

ギャンブル等に関する消費行動等についての 意識調査結果

令和3年3月
消費者庁・内閣官房

調査概要

調査実施時期：令和3年1月

調査方式：インターネットアンケート

調査対象：全国の20～79歳の男女5,000人

主な質問項目：

(1) ギャンブル等^(※)に関する消費実態

- ・ギャンブル等に対して抱くイメージ、家族で行っている者
- ・ギャンブル等の種類・頻度・金額、情報収集の手段
- ・ギャンブル等を行った際の消費者トラブルの経験 など

(2) ギャンブル等依存症対策に関する認知度

- ・ギャンブル等依存症に関する知識等について知ったきっかけ
- ・ギャンブル等依存症問題啓発週間ポスターの認知度、印象
- ・消費者庁作成啓発資料の認知度、印象 など

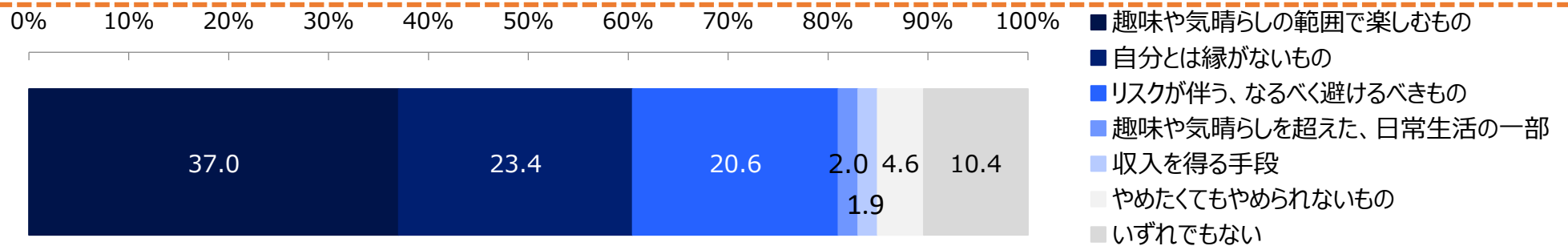
(※) 本調査では以下のカテゴリを設定。

競馬、競艇、競輪、オートレース、パチンコ、パチスロ、宝くじ(ロト・ナンバーズを含む)、サッカーくじ、インターネットを使ったギャンブル(競馬、競艇、競輪、オートレースを除く)、海外のカジノ、その他

調査結果(1)① ギャンブル等に対するイメージ、家族で行っている者

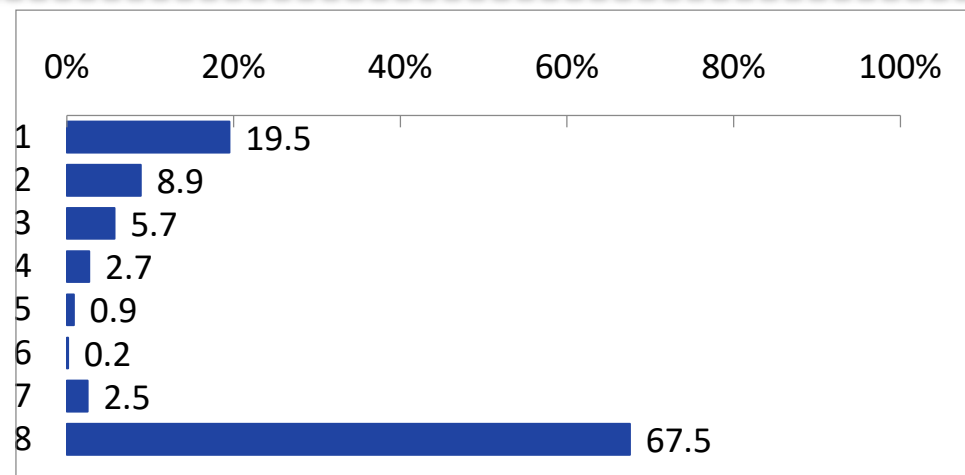
- ・ギャンブル等に対するイメージとして、「趣味や気晴らしの範囲で楽しむもの」との回答が約4割を占める一方、「自分とは縁がないもの」、「リスクが伴う、なるべく避けるべきもの」との回答がそれぞれ約2割あった。
- ・回答者本人がギャンブル等を行っている割合は約2割であった。
(回答者本人を含め)家族の誰かがギャンブル等を行っている割合は3割強であった。

