

- 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。

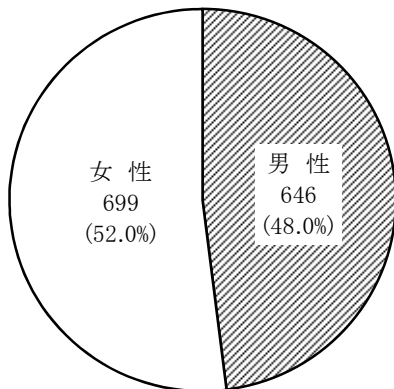
調査を年に2回実施、調査事項は次の通り。

 - ・数字選択式宝くじの直近1年間の購入状況について
 - ・数字選択式宝くじの今後の購入意向と当せん金額満足度について
 - ・スクラッチ直近1年間の購入状況と今後の購入意向と当せん金額満足度について
 - ・直近のハロウィンジャンボの購入状況について
 - ・過去1年間の宝くじ全体等の購入状況について
 - ・宝くじ全般のイメージについて
 - ・「宝くじの収益金の使い道」に関する調査について
- 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。

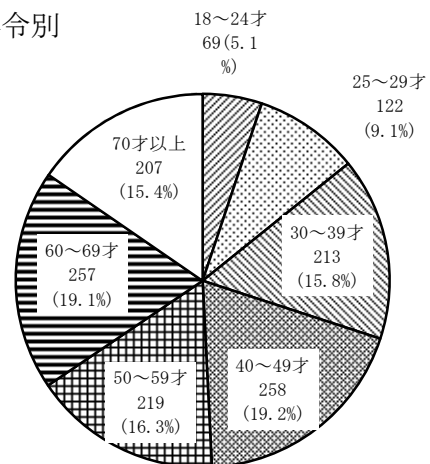
「宝ニュース」「公募ガイド」「懸賞なび」「宝くじNEWS RELEASE」「日本農業新聞」「北海道新聞」「大阪日日新聞」「南日本新聞」等による調査対象者募集に応募した4,804名の母集団から、宝くじ人口分布状況等に基づいて抽出した標本数1,500名を調査対象（今回の調査対象者）とする。

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10月19日～令和元年10月31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 1,345名
- 回収率 89.7%
- 回答者の内訳 下図の通り（単位：人、%）

