

令和4年度青森県消費生活審議会及び青森県消費者教育推進地域協議会議事要旨

日時 令和4年7月29日（金）13:28～15:06

場所 ウエディングプラザアラスカ 4階ダイヤモンド

1 開 会

2 挨拶

3 議 題

(1) 組織会

① 青森県消費生活審議会会長及び副会長の選任

委員の互選により、藤井委員が会長に、米山委員が副会長に選任された。

② 青森県消費者教育推進地域協議会会長の選任

事務局から、青森県消費者教育推進地域協議会設置要綱第5の規定により、青森県消費生活審議会の藤井会長が協議会の会長を兼ねる旨を説明した。

③ (青森県消費生活審議会) 消費者苦情処理委員会委員の指名

藤井会長が、消費者代表から、外崎委員、沼田桃子委員、事業者代表から、田中委員、塩崎委員、学識経験者から、米山委員、沼田郷委員、藤井委員を指名し、委員長には藤井委員が就くことでした承された。

(2) 報告事項

① 令和3年度青森県内の消費生活相談状況について

事務局から資料1に基づき、令和3年度における青森県内の消費生活相談状況を説明した。

② 青森県消費生活基本計画（第3次）における主な成果について

事務局から資料2に基づき、青森県消費生活基本計画（第3次）に関する施策の取組状況や成果等を説明した。

③ 県の消費生活関連施策の主な取組について

事務局から資料3に基づき、令和3年度の消費生活関連施策に関する取組状況と今年度の取組方針等を説明した。

④ 県の消費者教育推進に向けた主な取組について

事務局から資料4に基づき、令和3年度の消費者教育に関する取組状況と今年度の取組方針等を説明した。

(3) その他

・エシカル消費に関する取組紹介（青森県生活協同組合連合会）

・金融リテラシー調査に関する紹介（青森県金融広報委員会）

(別紙) 委員からの主な質問・意見等の要旨

1 報告事項に関する質問・意見等

(1) 事前提出された質問

委員から事前に質問があった以下の内容について、県から回答を行った。

(吉田委員)

資料4の1ページの体系図、大項目の消費者の自立の中項目(1)消費者教育の推進の施策の②に消費者教育推進に向けた人材(担い手)育成とあるが、育成の対象としてどのような方を想定しているのか。

(回答)

消費者教育推進に向けた人材(担い手)育成の主な対象としては、学校における消費者教育の担い手である教員のほか大学生などを想定している。

(吉田委員)

中学校・高等学校では家庭科や社会科等の教師の他に外部講師がそれぞれの専門分野に関する消費者教育を実施していると思うが、外部講師が講義する回数は各校について年間どれくらいか、どのような内容か。

(回答)

高等学校における外部講師による授業は、令和3年度は16校で実施され、県消費生活センターが実施する出前講座や県金融広報委員会が実施する金融広報アドバイザー派遣講座が大半を占めている。また、中学校では、県センターの出前講座が1校、金融広報アドバイザー派遣講座が1校となっている。

内容は、学校側の希望により、若者が遭いやすい消費者トラブル事例等を伝えるものが多い。

なお、消費者教育の拡充などが主な内容となっている新学習指導要領による授業が中学校は令和3年度から、高等学校は令和4年度から実施されている。県としては、消費者教育の担い手である教員が効果的な授業を実施できるよう、授業実践例や参考資料等の提供を通じて、学校での消費者教育を推進しているところである。

(吉田委員)

現在の若者が社会人になった時、あるいは老後を迎えた時、投資により資産を増やしていく時代になっていく可能性があると感じるが、中学校・高等学校の頃から経済や金融(株や投資について等)の実践について学ぶ機会がもっと増えても良いかと思う。あるいは②で既に行われていれば教えてほしい。

(回答)

新学習指導要領では、消費者教育とともに、金融教育も拡充されているが、金融教育にはさらに専門的知識が求められることから、県金融広報委員会では、令和3年度末に、県内全ての小学校・中学校・高等学校・大学へ金融広報アドバイザー派遣講座の案内リーフレット

を配布している。

新型コロナウイルス感染症の影響もあり、学校側でも外部講師による授業が行いにくい環境ではあるが、県金融広報委員会では、引き続き、関係機関と連携しながら、若年者への金融教育の充実を図っていくこととしている。

(吉田委員)