Q あなたは、ギャンブル等をどのようなものと感じていますか。一番近いものを一つ選んでください。



Q この1年間で、あなたやあなたの家族で、ギャンブル等を行っている方はいますか。(複数回答可)

	n	%
全体	5000	100.0
1 回答者自身	976	19.5
2 配偶者	444	8.9
3 父母	286	5.7
4 子	135	2.7
5 祖父母	43	0.9
6 孫	8	0.2
7 その他	124	2.5
8 いらない	3377	67.5

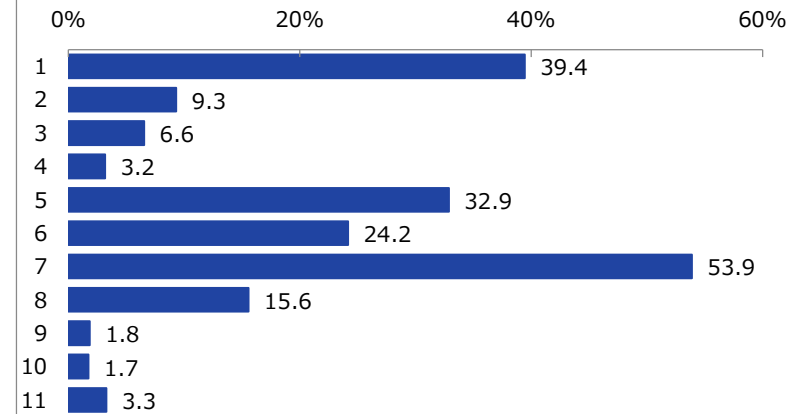


調査結果(1)②-1 ギャンブル等の種類、頻度、一度に使う金額

- ・宝くじ、競馬、パチンコを行っていると回答した者が多い。
- ・ギャンブル等の種類により頻度や一度に使う金額は異なる傾向にある。

Q あなたは、どのような種類のギャンブル等を行っていますか。わかる範囲ですべてお答えください。(複数回答可)

	n	%
全体	976	100.0
1 競馬	385	39.4
2 競艇	91	9.3
3 競輪	64	6.6
4 オートレース	31	3.2
5 パチンコ	321	32.9
6 パチスロ	236	24.2
7 宝くじ (ロト・ナンバーズ等も含む)	526	53.9
8 サッカーくじ	152	15.6
9 インターネットを使ったギャンブル (上記を除く)	18	1.8
10 海外のカジノ	17	1.7
11 その他	32	3.3



Q あなたは、どのくらいの頻度でギャンブル等を行っていますか。

Q あなたは、ギャンブル等を行うときは、一度(例えば、ギャンブル等を行う施設に入ってから出るまで)にどの程度お金を使っていますか。

競馬	一度に使用する金額				
	n %	1,000円 以下	1,001円 ～ 10,000円	10,001円～ 100,000円	100,001 円 ～
n	385	59	262	61	3
%	100	15.3	68.1	15.8	0.8
頻度	週1回 以上	117 30.4	14 12.0	79 67.5	21 17.9
	月1回 以上	83 21.6	10 12.0	50 60.2	23 27.7
	年に数 回程度	138 35.8	23 16.7	101 73.2	14 10.1
	年1回 程度	47 12.2	12 25.5	32 68.1	3 6.4

パチンコ	一度に使用する金額				
	n %	1,000円 以下	1,001円～ 10,000円	10,001円～ 100,000円	100,001 円 ～
n	321	15	174	125	7
%	100	4.7	54.2	38.9	2.2
頻度	週1回 以上	108 33.6	5 4.6	60 55.6	40 37.0
	月1回 以上	100 31.2	4 4.0	53 53.0	39 39.0
	年に数 回程度	88 27.4	1 1.1	47 53.4	40 45.5
	年1回 程度	25 7.8	5 20.0	14 56.0	6 24.0

