



公営競技 と 押し活

第2弾 ～きっかけは何でもええじゃないかLOVE～



2024年5月調査結果



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

②今後の参加可能性（押し活の側面から）

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

推しているもの

Q. あなたは現在、推しているものはありますか。(いくつでも)

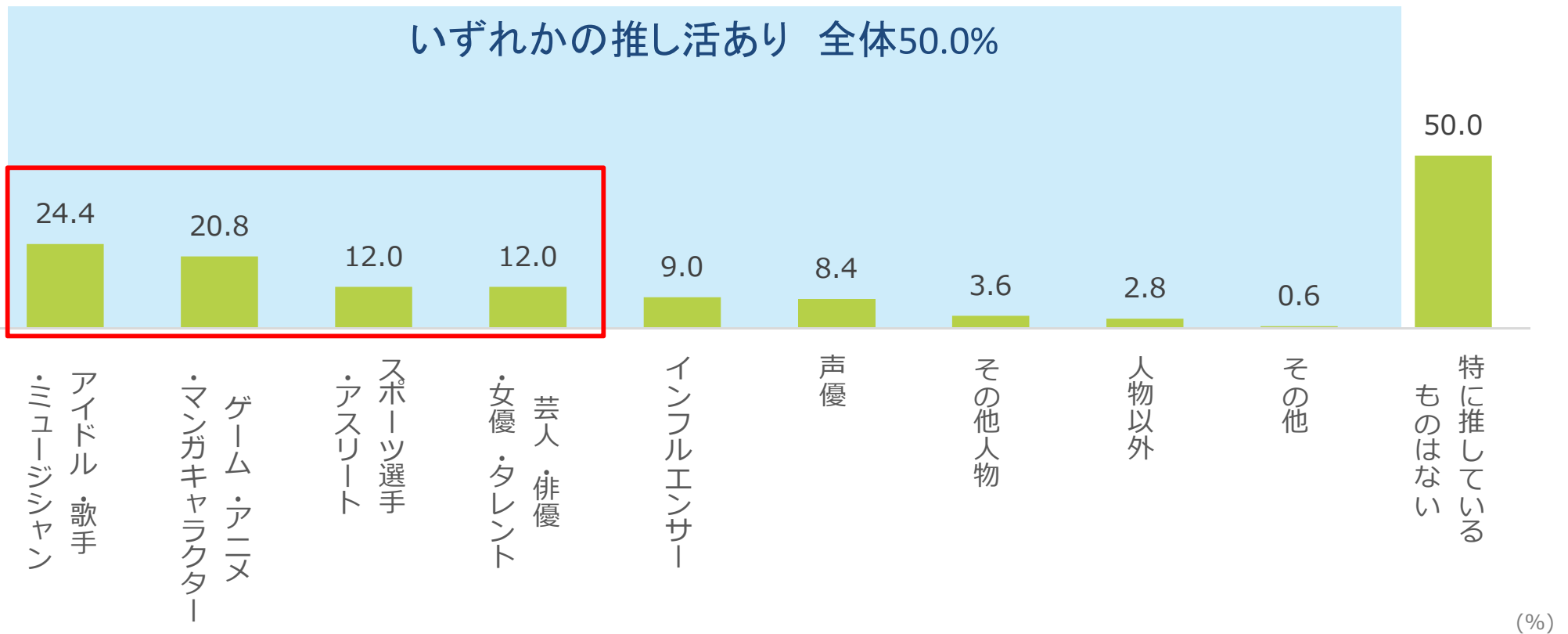
※「推し」とはここでは、お金をかけて応援している人物などを指します。ご自身のお子さまや家族は除きます。

■全体の50.0%が、いずれか推しているものがあると回答。

推しているものは、全体で「アイドル・歌手・ミュージシャン」(24.4%)が最も高い。次いで、「ゲーム・アニメ・マンガキャラクター」(20.8%)が続く。

推しているもの

いずれかの推し活あり 全体50.0%



(%)

