

令和元年度 宝くじ社会貢献広報の見直し

社会貢献広報監督 PT による検討結果に基づき、宝くじの社会貢献広報については、下記のとおり見直すこととする。

記

1 発売団体による社会貢献広報

- 前回見直し時点からの3年間で発売団体が行う社会貢献広報の取組が定着している状況を踏まえ、今後も発売団体による社会貢献広報を着実に推進することが重要
- 引き続き、共通フリー素材の作成及び利用、各発売団体で実施している社会貢献広報事例共有化の取組を着実に実施するとともに、HPやSNS等の広報媒体を積極的に活用するなど、社会貢献広報の更なる活性化を促進
- 宝くじ均等割収益金の意義の再確認及び検証等
 - ・ 均等割収益金は公共事業（省令事業）を活用した広報活動の財源措置であるという本来の目的を改めて明確化し、省令事業を活用した社会貢献広報の実施状況を把握
 - ・ 発売団体における社会貢献広報の活動状況について、現状では全国協議会に対して好例案のみ報告を行っているが、全ての社会貢献広報活動について具体的な内容を報告するものとし、活動状況の共有化を図り、各団体の社会貢献広報の取組をさらに強化
 - ・ 均等割収益金を活用した社会貢献広報の活動実績を踏まえ、次回の社会貢献広報の見直しに向け均等割収益金のあり方を検証

2 一般財団法人日本宝くじ協会及び一般財団法人自治総合センターによる社会貢献広報

- 再委託の継続
 - ・ 一般財団法人日本宝くじ協会及び一般財団法人自治総合センターによる社会貢献広報助成事業は、各発売団体による取組のみでは補いきれない広報効果を有すること、当該助成事業に関する事務量は発売団体のみでは担いきれないことから、両法人への再委託は継続
 - ・ 両法人は社会貢献広報助成事業を通じ、引き続き積極的な広報を行うこととする
- 発売団体の関与
 - ・ 宝くじの社会貢献広報効果の底上げを目的とし、社会貢献広報監督PTによるチェック対象範囲の拡大等によりチェックサイクルの強化を図る
 - ・ 公益法人への社会貢献広報事業助成方針等の検討（見直し）内容については、必要に応じて全国自治宝くじ事務協議会による議決を行う

3 テレビCM等を通じた社会貢献広報

- テレビCMが認知媒体として大きな役割を担っていることを踏まえ、テレビCMを主体とした広報展開を継続
- 身近な地域での収益金の活用状況に関する認知が不十分であることから、公式サイトにおける広報内容の充実を行うとともに、情報整理と閲覧性の向上を図る

① 発売団体による社会貢献広報

1 直近の見直し内容

前回見直し時点(平成 28 年度)の課題

① 積極的な実施となっていない

⇒社会貢献広報は、宝くじ発売の意義について国民に理解を深めてもらうものであり、その積極的な取り組みは法律上の要請でもあるが、実施に関するノウハウが不足していることから、積極的な実施となっていない

② 広報に利用できる素材を確保することが難しい

⇒HP等に掲載する素材によってはその掲載自体に制約があり、事業担当部署の協力を得る必要があることなどから、広報に利用できる素材を確保することが難しい

見直し内容の要旨(平成 28 年度)

社会貢献広報の重要性を踏まえた上で、さらなる広報の充実と活性化を図ることが必要

(1) 発売団体による積極的な取組

⇒社会貢献広報が法律上の要請であること、イメージアップによる売上増により充当事業の財源確保につながることを事業担当部署へ説明して協力を得て、他の発売団体の取組事例や好例案を参考にしながら積極的に広報を実施する

(2) SNS等の広報媒体を活用

⇒各発売団体が持つSNS等の様々な広報媒体を効果的に活用して宝くじの使途をPRする

(3) 共通のフリー素材の作成及び利用

⇒自由にHP等に掲載できる素材を作成して、各発売団体が活用することで広報の充実を図る

(4) グリーンジャンボ(現パレンタインジャンボ)宝くじ均等割収益金(均てん化)の継続

⇒今後、各発売団体が更なる社会貢献広報の充実を図っていくためには、財源の確保が必要である。各発売団体は、この財源が「発売団体の着実な広報を推進すること」を目的とした財源であることを踏まえ、積極的に社会貢献広報の強化に努めることとする

