

公営競技・ギャンブルについての 自主調査結果 ～地方競馬編～

2022年6月8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

地方競馬の購入状況と購入方法

今後の観戦・購入意向と

今後、新たに観戦・購入する場合のきっかけ

各施策の認知状況

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。

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) |
| 購入・遊技方法 | 【2022年に該当の公営競技・ギャンブルを購入・遊戯した方のみ回答】 2022年に入ってから、以下の公営競技・ギャンブルをどの方法で購入しましたか。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) |
| 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) |
| 今後、新たに観戦・購入するためのきっかけ | 【購入経験がないが、今後観戦・購入・遊技意向がある方のみ回答】 各公営競技・ギャンブルについて、どういったきっかけがあれば、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) |
| 各施策認知 | 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) |
| レース命名権購入意向 | 以下の公営競技でレース名の命名権を購入することができますが、命名権を購入をしてみたいですか。それぞれの公営競技についてお知らせください。(それぞれひとつだけ) |

調査まとめ

本調査より

地方競馬の購入状況と購入方法

地方競馬の購入経験者は、全体の18.3%。

購入状況は、増加傾向にあり、2022年の購入状況は7.1%。

2022年購入者は、「インターネット投票のみ」で購入している人が最も多い。

今後の観戦・購入意向と

今後、新たに観戦・購入する場合のきっかけ

今後の観戦・購入意向は、全体の19.8%が意向あり。その場合の観戦・購入方法は、「インターネット投票での購入」が最も多いが、「競技場で購入したり、観戦したい」という人も多い。

