

令和4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継続等
 - ・ 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継続的に周知
 - ・ 全発売団体における社会貢献広報の活動状況について、引き続き、全ての社会貢献広報活動に係る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活動の充実にに向けた機運醸成を推進

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
- 発売団体による関与の強化の継続
 - ・ 宝くじの社会貢献広報効果の底上げを目的とした、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るチェックサイクルの強化を継続
 - ・ 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
 - ・ 全国自治宝くじ事務協議会における公益法人社会貢献広報事業選定基準について、ペナルティを新設する改正を実施

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することに加え、公式サイト・SNS・ネットCM等活用したコンテンツの拡充
- 身近な地域での収益金の活用状況に関する認知に改善の余地があることから、公式サイトにおける広報内容の充実を行うとともに、情報管理と閲覧性の向上を継続

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(令和元年度)の状況

① 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)

② 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

見直し内容の要旨(令和元年度)

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

- ・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

(2) 共通のフリー素材の作成及び利用、SNS等の広報媒体を活用

- ・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

(3) 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 発売団体による社会貢献広報の現状と今後の方向性

令和元年度見直し(1)～(2) 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

⇒令和3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8) 令和3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)

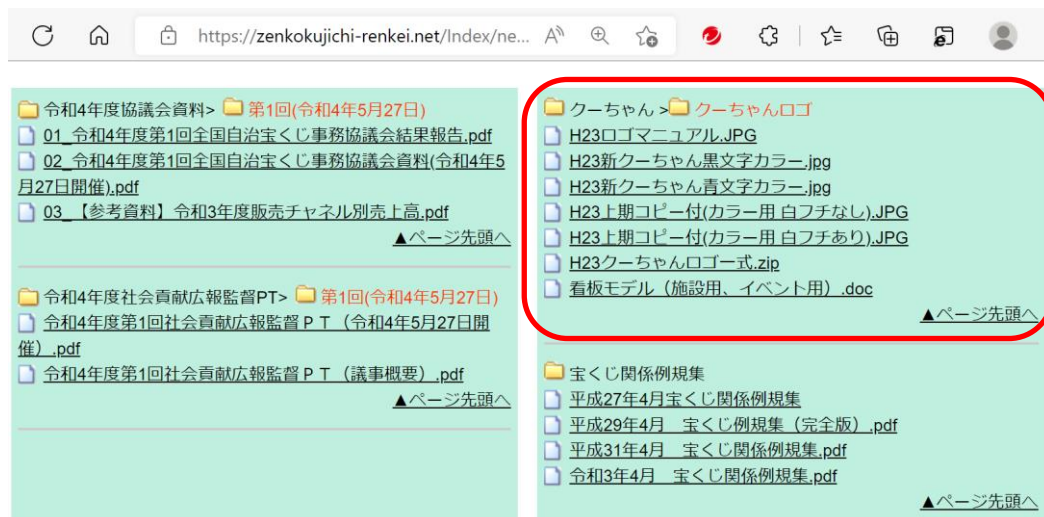
○ 共通素材の活用による広報の充実が図られている

⇒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「事務連携サイト」」)



今後の方向性

- 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

令和元年度見直し(3) 関係

○ グリーンジャンボ(現バレンタインジャンボ)宝くじ均等割収益金の意義の再確認及び検証等

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、令和3年度の配分実績は各団体 50 百万円程度
- ・発売団体による社会貢献広報の主要媒体は、HPやSNS等へ移行しているものの、
67 団体中 45 団体と約 2/3 の発売団体が省令事業による取組を実施

(均等割収益金の納付実績)

(単位:千円)

	令和3年度	令和2年度	令和元年度
VJ	2,474,985	2,405,315	333,337
	(36,940)	(35,900)	(4,975)
VJミニ	938,543	249,785	722,654
	(14,008)	(3,728)	(10,786)
合計	3,413,528	2,655,100	1,055,991
	(50,948)	(39,628)	(15,761)

※下段の() 数字は発売団体あたりの金額である

約 2/3 の発売団体が省令事業による取組を実施しており、
均等割収益金は社会貢献広報の活性化促進に一定の機能をはたしている

見直し方針

- グリーンジャンボ(現バレンタインジャンボ)宝くじ均等割収益金を継続
- 各発売団体の社会貢献広報の取組実績を取りまとめ、全国協への報告を継続
⇒引き続き、全発売団体における社会貢献広報の取組状況を省令事業に該当しない取組を含め報告事項とし、取組状況の共有及び社会貢献広報の充実に向けた機運醸成を推進
※約 1/3 の発売団体(22 団体)が省令事業による取組を実施するよう、均等割収益金の意義を周知

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(令和元年度)

