

# 公営競技・ギャンブルについての 自主調査結果 ～公営競技・ギャンブル市場全体編～

2022年6月15日



# 調査目的

本調査は、日本全国の20～69歳男女1,000人における

**公営競技・ギャンブル市場の現状**

**公営競技・ギャンブル市場の今後**

を明らかにすることを目的にアンケート調査を実施いたしました。

※本レポートでは、「公営競技・ギャンブル市場」

= 中央競馬(JRA)、地方競馬、ポートレース(競艇)、オートレース、競輪、パチンコ・スロットを指します。

性別・年代・エリア別データを無料でご提供することが可能です。

また、地方競馬、ポートレース(競艇)、オートレース、競輪、パチンコ・スロットについても類似のレポート、各公営競技・ギャンブル間で比較したデータについてのレポートもございます。

(株)日本リサーチセンター 瀧上 悠人(fuchikamiyt@nrc.co.jp)まで、お気軽にお問い合わせください。

# 質問項目

## ◆ 質問項目：

都道府県	お住まいの都道府県をお知らせください。(ひとつだけ)
性別	あなたの性別をお知らせください。(ひとつだけ)
年齢	あなたの年齢をお知らせください。(ひとつだけ)
個人年収	あなた自身の税込みの年収金額をお知らせください。(ひとつだけ)
購入・遊技 経験	以下の時期に、それぞれの公営競技・ギャンブルを購入・遊技しましたか。購入・遊技した時期をすべてご回答ください。(それぞれいくつでも)
観戦・購入 ・遊技意向	今後、以下の公営競技・ギャンブルをどの方法で観戦・購入・遊技してみたいですか。当てはまるものをすべてお答えください。(それぞれいくつでも)

# 調査まとめ

## 本調査より

### 公営競技・ギャンブル市場の現状

- 公営競技・ギャンブルの購入・遊技経験者は、全体の44.1%。
- すべての公営競技・ギャンブルで2022年の経験者の割合が最も高く、コロナ前の2019年に比べて、いずれも経験者は増加傾向。
- 購入・遊技経験者の多くは、複数の公営競技・ギャンブルを行う傾向があり、その中でも「パチンコ・スロット」も遊技をしたことがある割合が高いことが分かった。

### 公営競技・ギャンブル市場の今後

- 公営競技・ギャンブルを「(新規・継続含む)今後も購入・遊技したい」という意向は、全体の30.4%。
- 2022年の購入・遊技経験者の20.0%と比べ、約1.5倍(20.0%→30.4%)となっている。
- その中でも、「地方競馬」は、観戦も含めた観戦・購入意向が最も高い。
- 地方競馬、ボートレース、オートレース、競輪の経験者は、同競技への今後の観戦・購入意向が約7～8割と高い一方で、「パチンコ・スロット」経験者は、今後の遊技意向が約4割と低いことが分かった。

ということが明らかになった。

# 調査結果

本調査結果より

公営競技・ギャンブルの購入・遊技者は年々増加傾向であり、  
今後の購入・遊技意向も高いことから、市場は拡大していくことが予想される。

公営競技・ギャンブル市場全体では

- 新規意向者は、どういった人か、なにが購入・遊技するまでの障壁となっているのか
- 購入・遊技経験者に継続してもらうために、どういった不満点があるのか、なにを改善すればよいのか

