



公営競技 と 参加状況

第1弾 ～イケオジが日本を救う！？～

2024年5月調査結果



NR 日本リサーチセンター
Member of WIN and Gallup International Association



調査目的

みなさん、公営競技といえば、どういう印象ですか？

ギャンブル、借金、怖いなどマイナスなイメージを持っている方もいると思います。

でも、実は競馬や競輪、オートレースなどの公営競技の売上の一部は被災地支援や社会福祉、畜産・技術振興、教育・文化支援、介助犬育成支援など、様々な社会貢献活動に活用されており、みなさんの身近なところで役立っているかもしれません。

そんな公営競技について

- ① **現状の把握（購入状況や非参加理由、イメージが悪い理由、参加意向）**
- ② **今後の参加可能性（押し活の側面から）**
- ③ **今後の参加可能性（カメラ女子・男子の側面から）**
- ④ **社会貢献活動に関する認知・関心**
- ⑤ **引退競走馬に関する認知・関心**

を把握することを目的に調査を行ない、5つのレポートにまとめました。

今回のレポートでは

- ① **現状の把握（購入状況や非参加理由、イメージが悪い理由、参加意向）**

について、まとめております。

調査概要

- 調査方法 : WEB調査
- 調査対象者 : 日本全国20～49歳男女
- 回収サンプル数 : 500s (2020年国勢調査結果の国籍総数人口の構成比より割付)
- 調査期間 : 2024年5月9日(木)～ 5月14日(火)

質問項目

属性	性別、年代、居住地
推し活	推しているもの、情報源、活動状況、今後したいこと、費やした金額
写真撮影	撮影目的の外出、撮影したもの、撮影するカメラ種類
公営競技	購入状況、非参加理由、イメージが悪い理由、今後の購入意向、競技時間の影響
社会貢献活動	関心のある社会課題、支援したい社会課題、公営競技の社会貢献活動認知、投票券を購入したいと思う社会貢献活動
引退競走馬	引退競走馬に関して認知していること、引退競走馬への関心度合い

《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 洲上 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。