宝くじ	一度に使用する金額				
	n %	1,000円 以下	1,001円～ 10,000円	10,001円～ 100,000円	100,001 円 ～
n	526	124	359	※	※
%	100	23.6	68.3	※	※
頻度	週1回 以上	121 23.0	60 49.1	57 48.2	※ ※
	月1回 以上	107 20.3	35 32.7	65 60.7	7 6.5
	年に数 回程度	237 45.1	22 9.3	188 79.3	27 11.4
	年1回 程度	61 11.6	7 11.5	49 80.3	※ ※

(注)秘匿処理のため表の一部が※となっている。

調査結果(1)②-2 ギャンブル等についての情報収集の手段

- ・ギャンブル等の情報収集の手段としては、インターネット上の公式サイトや公式サイト以外の情報サイトで情報収集をしているという回答がそれぞれ3割を超えている。
- ・ギャンブル等以外の情報収集の手段と比較して、特に専門紙(競馬新聞等)で情報収集している割合が高いといった傾向はみられない。専門雑誌やインターネットサイト、SNS、テレビ番組などで情報収集している割合はむしろ低い。

Q あなたは、ギャンブル等(以外の趣味や娯楽)について、どのように情報収集をすることが多いと感じていますか。(複数回答可)

		ギャンブル等	
		n	%
	全体	976	100.0
1	専門紙(新聞)	104	10.7
2	一般紙・スポーツ新聞	204	20.9
3	専門雑誌	41	4.2
4	インターネット上の公式サイト	336	34.4
5	インターネット上の情報サイト(公式サイト以外。ブログ等。)	305	31.3
6	スマホアプリ(SNS除く)	88	9.0
7	SNS	132	13.5
8	テレビ番組	189	19.4
9	ラジオ番組	15	1.5
10	その他	198	20.3

ギャンブル等以外の趣味

n	%
976	100.0
104	10.7
199	20.4
119	12.2
513	52.6
410	42.0
141	14.4
210	21.5
318	32.6
41	4.2
104	10.7

調査結果(1)③-1 ギャンブル等を行った際の消費者トラブルの経験

- ・ギャンブル等のために購入・利用した商品やサービスに関して、経験したトラブルとしては、「商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた」、「表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた」という回答が多い。
- ・ギャンブル等に関して、「借金をし、返済が困難になったり生活が苦しくなったりした」と回答した者の割合は、ギャンブル等以外の趣味のために購入・利用した商品やサービスに関する消費者トラブルに比べて、1.5倍以上高くなっている。

Q あなたがこの1年間に、ギャンブル等(以外の趣味や娯楽)のために購入・利用した商品やサービス(情報誌や情報サイト、会員サービス、金融サービス等)について、以下に当てはまる経験をしたことはありますか。1.～9.のそれぞれについて、当てはまるものを1つずつお選びください。

※ギャンブル等の施設の入場料や投票券など、ギャンブル等そのものとして購入・利用したものは除きます。

※あなたが購入した商品、利用したサービスが原因で、家族・知人等が被害を受けた場合を含みます。

ギャンブル等

	n (%)	有 (%)
1.商品の機能・品質やサービスの質が期待よりかなり劣っていた	976 (100.0)	146 (15.0)
2.思っていたよりかなり高い金額を請求された		69 (7.1)
3.表示・広告と実際の商品・サービスの内容がかなり違っていた		112 (11.5)
4.問題のある販売手口やセールストークにより契約・購入した		47 (4.8)
5.契約・解約時のトラブルにより被害に遭った		35 (3.6)
6.詐欺によって事業者にお金を払った(又はその約束をした)		33 (3.4)
7.けが、病気をする等、安全性や衛生面に問題があった		33 (3.4)
8.借金をし、返済が困難になったり生活が苦しくなったりした		46 (4.7)
9.上記以外の消費者トラブル		28 (2.9)

