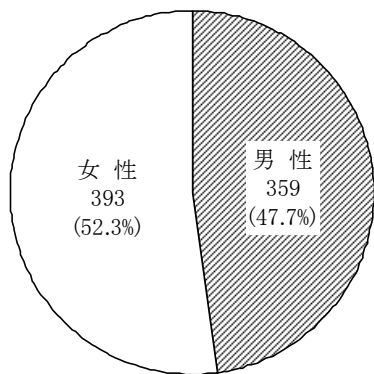


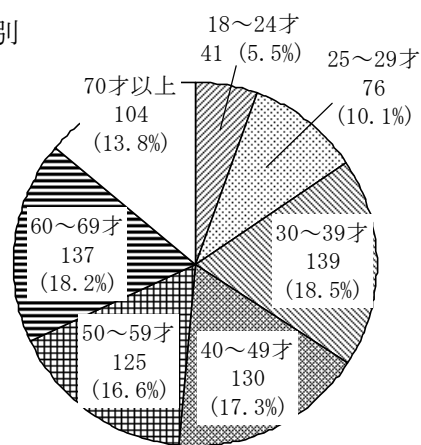
- 調査目的 宝くじに関する消費者の購入実態や商品企画、販売、広報宣伝等に対する意識、要望あるいは各種くじに対する意識、評価を把握する。
調査は年4回実施、第1回の調査事項は次の通り。

 - ・直近1年の宝くじの購入状況と要望
 - ・娯楽その他への参加状況及びマスメディアの利用状況
 - ・ドリームジャンボ宝くじの購入状況
 - ・宝くじ収益金の使い道に関する認知状況
- 調査対象 全国47都道府県に居住する満18才以上の男女個人。
「宝ニュース」「宝くじNEWS RELEASE」「公募ガイド」「懸賞なび」等によるモニター募集に応募した4,820名の母集団から、宝くじ人口分布状況等に基づいて抽出した標本数800名を調査対象（今年度の宝くじモニター）とする。
今年度宝くじモニターの属性分布状況は次ページの表のとおり。
- 実施時期 第1回 平成26年6月5日～平成26年6月16日
- 調査方法 調査対象800名にアンケート調査用紙を郵送し、記入後に返却してもらう。
- 回答者数 752名
- 回収率 94.0%
- 回答者の内訳 下図の通り（単位：人、%）

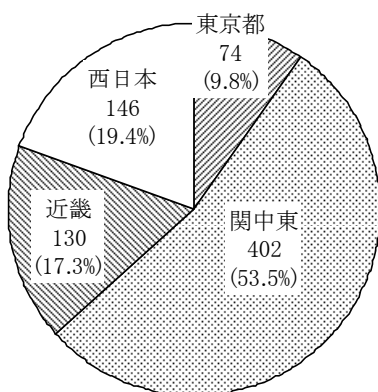
●性別



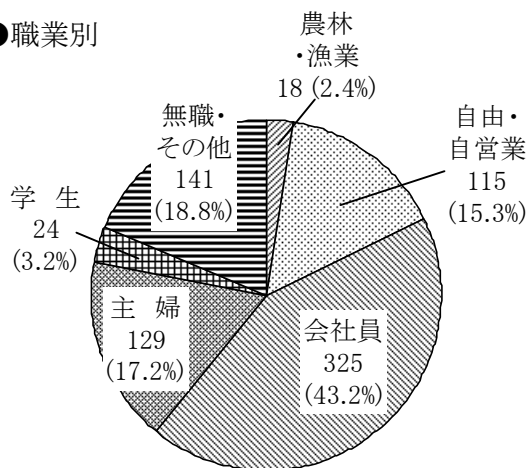
●年齢別



●地域別



●職業別



宝くじモニター属性分布状況(2014年度)

(人)

