令和8年度　第1回静岡県消費者教育推進県域協議会　議事録

（県民生活課　柴田班長）

本日はお忙しいところお集まりいただきありがとうございます。開会に先立ちまして事務局からのお願いがございます。

リモートで参加されている方もいらっしゃいますので、会議中にご発言される際は、最初にお名前をおっしゃってからご発言いただきますようにお願いいたします。本日の出席者につきましては、お手元に配付した出席名簿のとおりとなります。会場に 13 名、リモートで 7 名の方にご参加いただいております。リモートでご参加いただいてる皆様におかれましては、発言されているとき以外はマイクをオフの状態にして、発言されるときのみオンとしていただきますようにお願いいたします。

それでは令和 8 年度第 1 回静岡県消費者教育推進県域協議会を開催いたします。まず、お配りしている資料のご確認をお願いいたします。3 種類ございます。まず一つ目が、令和 8 年度第 1 回静岡県消費者教育推進県域協議会と書いてあるものになります。本日はこちらを基にご説明をさせていただきます。次に昨年度策定しました第 2 次静岡県消費者基本計画を別冊にてお配りしております。加えまして、県民生活課で作成しました啓発のチラシをお配りしております。こちら 9 月に発行したばかりですので、会場出席の方に取り急ぎ配付させていただいてるものになります。また、金融広報委員会の方から追加で資料もお配りいただいておりますのでご確認ください。追加で配布しましたチラシ等の資料につきましてはオンライン出席の方については、追って共有をさせていただきたいと考えております。

では、協議会資料 2 ページの方をご覧ください。こちらに出席者名簿がございますが、出席者名簿に”新”のマークがある方が、今年度新任者の方として本協議会にご参加いただく皆様となります。新任の方も含めましてどうぞよろしくお願いいたします。なお、本来はここで新任の方に一言ご挨拶いただくべきところでございますが、新任の方が多いためご紹介は名簿に代えさせていただきたいと存じます。それではここからは星野座長に進行の方をお願いしたいと思います。星野座長、よろしくお願いいたします。

（常葉大学　星野座長）

座長の星野です。よろしくお願いいたします。それでは、早速議題に入りたいと思います。それぞれ質疑の時間を設けておりますので、構成員の皆様には様々なご意見をいただけたらと思います。どうぞよろしくお願いいたします。

まずは、議題の１つ目、第２次静岡県消費者基本計画の進捗状況について、事務局から説明をお願いします。

（県民生活課　澤田主任）

第２次静岡県消費者基本計画について説明します。３ページ、資料１－１をご覧ください。こちらが新しい計画の概要になります。

消費者基本計画が令和７年度に最終年度を迎えたことから、前計画の成果と課題、最近の消費者行政の動きや消費者問題の状況を踏まえ、令和７年度～10 年度を計画期間とする第２次消費者基本計画を策定しました。今後は第２次計画に基づき、県民の消費生活の安定及び向上に関する総合的な施策を計画的に推進していきます。

「２　計画の基本理念」は、前計画から変更はありません。

「３　計画の目指す姿」には、消費者基本計画の上位計画である静岡県総合計画に、ウェルビーイングの視点が盛り込まれたことから「ウェルビーイングの向上」を追加しています。

「５ 計画の期間」は、令和８年３月の策定ではありますが、静岡県総合計画の計画期間にあわせ、令和７年度～令和 10 年度となっています。

真ん中の「６ 消費者を取り巻く状況」をご覧ください。こちらに記載のとおり、「デジタル技術の飛躍への対応」や「配慮を要する消費者の拡大」、「災害時等の消費行動への対応」など、消費者を取り巻く状況が大きく変化しています。このような環境の変化や前計画での課題を踏まえ、概要右側に記載があるとおり、４つの大柱ごとに重点施策を設定して、施策を推進してまいります。

大柱１「自ら学び自立し行動する消費者の育成」をご覧ください。本県では、この大柱１を静岡県消費者教育推進計画に位置づけております。本日は、この大柱１、消費者教育推進計画の進捗状況をご確認いただくとともに、県の消費者教育に関する施策・取組についてご協議いただくこととなっています。

大柱１では、２つの重点施策を設定しています。前計画に引き続き、SDGs の達成やウェルビーイング向上のため、人や社会、環境に配慮した消費行動である「エシカル消費の推進」を重点施策に設定しております。また、デジタル分野でのトラブル増加を踏まえ、第２次計画では、新たな重点施策として「デジタル分野での消費者トラブルの防止に対応した消費者教育の推進」を設定しました。重点施策に加え、ライフステージに応じ、学校や地域等の様々な場で消費者教育を行うとともに、消費者教育の担い手の資質向上を図ってまいります。