などを把握することが大切

競技別では

オートレース



購入経験者は他の公営競技・ギャンブルとかけもつ傾向が高いのはなぜか

パチンコ・スロット



遊技経験者は多いが、今後の遊技意向が低いのはなぜか

などの原因を知ることが大切

※新規意向者：公営競技・ギャンブルの購入・遊技経験がないが、今後購入・遊技意向のある人



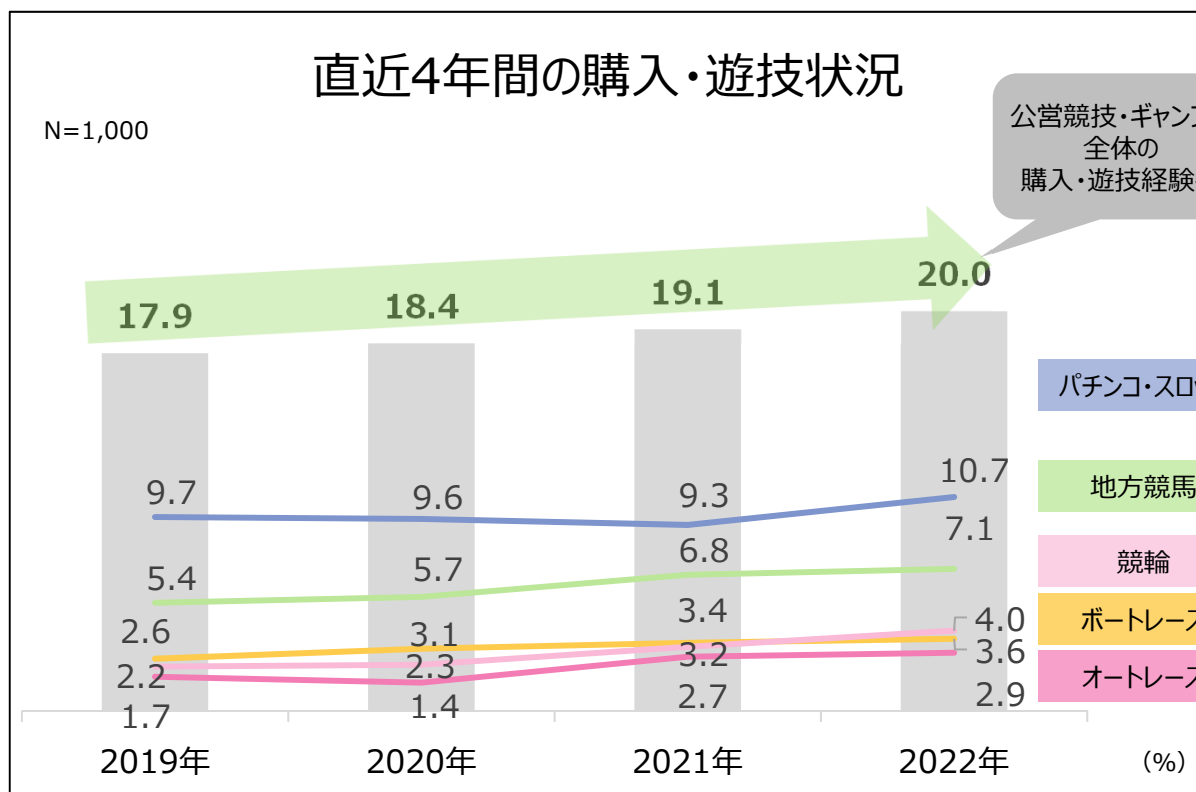
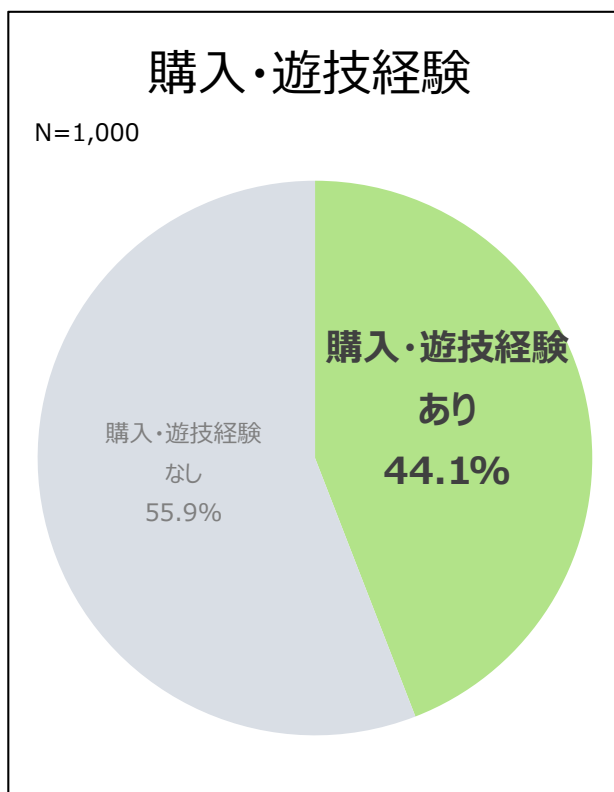
これらを把握することで  
**より一層の市場拡大につながる**  
のではないかと考える

当社では、これらを把握するための  
**公営競技等の利用者実態調査**  
などの実施実績がございますので、  
私どもにお役に立てることがあれば、  
ぜひご相談ください。

# 購入・遊技経験

問.以下の時期に、それぞれの公営競技・ギャンブルを購入・遊技しましたか。  
購入・遊技した時期をすべてご回答ください。(それぞれいくつでも)

- ・公営競技・ギャンブル全体の、購入・遊技経験者は、回答者全体の44.1%。
- ・2022年の公営競技・ギャンブル全体の購入・遊技状況は、全体で20.0%。直近4年間では、年々増加傾向にある。
- ・すべての公営競技・ギャンブルで2022年の経験者の割合が最も高く、コロナ前の2019年に比べて、いずれも経験者は増加傾向。



