

情勢認識

1. 常態化する自然災害

2023年7月が観測史上最も暑い夏になったことを受けて、国連のグレートス事務総長は「地球温暖化」から「地球沸騰化」と発言し、各国政府や企業のリーダーに早急な行動を促すとともに、先進国に対しては2040年までのネットゼロ(温室効果ガス排出量の実質ゼロ化)にコミットするよう求めています。地球温暖化による異常気象により、甚大な被害をもたらす自然災害が常態化しているといえます。2024年1月1日にはマグニチュード7.6、最大震度7となる「令和6年能登半島地震」が発生し、200人を超える方が犠牲となり、多くの方が被災されました。当研究所が実施している「消費者の暮らし向きに関するアンケート」や他社が調査した結果では、自然災害への不安はいただいているものの、災害への備えに対する自己評価は高いとは言えず、万一の場合への備えと、災害時に取るべき行動の確認、警報などに敏感に反応するよう意識を変えることを繰り返し訴えていく必要があります。

2. 暮らしを取り巻く環境変化

物流の2024年問題(時間外労働時間は年間960時間に制限され罰則もあり)が到来しました。具体的な対応を行わなかった場合、輸送能力が2024年度に14%(4億トン相当)不足し、さらにその後も対応を行わなかった場合には2030年度に約34%(9億トン相当)不足する可能性があると言われてしています。(国交省調べより)具体的な施策として、荷主・物流事業間における物流負荷の軽減、納品期限(3分の1ルール、短いリードタイム)、多重下請構造の是正に向けた規制的措置等の導入、賃金水準向上によるトラックの標準的な運賃制度の拡充などが検討されており、少なからず暮らしや事業環境に影響があると想定できます。また、2024年の春闘においても高い賃上げ率が継続されていますが、働く人のおよそ7割を占める中小企業で賃上げできる余力は少なく、物価上昇の影響を差し引いた実質賃金の減少は今後も継続する見通しです。

3. 北陸新幹線延伸開業

北陸新幹線の金沢〜敦賀間が2024年3月16日に延伸開業、2026年春に中部縦貫自動車道が全線開通するなど、福井県は100年に一度の大きなチャンスを迎えます。関東とのビジネス交流拡大により、新しい事業や商品開発、新規顧客が期待される一方、都市部に人材が吸収されるスロー現象も懸念されています。福井県民が福井の魅力をしっかり認識し、発信することが必要です。

4. 目前に迫る2025年問題

福井県の人口は2030年には70万人(現状差△4.4万人)になると想定されています。生産年齢人口(15歳〜64歳)、年少人口(14歳以下)は減少し、65歳以上の高齢者の比率が31%から34%に増加します。また2025年には、団塊の世代が後期高齢者(75歳)に達し、県民の5人に1人が75歳以上になり、医療や介護などの社会保障費の急増が懸念されるとともに、若年層の減少が介護職や子育て職など様々な担い手不足を起こすほか、地域コミュニティの衰退につながります。県内では220(県内集落数2,905)の集落が限界集落となっており、10年前から2倍に拡大、過疎地域の高齢化と連動して、暮らし全般のお困りごとが増大しており、県民の一人ひとりが医療や介護が必要な状態となっても、できる限り住み慣れた地域で安心して生活を継続できる環境を整備していくことが、喫緊の課題となっています。

5. SDGsの実現に向けて

持続可能で誰も取り残さない社会を作り、よりよい発展をしていくために、人間の命や権利に関わる目標、経済活動についての目標、気候変動や平和など地球規模で取り組むべき目標、といった諸々の課題を同時に解決していけるよう、消費者としてできることを意識し、企業に求め働きかけていける消費行動をとることが求められています。

基本方針

「消費者が一人ひとりの価値観を持ってくださる、福井らしい地域社会の実現へのお役立ち」を理念として、行政や地域の諸団体・グループ、専門家と連携しながら、「消費者市民社会とSDGsの実現」「福井の地域にあった暮らし方提案」「情報発信」の3つの役割を着実にすすめていきます。新しい生活様式に対応しながら、ふくい・くらしの研究所の情報提供力を強化し、『くらしのコーディネーター』としての役割を担っていきます。

