



宝くじ活性化検討会(第3回)資料



平成23年11月2日
文部科学省スポーツ・青少年局
スポーツ・青少年企画課スポーツ政策企画室

スポーツ振興くじ(toto)の目的等

目的

スポーツ振興のための財源の確保

(子どもからお年寄りまで、誰もが身近にスポーツに親しめる環境整備や、国際競技力向上のための環境整備など、新たなスポーツ振興政策を実施するため、その財源確保の手段として導入。)

導入

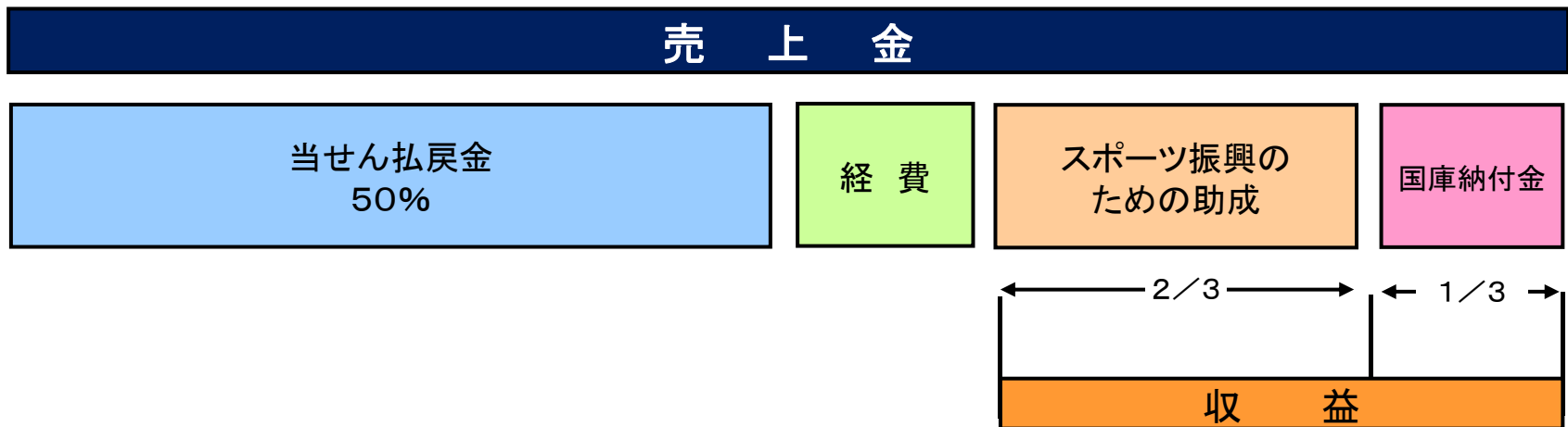
1998年(平成10年)5月、超党派の議員立法により成立。同年11月施行。
2000年(平成12年)10月、静岡地域限定販売。 2001年(平成13年)3月、全国販売開始。

仕組み

Jリーグが実施するリーグ戦、リーグカップ戦及び天皇杯の試合結果について、あらかじめ発売されたくじが、実際の試合結果と合致した場合、当せんとなり、当せん金を受け取ることができる。

(注) くじの発売等については、刑法187条の富くじ罪の適用を受けることとなるが、刑法35条(投票法3条及びセンター法15条1項5号)により、違法性が阻却され、くじの発売等を行うことができる。

totoの
収益の
使途



消費者の利便性の向上及び販売方法の効率化について

①販売戦略について

スポーツ振興くじtotoの売上推移は次ページのとおりであり、2年目(14年度)以降、売上は減少傾向にあったものの平成18年9月の『BIG』導入以降に売上水準が向上。