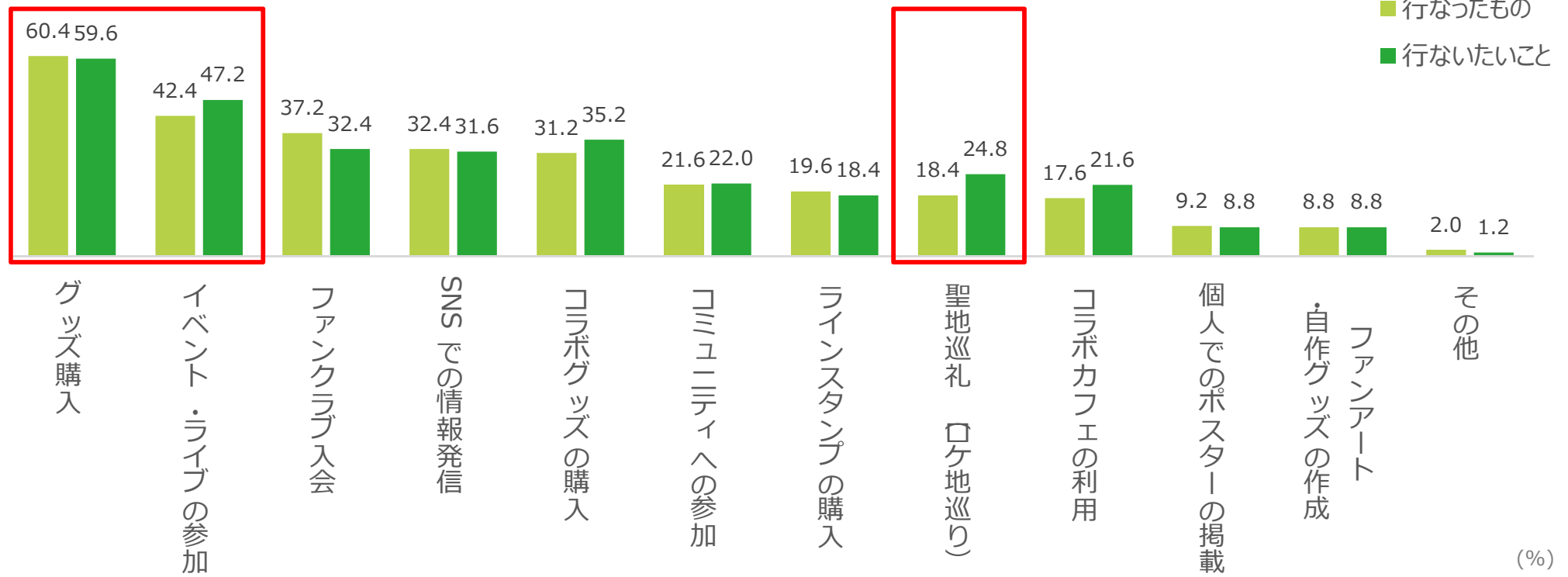
推し活で行なったことがあるもの ・今後行ないたいこと

Q.あなたが、推しのために行なったことがあるものをお知らせください。(いくつでも)
Q.あなたが、推しのために今後(も)行ないたいことをお知らせください。(いくつでも)

- 推し活ありの人に、推し活で行なったことがあるものについて聞いたところ、全体で、「グッズ購入」(60.4%)が最も高い。次いで「イベント・ライブの参加」(42.4%)、「ファンクラブ入会」(37.2%)が続く。
- 今後行ないたいことは、全体で「グッズ購入」(59.6%)が最も高く、次いで「イベント・ライブ」(47.2%)、「コラボグッズの購入」(35.2%)が続く。行なったことと比べて、「聖地巡礼(ロケ地巡り)」(24.8%)が高い。

推し活で行なったことがあるもの・今後行ないたいこと

(n=250)