ギャンブル等以外の趣味

(ギャンブル等をする者) (ギャンブル等をしない者)

有 (%)	n (%)	有 (%)
148 (15.2)	4024 (100.0)	755 (18.8)
56 (5.7)		341 (8.5)
116 (11.9)		515 (12.8)
34 (3.5)		197 (4.9)
35 (3.6)		144 (3.6)
32 (3.3)		117 (2.9)
28 (2.9)		121 (3.0)
29 (3.0)		105 (2.6)
27 (2.8)		114 (2.8)

調査結果(1)③-2 消費者トラブルの相談先

- ・ギャンブル等に関する消費者トラブルについて、「相談しなかった」という回答が過半数を超えている。相談したことがある者の中では、「家族、知人、同僚等の身近な人」に相談した者が多い。
- ・ギャンブル等に関する消費者トラブルの相談先について、ギャンブル等以外の消費者トラブルの場合に比べ、「インターネット上の不特定多数の者（Yahoo!知恵袋やTwitter等）」と回答した者の割合が高い。

Q 前の問でお答えいただいた消費者トラブルについて、誰かに相談をしましたか。（複数回答可）

	ギャンブル等		ギャンブル等以外の趣味			
			(ギャンブル等をする者)		(ギャンブル等をしない者)	
	n	%	n	%	n	%
いずれかのトラブルの経験が「ある」と答えた者全体	194	100.0	185	100.0	1012	100.0
家族、知人、同僚等の身近な人	44	22.7	55	29.7	232	22.9
市区町村や消費生活センター等の行政機関の相談窓口	17	8.8	19	10.3	76	7.5
消費者ホットライン「188」	15	7.7	11	5.9	35	3.5
商品やサービスの提供元であるメーカー等の事業者	7	3.6	12	6.5	72	7.1
商品・サービスの勧誘や販売を行う販売店、代理店等	8	4.1	8	4.3	54	5.3
弁護士、司法書士等の専門家	11	5.7	13	7.0	41	4.1
消費者団体	7	3.6	9	4.9	22	2.2
事業者団体	6	3.1	7	3.8	11	1.1
警察	5	2.6	8	4.3	30	3.0
インターネット上の不特定多数の者（Yahoo!知恵袋やTwitter等）	17	8.8	10	5.4	32	3.2
その他	6	3.1	9	4.9	27	2.7
相談しなかった	108	55.7	94	50.8	579	57.2

調査結果(1)③ー3 相談しなかった理由

- ・ギャンブル等に関する消費者トラブルについて相談しなかった理由としては、「自身で解決しようと思った」、「問題を解決せず放置しても問題ないと思った」、「相談する適切な相手がいなかった」の順に多い。
- ・ギャンブル等以外の趣味に関する消費者トラブルと比較すると、「自身で解決しようと思った」、「相談する適切な相手がいなかった」が多く、「相談しても仕方ないと思った」、「相談することが面倒だった」が少ない傾向にある。

Q（前の問で「相談しなかった」と回答した方に対し）その理由は何ですか。（複数回答可）

	ギャンブル等		ギャンブル等以外の趣味			
	n	%	(ギャンブル等をする者)		(ギャンブル等をしない者)	
	n	%	n	%	n	%
消費者トラブルについて「相談しなかった」と回答した者全体	108	100.0	94	100.0	579	100.0
自身で解決しようと思った	42	38.9	29	30.9	162	28.0
問題を解決せず放置しても問題ないと思った	24	22.2	26	27.7	125	21.6
相談しても仕方ないと思った	15	13.9	28	29.8	162	28.0
相談することが面倒だった	10	9.3	13	13.8	79	13.6
商品やサービスを購入・利用したことを知られなくなかった	4	3.7	※	※	12	2.1
適切な相談先がわからなかった	6	5.6	6	6.4	61	10.5
相談する適切な相手がいなかった	19	17.6	11	11.7	64	11.1
その他	15	13.9	12	12.8	71	12.3