大柱２「消費者被害の防止と救済」では、今年９月に予定されている新 PIO-NET への移行を踏まえ、メール相談の開始など「消費生活相談体制の強化」を重点施策としています。

大柱３「商品・サービスの安全の確保と消費者取引の適正化」では、デジタル広告をきっかけとする消費者トラブルが増加していることから「デジタル広告の監視の強化」を重点施策としています。

大柱４「消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化」では、高齢化の更なる進行により、引き続き高齢者の見守りが重要となっているので「高齢者の見守り体制の強化」を重点施策とし、市町における見守り体制構築を支援してまいります。

４ページ下段の(5)の指標をご覧ください。施策や取組の成果、進捗状況をはかるため、全体の「成果指標」を１本、先ほどご説明した大柱ごとに「活動指標」を２本ずつ設定しています。成果指標には、市町を含む県内の「人口 10 万人あたりの消費者被害件数」を設定しました。こちらは、相談時に既に消費者が事業者と契約をしていた相談の件数を、人口 10 万人あたりに換算した件数となります。目標値については、過去５年間の平均件数を設定しています。消費者トラブルが複雑化・多様化し、相談件数が増加傾向にある中、被害件数を大きく減らすことは困難ではありますが、過去の平均程度まで落としていくことを目標としています。

大柱１「自ら学び自立し行動する消費者の育成」の活動指標として、１つ目が、高校生消費者教育出前講座を除いた消費者教育出前講座の実施回数です。基準値となる 2024 年の回数と同等程度の毎年度 150 回を目指します。２つ目が、県民生活課で行う教員向け消費者教育実践講座の受講者数です。学校で消費者教育を担う教員の方への支援として実施するもので、基準値となる 2024 年は受講者 24 人のところ、毎年度 30 人の受講を目指します。前計画では、令和４年度の成年年齢引下げを受け、若年層への消費者教育に重点的に取り組んでまいりましたが、学校においても消費者教育が実施されるようになっていることから、高校生消費者出前講座については、実施希望がある高校で引き続き実施するとともに、学校で消費者教育を担う教員向けの研修や情報提供に力を入れていくこととし、活動指標を設定しました。

大柱２から大柱４の活動指標につきましては、資料に記載のとおりですので、参考としてご確認ください。

新たな計画に基づき、引き続き皆様との連携のもと、自ら学び自立し行動する消費者の育成や消費者被害防止に向け、様々な消費者教育に関する施策に取り組んでいきたいと考えておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

なお、「第二次静岡県消費者基本計画」については、別冊として配付しておりますので、ご確認ください。

続いて、第２次静岡県消費者基本計画の進捗状況について説明します。５ページ資料１－

２をご覧ください。先ほど説明した、第２次静岡県消費者基本計画の指標に対する令和７年度の実績を記載しています。成果指標である「人口 10 万人あたりの消費者被害件数」は、基準値である 391 件を下回り、443 件でした。SNS やインターネット広告をきっかけとする、デジタル分野での被害がすべての世代で増加したことが主な原因と考えられるため、出前講座の実施や消費者教育の担い手支援などを通じて、デジタル分野における消費者被害の防止に取組ます。具体的な取組についてはこのあとに説明がありますが、それぞれの世代に応じた方法で、消費者教育や啓発に取り組んでいきます。

８つある活動指標のうち、目標値を上回っている指標は、高校生消費者教育出前講座を除いた「消費者教育出前講座実施回数」、「県及び市町の消費者生活相談員が実施したあっせん解決率」、「HACCAP 実施状況監視率」、「景品表示法適正化調査件数」、「地域消費者行政推進連携協議会実施回数」の５つでした。今後も目標値を上回るよう、取組を進めていきます。

目標値を下回った活動指標のうち、「教員向け消費者教育実践講座受講者数」については、当日受講した人数を指標としているため目標を下回りましたが、後日録画配信を受講した人数を含めると目標を上回っています。なお、今年度も８月に講座を実施しましたが、受講者数は 31 人と目標を上回りました。

