

公営競技 と 社会貢献活動

第4弾 ～公営競技が公益であるために～



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

④社会貢献活動に関する認知・関心

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

社会貢献活動への 関心・応援意向・取り組み認知

Q.以下の社会課題や環境への取り組みに対して、あなたはどの程度関心がありますか。(それぞれひとつ)

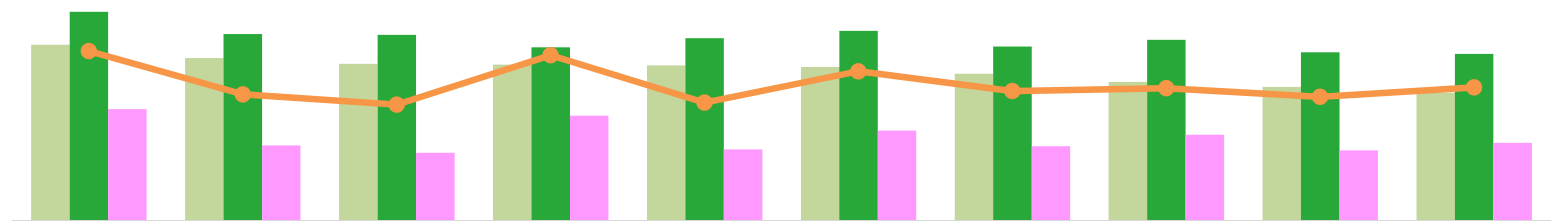
Q.以下の社会課題や環境への取り組みに対して、支援を行なっている企業・団体を、あなたは商品やサービスを購入するなどして応援したいと思いませんか。(それぞれひとつ)

Q.公営競技の売上の一部は、以下の社会課題や環境への取り組みに対する支援に活用されていることを、あなたはご存知でしたか。(それぞれひとつ)

- 以下の社会課題や環境への取り組みに関する10項目において、「災害対策・被災地支援」は関心度・応援意向度・認知度のいずれも最も高い。
- 認知度/応援意向度(支援している企業・団体を応援したいと回答した人のうち、公営競技がその支援をしていることを認知していたか)をみると、「畜産物の国内自給率の低下」、「牛乳の廃棄問題」、「農家・酪農家の後継者不足」、「地域文化・伝統行事の衰退」は低い。(取り組んでいる企業・団体を応援したいと回答している人に、公営競技が取り組んでいることを認知されていない)

社会貢献活動への関心・応援意向・取り組み認知

関心度 応援意向度 認知度 認知度/応援意向度



支援している企業・団体を応援したいと回答した人のうち、公営競技がその支援をしていることを認知していたかを示す数字が低いほど、公営競技の活動が認知されていないことになる

	災害対策・被災地支援	畜産物の国内自給率の低下	牛乳の廃棄問題	公共施設・公共設備の老朽化	農家・酪農家の後継者不足	補助犬(盲導犬・介助犬・聴導犬)の不足	鳥インフルエンザや豚熱などの家畜伝染病の蔓延	子どもの孤立化(こども食堂などへの支援)	地域文化・伝統行事の衰退	障がい者の社会参加
関心度	42.8	39.6	38.2	38.0	37.8	37.4	35.8	33.8	32.6	31.2
応援意向度	50.8	45.4	45.2	42.2	44.4	46.2	42.4	44.0	41.0	40.6
認知度	27.2	18.4	16.6	25.6	17.4	22.0	18.2	21.0	17.2	19.0
認知度/応援意向度	41.3	30.8	28.3	40.3	28.8	36.4	31.6	32.3	30.2	32.5

(%)

