

ギャンブル依存症予防回復支援センター 「サポートコール」アニュアルレポート

2023年4月～2024年3月

一般財団法人 ギャンブル依存症予防回復支援センター

2024年7月

<目次>

ギャンブル依存症予防回復支援センター「サポートコール」アニュアルレポート	i
序章	21
0.1 「サポートコール」の目的	21
0.1.1 ギャンブル等依存症とは	21
0.1.2 政府主導の対策（「IR 整備推進法」に伴う取り組み）	22
0.2 支援センターの位置づけと活動内容	22
0.2.1 支援センターの設立経緯	22
0.2.2 支援センターの活動	23
0.3 本報告書の位置づけ	25
0.3.1 本報告書の目的と内容	25
I章 サポートコールの活動状況	26
1.1 概要	26
1.1.1 サポートコールの目的	26
1.1.2 サポートコールの業務内容	26
1.1.3 サポートコールの体制	26
1.2 活動状況の報告	27
1.2.1 2023年度の活動状況	27
1.2.1.1 利用者の推移	27
1.2.1.2 相談対象者の属性情報	38
1.2.1.3 相談者の知りたい内容（「サポートコール」の利用目的）	43
1.2.1.4 相談対象者の就業状況	44
1.2.1.5 収入形態	46
1.2.1.6 併存する状態（ギャンブル等依存症以外に抱えている問題）	47
1.2.1.7 債務整理経験	48
1.2.1.8 案内先及び案内内容の割合	49
1.2.1.9 カウンセリング活用状況	53
1.2.1.10 相談の補足情報	54
1.2.1.11 認識経路	60
1.2.1.12 実施施策の効果	72

1.2.2. SMS アンケート調査結果	81
1.2.2.1. 単純集計結果－SMS アンケート調査結果	81
1.2.2.2. ヒストグラム	84
1.2.3.3. 単純集計結果－SMS アンケート回答者の入電状況	85
1.2.2.4. 単純集計結果－SMS アンケート回答者の属性情報、ギャンプリング実態	87
1.2.2.5. クロス集計結果－属性別 SMS アンケート調査結果	98
2章 相談者の実態分析	103
2.1 目的と概要	103
2.2 相談者の依存症の深刻度（実生活への影響度レベル）	104
2.2.1 実生活への影響度レベルの定義	104
2.2.2 実生活への影響度レベルの分析結果	105
2.3 相談者の依存症に対する自覚（自己認識レベル）	107
2.3.1 自己認識レベルの定義	107
2.3.2 自己認識レベルの分析結果	108
2.4 解決策の提示状況	114
2.5 面談カウンセリング実態調査	119
2.5.1. 面談カウンセリング実施内容	119
2.5.2. 面談カウンセリング実施者の属性	140
2.5.3. 面談カウンセリング実施者の生活状況	150
2.5.4. 面談カウンセリング実施者のギャンプリング状況	160
2.5.5. 面談カウンセリング実態調査結果－クロス集計分析	179
3章 SMS アンケート追加分析	184
3.1 目的と概要	184
3.2 分析結果	186
3.2.1 相関分析	186
3.2.2 “全体”で見た分析結果	188
3.2.3 “相談者との関係”で見た分析結果	189
3.2.4 “対処法”で見た分析結果	190
3.2.5 “実生活への影響度レベル”で見た分析結果	191
3.2.6 “自己認識レベル”で見た分析結果	192
3.3 SMS アンケート追加分析結果のまとめ	193

4章 提言	194
4 支援センター活動高度化に向けた提言	194
4.1.1 支援センターの活動成果	194
4.1.2 2023年度の概況と今後の課題	195
5章 講評	207
5.1 「サポートコールの発展と課題」	207
5.2 「サポートコールから見えるコロナ禍のギャンブル問題へ影響と課題」	209

発行：2024年7月1日

作成：一般財団法人 ギャンブル依存症予防回復支援センター

作成協力：株式会社マーケティングリサーチシステム（MRS）

監修：河本泰信（よしの病院 院長 / 公立諏訪東京理科大学 客員教授）

 稲村厚 （稲村厚司法書士事務所 代表 / 認定NPO法人ワンデーポート 理事長）

序章

0.1 「サポートコール」の目的

「サポートコール」は、ギャンブル等依存症当事者本人及び同家族・友人などが抱えている各種問題（心理的問題、金銭的問題など）に対する具体的なアドバイスや適切なリファー先の案内、ギャンブル等依存症に関する情報提供、周知啓発を目的としている。

0.1.1 ギャンブル等依存症とは

我が国で言う「ギャンブル等依存症」は行政用語であり、ギャンブル等依存症対策基本法において、「ギャンブル等（法律の定めるところにより行われる公営競技、ぱちんこ屋に係る遊技その他の射幸行為をいう）にのめり込むことにより日常生活又は社会生活に支障が生じている状態」と定義されている。したがって医学的概念ではない。ただ医学的概念としてはアメリカ精神医学会作成の「精神障害の診断・統計マニュアル」（DSM-5）に記載されている「ギャンブル障害」が概ねこれに相当する。「ギャンブル障害」とは「ギャンブルが原因となって心理的社会的な機能障害やそれに伴う苦痛などの問題が反復して生じている状態」である。世界保健機関（WHO）の国際疾病分類（ICD-11）においても同様の定義がなされている。

2021年9月15日、独立行政法人国立病院機構久里浜医療センターによる無作為抽出された一般住民17,955人（18歳～74歳）を対象にした『ギャンブル障害およびギャンブル関連問題の実態調査』^{*1}を公表した。その結果、「過去1年におけるギャンブル等依存が疑われる者（SOGS5点以上）の割合」の割合は全体の2.2%であることが示された。

なお、「生涯において、ギャンブル等依存症が疑われる状態になったことのある者」のうち最も費用を投入した種目は「パチンコ・パチスロ」が71%で最も多かった。

ギャンブル等依存症を発症すると、次のようなことが起こり、本人だけでなく、周囲（親類・知人・友人・職場）の健全な社会生活・活動に悪影響を及ぼすことがある。

(1) 健康面

通常の生活に集中できなくなり、睡眠や食事が不規則となるため健康が害される。

(2) 金銭面

生活費や預貯金をつぎ込むようになり、足りなくなると家族や友人に嘘をついてお金を調達するようになる。調達できなくなると金融機関などから借金をしたりする。また場合によっては、窃盗や横領までしようとすることもある。

(3) 人間関係面

家族や友人へ嘘をつくなどして、家族や友人との信頼関係を悪化させる。

(4) 社会的役務面

就労や学業の遂行能力が低下する。時に突発的な欠勤・欠席を生じる。

(※1) 出典元：松下幸生，新田千枝，遠山朋海；令和2年度 依存症に関する調査研究事業
「ギャンブル障害およびギャンブル関連問題の実態調査」，2021年，p.32-38

0.1.2 政府主導の対策（「IR 整備推進法」に伴う取り組み）

2016年12月15日、「特定複合観光施設区域の整備の推進に関する法律」（以下、「IR 整備推進法」）が成立した。そしてこれを契機として、我が国のギャンブル等依存症対策が本格化した。2018年7月に公布された「ギャンブル等依存症対策基本法」は IR 整備推進法と密接な関係にあると考えられており、事実、IR 整備推進法の附帯決議第十項では、以下のとおり、政府に対してギャンブル等依存症対策の強化を求めている。

「ギャンブル等依存症患者への対策を抜本的に強化すること。我が国におけるギャンブル等依存症の実態把握のための体制を整備するとともに、ギャンブル等依存症患者の相談体制や臨床医療体制を強化すること。加えて、ギャンブル等依存症に関する教育上の取組を整備すること。また、カジノにとどまらず、他のギャンブル等に起因する依存症を含め、関係省庁が十分連携して包括的な取組を構築し、強化すること。

この点を踏まえ、政府は関係行政機関との連携の下、ギャンブル等依存症の対策として、2016年末に「ギャンブル等依存症対策推進関係閣僚会議」を立ち上げ、翌3月末に、既存の公営競技等についての「ギャンブル等依存症対策の強化について」を決定した（以下、「8.29 決定」）。

0.2 支援センターの位置づけと活動内容

0.2.1 支援センターの設立経緯

前述の 8.29 決定では、公営競技におけるギャンブルの依存課題に対し、以下の対策が挙げられた。

- (1) 相談窓口の明示・周知、相談体制の整備
- (2) 未成年による舟券購入禁止等に係る注意喚起の徹底、未成年者による舟券の購入を防止する為の競技場及び場外舟券売場における警備の徹底
- (3) 本人申告・家族申告によるアクセス制限の仕組みの拡充
- (4) 購入限度額設定を可能とするシステムの整備、ギャンブル等依存症の注意喚起表示・相談窓口の案内
- (5) ギャンブル等依存症の注意喚起にも資する形での周知の実施、競技場等におけるギャンブル等依存症の啓発
- (6) 競技場及び場外舟券売場に設置されている全ての ATM キャッシング機能の廃止又は ATM の撤去

対策（1）の実施に当たり、ギャンブル等依存症を患っている本人だけでなく、不安を感じる方やその家族や友人もいつでも相談できるようにすることが大切であり、相談体制及び社会課題として実績に応じた対策を講じていく体制を整備することが求められている。

そんな中、ギャンブル等依存症者の支援を系統的、効果的に行うべく、2017年6月30日に、ギャンブル依存症予防回復支援センターが設立された。

0.2.2 支援センターの活動

支援センターにおいては、このような本人にも社会にもマイナスな影響をもたらすギャンブル等依存症に係る調査研究、予防回復支援、情報提供等を行うことで、我が国の公益増進に寄与することを目的とし、主に以下の4つの事業を行っている。

(1) 無料相談コールセンター運営事業

支援センターは、2017年10月より、24時間365日相談受付のサポートコールを運営し、ギャンブル等及び、相談者がギャンブルであると認識している依存に関する無料相談を電話で受け付け、相談内容に基づき他の医療機関等を案内する「ギャンブル依存症サポートコール」（以下、「サポートコール」）の運用事業を開始した。「サポートコール」には、臨床心理士、精神保健福祉士などの心理カウンセラーが、相談者からの問い合わせに専門的な知見から回答やカウンセリングを行っている。

希望者には継続しての対面等による無料カウンセリング（北海道3カ所・東京2カ所・愛知・大阪・広島・福岡2カ所の10拠点で実施）やオンラインによる面談、及び近隣の医療機関や公的機関等の案内も行っている。2023年度の実施成果は以下の通り。

・他機関案内	2,145件
・面談カウンセリング	52件

加えて、ギャンブル依存症問題と金銭に纏わる問題が切っても切れないことから、同問題に精通する司法書士と連携し、対面及び電話での金銭問題の相談を実施した。

・司法書士相談	57件
---------	-----

(2) ギャンブル等依存症患者に対する回復支援事業

支援センターは、ギャンブル等依存症患者への経済的支援として、「サポートコール」が案内した医療機関等での初診料を含む最大3回までの診察料などを患者の代わりに負担する助成事業を営んでいる。

・助成件数	107件
-------	------

(3) ギャンブル等依存症に関する調査研究事業

支援センターは、「サポートコール」の運用によって、対象となる競技又は遊技（パチンコ）、相談者の属性、相談時間帯等のデータを得ると共に、他団体が実施するセミナーにも参加することにより、ギャンブル等依存症に関する情報収集を行っている。収集したデータは、性別、時間帯、対象者及び相談時間等の項目に分けて分析し、専門医監修のもと「アニュアルレポート」として取りまとめ、ホームページに公開した。

また、「サポートコール」相談前後の意識変化等のアンケート調査も行っている。これらの調査は研究目的のみならず、相談の受付や、医療機関の案内及び診察料助成を効果的に行う為の基礎資料として活用している。

(4) ギャンブル等依存症の予防に関する事業

支援センターは、ギャンブル等依存症に関する周知啓発活動を積極的に行い、リーフレットを刷新した。

また、3月にホームページをリニューアルし、全国の医療機関や相談機関のリストと、地図に各機関の所在地表示させたものを掲載したコンテンツや、当事者、家族、支援者別に支援情報を掲載するなど、利用者が当ホームページで知りたい情報を確認できるよう、「ポータルサイト化」を図った。

2023年度における具体的な事業活動内容は以下の通り。

① インターネット広告展開

サポートコールの周知に関する広報・相談体制の更なる強化を図るため、インターネット広告を活用し、積極的な周知を行った。

- 1) Yahoo!
- 2) Google
- 3) YouTube
- 4) Instagram
- 5) LINE
- 6) X (旧 Twitter)

② 相談内容に関する「月次レポート」の公開

毎月のログデータをもとに「月次レポート」を作成し、ホームページに公開した。

③ 啓発週間

ギャンブル等依存症対策基本法において、毎年5月14日から20日にかけて設定されている「ギャンブル等依存症問題啓発週間」にて、国民のギャンブル等依存症問題に関する関心と理解を深めるため、ホームページに特設ページを開設し、情報公開を行った。
あわせて、SNSを活用した情報発信も行った。

④ 講義の実施

下記大学からの講師依頼のもと、学生向けに「依存症」に関する講義を実施した。

- ・東北福祉大学（2023年5月～6月 3回）
受講者数：延べ194人
- ・聖心女子大学（2023年10月）
受講者数：342人

0.3 本報告書の位置づけ

0.3.1 本報告書の目的と内容

支援センターが「事業者の考え方」として中心に掲げる「予防」、特に「早期発見早期介入」に広く貢献していくことを目的に、これまでサポートコール事業等を行ってきた。その結果ギャンブル等依存症に関する多くの情報を蓄積してきた。

本書では、主に以下の内容について整理し、報告書として纏めた。

(第1章) 活動状況の定量分析

2023年度のサポートコールログの定量分析結果を活動状況として報告した。

(第2章) 活動状況の実態分析

サポートコール活動によって、多くのデータが集まりつつある。それらの収集データの実態分析によって、依存症の傾向性・要因・進行過程の体系化を行った。そして早期解決に向けてどのような層にアプローチすべきかを明確にした。

(第3章) SMS アンケート追加分析

(第4章) 提言

上記の活動を通して見えてきた課題及び課題解決の方向性を提言として整理した。

(第5章) 講評

1章 サポートコールの活動状況

1.1 概要

1.1.1 サポートコールの目的

「サポートコール」は、2017年10月1日より、支援センターが提供しているギャンブル等依存症問題に関する電話相談サービスである。ギャンブル等依存症当事者及びその家族・友人を主な利用対象者とし、24時間・年中無休で電話相談に対応している。電話応対では受付をオペレーター、相談を心理カウンセラーが（臨床心理士、精神保健福祉士など）それぞれ対応している。通話料も含め相談に係る費用は相談者からは徴収せず支援センターで負担しているため、相談者は無料で電話相談サービスを受けることができる。

1.1.2 サポートコールの業務内容

「サポートコール」でのサポート内容は電話相談受付のほか、相談者へのカウンセリング、リーフレットの送付、相談内容に応じた「医療機関」や「公的機関」の案内を行っている。そして、ギャンブル依存症予防回復支援センターでは医療機関を受診した方への初診料を含む最大3回までの「診察料負担サービス」を行っており、相談者に求められた場合には、診察料請求様式の送付も行っている。

電話による相談の際に、相談者（含当事者）に対し、相談者属性と言った基本情報から、普段行っているギャンブルの種類、職業、収入形態、ギャンブル以外に抱えている問題、借金の有無・債務整理の経験など詳細な情報を相談プロセスの中で傾聴しつつ、無理のない範囲で聴取する。そしてこれらの情報を踏まえて、相談者のニーズを引き出している。その上で、具体的なアドバイスや適切なリファー先の案内を行っている。尚、入電から【具体的アドバイス】やリファー先の案内までの標準的な「応対プロセス」は以下の通りである。

▼「サポートコール」の標準的な応対プロセス

【入電】→【受付】→【相談の実施】（傾聴）

（→【具体的アドバイス】AND/OR【リファー先の案内】）

1.1.3 サポートコールの体制

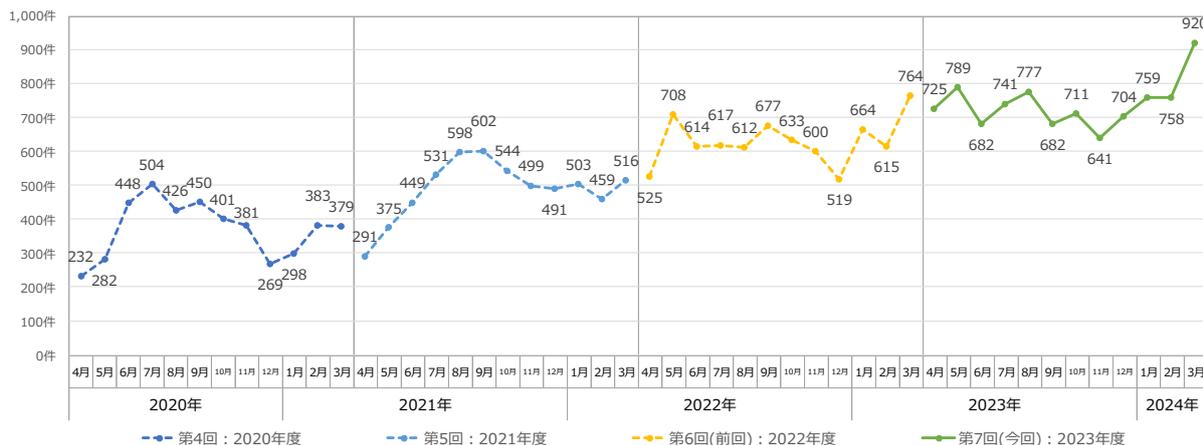
「サポートコール」には、多数の臨床心理士、精神保健福祉士と言った専門家や、50名程度の臨床経験5年以上の専門スタッフが対応していて、ギャンブル等依存症の当事者及び同家族・友人などを対象とし、24時間体制で相談を行っている。

1.2 活動状況の報告

1.2.1 2023 年度の活動状況

1.2.1.1 利用者の推移

直近 4 年度における入電件数の推移
(2020 年 4 月～2024 年 3 月) ※

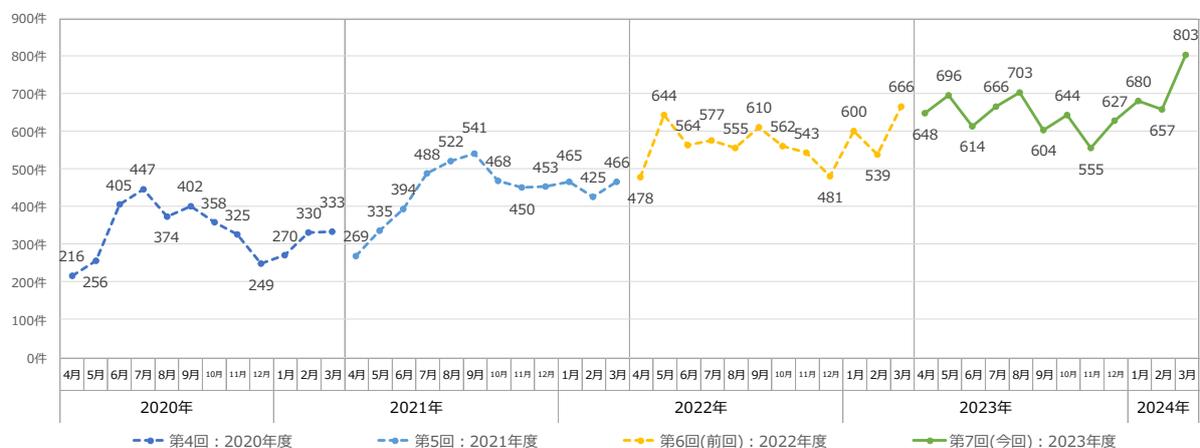


入電件数は、2020 年度以降は新型コロナウイルス感染症の流行状況による影響で月による変動幅が大きくなる傾向がみられるものの、サービス開始時（2018 年度）より増加傾向が続いている。2023 年においては、6 月、9 月、11 月では 600 件台の入電に留まったが、それ以外の合計 9 ヶ月間で 700 件以上の入電があった。加えて、2024 年 3 月では 920 件と過去最多の入電となった。2022 年度までの最多入電件数は 2023 年 3 月の 764 件であったが、2023 年度では 2023 年 5 月、8 月、2024 年 3 月の合計 3 ヶ月において 2023 年 3 月を上回った。

1 年間の入電全数は、サービス開始年度である 2018 年度の 2,497 件、2019 年度の 4,312 件、2020 年度の 4,453 件、2021 年度の 5,858 件、2022 年度の 7,548 件に対し、2023 年度では 8,889 件と 1,300 件以上増加している。月別に比較すると、2023 年 4 月、7～8 月、12 月及び 2024 年 2～3 月では 2022 年度に比べて入電件数が 100 件以上増加している。特に、2022 年 4 月は 525 件と 2022 年度の中では低水準だったため、2023 年 4 月では 200 件の増加がみられる。

2020 年度及び 2021 年度初頭にかけて新型コロナウイルス感染症の流行による外出自粛などの生活環境の変化による影響が見られたものの、長期的にはサービス開始以降、毎年入電件数は拡大している。コロナ禍において急速にニーズが高まった公営競技におけるオンライン投票の定着やオンラインカジノの普及・浸透した点、2023 年 5 月に新型コロナウイルス感染症が 5 類に引き下げられ、コロナ禍以前の生活様式へと回帰した点や、歴史的な円安や 2024 年 1 月より新 NISA 制度の開始といった経済情勢を背景とした消費者の投資・資産運用への関心の高まり等の懸案事項があるため、ギャンブル依存症や金銭トラブルを抱える方からの相談についても増加・拡大傾向が続くことが予想される。今後も周知啓発活動の継続とともに推移を見守る必要があるといえる。

直近4年度における相談件数の推移
(2020年4月～2024年3月) ※



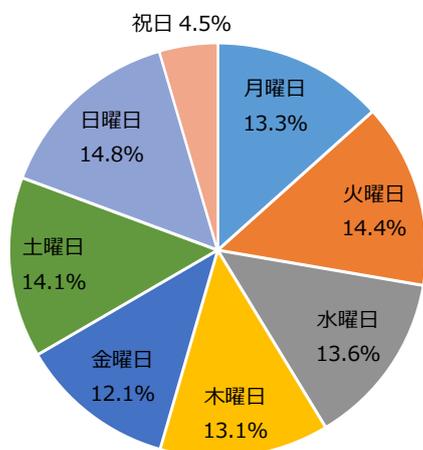
入電件数のうち、通話時間が極端に少ないもの（具体的には通話時間が2分未満）や相談以外のものを無効回答として除いた件数（有効回答件数）を「相談件数」とし、2023年度は7,897件であり、2022年度の6,819件から1,078件の増加となった。

なお、2019年度、2018年度の相談件数については、質問内容の全てに対して有効回答しているもののみを対象とし、2019年度は3,955件、2018年度は2,299件となっている。2020年度は3,965件、2021年度は5,276件であったため、年を追うごとに件数が増加している点は入電件数と同様の結果である。

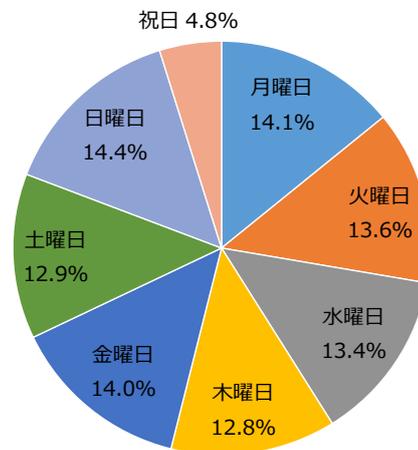
次項以降の分析においてはこれらの「相談件数」を母集団とした集計・分析結果を掲載している。

曜日別の相談件数の推移
(2020年4月～2024年3月)

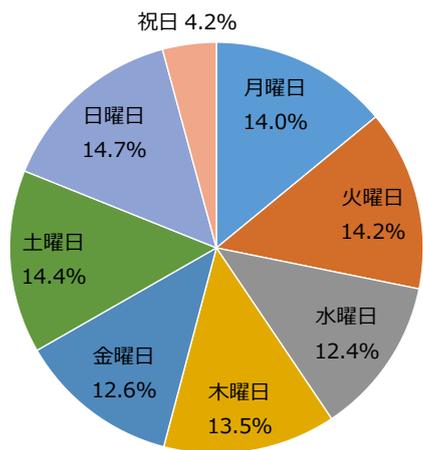
(2023年度：7,897件)



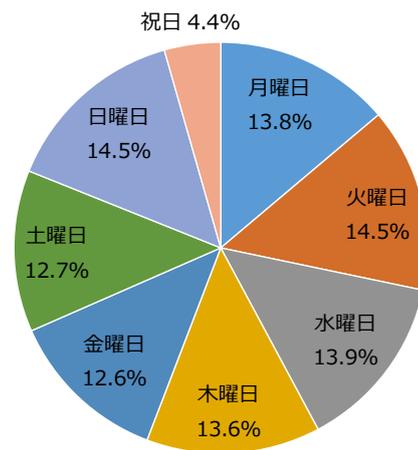
(2022年度：6,819件)



(2021年度：5,276件)



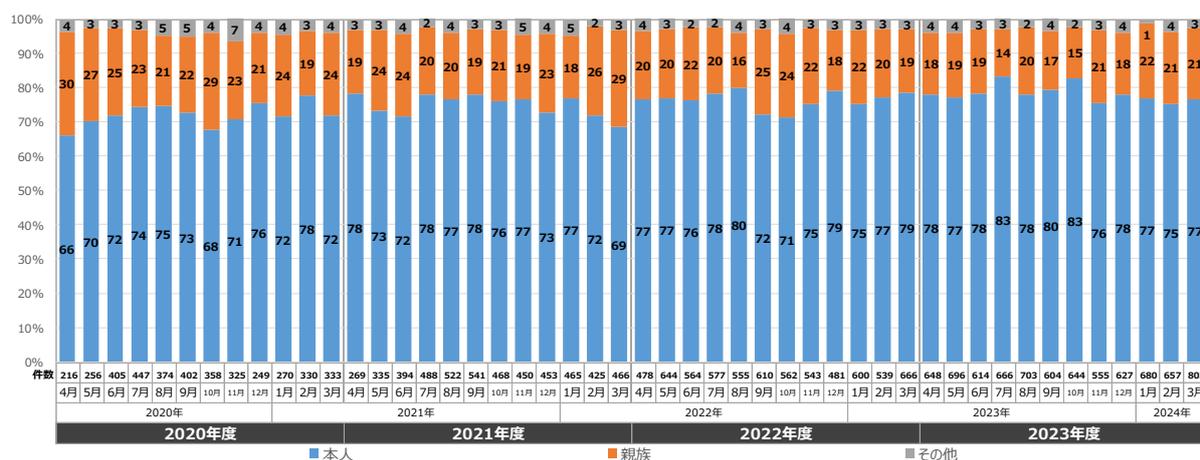
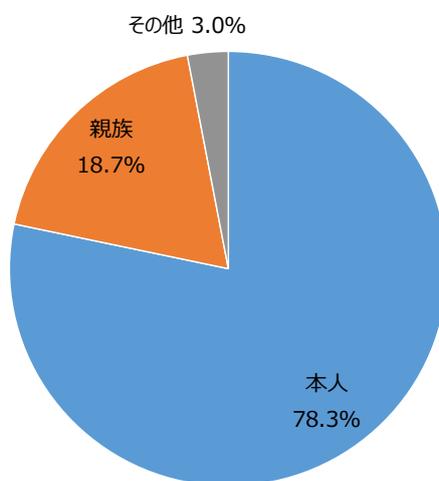
(2020年度：3,965件)



相談件数の曜日別の内訳は、各曜日とも約12～15%以内、祝日は約5%となっており、入電や相談が多い曜日は土～日曜日と火曜日となっている。なお、平日（月曜日～金曜日）の合計は66.5%、土日祝の合計は33.4%である。

2022年度以前と比較しても、2023年度の結果に顕著な変化は見られない。

電話を掛けた方の属性
(2020年4月～2024年3月)



ギャンブル等依存症に関する相談の電話を掛けた方の内訳としては、本人が 78.3%、親族（配偶者、親、子供）が 18.7%、その他が 3.0%であった。本人が直接電話をしてくるケースが一番多いが、4 件に 1 件程度の割合で本人以外の方が電話を掛けている。

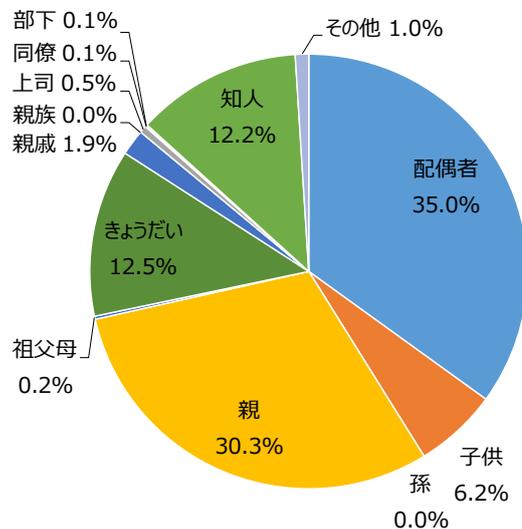
月別の内訳でも、電話を掛けた方の多くは本人で、毎月 7～8 割を占めている。毎月発生する電話相談の多くを当事者が占めていることから、当事者にはギャンブル等依存症に悩んでいるという自覚症状があり、相談・解決したいという思いがあると想定される。

なお、2022 年度以前と比較しても、2023 年度の結果に顕著な変化は見られない。
 (【前回：2022 年度】本人：76.4%、親族：20.6%、その他：3.0%)

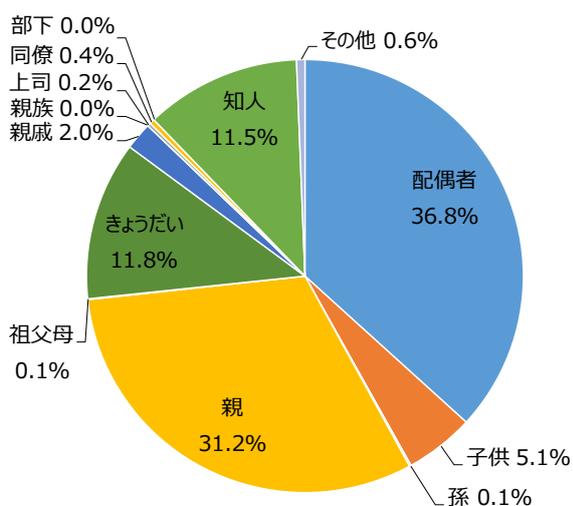
電話を掛けた方の属性（本人以外）

（2021年4月～2024年3月）

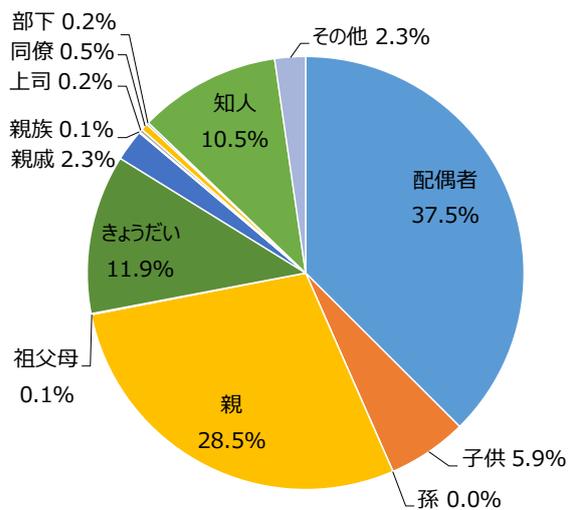
（2023年度：7,897件）



（2022年度：6,819件）



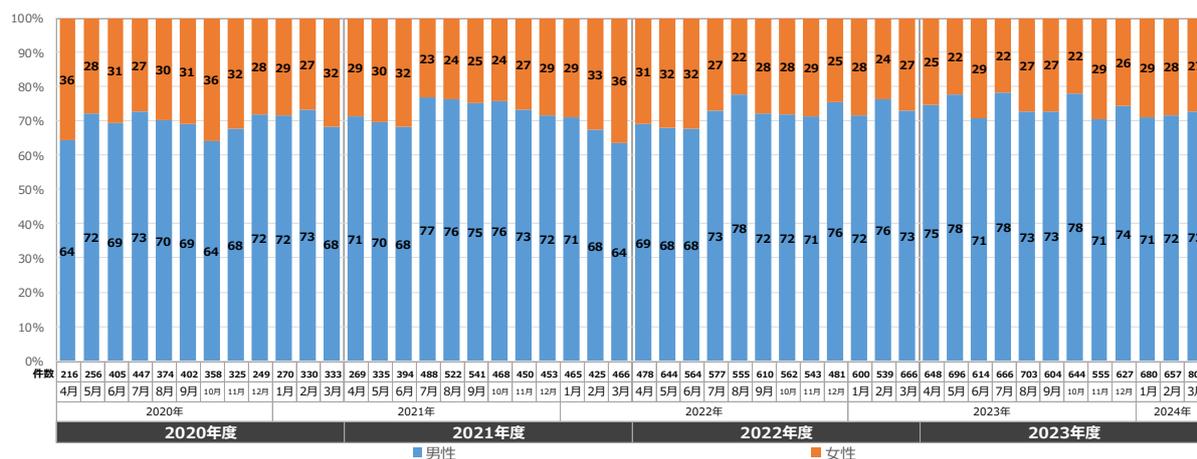
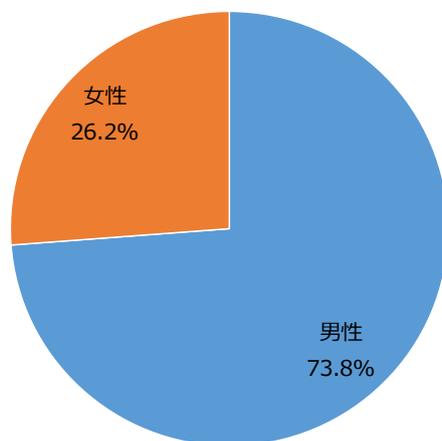
（2021年度：5,276件）



ギャンブル等依存症に関する相談の電話を掛けた方の内訳としては、本人以外が全体の 21.7%を占めており、1,717 件であった。本人以外からの相談者を対象に具体的な属性をみると、「配偶者」が 35.0%、「親」が 30.3%、「きょうだい」が 12.5%、「知人」が 12.2%と続いている。

2022 年度と比較しても、2023 年度の結果に顕著な変化は見られない。

電話を掛けた方の性別
(2020年4月～2024年3月)

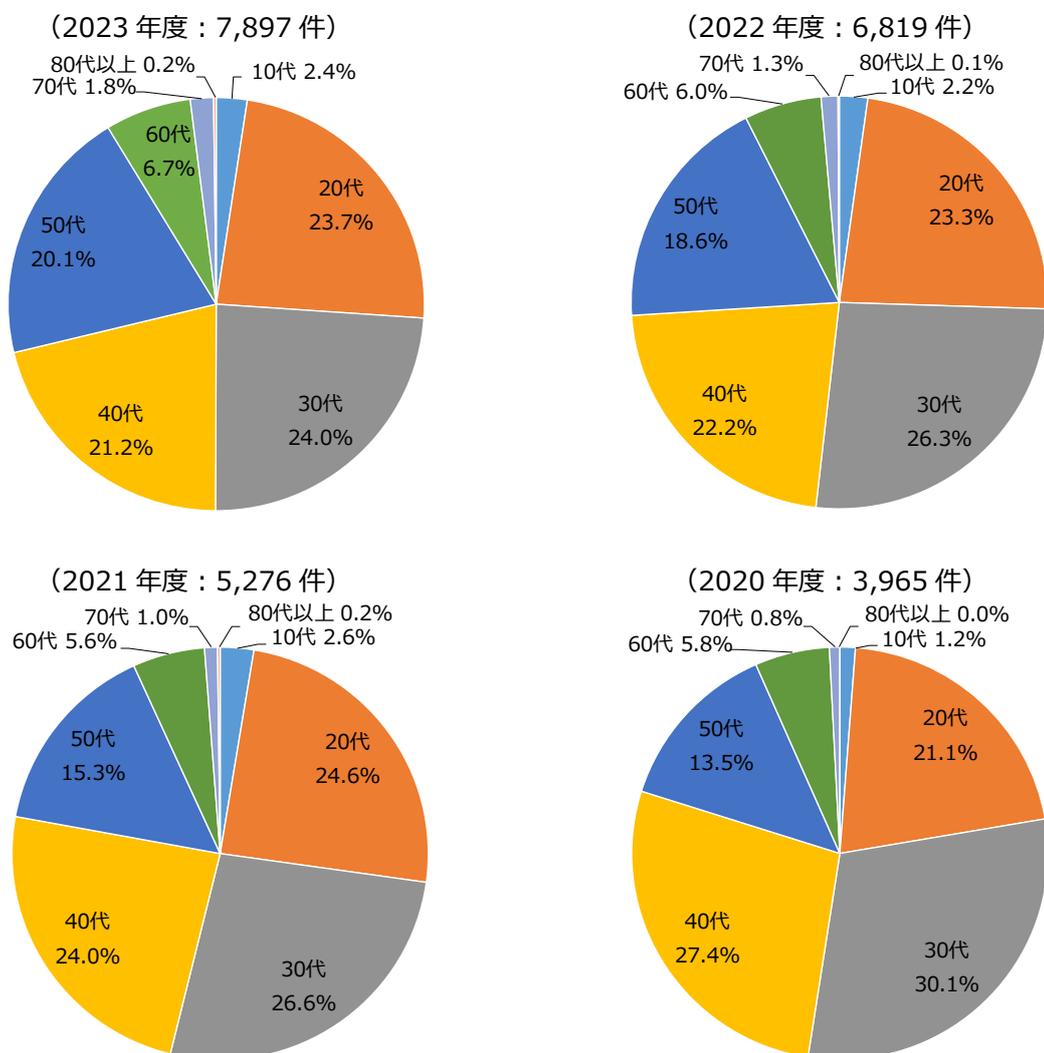


相談件数のうち女性からの入電は 2,067 件で、相談件数全体の 26.2%を占めている。2022 年度の女性から入電があった割合は 27.8%で、2023 年度は僅かに減少したが、ほぼ同程度を示している。

相談件数の性別割合は、月による変動がそれほど大きくなく、どの月も女性の割合が 2 割以上 3 割未満の範囲にある。この傾向は 2022 年度以前から続いており、大幅な変化は見られないものの、入電件数や相談件数の拡大に伴い、2022 年度以降では女性からの相談が 3 割以上となる月は減りつつある。

(【前回：2022 年度】男性：72.2%、女性：26.2%)

電話を掛けた方の年代

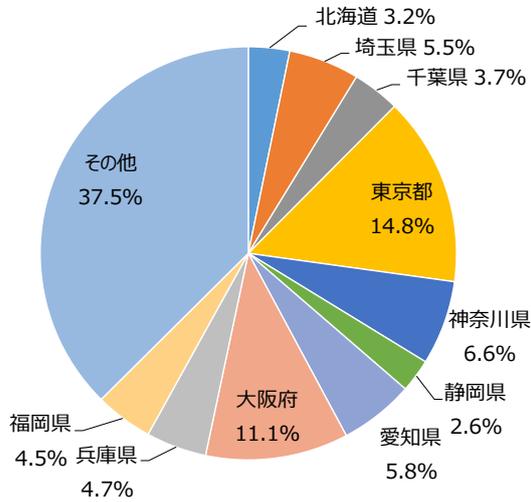


相談件数のうち、20代が23.7%、30代が24.0%、40代が21.2%と、20代から40代が68.9%と大多数を占める。10代は全体の2.4%、60代以上は全体の8.7%に留まる。

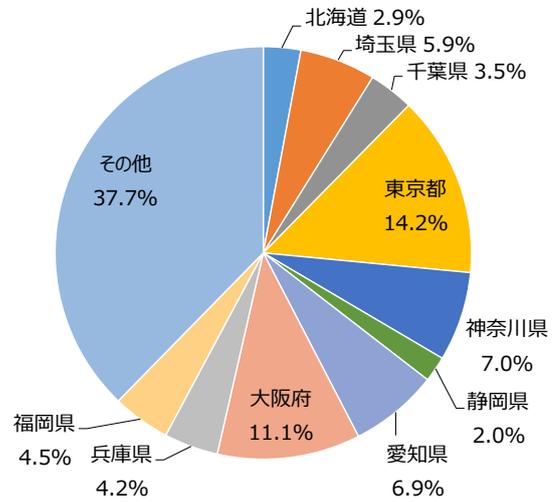
2022年度以前と比較すると、30～40代は僅かに微減傾向が続いている一方、50代や60代以上は微増傾向が続いている。

相談者居住地別の相談割合

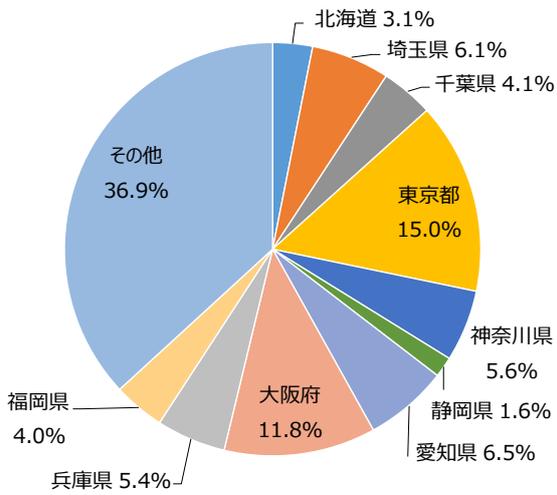
(2023 年度 : 7,897 件)



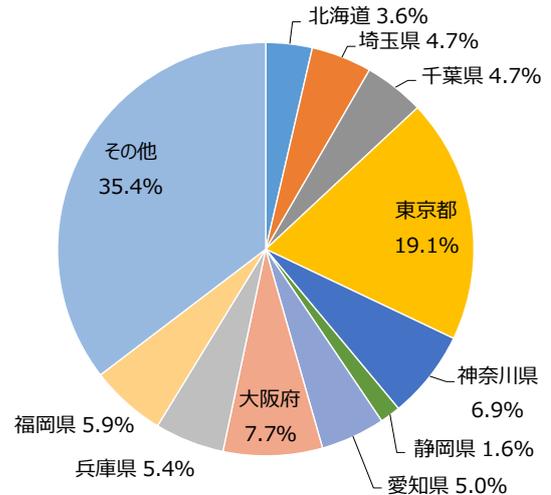
(2022 年度 : 6,819 件)



(2021 年度 : 5,276 件)



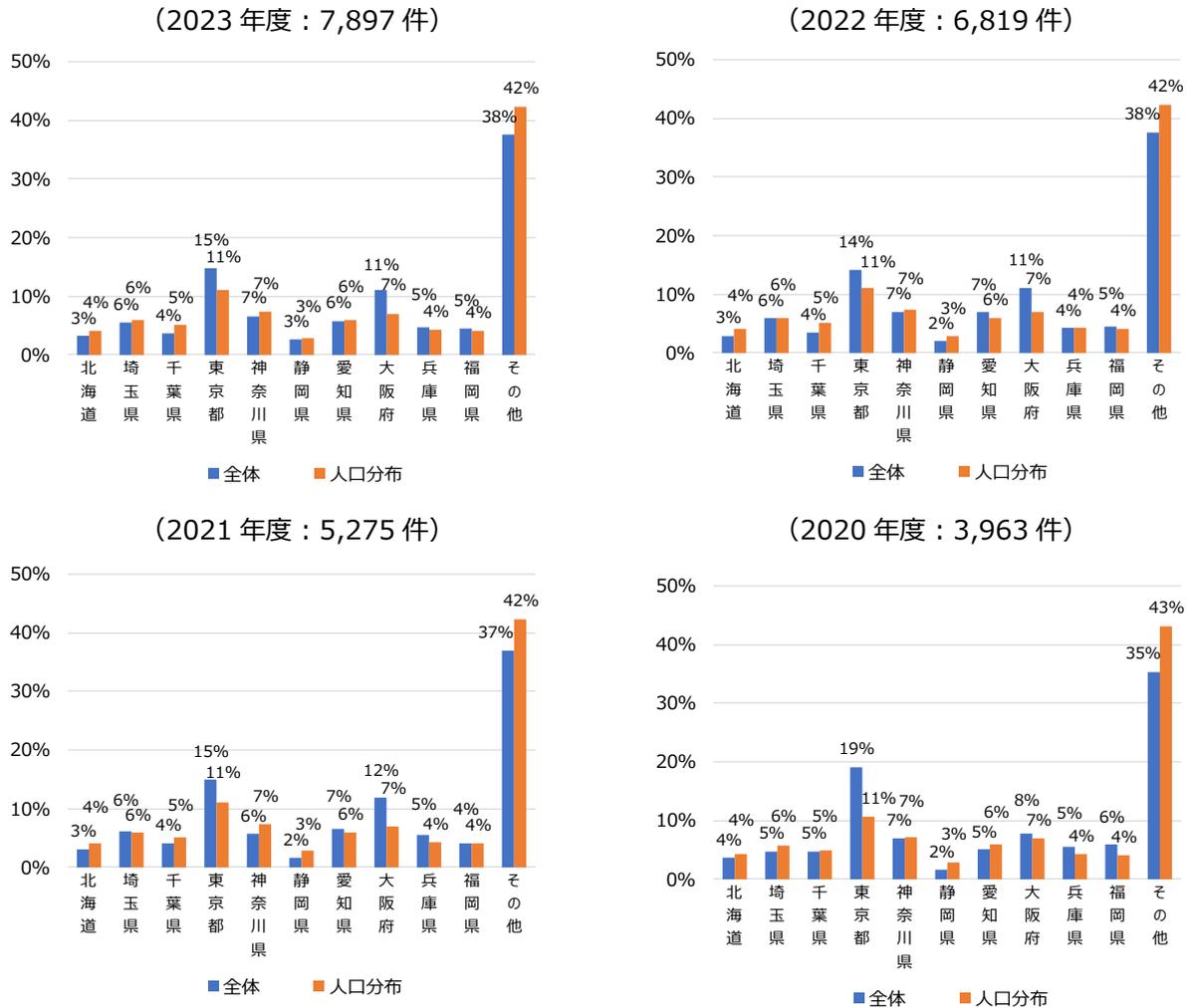
(2020 年度 : 3,963 件)



相談件数のうち、東京都、大阪府、福岡県、神奈川県をはじめとした 10 都道府県からの相談が全体の 6 割超を占める。

なお、2022 年度と比較しても、2023 年度の結果に顕著な変化は見られない。

相談者居住地別の人口分布※1



全国の人口分布と併せて見ると、各都道府県の相談件数の分布との人口分布は、正の相関を持つ傾向にあるものの、東京都や大阪府などの大都市圏からの相談者が比較的多い。

なお、2022年度以前と比較しても、2023年度の結果に顕著な変化は見られない。

(※1) 出所：人口分布は、総務省統計局 統計データより作成
 2021年度～2023年度：令和2年国勢調査（総人口）
 2020年度：平成27年国勢調査（総人口）

日本の人口分布※1におけるギャンブル種ごとの相談状況

単位：%

	18～110歳人口(人)	ギャンブル種												toto	その他
		パチンコ・スロット	競馬	ポートレース	競輪	オートレース	株・FX	仮想通貨	カジノ	ゲーム	インターネット	宝くじ			
全国(合計)	104,951,803	0.0053615	0.0012196	0.0011034	0.0005955	0.0001210	0.0003087	0.0000553	0.0004755	0.0000791	0.0000048	0.0002334	0.0000343	0.0003954	
北海道・東北	北海道	4,479,085	0.0037284	0.0008484	0.0003126	0.0004019	0.0000223	0.0000893	0.0013842	0.0001340				0.0001563	
	青森県	1,056,566	0.0028394	0.0007572	0.0005679	0.0004732	0.0000946	0.0000946	0.0002839					0.0004732	
	岩手県	1,030,493	0.0020379	0.0005822	0.0000970	0.0003882	0.0000970	0.0000970	0.0000970	0.0000970			0.0000970	0.0001941	
	宮城県	1,924,321	0.0055084	0.0007275	0.0003118	0.0003118		0.0001039	0.0000520	0.0000520				0.0001559	
	秋田県	834,814	0.0037134	0.0008385	0.0001198	0.0004791	0.0001198	0.0001198		0.0001198				0.0004791	
	山形県	909,298	0.0032992	0.0013197	0.0002199	0.0004399			0.0004399	0.0001100	0.0001100			0.0001100	
	福島県	1,542,697	0.0042134	0.0004538	0.0005186	0.0001945		0.0001945	0.0000648	0.0001945			0.0000648	0.0002593	
関東	茨城県	2,399,410	0.0038760	0.0006252	0.0007085	0.0004584	0.0001250	0.0003334	0.0002084	0.0001250		0.0000834		0.0002084	
	栃木県	1,616,610	0.0037115	0.0005567	0.0007423	0.0003093	0.0000619	0.0001856	0.0000619	0.0003093	0.0000619			0.0002474	
	群馬県	1,618,794	0.0033976	0.0009266	0.0009266	0.0007413	0.0001235			0.0001853				0.0001853	
	埼玉県	6,082,071	0.0049819	0.0008056	0.0005919	0.0003617	0.0001809	0.0008221	0.0001315	0.0004768	0.0000822	0.0000329	0.0000164	0.0000493	0.0003617
	千葉県	5,253,209	0.0037882	0.0009328	0.0004759	0.0005140	0.0001523	0.0002855		0.0003807	0.0000381		0.0000190	0.0000381	0.0003426
	東京都	11,752,238	0.0061861	0.0034887	0.0014891	0.0009870	0.0003233	0.0004850	0.0001702	0.0006892	0.0000340	0.0000085	0.0001447	0.0000851	0.0005191
	神奈川県	7,703,049	0.0046994	0.0009217	0.0006101	0.0005452	0.0001428	0.0005452	0.0000649	0.0005842	0.0000649		0.0001298	0.0000389	0.0003635
中部	新潟県	1,868,914	0.0049226	0.0006421	0.0003745	0.0003745	0.0001070		0.0004281	0.0002140	0.0005351		0.0000535	0.0005886	
	富山県	873,108	0.0054976	0.0010308	0.0030924	0.0005272	0.0001145			0.0002291			0.0001145	0.0011453	
	石川県	943,382	0.0033921	0.0002120	0.0005300	0.0001060		0.0003180	0.0004240	0.0001060				0.0001060	
	福井県	638,274	0.0048568	0.0009400	0.0015667	0.0003133		0.0001567		0.0004700				0.0001567	
	山梨県	676,766	0.0019209	0.0007388	0.0008866	0.0002955	0.0001478	0.0001478		0.0004433				0.0005910	
	長野県	1,707,397	0.0039241	0.0007614	0.0005271	0.0001757	0.0001171	0.0001757		0.0002343	0.0005271		0.0000586	0.0005271	
	岐阜県	1,641,792	0.0097454	0.0007918	0.0007309	0.0009136		0.0000609	0.0001218	0.0004873	0.0001218		0.0006300	0.0000609	0.0003655
近畿	静岡県	3,054,702	0.0050087	0.0004256	0.0012767	0.0009494	0.0001964	0.0005565		0.0003274			0.0000655	0.0002619	
	愛知県	6,160,456	0.0051782	0.0009902	0.0013311	0.0003733	0.0000649	0.0003409	0.0000162	0.0006168	0.0000325	0.0000325		0.0002597	
	三重県	1,469,703	0.0057154	0.0004082	0.0010887	0.0006124	0.0000680	0.0003402	0.0000680	0.0005443	0.0000680		0.0000680	0.0001361	
	滋賀県	1,148,316	0.0045284	0.0016546	0.0013933	0.0007838		0.0008708		0.0005225				0.0001742	
	京都府	2,134,875	0.0061830	0.0014989	0.0010305	0.0003279		0.0002810		0.0005153	0.0000937		0.0000468	0.0002810	
	大阪府	7,334,703	0.0090256	0.0011725	0.0015134	0.0007499	0.0000818	0.0002590	0.0000136	0.0006544	0.0000682		0.0010907	0.0000409	0.0006544
	兵庫県	4,475,300	0.0054745	0.0015418	0.0019217	0.0004916	0.0000670	0.0002905	0.0000223	0.0004022	0.0001564		0.0000223	0.0000670	0.0003352
中国・四国	奈良県	1,114,862	0.0026909	0.0009867	0.0009867	0.0001794	0.0001794	0.0001794		0.0003588				0.0003588	
	和歌山県	784,226	0.0019127	0.0007651	0.0005101	0.0003825	0.0001275	0.0001275							
	鳥取県	461,311	0.0028181	0.0006503										0.0008671	
	島根県	561,407	0.0033844	0.0003562	0.0023156		0.0003562			0.0001781	0.0001781			0.0007125	
	岡山県	1,538,578	0.0046796	0.0009099	0.0007149	0.0003900	0.0004550			0.0003900	0.0001950			0.0003250	
	広島県	2,315,601	0.0030230	0.0007773	0.0012956	0.0006046	0.0000864	0.0002591		0.0001727				0.0003455	
	山口県	1,134,584	0.0037899	0.0006170	0.0015865	0.0005288	0.0000881	0.0001763	0.0000881	0.0001763				0.0001763	
九州・沖縄	徳島県	595,980	0.0184570	0.0023491	0.0025169	0.0005034	0.0001678	0.0001678		0.0011745		0.0001678		0.0005034	
	香川県	788,054	0.0060910	0.0010152	0.0022841	0.0011421	0.0003807	0.0001269		0.0006345				0.0008883	
	愛媛県	1,110,014	0.0034234	0.0006306	0.0013513	0.0009009		0.0002703		0.0002703	0.0000901			0.0005405	
	高知県	585,946	0.0018773	0.0008533	0.0003413	0.0001707								0.0003413	
	福岡県	4,171,843	0.0063761	0.0010307	0.0017259	0.0007670	0.0001199	0.0000719	0.0000240	0.0004554		0.0001678		0.0004794	
	佐賀県	665,029	0.0045111	0.0004511	0.0027066		0.0001504							0.0007518	
	長崎県	1,099,418	0.0105510	0.0028197	0.0040021	0.0030925	0.0002729			0.0000910			0.0014553	0.0007277	0.0003638
熊本県	1,435,517	0.0032044	0.0004876	0.0005573	0.0004180	0.0000697	0.0000697	0.0000697	0.0001393				0.0002090		
大分県	935,841	0.0038468	0.0002137	0.0006411	0.0009617				0.0002137				0.0002137		
宮崎県	882,110	0.0032876	0.0002267	0.0004535		0.0001134			0.0001134						
鹿児島県	1,293,495	0.0118284	0.0009277	0.0014689	0.0006185		0.0000773		0.0004639	0.0000773		0.0000773	0.0003092		
沖縄県	1,147,644	0.0037468	0.0005228	0.0006099	0.0003485		0.0001743		0.0003485				0.0002614		

凡例： 0.01%以上 0.001%以上 0.0001%以上 0.00001%以上 0.00001%未満

相談者の居住地を全国の人口分布と併せ、ギャンブル種ごとの割合を見ると、人口に対して特に相談割合の高い地域×ギャンブル種は「徳島県×パチンコ・スロット（0.018%）」、「長崎県×パチンコ・スロット（0.011%）」、「鹿児島県×パチンコ・スロット（0.012%）」となった。パチンコ・スロットについては他のギャンブル種と比べても全国的に相談者が多くなっているが、競馬やポートレースにおいては地域による差が見える結果といえる。

- (※1) 出所：人口分布は、総務省統計局 統計データより作成
2023年度：令和2年国勢調査（18～110歳人口）
- (※2) ギャンブル種のうち「スマートフォン」「SNS」「不明（無回答）」は
2023年度調査では0件のため表から掲載を省略している。

ギャンブル種類ごとの上位都道府県

	パチンコ・スロット	競馬	ボートレース	競輪	オートレース	株・FX	仮想通貨	カジノ	ゲーム	インターネット	宝くじ	toto	その他
1位	徳島県	東京都	長崎県	長崎県	香川県	滋賀県	新潟県	北海道	徳島県	埼玉県	岐阜県	長崎県	富山県
2位	鹿児島県	長崎県	富山県	香川県	東京都	埼玉県	東京都	東京都	新潟県	愛知県	長崎県	富山県	香川県
3位	長崎県	徳島県	佐賀県	東京都	長崎県	静岡県	埼玉県	大阪府	長野県	東京都	大阪府	岩手県	鳥取県
4位	岐阜県	滋賀県	徳島県	大分県	静岡県	神奈川県	岐阜県	香川県	岡山県		福岡県	東京都	佐賀県
5位	大阪府	兵庫県	島根県	静岡県	埼玉県	東京都	北海道	愛知県	島根県		徳島県	兵庫県	島根県
6位	福岡県	京都府	香川県	岐阜県	奈良県	岡山県	山口県	神奈川県	兵庫県		東京都	福岡県	大阪府
7位	東京都	山形県	兵庫県	愛媛県	徳島県	島根県	熊本県	三重県	北海道		神奈川県	岐阜県	山梨県
8位	京都府	大阪府	福岡県	滋賀県	千葉県	愛知県	三重県	滋賀県	茨城県		山形県	埼玉県	新潟県
9位	香川県	富山県	山口県	福岡県	佐賀県	三重県	神奈川県	京都府	岐阜県		茨城県	大阪府	愛媛県
10位	三重県	福岡県	福井県	大阪府	山梨県	茨城県	福島県	岐阜県	秋田県		鹿児島県	神奈川県	長野県
最下位	47位	47位	46位	43位	31位	36位	15位	41位	25位	3位	18位	11位	45位

ギャンブルの種類ごとの人口に占める相談者比率が高い都道府県をランキング式で掲載している。同じ順位であってもギャンブルの種類ごとに比率が異なる。また、ギャンブル種類ごとに最下位が異なる点には留意が必要。

上位10位以内に頻出した都道府県としては、「東京都」が10種、「岐阜県」「大阪府」「長崎県」が各7種、「徳島県」「香川県」が各6種、「埼玉県」「神奈川県」「福岡県」が各5種となっている。大都市圏に加えて四国エリアが比較的よく見られる結果である。

また、サポートコールへの相談が最も多い「東京都」、2番目に多い「大阪府」は、『ボートレース』『ゲーム』では上位10位以内に見られなかった。

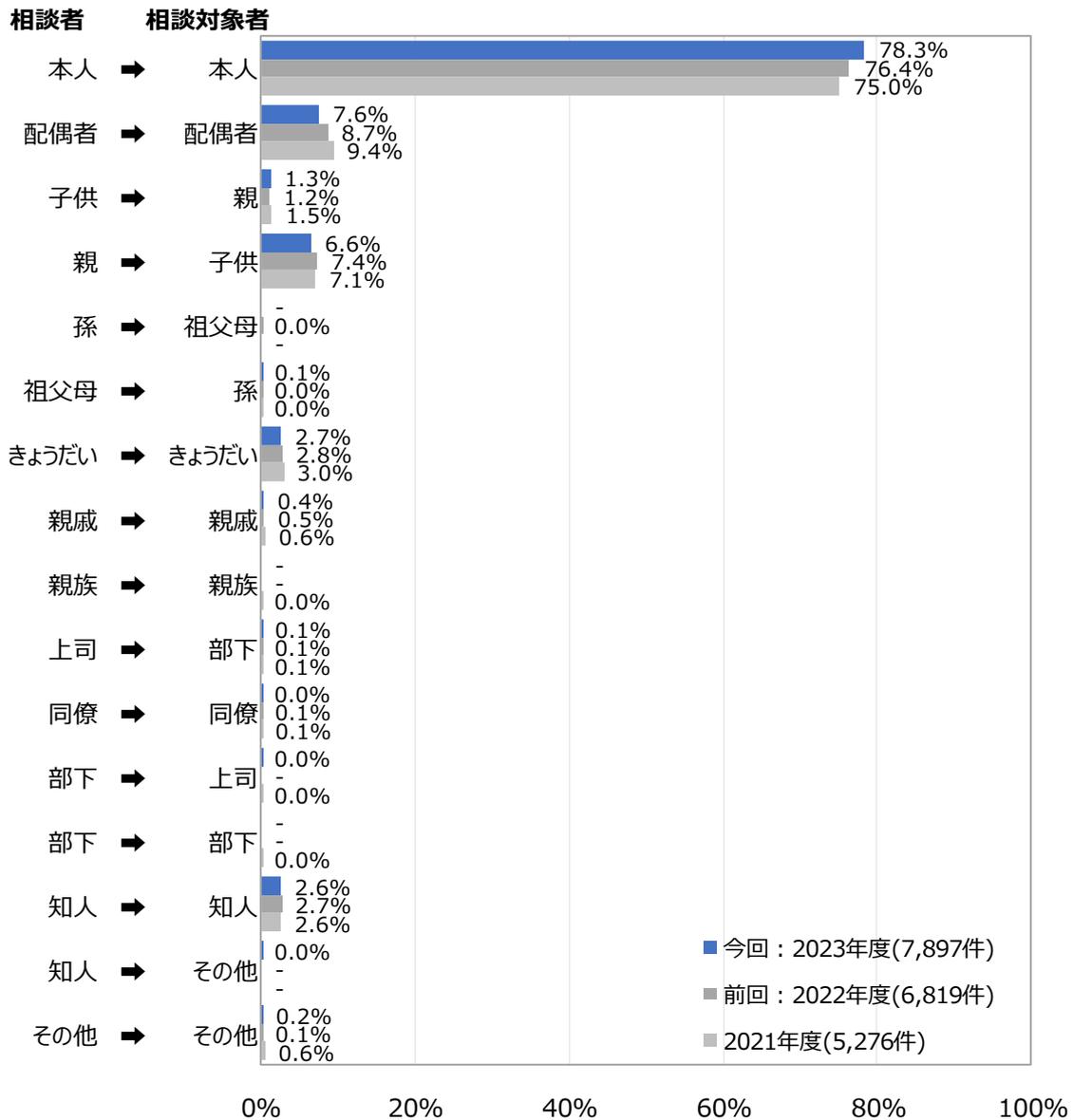
ギャンブル種類ごとの上位都道府県（※参考詳細）

	人口(人)	ギャンブル種												
		パチンコ・スロット	競馬	ボートレース	競輪	オートレース	株・FX	仮想通貨	カジノ	ゲーム	インターネット	宝くじ	toto	その他
北海道・東北	北海道	4,479,085	30位	21位	42位	26位	31位	32位	5位	1位	7位			41位
	青森県	1,056,566	41位	28位	32位	22位	22位	31位		25位				15位
	岩手県	1,030,493	44位	36位	46位	28位	21位			39位	13位		3位	36位
	宮城県	1,924,321	11位	30位	43位	36位		30位		41位	22位			42位
	秋田県	834,814	31位	22位	45位	21位	16位	29位			10位			14位
	山形県	909,298	37位	7位	44位	24位				16位	11位		8位	44位
関東	福島県	1,542,697	23位	40位	36位	39位		18位	10位	32位		6位	31位	
	茨城県	2,399,410	25位	34位	27位	23位	13位	10位		31位	8位	9位	35位	
	栃木県	1,616,610	32位	37位	24位	37位	30位	19位	11位	24位	21位			32位
	群馬県	1,618,794	34位	17位	22位	11位	14位			33位				37位
	埼玉県	6,082,071	16位	23位	31位	32位	5位	2位	3位	11位	16位	1位	18位	19位
	千葉県	5,253,209	28位	15位	38位	18位	8位	13位	8位	20位	23位		17位	11位
中部	東京都	11,752,238	7位	1位	12位	3位	2位	5位	2位	2位	24位	3位	6位	4位
	神奈川県	7,703,049	19位	18位	29位	16位	11位	4位	9位	6位	20位	7位	10位	18位
	新潟県	1,868,914	17位	32位	40位	30位	20位		1位	29位	2位		14位	8位
	富山県	873,108	12位	9位	2位	15位	18位			28位				2位
	石川県	943,382	35位	47位	34位	43位		11位		17位	12位			45位
	福井県	638,274	18位	14位	10位	35位		25位		12位				40位
近畿	山梨県	676,766	45位	29位	23位	38位	10位	26位		15位				7位
	長野県	1,707,397	24位	27位	35位	41位	17位	22位		27位	3位		13位	10位
	岐阜県	1,641,792	4位	24位	25位	6位		36位		4位	10位	9位	1位	7位
	静岡県	3,054,702	15位	42位	18位	5位	4位	3位		23位			12位	28位
	愛知県	6,160,456	14位	12位	16位	31位	29位	8位	14位	5位	25位	2位		30位
	三重県	1,469,703	10位	43位	19位	13位	27位	9位	8位	7位	19位		11位	43位
中国・四国	滋賀県	1,148,316	21位	4位	14位	8位		1位		8位				39位
	京都府	2,134,875	8位	6位	20位	34位	14位			9位	14位		15位	27位
	大阪府	7,334,703	5位	8位	11位	10位	25位	17位	15位	3位	18位		3位	9位
	兵庫県	4,475,300	13位	5位	7位	20位	28位	12位	13位	18位	6位		16位	5位
	奈良県	1,114,862	43位	13位	21位	40位	5位	20位		21位				24位
	和歌山県	784,226	46位	26位	37位	29位	12位	27位						20位
九州・沖縄	鳥取県	461,311	42位	31位										3位
	島根県	561,407	36位	44位	5位			7位		34位	5位			5位
	岡山県	1,538,578	20位	19位	26位	27位		6位		19位	4位			25位
	広島県	2,315,601	40位	25位	17位	14位	24位	16位		36位				21位
	山口県	1,134,584	27位	35位	9位	17位	23位	21位		6位	35位			38位
	徳島県	595,980	4位	3位	4位	19位	24位							12位
九州・沖縄	香川県	788,054	9位	11位	6位	2位	28位			4位		5位		2位
	愛媛県	1,110,014	33位	33位	15位	7位		15位		26位	15位			9位
	高知県	585,846	47位	20位	41位	42位								23位
	福岡県	4,171,843	6位	10位	8位	9位	15位	34位	12位	14位		4位		13位
	佐賀県	665,029	22位	41位	3位		9位							4位
	長崎県	1,099,418	3位	2位	1位	1位	3位			40位		2位	1位	17位
九州・沖縄	熊本県	1,435,517	39位	39位	33位	25位	26位	35位	7位	37位				34位
	大分県	935,841	26位	46位	28位	4位				30位				33位
	宮崎県	882,110	38位	45位	39位		19位			38位				
	鹿児島県	1,293,495	2位	16位	13位	12位		33位		13位	17位			26位
沖縄県	1,147,644	29位	38位	30位	33位		23位		22位				29位	

凡例： 1位 2位～ 11位～ 21位～ 31位～ 41位～

1.2.1.2 相談対象者の属性情報

相談者と相談対象者の属性
(2021年4月～2024年3月)

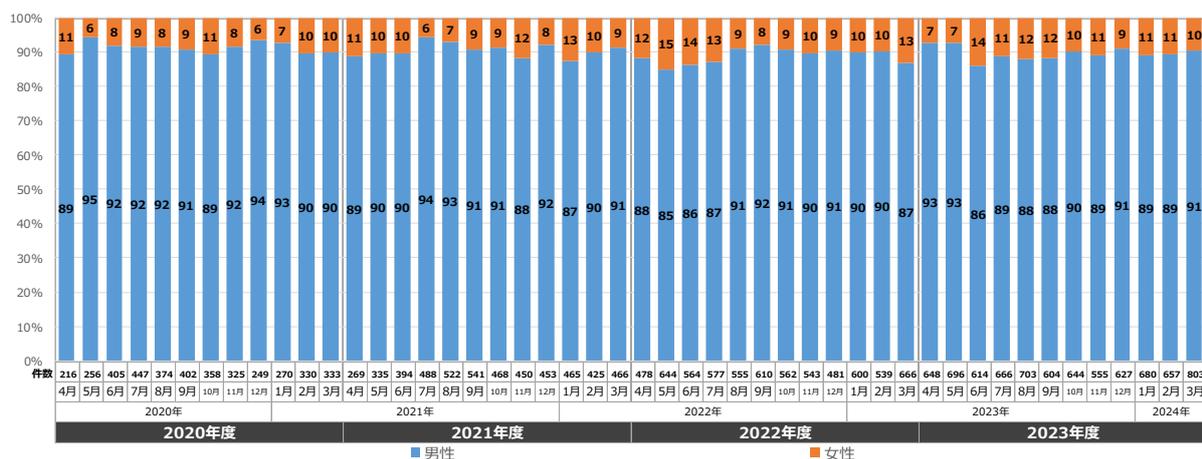
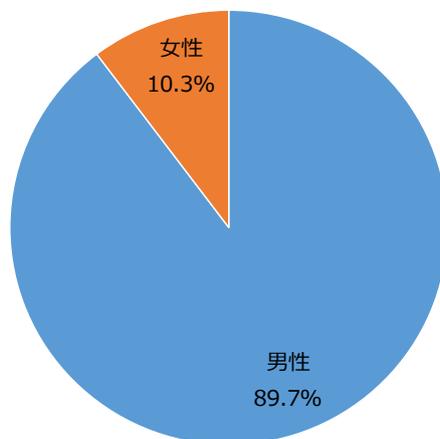


相談件数のうち、相談者と相談対象者の関係性を分類すると、大きく 16 種類に分けられた。「電話を掛けた方の属性」で前述した通り相談件数の大多数は本人が直接相談している。残りの 21.7%については、「配偶者⇒配偶者」が 7.6%、「親⇒子供」が 6.6%、「きょうだい⇒きょうだい」が 2.7%、「知人⇒知人」が 2.6%と続いている。

上司、同僚、部下といった職場内での相談については、7,477 件中 12 件となり、0.1%となっている。なお、小数点以下を四捨五入している関係でグラフ内での表示は 0.0%となっている項目については、各年度の相談件数に占める割合として 0.1%未満ではあるものの 1 件以上の場合は 0.0%と表示されている。(0 件の場合は「-」で表示している。)

なお、2022 年度と比較しても、2023 年度の結果に顕著な変化は見られない。

相談対象者の性別
(2020年4月～2024年3月)

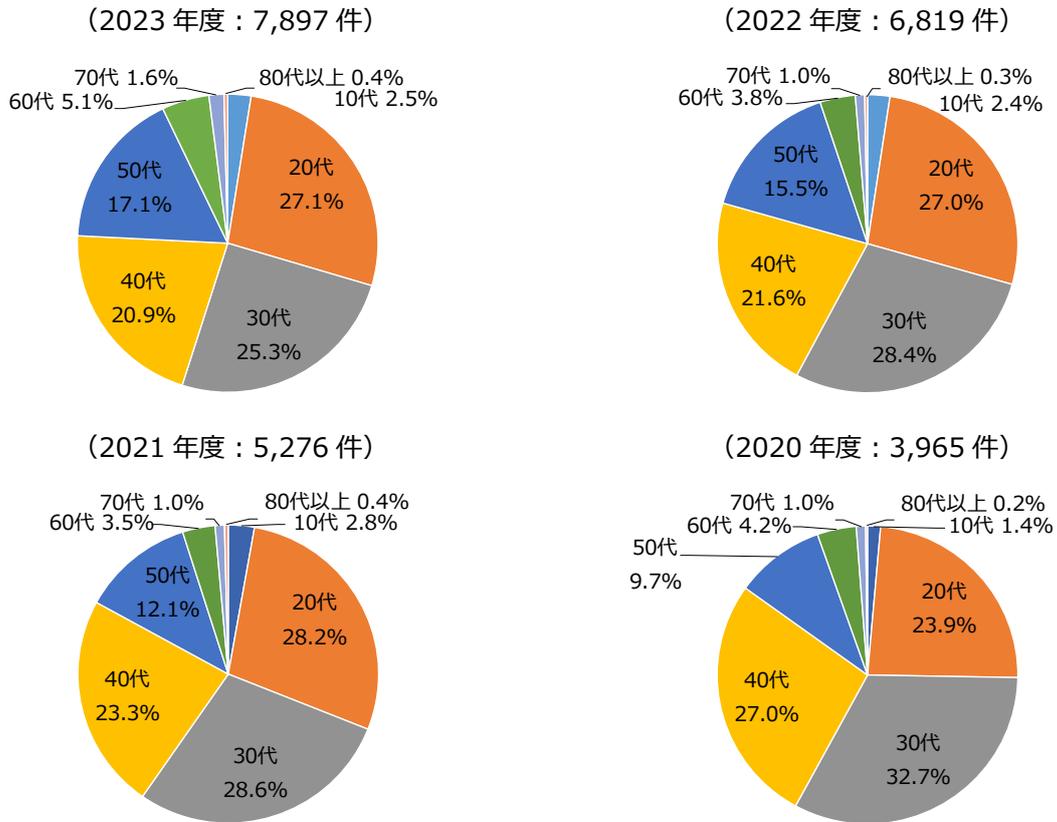


相談件数のうち、男性は全体の 89.7%を占めている。女性の相談対象は 10.3%で、女性による入電・相談件数の全体に占める割合（26.2%）に比べて半数以下に留まる。このことから、女性からの入電は、当事者本人としての相談ではなく、相談対象である当事者の家族、恋人、知人としての相談が多いことがわかる。

なお、2022 年度以前と比較しても、2023 年度の結果に顕著な変化は見られない。

（【前回：2022 年度】女性の相談対象：11.1%、女性による入電：27.8%）

相談対象者の年代



相談件数のうち、20代が27.1%、30代が25.3%、40代が20.9%と、20代から40代で73.3%と大多数を占める。この傾向は2022年度以前と同様であり、全体の入電件数は拡大しても顕著な変化が見られない点は、相談者の年代においても性別や居住地と同様である。

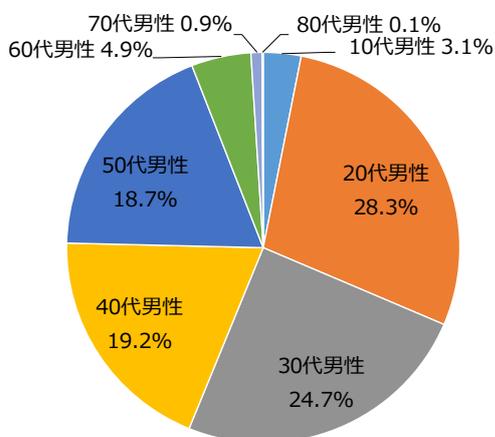
60代以上は全体の7.1%に留まる。理由としては、ギャンブルをしていても依存に関する問題を抱える人が少ない、インターネットの利用者が少ない、などが考えられる。

10代は全体の2.5%だが、適切な対応を行わなければ、問題が長期化する可能性があるため、軽視できない数値である。

2022年度と比較すると、20～40代は2022年度の77.0%から2023年度では73.3%と、3.7pt減少している。一方、50代は1.6pt、60代は1.3ptと微増している。10代では大きな変化は見られない。

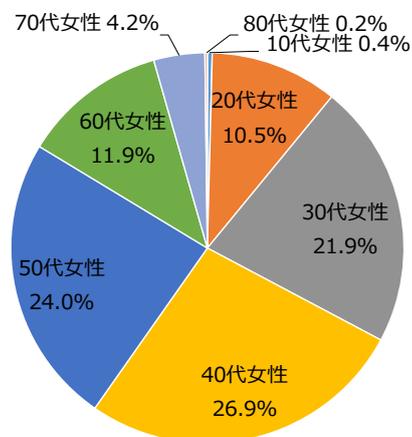
男性相談者×相談者の年代

(2023 年度 : 5,830 件)