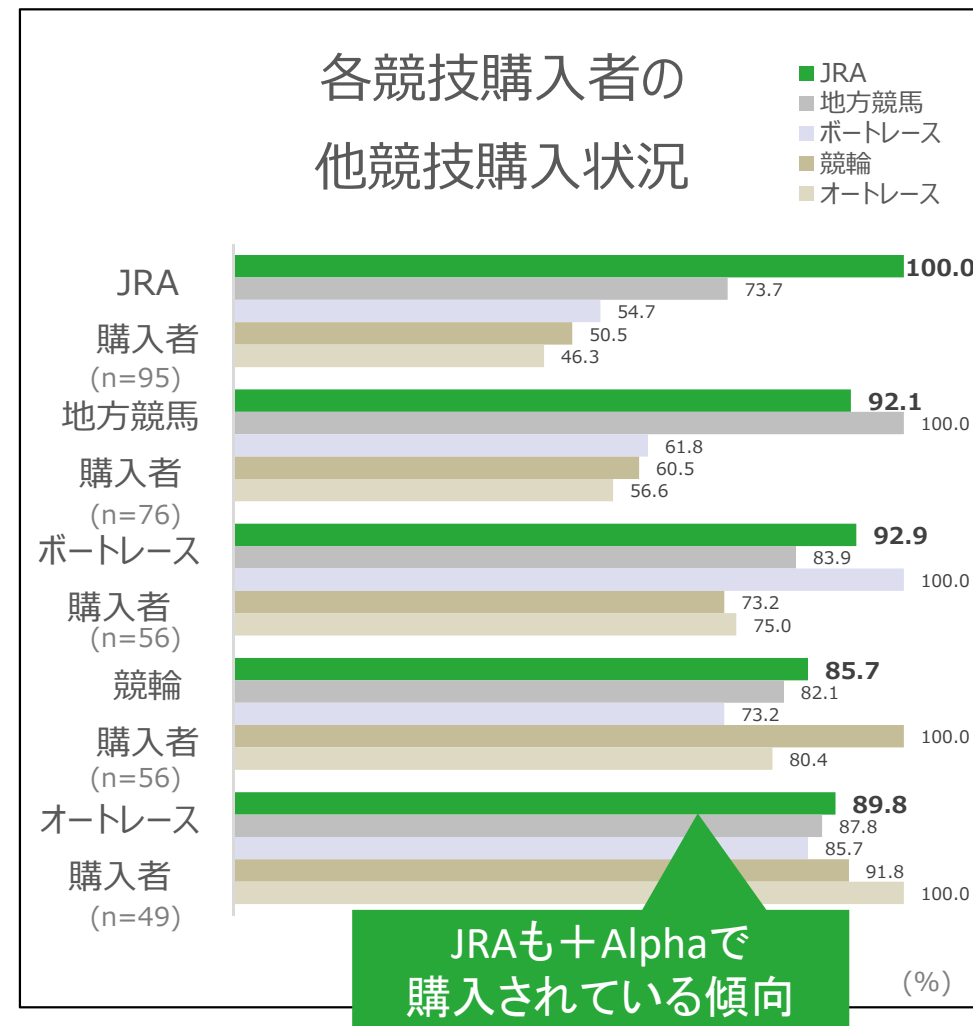
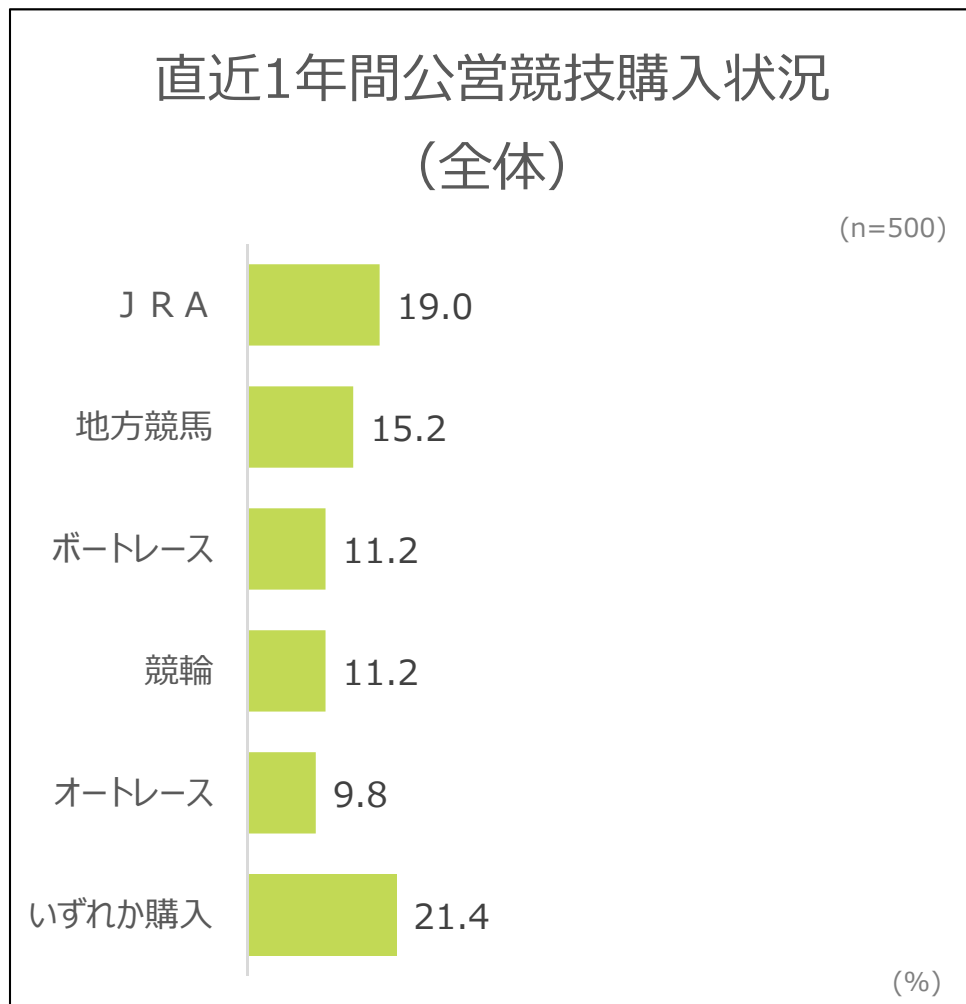
※詳細はお問い合わせください。