【押し活有無別】

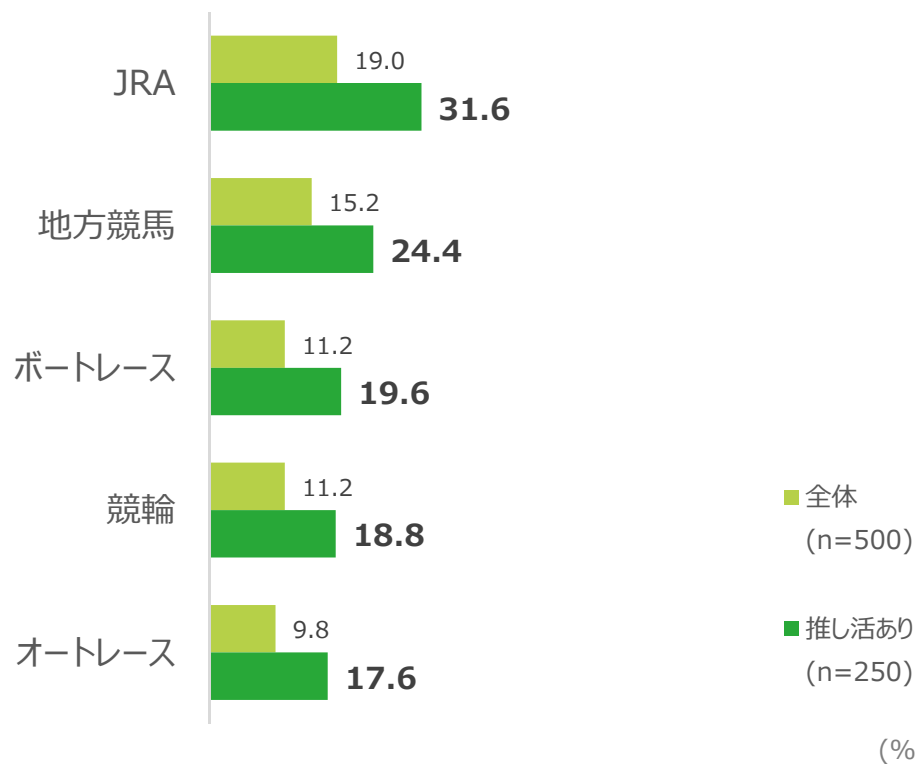
公営競技の購入状況・購入意向

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)

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)

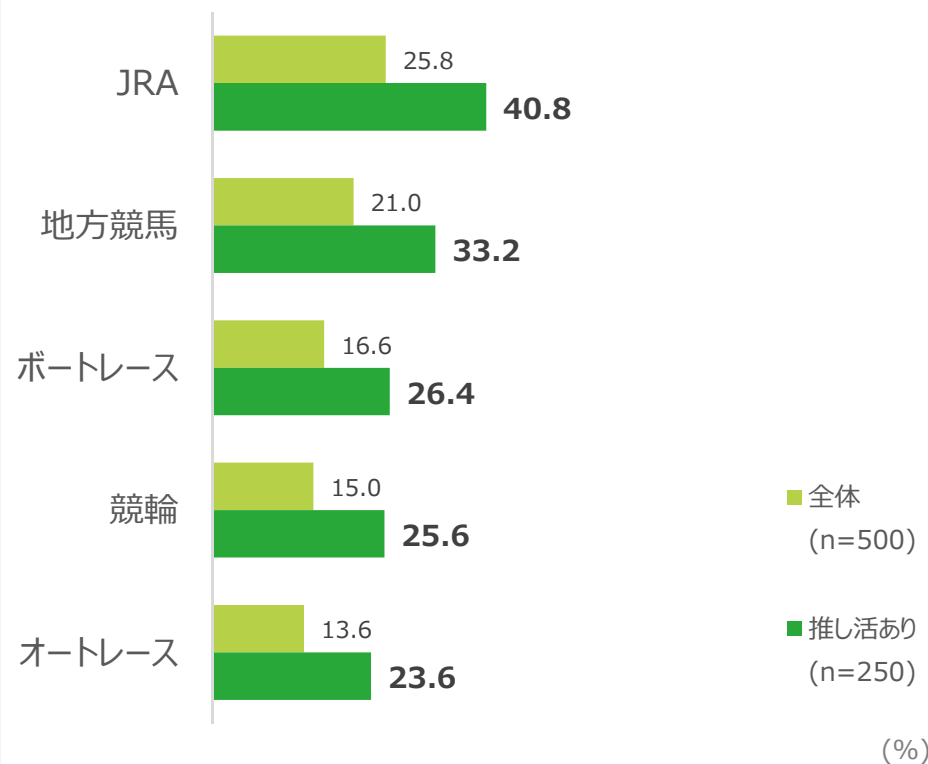
■ 押し活ありの人は、直近1年間の各競技の購入状況、今後の購入意向ともに、いずれの競技も、全体と比べて高い。

直近1年間の各競技購入状況 (押し活有無別)



※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

今後の購入意向 (押し活有無別)



