

# 第2回宝くじ活性化検討会 説明資料

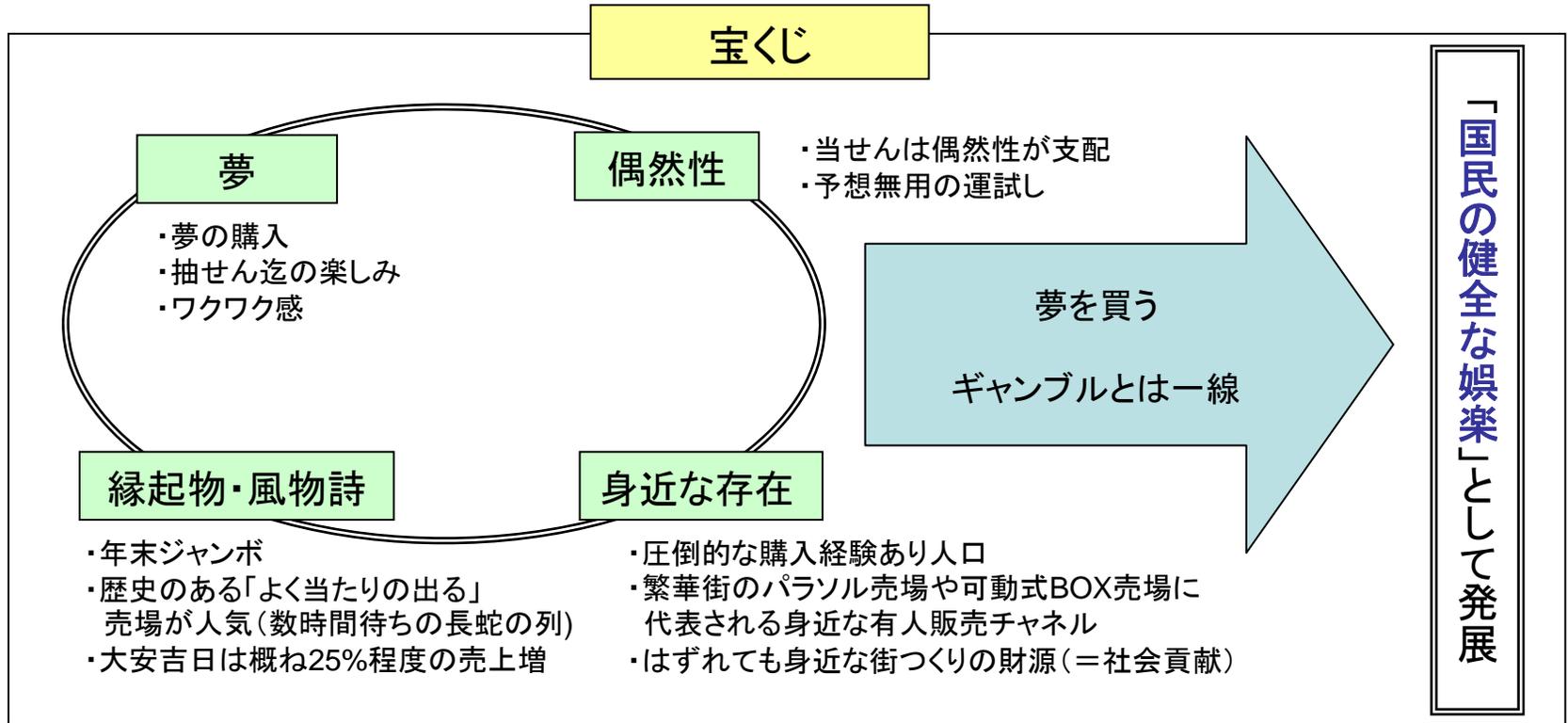
平成23年10月24日  
みずほ銀行宝くじ部

- 利便性の向上および販売方法の効率化① …… P1
- 利便性の向上および販売方法の効率化② …… P2
- 利便性の向上および販売方法の効率化③ …… P3
- 受託業務について① …… P4
- 受託業務について② …… P5
- 宝くじの魅力向上について① …… P6
- 宝くじの魅力向上について② …… P7