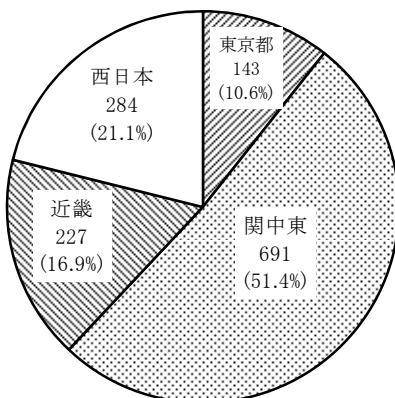
●性別



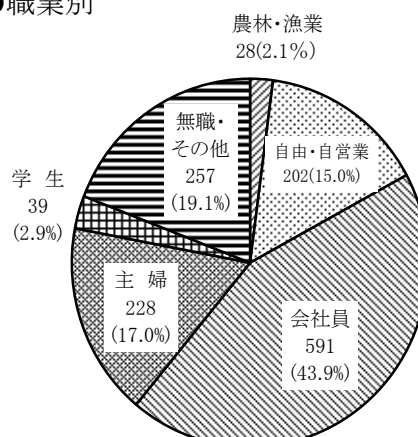
●年令別



●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	

宝くじ統計調査回答者属性別分布状況

■ 第2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	32	0	4	5	4	5	9	5	2	6	18	0	0	6
		女性	32	2	2	7	6	6	6	3	3	1	12	9	2	5
東 北	83	男性	42	1	5	6	8	6	8	8	1	7	25	0	1	8
		女性	41	0	5	8	8	7	6	7	1	4	14	13	0	9
北関東	83	男性	42	4	2	6	8	7	9	6	1	12	20	0	1	8
		女性	41	4	2	7	9	6	7	6	1	3	16	11	2	8
南関東	228	男性	104	5	7	17	22	18	19	16	2	26	54	0	3	19
		女性	124	7	12	18	23	22	22	20	0	11	43	41	4	25
東京都	143	男性	70	2	10	10	13	11	13	11	0	18	36	0	2	14
		女性	73	1	8	12	13	12	14	13	0	6	27	25	0	15
甲信越	72	男性	34	2	4	5	7	4	6	6	1	6	19	0	1	7
		女性	38	1	3	6	8	7	8	5	0	3	12	14	1	8
東 海	161	男性	77	6	6	13	14	11	15	12	2	18	38	0	5	14
		女性	84	5	8	13	14	14	17	13	1	4	31	30	4	14
近 畿	124	男性	57	3	3	9	13	8	11	10	1	12	31	0	1	12
		女性	67	1	7	11	15	11	13	9	2	4	26	21	0	14
大阪府	103	男性	53	5	3	7	9	10	11	8	1	16	26	0	2	8
		女性	50	3	6	8	9	8	8	8	0	3	19	16	2	10
中 国	79	男性	39	3	4	5	8	6	8	5	1	9	20	0	1	8
		女性	40	1	5	6	8	7	8	5	2	3	14	12	1	8
四 国	47	男性	22	2	1	4	3	4	4	4	0	4	13	0	1	4
		女性	25	1	2	4	5	4	5	4	1	2	9	8	1	4
九 州	158	男性	74	5	6	12	15	12	14	10	2	14	42	0	2	14
		女性	84	5	7	14	16	13	16	13	3	10	26	28	2	15
合 計	男性	646	38	55	99	124	102	127	101	14	148	342	0	20	122	
	女性	699	31	67	114	134	117	130	106	14	54	249	228	19	135	
		1,345	69	122	213	258	219	257	207	28	202	591	228	39	257	

1. 数字選択式宝くじの直近1年間の購入状況

(1) 数字選択式宝くじの認知度

- 数字選択式宝くじで知っているものの第1位は「C ロト6」の89.8%、第2位は「B ミニロト」の74.4%、第3位は「D ロト7」の71.5%、第4位は「A ナンバーズ3.4」の68.3%、第5位は「E ビンゴ5」の44.4%であった。
- 「F 数字選択式宝くじを知らない」は5.4%であり、「数字選択式宝くじ」はよく知られている。
- 属性別にみると、年齢別では「70才以上」(11.6%)、「18~24才」(8.7%)で、職業別では「農林・漁業」(11.1%)、「自由・自営業」(7.5%)で「数字選択式宝くじを知らない」の割合が高い。
- インターネット販売の「継続購入」についての認知率は、第1位が「B 知っているが、利用していない」の38.5%、第2位が「D 知らなかったし、今後も利用しない」の36.7%、第3位が「C 知らなかったが、今後利用したい」の19.7%、第4位が「A 知っているし、利用している」の5.1%であった。

(2) ナンバーズの購入状況

- ナンバーズの購入経験率は44.6%であった。
- ナンバーズの非購入理由の第1位は「G 当たると思わない」(41.6%)である。第2位は「C 商品内容がよくわからない」(36.5%)、第3位は「I 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」(26.0%)である。
- ナンバーズの購入未経験者は55.5%で、そのうち今後購入意向のある人は23.2%であるので、調査対象者全体では12.9%になる。

(3) ミニロトの購入状況

- ミニロトの購入経験率は31.8%であった。
- ミニロトの購入理由としては「A 自分で好みの数字を選択できる」(71.9%)、「E ロト6やロト7より当せん確率や賞金が手頃で良い」(28.1%)、「B いつでも買える」(24.6%)の3項目が比較的大きな理由となっている。
- ミニロトの1回あたりの購入金額階層でみると「A 1,000円未満」が47.2%と最も多く、次に「B 1,000円」の29.5%、「C 1,000円超2,000円以内」の15.8%と続く。「1,000円未

満」が47.2%と約半分を占め、「1,000円以内」(A+B)で76.7%を占める。

- ミニロトの非購入理由の第1位は「G 当たると思わない」(37.8%)である。第2位は「C 商品内容がよくわからない」(36.9%)、第3位は「I 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」(23.1%)である。
- ミニロトの購入未経験者は68.2%で、そのうち今後購入意向のある人は22.5%であるので、調査対象者全体では15.3%になる。