1. 「消費者市民社会とSDGsの実現」を目指す取り組みでは、福井県消費生活センターの委託事業や鯖江市の委託事業を中心に、第4期消費者基本計画に沿った課題解決を重点的に取りくみます。また、エンカル消費やSDGs、カーボンニュートラルの推進を行います。
2. 「福井の地域にあった暮らし方提案」では、食生活に関する学習会や食の悩みや不安相談などを目的とした「食育講座」、男性の食の自立と社会参加の場づくり、福井の食文化を伝える活動、若年層の地域参加の促進などを提案していきます。出前講座にも積極的に対応し、消費者の豊かなくらしに寄与します。
3. 情報発信では、「消費者のくらし向き調査」を年2回実施し、県民の消費マインドの傾向を発表するとともに、福井県民生協の政策提案に寄与し、県民のくらしを応援します。当研究所のホームページやSNS、情報誌だけでなく、マスコミ報道や企画を開催することで、有益な情報を発信していきます。

課題別計画

1. 消費者市民社会とSDGsの実現を目指して

福井県消費生活センターと鯖江市の委託事業を継続して受託し、第4期消費者基本計画に沿った社会的課題解決をテーマに、消費者への啓発を行っていきます。今年度も参加者の利便性を考慮し、オンラインと実開催を併用して開催します。また、エンカル消費やSDGsの推進に取り組みます。

- (1) 消費生活セミナー(福井県消費生活セミナー委託事業)を受託し、ハイブリット形式(実会場とオンラインを同時に実施)を中心に年8回開催します。福井県との協議のもと世代別にタイムリーなテーマを設定し、消費者教育を推進します。
- (2) 消費生活通信セミナー(福井県消費生活セミナー委託事業)を受託し、在宅での学習機会の場を推進します。企業や各種団体への広報活動を強化し、一般受講者の参加を促します。また、引き続き福井県民生協職員にも受講を呼びかけ、くらしの基本知識の習得や日常的な業務に活用いただきます。
- (3) エンカル消費、SDGsをテーマにした事業を福井県から受託し、オンラインを活用して県民への普及啓発を進めていきます。参加者拡大に向けて、イベントでの登録推進と若年層へのアピールを強化します。また、新たに親子でエンカル消費を学ぶことを目的に体験教室を開催します。引き続きアンケートなどを工夫して、消費者意識を高めていきます。
- (4) 鯖江市からは引き続き「食の安全・安心講座」と「食品関連事業者研修事業」を受託し、親子を対象とした企画を1回、高校生を対象とした企画を1回、事業者や一般消費者向け企画を開催します。
- (5) ふくい・くらしの研究所独自企画として「くらなびカレッジ」を開催します。「食」・「健康」・「環境」・「くらし」・「防災・減災」をテーマに、大人の学びの場をつくれます。(ハイブリット形式で年6回)

2. 福井の地域にあった暮らし方提案

- (1) 福井県民生協(ハーツきっず)と連携して、乳幼児を持つ保護者を対象とした「食」に関する学習や情報提供を行うとともに、食の悩みや不安相談などに対応します。
- (2) 男性の料理の自立や社会参加を目的に、福井地域を中心に「男の料理」を開催します。若いパパ向け企画にもチャレンジします。また、敦賀エリアでは「みんなで簡単 cooking」に取り組みます。
- (3) 学校や消費者団体など地域からの出前講座講師派遣依頼に福井県民生協や他団体と連携しながら対応します。SDGsを柱に、出前講座の広報活動を強化するとともに、行政や団体との折衝を行い、新規事業の受託をめざします。

3. 情報発信

- (1) 「消費者の暮らし向き調査」を年2回実施し、県民の消費マインドの傾向を発表するとともに、福井県民生協の政策提案に寄与し、県民の暮らしを応援します。アンケート内容については、県民や事業者から関心が高まる内容に随時見直します。
- (2) 年2回発行の『情報誌くらなび』は事業活動報告を中心に、毎月発行の『くらなび通信』は講座など事業活動の案内や暮らしの豆知識を中心に掲載し、読みやすくわかりやすい内容の充実を図ります。マスコミや行政、生協の情報ツールやSNS(主にインスタグラム)を活用して、より多くの県民に消費生活講座等の有益な情報を提供できるようにします。
- (3) 会員拡大に取り組みます。9月開講の通信セミナー受講者拡大と合わせて団体や企業向けに案内を強化します。