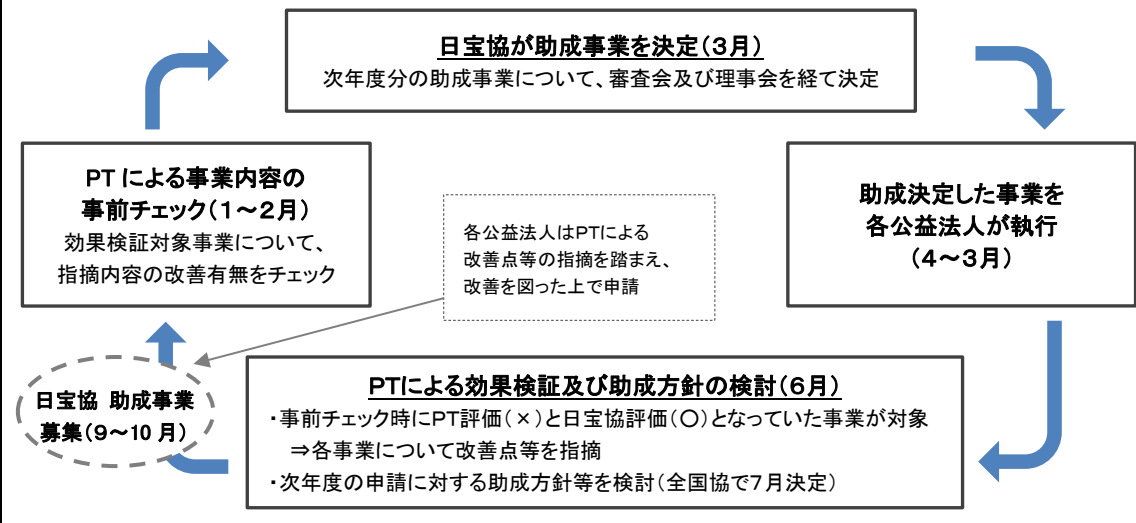
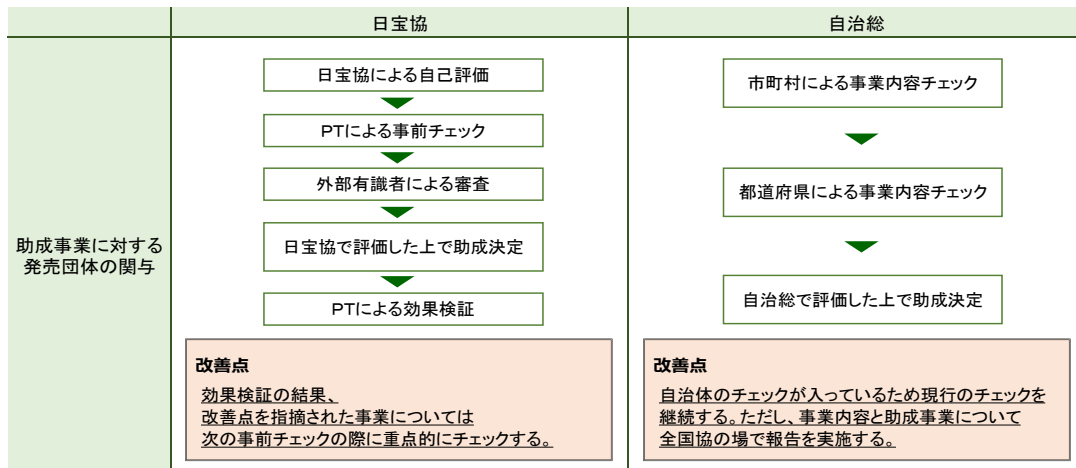
(1) 再委託の継続

- ・ 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

(2) 発売団体による関与の強化

- ・ 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

(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

令和元年度見直し(1) 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)

	令和4年度(計画)		令和3年度※		令和2年度	
	金額	(助成件数)	金額	(助成件数)	金額	(助成件数)
社会福祉	1,506,010	(33)	1,272,696	(28)	1,333,561	(27)
社会教育	195,030	(15)	198,797	(16)	175,257	(14)
青少年育成	230,560	(21)	308,574	(22)	255,009	(22)
安全安心	493,570	(26)	403,885	(23)	364,081	(23)
その他公益事業	392,689	(29)	388,178	(29)	545,022	(36)
助成事業計	2,817,859	(124)	2,572,130	(118)	2,672,930	(122)

自治総 事業規模(社会貢献広報に関する事業)

(単位:千円)

	令和4年度(計画)		令和3年度		令和2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	6,891,100	(2,778)	7,606,900	(3,067)	6,139,500	(2,361)
文化振興事業	1,588,400	(186)	961,581	(108)	237,202	(18)
計	8,479,500	(2,964)	8,568,481	(3,175)	6,376,702	(2,379)

○ 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(詳細は「(別添9)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10)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