女性相談者×相談者の年代

(2023 年度 : 2,067 件)



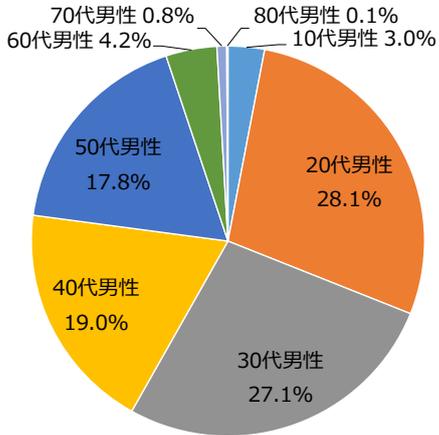
男女別の分布をみると、男性相談者は30代以下の若年層が全体の56.1%を占める。一方で、女性相談者は30代から50代の中年層が全体の72.8%、60代以上が16.3%を占めており、全体的に女性相談者の年代が高い傾向にある。これは、女性当事者本人の相談件数に加えて、当事者の親族からの相談件数が含まれていることが要因であると考えられる。

2022年度と比較すると、男性相談対象者においては「30代男性」が減少している。女性相談対象者においては「30代女性」「40代女性」が減少し、「50代女性」が増加している。「60代女性」「70代女性」も微増している。その他の性年代では1%以上の変動は見られない。

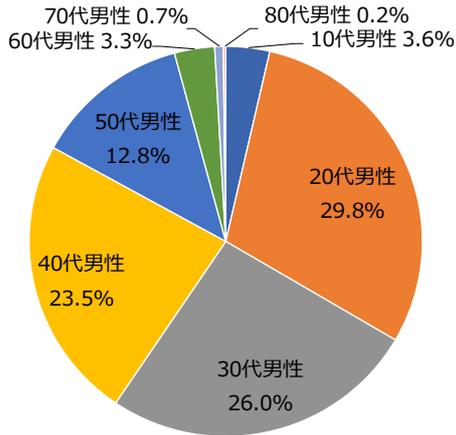
参考：2020年度～2022年度

男性相談者×相談者の年代

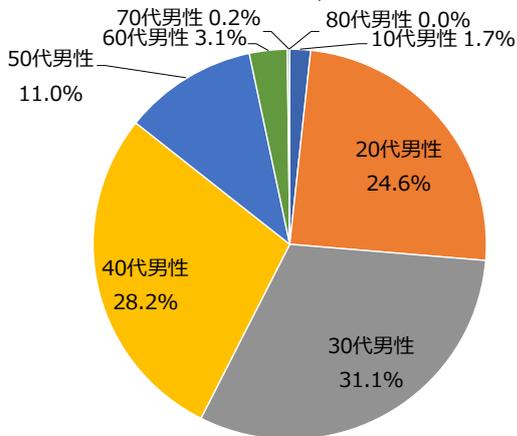
(2022年度：4,924件)



(2021年度：3,798件)

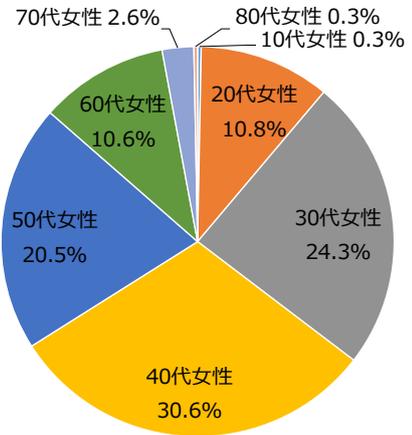


(2020年度：2,761件)

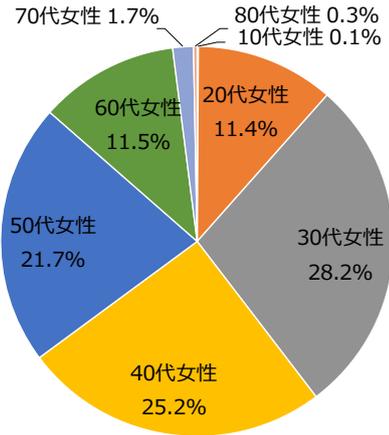


女性相談者×相談者の年代

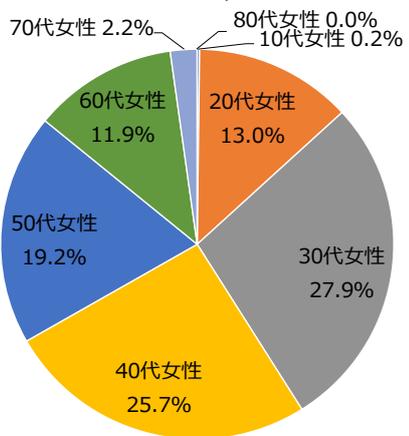
(2022年度：1,895件)



(2021年度：1,478件)

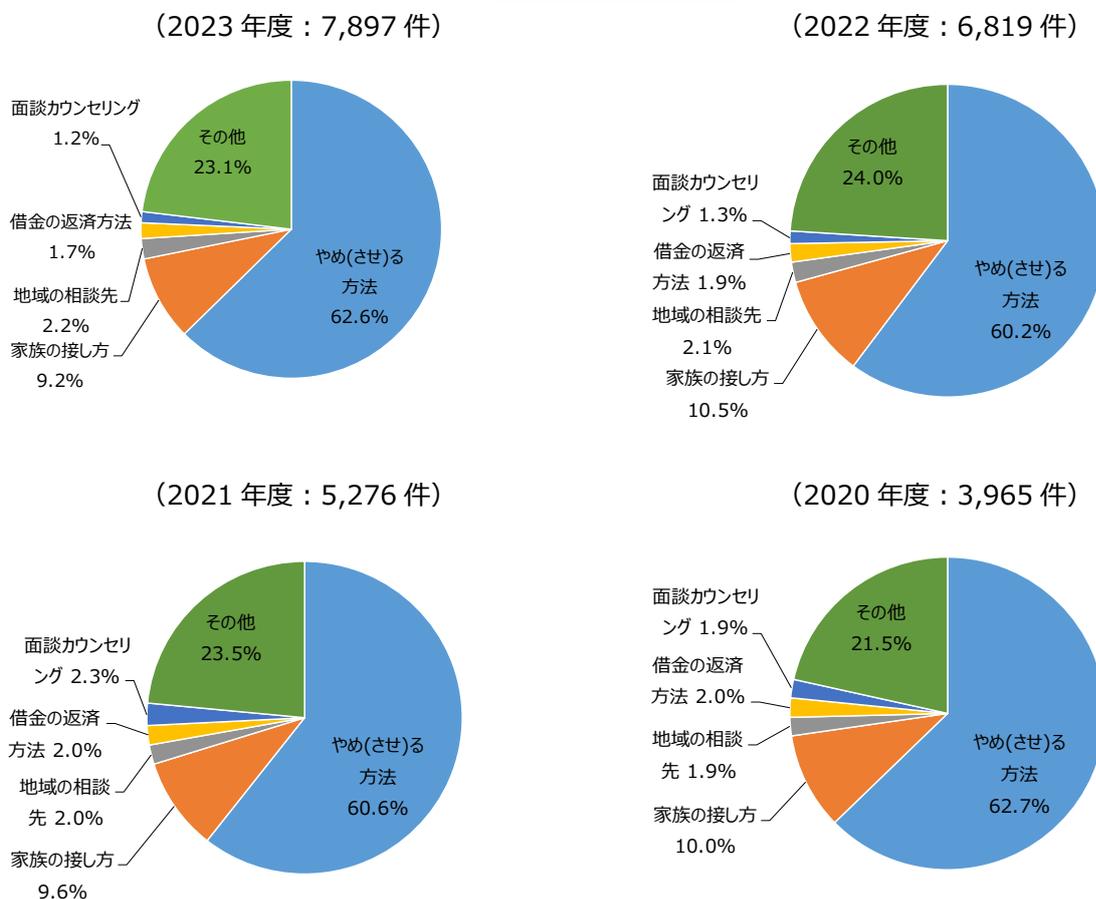


(2020年度：1,204件)



1.2.1.3 相談者の知りたい内容（「サポートコール」の利用目的）

相談者の知りたい内容

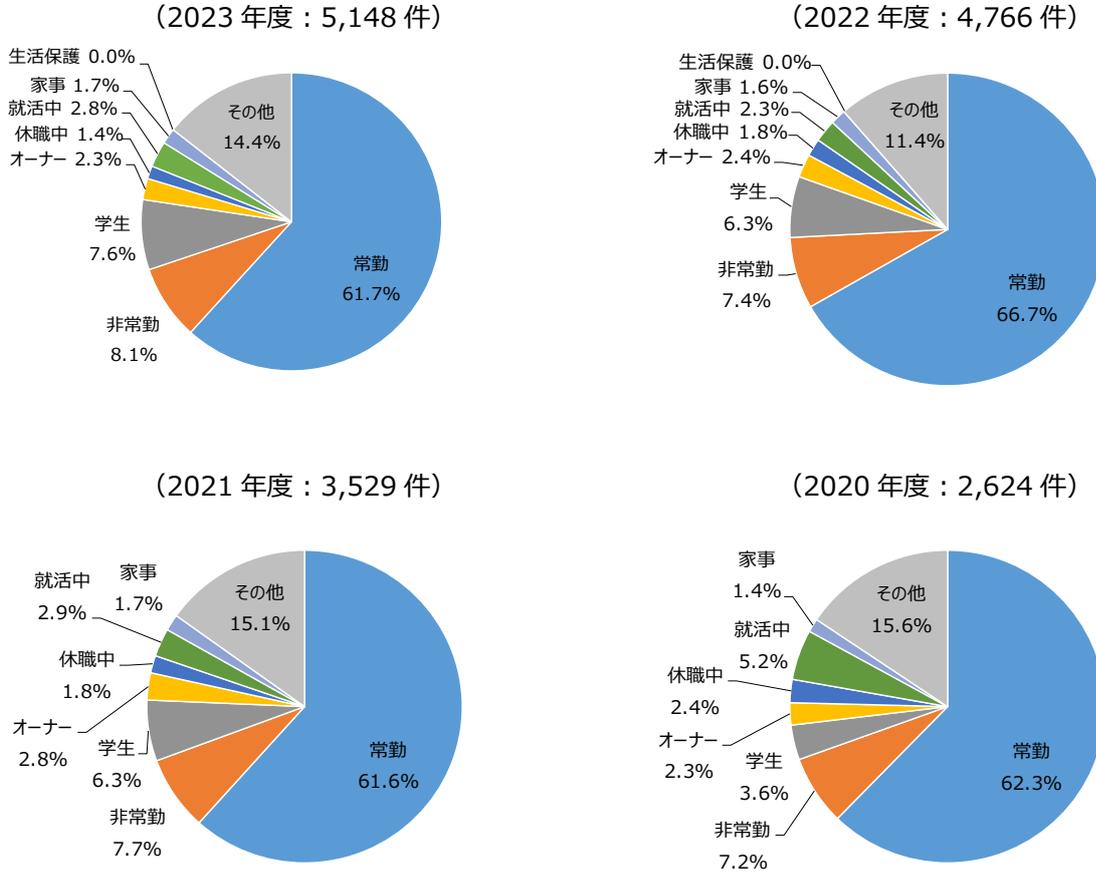


7,897 件のうち、相談者の知りたい内容としては「やめ（させ）る方法」が 6 割を占めており、ギャンブル依存に悩む多くの人が、当事者においてはやめたい、周囲の人間としてはやめさせたいという意識を持っていることがわかる。続いて「家族の接し方」が 9.2%、「地域の相談先」が 2.2%と続いている。

2022 年度以前と比較しても、2023 年度の結果に顕著な変化は見られない。

1.2.1.4 相談対象者の就業状況

相談対象者の就業状況



※各年度：相談全体のうち、「就業状況不明」を除いた相談者が対象

対象件数である 5,148 件のうち、「常勤（フルタイムで勤務する正社員）」が 61.7%で、「非常勤」が 8.1%、「オーナー」が 2.3%と、（比較的安定した）収入の見込める有職者が 72.1%を占める。以下、「学生」が 7.6%、「就活中」が 2.8%、「休職中」が 1.4%、「家事」が 1.7%と、全体の 13.5%を占める。2022 年度より項目化した「生活保護」は 0.0%（0 件）となっている（2022 年度は 1 件で 0.0%）。

なお、前回の実施結果と比較すると、「学生」が微増、「その他」が増加しており、「常勤」が減少している。

（参考）

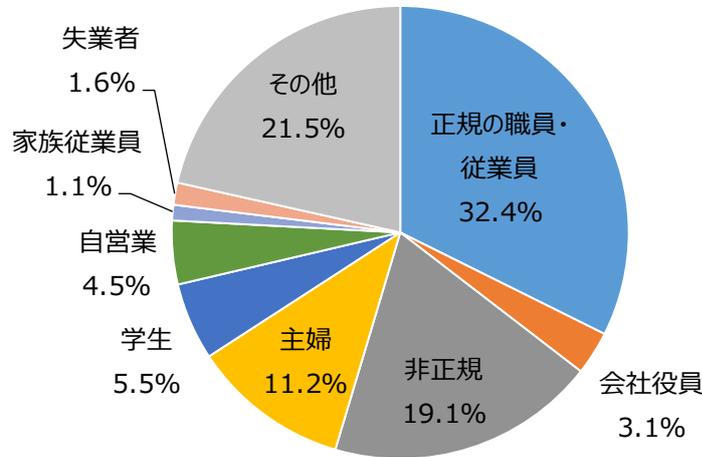
【2023 年度】有職者（「常勤」+「非常勤」+「オーナー」）の割合は 72.1%

【2022 年度】有職者（「常勤」+「非常勤」+「オーナー」）の割合は 76.5%

【2021 年度】有職者（「常勤」+「非常勤」+「オーナー」）の割合は 72.1%

【2020 年度】有職者（「常勤」+「非常勤」+「オーナー」）の割合は 71.8%

全国人口の就業状態^{※1}



労働力調査（2023年3月結果）の全国結果によると、全国の労働力人口は6,911万人おり、このうち就業者が6,726万人、完全失業者（失業者）が185万人となっている。また、非労働力人口は4,081万人おり、このうち学生（＝通学）が534万人、主婦（＝家事）が1,146万人である。これらのデータを、本調査結果と比較ができるよう再分類したものが上記グラフデータである。

「正規の職員・従業員」が32.4%で最も多く、次いで「非正規」が19.1%、「主婦」が11.2%、「学生」が5.5%、「自営業」が4.5%と続く。

本調査における相談者の就業状況のうち有職者（「常勤」、「非常勤」、「オーナー」の合計）が72.1%に対し、全国人口の就業状態における有職者（「正規の職員・従業員」、「会社役員」、「非正規」、「自営業」、「家族従業員」）の割合は60.8%となっている。同様に「主婦（＝家事）」と「学生（＝通学）」の割合を比較すると、本調査における相談者で9.3%に対し、全国人口では15.3%となっている。

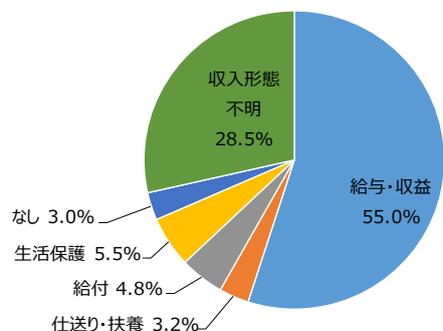
聴取項目が異なるため参考値となるものの、本調査における相談者の就業状況と全国人口の就業状態を比べると、有職者が大半を占める構造は同様ではあるものの、相談者には就労者が多く、非就労者は相対的に少ない。次項の『相談者の収入形態』においても相談者の大多数が何らかの収入がある状況である点からも、仕事や家事等の合間の『余暇』に行うギャンブルがきっかけで何らかのギャンブル等依存症の悩みや不安を抱える現状に至っていることが推察される。

（※1）出所：総務省統計局 統計データより作成

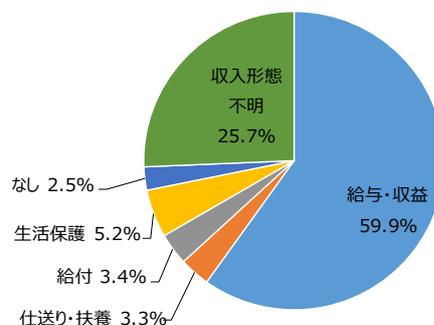
1.2.1.5 収入形態

相談者の収入形態

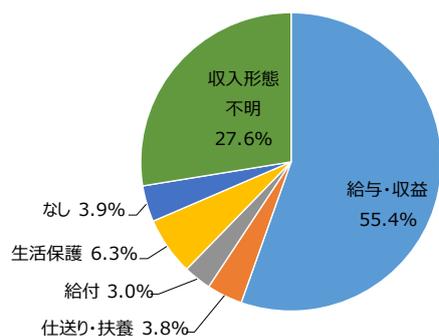
(2023年度：7,897件)



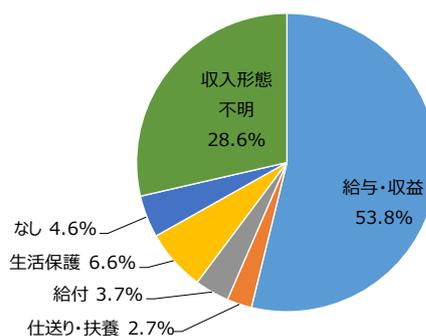
(2022年度：6,819件)



(2021年度：5,276件)



(2020年度：3,965件)



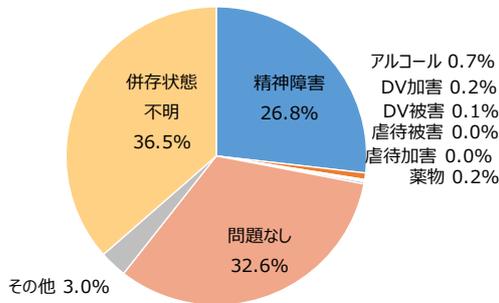
「給与・収益」を収入源とする相談者は 55.0%を占め、「生活保護」が 5.5%、「給付」が 4.8%、「仕送り・扶養」が 3.2%と続く。全体の 3 割弱が「収入形態不明」であるものの、「なし」は 3.0%に留まることから、相談者の大半は何らかの収入がある状況。不明者及び回答拒否を除いた数値のため参考となるが、前述の有職者（「常勤」、「非常勤」、「オーナー」の合計）が 72.1%と大半を示しており、収入形態における「給与・収益」も 55.0%と「収入形態不明」を除くと半数以上を示している。

2022 年度以前と比較しても、2023 年度の結果に顕著な変化は見られないものの、前回の実施結果と比較すると「給与・収益」が減少している。

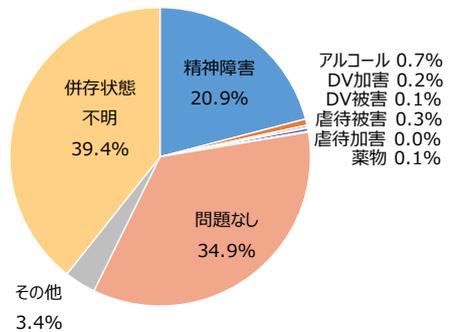
1.2.1.6 併存する状態（ギャンブル等依存症以外に抱えている問題）

相談者の併存状態

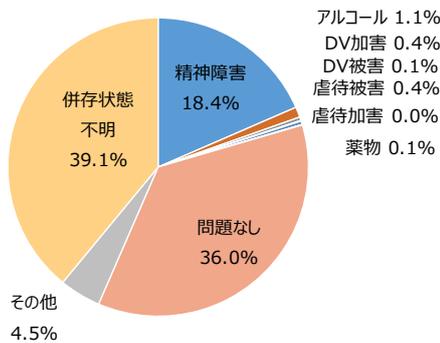
(2023年度：7,897件)



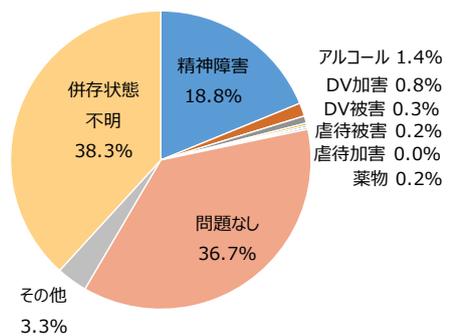
(2022年度：6,819件)



(2021年度：5,276件)



(2020年度：3,965件)



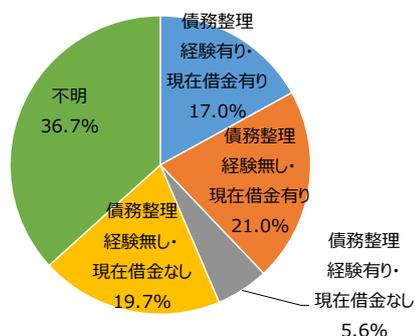
ギャンブル等依存症と併存している問題がある回答は、「併存状態不明」と「問題なし」を除いた 2,445 件の 31.0%である。そのうち、「精神障害」が 2,118 件で 26.8%となっている。

2022年度と比較すると、「精神障害」が増加している。我が国における一般人口に占める精神障害の比率は 4.9%程度である（「令和5年版 障害者白書」：内閣府ホームページより）。単純比較のみでは確定的な結論は得られないが、「併存状態不明」の中に併存問題を有する方の割合の方が大きいことが推測され、実際の精神障害併存率は 26.8%よりも高いと考えられる。

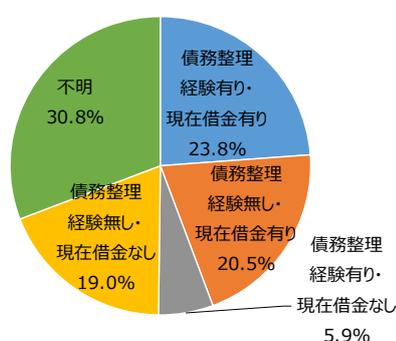
1.2.1.7 債務整理経験

相談者の借金有無/債務整理経験

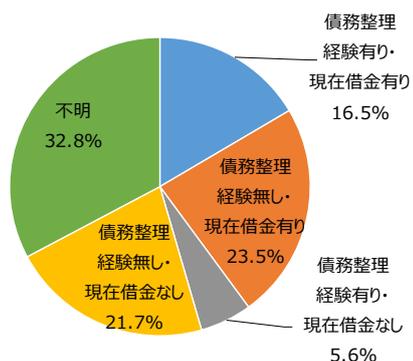
(2023年度 : 7,897件)



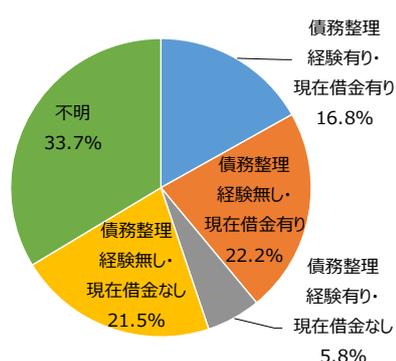
(2022年度 : 6,819件)



(2021年度 : 5,276件)



(2020年度 : 3,965件)



債務整理経験「有り」が1,785件で22.6%、現在借金「有り」は2,997件で38.0%を占めている。なお、借金をしていない範囲の相談者は1,998件で25.3%と、少なからずいる。

債務整理経験があり、現在も借金をしている人は1,339件で、全体に占める割合としては17.0%である。ただし、債務経験者1,785件に対する割合としては75.0%にのぼる。

2022年度に比べ、「債務整理経験有り・現在借金有り」が減少しているが、「不明」が増加したことによる影響と考えられ、全体的な構成比としては大きな変動は見られない。

1.2.1.8 案内先及び案内内容の割合

「サポートコール」では相談内容に応じて専門スタッフが解決策やアドバイスを実施するほか、必要に応じてカウンセリング案内や外部機関への案内も実施しており、傾聴のみの対応や、傾聴が不十分なまま外部機関を案内する「案内優先主義」を克服課題と認識し、「アドバイス（問題解決）優先主義」への転換を目標に掲げている。

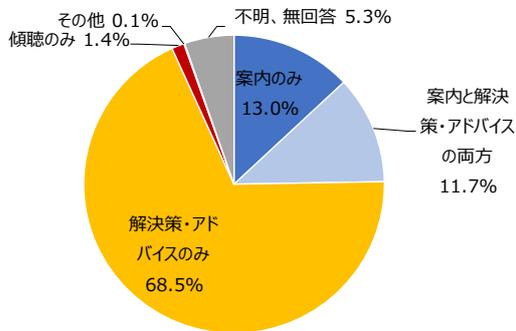
2018年度、2019年度のコールログを分析した結果、専門スタッフは相談者や相談対象者の話を傾聴し、多種多様な状況に応じた複数の解決策やアドバイスを主体に、必要があれば適宜案内を行っている等の改善状況を伺い知ることができた。

そのため、2019年度、2020年度のコールログを再分類し、複数の対応を行っている状況に則した集計処理を行い分析することとした。そのため、単一の対応を行っているものとして処理している2018年度、2019年度に発表したアニュアルレポートに記載している項目名や数値と異なる点がある（※項目の対応については下表参照）。

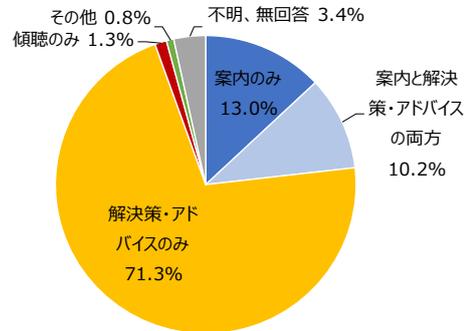
2020年度以降の分類内容		2019年度以前の分類内容
案内	医療機関	医療機関
	自助グループ	自助グループ
	法的機関	法的機関
	行政機関	行政機関
	面談カウンセリングの案内	
解決策・アドバイス	お金の管理・使い方のアドバイス	その他
	ギャンブルのやり方についてアドバイス	
	代替行動をおすすめ	
	本人への接し方について(家族からの入電の場合)	
	本人への接し方について(家族以外からの入電の場合) ※2021年度新規項目	
	受診の目安を伝えた	
	心理教育を実施した	
	主治医への相談を進める	
その他アドバイスなどを行った		
傾聴のみ(案内・解決策・アドバイスは行っていない)		紹介なし
その他(ギャンブル等依存症に関連する入電だが、上記以外の対処方法)		
利用対象外(かけなおしの依頼、問い合わせなど)		
不明、無回答(通話時間が2分未満、相談内容なし、回答内容なし、途中切電など)		

案内先及び案内内容の割合

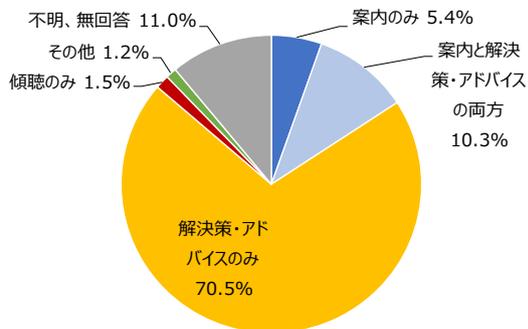
(2023 年度 : 7,897 件)



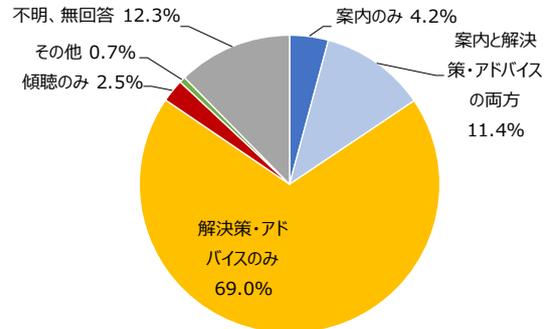
(2022 年度 : 6,819 件)



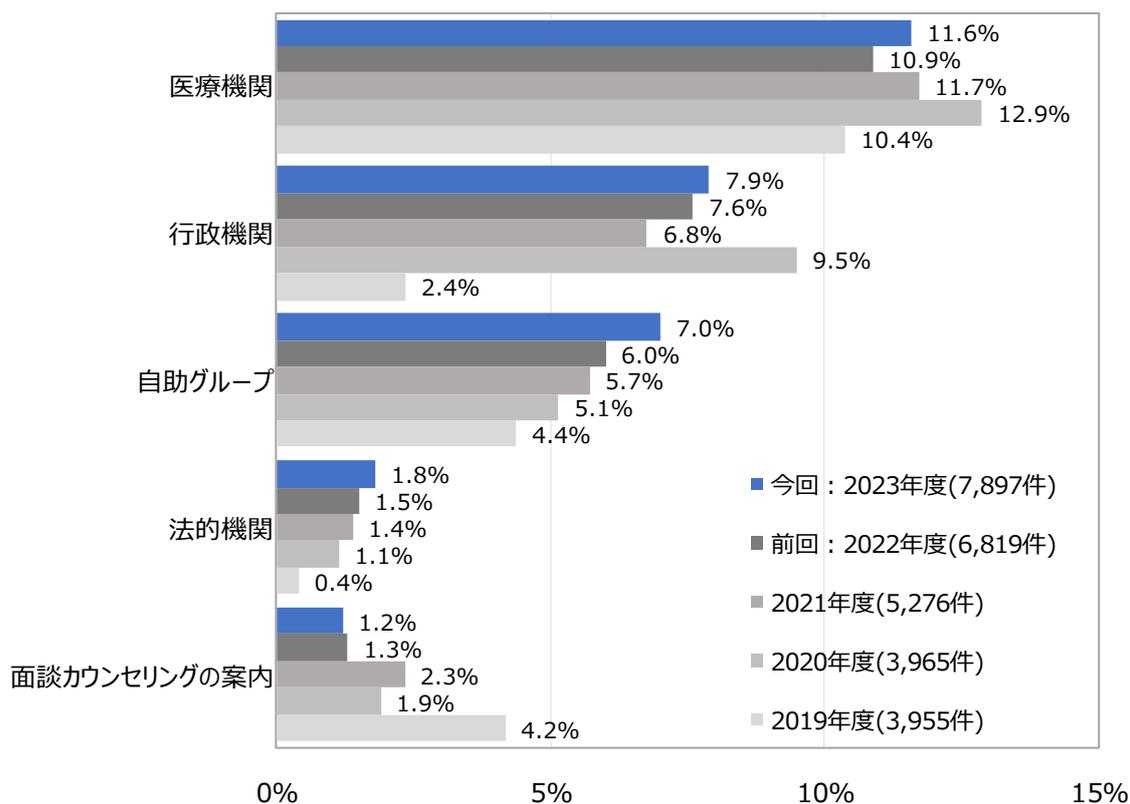
(2021 年度 : 5,276 件)



(2020 年度 : 3,965 件)

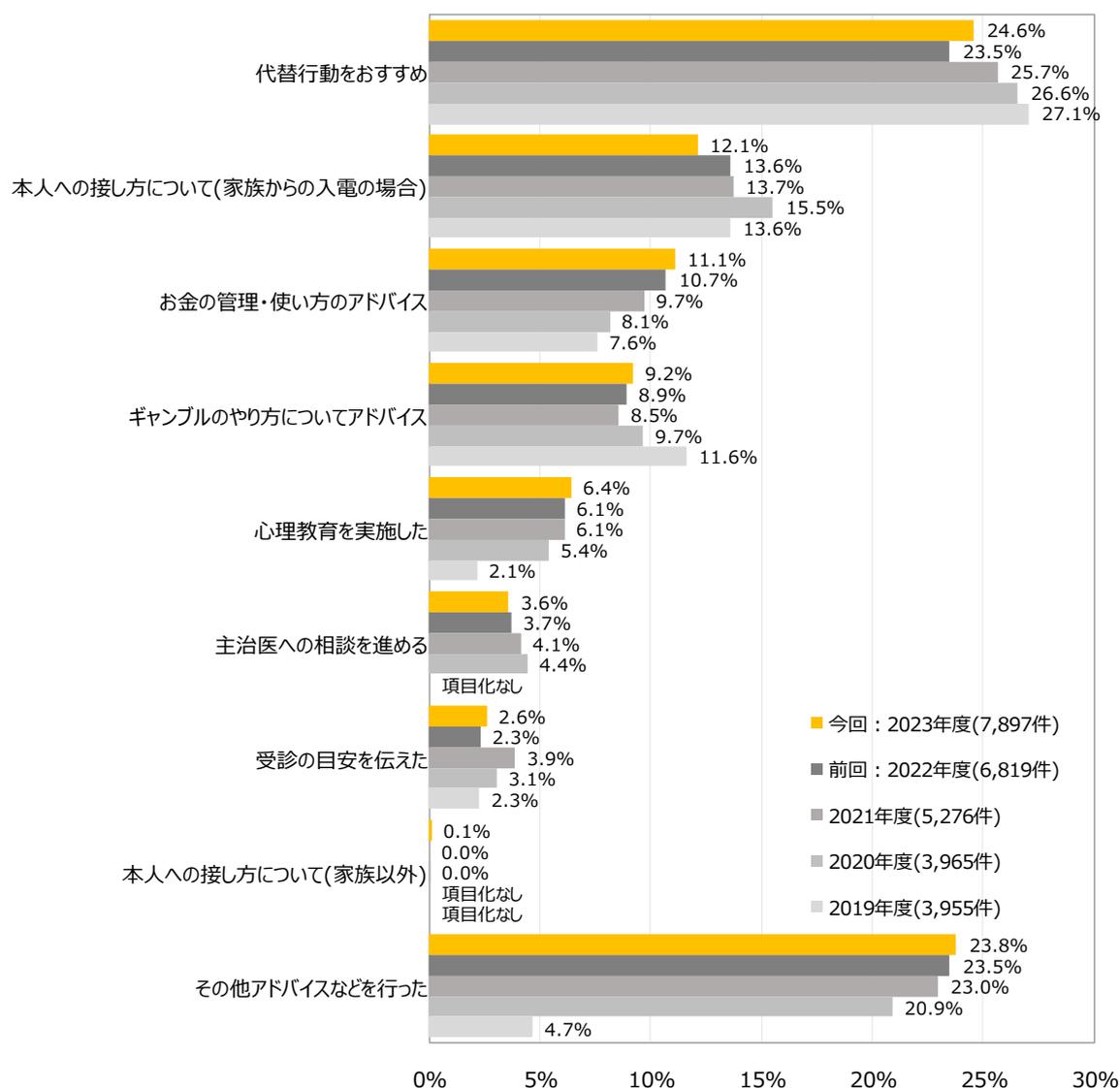


「サポートコール」への相談件数のうち、24.7%にリファー先の案内を実施している。2020 年度では 15.6%、2021 年度では 15.8%、2022 年度では 23.2%となっており、2021 年度以前の横ばい推移を脱した 2022 年度の水準をやや上回る結果となっている。その内訳については、「案内のみ」が 13.0%、「案内と解決策・アドバイスの両方」が 11.7%と、「案内のみ」は同率を維持し、「案内と解決策・アドバイスの両方」が 1.5pt 増加している。



主な案内先は「医療機関」が 11.6%、「行政機関」が 7.9%、「自助グループ」が 7.0%となっている。

2022 年度以前に比べ、入電件数や相談件数は大幅に増加しているものの大きな変化は見られないことから、相談者の入電目的である悩みや不安への直接的な対応だけでなく、傾聴の中で得られる相談者が背景に抱えている問題（金銭問題や家庭間不和、就労・疾病状況、犯罪等）について必要に応じて適切な案内先へ繋げる体制が維持されていることがうかがえる。その中でも直近 5 年間の推移状況としては、「面談カウンセリング」が微減傾向にあり、「行政機関」「自助グループ」「法的措置」が微増傾向にある。また、「医療機関」への案内は 2022 年度から 1.7pt 増加している。



主な案内内容は「代替行動をおすすめ」が 24.6%、「本人への接し方について（家族からの入電の場合）」が 12.1%となっている。2020 年度に項目化した「主治医への相談を勧める」は 3.6%が該当した。

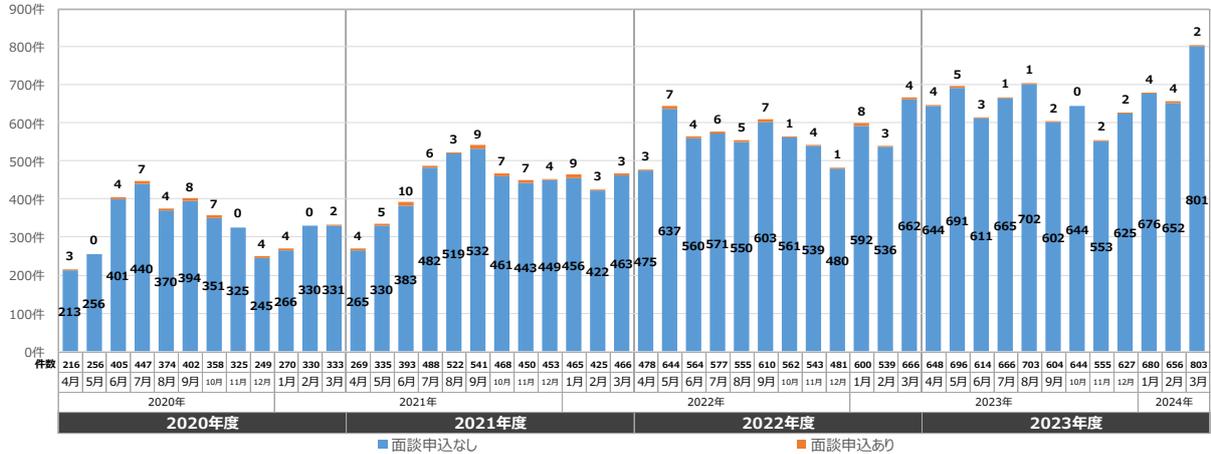
2022 年度以前に比べ、「お金の管理・使い方のアドバイス」「心理教育を実施した」が微増傾向にある。

また、2021 年度には新たに、上位項目の「本人への接し方について」について入電者が家族か、家族以外かによって分類を細分化した。2022 年度においては、「本人への接し方について（家族からの入電の場合）」が 12.1%に対し、「本人への接し方について（家族以外）」は 0.1%と、主に家族について「サポートコール」へ相談された方への対応であることがわかった。

ただし、そのうえでもなお「その他アドバイスなどを行った」が 23.8%となっており、2020 年度以降微増傾向が続いている。「サポートコール」の専門スタッフが入電者個々のニーズに応じた細やかな対応を行っていることが伺える一方、今後も精緻化していくことで入電・相談の実態がより明確化できると考えられる。

1.2.1.9 カウンセリング活用状況

相談者の面談カウンセリング申込状況
(2020年4月～2024年3月)



2022年度の1年間の「サポートコール」相談件数7,897件のうち、面談カウンセリングの申込があった件数は30件で、2023年5月は最も多く5件となっている。

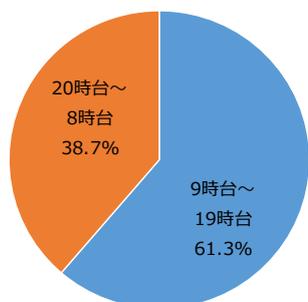
面談カウンセリングの申込があった件数の割合は、2022年度は0.4%と、2022年度以前に比べて半減している。2023年度は2022年度に比べて相談件数は約1,000件増加しているものの、面談カウンセリングの申込件数は23件減少したことによる比率の低下である。

また、2019年度以降、相談者に対して具体的なアドバイスを多く行ってきているため、すぐに専門家との面談カウンセリングに結び付ける必要性がなくなったことが一因と推測できる。つまり「ワンストップ型対応」を前面に出したことによる影響が考えられる。したがってカウンセリングの適応者、すなわち家族葛藤や対人関係ストレスを抱えた相談者に対する的を絞ったカウンセリングへの導入が必要である。そのためには相談者の背景情報の一層の評価が求められる。

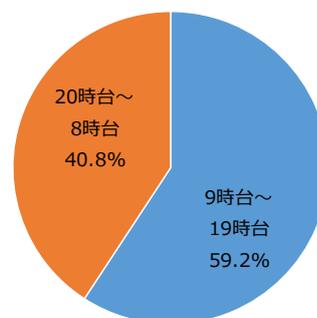
1.2.1.10 相談の補足情報

相談の時間帯

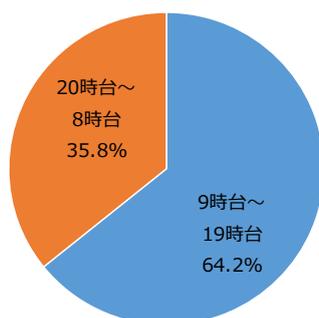
(2023 年度 : 7,897 件)



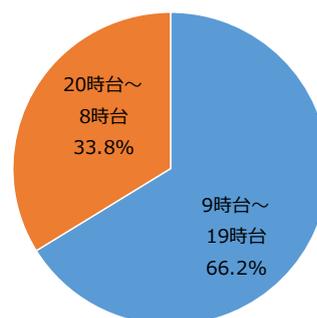
(2022 年度 : 6,819 件)



(2021 年度 : 5,276 件)



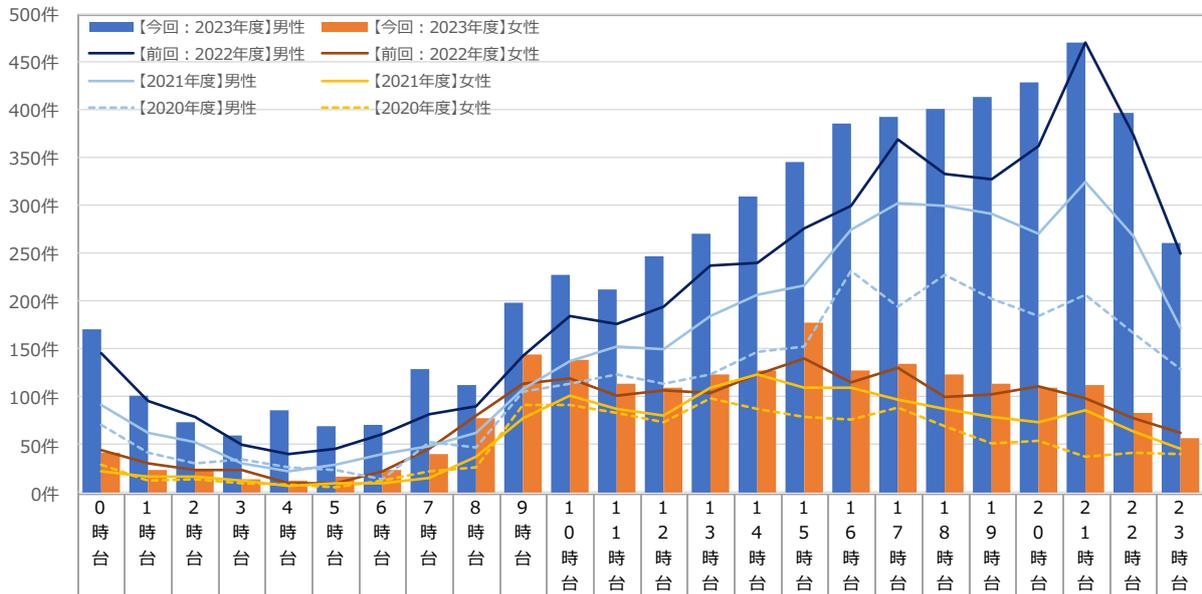
(2020 年度 : 3,965 件)



相談件数のうち、約 6 割（4,837 件）が 9 時から 20 時までに行われたものだが、20 時から翌 9 時までの相談件数が占める全体の割合も約 4 割（3,060 件）を占めており、24 時間体制での相談受付により、深夜時間帯での相談の受け皿を担っている状況が伺える。

2022 年度以前と比較しても、2023 年度の結果に顕著な変化は見られない。

男女別の相談の時間帯

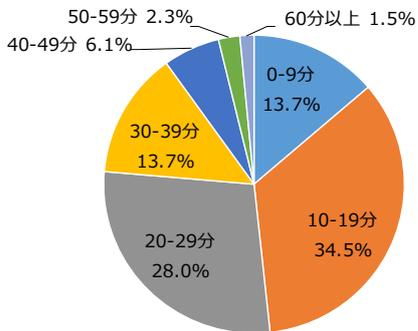


相談件数全体の約7割を占める男性による相談は、21時台をピークに推移しているが16時台から22時台では毎時350件以上と特に集中している。一方、女性による相談は9時台に小さなピークがあり、15時台に再びピークに達している。その後は深夜にかけて緩やかにピークアウトし、深夜・早朝の時間帯は極少数ながらも一定の件数からの入電が見られる。前回までと同様に、男性は仕事が終わった後、女性においては家族がいない時間に相談の電話をかけることが多いのではないかと考えられる。

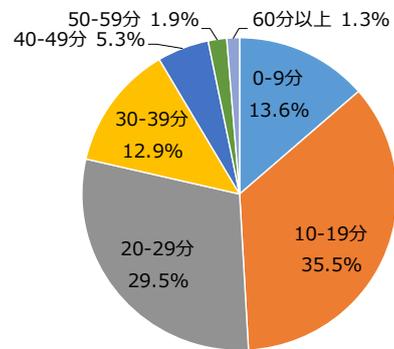
なお、2022年度以前の実施結果と比較しても、男性、女性それぞれが電話をかける背景考察については変わらない。

相談時間の長さ/10分単位

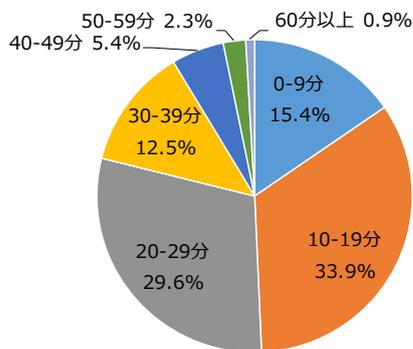
(2023年度：7,897件)



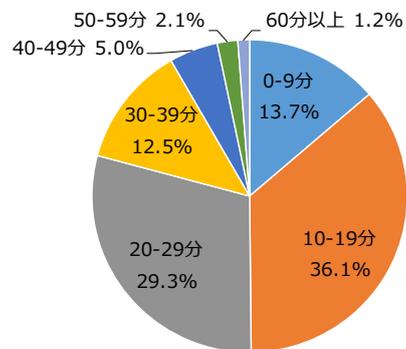
(2022年度：6,819件)



(2021年度：5,276件)



(2020年度：3,965件)

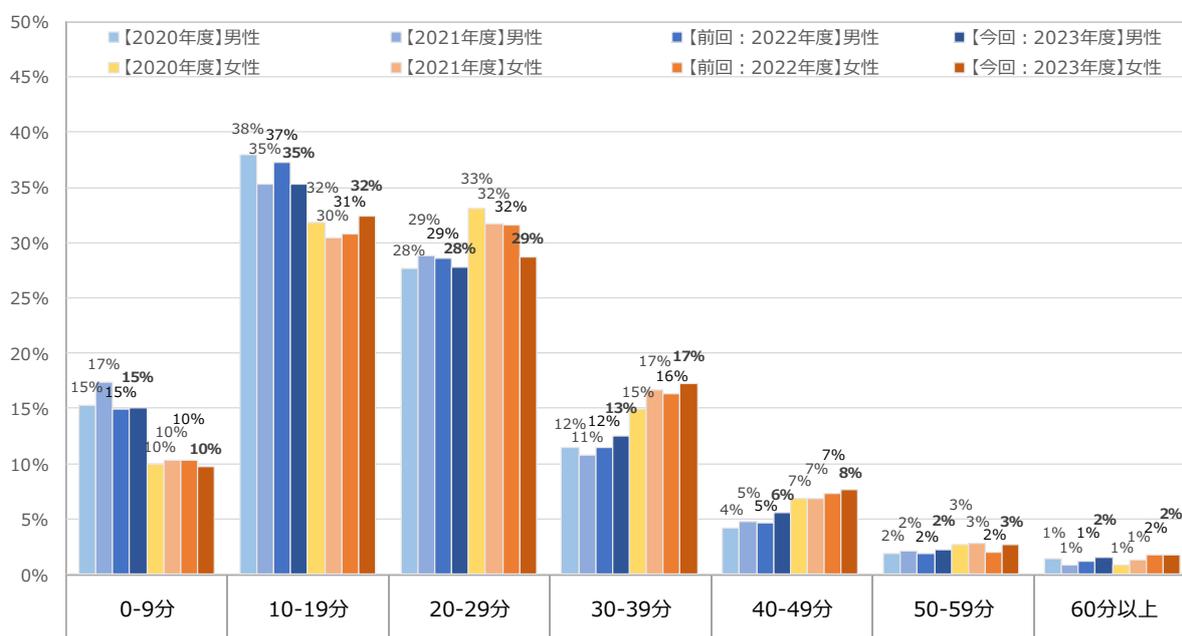


より多くの相談者に対応できるよう、「サポートコール」の専門家たちは相談者の相談内容に合わせて効率的かつ有効的な相談を行っている。そのため、年間の相談件数 7,897 件のうち、48.2%の相談は 20 分未満に完了している。

また、場合によっては、相談者の相談内容を踏まえて、より時間をかけた相談対応となるが、20-29 分で完了した相談は 28.0%、30-39 分で完了した相談が 13.7%と、全体の 89.9%が 40 分未満の時間で終了している。

2022 年度に比べて、10 分台と 20 分台が減少しているものの、30 分以上の各区分に分断しており全体的な傾向に目立った変化は見られない。相談件数が増加している中でも、長時間の相談割合は最小に維持できていることがわかる。このことから、「サポートコール」の専門家たちのスキルがさらに高まっていることもわかる。

男女別の相談時間の長さ/10分単位

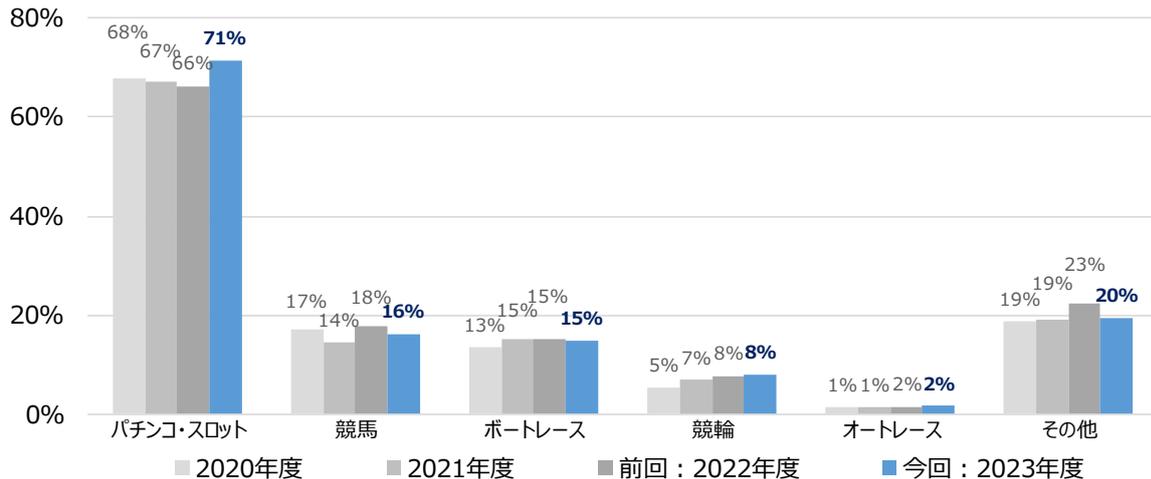


男性相談者のうち、50.4%が20分未満の相談であるのに対し、女性相談者の57.9%が20分以上の相談であり、全体的に男性より女性の相談時間が長い傾向にある。これは、男性に比べて女性相談者の相談対象は家族・友人である割合が高く、家族・友人は本人よりも切迫感や危機感が高いことに加えて、本人への怒りや恨み等の不満が蓄積しているためであると考えられる。

なお、2022年度以前に比べて大きな変動は見られない。

我が国のギャンブルは、広義的にはパチンコや公営競技だけでなく、FX・株なども含まれており、10以上の種類がある。「サポートコール」への相談も、全種類のギャンブルが網羅されている。比較的相談件数の多い、「パチンコ・スロット」、「競馬・ポートレース・競輪・オートレース」（公営競技類）、「その他」は、主に、株・FX、カジノ、仮想通貨、toto、宝くじ、ゲーム、スマートフォン、インターネット、SNS、不明などが含まれる。

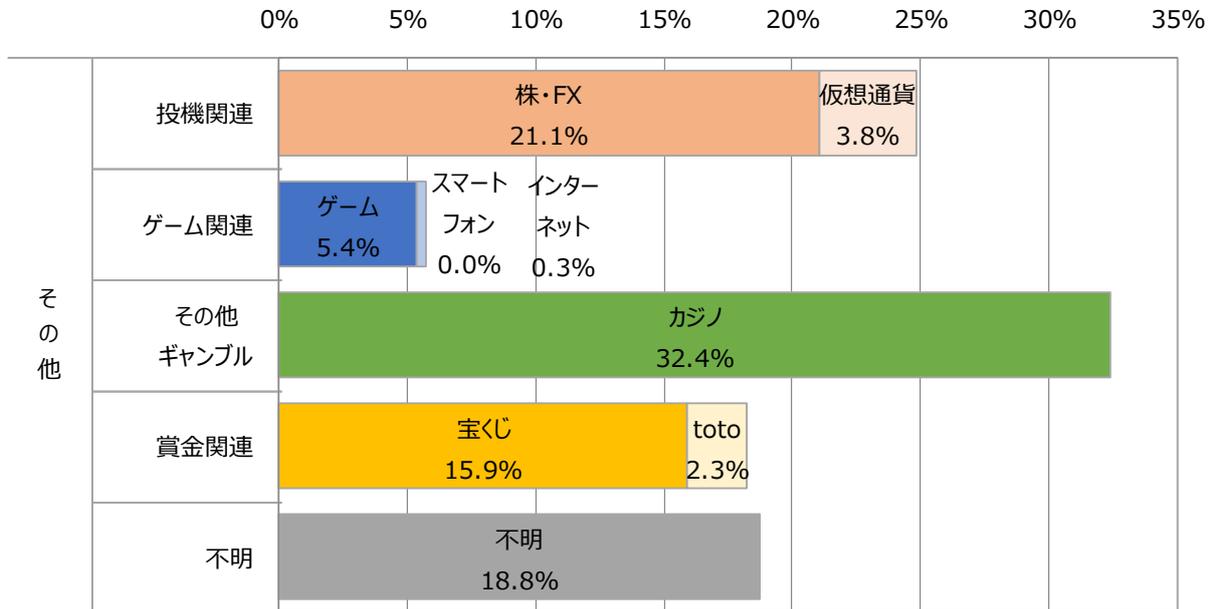
ギャンブル種類別の相談割合



相談件数のうち「パチンコ・スロット」の相談が最も多く、71.3%を占めている。前回までにおいても「パチンコ・スロット」が最多である点は同様だが、2019年度をピークに続いていた微減傾向に歯止めがかかり、2023年度ではコロナ禍以前の水準へと回復した様子が見える（2019年度の「パチンコ・スロット」は71.2%）。

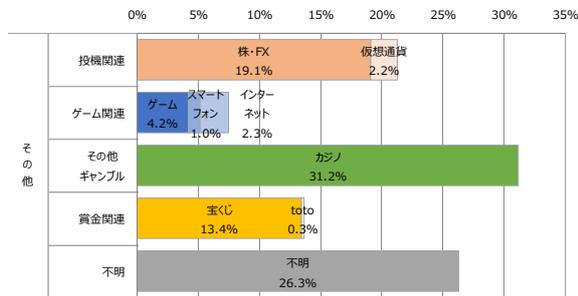
公営競技については、「競馬」が2021年度から減少しているものの、「ポートレース」「競輪」「オートレース」は2022年度と同水準。「その他」は2022年度に増加がみられたものの、2023年度は2021年度以前の水準に戻っている。

「その他」ギャンブル種類の内訳
(今回：2023 年度)



(「その他」の 1,539 件が対象)

(前回：2022 年度)



(「その他」の 1,535 件が対象)

(2021 年度)



(「その他」の 1,015 件が対象)

「その他」ギャンブル種類のうち、「カジノ」が 32.4%で最も多く、投機関連は 24.8%でそのうち「株・FX」が 21.1%を占める。「ゲーム」が 5.4%、「インターネット」が 0.3%といったゲーム関連は 5.7%、賞金関連は 18.3%の結果となった。

「株・FX」などは、「パチンコ・スロット」や公営競技に比べてギャンブルとしての自覚が低いと推察される。2019 年度までは、投機関連が群を抜いて高く、ゲーム関連及び「カジノ」が同程度で推移していたが、2020 年度以降は「カジノ」が増加し最も多く、投機関連及びゲーム関連はいずれも減少で推移していた。2023 年度においては 2022 年度と同様の構成比となっており、「ゲーム関連（特に「スマートフォン」「インターネット）」が減少し、賞金関連（特に「宝くじ」）が増加している。

1.2.1.11 認識経路

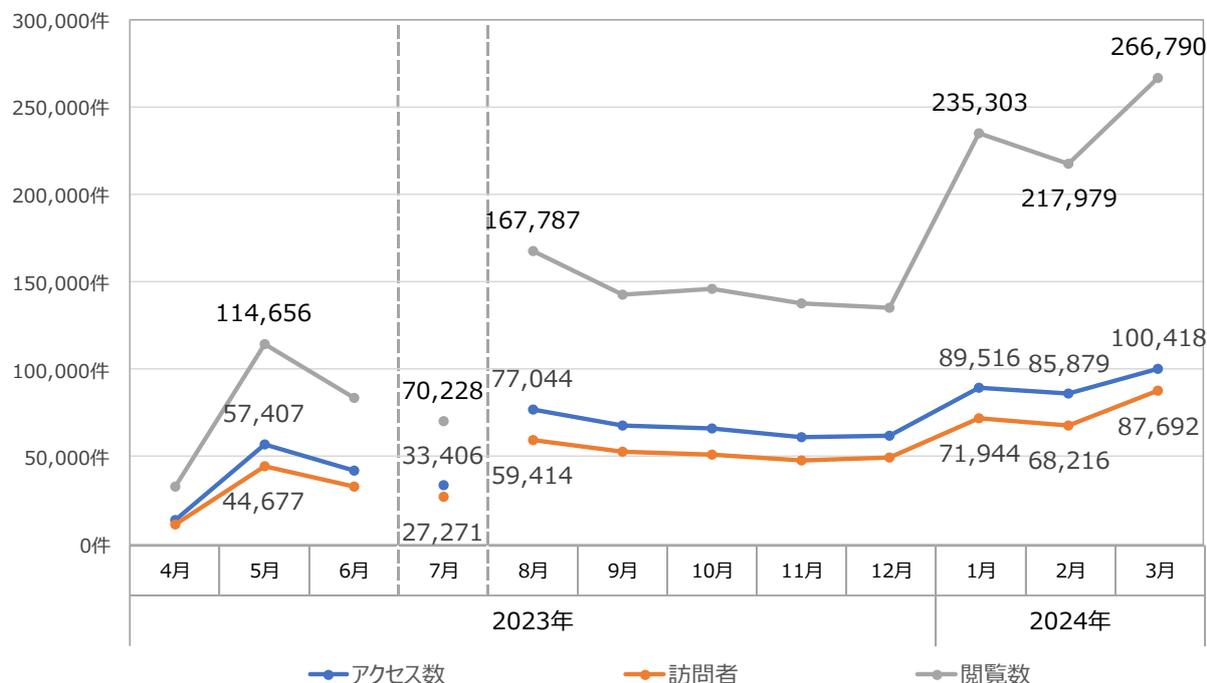
公式ホームページへのアクセス実態を把握するため、Google 社が提供しているアクセス解析ツール『Google アナリティクス』を用いたデータ収集を行っている。2023年7月1日以降、ユニバーサルアナリティクス（UA）が廃止されたため、Google アナリティクス 4（GA4）へ移行しデータの収集を継続している。UAとGA4では各種データの計測方法が異なっているため、2023年度の結果については留意が必要である。また、2023年7月1日～7月12日においては、公式ホームページ内のコンテンツ「マンガで解説！ギャンブル依存症」へのアクセスデータを計測できなかった点も結果に影響を及ぼしていると考えられる。

また、公式ホームページへのアクセス状況に強い影響力を持つ広告出稿状況について、2023年度では4月～7月（広告種 A）と8月～3月（広告種 B）とで異なる内容の広告を出稿している。この点も特に公式ホームページ内でのアクセス状況や滞在時間に影響があると考えられる。

これらの状況を、以下の表にまとめた。

2023年度 留意事項まとめ		解析ツール（計測について）		広告出稿内容
4月～6月		UA		広告種 A （支援センターを周知するための 広告）
7月	1日～12日	GA4	「マンガで解説！ギャンブル依存症」 ページの計測結果未反映	
	12日～31日			
8月～3月				広告種 B （ギャンブル依存症を周知するための 広告）

公式ホームページ利用状況
(今回：2023 年度)



公式ホームページに訪れた利用者のアクセス数/訪問者数/閲覧数は、4～6月（UAによる計測、広告種A）では5月が最も多く、8～3月（GA4による計測、広告種B）では1月以降に大幅に増加し、3月が最も多い。2023年度においては計測方法や広告種類の切り替えに伴う影響が考慮されるため、単純比較はできないものの、2022年度と同様に年度初めは比較的低水準の後、7～8月は利用者数の増加があったと見込まれる。

※グラフ内では、4～6月（UAによる計測、広告種A）で最多の5月、参考月となる7月、8～3月（GA4による計測、広告種B）での初月にあたる8月、大幅増加の見られる1～3月にてアクセス数/訪問者数/閲覧数を表示。

※アクセス数：ユーザーがサイトに訪れてから離れるまでの一連の流れを示す。

（サイトに訪れたユーザーの訪問回数を表わす。）

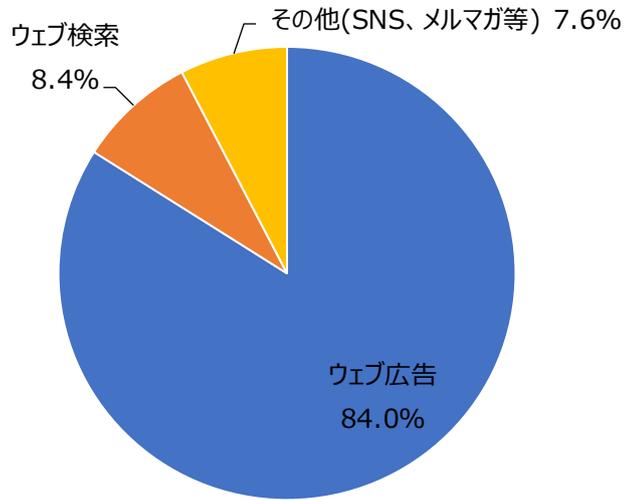
※訪問者数：ある期間中にサイトを訪れた、異なる（ユニーク）ユーザー数を表す。

（同じユーザーが同じ期間中に複数回サイトを訪れても、ユーザー数は1回とカウントされる。）

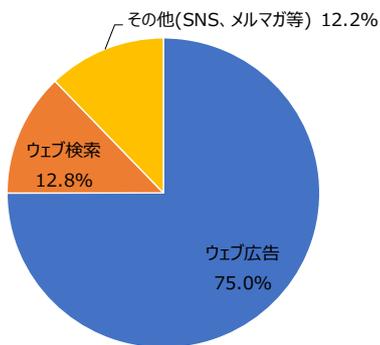
※閲覧数：サイトがどのくらい閲覧されたかを測る一般的な指標で、サイトのページが何ページ閲覧されたかの回数を表わす。

（例：「ページA」→「ページB」→「ページA」と遷移した場合、「ページA」の閲覧数は2回とカウントされる。）

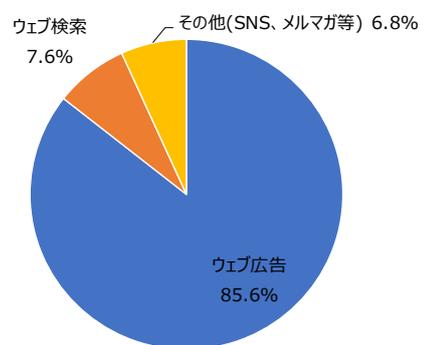
公式ホームページへの流入経路
(今回：2023 年度)



(対象期間：4～6月 (UA))



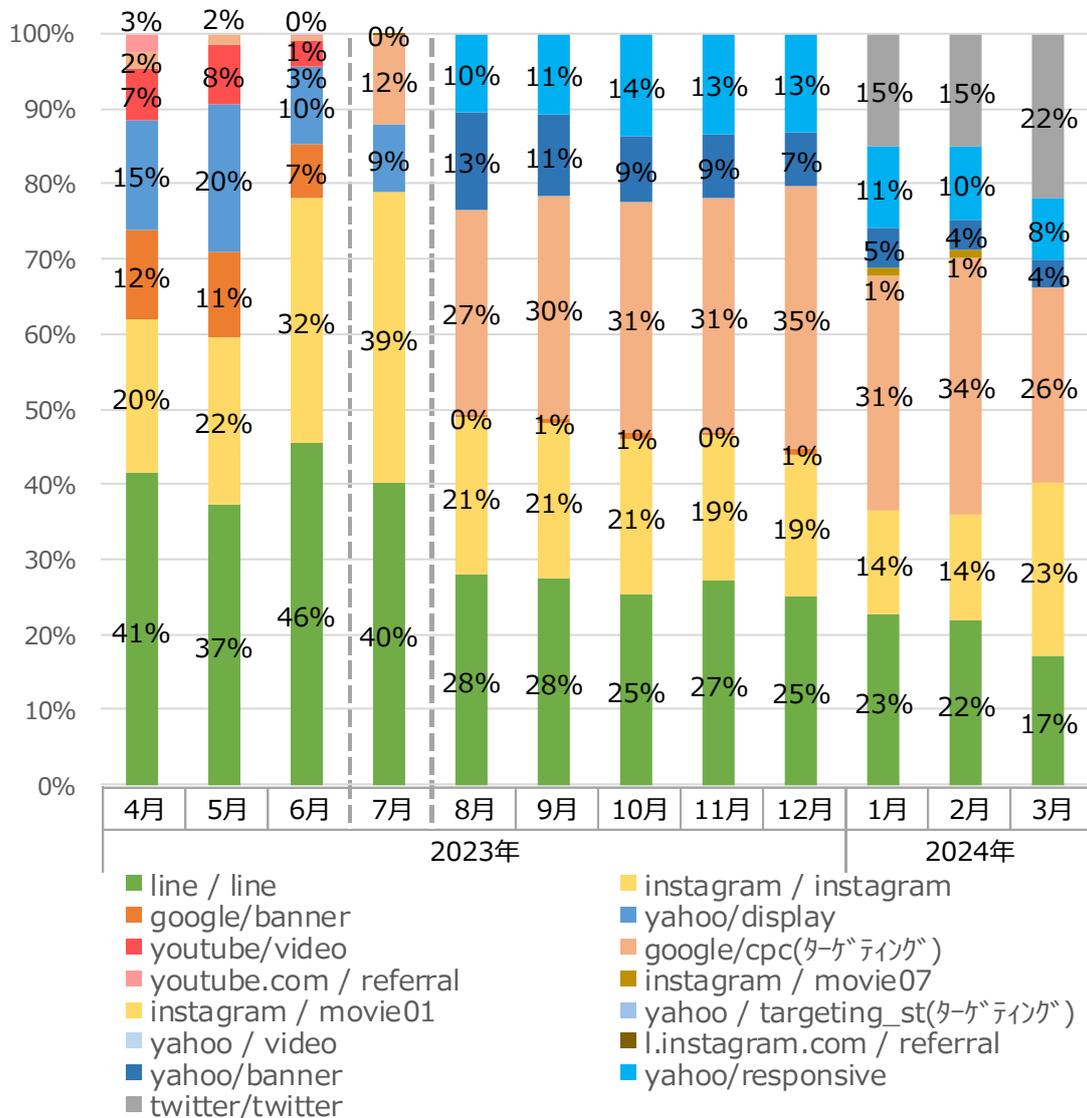
(対象期間：7～3月 (GA4))



公式ホームページに訪れた利用者の流入経路として、バナー広告などの「ウェブ広告」を経由してサイトにアクセスした割合が全体の84.0%を占め、「ウェブ検索」が8.4%、「その他（SNS、メルマガ等）」が7.6%となっている。

計測方法の異なる期間ごとに区切った結果では、4～6月では「ウェブ検索」「その他（SNS、メルマガ等）」、7～3月では「ウェブ広告」がそれぞれに比べて高い。

ウェブ広告の内訳
(今回：2023 年度)

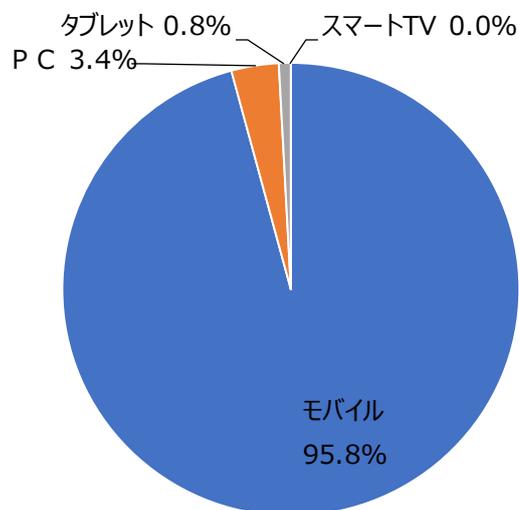


公式ホームページに「ウェブ広告」を経由して訪れた利用者の媒体別内訳として、時期を問わず「line / line」「instagram / instagram」が多数を占める。8～3月ではこれに「google/cpc(ターゲティング)」を加えた3つの経路が全体の7割前後を占めている。

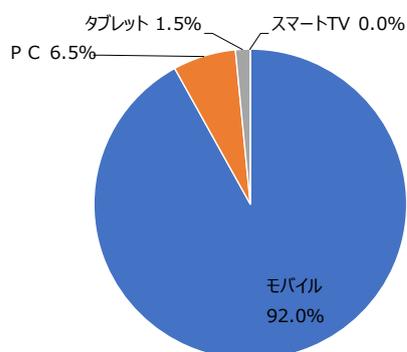
HP利用者が増加した1～3月について、計測方法や広告種と同じ8～12月と比べると、各流入経路の構成は同じ様相となっており、1～3月に投稿していた「twitter/twitter」からの流入が上乗せされたことが直接的に影響していると考えられる。また、8～12月についてはHP利用者が一定数のまま推移していたが、流入経路の構成比率もほぼ一定数で推移しており、広告を出稿したことによる効果が安定して得られていたといえる。

利用端末別のアクセス状況

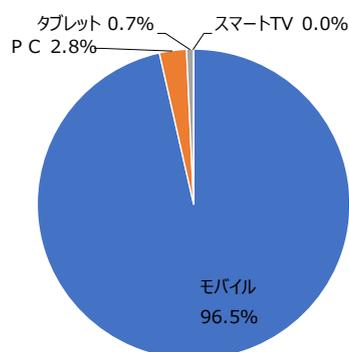
(今回：2023 年度)



(対象期間：4～6月 (UA))



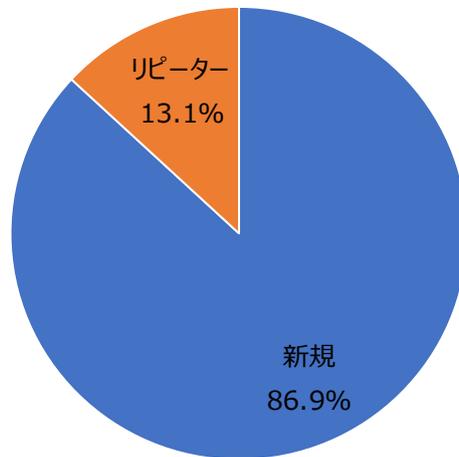
(対象期間：7～3月 (GA4))



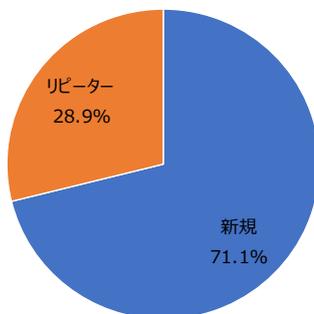
公式ホームページに訪れた利用者の利用端末は、スマートフォンや携帯などの「モバイル」が全体の95.8%を占め、身近な端末を使用した情報収集が主流となっている。

計測方法の異なる期間ごとに区切った結果では、4～6月では「PC」「タブレット」が7～3月に比べて高いが、GA4では同一ユーザーが異なるデバイスからアクセスした際に重複してカウントしないため、7～3月では相対的に割合が小さくなったと推測される。

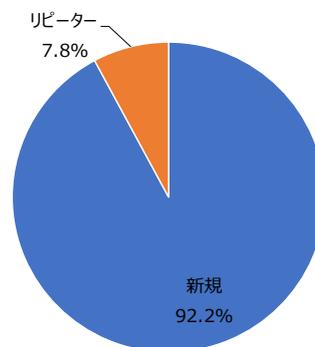
新規/リピーター別のアクセス状況
(今回：2023 年度)



(対象期間：4～6 月 (UA))



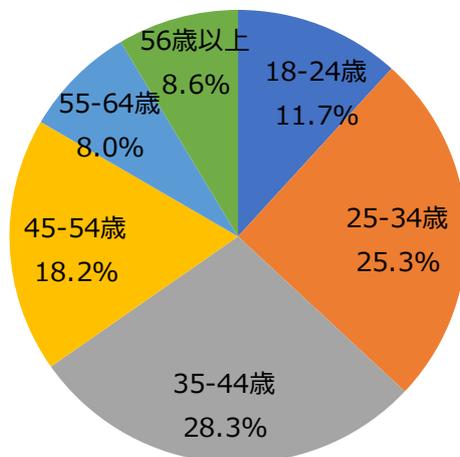
(対象期間：7～3 月 (GA4))



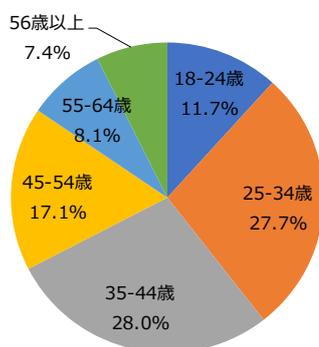
公式ホームページに訪れた利用者は、新規ユーザーが全体の 86.9%を占めており、バナー広告などインターネットを通じた効果的な周知啓発によって認知度が向上しているといえる。

計測方法の異なる期間ごとに区切った結果では、4～6 月では「リピーター」が 7～3 月に比べて高いが、UA と GA4 では「新規ユーザー」「リピーター」の定義が異なるため、参考。

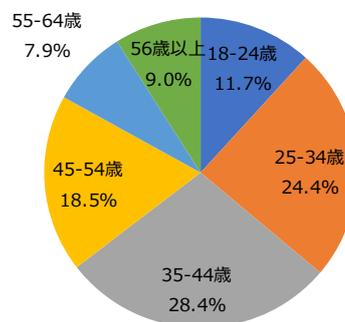
年齢別のアクセス状況
(今回：2023年度)



(対象期間：4～6月 (UA))