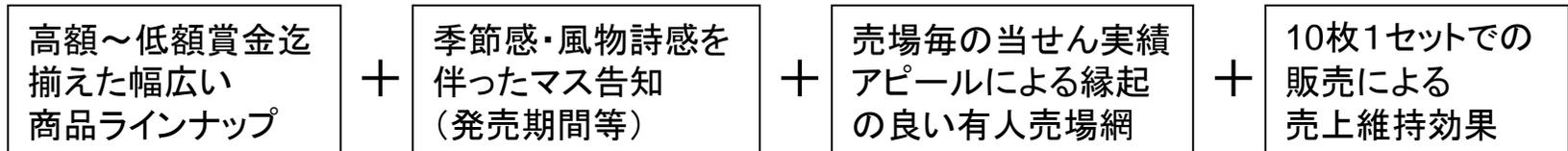
# 1 利便性の向上および販売方法の効率化①

## ◆宝くじの特徴

- ・S20年から「宝くじ」発売



## ◆宝くじの特徴を踏まえた販売戦略



# 1 利便性の向上および販売方法の効率化②

## ◆非有人チャネルの現状

- ・売場空白市町村対策として、サービスを開始。
- ・当初は郵便申し込みでスタート。現在はインターネット購入へサービス内容を拡大。
- ・その他、数字選択式宝くじの拡販のため、金融機関ATM販売を実施中。

<ご参考:非有人チャネル販売実績。( )内は全体売上に占めるシェア>

カテゴリー	販売対象	サービス内容	H22年度売上
通信販売	既存くじ (除くスクラッチ)	郵便や電話で申し込みを受付。 代り金は現金書留で郵送され、くじ券を返送。	23億円 (0.5%)
インターネット販売	既存くじ (除くスクラッチ)	インターネットで申し込みを受付。代り金はみ ずほ銀行の口座から引落し。くじ券は保護預り。	46億円 (0.9%)
ATM販売	数字選択式宝くじ	提携銀行(現在23行)ATMでの購入。代り金は 提携銀行口座からの引落し。くじ券は保護預り	263億円 (7.4%)
合計			332億円 (3.9%)

## ◆非有人チャネルの課題

- ・単なるチャネルシフトではなく、宝くじ全体売上が拡大する形での新チャネル導入要。
- ・宝くじの特徴を踏まえ、購入単価減少を招かないような工夫が必要。

# 1 利便性の向上および販売方法の効率化③

## ◆コンビニエンスストア販売の現状

### 現 状

- ・煙草販売店等、元々宝くじ販売を行っていた店が、所謂「コンビニ成り」した先が太宗。
- ・H17～18年度  
大手コンビニエンスストア本部への宝くじ販売参入に向け、集中的な取り組みを実施。  
⇒実現に至らず
- ・近時の販売状況推移等は以下の通り。

