

2024年度 アニュアルレポート ダイジェスト (2024年4月～2025年3月)

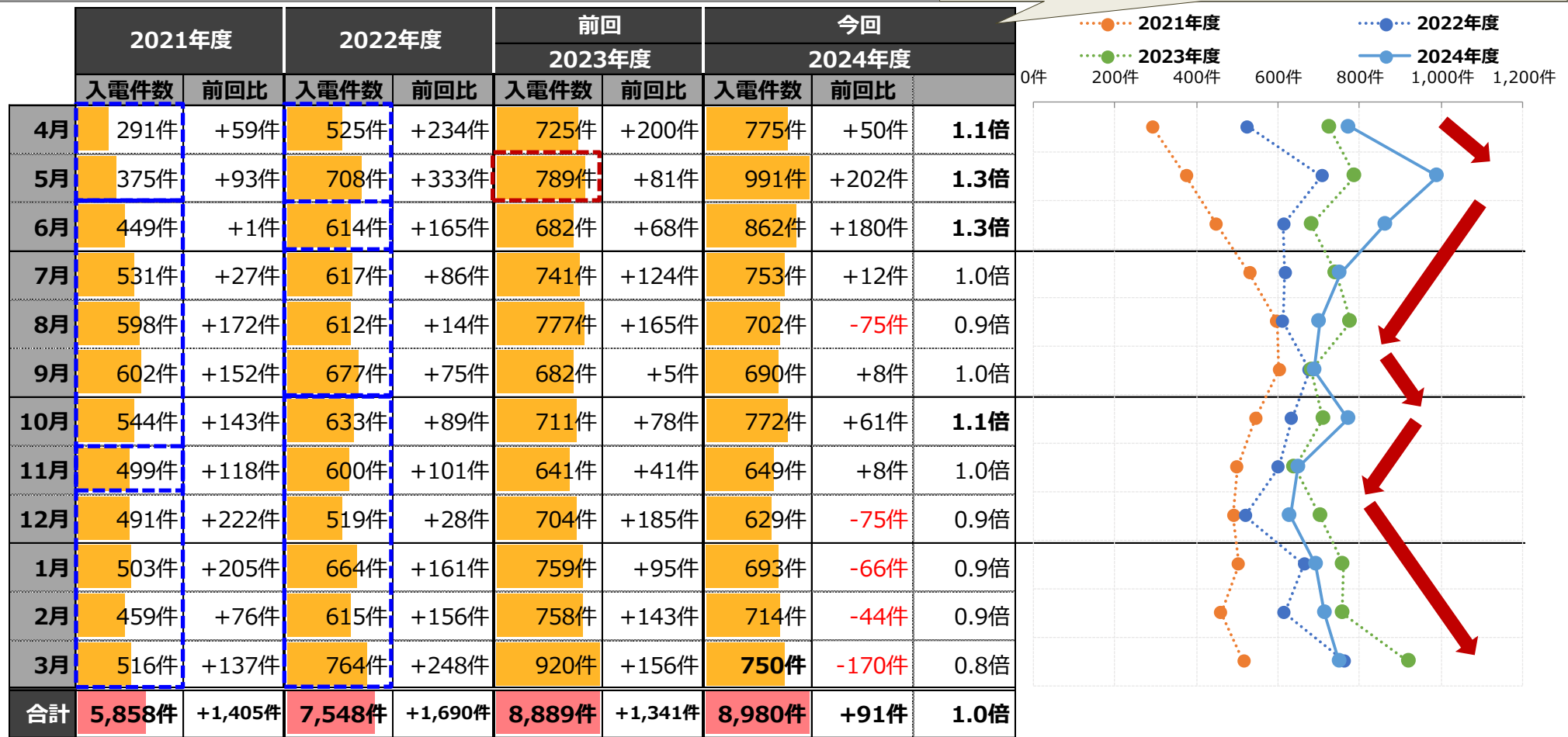
2025年7月
一般財団法人ギャンブル依存症予防回復支援センター

テーマ		スライド No	【参考】 アニュアルレポート 該当ページ
1	コールセンター利用実態の推移	2	11-13 36-39
2	公式ホームページへのアクセス解析結果	9	42-58
3	属性情報	19	14-35 40-41
4	実生活への影響度レベル・自己認識レベル分析	38	81-96
5	SMSアンケート結果	44	59-80
6	SMSアンケート追加分析結果	51	162-171
7	面談カウンセリング実態調査結果	54	97-161
8	現状から伺える今後の課題	61	

① コールセンター利用実態の推移

- 入電件数は前回と概ね等倍で**8,980件**。2023年度に比べ、**91件増加**
- 2024年度では**毎月約700件の入電**
- **2024年5月**は過去最多である**991件の入電**があった

第121回 新型コロナウイルス感染症対策アドバイザリーボード
(令和5年4月19日)より引用
※3週連続増加に転じた週を流行波の始まりと定義したもの。
各疫学週で記載されているものを本レポートでは概ね月単位に調整している。

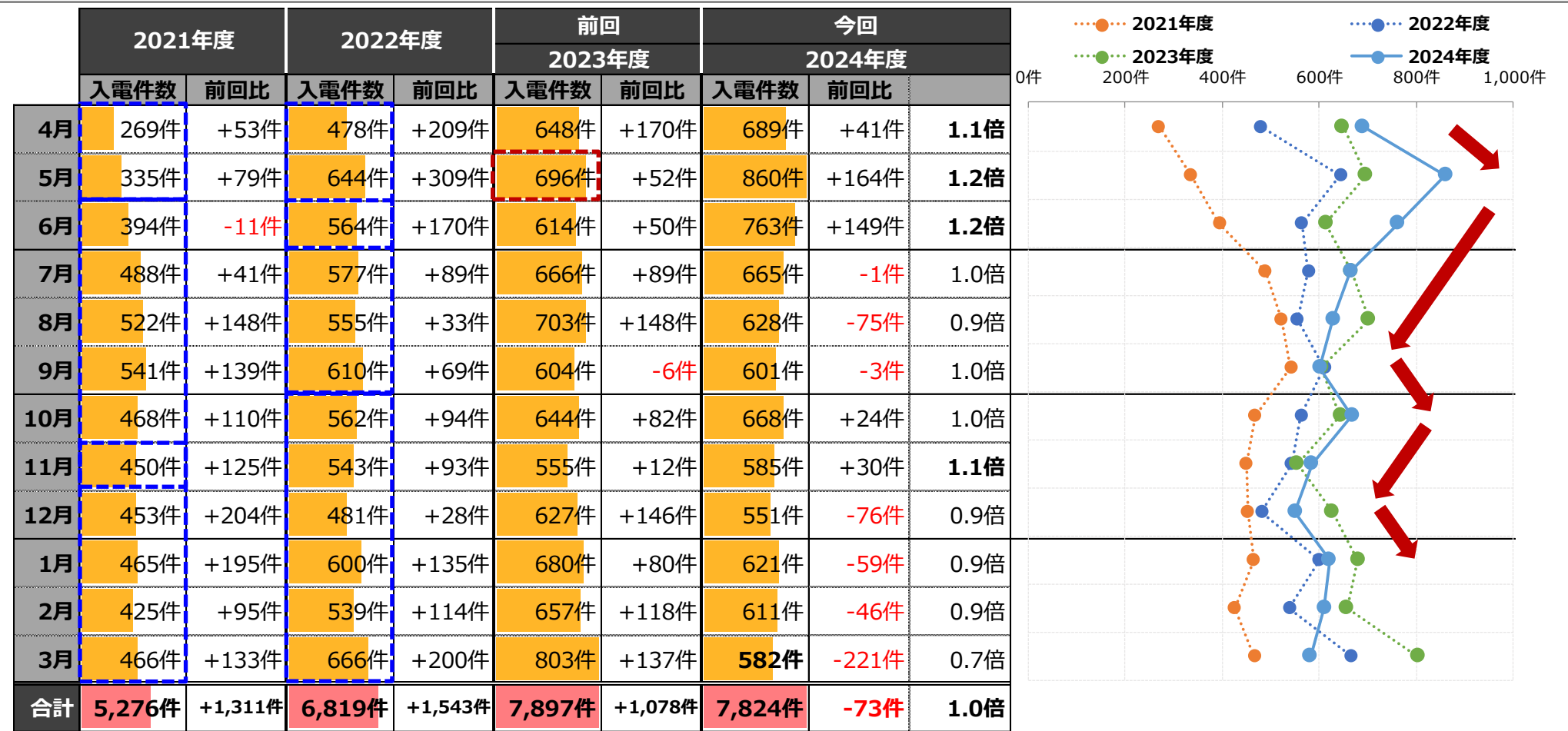


※ 新型コロナウイルス感染症流行波：第一波＝2020年1～5月頃、第二波＝2020年6～9月頃、第三波＝2020年10月～2021年2月頃、第四波＝2021年2～5月頃、第五波＝2021年6～11月頃、第六波＝2021年11月～2022年6月頃、第七波＝2022年6～9月頃、第八波＝2022年10月～2023年3月頃

※ 新型コロナウイルス感染症の5類引き下げ（2023年（令和5年）5月8日より）※5類移行前は「2類相当」

相談件数の推移

- **相談件数** = 入電件数のうち、通話時間2分未満、相談以外の入電を除外
- 入電件数過去最多の**2024年5月**は、相談件数としても**過去最多の860件**
- 以降の分析では、分析精度を高めるため**相談件数を全体値として集計・分析**

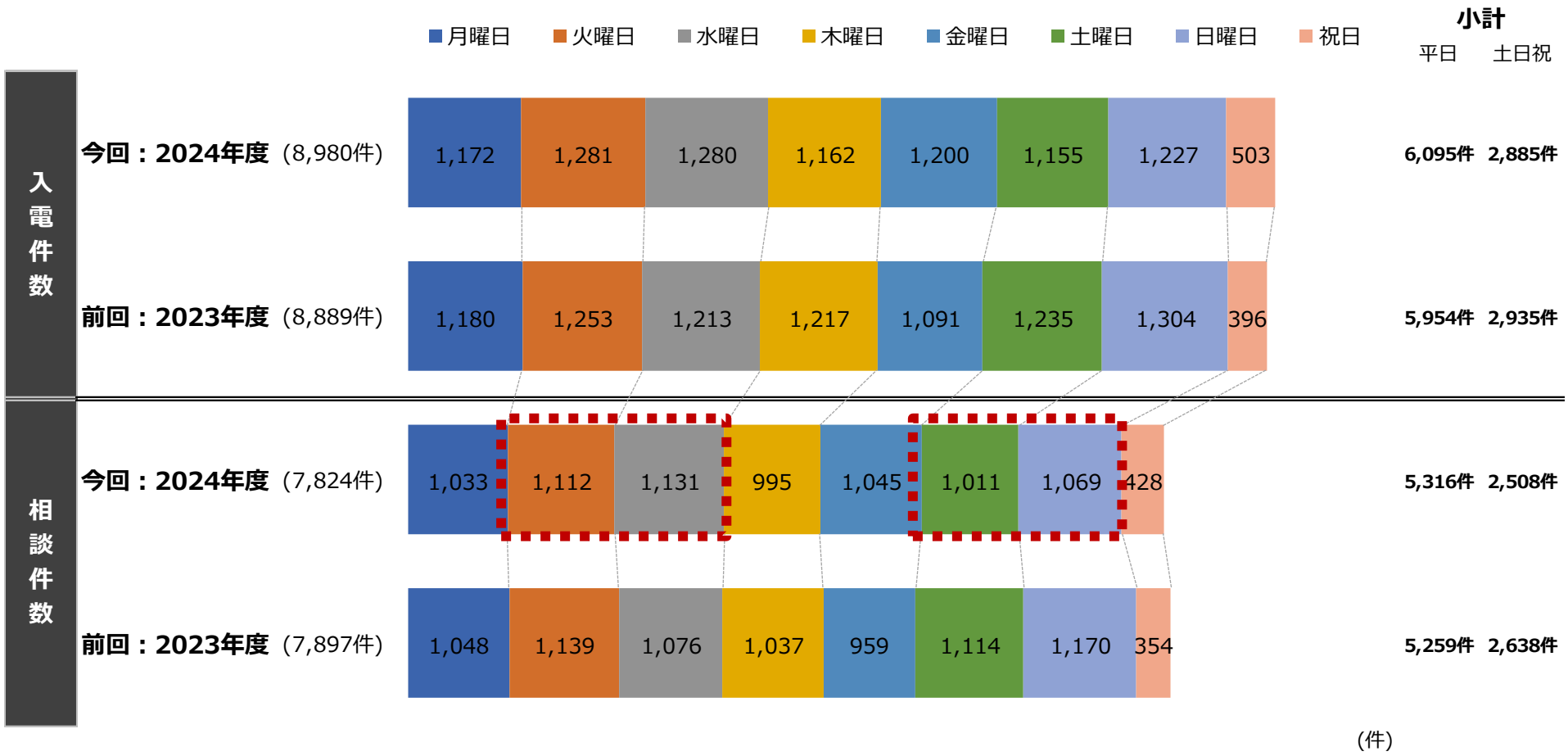


※ **新型コロナウイルス感染症流行波**：第一波＝2020年1～5月頃、第二波＝2020年6～9月頃、第三波＝2020年10月～2021年2月頃、第四波＝2021年2～5月頃、第五波＝2021年6～11月頃、第六波＝2021年11月～2022年6月頃、第七波＝2022年6～9月頃、第八波＝2022年10月～2023年3月頃

※ **新型コロナウイルス感染症の5類引き下げ**（2023年（令和5年）5月8日より） ※5類移行前は「2類相当」

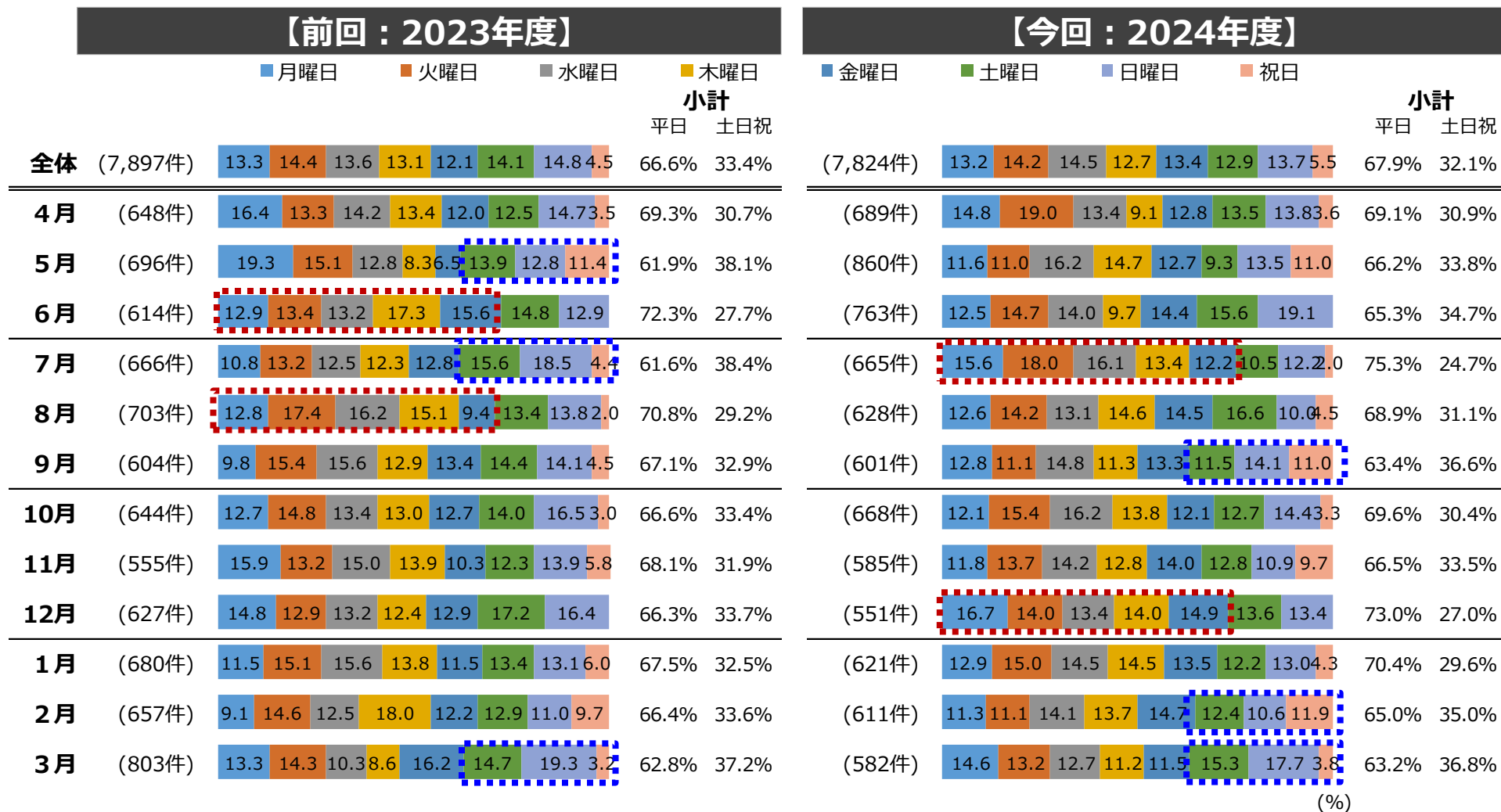
曜日ごとの入電件数と相談件数

- 2024年度の平日の相談件数は5,316件、土日祝の相談件数は2,508件
- 2024年度の相談件数では、入電や相談は**火・水曜日**が若干多い
- 入電件数、相談件数ともに2023年度と同様の傾向

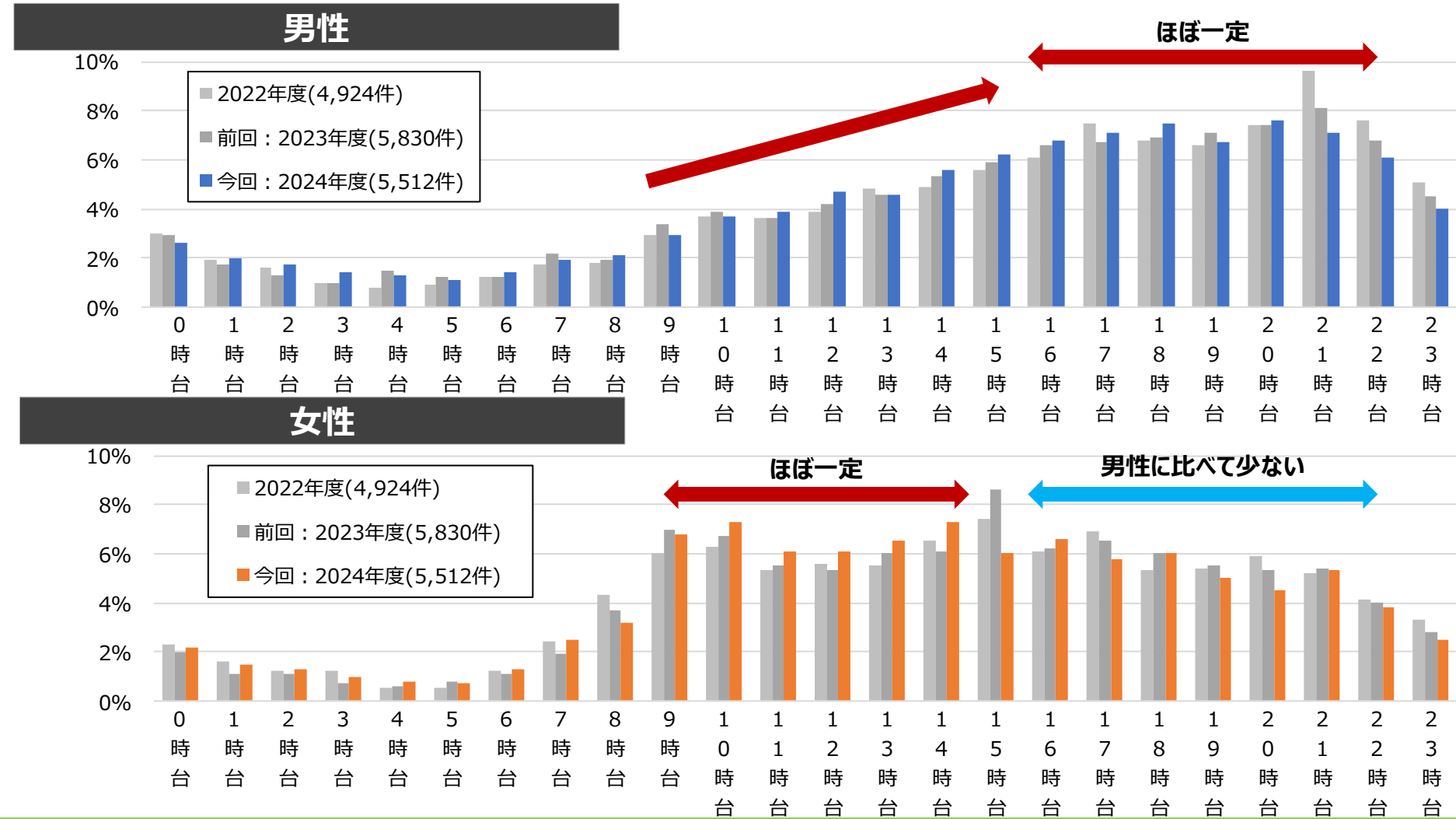


月別の曜日ごとの相談割合

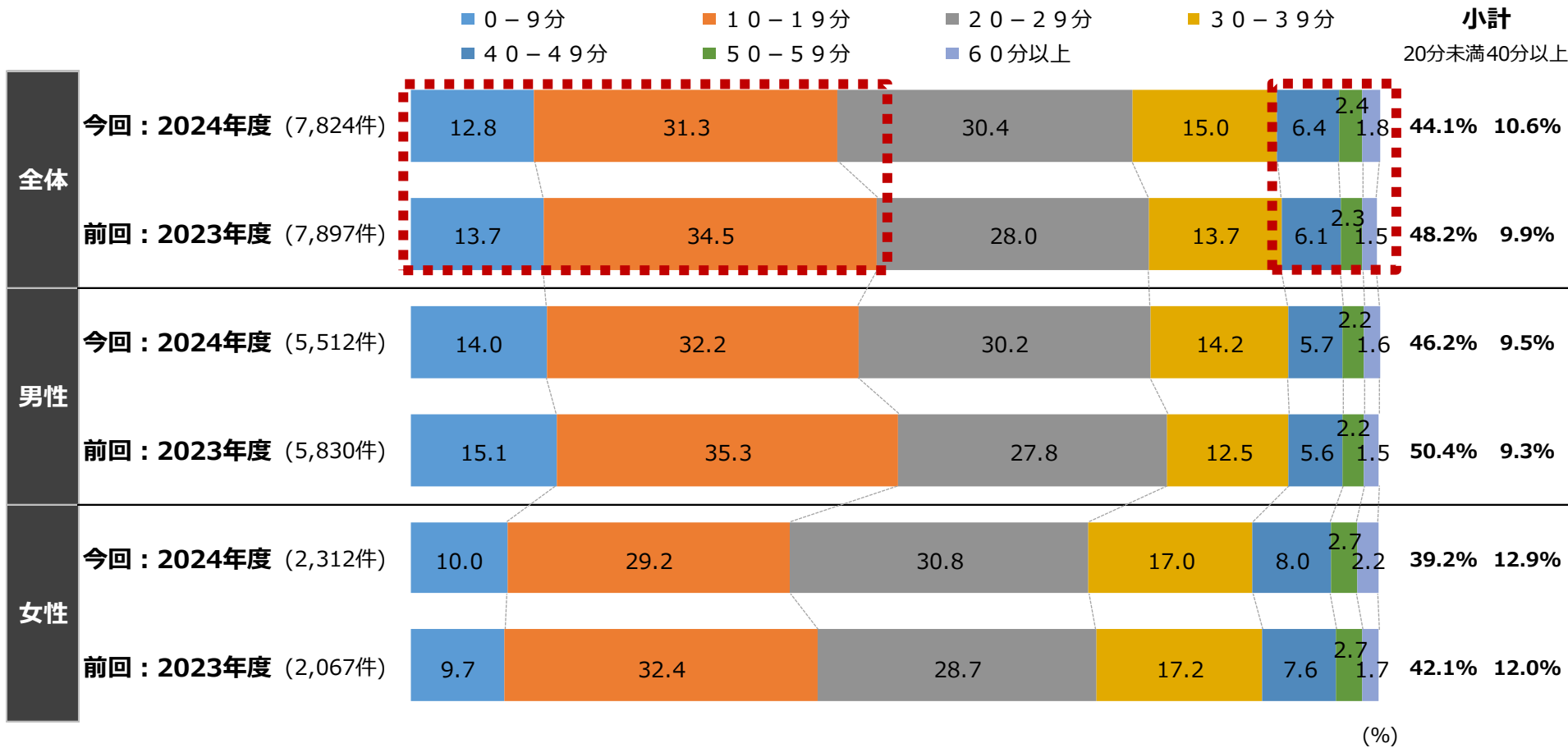
- 全体では2024年度と2023年度で大きな差異は見られず、平日が6割台、土日祝が3割台
- 月別に見ると、2024年度では**2024年7月、12月に平日の相談割合がやや大きい**
- 土日祝の割合は、2024年度では**9月、2025年2月、3月の相談割合がやや大きい**