今後も学校における消費者教育の取組を支援するため、最新のテーマを取り上げつつ、講座の周知を図っていきます。

県・市町の消費者生活相談員向けの研修では、デジタル化の進展や電子商取引の拡大に関する知見を深めるなど、相談員の専門知識及び相談技術の底上げを図るため、引き続き、集合とオンデマンドを併用しながら、研修参加率 100%を目指していきます。

また、「高齢者の見守り体制が構築されている市町の割合」については、一人暮らしの高齢者や高齢者のみの世帯が増加していることから、引き続き、市町における高齢者の見守り・声かけ体制の整備を支援していきます。

第２次消費者基本計画の進捗状況については、以上となります。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございました。事務局からの説明についてご質問等がございましたらお願いいたします。

早速で申し訳ないのですが、基本計画の策定に関わった靏岡先生、何か補足すること、ご意見などありましたらお願いいたします。

（弁護士会　靏岡弁護士）

はい、一般の委員に戻りました靏岡でございます。

ちょっと一つ気になっているのが、最近やっぱり自然災害とても多いですよね。今回、基本計画の中にも、災害時に備えた消費行動を身につける必要があるということで、10 ページの「社会の変化に応じた消費者教育」のところで、「災害に乗じた悪質商法に対する注意喚起等」というのがあり、当然これは大事なことなんだと思うんですけども、やっぱり買い占めだとか、あとは事前の備蓄の必要性だとか、そういったところの視点が抜けているもんですから、せっかく計画で立てているので今後そういった視点もちょっと大事にしていただければなというふうに感じたところが 1 点ございました。

あと、消費生活相談がすごく増えちゃっているんですよね。多分、インターネットとかを通じて化粧品だとか、そういった被害が多いと思うんです。あえて性別を入れてないと思うんですけれども、被害の相談が多いのは特定の年齢層の女性と出てくると思うので、そういった方々に対してはどういうふうに今後、消費者教育をやっていくかということも少し考えていく必要が出てくるのかなというのを感じています。

もう一点、デジタル化。SNS とかもそうなんですけれども、最近恐ろしいのはやっぱり AI ですよね。私も職業上、裁判とかやっているんですけれども、どう見ても AI が作った文章を出してくる人が平気でいるんですよ。弁護士でもいますし、当然本人訴訟で、例えば悪徳業者を訴えると、悪徳業者がどう考えても AI で作ってきた文章なんて出してきているんですよね。逆にそういったように、悪徳業者というのは AI を非常に活用してきています。ですから、情報の真偽を確かめる方法というのは今まで以上に重要になってくるもんですから、そういった視点も今後、少しフォーカスしていかなきゃいけないのかなというのを切実に感じているところです。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。何か事務局の方からご意見などございますか。

（県民生活課　澤田主任）

非常にありがたい視点だなと思いましたので参考にさせていただきます。ありがとうございます。

（常葉大学　星野座長）

災害についてですが、確かに買い占めとか備蓄の問題、それから点検や修理の勧誘や義援金詐欺などが報じられています。化粧品関係の相談が多いですが、かつては若い女性に多か

ったのに、最近は中高年の女性や男性でも多くなっているようです。電子広告をはじめ、いろいろなマスメディアで取り上げられるなど、年を重ねて容姿や頭髪が様々な形で変化することに付け込んだ商品やサービスが多くなっているからだと推察しますが、皆さんはどう思いますか。

それから、情報の真偽という大事なご指摘をいただきました。内容について補足、それから新たな発見などしていただいてありがたいです。他にもご意見などありましたら、お願いしたいです。前回の策定に関わった小楠先生の方から何かありましたらお願いいたします。

（司法書士会　小楠先生）

ご指名いただいた小楠です。これから申し上げる質疑はこの段階で妥当かどうかわからないんですが、マスコミの報道ぐらいでしか私存じ上げないですが、若年者の SNS の使用を禁止するという法整備が諸外国ではオーストラリアが一番最初だったかもしれませんが、EU もだんだんそういう方向になってきていると思います。従前、オーストラリアがそれを導入するというときに、この場で私、教育委員会の方もいらっしゃったのでそういうのを何か議論されてますかと質問差し上げたんですが、県なので別に私達が議論する必要ないんじゃないかというのもあるのかもしれないんですが、でも議論しても、決して損じゃないと思います。小学校、中学校、高校ぐらいまでかなと思いますが、SNS の利用の禁止とか、そんなテーマで議論されているようでしたら、ちょっと教えていただければと思ってます。ここまでの報告と関係ないかもしれませんが、私からの質疑はこの時点では以上です。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。小楠先生から、ご指摘いただいたことについては、令和８年度の消費者教育の取組という項目の後半にありますので、既に取り組んでいる例などありましたら、教育関係の先生方にお話しいただければと思います。該当項目の際に、回答を含めて、今の状況について教えていただければと思います。