地方競馬の購入経験はないが、今後観戦・購入の意向がある人に、どういったきっかけがあれば観戦・購入したいかを聞くと、「当たりやすくなる」という意見が最も多い。

各施策の認知状況

地方競馬経験者であっても、「毎日レースを開催していること」の認知は4割未満。

地方競馬のレース命名権は、地方競馬経験者の約半数が「購入してみたい」という意向がある。

ということが明らかになった。

調査結果

本調査結果より

インターネット投票利用者に継続して利用してもらうために

インターネット投票利用者が、 どんな人が、なぜ利用しているのかの把握

今後、競馬場への来場を促すために

競馬場来場者が、どんな人が、なぜ来場するのかを把握

することが大切になってくると考えられる。

当社では、これらを把握できる

- ・公営競技の利用者実態調査
- ・公営競技やレジャー施設の来場者調査

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。

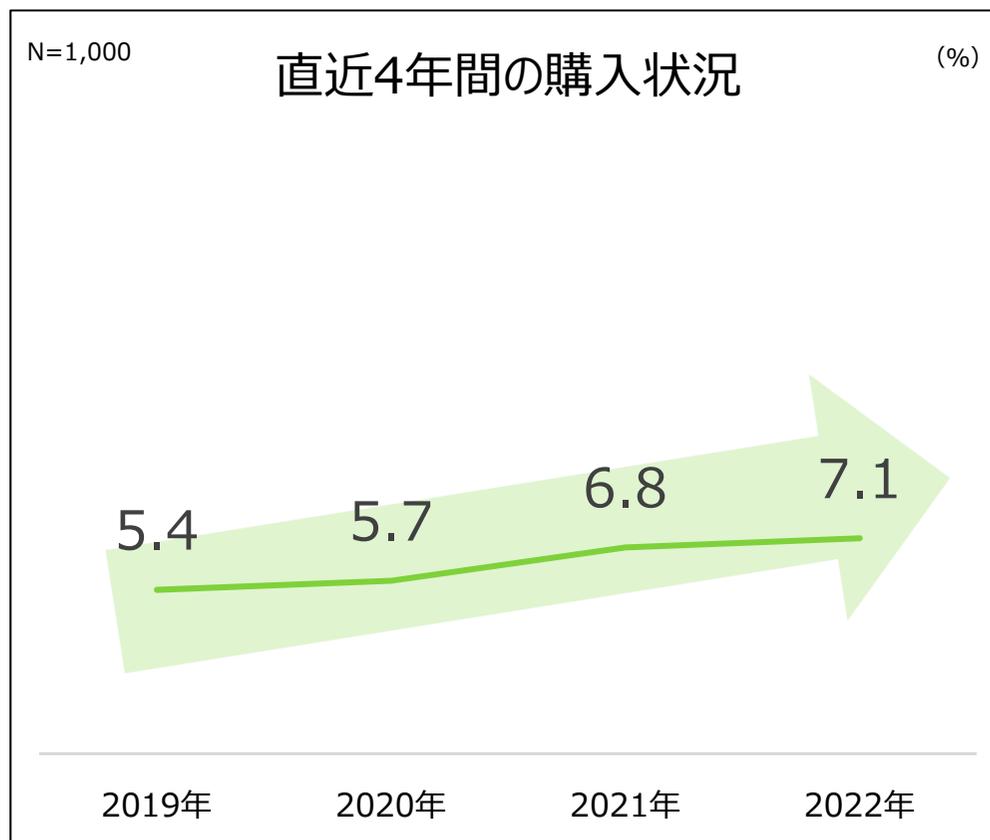
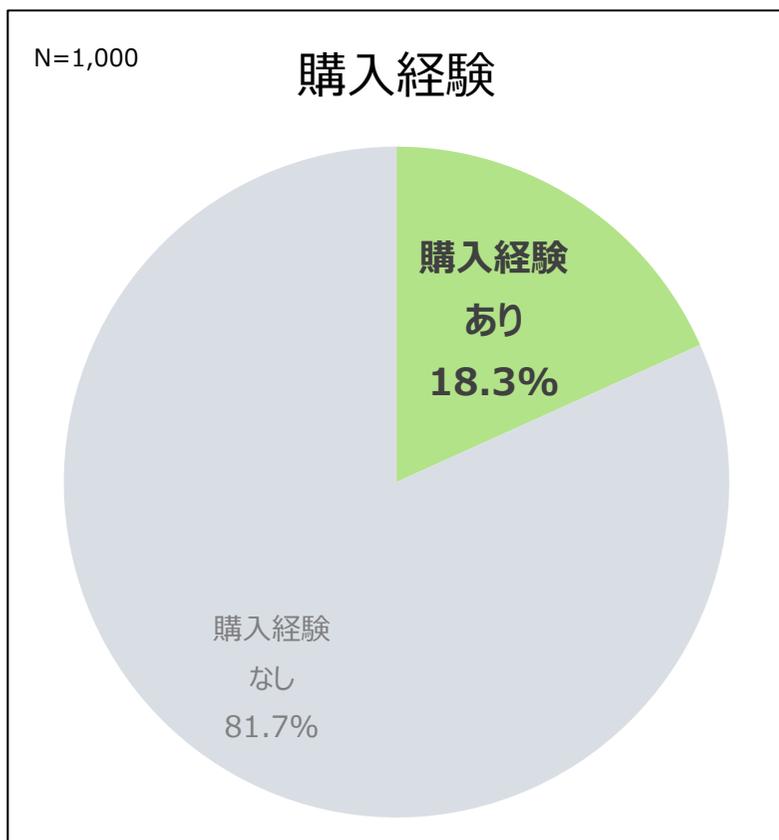


地方競馬の購入経験

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)

- ・地方競馬の購入経験を全体で見ると、「購入経験あり(※)」は18.3%。
- ・2022年の購入状況は、全体で7.1%。
- ・微増ではあるが増加傾向にある。

(5.4%(2019年)→5.7%(2020年)→6.8%(2021年)→7.1%(2022年))