- 9時～19時台：全体の6割（内訳：男性6割、女性7割（2023年度と同様））
- 20時～翌9時まで：全体の4割（内訳：男性4割、女性3割（2023年度と同様））
- 時間帯の傾向は大きく変わらず、男性＝仕事が終わった後、女性＝家族がいない間



- 20分未満は全体で48.2%→44.1%、10-19分は全体で34.5%→31.3%、40分以上は全体で9.9%→10.6%
- 男女とも20分未満の割合が2023年度を下回っている。ただし、男女とも40分以上の割合は横ばい
- 2023年度以前に比べて20分未満の相談が減少（10分台が減少、20分台・30分台が微増）
➡ 相談件数はほぼ同程度だが2024年度では、極僅かではあるものの、やや長時間化の傾向

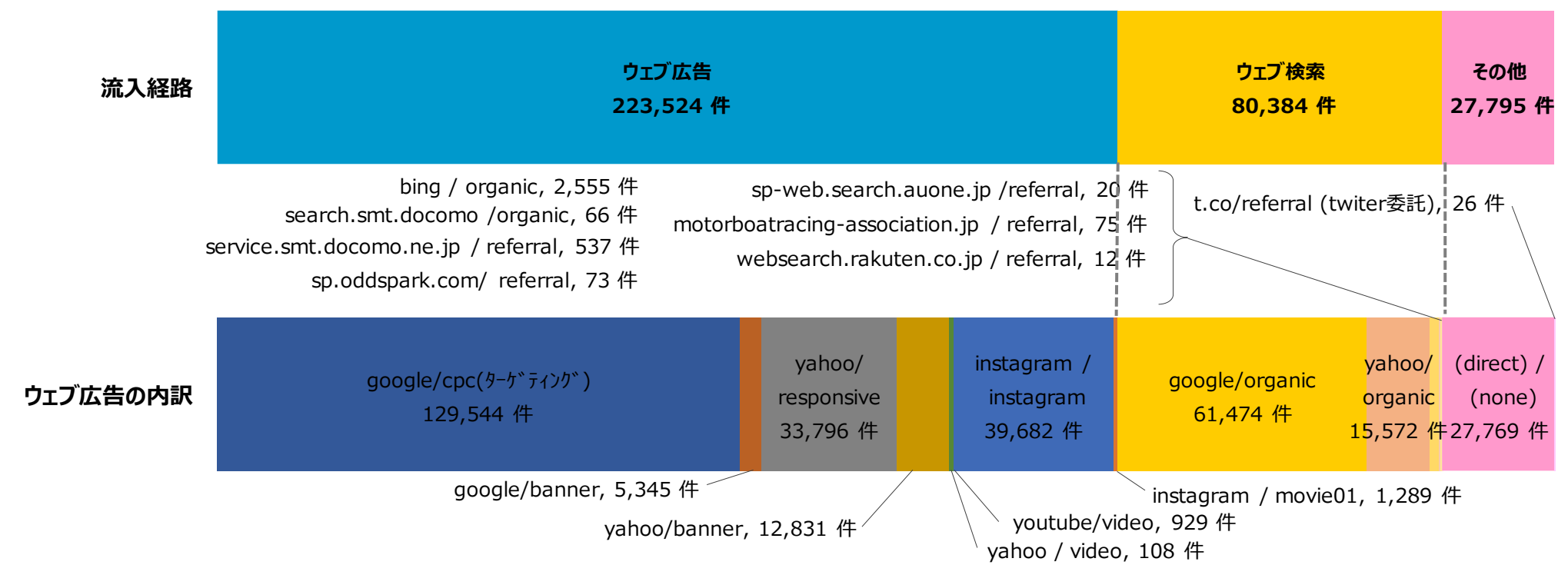




②

公式ホームページへのアクセス解析結果 広告施策評価

- **ウェブ広告**からの流入が最も多く（ウェブ検索の3倍近く）、
その中でも「**google / ターゲティング**」「**yahoo / responsive**」「**instagram / instagram**」が大半を占める
- **ウェブ検索**の「**google / organic**」も6万件以上と多い



月別・媒体別 広告費

- 合計の広告費は、2023年度に比べて**約590万円減少**している。1ヶ月あたりでは**約57万円減少**
(6媒体全てで出稿した5月は前年より約20万円増加したが、その他の月では減少。6媒体全てで出稿した1月においても減少)
- 媒体別の年間広告費は**Yahoo!、LINE、Xが約70万円、Google、YouTubeが約80万円、Instagramが約75万円**

2023年度 1ヶ月あたり広告費 (安い順)

1位	YouTube	164,235 円
2位	Google	164,611 円
3位	Yahoo!	165,896 円
4位	LINE	181,462 円
5位	Instagram	199,435 円
6位	X	263,206 円



2024年度 1ヶ月あたり広告費 (安い順)

1位	YouTube	132,814 円
2位	Google	139,113 円
3位	LINE	140,784 円
4位	Yahoo!	145,320 円
5位	X	145,916 円
6位	Instagram	149,030 円

	合計			Yahoo!			Google			YouTube			Instagram			LINE			X		
	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差
4月		261,963						133,258			128,705										
5月	920,684	1,135,904	+215,220	180,520	181,015	+495	181,247	192,186	+10,939	176,894	188,492	+11,598	199,959	197,987	-1,972	182,064	178,982	-3,082		197,242	
6月	658,407	274,100	-384,307	94,761	137,984	+43,223	91,491			90,988			199,987			181,180	136,116	-45,064			
7月	667,881	296,123	-371,758	92,730			95,008			98,692			199,993	146,773	-53,220	181,458				149,350	
8月	925,056	258,257	-666,799	182,019			179,690	130,407	-49,283	181,804	127,850	-53,954	200,001			181,542					
9月	929,506	271,389	-658,117	185,529	135,499	-50,030	185,422			177,001			199,980			181,574	135,890	-45,684			
10月	926,897	293,011	-633,886	181,656			181,650			182,116			199,869	148,555	-51,314	181,606				144,456	
11月	923,390	255,607	-667,783	182,294			179,559	128,392	-51,167	180,271	127,215	-53,056	199,696			181,570					
12月	914,960	272,769	-642,191	180,614	137,204	-43,410	178,838			177,105			196,782			181,621	135,565	-46,056			
1月	1,207,021	681,900	-525,121	180,157	134,897	-45,260	173,349	120,530	-52,819	180,535	98,949	-81,586	199,639	107,424	-92,215	180,741	117,365	-63,376	292,600	102,735	-189,865
2月	1,123,077	280,209	-842,868	181,556			181,377			179,440			199,873	144,410	-55,463	181,187			199,644	135,799	-63,845
3月	1,224,766	255,573	-969,193	183,016			183,095	129,902	-53,193	181,737	125,671	-56,066	198,002			181,541			297,375		
合計	10,421,645	4,536,805	-5,884,840	1,824,852	726,599	-1,098,253	1,810,726	834,675	-976,051	1,806,583	796,882	-1,009,701	2,193,781	745,149	-1,448,632	1,996,084	703,918	-1,292,166	789,619	729,582	-60,037
月平均	947,422	378,067	-569,355	165,896	145,320	-20,576	164,611	139,113	-25,499	164,235	132,814	-31,421	199,435	149,030	-50,405	181,462	140,784	-40,679	263,206	145,916	-117,290

今回 = 2024年度、前回 = 2023年度

単位：円

月別・媒体別 広告の表示回数

- 合計の流入件数は、2023年度に比べて**約1.8億回減少**している
- **Instagramは月平均の表示回数が増加**
それ以外では2023年度に比べて年間合計、月平均ともに減少している

2023年度 1ヶ月あたり表示回数（多い順）			
1位	Yahoo!	20,250,583 回	
2位	X	2,742,309 回	
3位	Google	1,872,183 回	
4位	LINE	1,704,895 回	
5位	Instagram	305,776 回	
6位	YouTube	193,842 回	



2024年度 1ヶ月あたり表示回数（多い順）			
1位	Yahoo!	13,157,366 回	
2位	LINE	1,414,163 回	
3位	Google	1,251,159 回	
4位	X	1,111,813 回	
5位	Instagram	639,501 回	
6位	YouTube	144,344 回	

	合計			Yahoo!			Google			YouTube			Instagram			LINE			X		
	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差
4月		3,206,501						3,055,723			150,778										
5月	6,551,180	17,163,507	+10,612,327	2,979,884	11,160,401	+8,180,517	1,209,258	1,520,537	+311,279	275,099	170,912	-104,187	399,570	476,366	+76,796	1,687,369	2,757,648	+1,070,279		1,077,643	
6月	4,359,920	19,549,784	+15,189,864	1,640,311	17,852,435	+16,212,124	544,837			198,868			290,729			1,685,175	1,697,349	+12,174			
7月	4,262,773	1,251,131	-3,011,642	1,429,921			523,640			112,466			325,261	235,867	-89,394	1,871,485				1,015,264	
8月	52,350,249	1,322,047	-51,028,202	47,585,329			1,974,747	1,174,242	-800,505	192,532	147,805	-44,727	319,738			2,277,903					
9月	46,991,898	16,906,405	-30,085,493	42,719,176	15,755,442	-26,963,734	2,354,087			209,726			293,955			1,414,954	1,150,963	-263,991			
10月	43,792,812	2,291,619	-41,501,193	39,612,410			2,237,437			309,601			282,850	2,001,432	+1,718,582	1,350,514				290,187	
11月	29,954,303	928,420	-29,025,883	26,482,892			1,812,232	771,655	-1,040,577	124,949	156,765	+31,816	250,485			1,283,745					
12月	20,420,612	8,839,774	-11,580,838	17,392,444	8,090,044	-9,302,400	1,252,810			123,539			234,920			1,416,899	749,730	-667,169			
1月	27,468,924	16,062,788	-11,406,136	19,691,410	12,928,510	-6,762,900	2,103,931	522,642	-1,581,289	145,884	131,644	-14,240	359,146	243,628	-115,518	2,149,960	715,123	-1,434,837	3,018,593	1,521,241	-1,497,352
2月	20,241,554	1,894,944	-18,346,610	11,306,080			4,316,923			249,011			335,251	240,212	-95,039	1,966,024			2,068,265	1,654,732	-413,533
3月	19,432,766	570,315	-18,862,451	11,916,553			2,264,110	462,157	-1,801,953	190,587	108,158	-82,429	271,634			1,649,814			3,140,068		
合計	275,826,991	89,987,235	-185,839,756	222,756,410	65,786,832	-156,969,578	20,594,012	7,506,956	-13,087,056	2,132,262	866,062	-1,266,200	3,363,539	3,197,505	-166,034	18,753,842	7,070,813	-11,683,029	8,226,926	5,559,067	-2,667,859
月平均	25,075,181	7,498,936	-17,576,245	20,250,583	13,157,366	-7,093,216	1,872,183	1,251,159	-621,024	193,842	144,344	-49,498	305,776	639,501	+333,725	1,704,895	1,414,163	-290,732	2,742,309	1,111,813	-1,630,495

今回 = 2024年度、前回 = 2023年度

単位：回

月別・媒体別 広告のクリック数

- 合計の流入件数は、2023年度に比べて約39万回減少している
- **Yahoo!、Google、YouTubeは月平均のクリック数が増加**
それ以外では2023年度に比べて年間合計、月平均ともに減少している

2023年度 1ヶ月あたりクリック数 (多い順)

1位	LINE	22,522 回
2位	Instagram	13,603 回
3位	X	13,336 回
4位	Google	12,892 回
5位	Yahoo!	12,839 回
6位	YouTube	5,797 回



2024年度 1ヶ月あたりクリック数 (多い順)

1位	LINE	21,299 回
2位	Google	17,365 回
3位	Yahoo!	13,229 回
4位	Instagram	8,817 回
5位	YouTube	8,493 回
6位	X	4,191 回

	合計			Yahoo!			Google			YouTube			Instagram			LINE			X		
	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差
4月		23,901						16,543			7,358										
5月	49,003	79,271	+30,268	7,014	20,130	+13,116	5,754	19,037	+13,283	3,882	9,273	+5,391	10,227	3,570	-6,657	22,126	26,203	+4,077		1,058	
6月	43,370	33,536	-9,834	3,630	12,747	+9,117	2,794			1,486			12,508			22,952	20,789	-2,163			
7月	47,996	16,456	-31,540	3,479			2,755			2,076			17,095	12,035	-5,060	22,591				4,421	
8月	84,710	27,950	-56,760	20,364			18,537	18,964	+427	4,566	8,986	+4,420	15,324			25,919					
9月	76,687	35,400	-41,287	17,584	12,619	-4,965	16,599			4,981			13,592			23,931	22,781	-1,150			
10月	75,846	17,006	-58,840	17,718			14,828			7,113			13,273	10,558	-2,715	22,914				6,448	
11月	69,813	27,987	-41,826	15,498			13,471	19,184	+5,713	7,213	8,803	+1,590	11,399			22,232					
12月	67,035	28,479	-38,556	13,630	9,249	-4,381	15,466			6,824			10,701			20,414	19,230	-1,184			
1月	91,285	63,431	-27,854	15,892	11,399	-4,493	17,423	12,831	-4,592	9,053	8,656	-397	13,374	8,970	-4,404	23,815	17,492	-6,323	11,728	4,083	-7,645
2月	86,545	13,894	-72,651	13,831			19,451			8,324			12,114	8,950	-3,164	21,816			11,009	4,944	-6,065
3月	91,895	25,512	-66,383	12,584			14,732	17,631	+2,899	8,251	7,881	-370	20,024			19,033			17,271		
合計	784,185	392,823	-391,362	141,224	66,144	-75,080	141,810	104,190	-37,620	63,769	50,957	-12,812	149,631	44,083	-105,548	247,743	106,495	-141,248	40,008	20,954	-19,054
月平均	71,290	32,735	-38,554	12,839	13,229	+390	12,892	17,365	+4,473	5,797	8,493	+2,696	13,603	8,817	-4,786	22,522	21,299	-1,223	13,336	4,191	-9,145

今回 = 2024年度、前回 = 2023年度

単位：回

月別・媒体別 広告のクリック率 (クリック1回あたりに要する表示回数 : クリック数÷表示回数)

- 合計のクリック率は0.44%。2023年度（0.28%）に比べて**約0.15ポイント上昇**している
（表示回数、クリック数ともに2023年度から減少したが、表示回数に占めるクリック数（クリック率）としては効果を高めている）
- Instagramは表示回数の減少幅が他の媒体に比べて小さいが、クリック数は大幅に減少したことでクリック率が約3ポイント低下
（Instagramほど顕著ではないが、Xも同じ要因でクリック率が微減）

2023年度 1ヶ月あたりクリック率（高い順）

1位	Instagram	4.45%
2位	YouTube	2.99%
3位	LINE	1.32%
4位	Google	0.69%
5位	X	0.49%
6位	Yahoo!	0.06%



2024年度 1ヶ月あたりクリック率（高い順）

1位	YouTube	5.88%
2位	LINE	1.51%
3位	Google	1.39%
4位	Instagram	1.38%
5位	X	0.38%
6位	Yahoo!	0.10%

	合計			Yahoo!			Google			YouTube			Instagram			LINE			X		
	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差
4月		0.75%						0.54%			4.88%										
5月	0.75%	0.46%	-0.29%	0.24%	0.18%	-0.06%	0.48%	1.25%	+0.78%	1.41%	5.43%	+4.01%	2.56%	0.75%	-1.81%	1.31%	0.95%	-0.36%		0.10%	
6月	0.99%	0.17%	-0.82%	0.22%	0.07%	-0.15%	0.51%			0.75%			4.30%			1.36%	1.22%	-0.14%			
7月	1.13%	1.32%	+0.19%	0.24%			0.53%			1.85%			5.26%	5.10%	-0.15%	1.21%				0.44%	
8月	0.16%	2.11%	+1.95%	0.04%			0.94%	1.61%	+0.68%	2.37%	6.08%	+3.71%	4.79%			1.14%					
9月	0.16%	0.21%	+0.05%	0.04%	0.08%	+0.04%	0.71%			2.38%			4.62%			1.69%	1.98%	+0.29%			
10月	0.17%	0.74%	+0.57%	0.04%			0.66%			2.30%			4.69%	0.53%	-4.17%	1.70%				2.22%	
11月	0.23%	3.01%	+2.78%	0.06%			0.74%	2.49%	+1.74%	5.77%	5.62%	-0.16%	4.55%			1.73%					
12月	0.33%	0.32%	-0.01%	0.08%	0.11%	+0.04%	1.23%			5.52%			4.56%			1.44%	2.56%	+1.12%			
1月	0.33%	0.39%	+0.06%	0.08%	0.09%	+0.01%	0.83%	2.46%	+1.63%	6.21%	6.58%	+0.37%	3.72%	3.68%	-0.04%	1.11%	2.45%	+1.34%	0.39%	0.27%	-0.12%
2月	0.43%	0.73%	+0.31%	0.12%			0.45%			3.34%			3.61%	3.73%	+0.11%	1.11%			0.53%	0.30%	-0.23%
3月	0.47%	4.47%	+4.00%	0.11%			0.65%	3.81%	+3.16%	4.33%	7.29%	+2.96%	7.37%			1.15%			0.55%		
合計	0.28%	0.44%	+0.15%	0.06%	0.10%	+0.04%	0.69%	1.39%	+0.70%	2.99%	5.88%	+2.89%	4.45%	1.38%	-3.07%	1.32%	1.51%	+0.19%	0.49%	0.38%	-0.11%
月平均	0.28%	0.44%	+0.15%	0.06%	0.10%	+0.04%	0.69%	1.39%	+0.70%	2.99%	5.88%	+2.89%	4.45%	1.38%	-3.07%	1.32%	1.51%	+0.19%	0.49%	0.38%	-0.11%

今回 = 2024年度、前回 = 2023年度

単位 : %

月別・媒体別 リンクタップ数

- 合計のリンクタップ数は、2023年度に比べて**約1,000回減少**している
- 2024年度は2023年度に比べてGoogleで年間合計・月平均ともに減少
Yahoo!、YouTube、LINEでは年間合計は2023年度を下回ったが、月平均は増加
Instagramは年間合計・月平均ともに大きく増加し、広告効果を高めている

2023年度 1ヶ月あたりリンクタップ数（多い順）

1位	YouTube	190 回
2位	Google	86 回
3位	Yahoo!	46 回
4位	LINE	31 回
5位	X	16 回
6位	Instagram	8 回

2024年度 1ヶ月あたりリンクタップ数（多い順）

1位	YouTube	243 回
2位	Yahoo!	77 回
3位	Google	74 回
4位	Instagram	62 回
5位	LINE	62 回
6位	X	27 回



	合計			Yahoo!			Google			YouTube			Instagram			LINE			X		
	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差
4月		363						166			197										
5月	500	301	-199	109	11	-98	265	6	-259	80	283	+203	8	1	-7	38	0	-38		0	
6月	305	208	-97	69	104	+35	153			32			5			46	104	+58			
7月	461	112	-349	55			269			82			7	90	+83	48				22	
8月	330	442	+112	53			38	169	+131	196	273	+77	1			42					
9月	410	170	-240	54	87	+33	39			236			12			69	83	+14			
10月	327	122	-205	39			27			241			6	73	+67	14				49	
11月	341	234	-107	24			25	23	-2	264	211	-53	5			23					
12月	329	132	-197	19	81	+62	35			246			9			20	51	+31			
1月	371	583	+212	25	102	+77	31	43	+12	290	254	-36	10	81	+71	11	71	+60	4	32	+28
2月	313	98	-215	22			29			228			13	67	+54	9			12	31	+19
3月	344	275	-69	38			39	35	-4	199	240	+41	15			20			33		
合計	4,031	3,040	-991	507	385	-122	950	442	-508	2,094	1,458	-636	91	312	+221	340	309	-31	49	134	+85
月平均	366	253	-113	46	77	+31	86	74	-13	190	243	+53	8	62	+54	31	62	+31	16	27	+10

今回 = 2024年度、前回 = 2023年度

単位：回

月別・媒体別 リンクタップ率 (リンクタップ1回あたりに要するクリック数：リンクタップ数÷クリック数)

- 合計のリンクタップ率は0.77%。2023年度（0.51%）に比べて**0.26ポイント上昇**している
- クリック数が下位、リンクタップ数はトップのYouTubeは相対的にリンクタップ率が高くなりやすい
リンクタップ数が減少したGoogle、YouTubeはリンクタップ率が低下
リンクタップ数が大幅に増加したInstagramはリンクタップ率が上昇

2023年度 1ヶ月あたりリンクタップ率（高い順）

1位	YouTube	3.28%
2位	Google	0.67%
3位	Yahoo!	0.36%
4位	LINE	0.14%
5位	X	0.12%
6位	Instagram	0.06%



2024年度 1ヶ月あたりリンクタップ率（高い順）

1位	YouTube	2.86%
2位	Instagram	0.71%
3位	X	0.64%
4位	Yahoo!	0.58%
5位	Google	0.42%
6位	LINE	0.29%

