

生活戦略論

生活リスクのマネジメント



大阪ガス(株) エネルギー・文化研究所 主席研究員

豊田 尚吾 | Toyota Shogo

■大阪大学経済学部卒。1985年大阪ガス(株)入社。(社)日本経済研究センター、コロンビア大学東アジア研究所、経営調査部等を経て、98年10月より現職。2002～03年度学習院大学経済学部特別客員教授(出向)。博士(国際公共政策)。研究領域は主にエネルギーと環境問題、生活経済、消費者行動論、マーケティング・コミュニケーション。主な著作に「真のグローバル・スタンダードとは」(1998年、東洋経済高橋亀吉記念賞優秀賞)、「地域通貨制度が拓く情報多消費型取引の可能性」(1999年、第5回読売論壇新人賞佳作)など。

1. はじめに

ご承知のとおり(？)、毎年5月は消費者月間である(昭和53年に、5月30日を「消費者の日」と定め、昭和63年からは5月が消費者月間とされた)。平成17年度の全国統一テーマは「活かそう権利 めざそう自立」であった。昨年、消費者基本法が成立、消費者団体訴訟制度などの権利が整理された上で、消費者の自立(支援)が強調されたことを受けたテーマ設定だと言えよう。一方で、最近ではフィッシング詐欺、ワンクリック詐欺などという、ITを利用した新手の詐欺事例が話題になっている。これらは生活者にとってはリスクの増大を意味し、自立の障害となる。(独)国民生活センターにおける、「消費者トラブルメール箱」の集計(本年1～3月)結果を見ると、3ヶ月で2,338件もの情報が寄せられている((独)国民生活センターHPより)。その大部分(1,747件)が、架空請求やインターネットオークションでのトラブルなど、通信(運輸)関連である(表1)。情報技術など、変化の激

しい分野に、多くのリスクが出現しやすいという構図が見えてくる。

このような状況の下で、生活者は様々な生活リスクをマネジメントしていくことができ

表1 商品・サービス分類別受付件数
(H17 1～3月)

商品役務分類	件数	割合	商品の例
運輸・通信サービス	1,747	74.7%	電話回線契約など
教養娯楽品	196	8.4%	電子ゲームソフトなど
商品一般	51	2.2%	特定できない相談
教養・娯楽サービス	51	2.2%	資格講座など
金融・保険サービス	49	2.1%	サラ金など
土地・建物・設備	37	1.6%	マンション販売など
住居品	37	1.6%	浄水器など
内職・副業・相場	28	1.2%	パソコン内職など
車両・乗り物	24	1.0%	カーナビなど
食料品	20	0.9%	健康食品など
その他	98	4.1%	
合計	2,338	100.0%	

資料) (独)国民生活センター資料を基に作成

るのであろうか。自治体やNPOは、講演会などを通じ、悪質商法に対する啓発を試みているが、それに関心を示すような、意識の高い消費者がどれだけいるかというところ心許ない。新しい詐欺商法の後追い解説も大事だが、より基本的な生活者の認知や行動に関する分析も不可欠である。その上で、自立に必要な要素を明確にし、対症療法的でない、生活者の基礎的な消費能力を高めていく必要がある。

以上のような問題意識の下、今回は、筆者が所属する組織において行った調査に基づいて、生活者の意識と行動について考察する。具体的には生活におけるリスクマネジメントについて論じる。データは、前回取り上げたネット調査から得るのではなく、全国の生活者を対象に1,000人規模で行った、生活者意識調査を利用する。

以下、第2節で調査の概要を述べた後、第3節で生活者の消費場面でのリスクマネジメントの情報収集、実際の行動、意識に関する調査結果を紹介する。それにより、以下の事項が明らかになった。詐欺など、メディアがよく取り上げる生活リスクに対しては関心が高く、積極的に情報収集を行っているものの、具体的な防衛行動につながっていない。意識面では、専門的な生活知識については不足を認識しているものの、なぜか、詐欺には引っかけられないという自信も持ち合わせている。

第4節では、前節のデータを基に、生活者のリスクマネジメントに関する分析に取り組む。リスクマネジメントの行動部分と意識の部分との関係を、因子分析やクラスター分析を用いて分類することによって、明らかにすることを試みる。結果として、意識と行動に関連があることを示す。そして、意識が低く

