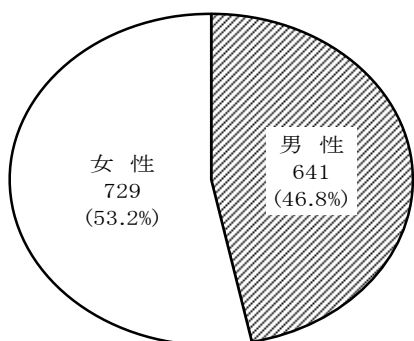


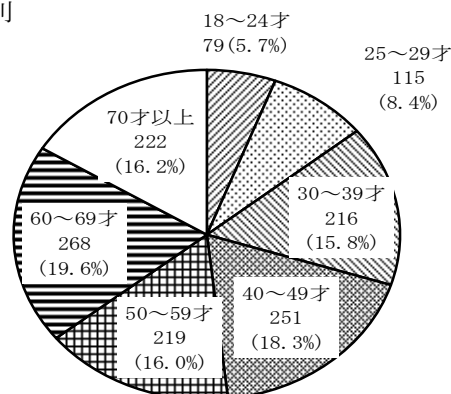
- 調査目的 宝くじに関する消費者の購入実態や商品企画、販売等に対する意識、要望あるいは各種くじに対する意識、評価を把握する。  
調査を年に2回実施、調査事項は次の通り。

  - ・数字選択式宝くじの直近1年間の購入状況
  - ・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
  - ・インターネット専用宝くじ着せかえクーちゃんの直近の購入状況と今後の購入意向
  - ・直近のハロウィンジャンボ宝くじの購入状況
  - ・過去1年間の宝くじ全体等の購入状況
  - ・「宝くじ全般のイメージ」について
  - ・「宝くじの収益金の使い方」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」「公募ガイド」「懸賞なび」「宝くじNEWS RELEASE」「日本農業新聞」「福島民報」「信農毎日」「熊本新聞」等による調査対象者募集に応募した5,703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3年10月23日～令和3年11月10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 1,370名
- 回収率 91.3%
- 回答者の内訳 下図の通り（単位：人、%）