	合計			Yahoo!			Google			YouTube			Instagram			LINE			X		
	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差	前回	今回	差
4月		1.52%						1.00%			2.68%										
5月	1.02%	0.38%	-0.64%	1.55%	0.05%	-1.50%	4.61%	0.03%	-4.57%	2.06%	3.05%	+0.99%	0.08%	0.03%	-0.05%	0.17%	0.00%	-0.17%		0.00%	
6月	0.70%	0.62%	-0.08%	1.90%	0.82%	-1.08%	5.48%			2.15%			0.04%			0.20%	0.50%	+0.30%			
7月	0.96%	0.68%	-0.28%	1.58%			9.76%			3.95%			0.04%	0.75%	+0.71%	0.21%				0.50%	
8月	0.39%	1.58%	+1.19%	0.26%			0.20%	0.89%	+0.69%	4.29%	3.04%	-1.25%	0.01%			0.16%					
9月	0.53%	0.48%	-0.05%	0.31%	0.69%	+0.38%	0.23%			4.74%			0.09%			0.29%	0.36%	+0.08%			
10月	0.43%	0.72%	+0.29%	0.22%			0.18%			3.39%			0.05%	0.69%	+0.65%	0.06%				0.76%	
11月	0.49%	0.84%	+0.35%	0.15%			0.19%	0.12%	-0.07%	3.66%	2.40%	-1.26%	0.04%			0.10%					
12月	0.49%	0.46%	-0.03%	0.14%	0.88%	+0.74%	0.23%			3.60%			0.08%			0.10%	0.27%	+0.17%			
1月	0.41%	0.92%	+0.51%	0.16%	0.89%	+0.74%	0.18%	0.34%	+0.16%	3.20%	2.93%	-0.27%	0.07%	0.90%	+0.83%	0.05%	0.41%	+0.36%	0.03%	0.78%	+0.75%
2月	0.36%	0.71%	+0.34%	0.16%			0.15%			2.74%			0.11%	0.75%	+0.64%	0.04%			0.11%	0.63%	+0.52%
3月	0.37%	1.08%	+0.70%	0.30%			0.26%	0.20%	-0.07%	2.41%	3.05%	+0.63%	0.07%			0.11%			0.19%		
合計	0.51%	0.77%	+0.26%	0.36%	0.58%	+0.22%	0.67%	0.42%	-0.25%	3.28%	2.86%	-0.42%	0.06%	0.71%	+0.65%	0.14%	0.29%	+0.15%	0.12%	0.64%	+0.52%
月平均	0.51%	0.77%	+0.26%	0.36%	0.58%	+0.22%	0.67%	0.42%	-0.25%	3.28%	2.86%	-0.42%	0.06%	0.71%	+0.65%	0.14%	0.29%	+0.15%	0.12%	0.64%	+0.52%

今回 = 2024年度、前回 = 2023年度

単位：%

- 『表示回数1回あたりの広告費』は、**全体では0.05円**（100回で5円）。2023年度は0.04円のため低価格を維持。媒体別ではYouTubeが最も高く、Yahoo！が安い（2023年度と同様）。
- 『クリック1回あたりの広告費』は、**全体では12円**。2023年度は13円のため僅かながら削減に成功している。媒体別ではXが最も高く、LINEが安い（LINEは2023年度と同様）。
- 『リンクタップ1回あたりの広告費』は、**全体では1,492円**。2023年度は2,585円のため1,000円以上削減に成功。媒体別では、Xが最も高く、YouTubeが最も安い（YouTubeは2023年度と同様）。

今後のターゲット設定に応じて媒体の選定や広告費を検討する必要があるため、2024年度の結果から、各媒体ごとの特徴を整理した。（出稿期間が異なるため1ヶ月あたりの平均で判定）

- **Yahoo!** : 費用△ 表示回数◎ クリック数○ リンクタップ数○
 （計5ヶ月） 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LINEよりも約1,170万回以上多い）、その場でのアクセスにならなかったとしても記憶されやすい可能性がある。広告費は4番目、クリック数は3番目、リンクタップ数は2番目。費用対効果としてはGoogleと同水準で6媒体中中程度。
- **Google** : 費用○ 表示回数○ クリック数○ リンクタップ数○
 （計6ヶ月） 広告費とクリック数が2番目に高く、表示回数とリンクタップ数が3番目。全体的にバランスが良く、広告費はLINEと同水準。費用対効果としてはYahoo!と同水準で6媒体中中程度。
- **YouTube** : 費用◎ 表示回数× クリック数△ リンクタップ数◎
 （計6ヶ月） 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3倍以上）。ただし、表示回数は6媒体中最も少なく、クリック数も5番目（ゆえにリンクタップ率は高い）。
- **Instagram** : 費用× 表示回数△ クリック数△ リンクタップ数○
 （計5ヶ月） 広告費は6媒体中最も高く、表示回数も5番目で少ない。クリック数、リンクタップ数も4番目で少ない。費用対効果としては相対的に低め。
- **LINE** : 費用○ 表示回数○ クリック数◎ リンクタップ数○
 （計5ヶ月） 広告費は3番目だが、2番目のGoogleとほぼ同水準。表示回数が2番目に多く、クリック数も圧倒的に多く、クリック率が高い。リンクタップ数は5番目で少ない。
- **X** : 費用△ 表示回数○ クリック数× リンクタップ数×
 （計5ヶ月） 広告費は5番目でやや高く、表示回数は4番目。クリック数、リンクタップ数ともに6媒体中最も少ない。費用対効果としては今回最も低い媒体。

2024年度 媒体別	A	B	C	D	A÷B	A÷C	A÷D	C÷B	D÷C
	広告費	表示回数	クリック数	リンクタップ数	表示回数1回 あたりの広告費	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	クリック率	リンクタップ率
合計	378,067 円	7,498,936 回	32,735 回	253 回	0.05 円	11.55 円	1,492 円	0.44 %	0.77 %
Yahoo!	145,320 円	13,157,366 回	13,229 回	77 回	0.01 円	10.99 円	1,887 円	0.10 %	0.58 %
Google	139,113 円	1,251,159 回	17,365 回	74 回	0.11 円	8.01 円	1,888 円	1.39 %	0.42 %
YouTube	132,814 円	144,344 回	8,493 回	243 回	0.92 円	15.64 円	547 円	5.88 %	2.86 %
Instagram	149,030 円	639,501 回	8,817 回	62 回	0.23 円	16.90 円	2,388 円	1.38 %	0.71 %
LINE	140,784 円	1,414,163 回	21,299 回	62 回	0.10 円	6.61 円	2,278 円	1.51 %	0.29 %
X	145,916 円	1,111,813 回	4,191 回	27 回	0.13 円	34.82 円	5,445 円	0.38 %	0.64 %

- 2024年度は2023年度に比べて『**広告費**』を約**590万円削減**できた。
 『**広告費**』を大幅に削減したため、『**表示回数**』『**クリック数**』『**リンクタップ数**』はそれぞれ**大幅に減少**した。
 ただし、**入電件数は91件増加**、**相談件数は73件減少**と、2023年度と同水準を維持している。
 （サポートコールへの相談を必要とする人に対して、広告が届いている）
- **入電1件あたりの表示回数は約2.1万件減少**し、入電1件に必要と推測される表示回数が大幅に少なくなった。
入電1件に必要と推測されるクリック数は2023年度の半分にまで減らすことができた。
入電1件に必要と推測されるリンクタップ数は、0.45回から0.34回に微減し、広告接触効果が僅かに高くなっている。
 また、入電1件に至るまでに生じた**推計広告費は、1,172円から505円に減少**しており、**約600円の削減**に繋がったとみられる。
- **相談1件あたりの表示回数は約2.3万件減少**し、相談1件に必要と推測される表示回数が大幅に少なくなった。
相談1件に必要と推測されるクリック数は2023年度の半分にまで減らすことができた。
相談1件に必要と推測されるリンクタップ数は、0.51回から0.39回に微減し、広告接触効果が僅かに高くなっている。
 また、相談1件に至るまでに生じた**推計広告費は、1,320円から580円に減少**しており、**約800円の削減**に繋がったとみられる。
- 継続的で複合的な広告出稿が支援センターや活動内容の認知度向上や、入電・相談件数増加に繋がる。

	A	B	C	D	入電件数	相談件数
	広告費	表示回数	クリック数	リンクタップ数		
2024年度	4,536,805 円	89,987,235 回	392,823 回	3,040 回	8,980 件	7,824 件
2023年度	10,421,645 円	275,826,991 回	784,185 回	4,031 回	8,889 件	7,897 件
	-5,884,840	-185,839,756	-391,362	-991	+91	-73

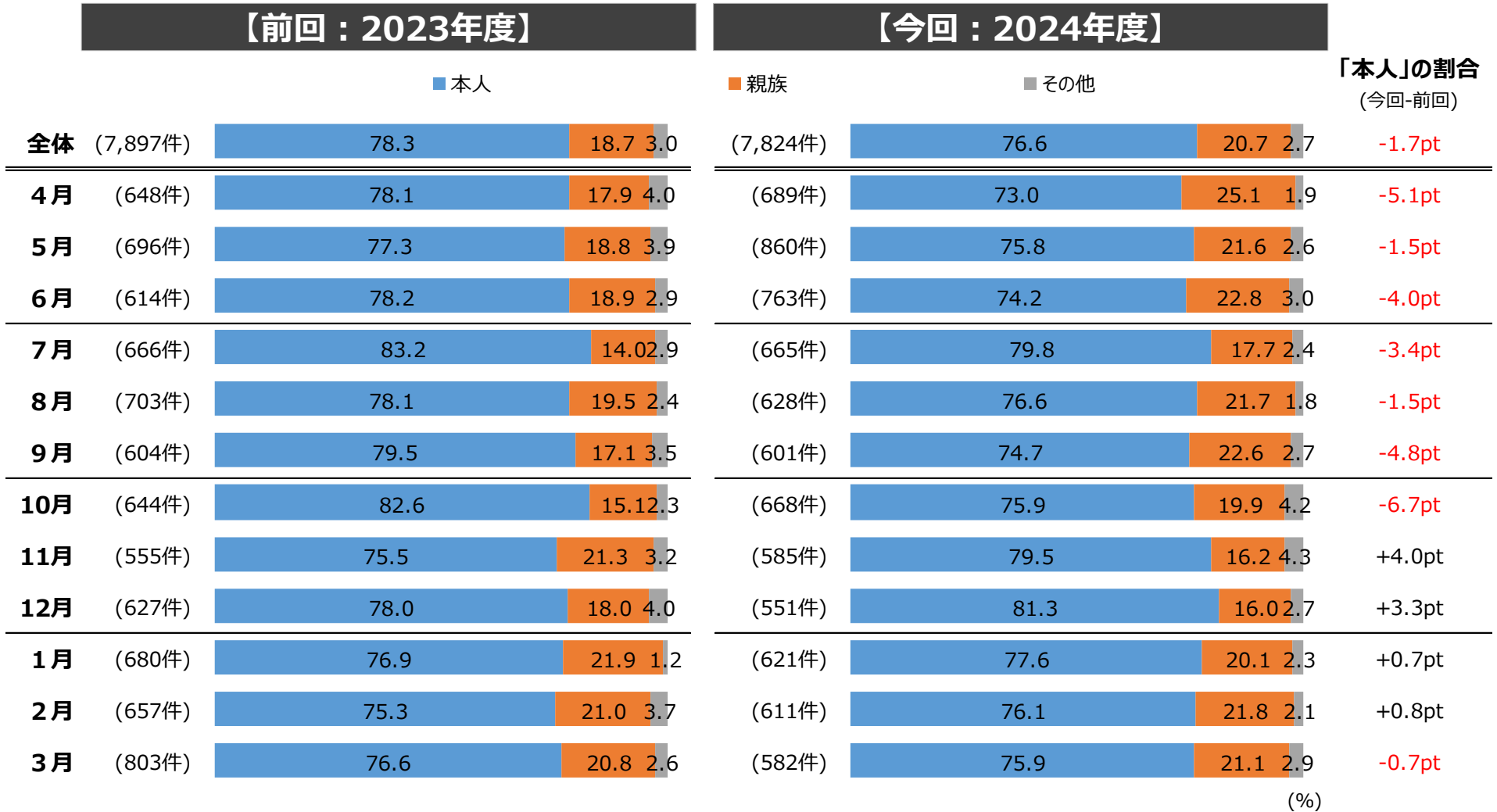
	A÷入電件数	B÷入電件数	C÷入電件数	D÷入電件数	A÷相談件数	B÷相談件数	C÷相談件数	D÷相談件数
	入電1件あたりの 広告費	入電1件あたりの 表示回数	入電1件あたりの クリック数	入電1件あたりの リンクタップ数	相談1件あたりの 広告費	相談1件あたりの 表示回数	相談1件あたりの クリック数	相談1件あたりの リンクタップ数
2024年度	505 円	10,021 回	44 回	0.34 回	580 円	11,501 回	50 回	0.39 回
2023年度	1,172 円	31,030 回	88 回	0.45 回	1,320 円	34,928 回	99 回	0.51 回
	-667	-21,009	-44	-0.11	-740	-23,427	-49	-0.12



③

属性情報

■ 本人が76.6%、本人以外が20.7%⇒月別の内訳も各月同水準
⇒当事者が困難な状況にあり、相談や解決を目的として入電している背景は今までと同様



電話を掛けた方の属性（本人以外）

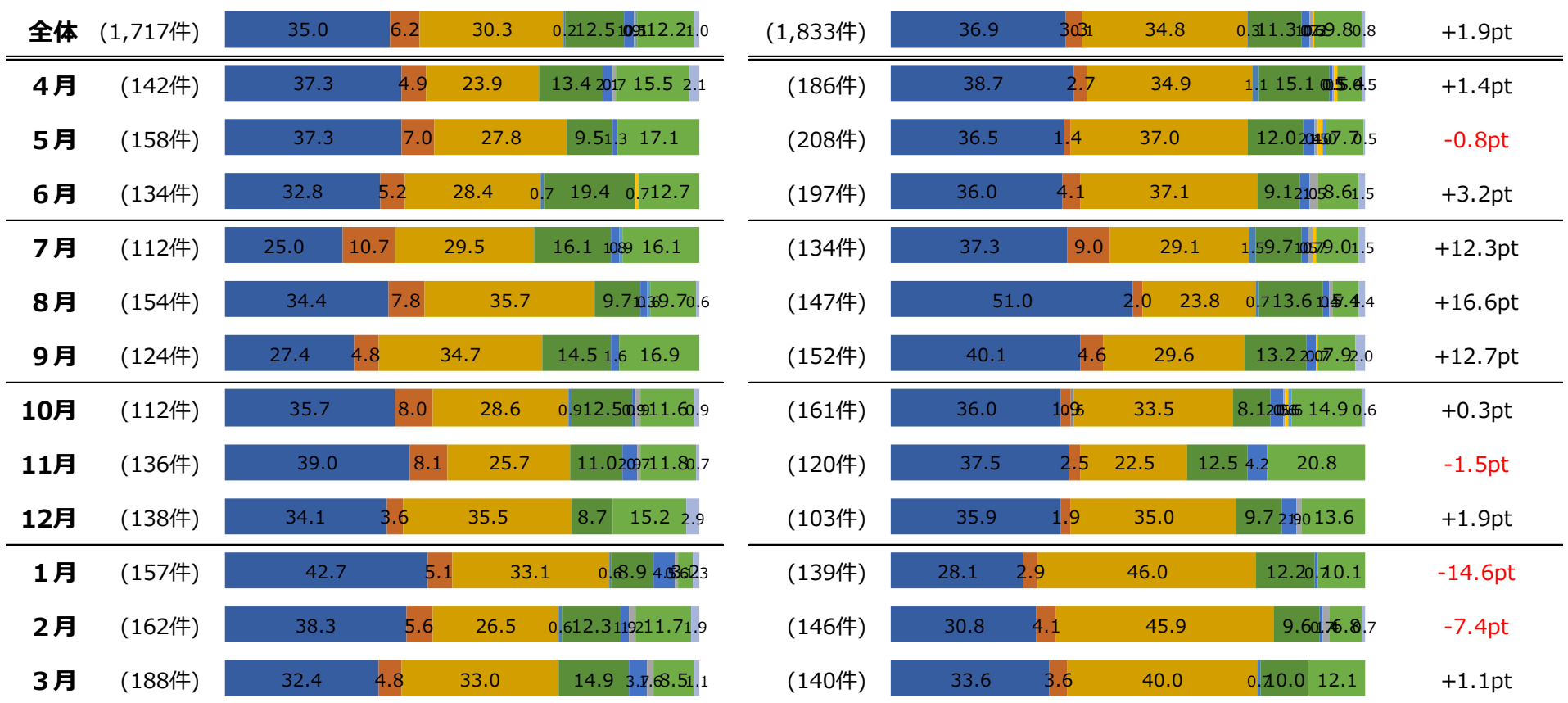
- 本人からの相談を除いた属性は、**配偶者が36.9%、親が34.9%、きょうだいが11.3%、知人が9.8%**
- 各月による差が比較的大きいが、各月とも本人以外の相談件数は相談件数全体の2～3割と少数派であることによるものと考えられる

【前回：2023年度】

【今回：2024年度】

■ 配偶者 ■ 子供 ■ 孫 ■ 親 ■ 祖父母 ■ きょうだい ■ 親戚 ■ 親族 ■ 上司 ■ 同僚 ■ 部下 ■ 知人 ■ その他

「配偶者」の割合
(今回-前回)



(%)

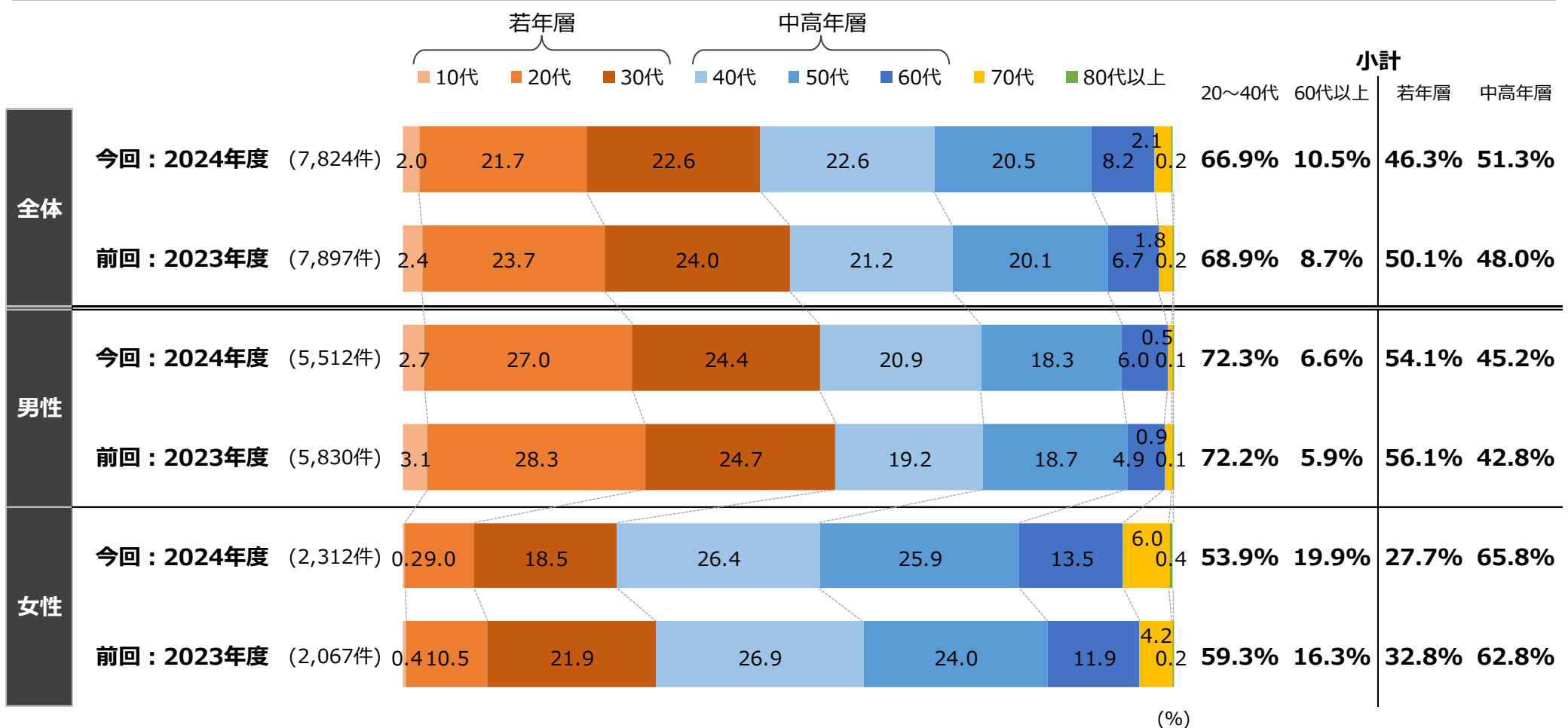
- **男性が70.4%、女性が29.6%**⇒月別の内訳も各月同水準
- 全体の割合、月別の内訳ともに多少のばらつきは見られるものの、大きな差異は見られない

【前回：2023年度】				【今回：2024年度】				「男性」の割合 (今回-前回)
		■ 男性				■ 女性		
全体	(7,897件)	73.8	26.2	(7,824件)	70.4	29.6	-3.4pt	
4月	(648件)	74.7	25.3	(689件)	70.1	29.9	-4.6pt	
5月	(696件)	77.6	22.4	(860件)	71.3	28.7	-6.3pt	
6月	(614件)	70.8	29.2	(763件)	68.0	32.0	-2.8pt	
7月	(666件)	78.4	21.6	(665件)	74.9	25.1	-3.5pt	
8月	(703件)	72.7	27.3	(628件)	74.7	25.3	+2.0pt	
9月	(604件)	72.8	27.2	(601件)	71.7	28.3	-1.1pt	
10月	(644件)	78.0	22.0	(668件)	66.8	33.2	-11.2pt	
11月	(555件)	70.6	29.4	(585件)	67.5	32.5	-3.1pt	
12月	(627件)	74.3	25.7	(551件)	71.5	28.5	-2.8pt	
1月	(680件)	71.2	28.8	(621件)	69.6	30.4	-1.6pt	
2月	(657件)	71.7	28.3	(611件)	71.2	28.8	-0.5pt	
3月	(803件)	72.6	27.4	(582件)	68.2	31.8	-4.4pt	
								(%)

(%)

