

概要（事前分析表（案）のポイント）

施策目標Ⅱ－3－1

規制されている乱用薬物について、不正流通の遮断
及び乱用防止を推進すること

確認すべき主な事項（事前分析表）

背景・課題について	
1	施策目標の実現に向けて、どのような課題があるかを過不足なく記載できているか。 (注1) 課題の分析に漏れがあると、その後が続く、達成目標の設定が不十分となる可能性あり。
達成目標について	
2	課題に対応した達成目標を設定できているか。
3	施策目標の実現に向け、適切にブレイクダウンできているか、抽象的なものとなっていないか。 (注2) 達成目標に含まれる内容が多すぎる場合は、適宜分割をすることも要検討。
測定指標、参考指標について	
4	達成目標の進捗度合いを測定する指標として、合理的な指標が設定されているか(達成目標と測定指標の関係性は明確か)。
5	測定指標はアウトプットとアウトカムの双方が設定されているか。 (注3) 最終的なアウトカムだけでなく、アウトプットと直接的な関係性のある短期的なアウトカムや、最終的なアウトカムを実現するための中期的なアウトカムを設定することが望ましい。
6	測定指標のうち「主要な指標」とそれ以外の指標が区分されているか。また、「主要な指標」とする理由は明確で、適切に選定されているか。
7	当該年度の目標値が記載されているか。
8	目標値は過年度実績や最終目標年度の目標値を踏まえ、適切な水準に設定されているか。
9	目標値を設定することは困難だが、実績値を経年的に把握することで、評価の参考となる情報について、参考指標として設定されているか。
達成手段について	
10	測定指標と関連する達成手段数が0となっていないか。
11	達成目標と関連する達成手段が多数になっているなど、達成目標と達成手段との関係が複雑な構造となっていないか。(注2)参照

【概要】令和6年度事前分析表（案）（施策目標Ⅱ-3-1）

基本目標Ⅱ：安心・快適な生活環境づくりを衛生的観点から推進すること

施策大目標3：麻薬・覚醒剤等の乱用を防止すること

施策目標1：規制されている乱用薬物について、不正流通の遮断及び乱用防止を推進すること

現状（背景）

1. 薬物事犯の現状

- ・ 令和4年中の薬物事犯の検挙人員は、前年より減少。
- ・ 覚醒剤事犯の検挙人員は7年連続で減少し、4年連続で1万人を下回るものの、覚醒剤事犯は全薬物事犯の検挙人員の5割を占めている。
- ・ 大麻事犯の検挙人員は前年より減少したが、依然高水準で推移。
- ・ 特に大麻は若年層の乱用拡大が顕著であり、30歳未満の検挙人員は、検挙者全体の約7割。
- ・ 覚醒剤の再犯者率は年々上昇し、令和2年は68.6%で過去最多となり、令和3年は若干減少したが令和4年は67.7%と依然として高水準の状態が継続。

2. 危険ドラッグ事犯の現状

- ・ 令和4年中の危険ドラッグ事犯検挙人員は、312人と昨年164人から約2倍に急増。
- ・ 少年の検挙人員も増加しており、若年層への拡大を見せている。
- ・ 令和5年、新たに危険ドラッグ販売店舗の存在が全国各地で約300店舗確認。

3. 薬物乱用防止に向けた取組

- ・ 「第六次薬物乱用防止五か年戦略」※に基づく、政府を挙げた総合的な対策を推進。
 - ※厚生労働省の取組
 - ・ 未規制物質等の迅速な指定の推進
 - ・ 再乱用防止に従事する職員向けの教材等の作成や研修の充実等
 - ・ 薬物乱用防止対策は、社会が薬物を受け入れない環境をつくることが非常に重要。
- ⇒ 薬物乱用防止啓発訪問事業による教育機関等への講師派遣
- ・ 若年層をターゲットとしたデジタル広報の実施
- ・ 国民が一元的に危険ドラッグを含む指定薬物などの危険性等に関する情報にアクセスできる環境整備等

課題1

- ・ 検挙人員は全体として減少しているが依然薬物乱用の根絶には至っていない。要因の1つとして、薬物乱用の危険性・有害性に関する正しい知識が十分に普及していないことが考えられる。
- ・ 覚醒剤の再犯者率は高水準の状態が続いており再乱用の防止が課題。

課題2

- ・ 新たな危険ドラッグの流通の遮断が必要。
- ・ 危険ドラッグの検挙人員の増加の一因として、危険ドラッグの危険性・有害性に関する正しい知識が十分に普及していないことが考えられる。

達成目標1

薬物乱用の根絶を図るため、総合的な対策を推進するとともに、薬物乱用防止に係る普及啓発や薬物の再乱用を防止するための取組みを進める。

達成目標2

新たに発見された乱用薬物を指定薬物に指定するほか、健康被害や乱用を防ぐための正しい情報の広報・啓発を推進する。

【測定指標】太字・下線が主要な指標

- 1 薬物乱用防止啓発訪問事業の学校等への訪問回数(アウトプット)
- 2 薬物乱用防止啓発訪問事業の啓発人数(アウトカム)**
- 3 薬物乱用者に対する再乱用防止対策事業参加者の継続的な支援実施率(アウトプット)