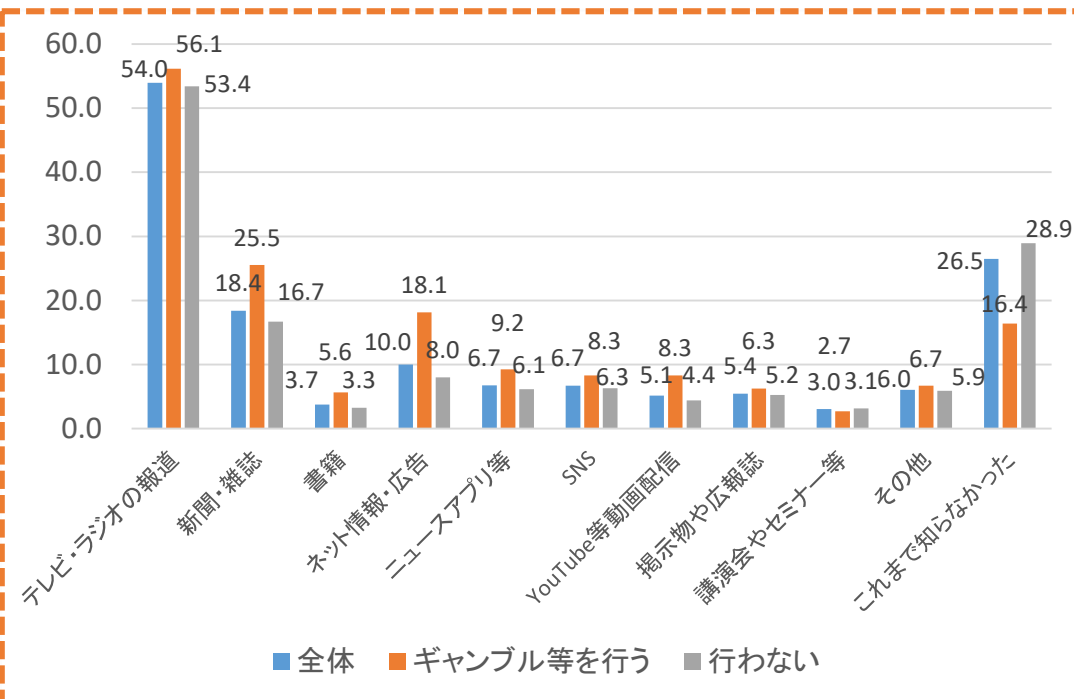
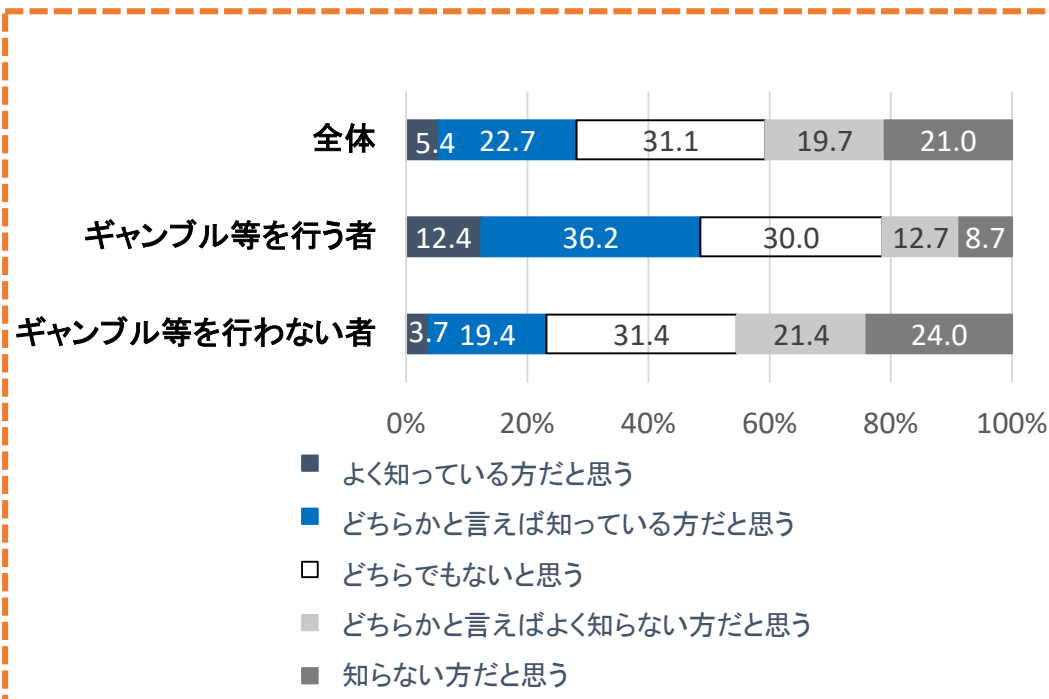
(注)秘匿処理のため表の一部を※としている。