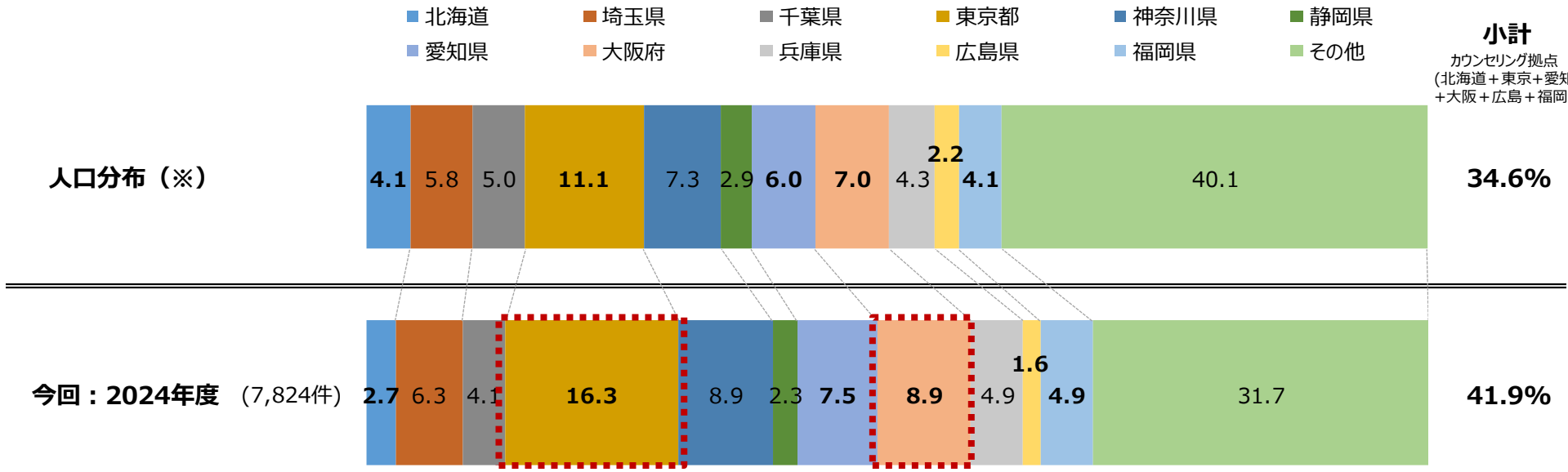
電話を掛けた方の年代

- 10代は全体の2.0%⇒2023年度並（2020年度→2021年度で約2倍に増加した以降高止まり）
- 20代～40代は全体の66.9%⇒全体の大多数を占める
- 60代以上は全体の10.5%
- 男性は若年層、女性は中高年層の占める割合がそれぞれ高い



電話を掛けた方の居住地（都道府県単位）

- 10都道府県が全体の68.4%を占める
- 2020年の国勢調査の人口分布と比べ、概ね同様の傾向ではあるものの、「東京都」「大阪府」からの入電がやや多い

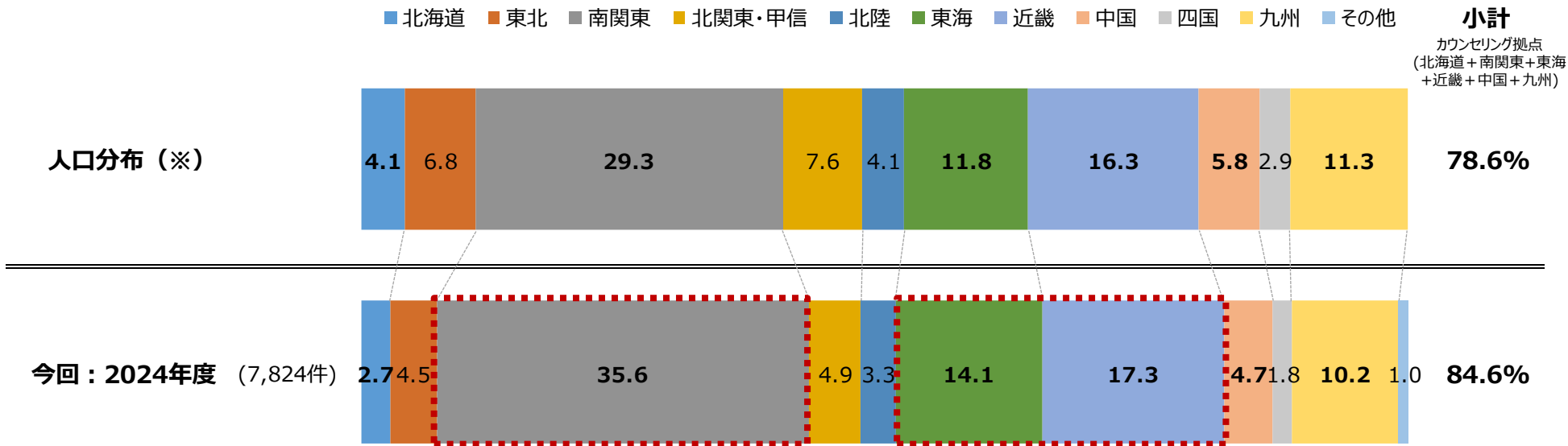


※出所：人口分布は、総務省統計局 統計データより作成 (%)

※カウンセリング拠点は、北海道3カ所・東京2カ所・愛知・大阪・広島・福岡2カ所の10拠点で実施となるため、6都府県にて算出

電話を掛けた方の居住地（10エリア単位）

- カウンセリング拠点を含むエリアの合計が全体の8割半ばを占める
「南関東」「東海」「近畿」の上位3エリアの合計は67.0%を占める
- 2020年の国勢調査の人口分布と比べ、概ね同様の傾向



※出所：人口分布は、総務省統計局 統計データより作成 (%)

※カウンセリング拠点は、北海道3カ所・東京2カ所・愛知・大阪・広島・福岡2カ所の10拠点で実施となるため、6エリアにて算出

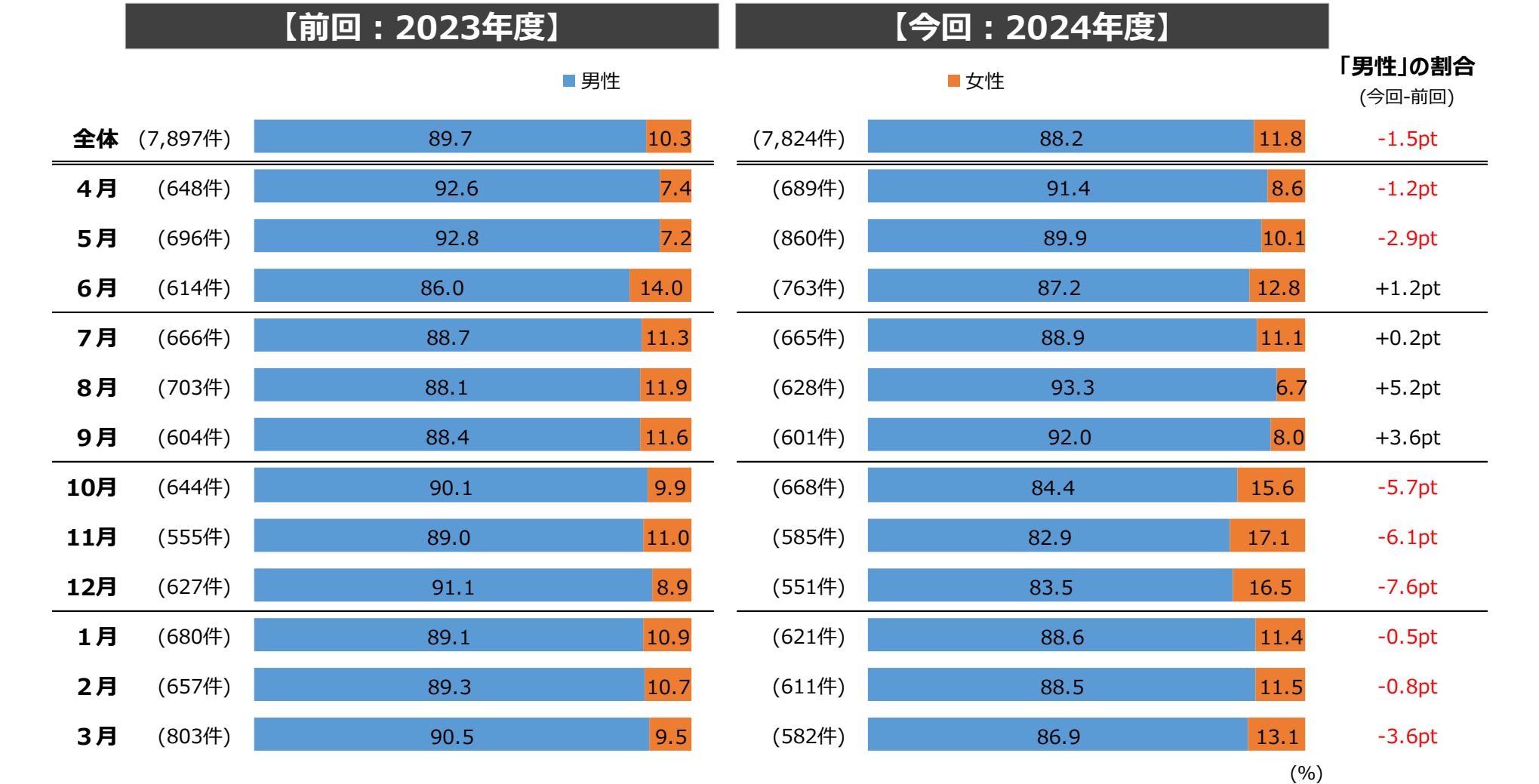
※エリア区分は、総務省統計局における地域区分（10エリア）にて算出

北海道	北海道
東北	青森，岩手，宮城，秋田，山形，福島
南関東	埼玉，千葉，東京，神奈川
北関東・甲信	茨城，栃木，群馬，山梨，長野
北陸	新潟，富山，石川，福井
東海	岐阜，静岡，愛知，三重
近畿	滋賀，京都，大阪，兵庫，奈良，和歌山
中国	鳥取，島根，岡山，広島，山口
四国	徳島，香川，愛媛，高知
九州	福岡，佐賀，長崎，熊本，大分，宮崎，鹿児島，沖縄

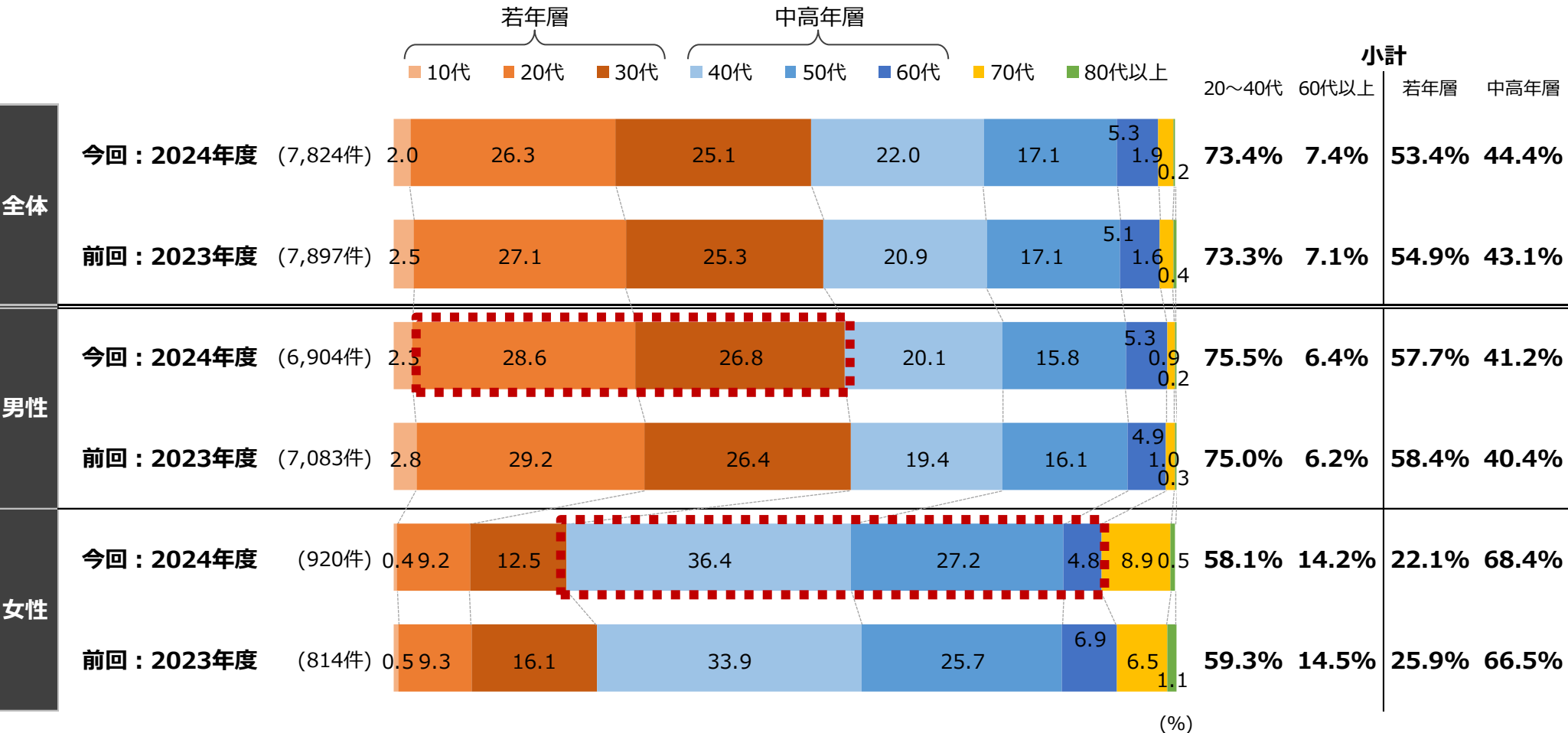
- 本人からの相談を除くと、「配偶者が配偶者について相談」が676件で最も多い
- 次いで、「親が子供について相談」が638件、「きょうだいがきょうだいについて相談」が207件、「知人が知人について相談」が179件と続いている。

2024年度 N=7,824			相談対象者													
			本人	配偶者	子供	孫	親	祖父母	きょうだい	親戚	親族	上司	同僚	部下	知人	その他
相 談 者	本人	5,991	5,991	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			76.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	配偶者	676	0	676	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	8.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	子供	61	0	0	0	0	61	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	孫	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	親	638	0	0	638	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	8.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	祖父母	6	0	0	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	きょうだい	207	0	0	0	0	0	0	207	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	親戚	31	0	0	0	0	0	0	0	31	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	親族	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	上司	11	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0
	同僚	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0
	部下	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	知人	179	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	179	0
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0
	その他	14	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14
			0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2

- 男性が88.2%、女性が11.8%⇒月別の内訳も各月同水準
- 2023年度に比べ、各月の変動はやや大きいものの、全体の割合は同傾向
- 女性による入電割合の29.6%に対し**低位⇒女性からの入電は本人以外(当事者本人としてではない)**

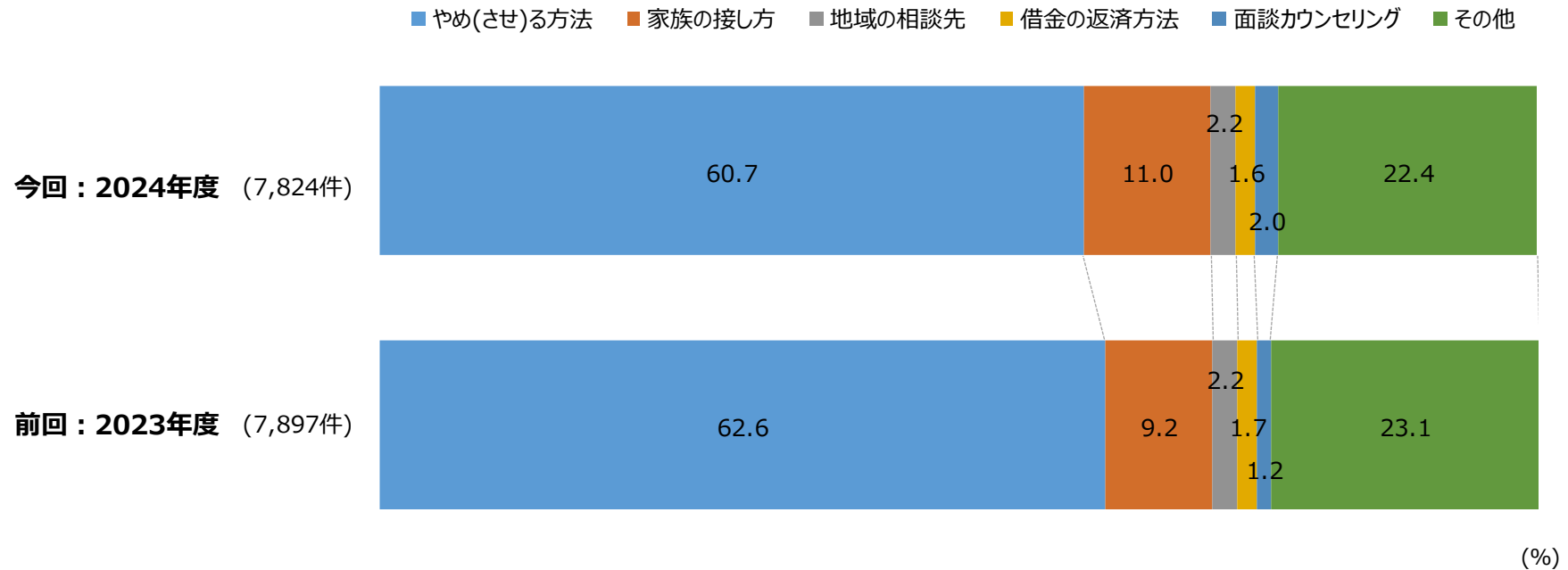


- 10代は全体の2.0%⇒将来の長期依存症の予備軍になる可能性⇒早期介入が望ましい
- 20代～40代は全体の73.4%⇒全体の大多数を占める
- 60代以上は全体の7.4%⇒インターネット利用頻度が低く、WEB広告やHPの情報に辿り着いていない
また、ギャンブルをしていても依存に関する問題を抱える人が少ない
- 男性は若年層、女性中高年層の占める割合がそれぞれ高い

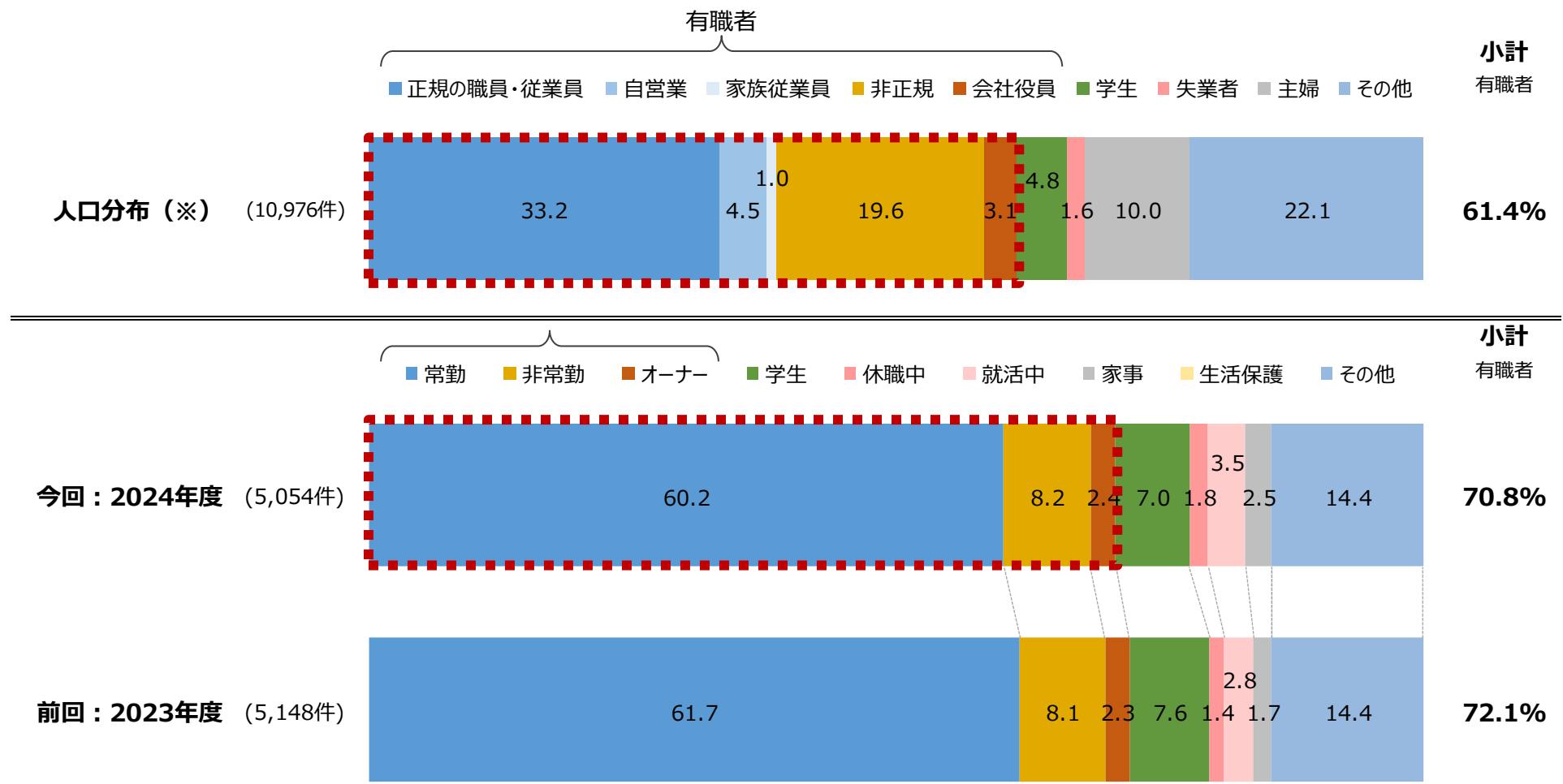


電話を掛けた方が知りたい内容（「サポートコール」の利用目的）

- 1位：やめ(させ)る方法(60.7%)、2位：家族の接し方(11.0%)、3位：地域の相談先(2.2%)
⇒医療機関などを案内してもらい、治していくよりも電話相談だけでやめ（させ）る方法を期待している
⇒身近な相談先を探している
- 2023年度と概ね同傾向⇒**ニーズの変化はみられない**
- 「その他」が22.4%⇒**分類の精緻化は依然として課題**

