

## ボートレース福岡に関するアンケート調査

### 1. 調査目的

ボートレース福岡の来場者及びネット投票を行う顧客属性、来場状況・購買状況、福岡ボートレース場に関する意見を分析し、今後の売上向上策の検討に活用するとともに、顧客ニーズに関する課題等を把握するための資料とする。

また、ボートレース事業の収益使途(地方公共サービスの充実や地域社会への貢献に利活用)についての市民の認知度を把握することを目的とする。

### 2. 調査対象・調査実施方法

#### (1) 来場者アンケート調査

##### ① 調査対象者

ボートレース福岡の本場来場者を対象に実施

※「無料席」「有料席（東スタンド4階）」「有料席（中央・東スタンド3階）」に分類

##### ② 調査実施日時

令和7年9月14日（日）及び9月15日（月・祝）の2日間 11：00～17：30

##### ③ 回収数

調査対象	回収目標	回収数
本場無料席	500 票	628 票
本場有料席（東スタンド4階）	20 票	28 票
本場有料席（中央・東スタンド3階）	180 票	199 票

#### (2) WEBアンケート調査

##### ① 調査対象者

ボートレース舟券購入経験者及び未経験者の不特定多数

※ 楽天インサイト会員へのオンライン配信によるもの

##### ② 調査実施日時

令和7年9月12日（金）に配信を行い、令和7年9月18日（木）に回収完了

##### ③ 回収数

調査対象	回収目標	回収数
福岡市在住舟券購入未経験または過去経験者（現在未購入）	100 票	145 票
福岡市在住舟券購入経験あり	100 票	112 票
福岡市外在住舟券購入未経験または過去経験者（現在未購入）	100 票	134 票
福岡市外在住舟券購入経験あり	500 票	537 票

## 目次

---

### ■ 来場者アンケート結果概要

- ・ あなたの年代を教えてください . . . . . 1
- ・ あなたの性別を教えてください . . . . . 1
- ・ 今日は、誰ときましたか . . . . . 1
- ・ 今日は何を目的に来場しましたか . . . . . 2
- ・ ボートレース福岡に来場する魅力は何ですか . . . . . 2
- ・ 舟券の購入歴はどのくらいですか . . . . . 3
- ・ 舟券は普段、どこで購入していますか . . . . . 3
- ・ ボートレース福岡に満足していますか . . . . . 3

### ■ WEBアンケート結果概要

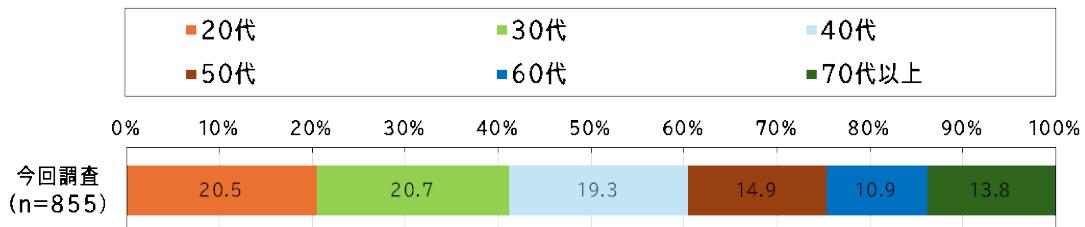
- ・ ボートレース場に行ったことがない理由は何ですか . . . . . 4
- ・ どのような特典やイベントがあれば行ってみようと思いますか . . . . . 4
- ・ インターネットで舟券を購入する際、  
　ボートレース福岡のレースを購入する割合は全体の何割か . . . . . 5
- ・ ボートレース福岡のレースをほとんど、または全く購入しない理由は . . . . . 5
- ・ ボートレース福岡の収益金がまちづくりに活用されていることを知っていますか . . 6

