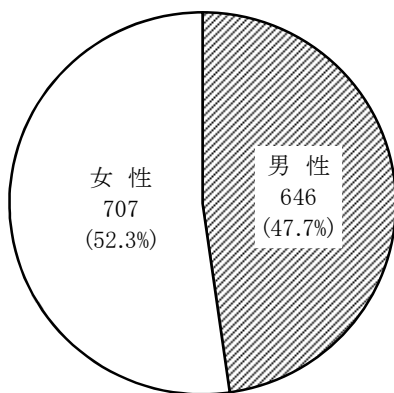


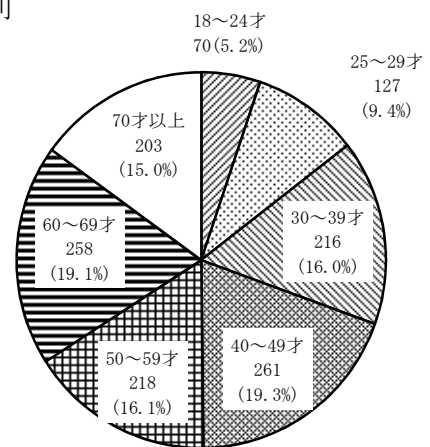
- **調査目的** 宝くじに関する消費者の購入実態や商品企画、販売等に対する意識、要望あるいは各種くじに対する意識、評価を把握する。
調査を年に2回実施、調査事項は次の通り。

 - ・宝くじの購入経験等について
 - ・ジャンボ宝くじ直近1年間の購入状況について
 - ・ジャンボ宝くじ、ジャンボミニ、ジャンボプチ非購入理由と購入意向について
 - ・ジャンボ宝くじ以外の全国通常宝くじ、ブロック宝くじの購入状況等について
- **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」「公募ガイド」「懸賞なび」「宝くじNEWS RELEASE」「日本農業新聞」「北海道新聞」「大阪日日新聞」「南日本新聞」等による調査対象者募集に応募した4,804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1,500名を調査対象（今回の調査対象者）とする。
今回調査対象者の属性分布状況は次ページの表のとおり。
- **実施時期** 令和元年8月3日～令和元年8月14日
- **調査方法** 調査対象1,500名に調査用紙を送付し、記入後に返却してもらう。
- **回答者数** 1,353名
- **回収率** 90.2%
- **回答者の内訳** 下図の通り（単位：人、%）

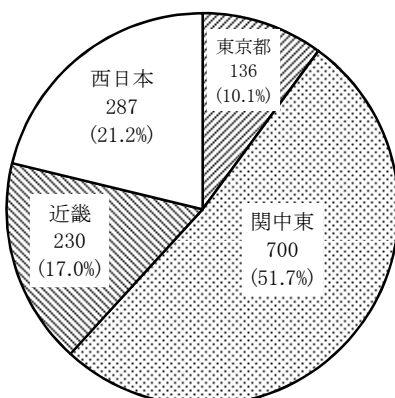
●性別



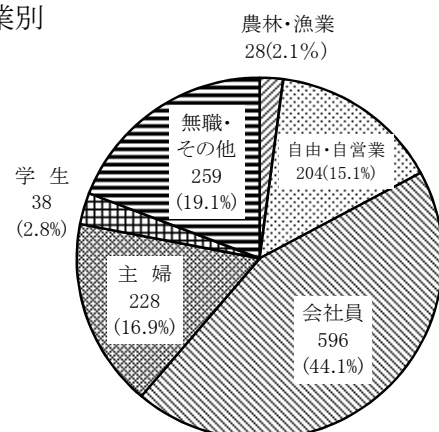
●年齢別



●地域別



●職業別



2019年度

宝くじ統計調査対象者属性別分布状況

(人)

