

公営競技 と カメラ女子・男子

第3弾 ～カメラの女子・男子やねん～



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

- ③今後の参加可能性（カメラ女子・男子の側面から）

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。

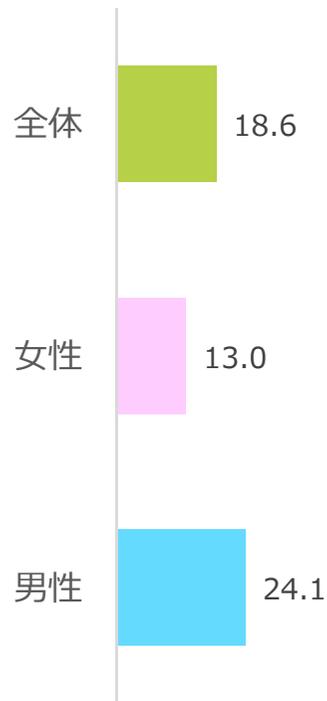
調查結果

写真撮影目的のおでかけ経験

Q. あなたは、直近1年間に、写真撮影をすることを目的に、出費を伴ったおでかけをしましたか。(ひとつだけ)
おでかけした先で気に入ったものを撮影したのではなく、お出かけの目的自体が撮影のものについてお答えください。

- 直近1年間に、写真撮影を目的に出費を伴うおでかけをしたことがあるのは、全体で18.6%。
性別でみると、女性は13.0%。男性は24.1%でそれぞれ全体と比べて高い。

直近1年間の
写真撮影目的でのおでかけ経験



(%)