調查結果

公営競技の購入状況

Q. あなたは、直近1年間に、以下の公営競技にどの程度参加しましたか。(それぞれひとつ)

- 直近1年間の購入状況は、全体で「JRA」(19.0%)が最も高く、約5人に1人が購入。
5競技いずれかを購入しているのは21.4%。
- 各競技者で他競技の購入状況を見ると、各競技購入者の9割前後がJRAも購入している。



※購入者 = 「週1回以上の頻度で購入した」、「月1回以上・週1回未満の頻度で購入した」、「月1回未満の頻度で購入した」の合算値

公営競技の非参加理由

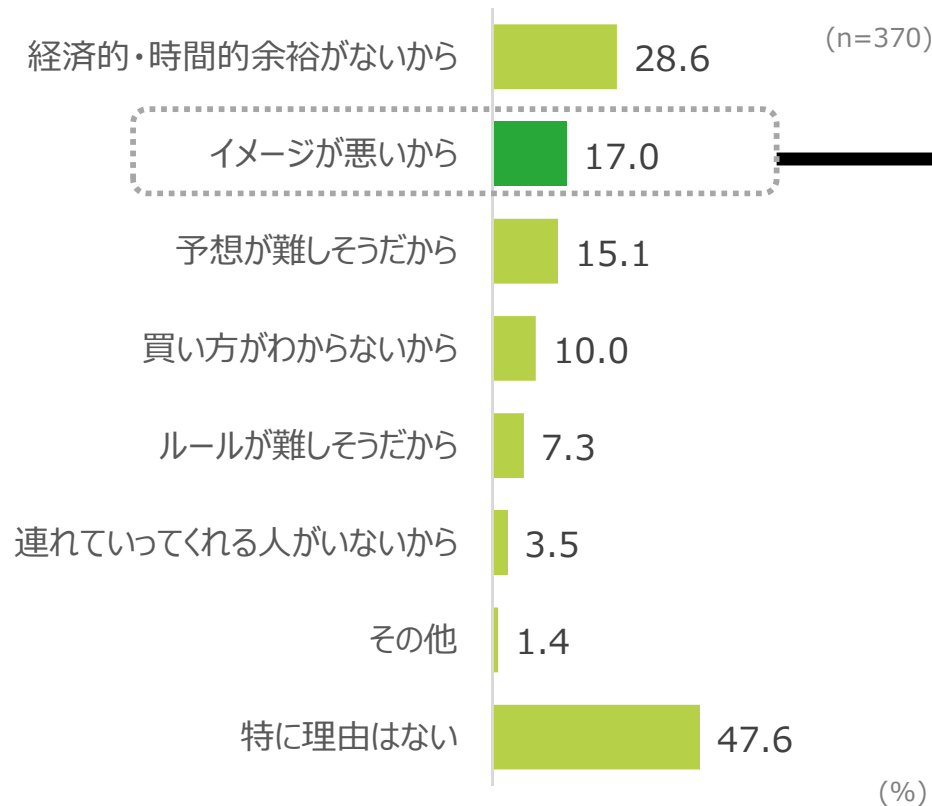
Q. あなたが直近1年以内に公営競技を参加しなかった理由として、あてはまるものをお知らせください。(いくつでも)

Q. 公営競技の「イメージが悪い」ところを、なるべく具体的にお知らせください。

- 直近1年間にいずれの公営競技も購入していない・競技場にも行っていない人に、非参加理由を聞いたところ、「経済的・時間的余裕がないから」(28.6%)が最も高かった。次いで、「イメージが悪い」(17.0%)、「予想が難しそうだから」(15.1%)が続く。
- 「イメージが悪いから」と回答した人に、具体的にどういったところがイメージが悪いか聞いたところ、「ギャンブル・賭け事だから」(50.8%)が高い。次いで、「治安・ガラが悪いから」(25.4%)、「おじさんが多いから」(14.3%)が続く。