※選択肢は、「2022年」、「2021年」、「2020年」、「2019年」、「2018年以前」、「この公営競技・ギャンブルは購入・遊技したことがない」

※「公営競技・ギャンブル全体の購入・遊技経験者」=中央競馬(JRA)、地方競馬、ボートレース(競艇)、オートレース、競輪、パチンコ・スロットのいずれかを購入・遊技したことがある人

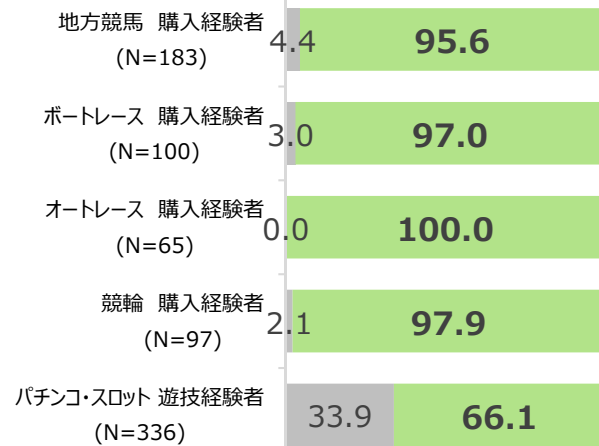
# 購入・遊技状況 (競技間)

問.以下の時期に、それぞれの公営競技・ギャンブルを購入・遊技しましたか。  
購入・遊技した時期をすべてご回答ください。(それぞれいくつでも)

- ・地方競馬、ボートレース、オートレース、競輪の購入経験者のほとんどの人が、複数の公営競技・ギャンブルの購入・遊技経験がある。
- ・各公営競技・ギャンブル購入・遊技経験者について、他の公営競技・ギャンブルの購入・遊技経験をみると、地方競馬、ボートレース、オートレース、競輪購入経験者の7～9割は「パチンコ・スロット」遊技経験がある。
- ・オートレース購入経験者は、他の公営競技・ギャンブルのそれぞれを購入・遊技している傾向が高い。

## 複数 購入・遊技状況

■ 単体購入・遊技者 ■ 複数購入・遊技者



## [A 購入・遊技経験者]のB 購入・遊技経験

A		N	B 購入・遊技経験				
			地方競馬	ボートレース	オートレース	競輪	パチンコ・スロット
購入・遊技経験	地方競馬	183	43.7	31.7	41.0	72.7	
	ボートレース	100	80.0	57.0	67.0	84.0	
	オートレース	65	89.2	87.7	87.7	90.8	
	競輪	97	77.3	69.1	58.8	87.6	
	パチンコ・スロット	336	39.6	25.0	17.6	25.3	

(%)