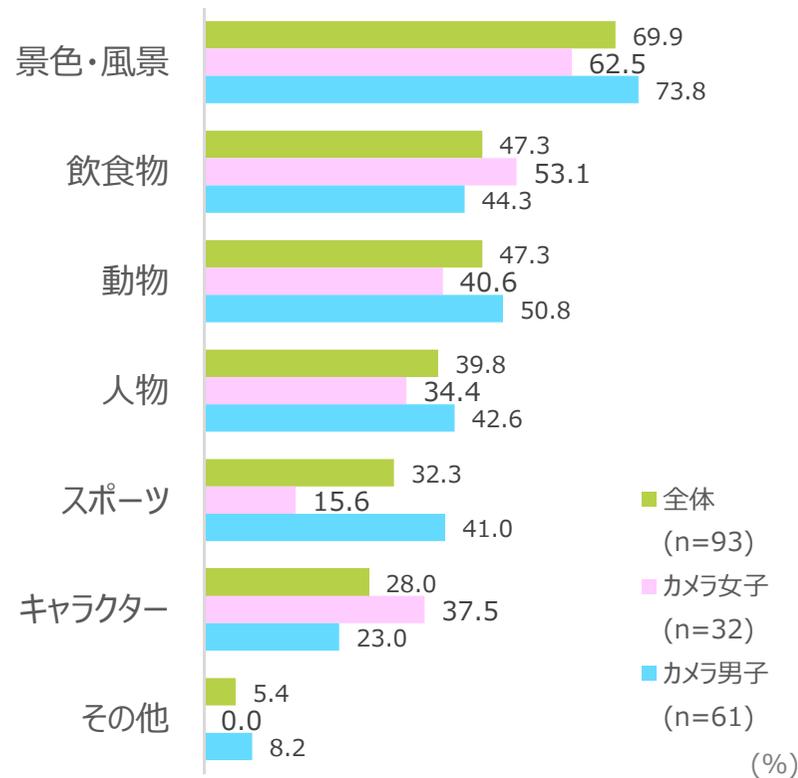
撮影したもの・使用したカメラ

Q. あなたは、直近1年間に、どういったものを撮影しに、出費を伴ったおでかけをしましたか。(いくつでも)

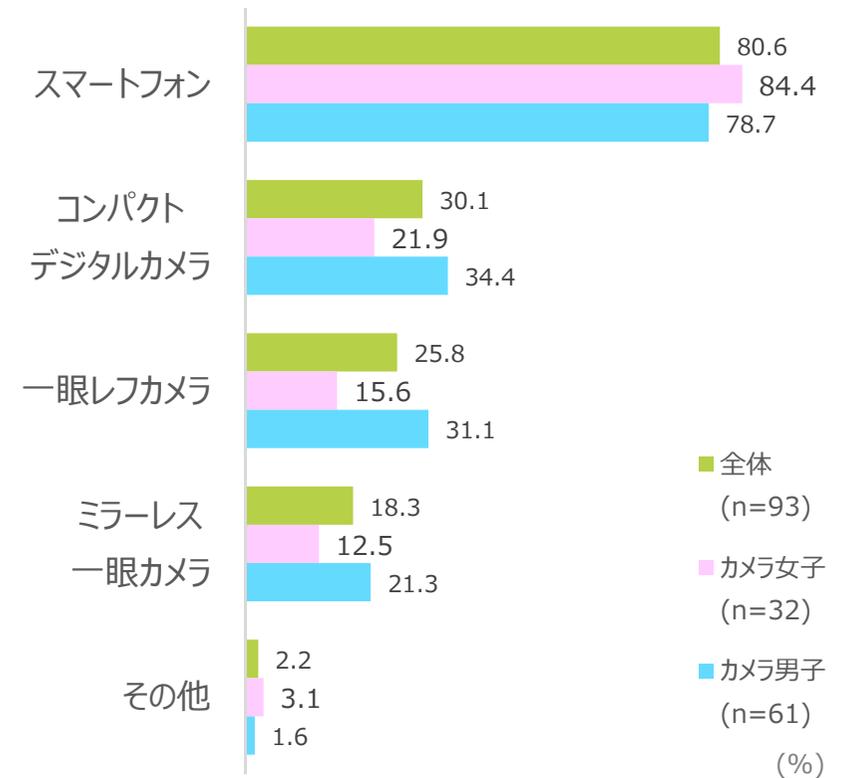
Q. あなたは、前問でお答えしたものを撮影する際、どういったカメラを使って撮影をしましたか。(いくつでも)

- おでかけをしたことがある人が撮影したものは、全体で「景色・風景」(69.9%)が最も高い。
おでかけをしたことがある女性を「カメラ女子」、男性を「カメラ男子」と定義すると、
カメラ女子は「飲食物」(53.1%)、カメラ男子は「スポーツ」(41.0%)が全体と比べて高い。
- 撮影に使用したカメラは、全体で「スマートフォン」(80.6%)が圧倒的に高い。

撮影したもの (おでかけ経験者)



撮影に使用したカメラ (おでかけ経験者)



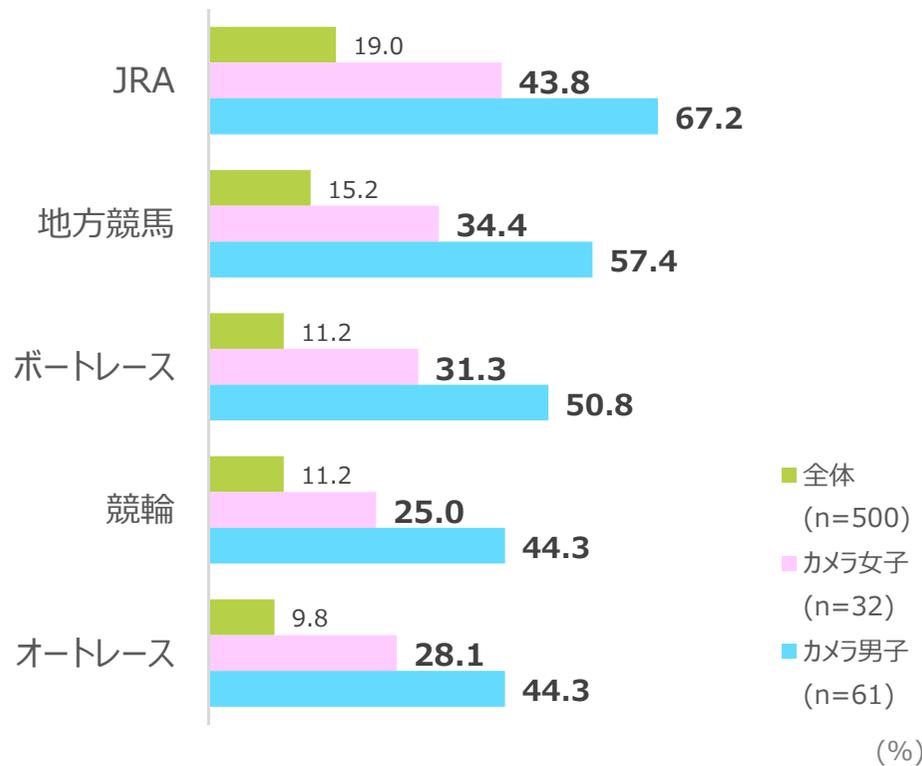
【カメラ女子・男子有無別】 公営競技の購入状況・購入意向

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)