※各発売団体で実施している社会貢献広報の共有化や好例案の作成等は継続して実施し、社会貢献広報の活性化に努める

2 発売団体による社会貢献広報の現状と今後の方向性

平成 28 年度見直し(1)～(3) 関係

○ 発売団体による社会貢献広報については一定の取組がなされている

⇒平成 30 年度の発売団体が行う社会貢献広報の取組状況(集約結果)では、発売団体のHPや広報誌のほか、SNS等(Twitter、Facebook)を活用した広報、ラジオやテレビ番組による広報、臨時販売におけるPRなど、多様なチャンネルで宝くじの社会貢献広報が行われている(詳細は「(別添3)平成 30 年度発売団体が行う社会貢献広報の取組状況について(照会)の集約結果」を参照)

○ 共通素材の活用による広報の充実が図られている

⇒上記の取組状況からは、HPやパンフレット等の印刷物のほか、宝くじ収益の充当事業の実施に合わせて(工事実施にあわせて設置した看板、事業で使用する車両等に対して)、クーちゃんロゴを表示するなどの工夫が見られる

(共通素材の例)



(共通素材掲載状況「全国自治宝くじ事務協議会「ファイル共有サイト」」)



今後の方向性 (案)

- 3年間で取組の実施が定着している状況を踏まえ、今後も発売団体による社会貢献広報を着実に推進することが重要
- 引き続き、共通フリー素材の作成及び利用、各発売団体で実施している社会貢献広報事例共有化の取組を継続して着実に実施するとともに、HPやSNS等の広報媒体を積極的に活用するなど、社会貢献広報の更なる活性化を促進

平成 28 年度見直し(4) 関係

○ 平成 23 年度以降、宝くじ均等割収益金(均てん化)により各発売団体の財源確保は継続

導入経緯

- ・日宝協による発売団体向け助成の均等割分を引継ぎ(消化実績にかかわらず各団体 66 百万円)
⇒使途については、各発売団体が公共事業(省令事業)の中から任意に選択し、その事業を活用した広報活動により宝くじのイメージアップを図ることとされた(平成 22 年度第5回全国協)

現 状

- ・バレンタインジャンボの売上減に伴い、平成 30 年度の配分実績は各団体 10 百万円程度
- ・公共事業(省令事業)実施による広報活動を推進するという均等割収益金の目的が達成されない状況も発生

(均等割収益金の納付実績)

(単位:千円)

	平成30年度	平成29年度	平成28年度
VJ	0	0	0
	(0)	(0)	(0)
VJミニ	683,350	518,510	988,297
	(10,199)	(7,739)	(14,751)
合計	683,350	518,510	988,297
	(10,199)	(7,739)	(14,751)

※下段の()数字は発売団体あたりの金額である

- 均等割収益金の本来の意義を改めて再確認する必要
- その上で、発売団体における広報活動のさらなる強化を目的とし、省令事業を活用した社会貢献広報に関する活動実績の共有化を促進するための仕組みを構築

今後の方向性

○ 均等割収益金の意義の再確認及び検証等

- ⇒均等割収益金は公共事業(省令事業)を活用した広報活動の財源措置であるという本来の目的を改めて明確化し、省令事業を活用した社会貢献広報の実施状況を把握
- ⇒発売団体における社会貢献広報の活動状況について、現状では全国協議会に対して好例案のみ報告を行っているが、全ての社会貢献広報活動について具体的な内容を報告するものとし、活動状況の共有化を図り、各団体の社会貢献広報の取組をさらに強化
- ⇒均等割収益金を活用した社会貢献広報の活動実績を踏まえ、次回の社会貢献広報の見直しに向け均等割収益金のあり方を検証

② 社会貢献広報助成事業（日宝協・自治総）

1 直近の見直し内容

見直し内容の要旨(平成 28 年度)

(1) 再委託の継続

⇒日宝協及び自治総は、助成事業を通じて各発売団体が個々にカバーできない広報を実施しており、広報効果の広がりを勘案すると今後も必要な事業であることから、両法人への再委託を継続する