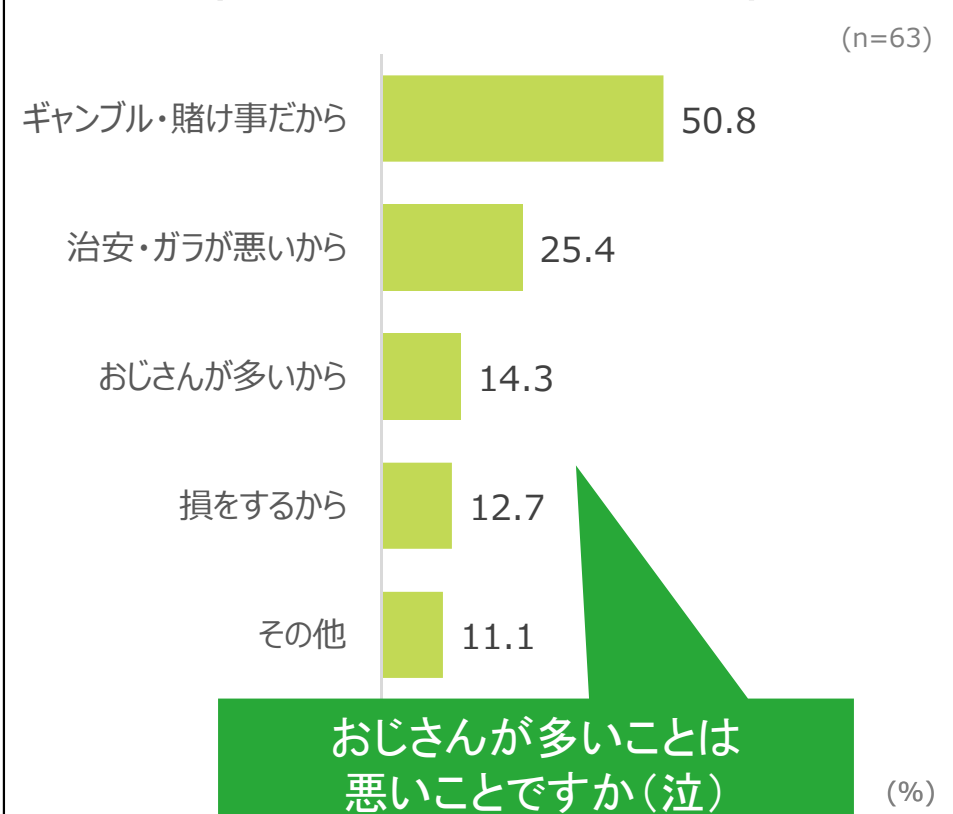
直近1年間公営競技非参加理由

(いずれの公営競技も購入していない・競技場に行っていない人)



公営競技のイメージが悪い理由

(「イメージが悪い」回答者)