○ 今後も同程度の水準で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。

令和元年度見直し(2) 関係

○ 社会貢献広報監督PTによるチェックサイクルの継続及び対象範囲の拡大※により

日宝協助成事業内容は改善傾向にある一方、改善余地は残っている

⇒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の継続及び対象範囲の拡大により、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一方、事前チェック時にPT評価と日宝協最終評価が相違する事業等も新たに出てきており、事業内容の改善余地は残っている

※令和元年度の見直しにより、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した。また、効果検証範囲について、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した

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		
			R2 実施分	R3 実施分	R4 実施分
公益財団法人 日本科学技術振興財団	地震から建物を守る免震とリアル地震の体験装置(R2) 最新映像技術を応用した科学的な視覚体験ができる展示装置(R3) 見えない「音」を科学によって可視化する体験装置(R4)	PT	○	×	×
		日宝協	○	○	○
公益財団法人 オイスカ	人材育成・研修実施等のための車輛(ワゴン車 中部日本研修センター配備)(R2) 環境整備・人材育成・研修実施等のための車両(四国研修センター配備)(R3) 環境保全・人材育成活動推進のための車両配備事業(東京都杉並区)(R4)	PT	○	×	○
		日宝協	○	○	○
公益財団法人 日本交通文化協会	2020年度パブリックアート普及事業(青森空港)(R2) 2021年度パブリックアート普及事業(徳島空港)(R3) 2022年度パブリックアート普及事業(えちぜん鉄道福井駅)(R4)	PT	○	○	×
		日宝協	○	○	○
公益財団法人 予防医学事業中央会	胃部デジタルX線検診車(R4)	PT	-	-	×
		日宝協	-	-	○
	循環器検診車(R4)	PT	-	-	×
		日宝協	-	-	○
一般財団法人 日本予防医学協会	身体障害者乗降用リフト付きマンモグラフィーデジタル車(R4)	PT	○	○	×
		日宝協	○	○	○
評価相違件数			0	2	5

事業区分	R2		R3		R4	
	申請数	意見等記載事業数	申請数	意見等記載事業数	申請数	意見等記載事業数
冊子類	80	24	80	6	79	13
広告・ポスター	12		9	1	9	3
備品・施設設置	24	5	23	6	20	7
車両	44		44	1	48	16
合計	160	29	156	14	156	39

※令和2年度の内容改善に向けたコメントあり事業数は、冊子等作成事業24件、施設等整備事業5件

○ 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

⇒令和元年度社会貢献広報の見直し以降、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、毎年度実施から、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方向性で変更の決定がなされたが、近年においても、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

○ 助成申請団体の一部で不適切事案が発生している状況

⇒組織体制等の不備や耐用年数の順守等がなされず、不適切な維持・管理が一部で発生している状況である。助成主体である(一財)日本宝くじ協会の公益事業に対する助成要綱等において、不適切事案への対応として、年度途中であっても助成決定の取消しや助成金の全部又は一部返還を求めることができる旨を追記する改正などを実施している

今後の方向性

- 社会貢献広報監督PTによる従来のチェックサイクル及び対象範囲の拡大は継続
- 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)は、必要に応じて行うことで継続
- 全国自治宝くじ事務協議会における公益法人社会貢献広報事業選定基準についても、ペナルティを設ける改正などを実施

3 見直し内容

公益法人社会貢献広報事業選定基準におけるペナルティの新設等

○ 不適切事案が認められた場合において、体制整備等適切な改善がなされたと認められた後、1年間経過していない公益法人は、申請不可とするペナルティを追記するなど改正を実施

⇒冊子類、広告・ポスター、備品・施設設置等、車両の各事業区分を踏まえると、採択・不採択に関わらず、毎年申請している団体が多数な状況である。そのため、各事業区分で異なる基準を設定せず、統一的に、不適切な事案が認められた場合において、体制整備や再発防止のための新たな方策等適切な改善がなされたと認められた後、1年間は申請不可とするペナルティを試行として導入

⇒(一財)日本宝くじ協会の公益事業に対する助成要綱等においても、全国自治宝くじ事務協議会の基準と平仄を合せた改正を求めていく予定

⇒改正後の状況を踏まえ、不適切事案を防止するための更なる改善ができるよう、基準改正の検討等更なる取組を実施していく

③ その他広報

1 直近の見直し内容

見直し内容の要旨(令和元年度)

(1) テレビCMによる広報

- ・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

(2) 公式サイトによる広報

- ・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

2 その他広報の現状と今後の方向性

令和元年度見直し(1)～(2) 関係

○ テレビCMは宝くじが社会の役に立っているというイメージ醸成を企図するものの、

宝くじの社会貢献性の認知率は低下傾向(令和3年度末時点)

⇒他の宝くじ商品のテレビCMに出演しているタレントを起用することにより、契約料を抑えつつ、「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制作