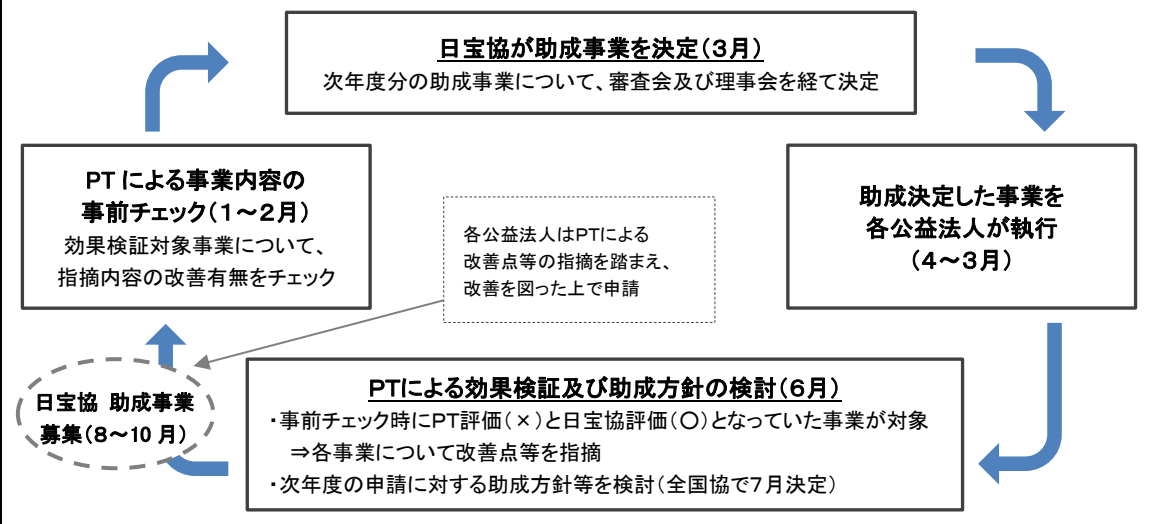
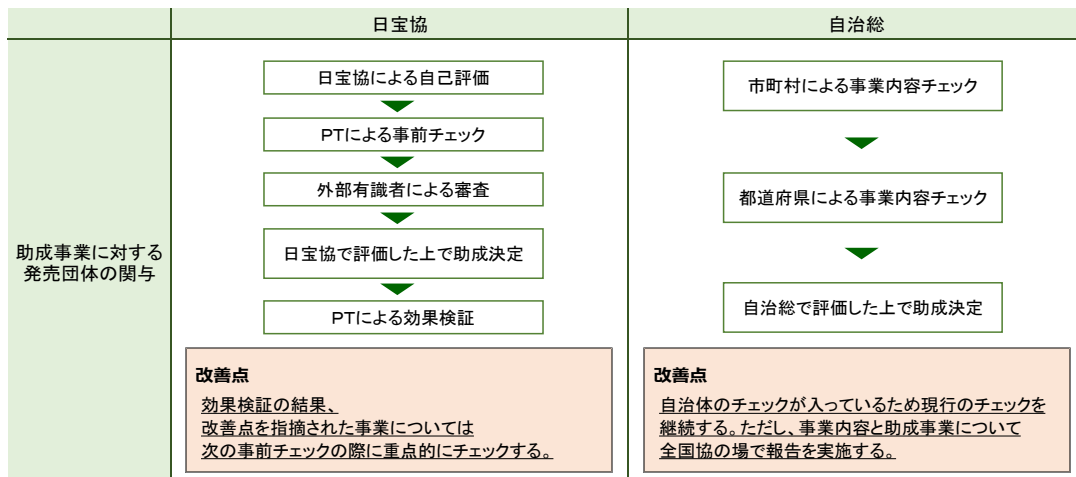
(2) 両法人による広報の強化

⇒両法人は、助成した団体や事業を通じ、宝くじの社会貢献性を積極的に広報していくこととする

(3) 発売団体による関与の強化

⇒日宝協による公益法人助成については、社会貢献広報監督PTと連携したチェックサイクルの強化を実施する。自治総については、全国協において事業内容等についての報告を実施する

(発売団体の関与)



2 社会貢献広報助成事業の現状と今後の方向性

平成 28 年度見直し(1)～(2) 関係

○ 両法人を通じ、幅広い分野の事業において社会貢献広報が実施されている

日宝協 事業規模(社会貢献広報に関する事業)

(単位:千円)

	平成31年度(計画)		平成30年度		平成29年度	
	金額	(助成件数)	金額	(助成件数)	金額	(助成件数)
社会福祉	1,034,000	(27)	1,295,463	(33)	1,236,552	(34)
社会教育	183,000	(19)	152,684	(15)	185,736	(15)
青少年育成	315,000	(24)	221,564	(20)	321,275	(21)
安全安心	351,200	(24)	397,643	(23)	391,281	(22)
その他公益事業	528,280	(36)	703,064	(39)	537,773	(37)
助成事業計	2,411,480	(130)	2,770,418	(130)	2,672,617	(129)