地 域	性 別		年 令 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・ 魚業	自由・ 自営業	サラリー マン	主 婦	学 生	無職・ その他	
北海道	70	男性	34	0	4	5	6	5	9	5	2	8	18	0	0	6
		女性	36	3	3	7	6	6	6	5	3	2	12	10	3	6
東 北	97	男性	47	2	6	7	9	7	8	8	1	10	26	0	2	8
		女性	50	0	7	8	9	8	10	8	1	4	18	17	0	10
北関東	86	男性	43	4	2	7	8	7	9	6	1	13	20	0	1	8
		女性	43	5	2	7	9	6	8	6	1	4	16	12	2	8
南関東	268	男性	132	8	10	20	26	23	25	20	4	34	67	0	3	24
		女性	136	8	12	21	26	23	25	21	1	12	49	44	5	25
東京都	156	男性	77	3	10	12	15	12	13	12	0	20	39	0	3	15
		女性	79	3	8	13	14	13	15	13	0	6	30	26	1	16
甲信越	93	男性	44	2	5	8	9	7	6	7	1	11	23	0	1	8
		女性	49	1	7	8	9	7	9	8	0	6	15	17	1	10
東 海	176	男性	85	7	8	14	15	12	16	13	3	18	43	0	5	16
		女性	91	7	8	15	16	14	17	14	2	4	33	30	6	16
近 畿	136	男性	64	4	5	11	13	9	11	11	1	14	34	0	2	13
		女性	72	2	8	12	15	11	13	11	2	4	28	23	1	14
大阪府	110	男性	56	5	3	8	10	10	12	8	1	17	26	0	2	10
		女性	54	3	6	9	10	9	9	8	0	3	22	17	2	10
中 国	90	男性	44	3	5	6	8	7	8	7	1	10	24	0	1	8
		女性	46	1	6	7	9	7	9	7	2	4	16	14	1	9
四 国	49	男性	23	2	1	4	4	4	4	4	0	5	13	0	1	4
		女性	26	1	3	4	5	4	5	4	1	2	9	8	1	5
九 州	169	男性	81	5	6	13	16	13	15	13	2	17	44	0	2	16
		女性	88	6	8	14	16	14	17	13	3	10	26	29	3	17
合 計	男性	730	45	65	115	139	116	136	114	17	177	377	0	23	136	
	女性	770	40	78	125	144	122	143	118	16	61	274	247	26	146	
		1,500	85	143	240	283	238	279	232	33	238	651	247	49	282	

2019年度

宝くじ統計調査回答者属性別分布状況

■ 第1回 回答者 ■

(人)

地 域	性 別		年 令 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 ・ 魚 業	自 由 ・ 自 営 業	サ ラ リ ー マ ン	主 婦	学 生	無 職 ・ そ の 他	
北海道	64	男性	31	0	4	5	4	5	9	4	2	6	18	0	0	5
		女性	33	2	2	7	6	6	6	4	3	1	12	9	2	6
東 北	86	男性	42	2	5	6	9	6	8	6	1	8	25	0	2	6
		女性	44	0	5	8	9	8	7	7	1	4	16	14	0	9
北関東	82	男性	42	4	2	7	8	7	8	6	1	13	19	0	1	8
		女性	40	3	2	7	9	6	8	5	1	4	16	11	1	7
南関東	234	男性	108	7	8	18	22	18	20	15	3	26	56	0	3	20
		女性	126	7	12	19	24	23	21	20	1	11	46	40	4	24
東京都	136	男性	65	2	10	8	11	11	12	11	0	17	31	0	2	15
		女性	71	1	8	11	13	12	13	13	0	6	26	25	0	14
甲信越	77	男性	36	2	4	6	8	3	6	7	1	6	20	0	1	8
		女性	41	1	5	6	8	7	8	6	0	3	13	15	1	9
東 海	157	男性	75	6	5	13	15	11	15	10	2	17	37	0	5	14
		女性	82	5	7	14	15	12	17	12	1	4	32	28	4	13
近 畿	126	男性	59	3	5	9	13	8	11	10	1	13	32	0	1	12
		女性	67	1	7	12	14	11	13	9	1	4	27	21	0	14
大阪府	104	男性	54	5	3	6	10	10	12	8	1	16	25	0	2	10
		女性	50	3	6	8	9	8	8	8	0	3	20	15	2	10
中 国	83	男性	41	3	4	5	8	7	8	6	1	9	22	0	1	8
		女性	42	1	6	7	8	7	8	5	2	4	14	13	1	8
四 国	47	男性	21	1	1	4	3	4	4	4	0	4	13	0	0	4
		女性	26	1	3	4	5	4	5	4	1	2	9	8	1	5
九 州	157	男性	72	5	6	12	14	11	14	10	2	13	41	0	2	14
		女性	85	5	7	14	16	13	17	13	2	10	26	29	2	16
合 計	男性	646	40	57	99	125	101	127	97	15	148	339	0	20	124	
	女性	707	30	70	117	136	117	131	106	13	56	257	228	18	135	
		1,353	70	127	216	261	218	258	203	28	204	596	228	38	259	