## ■ 来場者アンケート結果概要

あなたの年代を教えて下さい。

来場者では、「30代」(20.7%)が最も多く、次いで「20代」(20.5%)、「40代」(19.3%)の順となっている。

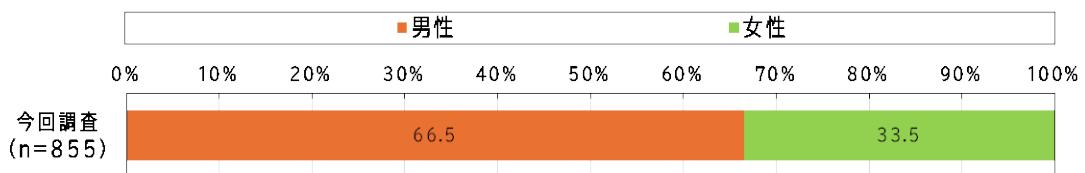
図表1 年代



あなたの性別を教えて下さい。

来場者では、「男性」(66.5%)、「女性」(33.5%)となっており、男性の割合が高い。

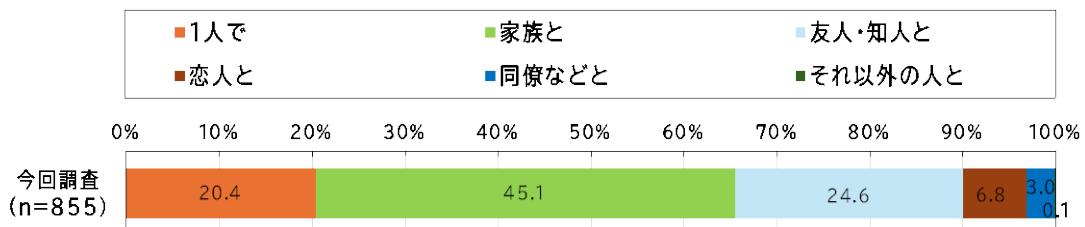
図表2 性別



今日は、誰ときましたか。

「家族と」(45.1%)が最も多く、約半数を占めている。次いで「友人・知人と」(24.6%)、「1人で」(20.4%)の順となっている。

図表3 誰と来場したか

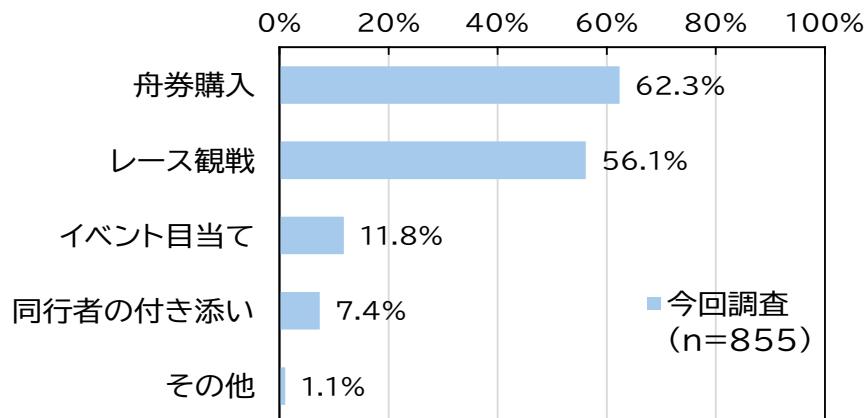


## ■ 来場者アンケート結果概要

今日は何を目的に来場しましたか。

「舟券購入」(62.3%)が最も多く、次いで「レース観戦」(56.1%)、「イベント目当て」(11.8%)の順となっている。

図表4 来場目的