自治総 事業規模(社会貢献広報に関する事業)

(単位:千円)

	平成31年度(計画)		平成30年度		平成29年度	
	金額	(団体数等)	金額	(団体数等)	金額	(団体数等)
コミュニティ助成事業	5,511,500	(2,006)	5,477,800	(2,017)	6,527,200	(2,501)
文化振興事業	1,300,000	(148)	1,268,083	(146)	1,493,461	(179)
計	6,811,500	(2,154)	6,745,883	(2,163)	8,020,661	(2,680)

上表に掲載する金額のうち、日宝協助成の平成 31 年度(計画)は消費税分を含まない。

⇒両法人からの事業報告や平成 30 年度における公益法人への社会貢献広報事業の効果検証結果から、両法人を通じた社会貢献広報助成事業の実施が宝くじの社会貢献性のPRや宝くじのイメージアップに寄与していることが認められる

○ 両法人における社会貢献広報助成事業に関する事務は多岐にわたる

⇒社会貢献広報助成事業の実施に関する日宝協及び自治総の事務内容は多岐にわたり、また多くの事務が発生している状況である(「(別添4)年間業務スケジュール(一般財団法人日本宝くじ協会)」及び「(別添5)年間業務スケジュール(一般財団法人自治総合センター)」を参照)

今後の方向性

○ 今後も両法人への再委託を継続する

⇒両法人を通じた社会貢献広報助成事業は、各発売団体による取組のみでは補いきれない広報効果を有している

⇒社会貢献広報助成事業の実施に関する両法人の事務は多岐にわたり、発売団体のみでは担いきれない規模の事務を行っている

⇒両法人は社会貢献広報助成事業を通じ、引き続き積極的な広報を行うこととする。

平成 28 年度見直し(3) 関係

○ 社会貢献広報監督PTによるチェック体制強化により日宝協助成事業内容は改善傾向

⇒事業内容のPT事前チェックや、事前チェック時のPT評価(×)と日宝協最終評価(○)が相違した事業に関する効果検証のチェックサイクルを継続することで、近年では一部の事業について事業内容の改善が見られるほか、事前チェック時のPT評価と日宝協最終評価の相違件数は減少している

事前チェック時のPT評価(×)と日宝協最終評価(○)となった事業

団体名	事業名	評価 区分	評価		
			H29 実施分	H30 実施分	H31 実施分
公益財団法人 明るい選挙推進協会	明るい選挙推進情報誌作成配布「Voters」	PT	×	○	○
		日宝協	○	○	○
公益財団法人 全国学校図書館協議会	冊子『わくわく学校図書館探検！』作成・配布事業	PT	×	○	○
		日宝協	○	○	○
一般財団法人 日本オートキャンプ協会	月刊広報誌「オートキャンプ」の作成・配布	PT	×	×	×
		日宝協	○	○	○
	オートキャンプハンドブック＆ロケーションガイド 作成・配布	PT	×	×	×
		日宝協	○	○	×
日本行政書士会連合会	「月間日本行政」の発行	PT	×	×	－
		日宝協	○	○	－
一般財団法人 地域総合整備財団	情報誌「FURUSATO Vitalization」作成配布	PT	×	×	○
		日宝協	○	○	○
	ふるさと融資事例集作成配布事業	PT	×	×	－
		日宝協	○	×	－
一般財団法人 地域社会ライフプラン協会	ライフプラン情報誌「ALPS」作成・配布事業	PT	×	○	○
		日宝協	○	○	○
評価相違件数			8	4	1

○ 助成決定事業はPT事前チェック対象範囲外の事業の割合が多い

⇒平成 31 年度助成決定事業(全 130 事業)のうち、PT事前チェック対象範囲外であったものは 98 事業であり、継続助成事業おける直近の動向等を把握していない状況である

※現行のPT事前チェック範囲・・・新規申請事業、過去3か年でPT評価と日宝協最終評価が相違した事業

○ 次年度の申請に対する助成方針等は近年大きな変更が無い状況

⇒次年度の申請に対する助成方針や事業選定基準の内容は毎年度検討(見直し)を行っているが、PTによるチェックサイクルを継続することで効果検証対象事業が収斂されてきたこともあり、近年では、助成方針や事業選定基準の内容について大きく変更する必要は無いという判断が続いている