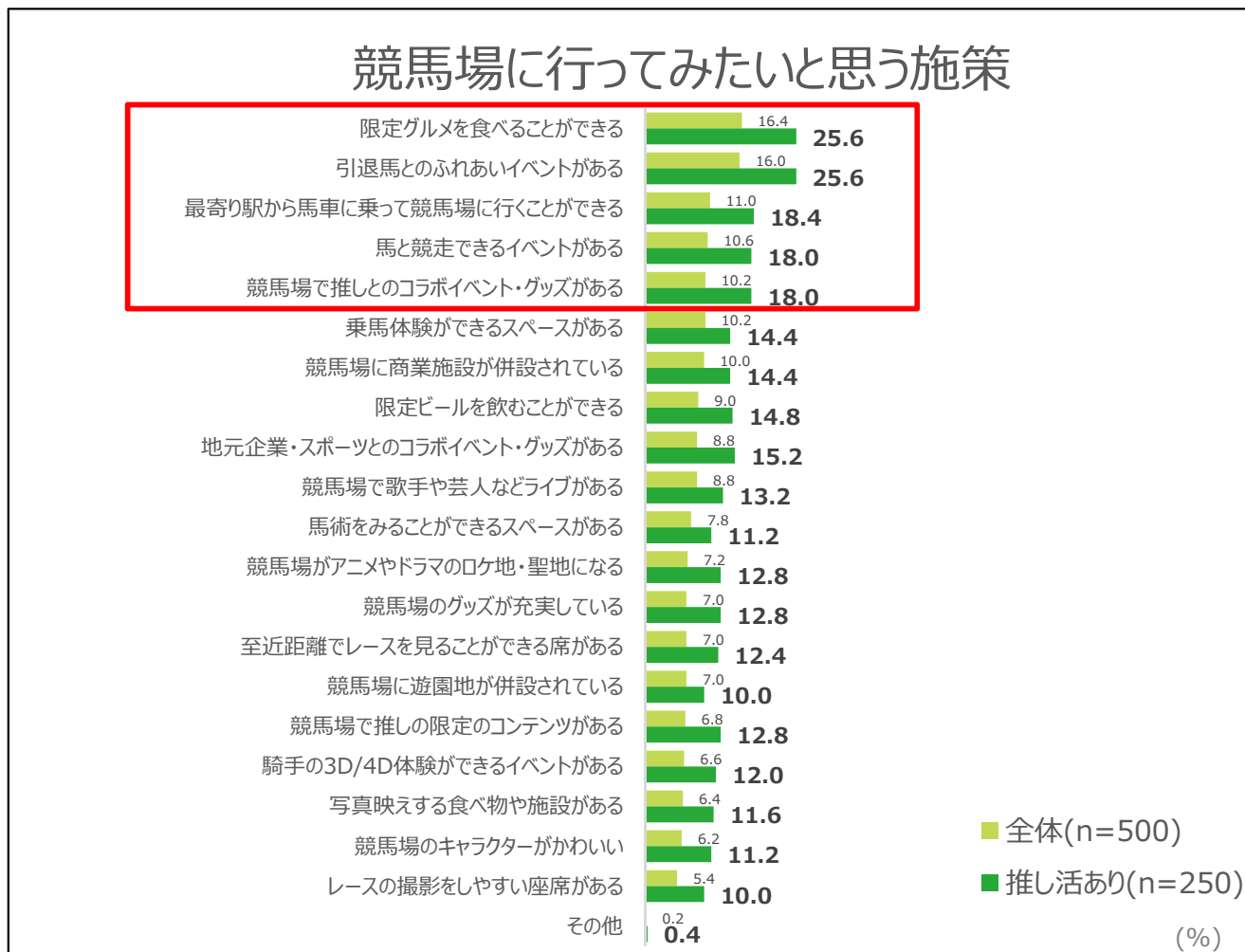
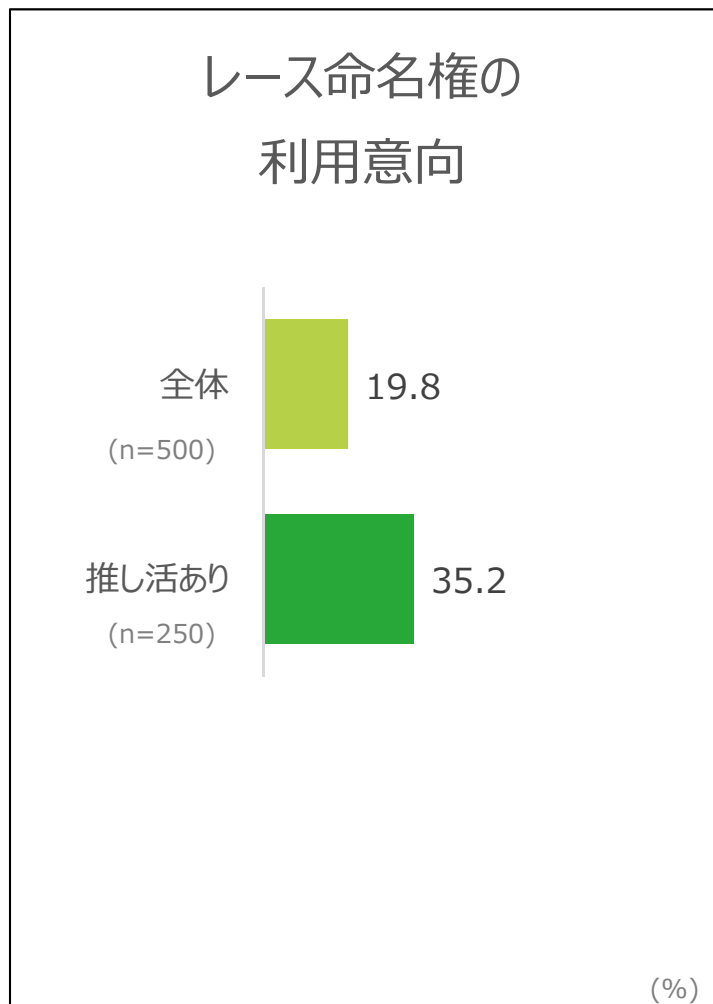
※購入意向者 = 「とても購入したい」または「やや購入したい」の合算値