1. 「購入経験」宝くじの購入経験等について

- ジャンボ宝くじ、全国通常宝くじ、ブロック宝くじの購入経験は、「A 今までにジャンボ宝くじ、全国通常宝くじ、ブロック宝くじを買ったことがある」が89.9%、「B 今までにジャンボ宝くじ、全国通常宝くじ、ブロック宝くじを買ったことがない」が10.1%であった。
- 属性別にみると、年齢別では「18～24才」(44.3%)、「25～29才」(25.2%)、「30才代」(13.9%)、地域別では「西日本」(10.8%)、「関中東」(10.6%)、職業別では「学生」(44.7%) で買ったことがない割合が高い。
- スクラッチの購入経験は、「A 今までにスクラッチを買ったことがある」が69.2%、「B 今までにスクラッチを買ったことがない」が30.8%であった。
- 属性別にみると、年齢別では「18～24才」(52.9%)、「25～29才」(40.9%)、「70才以上」(33.0%)、「30才代」(31.0%)、地域別では「西日本」(32.1%)、職業別では「学生」(50.0%) で買ったことがない割合が高い。
- 数字選択式宝くじの購入経験は、「A 今までに数字選択式宝くじを買ったことがある」が55.3%、「B 今までに数字選択式宝くじを買ったことがない」が44.7%であった。
- 属性別にみると、年齢別では「18～24才」(75.7%)、「25～29才」(60.6%)、「70才以上」(50.2%)、地域別では「近畿」(48.7%)、職業別では「学生」(84.2%) で買ったことがない割合が高い。
- 「ジャンボ宝くじ、全国通常宝くじ、ブロック宝くじを買う理由」の第1位は「A 賞金目当て」(70.7%) で、第2位は「D 宝くじには大きな夢があるから」(59.5%) で他を大きく離している。以下、「C 当たっても当たらなくても楽しめるから」(20.8%)、「B 遊びのつもりで」(11.0%)と続く。
- 「スクラッチを買う理由」の第1位は「A 賞金目当て」の55.1%、第2位は「B 遊びのつもりで」の35.8%、第3位は「C 当たっても当たらなくても楽しめるから」の32.2%、第4位は「D 宝くじには大きな夢があるから」の27.2%であった。
- 「数字選択式宝くじを買う理由」の第1位は「A 賞金目当て」の65.1%で、第2位は「E 自分の好きな数字を選ぶことができるから」の38.0%、第3位は「D 宝くじには大きな夢があるから」の34.9%、以下「B 遊びのつもりで」の21.6%、「C 当たっても当たらなくても楽しめるから」の20.2%と続く。