消費者教育は、契約やお金、消費者トラブル、環境や食、今はSDGsやエシカル消費など非常に多岐にわたる。

非常に多岐にわたる消費者教育に対応するため、どのような方を育成の対象にしているのか確認したいと思い一つ目の質問をした。その中で中高生にとって身近な存在である大学生が対象になっているのは非常に素晴らしいと感じた。

二つ目も多岐にわたる消費者教育を学校の教員のみで対応するのは大変なのではないかと思ひ質問したものであるが、より専門的な知識がある外部の講師による授業を全ての学校において複数回実施してもらいたいと思う。

そして三つ目は、自分自身の老後も、投資でお金を増やさなければならない時代になるのかなと考えた時に株式とか投資は怖いものだという認識があり、なかなか手を出しにくい。そういった中、テレビでインターネットと通信制度を活用した高等学校が、部活動で株式投資を行っている事例があることを知った。選んだ学校によって得られる消費者教育の知識が違うといったことは、問題があるのではないかと感じている。

(2) 報告事項に関する意見等

(田中委員)

事業者が事業活動を通じて消費者の信頼を得るのは当たり前のことであるが、残念ながら現実には一部、悪質な業者も存在する。消費者がこういう業者からの被害を避けるためには、消費者自らの情報リテラシーの向上が求められる。

つまりインチキを見抜く力を養うということだと思う。特に詐欺を働く側は、大きなイベントであるとか、時々社会現象に乗じて近づいてくることが多いと聞くので、消費者としては今、世の中で何が話題になっているのか敏感になって、怪しさを感じたら近づかないとかははっきり断るといったことが大事である。

そのような意味では、これまで以上に消費者啓発や教育に力を入れていくことが必要なのではないかと感じる。

2 その他

(1) エシカル消費に関する取組紹介（青森県生活協同組合連合会）

(三浦委員)

全国の生協の連合会である日本生協連（日本生活協同組合連合会）では、2018年6月の通常総会においてコープSDGs行動宣言を採択している。

エシカル消費に関しては、SDGsを実現するための重要な手段の一つと位置付けている。

「誰かの笑顔につながるお買い物」として、地域、環境、社会、人々の4つの視点で取組を進めている。

エシカルという言葉自体は新しいが、生協では長い歴史の中で色々と取組を進めてきた。

例えば洗剤の開発だったり産直の取組であったり、今は当たり前になったがステイオンタプの飲料缶の開発もエシカルだと伝えている。

そして、今は海、森、プラスチック、産地と生産者を応援する、一人ひとりが輝けるといった5つのテーマでエシカルに関する取組を進めている。

持続可能で環境に配慮した水産製品を認証する「MSC」といった制度があり、生協では、MSCの認証が得られた原料を使用した商品を開発し、販売することにより、海の恵みを未来に残すための取組を進めている。

最近、エシカルに関する認証もかなり増えており、逆に何を買えばよいのか選び難くなってきている。そこで生協では、サステナブルな原料を用いた商品に「CO-OP サステナブル」といった共通ロゴを表示し、エシカル対象商品を選びやすくする取組も進めている。

2030年に向けた各原料資材などの持続可能な調達目標を掲げて事業側、消費者側双方の立場で取組を進めている。

青森県生協連の取組としては、まず、長年継続している牛乳パックのリサイクル活動がある。1990年に県内で最初にリサイクルを始め、この31年間で1,900t、5,705万枚の牛乳パックを回収し、トイレットペーパーの原料として生まれ変わっている。この収益金は、森林管理署のふれあいの森事業の植樹活動に活用している。植樹活動は22年目21回となり、毎年50名から100名の参加をいただき、延べ参加者数は3,497名となっている。眺望山に3,900本のヒバ、八甲田千人平に4,150本のブナを植樹した。

また、エシカル消費は、体験してもらうことが大切であるので、生協大会の場で五所川原農林高校にエシカル・地産地消・健康をテーマとしたブースを設けてもらったり、青森大学祭にもコーナーを出展した。

食品ロスの削減を図るための取組としては、食生活改善推進委員の皆様、青森中央短期大学、環境NPOと協力を得て、「台所発地球を守るアンケート」を実施している。

今年度は、店に来ている一般の方を対象に学生がアンケートを実施し、4店舗で約100名の方に参加をいただいた。県の食と安全に関わるアンケートにも長らく連携して取り組んでおり、単にアンケートをやって終わりではなく、アンケートの解説編を作っていただき勉強をしている。