行動も伴わないにもかかわらず、なぜか生活上のリスクマネジメントに関して自信があるなどといった、問題となるような生活者の姿を見つけ出す。

2. 生活意識調査の概要

本節では、今回用いるデータの内容を明らかにする。これは、筆者が所属する、大阪ガス(株) エネルギー・文化研究所が、本年1～2月に行った生活者意識調査によって得られたものである。本調査は、『「住まい・生活」に関して生活者が抱える現在の問題、期待する姿・方向、そのギャップを埋める解決策、今後のあり方などを分析・研究するための基礎資料とすること』を目的としている。調査設計の内容は以下のとおりである。

- ①調査地域：全国
- ②調査対象：満20歳～69歳の男女個人
- ③標本数：1,500人（うち回収数1,034人）
- ④抽出方法：層化2段無作為抽出法
- ⑤調査方法：留置記入依頼法
- ⑥調査時期：平成17年1月27日～2月14日
- ⑦調査内容：生活、住まい、食、エネルギー、環境などに関連する意識・実態調査
- ⑧調査機関：(社)中央調査社

前回利用したネット調査との比較を行うことも興味深いのだが、今回のテーマと直接の関連がないため、割愛させていただく。1つだけ特徴（ネット調査との差異）を言えば、今回のように回答を依頼する調査では、どうしても若年者の回答率が低くなってしまいうことが挙げられる。結果として、実際の人口分布（国勢調査ベース）と比較して、特に20歳代の回答者のシェアが小さかった。これは回答者が母集団を代表しているという前提を否

定しかねないため、望ましくない（表2）。テーマによってはこの事実を踏まえた上で考察を行う必要がある。

3. 生活者のリスクマネジメント行動と意識

生活者のリスクマネジメントに関して、情報収集、リスクマネジメントに資する行動、リスクマネジメント意識について尋ねた。情報収集に関しては、「（詐欺防止・防犯など）の情報を積極的に収集していますか」という質問に対し、「そう思う」から「そう思わない」まで、5段階で回答してもらった。その結果が図1である。

冒頭にも述べたように、昨今、様々な詐欺行為が情報として耳に入るためであろうか、「詐欺防止、防犯のための情報」収集に比較的热心である。一方で、理解の難しさが傷害となっているのか、資産運用情報や金融情報収集についてはあまり積極的ではない。これは前回のネットアンケートでも確認された傾向である。

次に、生活リスクマネジメントに関し、どのようなことを実行しているかを聞いた。具体的には情報収集と同様に、「（消費者情報番組を見るようにしているなど）のことを実行していますか」という質問に対して、5段階で回答を得た。その結果が図2である。

表2 調査回答者の年齢分布

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	合計
調査回答者	11.8%	22.6%	22.0%	23.1%	20.5%	100.0%
国勢調査ベース	21.2%	19.7%	19.5%	22.3%	17.3%	100.0%
差異	-9.4%	2.9%	2.5%	0.8%	3.2%	

図1 生活情報収集

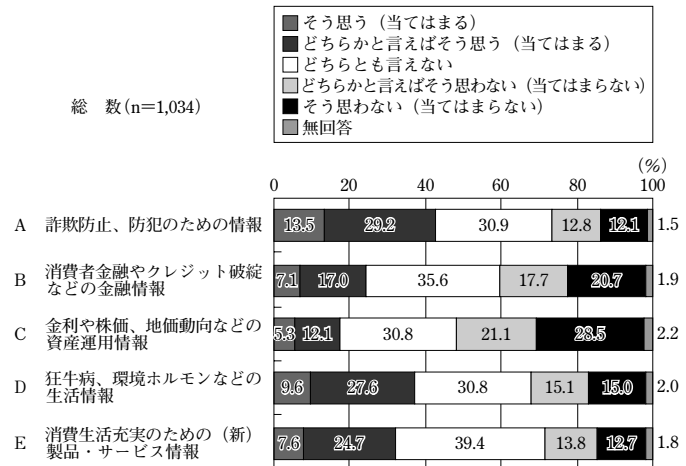
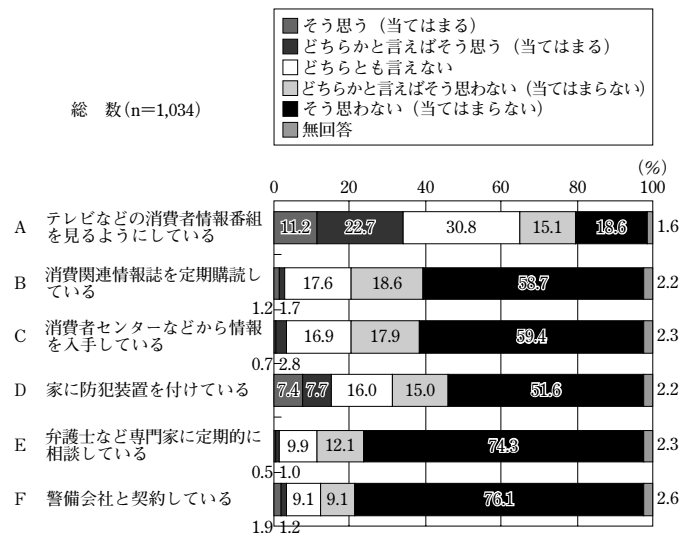