では、議題の２つ目、令和８年度の消費者教育の取組について、まず令和７年度の消費生活相談状況と、令和８年度の消費者教育の事業概要を事務局から説明いただきます。それではよろしくお願いいたします。

（県民生活課　和田主事）

はい、ありがとうございます。ここから 10 分ほどお時間いただきまして昨年度の相談状況と今年度の取組についてご説明差し上げます。

資料２－１をご覧ください。令和７年度の消費生活相談の状況についてです。第２次計画では、「デジタル分野での消費者トラブルの防止に対応した消費者教育の推進」を重点施策としていることから、電子広告関連の相談状況について、ご説明します。

令和７年度の消費生活相談件数は、全体で 29,016 件で、昨年度より 2,379 件増加しました。また、１人当たりの平均既支払額、消費者トラブルに巻き込まれて支払ってしまった金額ですけれども、525,000 円で昨年度より 37,000 円増加しました。

電子広告関連の相談件数が近年増加しており、いわゆるネット広告と言い換えていただいていいと思いますけれども、令和７年度の件数は 4,956 件、昨年度より 931 件増加しています。また、令和３年度の 2,330 件と比べるとここ４年で約２倍となっているというのが実情です。

６ページの表３ですけれども、広告媒体別に相談件数を比較すると、電子広告が圧倒的に多くなっているというのが分かります。

次のページの表４をご覧ください。電子広告関連の相談を商品サービス別に集計すると、美容や健康食品に関する相談が多いことが分かります。１位、２位、３位のところを見ますと、ほぼほぼ美容や健康食品に関するもので埋められているという状況です。

その下の表５をご覧ください。こちら詳しくは後ほど個別に説明させていただきますが、年代別に集計した場合、令和３年度と比較して全ての年代で人口 10 万人当たりの電子広告による相談件数が増加しています。年齢層が高くなるほど増加率が高くなっています。また、令和７年度は 60 代付近の中高年層の相談件数が多くなっています。全ての年代で上がっているというところは特筆すべきポイントだと考えます。

それでは資料２－２に移っていただけますでしょうか。第２次消費者基本計画の大柱１「自ら学び自立し行動する消費者の育成」が“消費者教育”そのものであり、本協議会の主題となります。大柱１の中でさらに４つの施策の柱を掲げていて、８ページでは取組の全体像を記載しています。

上から申し上げます。「持続可能なくらしの実現に向けた県民意識の醸成」はエシカル消費の推進を、「ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進」は世代に応じた消費者教育出前講座や啓発活動を、「消費者教育の担い手の資質向上」は出前講座を担う消費者教育講師への研修や、学校現場で消費活動を取り上げる家庭科教員向けの講座を主な取組内容としています。そして最後の４つ目、「社会の変化に応じた消費者教育」は、今回新たに設けた項目となります。特に(1)でデジタル分野における消費者教育を掲げていて、多様化・複雑化するネットをきっかけとした消費者トラブルを防ぐために力を入れていく必要があると認識しています。

次のページです。こちらでは、その４つの施策の柱ごとに今年度の取組内容を記載し、一覧できるようにしてあります。主な取組については、この後個別の資料にてお伝えさせていただきます。概要としてこの場ではご説明申し上げます。

消費者教育出前講座の実施については、これまでに引き続き、学校や地域の集まり、高齢者施設等において、様々な場やライフステージに応じた出前講座を行います。

「ライフステージに対応した多様な場における消費者教育・啓発の推進」における(2)をご覧ください。消費者教育の教材の制作につきましては、昨年度、新社会人向けと小中学生向け（エシカルに特化したもの）に、県や市町が出前講座で活用できるパワーポイントとシナリオを作りました。今年度は新規事業として特別支援学校向けの教材を新たに作る予定です。

また、例年の取組となりますが、(6)静岡県消費者団体連盟様へ委託し、地域消費者生活講座も実施いただきます。

10 ページをご覧ください。表の一番下「社会の変化に応じた消費者教育」の(2)災害時の消費行動における消費者教育では、県ホームページに「震災に便乗した義援金詐欺や悪質商法にご注意ください！」と題して注意喚起をしています。実際に、熊本地震に便乗して被災地支援を語り、貴金属などを買い取る悪質商法の事例が県内で確認されています。