地域	性別		年齢別							職業別						
	全体	男女別	18 ～ 24才	25 ～ 29才	30 ～ 39才	40 ～ 49才	50 ～ 59才	60 ～ 69才	70才 以上	農林・漁業	自由・自営業	会社員	主婦	学生	無職・その他	
北海道	35	男性	17	2	1	3	3	3	3	2	1	4	8	0	1	3
		女性	18	1	2	3	3	3	4	2	0	1	7	6	1	3
東北	58	男性	28	0	3	5	5	5	6	4	1	7	14	0	0	6
		女性	30	3	2	5	5	5	5	5	1	2	11	10	1	5
北関東	46	男性	22	2	2	4	4	3	4	3	1	5	10	0	2	4
		女性	24	2	2	5	4	4	4	3	1	2	9	7	1	4
南関東	142	男性	71	6	6	14	11	11	14	9	2	17	35	0	3	14
		女性	71	5	7	12	12	12	13	10	0	6	27	24	2	12
東京都	80	男性	39	1	5	7	6	6	8	6	0	9	20	0	1	9
		女性	41	1	5	8	7	6	8	6	0	4	16	13	1	7
甲信越	54	男性	26	0	3	5	4	5	5	4	2	7	12	0	0	5
		女性	28	1	3	5	5	5	5	4	1	2	10	9	1	5
東海	92	男性	43	4	4	8	8	7	6	6	1	8	23	0	2	9
		女性	49	3	5	9	9	8	9	6	1	4	18	17	1	8
近畿	77	男性	39	1	7	7	6	6	7	5	1	9	20	0	1	8
		女性	38	1	5	7	6	6	7	6	1	3	14	12	1	7
大阪府	57	男性	29	1	3	6	6	5	4	4	0	9	13	0	1	6
		女性	28	2	2	5	5	5	5	4	0	2	11	9	1	5
中国	42	男性	18	2	0	4	3	4	4	1	0	5	9	0	1	3
		女性	24	2	2	4	4	4	4	4	0	2	9	8	1	4
四国	26	男性	13	0	0	2	2	2	3	4	1	3	4	0	0	5
		女性	13	0	2	2	2	2	3	2	0	1	5	5	0	2
九州	91	男性	44	2	7	7	8	6	8	6	2	7	24	0	2	9
		女性	47	2	6	8	8	8	8	7	1	4	18	15	1	8
合計	800	男性	389	21	41	72	66	63	72	54	12	90	192	0	14	81
		女性	411	23	43	73	70	68	75	59	6	33	155	135	12	70
		計	800	44	84	145	136	131	147	113	18	123	347	135	26	151

宝くじモニター回答者属性分布状況

2014年度 第1回調査

(人)