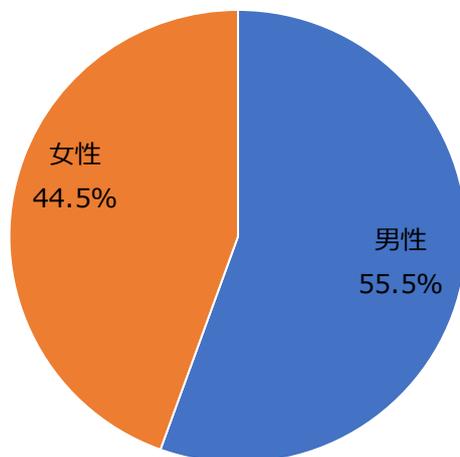
(対象期間：7～3月 (GA4))



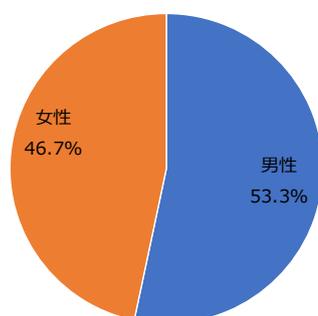
公式ホームページに訪れた利用者の年齢は、40代前半までが全体の65.3%、50代前半まででは83.4%を占めている。この構成比は、相談者の年代の割合と概ね同様の傾向である。

計測方法の異なる期間ごとに区切った結果では、4～6月では40代前半までが全体の67.4%、50代前半まででは84.5%を占めている。7～3月では40代前半までが全体の64.5%、50代前半まででは83.1%を占めている。計測方法は異なるものの、年代の構成比としては大きな差異は生じていない。

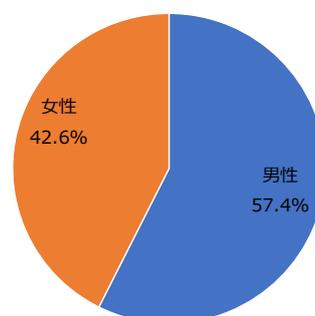
男女別のアクセス状況
(今回：2023 年度)



(対象期間：4～6月 (UA))



(対象期間：7～3月 (GA4))

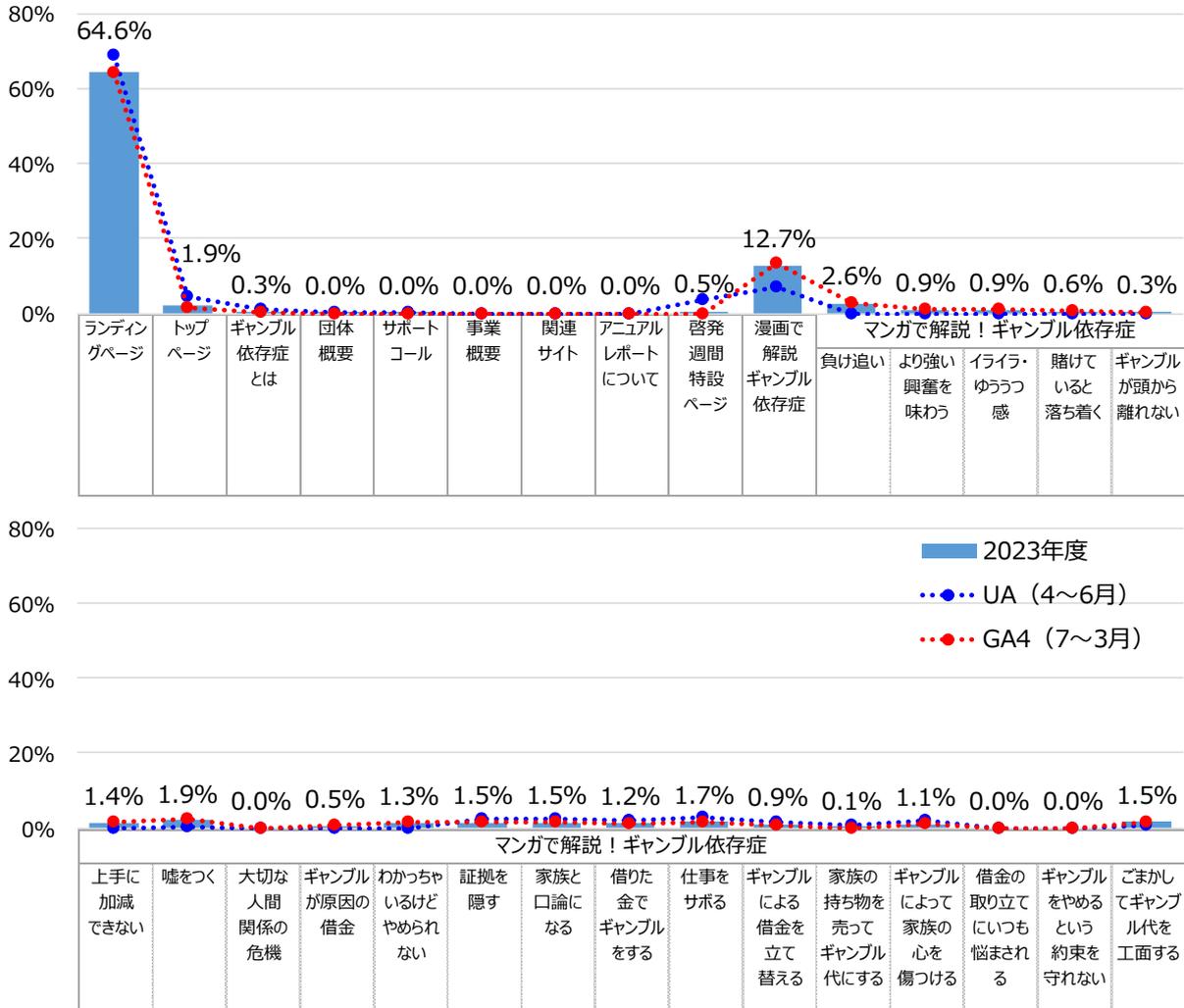


公式ホームページに訪れた利用者の性別は、男性が全体の 55.5%、女性が全体の 44.5%を占めている。相談者の性別の割合に比べると男性が低く、女性が高い。

(相談者の性別の割合：男性 73.8%、女性 26.2%)

計測方法の異なる期間ごとに区切った結果では、4～6月では男性が 53.3%、女性が 46.7%。7～3月では男性が 57.4%、女性が 42.6%となっており、計測方法は異なるものの、性別の構成比としては大きな差異は生じていない。

ページ別の閲覧割合
(今回：2023年度【UA、GA4別】)



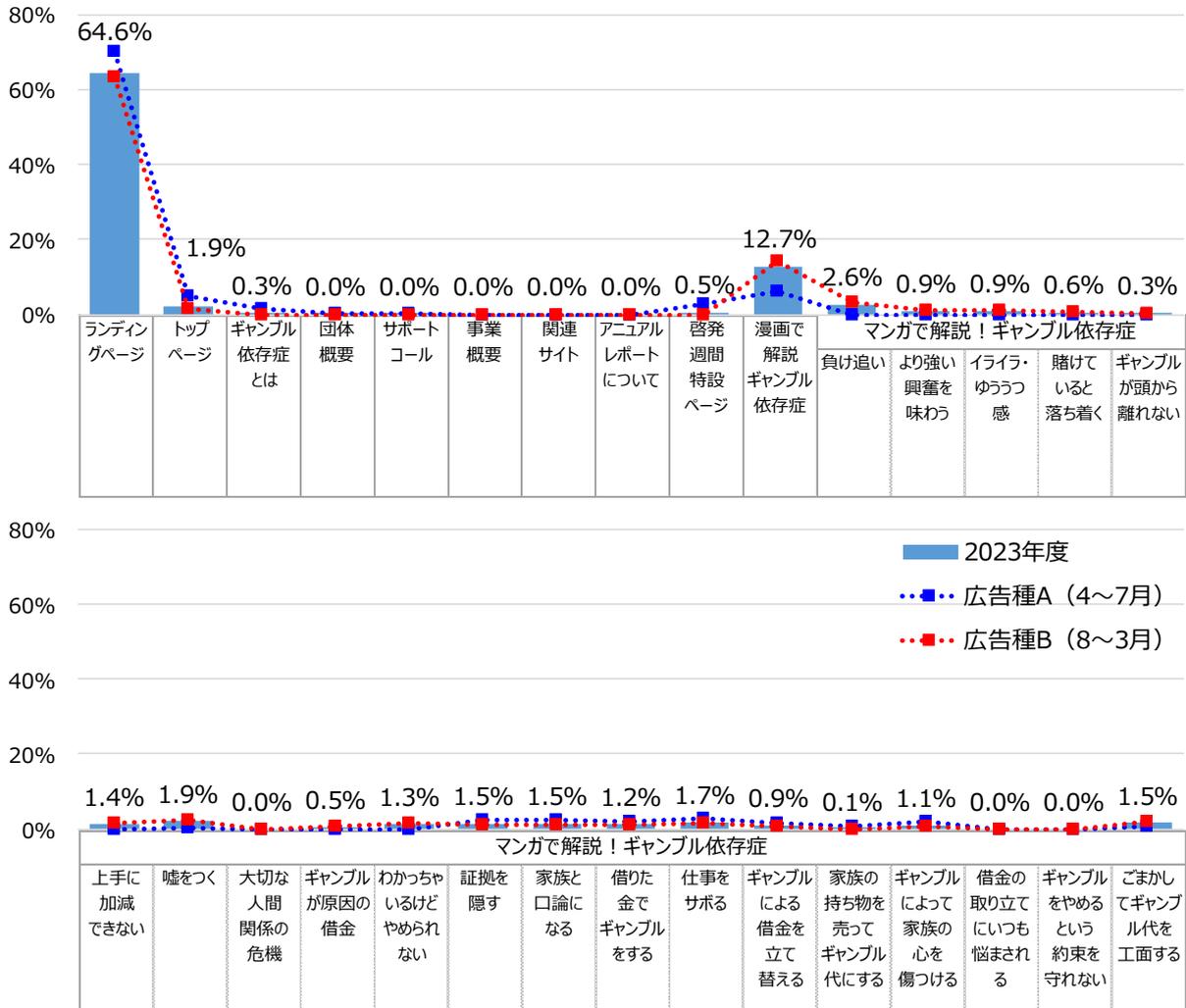
※ランディングページ¹

公式ホームページに訪れた利用者の閲覧ページは、訪問者が最初にアクセスしたページを指す「ランディングページ」が 64.6%で最も高い。次いで「漫画で解説ギャンブル依存症」が 12.7%、『マンガで解説！ギャンブル依存症』のうち（負け追い）が 2.6%と続く。

計測方法の異なる期間ごとに区切った結果では、全般に渡ってほぼ同水準ではあるものの、4～6月では「ランディングページ」「啓発週間特設ページ」、7～3月では「漫画で解説ギャンブル依存症」がやや高い。

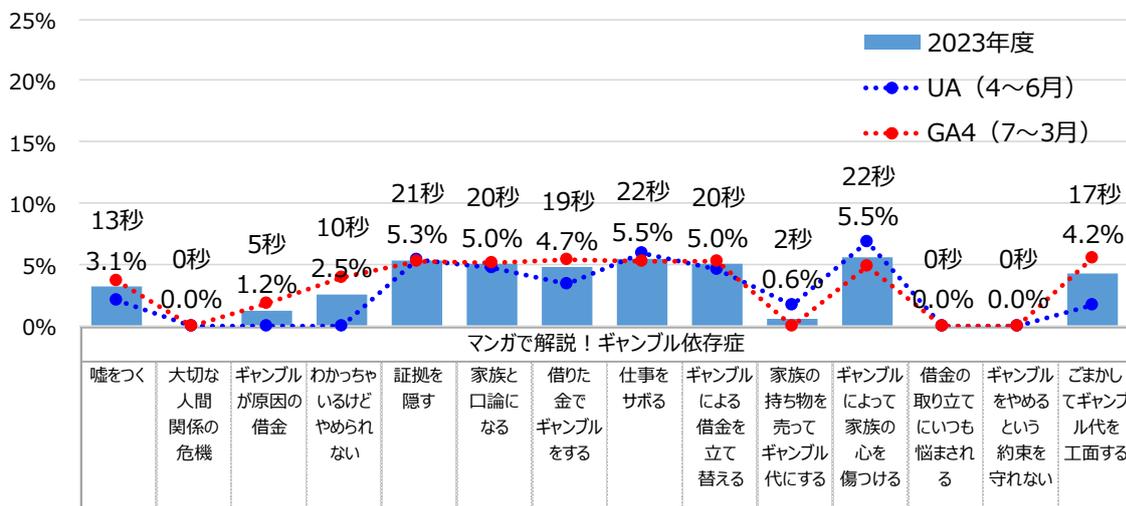
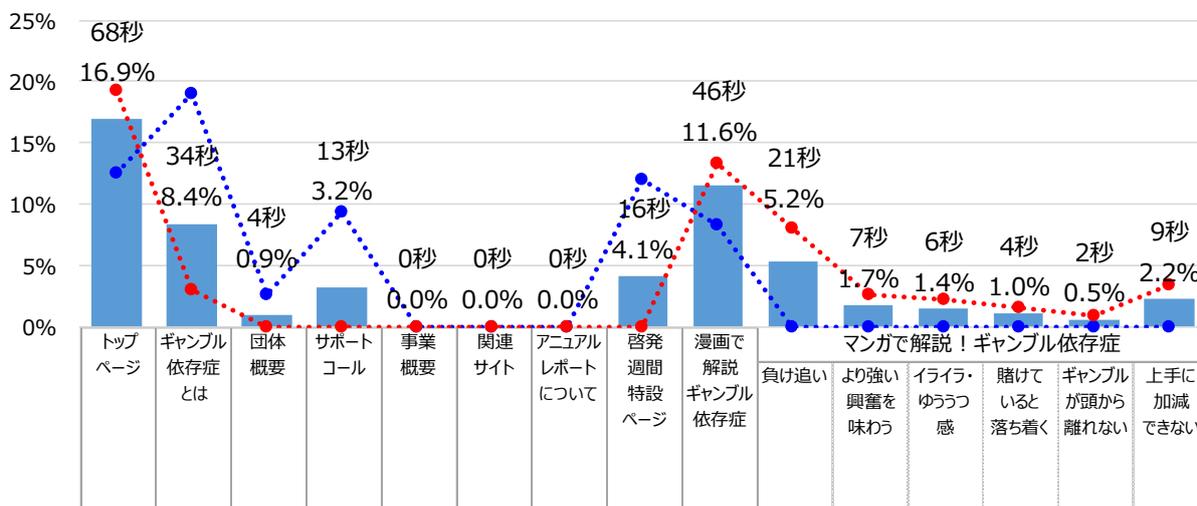
¹ ランディングページとは、web 広告等により公式ホームページに流入したページ。

(今回：2023年度【広告種別】)



広告内容の異なる期間ごとに区切った結果では、全般に渡ってほぼ同水準ではあるものの、広告種 A では「ランディングページ」「啓発週間特設ページ」、広告種 B では「漫画で解説ギャンブル依存症」がやや高い。ページ別の閲覧数は広告の種類（支援センターの周知、ギャンブル依存症の周知）による影響を受けやすいことが予想されたが、「ランディングページ」「漫画で解説ギャンブル依存症」以外のページでの閲覧数に大きな差異は見られなかった。

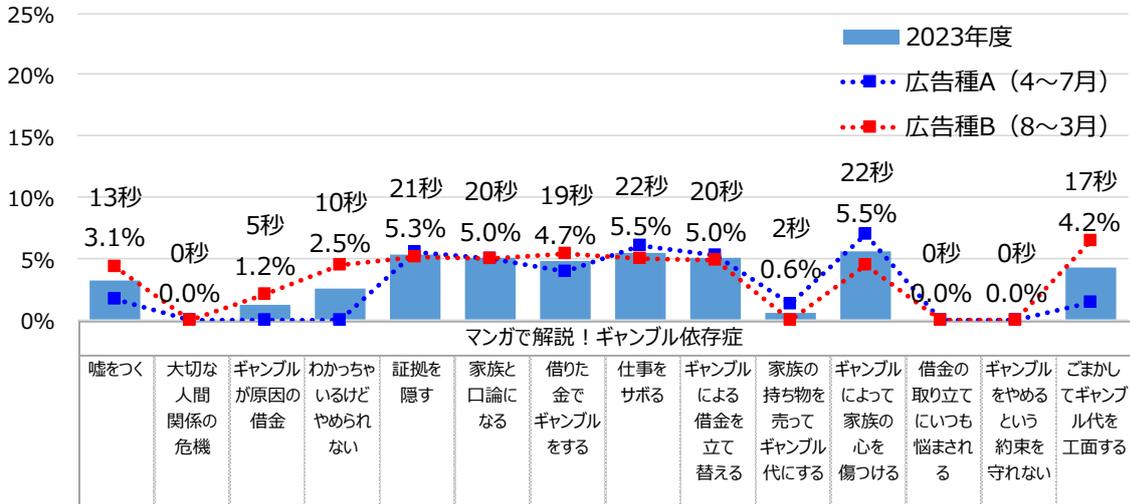
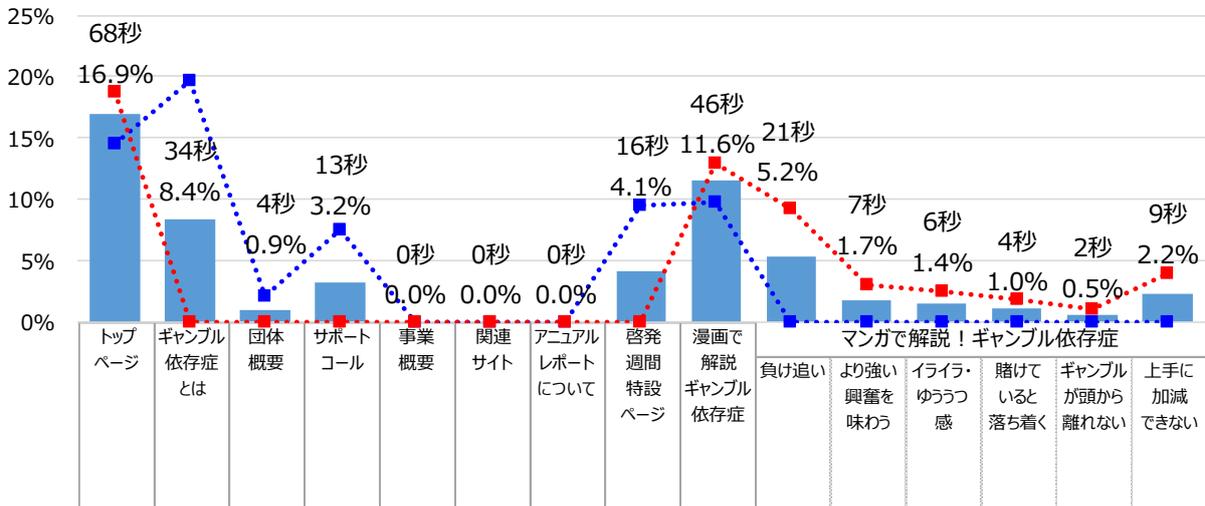
ページ別の閲覧平均時間
(今回：2023年度【UA、GA4 別】)



訪問者が最も時間をかけて見ているページは「トップページ」の平均 68 秒で、全体の 16.9%を占めている。その他としては、「漫画で解説ギャンブル依存症」の平均 46 秒（全体の 11.6%）、『マンガで解説！ギャンブル依存症』のうち（負け追い）（証拠を隠す）（家族と口論になる）（借りた金でギャンブルをする）（仕事をサボる）（ギャンブルによる借金を立て替える）（ギャンブルによって家族の心を傷つける）が平均 20 秒前後（全体の約 5%前後）が閲覧時間の長いページとして続く。

計測方法の異なる期間ごとに区切った結果では、4～6 月では「ギャンブル依存症とは」「団体概要」「サポートコール」「啓発週間特設ページ」、『マンガで解説！ギャンブル依存症』のうち（証拠を隠す）（仕事をサボる）（ギャンブルによって家族の心を傷つける）、7～3 月では『マンガで解説！ギャンブル依存症』のうち（負け追い）（上手に加减できない）（わかっちゃいるけどやめられない）（ごまかしてギャンブル代を工面する）がそれぞれに比べて 10 秒以上平均滞在時間が長い。

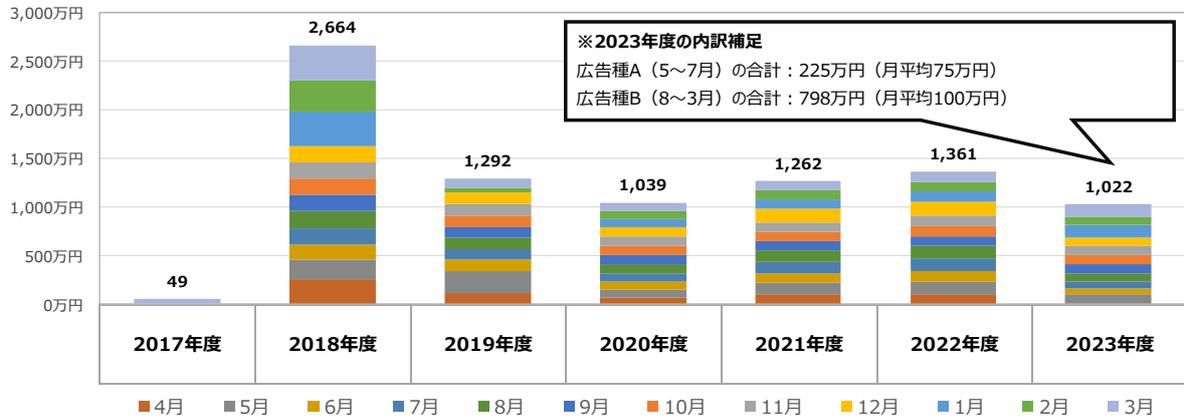
(今回：2023年度【広告種別】)



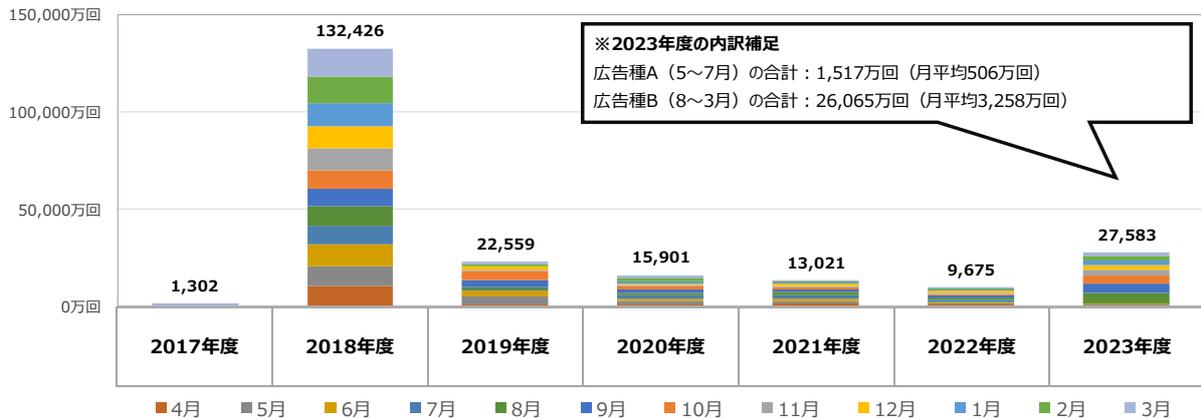
広告内容の異なる期間ごとに区切った結果では、広告種 A では「トップページ」「ギャンブル依存症とは」「団体概要」「サポートコール」「啓発週間特設ページ」、『マンガで解説！ギャンブル依存症』のうち（証拠を隠す）（仕事をサボる）（ギャンブルによる借金を立て替える）（ギャンブルによって家族の心を傷つける）、広告種 B では『マンガで解説！ギャンブル依存症』のうち（負け追い）（より強い興奮を味わう）（上手に加減できない）（わかっちゃいるけどやめられない）（ごまかしてギャンブル代を工面する）がそれぞれに比べて 10 秒以上平均滞在時間が長い。

1.2.1.12 実施施策の効果

経年推移：広告費
(2018年3月～2024年3月)



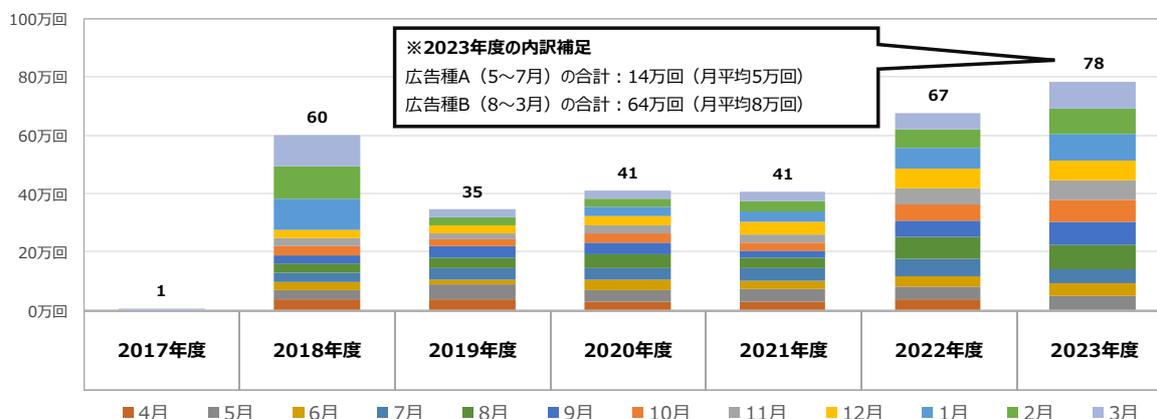
経年推移：表示回数
(2018年3月～2024年3月)



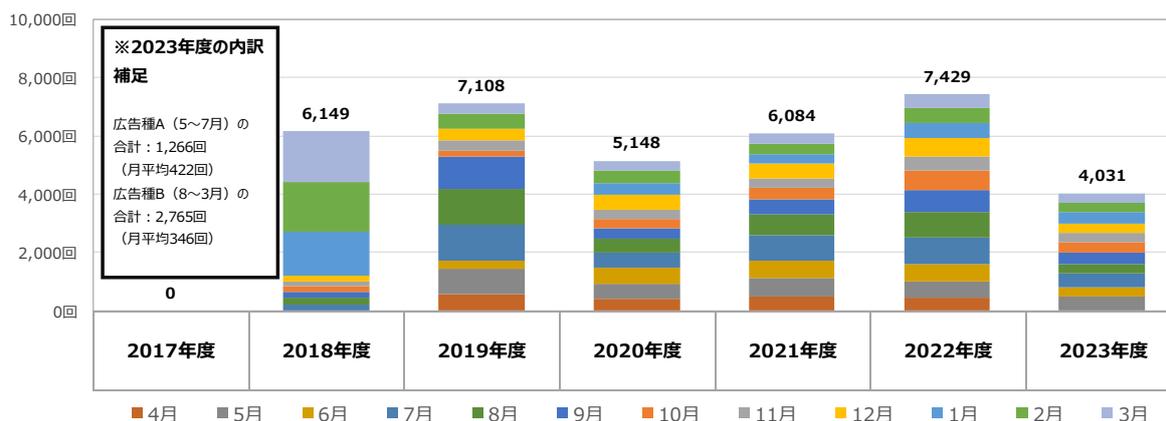
広告費について開設当初からの推移を見ると、2019年度以降は年間で1,000～1,300万円で推移している。2023年度は年間1,022万円となっており、1ヶ月あたりの平均額では93万円となっている。2022年度は年間1,361万円となっており、1ヶ月あたりの平均額では113万円であるため、2023年度では1ヶ月あたり約20万削減されている。なお、2023年度の広告種Aの出稿期間である3ヶ月間(4月は広告費0円)で合計225万円、月平均は75万円であるのに対し、広告種Bの出稿期間である8ヶ月間で合計798万円、月平均は100万円である。

表示回数について開設当初からの推移を見ると、2019年度以降は年間で1～3億回弱で推移している。2023年度は年間27,583万回となっており、1ヶ月あたりの平均回数は2,508万回となっている。2022年度は年間9,675万回となっており、1ヶ月あたりの平均回数は806万回であるため、2023年度では約3倍の規模に拡大している。なお、2023年度の広告種Aの出稿期間である3ヶ月間(4月は広告費0円)で合計1,517万回、月平均は506万回であるのに対し、広告種Bの出稿期間である8ヶ月間で合計26,065万回、月平均は3,258万回である。

経年推移：クリック数
(2018年3月～2024年3月)



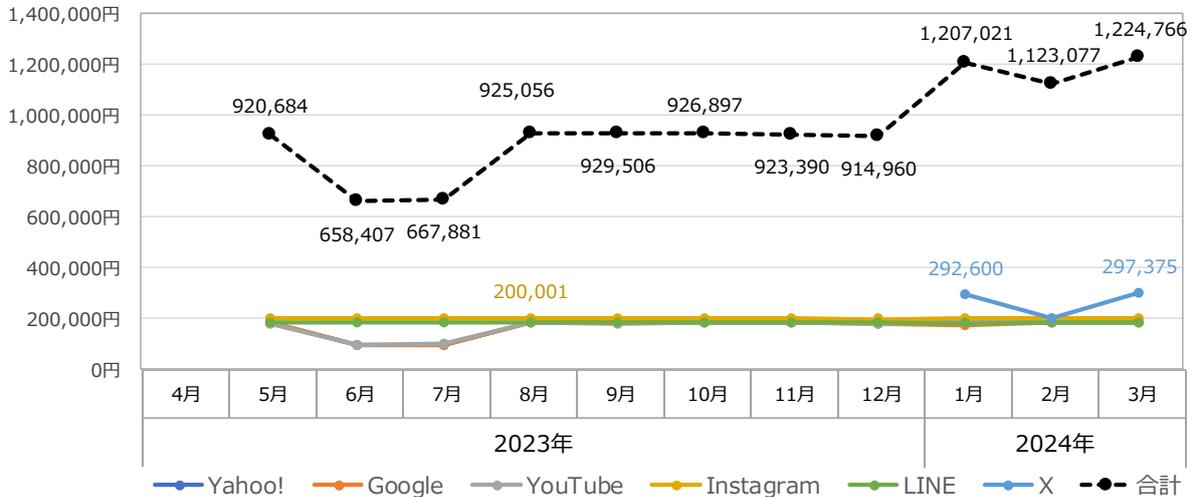
経年推移：リンクタップ数
(2018年3月～2024年3月)



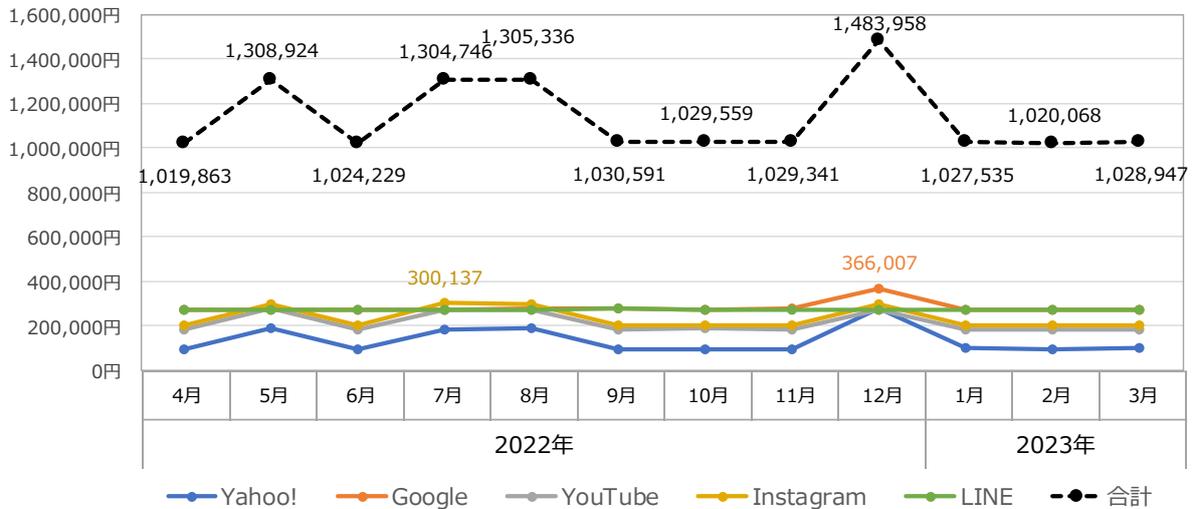
クリック数について開設当初からの推移を見ると、2019年度以降は年々クリック数が増加傾向にある。2023年度は年間78万回となっており、1ヶ月あたりの平均回数では7万回となっている。2022年度は年間67万回となっており、1ヶ月あたりの平均回数では6万回であるため、2023年度では1万回増加している。なお、2023年度の広告種Aの出稿期間である3ヶ月間（4月は広告費0円）で合計14万回、月平均は5万回であるのに対し、広告種Bの出稿期間である8ヶ月間で合計64万回、月平均は8万回である。

リンクタップ数について開設当初からの推移を見ると、2023年度は年間4,031回となっており、1ヶ月あたりの平均回数は366回となっている。2022年度は年間7,429回となっており、1ヶ月あたりの平均回数は619回であるため、2023年度では半数程度に減少している。なお、2023年度の広告種Aの出稿期間である3ヶ月間（4月は広告費0円）で合計1,266回、月平均は422回であるのに対し、広告種Bの出稿期間である8ヶ月間で合計2,765回、月平均は346回である。

広告費
(今回：2023 年度)



(前回：2022 年度)

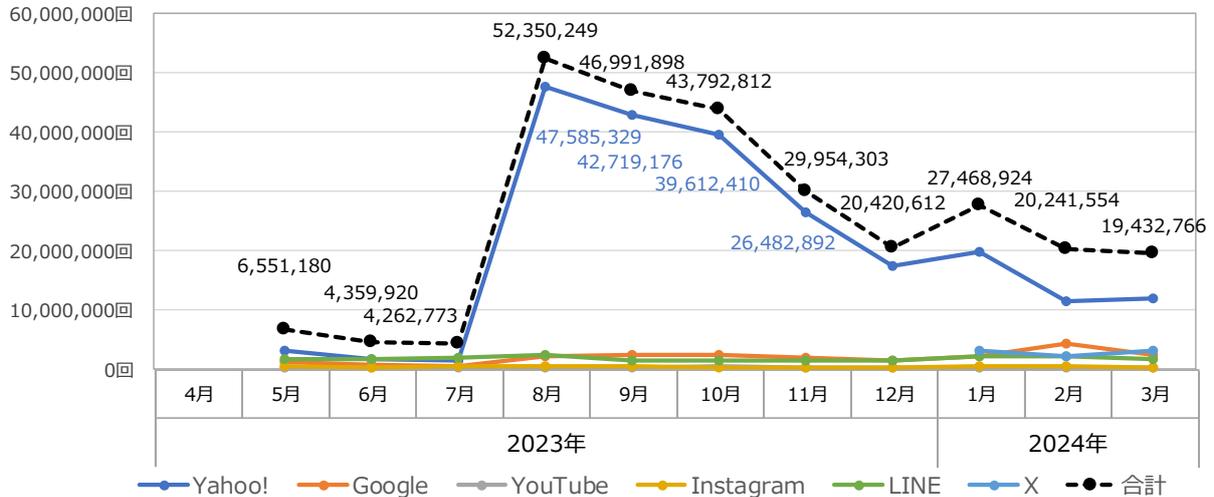


2022 年度と 2023 年度の広告費は上記の通り。広告費の合計額は各月表示し、媒体別の広告費は 2022 年度は 300,000 円以上のみ、2023 年度は 200,000 円以上のみ表示している。

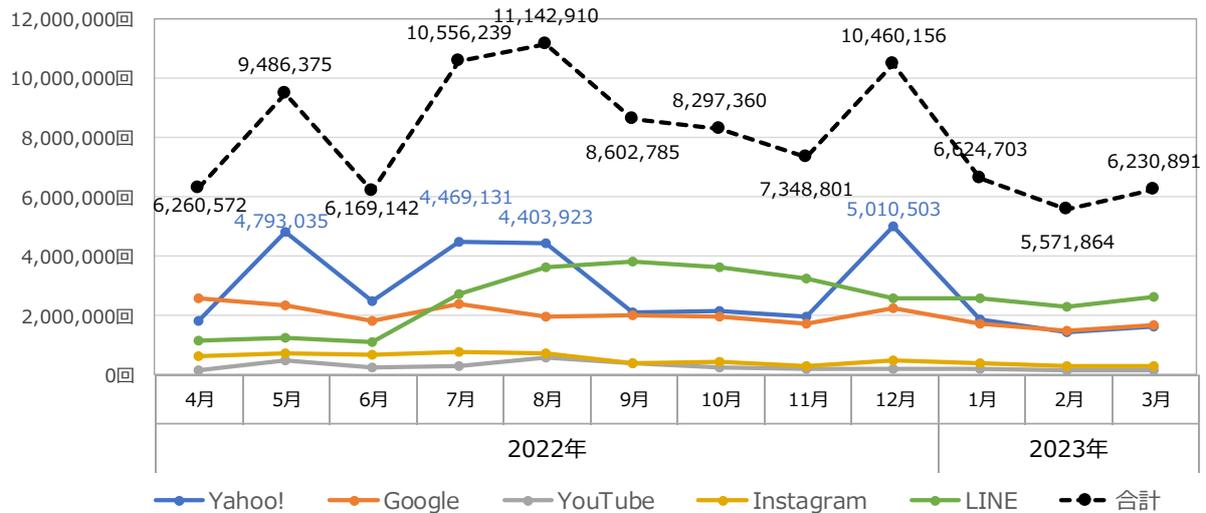
2022 年度は「Google と LINE」、「YouTube と Instagram」、「Yahoo!」と媒体ごとに出稿額が 3 区分ほどになっており、多少の変動は見られるものの概ね各月同額程度で出稿している。

2023 年度は 5 媒体ともほぼ毎月同額で出稿している。「X」のみ 1～3 月に出稿しているため他の 5 媒体と異なる推移状況である。そのため、広告費の合計額において、6～7 月でやや落ち込んでいるのは「Google」「YouTube」、1～3 月で上昇しているのは「X」による影響である。

表示回数
(今回：2023 年度)



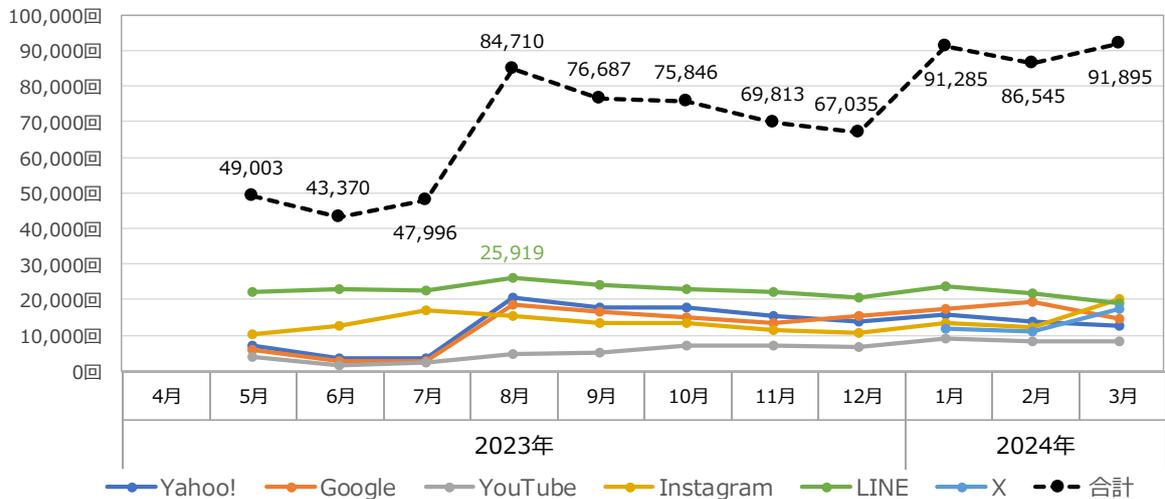
(前回：2022 年度)



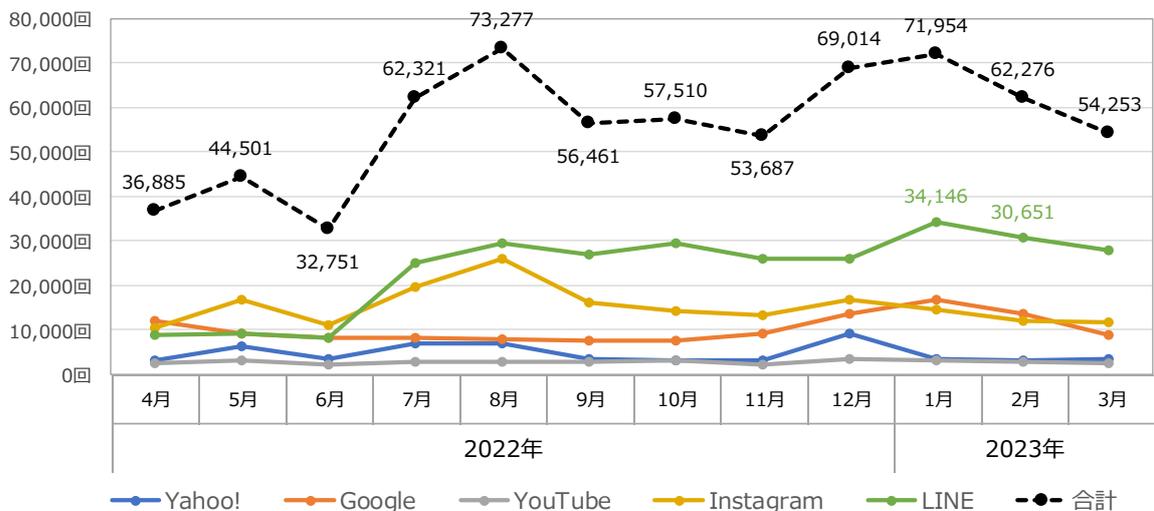
2022 年度と 2023 年度の表示回数は上記の通り。表示回数の合計回数は各月表示し、媒体別の表示回数は 2022 年度は 4,000,000 回以上のみ、2023 年度は 25,000,000 回以上のみ表示している。

2022 年度は媒体による差や月ごとの変動が大きくなっているが、2023 年度では Yahoo ! の表示回数が大幅に増加しているものの、他の 4 媒体については各月とも 2022 年度と概ね同様の結果となっている。1～3 月の「X」については、「Google」「LINE」と同程度の表示回数となっている。

クリック数
(今回：2023 年度)



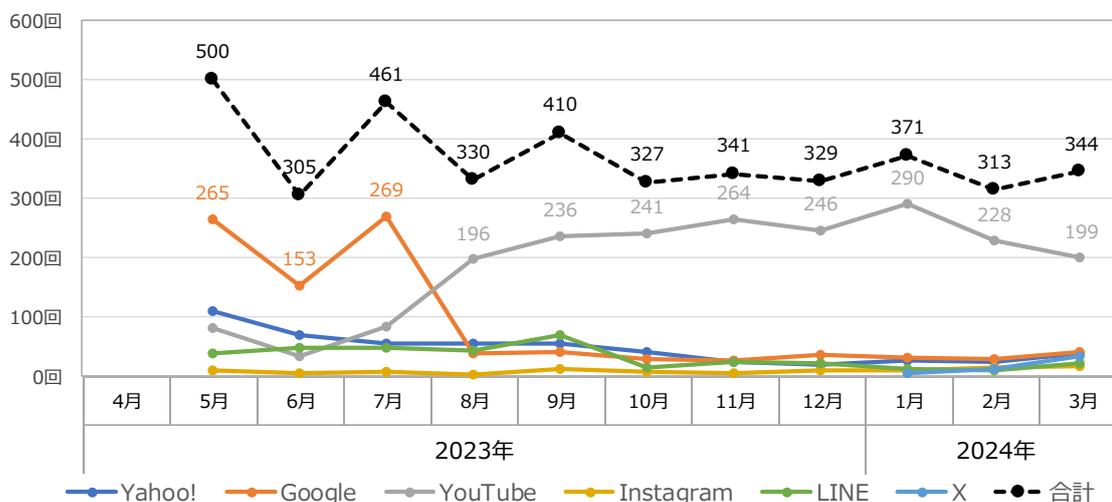
(前回：2022 年度)



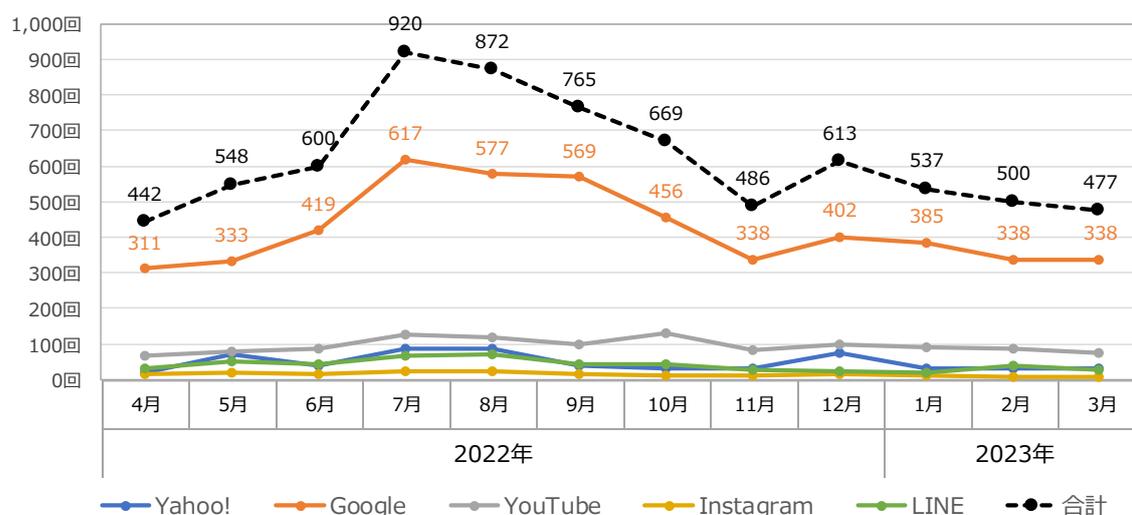
2022 年度と 2023 年度のクリック数は上記の通り。表示回数の合計回数は各月表示し、媒体別のクリック数は 2022 年度は 30,000 回以上のみ、2023 年度は 25,000 回以上のみ表示している。

2022 年度は媒体による差や月ごとの変動が大きくなっているが、2023 年度ではやや小さくなっている。その傾向は 広告種 B の出稿期間である 8 月以降で特に顕著である。合計回数の各月の推移としては 2022 年度と 2023 年度とで同様の推移となっている。

リンクタップ数
(今回：2023 年度)



(前回：2022 年度)



2022 年度と 2023 年度のリンクタップ数は上記の通り。表示回数の合計回数は各月表示し、媒体別のリンクタップ数は 2022 年度は 300 回以上のみ、2023 年度は 150 回以上のみ表示している。

2022 年度は「Google」でのリンクタップ数が最も多くなっており、この傾向は 2023 年度においても広告の出稿内容が切り替え前の 7 月まで続いている。一方、広告種 B の出稿期間である 2023 年度 8 月以降は「YouTube」でのリンクタップ数が最も多くなっている。

リンクタップ 1 回あたりの広告費（推計）
（2022 年 4 月～2024 年 3 月）

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計 (平均)
Yahoo!	2023年度		1,656	1,373	1,686	3,434	3,436	4,658	7,596	9,506	7,206	8,253	4,816	3,599
	2022年度	4,595	2,587	2,459	2,106	2,192	2,439	3,160	3,295	3,738	3,250	3,155	3,101	2,817
	差		-931	-1,085	-420	+1,243	+997	+1,498	+4,301	+5,768	+3,957	+5,097	+1,715	+783
Google	2023年度		684	598	353	4,729	4,754	6,728	7,182	5,110	5,592	6,254	4,695	1,906
	2022年度	880	820	656	443	476	486	592	825	910	702	802	809	664
	差		-136	-58	-89	+4,252	+4,269	+6,136	+6,357	+4,199	+4,890	+5,452	+3,886	+1,242
YouTube	2023年度		2,211	2,843	1,204	928	750	756	683	720	623	787	913	863
	2022年度	2,719	3,617	2,133	2,144	2,313	1,817	1,476	2,183	2,775	1,995	2,142	2,488	2,257
	差		-1,406	+711	-941	-1,385	-1,067	-721	-1,500	-2,055	-1,372	-1,355	-1,574	-1,394
Instagram	2023年度		24,995	39,997	28,570	200,001	16,665	33,312	39,939	21,865	19,964	15,375	13,200	24,107
	2022年度	15,385	17,595	15,433	13,049	12,976	14,249	19,999	22,094	19,772	18,181	24,979	33,330	17,241
	差		+7,400	+24,564	+15,521	+187,025	+2,416	+13,312	+17,845	+2,092	+1,783	-9,604	-20,130	+6,866
LINE	2023年度		4,791	3,939	3,780	4,322	2,632	12,972	7,894	9,081	16,431	20,132	9,077	5,871
	2022年度	8,775	5,550	6,183	4,214	3,954	6,464	6,350	10,490	11,368	15,162	6,987	10,086	6,856
	差		-759	-2,244	-433	+368	-3,833	+6,622	-2,595	-2,287	+1,269	+13,145	-1,009	-985
X	2023年度										73,150	16,637	9,011	16,115
合計	2023年度		1,841	2,159	1,449	2,803	2,267	2,835	2,708	2,781	3,253	3,588	3,560	2,585
	2022年度	2,307	2,389	1,707	1,418	1,497	1,347	1,539	2,118	2,421	1,913	2,040	2,157	1,832
	差		-547	+452	+31	+1,306	+920	+1,296	+590	+360	+1,340	+1,548	+1,403	+753

リンクタップ数 1 回あたりの広告費（広告費÷リンクタップ数）は上記の通り。金額が低くなるほど、より少額でリンクタップ数を得られていることを示している。

月別の合計額を見ると、2022 年度では 9 月が 1,347 円で最も低く、12 月が 2,421 円で最も高い。年間の月平均額は 1,832 円となっている。これに対し 2023 年度では、7 月が 1,449 円で最も低く、2 月が 3,588 円で最も高い。年間の月平均額は 2,585 円となっている。2022 年度に比べ、5 月は月平均額が下回っているため費用対効果を高めているといえるが、6 月以降は月平均額が上回っており費用対効果は 2022 年度の方が良好であったといえる。2023 年度において、広告費は年間で 2022 年度よりも 300 万円以上少額であり、リンクタップ数も年間で 3,000 回以上減少していることによる影響である。

媒体別に年間の月平均額（4 月は対象外とし、11 ヶ月の平均）を見ると、Instagram が 24,107 円で最も高い。次いで、X が 16,115 円、LINE が 5,871 円、Yahoo! が 3,599 円、Google が 1,906 円、YouTube が 863 円となっている。2023 年度は 2022 年度に比べて、YouTube、LINE で費用対効果を高めている。Yahoo!、Google、Instagram の 3 媒体ではリンクタップ 1 回あたりの費用が増加しており、月別に見ると 8 月以降の広告種 B の出稿期間で悪化していることがわかる。

ウェブ広告からの流入 1 件あたりの広告費（推計）
（2022 年 4 月～2024 年 3 月）

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計 (平均)
Yahoo!	2023年度		22	26	38	11	14	14	16	18	15	19	21	17
	2022年度	30	29	29	31	29	31	32	30	20	26	29	23	27
	差		-7	-2	+7	-18	-16	-18	-14	-2	-11	-10	-2	-10
Google	2023年度		34	33	29	9	10	10	11	10	8	8	10	11
	2022年度	24	31	34	34	34	39	38	35	30	20	24	34	30
	差		+3	-1	-5	-25	-28	-28	-24	-20	-12	-17	-24	-19
YouTube	2023年度		54	70										347
	2022年度	88	104	106	118	130	78	66	84	88	66	67	81	88
	差		-50	-36										+259
Instagram	2023年度		21	18	19	14	16	17	19	21	18	19	12	17
	2022年度	17	19	19	16	12	13	15	16	19	15	18	18	16
	差		+3	-1	+3	+2	+3	+2	+3	+2	+4	+1	-6	+1
LINE	2023年度		12	11	16	9	11	12	13	14	11	12	15	12
	2022年度	30	30	35	13	12	14	13	14	16	12	13	13	15
	差		-18	-24	+4	-2	-3	-1	-2	-2	-1	-1	+2	-3
X	2023年度										27	19	19	21
	2022年度													
合計	2023年度		22	19	24	14	15	16	17	18	16	16	17	17
	2022年度	27	31	32	23	20	21	22	23	24	18	20	22	23
	差		-9	-14	+1	-7	-6	-6	-6	-6	-1	-4	-5	-6

ウェブ広告からの流入 1 件あたりの広告費（広告費÷ウェブ広告からの流入件数）は上記の通り。金額が低くなるほど、より少額で HP への流入件数を得られていることを示している。

月別の合計額を見ると、2022 年度では 1 月が 18 円で最も低く、6 月が 32 円で最も高い。年間の月平均額は 23 円となっている。これに対し 2023 年度では、8 月が 14 円で最も低く、7 月が 24 円で最も高い。年間の月平均額は 17 円となっている。2022 年度に比べ、7 月は月平均額がほぼ同程度となったものの、その他の月は下回っており費用対効果を高めていることがわかる。

媒体別に年間の月平均額を見ると、参考値となる YouTube（ウェブ広告からの流入件数が取得できていない月が多数）と X を除くと、Yahoo! と Instagram が 17 円で最も高い。次いで、LINE が 12 円、Google が 11 円となっている。2023 年度は Instagram では年間の月平均額が 2022 年度並みとなったが、その他の媒体においては 2022 年度に比べて費用対効果を高めている。

入電件数/相談件数 1 件あたりの広告費（推計）
(2022 年 4 月～2024 年 3 月)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計 (平均)
入電件数	2023年度		1,167	965	901	1,191	1,363	1,304	1,441	1,300	1,590	1,482	1,331	1,172
	2022年度	1,943	1,849	1,668	2,115	2,133	1,522	1,626	1,716	2,859	1,547	1,659	1,347	1,804
	差		-682	-703	-1,213	-942	-159	-323	-275	-1,560	+43	-177	-16	-631
相談件数	2023年度		1,323	1,072	1,003	1,316	1,539	1,439	1,664	1,459	1,775	1,709	1,525	1,320
	2022年度	2,134	2,032	1,816	2,261	2,352	1,689	1,832	1,896	3,085	1,713	1,893	1,545	1,996
	差		-710	-744	-1,258	-1,036	-151	-393	-232	-1,626	+62	-183	-20	-677

入電件数および相談件数 1 件あたりの広告費（広告費÷入電件数または相談件数）は上記の通り。金額が低くなるほど、より少額でサポートコールへの入電・相談に繋がっていることを示している。

入電件数について、月別の合計額を見ると、2022 年度では 3 月が 1,347 円で最も低く、12 月が 2,859 円で最も高い。年間の月平均額は 1,804 円となっている。これに対し 2023 年度では、7 月が 901 円で最も低く、1 月が 1,590 円で最も高い。年間の月平均額は 1,172 円となっている。2022 年度に比べ、1 月は月平均額が 43 円上回ったものの、その他の月は下回っており費用対効果を高めていることがわかる。

相談件数について、月別の合計額を見ると、2022 年度では 3 月が 1,545 円で最も低く、12 月が 3,085 円で最も高い。年間の月平均額は 1,996 円となっている。これに対し 2023 年度では、7 月が 1,003 円で最も低く、1 月が 1,775 円で最も高い。年間の月平均額は 1,320 円となっている。2022 年度に比べ、1 月は月平均額が 62 円上回ったものの、その他の月は下回っており、入電件数と同様に費用対効果を高めていることがわかる。

入電件数/相談件数 1 件あたりのリンクタップ数（推計）
(2022 年 4 月～2024 年 3 月)

		4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計 (平均)
入電件数	2023年度		0.63	0.45	0.62	0.42	0.60	0.46	0.53	0.47	0.49	0.41	0.37	0.45
	2022年度	0.84	0.77	0.98	1.49	1.42	1.13	1.06	0.81	1.18	0.81	0.81	0.62	0.98
	差		-0.14	-0.53	-0.87	-1.00	-0.53	-0.60	-0.28	-0.71	-0.32	-0.40	-0.25	-0.53
相談件数	2023年度		0.72	0.50	0.69	0.47	0.68	0.51	0.61	0.52	0.55	0.48	0.43	0.51
	2022年度	0.92	0.85	1.06	1.59	1.57	1.25	1.19	0.90	1.27	0.90	0.93	0.72	1.09
	差		-0.13	-0.57	-0.90	-1.10	-0.58	-0.68	-0.28	-0.75	-0.35	-0.45	-0.29	-0.58

入電件数および相談件数 1 件あたりのリンクタップ数（リンクタップ数÷入電件数または相談件数）は上記の通り。入電または相談 1 件に必要なと考えられるコンバージョン数を推計している。

入電件数について、月別の合計回数を見ると、2022 年度では 3 月が 0.62 回で最も低く、7 月が 1.49 回で最も高い。年間の月平均回数は 0.98 回となっている。これに対し 2023 年度では、3 月が 0.37 回で最も低く、5 月が 0.63 回で最も高い。年間の月平均回数は 0.45 回となっており、2022 年度に比べ、入電 1 件のために必要なコンバージョン数が半分以下に低減している。

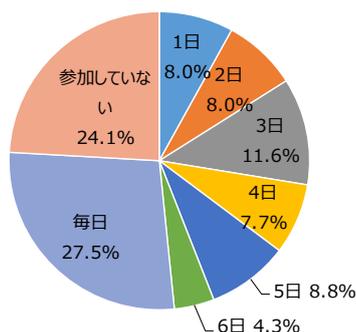
相談件数について、月別の合計回数を見ると、2022 年度では 3 月が 0.72 回で最も低く、7 月が 1.59 回で最も高い。年間の月平均回数は 1.09 回となっている。これに対し 2023 年度では、3 月が 0.43 回で最も低く、5 月が 0.72 回で最も高い。年間の月平均回数は 0.51 回となっており、2022 年度に比べ、入電 1 件のために必要なコンバージョン数が半分以下に低減している。

1.2.2. SMS アンケート調査結果

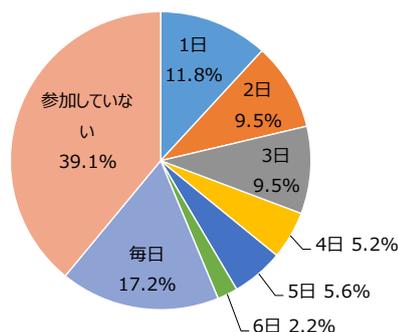
1.2.2.1. 単純集計結果 – SMS アンケート調査結果

1 週間あたりのギャンブルへの参加日数

(相談時：465 件)



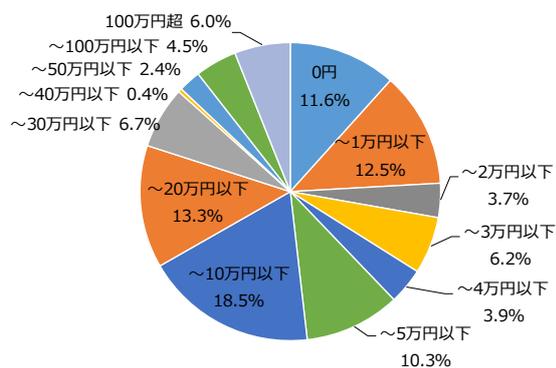
(回答時：465 件)



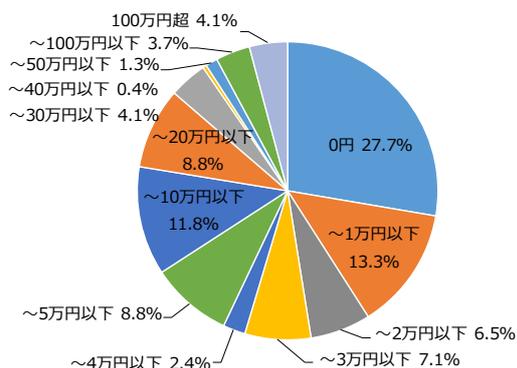
1 週間あたりのギャンブルへの参加日数は、「サポートコール」相談時の平均日数が 3.52 日であったのに対し、SMS アンケート回答時には 2.41 日と、約 1 日減少している。「毎日」の割合が 27.5%から 17.2%に減少した点と、「参加していない」割合が 24.1%から 39.1%に増加した点から、支援センターの介入により 1 週間あたりのギャンブル参加日数が減少していることがわかる。

ギャンブルへの費用

(相談時：465 件)



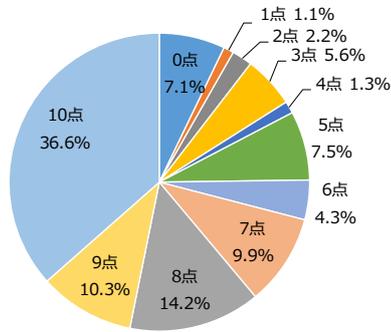
(回答時：465 件)



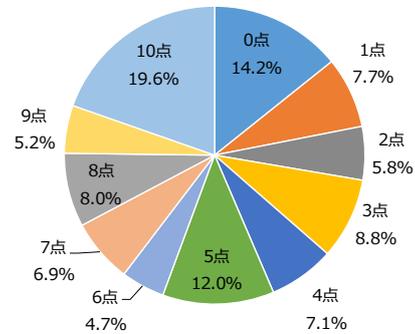
ギャンブルへの費用は、「0 円」の割合が 11.6%から 27.7%に増加した点、「~1 万円以下」「~2 万円以下」「~3 万円以下」の割合の合計が増加した点、「~4 万円以下」から「100 万円超」の割合の合計が減少した点から、支援センターの介入により 1 か月あたりのギャンブル費用が減少していることがわかる。

ギャンブルへの参加衝動

(相談時：465 件)



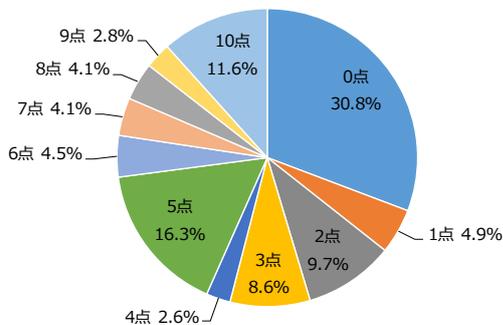
(回答時：465 件)



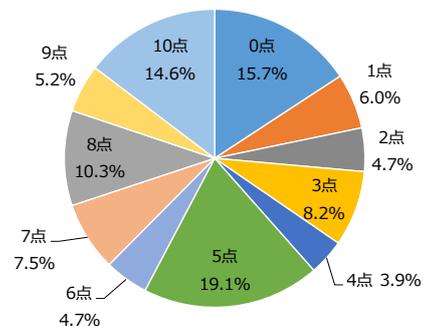
ギャンブルへの参加衝動（0点：参加したくなる衝動がない～10点：参加したくなる衝動がある）は、「サポートコール」相談時の平均点が7.32点であったのに対し、SMSアンケート回答時には5.17点と、約2点減少している。「10点」の割合が36.6%から19.6%に減少した点と、「0点」の割合が7.1%から14.2%に増加した点からも、支援センターの介入によりギャンブルへの参加衝動が軽減されていることがわかる。

ギャンブルに参加しない自信

(相談時：465 件)

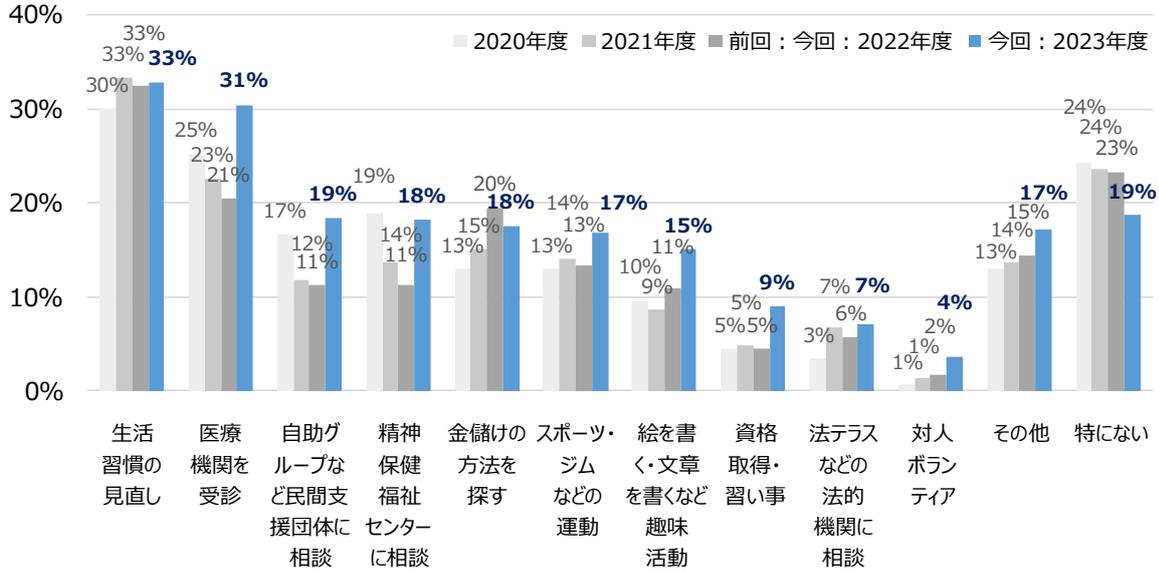


(回答時：465 件)



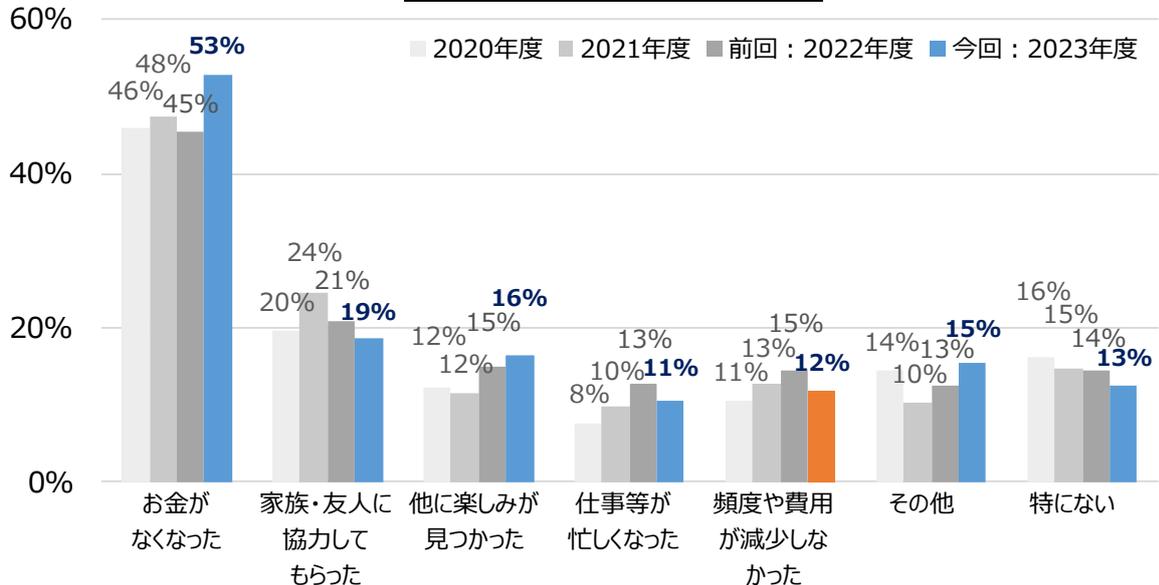
ギャンブルに参加しない自信（0点：参加しない自信がない～10点：参加しない自信がある）は、「サポートコール」相談時の平均点が3.72点であったのに対し、SMSアンケート回答時には5.08点と、約1点増加している。「0点」の割合が30.8%から15.7%に減少した点と、「10点」の割合が11.6%から14.6%に増加した点からも、支援センターの介入によりギャンブルへの参加衝動が軽減されていることがわかる。

実際に克服するために行った対処法



実際に克服するために行った対処法の有無については、「特にない」が 18.7%と、全体の 81.3%がいずれかの対処法があったと回答している。具体的な対処法としては、「生活習慣の見直し」が 32.9%、「医療機関を受診」が 30.5%、「自助グループなど民間支援団体に相談」が 18.5%、「精神保健福祉センターに相談」が 18.3%、「金儲けの方法を探す」が 17.6%、「スポーツ・ジムなどの運動」が 16.8%と続く。個人的な対処として生活習慣が最も高いが、医療機関、民間支援団体、精神保健福祉センターなどの専門機関への受診・相談が次点に上がっている。

ギャンブルの頻度、費用が減少した理由

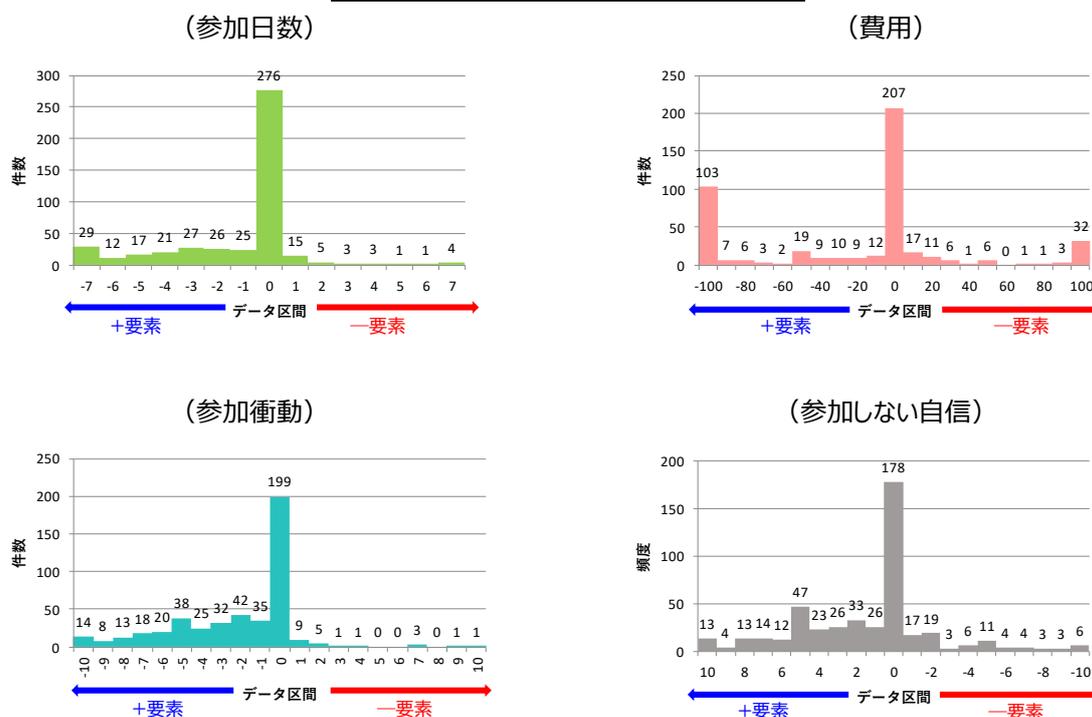


ギャンブルの頻度、費用について、「頻度や費用が減少しなかった」が 11.8%と、全体の 88.2%が減少したと回答している。そのうち、「特にない」が 12.5%と、全体の 75.7%はいずれかの理由があると回答している。具体的な理由としては、状況要因である「お金がなくなった」が 52.9%と突出している。次いで、主体要因である「家族・友人に協力してもらった」が 18.5%、代替行動につながる「他に楽しみが見つかった」が 16.3%と上位に続いた。

1.2.2.2. ヒストグラム

SMS アンケート回答者全体である 465 名について、数量回答質問（参加日数、費用、参加衝動、参加しない自信の 4 問）における回答が「サポートコール」への相談前後でどの程度増減したか、度数分布の状況を下記に示した。

SMS アンケート回答者全体（各 n=465）



参加日数については、横軸の階級幅（データ区間）を 1 日単位としている。465 件中 276 件が「±0」に分類されるが、+要素である「-1」～「-7」が合計 157 件、-要素である「1」～「7」が合計 32 件と、3 割以上が+要素の結果を得られている。

費用については、横軸の階級幅（データ区間）を 10 万円単位としている。465 件中 207 件が「±0」に分類されるが、+要素である「-10」～「-100」が合計 180 件、-要素である「10」～「100」が合計 78 件と、4 割近くが+要素の結果を得られている。「-100」が 103 件と比較的多くなっているが、これは相談時に多額の費用をキャンセルに費やしていた方が回答時に費用を大幅に抑えられるようになっていたケースが一定数見られたことによる影響である。

参加衝動については、横軸の階級幅（データ区間）を 1 点単位としている。465 件中 199 件が「±0」に分類されるが、+要素である「-1」～「-10」が合計 245 件、-要素である「1」～「10」が合計 21 件と、半数以上が+要素の結果を得られている。

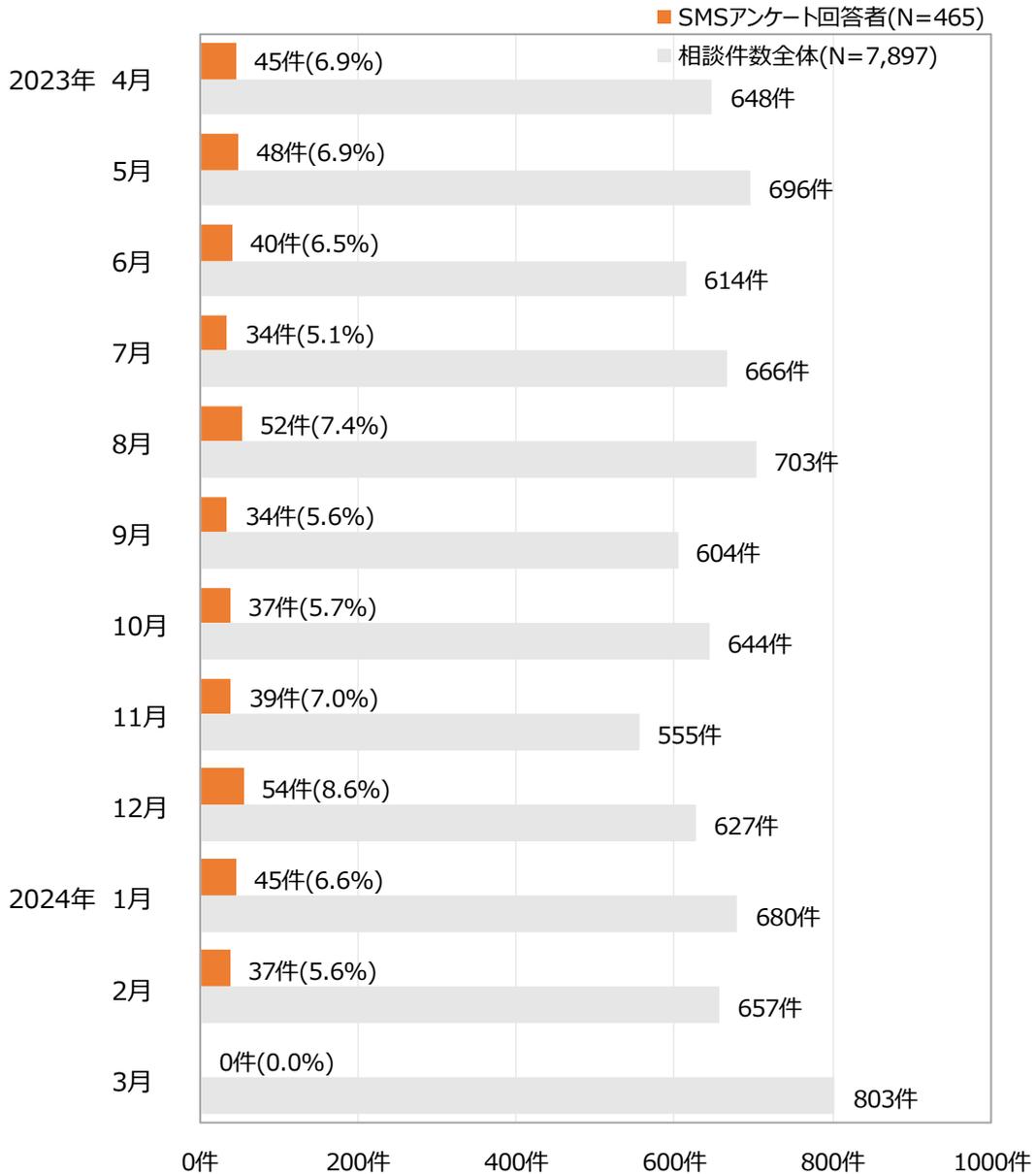
参加衝動についても、横軸の階級幅（データ区間）を 1 点単位としている。465 件中 178 件が「±0」に分類されるが、+要素である「1」～「10」が合計 211 件、-要素である「-1」～「-10」が合計 76 件と、4 割半ばが+要素の結果を得られている。