平成23年度においては、更なる安定的な売上の確保を図るため、次の事項に重点的に取り組むこととしています。

(1)販売体制の拡充

toto特約店の新規獲得、インターネットサイトの充実等販売チャネルを充実する。

(2)効果的・効率的な広告・宣伝の実施

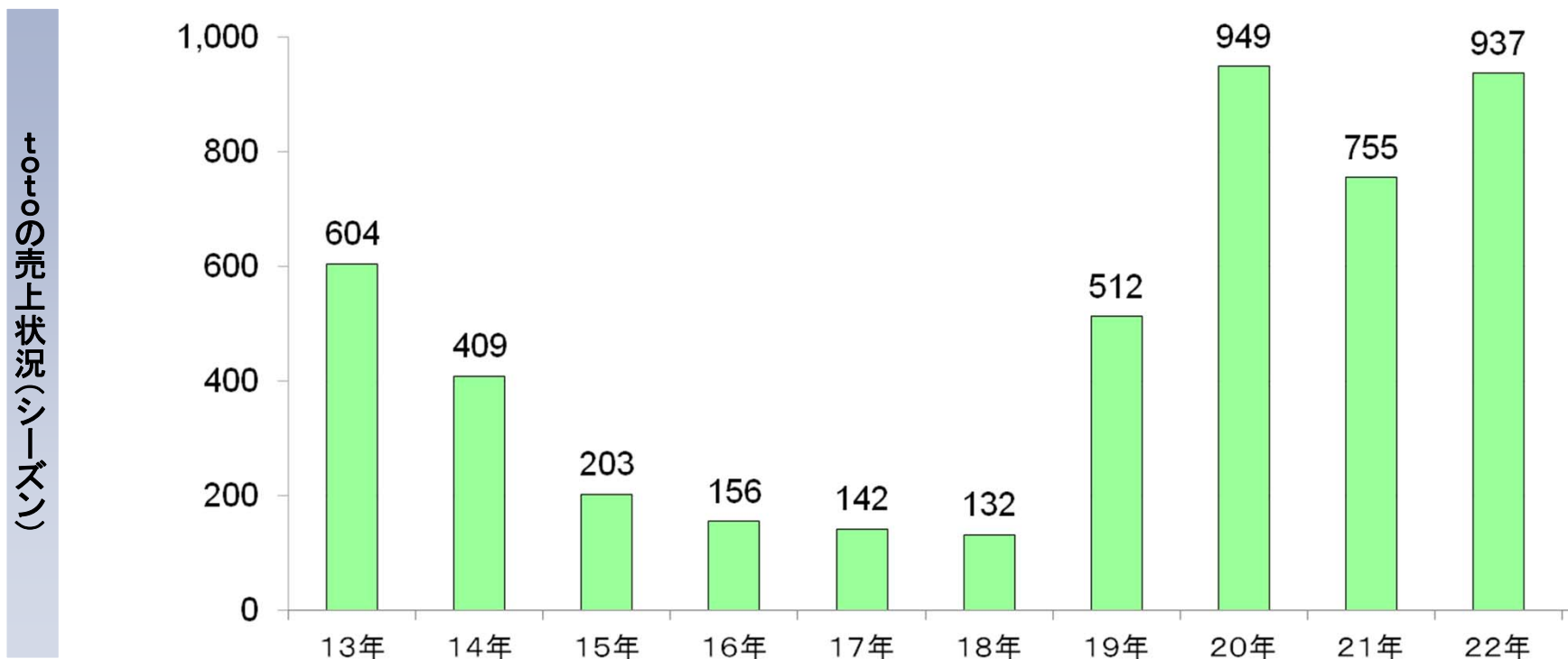
スポーツ振興投票くじの新たな購入者を獲得するとともに、購入者の定着にもつながるよう、効果的・効率的に広告・宣伝を実施する。

(3)スポーツ振興投票制度の趣旨の普及・浸透

スポーツ振興投票制度が、我が国のスポーツ振興に重要な役割を果たしていることについて国民の理解を深めるため、スポーツ振興投票制度の理念等に関する広報を拡充する。

(参考)toto事業の売上金額等の推移

(単位:億円)



(単位:百万円)

収益の推移

	13年度	14年度	15年度	16年度	17年度	18年度	19年度	20年度	21年度	22年度
国庫納付金額	3,550	808	110	49	45	48	728	6,130	8,018	8,070
助成金繰入額	7,101	1,616	221	98	90	97	1,456	12,259	16,036	16,139

②インターネット販売の状況及び受託事業者の状況について

(1)売上全体に占めるインターネット販売の割合

インターネット販売の売上シェアは、くじ売上全体の約50%(2010年シーズン実績 51.5%)

(2)インターネット販売の経緯等

インターネット販売は、平成17年にイーバンク銀行(現 楽天銀行)サイトで開始し、平成18年にはtotoオフィシャルサイトも開始した。

【参考】

販売サイト

totoオフィシャルサイト、au one totoサイト、楽天銀行サイト、Yahoo! totoサイト、ジャパンネット銀行サイト、楽天totoサイト、三井住友銀行サイト、

③コンビニエンスストア販売の状況について

(1) 売上全体に占めるコンビニエンスストア販売の割合

コンビニエンスストア販売の売上シェアは、くじ売上全体の約25% (2010年シーズン実績 26.1%)