地域	性別		年齢別							職業別						
	全体	男女別	18 ～ 24 才	25 ～ 29 才	30 ～ 39 才	40 ～ 49 才	50 ～ 59 才	60 ～ 69 才	70 才 以上	農 林 ・ 漁 業	自 由 ・ 自 営 業	会 社 員	主 婦	学 生	無 職 ・ そ の 他	
北海道	33	男性	17	2	1	3	3	3	3	2	1	4	8	0	1	3
		女性	16	1	1	3	3	2	4	2	0	0	6	6	1	3
東 北	53	男性	26	0	3	5	4	5	5	4	1	6	13	0	0	6
		女性	27	2	2	5	5	5	5	3	1	2	10	9	1	4
北関東	45	男性	22	2	2	4	4	3	4	3	1	5	10	0	2	4
		女性	23	2	2	5	4	3	4	3	1	2	8	7	1	4
南関東	135	男性	64	5	5	13	10	10	12	9	2	14	32	0	2	14
		女性	71	5	7	12	12	12	13	10	0	6	27	24	2	12
東京都	74	男性	34	1	5	7	5	6	6	4	0	9	17	0	1	7
		女性	40	1	5	8	6	6	8	6	0	4	16	13	1	6
甲信越	52	男性	24	0	3	5	4	5	5	2	2	7	12	0	0	3
		女性	28	1	3	5	5	5	5	4	1	2	10	9	1	5
東 海	84	男性	39	4	3	7	8	5	6	6	1	7	20	0	2	9
		女性	45	3	5	8	9	8	8	4	1	4	17	15	1	7
近 畿	74	男性	37	1	7	7	5	6	7	4	1	8	20	0	1	7
		女性	37	1	5	7	6	6	6	6	1	3	14	11	1	7
大阪府	56	男性	28	1	2	6	6	5	4	4	0	9	12	0	1	6
		女性	28	2	2	5	5	5	5	4	0	2	11	9	1	5
中 国	40	男性	16	1	0	4	3	3	4	1	0	4	9	0	0	3
		女性	24	2	2	4	4	4	4	4	0	2	9	8	1	4
四 国	25	男性	13	0	0	2	2	2	3	4	1	3	4	0	0	5
		女性	12	0	2	1	2	2	3	2	0	1	5	4	0	2
九 州	81	男性	39	2	5	6	7	6	7	6	2	7	19	0	2	9
		女性	42	2	4	7	8	8	6	7	1	4	16	14	1	6
合 計	752	男性	359	19	36	69	61	59	66	49	12	83	176	0	12	76
		女性	393	22	40	70	69	66	71	55	6	32	149	129	12	65
		計	752	41	76	139	130	125	137	104	18	115	325	129	24	141

Ⅱ. 調査結果の要約

1. ドリームジャンボ宝くじの購入状況

- 今年度（平成26年度）発売のドリームジャンボミニ5000万を含むドリームジャンボ宝くじ（以下ドリーム全体という）の購入率は52.3%で前年度比2.8ポイント減少した。ドリームジャンボ宝くじの発売では、平成20年度から22年度まではミリオンドリームを同じ期間併売、平成23年度は再びドリームジャンボ宝くじのみの販売に戻り、平成24年度と25年度はドリーム10(TEN)を併売、今年度はドリームジャンボミニ5000万を併売と、各年度によって構成が異なるので単純な年度比較は行えない。但し、併売を含めたドリーム全体という切り口で比較すると、ドリーム全体の購入率は平成17年度以降低下傾向にあったが、20年度はミリオンドリームの効果で増加し低下を食い止めた。ミリオンドリームが併売でなくなった23年度は53.9%と反落したが、ドリーム10(TEN)を併売した24年度、25年度は55.1%と減少に歯止めをかけたものの今年度は52.3%と再び低下した。今年度の内訳は「ドリームジャンボ宝くじのみを買った」が27.9%と前年度比10.7ポイント減少したのに対し、「両方とも買った」が17.6%で「ドリームジャンボミニ5000万のみを買った」が6.8%といずれも前年度より増加した。ドリームジャンボ全体の平均購入枚数は24枚で、前年度比で1枚の減少となった。
- ドリームジャンボ宝くじのみ購入者の平均購入枚数は20枚で、ドリームジャンボ全体の平均購入枚数24枚より4枚少ない。ドリームジャンボ宝くじのみの購入理由の第1位は「夢を買うつもりで」(73.8%)、第2位は「ジャンボ宝くじはいつも買う」(43.2%)、次いで「ドリームジャンボ宝くじはいつも買う」(27.2%)と続いている。
- ドリームジャンボミニ5000万のみ購入者の平均購入枚数は16枚で、ドリームジャンボ宝くじ全体の平均購入枚数24枚より8枚少ない。ドリームジャンボミニ5000万のみ購入者の購入理由の第1位は「5,000万円程度の賞金の当せん本数が多い方が良い」(80.4%)で、次に「何となくドリームジャンボミニ5000万の方が当たりやすそうな気がした」(52.9%)となっている。
- ドリームジャンボ宝くじとドリームジャンボミニ5000万両方購入者の平均購入枚数は33枚で、ドリームジャンボ全体の平均購入枚数24枚より9枚多い。両方購入理由の第1位は「夢を買うつもりで」(75.2%)で、第2位は「高額賞金とドリームジャンボミニ5000万の当たりやすそうな賞金の両方に魅力」(67.4%)、次に「ジャンボはいつも買っているのでドリームジャンボミニ5000万も同じジャンボ宝くじだと思った」(17.1%)と続いている。ドリームジャンボミニ5000万の発売により「高額賞金とドリームジャンボミニ5000万の当たりやすそうな賞金の両方に魅力」が67.4%と高かった。