これらの結果を基に、後述する『3 章 SMS アンケート追加分析』において支援センターの介入による改善効果が見られるか、4 項目の平均値の差の検定（対応のある t 検定）を実施する。

1.2.3.3. 単純集計結果－SMS アンケート回答者の入電状況

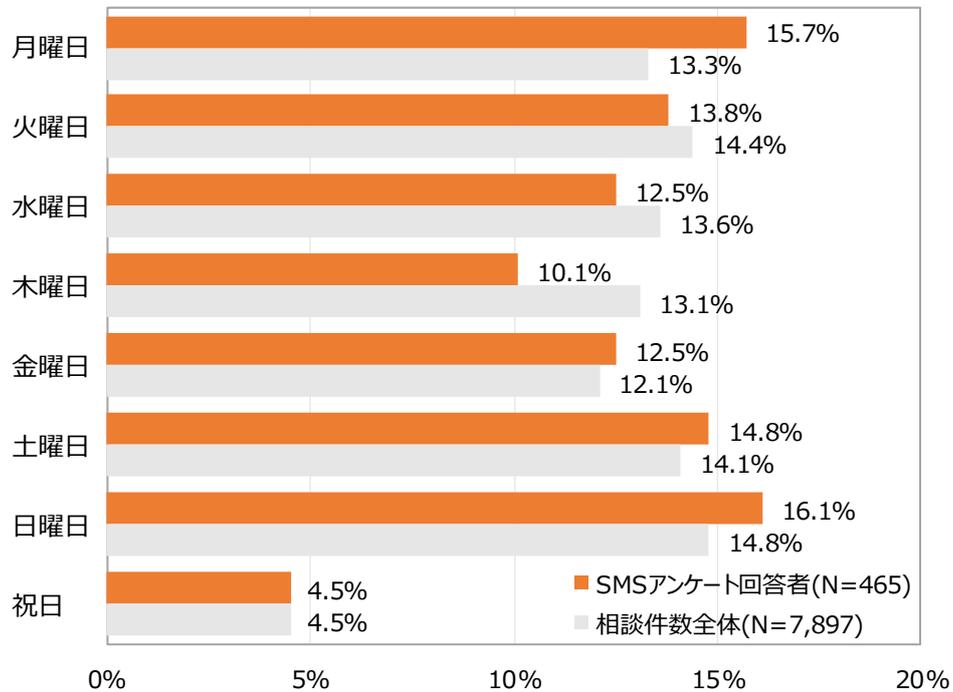
「サポートコール」へ相談したデータと紐付けが可能な SMS アンケート調査の回答件数は 465 件であり、全相談件数 7,897 件の 5.9% に相当する。全相談件数に占める割合としては小さいため、SMS アンケート回答者における特徴的な偏りや、全相談件数と異なる特徴が生じていないか入電状況を比較確認する。

SMS アンケート回答者の相談件数の推移



月別に見ると、2023年4月～2024年2月にかけて毎月約30～50件程度となっている。各月の相談件数に占める割合は概ね5～10%程度となっており、月による偏りは小さいといえる。

SMS アンケート回答者の曜日別の相談件数の推移



相談件数の曜日別の内訳は、各曜日とも1割台、祝日は約5%となっている。

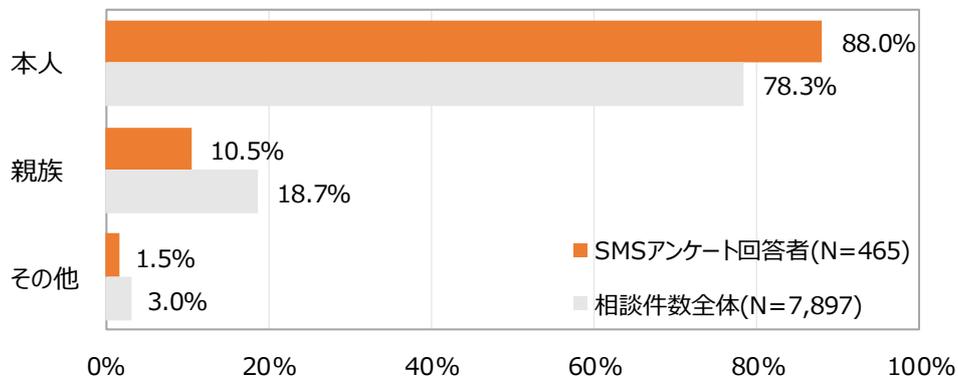
相談件数全体と比較すると、「月曜日」「土曜日」「日曜日」がやや高いが、平日（月曜日～金曜日）の合計は64.6%、土日祝の合計は35.4%となっており、月別の相談件数同様、曜日による偏りも小さいといえる。（相談件数全体では、平日が66.5%、土日祝の合計が33.4%）

1.2.2.4. 単純集計結果－SMS アンケート回答者の属性情報、ギャンブル実態

前項と同様に、SMS アンケート回答者における特徴的な偏りや、全相談件数と異なる特徴が生じていないか、属性情報や相談時のギャンブル実態などを比較確認する。

なお、本項では SMS アンケート回答者全体と相談件数全体とのスコア比較を行うことで SMS アンケート回答者が全相談件数に対して偏った抽出がされていないか、SMS アンケートへの回答有無や属性情報同士の関連性があるか確認する。これらの情報を基に、後述する『3章 SMS アンケート追加分析』においてより精度の高い結果を得られる相関分析を実施する。

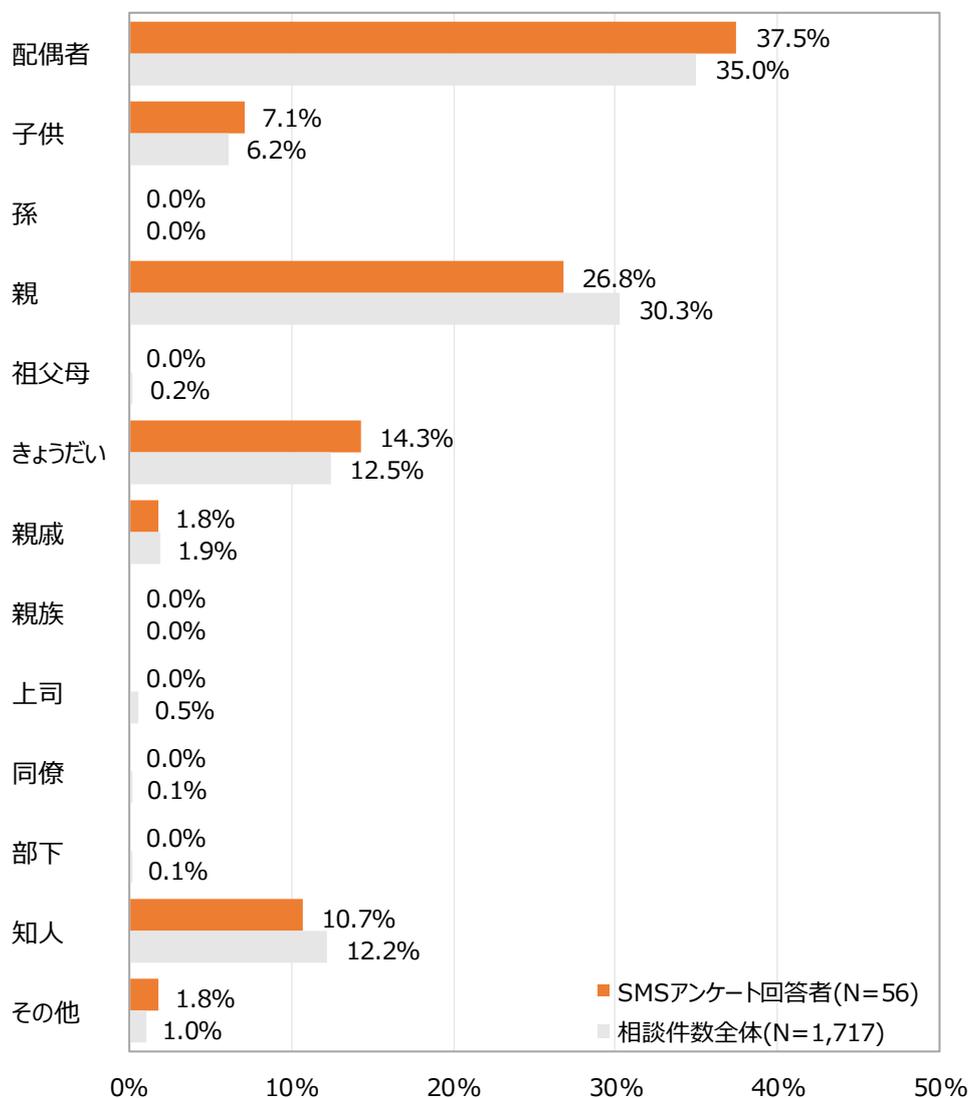
電話を掛けた方の属性



SMS アンケート回答者全体では、本人が直接入電・相談している割合が 88.0%、親族（配偶者、親、子供）が 10.5%、その他が 1.5%であった。

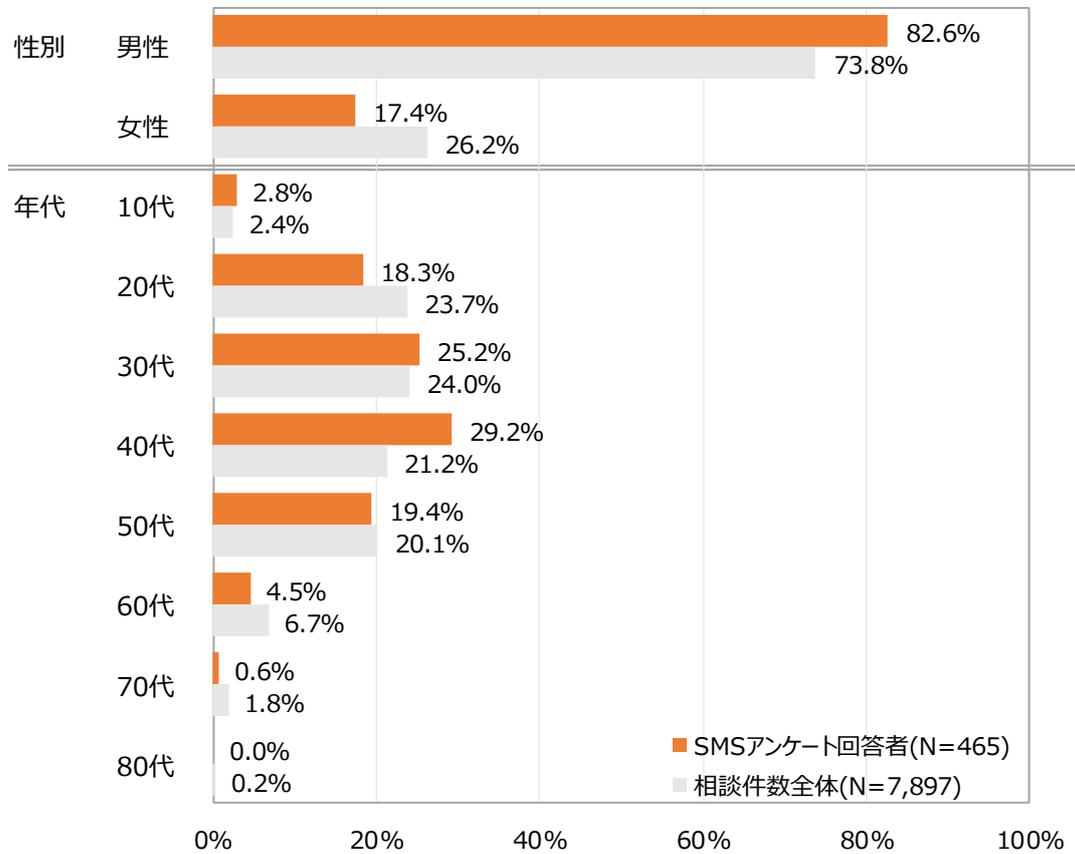
本人が直接電話をしてくるケースが一番多い点は相談件数全体と同様の傾向である。ただし、相談件数全体と比較して「本人」がより高く、「親族」は相対的に低くなっている。

電話を掛けた方の属性（本人以外）



「親族」「その他」の本人以外の方から入電した方の属性について、具体的に見ると、「配偶者」が 37.5%で最も多く、「親」が 26.8%、「きょうだい」が 14.3%、「知人」が 10.7%と続いている。SMS アンケート調査においては、本人以外の方からの入電が 56 件と少サンプルであることによる多少の誤差は見られるものの、相談件数とほぼ同様の傾向を示している。

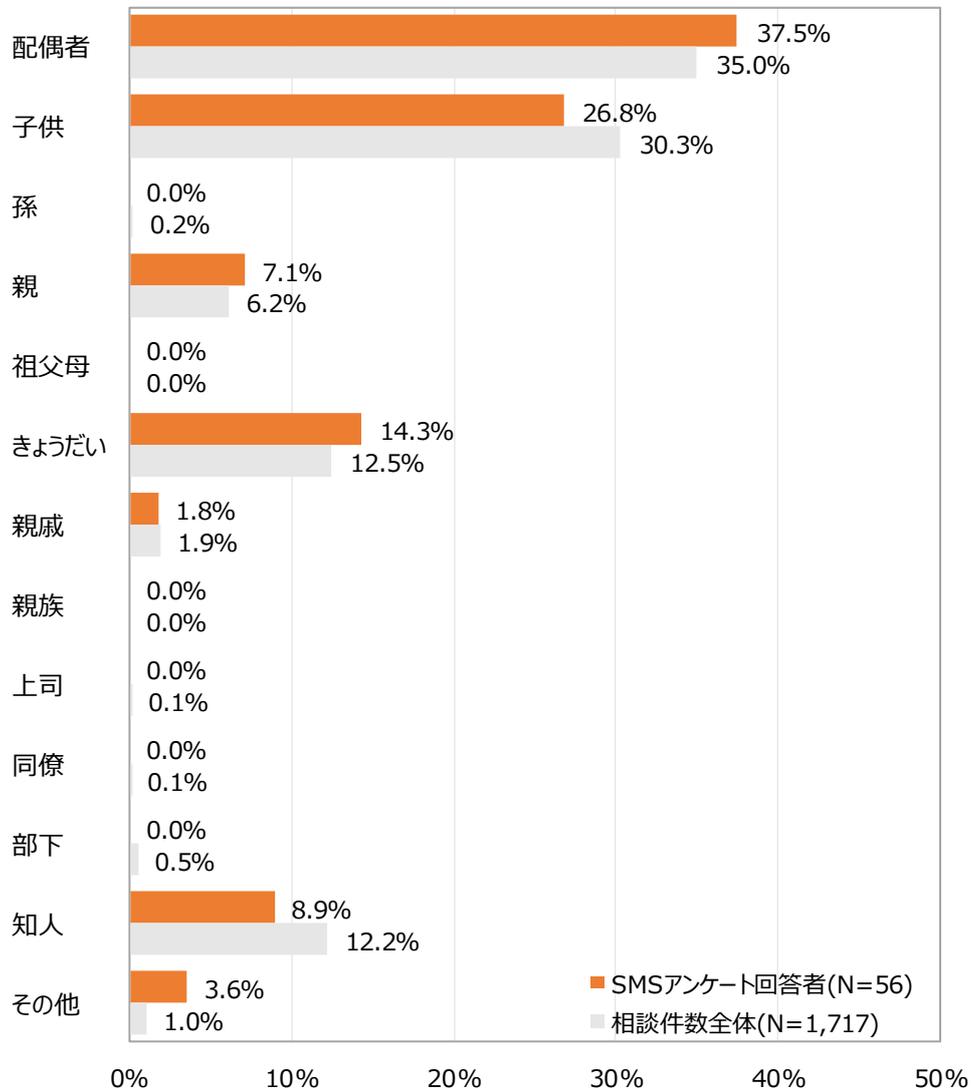
電話を掛けた方の性別、年代



SMS アンケート回答者全体では、女性からの入電は 17.4%と、相談件数に比べてやや少ない。SMS アンケート回答者においては、女性よりも男性の割合が多い「本人」からの入電・相談の割合が相談件数全体よりも多いことによる影響と考えられる。

電話を掛けた方の年代については、20代が 18.3%、30代が 25.2%、40代が 29.2%と、20代から40代が 72.7%と大多数を占める。10代は全体の 2.8%、60代以上は全体の 5.1%に留まる。相談件数とほぼ同様の傾向を示しているが、SMS アンケート回答者においては、「20代」が少なく、「40代」が多くなっている。

相談対象者の属性（本人以外）

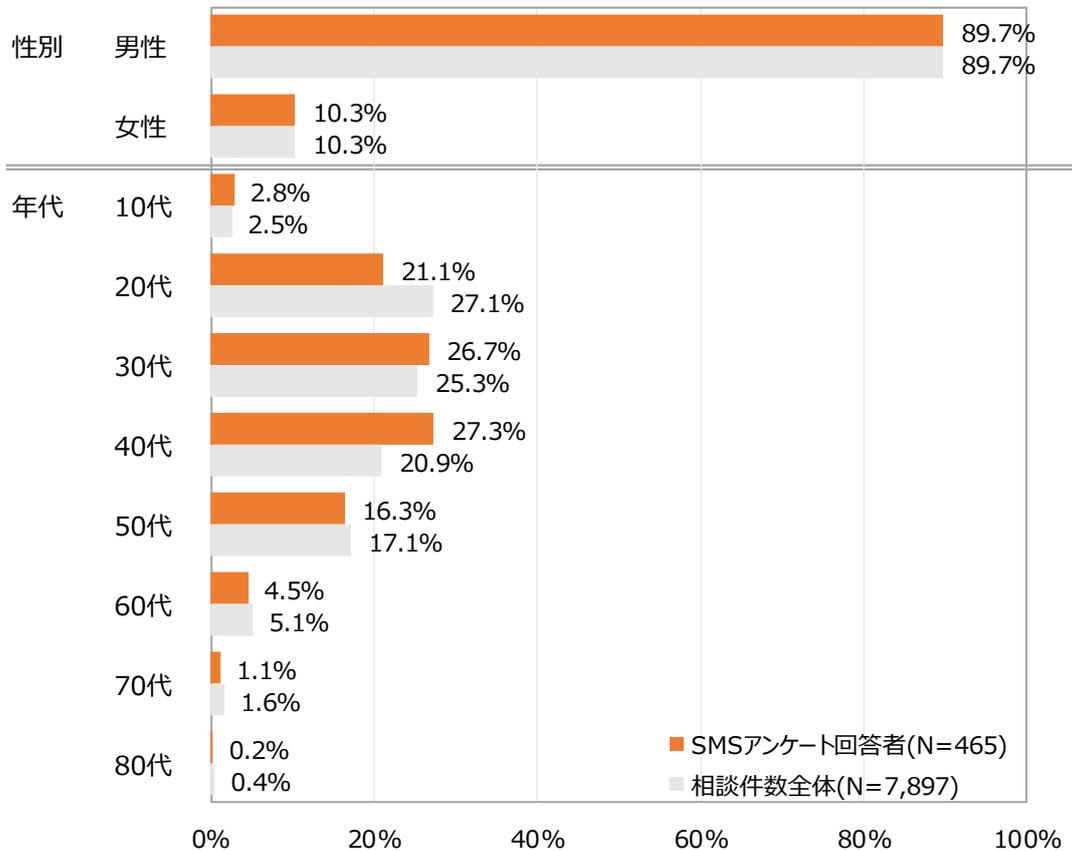


SMS アンケート回答者かつ、本人以外の方が電話を掛けてきた 56 件の相談対象者については、「配偶者」が 37.5%で最も多く、「子供」が 26.8%、「きょうだい」が 14.3%、「知人」が 8.9%と続いている。

電話を掛けた方の属性の結果から、最も多いのは「配偶者が配偶者について相談」するケースとなっており、次いで「親が子供について相談」、「きょうだいがきょうだいについて相談」するケースと続いていると考えられる。

全相談件数の傾向と比較すると、SMS アンケート調査においては、本人以外の方からの入電が 56 件と少サンプルであることによる多少の誤差は見られるものの、先述の電話を掛けた方の属性と同様、相談件数とほぼ同様の傾向を示している。

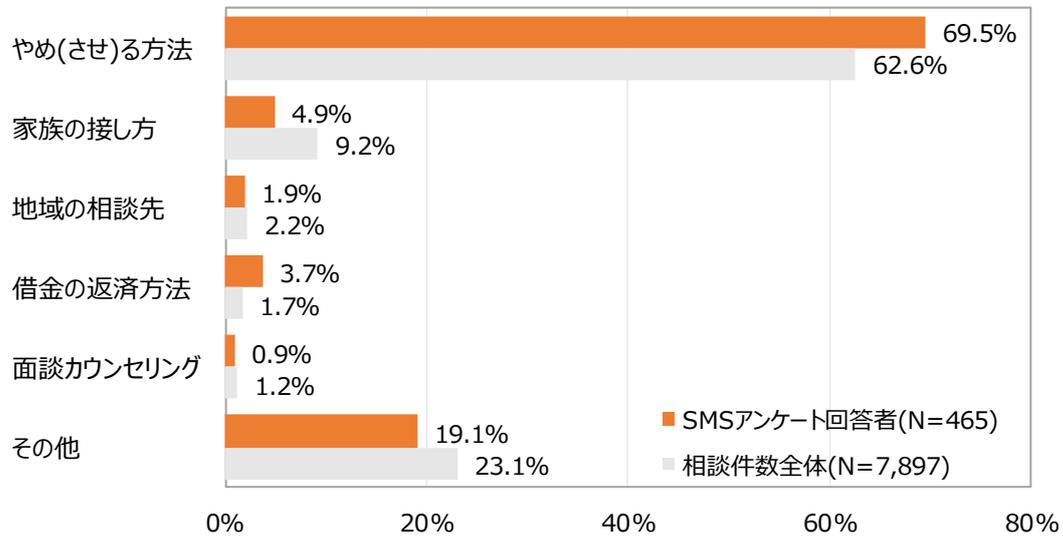
相談対象者の性別、年代



SMS アンケート回答者全体においても相談件数全体と同様、男性が全体の 89.7%と大多数を占め、女性の相談対象は 10.3%。SMS アンケート回答者と相談件数とで、相談対象者における男女比は同率となっている。

相談対象者の年代については、20 代が 21.1%、30 代が 26.7%、40 代が 27.3%と、20 代から 40 代が 75.1%と大多数を占める。10 代は全体の 2.8%、60 代以上は全体の 5.8%に留まる。相談件数とほぼ同様の傾向を示しているが、SMS アンケート回答者においては、「20 代」がやや少なく、「40 代」がやや多くなっている。

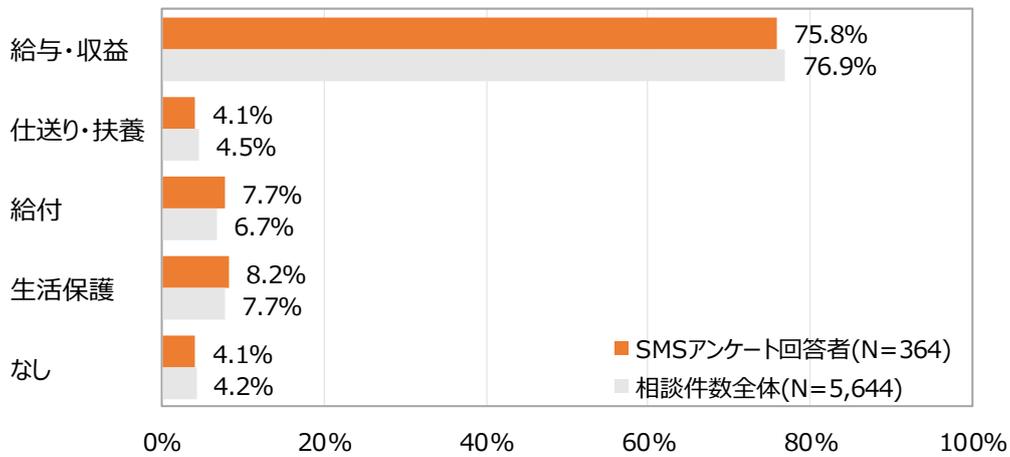
相談者の知りたい内容



相談者の知りたい内容としては「やめ（させ）る方法」が69.5%を占めており、相談件数全体の62.6%と比較して高く、SMS アンケート回答者は「ギャンブルをやめたい、やめさせたい」という意識がより顕著であると考えられる。続いて「家族の接し方」が4.9%、「借金の返済方法」が3.7%と続いている

「サポートコール」に対するニーズの傾向としては、相談件数全体とSMS アンケート回答者に大きく乖離していないことがわかる。

相談者の収入形態

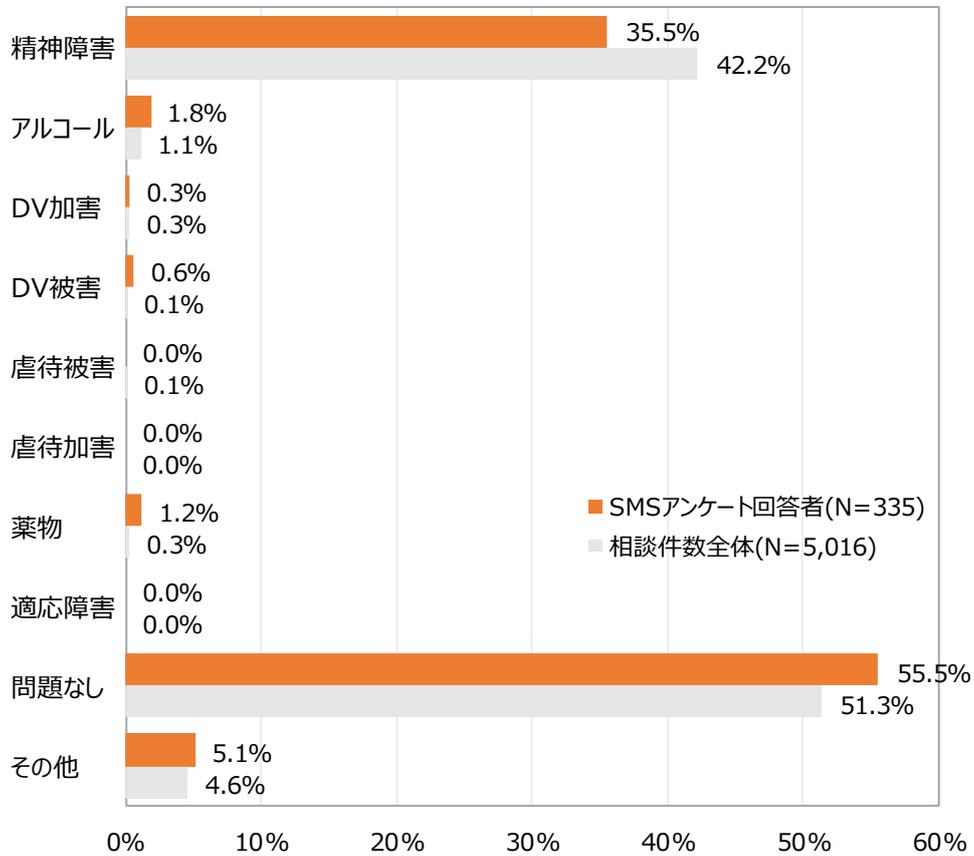


※各全体のうち、「収入形態不明」を除いた相談者が対象

SMS アンケート回答者全体では、対象件数である 364 件のうち、「給与・収益」を収入源とする相談者は 75.8%を占め、「生活保護」が 8.2%、「給付」が 7.7%と続く。「なし」が 4.1%であるため、全体の 95.9%には何らかの収入がある状況。

相談件数全体においても、各項目の割合は同水準となっており、また、何らかの収入がある割合についても 95.8%と同水準であることから、相談件数全体と SMS アンケート回答者の傾向に大きな差異は見られない。

相談者の併存状態

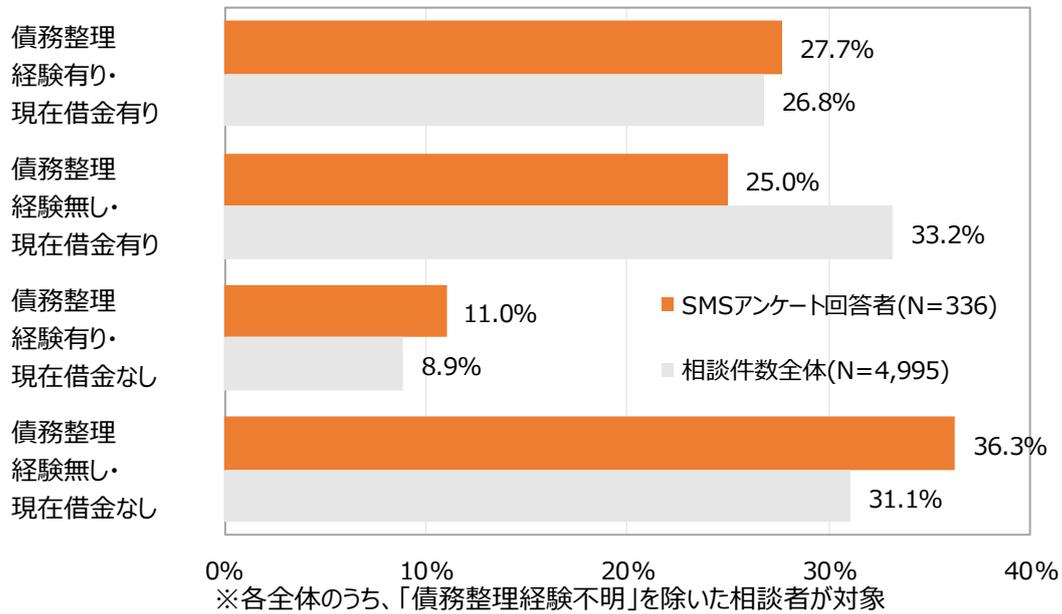


※各全体のうち、「併存状態不明」又は「回答拒否」を除いた相談者が対象

SMS アンケート回答者全体では、対象件数である 335 件のうち、ギャンブル等依存症と併存している問題がある回答は、「問題なし」を除いた 44.5%である。そのうち、「精神障害」が 35.5%となっている。

相談件数全体と比較すると、SMS アンケート回答者では問題がある方がやや多いものの、「精神障害」は低くなっている。「アルコール」「DV 被害」「薬物」等の問題が併存している方がやや多い様子。ただし、一般人口に占める精神障害の比率である 4.9%（「令和 5 年版 障害者白書」：内閣府ホームページより）を大きく上回っている点や、「不明」「回答拒否」の中に併存問題を有する方の割合の方が大きいことが推測される点については相談件数と同様であることが推測される。

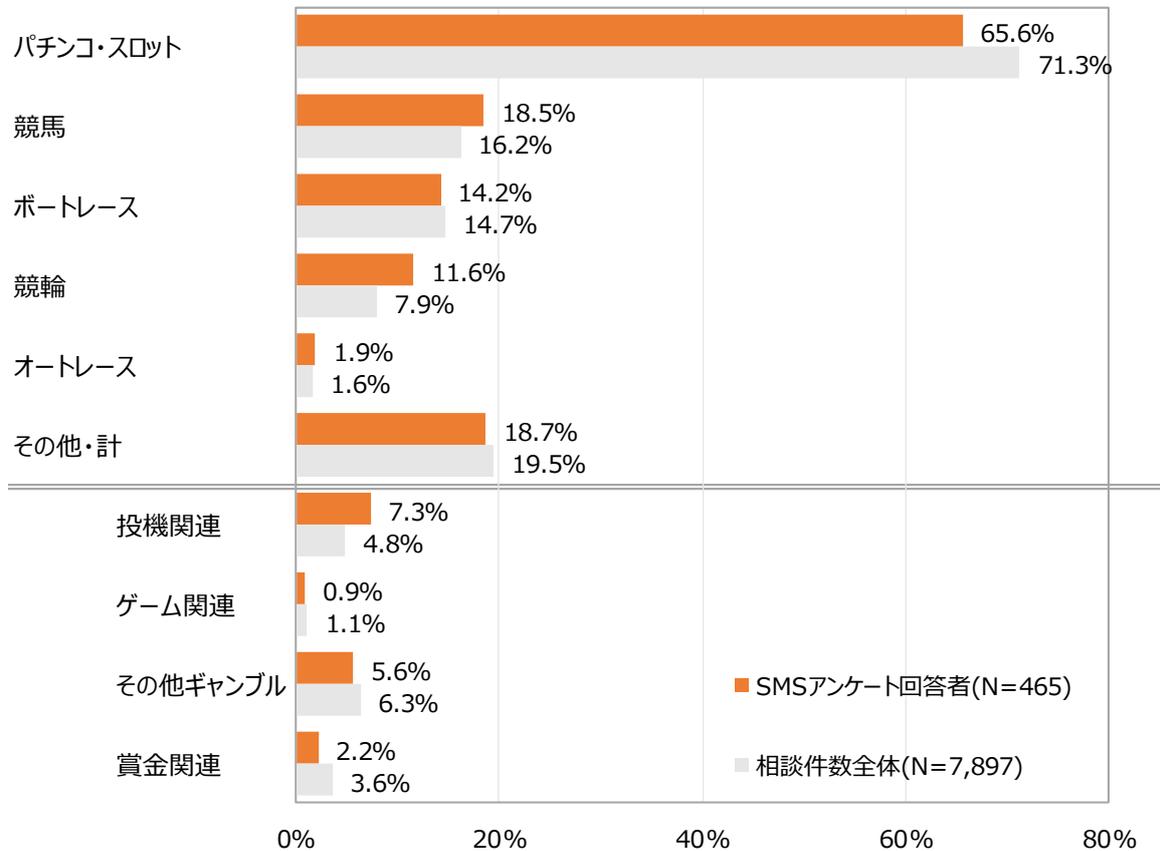
相談者の借金有無/債務整理経験



SMS アンケート回答者全体では、対象件数である 336 件のうち、債務整理経験「有り」が 35.7%、現在借金「有り」は 60.0%を占めている。なお、借金をしていない範囲の相談者は 40.0%となっている。

相談件数全体と比較すると、「債務整理経験無し・現在借金有り」が少なく、「債務整理経験無し・現在借金なし」が多い。

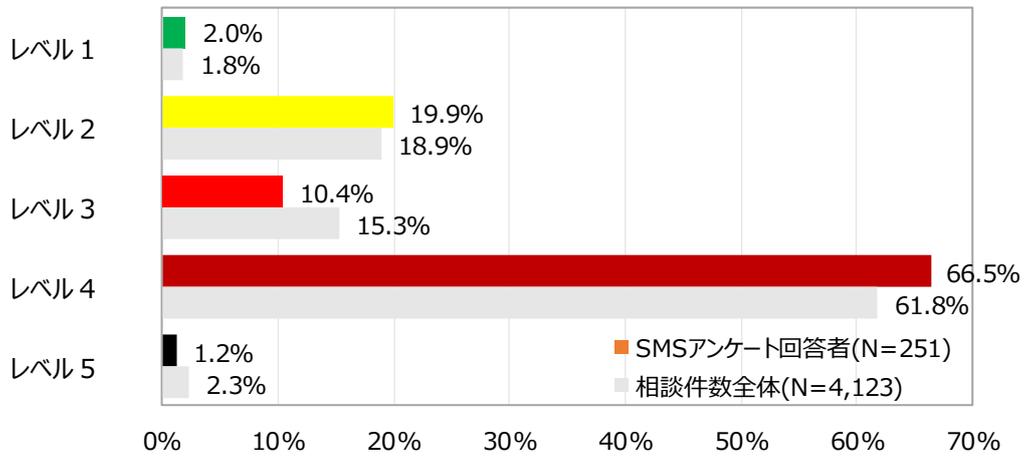
ギャンブル種類別の相談割合



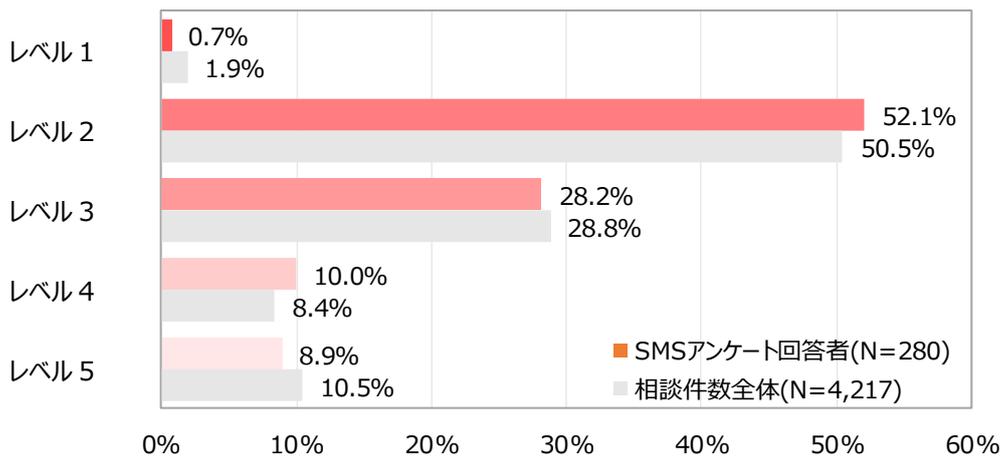
SMS アンケート回答者全体では、「パチンコ・スロット」が 65.6%、次いで「競馬」が 18.5%、「ボートレース」が 14.2%と続いている。「その他」は 18.7%を占めており、具体的なギャンブル種類の回答を得られた内容を分類すると、その内訳は「投機関連（株・FX、仮想通貨）」が 7.3%と最も多い。そのほかには、「その他ギャンブル（カジノ）」が 5.6%、「賞金関連（宝くじ、toto）」が 2.2%、「ゲーム関連（ゲーム、スマートフォン、インターネット、SNS）」が 0.9%となっている。

相談件数全体と比較すると概ね同傾向を示しているものの、「パチンコ・スロット」が低く、「競輪」がやや高い。「その他・計」はほぼ同水準であるものの、「その他」の内訳として「投機関連（株・FX、仮想通貨）」がやや高くなっている。

実生活への影響度レベル



自己認識レベル



実生活への影響度レベルについては、レベル3がやや下回っており、レベル4がやや上回っている。

自己認識レベルについては、レベル1～5のいずれにおいてもが相談件数とほぼ同水準である。

なお、実生活への影響度レベルと自己認識レベルの定義については、本レポートの2章で後述する。

1.2.2.5. クロス集計結果－属性別 SMS アンケート調査結果

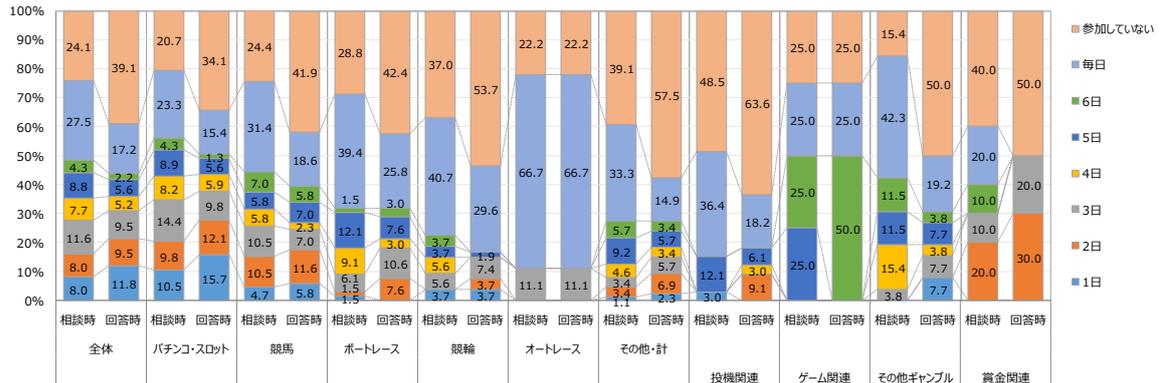
前項までで、SMS アンケート回答者と全相談件数に異なる際が生じていないか抜粋して比率を比較確認したところ、いくつかの特徴は散見されたものの、属性情報や相談時のギャンリング実態などに極端な差異は見られなかった。

そのため、SMS アンケート調査における数量回答の質問項目について、属性情報や相談時のギャンリング実態のクロス集計分析を行った。結果の比較を容易にするため、平均値を算出している。また、クロス集計軸のうち、「ギャンブル種類」については平均値のもととなる各回答状況も参考掲載する。

1 週間あたりのギャンブルへの平均参加日数



※参考：1 週間あたりのギャンブルへの参加日数（ギャンブル種類別）



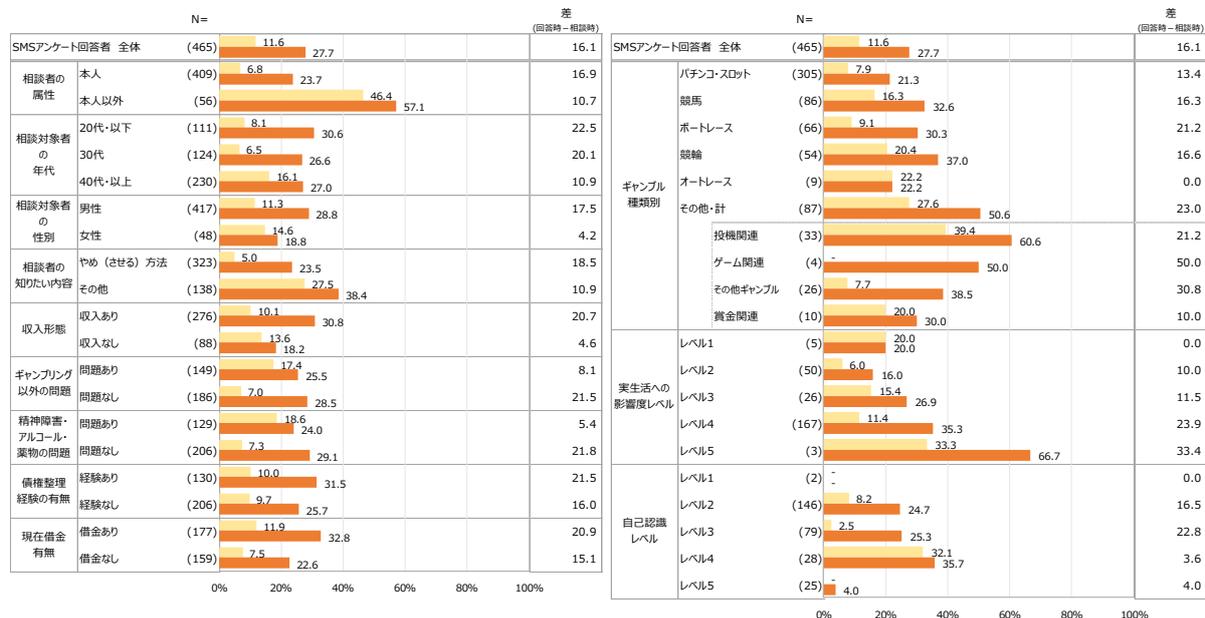
1 週間あたりのギャンブルへの平均参加日数は、「サポートコール」相談時が 3.52 日であったのに対し、SMS アンケート回答時には 2.41 日と、1 日以上減少している。

属性別に見ると、少サンプルのため参考値の属性を除き、全ての属性において相談前後で 1 週間あたりのギャンブルへの参加日数が低減していることがわかる。相談者の属性が「本人」である場合は-1.20 日、「本人以外」においても-0.46 日と、相談前後の属性差が 0.5 日以上となっている。次に、相談対象者の年代別については、「40 代以上」に比べて相談前の平均日数の多い「20 代以下」「30 代」について、「20 代以下」が-1.77 日、「30 代」が-1.46 日と、相談後には「40 代以上」と以下の平均参加日数に低減している。収入形態においても、平均参加日数が多い「収入あり」において、相談後には-1.40 日と「収入なし」と同水準に低減している。

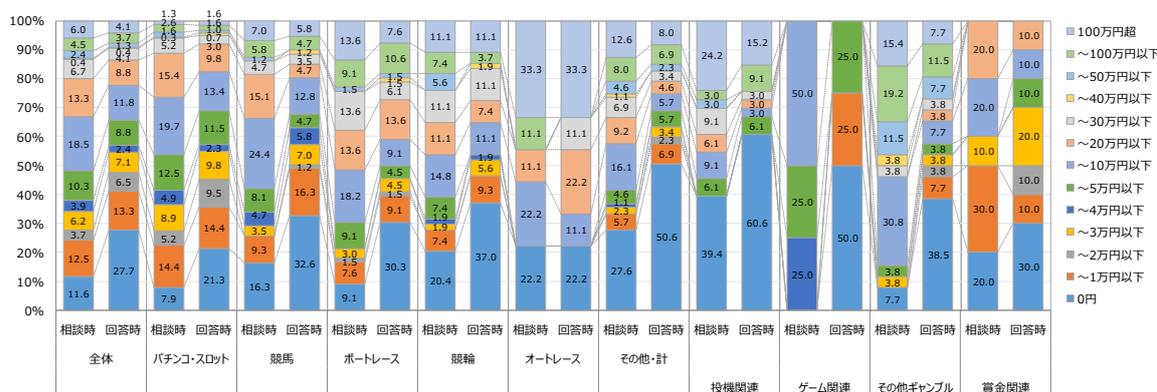
ギャンブル種類別については、該当サンプルの差が大きいことも考慮が必要ではあるものの、「パチンコ・スロット」「競馬」「ポートレース」「競輪」のいずれも相談前後で平均参加日数が同程度低減し、平均 3 日未満となっている。

※サンプル数 30 件未満の属性は参考掲載。

ギャンブルへの費用（「0円」の比較）



※参考：ギャンブルへの費用（ギャンブル種類別）



ギャンブルへの費用は、回答者による差異が大きいため平均額ではなく、「サポートコール」相談前後での「0円」の回答割合を比較する。「サポートコール」相談時に「0円」と回答した割合は11.6%であったのに対し、SMSアンケート回答時には27.7%と、16.1pt増加している。

属性別に見ると、全ての属性において相談前後でギャンブルへの費用が「0円」と回答した割合が増加していることがわかる。20代以下で22.5pt増加、30代で20.1pt増加、40代以上においても10.9pt増加しており、いずれの年代においても増加しており、特に若年層ほど大幅な増加が見られた。

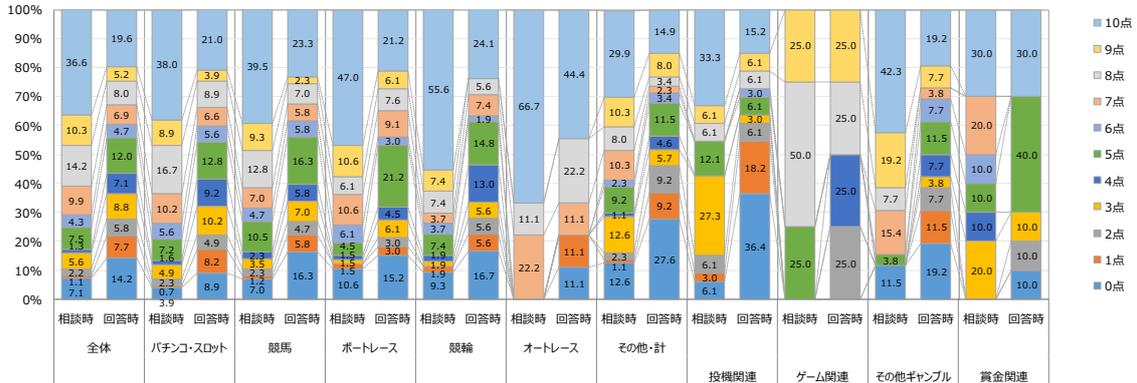
ギャンブル種類別については、該当サンプルの差が大きいことも考慮が必要ではあるものの、「パチンコ・スロット」「競馬」「競輪」においてはそれぞれ15ポイント前後と同程度の増加となったが、「ポートレース」「その他」においては20pt以上増加している。

※サンプル数30件未満の属性は参考掲載。

ギャンブルへの平均参加衝動



※参考：ギャンブルへの参加衝動（ギャンブル種類別）



ギャンブルへの平均参加衝動は、「サポートコール」相談時が7.32点であったのに対し、SMSアンケート回答時には5.17点と、2点以上減少している。

属性別に見ると、少サンプルのため参考値の属性を除き、全ての属性において相談前後でギャンブルへの参加衝動が低減していることがわかる。相談者の属性が「本人」である場合は-2.33点、「本人以外」では-0.85点と、相談前後の属性差が約1.5点となっている。相談対象者の年代別については、相談前の平均点数の高い「30代」で-2.74点と、相談後には「20代以下」「40代以上」と同水準の平均点に低減している。また、相談者の知りたい内容が「やめ(させる)方法」、収入がある方、ギャンプリング以外の問題がない方、精神障害・アルコール・薬物の問題がない方、現在借金がある方については、それぞれもう一方の属性層に比べて平均点の減少幅が大きく、より高い効果を得られていることが推測される。

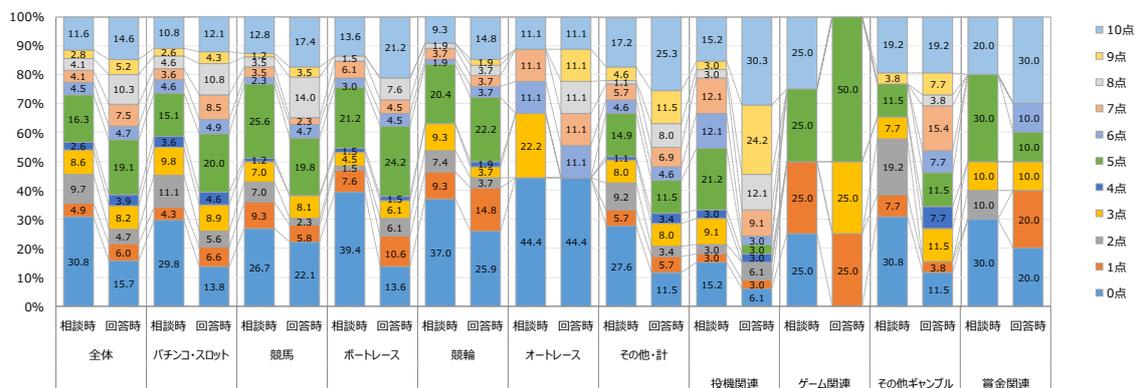
ギャンブル種類別については、該当サンプルの差が大きいことも考慮が必要ではあるものの、「パチンコ・スロット」「競馬」「競輪」「その他」層においてはそれぞれ2点前後の減少となったが、「ポートレース」においては2.74点減少している。

※サンプル数30件未満の属性は参考掲載。

ギャンブルに参加しない自信の平均点



※参考：ギャンブルに参加しない自信（ギャンブル種類別）



ギャンブルに参加しない自信の平均点は、「サポートコール」相談時が 3.72 点であったのに対し、SMS アンケート回答時には 5.08 点と、1 点以上増加している。

属性別に見ると、少サンプルのため参考値の属性を除き、全ての属性において相談前後でギャンブルに参加しない自身の平均点が増加していることがわかる。相談者の属性が「本人」である場合は+1.43 点、「本人以外」では+0.84 点と、相談前後の属性差が 0.59 点となっている。相談対象者の年代別については、「20 代以下」が+1.52 点、「30 代」が+1.95 点と、相談後には「40 代以上」以上に平均点が増加している。その他の質問における傾向からも、「20 代以下」「30 代」は「40 代以上」に比べて相談前後にポジティブな結果がより強く反映されやすい傾向が窺える。また、収入がある方、ギャンプリング以外の問題がない方、精神障害・アルコール・薬物の問題がない方、債務整理経験がある方、現在借金がある方については、それぞれもう一方の属性層に比べて平均点の減少幅が大きく、より高い効果を得られていることが推測される。

ギャンブル種類別については、該当サンプルの差が大きいことも考慮が必要ではあるものの、「ポートレース」が+1.55 点、「その他」が+1.87 点と他のギャンブルに比べて増加幅がやや大きくなっている。

※サンプル数 30 件未満の属性は参考掲載。

2章 相談者の実態分析

2.1 目的と概要

(1) 目的

相談者の具体的な実態把握を進めるために、依存症の傾向性・要因・進行過程を体系化する観点で収集データの実態分析を行い、早期解決に向けてどのような層にアプローチすべきかを明確にする。

(2) 概要

サポートコールを通して収集した情報を有益な形で世に発信していくためには、基礎的なデータ集計に加え、発症・経過・解決までをプロセスに分けて体系化する観点、今後注力すべきターゲットや対応内容の効果など社会貢献度をより高める観点が必要になると考えた。

<実態分析概要>

サポートコールで収集した相談データを基に、以下の分析を実施した。

- (1) 相談内容から、相談者のギャンブル依存による実生活への影響度合いを軽度から重度にレベル分けし、相談コール利用者全体の依存症の深刻度の傾向性とその要因などについて実態分析を実施。
- (2) 相談内容から、相談者のギャンブル依存に対する自覚の度合いを高から低にレベル分けし、相談コール利用者全体の依存症に対する自己認識について、本人や本人以外が相談した場合の実態やギャンブル種類による実態及び(1)の実生活への影響度レベルと掛け合わせて分析を行い、傾向と要因などについて整理した。
- (3) 相談内容及び回答内容から、相談者のギャンブル等依存症の悩みに応じて解決策を提示するなど適切な対応ができていのかどうかについて、医療機関や面談カウンセリングの案内などの解決先の提示状況を分析し、課題と要因について整理した。

2.2 相談者の依存症の深刻度（実生活への影響度レベル）

2.2.1 実生活への影響度レベルの定義

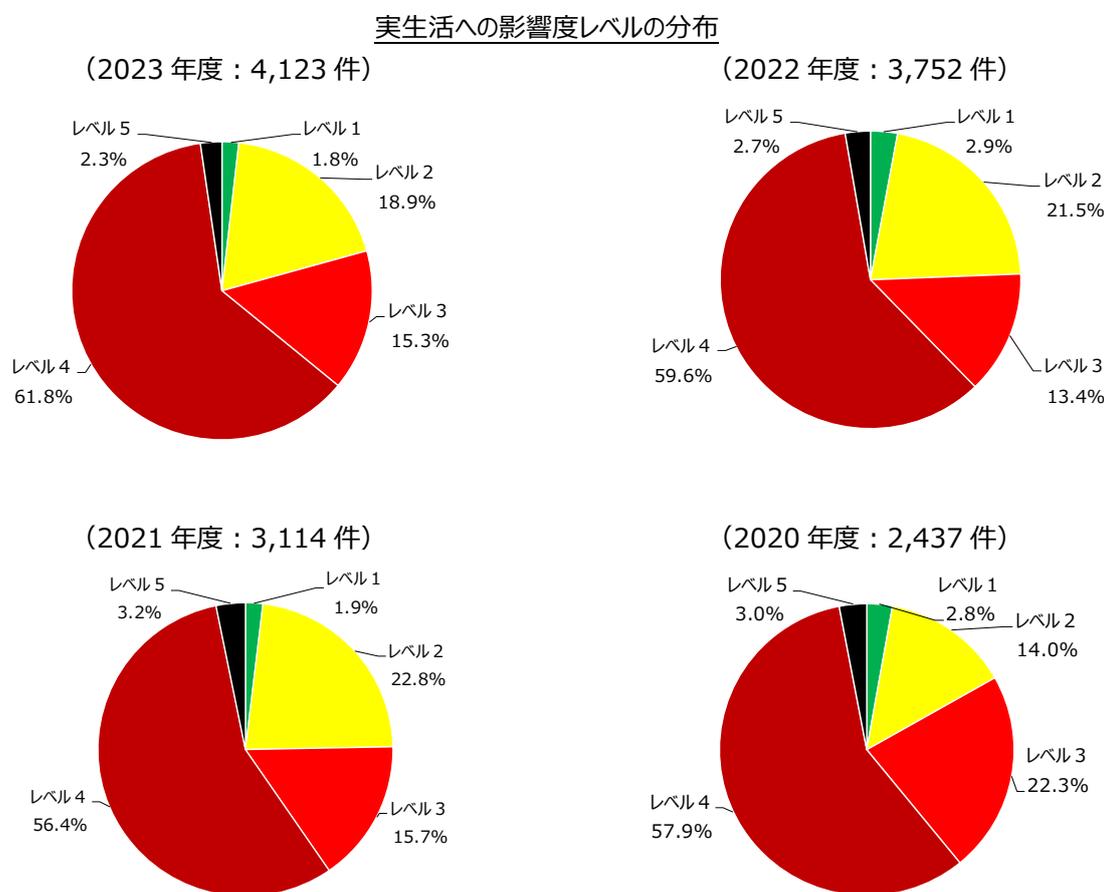
相談者のギャンブル依存の実態を把握するために、相談内容からギャンブル依存による実生活への影響度合いを分析し、深刻状況のレベルを「実生活への影響度レベル」として定義し、実生活に影響のない軽度のレベル 1 から犯罪行為まで及んだ重度のレベル 5 の計 5 段階に分類した。

以下の表に、実生活への影響度レベルに応じた定義と参考事例の概要をまとめた。

実生活への影響度レベルの定義

		分類	定義	相談者の声（概要）
高 深刻度	深刻度	レベル5 違法行為に手を染めている	<ul style="list-style-type: none"> ・犯罪行為によって取得した資金/刑事罰に至る可能性もある。 ・虐待、深刻なDV 	<ul style="list-style-type: none"> ・30歳で統合失調症。パチンコ依存症がひどくなって、窃盗事件を起こしてしまった。送検され不起訴。障害者雇用で4年働いたが今は無職。10月からパチンコやめている。
		レベル4 公的機関に借金がある/大金やほとんどの資金を投入するなど、生活が破綻に近い	<ul style="list-style-type: none"> ・公的機関から借りてしまった大きな資金がある。（後遺症がある）。 ・一般常識からかけ離れた賭け方をしている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・今はやめているが、過去にギャンブル依存があるが、手を出していない。パチンコとパチスロ。借金はあ。過去に自己破産した。でもお金もつると使いたくなってしまう。まだ依存症抜けてないと思う。返済が一部できなくなっている。
		レベル3 家族・友人に迷惑をかけている	<ul style="list-style-type: none"> ・家族/友人から纏まった借金をしてしまっている。 ・家事/育児放棄のレベル ・DVが始まっている 	<ul style="list-style-type: none"> ・2年ほど前からパチンコとポートルースを開始。給料が入るとすぐに全部使ってしまい家賃も払えない。友人に嘘をついて借金している。親とは金銭問題で絶縁状態。2ヶ月ほど通院したが効果を感じられずやめた。GAにも行って見たが時間の無駄だと感じてしまった。
		レベル2 実生活に影響が出始めている	<ul style="list-style-type: none"> ・将来に備えた貯金など手を付けたら後々後悔する資金に手をつける。 ・最低限これがないと生活できない資金（家賃、生活費等）に手をつける。 ・家事/育児等、家庭等ですべき役割が一部こなせなくなっている。 	<ul style="list-style-type: none"> ・生活保護を受けている。1月に仕事を辞めてしまってアパート代も払えなくなって保護を受けた。いつも仕事が長く続かない、発達か何かあるのかもと思う。ギャンブルのことをワーカーに言っていない。
低 深刻度	深刻度	レベル1 実生活に影響なし	余剰資金の範囲内。	<ul style="list-style-type: none"> ・競艇を電話投票でやっている。借金があるわけではなく自分の小遣いの範囲でやっているが、物価も高くなってきたし月に3万も5万も使うのはどうなのかなと。

2.2.2 実生活への影響度レベルの分析結果



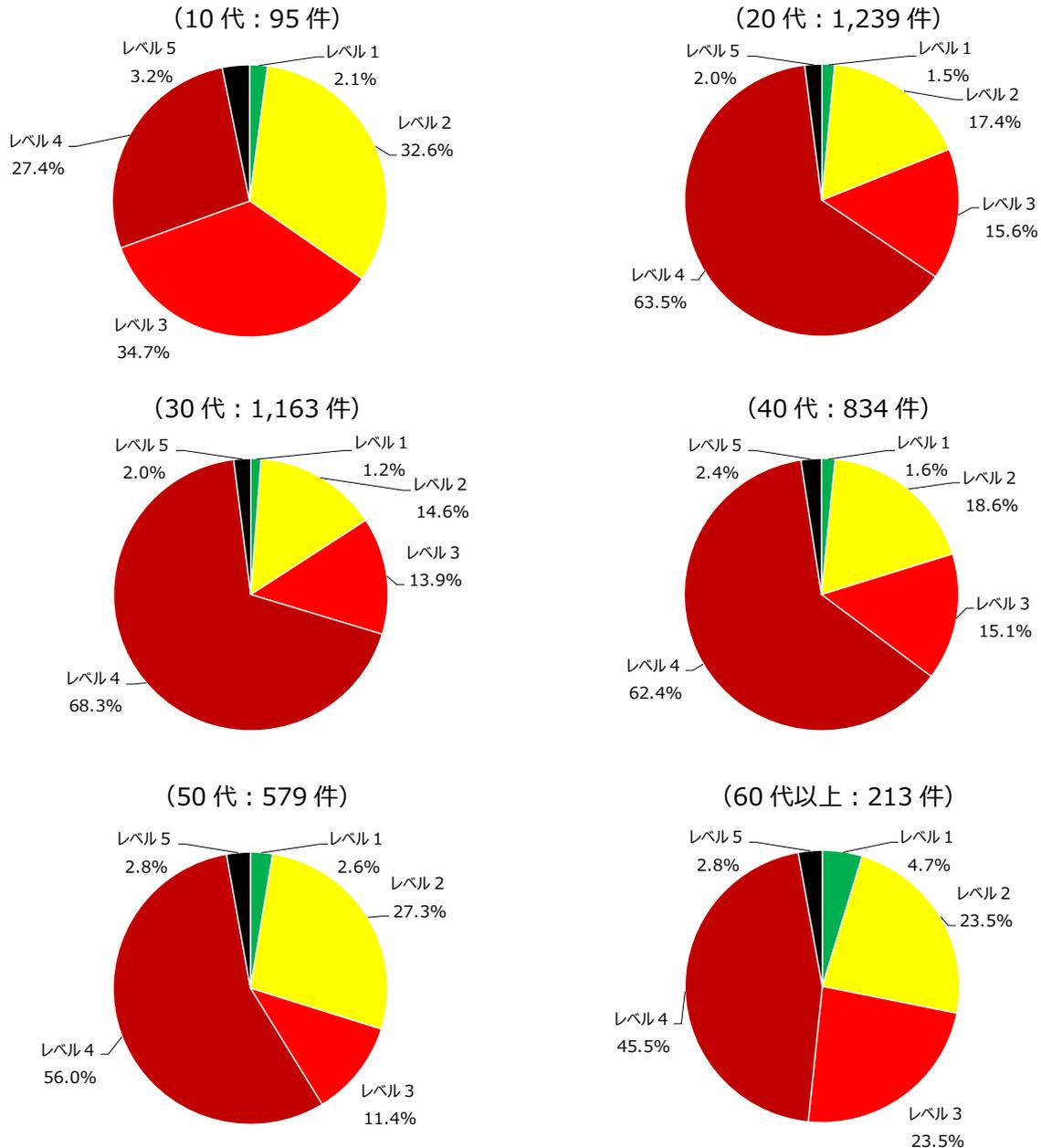
相談件数 7,897 件のうち、相談内容から深刻度の定義に基づいて実生活への影響度レベルを判定可能な 4,123 件を対象に分析を行った。

現状のサポートコール利用者のうち、レベル 4 以上が 64.1%、レベル 3 以上では 79.4%を占めており、纏まった借金があり、生活が破綻状態に近いレベルまで依存症が重症化している状態で「サポートコール」を利用するケースが大多数となっている。ただ前述のように債務問題に関するサポートコールの対応は現時点では不十分である。相談者に対して、従来のギャンブル等依存症自体の研修に加えて、「主体的かつ安全な債務処理の原則」についての研修も併せて行ってゆく必要がある。

早期回復のためには早期発見することが最も有効であるが、ギャンブル等依存症が比較的軽度といえる「レベル 1」は 1.8%、「レベル 2」は 18.9%と少ない。

2022 年度に比べ、レベル 1～2 の相談が減少し、レベル 3～4 の相談は増加している。ギャンブル等依存症や「サポートコール」に対する認知度の高まりとともに、ギャンブル等依存症に対する不安や悩みを抱えている方が依然として多くいる実態が窺える。

実生活への影響度レベルの分布：相談対象者の年代別



実生活への影響度レベルを判定可能な4,123件について年代別に分析を行った。

10代についてはレベル2が32.6%、レベル3が34.7%と、全体の67.3%を占める。比較的軽度といえるレベル1～2が34.7%と、他の年代に比べると軽症者は多い。60代以上においても同様に、レベル1～2が28.2%、レベル3が23.5%と半数以上を占めている。一方、20～50代では各年代とも重症化しているレベル4が過半数を占めており、年代を問わず深刻な状態で「サポートコール」を利用していることがわかる。特に、利用者数の多い20～40代ではレベル4が6割以上を占め、レベル1～2は2割以下に留まり、利用者の8割が深刻な状況にある。

違法行為に手を染めているレベル5については少数派であり、20代以上では2%台に留まる。ただし、10代では3.2%と相対的に高い。

2.3 相談者の依存症に対する自覚（自己認識レベル）

2.3.1 自己認識レベルの定義

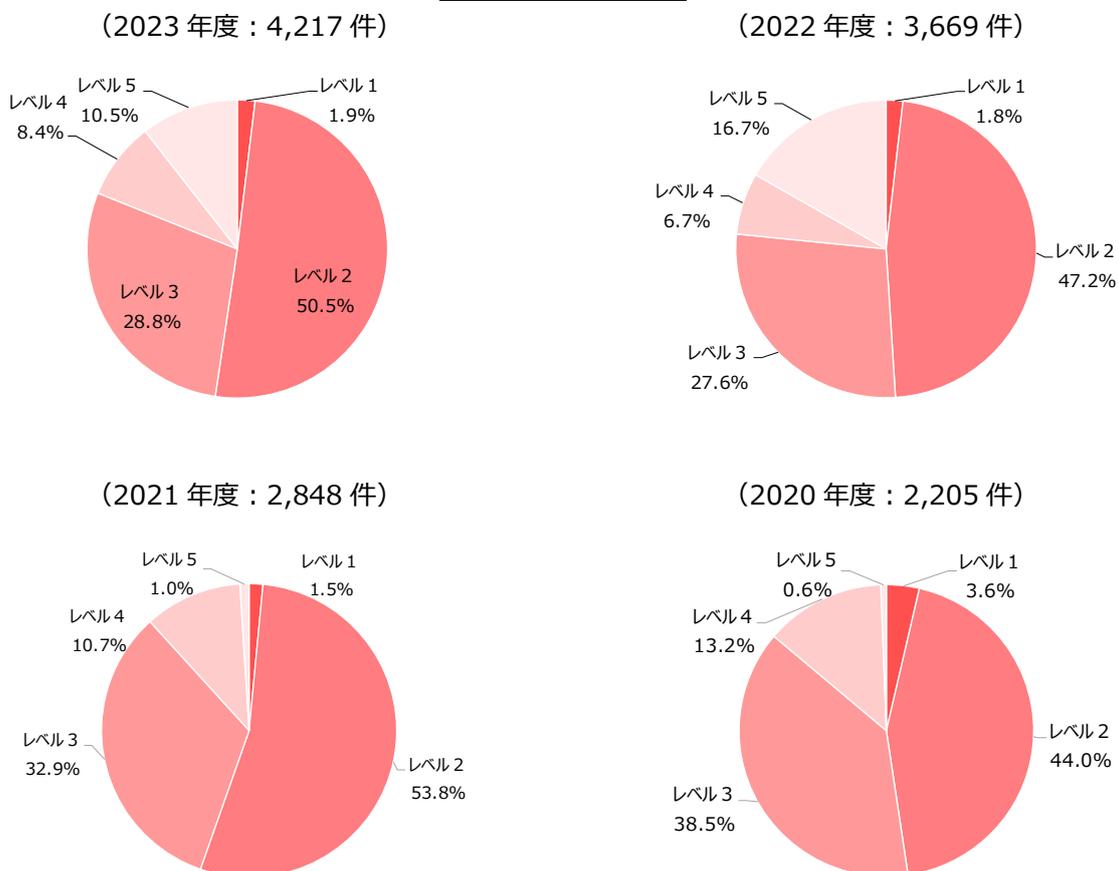
相談者のギャンブル依存の実態を把握するために、相談内容からギャンブル依存による自覚の度合いを分析し、依存症の自覚のレベルを「自己認識レベル」として定義し、自覚がない自己認識レベル1から直せないと思い込んでいたり、あきらめてしまっているレベル5の計5段階に分類した。

以下の表に、自己認識レベルに応じた定義と参考事例の概要をまとめた。

		分類	定義	相談者の声（概要）
低 自己認識	レベル1 全く悪いと思わない	依存症である自覚がない。	・競艇や競輪。ギャンブル依存症ではないが、ギャンブルする度に後悔する。借金はある。	
	レベル2 深刻だと認識している	依存症だと自覚を持ち始めている。	・1か月前から競馬をしてしまい、ちょっとやめられなくなっているので不安になってきたので、心配になって電話した。	
	レベル3 深刻だと認識し 変えたいと思っている	依存症だと自覚し、現状を変えようと思い始めている。	・ポートレース。依存症になりつつあるのでやめたい。解約しても翌日また登録できる。強制的にやめさせてほしいとお願いしたが書類を郵送するといわれて。周りに内緒にしているので、書類を受け取ることができない。	
	レベル4 変えたいと思って 動いている	依存症だと自覚し、現状を変えるために、自ら医療機関等に出向くなど、行動している。	・ここ最近つき込む金額が多くなった。前はパチンコだったが、競艇の方が勝つ金額が大きいので競艇に鞍替えした。借金はちよつとある どうしたらいいですかね、これ？ 10年前ぐらいにGAに行ったことあるけど遠くて通えず	
高 自己認識	レベル5 直せないと 思い込んでいる/ あきらめてしまっている	依存症は直らないと思い込んでいる。	・高校卒業後からパチンコ。もう10年になる。過去には借金を肩代わりし医療機関にも通ったが、グループが嫌で行かなくなった。今回は百何十万の借金。どうしたらよいか。本人は「やめられない」「なんで生んだんや」と言う。もう抱えられない。	

2.3.2 自己認識レベルの分析結果

自己認識レベルの分布



全体相談件数 7,897 件のうち、相談内容から自己認識レベルの定義に基づいて判定可能な 4,217 件を対象に分析を行った。

現状のサポートコール利用者のうち、相談者自身が置かれている状況を深刻だと認識している自己認識レベル 2 以上が 98.2%、現状を変えたいと思っているレベル 3 以上では 47.7%を占めており、自発的に相談コールを利用するケースが大多数となっている。

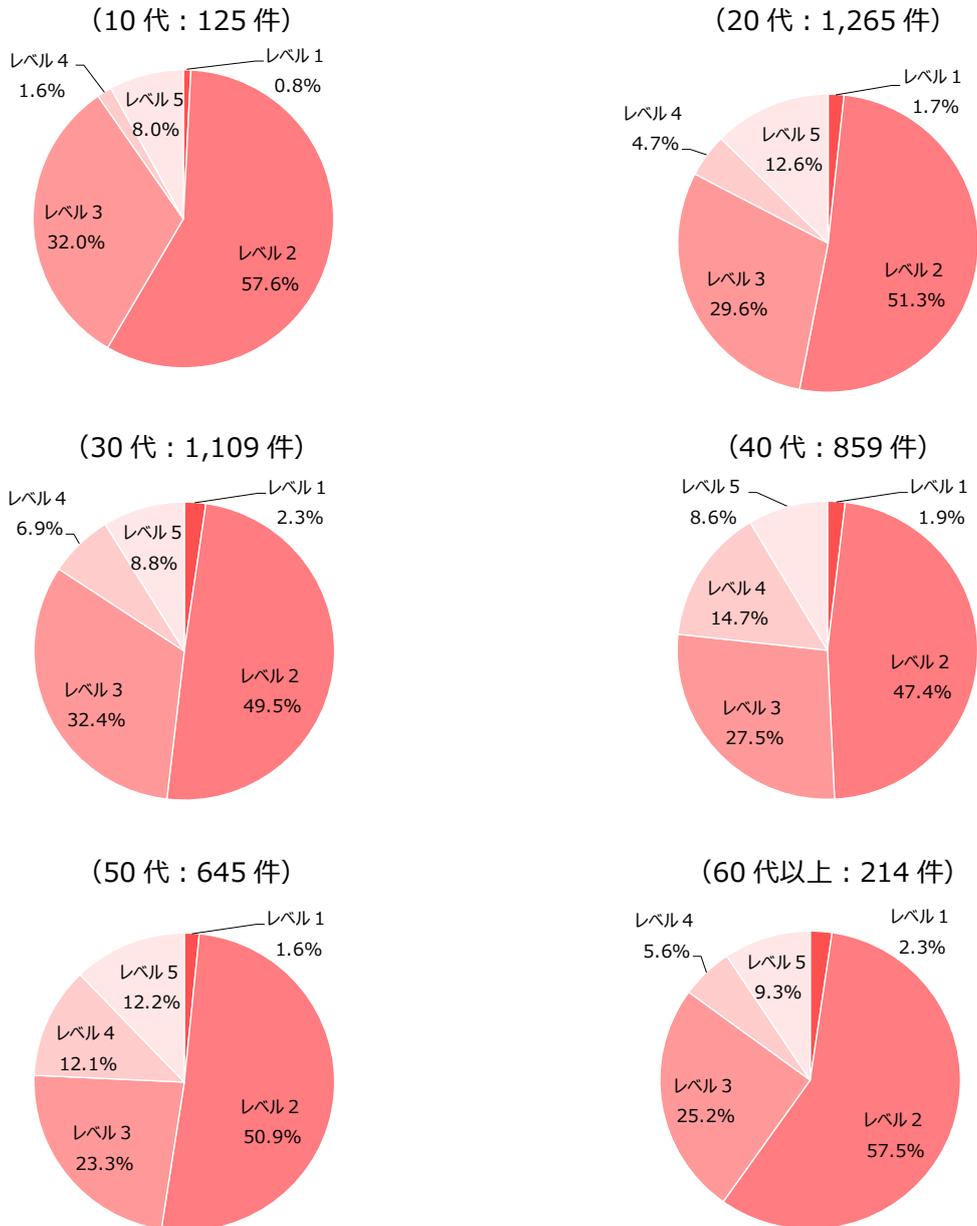
ギャンブル等依存症は直らないと思い込んでいる（または諦めてしまっている）「自己認識レベル 5」は 10.5%。ギャンブル等依存症である自覚がない（全く悪いと思っていない）「自己認識レベル 1」は 1.9%である。