(2) コンビニエンスストア販売の経緯等

現在、ローソン、ファミリーマート、サークルKサンクス、セブンイレブンでくじの販売を行っており、2011年シーズン開幕時点の店舗数は、合計で36,100店舗です。

※ローソンはLoppi、ファミリーマートはFamiポート、サークルKサンクスはカルワザステーション、セブンイレブンはマルチコピー機端末設置店舗のみでの販売

【参考】

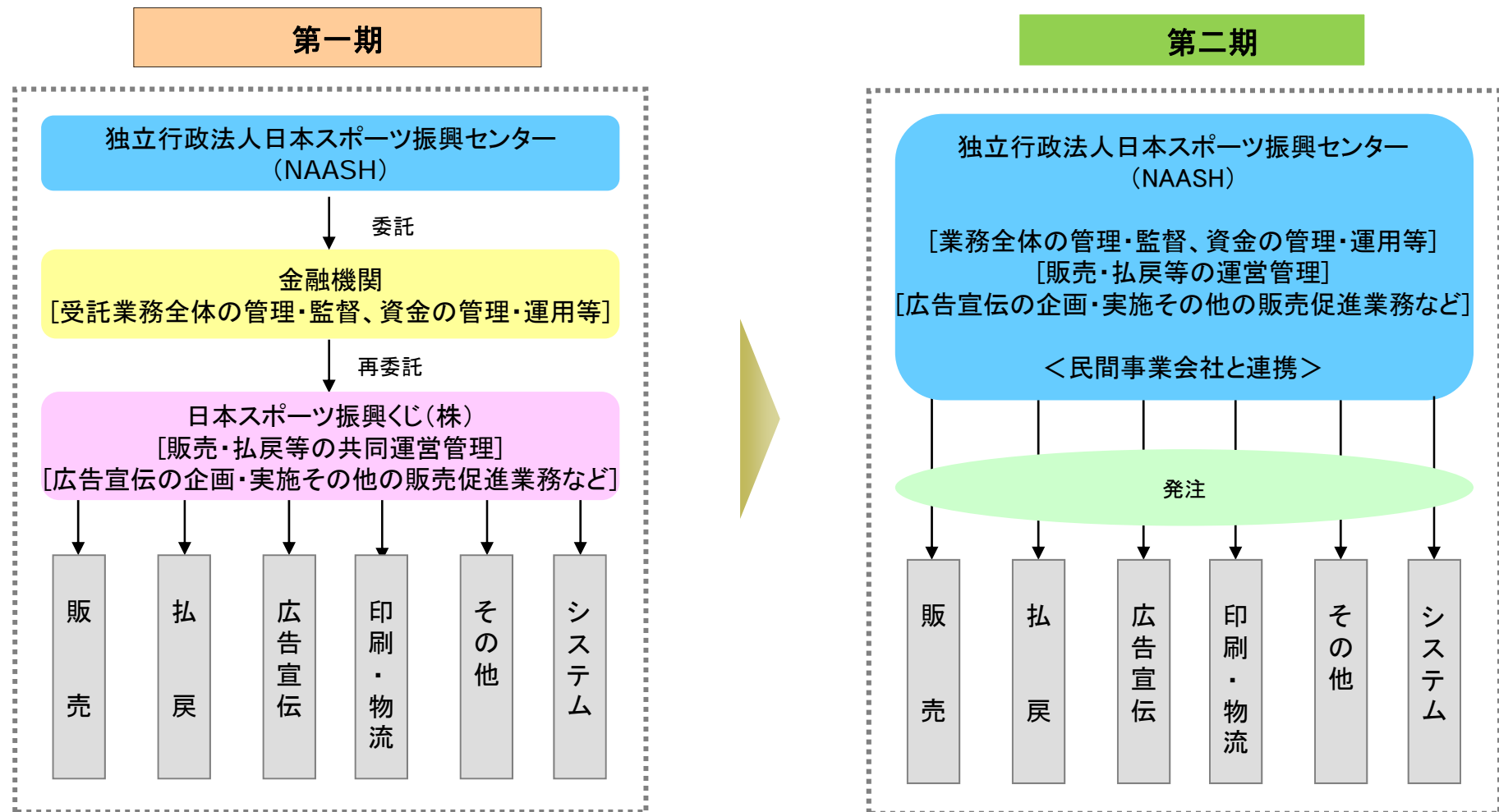
販売開始時期

平成15年	ローソン
平成16年	ファミリーマート
平成21年	サークルKサンクス
平成22年	セブンイレブン

サッカーくじに係る業務について

④業務の金融機関への委託の経緯等について

- 第1期(平成13年から) NAASHが金融機関に包括的に業務を委託
- 第2期(平成18年から) NAASHが個別に業務を委託



⑤ 宣伝広報のあり方について

(1) 広告宣伝業務の推進体制

現在、スポーツ振興くじの広告宣伝業務は、広告代理店と契約を締結しています。
NAASHと民間事業会社、広告代理店の3者が一体となって広告宣伝業務を推進しています。
また、必要に応じて、第三者による広告効果の測定・検証を行っています。