調査結果(2)① ギャンブル等依存症に関する知識等について知ったきっかけ

- ・ギャンブル等依存症に関する知識について、「(どちらかと言えば)知らない方だと思う」と答えた者が約4割で、「(どちらかと言えば)知っている方だと思う」、「どちらでもないと思う」の約3割を上回っている。
- ・ギャンブル等依存症に関する知識等について知ったきっかけとしては、「テレビ・ラジオの報道」と答えた者が過半数を超えているほか、「新聞・雑誌」、「ネット情報・広告」が多くなっている。一方、ギャンブル等を行わない者の約3割が「これまで知らなかった」と回答している。

Q あなたは、ギャンブル等依存症に関する知識や予防のための取組などについて、どの程度知っていると思いますか。

Q あなたが、ギャンブル等依存症に関する知識や予防のための取組について知ったきっかけは何ですか。(複数回答可)



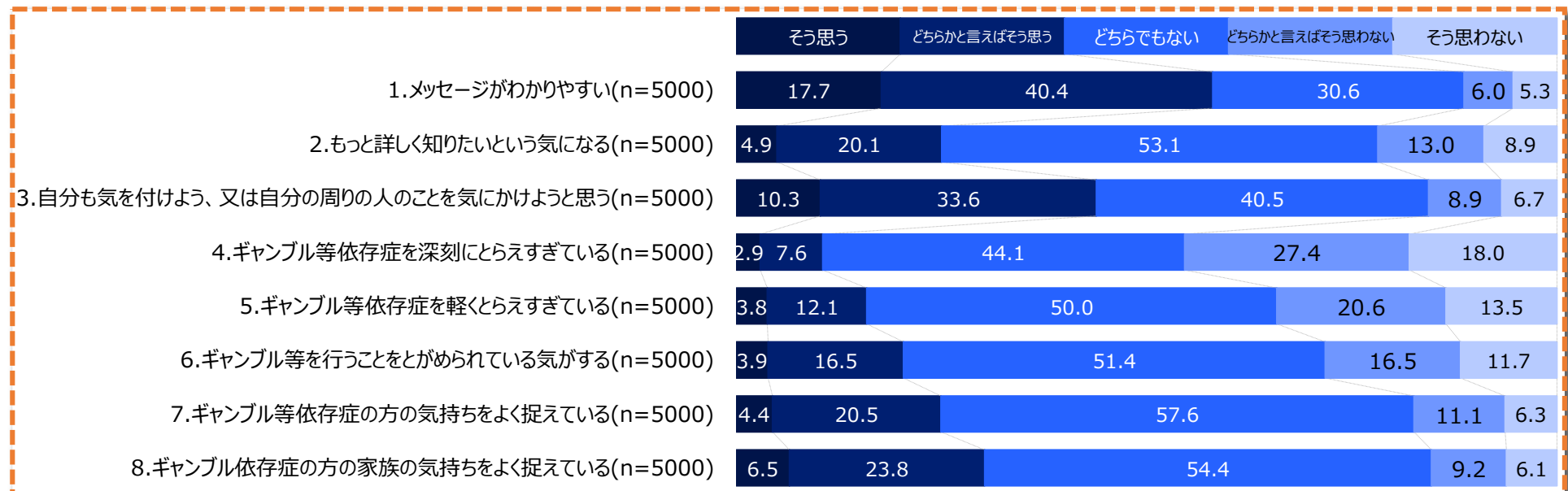
調査結果(2)② ギャンブル等依存症問題啓発週間ポスターの認知度、印象

- 令和二年度ギャンブル等依存症問題啓発週間ポスターの認知度は、全体で約5%、ギャンブル等を行っている者に対しては約10%であった。

Q 図1(令和二年度ギャンブル等依存症問題啓発週間ポスター)について、これまで見たことがありますか。

	はい	いいえ
全体	5.3%	94.7%
ギャンブル等を行う者	10.7%	89.3%
ギャンブル等を行わない者	4.1%	95.9%

Q 図1を見て、以下の点についてどう思いますか。1.~8.のそれぞれについて、当てはまるものを一つずつお選びください。



調査結果(2)③-1 消費者庁啓発資料(本人向け)の認知度、印象

- ・消費者庁作成本人向けチラシの認知度は、全体で約8%、ギャンブル等を行っている者に対しては約12%であった。
- ・本人向けチラシの印象として、「メッセージがわかりやすい」について、「(どちらかと言えば)そう思う」が「どちらでもない」を上回った。一方、それ以外の点では、いずれも「どちらでもない」が最も多い回答となった。

Q 図2(消費者庁作成本人向けチラシ)について、これまで見たことがありますか。

	はい	いいえ
全体	8.2%	91.8%
ギャンブル等を行う者	12.7%	87.3%
ギャンブル等を行わない者	7.1%	92.9%