2022 年度に比べて、レベル 2～4 が増加し、レベル 5 が減少している。

※2021 年度以前の自己認識レベル 5 について

「自覚症状や現状を変えるための行動の有無は問わず（不明確な状況下で）、直せない・諦めている」相談内容を対象にしていた。2022 年度以降では、レベル 2～4 で自覚症状を持っていることやレベル 3～4 で現状を変えようと思う・行動している状況であることを考慮し、レベル 5 には「自覚症状があり、現状を変えようとして行動している（していた）が、やめられない」状況下の相談者をレベル 5 としている。

自己認識レベルの分布：相談対象者の年代別

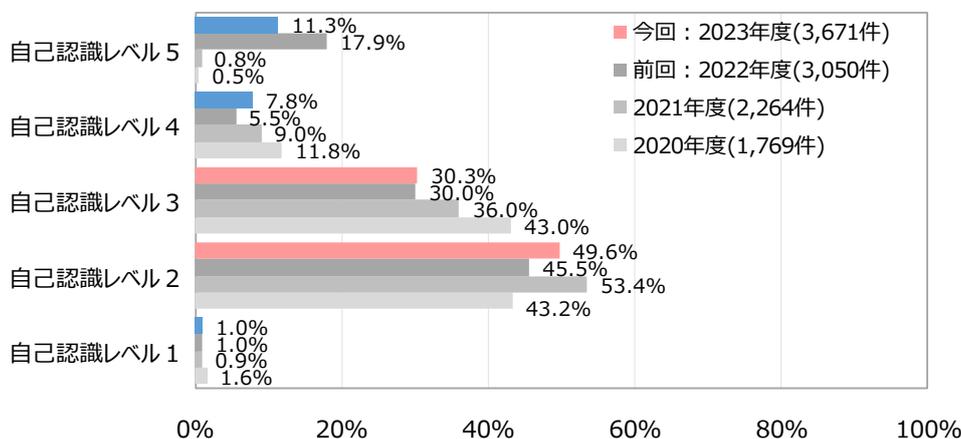


自己認識レベルを判定可能な 4,217 件について年代別に分析を行った。

自覚症状のないレベル 1、自覚症状があり現状を変えようと行動したが諦めてしまっているレベル 5 については、いずれの年代についてもレベル 1 が 3%未満、レベル 5 が 10%前後となっている。また、いずれの年代においても自覚症状はあるが行動はしていない状況下のレベル 2～3 が大半を占める結果となっているが、10代で 9割、20～30代及び 60代以上で 8割、40～50代では 7割半ばとそれぞれ差異が見られる。一方で、現状を変えようと行動しているレベル 4 については、10～30代及び 60代以上では 1割未満の極少数に留まるが、40～50代では 1割以上となっている。

本人及び本人以外が相談コールを利用する場合の自己認識レベルの傾向と要因について分析した結果を以下に整理した。

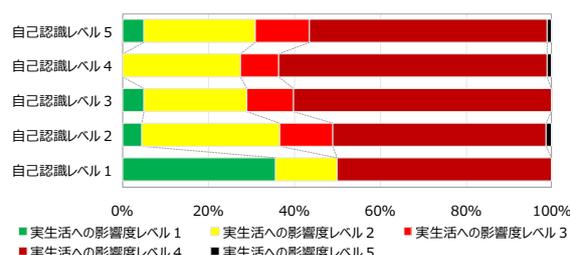
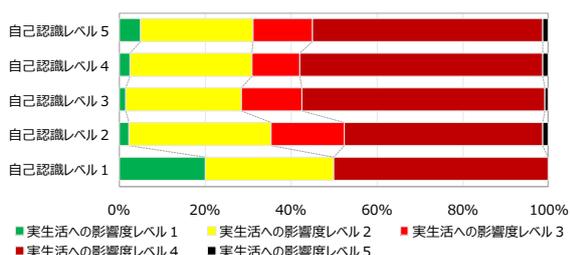
本人からの相談総件数並びに割合



本人からの相談/自己認識レベル×実生活への影響度レベル

(今回：2023年度)

(前回：2022年度)



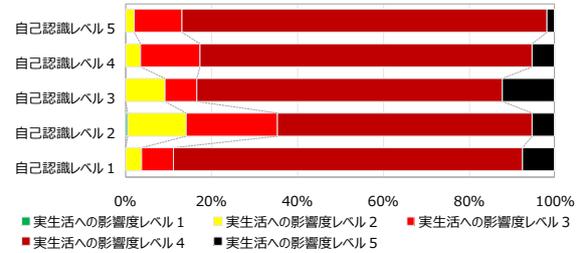
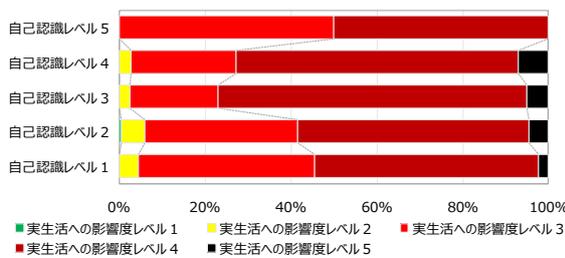
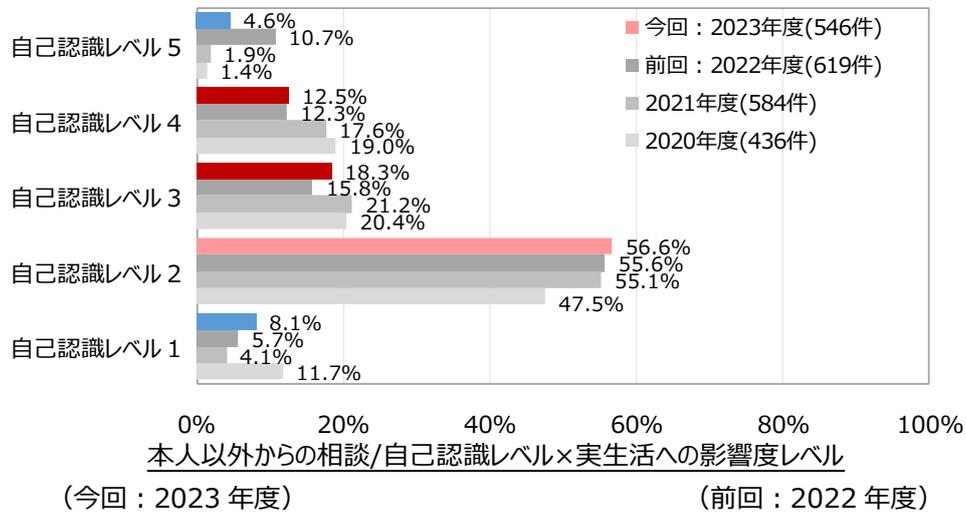
全相談件数 7,897 件のうち、本人からの相談である 6,180 件、さらに相談内容から自己認識の定義に基づいて自己認識レベルを判定可能な 3,671 件を対象に分析を行った。

本人自ら相談してくる場合は、自己認識レベル 2～3 が 79.9%を占めており、自分自身で深刻だと認識して利用するケースが大半である。

上述の対象者 3,671 件のうち、実生活への影響度レベルも判定可能な 1,920 件を対象に分析をすると、「実生活への影響度レベル 4」が 979 件の 51.0%で最も多く、依存症が重症化している状態の実生活への影響度レベル 3 以上は 1,294 件で 67.4%にのぼる。

自己認識レベルと実生活への影響度レベルの分布を見ると、いずれの自己認識レベルにおいても実生活への影響度レベル 4 の割合が最も高く、次いで実生活への影響度レベル 2 の割合が高い。自己認識レベル 1 では実生活への影響度レベル 1 の割合が自己認識レベル 2～5 に比べて高くなっている（※自己認識レベル 1 は少数サンプルのため参考）。

本人以外からの相談総件数並びに割合



全相談件数 7,897 件のうち、本人以外からの相談である 1,717 件、さらに相談内容から自己認識の定義に基づいて自己認識レベルを判定可能な 546 件を対象に分析を行った。

家族など本人以外が相談してくる場合においても、深刻な事態であると認識している自己認識レベル 2～3 が 74.9%を占めているものの、変えたいと思っているまたは行動している自己認識レベル 3～4 が 30.8%を占めている。2023 年度では、対象者もその周囲の人も深刻な事態であると認識したうえで相談するケースが大半であり、また、深刻な事態であると認識し、変えたいと思って相談するケースやすでに行動している方からの相談も多くなっていた。また、対象者には自覚がなくとも家族や友人が心配になり相談するケースも依然として多いことがわかる。

上述の対象者 546 件のうち、実生活への影響度レベルも判定可能な 342 件を対象に分析をすると、「実生活への影響度レベル 4」が 234 件の 68.4%で最も多く、依存症が重症化している状態の実生活への影響度レベル 3 以上は 315 件で 92.1%にのぼる。

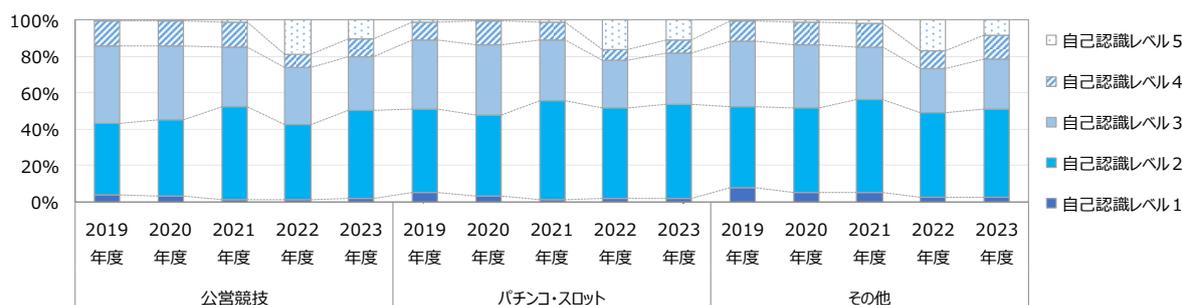
自己認識レベルと実生活への影響度レベルの分布を見ると、自己認識レベル 1 では実生活への影響度レベル 2～3 が増加しており、実生活への影響度レベル 4～5 の割合が相対的に減少している。自己認識レベル 2 では実生活への影響度レベル 1～2 が減少しており、実生活への影響度レベル 3～4 の割合が相対的に増加している。自己認識レベル 3 では実生活への影響度レベル 3～4 が増加しており、実生活への影響度レベル 5 の割合が相対的に減少している。自己認識レベル 4 では実生活への影響度レベル 2 が増加しており、実生活への影響度レベル 3 の割合が相対的に減少している。「早期発見・早期回復」の実現のためには、対象者の依存症がより軽度な段階で本人以外もより早く気付けるかが重要になると考えられる。総合的な解決・支援・早期利用のためには、ギャンブル等依存症の悩みを抱えている本人のみを対象とした啓発活動のみでなく、幅広い人々を対象とした啓発活動も重要と考えられる。

ギャンブル種類別における自己認識レベルの傾向と要因について分析した結果を以下に整理した。

ギャンブルの種類分類

分類名	概要
公営競技	競馬、競輪、ポートレース、オートレースの単発 および それぞれの組合せ
パチンコ・スロット	パチンコ・スロットの単発 および 他ギャンブルとの組合せ
その他	株・FX、カジノ、ゲーム、スマートフォン、宝くじ、インターネット、仮想通貨、toto、SNSなどの単発 および それぞれの組合せ

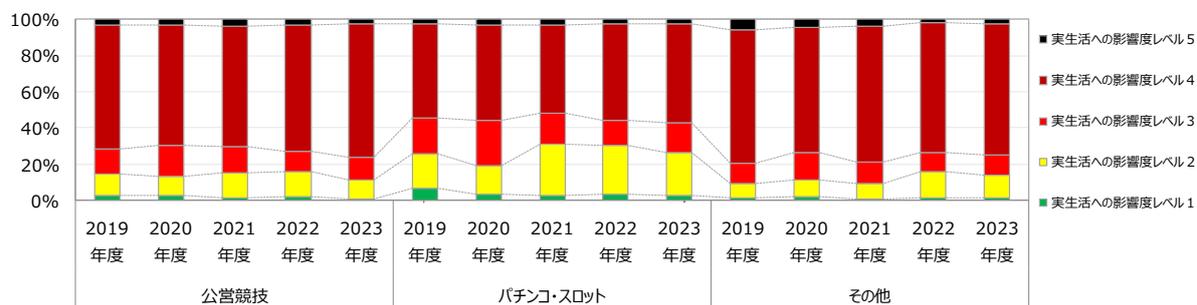
ギャンブル種類別の自己認識レベル



※今回：2023年度（4,217件）、前回：2022年度（3,536件）、
2021年度（2,732件）、2020年度（2,114件）、2019年度（2,320件）

ギャンブル種類別の自己認識レベルでは、「公営競技」「パチンコ・スロット」「その他」のいずれも「自己認識レベル 2」がそれぞれ最も多い。「公営競技」「パチンコ・スロット」に比べて「その他」では「自己認識レベル 1」が僅かに上回っており、株・FX やカジノなどはギャンブルである自覚を持たれ難い状況が窺える。一方で、「自己認識レベル 4」も「その他」で最も多く、すでに現状を変えようと行動している人が多い様子も窺える。

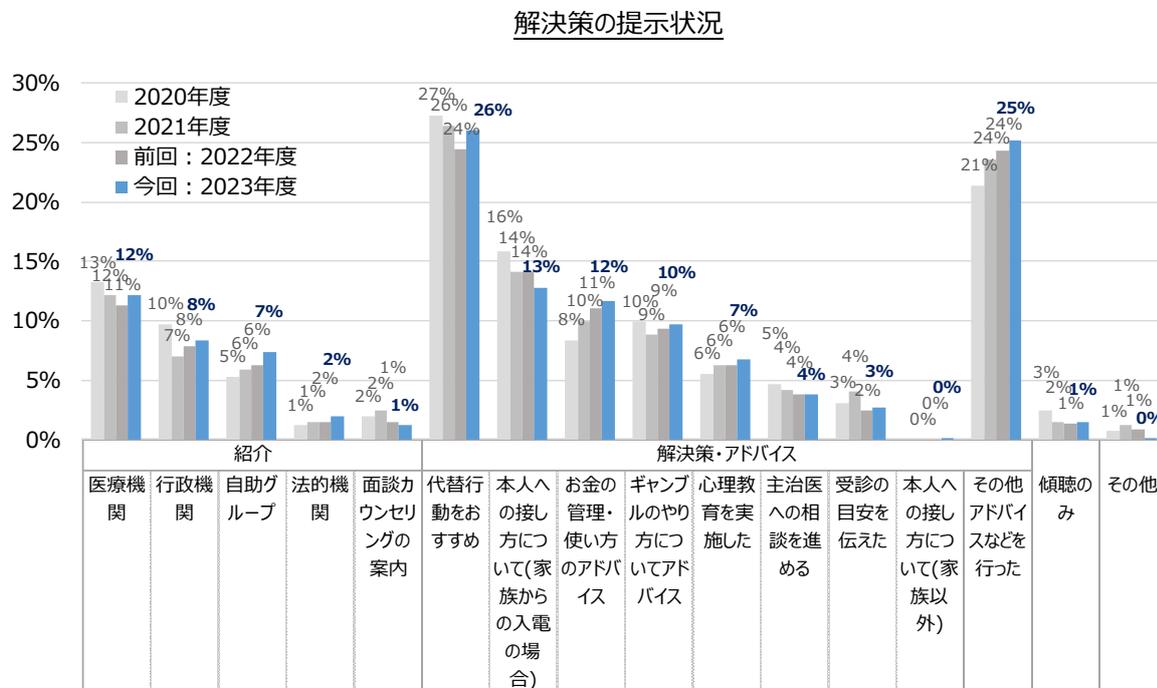
ギャンブル種類別の実生活への影響度レベル



※今回：2023年度（4,123件）、前回：2022年度（3,615件）
2021年度（3,022件）、2020年度（2,114件）、2019年度（2,245件）

ギャンブル種類別の実生活への影響度レベル 3 以上の割合は、「公営競技」で 88.7%、「パチンコ・スロット」で 73.8%、「その他」で 86.4%である。「公営競技」「その他」に比べて「パチンコ・スロット」では、実生活への影響度レベル 2～3 が高く、レベル 4 が低い。

2.4 解決策の提示状況



相談件数 7,897 件のうち、ギャンブル等依存症に関する相談があった 7,477 件について、傾聴のみに留まるケースは、全体の 1.4%に留まり、大多数の相談者に対して何らかの案内やアドバイスを実施できている。

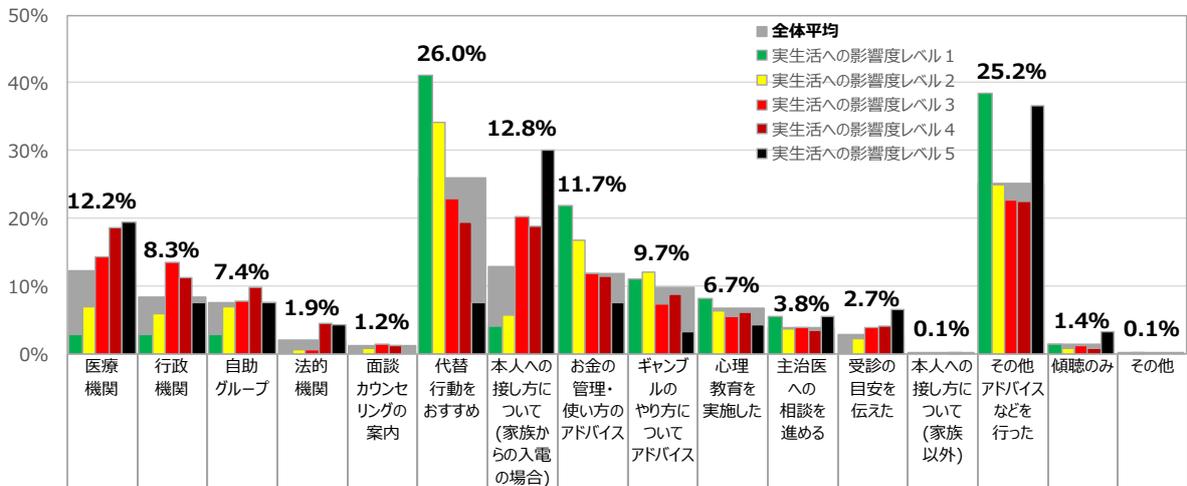
主たるアドバイス内容としては、「代替行動」（26.0%）、「その他アドバイスなど」（25.2%）、「本人への接し方（家族からの入電の場合）」（12.8%）、「医療機関」（12.2%）、「お金の管理・使い方のアドバイス」（11.7%）の 5 項目であった。「その他アドバイスなど」が 2 番目に多いことから、具体的研修が一層求められる。既に項目化されているアドバイスについても、「代替行動」に関しては単なる代わりの趣味やレジャーのすすめではなく、個々のギャンブル動機を評価したうえで、その動機にマッチした代替行動をすすめるような、より戦略的な対処法が求められる。

これらのアドバイスとは別に、各リファー先への案内が 1 割前後と分散していることから、傾聴内容から必要に応じたりリファー先を案内していることが窺える。

2022 年度に比べて顕著な変化は見られないが、「自助グループ」「法的機関」への案内や「お金の管理・使い方のアドバイス」「ギャンブルのやり方についてアドバイス」「心理教育を実施した」は年々増加傾向にある一方、「本人への接し方（家族からの入電の場合）」「主治医への相談を進める」は微減傾向にある。

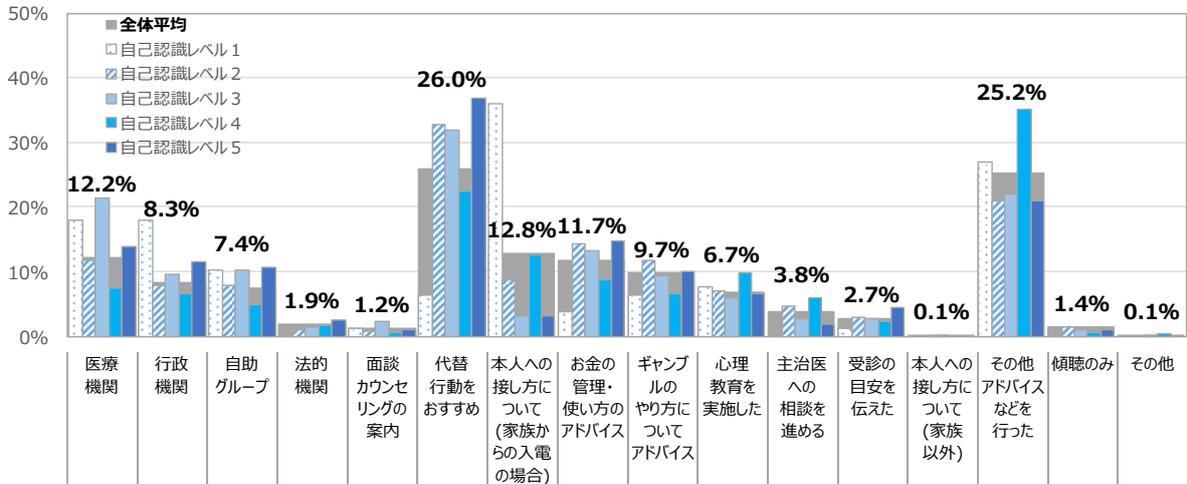
社会情勢や生活環境の変化に伴い「サポートコール」への相談者や相談内容、またその対応に変化が生じていないか今後もヒアリングするとともに包括的な視点で分析を重ねていく必要があるといえる。

解決策提示状況×実生活への影響度レベル



実生活への影響度レベル別の解決策の提示状況を確認すると、比較的深刻な状態に置かれている実生活への影響度レベル 3 以上においては、「医療機関」「行政機関」「自助グループ」「法的機関」といった案内や「本人への接し方について(家族からの入電の場合)」が実生活への影響度レベル 1～2 に比べてより多く実施されている。一方影響度レベル 1～2 においては、「代替行動」や「お金の管理・使い方」「ギャンブルのやり方」「心理教育の実施」など具体的なアドバイスが多い。また「傾聴のみ」は実生活への影響度レベルを問わず 5%未満に留まっており、どのような状況下の相談者に対しても寄り添った対応がなされていることが窺える。早期発見早期回復の責務を全うするために、「傾聴のみ」に留まったケースを継続的に低減させることができているが、適切な解決策・アドバイスを伝えることは今後も課題である。

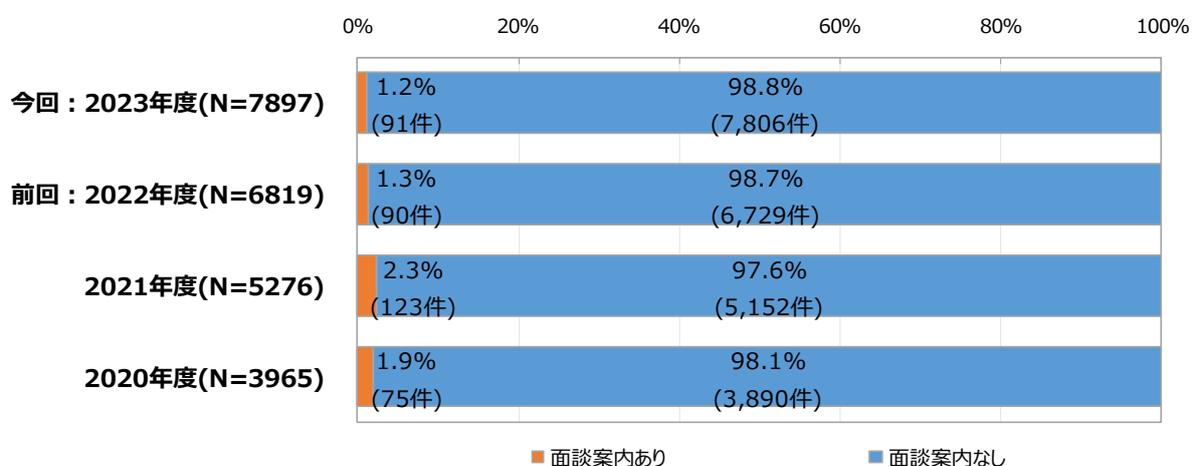
解決策提示状況×自己認識レベル



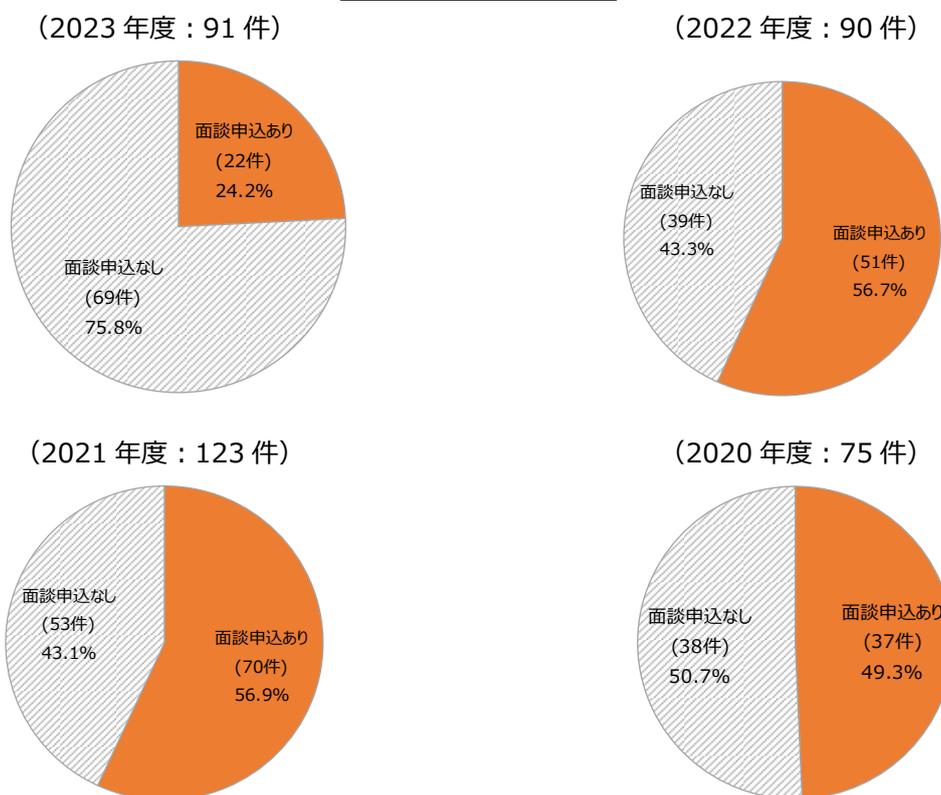
自己認識レベル別の解決策の提示状況を確認すると、自己認識レベル3の相談者に対しては「医療機関」を案内、自己認識レベル4の相談者に対しては「心理教育を実施した」「その他アドバイスなどを行った」、自己認識レベル5の相談者に対しては「代替行動をおすすめ」が比較的多く実施されている。自覚症状のない自己認識レベル1の相談者に対しては「行政機関」への案内のほか、「本人への接し方について(家族からの入電の場合)」が特に多い。自覚症状がない相談者は相談者本人であることよりも、身近な家族・親族などからの入電が多いことによる影響と推測される。

「傾聴のみ」の対応は自己認識レベル2～5で1%前後出現している。前述の通り、「代替行動をおすすめ」「その他アドバイスなどを行った」が高いことから相談者の置かれた状況に応じた細やかな対応が必要となっていることが窺え、傾聴した内容から適切なアドバイス行動ができるよう相談ケースの蓄積・整理が望まれる。

面談案内件数

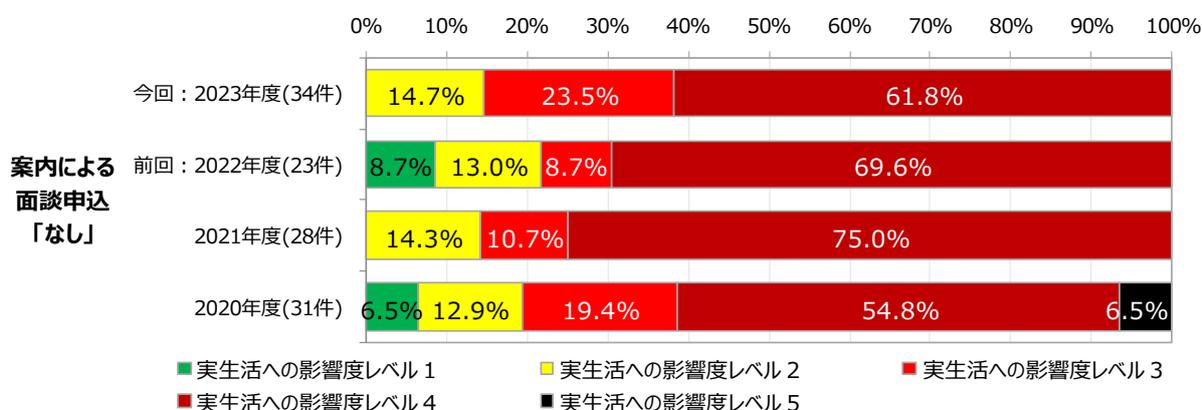


案内による面談申込件数

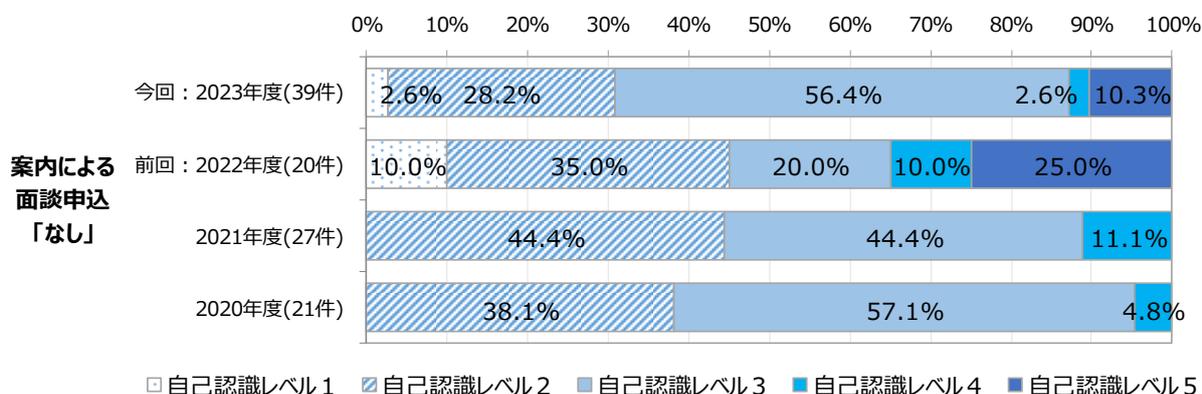


相談員による面談カウンセリングの案内があった案件（91件）のうち、申込まで進んだ相談者は24.2%（22件）で、残りの75.8%（69件）の相談者は面談申込をすすめたにもかかわらず面談カウンセリングの申込をしなかった。面談カウンセリングを必要とする相談者に対して、積極的な案内を今後も継続するとともに、今後の推移を見守る必要がある。

申しなかった相談者×実生活への影響度レベル



申しなかった相談者×自己認識レベル



面談カウンセリングをすすめても、申し込みをしなかった利用者は、比較的深刻な実生活への影響度レベル 3 以上が 85.3%を占め、依存症が重症にもかかわらず面談を申し込まなかった。

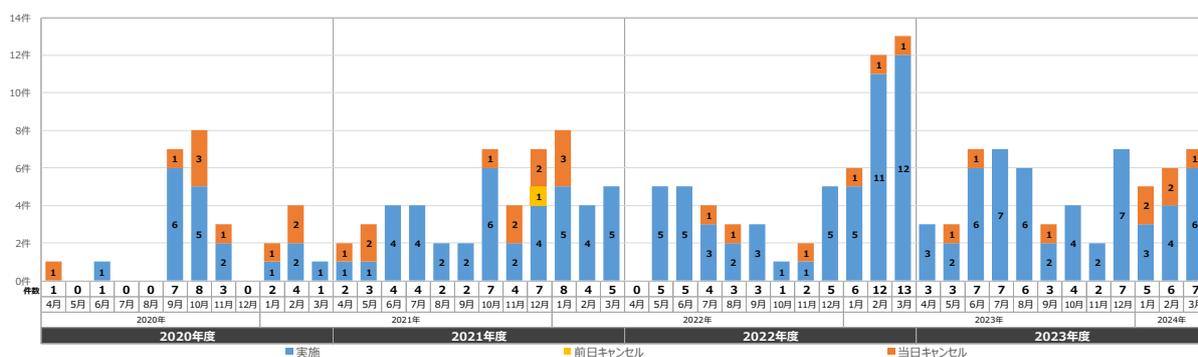
また、申し込みをしなかった相談者のうち、本人が依存症であると自覚している自己認識レベル 2 の利用者は 28.2%、現状を変えたいと思っている自己認識レベル 3～4 の利用者は 59.0%であった。依存症の自覚や克服したい意思がある大部分の利用者が「無料カウンセリング」にもかかわらず面談を申し込まなかったわけである。

この背景には、利用者に対して面談カウンセリングの意義が十分に伝えられていない可能性がある。利用者の抱える対人葛藤やストレスの共感と評価、そしてそれに対する面談カウンセリングの有用性を明確に伝える必要がある。

2.5 面談カウンセリング実態調査

2.5.1. 面談カウンセリング実施内容

面談カウンセリング実施状況
(2020年4月～2024年3月)



面談カウンセリング実施状況は、「実施」が2020年度で18件、2021年度で40件、2022年度で53件、2023年度で52件である。直近4年度で合計163件実施している。

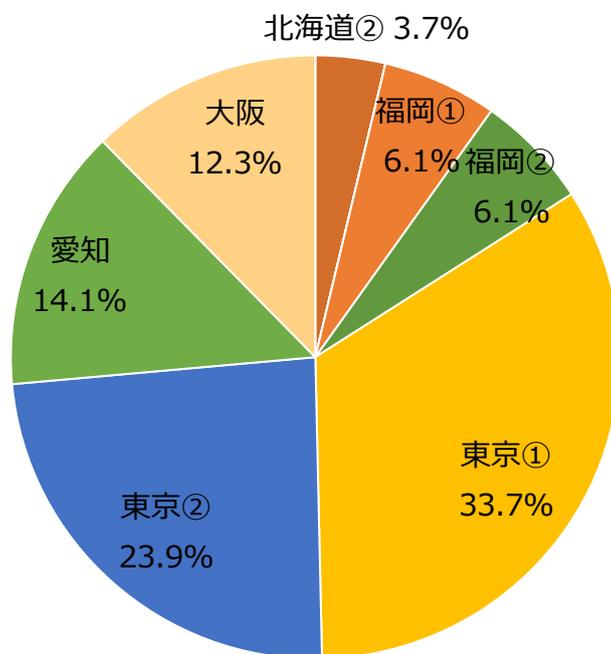
「前日キャンセル」「当日キャンセル」は2020年度で9件、2021年度で12件、2022年度で6件、2023年度で8件である。直近4年度で合計35件実施している。

月別に見ると、2023年度においては、各月2～7件の実施となった。

次項以降については、面談カウンセリング実施者を対象に結果を示す。

面談拠点名

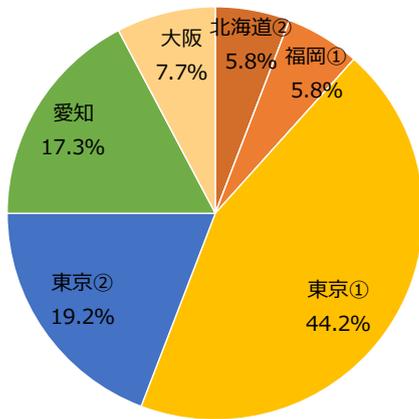
(2020年4月～2024年3月：163件)



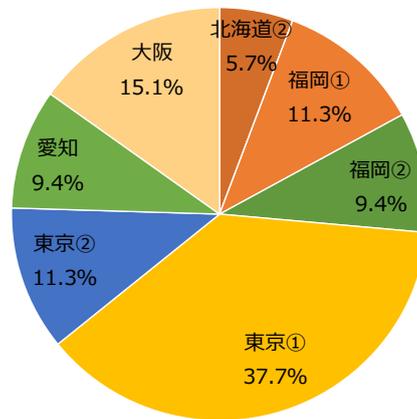
直近4年度の実施件数163件のうち、面談カウンセリングを実施したルーム名は「東京①」が33.7%と最も多く、次いで「東京②」が23.9%、「愛知」が14.1%、「大阪」が12.3%と続く。上位4箇所ですべての84.0%を占めている。

面談拠点名（直近4年度の推移）

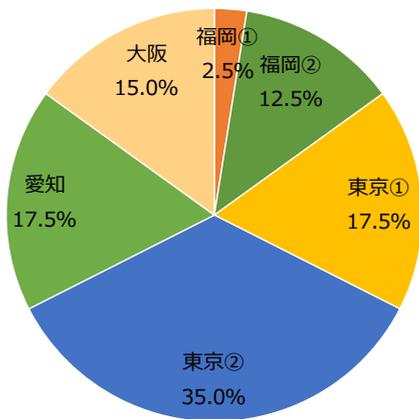
（2023年度：52件）



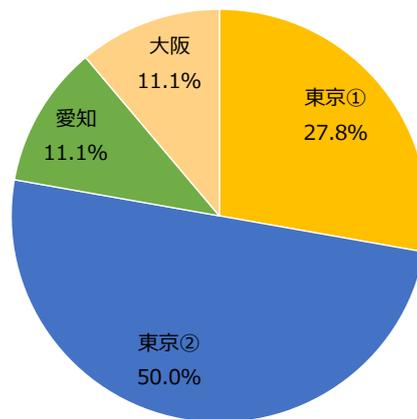
（2022年度：53件）



（2021年度：40件）



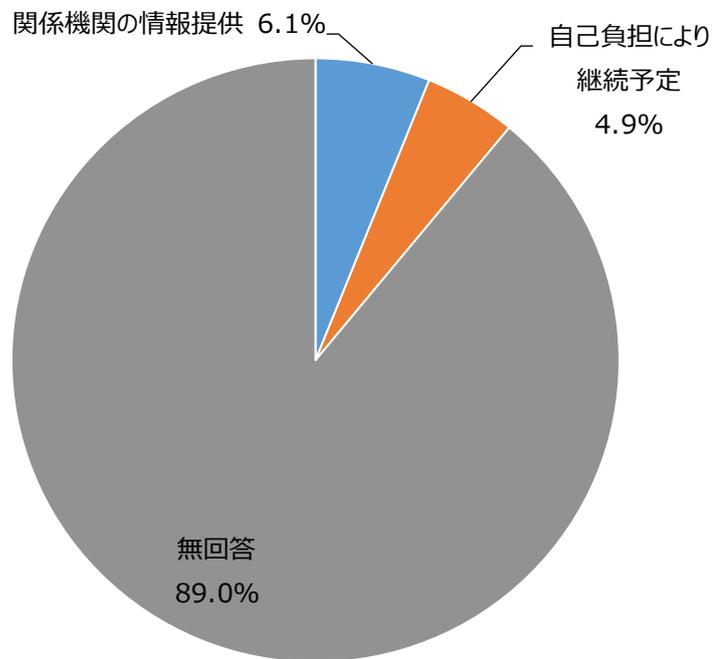
（2020年度：18件）



面談カウンセリングを実施した面談拠点名について、2023年度においては、「東京①」が44.2%と最も多く、次いで「東京②」が19.2%、「愛知」が17.3%、「大阪」が7.7%、「北海道②」「福岡①」が各5.8%の割合となっている。

2022年度に比べ、「東京①」「東京②」「愛知」が増加し、「福岡①」「福岡②」「大阪」は相対的に減少している。

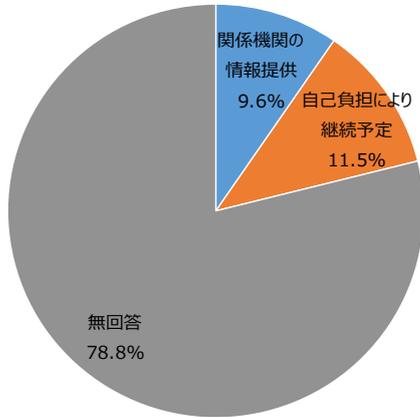
面談実施後の予定
(2020年4月～2024年3月：163件)



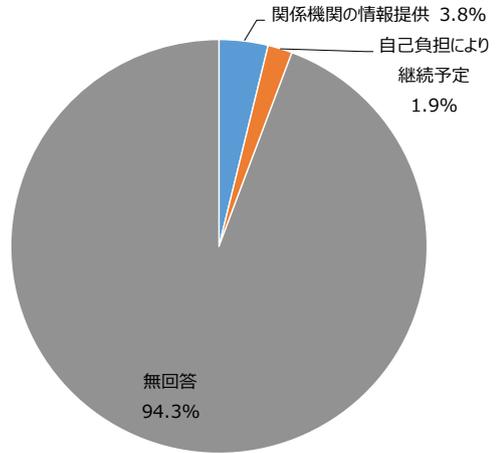
直近4年度の実施件数163件について、面談実施後の予定は「無回答」が89.0%と大多数を占めているため参考値となるが、「関係機関の情報提供」が6.1%、「自己負担により継続予定」が4.9%の割合。

面談実施後の予定（直近4年度の推移）

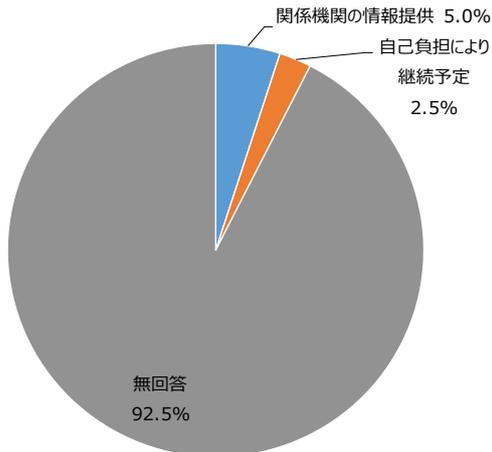
(2023年度：52件)



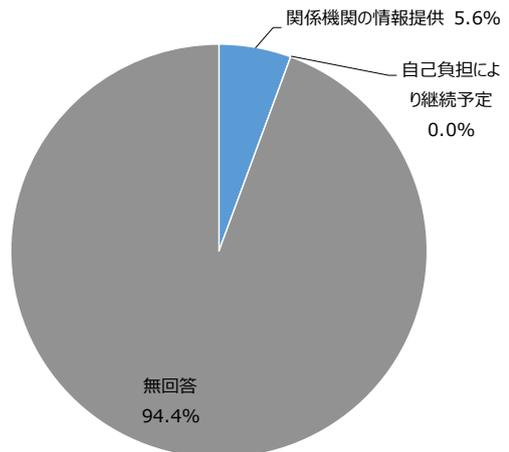
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



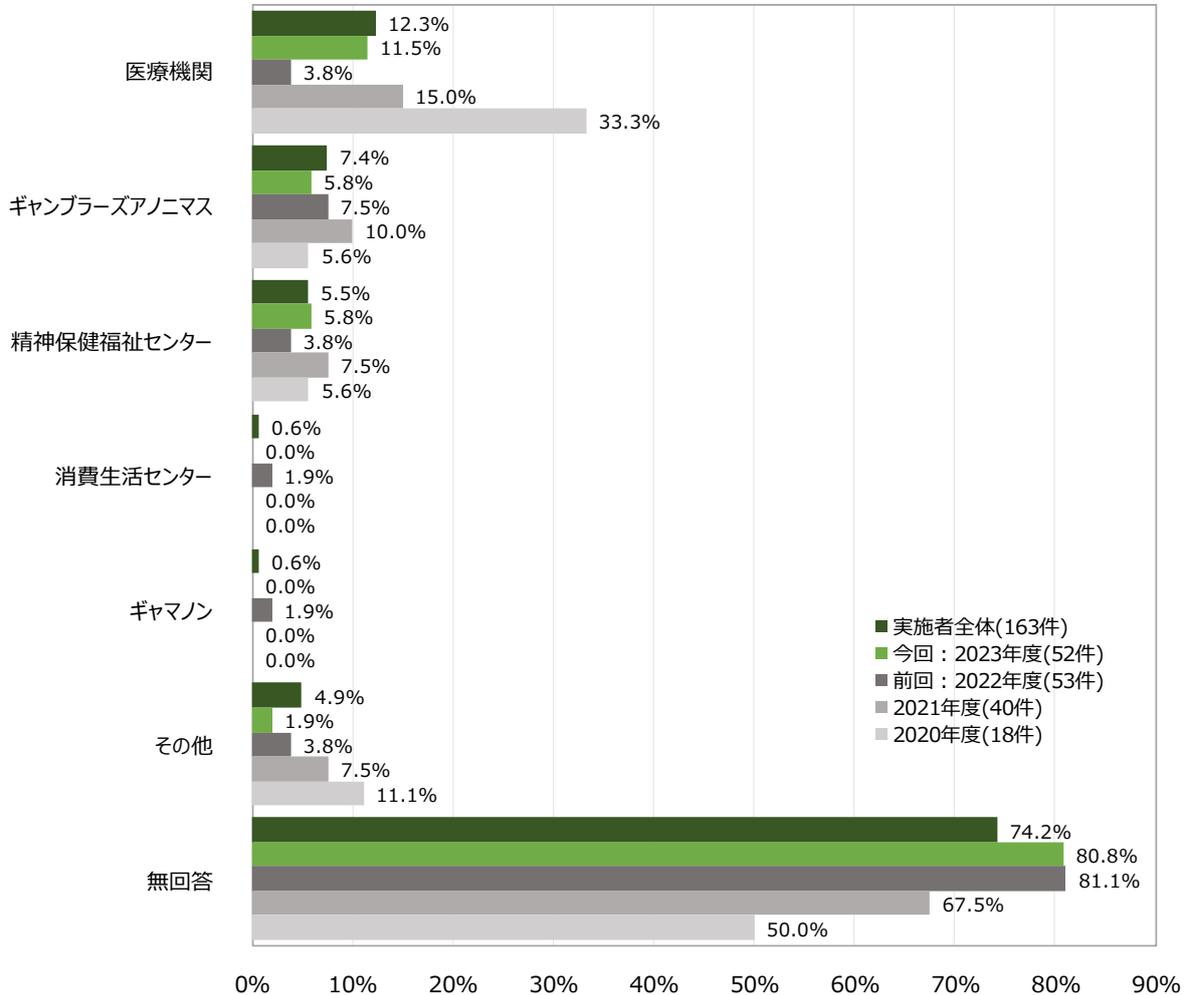
(2020年度：18件)



面談実施後の予定について、2023年度においては、「無回答」が78.8%と大多数を占めているため参考値となるが、「関係機関の情報提供」が9.6%、「自己負担により継続予定」が11.5%の割合。

2022年度に比べ、「無回答」が減少したため「関係機関の情報提供」「自己負担により継続予定」が相対的に増加しているが、今後も精緻化が必要である。

機関の情報提供
(2020年4月～2024年3月)



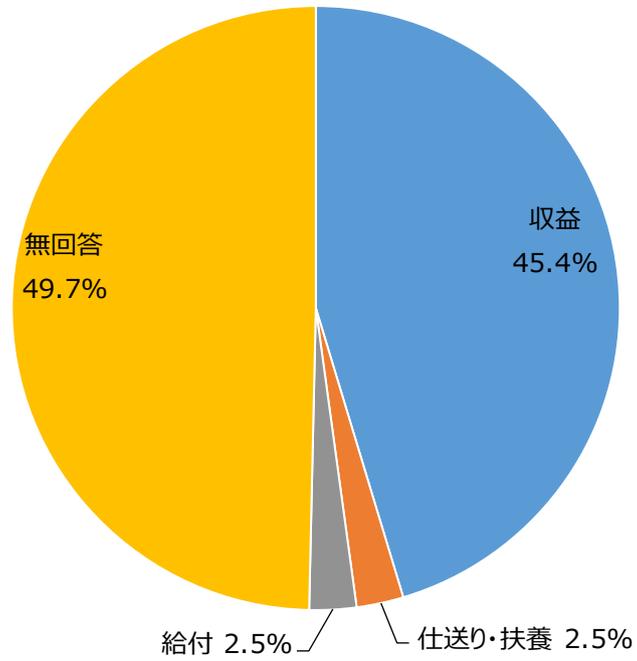
直近4年度の実施件数163件について、機関の情報提供は「無回答」が74.2%と大多数を占めているため参考値となるが、「医療機関」が12.3%、「ギャンブラーズアノニマス」が7.4%、「精神保健福祉センター」が5.5%と続く。

2023年度においても「無回答」が80.8%と大多数を占めているため参考値となるが、「医療機関」が11.5%、「ギャンブラーズアノニマス」「精神保健福祉センター」が各5.8%の割合。

2022年度に比べ、「医療機関」が増加したが、2022年度の「医療機関」が他の年度に比べて低水準だったことによる影響と考えられる。

収入状態

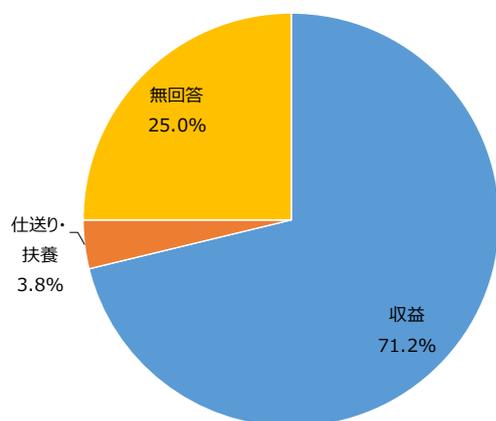
(2020年4月～2024年3月：163件)



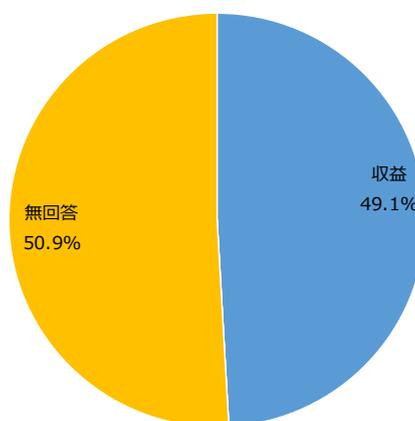
直近4年度の実施件数163件について、収入状態は「無回答」が49.7%と約半数を占めているため参考値となるが、「収益」が45.4%を占めており、「仕送り・扶養」「給付」が各2.5%の割合。

収入状態（直近4年度の推移）

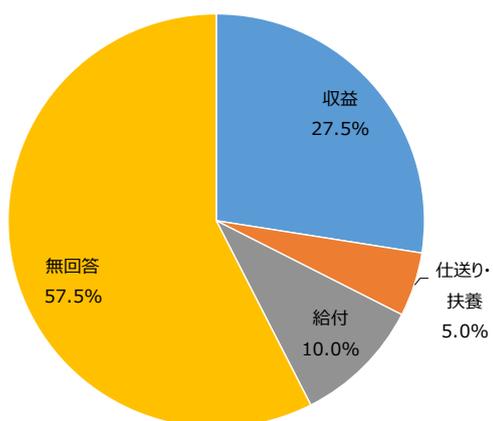
(2023年度：52件)



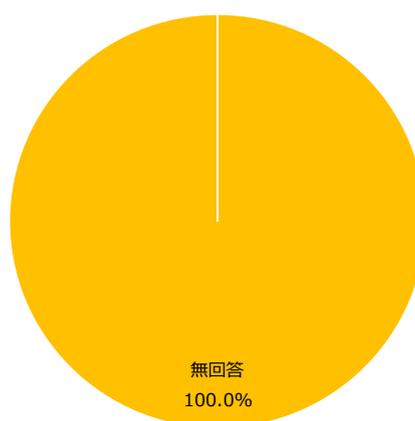
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



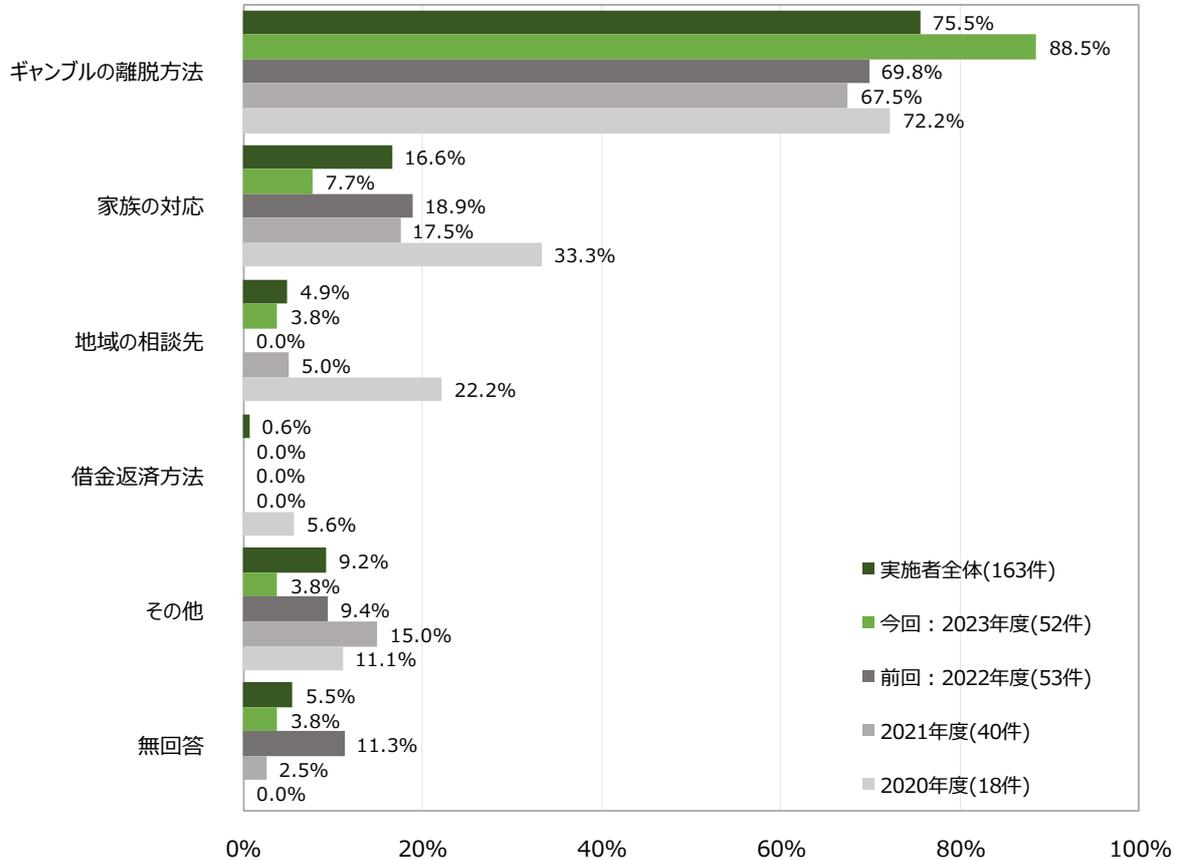
(2020年度：18件)



収入状態について、2023年度においては、「無回答」が25.0%のため参考値となるが、「収益」が71.2%、「仕送り・扶養」が3.8%の割合。

2022年度に比べ、「無回答」が大きく減少したため「収益」も相対的に増加しているが、今後も精緻化が必要である。

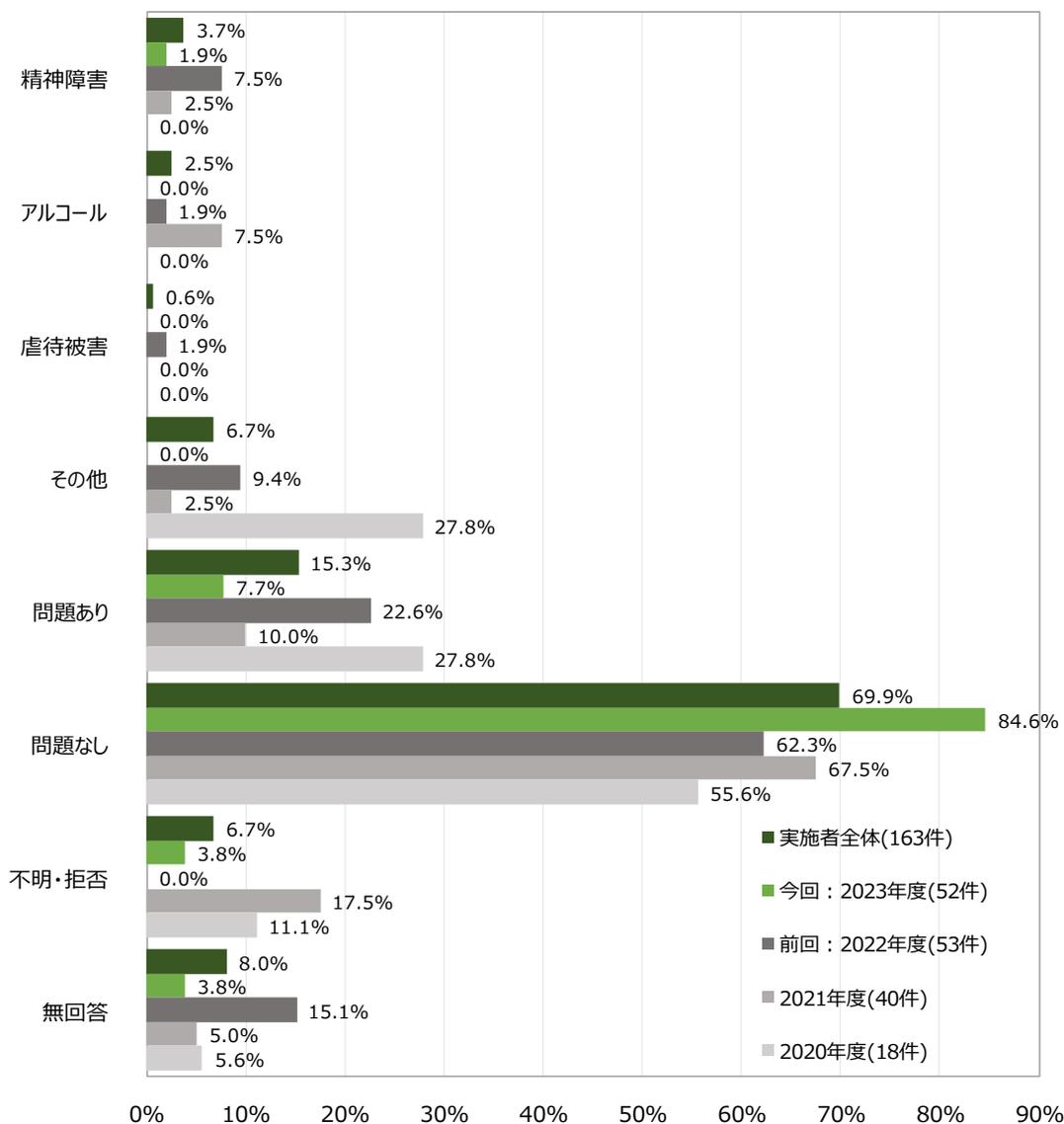
ギャンブルに関する相談
(2020年4月～2024年3月)



直近4年度の実施件数163件について、ギャンブルに関する相談は「ギャンブルの離脱方法」が75.5%と突出しており、サポートコールへの相談と同様に多くの方がギャンブルをやめ（させ）る方法を知りたいことがわかる。そのほかには「家族の対応」が16.6%、「地域の相談先」が4.9%、「借金返済方法」が0.6%となっており、「その他」が9.2%見られる。

2023年度においても、「ギャンブルの離脱方法」が88.5%、「家族の対応」が7.7%と続いている。2022年度に比べ、「ギャンブルの離脱方法」が増加し、「家族の対応」「その他」が減少している。

ギャンブル以外の問題
(2020年4月～2024年3月)

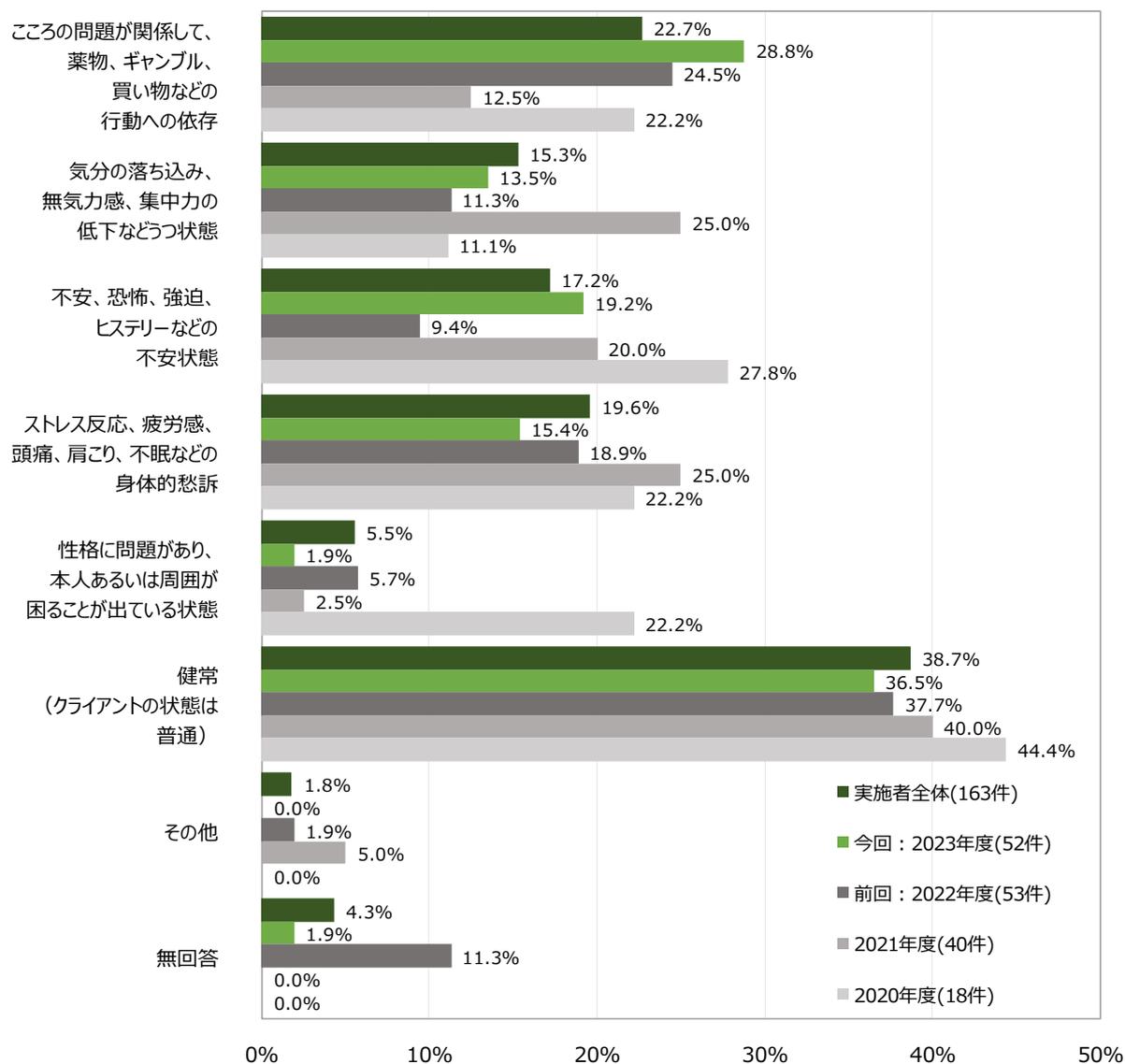


直近4年度の実施件数163件について、ギャンブル以外の問題は「問題なし」が69.9%で大半の方にギャンブル以外の問題はなく、「不明・拒否」「無回答」を除いた15.3%が「問題あり」となっている。具体的には、「精神障害」が3.7%、「アルコール」が2.5%、「虐待被害」が0.6%、「その他」が6.7%と続いている。

2023年度においては、「問題なし」が84.6%、「問題あり」が7.7%の割合で、具体的な問題としては「精神障害」が1.9%となっている。

2022年度に比べ、「問題なし」が増加している。

クライアントの状態
(2020年4月～2024年3月)



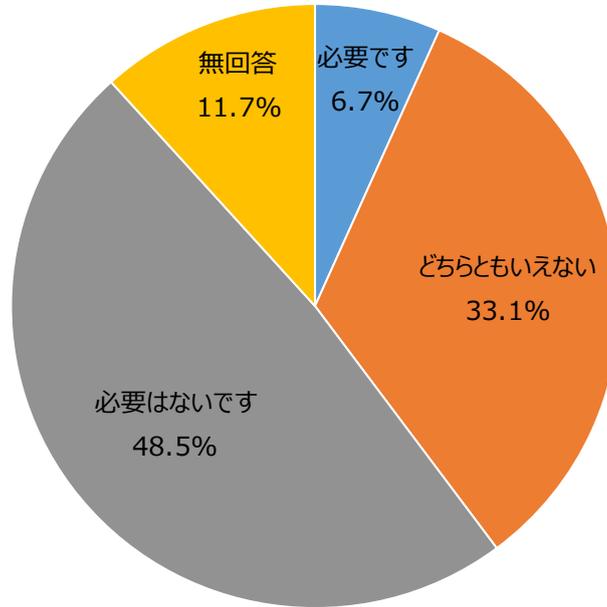
直近4年度の実施件数163件について、クライアントの状態は「健常（普通）」が38.7%となっている。そのほかの状態としては、「こころの問題が関係して、薬物、ギャンブル、買い物などの行動への依存」が22.7%、「ストレス反応、疲労感、頭痛、肩こり、不眠などの身体的愁訴」が19.6%、「不安、恐怖、強迫、ヒステリーなどの不安状態」が17.2%、「気分の落ち込み、無気力感、集中力の低下などうつ状態」が15.3%と続いている。

2023年度においても、実施者全体と概ね同傾向を示しており、「健常（普通）」が36.5%、「こころの問題が関係して、薬物、ギャンブル、買い物などの行動への依存」が28.8%、「不安、恐怖、強迫、ヒステリーなどの不安状態」が19.2%と続いている。

2022年度に比べ、「不安、恐怖、強迫、ヒステリーなどの不安状態」が増加している。

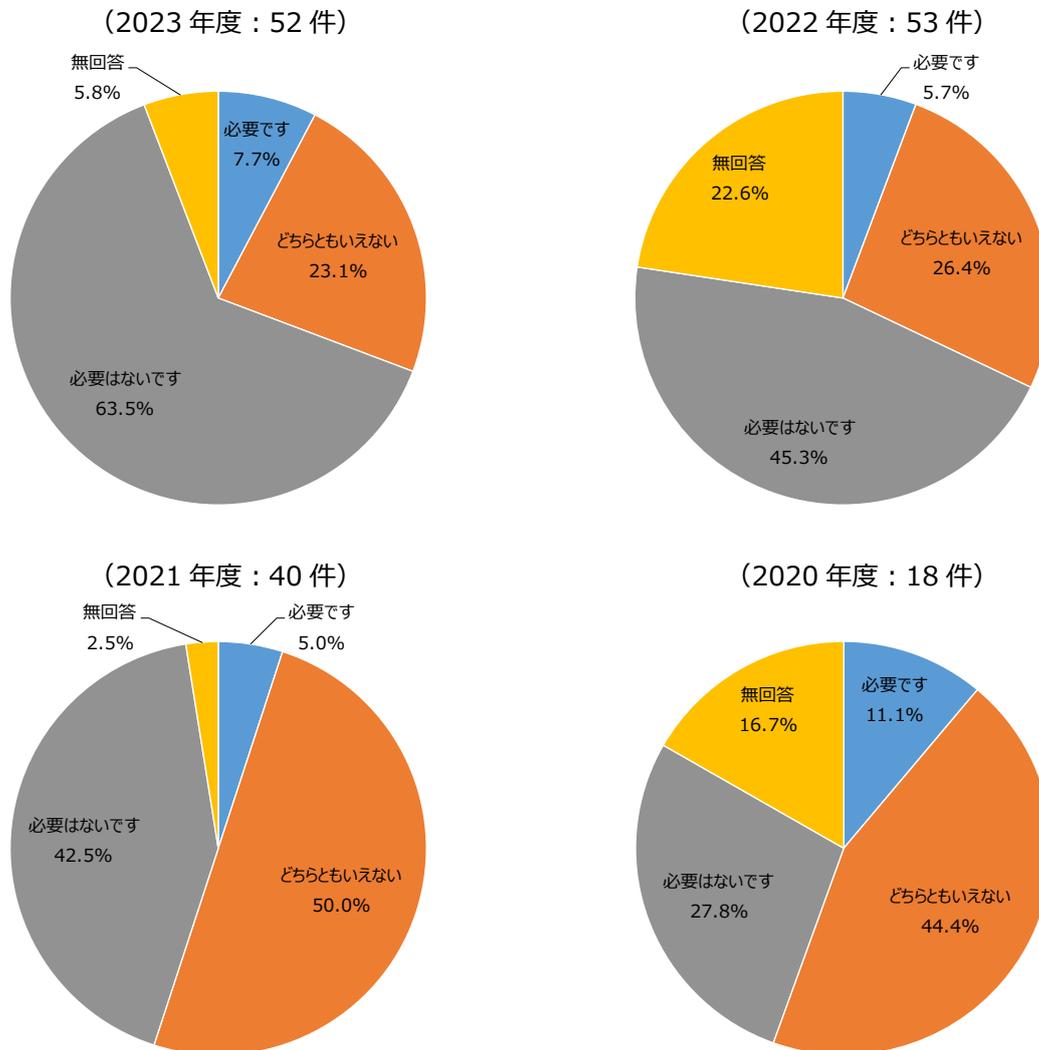
投薬・服薬の必要性

(2020年4月～2024年3月：163件)



直近4年度の実施件数163件について、投薬・服薬の必要性は「必要」が6.7%、「どちらともいえない」が33.1%、「必要はない」が48.5%となっている。それぞれに異なる「無回答」などの割合が含まれた割合のため単純比較はできないものの、ギャンブル以外の問題はない方が69.9%、クライアントの状態は健常（普通）が38.7%との結果に続き、投薬・服薬についても約半数が不要となっている。

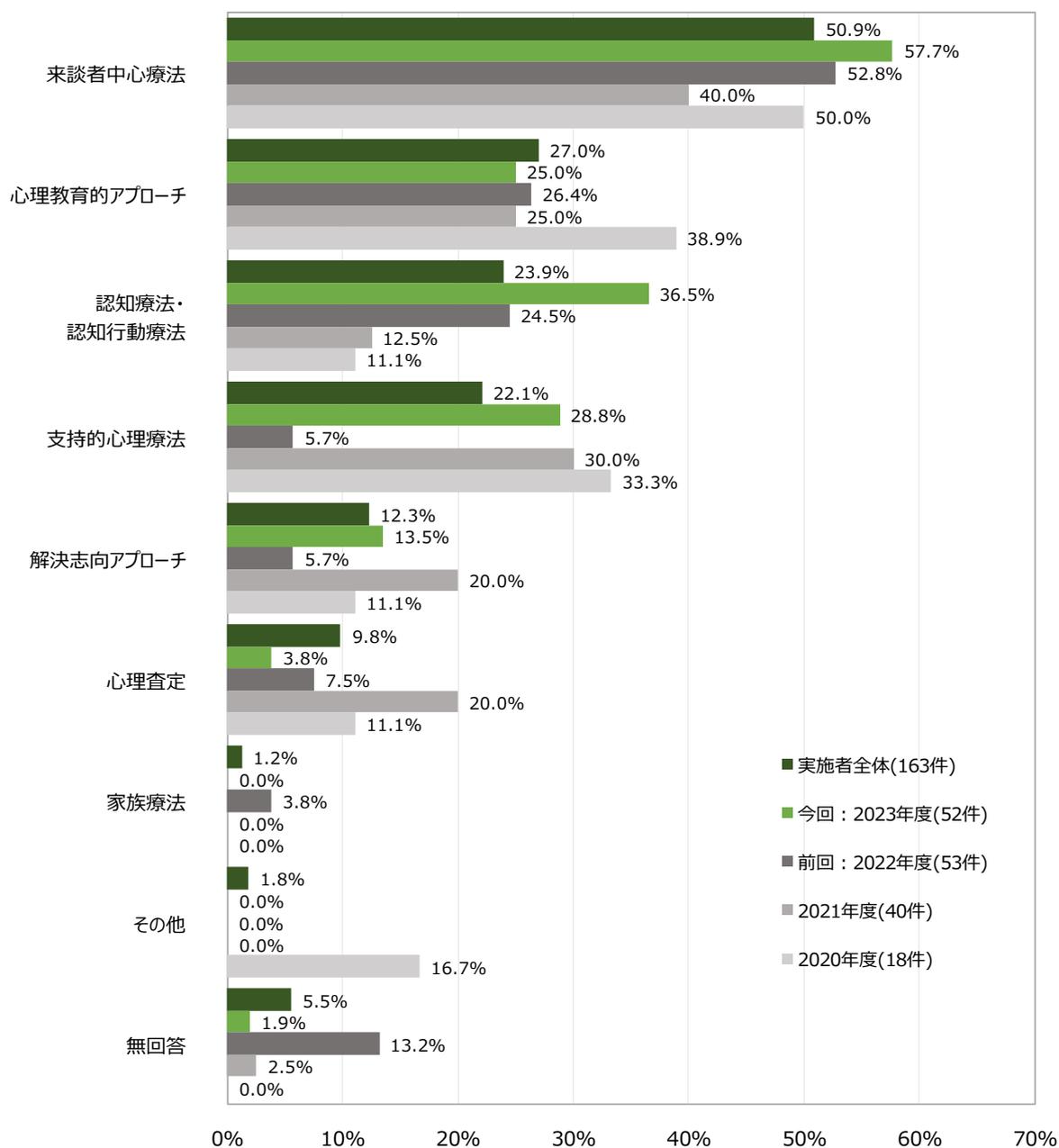
投薬・服薬の必要性（直近4年度の推移）



投薬・服薬の必要性について、2023年度においては、「必要」が7.7%、「どちらともいえない」が23.1%、「必要はない」が63.5%となっている。

2022年度に比べ、「無回答」が大きく減少し、「必要はない」も相対的に増加している。

実施療法
(2020年4月～2024年3月)