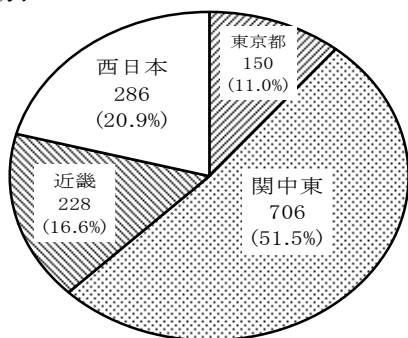
●性別



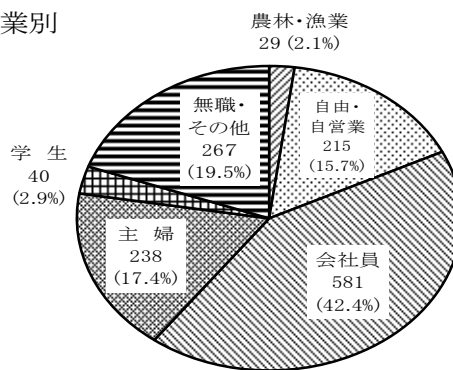
●年令別



●地域別



●職業別



**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	58	男性	27	3	2	4	6	5	4	3	2	3	15	0	1	6
		女性	31	1	4	5	6	5	5	5	0	2	12	10	1	6
東 北	104	男性	49	3	4	8	10	8	7	9	2	12	26	0	1	8
		女性	55	2	6	9	10	9	11	8	2	6	18	17	2	10
北関東	87	男性	46	2	5	6	12	7	8	6	3	13	20	0	2	8
		女性	41	2	4	7	8	6	8	6	1	3	16	12	1	8
南関東	254	男性	120	9	9	20	20	20	24	18	1	25	67	0	3	24
		女性	134	7	14	22	25	20	25	21	2	10	48	44	5	25
東京都	162	男性	81	5	9	13	15	11	16	12	1	24	39	0	2	15
		女性	81	5	8	13	15	13	14	13	0	6	30	26	3	16
甲信越	112	男性	59	4	5	9	9	9	13	10	1	21	26	0	3	8
		女性	53	2	6	8	10	10	9	8	3	5	16	17	2	10
東 海	169	男性	77	6	5	13	16	12	12	13	2	13	43	0	3	16
		女性	92	5	9	15	17	14	18	14	3	6	33	30	4	16
近 畿	137	男性	67	2	7	11	12	11	13	11	1	17	34	0	2	13
		女性	70	5	6	11	13	11	13	11	1	2	28	23	2	14
大阪府	111	男性	56	5	4	8	11	8	12	8	1	16	26	0	3	10
		女性	55	3	5	10	11	9	9	8	0	5	22	17	1	10
中 国	88	男性	42	2	3	6	8	8	8	7	1	11	22	0	0	8
		女性	46	4	3	7	9	7	9	7	2	4	16	14	1	9
四 国	46	男性	21	1	2	4	3	3	4	4	0	3	13	0	1	4
		女性	25	3	1	4	4	4	5	4	0	2	9	8	1	5
九 州	172	男性	85	9	4	13	17	14	15	13	2	19	46	0	2	16
		女性	87	8	5	14	16	14	17	13	2	10	26	29	3	17
合 計	男性	730	51	59	115	139	116	136	114	17	177	377	0	23	136	
	女性	770	47	71	125	144	122	143	118	16	61	274	247	26	146	
	1,500	98	130	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	50	男性	19	1	2	3	4	3	3	3	0	3	9	0	1	6
		女性	31	1	4	5	6	5	5	5	0	2	12	10	1	6
東 北	94	男性	45	2	3	8	8	8	7	9	2	11	24	0	0	8
		女性	49	2	6	5	8	9	11	8	2	4	14	17	2	10
北関東	80	男性	41	2	4	6	10	5	8	6	3	11	17	0	2	8
		女性	39	1	4	7	8	6	8	5	1	3	16	11	0	8
南関東	226	男性	101	5	7	18	16	15	22	18	1	22	57	0	1	20
		女性	125	7	13	21	25	20	23	16	2	9	46	39	5	24
東京都	150	男性	72	4	7	10	14	10	15	12	1	21	35	0	2	13
		女性	78	4	7	12	15	13	14	13	0	6	28	26	2	16
甲信越	105	男性	54	3	4	8	8	8	13	10	1	21	22	0	2	8
		女性	51	2	4	8	10	10	9	8	3	5	14	17	2	10
東 海	151	男性	64	3	5	10	11	10	12	13	2	9	37	0	1	15
		女性	87	5	9	15	14	13	18	13	3	6	30	28	4	16
近 畿	128	男性	61	2	6	10	12	8	13	10	1	16	30	0	2	12
		女性	67	5	5	11	11	11	13	11	0	2	26	23	2	14
大阪府	100	男性	47	4	3	6	8	8	11	7	1	12	22	0	3	9
		女性	53	3	5	9	10	9	9	8	0	5	20	17	1	10
中 国	82	男性	38	2	3	5	8	8	6	6	1	10	20	0	0	7
		女性	44	4	3	7	8	6	9	7	2	4	16	14	1	7
四 国	45	男性	21	1	2	4	3	3	4	4	0	3	13	0	1	4
		女性	24	2	1	4	4	4	5	4	0	2	9	8	1	4
九 州	159	男性	78	6	4	13	14	13	15	13	2	18	41	0	1	16
		女性	81	8	4	11	16	14	15	13	1	10	23	28	3	16
合 計	男性	641	35	50	101	116	99	129	111	15	157	327	0	16	126	
	女性	729	44	65	115	135	120	139	111	14	58	254	238	24	141	
		1,370	79	115	216	251	219	268	222	29	215	581	238	40	267	

## 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88.5%、第2位は「B ミニロト」の76.4%、第3位は「D ロト7」の70.1%、第4位は「A ナンバーズ3、4」の68.0%、第5位は「E ビンゴ5」の43.9%であった。
- 「F 数字選択式宝くじを知らない」は3.7%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」(10.8%)、「18～24才」(3.8%)で、職業別では「学生」(7.5%)、「農林・漁業」(6.9%)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49.7%、第2位が「D 知らなかったし、今後も利用しない」の32.1%、第3位が「C 知らなかったが、今後利用したい」の9.6%、第4位が「A 知っているし、利用している」の8.5%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41.2%であった。
- ナンバーズの非購入理由の第1位は「G 当たると思わないから」(45.2%)である。第2位は「C 商品内容がよくわからないから」(40.3%)、第3位は「I 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」(21.9%)である。
- ナンバーズの購入未経験者は58.8%で、そのうち今後購入意向のある人は22.7%であるので、調査対象者全体では13.3%になる。