Q 図2を見て、以下の点についてどう思いますか。1.~8.のそれぞれについて、当てはまるものを一つずつお選びください。

	そう思う	どちらかと言えばそう思う	どちらでもない	どちらかと言えばそう思わない	そう思わない
1.メッセージがわかりやすい(n=5000)	8.5	31.5	37.4	14.0	8.5
2.もっと詳しく知りたいという気になる(n=5000)	4.5	20.3	50.8	15.0	9.4
3.自分も気を付けよう、又は自分の周りの人のことを気にかかけようと思う(n=5000)	6.8	33.5	43.9	8.7	7.1
4.ギャンブル等依存症を深刻にとらえすぎている(n=5000)	2.5	8.0	50.9	24.0	14.7
5.ギャンブル等依存症を軽くとらえすぎている(n=5000)	2.7	8.1	53.0	22.7	13.5
6.ギャンブル等を行うことをとがめられている気がする(n=5000)	3.5	15.2	53.7	16.8	10.9
7.ギャンブル等依存症の方の気持ちをよく捉えている(n=5000)	4.0	20.8	59.0	9.8	6.4
8.ギャンブル依存症の方の家族の気持ちをよく捉えている(n=5000)	4.8	22.2	58.2	8.5	6.3

調査結果(2)③-2 消費者庁啓発資料(家族向け)の認知度、印象

- ・消費者庁作成家族向けチラシの認知度は、全体で約5%、ギャンブル等を行っている者に対しては約9%であった。なお、本人がギャンブル等を行わないが、家族にギャンブルを行っている者がいる場合の認知度は、約10%であった。
- ・家族向けチラシの印象として、「メッセージがわかりやすい」について、「(どちらかと言えば)そう思う」が「どちらでもない」を上回った。一方、それ以外の点では、いずれも「どちらでもない」が最も多い回答となった。

Q 図3(消費者庁作成家族向けチラシ)について、これまで見たことがありますか。

	はい	いいえ
全体	5.3%	94.7%
ギャンブル等を行う者	8.6%	91.5%
ギャンブル等を行わない者	4.5%	95.5%
うち、家族がギャンブル等を行う者	9.6%	90.4%

Q 図3を見て、以下の点についてどう思いますか。1.~8.のそれぞれについて、当てはまるものを一つずつお選びください。