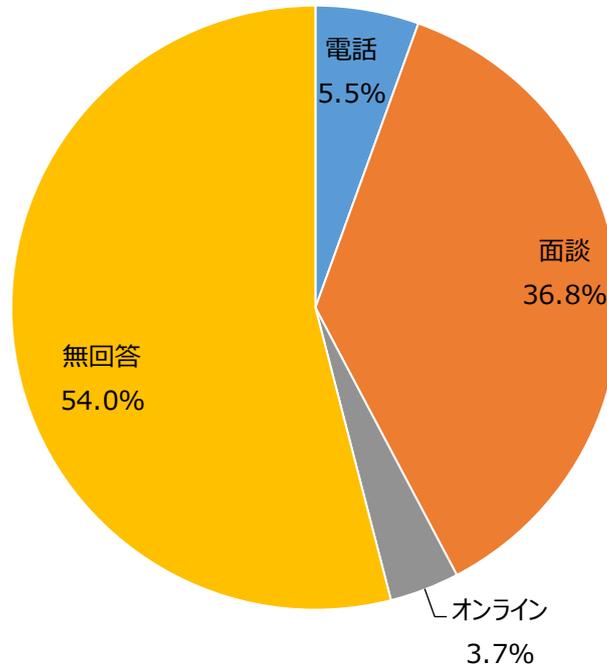


直近4年度の実施件数163件について、実施療法は「来談者中心療法」が50.9%と最も高く、次いで「心理教育的アプローチ」が27.0%、「認知療法・認知行動療法」が23.9%、「支持的心理療法」が22.1%と続く。

2023年度においても、実施者全体と概ね同傾向を示しており、「来談者中心療法」が57.7%、「認知療法・認知行動療法」が36.5%、「支持的心理療法」が28.8%、「心理教育的アプローチ」が25.0%と続いている。

2022年度に比べ、「認知療法・認知行動療法」「支持的心理療法」が増加している。

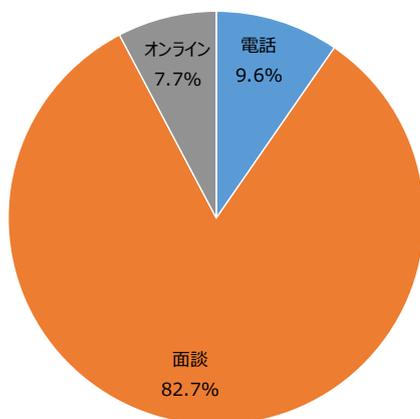
カウンセリング種別
(2020年4月～2024年3月：163件)



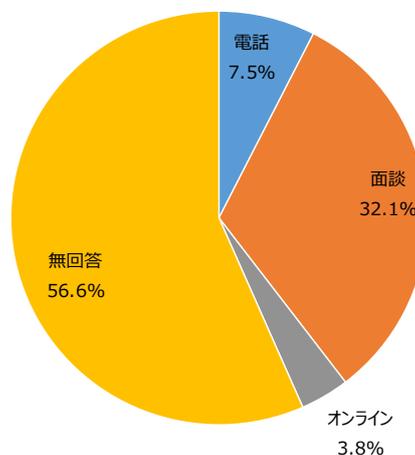
直近4年度の実施件数163件について、カウンセリング種別は「無回答」が54.0%と約半数を占めているため参考値となるが、「面談」が36.8%を占めており、「電話」が5.5%、「オンライン」が3.7%の割合となっている。

カウンセリング種別（直近4年度の推移）

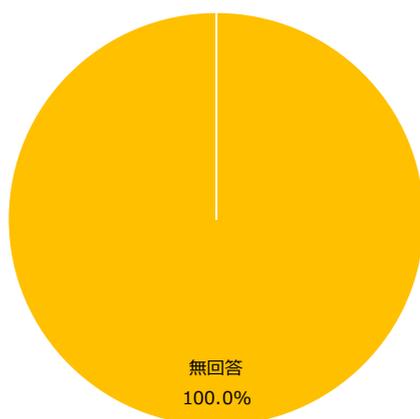
(2023年度：52件)



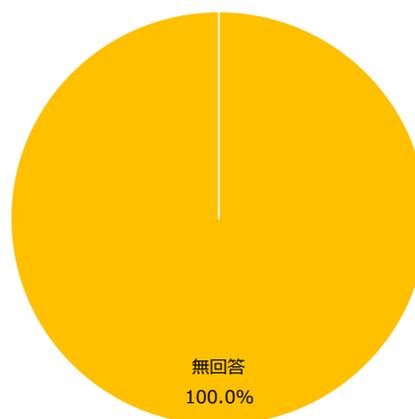
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



(2020年度：18件)



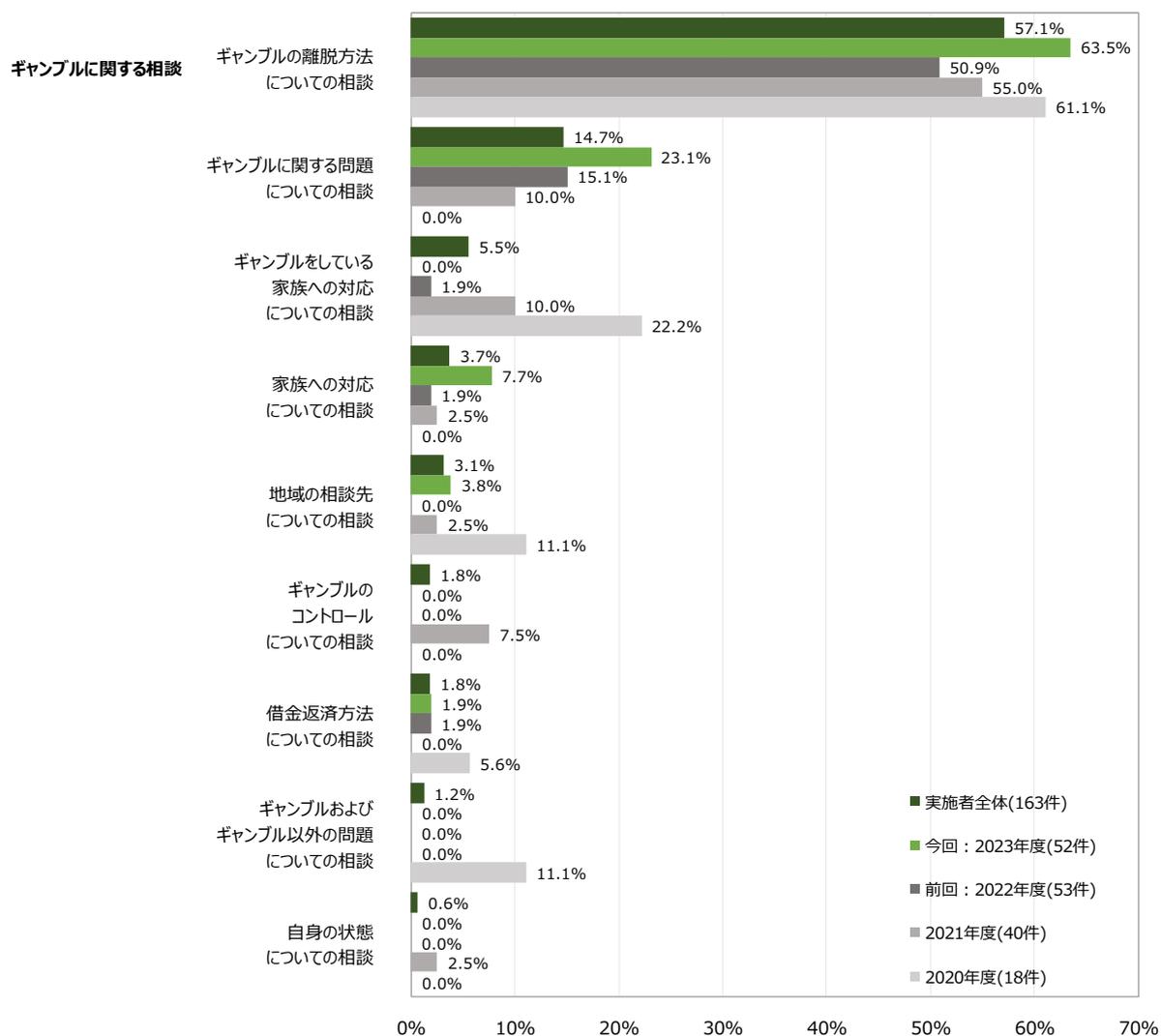
カウンセリング種別について、2023年度においては、「電話」が9.6%、「面談」が82.7%、「オンライン」が7.7%となっている。

2022年度に比べ、「無回答」が大きく減少し、「面談」が相対的に増加している。

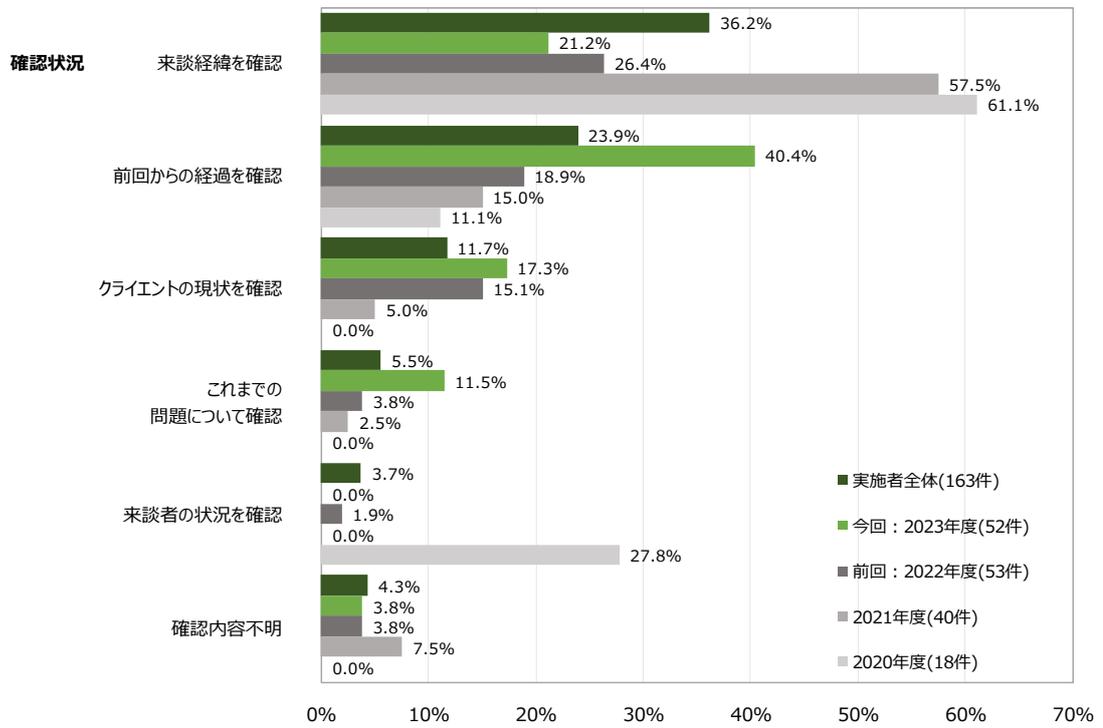
相談内容・対応報告
(2020年4月～2024年3月)

直近4年度の相談内容・対応報告としての記載内容を分類・整理した。ただし、ルームや記載者による差異が大きく網羅ではない点や、『面談実施後の予定』～『カウンセリング種別』での回答内容との整合性がとれていない点には留意が必要なため参考掲載とする。

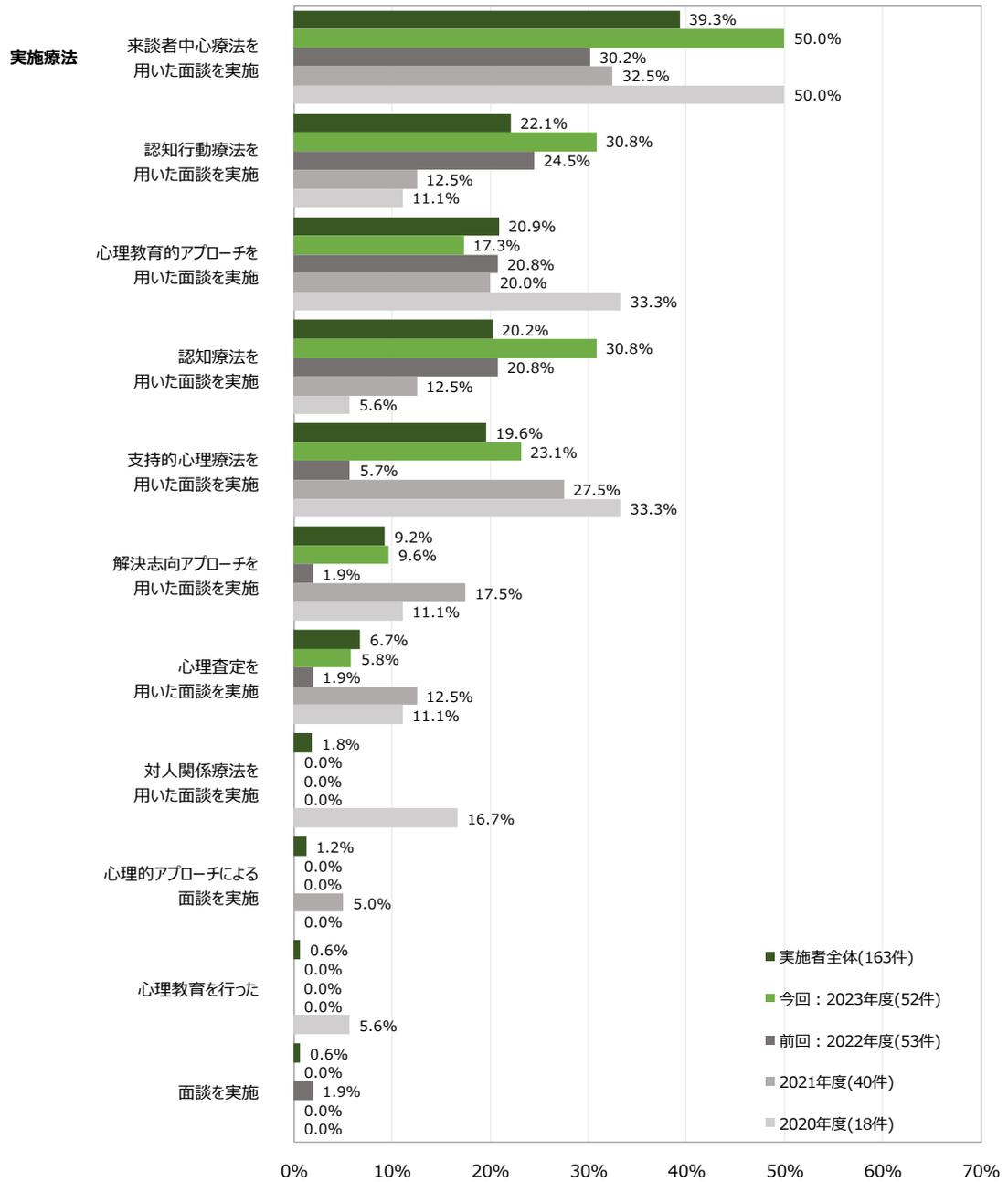
【ギャンブルに関する相談】



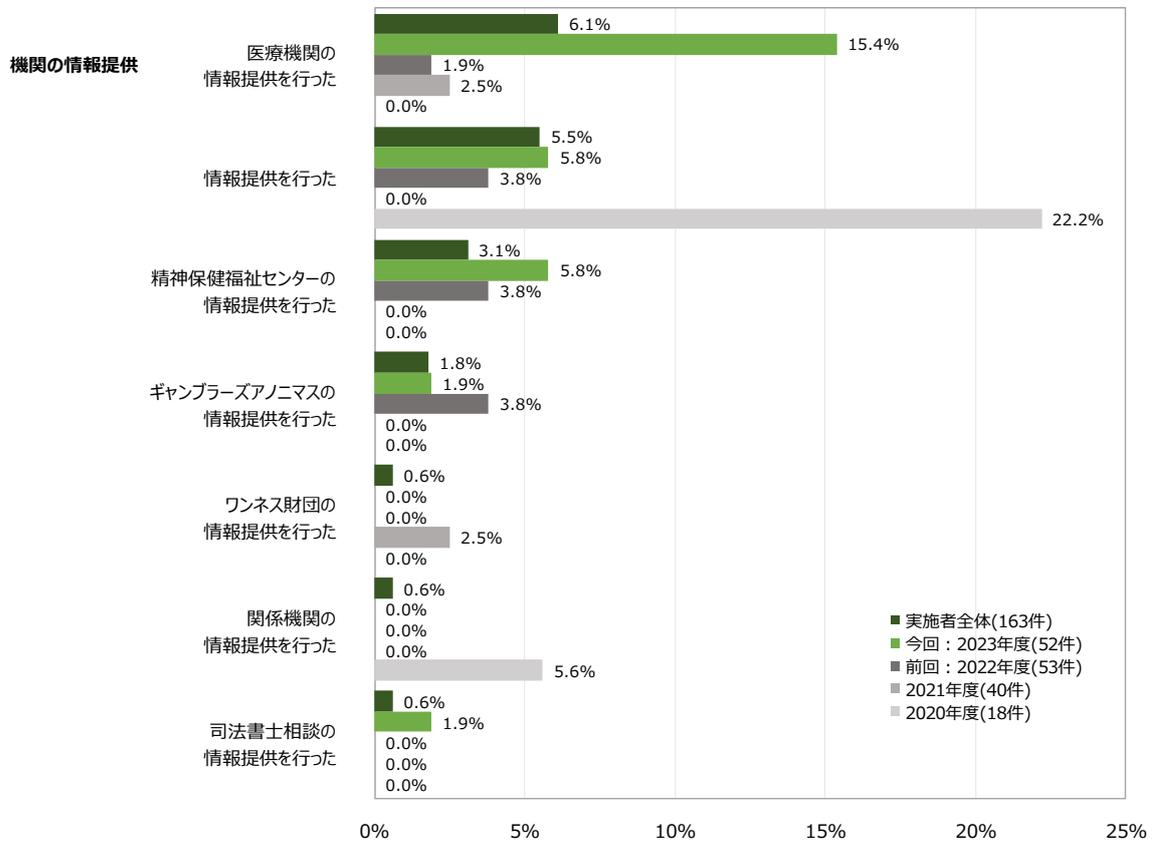
【確認状況】



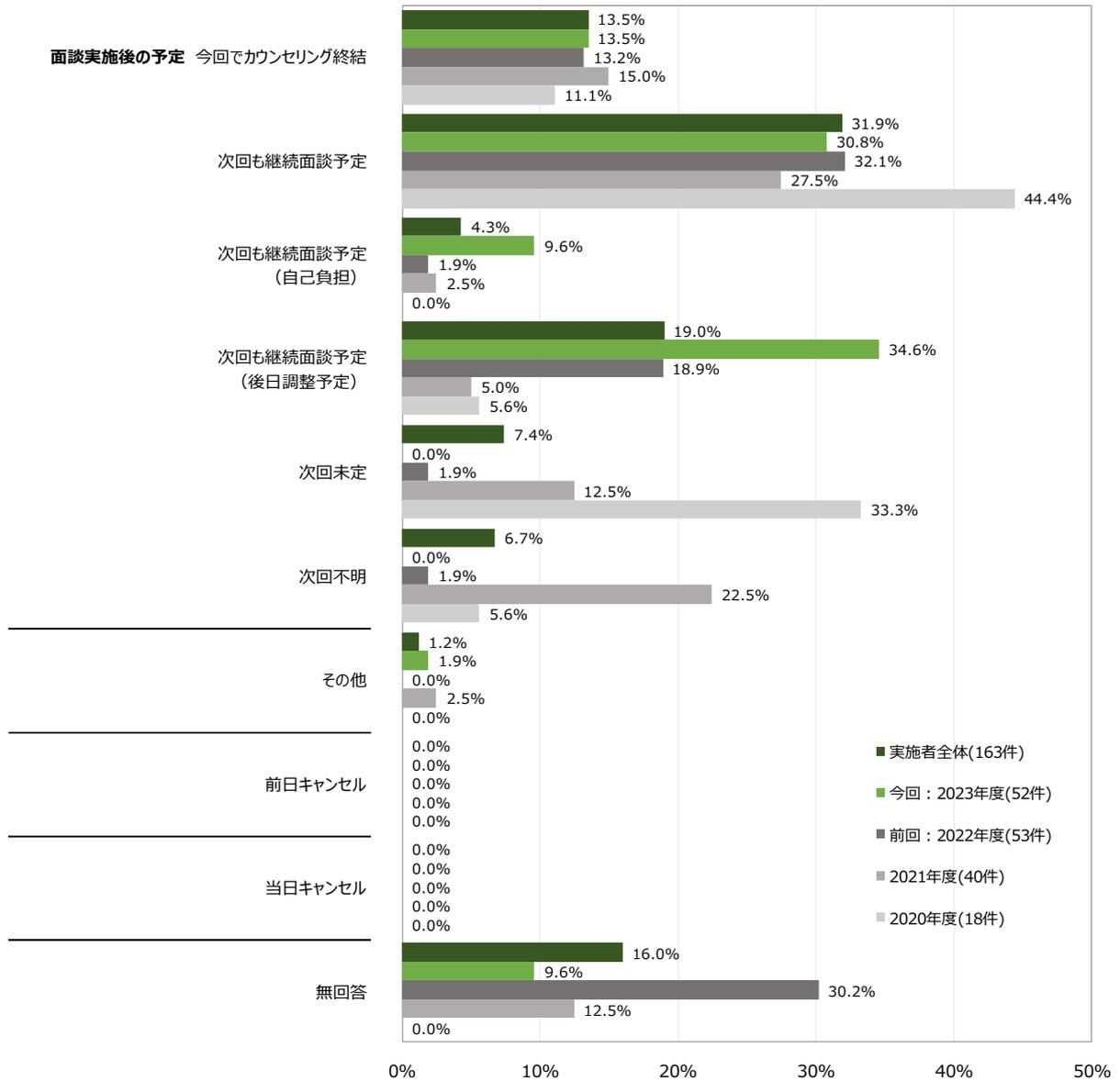
【実施療法】



【機関の情報提供】

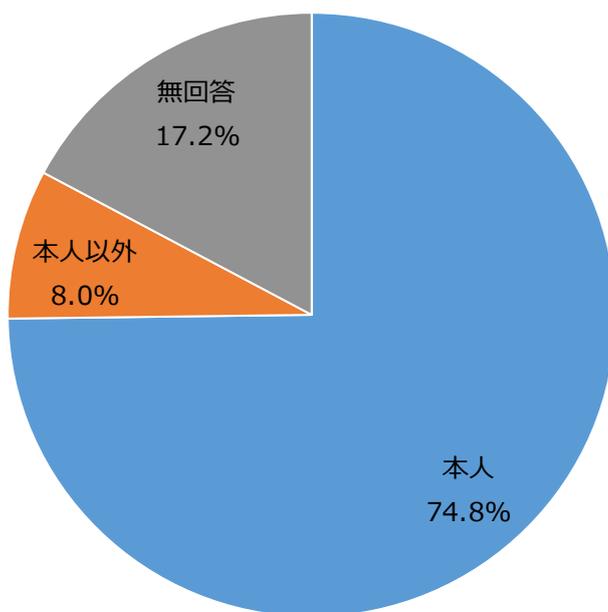


【面談実施後の予定】【その他】【キャンセル】



2.5.2. 面談カウンセリング実施者の属性

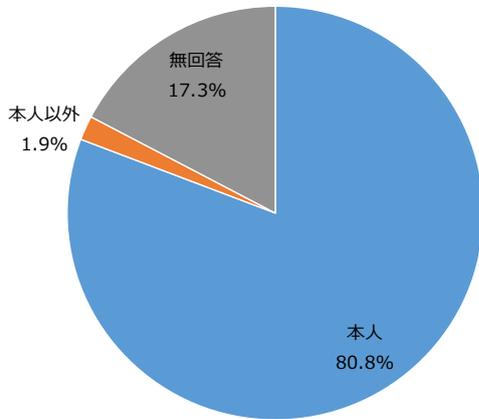
利用者
(2020年4月～2024年3月：163件)



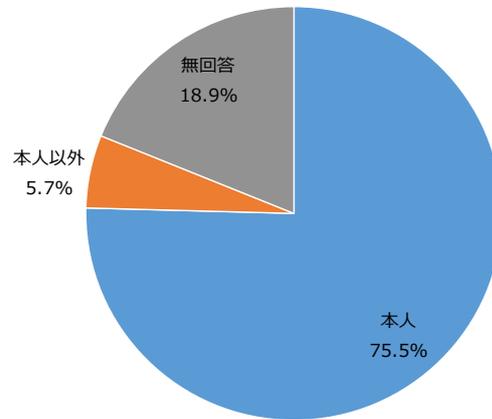
直近4年度の実施件数163件のうち、利用者は「本人」が74.8%を占め、サポートコールへの入電と同様大多数が本人である。「本人以外」が8.0%となっている。

利用者（直近4年度の推移）

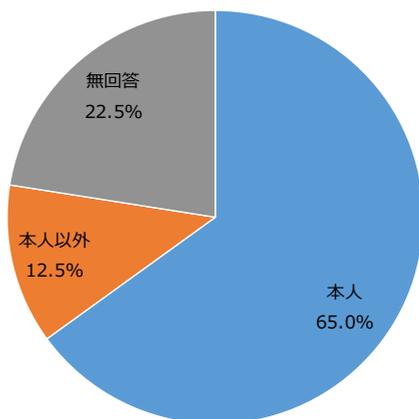
(2023年度：52件)



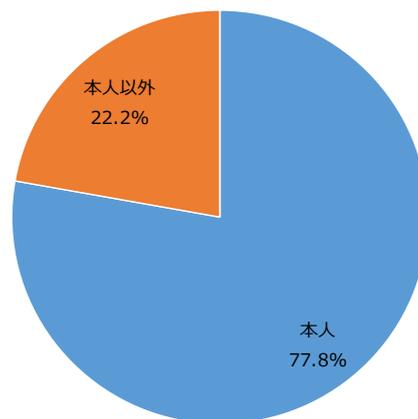
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)

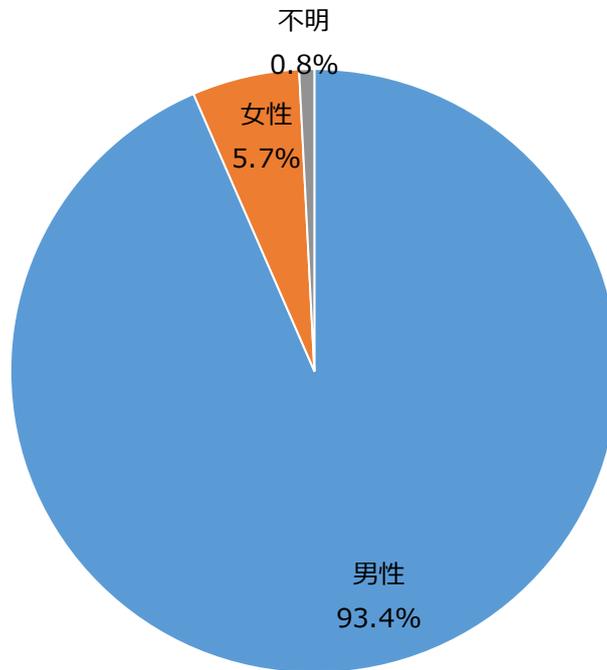


(2020年度：18件)



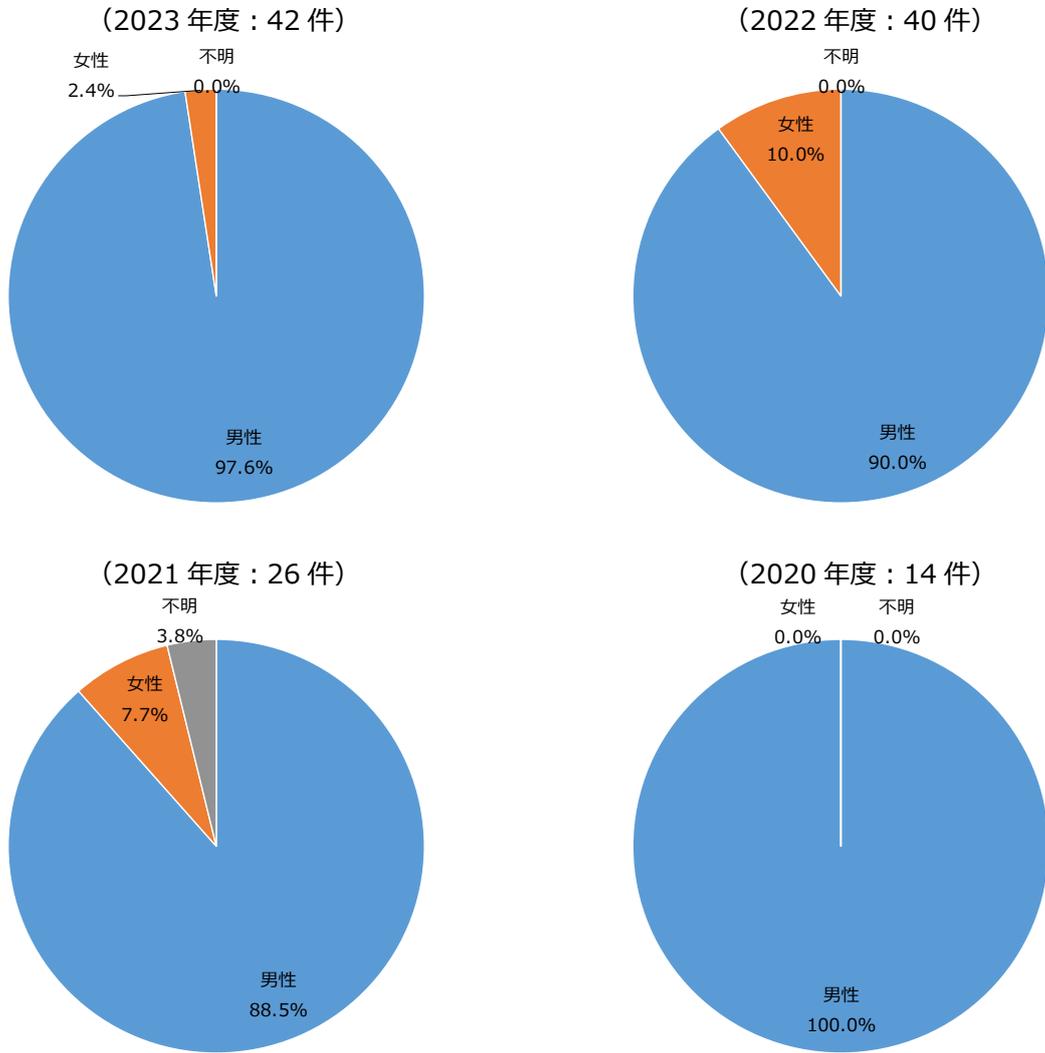
利用者について、2023年度においては、「本人」が80.8%、「本人以外」が1.9%となっている。2022年度に比べ、「本人」が増加している。

本人×性別
(2020年4月～2024年3月：122件)



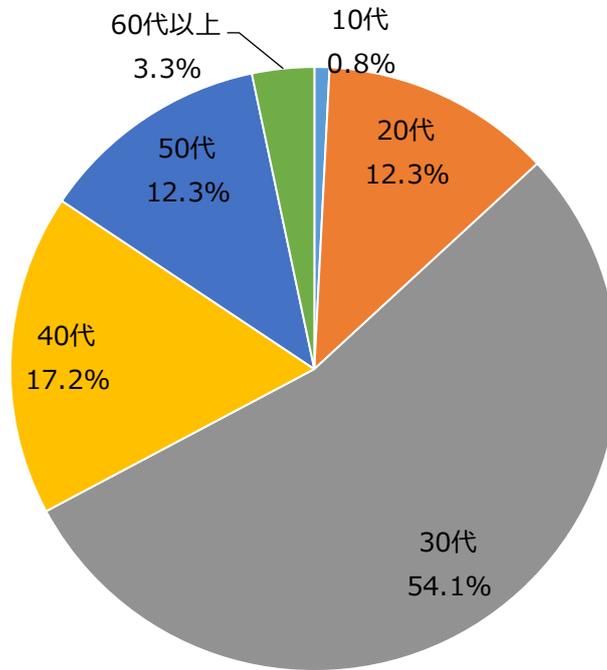
直近4年度の『本人』実施者122件のうち、性別は「男性」が93.4%を占め、サポートコールへの入電と同様大多数が男性である。「女性」が5.7%となっている。

本人×性別（直近4年度の推移）



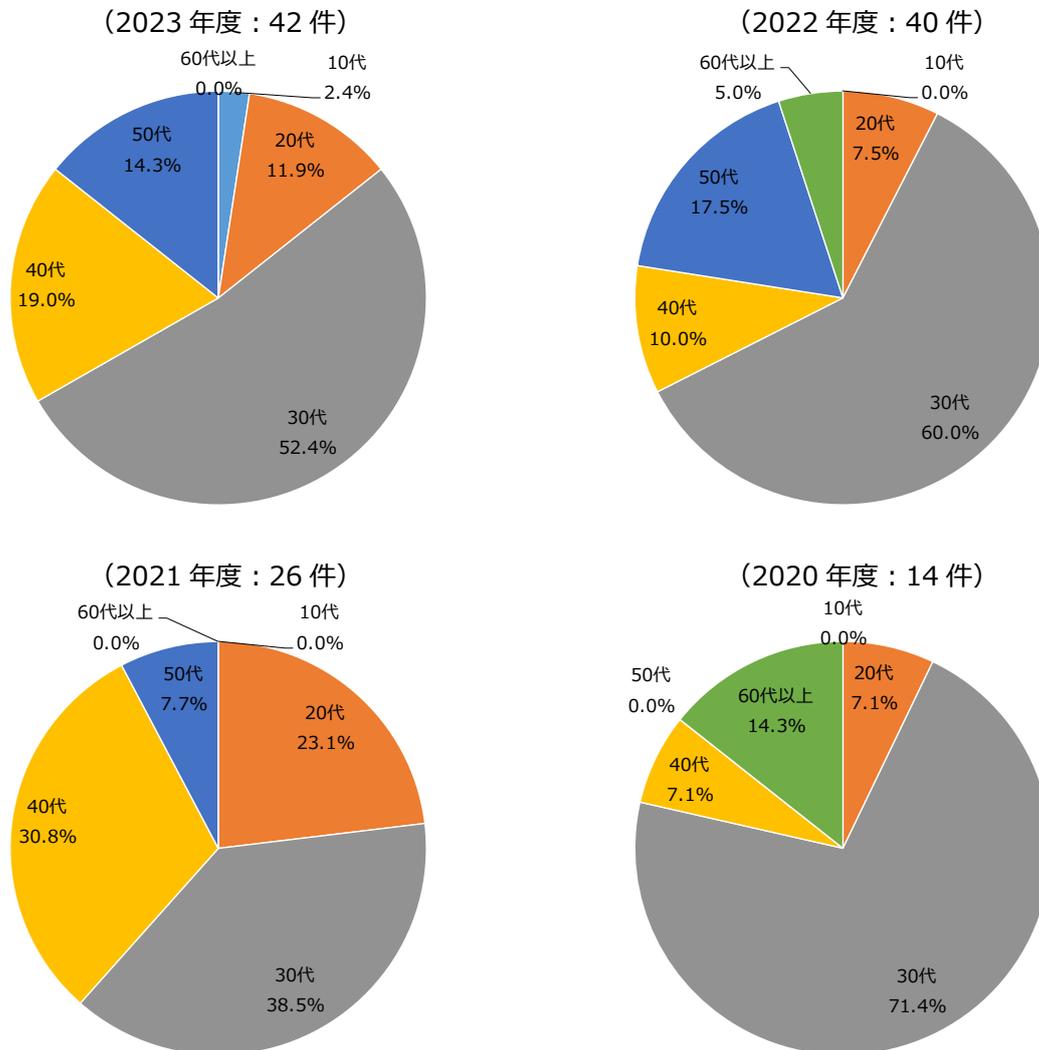
『本人』実施者の性別について、2023年度においては、「男性」が97.6%、「女性」が2.4%となっている。2022年度に比べ、「男性」が増加し、「女性」が減少している。

本人×年齢
(2020年4月～2024年3月：122件)



直近4年度の『本人』実施者122件のうち、年齢は「30代」が54.1%を占める。次いで「40代」が17.2%、「20代」「50代」が各12.3%、「60代以上」が3.3%、「10代」が0.8%と続く。

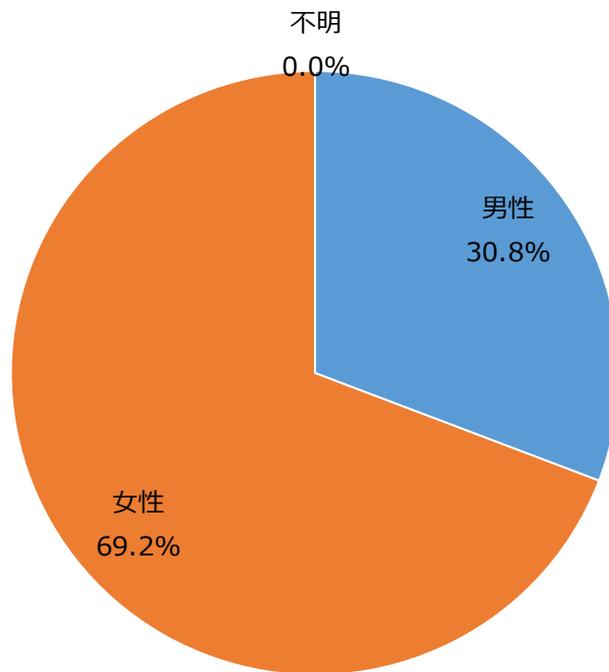
本人×年齢（直近4年度の推移）



『本人』実施者の年齢について、2023年度においては、「30代」が52.4%と半数以上を占める。次いで「40代」が19.0%、「50代」が14.3%、「20代」が11.9%、「10代」が2.4%と続く。「60代以上」の本人実施者はいなかった。

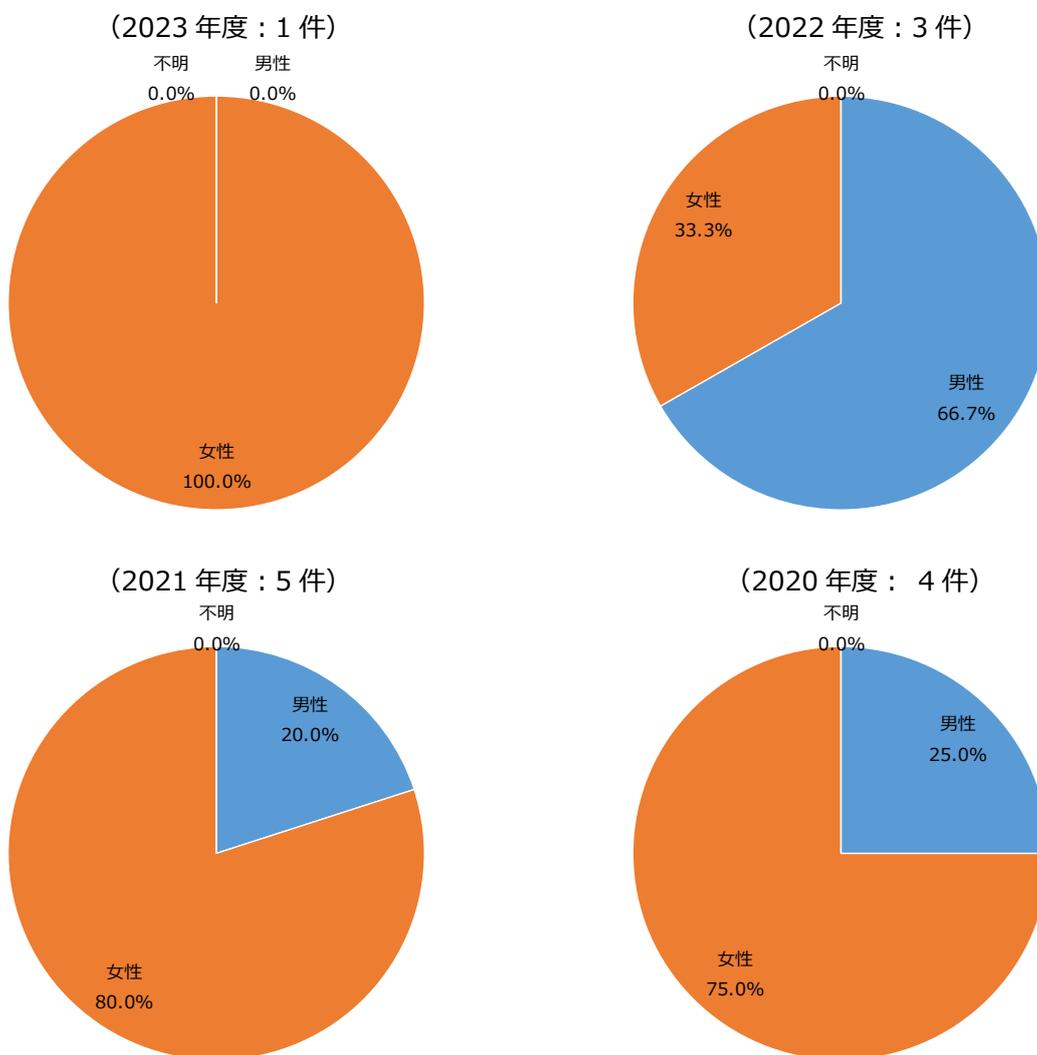
2022年度に比べ、「10代」「20代」の若年層と「40代」が増加し、「30代」と「50代」「60代以上」の中老年層が相対的に減少している。

本人以外×性別
(2020年4月～2024年3月：13件)



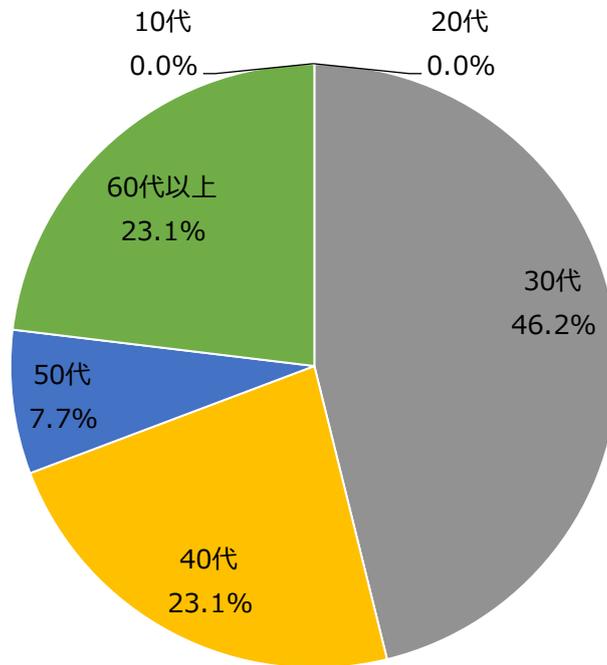
直近4年度の『本人以外』実施者の性別は、『本人以外』実施者が13件とサンプル数が少ないため参考値となるが、「男性」が30.8%、「女性」が69.2%。サポートコールへの入電と同様、「女性」が家族・知人・恋人などの立場として面談を実施しているケースが多数であることが推測される。

本人以外×性別（直近4年度の推移）



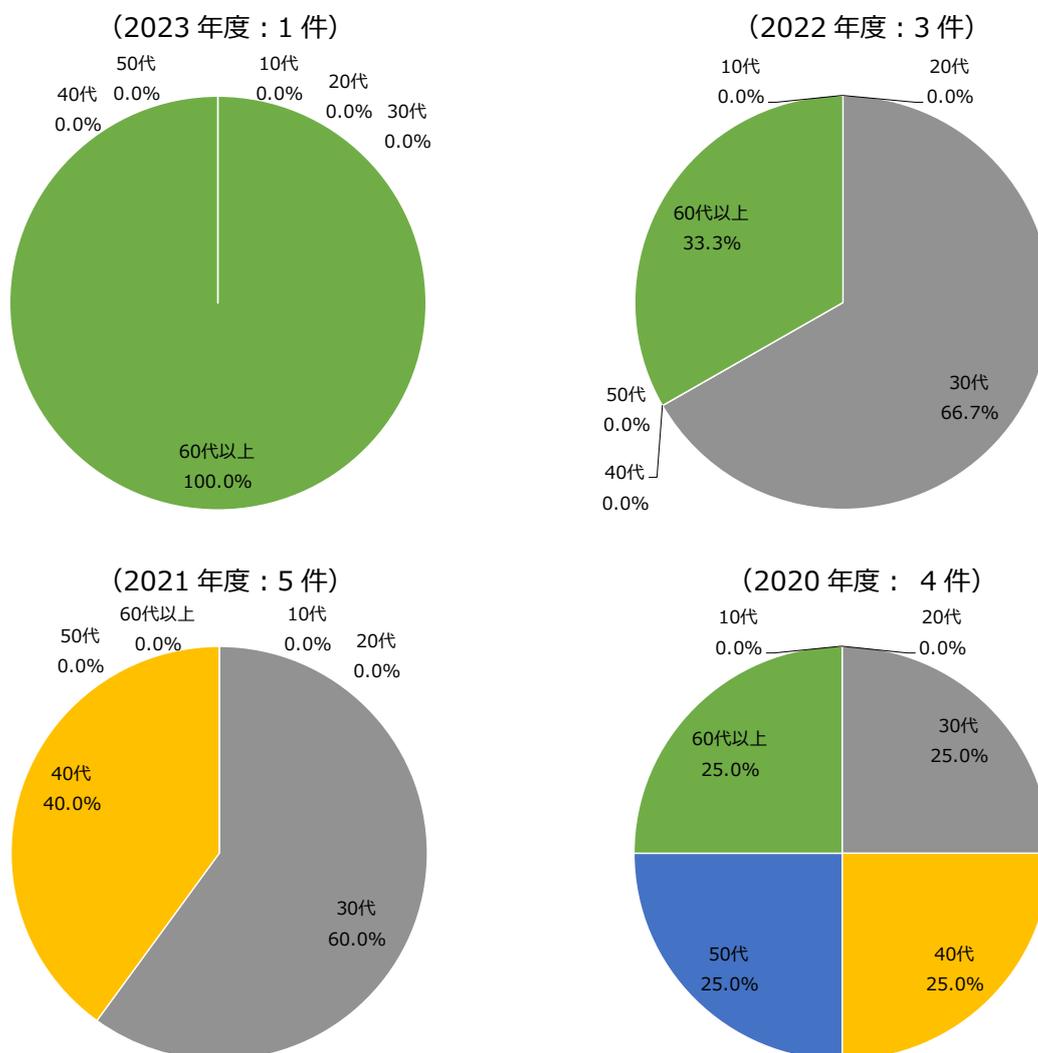
『本人以外』実施者の性別について、2023年度においては対象者が1件のみのため、「女性」が100.0%。いずれの年度においてもサンプル数が少ないため参考値となるが、全体と同様に「女性」が親族などについてサポートコールへ入電・相談し、面談を実施していると考えられる。

本人以外×年齢
(2020年4月～2024年3月：13件)



直近4年度の『本人以外』実施者の年齢は、『本人以外』実施者が13件とサンプル数が少ないため参考値となるが、「30代」が46.2%、「40代」が23.1%、「50代」が7.7%、「60代以上」が23.1%。半数近くを30代が占めており、「10代」「20代」の若年層は見られない。

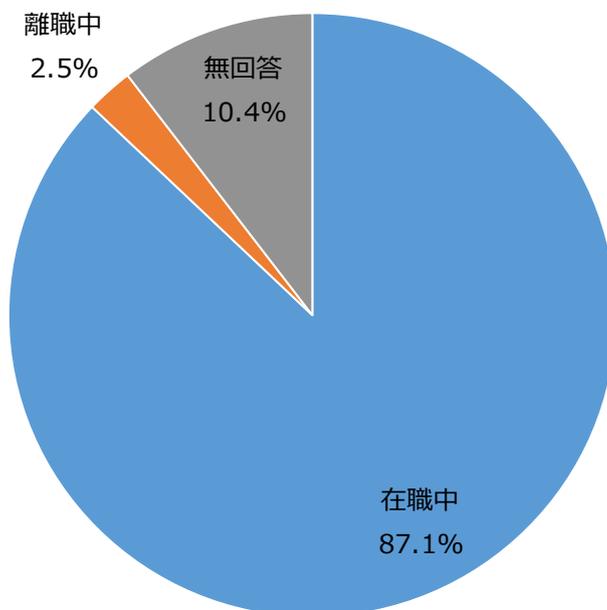
本人以外×年齢（直近4年度の推移）



『本人』実施者の年齢について、2023年度においては対象者が1件のみのため、「60代以上」が100.0%。いずれの年度においてもサンプル数が少ないため参考値となるが、全体と同様に「本人以外」は親族などについてサポートコールへ入電・相談し、面談を実施していると考えられるため、「本人」に比べて10～20代の若年層が少ない傾向にあることが推測される。

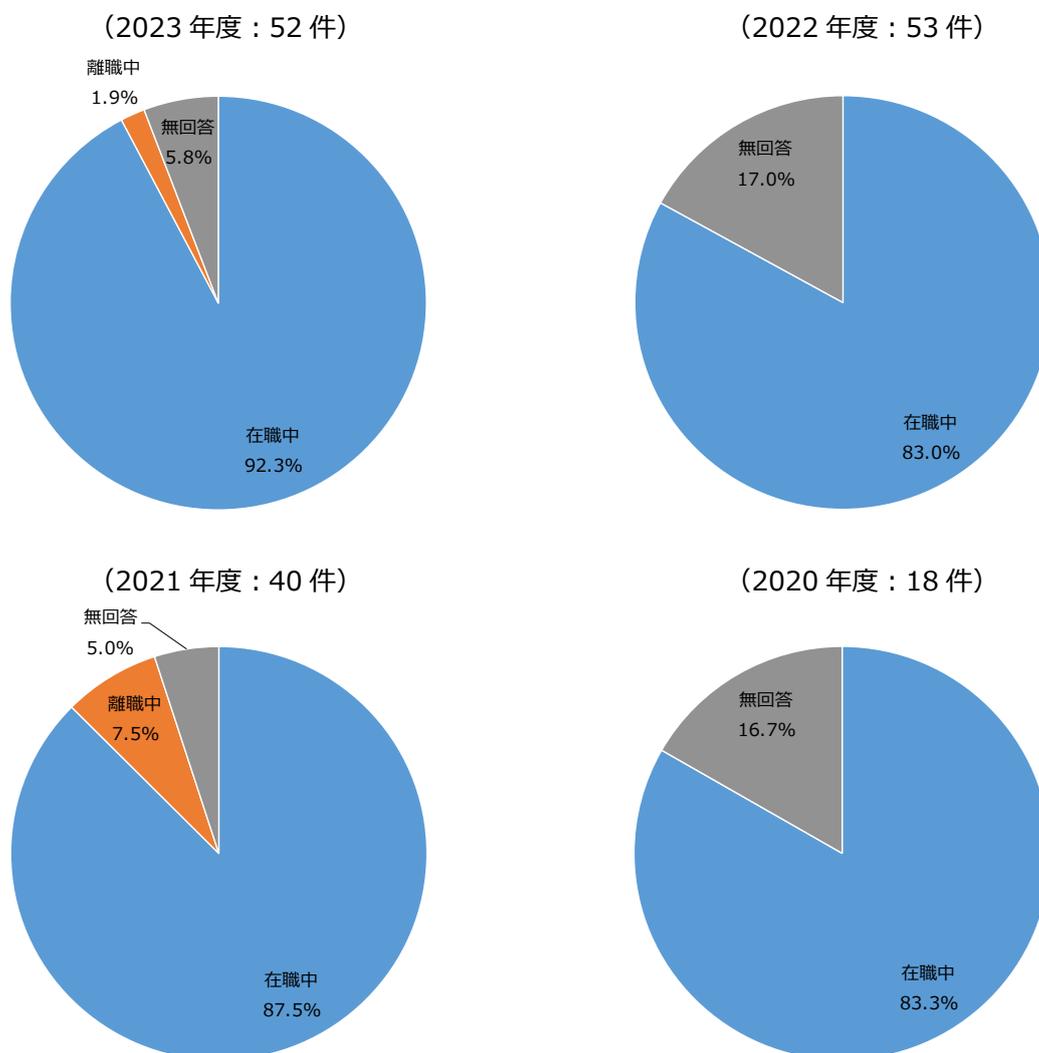
2.5.3. 面談カウンセリング実施者の生活状況

就業状況
(2020年4月～2024年3月：163件)



直近4年度の実施件数163件について、就業状況は「在職中」が87.1%と大多数を占め、「離職中」は2.5%に留まる。

就業状況（直近4年度の推移）

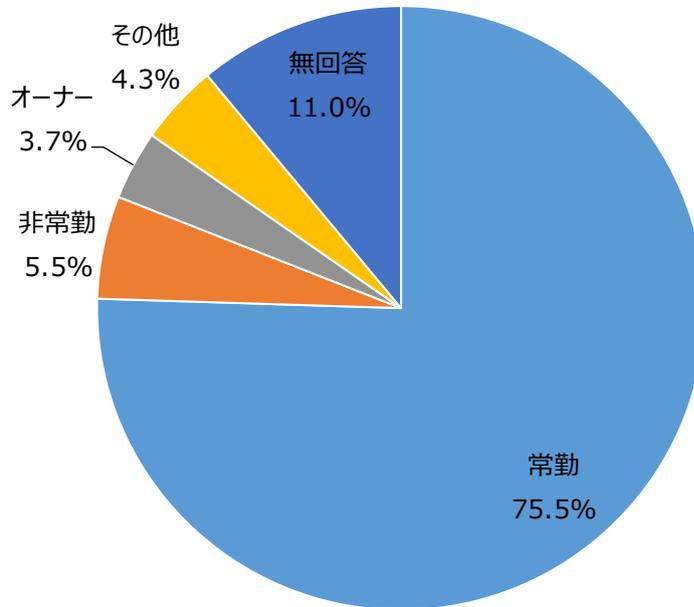


面談実施後の予定について、2023年度においては、「在職中」が92.3%と大多数を占めており、「離職中」は1.9%に留まる。

2022年度に比べ、「無回答」が減少したため「在職中」が相対的に増加している。

勤務形態

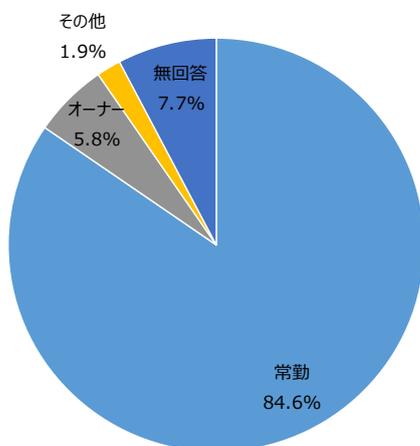
(2020年4月～2024年3月：163件)



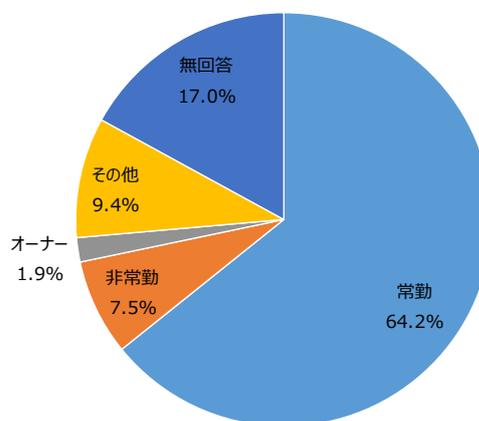
直近4年度の実施件数163件について、勤務形態は「常勤」が75.5%と大多数を占める。「非常勤」が5.5%、「オーナー」が3.7%、「その他」が4.3%と続き、「無回答」は11.0%となっている。サポートコールへの入電・相談と同じく、面談実施者においても大多数が常勤で在職中の方であることがわかる。

勤務形態（直近4年度の推移）

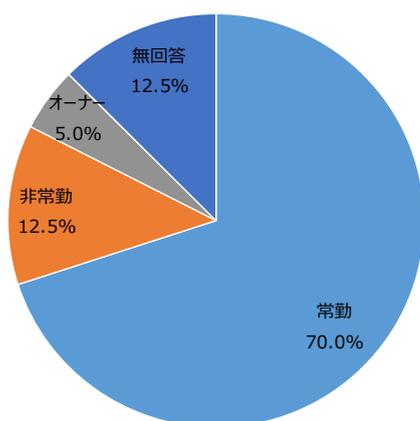
(2023年度：52件)



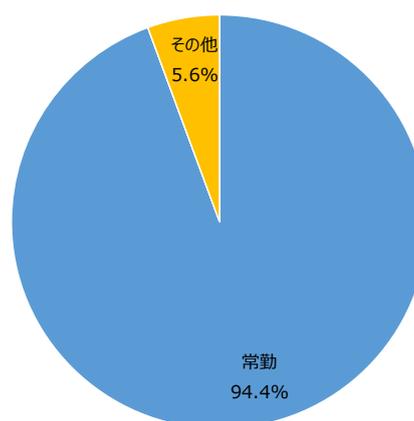
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



(2020年度：18件)

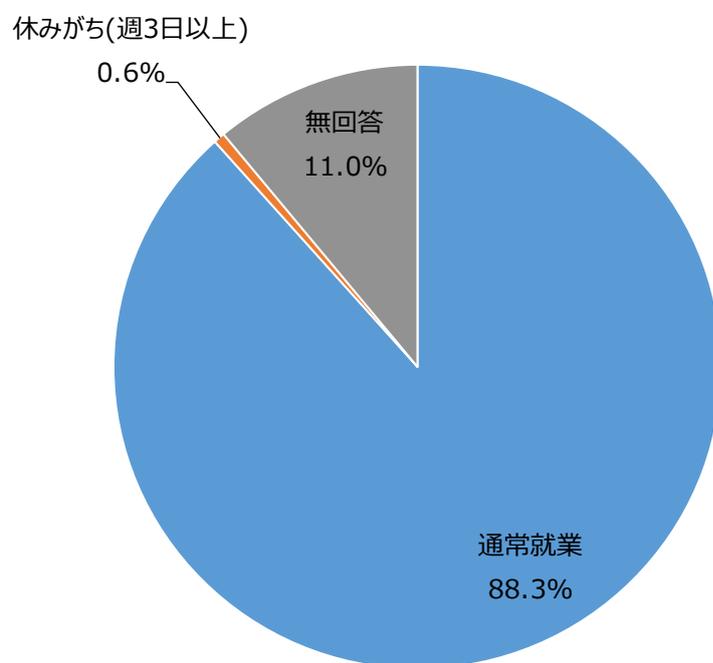


勤務形態について、2023年度においては、「常勤」が84.6%と大多数を占めており、「オーナー」が5.8%、「その他」が1.9%となっている。

2022年度に比べ、「無回答」が減少し、「常勤」が相対的に増加している。「常勤」以外の勤務形態については、サンプル数が少なく年度による差異も大きいため、今後も継続的に推移を見守る必要がある。

就業状態

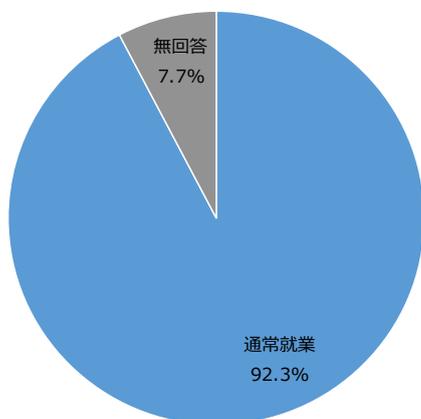
(2020年4月～2024年3月：163件)



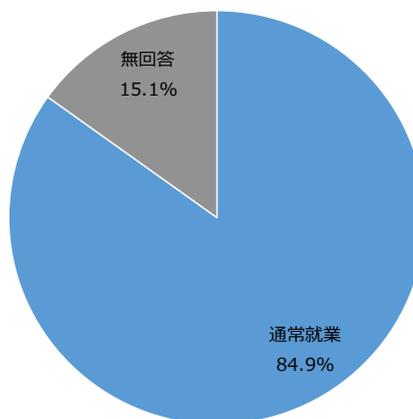
直近4年度の実施件数163件について、就業状態は「通常就業」が88.3%と大多数を占め、「休みがち(週3日以上)」は0.6%に留まる。

就業状態（直近4年度の推移）

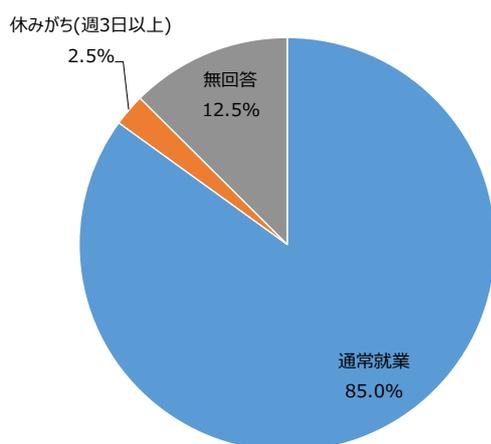
(2023年度：52件)



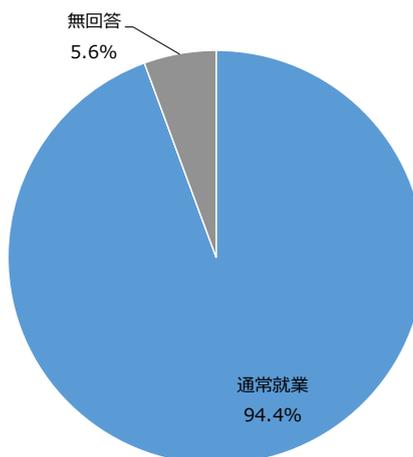
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



(2020年度：18件)

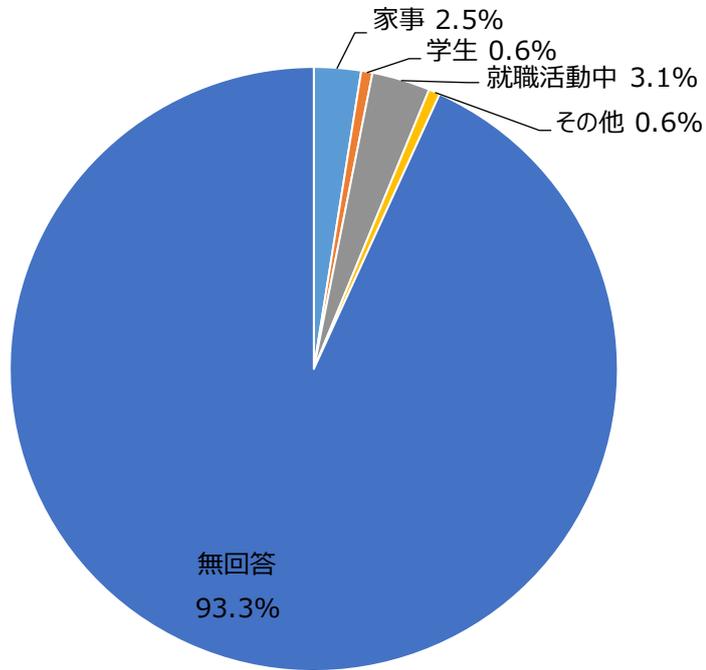


就業状態について、2023年度においては、「通常就業」が92.3%を占めており、「休みがち(週3日以上)」は見られなかった。

2022年度に比べ、「無回答」が減少したため「通常就業」が相対的に増加している。

生活形態

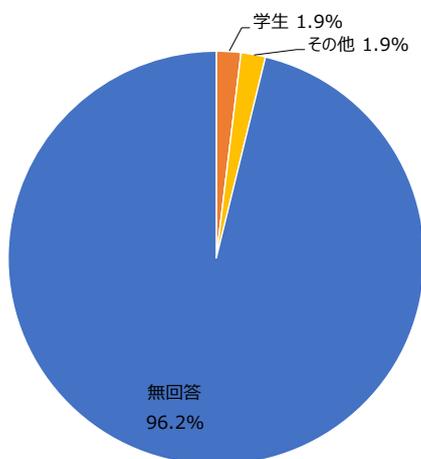
(2020年4月～2024年3月：163件)



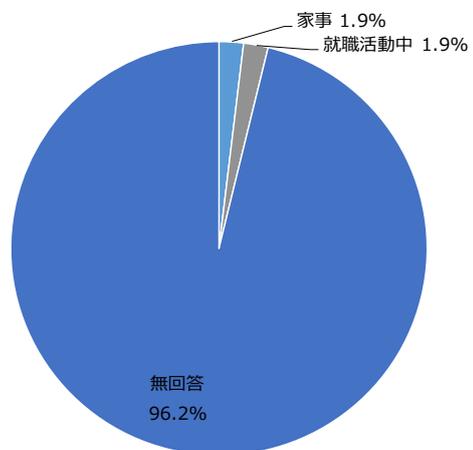
直近4年度の実施件数163件について、生活形態は「無回答」が93.3%と大多数を占めるため参考値となるが、「家事」が2.5%、「学生」が0.6%、「就職活動中」が3.1%、「その他」が0.6%となっている。

生活形態（直近4年度の推移）

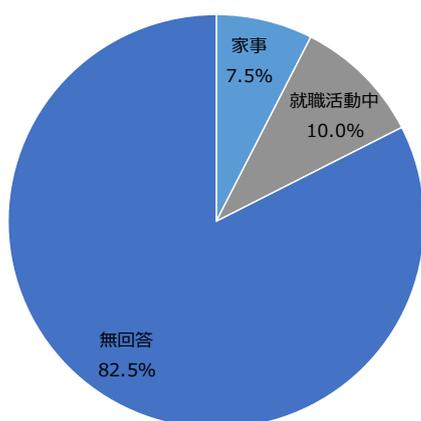
(2023年度：52件)



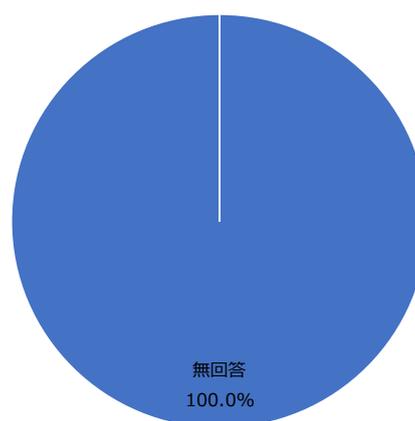
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



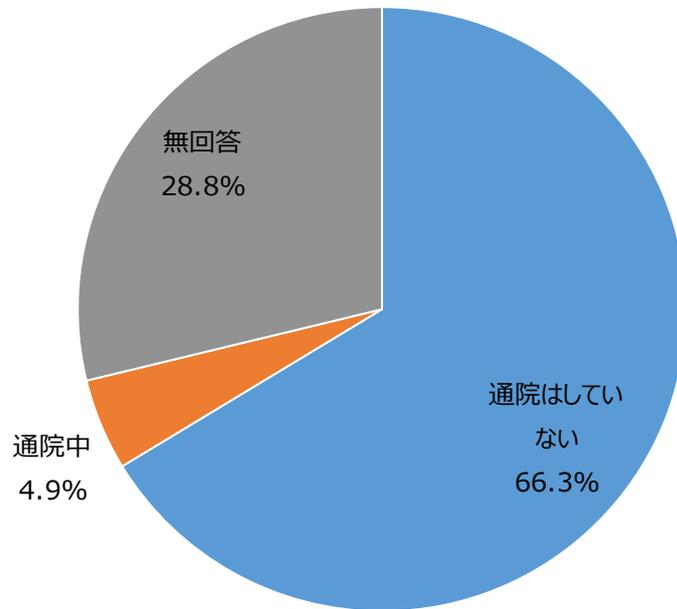
(2020年度：18件)



生活形態について、2023年度においては、「無回答」が96.2%を占めており、「学生」「その他」が各1.9%となっている。

通院状態

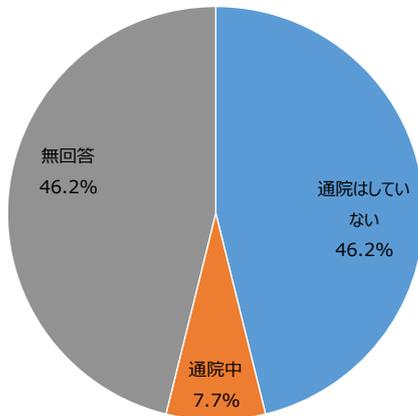
(2020年4月～2024年3月：163件)



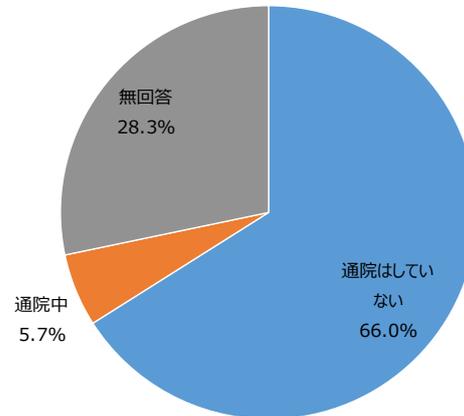
直近4年度の実施件数163件について、通院状態は「通院はしていない」が66.3%と大多数を占め、「通院中」は4.9%に留まる。「無回答」が28.8%とやや高いため、参考値。

通院状態（直近4年度の推移）

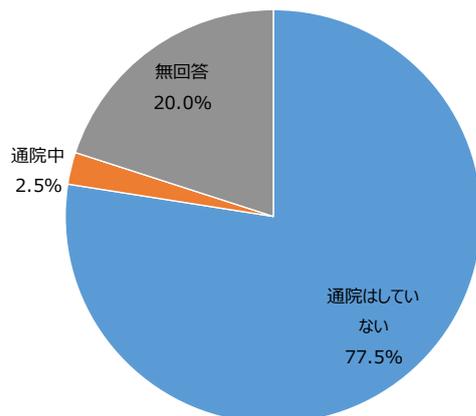
(2023年度：52件)



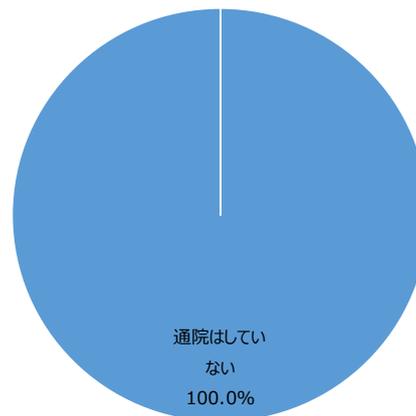
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



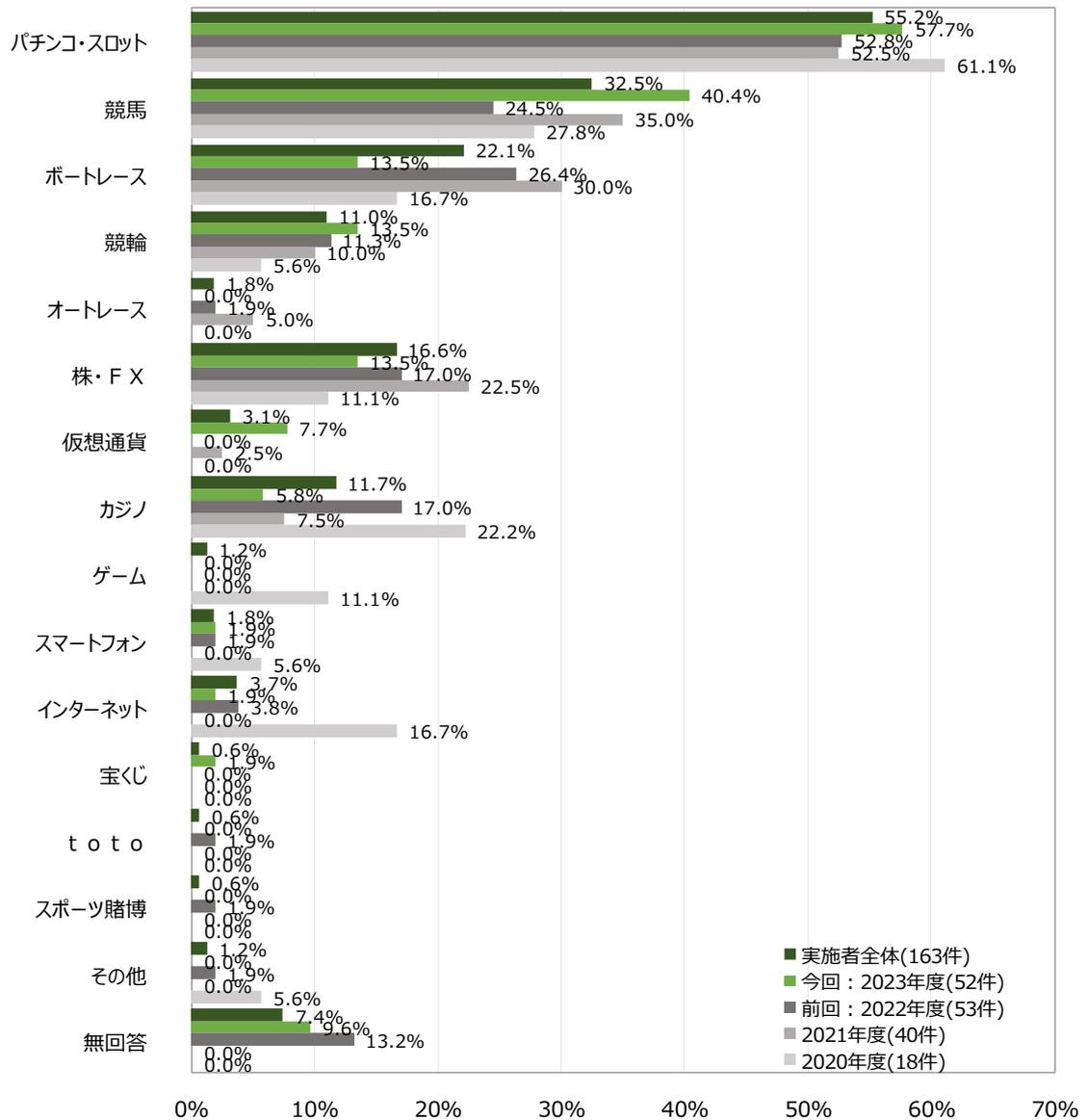
(2020年度：18件)



通院状態について、2023年度においては、「通院はしていない」が46.2%を占めており、「通院中」は7.7%。「無回答」が46.2%と半数近くを占めているため、「通院中」の割合は比較的高いといえる。2022年度に比べ、「無回答」が増加したため「通院はしていない」が相対的に減少している。

2.5.4. 面談カウンセリング実施者のギャンブル状況

ギャンブル種
(2020年4月～2024年3月)

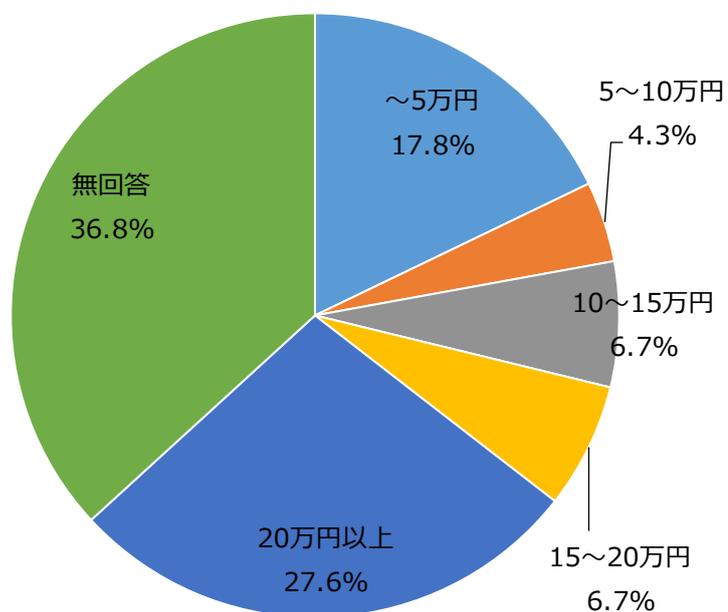


直近4年度の実施件数163件について、ギャンブル種は「パチンコ・スロット」が55.2%と最も高く、次いで「競馬」が32.5%、「ポートレース」が22.1%と公営競技が続く。次点は「株・FX」が16.6%、「カジノ」が11.7%であり、公営競技の「競輪（11.0%）」や「オートレース（1.8%）」を上回っている。