今後の方向性

- 社会貢献広報監督PTによるチェックサイクルは継続
- 宝くじの社会貢献広報効果の底上げを目的とし、PTによるチェック対象範囲の拡大等によりチェックサイクルの強化を図る
- 公益法人への社会貢献広報事業助成方針等の検討(見直し)内容については、必要に応じて全国協議会による議決を行うこととする

3 見直し内容

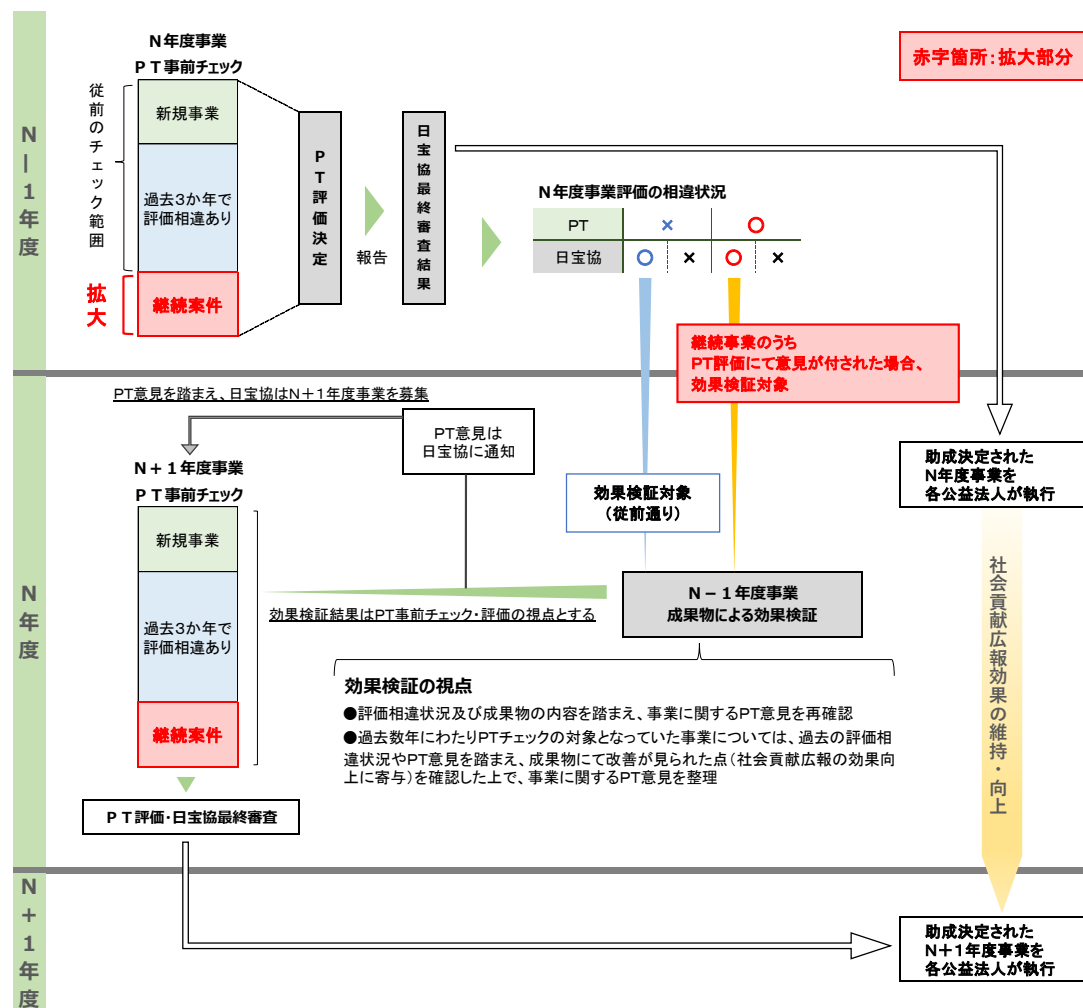
PTによるチェック対象範囲の拡大(イメージ)

○ 従来のチェックサイクルを基本としつつ、チェック範囲を拡大する

⇒PT事前チェック対象範囲について、従来は「新規事業」及び「過去3か年で評価に相違があった事業」であったが、「継続案件」(過去の評価に相違が無く、継続して助成を受けている事業)もチェック対象範囲に含むこととする