### 課 題

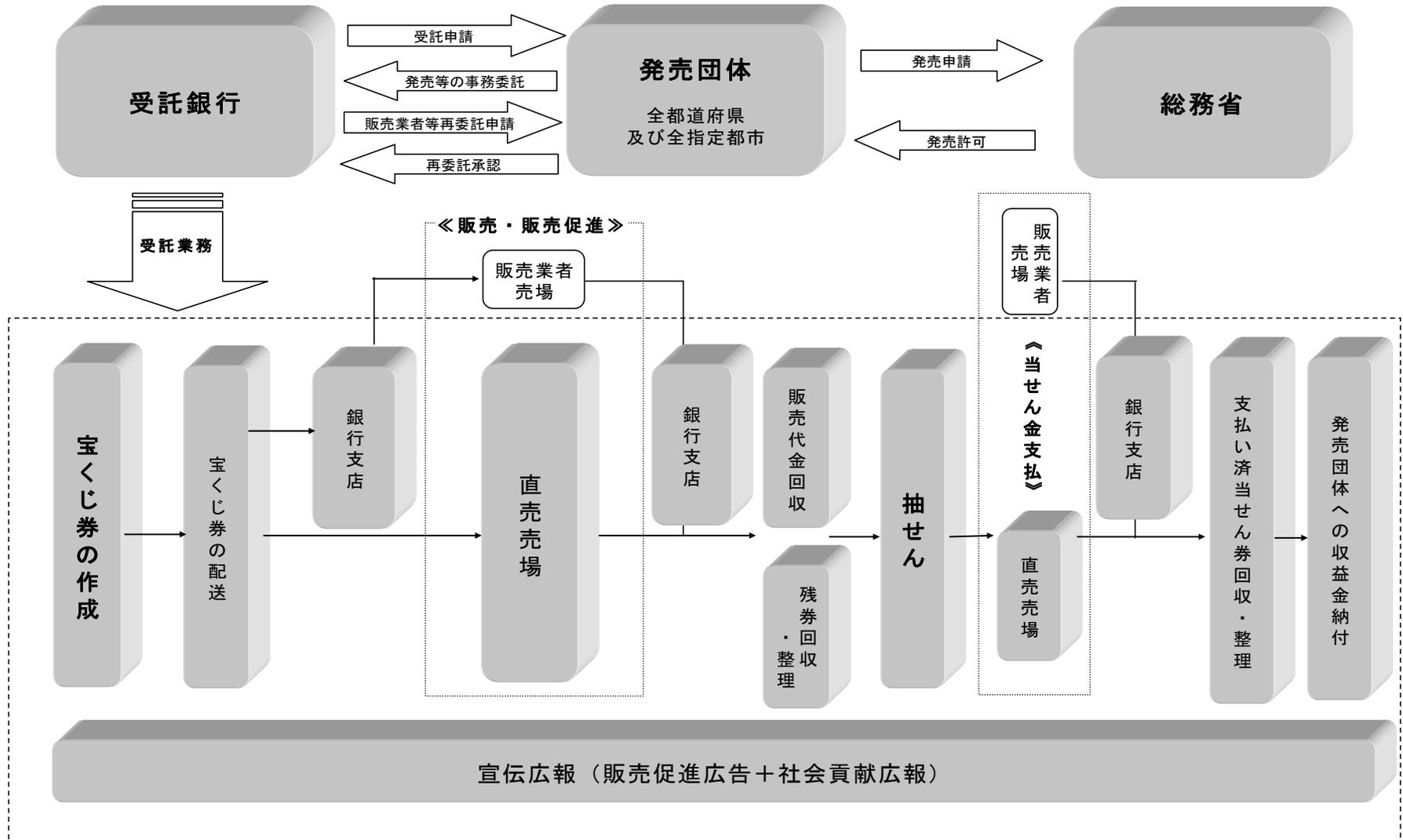
- ・当せん金支払業務
- ・売残券回収スケジュール
- ・非POS販売
- ・アルバイト社員教育  
(現金・重要物の取扱い)
- ・システム対応  
(多機能端末販売投資)

<ご参考:コンビニエンスストア販売実績。( )内は有人売場全体に占めるシェア>

	H18年度	H19年度	H20年度	H21年度	H22年度
年度末売場数	446売場 (3.4%)	438売場 (3.5%)	412売場 (3.5%)	376売場 (3.3%)	365売場 (3.3%)
年度売上	62億円 (0.6%)	58億円 (0.6%)	59億円 (0.6%)	54億円 (0.6%)	51億円 (0.6%)

## 2 受託業務について①

### ◆受託業務の内容



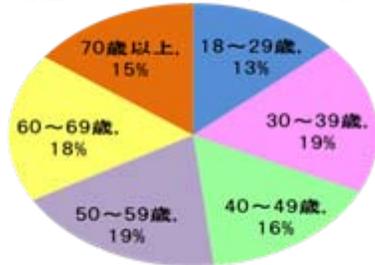
◆みずほの現状体制: 全都道府県に支店、歴史ある売場、印刷・抽せん等のノウハウ 5

## 2 受託業務について②

### ◆ 宣伝広報戦略 <以下の視点を発売団体へ意見具申。協議を経て決定>

#### ○ 媒体戦略とターゲット層

【宝くじ人口年齢構成比】



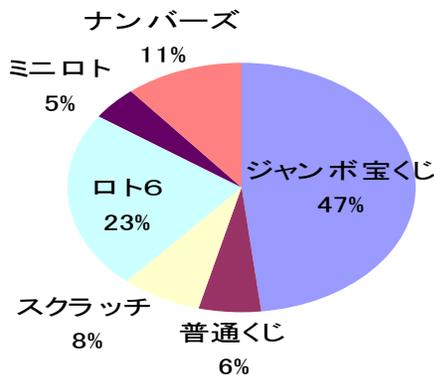
- ・ターゲットはオールターゲット
- ・主力媒体をテレビCMと売場ポスターに設定