【参考指標】

- 4 麻薬の新規指定数(アウトプット)
- 5 薬物事犯の検挙人数(アウトカム)
内数(全薬物事犯、覚醒剤事犯、大麻事犯)
主な薬物の押収量(アウトカム)
内数(覚醒剤、大麻(乾燥大麻及び大麻樹脂))

【測定指標】

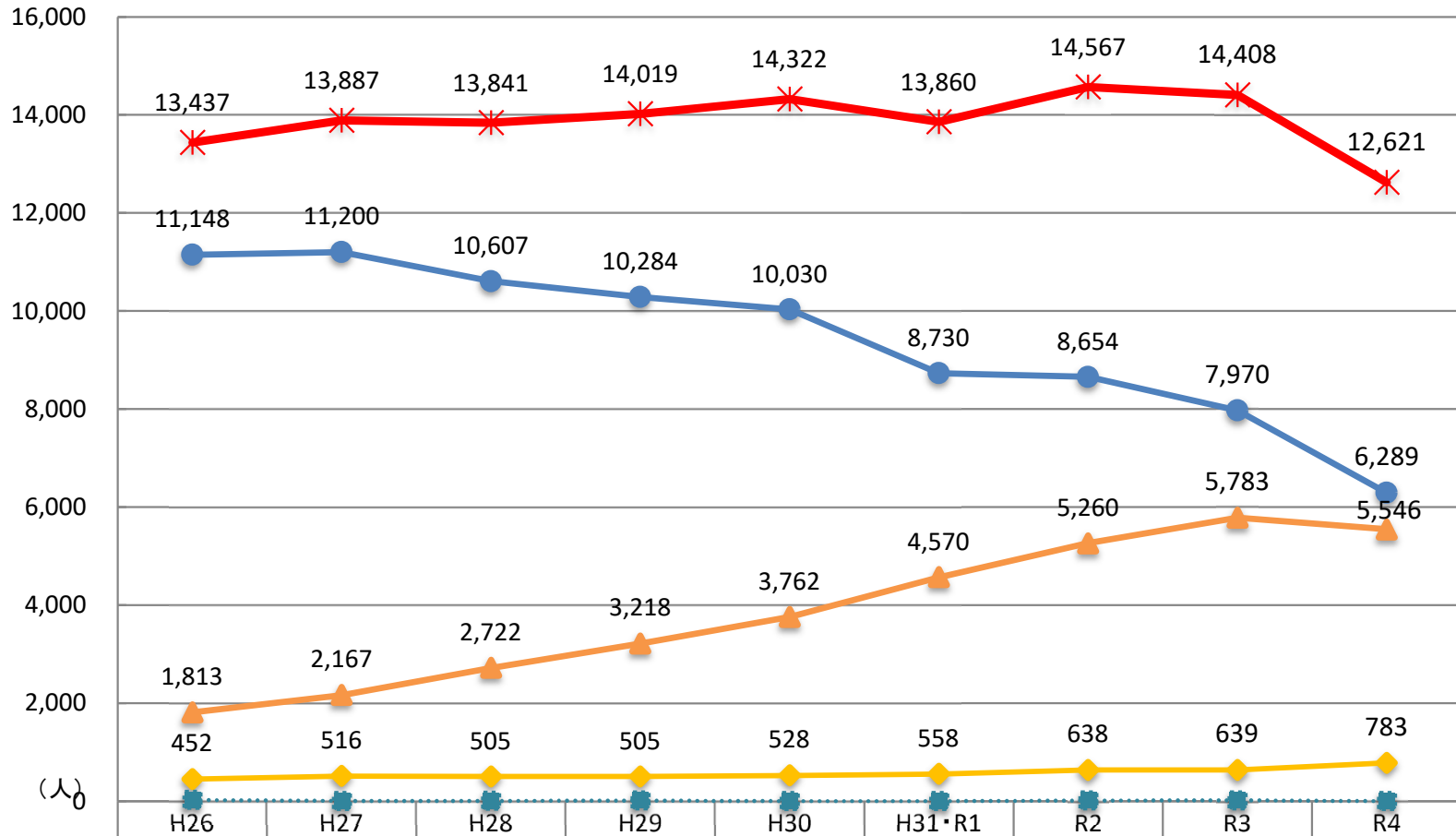
- 6 薬物乱用防止啓発訪問事業の学校等への訪問回数(アウトプット)【再掲】
- 7 薬物乱用防止啓発訪問事業の啓発人数(アウトカム)【再掲】**

【参考指標】

- 8 指定薬物の新規指定数(アウトプット)
- 9 危険ドラッグ事犯の検挙人数(アウトカム)