レース命名権

・競馬場に行ってみたいと思う施策

Q. 一部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。(ひとつだけ)
 Q. 以下のようなことがあれば、競馬場(J R A (中央競馬)・地方競馬含む)に行ってみたいですか。(いくつでも)

- 公営競技のレース命名権について、「非常に利用してみたい」または「利用してみたい」と回答した、利用意向は、全体で19.8%。推し活ありの人でみると、利用意向は35.2%で全体と比べて高い。
- 競馬場に行ってみたいと思う施策は、全体で「限定グルメを食べることができる」、「引退馬とのふれあいイベントがある」、「最寄り駅から馬車に乗って競馬場に行くことができる」、「馬と競走できるイベントがある」、「競馬場で推しとのコラボイベント・グッズがある」の順で高い。これらは、推し活ありの人は、全体と比べて特に高い。



※利用意向あり = 「非常に利用してみたい」または「利用してみたい」と回答

まとめ

結果まとめ

推しているもの

- 全体の半数が、いずれか推しているものがあると回答。
- 推しているものは、全体で「アイドル・歌手・ミュージシャン」(24.4%)が最も高く、次いで「ゲーム・アニメ・マンガキャラクター」(20.8%)。

推し活で行なったことがあるもの・今後行ないたいこと

- 推し活ありの人は、行なったこと・今後行ないたいことともに全体で「グッズ購入」最も高く、次いで「イベント・ライブの参加」が続く。

【推し活有無別】公営競技の購入状況・購入意向

- 推し活ありの人は、直近1年間の各競技の購入状況、今後の購入意向ともに、いずれの競技も、全体と比べて高い。

レース命名権・競馬場に行ってみたいと思う施策

- 推し活ありの人は、公営競技のレース命名権の利用意向が全体と比べて高い。
- 競馬場に行ってみたいと思う施策は、全体で「限定グルメを食べることができる」、「引退馬とのふれあいイベントがある」、「最寄り駅から馬車に乗って競馬場に行くことができる」、「馬と競走できるイベントがある」、「競馬場で推しとのコラボイベント・グッズがある」の順で高く、推し活がある人は特に高い。

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

20-49歳全体で半数が、何かしらの推し活をしていると回答しており、推し活をしている人は、公営競技の参加意向が全体と比べて高い。

推し活をしている人が行なったことおよび今後おこないたいこととして、「グッズ購入」「イベント・ライブの参加」がともに高い。

また、推し活をしている人は、(競馬場に限っているが)行ってみたいと思う施策として「コラボイベント・グッズがある」などが、全体と比べて高い。

これらのことから、例えば

- ・馬や騎手・選手、車体の推し活グッズの展開
- ・「アイドル・歌手・ミュージシャン」などとのコラボグルメ・イベント・グッズの展開
- ・推し活でのレース命名権の活用

などを行なうことで、公営競技に参加するきっかけになるのでは、と思われる。



推しグッズ展開
コラボイベント

新規層
来場促進



来場者が
増加！？

売上
増加



社会貢献活動に
役立つ！？