図2 生活リスクマネジメント行動



「テレビなどの消費者情報番組を見るようにしている」という選択肢以外は、ほとんど実行していないとの回答であった。弁護士に相談したり、警備会社と契約したりということが一般的でないのは理解できる。しかし、消費者センターなどから情報を入手することはネット接続環境があれば、非常に容易で効果的な行動である。この設問に対する回答を見ると、基本的な意識付けや啓発活動に対する工夫の余地があるのではないかとの問題意識を持つことができる。

さらに、生活一般に関する自己認識や、今後の社会に対する意識を聞いた。同じく5段階の選択肢から選んでもらうのだが、それをまとめたものが図3および、図4である。

これを見ると、以下のような自己認識像を持っていることがうかがえる。自己責任が問われることになるという時代認識は持ち、生活上の様々な問題に対する意思決定能力もまづまづある。実際に人任せにせず自分で決めるようにもしている。

一方で、長期的な視点で生活設計を立てているかというやや心許なく、特に情報技術にキャッチアップすることや、金融経済に対する知識に対してはあまり自信がない。リスク管理能力不足を感じながらも、詐欺には引っかからな

図3 生活リスクマネジメント意識 (1)

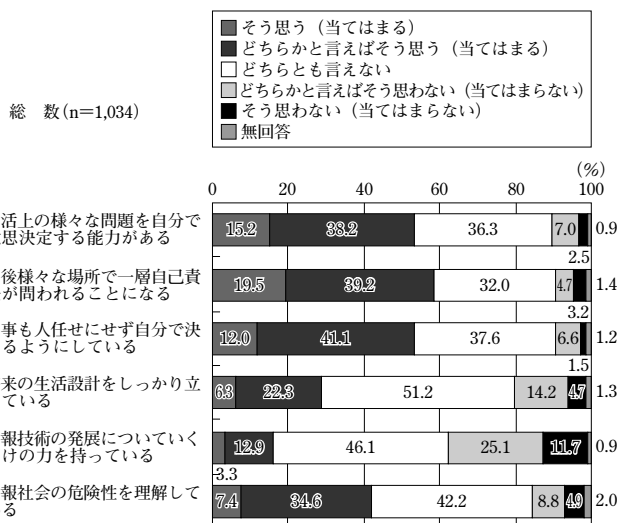
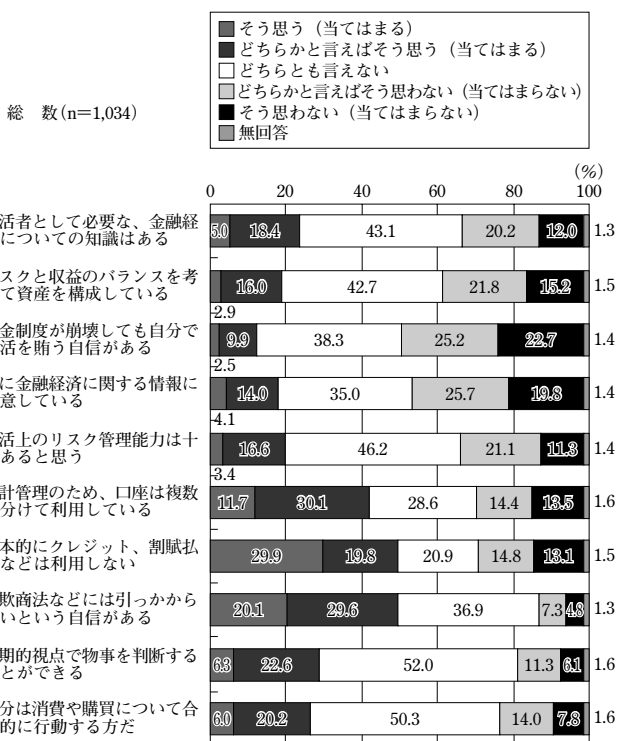


図4 生活リスクマネジメント意識 (2)