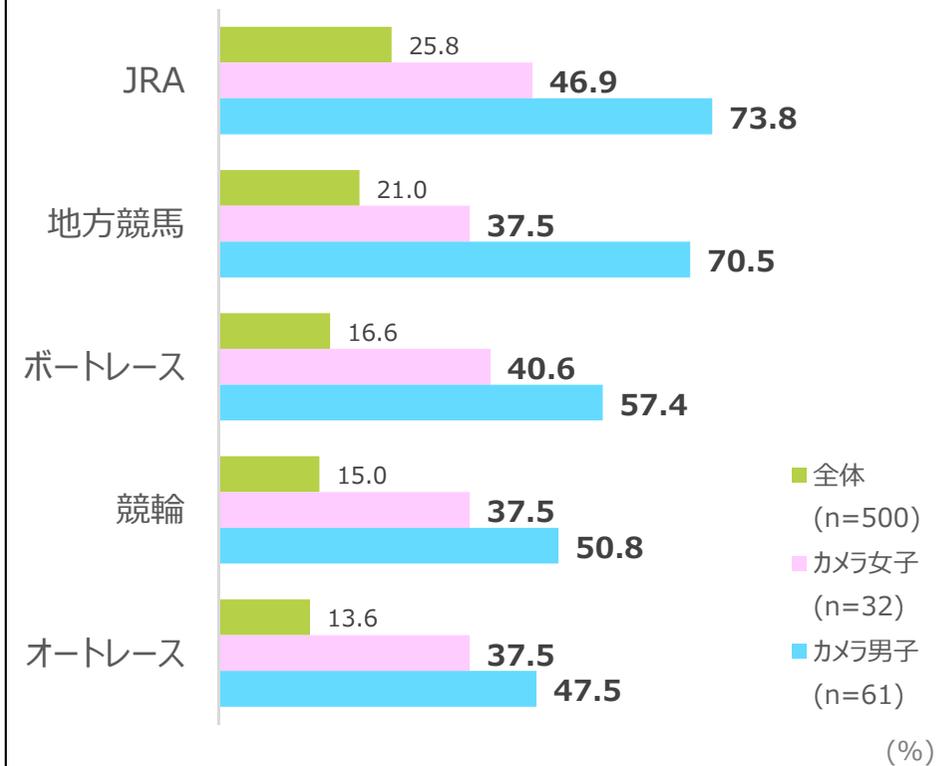
■カメラ女子・男子別で、直近1年間の各競技の購入状況、今後の購入意向をみると、
カメラ女子・男子ともに、購入状況・今後の購入意向ともに、いずれの競技も全体と比べて高い。

直近1年間の各競技購入状況 (カメラ女子・男子別)



※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 (カメラ女子・男子別)



※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

まとめ

結果まとめ

写真撮影目的のおでかけ経験

- 直近1年間に、写真撮影を目的に出費を伴うおでかけをしたことがあるのは、全体で18.6%。
性別で見ると、女性は13.0%。男性は24.1%で全体と比べて高い。

撮影したもの・使用したカメラ

- おでかけをしたことがある人が撮影したものは、全体で「景色・風景」(69.9%)が最も高い。
おでかけをしたことがある女性を「カメラ女子」、男性を「カメラ男子」と定義すると、
カメラ女子は「飲食物」(53.1%)、カメラ男子は「スポーツ」(41.0%)が全体と比べて高い。

【カメラ女子・男子有無別】公営競技の購入状況・購入意向

- カメラ女子・男子ともに、直近1年間の各競技の購入状況、今後の購入意向は、
いずれの競技も、全体と比べて高い。

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

直近1年間に、写真撮影を目的に出費を伴うおでかけをしたことがある人は女性・男性ともに、公営競技の参加意向が高い。

撮影したものは「景色・風景」が最も高く、カメラ女子では「飲食物」、カメラ男子では「スポーツ」も高い。

これらのことから、例えば、写真映えするグルメの導入や、SNS内でフォトコンテストなどで、写真映えする景色・風景があることをアピールすることで、写真撮影が好きな人の来場を促進することができるのではないだろうか。