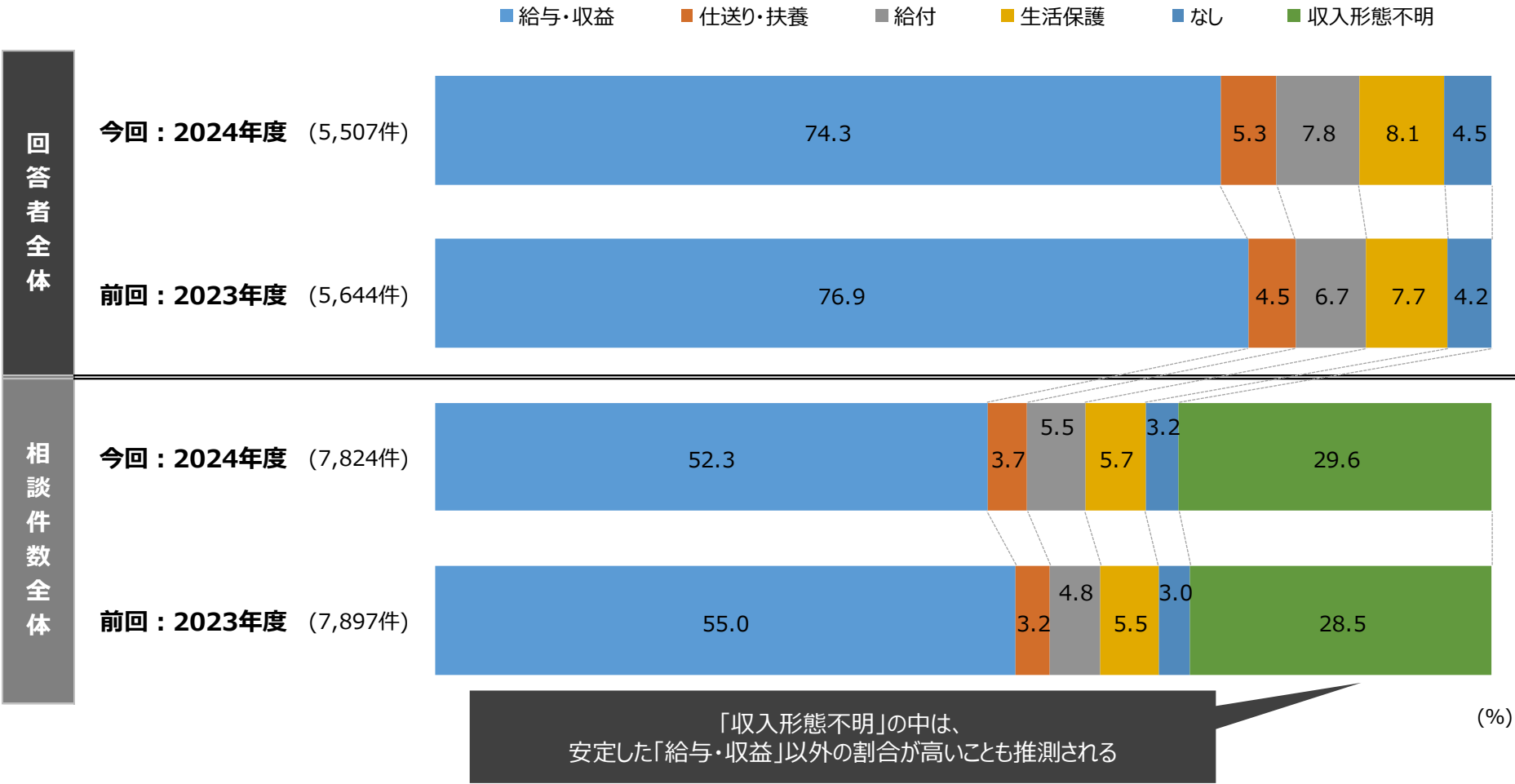


- 有職者が70.8%を占める→全国労働調査の有職者よりも多い
- 2023年度と同傾向



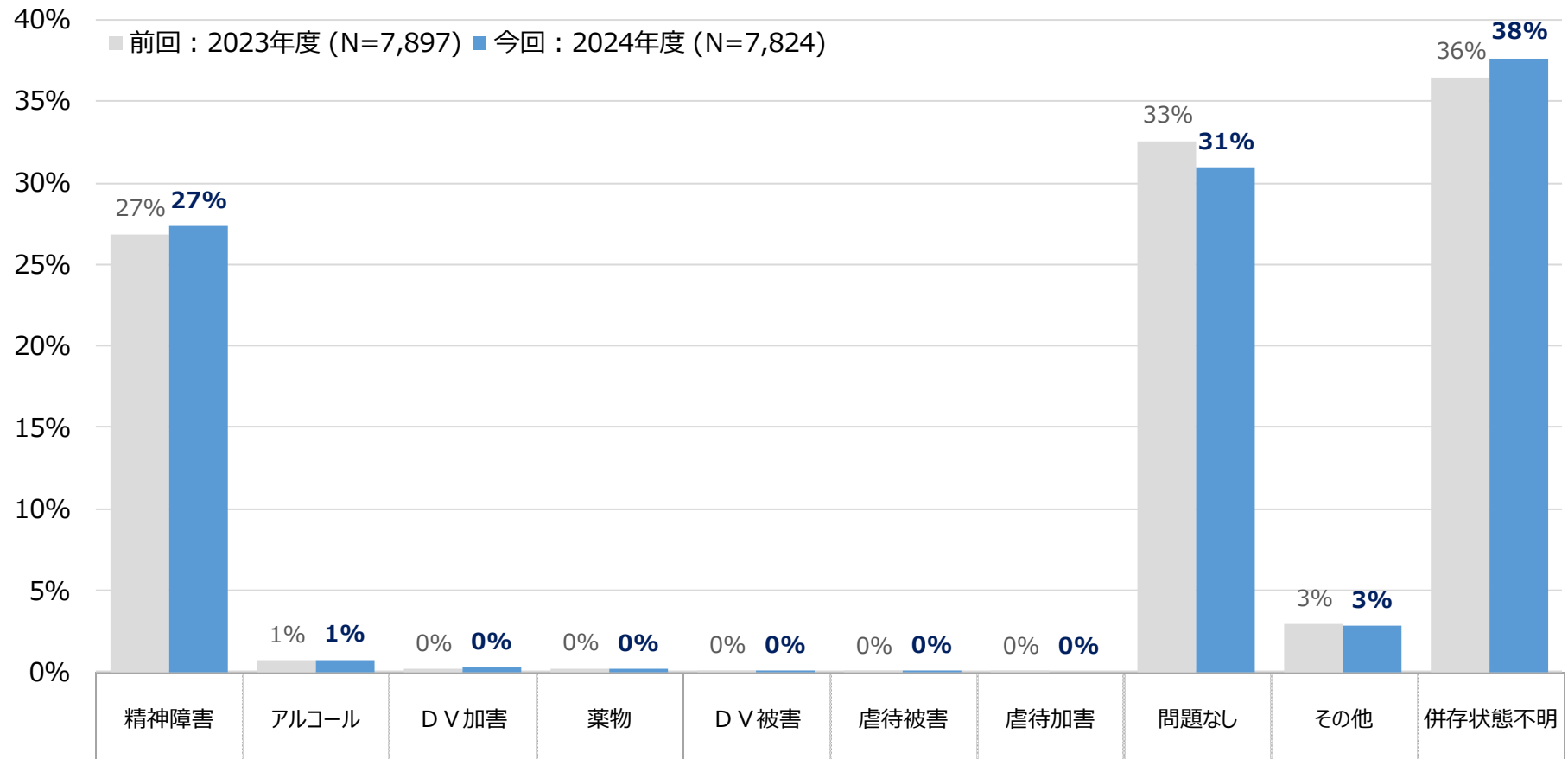
※出所：人口分布は、総務省統計局 統計データより作成。コールログと対応する項目を抽出して集計対象としており、2024年度では10,976万人。 (%)

- 回答対象は相談件数全体の7割にあたる**5,507件**で、「給与・収益」が**74.3%**、「生活保護」が**8.1%**
- 2023年度と同傾向ではあるものの、「給与・収益」が微減
- 「収入形態不明」の中には「回答拒否」も含まれるため、**安定した「給与・収益」以外の割合が高い可能性**

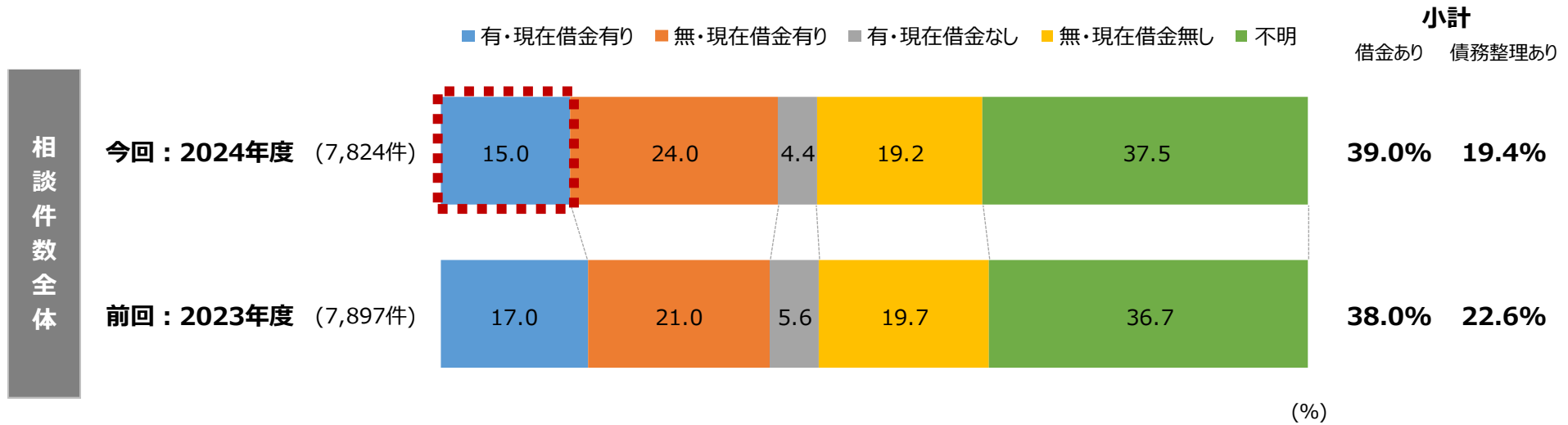


併存する状態（ギャンブル等依存症以外に抱えている問題）

- 相談件数全体の4割弱は併存状態が不明ではあるものの、「問題なし」が31%と、いずれかの「問題あり」が31%
- 併存問題としては「精神障害」は27%で最も多い→内閣府「令和6年版 障害者白書」によると日本の一般人口に占める比率は4.9%程度
- 2023年度と同傾向ではあるものの、「問題なし」が微減、「併存状態不明」が微増



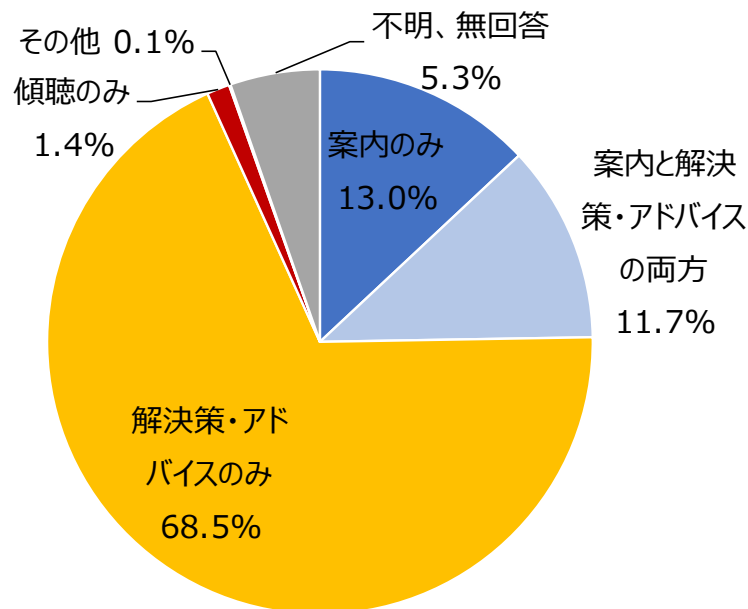
- 相談件数全体の4割弱が不明ではあるものの、「借金あり」が4割弱、「債務整理経験あり」が2割弱を占める
- 「債務整理経験あり・現在借金あり」は15.0%
⇒ただし、**債務経験者(19.4%)に占める割合としては77.4%にのぼる(15.0%÷19.4%)**
- 2023年度に比べ、「債務整理経験有り・現在借金有り」が減少、「債務整理経験有り・現在借金無し」が微減、「債務整理経験無し・現在借金有り」が増加



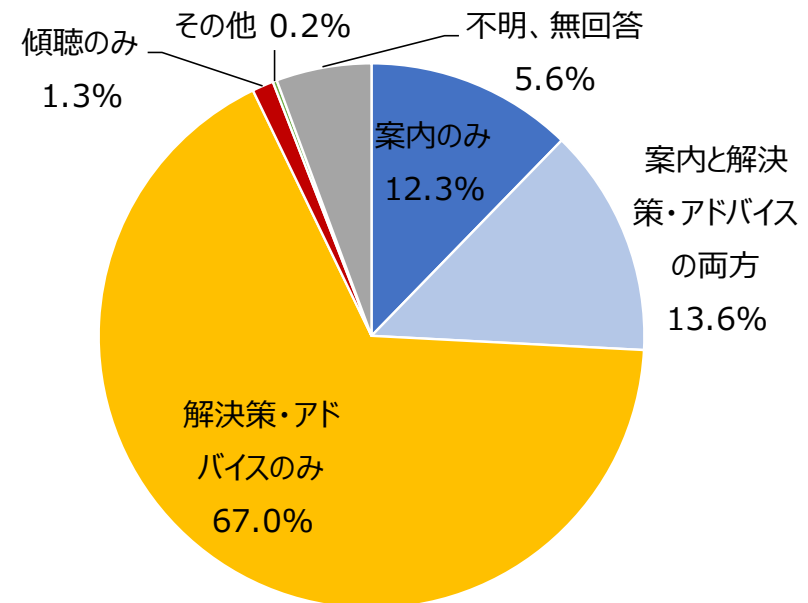
案内先の割合（大分類）

- リファー先の案内は2023年度の24.7%から微増し、**25.8%**（参考：2021年度＝約15%）
そのうち「案内のみ」は12.3%と2023年度を下回る。「案内と解決策・アドレスの両方」のみが微増した結果。
- 「解決策・アドバイスのみ」は68.5%→**67.0%**
- 「傾聴のみ」は2019年度の6.5%→2020年度の2.5%→2021年度の1.5%→**2022年度以降は1.3～1.4%を維持**
⇒これらはサポートコール利用目的が「相談・解決」であることを理解し、具体的な解決策や
アドバイスに注力し、また、相談者の状況に応じて案内を行った結果による成果といえる
➡『案内優先主義』から『ワンストップ問題解決型介入』への脱却がより進んでいる

【前回：2023年度】

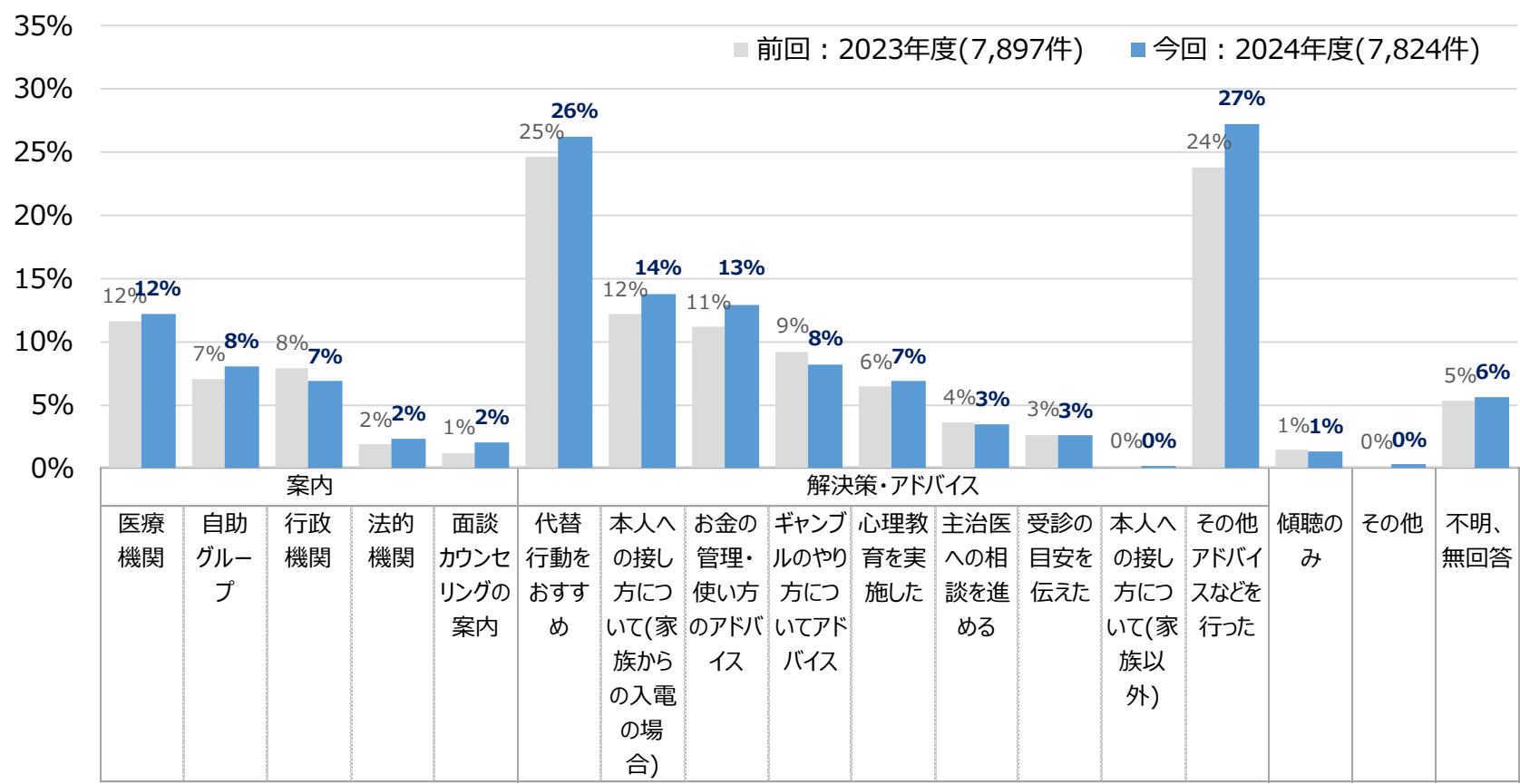


【今回：2024年度】



案内先の割合（詳細分類/複数回答）

- 主な案内先は「医療機関」が12%、「自助グループ」が8%、「行政機関」が7%
 - 主な案内内容は「代替行動をおすすめ」が26%、「本人への接し方について(家族)」が14%
 - 「その他アドバイスなど」が27%
- ➡相談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



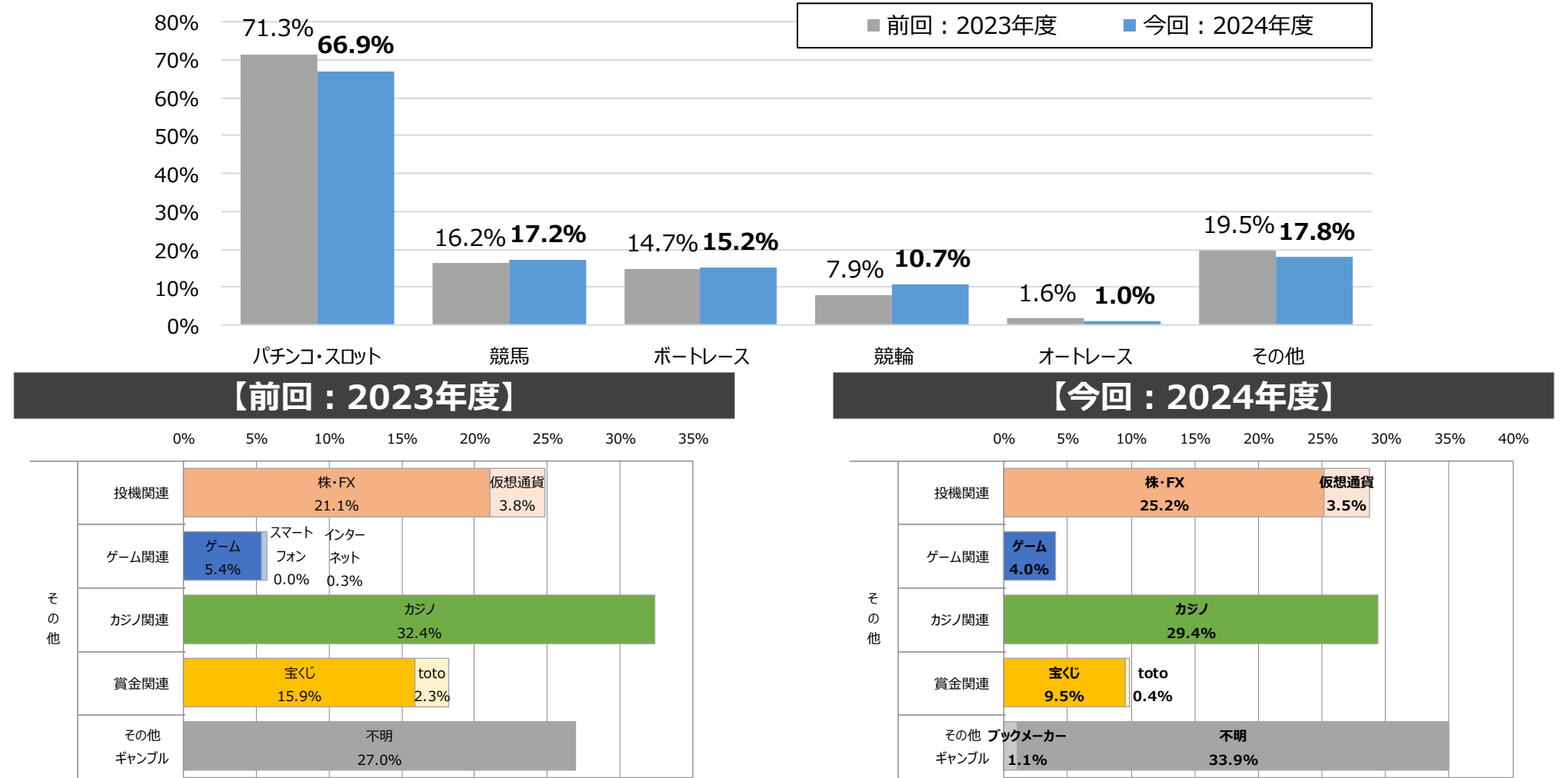
- 2024年度の面談カウンセリングの申込率は**2.0%（154件）**
- 相談件数は2023年度と同程度だが、「ワンストップ型対応」による影響で**申込率は高くなった**
 - ➡ 家族葛藤や対人関係ストレスを抱えた相談者に対して**的を絞ったカウンセリングへの導入**が必要
 - ➡ 相談者の背景情報の取得と評価方法のブラッシュアップが必要

【前回：2023年度】					【今回：2024年度】				
		■ 面談申込なし	小計 申込率				■ 面談申込あり	小計 申込率	
全体	(7,896件)	7,866件	30件	0.4%	(7,824件)	7,670件	154件	2.0%	
4月	(648件)	4件		0.6%	(689件)	15件		2.2%	
5月	(696件)	5件		0.7%	(860件)	16件		1.9%	
6月	(614件)	3件		0.5%	(763件)	20件		2.6%	
7月	(666件)	1件		0.2%	(665件)	7件		1.1%	
8月	(703件)	1件		0.1%	(628件)	18件		2.9%	
9月	(604件)	2件		0.3%	(601件)	9件		1.5%	
10月	(644件)	0件		0.0%	(668件)	6件		0.9%	
11月	(555件)	2件		0.4%	(585件)	8件		1.4%	
12月	(627件)	2件		0.3%	(551件)	15件		2.7%	
1月	(680件)	4件		0.6%	(621件)	20件		3.2%	
2月	(656件)	4件		0.6%	(611件)	12件		2.0%	
3月	(803件)	2件		0.2%	(582件)	8件		1.4%	

(%)