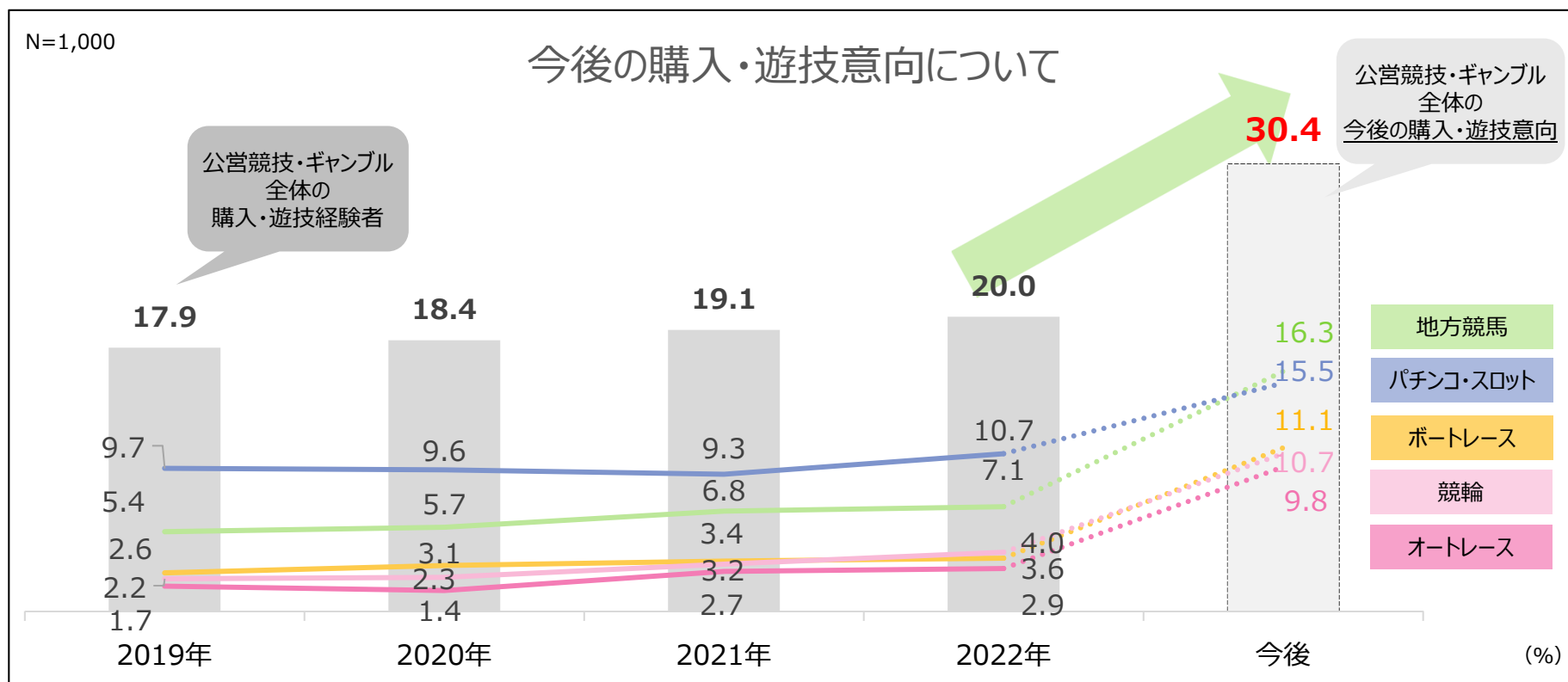
Aの購入・遊技経験者のうち◎◎%はBの観戦・購入経験あり

※「単体購入・遊技者」=その公営競技・ギャンブル以外購入・遊技経験がない人、「複数購入・遊技者」=その公営競技・ギャンブル以外も購入・遊技経験がある人

# 今後の購入・遊技意向

問. 今後、以下の公営競技・ギャンブルをどの方法で観戦・購入・遊技してみたいですか。  
 当てはまるものをすべてお答えください。(それぞれいくつでも)

- ・公営競技・ギャンブル全体の今後の購入・遊技意向を全体で見ると、「購入・遊技意向あり(※)」は30.4%。
- ・公営競技・ギャンブル別で見ると、「地方競馬」(16.3%)が最も高い。次いで、「パチンコ・スロット」(15.5%)、「ボートレース」(11.1%)が続く。



※「購入(・遊技)意向」=「競技場で購入したい」または「場外販売所で購入したい」のいずれか回答



# 今後の観戦・購入・遊技意向 (競技間)

問. 今後、以下の公営競技・ギャンブルをどの方法で観戦・購入・遊技してみたいですか。当てはまるものをすべてお答えください。(それぞれいくつでも)

各公営競技・ギャンブル経験者について、今後の観戦・購入・遊技意向をみると、

- 各公営競技購入者の7～8割はその競技の継続意向があるが、パチンコ・スロットは41.7%と低い。(図表青枠)
- オートレース購入経験者は他に比べて、他の公営競技・ギャンブルへの観戦・購入・遊技意向が高い。(図表赤枠)
- これまでに公営競技・ギャンブルの購入・遊技経験がなかった人の、今後の観戦・購入・遊技意向は、「地方競馬」(6.1%)が最も高い。

[A 購入・遊技経験者]のC 観戦・購入・遊技意向

A		N	C 観戦・購入・遊技意向				
			地方競馬	ポートレース	オートレース	競輪	パチンコ・スロット
購入・遊技経験	地方競馬	183	70.5	44.8	41.0	41.5	42.1
	ポートレース	100	70.0	69.0	58.0	58.0	52.0
	オートレース	65	86.2	83.1	83.1	75.4	66.2
	競輪	97	77.3	68.0	66.0	74.2	57.7
	パチンコ・スロット	336	36.3	29.5	26.8	28.6	41.7
	購入・遊技経験なし	559	6.1	4.5	3.2	2.9	1.8

Aの購入・遊技経験者のうち  
◎◎%は  
Cの観戦・購入・遊技意向あり

(%)