### (3) ミニロトの購入状況

- ミニロトの購入経験率は29.3%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から」(63.1%)、「F ロト6がロト7より当せん確率や賞金が手頃で良いから」(27.4%)、「B いつでも買えるから」(26.7%)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48.6%と最も多く、次に「B 1,000円」の30.4%、「C 1,000円超2,000円以内」の14.9%と続く。「1,000円以内」(A+B)で79.0%を占める。
- ミニロトの非購入理由の第1位は「G 当たると思わないから」(39.5%)である。第2位は「C 商品内容がよくわからないから」(38.8%)、第3位は「I 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」(21.2%)である。
- ミニロトの購入未経験者は70.7%で、そのうち今後購入意向のある人は21.1%であるので、調査対象者全体では14.9%になる。

(4) ロト6の購入状況

- ロト6の購入経験率は43.8%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から」(64.4%)、第2位「E ナンバーズ、ミニロト、ビンゴ5よりも高額な1等賞金が期待できるから」(28.1%)であり、第3位は「B いつでも買えるから」(23.4%)であり、次いで第4位「F キャリーオーバーしていたから」(20.8%)が続く。
- ロト6の非購入理由の第1位は「F 当たると思わないから」(48.6%)、第2位は「C 商品内容がよくわからないから」(38.2%)、第3位が「H 宝くじに興味はあるが、いつも買っていない」(24.4%)、第4位は「D 自分で数字を選ぶのが面倒だから」(18.3%)、第5位は「A 売場で並んで買うのに抵抗があるから」(12.0%)である。
- ロト6の購入未経験者は56.2%で、そのうち今後購入意向のある人は21.0%であるので、調査対象者全体では11.8%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8年経過しているが、ロト7の購入経験率は28.8%でロト6の購入経験率43.8%より依然低い。
- 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から」(60.4%)と「E ナンバーズ、ミニロト、ロト6、ビンゴ5よりも高額な1等賞金が期待できるから」(39.6%)の2項目が大きな理由となっている。これらに続くのは「F キャリーオーバーしていたから」(20.1%)、「B いつでも買えるから」(18.5%)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 当たると思わないから」(48.8%)、第2位は「C 商品内容がよくわからないから」(31.6%)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」(21.1%)、第4位は「D 自分で数字を選ぶのが面倒だから」(16.4%)である。
- ロト7の購入未経験者は71.2%で、そのうち今後購入意欲のある人は17.1%であるので、調査対象者全体では12.2%になる。一方で「C わからない」は38.5%を占める。

(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4年6ヶ月が経過しているビンゴ5の購入経験率は15.2%である。
- ビンゴ5の購入理由としては、「E ビンゴゲームの感覚で楽しめるから」(60.6%)と「A 自分で好みの数字を選択できるから」(51.0%)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から」(45.7%)である。第2位は「G 当たると思わないから」(34.9%)、第3位は「E ミニロト、ロト6、ロト7の方が高額な賞金に魅力があり、そちらを買うから」(19.3%)である。
- ビンゴ5購入未経験者は84.7%で、そのうち今後購入意向のある人は19.7%であるので調査対象者全体では16.7%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45.6%で、第2位は「B 中間当せん金帯を拡充」の38.9%であった。一方、「A 最高金額を高額化する」は6.6%、「C 時々1等最高当せん金を増やした商品とする」は6.2%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今後買うようになる販売面での改善の第1位は、「B QRコード・バーコード等のコード決済でも購入できるようにする」の33.3%、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31.7%、第3位は「A Suica等の電子マネーでも購入できるようにする」の30.2%であった。

- 「B QRコード・バーコード等のコード決済でも購入できるようにする」を年齢別でみると、「30才代」(48.9%)、「25~29才」(46.2%)で高く、「70才以上」(13.2%)で低かった。また、地域別では「西日本」(35.4%)、「関中東」(34.0%)で高く、東京都(29.5%)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、「I 1万円」の17.5%、第2位は「E 100万円」の17.0%であった。以下、「F 10万円」(13.3%)、「D 1,000万円」(12.2%)と続く。