2. ジャンボ宝くじ直近1年間の購入状況

(1) ジャンボ宝くじの認知率

- ジャンボ宝くじで知っているものの第1位は「B 年末ジャンボ」の92.7%、第2位は「E サマージャンボ」の87.2%、第3位は「D ドリームジャンボ」の82.3%で、「C バレンタインジャンボ」の40.4%、「A ハロウィンジャンボ」の39.0%と続く。
- 「F ジャンボ宝くじは知っているが、個々の名前までは知らない」は7.1%、「G ジャンボ宝くじを知らない」は0.3%であり、ジャンボ宝くじは「C バレンタインジャンボ」(40.4%)、「A ハロウィンジャンボ」(39.0%)では比率が低いものの、個々の名前を含めて、比較的良好に知られている。

(2) “ドリームジャンボ全体”の購入状況

- 令和元年度発売のドリームジャンボミニを含むドリームジャンボ宝くじ（以下“ドリームジャンボ全体”という）の購入率は36.8%で平成30年度比2.0ポイント減少した。令和元年度の内訳は「A ドリームジャンボ宝くじのみを買った」が17.7%、「C 両方とも買った」が12.8%、「B ドリームジャンボミニのみを買った」が6.3%であった。“ドリームジャンボ全体”の平均購入枚数は21枚と平成30年度の25枚から4枚減少となった。
- ドリームジャンボ宝くじのみ購入者の平均購入枚数は17枚で、“ドリームジャンボ全体”の平均購入枚数21枚より4枚少ない。
- ドリームジャンボミニのみ購入者の平均購入枚数は13枚で、“ドリームジャンボ全体”の平均購入枚数21枚より8枚少ない。
- ドリームジャンボ宝くじとドリームジャンボミニ両方購入者の平均購入枚数は30枚で、“ドリームジャンボ全体”の平均購入枚数21枚より9枚多い。

(3) “サマージャンボ全体”の購入状況

- 令和元年度発売のサマージャンボミニを含むサマージャンボ宝くじ（以下“サマージャンボ全体”という）の購入率は「A サマージャンボ宝くじのみを買った」が19.9%、「C 両方とも買った」が10.9%、「B サマージャンボミニのみを買った」が5.3%であった。
- 令和元年度発売の“サマージャンボ全体”の購入率は36.1%で、平成29年度に比べると6.2ポイント減少した。また、“サマージャンボ全体”の平均購入枚数は23枚と平成29年度比で4枚の減少となった。

- サマージャンボ宝くじのみ購入者の平均購入枚数は19枚で、“サマージャンボ全体”の平均購入枚数23枚より4枚少ない。
- サマージャンボミニのみ購入者の平均購入枚数は17枚で、“サマージャンボ全体”の平均購入枚数23枚より6枚少ない。
- サマージャンボ宝くじとサマージャンボミニ両方購入者の平均購入枚数は33枚で、“サマージャンボ全体”の平均購入枚数23枚より10枚多い。

(4) “ハロウィンジャンボ全体”の購入状況

- 平成30年度発売のハロウィンジャンボミニを含むハロウィンジャンボ宝くじ(以下“ハロウィンジャンボ全体”という)の購入率は21.7%、非購入率は78.3%であった。
- ”ハロウィンジャンボ全体“の平均購入枚数は23枚で、平成29年度から1枚減少となった。
- ハロウィンジャンボ宝くじのみ購入者の平均購入枚数は15枚で“ハロウィンジャンボ全体”の平均購入枚数の23枚より8枚少ない。
- ハロウィンジャンボミニのみ購入者の平均購入枚数は13枚で“ハロウィンジャンボ全体”の平均購入枚数の23枚より10枚少ない。
- ハロウィンジャンボ宝くじとハロウィンジャンボミニ両方購入者の平均購入枚数は36枚で“ハロウィンジャンボ全体”の平均購入枚数の23枚より13枚多い。