- 購入売場の第1位は「買い物先近くの売場」42.3%、第2位は「自宅近くの売場」34.1%、第3位は「大口当せんの売場」31.0%と続く。「買い物先近く」や「自宅近く」の地域密着型は76.4%と堅調なのに対して、「通勤途中」や「勤務先近く」の勤務先型は19.7%と低調である。
- 購入売場数は「1ヶ所」が76.3%で圧倒的に多い。「2ヶ所」まで含めると、95.2%と大多数を占める。
- ドリームジャンボ全体の購入者がドリームジャンボ発売期間中に購入した他の宝くじの第1位は「ロト6」の31.4%である。第2位は「スクラッチ」の24.6%、第3位は平成25年4月より発売開始となった「ロト7」の22.8%、以下「100円くじ」16.0%、「ミニロト」13.6%と続く。ドリームジャンボ宝くじのみで「他のくじは買っていない」は42.9%で前年度比0.5ポイント増加した。
- ドリームジャンボ全体の非購入理由の第1位は「当たる気がしない」42.8%、第2位は「仕事が忙しい等で今回は買う時間がなかった、あるいは買い忘れた」30.5%、第3位は「いつも買わない」17.4%となっている。「仕事が忙しい等で今回は買う時間がなかった、あるいは買い忘れた」の30.5%と「発売を知らなかった、もしくは買いに行ったら既に発売期限後だった」の9.7%を合計すると40.2%になり、潜在的購入対象者層と考えられる。
- 前年度ドリームジャンボ購入者の今年度のドリーム全体の購入動向は、「昨年度と同枚数買った」が43.1%とほぼ半数を占めている。「昨年より枚数を増やした」は8.5%であるのに対し、「昨年より枚数を減らした」11.2%、「買わなかった」が37.2%であった。
- ドリームジャンボ宝くじの賞金額に対する評価については、「中間賞金の当せん確率引き上げ派」が58.2%と前年度比1.2ポイント減少した。次いで「現状維持派」は4.1ポイント増加の31.1%。「1等や前後賞をあわせた金額引上げ派」は4.2ポイント減少の2.8%である。
- 中間賞金充実派のドリームジャンボ全体の購入状況は「両方とも買わなかった」が49.5%と最も多く、「ドリームジャンボ宝くじのみを買った」22.5%、「両方とも買った」18.2%、「ドリームジャンボミニ5000万のみを買った」9.8%と続く。これをモニター全体の購入状況と比較すると、回答割合に若干の差はあるものの全体の傾向としては両者はほぼ同じである。「当せん確率の高い方が良い」と思いながらも、「高額賞金が魅力」という思いも併せ持って購入しているようである。

- 中間賞金充実派ではあるが、ドリームジャンボミニ5000万を購入しなかった人の非購入理由の第1位は「当たる気がしない」35.8%、次に「5,000万円の当せん確率が良いと思わない」16.2%、「1等が3億5,000万円と高額のドリームジャンボ宝くじを優先した」11.6%、「賞金条件に魅力を感じなかった」4.3%と続く。
- ドリームジャンボ宝くじの広告媒体として最も印象の強いものは「テレビ」で、73.4%と従来どおり圧倒的。次いで「売場の音声案内やのぼり、ポスター、チラシ等」13.5%で、前年度に続き「新聞」7.1%を上回った。