※「観戦・購入・遊技意向」=「いずれの方法で観戦・購入・遊技意向あり」回答者

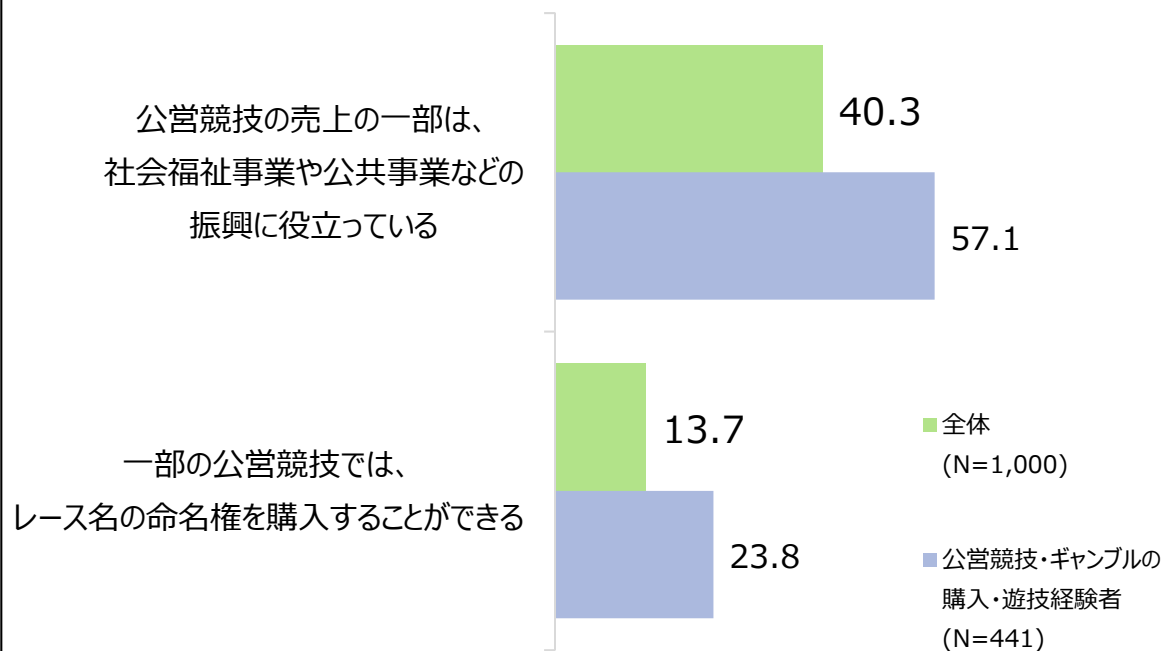
# 施策の認知状況

問.公営競技について、以下の施策でご存知のものをすべてお知らせください。(いくつでも)

・公営競技の施策の認知状況は、公営競技・ギャンブルの購入・遊技経験者で、「公営競技の売上の一部は、社会福祉事業や公共事業などの振興に役立っている」が57.1%、「一部の公営競技では、レース名の命名権を購入することができる」が23.8%となっており、ともに全体と比べて高い。

## 施策の認知状況

(%)



# 調査概要

- ◆ 調査方法 : WEB調査
- ◆ 調査対象者 : 日本全国の20～69歳男女
- ◆ 回収サンプル数 : 合計1,000s

		20代	30代	40代	50代	60代	合計
北海道・北陸	男性	8	10	13	12	13	<b>56</b>
	女性	7	9	13	12	14	<b>55</b>
関東	男性	31	36	48	43	35	<b>193</b>
	女性	30	34	45	40	35	<b>184</b>
中部・北陸	男性	12	15	19	17	16	<b>79</b>
	女性	11	13	18	17	17	<b>76</b>
近畿	男性	13	14	20	18	15	<b>80</b>
	女性	13	14	20	18	17	<b>82</b>
中国・四国 ・九州・沖縄	男性	14	17	22	20	22	<b>95</b>
	女性	14	18	23	21	24	<b>100</b>
<b>合計</b>		<b>153</b>	<b>180</b>	<b>241</b>	<b>218</b>	<b>208</b>	<b>1,000</b>

(S)

※[令和2年国勢調査 人口等基本集計]の性・年齢に基づき割付

- ◆ 調査期間 : 2022年5月6日(金)～ 5月16日(月)

## 「引用・転載時のお願い」

本レポートの外部への引用・転載の際は、下記連絡先にメールにて掲載のご連絡をお願い致します。

連絡先 : 日本リサーチセンター広報室 (information@nrc.co.jp)

担当 : 営業企画本部営業企画部第3チーム 瀧上 悠人

**掲載では、必ず当社クレジットを明記していただき、調査結果のグラフ・表をご利用の場合も、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。**