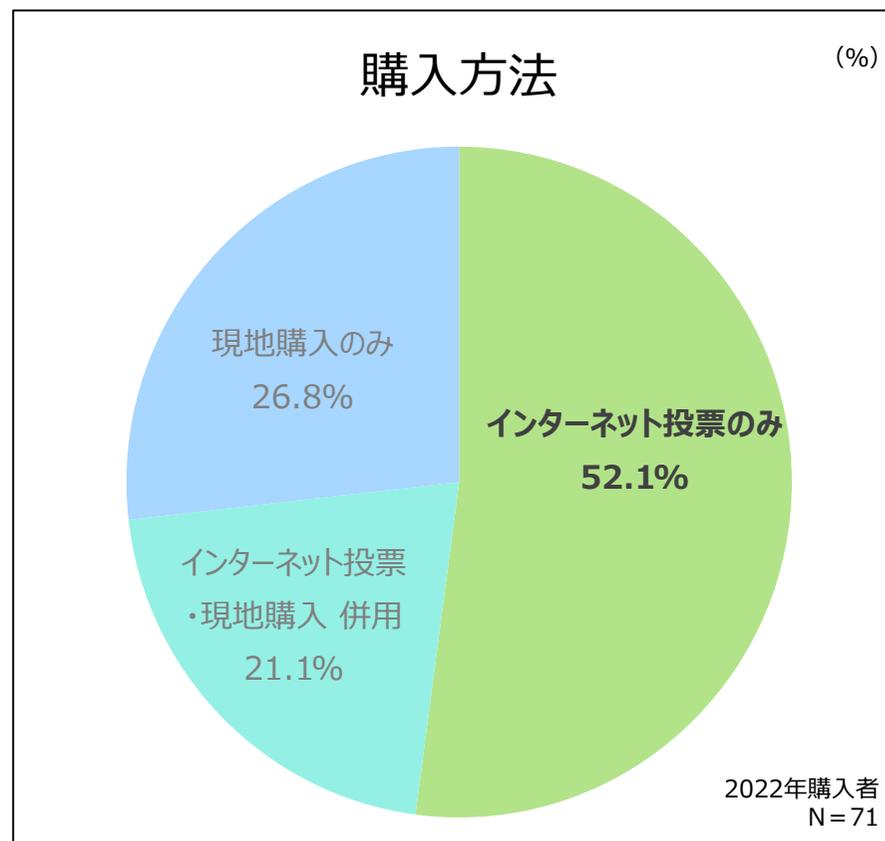
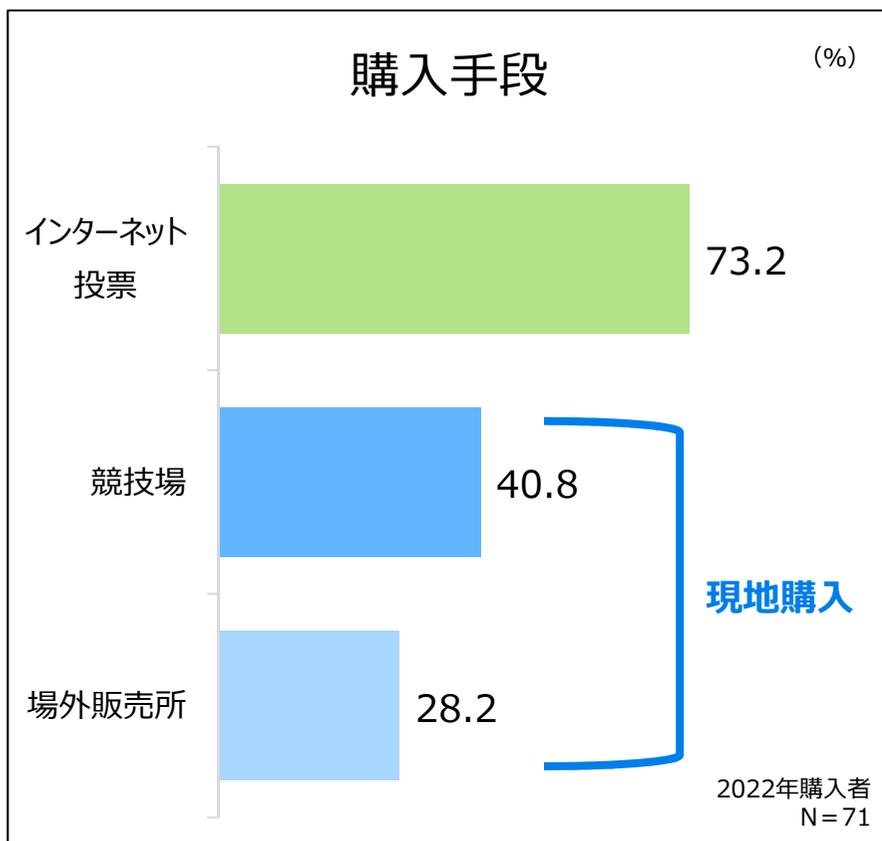