【宝くじ情報認知経路】

	ジャンボ宝くじ	ロト6
1位	テレビ 80.4%	テレビ 59.4%
2位	宝くじ売場 33.7%	宝くじ売場 41.4%

#### ○ 商品広告

【平成22年度 宝くじ商品別売上構成比】



経費の効率的な使用の観点から、  
ジャンボ宝くじとロト6に広告資源を重点化

- ・ジャンボ宝くじ：期間限定発売商品であり、発売期間告知と季節感、風物詩感の訴求に注力
- ・ロト6：通年発売商品であり、買う「きっかけ」訴求に注力

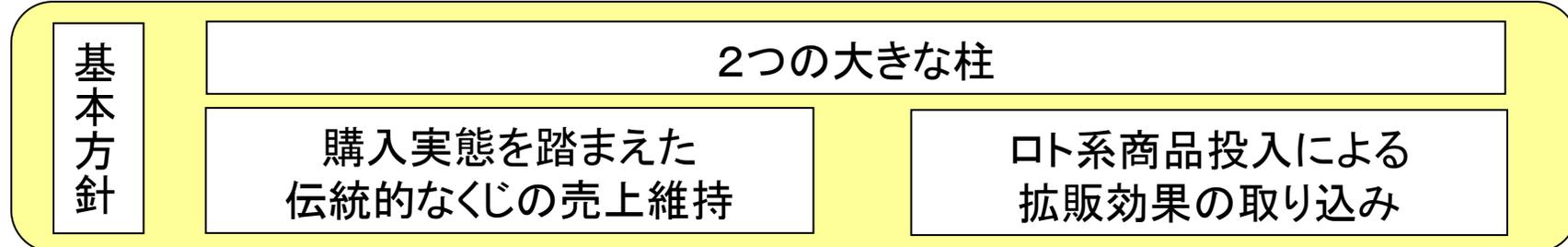
#### ○ その他広告

- ・H23年度より、各県の宝くじ収益金の使われ方を紹介する「県別社会貢献CM」に取り組み中。  
⇒宝くじオフィシャルサイト内で、随時、動画閲覧も可能(=アーカイブ機能)。

○ 広告のPDCA：効果測定は難しく、売上・調査・第三者評価を総合的に検討、次の制作に活用

### 3 宝くじの魅力向上について①

#### ◆近時の実施施策



○しかしながら、H12年度の「ロト6」投入以降、本格的な新商品投入なし。

○本格的な新商品投入がない中、お客さまニーズに即した施策を実施。

#### 【ご参考：近時の実施施策】

##### ・本数派(1等金額小・当せん本数大)ニーズへの対応

H20年度 ミリオンドリーム発売(1等100万円)

H22年度 1000万サマー発売(1等1000万円)

H23年度 2000万サマー発売(1等2000万円)

##### ・賞金派(当せん本数小・1等金額大)ニーズへの対応

H22年度 オータムジャンボ前後賞引上げ(2,500万円⇒5,000万円)

H22年度 グリーンジャンボ前後賞引上げ(2,500万円⇒5,000万円)

H23年度 ロト6抽せん週2回化(高額賞金のチャンス倍増)

H23年度 <予定> 年末ジャンボ1等倍増(高額賞金のチャンス倍増)

##### ・個人所得減時代への対応

H23年度 100円スクラッチ発売(単価200円⇒100円)

### 3 宝くじの魅力向上について②

#### ◆実施施策における競合商品比較

	宝くじ	サッカーくじ	その他公営競技
本格的な 新商品投入状況	H11 ジャンボ 1等賞金の引上 H11 ミニロト H12 ロト6	H18 toto BIG	H20 チャリロト(競輪) H23 WIN5(JRA)

※宝くじは、10年以上、本格的な新商品なし。  
一方で、競合はここ5年程度の間で本格的な新商品投入

#### ◆今後期待される商品施策

○ジャンボ宝くじ1等賞金引上げ

○数字選択式宝くじ新商品

①単価300円の大型商品投入

②「100円ナンバーズ」の投入

○商品の多様化を図るため、キャリーオーバー時の上限金額を引上げ

※欧米では、キャリーオーバーの上限がない数字選択式宝くじが主流