(5) “年末ジャンボ全体”の購入状況

- 平成30年度発売の年末ジャンボミニ、年末ジャンボプチ1000万を含む年末ジャンボ宝くじ(以下“年末ジャンボ全体”という)の購入率は、第1位が「A 年末ジャンボ宝くじを買った」で37.1%、第2位は「B 年末ジャンボミニを買った」で11.8%、第3位は「D すべて買った」で9.6%となっている。
- 平成30年度“年末ジャンボ全体”の購入率は55.3%で、平成29年度の56.4%から1.1ポイント減少した。また、“年末ジャンボ全体”の平均購入枚数は25枚と平成29年度比で3枚減少となった。
- 年末ジャンボ宝くじ購入者の平均購入枚数は18枚で、“年末ジャンボ全体”の平均購入枚数25枚より7枚少ない。

- 年末ジャンボミニ購入者の平均購入枚数は14枚で、“年末ジャンボ全体”の平均購入枚数25枚と比べると11枚少ない。
- 年末ジャンボプチ1000万購入者の平均購入枚数は19枚で、“年末ジャンボ全体”の平均購入枚数25枚と比べると6枚少ない。
- 年末ジャンボ宝くじと年末ジャンボミニと年末ジャンボプチ1000万をすべて購入者の平均購入枚数は45枚と“年末ジャンボ全体”の平均購入枚数25枚と比べると20枚多い。

(6) “バレンタインジャンボ全体”の購入状況

- 平成30年度発売のバレンタインジャンボミニを含むバレンタインジャンボ宝くじ（以下“バレンタインジャンボ全体”という）の購入率は、20.5%であった。
- “バレンタインジャンボ全体”の平均購入枚数は22枚で、平成29年度から1枚減少となった。
- “バレンタインジャンボ全体”の購入率(20.5%)はドリームジャンボ全体の購入率(36.8%)、サマージャンボ全体の購入率(36.1%)、ハロウィンジャンボ全体の購入率(21.7%)、年末ジャンボ全体の購入率(55.3%)と比較して、最も低い数字であった。

3. ジャンボ宝くじ、ジャンボミニ、ジャンボプチ非購入理由と購入意向

(1) ジャンボ宝くじの非購入理由と商品性の改善による購入意向

- 「ジャンボ宝くじ」（「ジャンボミニ」「ジャンボプチ」を除く）を購入しなかった非購入理由の第1位は「A 当たる気がしない」の38.9%。第2位は「C 買う時間がなかった、あるいは買い忘れた」(21.4%)、第3位は「B いつも買わない」(8.4%)となっている。
- ジャンボ宝くじ未購入者が「ジャンボ宝くじ」を買うようになる内容の第1位は「B 中間当せん金帯を拡充する」の64.6%、第2位は「C 特別賞を拡充する」の16.4%であった。「A 賞金額を10億円超に高額化する」は7.1%にとどまった。
- 「D 買いたいと思わない」は11.9%であった。

(2) ジャンボミニの非購入理由と商品性の改善による購入意向

- 「ジャンボミニ」（「ジャンボ宝くじ」「ジャンボプチ」を除く）を購入しなかった非購入理由の第1位は「A 当たる気がしない」の31.3%、第2位は「B いつも買わない」(16.6%)、第3位は「C 買う時間がなかった、あるいは買い忘れた」(13.9%)となっている。

- ジャンボミニ未購入者が「ジャンボミニ」を買うようになる内容の第1位は「A 中間当せん金帯を拡充する」の 58.0%、第2位は「B 特別賞を拡充する」の 17.4%であった。
- 「C 買いたいと思わない」は 24.6%であった。

(3) ジャンボプチ非購入理由と商品性の改善による購入意向

- 「ジャンボプチ」（「ジャンボ宝くじ」「ジャンボミニ」を除く）を購入しなかった非購入理由の第1位は「A 当たる気がしない」の 28.6%、第2位は「B いつも買わない」（19.4%）、第3位は「F 中間当せん金帯の当せん本数が少ないから」（12.4%）となっている。
- ジャンボプチ未購入者が「ジャンボプチ」を買うようになる内容の「A 特別賞を用意する」は 56.4%であった。
- 「B 買いたいと思わない」は 43.6%であった。