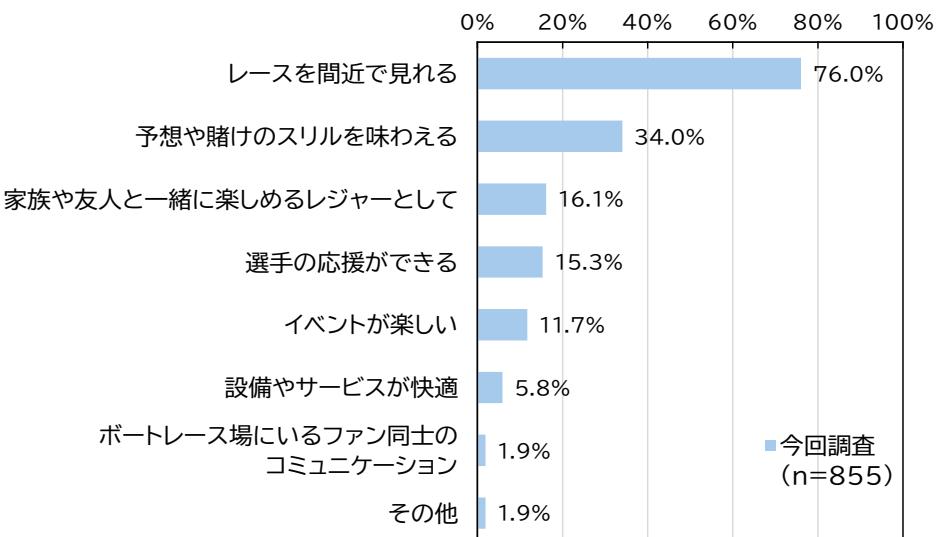


ボートレース福岡に来場する魅力は何ですか。

「レースを間近で見れる」(76.0%)が最も多く、次いで「予想や賭けのスリルを味わえる」(34.0%)と順になっている。

来場目的別でみると、「イベント目当て」、「同行者の付き添い」は「家族や友人と一緒に楽しめるレジャーとして」の割合が高い。

図表5 ボートレース福岡に来場する魅力

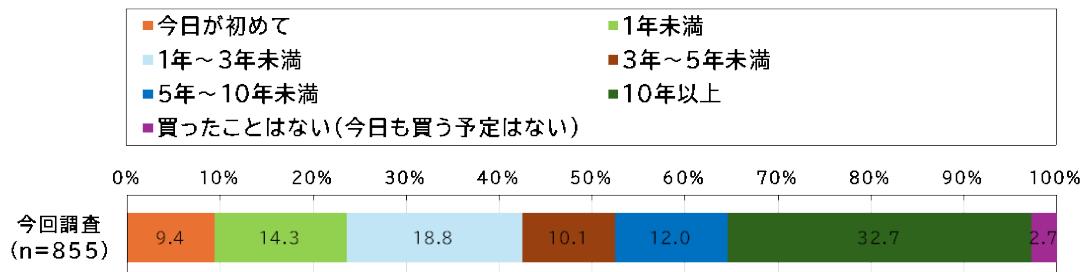


## ■ 来場者アンケート結果概要

舟券の購入歴はどのくらいですか。

「10年以上」(32.7%)が最も多く、次いで「1年～3年未満」(18.8%)、「1年未満」(14.3%)の順になっている。

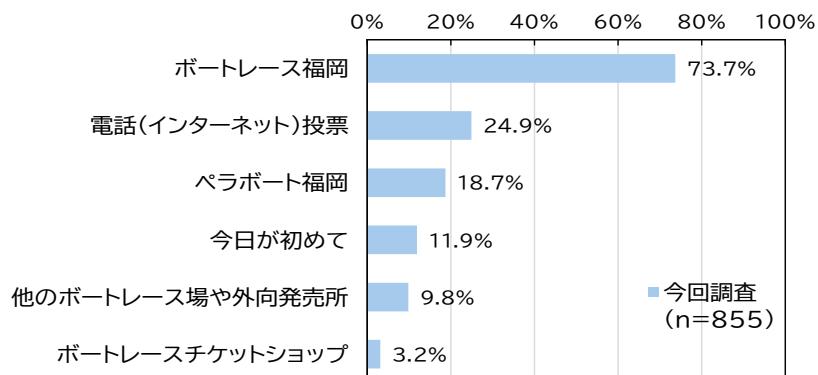
図表6 舟券の購入歴



舟券は普段、どこで購入していますか。

「ボートレース福岡」(73.7%)が最も多く、次いで「電話(インターネット)投票」(24.9%)、「ペラボート福岡」(18.7%) の順となっている。

図表7 舟券の購入方法