薬物事犯検挙人員の推移

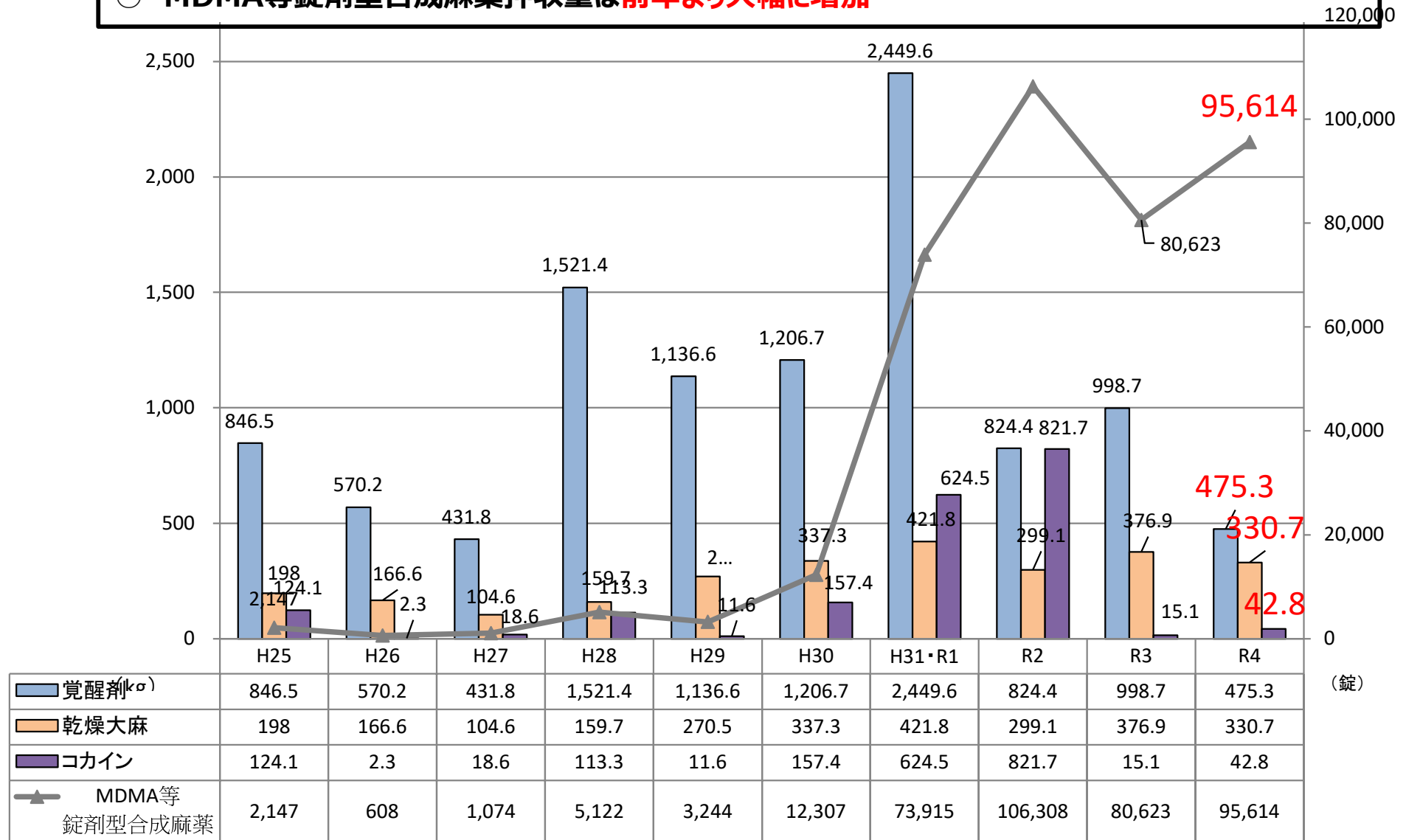
- 薬物事犯全体の検挙人員は、**昨年より減少**
- 大麻事犯の検挙人員は、**過去最多を更新した昨年と同水準**
- 麻薬事犯の検挙人員は、**過去11年で最多**



● 覚醒剤	11,148	11,200	10,607	10,284	10,030	8,730	8,654	7,970	6,289
▲ 大麻	1,813	2,167	2,722	3,218	3,762	4,570	5,260	5,783	5,546
◆ 麻薬・向精神薬	452	516	505	505	528	558	638	639	783
● あへん	24	4	7	12	2	2	15	16	3
* 全薬物事犯	13,437	13,887	13,841	14,019	14,322	13,860	14,567	14,408	12,621