(4) ジャンボ宝くじ、ジャンボミニ、ジャンボプチのいずれも未購入者の販売面の改善による今後の購入意向

- 「ジャンボ宝くじ」、「ジャンボミニ」、「ジャンボプチ」いずれも未購入者が「ジャンボ宝くじ」、「ジャンボミニ」、「ジャンボプチ」を買うようになる内容の第1位は「A コンビニ内の宝くじ売場で購入できるようにする」の 42.9%であった。第2位は「C クレジットカードでも購入できるようにする」の 23.6%、第3位は「B Suica」などの電子マネーでも購入できるようにする」の 15.8%であった。

4. ドリームジャンボ宝くじ購入者、ドリームジャンボミニ購入者の当せん金満足度

- 「ドリームジャンボ宝くじ」を 3,000 円分購入した場合に満足する当せん金額の第1位は「D 10 万円」の 21.9%、第2位は「E 1 万円」の 21.7%、第3位は「B 1,000 万円」の 19.0%、第4位は「C 100 万円」の 17.3%であった。
- 「ドリームジャンボミニ」を 3,000 円分購入した場合に満足する当せん金額の第1位は「E 1 万円」の 26.0%、第2位は「D 10 万円」の 23.1%、第3位は「C 100 万円」の 17.8%、第4位は「B 1,000 万円」の 11.9%であった。

5. ジャンボ宝くじ以外の全国通常宝くじ、ブロック宝くじの購入状況等

(1) ジャンボ宝くじ以外の全国通常宝くじ、ブロック宝くじの購入状況

- ジャンボ宝くじ以外の「全国通常宝くじ」、「ブロック宝くじ」で購入したものの第1位は「G 初夢宝くじ、新春運だめしくじ」の15.5%、第2位は「I 100円くじ」の12.9%、第3位は「C 幸運の女神くじ、幸運のクーちゃんくじ」の11.1%となっている。
- 「K どれも買わなかった」は60.9%であった。

(2) ジャンボ宝くじ以外の全国通常宝くじ、ブロック宝くじの購入理由、非購入理由

- ジャンボ宝くじ以外の「全国通常宝くじ」、「ブロック宝くじ」を購入した理由の第1位は「G くじの値段が安いと思った」の26.6%で、第2位は「D 中間当せん金帯の当せん本数が多い」の16.2%で、第3位は「A 収益金の一部が東京2020オリンピック・パラリンピックムーブメントの推進に活用されており、共感できた」の10.9%であった。
- ジャンボ宝くじ以外の「全国通常宝くじ」、「ブロック宝くじ」を買わなかった人の非購入理由の第1位は「D 中間当せん金帯の当せん本数が少ないから」の17.6%、第2位は「C 1等と前後賞を合わせた賞金額が低いから」の8.4%であった。

(3) ジャンボ宝くじ以外の全国通常宝くじ、ブロック宝くじの購入意向

- 「全国通常宝くじ」、「ブロック宝くじ」(ジャンボ宝くじを除く)を今後購入するための内容の第1位は「G 当せん本数が魅力的なくじ」の66.7%、第2位が「C 1等賞金が魅力的なくじ」の12.3%、第3位が「I 収益金が子育て支援等の身近な事業に限定されて活用されるくじ」の5.2%であった。

データ分析上の参考事項

- 過年度との比較は、各年度の該当する調査結果との対比で行った。
- 過去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。
- 平均購入枚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
ジ ヤ ン ポ 宝 く じ の 購 入 枚 数	1～9枚	5枚
	10枚	10枚
	11～30枚	25枚
	31～50枚	45枚
	51～99枚	75枚
	100枚以上	160枚