(2) 広告宣伝業務の契約方法

広告宣伝業務は、単純な価格競争にはなじまないため、発注先の選定は、応募者の提案内容を評価する『公開提案競技方式』を採用しています。

⑥ 経費節減のための取組について

第2期より、各種調達における競争が効果的に働くようになったことで、経費の大幅な節減が図られました。

サッカーくじの魅力の向上について

⑦払戻金の倍率のあり方について

スポーツ振興投票の払戻割合は、「スポーツ振興投票の実施等に関する法律第13条」で、

『売上金額に2分の1を超えない範囲内において政令で定める率を乗じて得た金額』

とされています。

これを受けて、政令では、法律で定める上限である『100分の50』（2分の1）と定めています。

この割合は、スポーツ振興くじtotoが、スポーツの振興のための必要な資金を得ることを目的としており寄附的性格を有すること、また、収益の1/3を国庫に納付することから、競馬等の公営競技の75%よりも低く、宝くじと同水準となっています。

⑧新商品の開発等について

平成13年のくじ販売開始時は13試合の勝敗を予想するtotoの1くじ種のみであったが、その後の商品開発により、現在は、7くじ種となっています。

※詳細は次ページの「商品一覧をご覧ください」

(参考)商品一覧(2011年10月時点)

							
名称	toto(トト)	mini toto(ミニト) 【A組・B組の2組販売】	totoGOAL3 (トゴールスリー)	totoGOAL2 (トゴールツー)	BIG(ビッグ)	BIG1000 (ビッグセン)	mini BIG (ミニビッグ)
投票(予想)方法	Jクラブ同士の指定された各試合の90分間での結果について、ホームチームの勝ち=「1」、その他(引き分け・延長)=0、負け=「2」の3択で予想		Jクラブ同士の指定された各試合(各チーム)の90分間での得点数について、0点、1点、2点、3点以上の4択で予想		Jクラブ同士の指定された各試合の90分間での結果について、ホームチームの勝ち=「1」、その他(引き分け・延長)=「0」、負け=「2」の3択でコンピュータが選択		
対象試合数	13試合	5試合	3試合(6チーム)	2試合(4チーム)	14試合	11試合	9試合
1口単価	100円				300円	200円	
当せん金の上限 (法令上)	最高1億円 (キャリアオーバー時は最高2億円)				最高3億円 (キャリアオーバー時は最高6億円)	最高2億円 (キャリアオーバー時は最高4億円)	
当せんの種類	1等…すべての的中 2等…1試合はずれ 3等…2試合はずれ	1等…すべての的中	1等…全チーム的中 2等…1チームはずれ	1等…全チーム的中	1等…すべての的中 2等…1試合はずれ 3等…2試合はずれ 4等…3試合はずれ 5等…4試合はずれ	1等…すべての的中 2等…1試合はずれ 3等…2試合はずれ 4等…3試合はずれ	1等…すべての的中 2等…1試合はずれ 3等…2試合はずれ
当せん金(発売金額の50%)の配分割合	1等…70% 2等…15% 3等…15%	1等…100%	1等…60% 2等…40%	1等…100%	1等…78% 2等…10% 3等…4% 4等…4% 5等…4%	1等…60% 2等…15% 3等…15% 4等…10%	1等…50% 2等…20% 3等…30%
当せん確率 (理論値)	1等…1,594,323分の1 2等…約61,320分の1 3等…約5,110分の1	1等…243分の1	1等…4,096分の1 2等…約228分の1	1等…256分の1	1等…4,782,969分の1 2等…約170,820分の1 3等…約13,140分の1 4等…約1,643分の1 5等…約299分の1	1等…177,147分の1 2等…約8,052分の1 3等…約805分の1 4等…約134分の1	1等…19,683分の1 2等…約1,094分の1 3等…約137分の1
最低成立試合数	9試合(4試合中止まで)	3試合(2試合中止まで)	2試合(1試合中止まで)	2試合	10試合(4試合中止まで)	8試合(3試合中止まで)	6試合(3試合中止まで)
導入年月	2001年3月	2006年3月	2005年5月	2005年12月	2006年9月	2008年3月	2007年3月