※選択肢は、「2022年」、「2021年」、「2020年」、「2019年」、「2018年以前」、「この公営競技・ギャンブルは購入・遊技したことがない」
※「2022年」～「2018年以前」回答者＝「購入経験あり」、「この公営競技・ギャンブルは購入・遊技したことがない」回答者＝「購入経験なし」

地方競馬の購入手段・方法

問. 2022年に入ってから、以下の公営競技・ギャンブルをどの方法で購入しましたか。
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)

- ・地方競馬の購入手段を、2022年購入者に聞くと、「インターネット投票」(73.2%)が最も高い。
- ・購入方法は、半数以上(52.1%)が「インターネット投票のみ」で購入している。

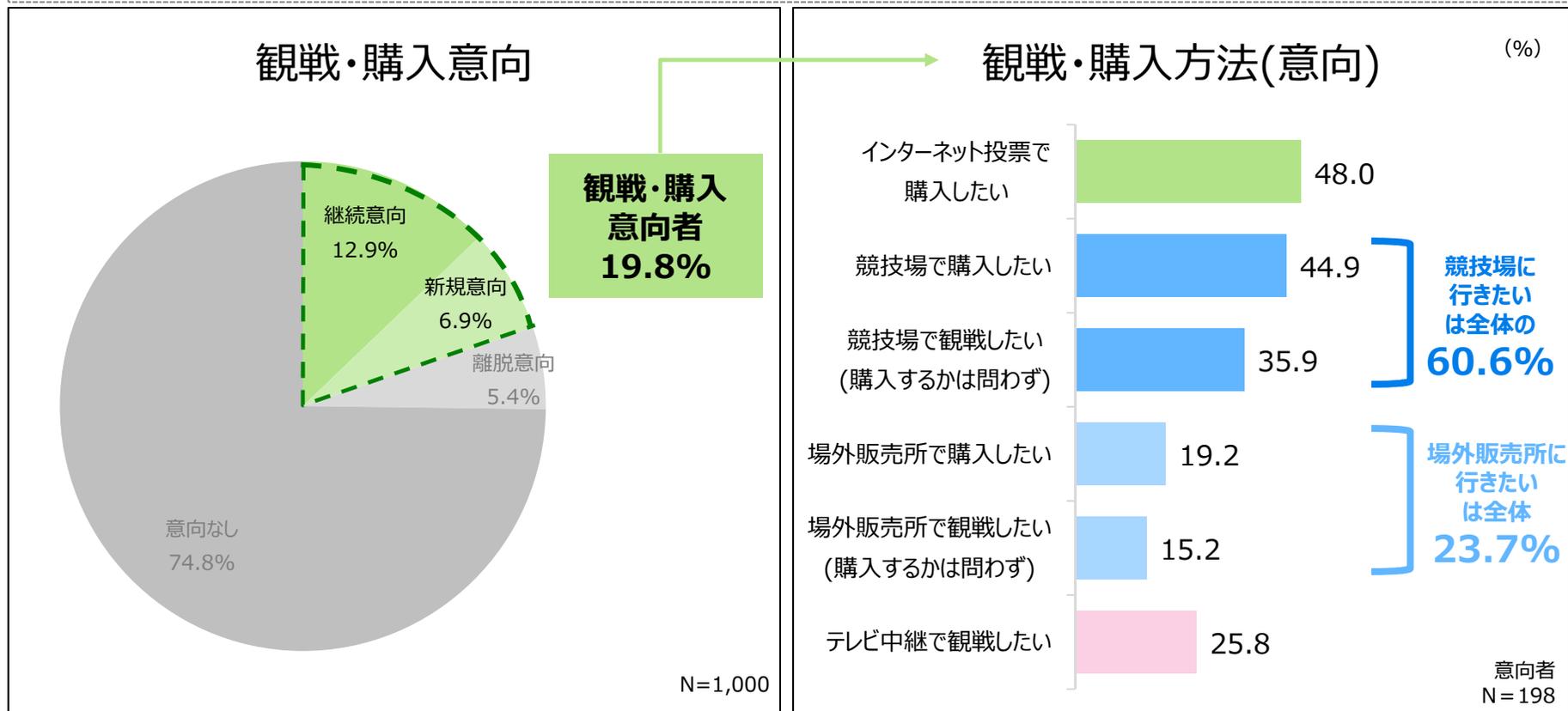


※選択肢は、「インターネット投票」=「インターネット投票で購入」、「競技場」=「競技場(競馬場やレース場など)で購入」、「場外販売所」=「場外販売所(ウインズやポートピアなど)で購入」
※「現地購入」=「競技場(競馬場やレース場など)で購入」、「場外販売所(ウインズやポートピアなど)で購入」のどちらかで購入

地方競馬の今後の観戦・購入意向

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)

- ・地方競馬の今後の観戦・購入意向は、「継続意向(※)」(12.9%)と「新規意向(※)」(6.9%)を合わせた“観戦・購入意向者”は19.8%。
- ・「新規意向」(6.9%)に対して、「離脱意向(※)」(5.4%)となっている。
- ・観戦・購入意向者に、どの方法で観戦・購入したいかを聞くと、「インターネット投票で購入したい」(48.0%)が最も高い。また、「競技場に行きたい(※)」は60.6%となっている。