(4) ロト6の購入状況

- ロト6の購入経験率は46.6%であった。
- ロト6の購入理由としては、第1位「A 自分で好みの数字を選択できる」(71.6%)、第2位「D ナンバーズ、ビンゴ5、ミニロトよりも高額な1等賞金が期待できる」(24.9%)であり、第3位は「B いつでも買える」(22.3%)であり、次いで第4位「E キャリーオーバーしていたので」(20.1%)が続く。
- ロト6の非購入理由の第1位は「F 当たると思わない」(52.0%)、第2位は「C 商品内容がよくわからない」(35.2%)、第3位が「H 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」(25.5%)、第4位は「D 自分で数字を選ぶのが面倒だ」(16.5%)、第5位は「A 売場で並んで買うのに抵抗がある」(12.2%)である。
- ロト6の購入未経験者は53.4%で、そのうち今後購入意向のある人は22.5%であるので、調査対象者全体では12.0%になる。

(5) ロト7の購入状況

- ロト7が平成25年4月より発売開始となってから約6年経過しているが、ロト7の購入経験率は29.6%でロト6の購入経験率46.6%よりかなり低い。
- ロト7の購入理由としては、「A 自分で好みの数字を選択できる」(66.3%)と「D ナンバーズ、ビンゴ5、ミニロト、ロト6よりも高額な1等賞金が期待できる」(29.8%)の2項目が大きな理由となっている。これらに続くのは「E キャリーオーバーしていたので」(25.1%)、「B いつでも買える」(19.9%)である。
- ロト7の非購入理由の第1位はロト6と同様に「G 当たると思わない」(51.0%)、第2位は「C 商品内容がよくわからない」(27.6%)である。第3位は「I 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」(22.0%)、第4位は「E 1口300円と高い」(16.8%)であ

る。

- ロト7の購入未経験者の今後の購入意欲率は19.5%で、調査対象者全体では13.7%になる。一方で「C わからない」は34.4%を占める。商品内容の訴求により購入層が拡大することが期待できる。

(6) ビンゴ5の購入状況

- 平成29年4月より発売開始となってから2年6ヶ月が経過しているビンゴ5の購入経験率は18.7%である。
- ビンゴ5の購入理由としては、「A 自分で好みの数字を選択できる」(62.8%)と「C ビンゴゲームの感覚で楽しめるから」(56.8%)の2項目が大きな理由である。
- ビンゴ5の非購入理由の第1位は、「C 商品内容がよくわからない」(45.2%)である。第2位は「H 当たると思わない」(34.4%)、第3位は「J 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」(18.5%)である。
- ビンゴ5購入未経験者は81.2%で、そのうち今後購入意向のある人は23.2%であるので調査対象者全体では18.8%になる。

2. 数字選択式宝くじの今後の購入意向と当せん金額満足度

(1) 商品性の改善による今後の購入意向

- 「数字選択式宝くじ」を買わなかった人が今後買うようになる為の商品性の改善の第1位は、「D 1口をより小額で購入できるようにする」の47.0%で、第2位は「B 中間当せん金帯を拡充」の37.7%であった。一方、「A 最高金額を高額化する」、「C 時々1等最高当せん金を増やした商品とする」は、ともに7.3%にとどまった。

(2) 販売面の改善による今後の購入意向

- 「数字選択式宝くじ」を買わなかった人が買うようになる販売面での改善の第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40.6%、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28.5%、第3位は「B 現金に加えてSuica等の電子マネーでも購入できるようにする」の27.6%であった。
- 「A コンビニ内の宝くじ売場で購入できるようにする」を年齢別でみると、「30才代」(51.0%)、「50才代」(46.4%)で高く、「70才以上」(29.6%)で低かった。また、地域別では「西日本」(48.1%)、「近畿」(44.0%)で高く、東京都(31.6%)で低い。