⇒効果検証範囲は、従来は評価に相違があった事業(PT評価「×」、日宝協最終評価「○」)であったが、「PT評価において意見が付された事業」も効果検証範囲に含むこととする

⇒効果検証では、対象事業における過去の評価相違状況等や改善が図られた点を確認した上で、対象事業に対するPT意見を整理し、次年度実施事業の事前チェック・評価の視点とする



公益法人への社会貢献広報事業助成事業方針等の検討(見直し)

○ 助成方針等の検討内容は、原則として社会貢献広報の見直し年度にあわせ全国協議会にて議決

⇒ただし、今後もPTにおいては社会貢献広報事業の効果検証結果を踏まえた助成方針等の検討(見直し)を毎年度実施し、助成方針等の内容に変更が生じた場合は、その内容について全国協議会にて議決する

※ PTによる検討の結果、助成方針等の変更が軽微な内容であった場合は、その内容について全国協議会への報告を行うのみとする

③ その他広報

1 直近の見直し内容

見直し内容の要旨(平成 28 年度)

(1) テレビCMによる広報

⇒CM内容の充実等により広報効果を高める

(2) 売場での広報

⇒各発売団体が提供する広報内容の充実を図り、広報効果を浸透させる

(3) 公式サイトによる広報

⇒SNSの活用や関連HPとのリンクにより、波及効果を高める

2 その他広報の現状と今後の方向性

平成 28 年度見直し(1)～(3) 関係

○ テレビCMは多様なテーマ・事例を取り上げ、宝くじの社会貢献性の認知向上に寄与

⇒具体的な事業・施設等を取り上げた CM とし、宝くじの社会貢献性を正確に訴求することを狙いとし、充当事業と関連したテーマを設定(CM内容の詳細は「(別添6)社会貢献広報テレビCMの放映内容(カット集)」を参照)

⇒他の宝くじ商品のテレビCMに出演しているタレントを採用することにより、出演料を抑えつつ、「宝くじ」のイメージに統一感を持たせた広報を展開

⇒近年増加傾向にある大規模災害発生時など、明るいイメージのジャンボ宝くじ等のCM放映を自粛せざるを得ない状況においても放送可能な内容として作成

	テーマ	CMタイトル	紹介事業	タレント	放映番組
H29	防災	宝くじ社会貢献2017 「防災総合 プランコ」篇	公園整備(東京都) 総合防災センター(神奈川県) 総合防災情報システム運用事業(香川県)	要 潤	8番組
	防災	宝くじ社会貢献2017 「防災教育 地震体験車」篇	地震体験車 なまずⅢ世号(新潟県) 地震体験車 グラットくん(鳥取県) 保育所・幼稚園南海地震対策事業(高知県)		
	子育て支援	宝くじ社会貢献2018 「子育て支援」篇	民間保育所運営補助事業(堺市) 多子世帯子育て支援事業(熊本市) 産前産後ケアセンター(山梨県)		
	学校や福祉施設等の整備	宝くじ社会貢献2018 「学校や福祉施設の整備」篇	県立学校ユニバーサルデザイン 校舎整備(佐賀県) 障害者スポーツセンター(わかさアリーナ)(栃木県) ハンナリーズアリーナ改修事業(京都市)		
H31	災害対策	宝くじ社会貢献2019 「だって、宝くじ。災害対策」篇	公園整備(東京都) 地震体験車 なまずⅢ世号(新潟県) 消防救助ヘリコプター(大阪市)	神木 隆之介	10番組
	人材育成	宝くじ社会貢献2019 「だって、宝くじ。人材育成」篇	中央テクノスクール整備事業(徳島県) WithYouさいたま運営事業(埼玉県) 都城農業高等学校(宮崎県)		

⇒平成 28 年度と比較して「収益金の使いみち」についての認知度は上昇しており、テレビCMはその認知媒体として大きな役割を担っている

「収益金の使いみち」についての認知

項目	令和元年度	平成28年度
知っている	58.1%	53.5%
知らない	41.9%	46.5%

「収益金の使いみち」の認知媒体(複数回答)

項目	令和元年度	平成28年度
テレビ	54.5%	46.4%
新聞	19.8%	17.9%
宝くじ売り場	10.1%	7.0%
自治体による広報	8.1%	11.9%
公式サイト・SNS等	5.7%	4.0%
雑誌	4.5%	4.2%
駅のポスター	3.1%	7.3%
ラジオ	2.3%	3.2%