2023年度においては、「パチンコ・スロット」が57.7%、「競馬」が40.4%、「ポートレース」「競輪」「株・FX」が各13.5%と続いている。

2022年度に比べ、「競馬」「仮想通貨」が増加し、「ポートレース」「カジノ」が減少している。

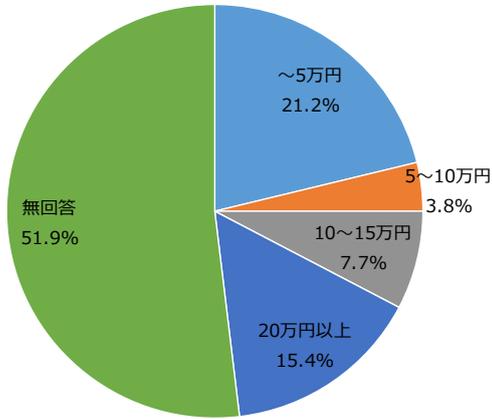
月平均利用額
(2020年4月～2024年3月：163件)



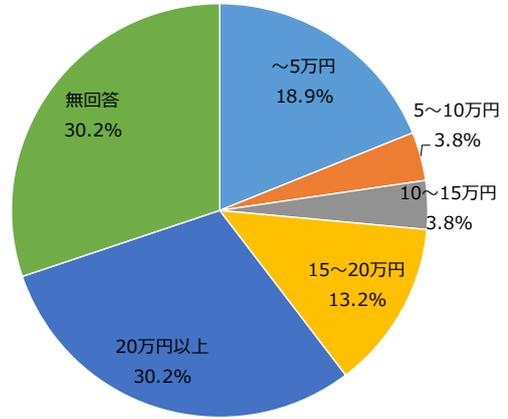
直近4年度の実施件数163件のうち、月平均利用額は「20万円以上」が27.6%と最も高い。「~5万円」も17.8%と時点で高い。ただし、「無回答」が36.8%と比較的高く、参考値。

月平均利用額（直近4年度の推移）

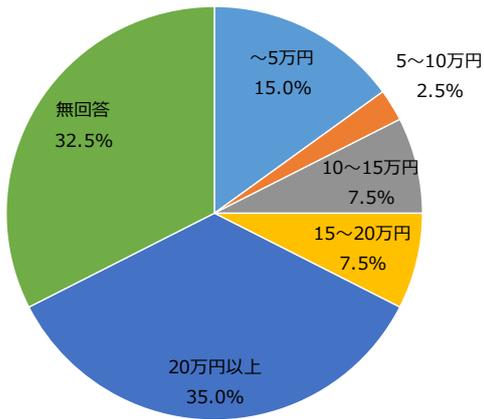
(2023年度：52件)



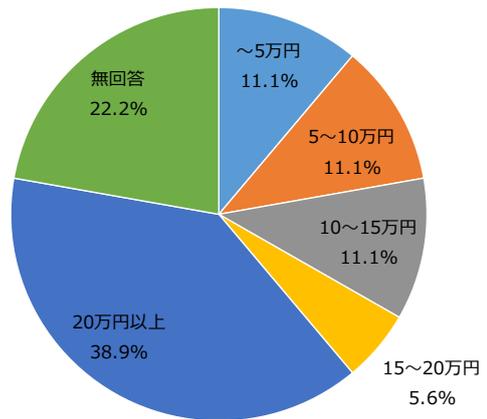
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



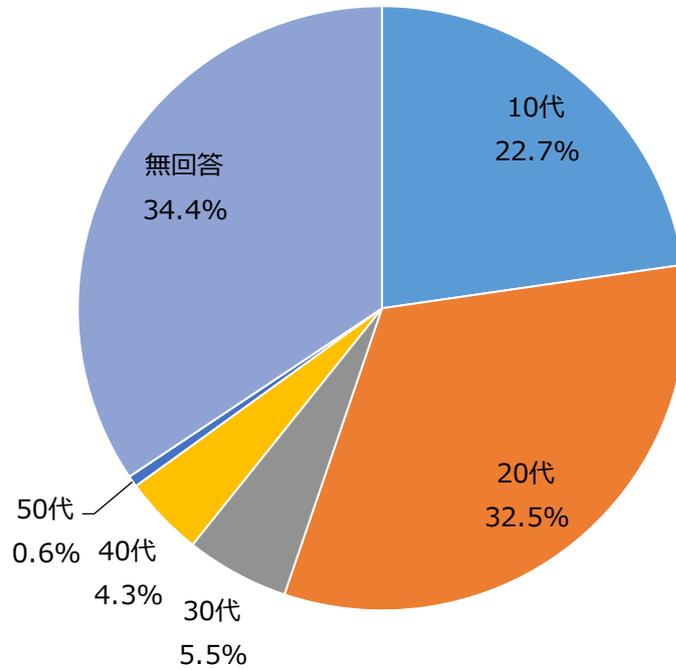
(2020年度：18件)



月平均利用額について、2023年度においては、「無回答」が51.9%と半数以上を占めるため参考値となるが、「～5万円」が21.2%、「20万円以上」が15.4%と続く。

2022年度に比べ、「無回答」が増加したため、「15～20万円」「20万円以上」が相対的に減少している。

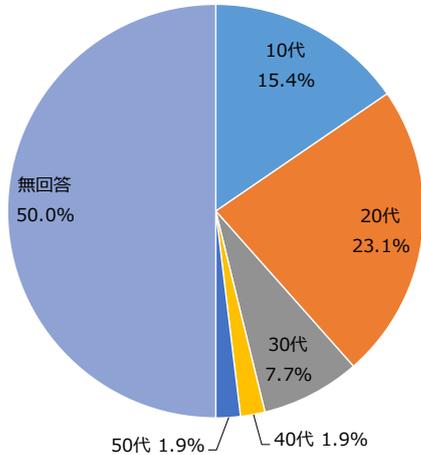
ギャンブル開始年齢
(2020年4月～2024年3月：163件)



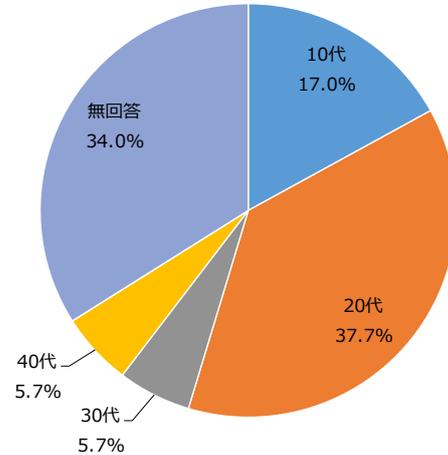
直近4年度の実施件数163件のうち、ギャンブル開始年齢は「10代」が22.7%、「20代」が32.5%と若年が55.2%を占める。30代以降にギャンブルを開始した割合は10.4%に留まる。平均開始年齢は23.1歳である。ただし、「無回答」が34.4%と比較的高く、参考値。

ギャンブル開始年齢（直近4年度の推移）

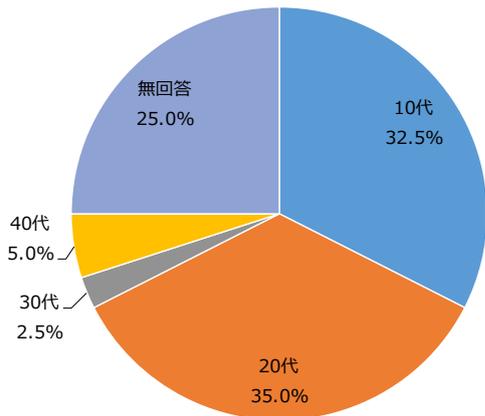
(2023年度：52件)



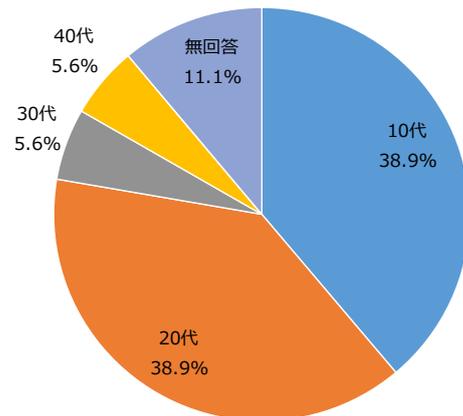
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



(2020年度：18件)

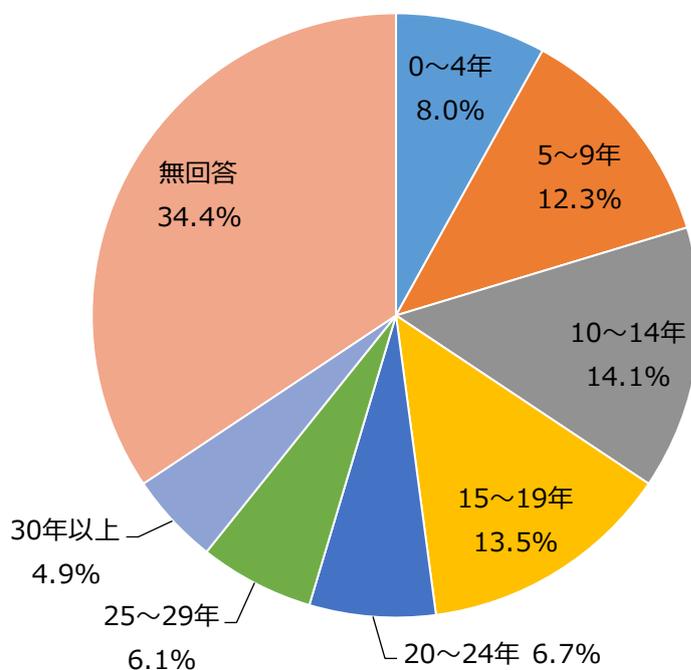


ギャンブル開始年齢について、2023年度においては、「無回答」が50.0%と半数を占めるため参考値となるが、「10代」が15.4%、「20代」が23.1%と合計38.5%を占める。30代以降にギャンブルを開始した割合は11.5%に留まる。平均開始年齢は23.9歳である。

2022年度に比べ、「無回答」が増加したため、「20代」が相対的に減少している。

ギャンブル歴

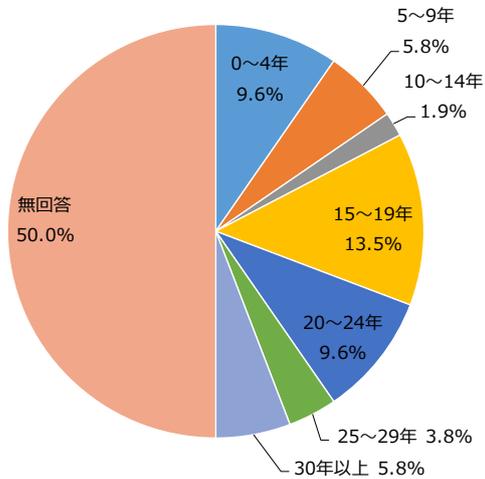
(2020年4月～2024年3月：163件)



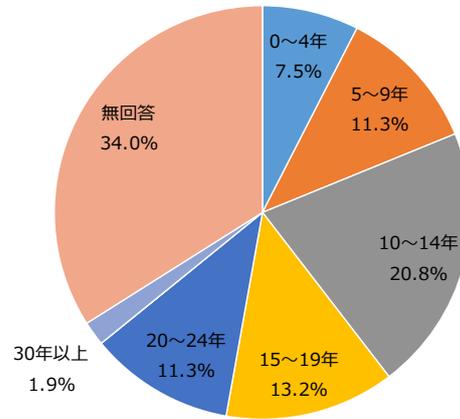
直近4年度の実施件数163件のうち、ギャンブル歴は「0～4年」が8.0%、「5～9年」が12.3%、「10～14年」が14.1%、「15～19年」が13.5%と20年未満が47.9%を占める。10年未満の割合が20.3%、20年以上の割合が17.7%と、それぞれ一定以上の割合となっている。平均ギャンブル歴は15.1年である。ただし、「無回答」が34.4%と比較的高く、参考値。

ギャンブル歴（直近4年度の推移）

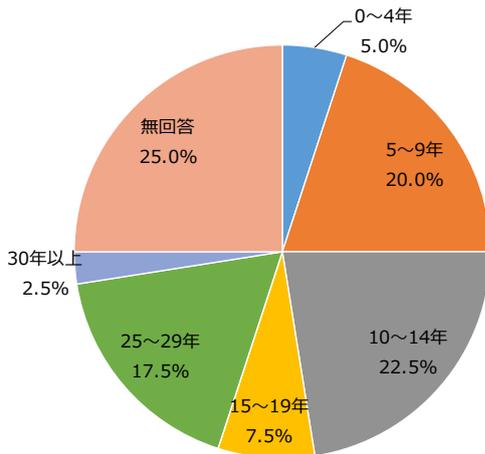
(2023年度：52件)



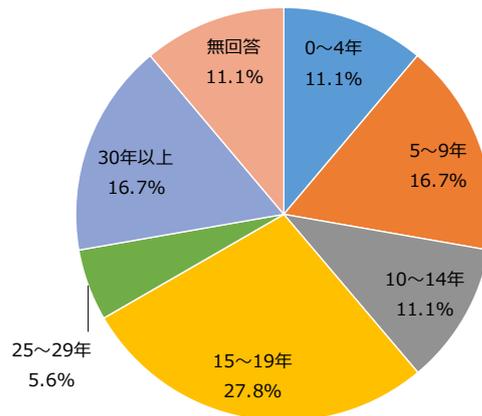
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



(2020年度：18件)

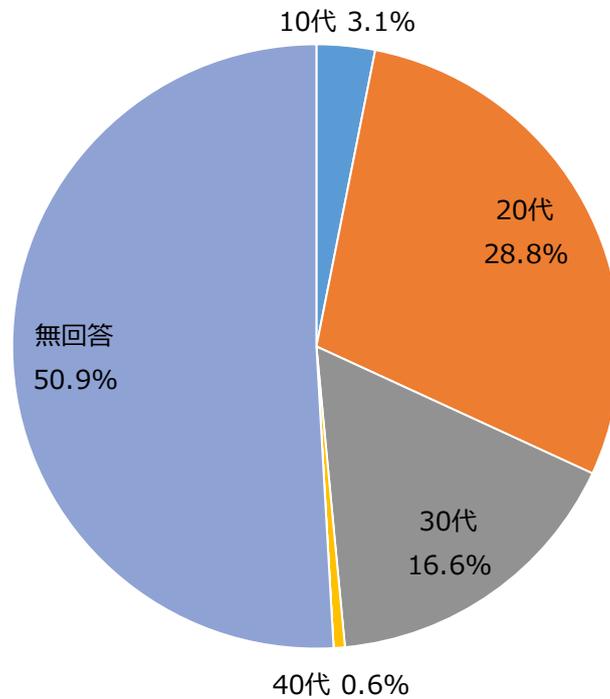


ギャンブル歴について、2023年度においては、「無回答」が50.0%と半数を占めるため参考値となるが、「0～4年」が9.6%、「5～9年」が5.8%と10年未満は15.4%。これに「10～14年」「15～19年」の割合も合計した20年未満の割合は30.8%となっている。20年以上の割合は19.2%であり、少なくない割合を占めている。平均ギャンブル歴は16.3年である。

2022年度に比べ、「無回答」が増加したため、「5～9年」「10～14年」が相対的に減少している。

借金開始年齢

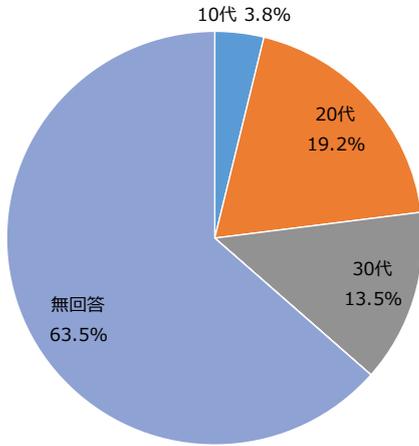
(2020年4月～2024年3月：163件)



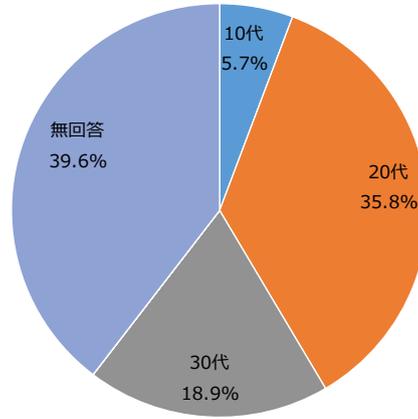
直近4年度の実施件数163件のうち、借金開始年齢は「無回答」が50.9%と大多数を占めるため参考値となるが、「10代」が3.1%、「20代」が28.8%、「40代」が0.6%となっている。20～30代が45.4%を占めており、平均開始年齢は26.3歳となっている。

借金開始年齢（直近4年度の推移）

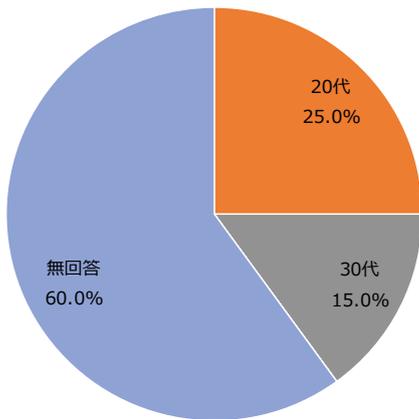
(2023年度：52件)



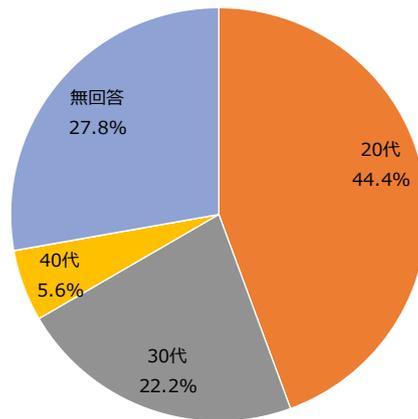
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



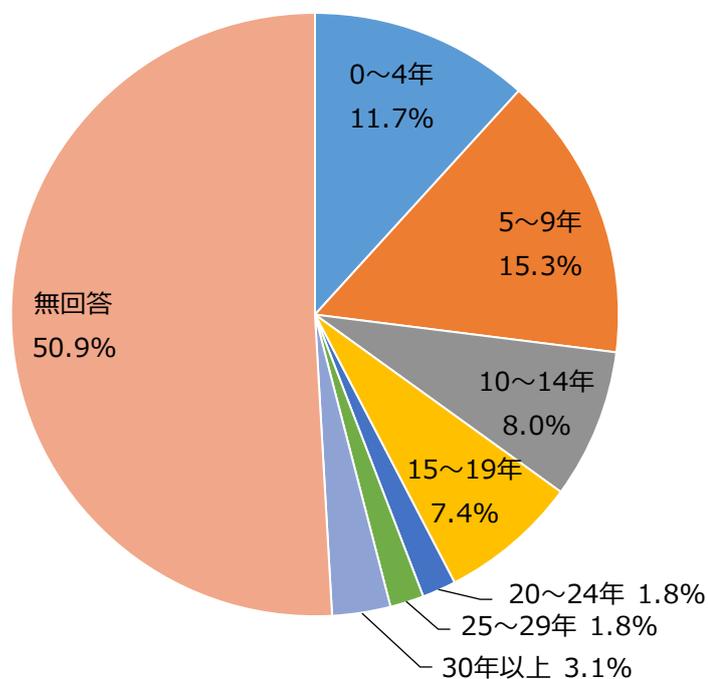
(2020年度：18件)



借金開始年齢について、2023年度においては、「無回答」が63.5%と大半を占めるため参考値となるが、「10代」が3.8%、「20代」が19.2%、「30代」が13.5%となっている。平均開始年齢は26.0歳である。2022年度に比べ、「無回答」が増加したため、10～30代のいずれも相対的に減少している。

借金歴

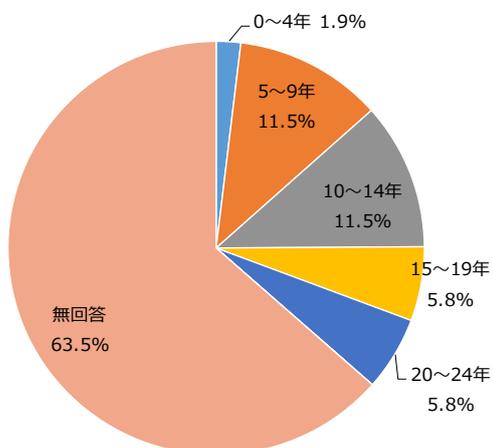
(2020年4月～2024年3月：163件)



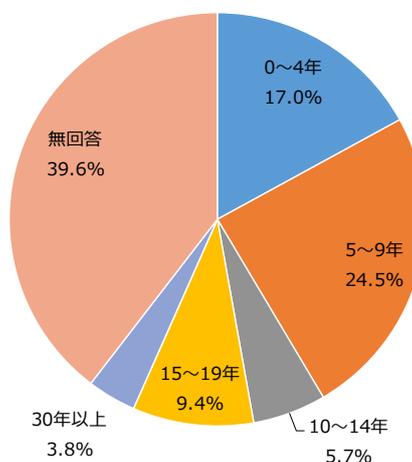
直近4年度の実施件数163件のうち、借金歴は「無回答」が50.9%と半数を占めるため参考値となるが、「0～4年」が11.7%、「5～9年」が15.3%と、10年未満が27.0%となっている。これに「10～14年」「15～19年」を合計した20年未満の割合が42.4%であり、20年以上の割合は6.7%となっている。平均借金歴は11.2年である。

借金歴（直近4年度の推移）

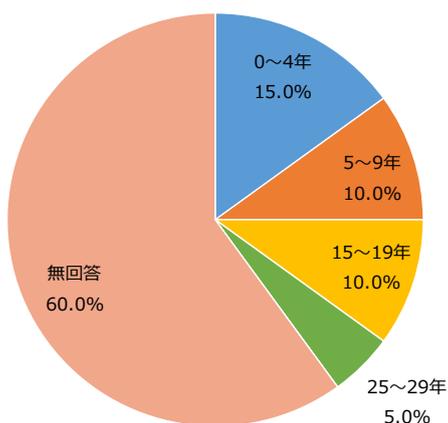
(2023年度：52件)



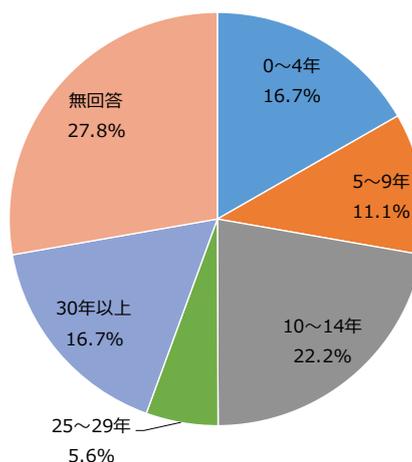
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



(2020年度：18件)

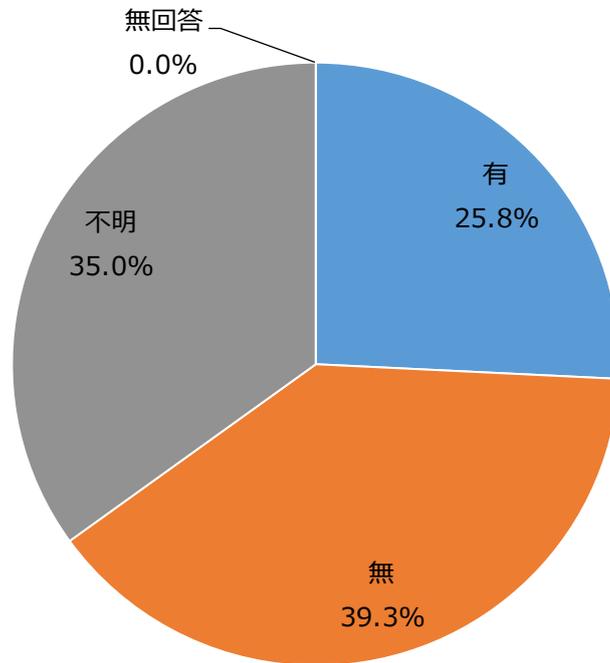


借金歴について、2023年度においては、「無回答」が63.5%と半数以上を占めるため参考値となるが、「0～4年」が1.9%、「5～9年」が11.5%と10年未満は13.4%。これに「10～14年」「15～19年」の割合も合計した20年未満の割合は30.7%となっている。平均借金歴は12.0年である。

2022年度に比べ、「無回答」が増加したため、10年未満の割合が相対的に減少しているものの、「10～14年」「20～24年」の割合は増加している。

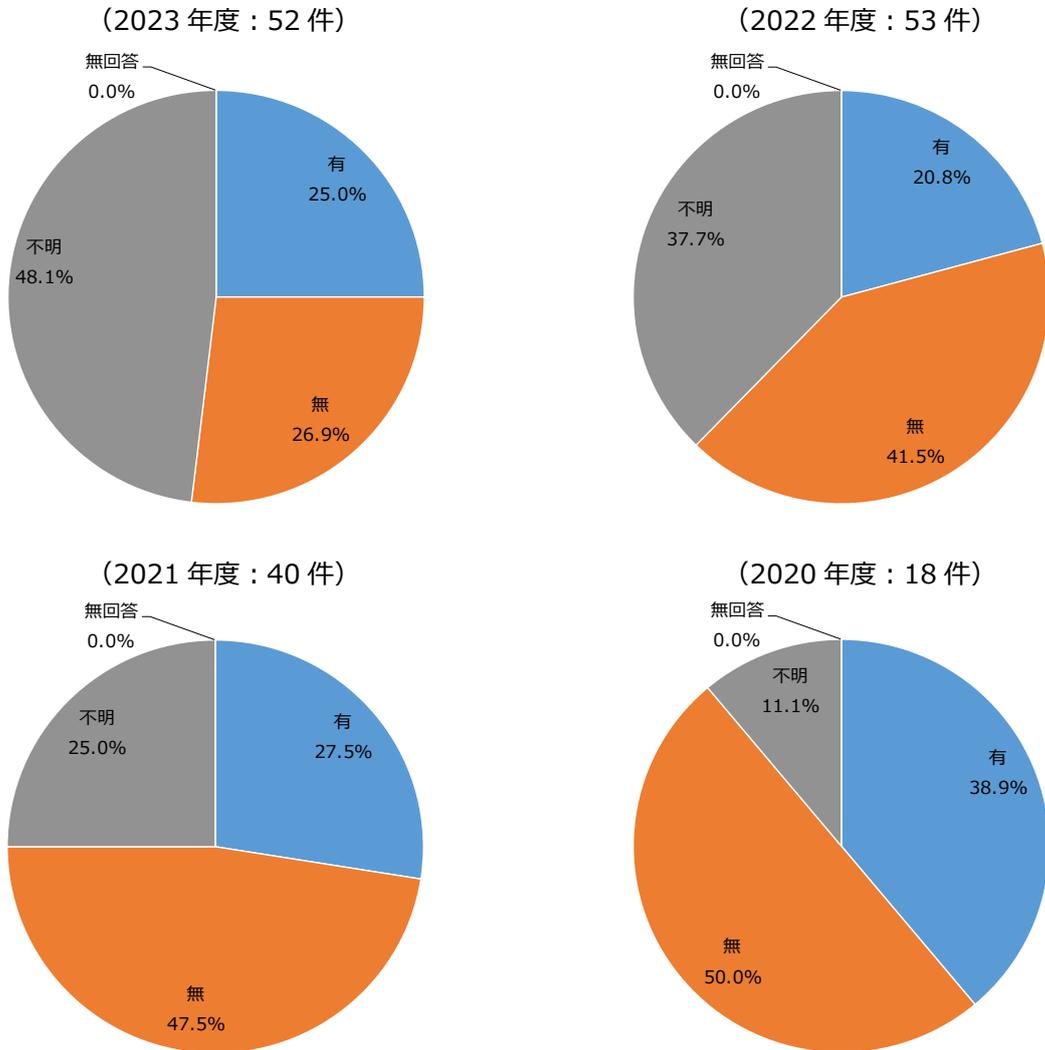
債務整理経験

(2020年4月～2024年3月：163件)



直近4年度の実施件数163件のうち、現在の借金は「不明」が35.0%のため参考値となるが、「有」が25.8%、「無」が39.3%と、債務整理経験がないの方が多数派である。

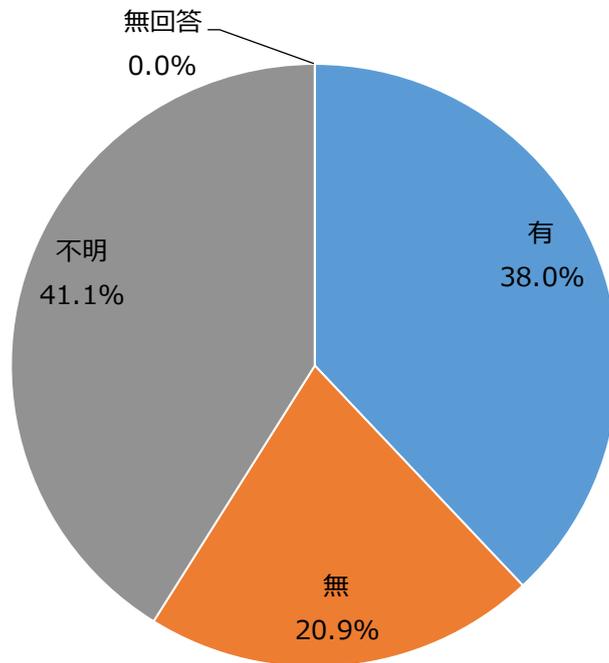
債務整理経験（直近4年度の推移）



現在の借金について、2023 年度においては、「不明」が 48.1%と半数近くを占めるため参考値となるが、「有」が 25.0%、「無」が 26.9%と債務整理経験のない人が多数派である。

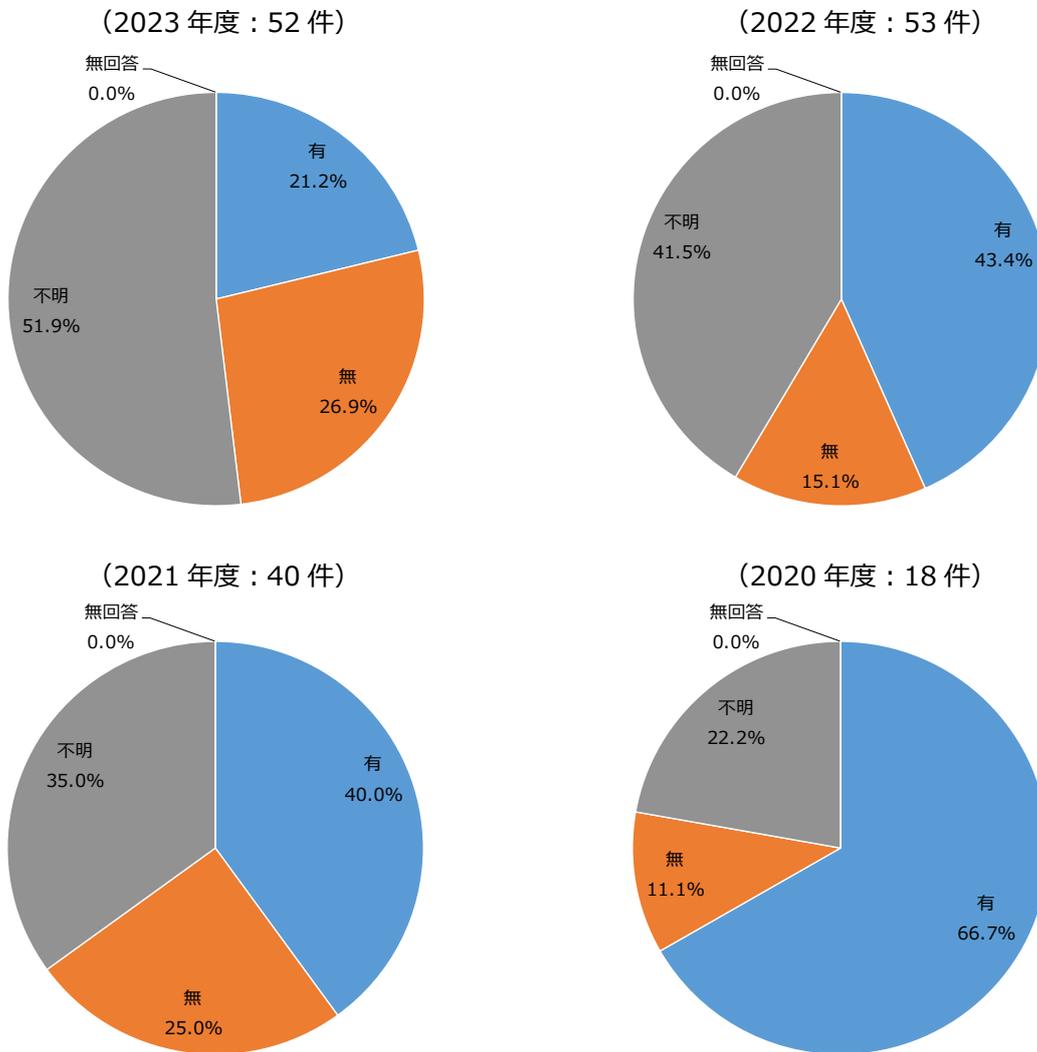
2022 年度に比べ、「不明」が増加したため、「無」の割合が相対的に減少している。

現在の借金
(2020年4月～2024年3月：163件)



直近4年度の実施件数163件のうち、現在の借金は「不明」が41.1%のため参考値となるが、「有」が38.0%、「無」が20.9%と、借金がある方が多数派である。

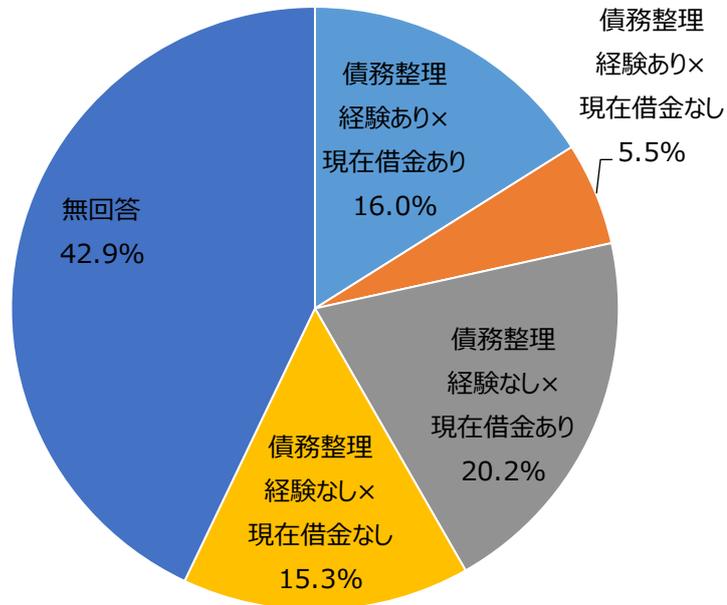
現在の借金（直近4年度の推移）



現在の借金について、2023年度においては、「不明」が51.9%と半数以上を占めるため参考値となるが、「有」が21.2%、「無」が26.9%と借金のない人が多数派である。

2022年度に比べ、「有」が減少し、「無」「不明」の割合は増加している。

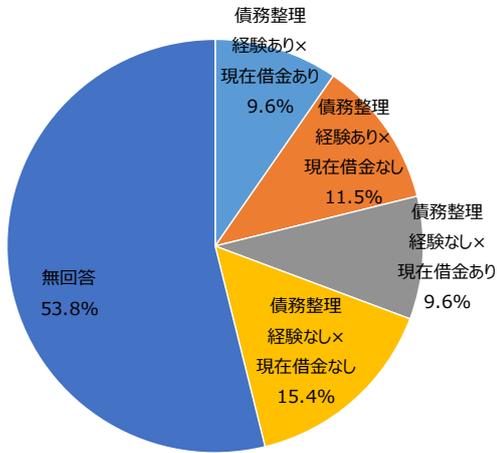
債務整理経験×現在借金有無
(2020年4月～2024年3月：163件)



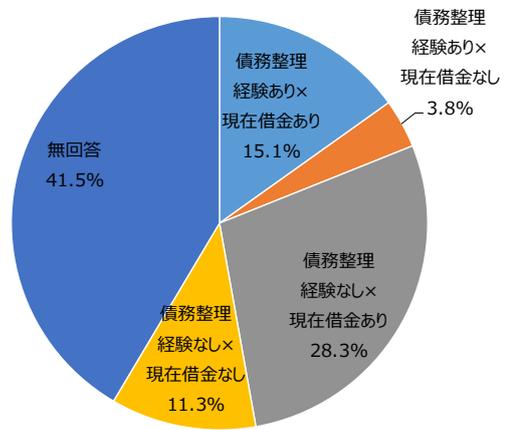
直近4年度の実施件数163件のうち、債務整理経験と現在の借金有無は「無回答」が42.9%のため参考値となるが、「債務整理経験なし×現在借金あり」が20.2%と最も高く、「債務整理経験あり×現在借金あり」が16.0%、「債務整理経験なし×現在借金なし」が15.3%、「債務整理経験あり×現在借金なし」が5.5%となっている。

債務整理経験×現在借金有無（直近4年度の推移）

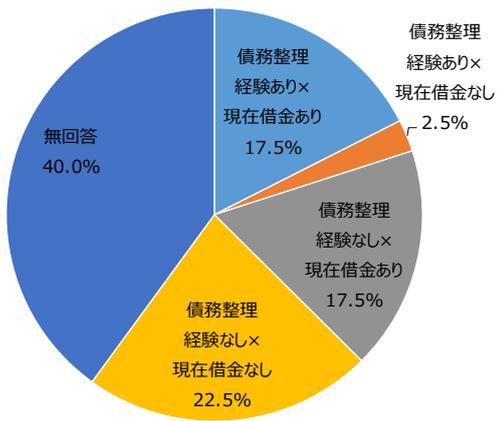
(2023年度：52件)



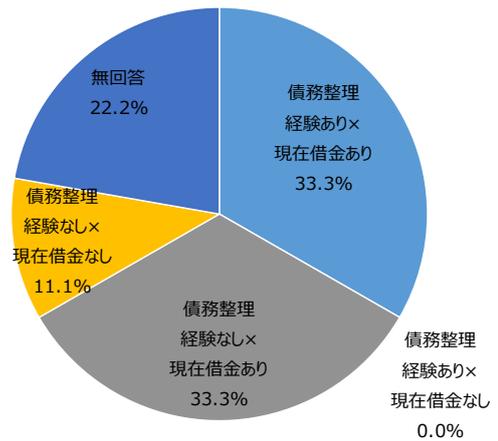
(2022年度：53件)



(2021年度：40件)



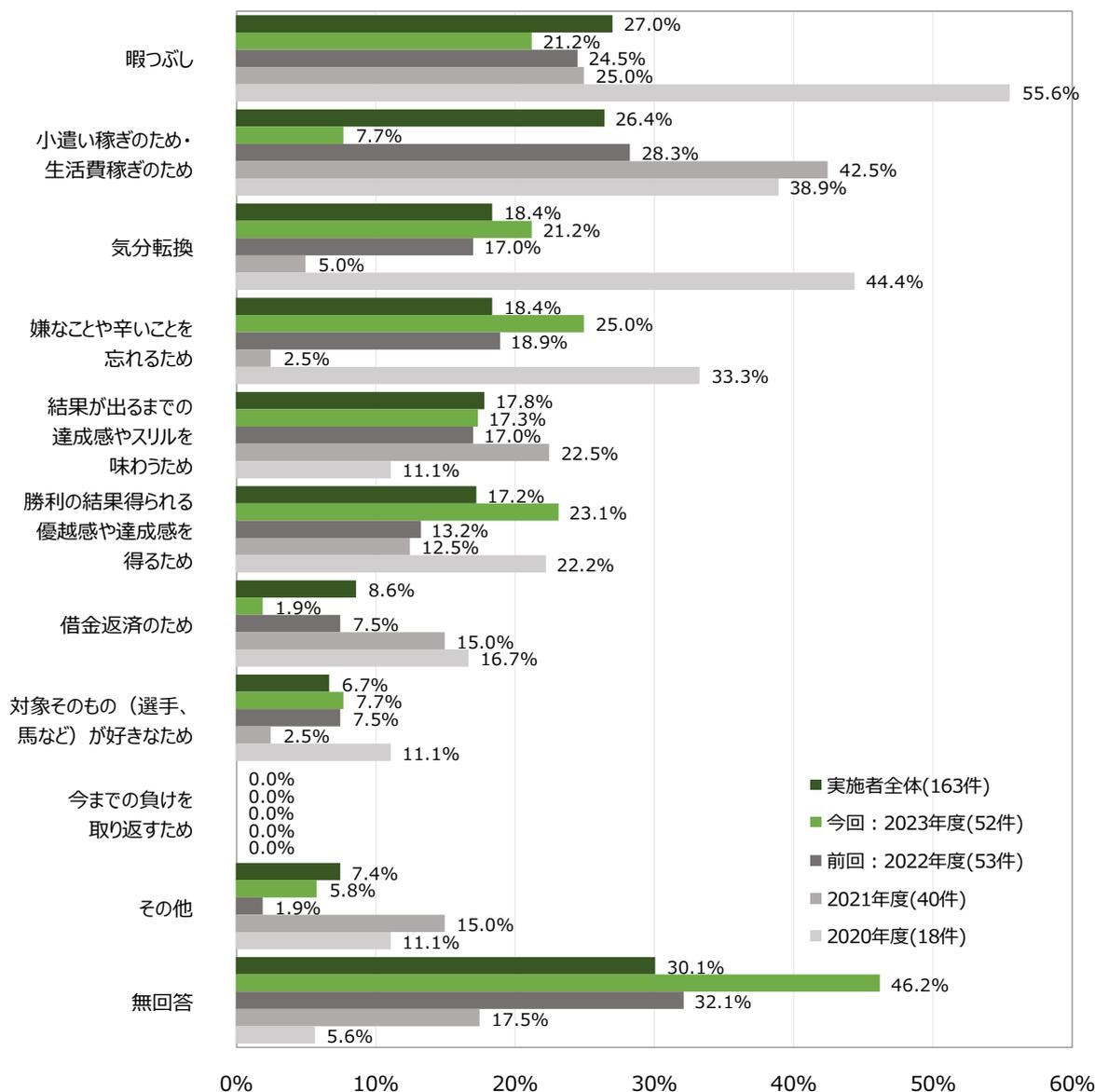
(2020年度：18件)



債務整理経験と現在の借金有無について、2023年度においては、「無回答」が53.8%と半数以上を占めるため参考値となるが、「債務整理経験なし×現在借金なし」が15.4%と最も高い。

2022年度に比べ、「無回答」が増加し、「債務整理経験なし×現在借金あり」が減少している。

始めた目的
(2020年4月～2024年3月)

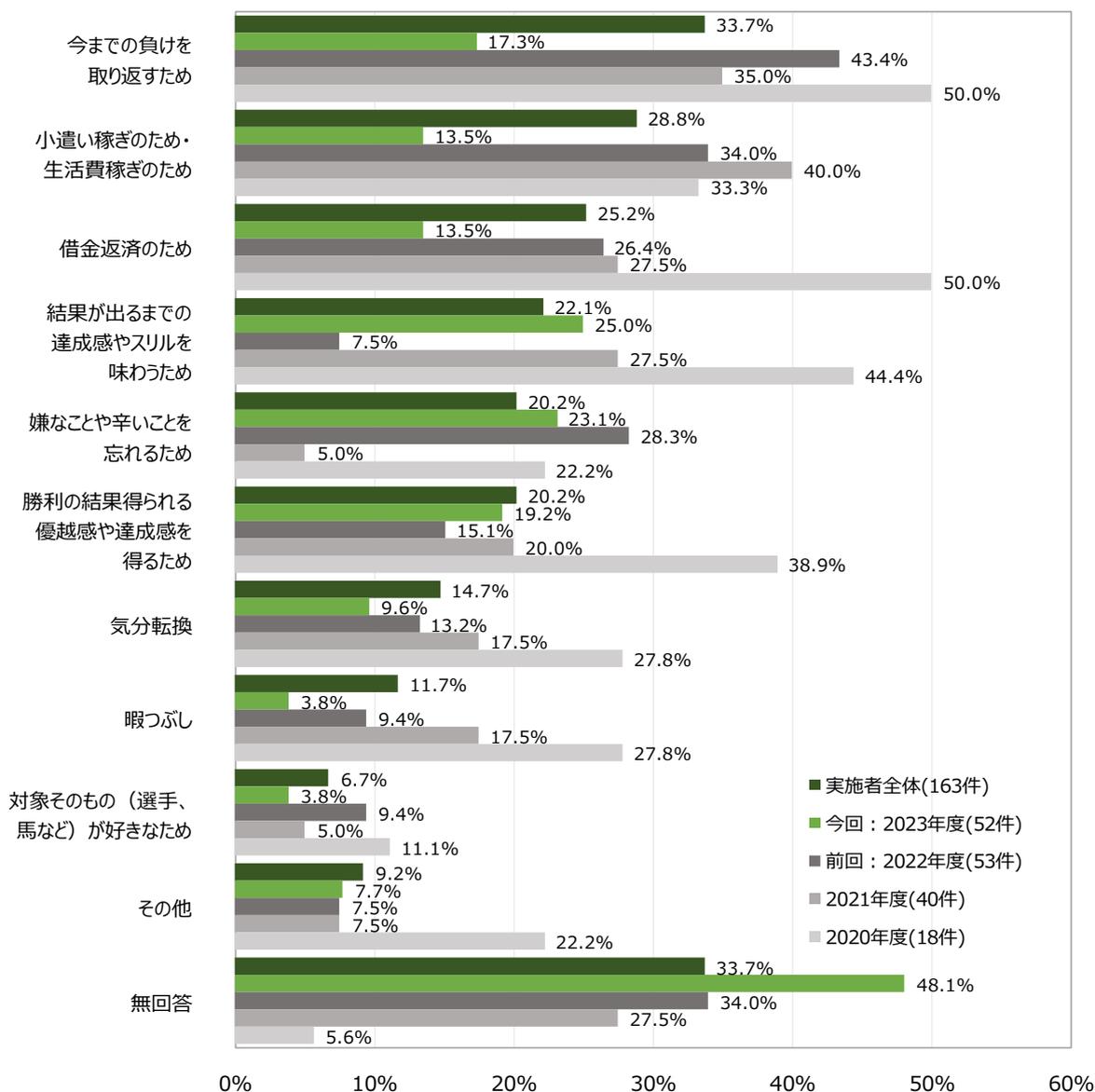


直近4年度の実施件数163件について、始めた目的は「暇つぶし」が27.0%と最も高く、次いで「小遣い稼ぎのため・生活費稼ぎのため」が26.4%、「気分転換」「嫌なことや辛いことを忘れるため」が各18.4%、「結果が出るまでの達成感やスリルを味わうため」が17.8%、「勝利の結果得られる優越感や達成感を得るため」が17.2%と続く。

2023年度においては、「嫌なことや辛いことを忘れるため」が25.0%と最も高い。

2022年度に比べ、「小遣い稼ぎのため・生活費稼ぎのため」「借金返済のため」が減少し、「嫌なことや辛いことを忘れるため」「勝利の結果得られる優越感や達成感を得るため」が増加している。

現在も行う目的
(2020年4月～2024年3月)



直近4年度の実施件数163件について、現在も行う目的は「今までの負けを取り返すため」が33.7%と最も高く、次いで「小遣い稼ぎのため・生活費稼ぎのため」が28.8%、「借金返済のため」が25.2%、「結果が出るまでの達成感やスリルを味わうため」が22.1%、「嫌なことや辛いことを忘れるため」「勝利の結果得られる優越感や達成感を得るため」が各20.2%と続く。

2023年度においては、「結果が出るまでの達成感やスリルを味わうため」が25.0%と最も高い。

2022年度に比べ、「今までの負けを取り返すため」「小遣い稼ぎのため・生活費稼ぎのため」「借金返済のため」「嫌なことや辛いことを忘れるため」「暇つぶし」「対象そのもの（選手、馬など）が好きなため」が減少し、「結果が出るまでの達成感やスリルを味わうため」が増加している。

2.5.5. 面談カウンセリング実態調査結果－クロス集計分析

状態ごとに実施された療法 (2020年4月～2024年3月)

		N	実施療法							
			来談者中心療法	心理教育的アプローチ	認知療法・認知行動療法	支持的心理療法	解決志向アプローチ	心理査定	家族療法	その他
2020年度～2023年度・計		163	50.9%	27.0%	23.9%	22.1%	12.3%	9.8%	1.2%	1.8%
状態	健常（クライアントの状態は普通）	63	55.6%	28.6%	31.7%	31.7%	14.3%	3.2%	3.2%	1.6%
	こころの問題が関係して、薬物、ギャンブル、買い物などの行動への依存	37	54.1%	37.8%	18.9%	10.8%	8.1%	13.5%	-	2.7%
	ストレス反応、疲労感、頭痛、肩こり、不眠などの身体的愁訴	32	50.0%	28.1%	12.5%	31.3%	6.3%	25.0%	-	-
	不安、恐怖、強迫、ヒステリーなどの不安状態	28	46.4%	21.4%	14.3%	10.7%	14.3%	10.7%	-	7.1%
	気分の落ち込み、無気力感、集中力の低下などうつ状態	25	44.0%	40.0%	24.0%	16.0%	28.0%	-	-	-
	性格に問題があり、本人あるいは周囲が困ることが出ている状態	9	55.6%	66.7%	11.1%	11.1%	-	11.1%	-	22.2%
	その他	3	100.0%	33.3%	-	-	-	33.3%	-	-
	無回答	7	-	-	-	-	-	-	-	-

直近4年度の実施件数163件について、面談カウンセリングを受けた本人や対象者の状態ごとに、どのような療法が実施されたのか確認するためクロス集計を行った。

サンプル数10件以上のいずれの状態についても「来談者中心療法」が最も多く実施されている。参考値とはなるが、『性格に問題があり、本人あるいは周囲が困ることが出ている状態』では「心理教育的アプローチ」が最も多い実施療法である。

2020年度～2023年度の合計との実施率を比較し、差が5pt以上見られたものについて、『健常』で「認知療法・認知行動療法」「支持的心理療法」が高く、「心理査定」が低い。『こころの問題が関係して、薬物、ギャンブル、買い物などの行動への依存』で「心理教育的アプローチ」が高く、「認知療法・認知行動療法」「支持的心理療法」が低い。『ストレス反応、疲労感、頭痛、肩こり、不眠などの身体的愁訴』で「支持的心理療法」「心理査定」が高く、「認知療法・認知行動療法」「解決志向アプローチ」が低い。『不安、恐怖、強迫、ヒステリーなどの不安状態』で「その他」が高く、「来談者中心療法」「心理教育的アプローチ」「認知療法・認知行動療法」「支持的心理療法」が低い。『気分の落ち込み、無気力感、集中力の低下などうつ状態』で「解決志向アプローチ」が高く、「支持的心理療法」が低い。

ただし、上述のクロス集計結果の比較について、状態と実施療法の項目はともに複数回答形式のため、【状態A & Bの方に対して実施療法x & yを行った】場合、状態Aで実施療法x、yがそれぞれカウントされ、同様に状態Bで実施療法x、yがそれぞれカウントされる。これらについて『状態A & Bに対して実施療法x & yを実施』『状態Aに対して実施療法x、状態Bに対して実施療法yを実施』『状態Aに対して実施療法y、状態Bに対して実施療法xを実施』などといった経緯・背景は反映されない点に留意が必要である。

本人の年代ごとのギャンブル状況
(2020年4月～2024年3月)

	N	月平均利用額	ギャンブル開始年齢	借金開始年齢	債務整理経験×現在借金有無						
		加重平均値 (無回答除く)	平均(歳)	平均(歳)	債務整理経験あり ×現在借金あり	債務整理経験あり ×現在借金なし	債務整理経験なし ×現在借金あり	債務整理経験なし ×現在借金なし	無回答	債務整理経験あり 計	現在借金あり計
2020年度～2023年度・計	163	15万円	23.1歳	26.3歳	16.0%	5.5%	20.2%	15.3%	42.9%	21.5%	36.2%
本人の年代	10代	-	-	-	-	-	-	-	100.0%	-	-
	20代	15万円	19.4歳	22.6歳	13.3%	-	46.7%	6.7%	33.3%	13.3%	60.0%
	30代	14万円	22.3歳	26.0歳	16.7%	10.6%	28.8%	12.1%	31.8%	27.3%	45.5%
	40代	16万円	21.5歳	30.8歳	33.3%	4.8%	14.3%	23.8%	23.8%	38.1%	47.6%
	50代	15万円	35.1歳	22.3歳	-	6.7%	13.3%	53.3%	26.7%	6.7%	13.3%
	60代以上	4	5万円	21.0歳	21.0歳	50.0%	-	-	-	50.0%	50.0%

直近4年度の実施件数163件について、面談カウンセリングを受けた本人の年代ごとに、どのようなギャンブル状況が確認するためクロス集計を行った。なお、サンプル件数10件未満の10代及び60代以上は参考値としての掲載にとどめる。

1ヶ月あたりの平均利用額は20代と50代が15万円、30代が14万円、40代が16万円と、2020年度～2023年度の合計（本人以外も含む）である15万円と同水準を示す結果となっている。

ギャンブルの開始年齢は、20～40代では平均20歳前後となっている。一方、50代以上では平均35.1歳となっている。

借金の開始年齢は、20代と50代が20代前半、30代が26.0歳とそれぞれ20代であるのに対し、40代では30.8歳となっている。

債務整理経験と現在の借金有無については、20～40代にかけて年代が高いほど債務整理経験のある方の割合が高くなっている。一方、現在の借金の有無については20代で60.0%と最も高く、30～40代で4割半ばとなっている。50代では半数の方が「債務整理経験なし×現在借金なし」のため、他の年代に比べて低水準だが、サンプル数が少ないことによる影響にも留意したい。

ギャンブル種類ごとのギャンプリング状況
(2020年4月～2024年3月)

	N	月平均利用額 (無回答除く)	ギャンブル 開始年齢 平均 (歳)	借金 開始年齢 平均 (歳)	債務整理経験×現在借金有無							
					債務整理経験あり ×現在借金あり	債務整理経験あり ×現在借金なし	債務整理経験なし ×現在借金あり	債務整理経験なし ×現在借金なし	無回答	債務整理経験あり 計	現在借金あり計	
2020年度～2023年度・計	163	15万円	23.1歳	26.3歳	16.0%	5.5%	20.2%	15.3%	42.9%	21.5%	36.2%	
ギャンブル 種類	パチンコ・スロット	90	14万円	21.1歳	25.1歳	13.3%	6.7%	21.1%	12.2%	46.7%	20.0%	34.4%
	競馬	53	17万円	23.7歳	26.1歳	13.2%	5.7%	28.3%	17.0%	35.8%	18.9%	41.5%
	ポートレース	36	15万円	20.9歳	23.0歳	25.0%	2.8%	22.2%	5.6%	44.4%	27.8%	47.2%
	競輪	18	15万円	22.6歳	26.4歳	33.3%	5.6%	22.2%	11.1%	27.8%	38.9%	55.5%
	オートレース	3	21万円	27.0歳	27.0歳	-	-	-	-	100.0%	-	-
	株・FX	27	18万円	29.1歳	27.3歳	3.7%	7.4%	33.3%	25.9%	29.6%	11.1%	37.0%
	仮想通貨	5	16万円	19.7歳	25.3歳	20.0%	-	20.0%	20.0%	40.0%	20.0%	40.0%
	カジノ	19	18万円	21.1歳	29.4歳	42.1%	-	21.1%	5.3%	31.6%	42.1%	63.2%
	ゲーム	2	21万円	16.0歳	16.0歳	100.0%	-	-	-	-	100.0%	100.0%
	スマートフォン	3	15万円	20.0歳	29.5歳	-	-	33.3%	33.3%	33.3%	-	33.3%
	インターネット	6	21万円	17.2歳	22.7歳	66.7%	-	16.7%	-	16.7%	66.7%	83.4%
	宝くじ	1	15万円	31.0歳	31.0歳	100.0%	-	-	-	-	100.0%	100.0%
	toto	1	20万円	18.0歳	22.0歳	100.0%	-	-	-	-	100.0%	100.0%
	スポーツ賭博	1	21万円	18.0歳	26.0歳	-	-	100.0%	-	-	-	100.0%
	その他	2	10万円	19.0歳	21.0歳	-	-	50.0%	50.0%	-	-	50.0%

直近4年度の実施件数163件について、ギャンブルの種類ごとに、どのようなギャンブル状況が確認するためクロス集計を行った。なお、サンプル件数10件未満のオートレース、仮想通貨、ゲーム、スマートフォン、インターネット、宝くじ、toto、スポーツ賭博、その他は参考値としての掲載にとどめる。

1ヶ月あたりの平均利用額はギャンブルの種類による大幅な差異はなく、株・FX、カジノで18万円、競馬で17万円、ポートレース、競輪で15万円、パチンコ・スロットで14万円となっている。

ギャンブルの開始年齢は、公営競技やカジノが20代前半であるのに対し、株・FXでは29.1歳とやや高い。

借金の開始年齢は、いずれのギャンブルの種類においても20代という点は同じだが、ポートレースが23.0歳と最も低く、カジノは29.4歳と最も高い。

債務整理経験と現在の借金有無については、債務整理経験のある方の割合、現在借金のある方の割合ともにポートレース、競輪、カジノで2020年度～2023年度の合計に比べて高い。また、株・FXでは債務整理経験のある方の割合が11.1%と2020年度～2023年度の合計に比べて低い。競馬では現在借金のある方の割合が41.5%と2020年度～2023年度の合計に比べて高い。

ギャンブル歴ごとのギャンリング状況
(2020年4月～2024年3月)

N	月平均利用額 加重平均値 (無回答除く)	ギャンブル 開始年齢 平均 (歳)	借金 開始年齢 平均 (歳)	債務整理経験×現在借金有無								
				債務整理経験あり ×現在借金あり	債務整理経験あり ×現在借金なし	債務整理経験なし ×現在借金あり	債務整理経験なし ×現在借金なし	無回答	債務整理経験あり 計	現在借金あり計		
2020年度～2023年度・計	163	15万円	23.1歳	26.3歳	16.0%	5.5%	20.2%	15.3%	42.9%	21.5%	36.2%	
ギャンブル歴	0～5年	13	17万円	39.5歳	32.2歳	7.7%	7.7%	15.4%	69.2%	-	15.4%	23.1%
	6～10年	20	15万円	24.0歳	25.5歳	15.0%	-	60.0%	5.0%	20.0%	15.0%	75.0%
	11～15年	23	19万円	20.7歳	24.4歳	30.4%	8.7%	26.1%	21.7%	13.0%	39.1%	56.5%
	16～20年	22	12万円	20.2歳	25.6歳	22.7%	18.2%	31.8%	9.1%	18.2%	40.9%	54.5%
	20～25年	11	11万円	18.6歳	26.9歳	45.5%	9.1%	27.3%	9.1%	9.1%	54.6%	72.8%
	26～30年	10	19万円	20.2歳	30.6歳	30.0%	-	20.0%	20.0%	30.0%	30.0%	50.0%
	30年以上	8	9万円	19.5歳	22.3歳	25.0%	12.5%	12.5%	12.5%	37.5%	37.5%	37.5%

直近4年度の実施件数163件について、ギャンブル歴ごとに、どのようなギャンブル状況が確認するためクロス集計を行った。なお、サンプル件数10件未満の30年以上は参考値としての掲載にとどめる。

1ヶ月あたりの平均利用額はギャンブル歴が長いほど平均金額が低くなる傾向にある。ただし、11～15年と26～30年ではそれぞれ19万円と高くなっている。

ギャンブルの開始年齢は、ギャンブル歴0～5年で39.5歳と高いものの、6年以上ではいずれも20代以下が開始年齢となっている。特に、20～25年では18.6歳と低い。

借金の開始年齢は、0～5年、26～30年で30代前半となっているが、6～25年ではいずれも20代半ばが平均開始年齢となっている。

債務整理経験と現在の借金有無については、債務整理経験のある方の割合は10年以下で1割半ばに対し、11年以上ではいずれも3割以上と急増している。特に、20～25年では54.6%と面談カウンセリング実施者の半数以上に債務整理経験がある。現在借金のある方の割合は、0～5年で23.1%に対し、6年以上ではいずれも5割以上と急増している。特に、6～10年、20～25年では7割以上と高い。

借金歴ごとのギャンブル状況
(2020年4月～2024年3月)

	N	月平均利用額 加重平均値 (無回答除く)	ギャンブル	借金	債務整理経験×現在借金有無							
			開始年齢 平均(歳)	開始年齢 平均(歳)	債務整理経験あり ×現在借金あり	債務整理経験あり ×現在借金なし	債務整理経験なし ×現在借金あり	債務整理経験なし ×現在借金なし	無回答	債務整理経験あり 計	現在借金あり計	
2020年度～2023年度・計	163	15万円	23.1歳	26.3歳	16.0%	5.5%	20.2%	15.3%	42.9%	21.5%	36.2%	
借金歴	0～5年	19	12万円	23.7歳	30.0歳	21.1%	10.5%	42.1%	15.8%	10.5%	31.6%	63.2%
	6～10年	25	17万円	21.7歳	27.9歳	36.0%	-	56.0%	4.0%	4.0%	36.0%	92.0%
	11～15年	13	16万円	19.7歳	24.5歳	30.8%	23.1%	30.8%	7.7%	7.7%	53.9%	61.6%
	16～20年	12	13万円	18.6歳	22.3歳	41.7%	8.3%	25.0%	8.3%	16.7%	50.0%	66.7%
	20～25年	3	12万円	23.7歳	19.3歳	-	33.3%	33.3%	-	33.3%	33.3%	33.3%
	26～30年	3	21万円	27.0歳	28.0歳	-	-	-	33.3%	66.7%	-	-
	30年以上	5	10万円	24.6歳	21.8歳	40.0%	-	40.0%	-	20.0%	40.0%	80.0%

直近4年度の実施件数163件について、借金歴ごとに、どのようなギャンブル状況が確認するためクロス集計を行った。なお、サンプル件数10件未満の20年以上は参考値としての掲載にとどめる。

1ヶ月あたりの平均利用額は借金歴0～5年で12万円、16～20年で13万円となっている。6～10年では17万円、11～15年では16万円と、15万円以上と高くなっている。

ギャンブルの開始年齢は、10年以下では20代前半、11年以上では10代となっており、借金歴が長いほど開始年齢も低くなっている。

借金の開始年齢は、借金歴が長いほど開始年齢が低くなっており、0～5年で30.0歳、6～10年で27.9歳、11～15年で24.5歳、16～20年で22.3歳である。

債務整理経験と現在の借金有無については、債務整理経験のある方の割合は10年以下で3割台に対し、11年以上では5割以上と高い。現在借金のある方の割合は、各層とも6割以上と高いが、特に6～10年では92.0%とほぼ全員が現在借金がある状況である。

3章 SMS アンケート追加分析

3.1 目的と概要

(1) 目的

「サポートコール」を通して収集した情報を有益な形で世に発信していくためには、基礎的なデータ集計に加え、発症・経過・解決までをプロセスに分けて体系化する観点、今後注力すべきターゲットや対応内容の効果など社会貢献度をより高める観点が必要である。そのため、支援センターが介入する前後で相談者はギャンブルへの参加状況や意識についてどのような変化がもたらされているのか数値化し、実態把握するとともに比較・検証する。

(2) 概要

「サポートコール」への相談による効果を検証するため、SMS によるアンケート調査を行い、「サポートコール」相談者と回答データを紐づけることで比較・検証を可能なものとする。有効回答者は最終的に 464 件得られ、下記項目について「サポートコール」相談時と一定期間後の状況をそれぞれ比較・検証する。

- 1 週間にギャンブルに参加する日数（0 日～7 日から単一回答／単位：日）
- 1 か月間でギャンブルにかかる費用（数値回答／単位：円）
- ギャンブルの参加衝動（0 点～10 点から単一回答／単位：点）
- ギャンブルに参加しない自信（0 点～10 点から単一回答／単位：点）

注 1※ SMS アンケートは 2023 年 4 月～2024 年 3 月までに 538 件の回答があり、そのうち 2023 年度の「サポートコール」相談者である 465 件について、回答 ID をもとに相談データと紐づけた。

注 2※ 期間内に SMS アンケートを複数回回答する相談者もいたため、「サポートコール」の利用時期に近い方を優先して重複回答を削除した。

注 3※ 数値回答である「1 か月間でギャンブルにかかる費用」の回答で外れ値と思われる回答 1 件を分析対象外とし、464 件を最終的な分析対象とした。費用の外れ値は支援センター介入前後の差を算出し、平均値から標準偏差の±3 倍以上離れている回答を外れ値とした。

分析対象とした 464 件に対し、以下の分析を行った。

- (1) SMS アンケートの回答有無、および回答内容について、相談者の属性情報に関係性があるかを見るため、相関分析を行った。
- (2) 支援センターの介入による改善効果が見られるかを確認するため、分析対象者全体の 464 件に対し、相談時及び一定期間後ごとに聴取した 4 項目の平均値の差の検定（対応のある t 検定）を行った。
- (3) 相談者の属性や対処法による効果への影響を検証するため、分析対象者を各属性に絞って平均値の差の検定（対応のある t 検定）を行った。また、相談時及び一定期間後ごとの差について、聴取した 4 項目の平均値の比較を行った。

属性別の比較は下記の通り行った。

- 相談対象者との関係（本人、本人以外）
- 相談者への対処法（いずれかの機関に案内をした相談者（注 4※）、アドバイスのみ行った相談者）
- 実生活への影響度レベル（レベル 1～2、レベル 3、レベル 4～5）
- 自己認識レベル（レベル 1～2、レベル 3、レベル 4～5）

注 4※ 「サポートコール」相談時、専門スタッフの対応内容が「医療機関」「自助グループ」「法的機関」「行政機関」「面談カウンセリングの案内」のいずれかの案内であった相談者を対象とした。そのため、相談機関案内とともに解決策・アドバイス案内もされている相談者も含んでいる。

注 5※ 実生活への影響度レベルは、本レポート 2 章「相談者の実態分析」で使用した定義と同様に分類している。深刻度の低いレベル 1～2、比較的深刻度の高いレベル 3、特に深刻度の高いレベル 4～5 を合わせた 3 区分で分析を行った。

- 実生活への影響度レベル 1 : 5 件
- 実生活への影響度レベル 2 : 50 件
- 実生活への影響度レベル 3 : 26 件
- 実生活への影響度レベル 4 : 167 件
- 実生活への影響度レベル 5 : 3 件

注 6※ 自己認識レベルは、本レポート 2 章「相談者の実態分析」で使用した定義と同様に分類している。レベル 1、レベル 4～5 はサンプル数僅少のため、レベル 1～2、レベル 4～5 を合わせた 3 区分で分析を行った。

- 自己認識レベル 1 : 2 件
- 自己認識レベル 2 : 145 件
- 自己認識レベル 3 : 79 件
- 自己認識レベル 4 : 28 件
- 自己認識レベル 5 : 25 件

3.2 分析結果

3.2.1 相関分析

SMS アンケートの回答データと「サポートコール」ログデータを紐づけ、SMS アンケート回答有無および SMS アンケートの回答 4 項目と相談者の属性に関係があるか相関分析を行った。下記に分析結果を示す。なお、「サポートコール」ログデータの各属性変数は下記の数値に置き換えて分析した。

○変数のコード表

	1	2	3	4	5
相談者属性	本人	本人以外			
相談対象者年代	20代以下	30代	40代以上		
相談対象者性別	男性	女性			
番号認知	インターネット	それ以外			
ジャンル種類	パチンコ・パチスロ	それ以外			
他機関相談歴	相談あり	相談なし			
収入形態	収入あり	収入なし			
ジャンル以外の問題	問題あり	問題なし			
精神障害・アルコール・薬物の有無	問題あり	問題なし			
債権整理経験有無	経験あり	経験なし			
現在借金有無	借金あり	借金なし			
対処法	案内あり	アドバイスのみ			
知りたい内容	やめ（させ）る方法	それ以外			
実生活への影響度レベル	レベル1	レベル2	レベル3	レベル4	レベル5
自己認識レベル	レベル1	レベル2	レベル3	レベル4	レベル5
SMS有無	回答あり	回答なし			

○相関係数表

	SMS有無	実生活への影響度レベル	自己認識レベル	参加日数			参加費用			参加衝動			参加しない自信		
				介入前	介入後	差	介入前	介入後	差	介入前	介入後	差	介入前	介入後	差
相談者属性	0.05**	0.20**	-0.10**	-0.23**	-0.15**	0.10*	-0.05	-0.04	0.03	-0.32**	-0.15**	0.15**	0.14**	0.09	-0.05
相談対象者年代	-0.02	-0.04*	0.02	-0.10*	0.08	0.20**	-0.02	0.00	0.03	-0.03	0.08	0.12*	-0.04	-0.13**	-0.08
相談対象者性別	0.00	-0.09**	-0.01	-0.07	-0.04	0.04	-0.05	-0.04	0.03	-0.05	-0.07	-0.03	-0.02	-0.02	0.00
番号認知	0.07**	-0.05**	0.00	0.05	0.02	-0.04	0.00	0.01	0.01	0.06	0.06	0.01	0.03	-0.01	-0.04
ジャンル種類	0.01	0.21**	0.03*	0.07	0.02	-0.05	0.15**	0.11*	-0.13**	-0.13**	-0.11*	0.00	0.02	0.04	0.02
他機関相談歴	0.02	-0.03	-0.15**	0.09	0.04	-0.06	0.05	0.02	-0.06	0.06	-0.06	-0.13*	0.05	0.18**	0.11*
収入形態	-0.01	-0.18**	-0.01	-0.11*	0.02	0.15**	-0.06	-0.06	0.05	-0.03	0.09	0.13*	0.11*	-0.06	-0.16**
ジャンル以外の問題	-0.02	0.09**	-0.04*	0.24**	0.07	-0.19**	0.02	-0.05	-0.09	0.13*	0.02	-0.10	-0.04	0.08	0.11*
精神障害・アルコール・薬物の有無	-0.03	0.11**	-0.04*	0.23**	0.02	-0.22**	0.02	-0.05	-0.08	0.13*	0.02	-0.10	-0.01	0.09	0.10
債権整理経験有無	0.02	-0.16**	-0.03	0.00	0.03	0.04	-0.03	-0.01	0.03	-0.01	0.00	0.00	0.11*	0.00	-0.11*
現在借金有無	-0.04**	-0.45**	-0.04*	-0.12*	0.01	0.14*	-0.04	-0.02	0.03	-0.07	0.06	0.13*	0.18**	0.02	-0.15**
対処法	0.01	-0.17**	-0.04*	-0.13**	-0.04	0.10*	-0.09*	-0.11*	0.02	-0.12*	-0.02	0.09*	0.03	0.02	-0.01
知りたい内容	0.07**	0.11**	-0.03	-0.18**	-0.10*	0.09	0.01	0.05	0.05	-0.25**	-0.13**	0.10*	0.07	0.07	-0.01
実生活への影響度レベル	0.00	-	0.03	0.08	-0.07	-0.15*	-0.02	0.06	0.07	0.01	-0.10	-0.12	-0.05	0.06	0.10
自己認識レベル	0.00	0.03	-	0.05	0.01	-0.05	0.02	0.04	0.04	0.07	0.00	-0.06	-0.05	-0.04	0.01

r < -0.20 r > 0.20 * p < .05, ** p < .01

<参考：前回 2022 年度の相関係数表一部抜粋>

	SMS有無	実生活への影響度レベル	自己認識レベル	参加日数			参加費用			参加衝動			参加しない自信		
				介入前	介入後	差	介入前	介入後	差	介入前	介入後	差	介入前	介入後	差
相談者属性	0.04**	0.21**	-0.09**	-0.12*	-0.13*	0.00	0.00	-0.03	-0.08	-0.26**	-0.16**	0.08	0.04	0.01	-0.03
相談対象者年代	0.01	-0.04*	0.00	-0.12*	-0.02	0.10*	-0.10*	-0.07	0.08	-0.07	-0.03	0.03	0.08	0.03	-0.05
ジャンル種類	0.04**	0.18**	0.04*	0.15**	0.10	-0.07	0.25**	0.19**	-0.19**	0.05	0.01	-0.04	0.09	0.19**	0.09
ジャンル以外の問題	-0.04*	0.08**	-0.03	0.12	0.07	-0.06	0.12	0.11	-0.04	-0.02	-0.02	0.01	-0.04	0.05	0.09
精神障害・アルコール・薬物の有無	-0.03*	0.10**	-0.04*	0.09	0.04	-0.05	0.11	0.10	-0.03	0.01	-0.02	-0.03	-0.02	0.09	0.10
知りたい内容	0.07**	0.10**	-0.09**	0.00	0.01	0.01	-0.07	-0.04	0.08	-0.08	-0.05	0.02	0.08	0.05	-0.04

SMS アンケートの回答有無と各属性との相関を見ると、相関係数の絶対値が最も大きいものは“知りたい内容”と“番号認知”の 0.07 であった。1%水準で有意差のある項目もあるが、0.20 以上の弱い相関以上の関係を示す項目は見られなかった。したがって「アンケートに参加した」利用者という強い「改善バイアス」が作用したデータであるという限界はあるものの、属性には大きな偏りがないことが確認できた。

“相談者属性”の『参加日数』において、今回は相関が見られなかった介入前の相関係数が-0.20 以下であり、弱い負の相関が見られた。『参加日数』の平均値を比較すると、＜本人以外＞において前年度から 1 日程度下がっており（今回：1.80 日、前回：2.81 日）、この結果から『参加日数』においては“相談者属性”間の差は前回より開いていると考えられる。

“相談対象者年代”の『参加日数』において、介入前後の差の相関係数が 0.20 以上であり、弱い正の相関が見られた。『参加日数』においては 20 代以下・30 代の若い相談者ほど改善効果が増加している一方、40 代以上の相談者ほど改善効果が減少していると考えられる（＜20 代以下＞：-1.77 日、＜30 代＞：-1.46 日、＜40 代以上＞：-0.60 日）。

前回弱い正の相関が見られた“ギャンブル種類”の『参加費用』は、介入前の相関係数が 0.20 以下であり、相関が見られなかった。今回は『参加費用』の平均値が前回と比較して高くなっており、比較的参加費用が低い＜パチンコ・パチスロ＞利用者であっても、他のギャンブル種類との併用により参加費用が高額になってきていることが窺える（＜パチンコ・パチスロ（他ギャンブル併用者含む）＞：200,792.15 円、＜それ以外＞：1,520,642.29 円）。