- 満足する当せん金額「I 1万円」を年齢別にみると「18~24才」(26.9%)、「30才代」(24.7%)で高く、「70才以上」(10.9%)で低い。職業別では「学生」(28.2%)で高く、「農林・漁業」(10.7%)、「自由・自営業」(13.0%)で低い。

- 満足する当せん金額「E 100万円」を年齢別にみると「40才代」(21.8%)、「70才以上」(20.5%)が高く、「18~24才」(9.0%)が低い。職業別では「自由・自営業」(20.0%)が高く、「学生」(10.3%)が低い。

## 3 インターネット専用宝くじ着せかえクーちゃんの購入状況

- 着せかえクーちゃんが令和2年4月より発売開始となってから、1年6ヶ月余り経過しているが、着せかえクーちゃんの購入経験率は3.7%であった。

- 着せかえクーちゃんの購入理由としては、第1位は「F 1口100円と手軽に購入できるから」(49.0%)、第2位は「C ゲーム感覚で気軽に遊べるから」(47.1%)、第3位は「A 自分で好みの絵柄を選択できるから」(19.6%)であった。
- 着せかえクーちゃんの非購入理由の第1位は、「B 商品内容がよくわからないから」(50.1%)である。第2位は「A インターネットで買うのに抵抗があるから」(34.5%)である。
- 着せかえクーちゃん購入未経験率は96.2%で、そのうち今後の購入意欲のある人は24.9%であるので、調査対象者全体では24.0%になる。

#### 4 直近のハロウィンジャンボ宝くじの購入状況

- 令和3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、26.5%であった。
- 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」(41.6%)、第2位「11～30枚」(39.1%)、第3位「1～9枚」(6.2%)となっている。
- 購入枚数が「30枚以下」の比率は86.9%となっている。
- ハロウィンジャンボ全体の平均購入枚数は24枚と令和2年度から1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3年度の今回の調査では令和2年度調査比4千円減の27千円となった。最多購入金額は「D 1万円超3万円以内」(17.8%)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」(34千円)、「70才以上」(32千円)、「50才代」(30千円)などの年令層である。
- 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3年度の今回調査では13.2%(令和2年度16.8%)の人が「A 増えた」としている。その理由は「A 大型賞金に魅力」(38.8%)が第1位で、「G テレビ、雑誌、ポスター等を見て、買う気になったから」(25.0%)が第2位である。一方、「B 減った」人は、20.4%となった。その理由は、「A いくら買っても当たらないから」(45.9%)と「B 宝くじよりも生活費にお金が入用だったから」(40.9%)の2つが上位の理由であった。なお、購入金額は「C 変わらない」が42.3%であった。

##### (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74.8%と令和2年度比4.2%増加した。

- 参加した競技の中では、「B 競馬」が10.7%で第1位であり、次いで「F サッカーくじ」(9.0%)、「A パチンコ」(7.6%)と続く。

## 6 「宝くじの収益の使い方」に関する調査

- 「宝くじの収益の使い方」の認知率は62.7%であった。
- 年齢別で見ると「70才以上」(71.2%)、「60才代」(67.9%)で高く、「30才代」(53.7%)、「18～24才」(54.4%)で低い。
- 「住まいの地域における宝くじ収益の使い方」の認知率は62.7%であった。
- 「宝くじ収益の使い方の認知媒体」の第1位は「F 実際の施設・車両等の案内」(57.9%)、第2位は「E テレビ」(38.3%)、第3位は「B チラシ、パンフレット、雑誌、広報誌」(27.3%)で、「A ポスター」(18.9%)、「C 新聞」(17.5%)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			
ロト6・ビンゴ5の購入金額	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
着せかえスクーちゃんの購入金額	500円未満	300	着せかえスクーちゃんの購入回数	週に1～2回くらい	78回
	500円	500		月に1～2回くらい	18回
	500円超～1,000円未満	800		2～6ヶ月に1回くらい	4回
	1,000円	1,000			
	1,000円超～2,000円以内	2,000			
	2,000円超～5,000円以内	4,000			
	5,000円超～10,000円以内	8,000			
10,000円以上	16,000				
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
ナンバーズの購入回数	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