(3) 数字選択式宝くじ購入者の当せん金額満足度

- 「数字選択式宝くじ」を 1,000 円程度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 21.9%、第 2 位は「D 10 万円」の 20.5%であった。以下、「C 100 万円」(19.2%)、「B 1,000 万円」(16.5%) と続く。
- 満足する当せん金額「E 1 万円」を年齢別にみると「18～24 才」(40.6%)、「25～29 才」(35.6%)で高く、「70 才以上」(11.3%)で低い。職業別では「学生」(47.4%)で高く、「農林・漁業」(14.3%)、「自由・自営業」(15.9%)で低い。
- 満足する当せん金額「D 10 万円」を年齢別にみると「70 才以上」(23.0%)、「50 才代」(22.1%)が高く、「25～29 才」(16.9%)が低い。職業別では「農林・漁業」(25.0%)、「主婦」(23.2%)が高く、「学生」(18.4%)が低い。

3. スクラッチ直近 1 年間の購入状況と今後の購入意向と当せん金満足度

(1) スクラッチの直近 1 年間の購入状況

- 「スクラッチ」の購入理由としては、第 1 位「E 削ったその場で当たりはずれがすぐわかる」(79.4%)、第 2 位は「C ゲームを削るときのスリルにひかれた」(44.1%)、第 3 位は「D 削って出てくる絵柄や金額が楽しい」(17.5%)であった。
- スクラッチの一回の購入金額を購入金額階層でみると「A 1,000 円未満」が 32.8%が第 1 位で、以下「C 1,000 円超 2,000 円以内」が 31.5%、「B 1,000 円」が 22.8%と続く。
- 1 回の平均購入金額は 1.6 千円であった。
- スクラッチの非購入理由の第 1 位は、「F 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」の 42.9%、第 2 位は「D 1 等の賞金の金額が物足りない」の 17.3%、第 3 位は「B ゲームの内容が複雑でわかりにくい」の 16.2%であった。

(2) スクラッチ未購入者の今後の購入意向

- 「スクラッチ」を買わなかった人が今後買うようになる為の商品性の改善の第 1 位は、「C お正月スクラッチ、クリスマススクラッチ、七夕スクラッチ等の年中行事スクラッチを販売する」の 34.3%であった。
- 「D 買いたいと思わない」は 51.1%であった。
- 「スクラッチ」を買わなかった人が今後買うようになる販売面の改善の第 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 40.0%であった。以下、「B 宝くじ売

場で現金に加えてS u i c a等の電子マネーでも購入できるようにする」(25.1%)、「C宝くじ売場で現金に加えてクレジットカードでも購入できるようにする」(24.3%)と続く。

- 「A コンビニ内の宝くじ売場で購入できるようにする」を性別にみると、「女性」(45.2%)が「男性」(34.7%)よりも高い。地域別では「近畿」(46.2%)が高く、「東京都」(33.3%)が低い。

(3) スクラッチ購入者の当せん金額満足度

- 「スクラッチ」を1,000円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24.9%、第2位は「E 1万円」の22.1%、以下「C 100万円」の19.1%、「F 3,000円」の17.3%と続く。

4. 直近のハロウィンジャンボの購入状況

(1) ハロウィンジャンボ全体の購入率、購入枚数

- 令和元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、26.9%であった。
- 令和元年度のハロウィンジャンボ全体の購入率は26.9%で平成29年度に新登場して以来、平成29年度(19.7%)、平成30年度(21.7%)と上昇している。
- ハロウィンジャンボミニも含めたハロウィンジャンボ全体の購入枚数では、第1位「10枚」(42.0%)、第2位「11~30枚」(37.8%)、第3位「1~9枚」(11.2%)となっている。
- 「30枚以下」は91.0%で平成30年度比4.1ポイントと増加となった。
- ハロウィンジャンボ全体の平均購入枚数は20枚と平成30年度から3枚減少した。

5. 過去1年間の宝くじ全体等の購入状況

(1) 過去1年間の宝くじ全体の購入額

- この1年間の宝くじ全体の年間平均購入額についてみると、令和元年度の今回の調査では平成30年度調査比5千円減の27千円となった。最多購入金額は「D 1万円超3万円以内」(21.1%)である。年間平均購入金額の高い属性は、年令別では「60才代」(33千円)、「50才代」(31千円)、「40才代」(27千円)、「70才代」(26千円)など「40才代」以上の年令層である。