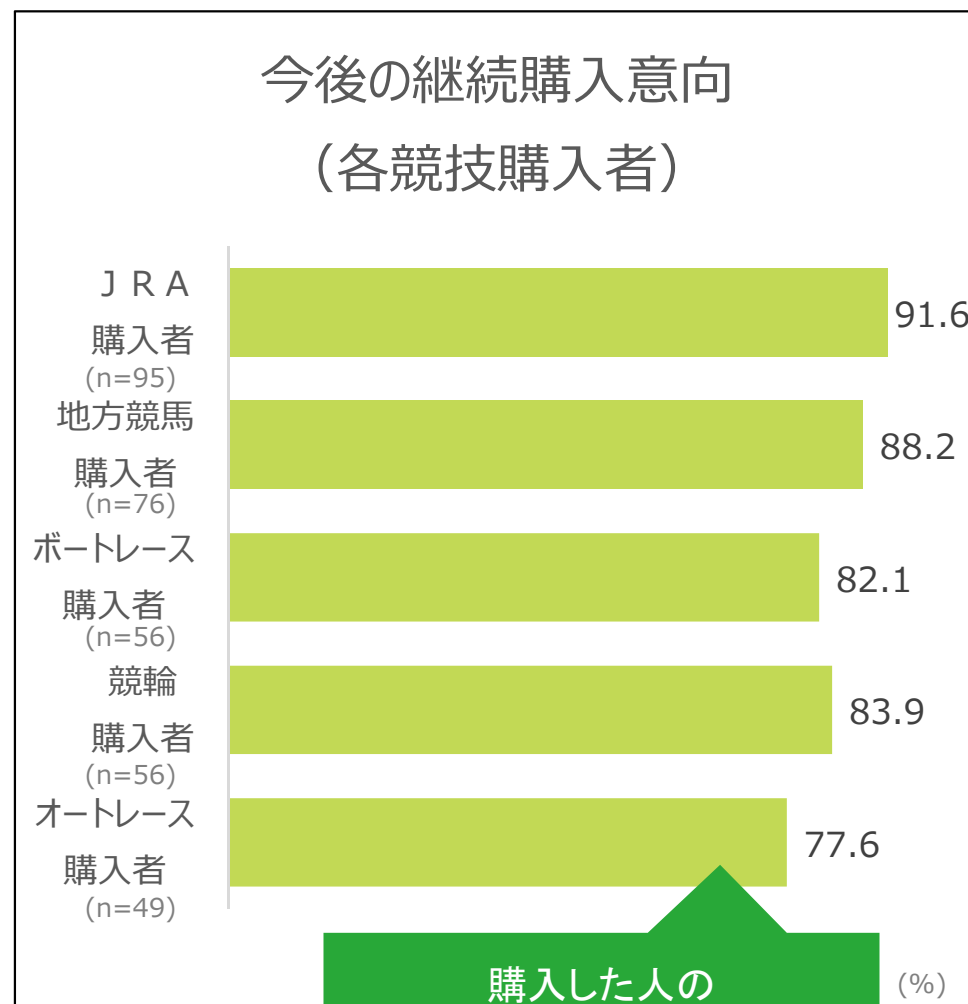
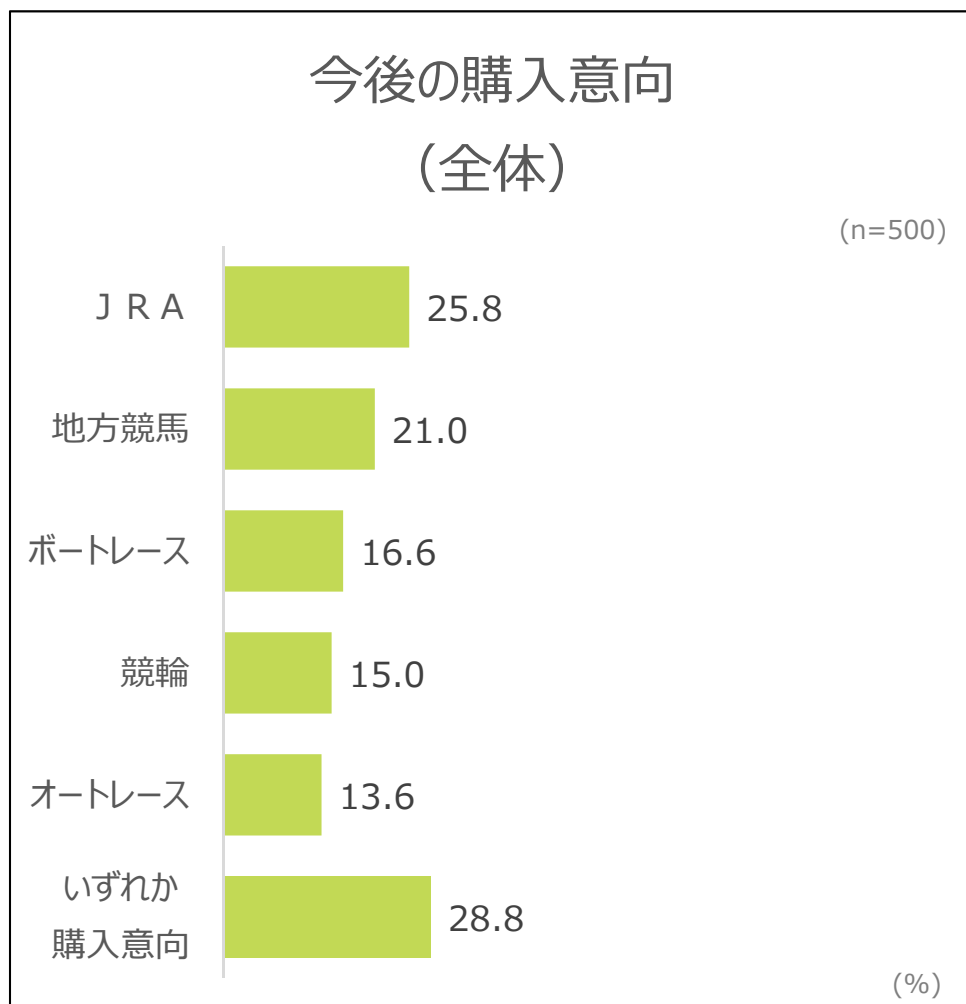
おじさんが多いことは悪いことですか(泣)