2. 「宝くじの収益金の使い道」に関する認知状況

- 宝くじ収益金の使い道について「知っている」は69.7%を占める。年齢別にみると、「60代」と「70才以上」で認知率が高い。
- 宝くじ収益金の使い道を知っている人のうち、住まいの地域での収益金活用の内容を「知っている」は65.6%に上る。
- 宝くじ収益金の使い道を知った媒体としては、「テレビ」(55.3%)と「実際の施設・車両等の案内」(47.6%)がいずれもほぼ半数を占める。次に、「チラシ、パンフレット、雑誌、広報誌」(26.7%)が続く。

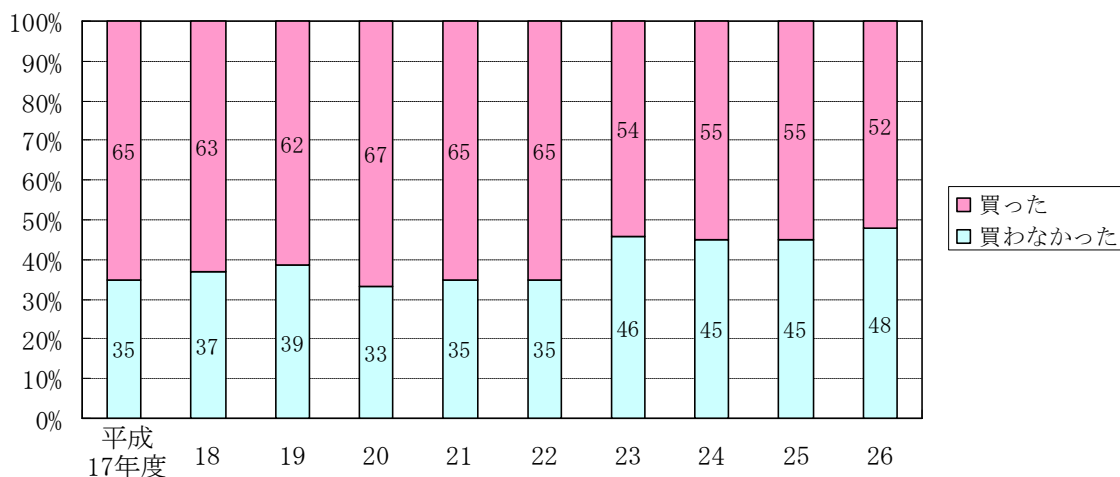
3. ドリームジャンボ宝くじの購入状況の10年推移

- ドリームジャンボ宝くじの購入率は、平成17年度の65%をピークにその後低下傾向にあった。しかし平成20年度はミリオンドリーム併売の効果で67%に回復し持直しを見せたが、ミリオンがなくなった平成23年度は大きく下落した。ドリーム10(TEN)を併売した平成24年度、25年度は55%と減少に歯止めをかけたものの今年度は52%と再び低下した。
- ドリームジャンボ全体の平均購入枚数は、平成18年度以降低下し、19年度には24枚に落ち込んだが、20年度から22年度まではミリオンドリーム併売の効果があり、22年度は30枚にまで回復した。ミリオン併売がなくなった23年度は、ミリオンがなかった19年度と同じ24枚にまで減少した。24年度と25年度はドリーム10(TEN)を併売、今年度はドリームジャンボミニ5000万を併売したが、ほぼ横這いで推移している。
- ドリームジャンボ購入売場の10年推移については、地域密着指標（「自宅近く」＋「買い物先近く」）が着実に上昇傾向にある。（平成17年度58%→21年度66%→26年度76%）。反対に、同じ利便性と考えられていた勤務先指標（「勤務先近く」＋「通勤途中」）は漸減している。（平成17年度27%→21年度21%→26年度20%）。他では、平成17年度ではトップだった「大口当せん」も漸減している。（平成17年度39%→21年度35%→26年度31%）。「サービスと感じの良い」は主観性が高いためか各年度のモニターによるばらつきがあるものの1割前後で推移している。