ボートレース福岡に満足していますか。

「満足」(55.7%) が最も多く、それに次ぐ「どちらかといえば満足」(27.5%) と合わせて満足側の回答が全体の 83.2% と非常に高い割合を占めている。

図表8 ボートレース福岡に満足しているか

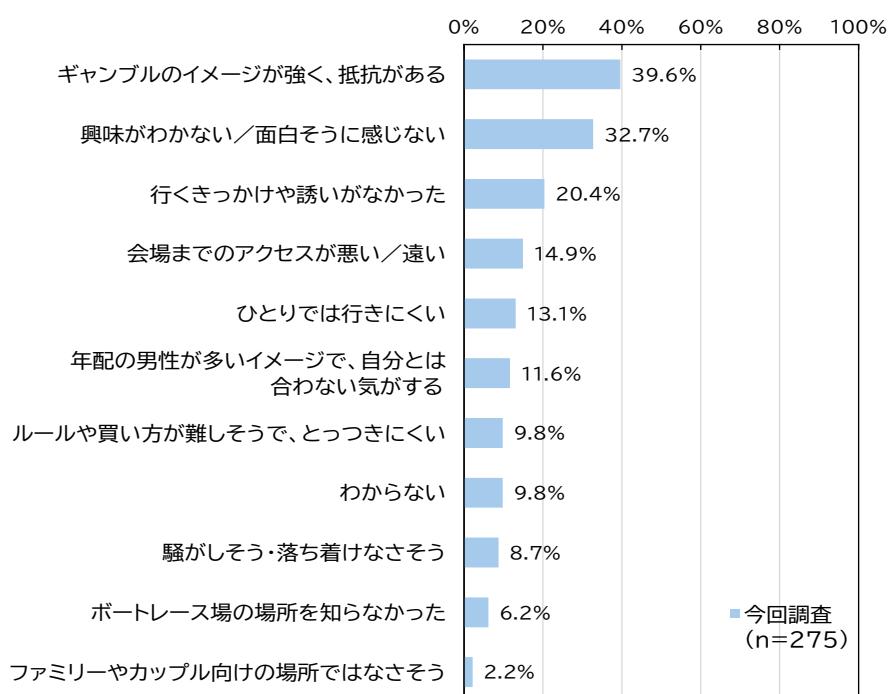


## ■ WEBアンケート結果概要

ボートレース場に行ったことがない理由は何ですか。

「ギャンブルのイメージが強く、抵抗がある」(39.6%)が最も多く、次いで「興味がわかない／面白そうに感じない」(32.7%)、「行くきっかけや誘いがなかった」(20.4%)の順となっている。

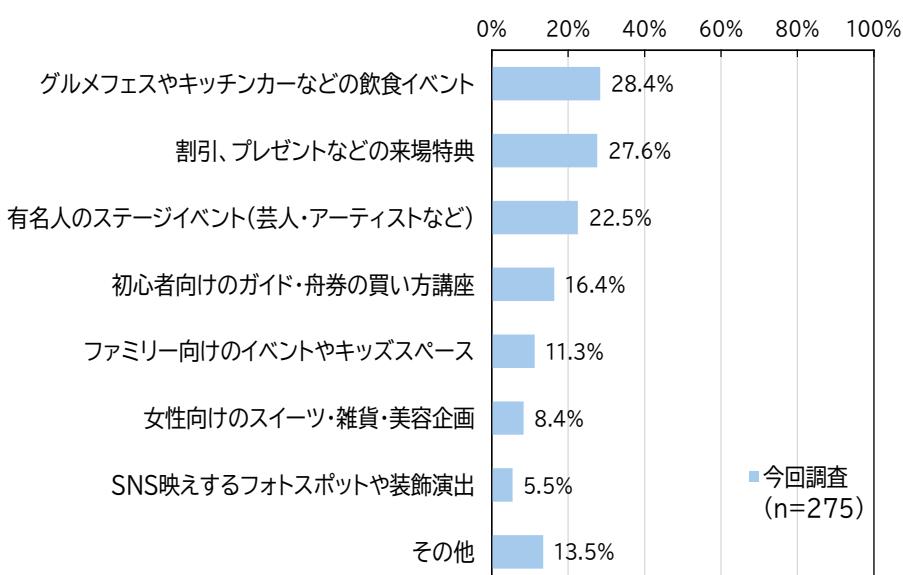
図表9 ボートレース場に行ったことがない理由



どのような特典やイベントがあれば行ってみようと思いますか。

「グルメフェスやキッチンカーなどの飲食イベント」(28.4%)が最も多く、次いで「割引、プレゼントなどの来場特典」(27.6%)、「有名人のステージイベント（芸人・アーティストなど）」(22.5%)の順となっている。