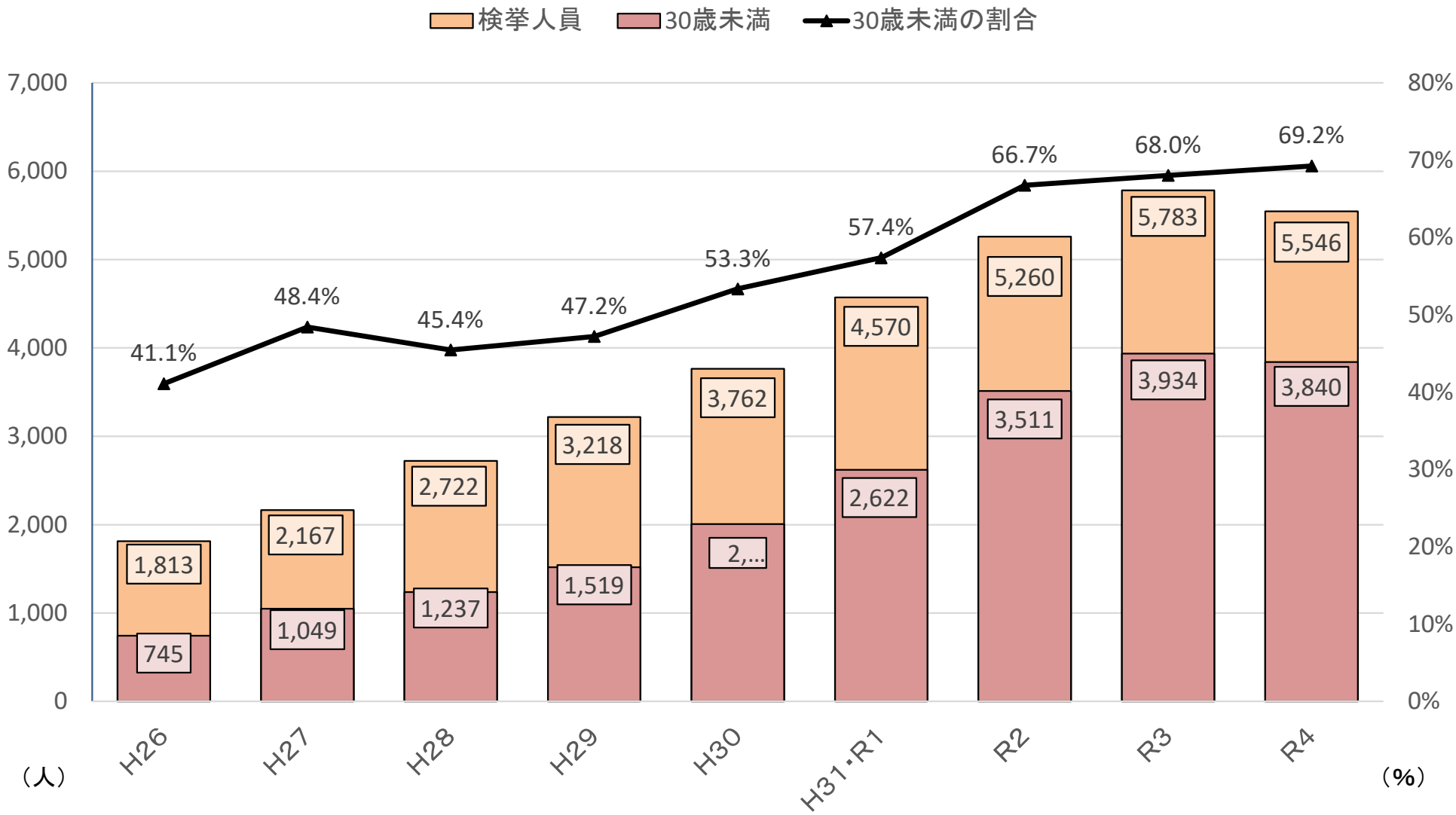
薬物押収量の推移

- 覚醒剤押収量は、前年より減少して、**約500キロ**を押収
- 乾燥大麻押収量は**前年より減少**したが、**300キロ超**を押収
- MDMA等錠剤型合成麻薬押収量は**前年より大幅に増加**