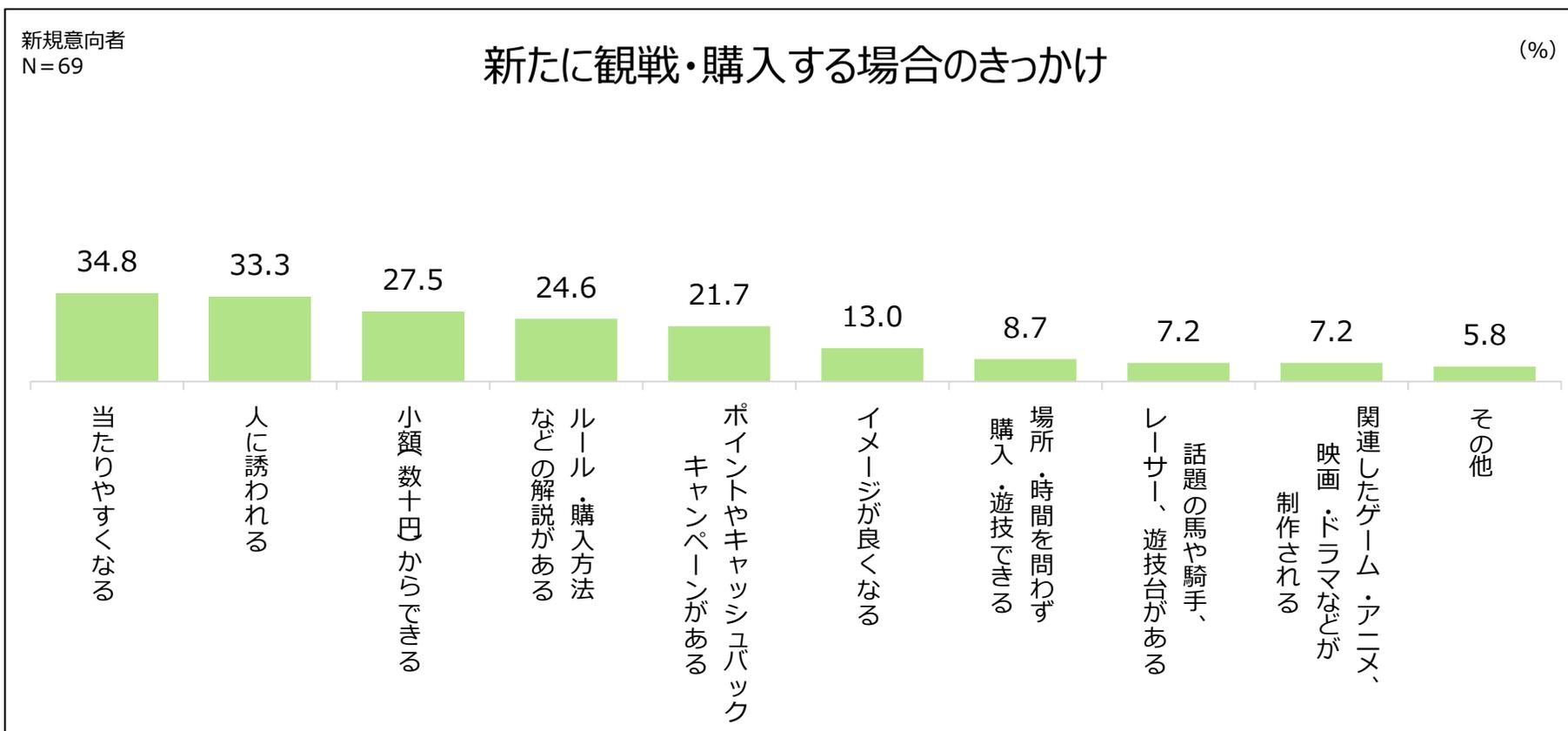


※「継続意向」=「購入経験あり かつ いずれの方法で観戦・購入意向あり」、 「新規意向」=「購入経験なし かつ いずれの方法で観戦・購入意向あり」
 「離脱意向」=「購入経験あり かつ いずれの方法でも観戦・購入意向なし」、 「意向なし」=「購入経験なし かつ いずれの方法でも観戦・購入意向なし」
 ※「競技場(場外販売所)に行きたい」=「競技場(場外販売所)で購入したい」または「競技場(場外販売所)で観戦したい(購入するかは問わず)」のいずれか回答

今後、新たに観戦・購入する場合のきっかけ

問 各公営競技・ギャンブルについて、どういったきっかけがあれば、観戦・購入・遊技をしてみたいですか。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)

・地方競馬の新規意向者(※)に、どういったきっかけがあれば観戦・購入したいかを聞くと、「当たりやすくなる」(34.8%)が最も高い。次いで、「人に誘われる」(33.3%)、「小額(数十円)からできる」(27.5%)が続く。