ドリームジャンボ宝くじ全体の購入率

	ドリームジャンボ宝くじ全体の購入率 (%)									
	平成 17 年度	18	19	20	21	22	23	24	25	26
買った	65	63	62	67	65	65	54	55	55	52
買わなかった	35	37	39	33	35	35	46	45	45	48

(注) 平成20年度～22年度はミリオンドリームを、平成24年度～平成25年度はドリーム10(TEN)を含む。

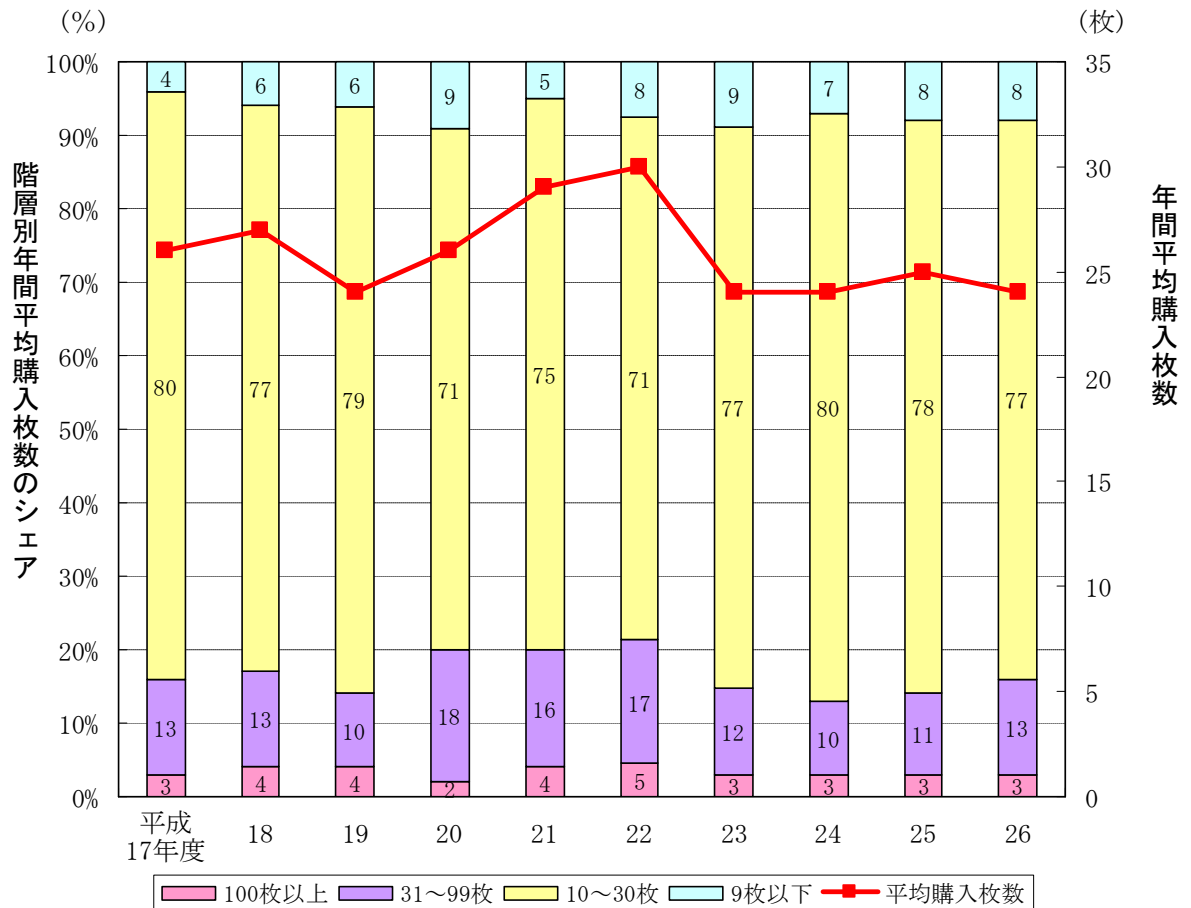


ドリームジャンボ宝くじ全体の購入枚数

(%、枚)