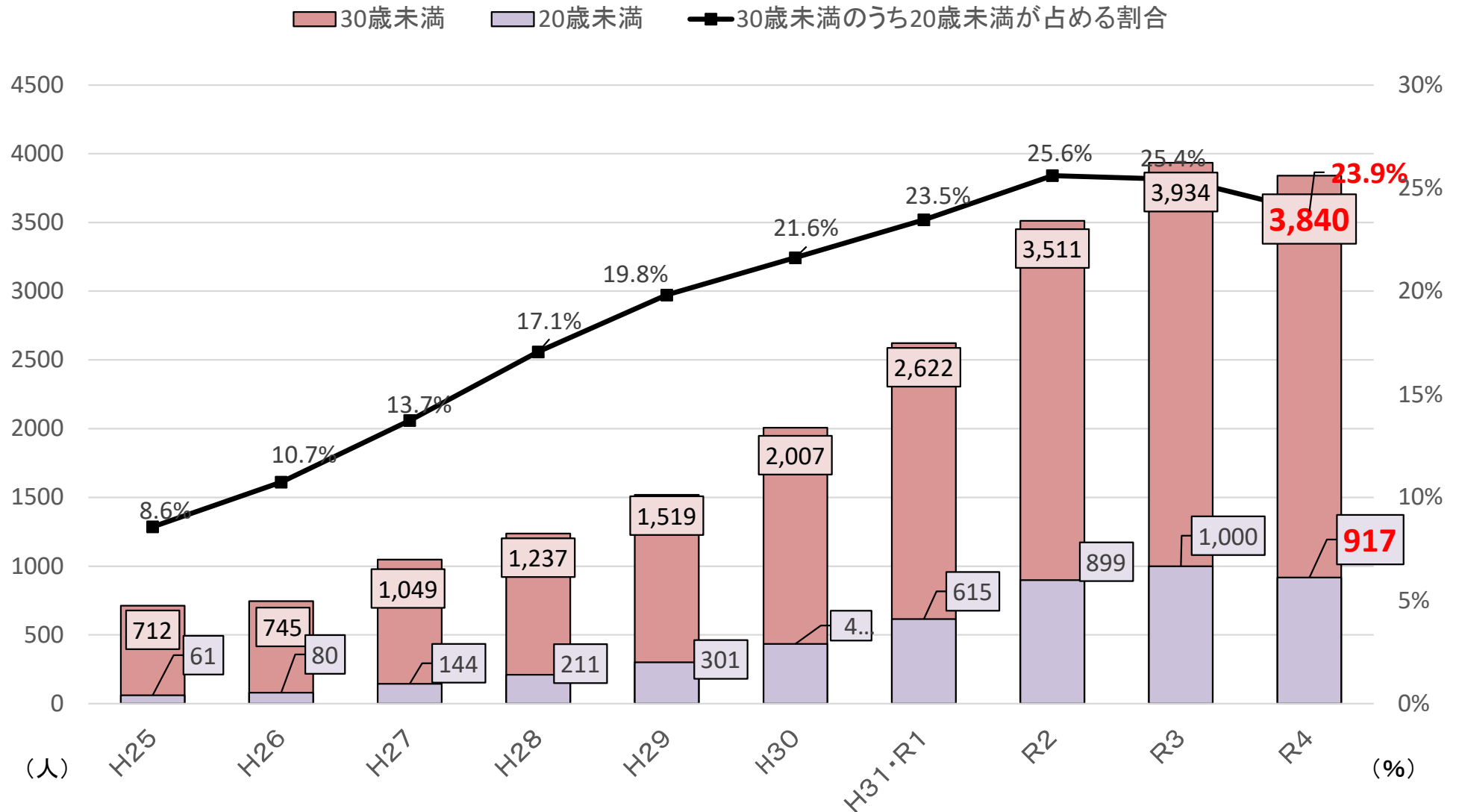
大麻事犯における検挙人員及び30歳未満の割合

- 大麻事犯における30歳未満の検挙人員は、**過去最多を更新した昨年と同水準**
- 大麻事犯の検挙人員のうち、**30歳未満が占める割合は69.2%**

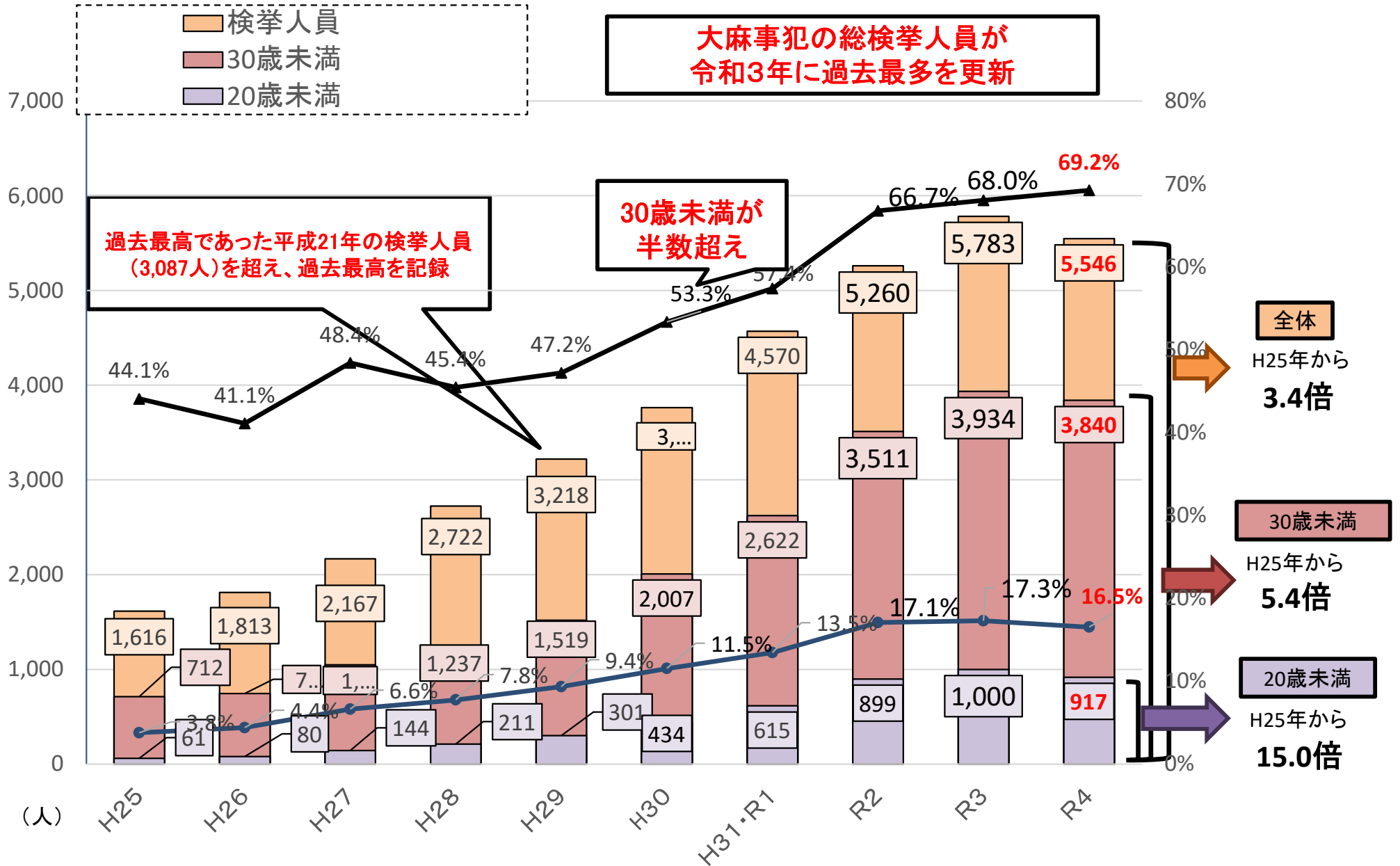


大麻事犯における20歳未満の検挙人員

- 大麻事犯における20歳未満の検挙人員は、**過去最多を更新した昨年と同水準**
- 30歳未満の検挙人員のうち**20歳未満**が占める割合は**23.9%**