ギャンブル種類ごとの相談件数

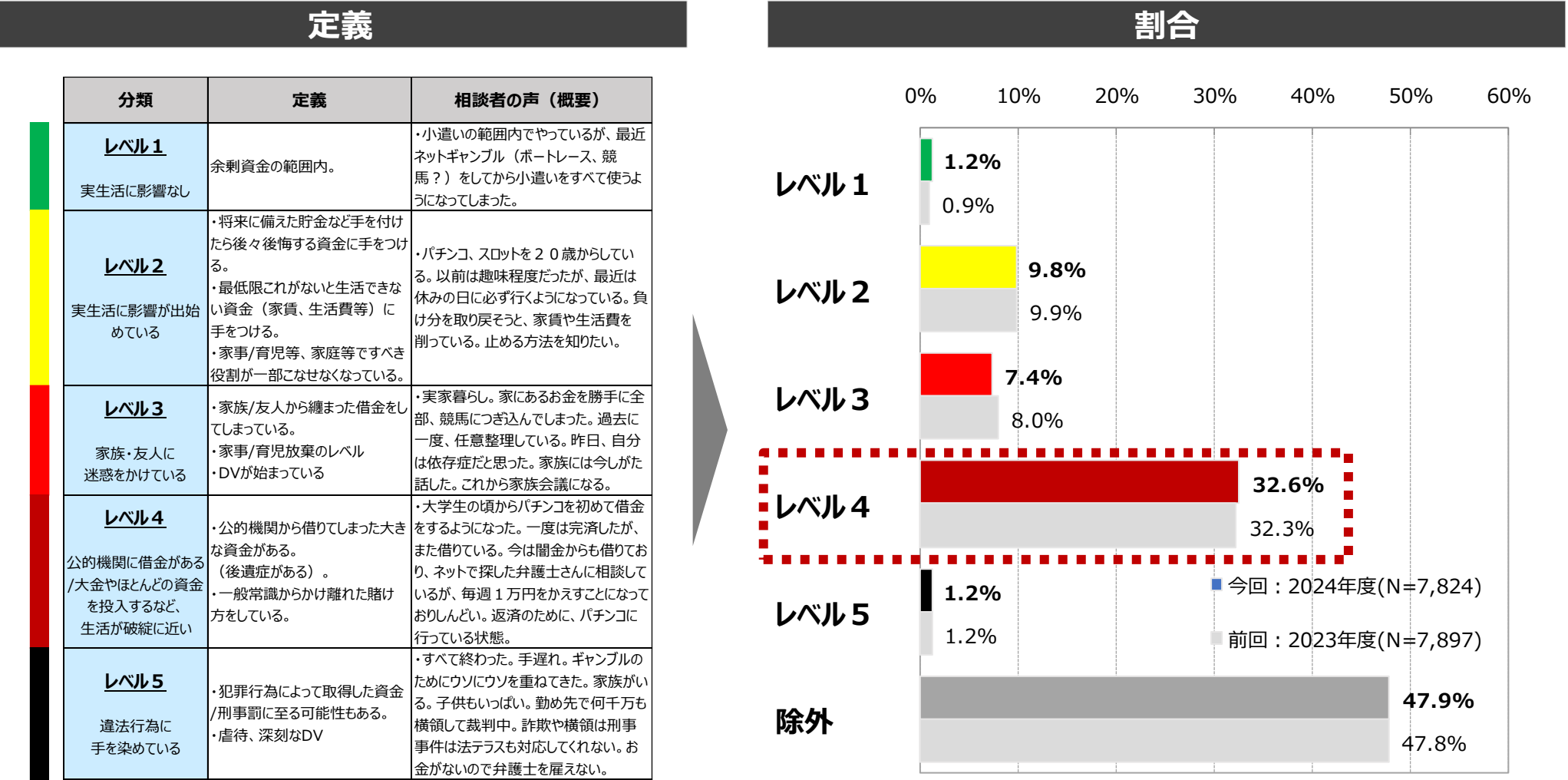
- 「パチンコ・スロット」の相談件数が一極集中しており**66.9%**。2023年度では増加したが、再び減少に転じた
- 一方、公営競技の「競馬」「ボートレース」「競輪」「オートレース」や「その他」はおおむね同水準
- 「その他」の内訳は、「その他ギャンブル」が34.9%と最も高いが、「ブックメーカー」は1.1%と少数
「株・FX」が微増、「カジノ」が微減、「宝くじ」が減少、「不明」が増加



④

実生活への影響度レベル・自己認識レベル分析

- 相談件数7,824件中、ログデータから**4,076件を分類**することができた
- 相談件数の**1/3がレベル4（公的機関への借金）**で、切羽詰まった状況に陥っていることがわかる

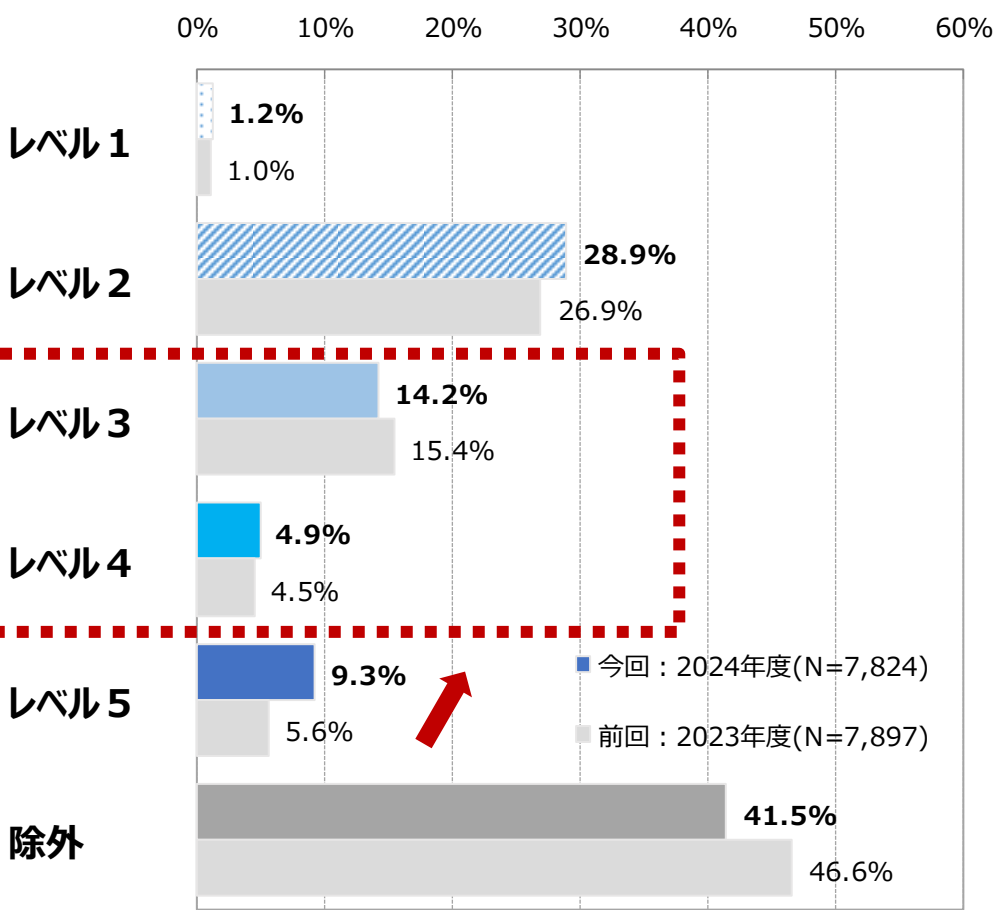


- 相談件数7,824件中、ログデータから4,578件を分類することができた
- 自覚症状のないレベル1は1.2%に留まる⇒現状を深刻だと認識している相談者が多数派
- レベル2が28.9%、レベル3が14.2%で、合計43.1%
- 直せないとあきらめてしまっているレベル5は9.3%に増加

定義

分類	定義	相談者の声（概要）
レベル1 全く悪いと思わない	依存症である自覚がない。	・息子がギャンブルばかりで困る。借金も増えている様子だが、本人の中で依存症ではないと思っているから、家族としてもやりよう悩む。
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。	・夫がギャンブル依存症。本人にもその自覚はあるが、借金を踏み倒せばいいと思っているのか行動を変えようとはしない。本人は受診する気はないようだが、医療機関の情報が欲しい。
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。	・行き詰っている。借金がある。今までにどこかに相談したことはない。病院も調べたことはあるけど、それよりも今の借金をどうしようか考えてしまう。依存症の自覚はある。
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、自ら医療機関等に向くなど、行動している。	・ギャンブル依存と自覚して、病院や精神保健福祉センターに行っている。Dカードの番号を知ってしまい、今日1日かけて、20万くらい使ってしまった。手元に6万くらいしか残っていない。
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ついてる。	・ここには、もう10回以上電話している。高校から40年ギャンブル。20年前、5社から借金し、踏み倒した。独身。もう病気や死なないと治らないと思う。パチンコは韓国が発祥だが、韓国ではもうパチンコ屋はない。

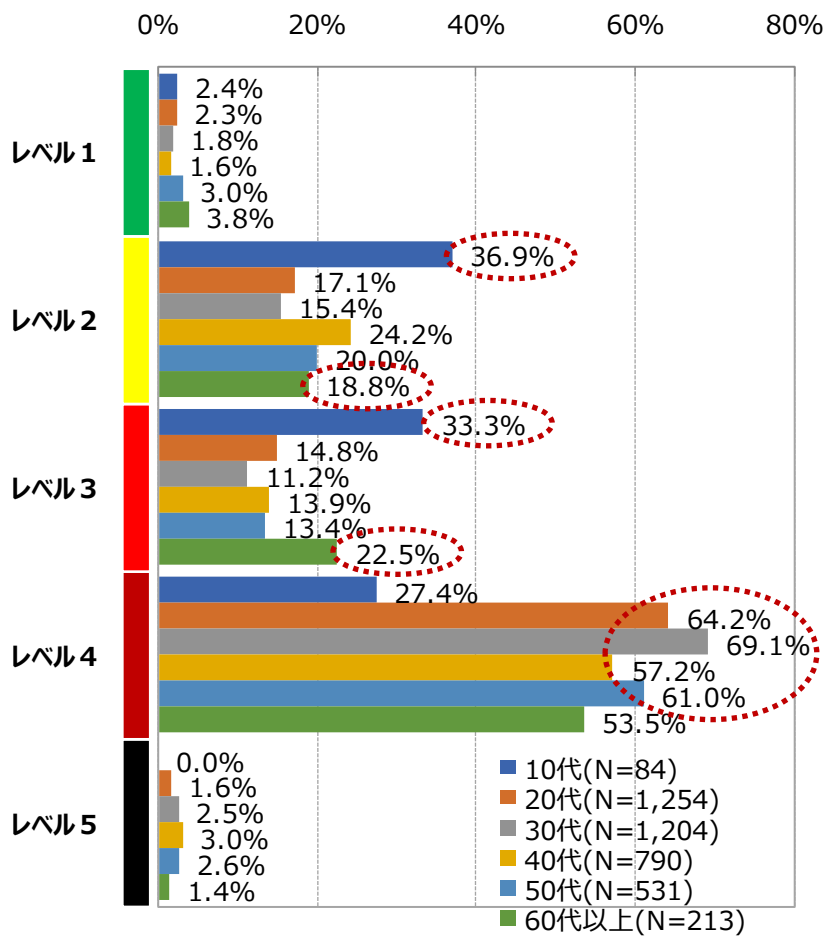
割合



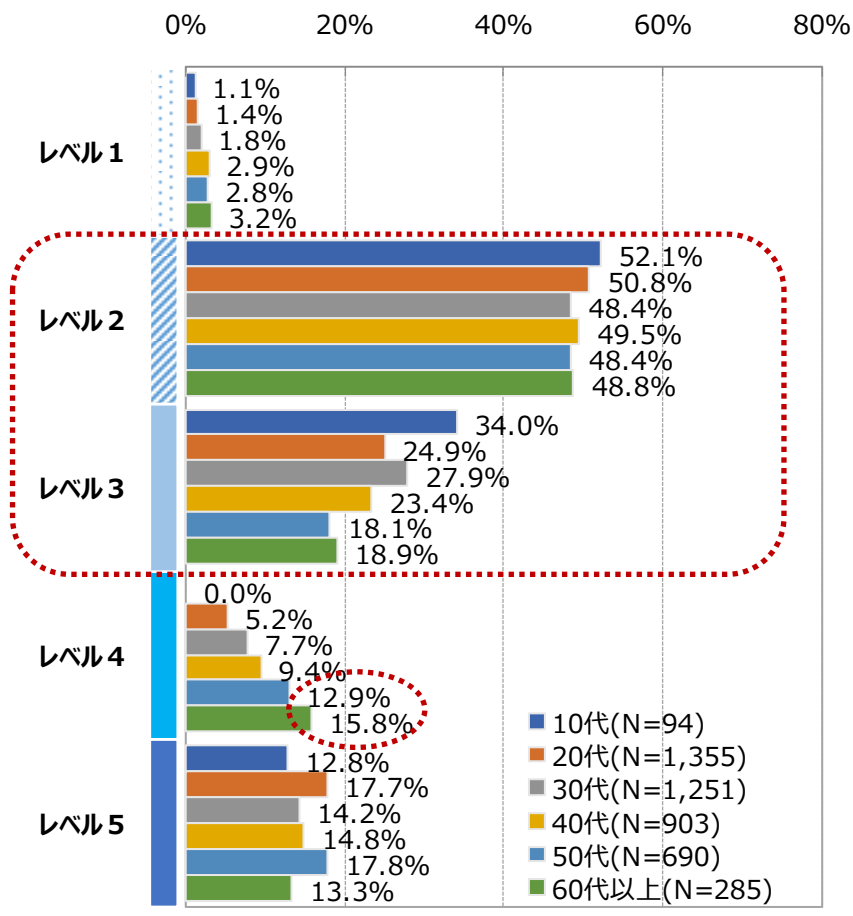
年代別 実生活への影響度レベル、自己認識レベル

- **実生活への影響度レベル**：比較的軽症者であるレベル1～3の割合が10代で7割、60代以上で4割半ばと、他の年代よりも多い
20代、40～50代では6割前後、30代では約7割がレベル4に該当
- **自己認識レベル**：各年代と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に大多数が該当
(10代で8割半ば、20～40代で7割以上、50代以上では6割半ば)。現状を変えようと行動しているレベル4は、50代以上では1割以上

実生活への影響度レベル



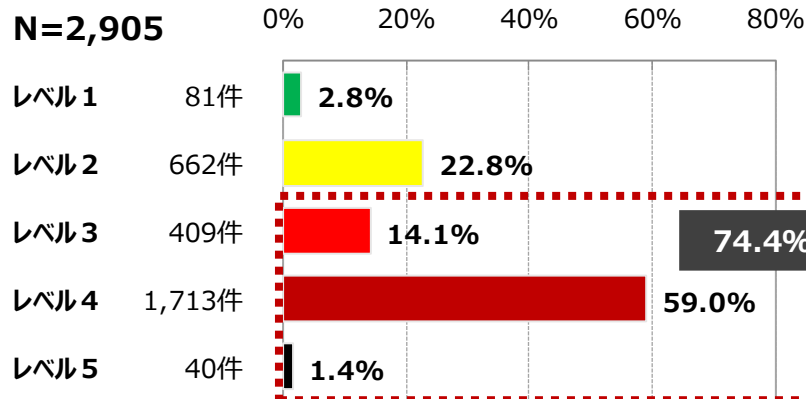
自己認識レベル



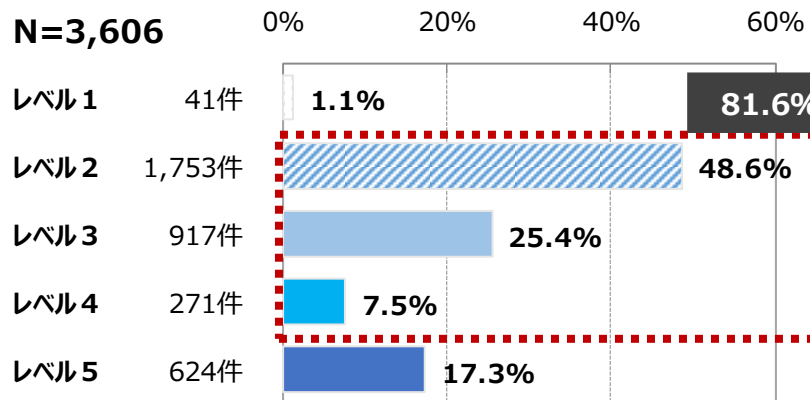
【本人からの相談】実生活への影響度レベル×自己認識レベル

- 本人から相談があった5,991件のうち、実生活への影響度レベルに分類できた2,905件の**74.4%**がレベル3以上自己認識レベルに分類できた3,606件では、深刻と自認している**レベル2～4**が**81.6%**
- 自覚症状のある自己認識レベル2以上では**実生活への影響度レベル**が重症化しつつある**レベル4**に7割前後が該当している

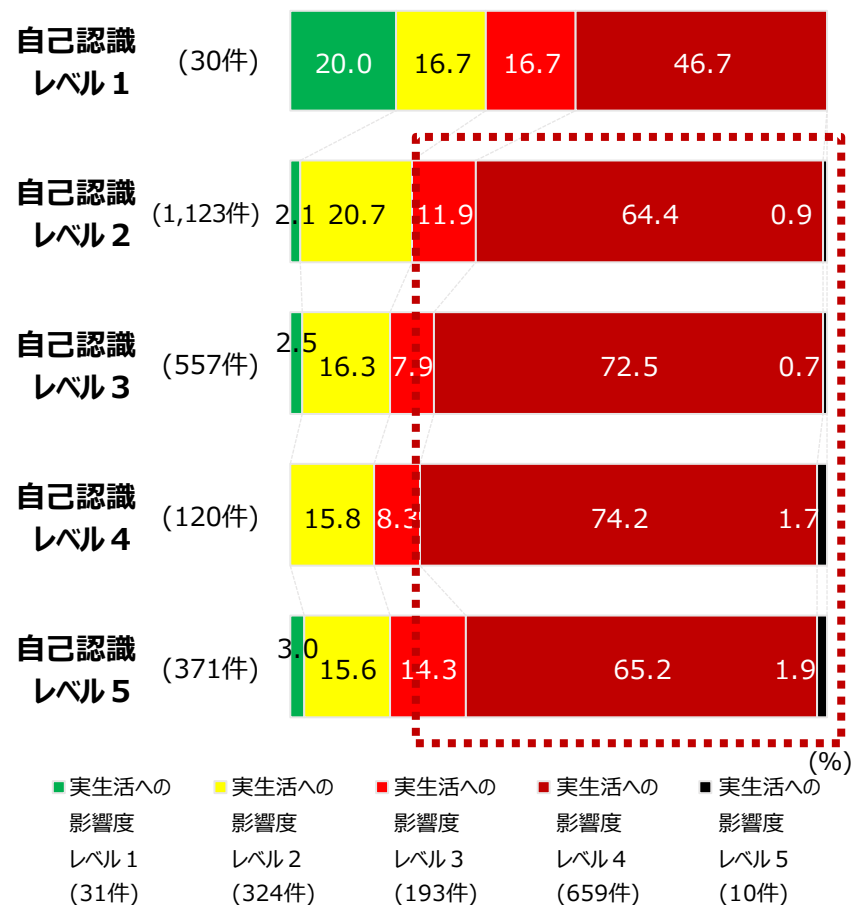
【本人からの相談】実生活への影響度レベル



【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×自己認識レベル

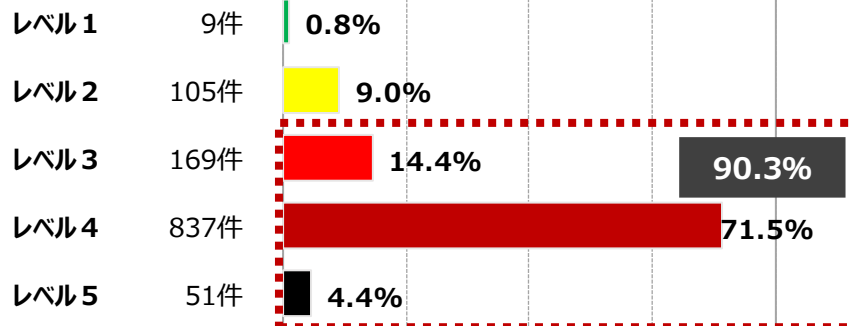


【本人以外からの相談】実生活への影響度レベル×自己認識レベル

- 本人以外から相談があった1,833件のうち、実生活への影響度レベルに分類できた1,171件の**90.3%**がレベル3以上
自己認識レベルに分類できた972件では、本人に比べて**レベル1,2,4**が高く、**レベル3,5**が低い
- **本人に自覚はなくても家族や知人が心配して相談しているケースや、本人に深刻な状況という自覚がある、すでに医療機関や支援団体に行っている/行っていたが効果がない/やめてしまったので家族としての対応方法を相談しているケースが多い**