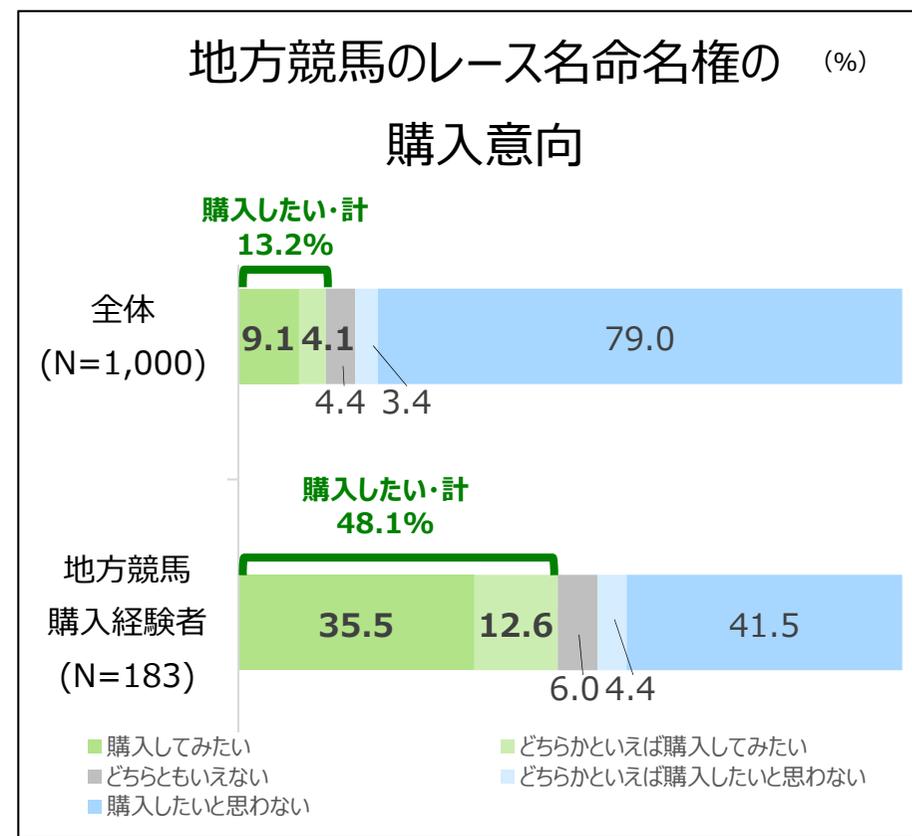
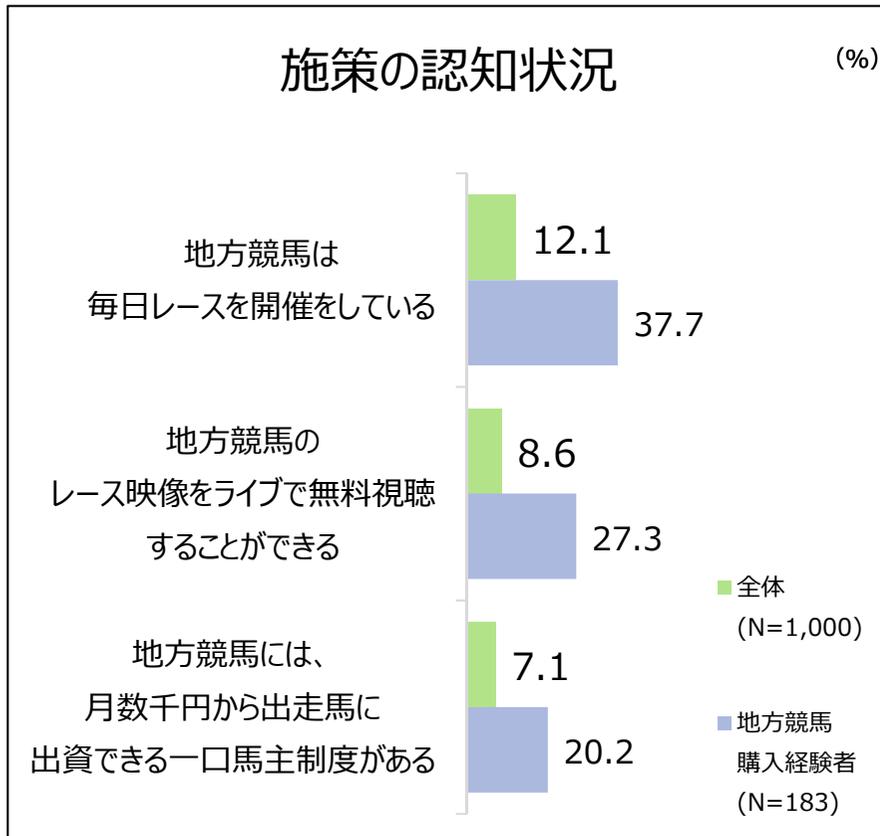


※「新規意向」= 「購入経験なし かつ いずれの方法で観戦・購入意向あり」

各施策の認知状況

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)
 問. 以下の公営競技でレース名の命名権を購入することができますが、命名権を購入してみたいですか。
 それぞれの公営競技についてお知らせください。(それぞれひとつだけ)

- ・地方競馬の施策の認知状況は、購入経験者で、「毎日レースを開催」が37.7%、「レース映像を無料で視聴することができる」が27.3%、「一口馬主制度がある」が20.2%となっており、いずれも全体と比べて高い。
- ・地方競馬のレース名命名権の購入意向は、全体で「購入してみたい」(9.1%)と「どちらかといえば購入してみたい」(4.1%)を合わせた“購入してみたい・計”は13.2%。地方競馬購入経験者の“購入してみたい・計”は48.1%で、全体と比べて高い。



※「購入したい・計」= 「購入してみたい」または「どちらかといえば購入してみたい」のいずれかを回答

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

※[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 淵上 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。