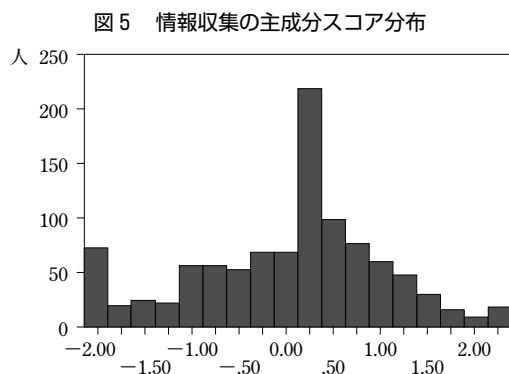


いという、根拠のない(?)思いもある。

以上のような「平均像」は、あくまで架空の生活者であって、実際には1人ひとり、異なった人間として生活リスクに対処しているはずである。そこで、次節では各設問に対する回答を基に、主成分分析、因子分析などの方法を用いて、より詳細に生活者像を考えるとすることとする。

4. 生活者意識・行動の分析

前節で述べた調査結果は、それぞれを単独で見たに過ぎない。本節では、これらの関連を基に、何か得られるものがないかを考察していく。まず、情報収集に対する態度(図1で取り上げたデータ)であるが、各設問に、大きくはないものの、有意な相関が確認できる。主成分を抽出すると、ほぼ一つの主成分で代表させることが可能であり、これを生活情報収集態度に対応した主成分とする。各回答者の主成分スコアをヒストグラムの形で表現すると図5のようになる。やや中央に集中する傾向があるが、全体の5%程度の無関心層を除き、比較的偏りのない分布を示している。



ることが確認できる。

生活面の実際行動(図2で取り上げたデータ)に関しても同様の作業を行った結果、2つの主成分を抽出した(固有値が1以上という基準で判断)。第1主成分は、「テレビなどの消費者情報番組を見る」以外の設問が高い成分値を持っており、積極的、本格的な情報収集行動を表す主成分と考える。第2主成分は「テレビなどの…」という設問が突出して高い成分値を持つものの、「消費者情報関連誌を定期購読している」「消費者センターなどから情報を入手している」という設問も0.3程度の値を持っている。一方でそれ以外の設問とは負の関係にある。従って、より容易に実行できるリスクマネジメント行動を表す主成分と考える。それらの分布は図6(第1主成分)、図7(第2主成分)のようになっている。両図とも、特に図6は正規分布とは全く異なる分布を示していることが分かるが、主成分の性質上妥当な分布形状と言える。

他方、図3、図4で取り上げた生活のリスクマネジメントや社会のトレンドに関する「意識」においては、背後に何らかの因子が存在する可能性がある。ここでは、これらの設問に対して因子分析を行い、3つの因子を抽出した(主成分と同様、固有値基準を採用した)。

因子行列は表3に示した。

本稿では、第1因子を高度な生活リスクマネジメントと密接に関連する因子、第2因子を一般的生活リスク認識と関連の深い因子、第3因子を生活リスク対抗に関する自信を示す因子と考えた。これらの因子スコアの分布に関しては省略するが、比較的偏りのない分布となっている。

設問に対する主成分や因子を抽出した目的

図6 リスクマネジメント行動
第1主成分スコアの分布

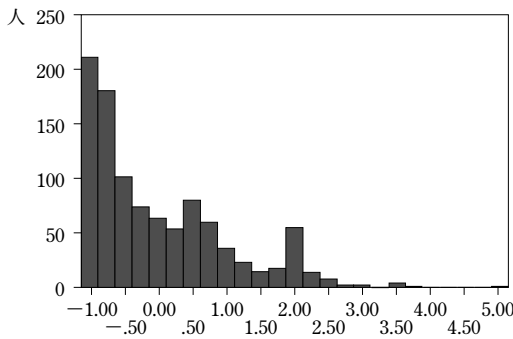
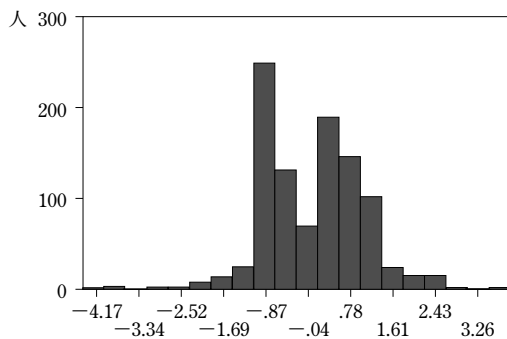