※自由回答の内容から分類

公営競技の購入意向

Q. あなたは、以下の公営競技について、今後購入したいと思いますか。(それぞれひとつ)

- 今後の購入意向は、全体で「JRA」(25.8%)が最も高く、約4人に1人が購入意向あり。
5競技いずれかでも購入意向があるのは28.8%。
- 直近1年間の購入者でみると、各競技者購入者の、今後の継続購入意向は、「JRA」と「地方競馬」は約9割、その他の競技は約8割が今後も購入意向あり。



購入した人の
8~9割は継続意向

※購入意向者 = 「とても購入したい」または「やや購入したい」の合算値

まとめ

結果まとめ

購入状況

- 直近1年間の公営競技の購入状況は、JRAが最も高く、約5人に1人が購入。
- 地方競馬や競輪などの購入者は9割前後が、JRAも購入をしている。

非参加理由

- 直近1年間にいずれの公営競技も購入していない・競技場にも行っていない、非参加者の非参加理由は「経済的・時間的余裕がない」と「イメージが悪い」「予想が難しそうだから」が上位。
- 「イメージが悪い」具体的な内容を聞くと、「ギャンブル・賭け事だから」「治安・ガラが悪いから」「おじさんが多いから」が上位に挙がった。

購入意向

- 今後の購入意向を全体で見ると、JRAが最も高い。
- 直近1年間の購入者で見ると、各競技者購入者は、多くの方が今後も継続意向があった。

性別・年代・エリア別・各競技購入状況別などのデータをご提供することが可能ですので、ぜひお問い合わせください。

結果を受けた感想

購入者の継続意向は8~9割ほどで高いが、
全体で見ると、購入者・購入意向者ともに1~2割程度に留まる。
このことから、まずは非参加者が参加する「一歩」を取り込むことが必要であると思われる。

非参加者の非参加理由は
「経済的・時間的余裕がない」・「イメージが悪い」が上位に挙がり
「イメージが悪い」理由として
「ギャンブル・賭け事だから」「治安・ガラが悪いから」「おじさんが多いから」が挙がる。

上記の中で、「治安・ガラが悪いから」「おじさんが多いから」のイメージ改善は
比較的能動的に取り組みやすいのでは、と考えられる。

例えば、「観戦マナー強化」や「品の良いオジ様(イケオジ)推進」などにより
上記のイメージが改善されれば、公営競技のイメージを向上させ、
非参加者の参加障壁が少しでも取り除けるのではと思われる。
それにより、公営競技の売上が向上すれば、社会貢献活動に役立つかもしれない。



イメージ
改善

イケオジが
増える



参加者が
増える! ?

売上
増加



社会貢献活動に
役立つ! ?