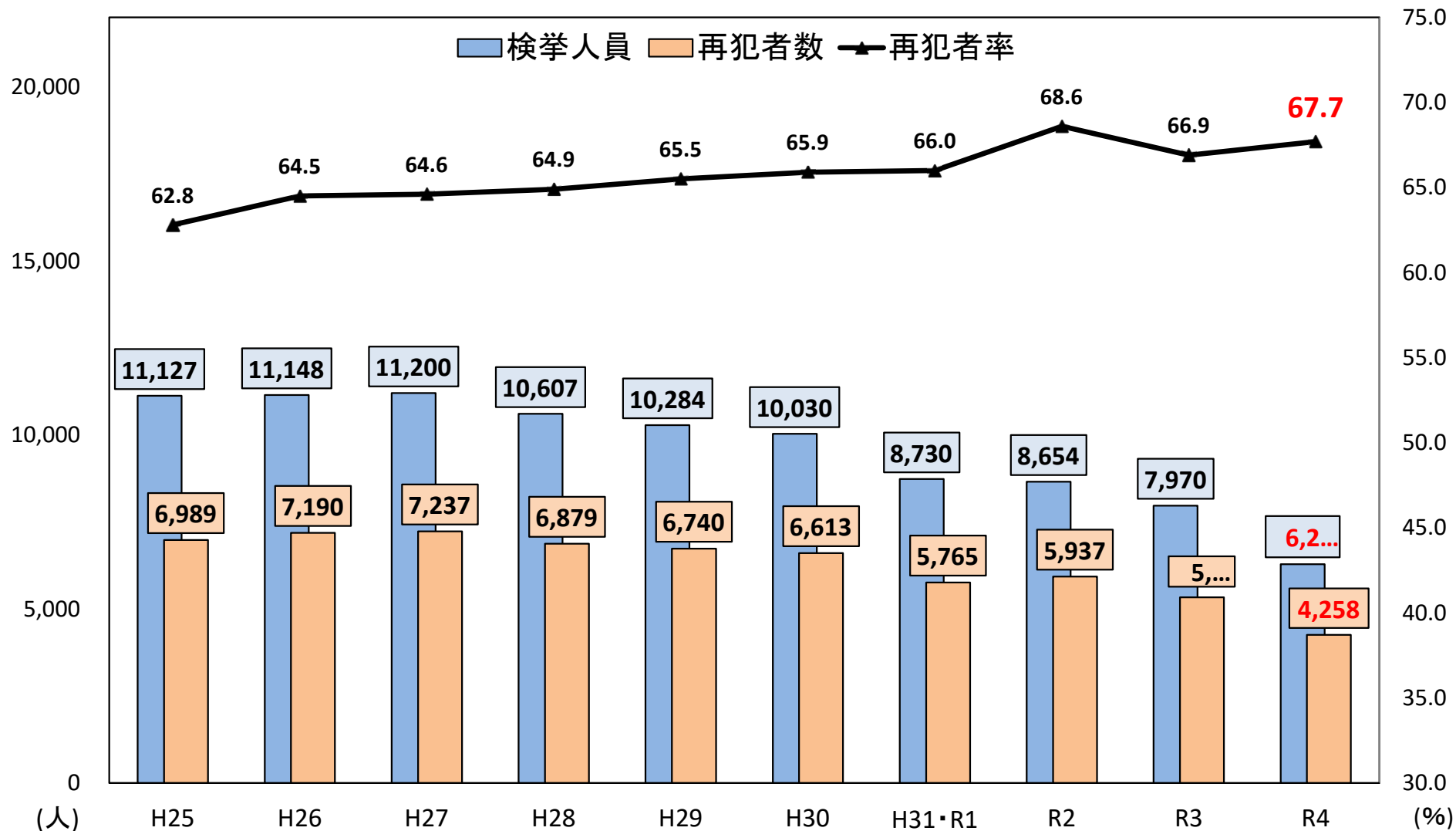


大麻事犯における検挙人員の推移（年齢別）

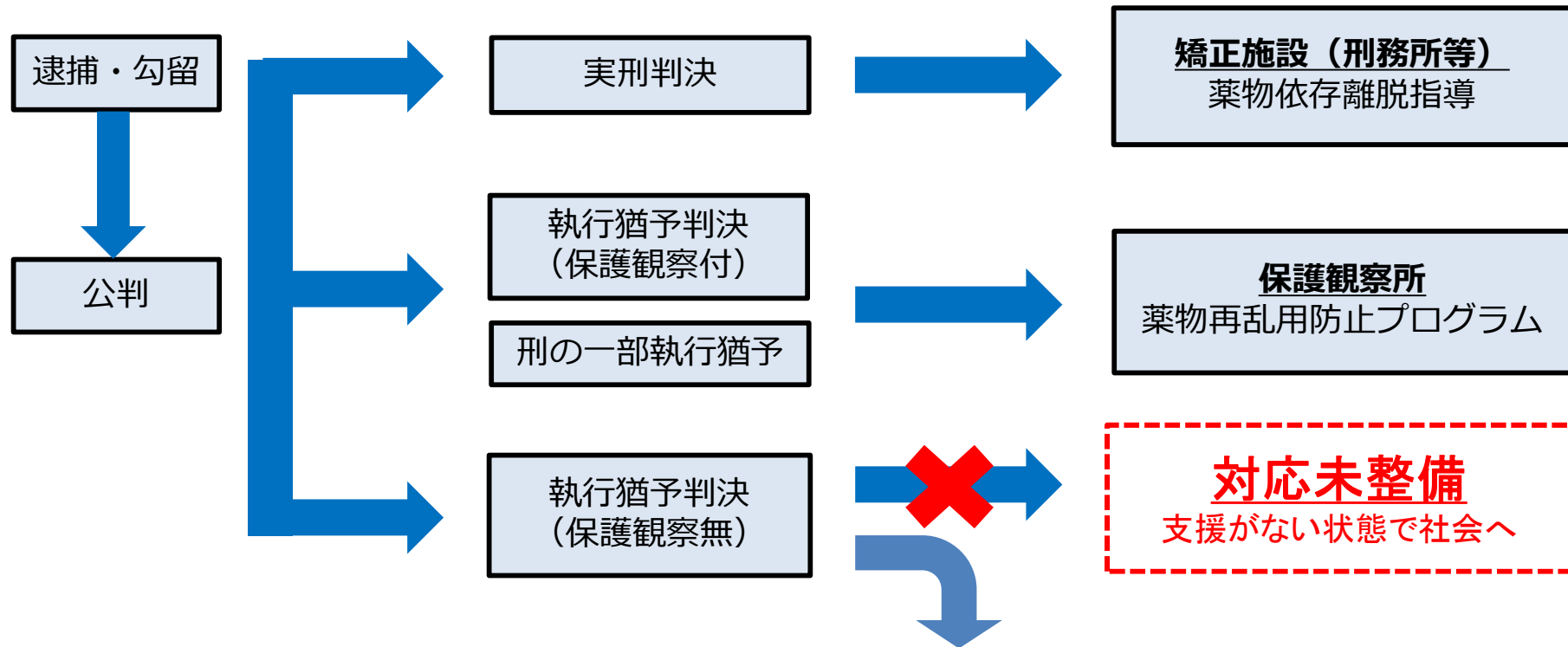


覚醒剤事犯における再犯者率の推移

○覚醒剤事犯の再犯者率は、昨年より増加して**67.7%**



薬物乱用者に対する再乱用防止対策事業

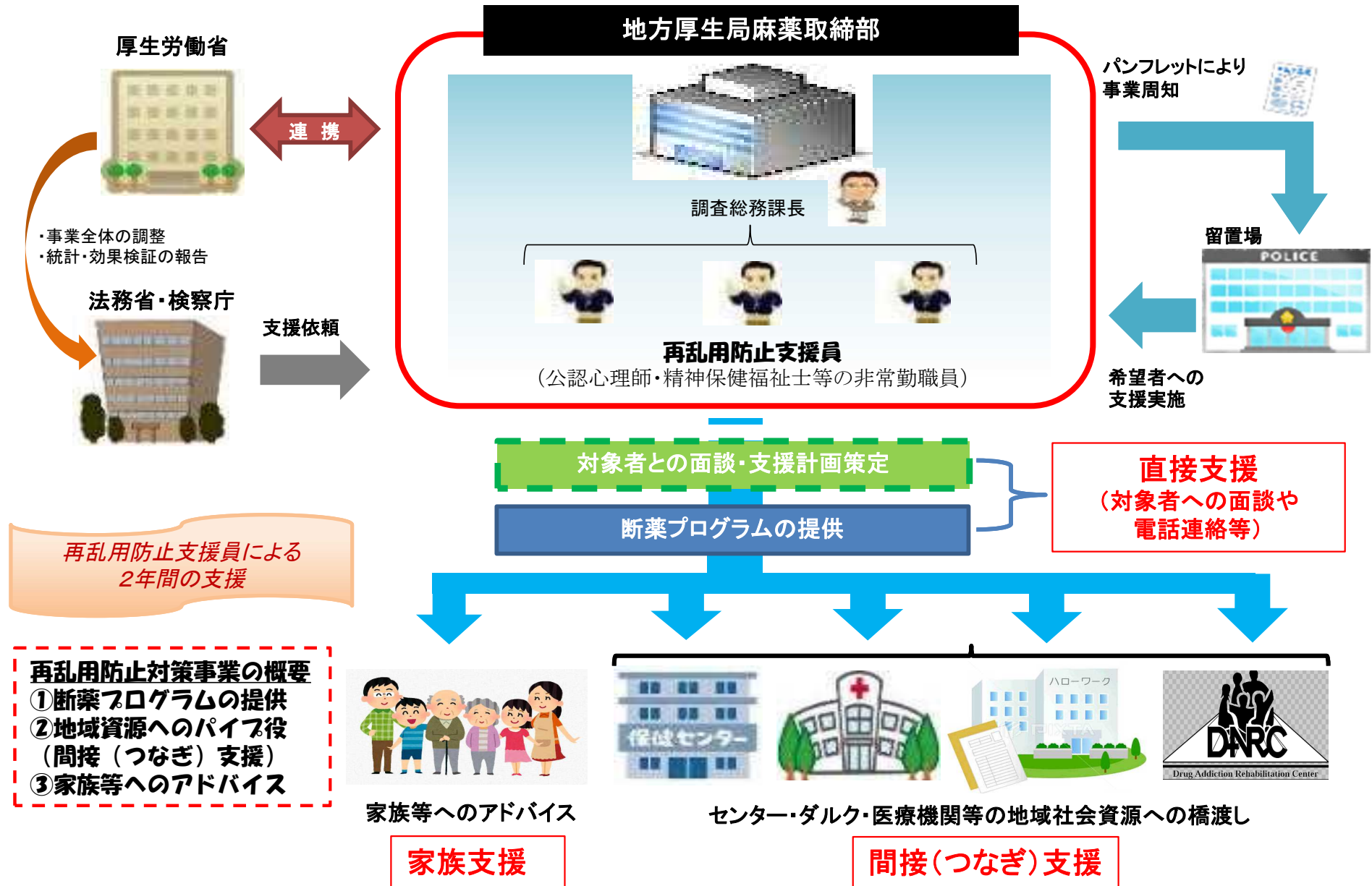


麻薬取締部による再乱用防止対策プログラム

執行猶予判決（保護観察無）を受けた薬物事犯者（初犯）等を中心に再乱用防止に向けた支援を実施。

- ①直接支援：支援対象者との面談、断薬プログラムの提供。
- ②間接支援：センター・ダルク・医療機関等の地域社会資源への橋渡し。
- ③家族支援：対象者の家族への電話連絡や面談。