	平成 17 年度	18	19	20	21	22	23	24	25	26
9枚以下	4	6	6	9	5	8	9	7	8	8
10～30枚	80	77	79	71	75	71	77	80	78	77
31～99枚	13	13	10	18	16	17	12	10	11	13
100枚以上	3	4	4	2	4	5	3	3	3	3
平均購入枚数	26	27	24	26	29	30	24	24	25	24

(注) 平成20年度～22年度はミリオンドリームを、平成24年度～平成25年度はドリーム10(TEN)を含む。



ドリームジャンボ宝くじ全体の購入売場
(回答は4つ以内)

	(%)									
	平成 17 年度	18	19	20	21	22	23	24	25	26
自宅近く	26	29	25	26	30	37	32	31	31	34
買い物先近く	32	34	37	41	36	43	45	46	43	42
小計（地域密着指標）	58	63	62	67	66	80	77	77	74	76
勤務先近く	14	13	13	12	11	10	6	9	8	10
通勤途中	13	14	12	11	10	9	10	6	9	10
小計（勤務先指標）	27	27	25	23	21	19	16	15	17	20
大口当せん	39	34	31	33	35	35	32	27	30	31
週刊誌の紹介	4	4	4	6	8	4	4	4	3	5
大都市	6	9	8	9	11	8	10	4	8	4
サービスと感じが良い	14	12	9	13	13	15	8	11	8	10
通信販売等	—	—	2	2	3	3	2	2	3	1

(注) 平成20年度～22年度はミリオンドリームを、平成24年度～平成25年度はドリーム10(TEN)を含む。

データ分析上の参考事項

- 過年度との比較は、各年度の第1回アンケート調査結果との対比で行った。
- 10年間の動向を見る上から、設問・回答の内容や形式が類似しているが同一でないものは今回のアンケートベースに引き直しをした。
- 平均購入額や平均購入枚数、平均購入回数を算出するに当たって使用する階層別の推定平均値は次の通りとした。

	階 層	推定平均値		階 層	推定平均値
通常くじの購入回数	年1回	1回	宝くじの購入金額	千円以内	1,000円
	半年に1回	2		千円超5千円以内	3,500
	2～5ヶ月に1回くらい	4		5千円超1万円以内	8,000
	1ヶ月に1回くらい	12		1万円超3万円以内	20,000
	1ヶ月に2～3回	30		3万円超5万円以内	40,000
	ほとんど毎日	40		5万円超10万円以内	80,000
				10万円超	150,000
ナンバーズ・ミニロト・ロト6・ロト7の購入回数 (注)	週に3回以上	156回	ジャンボ宝くじの購入枚数	1～9枚	5枚
	週に2回	104		10枚	10
	週に1回	52		11～20枚	20
	2～3週に1回くらい	21		21～30枚	30
	月に1回くらい	12		31～40枚	40
	2ヶ月に1回くらい	6		41～50枚	50
	3～6ヶ月に1回くらい	3		51～99枚	75
	年に1回くらい	1		100～149枚	125
	キャリーオーバーが出たとき(ロト7)	18		150枚以上	200
キャリーオーバーが出たとき(ロト6)	14				

(注) ミニロトとロト7の階層は、「週に3回以上」「週に2回」「週に1回」に代えて「週に1回」(推定平均値52回)。
 ロト6の階層は、「週に3回以上」「週に2回」「週に1回」に代えて「週に2回」(推定平均値104回)「週に1回」(推定平均値52回)。