図表10 どんな特典やイベントがあれば行ってみたいか



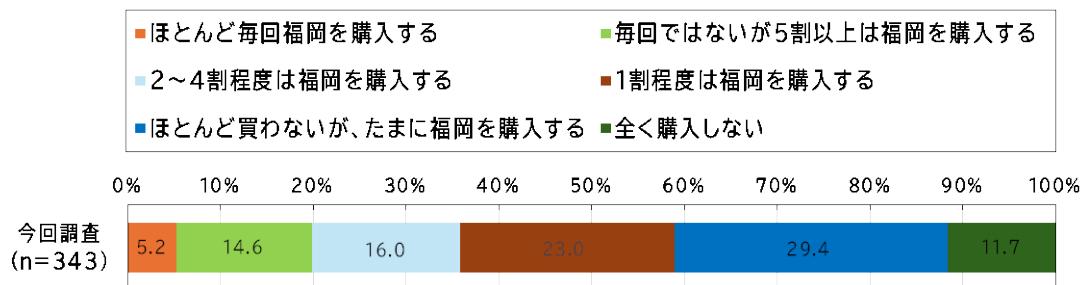
## ■ WEBアンケート結果概要

インターネットで舟券を購入する際、ボートレース福岡のレースを購入する割合は全体の何割か

「ほとんど買わないが、たまに福岡を購入する」(29.4%) が最も多く、次いで「1割程度は福岡を購入する」(23.0%)、「2~4割程度は福岡を購入する」(16.0%) の順となっている。

九州・沖縄以外の地方においては北海道を除いて「ほとんど買わないが、たまに福岡を購入する」の割合が最大となっている。

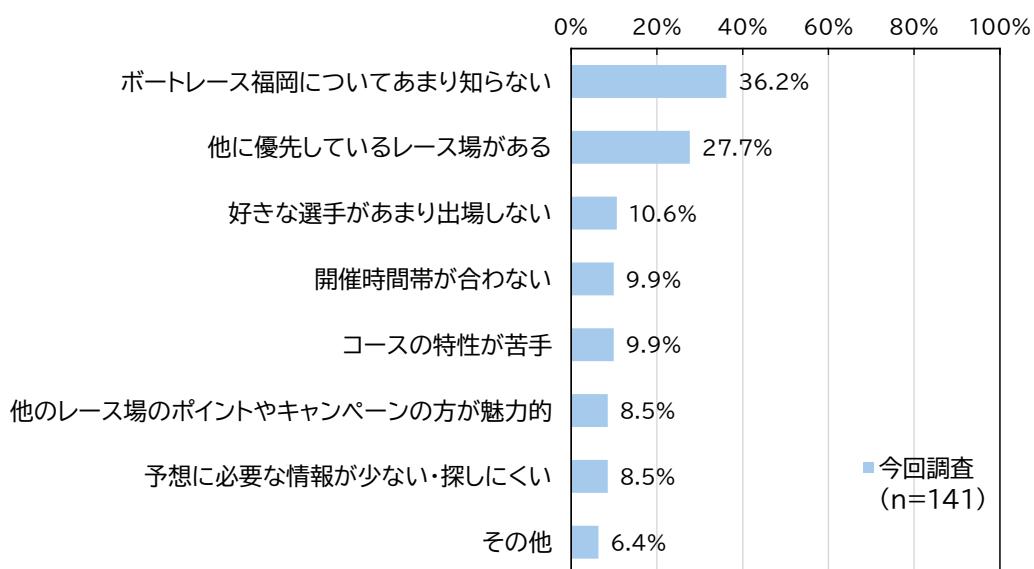
図表1 1 インターネット投票時のボートレース福岡のレースの購入は全体の何割か



ボートレース福岡のレースをほとんど、または全く購入しない理由

「ボートレース福岡についてあまり知らない」(36.2%) が最も多く、次いで「他に優先しているレース場がある」(27.7%)、「好きな選手があまり出場しない」(10.6%) の順となっている。

図表1 2 ボートレース福岡のレースをほとんど／全く購入しない理由



## ■ WEBアンケート結果概要

ボートレース福岡の収益金がまちづくりに活用されていることを知っていますか

「知っている」(51.8%)、「知らない」(48.2%)となっており、それぞれ約半数となっている。舟券購入状況別でみると、購入頻度が高い人ほど「知っている」の割合が70%超えの高い傾向にあり、舟券を購入したことが一度もない人は86.8%が「知らない」と回答している。

図表13 ボートレース福岡の収益金がまちづくりに活用されていることの認知度

