

令和7年度 第2回静岡県消費者教育推進県域協議会 意見一覧（令和7年10月8日）

番号	大柱	意見内容	意見の反映
1	教育	活動指標として、消費者教育出前講座の実施回数が目標となっているが、出前講座の目的との関係を考えて、回数で目的が担保されるものではない。時代にあわせて内容を変えていくなどの対応が必要である。	御意見を踏まえ、消費者教育出前講座の実施にあたっては、単に回数をこなすことを目的にしないように十分に留意をし、県民の消費者被害の未然防止や消費者市民社会の実現に資するよう、随時内容を更新して参ります。
2	教育	活動指標として、教員向け消費者教育実践講座の受講者数を目標としているが、最近では、教育委員会では研修においては還元意欲がどれだけ上昇したかを重視するため、指標についても、アンケート等で還元意欲を聞いていく形でもいいのか。	御意見を踏まえ、指標として受講者数を扱うことと並行して、参加者の還元意欲を受講後アンケートにて確認をし、次年度以降の講座内容の検討等に活かしていきます。
3	教育	事業者団体、労働団体と連携し、社会人に対して出前講座を実施する、ということだが、普段の暮らしの中の消費行動を考えた際、自分から講座に参加する人は心配はなく、興味がない人にこそ教育を行う必要がある。イベント等にも出るなど、講座に参加しない人に対しても対応が必要である。	御意見を踏まえ、自分から講座に参加しない方に対しても消費者教育の機会を提供できるよう、出前講座だけではなく、事業者団体、労働団体や生活協同組合等が行うイベント等への参加など、様々な方法で消費者教育における連携を図って参ります。
4	教育	大柱1（4）①アにおいて、「近年、デジタル技術が急速に進歩し」と記載があるが、デジタル技術の進歩は近年起こったことではないため、表現を見直した方がいいのではないか。	いただいた御意見を踏まえ、第3章1（4）①アの文章の表現を見直しました。
5	教育	昨今、ニュース等において「ステルスマーケティング」が話題となった。ターゲット広告については知っている人もいるが、ステルスマーケティングとターゲット広告の違いがはっきりしていない人もいる。ステルスマーケティングという言葉が広く社会で使われるようになってきているため、大柱1（4）①の中にステルスマーケティングについても盛り込んでもいいのではないか。	第3章1（4）①「デジタル分野における消費者教育」において、商品・サービスの参考とするSNSやレビューの中にはステルスマーケティングもあるため、表示されている情報を疑うことも必要である旨を記載しました。
6	教育	大柱1（4）③において、カスタマーハラスメントは「静岡県の持続的な発展に悪影響を及ぼすものである」と記載しているが、静岡県に限ったことではないため、表現を見直した方がいいのではないか。	いただいた御意見を踏まえ、第3章1（4）③におけるカスタマーハラスメントの影響先を「静岡県」から「社会」に修正しました。