続いて会員生協のエシカルに関する取組を紹介する。

まず、コープあおもりでは、宅配時に地域で活動しているコープ委員が学習して開催する「つどいのしおり」を利用者に配付している。宅配の対象である約6万人もの方に情報を届けられるので非常に反響がある。

次に青森県民生協では、2017年度から五所川原市の七和地区に移動販売車を走らせているが、地区の協議会と連携協定を締結して地域の方が買い支えるといった形で取組を継続している。地域の方が作ったものを帰りの車に乗せ、生協の店舗で販売するといった循環的な取組に発展している。

弘前大学生協では、6次産業育成化プログラムに参加した学生4名が冷凍りんごと鶏肉を用いた「トリチ林檎丼」を開発し、大学内の生協食堂で1,635食提供するといった地産地消に関する取組を行っている。

フードドライブ関係では、2年前から「子ども宅食おすそわけ便」といった取組を行っている。生協では、食品提供者として在庫品等を提供することにより、取組を支援している。

今後の課題として、エシカルというとハードルが高いイメージがあるので、既に今やっていることの中にエシカルはあるよと伝えていくことで意識を高めていけるのではないかと。先ほど紹介した学生とアンケートを行った時にエシカルは知らないと回答を受けることがあったが、地産地消の取組はやっていると答える人が多くいる。単にエシカルとつながっていない人も多いと思うので、自分の行動がエシカルだと認識してもらえよう取り組んでいきたい。

(2) 金融リテラシー調査（青森県金融広報委員会）

（佐藤委員）

本日お伝えしたいことは主に2点あり、そもそも金融リテラシー調査とは何なのかということと二点目は調査結果に関する青森県の特徴を述べさせていただきます。

金融リテラシー調査は、わが国における18歳以上の個人の金融リテラシーの現状を把握するためのアンケート調査となる。

調査時期は、今年の2月末から3月中旬で、全国18～79歳を対象に30,000人を対象にインターネットで実施している。

青森県では300人が対象となっている。これは国勢調査を基に標本を設計しており、おおむね青森県の人口構成が全国の1.0%ということで30,000分の300というサンプルを抽出している。

調査の目的は2つあり、一つ目は、調査結果を踏まえた金融教育・金融知識普及活動の拡大・充実・充実に努めるといったこと、二つ目は現状の継続的確認となる。調査結果に関しては、PDCAを回すための貴重な資料として活用している。

青森県の調査結果に関しては、結論から言うと残念ながら低い水準にある。

金融リテラシー調査は3年に1回実施しており、青森県は、前回2019年の調査では、全国順位が33位で正答率は55.5%という結果であったが、今年は全国ワースト3位、正答率は51.7%と順位、正答率ともに低下している。

どの世代の正答率が低いのかといったことに関しては、男性であれば30代、女性であれば20代、30代、40代のところが全国により低いといった結果になっている。

金融リテラシーマップという分野別で見ても青森県は全ての分野で全国を下回り、前回より悪化している。

特徴を整理すると、青森県では、期日に遅れずに支払いをする人の割合やお金について長期計画を立て、達成するよう努力している人の割合が比較的高いといった傾向がある。

一方でリスクテイクという意味では、株式購入したことがある人の割合が低かったり、外部の知見の活用といったところでは、金融経済情報に触れる機会が少なく、行動バイアスの

ところでは、損失回避傾向が強いといった傾向がある。

まとめとなるが、青森県の特徴として、短期的なお金の管理は得意な反面、長期的視点に立った資金管理は苦手なのではないかということ、金融経済に関する適切な知識が不足していることが、損失回避傾向の強さや金融トラブルの遭いやすさに繋がっている可能性があるといった傾向があり、言い換えれば、金融経済に関する状況や資産運用に関する知識やノウハウが足りないが故に、長期的な資金計画が苦手と言えるのではないかと思われる。

ただ、誤解のないように申し添えると、リスク回避自体が悪いことであるとは私個人としては思っていない。極端な例ではあるが、FXなど仮想通貨によりリスクテイクし過ぎるのはどうなのかなと思っている。大切なのはリスクを適切に管理するための自己防衛のための知識を身に着けるといったことに尽きると思う。そのためのソリューションはおそらく2点あって、1点目は外部の知見を活用すること、2点目は自己啓発をしていくといったことになりうろかと思う。

この点、我々金融広報委員会では出前講座やアドバイザー派遣といった取組を行っているのでぜひ活用を願いたい。