再乱用防止対策事業のイメージ



厚生労働省における薬物乱用防止普及啓発活動

○青少年層への啓発

青少年の発達段階に応じた薬物乱用防止啓発読本を作成し、配布。

〈令和4年度実績〉

- ①小学6年生保護者向け ... 129万8千部
- ②高校卒業予定者向け ... 112万45百部
- ③青少年(有職・無職の未成年)向け ... 19万部

薬物乱用防止啓発読本

【小学6年生保護者向け】 【高校卒業予定者向け】

【青少年向け】



○様々な形態・媒体を通じた普及啓発の推進

小・中学校を始めとした教育機関等からの要請に基づき、薬物乱用防止教室等へ講師を派遣して、啓発を実施。また、FacebookやTwitterを活用して情報を発信。

令和3年度から、新たな広報啓発の方法として、ウェブサイトやSNS、Youtube等に広告を配信し特設サイトに誘導することで、若年層の内、大麻への関心が高い者をターゲットに、インターネット上での行動に応じたデジタル広報を実施。

○薬物乱用防止指導員の資質の向上

薬物乱用防止指導員や都道府県の啓発担当者等が、最新の薬物情報に基づいて薬物乱用防止の普及啓発をできるよう、全国7箇所で開催。(令和4年実績:札幌市、仙台市、東京都千代田区、名古屋市、大阪市、広島市、福岡市)

【デジタル広報の実績】

令和4年度は、静止広告に加え、新たに動画広告の配信を実施。

Twitter、Facebook、Instagram、Youtube等にデジタル広告の掲載を行い、1.5ヶ月という短期間で、約5200万回(昨年度と同条件前提で1.8倍)ユーザの手元で広告が表示され、26万人が自らの意思でウェブサイトに流入する行動を起こした(昨年度と同条件前提で1.5倍)。



▷動画広告

▷バナー広告