出典：一般財団法人日本宝くじ協会「宝くじ」に関する世論調査報告書

○ 宝くじ売場での着実な広報

⇒各発売団体が提供する素材やテレビCM素材を活用し、宝くじ売場のディスプレイで広報を行うことで、宝くじの使いみちに関する認知向上に寄与



○ 公式サイトによる広報

⇒「知ってる！？宝くじ」で各団体の充当事業を映像で広報するほか、各団体の社会貢献広報の内容や充当事業を一覧にして公開



⇒公式サイトによる広報には、宝くじの社会貢献性や各発売団体の充当事業に関する詳細情報の具体的かつ着実な訴求効果が求められるが、「身近な地域での収益金の活用状況について」の認知度は低水準である

「身近な地域での収益金の活用状況について」の認知

項目	令和元年度	平成28年度
知っている	27.7%	31.9%
知らない	72.3%	68.1%

出典：一般財団法人日本宝くじ協会「宝くじ」に関する世論調査報告書

今後の方向性

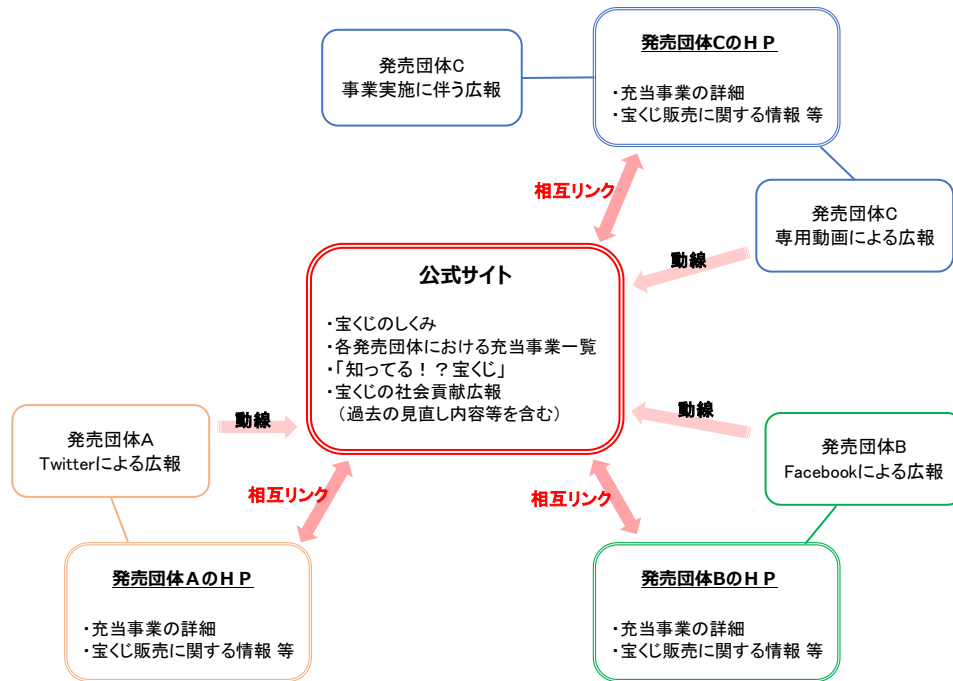
- テレビCMが認知媒体として大きな役割を担っていることを踏まえ、テレビCMを主体とした広報展開を継続
- 「身近な地域での収益金の活用状況」に関する認知が不十分であることから、公式サイトにおける広報内容の充実を行うとともに、情報整理と閲覧性の向上を図る

3 見直し内容

公式サイトにおける広報の機能強化

○ 公式サイトにおける広報の位置づけと他媒体との連携強化

⇒各発売団体が発信する宝くじの社会貢献広報のハブとして公式サイトを位置づけ、連携を強化する



○ 公式サイトにおける掲載内容の充実

⇒引き続き、社会貢献広報の取組や各発売団体の取組内容一覧等の更新を行うなど、掲載内容の充実を図る

○ 情報整理と閲覧性の向上

⇒リニューアル後の公式サイトにおいて、トップページから社会貢献広報に関する情報を検索しやすくするほか、内容を把握しやすくするよう情報を整理し閲覧性の向上を図る



トップページからの動線を明確にする必要がある



情報をまとめ、整理する必要