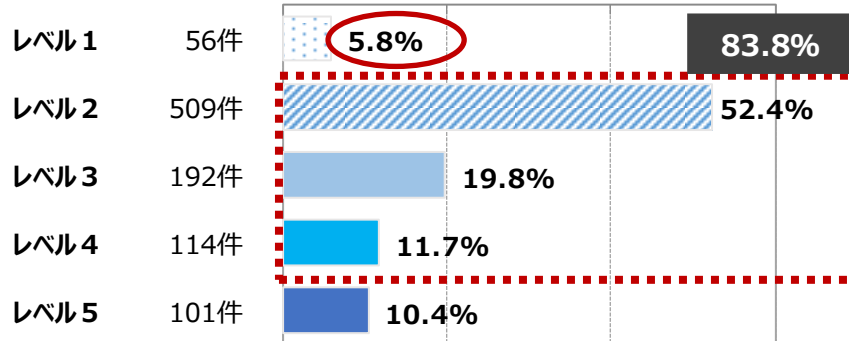
【本人以外からの相談】実生活への影響度レベル

N=1,171 0% 20% 40% 60% 80%

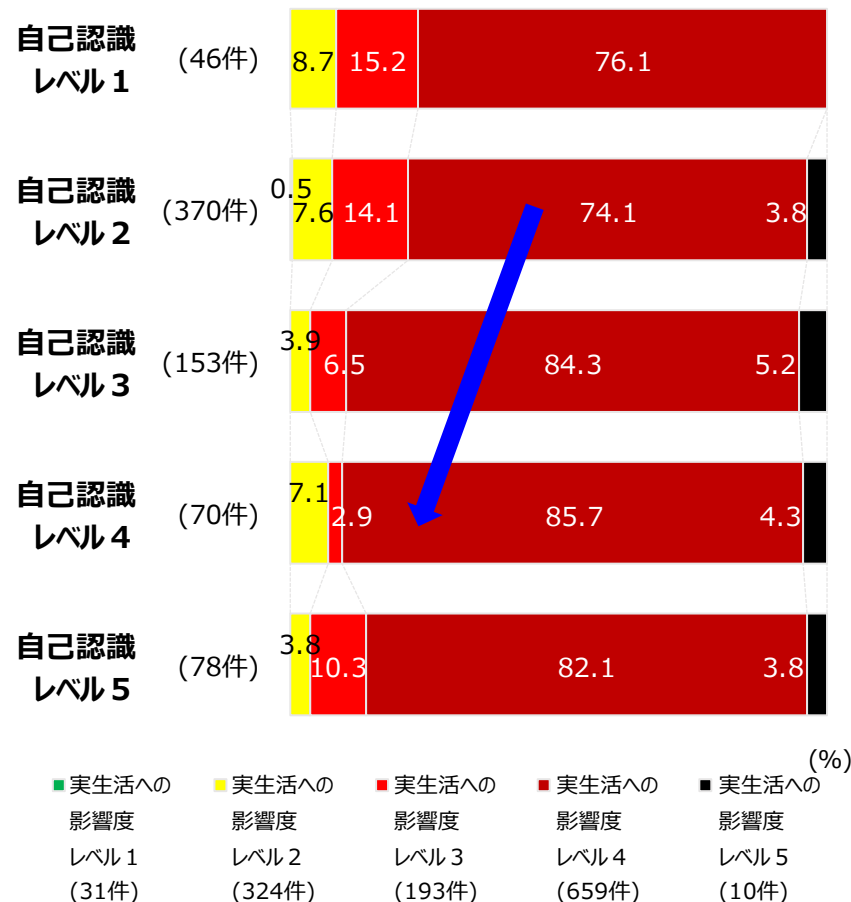


【本人以外からの相談】自己認識レベル

N=972 0% 20% 40% 60%



実生活への影響度レベル×自己認識レベル

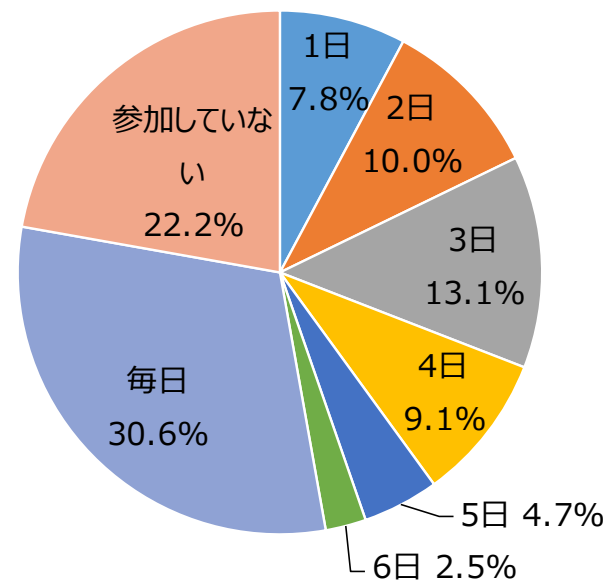




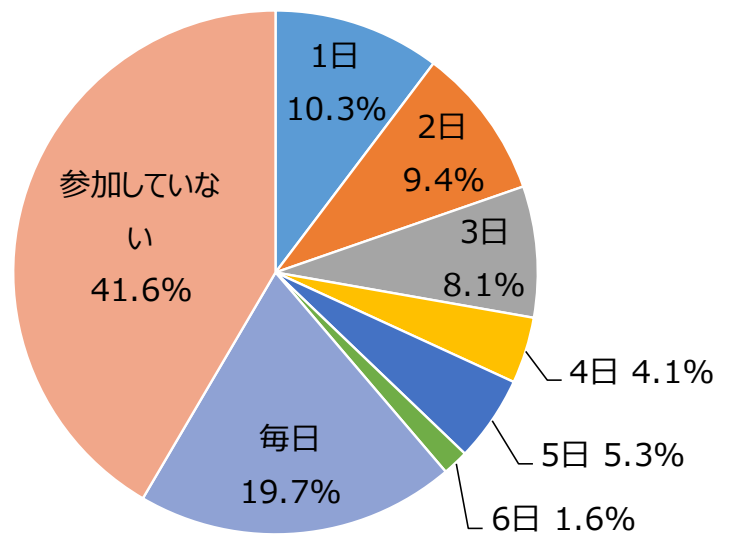
⑤ SMSアンケート結果

- 平均日数：相談時の3.56日→回答時には2.43日と**1日以上減少**
- 「毎日」の割合：30.6%→19.7%に**減少**
- 「参加していない」割合：22.2%→41.6%に**増加**

相談時

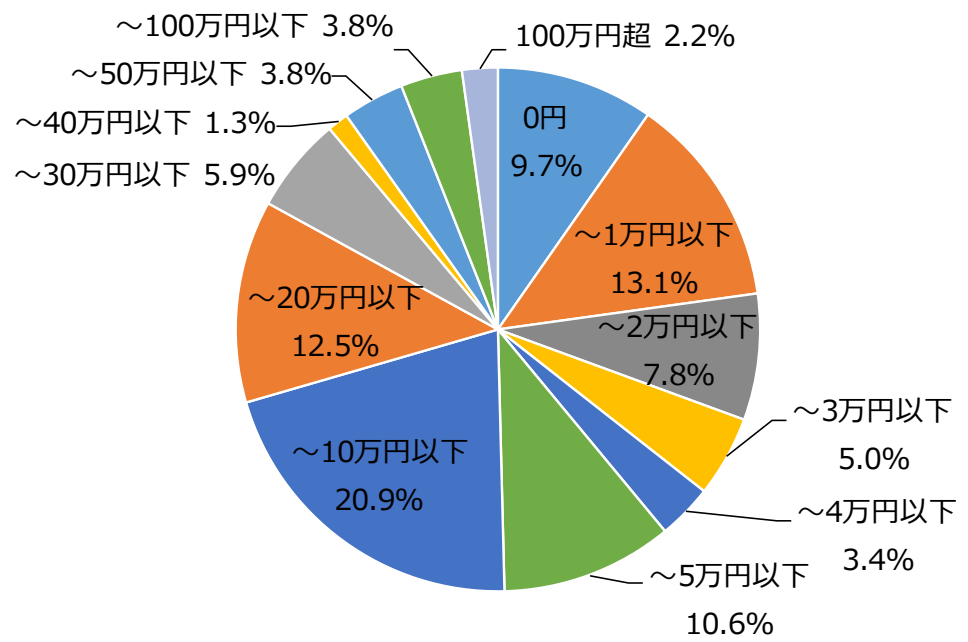


回答時

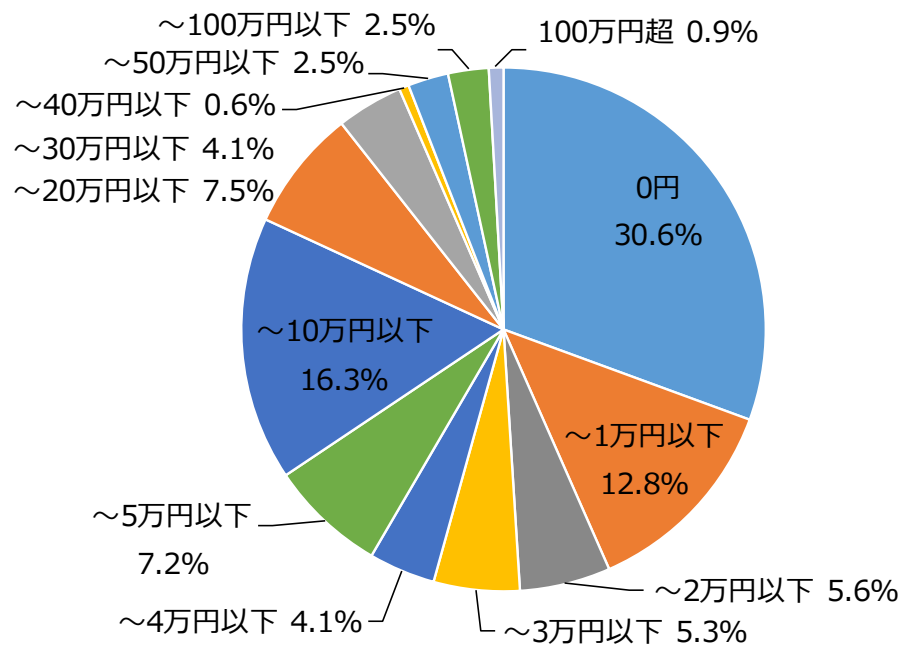


- 「0円」の割合：9.7%→30.6%に**増加**
- 「～5万円以下」「～100万円超」の割合の合計：**減少**

相談時

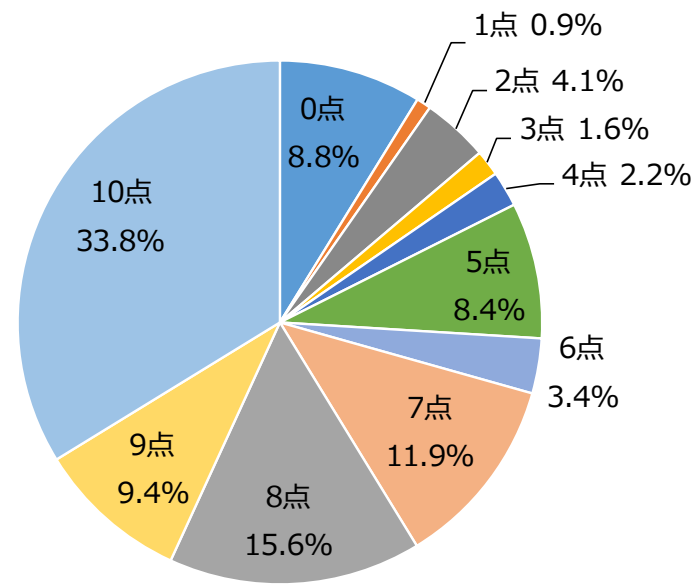


回答時

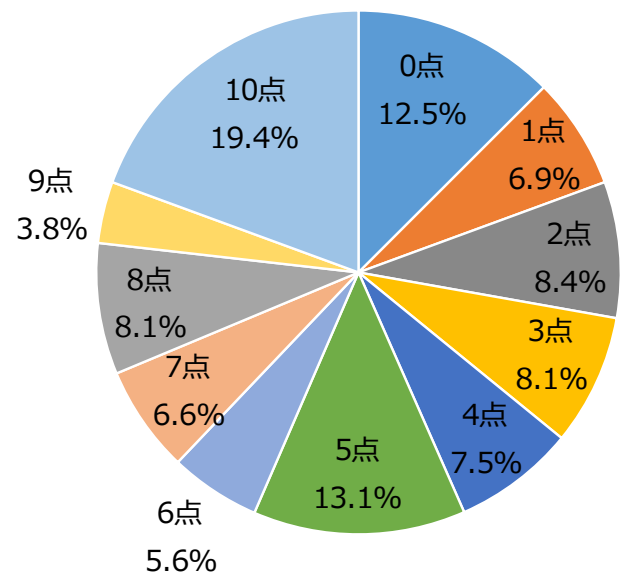


- (0点：参加したくなる衝動がない～10点：参加したくなる衝動がある)
- 平均点：相談時の7.15点→回答時には5.16点と**2点以上減少**
 - 「10点」の割合：33.8%→19.4%に**減少**
 - 「0点」の割合：8.8%→12.5%に**増加**

相談時



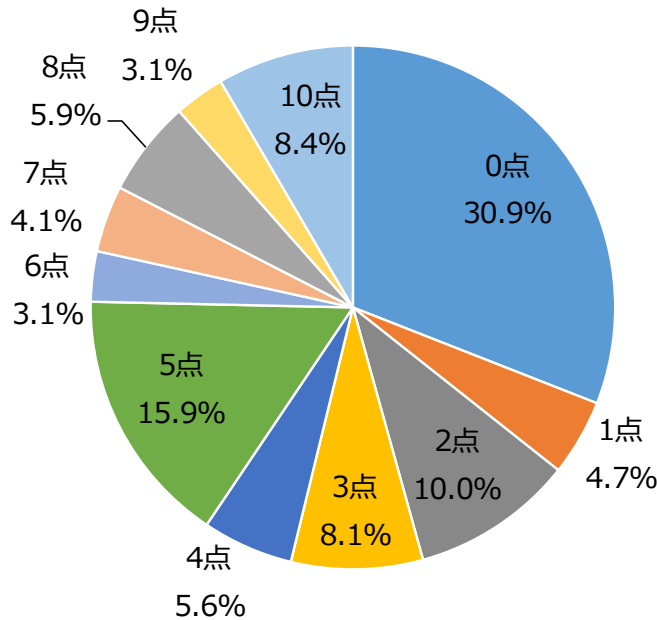
回答時



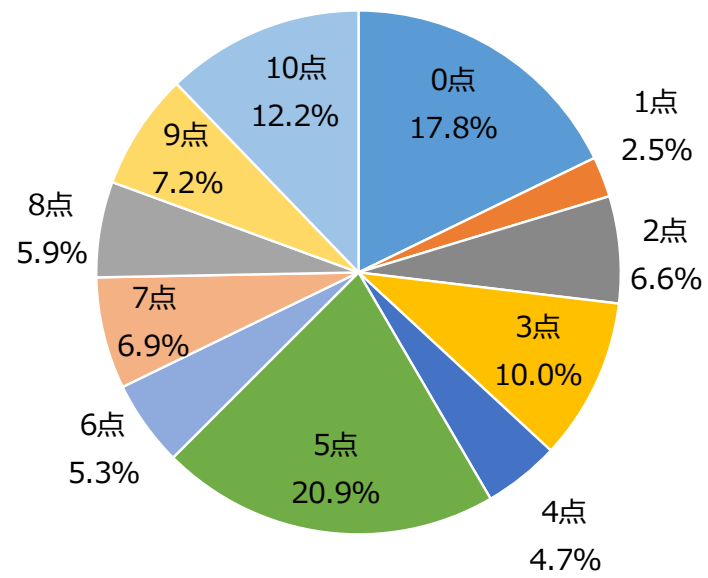
(0点：参加しない自信がない～10点：参加しない自信がある)

- 平均点：相談時の3.57点→回答時には4.82点と**1点以上増加**
- 「0点」の割合：30.9%→17.8%に**減少**
- 「10点」の割合：8.4%→12.2%に**増加**

相談時

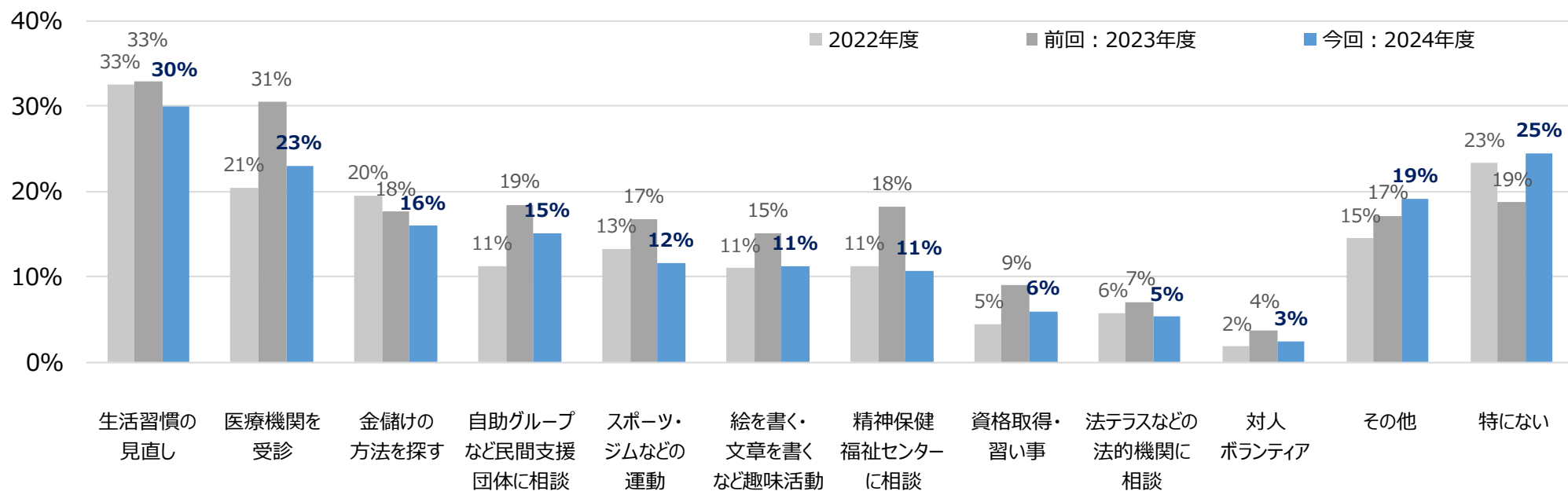


回答時



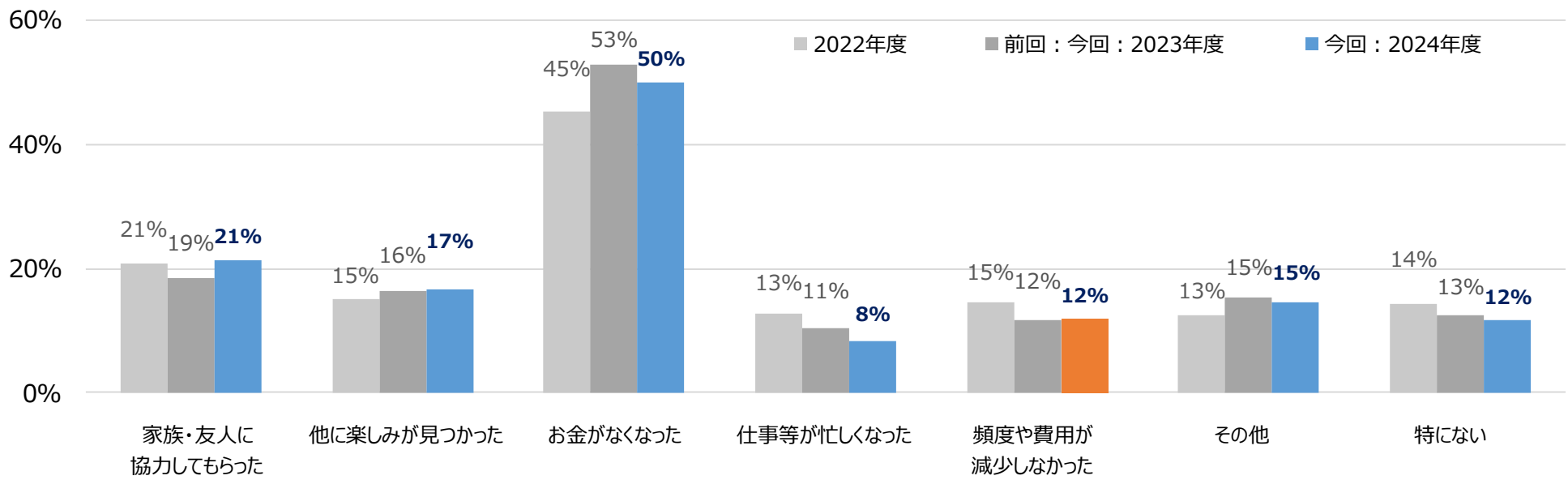
実際に克服するために行った対処法

- 「特にない」が25%と、**全体の75%がいずれかの対処法があった**と回答
- 具体的な対処法としては、「生活習慣の見直し」が30%、「医療機関を受診」が23%、「金儲けの方法を探す」が16%
 - ➡個人的な対処として生活習慣が最も高い
 - ➡専門機関や団体への受診・相談も一定以上見られた



ギャンブルの頻度、費用が減少した理由

- 「頻度や費用が減少しなかった」が12%と、**全体の88%が減少した**と回答
そのうち、「特になし」が12%と、**全体の76%は何らかの減少した理由がある**と回答
- **消極的な理由**：「お金がなくなった」が50%と突出
- **状況依存的な理由**：「仕事等が忙しくなった」が8%
- **主体的な理由**：「家族・友人に協力してもらった」が21%、「他に楽しみが見つかった」が17%



※項目の分類について

- 「頻度や費用が減少しなかった」
 - **頻度や費用が減少した**
 - 「お金がなくなった」～「仕事等が忙しくなった」 費用が頻度が減少した理由
 - 「その他」 その他の理由で費用が頻度が減少した
 - 「特になし」 特に理由はないが、費用や頻度が減少した
- 理由あり

⑥

SMSアンケート追加分析結果 (相関分析 & t 検定)

SMSアンケートの回答有無と各属性との相関性を検証

- 相関係数の絶対値が最も大きい＝“知りたい内容”の0.07
- 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みられない→属性には大きな偏りがない（「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）
- 「相談者属性」の『参加日数』で介入前に弱い負の相関→「相談者属性（本人か、本人以外か）」間の差は前回より開いていると考えられる
- 「相談対象者の年代」の『参加日数』で相関なし（前回：弱い正の相関あり）
→40代以上の相談者に対して改善効果が上がった可能性がある
- 「ギャンbling以外の問題」「精神障害・アルコール・薬物の有無」の『参加日数』で相関なし（前回：弱い正の相関あり）
→ギャンbling以外の問題がある人となない人、精神障害・アルコール・薬物の問題がある人となない人、両相談者間による差が小さくなっていると考えられる
- 「知りたい内容」の『参加衝動』で介入前に弱い負の相関→『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

	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	0.06**	0.18**	-0.08**	-0.18**	-0.13*	0.06	0.04	0.07	-0.01	-0.35**	-0.19**	0.15**	0.16**	0.18**	0.02
相談対象者年代	-0.01	-0.03	0.01	-0.19**	-0.11*	0.09	-0.08	-0.04	0.06	-0.10	-0.06	0.04	0.01	0.00	0.00
相談対象者性別	-0.01	-0.15**	-0.01	-0.09	-0.04	0.06	-0.05	-0.07	0.02	-0.04	-0.01	0.03	-0.02	0.02	0.04
番号認知	0.05**	0.01	0.00	0.04	0.05	0.01	0.00	0.08	0.04	0.01	0.06	0.06	0.02	-0.05	-0.06
ギャンbling種類	0.03*	0.15**	-0.01	0.14*	-0.04	-0.19**	0.12*	0.14*	-0.05	0.04	-0.04	-0.09	-0.02	0.06	0.08
他機関相談歴	-0.03	-0.07**	-0.13**	0.10	0.08	-0.02	0.04	-0.04	-0.07	0.02	0.08	0.07	-0.01	-0.10	-0.08
収入形態	0.05**	-0.08**	0.00	-0.17**	-0.15*	0.03	0.03	-0.10	-0.08	-0.07	-0.08	-0.02	-0.03	0.09	0.12
ギャンbling以外の問題	-0.02	0.04	-0.02	0.09	0.04	-0.05	0.03	0.04	-0.01	0.10	0.06	-0.03	-0.06	-0.01	0.04
精神障害・アルコール・薬物の有無	-0.02	0.07**	-0.03	0.12	0.06	-0.07	0.16*	0.04	-0.14	0.12	0.06	-0.05	-0.07	-0.01	0.06
債権整理経験有無	0.02	-0.14**	-0.02	0.03	0.12	0.09	0.00	-0.03	-0.02	0.02	0.05	0.04	0.03	-0.03	-0.06
現在借金有無	0.00	-0.47**	-0.01	-0.03	-0.08	-0.05	0.02	-0.04	-0.04	0.03	-0.03	-0.07	0.03	-0.01	-0.04
対処法	0.03**	-0.19**	-0.03	-0.10	-0.04	0.06	-0.09	-0.13*	0.03	-0.08	-0.03	0.06	0.09	0.06	-0.03
知りたい内容	0.07**	0.11**	-0.06**	-0.16**	-0.08	0.09	-0.08	-0.03	0.07	-0.20**	-0.13*	0.07	0.06	0.09	0.03
実生活への影響度レベル	0.00	-	0.05**	-0.04	-0.02	0.02	0.04	0.13	0.02	0.10	0.03	-0.06	-0.06	0.08	0.13
自己認識レベル	0.02	0.05**	-	-0.13	-0.07	0.07	0.04	-0.04	-0.06	-0.03	-0.02	0.01	0.13	0.06	-0.07