“ギャンプリング以外の問題”、“精神障害・アルコール・薬物の有無”の『参加日数』において、介入前の相関係数が 0.20 以上であり弱い正の相関が見られた。どちらも問題があると回答した人の方が参加日数が低く、問題がないと回答した人の方が参加日数が高いという結果になっており、今回は相関が見られなかったことから両相談者間による差が前回より開いていると考えられる（＜ギャンプリング以外の問題あり＞：2.75 日、＜ギャンプリング以外の問題なし＞：4.07 日、＜精神障害・アルコール・薬物の問題あり＞：2.70 日、＜精神障害・アルコール・薬物の問題なし＞：3.98 日）。

“知りたい内容”の『参加衝動』において、介入前の相関係数が-0.20 以下であり、弱い負の相関が見られた。前回、前々回は相関が見られず、『参加衝動』が高い人の相談内容の複雑化が考えられた。今回は『参加衝動』が高い人ほど、やめ（させ）る直接的な方法を知りたい意向が高まってきていると考えられる（＜やめ（させ）る方法＞：7.81 点、＜それ以外＞：6.15 点）。

3.2.2 “全体”で見た分析結果

	平均値	標準偏差	95% 信頼区間		t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値	平均値	平均値
			下限	上限				(2022年度)	(2021年度)	(2020年度)
参加日数	-1.11	2.45	-1.34	-0.89	-9.80	463	0.000	-1.10	-1.13	-0.85
参加費用	-253018.56	2565878.10	-487097.25	-18939.87	-2.12	463	0.034	-59748.28	-56822.97	-65265.15
参加衝動	-2.16	3.13	-2.44	-1.87	-14.83	463	0.000	-2.03	-1.97	-1.72
参加しない自信	1.36	3.75	1.02	1.70	7.81	463	0.000	1.04	1.30	1.12

■ p < .05 で低い ■ p < .05 で高い

次に、SMS アンケート送付者全体について、支援センターの介入前後で平均値に差があるかを調べるため、対応のある t 検定を行ったところ、『参加日数 (t (463) = -9.80, p = .000)』、『参加衝動 (t (463) = -14.83, p = .000)』は有意差 1%水準、『参加費用 (t (463) = -2.12, p = .034)』は有意差 5%水準で減少していた。また、『参加しない自信 (t (463) = 7.81, p = .000)』は有意差 1%水準で増加していた。

各項目における支援センター介入前後での差の平均値を見ると、『参加日数』は -1.11 日、『参加費用』は -253,018.56 円、『参加衝動』は -2.16 点、『参加しない自信』は 1.36 点の増減が見られた。

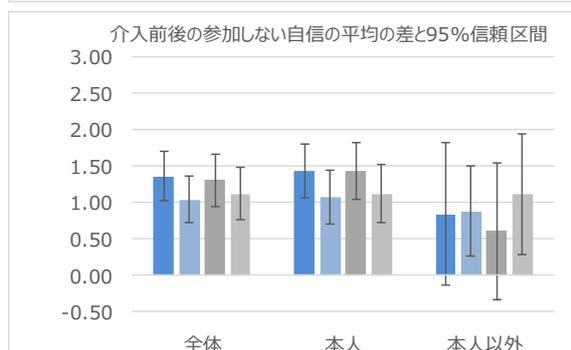
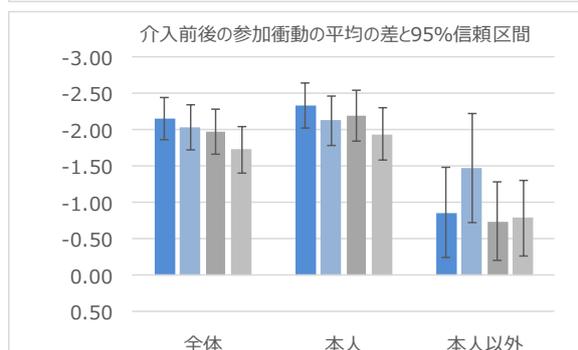
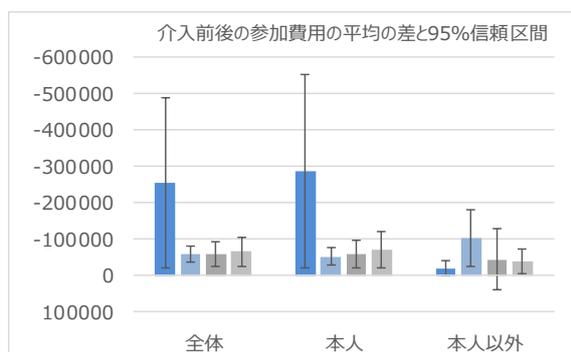
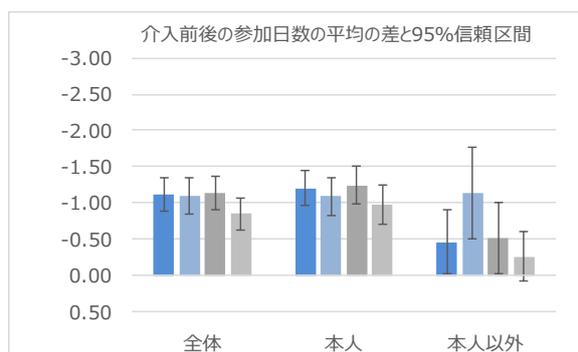
これらの結果から、2023 年度においても 2022 年度と同様に、支援センターが介入したことで相談者の望む結果（改善傾向）が得られていることがわかった。全体として見た場合は、支援センターが相談者に介入することでギャンブルに対する行動・意識に改善効果があることを確認できた。

なお、2022 年度の差の平均値と比較すると、『参加日数』は 0.01 日、『参加衝動』は 0.13 点の改善効果の微増と概ね同水準であった。『参加しない自信』は 0.32 点の改善効果の増加が見られ、『参加費用』は 193,270.28 円の大幅な改善効果の増加が見られた。前年同様に、支援センターが相談者に介入することでギャンブルに対する行動・意識の改善効果が見られることが確認できた。

3.2.3 “相談者との関係”で見た分析結果

		平均値	標準偏差	95% 信頼区間		t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値	平均値	平均値
				下限	上限				(2022年度)	(2021年度)	(2020年度)
参加日数	全体	-1.11	2.45	-1.34	-0.89	-9.80	463.00	0.000	-1.10	-1.13	-0.85
	本人	-1.20	2.53	-1.45	-0.96	-9.61	407.00	0.000	-1.09	-1.25	-0.98
	本人以外	-0.46	1.62	-0.90	-0.03	-2.15	55.00	0.036	-1.14	-0.52	-0.26
参加費用	全体	-253018.56	2565878.10	-487097.25	-18939.87	-2.12	463.00	0.034	-59748.28	-56822.97	-65265.15
	本人	-285119.11	2735020.30	-551296.99	-18941.23	-2.11	407.00	0.036	-52406.94	-59156.50	-71375.63
	本人以外	-19143.13	72225.94	-38485.36	199.11	-1.98	55.00	0.052	-102910.34	-44189.74	-38661.08
参加衝動	全体	-2.16	3.13	-2.44	-1.87	-14.83	463.00	0.000	-2.03	-1.97	-1.72
	本人	-2.34	3.19	-2.65	-2.03	-14.79	407.00	0.000	-2.13	-2.20	-1.94
	本人以外	-0.86	2.32	-1.48	-0.23	-2.76	55.00	0.008	-1.48	-0.74	-0.78
参加しない自信	全体	1.36	3.75	1.02	1.70	7.81	463.00	0.000	1.04	1.30	1.12
	本人	1.43	3.76	1.07	1.80	7.69	407.00	0.000	1.07	1.43	1.12
	本人以外	0.84	3.68	-0.15	1.82	1.71	55.00	0.093	0.88	0.60	1.11

■ p < .05 で低い ■ p < .05 で高い



■ 2023年度 ■ 2022年度 ■ 2021年度 ■ 2020年度

次に、相談者との関係別（本人・本人以外）に分け、介入前後の平均値の差を比較した。

『参加日数』は 0.74 日の差、『参加費用』は 265,975.98 円の差、『参加衝動』は 1.48 点の差、『参加しない自信』は 0.59 点の差でいずれも＜本人＞の方が改善効果が見られた。

また、＜本人＞はいずれの項目も前回から改善効果が増加傾向であり、特に『参加費用』は 232,712.17 円と大幅に改善効果が増加していた。一方、＜本人以外＞はいずれの項目も前回から改善効果は減少傾向であった。

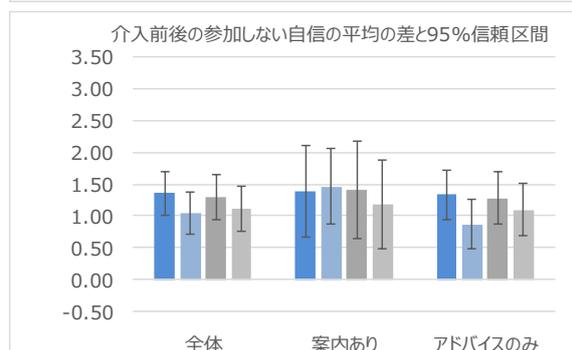
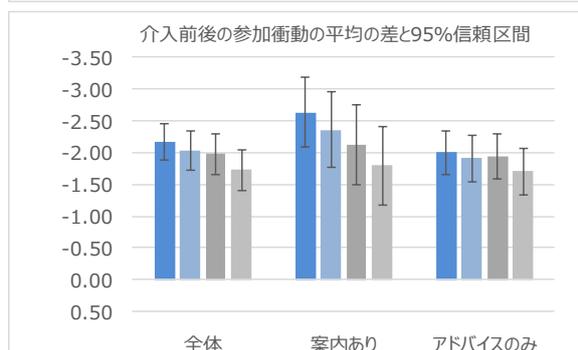
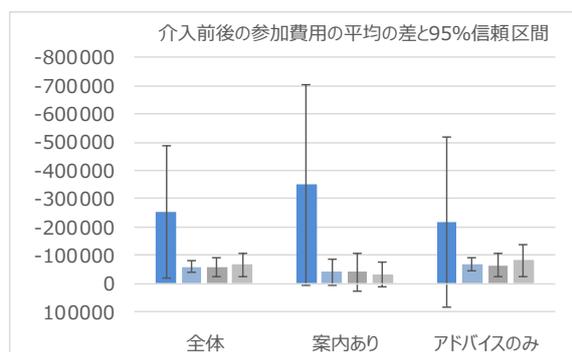
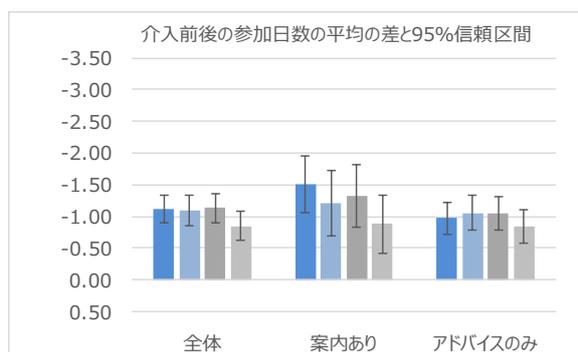
＜本人＞は全体と同様、支援センターの介入による改善効果があることを示しており、いずれの項目でも有意に改善していた。＜本人以外＞はいずれの項目でも改善傾向があるが、『参加費用』、『参加しない自信』においては有意な差が見られなかった。

また、平均値の差を比較すると、前回は『参加日数』、『参加費用』で＜本人以外＞の方が改善効果を得られていたが、今回はいずれの項目でも＜本人＞の方が改善した。前回までの傾向とは異なり、＜本人＞、＜本人以外＞の属性間で介入による差が大きくなっている可能性がある。

3.2.4 “対処法”で見た分析結果

		平均値	標準偏差	95% 信頼区間		t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値	平均値	平均値
				下限	上限				(2022年度)	(2021年度)	(2020年度)
参加日数	全体	-1.11	2.45	-1.34	-0.89	-9.80	463.00	0.000	-1.10	-1.13	-0.85
	案内あり	-1.51	2.63	-1.96	-1.06	-6.60	131.00	0.000	-1.21	-1.32	-0.89
	アドバイスのみ	-0.97	2.38	-1.23	-0.71	-7.40	326.00	0.000	-1.06	-1.04	-0.83
参加費用	全体	-253018.56	2565878.10	-487097.25	-18939.87	-2.12	463.00	0.034	-59748.28	-56822.97	-65265.15
	案内あり	-349349.76	2070097.90	-705786.59	7087.08	-1.94	131.00	0.055	-40516.93	-39443.87	-31234.59
	アドバイスのみ	-218001.36	2760890.98	-518359.08	82356.37	-1.43	326.00	0.154	-67870.93	-63641.49	-80917.38
参加衝動	全体	-2.16	3.13	-2.44	-1.87	-14.83	463.00	0.000	-2.03	-1.97	-1.72
	案内あり	-2.63	3.20	-3.18	-2.08	-9.43	131.00	0.000	-2.35	-2.12	-1.79
	アドバイスのみ	-2.00	3.11	-2.33	-1.66	-11.63	326.00	0.000	-1.91	-1.94	-1.70
参加しない自信	全体	1.36	3.75	1.02	1.70	7.81	463.00	0.000	1.04	1.30	1.12
	案内あり	1.39	4.19	0.66	2.11	3.80	131.00	0.000	1.47	1.40	1.18
	アドバイスのみ	1.34	3.56	0.95	1.73	6.81	326.00	0.000	0.87	1.28	1.10

■ p < .05 で低い ■ p < .05 で高い



■ 2023年度 ■ 2022年度 ■ 2021年度 ■ 2020年度

次に、対処法別（案内あり・アドバイスのみ）に分け、介入前後の平均値の差を比較した。

『参加日数』は 0.54 日の差、『参加費用』は 131,348.40 円の差、『参加衝動』は 0.63 点の差で＜案内あり＞の方が改善効果を得られた。『参加しない自信』については 0.05 点差と同水準。

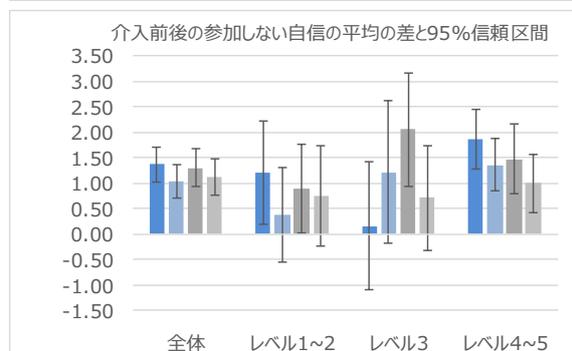
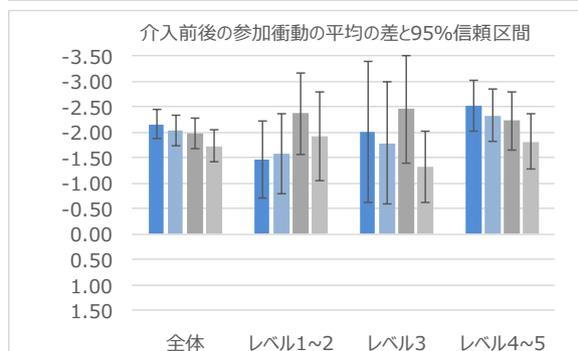
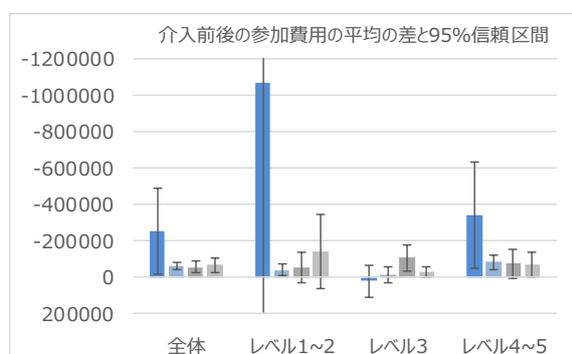
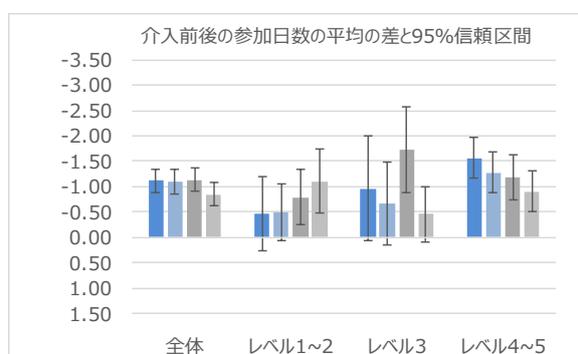
前回と比較すると、『参加日数』は＜案内あり＞で 0.30 日の差で改善効果が増加している。『参加衝動』は＜案内あり＞で 0.31 点の差で増加している。『参加しない自信』は＜アドバイスのみ＞で 0.47 点の差で改善効果が増加している。また、有意な差が見られないため参考程度であるが、『参加費用』は前回から大幅な改善効果の増加が見られた。

＜案内あり＞＜アドバイスのみ＞どちらも支援センターの介入による改善結果を示しているものの、『参加費用』については＜案内あり＞＜アドバイスのみ＞ともに有意な差が認められなかった。前回と比較すると『参加しない自信』は＜案内あり＞が同水準である一方、＜アドバイスのみ＞は改善効果が増加しており前々回と同水準に戻っている。対処法別で『参加日数』、『参加衝動』は差が大きくなった一方、『参加しない自信』は差が小さくなっている。

3.2.5 “実生活への影響度レベル”で見た分析結果

		平均値	標準偏差	95% 信頼区間		t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値	平均値	平均値
				下限	上限				(2022年度)	(2021年度)	(2020年度)
参加日数	全体	-1.11	2.45	-1.34	-0.89	-9.80	463.00	0.000	-1.10	-1.13	-0.85
	レベル1~2	-0.47	2.73	-1.21	0.26	-1.29	54.00	0.204	-0.49	-0.79	-1.10
	レベル3	-0.96	2.55	-1.99	0.07	-1.92	25.00	0.066	-0.67	-1.73	-0.46
	レベル4~5	-1.56	2.70	-1.97	-1.16	-7.57	169.00	0.000	-1.28	-1.19	-0.90
参加費用	全体	-253018.56	2565878.10	-487097.25	-18939.87	-2.12	463.00	0.034	-59748.28	-56822.97	-65265.15
	レベル1~2	-1069436.73	6552990.80	-2840958.29	702084.84	-1.21	54.00	0.231	-38541.38	-52159.37	-144238.57
	レベル3	22036.15	215865.85	-65153.95	109226.26	0.52	25.00	0.607	-14758.48	-106276.25	-28634.81
	レベル4~5	-339530.84	1944763.26	-633980.81	-45080.86	-2.28	169.00	0.024	-82070.91	-75071.65	-71105.27
参加衝動	全体	-2.16	3.13	-2.44	-1.87	-14.83	463.00	0.000	-2.03	-1.97	-1.72
	レベル1~2	-1.47	2.81	-2.23	-0.71	-3.88	54.00	0.000	-1.59	-2.37	-1.92
	レベル3	-2.00	3.43	-3.39	-0.61	-2.97	25.00	0.006	-1.79	-2.45	-1.31
	レベル4~5	-2.51	3.32	-3.01	-2.01	-9.87	169.00	0.000	-2.33	-2.22	-1.81
参加しない自信	全体	1.36	3.75	1.02	1.70	7.81	463.00	0.000	1.04	1.30	1.12
	レベル1~2	1.20	3.71	0.20	2.20	2.40	54.00	0.020	0.37	0.89	0.76
	レベル3	0.15	3.11	-1.10	1.41	0.25	25.00	0.803	1.21	2.05	0.71
	レベル4~5	1.86	3.82	1.28	2.44	6.34	169.00	0.000	1.35	1.47	0.99

■ p < .05 で低い ■ p < .05 で高い



※参加費用 23年度レベル1~2の信頼区間の上限・下限はグラフから省略

■ 2023年度 ■ 2022年度 ■ 2021年度 ■ 2020年度

次に、実生活への影響度レベル（レベル1~2、レベル3、レベル4~5）に分け、介入前後の平均値の差を比較した。

いずれの項目でも<レベル4~5>は介入前後で有意に改善効果があった。また、『参加衝動』はいずれのレベルでも介入前後で有意に改善効果があった。

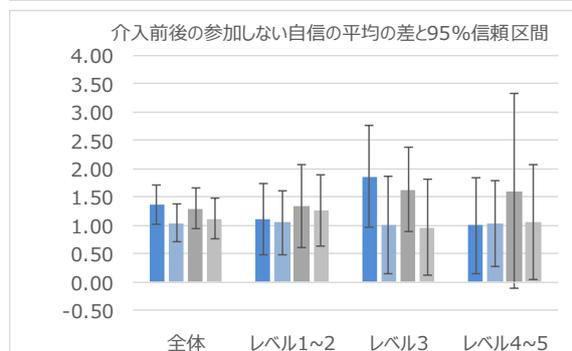
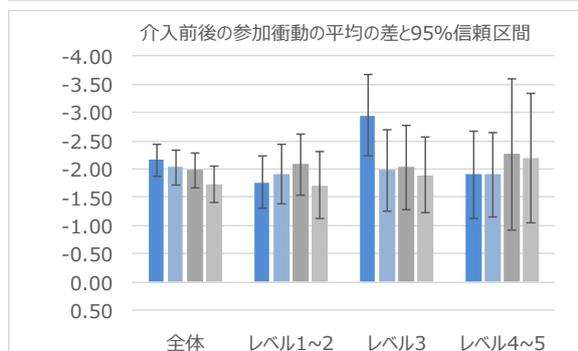
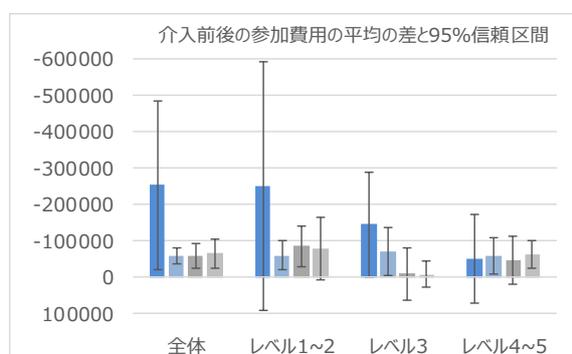
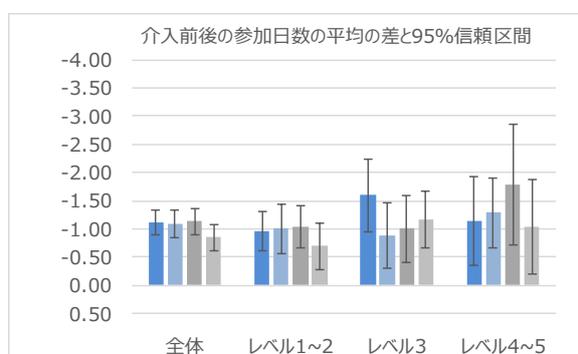
前回と比較すると<レベル4~5>はいずれの項目でも改善効果が増加しており、『参加費用』は257,459.93円の改善効果の大幅な増加が見られた。また、『参加しない自信』は<レベル1~2>は0.83点、<レベル4~5>は0.51点増加している一方、有意な差が見られないため参考程度であるが、<レベル3>は1.06点の改善効果の減少が見られた。

前年同様深刻度の高い<レベル4~5>は改善効果が増加していると考えられる。また、比較的軽度な<レベル1~2>の『参加しない自信』においても改善効果の増加が見られた。

3.2.6 “自己認識レベル”で見た分析結果

		平均値	標準偏差	95% 信頼区間		t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値	平均値	平均値
				下限	上限				(2022年度)	(2021年度)	(2020年度)
参加日数	全体	-1.11	2.45	-1.34	-0.89	-9.80	463.00	0.000	-1.10	-1.13	-0.85
	レベル1~2	-0.96	2.18	-1.32	-0.60	-5.33	146.00	0.000	-1.00	-1.04	-0.70
	レベル3	-1.59	2.88	-2.24	-0.95	-4.93	78.00	0.000	-0.88	-1.00	-1.17
	レベル4~5	-1.13	2.87	-1.92	-0.34	-2.87	52.00	0.006	-1.28	-1.78	-1.03
参加費用	全体	-253018.56	2565878.10	-487097.25	-18939.87	-2.12	463.00	0.034	-59748.28	-56822.97	-65265.15
	レベル1~2	-252073.85	2104873.34	-595181.34	91033.64	-1.45	146.00	0.149	-60157.17	-85310.16	-78016.09
	レベル3	-145272.23	641088.28	-288868.18	-1676.28	-2.01	78.00	0.047	-70812.36	-8754.86	-7513.41
	レベル4~5	-51042.70	442082.01	-172895.59	70810.19	-0.84	52.00	0.404	-58680.25	-47913.83	-62878.82
参加衝動	全体	-2.16	3.13	-2.44	-1.87	-14.83	463.00	0.000	-2.03	-1.97	-1.72
	レベル1~2	-1.76	2.87	-2.23	-1.29	-7.44	146.00	0.000	-1.91	-2.08	-1.71
	レベル3	-2.95	3.24	-3.68	-2.22	-8.09	78.00	0.000	-1.97	-2.03	-1.89
	レベル4~5	-1.91	2.80	-2.68	-1.13	-4.95	52.00	0.000	-1.90	-2.26	-2.18
参加しない自信	全体	1.36	3.75	1.02	1.70	7.81	463.00	0.000	1.04	1.30	1.12
	レベル1~2	1.11	3.84	0.48	1.73	3.50	146.00	0.001	1.05	1.34	1.27
	レベル3	1.86	4.01	0.96	2.76	4.12	78.00	0.000	1.01	1.63	0.96
	レベル4~5	1.00	3.07	0.15	1.85	2.37	52.00	0.021	1.03	1.61	1.06

■ p < .05 で低い ■ p < .05 で高い



■ 2023年度 ■ 2022年度 ■ 2021年度 ■ 2020年度

次に、自己認識レベル（レベル1~2、レベル3、レベル4~5）に分け、介入前後の平均値の差を比較した。『参加日数』、『参加衝動』、『参加しない自信』の3項目においては、いずれのレベルにおいても支援センターの介入による改善効果があることを示しており、有意に改善していた。一方、『参加費用』においては<レベル3>のみ有意に改善していた。

前回と比較すると、<レベル3>は『参加日数』は0.71日、『参加費用』は74,459.87円、『参加衝動』は0.98点、『参加しない自信』は0.85点といずれの項目でも改善効果が増加していた。一方、<レベル1~2><レベル4~5>は介入前後で有意差のあった『参加日数』、『参加衝動』、『参加しない自信』の3項目においては前回と同水準に留まる。

3.3 SMS アンケート追加分析結果のまとめ

支援センター介入前後ごとに相談者のギャンブル状況を比較することで、「サポートコール」介入による改善効果を検証した。

介入前後の検定結果では、前回同様に、全体を通して減少していた方が好ましい項目（『参加日数』『参加費用』『参加衝動』）は減少が見られ、増加していた方が好ましい項目（『参加しない自信』）では増加が見られ、「サポートコール」に相談することで、ギャンブル等依存症の症状に改善効果があることがわかった。

介入前後の差の平均値を前回比較することで改善効果の程度について確認したところ、『参加日数』『参加衝動』は同水準であるものの、『参加費用』『参加しない自信』は増加が見られ、前回よりも改善効果の上昇が見られる。『参加費用』は介入前の費用の増加による影響も含んでいる可能性があるが、『参加しない自信』の改善効果の増加に関しては「サポートコール」スタッフの技術向上と考えることができる。

また、前回は「サポートコール」利用時のスタッフからの対応内容が＜アドバイスのみ＞であった場合、『参加しない自信』の改善効果が減少していたが、今回は＜案内（案内のみ、又は、案内+アドバイス）＞と同程度の改善効果が見られ、相談者によって必要な対応内容の選択ができるようになってきていると考えられる。

実生活への影響度レベルに関しては、前年同様に深刻度の高いレベルの相談者に対しては引き続き改善効果が見られる。また、前回は比較的軽度である＜レベル 1～2＞の『参加しない自信』の改善効果に減少が見られたが、今回は改善効果に増加が見られ、軽度の相談者であっても効果的な介入ができていていると考えられる。

自己認識レベルに関しては、いずれのレベルでも改善効果が見られているが、特に自覚があって変えたいと考えているが、まだ行動に移せていない相談者である＜レベル 3＞に対する改善効果の増加が見られ、サポートコールスタッフの介入が行動に移すきっかけとなっている可能性も確認できた。

以上の点からも「サポートコール」の介入効果が確認できた。ただし、精神障害・アルコール・薬物などギャンブル以外の問題を抱えてる相談者の介入前の『参加日数』が減少している一方、問題がない相談者の『参加日数』が増加している点や、介入前に『参加衝動』が高かった相談者の相談内容が直接的なやめ（させ）る方法に単純化している点など、比較的改善効果が得られやすいと考えられる相談者が増えている可能性があることも留意する必要がある。

一方、前回は「サポートコール」への相談は＜本人以外＞であっても当事者である＜本人＞が入電した場合と同程度の改善効果を得られている可能性が見られたが、今回は介入効果に開きが見られた。＜本人以外＞は介入前の『参加日数』が前回から減少しており、その他の項目においても改善効果に影響があった可能性も考えられるが、この点は引き続き見守っていく必要がある。

なお、SMS アンケートの回収率は 2023 年度が 6.1%（入電数 8,889 件のうち 538 件）、2022 年度が 6.2%（入電数 7,548 件のうち 465 件）と同程度の割合であった。分析結果に関しては「改善バイアス」の影響もあるため、相談者全体の傾向を反映していると断定できない点は留意する必要がある。引き続き、回収率の向上に努める必要がある。

4章 提言

4 支援センター活動高度化に向けた提言

4.1.1 支援センターの活動成果

これまでの活動によりギャンブル等依存症に関する実態把握を進めることができた。また、それらを通じて、支援センターの活動成果として大きく2つ挙げることができる。

(1) 依存症に関する相談を軽度から重度まで幅広くサポート

「サポートコール」の利用者は依存症が深刻化した方のみではなく、生活に困ってはいないがそろそろやめたいと思っているケースや、親族・配偶者などが共同生活に支障が出始めていて何とかしてほしいと思っているケースなど、比較的軽度な段階で生じる悩みについても解決支援をすることができている。こういった支援機関は、一般的にある程度依存症が進行した状態への対処を中心としている傾向があるため、早期段階も含めた総合的な解決支援を行い、且つ一定以上の実績をあげている団体は支援センターを除いて他にないであろう。

(2) サポートコール利用者数増加

「サポートコール」の利用者はサービス開始時の2017年10月からの利用者推移を見ると、月に120件だった問い合わせが2018年度には約200件程度、2019年度では毎月約300～450件と飛躍的に伸びている。2020年度では新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、緊急事態宣言や人々の外出自粛意識からこれまでと異なる生活様式であったため、月あたりの入電件数は約200～500件と変動幅が大きな1年間であった。2021年度も月あたりの入電件数が約300～600件と変動幅の大きな1年間であったが、4月から9月にかけて連続的に増加し、10月以降についても約450～550件の高止まりで推移していたなど、「サポートコール」利用者においてもコロナ禍における生活様式に順応しつつあることが窺えた。そのため、2022年度では月あたりの入電件数が約500～750件と大幅に増加している。2023年度では対象期間の大半がアフターコロナであった（2023年5月より5類引き下げ）こともあり、600～700件で推移し、3月には920件と過去最多件数に達した。

また、カウンセリング申込者については、開始時の14件から2018年度は59件、2019年度では95件へと増加していたが、2020年度では18件であった。2021年度は40件、2022年度は53件と再び増加が続き、2023年度でも52件の実施に至っている。

入電やカウンセリング実施状況といった件数の増加が続く状況から、啓発活動や各種媒体での広告活動等によって支援センターの認知度が向上していると同時に、ギャンブル等依存症の症状等に悩む相談者にとって「サポートコール」がより身近な存在として位置付けられていることもわかる。コロナ禍においてもギャンブル等依存症への悩みや不安な思いを抱える方が多く存在していたことがわかってきたが、今後も社会情勢等による影響は考慮されるため、支援センターがギャンブル等依存症対策における重要な役割を担っていくことが見込まれる。

このように支援センターの活躍が伺える一方、ギャンブル等依存症対策の取組において、今後より一層重要な役割を担っていくためには、今までの相談における傾向と直近1年（2023年度）の傾向を整理・再確認する必要がある。

4.1.2 2023年度の概況と今後の課題

2023年度1年間の「サポートコール」入電件数は8,889件にまで増加し、相談件数としても7,897件にのぼっている。月あたりの入電件数は約650～800件、相談件数においても約550～700件であった。支援センターの認知度向上、ギャンブル等依存症対策の取組における重要な役割を担っていることが示されている一方、「コールセンターの役割」としての概況及び今後に向けた新たな課題を確認する。

(1) 概況：「サポートコール」利用実態

「サポートコール」全入電件数は2022年度で7,584件、2021年度は5,858件、2020年度は4,453件、2019年度は4,312件、2018年度は2,497件と増加傾向が続いており、2023年度は8,889件と大幅に増加した。入電件数及び相談件数の増加や社会情勢の変化に伴い、相談者の傾向にも変化が生じていないか、利用者像を把握するために利用実態について時系列比較する。

以下の相談者（及び相談対象者）においては、2022年度以前に比べて2023年度でも顕著な変化は見られなかった。

- ・相談のあった曜日、相談の時間帯、相談時間の長さ
- ・相談者の属性（本人か、本人以外か）、性別、居住地、知りたい内容（利用目的）
（以降は「相談者本人以外」からの入電の場合、「相談対象者」を指す）
- ・対象者の性別

ただし、以下の点については2021年度または2021年度以前と比べて異なる傾向を示す結果であった。

全体的に2022年度で増加（減少）した項目が2023年度で減少（増加）するなど、2023年度は2021年度と同様の構成比に回帰する聴取項目が散見された。

- ・**電話を掛けた方の年代**：「30～40代」が微減傾向、「50代以上」が微増傾向
- ・**相談対象者の年代**：「20～40代」が減少、「50代」「60代」が微増
男性相談対象者の年代：「30代男性」が減少
女性相談対象者の年代：「30代女性」「40代女性」が減少
「50代女性」が増加、「60代女性」「70代女性」が微増
- ・**相談対象者の就業状況**：「学生」が微増、「その他」が増加、「常勤」が減少
- ・**収入形態**：「給与・収益」が減少
- ・**併存する状態**：「精神障害」が増加（20.9%→26.8%）
- ・**債務整理経験**：「債務整理経験有り・現在借金有り」が減少

・案内先及び案内内容の割合：「案内と解決策・アドバイスの両方」「不明・無回答」が微増

案内：「医療機関」が増加。「面談カウンセリングの案内」が微減傾向、
「行政機関」「自助グループ」「法的措置」が微増傾向

解決策・アドバイス：「お金の管理・使い方のアドバイス」「心理教育を実施した」
「その他アドバイスなどを行った」が微増傾向

・ギャンブル種類：「パチンコ・スロット」が増加、「その他」が減少

「その他」ギャンブル種類：「ゲーム関連（特に「スマートフォン」「インターネット）」が減少、
「賞金関連（特に「宝くじ）」が増加

サポートコール利用者のメイン層（男性若年層、女性中高年層の本人から入電・相談）に大きな変化は見られないものの、社会情勢の変化やギャンブル環境の変化を受け、サポートコール利用者実態も経年での変化が見られる。特に 2023 年度では、『入電・相談ともに、男女とも若年層が減少し、中高年層が増加』、『ギャンブル等依存症以外に併存する問題のある方（特に精神障害）の増加』、『ギャンブル種類として、パチンコ・スロット、宝くじの増加』などが目立った変化として挙げられる。このような利用者実態の推移を受け、「医療機関」への案内が増加するなど案内先及び案内内容にも若干の変化が見られた。

2024 年度においても入電件数及び相談件数は増加が見込まれるため、今後も推移を見守る必要がある。

（2）概況：「サポートコール」相談実態

①SMS アンケート調査

2022 年度に引き続き、「サポートコール」を通じて支援センターが介入することで相談者はギャンブル等依存症に関して改善効果がもたらされているのか検証するために SMS アンケートによる追加調査を実施し、検証した。

相関分析結果では、1%水準で有意差のある項目もあるが、0.20 以上の弱い相関以上の関係を示す項目は見られなかった。したがって「アンケートに参加した」利用者という強い「改善バイアス」が作用したデータであるという限界はあるものの、属性には大きな偏りがないことが確認できた。

検証の結果 2022 年度においても、支援センター介入による一定以上の改善効果が確認できた。また、2022 年度においては「サポートコール」利用時のスタッフからの対応内容が＜アドバイスのみ＞であった場合、『参加しない自信』の改善効果が減少していたが、今回は＜案内（案内のみ、又は、案内+アドバイス）＞と同程度の改善効果を確認できた。このことから、「サポートコール」で対応している専門スタッフのアドバイスによって（案内先紹介の有無を問わず）ギャンブル等依存症当事者やその周囲の方から状態等を傾聴し、相談対象者にとってより適切で効果的な対応が行われていることが窺える。

②面談カウンセリング実態調査

面談カウンセリング実態調査では面談カウンセリングの実施内容や実施者についてログ分析を行った。面談カウンセリングの実施件数は、2020年度で18件、2021年度で40件、2022年度で53件、2023年度で52件である。直近4年度で合計163件実施している。なお、面談カウンセリングに申込はあったものの、「前日キャンセル」「当日キャンセル」が2023年度で8件あった。

以下は面談実施内容に関する項目についての2023年度結果の概要版であるが、各項目、各年度とも「無回答」の占める割合が大きく、参考結果となる点には留意が必要である。

- ・面談拠点名：「東京①」が最多の実施場所
- ・面談実施後の予定：「継続」が1割、「情報提供」が1割弱
情報提供先としては「医療機関」「GA」「精神保健福祉センター」が上位
- ・収入状態：「収益」が大多数を占める
- ・ギャンブルに関する相談：「離脱方法」が9割弱で最多
- ・ギャンブル以外の問題：「問題なし」が8割半ばを占める。「問題あり」としては「精神障害」が最多
- ・クライアントの状態：「健常（普通）」が3割半ば。「行動への依存」が症状としては最多
- ・投薬・服薬の必要性：「不要」が6割強。「必要」は1割未満に留まる
- ・実施療法：「来談者中心療法」が6割弱で最多
- ・カウンセリング種別：「面談」が8割を占める。「電話」「オンライン」は各1割未満

面談カウンセリング実施者の属性情報は少数サンプルながらも「サポートコール」への相談者で多い属性層が中心となっていることがわかる（本人の場合は30～40代男性、本人以外の場合は女性）。そのため、就業状況についても、常勤で通常就業している方が大半となっている。

面談カウンセリング実施者のギャンブル状況について、ギャンブル種としては、「サポートコール」への相談者と同様、「パチンコ・スロット」や「公営競技」、「株・FX」「カジノ」が見られる。月額平均利用額は「～5万円」と「20万円上」の比率がやや高く、両極化している（年度によって変動も大きく、少数サンプルによる影響が大きい）。ギャンブル開始年齢は「10代」「20代」が多数派で、年齢とギャンブル開始年齢の差をもとに算出した『ギャンブル歴』は平均で15.1年となっており、多くの方が若い頃からギャンブルを楽しんでいる方である。借金の開始年齢は「20代」「30代」が多数派で、年齢と借金開始年齢の差をもとに算出した『借金歴』は平均で11.2年となっている。そうした中で、「現在も借金がある人」が4割、「債務整理経験がある人」が2割半ばと、少なくない方が該当している。ギャンブルを始めた目的は、「嫌なことや辛いことを忘れるため」「勝利の結果得られる優越感や達成感を得るため」「暇つぶし」「気分転換」が上位に挙がる。一方、ギャンブルを現在も行う目的としては「結果が出るまでの達成感やスリルを味わうため」「嫌なことや辛いことを忘れるため」「勝利の結果得られる優越感や達成感を得るため」「今までの負けを取り返すため」などが上位に挙げられている。

面談カウンセリングについては実施件数が少ないため、単年度での結果のみでなく直近4年度分を合計した結果についても本アニュアルレポート内で集計・分析している。それでも尚クロス集計分析等で有用な結果を得るためには今後も面談カウンセリングの実施を継続し、実施場所やスタッフによる差を抑えられるよう統一された記録を増やすことでより検証精度が向上するものと考えられる。

③相談者の実態分析

本アニュアルレポートでは、2019年度より「サポートコール」への相談内容を基に、実生活への影響度合いを「実生活への影響度レベル」、ギャンブル等依存症による自覚の度合いを「自己認識レベル」としてレベル1～レベル5までの5段階に分類し、その結果を分析している。2023年度においては、相談件数7,897件中、「実生活への影響度レベル」は4,123件、「自己認識レベル」は4,217件、それぞれ分類することができた。

「実生活への影響度レベル」については、2022年度以前と同様、纏まった借金をしている状態のレベル3以上が79.4%を占めており、生活が破綻に近い状態のレベル4のみで61.8%を占めている。早期回復のためには早期発見が最も有効であり、今後もギャンブル等依存症に関する啓発活動が必要であるといえる。

また、「実生活への影響度レベル」を相談対象者の年代別に見ると、10代と60代以上では比較的軽症と考えられるレベル1～2の割合が多くなっている。一方、相談対象者の多い20～50代についてはレベル4が5割以上を占めている。相談件数の大半が深刻な状況にある方からの相談であることがより如実に窺える結果となった。

「自己認識レベル」については、相談者自身が置かれている状況を深刻だと認識している自己認識レベル2以上が98.2%、現状を変えたいと思っているレベル3以上では47.7%を占めており、自発的にサポートコールを利用するケースが大多数となっている。また、現状を変えるために行動している（していた）方を示すレベル4～5は18.9%と、既に行動している方が相談するケースも少なからず見られる。内訳としては、現状を変えるために行動している状況のレベル4が8.4%に対し、行動していたが諦めたり直せないと思い込んでいる状態のレベル5が10.5%と同水準であることから、自覚症状の段階ごとに一定以上のニーズがあることがわかる。

また、「自己認識レベル」を相談対象者の年代別に見ると、自覚症状のないレベル1、自覚症状があり現状を変えようと行動したが諦めてしまっているレベル5については、年代による差異は見られなかった。また、いずれの年代においても自覚症状はあるが行動はしていない状況下のレベル2～3が大半を占める結果となっているが、10代で9割、20～30代及び60代以上で8割、40～50代では7割半ばとそれぞれ差異が見られる。一方で、現状を変えようと行動しているレベル4については、10～30代及び60代以上では1割未満の極少数に留まるが、40～50代では1割以上となっている。

前述の通り、2023年度の面談カウンセリング実施件数は52件であった。「サポートコール」での面談カウンセリング案内件数は91件であり、そのうち22件（24.2%）からその場で申込があった。一方で、69件（75.8%）からは申込がない状態であり、この申込をしなかった相談者について「実生活への影響度レベル」を確認すると、分類可能な34件中21件は生活が破綻に近いレベル4であることがわかった。「自己認識レベル」については、分類可能な39件中38件は自覚症状のあるレベル2以上、27件は行動しようと思いつけているレベル3以上であった。早期発見・早期回復の責務を全うするために適切な案内、解決策・アドバイスの提示が必要であることと同様に、面談カウンセリングが有効と思われる相談者に対しても、申込に繋がるような案内が望まれる。

(3) 概況：実施施策の効果検証

①公式ホームページアクセス実態

2023 年度における公式ホームページについては、解析ツールの仕様変更前後の期間（4～6 月、7～3 月）、広告出稿内容の変更前後の期間（4～7 月、8～3 月）による影響があるため、12 ヶ月分の結果をとらえる点では留意が必要であるものの、公式ホームページへの総アクセス数は 757,538 回にのぼった。アクセス数のうち、流入経路が識別可能な件数は 735,337 件であり、617,666 件（84.0%）と大半がウェブ広告からアクセスしていることがわかった。媒体別の内訳では、ウェブ広告からのアクセスが多い順に、Google が 168,433 件、LINE が 167,592 件、Instagram が 129,656 件、Yahoo! が 109,525 件、X（旧 Twitter）が 37,251 件、YouTube が 5,209 件となっている。

②アクセスユーザー層

アクセスユーザーの実態としては、モバイル端末で新規訪問者が多く（リピータ訪問は 1 割強（※4～6 月では 3 割弱、7～3 月では 1 割未満））、サポートコール利用者層と同様に 20～30 代からのアクセスが多い。性別については男性 5 割半ば、女性 4 割半ばと、サポートコール相談者の性別に比べると男性が少なく、女性が多い。

公式ホームページ内のページ別での閲覧状況としては、前述の通りウェブ広告からの流入が大半を占めるため、ランディングページの表示回数が群を抜いて多くなっている。「トップページ」「漫画で解説ギャンブル依存症」といったページは平均閲覧時間が 1 分前後と、アクセスユーザーの滞在時間が比較的長いページであった。ただし、滞在時間の割合としては 4～7 月では「ギャンブル依存症とは」「サポートコール」「啓発週間特設ページ」、8～3 月では「ランディングページ」「漫画で解説ギャンブル依存症」など、広告の内容による影響が大きくなっている。また、8～3 月の広告（ギャンブル依存症を周知するための内容）では「マンガで解説！ギャンブル依存症」各関連ページの閲覧数や平均閲覧時間は 4～7 月の広告（当センターを周知するための内容）よりも上回っているものが多く、広告に興味・関心を持った層が公式ホームページを訪れていることがわかる。

③広告出稿の費用対効果の検証

より多くのギャンブル等依存症に悩みを抱えている方を支援するためには、支援センターや「サポートコール」の認知拡大が必要であり、そのためには様々な手法があるものの、継続的なウェブ広告出稿も有効な手段の一つといえる。支援センターでは 2023 年度の 1 年間を通じて「Yahoo!」「Google」「LINE」「YouTube」「Instagram」「X（旧 Twitter）」の 6 つの媒体でウェブ広告を安定的に出稿した。また、ウェブ広告を通じたリンクタップ数（ランディングページ（バナー等のウェブ広告をタップした先で表示されるページ）に掲載されている「サポートコール」の電話番号をタップした回数）を取得し、媒体別の費用対効果を検証する。

2023 年度における広告費、表示回数、クリック数及びウェブ広告からのアクセス数、リンクタップ数について、媒体別での 1 ヶ月あたりの平均金額、平均回数、平均件数を算出した。なお、広告費のためランキングは広告費が安価であるほど上位として掲載している。

※ただし、2023 年度においては、4 月の広告費が 0 円のため、11 ヶ月平均として算出している。X（旧 Twitter）は 1～3 月の出稿のみのため、3 ヶ月平均として算出している。

広告費			表示回数		
順位	媒体名	円	順位	媒体名	回
1	YouTube	164,235	1	Yahoo!	20,250,583
2	Google	164,611	2	X	2,742,309
3	Yahoo!	165,896	3	Google	1,872,183
4	LINE	181,462	4	LINE	1,704,895
5	Instagram	199,435	5	Instagram	305,776
6	X	263,206	6	YouTube	193,842
全体		947,422	全体		25,075,181

クリック数			ウェブ広告流入件数（参考）			リンクタップ数		
順位	媒体名	件	順位	媒体名	回	順位	媒体名	回
1	LINE	22,522	1	Google	15,312	1	YouTube	190
2	Instagram	13,603	2	LINE	15,236	2	Google	86
3	X	13,336	3	X	12,417	3	Yahoo!	46
4	Google	12,892	4	Instagram	11,787	4	LINE	31
5	Yahoo!	12,839	5	Yahoo!	9,957	5	X	16
6	YouTube	5,797	6	YouTube	474	6	Instagram	8
全体		71,290	全体		56,151	全体		367

上記の各 1 ヶ月あたり平均を使用して、リンクタップ 1 回あたりの広告費及びクリック 1 回あたりの広告費を推計した。なお、広告費のためランキングは広告費が安価であるほど上位として掲載している。

クリック 1 回あたりの広告費			リンクタップ 1 回あたりの広告費		
順位	媒体名	円	順位	媒体名	円
1	LINE	8	1	YouTube	863
2	Google	13	2	Google	1,906
3	Yahoo!	13	3	Yahoo!	3,599
4	Instagram	15	4	LINE	5,871
5	X	20	5	X	16,115
6	YouTube	28	6	Instagram	24,107
全体		13	全体		2,585

媒体別の特徴として、以下の点が挙げられる。

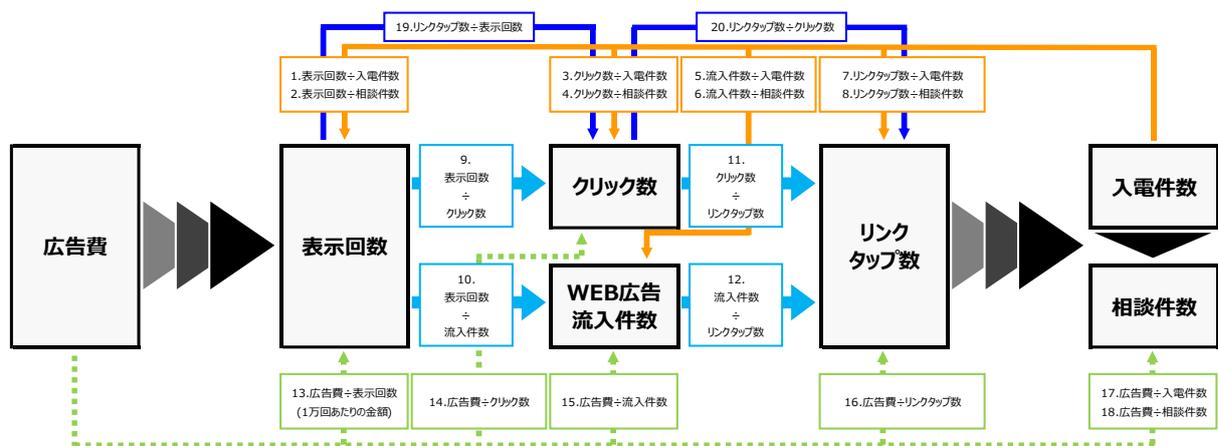
- **Yahoo!** : 表示回数が他の媒体に比べて最も多く、回数も群を抜いて多いため
(2位のXよりも約1,750万回以上多い)、
その場でのアクセスにならなかつたとしても記憶されやすい可能性がある
広告費、リンクタップ数は3番目、クリック数は5番目
広告費は安い、クリック数とリンクタップ数の少なさは課題
- **Google** : 広告費とリンクタップ数が2番目に高く、表示回数が3番目、
クリック数も4番目。全体的にバランスが良く、
広告費の安さはYouTubeと同水準
- **YouTube** : 広告費が最も安く、リンクタップ数は最も多い
(特にリンクタップ数は2番目のGoogleの2倍以上)
ただし、表示回数、クリック数は6媒体中最も少ない
(ゆえにリンクタップ率は高い)
- **Instagram** : 広告費は5番目でやや高め、表示回数も5番目だが少ない
クリック数は2番目で比較的多めだが、
リンクタップ数が最下位で少ない
- **LINE** : 広告費は4番目でやや高め、表示回数も4番目だがやや多め
クリック数は圧倒的に多いが、リンクタップ数は4番目で少なめ
- **X (旧 Twitter)** : 広告費は6媒体中最も高く、リンクタップ数も5番目で少ない
表示回数は2番目に多く、
クリック数も3番目で比較的多く、2位のInstagramとほぼ同数

なお、2023年度における『入電件数1件あたりの広告費』は1,172円、『相談件数1件あたりの広告費』は1,320円であった。同様に、『入電件数1件あたりのリンクタップ数』は0.45回、『相談件数1件あたりのリンクタップ数』は0.51回と、入電件数、相談件数ともに約0.5回程度であり、2回リンクタップされると1件の入電・相談に繋がる、といった結果である。そのため、『入電件数1件あたりの広告費』『相談件数1件あたりの広告費』が1,200円前後であるのに対し、『リンクタップ1回あたりの広告費』の全体が2,585円と約2倍の金額を示している。

以下の図は広告関連のデータとして「広告費」、「表示回数」、「クリック数」及び HP アクセスデータより「WEB 広告流入件数」、「リンクタップ数（コンバージョン数）」、「入電件数」及び「相談件数」と実際の経路に沿って整理したものである。実数値を用いてデータの検証・分析を行えるよう一覧化したものである。

1～8 及び 9～12 の回数や件数については、数値が小さいほどより多くの方に「サポートコール」への接触機会を増やせていることを示している。13～18 の金額については、金額が安価であるほど低価格で一定の成果（入電または相談につながっている）を上げられていることを示している。19～20 の割合については、100%に近いほど脱落者（広告からアクセスはしたが、電話番号へのリンクをタップしていない人）が少ない状態を示している。

【凡例（図）】

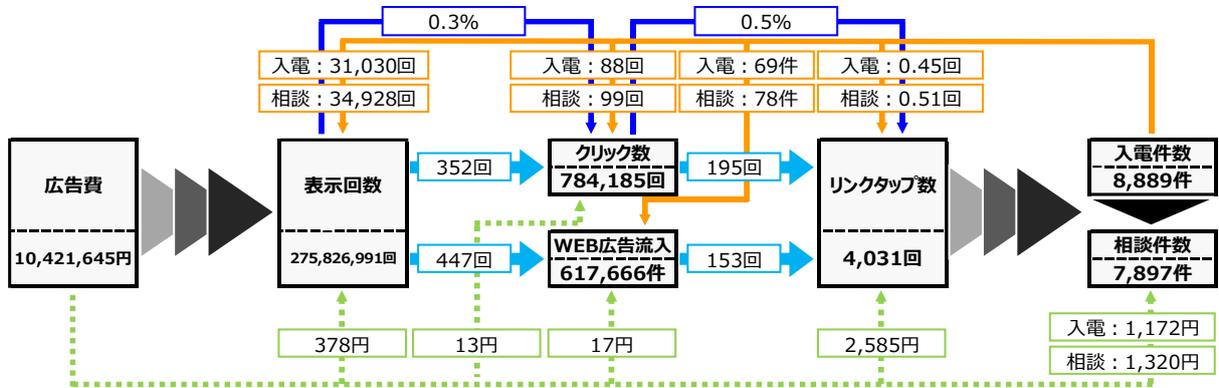


【凡例（表）】

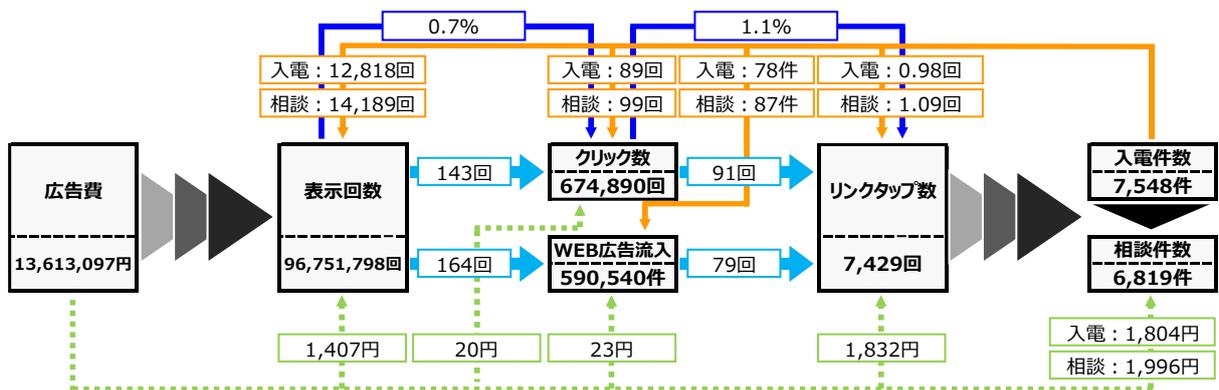
凡例	算出方法	内容	単位
1	表示回数 ÷ 入電件数	入電を1件得るために要した表示回数	(回)
2	表示回数 ÷ 相談件数	相談を1件得るために要した表示回数	(回)
3	クリック数 ÷ 入電件数	入電を1件得るために要したクリック数	(回)
4	クリック数 ÷ 相談件数	相談を1件得るために要したクリック数	(回)
5	流入件数 ÷ 入電件数	入電を1件得るために要した流入件数	(件)
6	流入件数 ÷ 相談件数	相談を1件得るために要した流入件数	(件)
7	リンクタップ数 ÷ 入電件数	入電を1件得るために要したリンクタップ数	(回)
8	リンクタップ数 ÷ 相談件数	相談を1件得るために要したリンクタップ数	(回)
9	表示回数 ÷ クリック数	クリック数を1回得るために要した表示回数	(回)
10	表示回数 ÷ 流入件数	流入件数を1回得るために要した表示回数	(回)
11	クリック数 ÷ リンクタップ数	クリック数を1回得るために要したリンクタップ数	(回)
12	流入件数 ÷ リンクタップ数	流入件数を1回得るために要したリンクタップ数	(回)
13	広告費 ÷ 表示回数 (万回)	表示回数1万回あたりの広告費	(円)
14	広告費 ÷ クリック数	クリック数1回あたりの広告費	(円)
15	広告費 ÷ 流入件数	流入件数1回あたりの広告費	(円)
16	広告費 ÷ リンクタップ数	リンクタップ数1回あたりの広告費	(円)
17	広告費 ÷ 入電件数	入電件数1件あたりの広告費	(円)
18	広告費 ÷ 相談件数	相談件数1件あたりの広告費	(円)
19	クリック数 ÷ 表示回数	クリック率 (表示された方のうちクリックした方の割合)	(%)
20	リンクタップ数 ÷ クリック数	リンクタップ率 (クリックした方のうちリンクタップした方の割合)	(%)

◆直近3年度（2021年度～2023年度）における推移

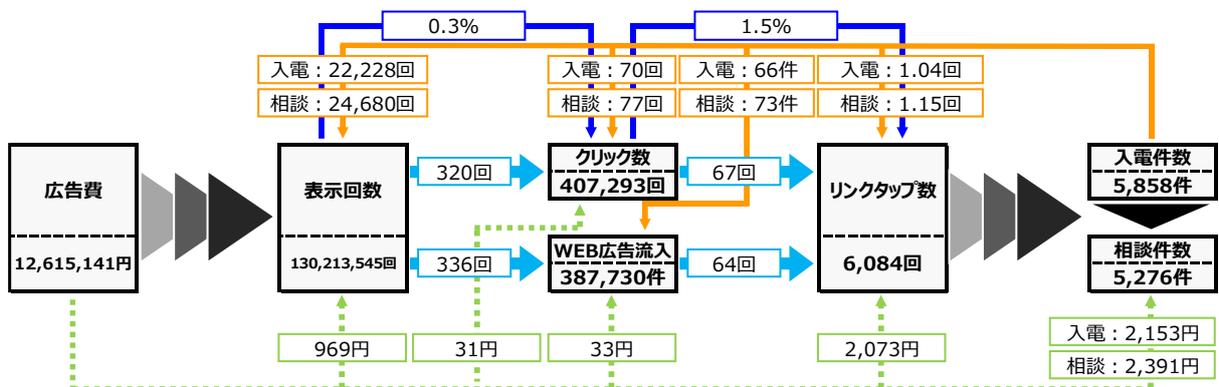
①2023年度（※11ヶ月の合計）



②2022年度



③2021年度



直近3年度の類推を見ると、「入電件数1件あたりの広告費」及び「相談件数1件あたりの広告費」が2021年度で2,200円前後、2022年度で1,900円前後、2023年度で1200円前後と減少している。これは入電件数と相談件数がともに年々増加していることによる影響も大きいですが、広告出稿の効果はあると言える水準での推移である。

2023年度の広告費は直近3年度で最も少額に抑えられているが、表示回数やクリック数及びウェブ広告からの流入件数は増加しており、費用対効果を高めている。しかしながらリンクタップ数については減少しているため、「7.入電を1件得るために要したリンクタップ数」「8.相談を1件得るために要したリンクタップ数」「16.リンクタップ数1回あたりの広告費」といった指標は2022年度を下回っている。

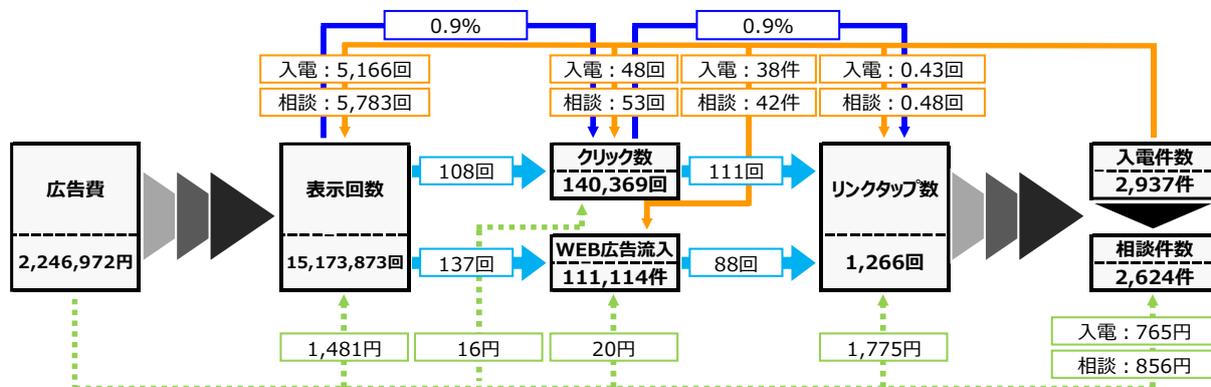
ただし、2023年度においては8月以降にギャンブル依存症を周知するための広告へと出稿内容を変更している。そのため、今までの「ギャンブル依存症回復支援センターに興味を持った方」による流入よりも対象が幅広くなるため、リンクタップ数関連の指標の落ち込みについてはある程度意義のあるものと考えられる。

本アニュアルレポート内では、日本国人口（18～110歳）を母数とした際の2023年度における「サポートコール」相談者の出現率をギャンブル種ごとに都道府県単位で算出しているが、総務省統計局「令和2年国勢調査」における日本の総人口は126,146,099人であり、このうち18～110歳の人口が104,951,803人である。2023年度の「サポートコール」への相談件数は7,897件であるため、割合としては0.0075%に相当する。この割合は2023年度単年での割合であり、また、2023年度内に複数回相談を行った方も含むため単純比較はできないが、ギャンブル障害およびギャンブル関連問題の実態調査（2021）によると、過去1年におけるギャンブル等依存が疑われる者（SOGS5点以上）の割合〔年齢調整後〕は、調査対象である一般住民17,955人（18歳～74歳）全体の2.2%（95%信頼区間1.9～2.5%）であった（※1）。このことから日本国内には多くのギャンブル依存症に悩んでいる当事者やその予備軍の方、当事者や予備軍と近い方などがさらに多く存在していることが推測される。そのような人々との接触機会を増やし、周知していくことが重要であると考えられる。

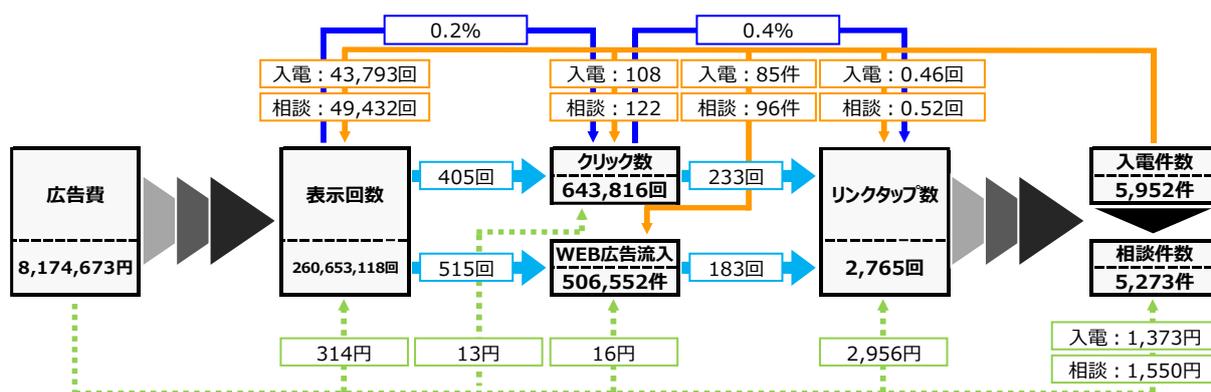
（※1） 松下幸生，新田千枝，遠山朋海；令和2年度 依存症に関する調査研究事業「ギャンブル障害およびギャンブル関連問題の実態調査」，2021年。

◆2023 年度における、広告の内容による差異

①4～7 月広告種



②8～3 月広告種



2023 年度における広告の出稿内容が変わる前後で比較すると、「入電件数 1 件あたりの広告費」及び「相談件数 1 件あたりの広告費」は 8～3 月広告種よりも 4～7 月広告種の方が良好である。これは 2023 年度と 2022 年度、2021 年度の類推を確認した際と同様、広告のターゲット層がより広がったことによる影響と考えられる。

8～3 月広告種においても、表示回数やクリック数及びウェブ広告からの流入件数は一定以上の実数値として得られているため、今後は「19. クリック率（表示された方のうちクリックした方の割合）」の向上と、リンクタップ数増加に伴う「20. リンクタップ率（クリックした方のうちリンクタップした方の割合）」の向上が課題となる。

(4) 概況から窺える今後の課題

2023 年度及び 2022 年度以前の傾向を鑑みるに、2024 年度以降も当面拡大傾向が続くことが想定されるため、今後も継続的に「サポートコール」相談体制の強化が望まれる。

「サポートコール」利用者のメイン層が大きく変わる程の経年変化は見られなかったものの、『入電・相談ともに、男女とも若年層が減少し、中高年層が増加』、『ギャンブル等依存症以外に併存する問題のある方（特に精神障害）の増加』、『ギャンブル種類として、パチンコ・スロット、宝くじの増加』といった傾向が 2023 年度の結果から見受けられたため、年代を問わずより深刻な状態での相談が今後も中心となることが見込まれる。

SMS アンケート調査は 2020 年度以降継続的に「サポートコール」が介入することで一定以上の改善効果を確認することができ、2023 年度においても「サポートコール」で応対している専門スタッフたちが一定以上の成果を上げていることが明らかとなった。

2022 年度より開始した面談カウンセリング調査については、今回直近 4 年度の実施件数 165 件について集計を行った。ある程度「サポートコール」については SMS アンケートの単純集計結果と同傾向の結果を示していることがわかったが、「無回答」の多さや実施件数が現時点では少数に留まるため、今後も面談カウンセリングの実施を継続し、実施場所やスタッフによる差を抑えられるよう統一された記録を増やすことでより検証精度が向上するものと考えられる。

また、2017 年 10 月の開設当初より積極的な啓発活動や広告活動を継続しているため、前述の入電件数及び相談件数のみに留まらず、公式ホームページへのアクセス動態も年々規模が拡大している。今後も広告活動を継続していくうえで、広告出稿先や出稿時期等、より費用対効果の高い施策を実施すべく再検討・再検証を重ねていくことが望ましい。

5章 講評

5.1 「SMS アンケート調査からみたギャンブル問題の自然回復力」

一般財団法人ギャンブル依存症予防回復支援センター 顧問 河本泰信

【包括評価】

高い脆弱性を有する二つの群 —精神疾患併存群と債務問題群— のうち、前者は 20.9%から 26.8%に増加しています。相談時の主訴はギャンブル問題ですが、ギャンブル問題単独であれば、後述するように過半数の方は問題が改善します。注目すべきは悪化・再発因子としての併存精神疾患です。目先のギャンブル問題のみに左右されることなく、併存疾患・併存問題に焦点を当てた対応および適切なリファーマの選択が重要です。そのためには、「ギャンブル障害専門医療機関リスト」以外の各精神科医療機関の特徴（強み）や虐待問題などに関する専門相談機関についての情報の充実が一層求められます。一方、債務問題を抱えた相談者群は微減でした。債務問題以外の実害（家族問題など）の相談者が増えたこと、つまり相談者の裾野が広がってきたことの現れかもしれません。

また、SMS アンケートによれば、今年度も引き続き、電話介入後の有意な改善効果が示されました。そして昨年度と同様に「非障害群と比べて障害群のほうが電話介入後の改善傾向が高い（日数/費用/自信）」という、「ギャンブル障害疾患モデル」と相反する結果が示されています。これはギャンブル問題を持つ方のバネのような回復力（レジリエンス）の現れです。同様に自己認識（「コントロールできない病気である」という病識）を深めることは必ずしも改善効果を伴わないという傾向が今年度も確認されています。疾病性を根拠にした危険性のキャンペーンがもたらす「ギャンブル依存症という自己規定」がかえって回復力の発動を阻害しているのかもしれません。

問題を抱えた方が持つ回復力（自然あるいは自力回復力）はギャンブル問題を抱えた方にも以前から指摘されてきました。このようなギャンブル問題の楽観的な側面が今回も示されました。電話相談支援は自然回復力を賦活する共同作業です。疾患喧伝は行政に任せておいて、回復力を信じ、本人や家族の持つ阻害因子の同定とその軽減が基本です。サポートコールの実践はこの基本に則っていることが分析によって示されていると思います。

支援者が長期的な回復を信じるためには自然予後に関する理解が重要です。

以下に長期自然経過に関する調査報告を紹介しますのでご参照ください。

【参考資料】

I. カナダの長期予後調査

自然経過を把握するためには一般住民に対する十分な期間の縦断調査が必要である。しかし、ギャンブル問題に関する調査の多くはわが国も含めて横断調査が主体である。その中で、カナダのオンタリオ州住民調査に基づく The Quinte Longitudinal Study (QLS) (2006-2011) は調査期間が 5 年間と長く、かつ 5 年後の捕捉率が 94%と高い 1)。したがって、ギャンブル障害の自然経過を比較的正確に捉えていると考えられる。

II. 半数が自力改善

この調査によれば病的ギャンブラー群（概ね DSM-5 ギャンブル障害に相当）は長期予後の異なる 3 つの集団によって構成されている。まず「病的ギャンブラー」である期間は 1 年間のみで、翌年以降は回復している者が半数近くを占める。そして、5 年間の間に少なくとも 1 年間以上の回復を経験する者を含めると 7 割に達する。しかし、回復した翌年の問題再発率は 27% であり、3 年後には 61% に達する。このように反復を繰り返す者も全体の 4 割近くを占める。一方、5 年間にわたって「病的ギャンブラー」に留まり続ける者が全体の 18% 程度を占める。つまりギャンブル障害は、長期予後の視点から、「回復群」（50%）、「反復群」（30%）、「固定群」（20%）の 3 群に大別できる。「固定群」は重症化群と呼ばれてきた一群に相当し、併存精神疾患や多重債務の問題を抱えていることが推測される。

III. 自然経過の多様性

ギャンブル障害が複数の病態の混在によって構成されている点を鑑みれば、QLS 調査の示したギャンブル障害の長期予後の多様性は当然の結果である。この点を踏まえて、2019 年に公表された ICD-11 は経過に関して、「様々である」として、「介入がなくとも回復する・・・」（自然回復）と「・・・生涯にわたって持続する」「頻度と賭金が増えることで、徐々に進行する」（持続進行性）との相反する記述を並列している 2)。このように、ギャンブル障害は異質な（heterogeneous）集団であり、予後をひとくくりにして論じることは無意味である。それよりも、予後に関連する特定の要因を同定することが重要である。

IV. ギャンブル障害の予後に影響する因子（自然回復に対する阻害因子）

ギャンブル問題に関連したリスク要因としてはネットカジノやスロットマシンのような連続して参加可能なギャンブル形態があげられる。これに次ぐリスク因子としては、「大勝ち体験」、「自分にとってギャンブルが一番の趣味である（という自己認知）」、「家族や友人にギャンブル愛好者がいること」、「ギャンブル目的が逃避であること」、「ギャンブル種目が複数あること」「精神科家族歴」などが挙げられる。特に「大勝ち体験」は、「負けを取り戻すため」という動機を形成する根拠となるため、ギャンブル障害の入り口という意味で、警告サインである。また人格特性としては衝動性が最も強いリスク要因である。一方、精神健康に関する要因としてはうつ状態が代表的であり、次いで不安障害、物質使用障害、そして他の行動嗜癖が挙げられている。

（文献）

1) Williams, R. J., Hann, R. G., Schopflocher, D. P., West, B. L., McLaughlin, P., White, N., ... & Flexhaug, T. Quinte longitudinal study of gambling and problem gambling. Ontario Problem Gambling Research Centre. 2015.)

2) World Health Organization. ICD-11 for Mortality and Morbidity Statistics (Version: 01/2023).

(<https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http://id.who.int/icd/entity/1041487064>)

5.2 「サポートコールから見えるこの1年のギャンブル問題の特徴とその対策」

一般財団法人ギャンブル依存症予防回復支援センター 顧問 稲村 厚

【はじめに】

今年もサポートコールにおいて、金銭問題を中心としたスーパーバイズを担当してまいりましたが、その立場からかわった個別の事例から、この1年のギャンブル依存問題の特徴を確認して、具体的支援や制度的対策について考察します。

【サポートコールにおける相談の傾向と対策】

昨年から引き続き、20代、30代の若い人の公営ギャンブルのネット投票やオンラインカジノの相談が増加し、恒常化しています。これらの若い人の抱えている借金問題は、債務額は100万円以下の場合が多く、スマホ決済を中心にお金の問題に発展しているのも昨年から継続課題です。

昨年も指摘しましたが、若年層のギャンブルでの失敗（主に借金）は、インターネットが持つ危険な罠に未熟な若者が引っかかってしまっているという側面が強く、相談対応も「ギャンブル依存症」の治療という医療的な考え方だけでなく、大人になり切れない未熟な若者の問題としてとらえなおして相談対応することが必要になってきています。また、リファーマも安易に病院を紹介するのではなく、学生相談室や思春期相談などをリサーチしておくべきだと思います。

【ギャンブル依存に対する考え方とサポートコールの役割】

ギャンブル依存を病理と考える方法は、結局個人の問題に収斂してしまい、本人を孤独に追いやる可能性があります。むしろ、現在の金融資本主義がもたらした金権主義をベースに置いた社会の課題であるという考え方を浸透させるべきであり、そのような考え方に基づいた相談対応が求められます。

サポートコールでは、現在問題を抱えている人の問題解決や不安の解消に努めるのはもちろんのこと、人々が安心して生活できる環境とは何かについて問題提起していく視点も欠かせないと思いますし、相談者に対しても個人の問題だけではなく社会の問題であることを伝えていく必要もあると考えます。

【おわりに～今後の懸念】

メジャーリーガの通訳の「ギャンブル依存症」発言から連日のマスコミ報道によりサポートコールへの相談件数が急増しています。相談内容は、例えば昨日初めて借金をしたがどうしたらよいかなど、初めての消費者金融等への借金への不安から相談をするなどの初期相談が増えているように思います。この傾向は早めの相談という点では望ましいのかもしれませんが、生活困難に陥った深刻な方の相談がつながりにくくなるようだと対応を考える必要があります。また例示した初期相談では、医療的な助言ではなく一般的な金融知識が要求され、相談というよりは「啓発」の分野なのかもしれません。だとするとギャンブル依存相談の啓発には、正しい金融知識といった分野を入れ込む必要があると思います。

わが国では、「貯蓄から投資へ」という掛け声のもとに学校教育にまで投資の知識の普及を図っています。これがFX

やバイナリーオプションなどのギャンブル的な投資による被害の増加につながるのではないかと懸念しています。今後のサポートコールへの相談事例を注視していきたいと思います。