※関心度 = 「非常に関心がある」または「関心がある」と回答

※応援意向度 = 「積極的に応援したい」または「応援したい」と回答

※認知度 = 公営競技が取り組んでいることを「知っている」と回答

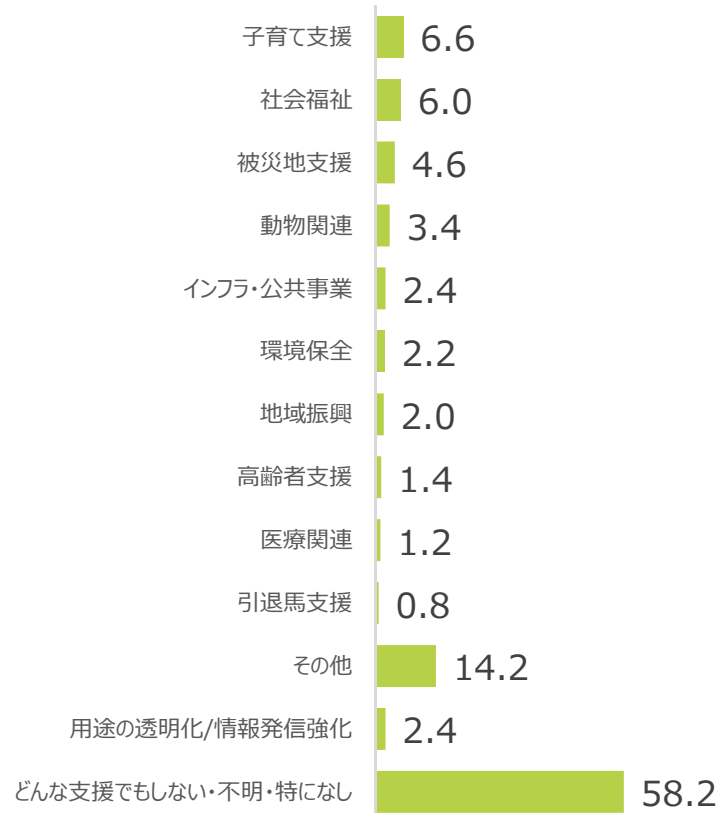
※認知度/応援意向度 = 応援意向度がある人のうち、公営競技が取り組んでいることを認知している人

購入したいと思う社会貢献活動

Q. 公営競技の売上の一部が、こういった社会活動の支援に活用されれば、あなたは公営競技の投票券を購入したいと思いますか。

- 公営競技の投票券を購入したいと思う社会貢献活動は全体で「子育て支援」(6.6%)が最も高い。次いで、「社会福祉」(6.0%)、「被災地支援」(4.6%)が続く。

購入したいと思う社会貢献活動



自由回答内容（一部抜粋）

【子育て支援】

- ・小学校の給食の充実に活用して欲しい(男性40代)
- ・子供に対する援助がもっと幅広く充実すれば購入する。(男性40代)
- ・子どもの教育や孤立化を防ぐこども食堂や保育施設の運営。(女性30代)

【社会福祉】

- ・障害者のデイサービスの利用者を送迎するための車両を寄贈してくれると投票券を購入する意欲が高まる。(女性40代)
- ・発達障害者の支援(男性30代)
- ・日常生活に苦しむ社会的弱者への支援に繋がる活動に生かされれば良いと思う(男性30代)

【被災地支援】

- ・その時々災害に多くを充てる(女性40代)
- ・災害による住宅の修復。(女性20代)
- ・天災の被害地域の復興支援(男性30代)

※自由回答の内容から分類

まとめ

結果まとめ

社会貢献活動への関心・応援意向・取り組み認知

- 社会課題や環境への取り組みに関する項目において、「災害対策・被災地支援」は関心度・応援意向度・認知度のいずれも最も高い。
- 支援している企業・団体を応援したいと回答した人のうち、公営競技がその支援をしていることを認知していたかをみると、「畜産物の国内自給率の低下」、「牛乳の廃棄問題」、「農家・酪農家の後継者不足」、「地域文化・伝統行事の衰退」は低い。

購入したいと思う社会貢献活動

- 公営競技の投票券を購入したいと思う社会貢献活動は全体で「子育て支援」(6.6%)が最も高い。次いで、「社会福祉」(6.0%)、「被災地支援」(4.6%)が続く。

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

「畜産物の国内自給率の低下」、「牛乳の廃棄問題」など日本の食を支える酪農・農業に関する課題は、関心度が高く、取り組んでいる企業・団体を応援したいと回答している人が多いが公営競技が支援に取り組んでいることに対する認知が比較的低い。

また、どういった支援を行えば、公営競技に参加したいか聞いたところ、「子育て支援」に関する意見が多く挙がった。（調査対象が20-49歳であることに留意）

これらの支援活動の強化および認知度を向上させていくことで公営競技の馬券を購入してもいいかも、と思う人が増えるかもしれない。