	テーマ	CMタイトル	紹介事業	タレント	放映番組
R2	「宝くじ」は、社会の役に立っている。	宝くじ社会貢献2020 「知らないうちに」篇 30秒 宝くじ社会貢献2020 「知らないうちに」篇 15秒	具体的な自治体名・事業名の紹介無し。 ※「宝くじ」が社会の役に立っているというイメージを醸成するために「地震体験車」の映像を使用。	神木 隆之介	9番組
R3		新規制作せず、R2年度CMを継続使用。		神木 隆之介	9番組
R4	災害対策 子育て支援 日本赤十字社 助成事業 環境保全	宝くじ社会貢献2022 「スピーチ」篇 30秒 宝くじ社会貢献2022 「スピーチ」篇 15秒A 宝くじ社会貢献2022 「スピーチ」篇 15秒B	防災ヘリコプター運航事業(長崎県) 島本町よちよちパーク整備事業(大阪府) 日本赤十字社愛の献血車(東京都) ライチョウの保護活動(長野県) 防災ヘリコプター運航事業(長崎県) 島本町よちよちパーク整備事業(大阪府) 日本赤十字社愛の献血車(東京都) ライチョウの保護活動(長野県)	神木 隆之介	8番組

⇒令和元年度と比較して「収益金の使いみち」についての認知度は低下しているものの、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。

⇒加えて、認知媒体として公式サイト・SNS 等のポイント上昇幅が大きく、今後、「収益金の使いみち」のポイント改善に寄与することが期待できる

「収益金の使いみち」についての認知

項目	令和4年度	令和元年度
知っている	49.3%	58.1%
知らない	49.0%	41.9%

「収益金の使いみち」の認知媒体（複数回答）

項目	令和4年度	令和元年度
テレビ	61.1%	54.5%
新聞	30.2%	19.8%
宝くじ売り場	19.4%	10.1%
自治体による広報	15.3%	8.1%
公式サイト・SNS等	21.3%	5.7%
雑誌	12.8%	4.5%
駅のポスター	5.5%	3.1%
ラジオ	4.6%	2.3%

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

○ 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」の認知度は上昇しているものの、更なるポイント改善を見込める水準である

「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4年度	令和元年度
知っている	34.2%	27.7%
知らない	58.1%	72.3%

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

【参考】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



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することに加え、ネットCM等 SNS などを活用したコンテンツの拡充を図る
- 「身近な地域での収益金の活用状況」に関する認知に改善の余地があることから、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継続する

3 見直し内容

公式サイト・SNS・ネットCM 等における広報の機能強化

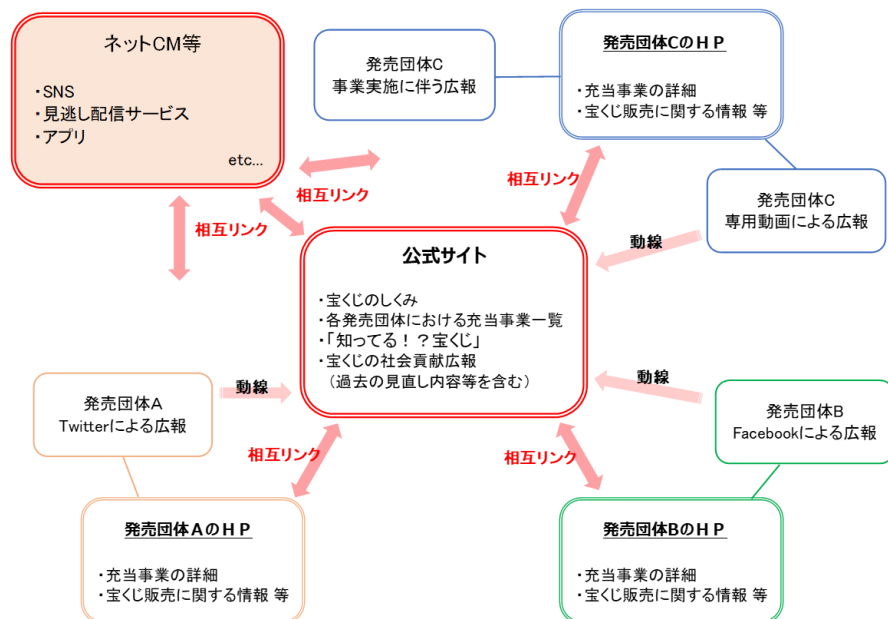
○ 公式サイト・SNS・ネットCM等を活用したコンテンツの拡充

⇒収益金使途を伝える動画や記事等のコンテンツを充実させるなど、宝くじ公式サイト・SNSに加え、ネットCM やアプリの活用も検討するなどコンテンツの充実を図る



○ 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、連携を強化するとともに、ネットCM等 SNS などを活用したコンテンツの拡充を図る



○ 公式サイトにおける掲載内容の充実

⇒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

⇒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