図7 リスクマネジメント行動
第2主成分スコアの分布



は、それらを基に生活者を分類することで新たな視点を得ることにある。そこで生活リスクに関する情報収集、生活リスクマネジメント行動に関する設問から得られた3つの主成分を基にクラスター分析を行い、生活者を4つのグループに分類した。グループ内メンバーのクラスター中心値は表4に示している。その特徴から各グループに名前を付けている。

同様に、リスク意識、社会認識の設問から得られた3つの因子を基に、クラスター分析を行い、生活者を5つのグループに分類した。グループ内メンバーのクラスター中心値は表5に示している。

表3 因子行列

設問	因子		
	1	2	3
L	0.752	0.205	0.031
M	0.751	0.146	0.096
O	0.716	0.096	0.044
P	0.705	0.209	0.162
N	0.550	0.144	0.023
F	0.452	0.350	0.028
E	0.440	0.315	0.235
V	0.422	0.308	0.281
Q	0.405	0.144	0.220
A	0.191	0.744	0.101
B	0.135	0.615	0.005
D	0.148	0.546	0.200
H	0.303	0.326	0.099
S	0.172	0.177	0.611
T	0.424	0.364	0.507
R	-0.028	-0.006	0.423

注) アルファベットは図3、4の設問名に対応

表4、表5で得られたクラスターをクロス集計したのが表6である。生活リスク情報収集・行動とリスクマネジメント意識に関係が存在することが見て取れる（差異は統計的に有意である）。情報収集や行動に対し積極的でないグループは、意識面も低い者が多い（無関心層×低意識層：45人）。一方で、根拠のない漠然とした自信を持っている者が多いことは注目に値する。「中間層」も同様に、行動していないことをある程度自覚している（慎重層）者と、自覚のない者（漠然自信層）とに分化している。このような、行動しないままに漠然とした自信を持っている者に対する啓発が、今後重要な課題となるのではないだろうか。

高い意識を持った者が、積極的に行動も行うことは妥当だとしても（一般的積極層×高

意識層)、逆にコストを掛けたりリスクマネジメント行動を行っているからといって、意識が高いとは言えないようだ。むしろ一般的な意思決定能力などに対する評価の低い慎重層が多くなっている。ここも生活者の自立という観点からすれば問題があると言えるかも知れない(コスト投資層×慎重層)。

以上、生活リスクのマネジメントに関する意識や行動のデータを基に、新たな問題点を発見することを試みてきた。生活者の自立が不可欠であるならば、より焦点を絞り込んだ施策の立案や実施が求められることになるであろう。その際、本稿が強調したいのは、生活者を1つの集団と見るのではなく、異なる意識や行動パターンを持つ複数の集団と考えるべきだということである。ターゲット層に対し、いかに施策を届けるかという課題はあるものの、生活者を分類することで、より効果的な政策の具体化が可能になるはずである。

表4 4つのクラスターとクラスター中心の値

主成分	1	2	3	4
生活情報収集意向	-1.44	0.07	0.77	0.40
積極的リスクマネジメント活動	-0.69	-0.59	0.22	1.60
低コスト型リスクマネジメント活動	-0.71	-0.05	1.12	-0.72
人数	208	344	261	179

クラスター1	すべてに低スコアの「無関心層」
クラスター2	際だった特徴のない「中間層」
クラスター3	コストは掛けないが意識は高い「一般的積極層」
クラスター4	支出は厭わないが意識は高くない「コスト投資層」

表5 5つのクラスターとクラスター中心の値

因子	1	2	3	4	5
高度リスクマネジメント	1.056	0.205	0.095	-1.089	-0.965
一般的生活リスク認識	0.510	-0.718	0.536	-0.771	0.491
生活リスクマネジメント自信	0.442	0.023	-0.547	-0.845	0.599
人数	201	282	190	112	172

クラスター1	押し並べて高スコアの「高意識層」
クラスター2	一般的意識の低い「慎重層」
クラスター3	一般的意識は高いが自信のない「不安層」
クラスター4	すべて最低スコアの「低意識層」
クラスター5	高度マネジメントの裏付けのない「漠然自信層」

表6 意識と行動のクロス表

行動	生活リスクマネジメント意識					合計人数
	高意識層	慎重層	不安層	低意識層	漠然自信層	
無関心層	19	46	38	45	50	198
中間層	65	86	62	30	79	322
一般的積極層	70	60	56	22	30	238
コスト投資層	42	84	30	12	5	173
合計人数	196	276	186	109	164	931