- この1年間とその前年1年間の宝くじ購入額を比較すると、令和元年度の今回調査では15.0%(平成30年度15.8%)の人が「A 増えた」としている。その理由はQ50の「A 大型賞金に魅力」(42.2%)が第1位で、「G テレビ、雑誌、ポスター等を見て、買う気になった」(35.4%)が第2位である。一方、「B 減った」人は、19.0%となった。その理由は、Q51の「A いくら買っても当たらない」(64.1%)と「B 宝くじよりも生活費にお金が入用だった」(33.6%)の2つの理由に集約される。平成29年度、平成30年度、令和元年とも「A 増えた」人の方が「B 減った」人よりも少なかった。なお、購入金額は「C 変わらない」が44.2%であり、約4割の人は購入額を維持している。

(2) パチンコ・公営競技・サッカーくじへの参加状況

- パチンコ・サッカーくじ・公営競技を「G この1年間やっていない」が71.1%と平成30年度比2.4ポイント増加した。
- 参加した競技の中では、「F サッカーくじ」が12.4%で第1位であり、次いで「B 競馬」(12.4%)、「A パチンコ」(11.0%)と続く。各項目とも大きな変化はない。

6. 「宝くじの収益金の使い道」に関する調査

- 「宝くじの収益金の使い道」の認知率は65.0%であった。
- 年齢別で見ると「70才以上」(75.1%)、「60才代」(70.8%)で高く、「18～24才」(44.9%)、「25～29才」(51.6%)で低い。
- 「住まいの地域における宝くじ収益金の使い道」の認知率は65.4%であった。
- 「宝くじ収益金の使い道の認知媒体」の第1位は「F 実際の施設・車両等の案内」(55.7%)、第2位は「E テレビ」(44.2%)、第3位は「B チラシ、パンフレット、雑誌、広報誌」(31.8%)で、「A ポスター」(19.9%)、「C 新聞」(15.8%)と続く。

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。
- なお、数字選択式宝くじの購入額は月間購入額であり、ナンバーズ・ミニロト・ロト6・ロト7・ビンゴ5・スクラッチの購入額は1回当たりの購入額である。

	階 層	推定平均値		階 層	推定平均値
宝くじの購入金額	1,000円以内	1,000円	ジャンボ宝くじの購入枚数	1～9枚	5枚
	1,000円超5,000円以内	3,500円		10枚	10枚
	5,000円超10,000円以内	8,000円		11～30枚	25枚
	10,000円超30,000円以内	20,000円		31～50枚	45枚
	30,000円超50,000円以内	40,000円		51～99枚	75枚
	50,000円超10万円以内	80,000円		100枚以上	160枚
	10万円超	150,000円			
チトナの6購入金額 の購入金額 ビンゴ5・ミニ スクラッチ	1,000円未満	500	ロト7の購入金額	900円以下	600
	1,000円	1,000		900円超1,500円以内	1,400
	1,000円超2,000円以内	2,000		1,500円超3,000円以内	2,500
	2,000円超5,000円以内	4,000		3,000円超9,000円以内	6,000
	5,000円超10,000円以内	8,000		9,000円超15,000円以内	12,000
	10,000円超	16,000		15,000円超	24,000
ロト6の購入回数	週に1～2回	78回	ロト7の購入回数	週に1回	52回
	月に1～2回	18回		月に1～2回	18回
	2～6ヶ月に1回くらい	4回		2～6ヶ月に1回くらい	4回
	年に1回くらい	1回		年に1回くらい	1回
	キャリーオーバーが出たとき	14回		キャリーオーバーが出たとき	18回
クランツの購入回数	週に1～2回くらい	78回	ゴミ5のロト購入回数	週に1回	52回
	月に1～2回くらい	18回		月に1～2回くらい	18回
	2～6ヶ月に1回くらい	4回		2～6ヶ月に1回くらい	4回
	年に1回くらい	1回		年に1回くらい	1回