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

SMSアンケート送付者全体に対する支援センターの介入前後で平均値の差を検証

■ 有意差1%水準で減少

- 参加日数 : $t(317) = -7.93$ $p = .000$
- 参加費用 : $t(317) = -3.66$ $p = .000$
- 参加衝動 : $t(317) = -11.94$ $p = .000$

■ 有意差1%水準で増加

- 参加しない自信 : $t(317) = 6.44$ $p = .000$

■ 各項目における支援センター介入前後での差の平均値（ 2021年度 → 2022年度 → 2023年度 → 2024年度 ）

- 参加日数 : -1.13日 → -1.10日 → -1.11日 → -1.12日
- 参加費用 : -56,822.97円 → -59,748.28円 → -253,018.56円 → -78,073.03円
- 参加衝動 : -1.97点 → -2.03点 → -2.16点 → -2.01点
- 参加しない自信 : +1.30点 → +1.04点 → +1.36点 → +1.27点

■ 差の平均を前回比較すると、『参加日数』『参加衝動』『参加しない自信』への改善効果は2023年度と同水準。

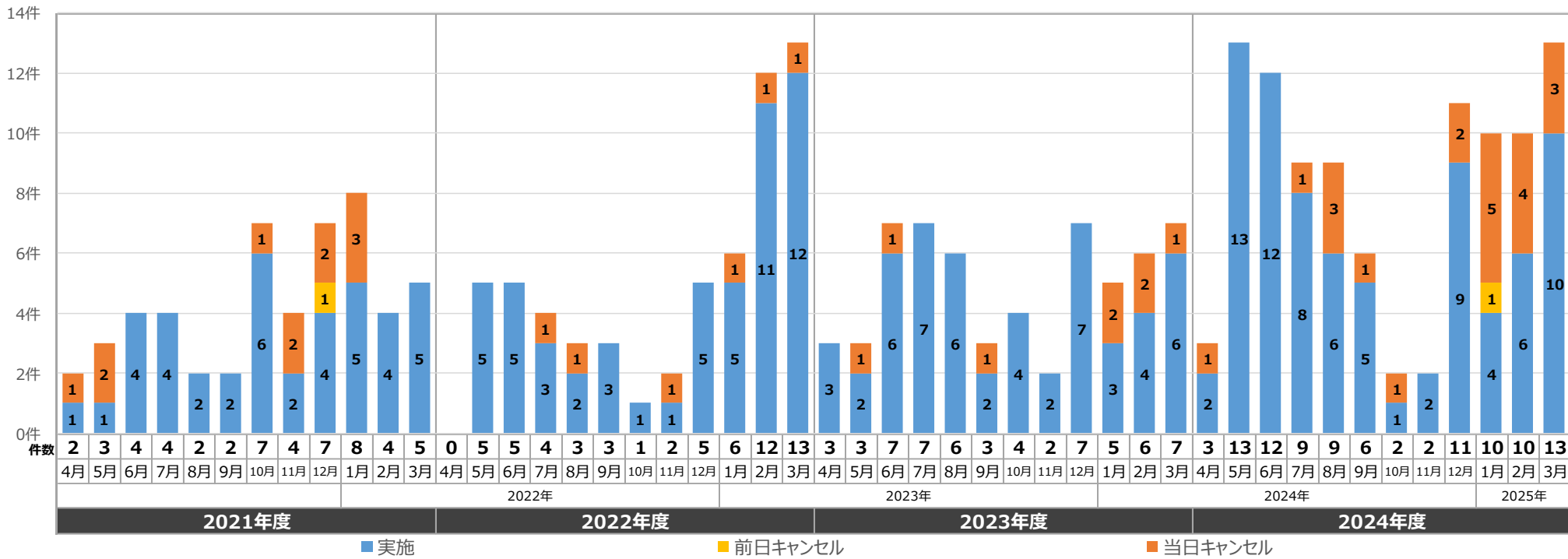
『参加費用』の改善効果は大幅に減少したが、2022年度以前と同水準

■ SMSアンケート送付者全体としては、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と確認できた

	平均値	標準偏差	95% 信頼区間 下限	95% 信頼区間 上限	t 値	自由度	有意確率 (両側)	平均値 (2023年度)	平均値 (2022年度)	平均値 (2021年度)	信頼区間の 幅 (半分)
参加日数	-1.12	2.52	-1.40	-0.84	-7.93	317	0.000	-1.11	-1.10	-1.13	0.278
参加費用	-78073.03	380855.88	-120093.07	-36052.99	-3.66	317	0.000	-253018.56	-59748.28	-56822.97	42020.041
参加衝動	-2.01	3.00	-2.34	-1.68	-11.94	317	0.000	-2.16	-2.03	-1.97	0.331
参加しない自信	1.27	3.53	0.88	1.66	6.44	317	0.000	1.36	1.04	1.30	0.389
		5%水準で有意に低い									
		5%水準で有意に高い									

⑦ 面談カウンセリング実態調査結果

- 面談カウンセリングの実施件数：2020年度は18件、2021年度は40件、2022年度は53件、2023年度は52件、**2024年度は78件（+26件）**
- キャンセル件数：**2024年度は22件**⇒実施（申し込み）件数の増加に伴いキャンセルの件数も増加している
- 月別の傾向：**2024年5月、6月、3月で10件以上実施**
- 2024年度は78件、5年間での実施件数が241件と少数であり、「無回答（不明・聴取無し）」も多いため参考値ではあるものの、以降のページで、面談カウンセリング実施内容の記録をもとにした集計結果を掲載。



面談カウンセリング実施状況【結果一覧】

聴取内容		項目名	面談カウンセリング	
			2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
面談 カウ ンセ リ ン グ 実 施 内 容	ルーム名	北海道①	1.3 %	0.4 %
		北海道②	3.8 %	3.7 %
		北海道③	0.0 %	0.0 %
		東京①	39.7 %	35.7 %
		東京②	16.7 %	21.6 %
		愛知	9.0 %	12.4 %
		大阪	20.5 %	14.9 %
		広島	3.8 %	1.2 %
		福岡①	3.8 %	5.4 %
		福岡②	1.3 %	4.6 %
		無回答	0.0 %	0.0 %
	面談実施後の予定	関係機関の情報提供	6.4 %	6.2 %
		自己負担により継続予定	5.1 %	5.0 %
		無回答	88.5 %	88.8 %
	機関の 情報提供	医療機関	11.5 %	12.0 %
		精神保健福祉センター	11.5 %	7.5 %
		消費生活センター	0.0 %	0.4 %
		ギャンブラーズアノニマス	6.4 %	7.1 %
		ギャマノン	3.8 %	1.7 %
		法テラス	1.3 %	0.4 %
		その他	1.3 %	3.7 %
		無回答	76.9 %	75.1 %
	収入状態	収益	67.9 %	52.7 %
		仕送り・扶養	1.3 %	2.1 %
		給付	1.3 %	2.1 %
		その他	1.3 %	0.4 %
		無回答	28.2 %	42.7 %
	ギャンブルに 関する相談	ギャンブルの離脱方法	82.1 %	77.6 %
		家族の対応	17.9 %	17.0 %
		借金返済方法	6.4 %	2.5 %
		地域の相談先	1.3 %	3.7 %
		その他	5.1 %	7.9 %
		無回答	2.6 %	4.6 %

聴取内容		項目名	面談カウンセリング	
			2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
面談 カウ ンセ リ ン グ 実 施 内 容	ギャンブル 以外の問題	精神障害	2.6 %	3.3 %
		アルコール	0.0 %	1.7 %
		虐待被害	0.0 %	0.4 %
		その他	3.8 %	5.8 %
		問題あり	10.3 %	13.7 %
		問題なし	80.8 %	73.4 %
		不明・拒否	6.4 %	6.6 %
		無回答	2.6 %	6.2 %
	クライアントの 状態	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	7.7 %	17.8 %
		気分の落ち込み、無気力感、集中力の低下などうつ状態	19.2 %	16.6 %
		不安、恐怖、強迫、ヒステリーなどの不安状態	10.3 %	14.9 %
		ストレス反応、疲労感、頭痛、肩こり、不眠などの身体的愁訴	9.0 %	16.2 %
		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	0.0 %	3.7 %
		健常（クライアントの状態は普通）	61.5 %	46.1 %
		その他	0.0 %	1.2 %
		無回答	1.3 %	3.3 %
	投薬・服薬 の必要性	必要です	6.4 %	6.6 %
		どちらともいえない	29.5 %	32.0 %
		必要はないです	50.0 %	49.0 %
		無回答	14.1 %	12.4 %
	実施療法	解決志向アプローチ	9.0 %	11.2 %
		心理教育的アプローチ	38.5 %	30.7 %
		心理査定	2.6 %	7.5 %
		家族療法	0.0 %	0.8 %
		認知療法・認知行動療法	24.4 %	24.1 %
		支持的心理療法	25.6 %	23.2 %
		来談者中心療法	46.2 %	49.4 %
		その他	0.0 %	1.2 %
		無回答	3.8 %	5.0 %

面談カウンセリング実施状況【結果一覧】

聴取内容	項目名	面談カウンセリング	
		2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
カウンセリング 種別	電話	23.1 %	11.2 %
	面談	73.1 %	48.5 %
	オンライン	3.8 %	3.7 %
	無回答	0.0 %	36.5 %
相談内容・ 対応報告 【ギャンブルに 関する相談】	ギャンブルの離脱方法についての相談	70.5 %	61.4 %
	ギャンブルに関する問題についての相談	7.7 %	12.4 %
	ギャンブルをしている家族への対応についての相談	3.8 %	5.0 %
	家族への対応についての相談	9.0 %	5.4 %
	地域の相談先についての相談	0.0 %	2.1 %
	ギャンブルのコントロールについての相談	0.0 %	1.2 %
	借金返済方法についての相談	3.8 %	2.5 %
	ギャンブルおよびギャンブル以外の問題についての相談	0.0 %	0.8 %
	自身の状態についての相談	0.0 %	0.4 %
相談内容・ 対応報告 【確認状況】	来談経緯を確認	32.1 %	34.9 %
	前回からの経過を確認	12.8 %	20.3 %
	クライアントの現状を確認	29.5 %	17.4 %
	これまでの問題について確認	11.5 %	7.5 %
	来談者の状況を確認	0.0 %	2.5 %
	確認内容不明	0.0 %	2.9 %
相談内容・ 対応報告 【実施療法】	来談者中心療法を用いた面談を実施	43.6 %	40.7 %
	認知行動療法を用いた面談を実施	21.8 %	22.0 %
	心理教育的アプローチを用いた面談を実施	33.3 %	24.9 %
	認知療法を用いた面談を実施	21.8 %	20.7 %
	支持的心理療法を用いた面談を実施	23.1 %	20.7 %
	解決志向アプローチを用いた面談を実施	6.4 %	8.3 %
	心理査定を用いた面談を実施	2.6 %	5.4 %
	対人関係療法を用いた面談を実施	0.0 %	1.2 %
	心理的アプローチによる面談を実施	0.0 %	0.8 %
	面談を実施	0.0 %	0.4 %
	心理教育を行った	0.0 %	0.4 %

聴取内容		項目名	面談カウンセリング	
			2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
面談 カ ウ ン セ リ ン グ 実 施 内 容	相談内容・ 対応報告 【機関の情報 提供】	医療機関の情報提供を行った	7.7 %	6.6 %
		精神保健福祉センターの情報提供を行った	14.1 %	6.6 %
		ギャンブラーズアノニマスの情報提供を行った	5.1 %	2.9 %
		ワンネス財団の情報提供を行った	0.0 %	0.4 %
		関係機関の情報提供を行った	0.0 %	0.4 %
		司法書士相談の情報提供を行った	0.0 %	0.4 %
		法テラスの情報提供を行った	1.3 %	0.4 %
		ギャマノンの情報提供を行った	3.8 %	1.2 %
	情報提供を行った	1.3 %	4.1 %	
	相談内容・ 対応報告 【面談実施 後の予定】	今回でカウンセリング終結	17.9 %	14.9 %
		次回も継続面談予定	35.9 %	33.2 %
		次回も継続面談予定（自己負担	5.1 %	4.6 %
		次回も継続面談予定（後日調整予定）	28.2 %	22.0 %
		次回未定	0.0 %	5.0 %
		次回不明	0.0 %	4.6 %
	相談内容・ 対応報告 【その他】 【キャンセル】	その他	0.0 %	0.8 %
前日キャンセル		0.0 %	0.0 %	
当日キャンセル		0.0 %	0.0 %	
無回答		12.8 %	14.9 %	

※ 「相談内容・対応報告」は、フリーコメント形式の面談ログを記入項目名ごとに整理・分類し集計したもの。ルームや担当者ごとに記入方法が若干異なり、また、他の項目での回答状況との整合性も必ずしも取れていない点に留意が必要なため参考掲載。（例、「機関の情報提供」では「無回答」だが、「相談内容・対応報告【機関の情報提供】」では「●●の情報提供を行った」と回答がある、等）

面談カウンセリング実施状況【結果一覧】

聴取内容		項目名	面談カウンセリング	
			2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
面談 カウ ンセ リ ン グ 実 施 者 の 属 性	利用者	本人	65.4 %	71.8 %
		本人以外	10.3 %	8.7 %
		無回答	24.4 %	19.5 %
	本人（※） ×性別	男性	90.2 %	92.5 %
		女性	9.8 %	6.9 %
		不明	0.0 %	0.6 %
	本人（※） ×年齢	10代	0.0 %	0.6 %
		20代	17.6 %	13.9 %
		30代	41.2 %	50.3 %
		40代	33.3 %	22.0 %
		50代	7.8 %	11.0 %
		60代以上	0.0 %	2.3 %
	本人以外 （※） ×性別	男性	37.5 %	33.3 %
		女性	62.5 %	66.7 %
		不明	0.0 %	0.0 %
	本人以外 （※） ×年齢	10代	0.0 %	0.0 %
		20代	12.5 %	4.8 %
		30代	62.5 %	52.4 %
		40代	25.0 %	23.8 %
		50代	0.0 %	4.8 %
		60代以上	0.0 %	14.3 %

※ 「本人」：2024年度（n=51）、5年度分の合計（n=173）
※ 「本人以外」：2024年度（n=8）、5年度分の合計（n=21）

聴取内容		項目名	面談カウンセリング	
			2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
面談 カウ ンセ リ ン グ 実 施 者 の 生 活 状 況	就業状況	在職中	92.3 %	88.8 %
		離職中	3.8 %	2.9 %
		無回答	3.8 %	8.3 %
	勤務形態	常勤	79.5 %	76.8 %
		非常勤	6.4 %	5.8 %
		オーナー	5.1 %	4.1 %
		その他	2.6 %	3.7 %
		無回答	6.4 %	9.5 %
	就業状態	通常就業	89.7 %	88.8 %
		休みがち（週3日以上）	0.0 %	0.4 %
		休職中	2.6 %	0.8 %
		無回答	7.7 %	10.0 %
	生活形態	家事	2.6 %	2.5 %
		学生	1.3 %	0.8 %
		就職活動中	2.6 %	2.9 %
		その他	1.3 %	0.8 %
		無回答	92.3 %	92.9 %
	通院状態	通院はしていない	52.6 %	61.8 %
		通院中	7.7 %	5.8 %
		無回答	39.7 %	32.4 %

面談カウンセリング実施状況【結果一覧】

聴取内容		項目名	面談カウンセリング	
			2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
面談 カウ ンセ リ ン グ 実 施 者 の ギ ャ ン ブ リ ン グ 状 況	ギャンブル種	パチンコ・スロット	62.8 %	57.7 %
		競馬	24.4 %	29.9 %
		ポートレース	19.2 %	21.2 %
		競輪	19.2 %	13.7 %
		オートレース	2.6 %	2.1 %
		株・FX	12.8 %	15.4 %
		仮想通貨	1.3 %	2.5 %
		カジノ	3.8 %	9.1 %
		ゲーム	0.0 %	0.8 %
		スマートフォン	0.0 %	1.2 %
		インターネット	1.3 %	2.9 %
		宝くじ	0.0 %	0.4 %
		t o t o	0.0 %	0.4 %
		スポーツ賭博	0.0 %	0.4 %
		その他	0.0 %	0.8 %
		無回答	6.4 %	7.1 %
		月平均 利用額	～5万円	25.6 %
	5～10万円		14.1 %	7.5 %
	10～15万円		1.3 %	5.0 %
	15～20万円		1.3 %	5.0 %
	20万円以上		7.7 %	21.2 %
	無回答		50.0 %	41.1 %
	加重平均値（無回答除く）		9.5万円	13.5万円
	ギャンブル 開始年齢	10代	14.1 %	19.9 %
		20代	33.3 %	32.8 %
		30代	7.7 %	6.2 %
		40代	0.0 %	2.9 %
		50代	0.0 %	0.4 %
		60代以上	0.0 %	0.0 %
		無回答	44.9 %	37.8 %
		平均（歳）	22.3歳	22.9歳

聴取内容		項目名	面談カウンセリング	
			2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
面談 カウ ンセ リ ン グ 実 施 者 の ギ ャ ン ブ リ ン グ 状 況	ギャンブル歴	0～4年	10.3 %	8.7 %
		5～9年	6.4 %	10.4 %
		10～14年	9.0 %	12.4 %
		15～19年	9.0 %	12.0 %
		20～24年	6.4 %	6.6 %
		25～29年	5.1 %	5.8 %
		30年以上	9.0 %	6.2 %
		無回答	44.9 %	37.8 %
		平均（年）	16.3 年	15.5 年
	借金 開始年齢	10代	0.0 %	2.1 %
		20代	23.1 %	27.0 %
		30代	7.7 %	13.7 %
		40代	5.1 %	2.1 %
		50代	1.3 %	0.4 %
		60代以上	0.0 %	0.0 %
		無回答	62.8 %	54.8 %
		平均（歳）	29.3 歳	27.1 歳
	借金歴	0～4年	21.8 %	14.9 %
		5～9年	2.6 %	11.2 %
		10～14年	2.6 %	6.2 %
		15～19年	5.1 %	6.6 %
		20～24年	5.1 %	2.9 %
		25～29年	0.0 %	1.2 %
		30年以上	0.0 %	2.1 %
		無回答	62.8 %	54.8 %
		平均（年）	7.6 年	10.2 年
	債務整理 経験	有	10.3 %	20.7 %
		無	35.9 %	38.2 %
		不明	53.8 %	41.1 %
		無回答	0.0 %	0.0 %

※ 「ギャンブル歴」：「年齢」と「ギャンブル開始年齢」の差より算出
※ 「借金歴」：「年齢」と「借金開始年齢」の差より算出

面談カウンセリング実施状況【結果一覧】

聴取内容		項目名	面談カウンセリング	
			2024年度 (n=78)	5年度分の合計 (n=241)
面談 カウ ンセ リ ン グ 実 施 者 の ギ ャ ン ブ ル リ ン グ 状 況	現在の借金	有	34.6 %	36.9 %
		無	17.9 %	19.9 %
		不明	47.4 %	43.2 %
		無回答	0.0 %	0.0 %
	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	6.4 %	12.9 %
		債務整理経験あり×現在借金なし	3.8 %	5.0 %
		債務整理経験なし×現在借金あり	23.1 %	21.2 %
		債務整理経験なし×現在借金なし	11.5 %	14.1 %
		無回答	55.1 %	46.9 %
	始めた目的	暇つぶし	26.9 %	27.0 %
		気分転換	30.8 %	22.4 %
		結果が出るまでの達成感やスリルを味わうため	11.5 %	15.8 %
		嫌なことや辛いことを忘れるため	12.8 %	16.6 %
		借金返済のため	7.7 %	8.3 %
		勝利の結果得られる優越感や達成感を得るため	20.5 %	18.3 %
		小遣い稼ぎのため・生活費稼ぎのため	10.3 %	21.2 %
		対象そのもの（選手、馬など）が好きなため	7.7 %	7.1 %
		今までの負けを取り返すため	0.0 %	0.0 %
		その他	10.3 %	8.3 %
		無回答	39.7 %	33.2 %
	現在も 行う目的	暇つぶし	16.7 %	13.3 %
		気分転換	15.4 %	14.9 %
		結果が出るまでの達成感やスリルを味わうため	10.3 %	18.3 %
		嫌なことや辛いことを忘れるため	9.0 %	16.6 %
		借金返済のため	17.9 %	22.8 %
		勝利の結果得られる優越感や達成感を得るため	14.1 %	18.3 %
		小遣い稼ぎのため・生活費稼ぎのため	14.1 %	24.1 %
		対象そのもの（選手、馬など）が好きなため	7.7 %	7.1 %
		今までの負けを取り返すため	19.2 %	29.0 %
		その他	12.8 %	10.4 %
		無回答	44.9 %	37.3 %

⑧

現状から伺える今後の見通し・課題

1

増加傾向の相談者属性の観察

- ◆ 「50代以上」の相談者、「40代男性」「60代男性」「50～70代女性」の相談対象者、併存問題が「不明」の方、「債務整理経験無し・現在借金有り」の方、その他のギャンブルとして「株・FX」や「不明」の方
 ➡ 相談内容を傾聴し、適切な聞き出しを行うことで**ギャンブルの他にも抱えている問題**（疾病疾患、虐待加害、生活環境等）を**明確化し、相談者ひとりひとりに適した案内・アドバイスを行う**とともに、当センターからも**幅広い視点で問題提起していく**必要がある

2

若年層（30代以下）の抱える問題への対応

- ◆ 30代以下のギャンブル種としては「パチンコ・スロット」が最も多いものの、「その他」のギャンブルとしては「カジノ」が特に多い。
 ➡ 直接的な債務問題の他に、「**スマホの信用決済」「後払い決済**」により購入した転売人気商品を買取業者に売却し、**当面の資金や返済金を確保する行為**が目立つ
 ➡ 単なる「金銭問題」ではなく、「**大人になり切れない未熟な若者の問題**」として対応が必要（案内先のリサーチ）

3

相談者が抱える問題をポジティブに解消するための介入と支援

- ◆ “ギャンブル等依存症が重症であるから対応する”のではなく、**依存症や自覚症状の程度を問わず、相談者本人や相談対象者が前向きに問題解決に向けて動き出せるアドバイスや案内を行う**ことが望まれる
 ➡ **相談者属性の精緻化、案内先の精査、有効で適切なアドバイス・声掛けの仕方**を収集

4

『早期発見・早期解決』のために認知拡大を狙った広告施策

- ◆ 当センターの名称認知度や「サポートコール」や「無料カウンセリング」等の活動への認知度を高め、利用を促進することで『早期発見・早期解決』がより進む
- ◆ そのための施策の一つとして広告施策は有効であると考えられるため、**“どの媒体にどの程度出稿するか（どのような広告施策でターゲット層にリーチするか）”を再検討**したい