(3)カスタマーハラスメントと消費者教育では、県ホームページで啓発のほか、今年４月から静岡県カスタマーハラスメント防止条例が施行されたことも踏まえ、出前講座用のスライド資料を新たに作成しました。カスハラとはどういったものか、消費者としての責任ある振る舞いとは、といった内容を簡潔にまとめ、出前講座で活用いただく予定です。今後、消費者教育講師の方々に配付予定です。

(4)「静岡県金融広報委員会との連携」について記載した部分をご覧ください。国や県、県内の金融機関等が構成団体となり、日本銀行を中心として活動している金融広報委員会は、お金や経済の仕組みについて知る金融経済教育を実施いただいており、静岡県とも様々な形で連携しています。今年は特に、お金のセミナーを５市町で開催予定で、例年以上に協力しながら事業を進めることができていると感じています。

事務局からは一旦以上です。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございました。この後引き続き事務局から今年度の取組の詳細を説明し、その後、意見交換の時間も設けますが、ここまででご質問等がございましたらお願いいたします。

事務局の説明の中で金融広報委員会の話が出ましたので、金融広報委員会の取組につい

て、金融広報委員会事務局の弘岡事務局長様よりご説明いただきますようお願いいたします。

（金融広報委員会　弘岡事務局長）

今ご紹介にあずかりました、金融広報委員会の弘岡と申します。どうぞよろしくお願いいたします。今回、私も含めて初参加の方がいらっしゃると思いますので、改めて簡単に金融広報委員会の役割について、J-FLEC も含めてご説明させていただくとともに、消費者教育との関係についてもお話しさせていただければと思います。

まず静岡県の金融広報委員会なんですけれども、今回の資料の 10 ページの 4(1)の記載のとおりでございます。

続きまして、J-FLEC につきましては金融経済教育推進機構ということで、金融経済教育を推進するために 2024 年に法律に基づいて設立されました、中立公正な唯一の公的機関でございまして、金融庁が所管をしております。幅広い年齢層に向けまして、国民各々のニーズに応えた金融経済教育の機会を官民一体で届けていくために活動しております。

金融広報委員会との違いなんですけれども、基本的には J-FLEC の設立に伴いまして、当委員会の上部機関であります金融広報中央委員会、こちらの方の事業が J-FLEC に移管をされております。このため、基本的には J-FLEC も当委員会も、役割としては同じでございます。

繰り返しになりますけども中立公正な立場から金融経済教育の機会を提供しまして、国民の皆様の経済的な自立を促し、より良い暮らしの実現に貢献していくことというふうに考えております。

続きまして今回の議題でございます消費者教育との関係というところでございます。一部の方におかれましては釈迦に説法な部分もございますけれども、2013 年 6 月に閣議決定をされて 2023 年 3 月に改定をされた「消費者教育の推進に関する基本的な方針」、こちらの中には金融リテラシーは自立した消費生活を営む上で必要不可欠であり、消費者教育の重要な要素であることから金融経済教育の内容を消費者教育の内容に盛り込むとともに、金融経済教育と連携した消費者教育を推進することが重要である、と明記されております。こうしたことが、私自身、消費者教育と金融経済教育につきましては不可分一体のものというふうに捉えております。

座長から最後にご指示のありました取組状況というところになるんですけれども、本日の資料の４の連携のところを借りますと、今年度、繰り返しになりますがお金のセミナーを静岡県さんと共に県内 5 か所で開催をさせていただいております。前年度が県内 2 か所で

ございましたので、かなり多くの回数をこなしていく予定であるというところと、10 ページ目の(2)のアに書いてございます金融経済講演会の開催。こちらもまだちょっと公表はしていないんですけれども、また著名な方をお招きして市内で開催をしようと思っております。あと、今日追加でパンフレットをお配りさせていただいたんですけれども、皆様への講座・講演を通じて、金融リテラシーの向上に努めておるところでございます。

以上簡単ではございますが、説明の方を終わらさせていただきます。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。金融広報委員会の役割と J-FLEC の設立などについて、金融経済教育と消費者教育の関わり、お金のセミナーなどをはじめとした取組状況など、わかりやすくご説明いただき、感謝申し上げます。

J-FLEC について関心があったので、説明だけでなくパンフレットや冊子をご用意いただき、大変嬉しく思います。こちらについてもありがとうございます。

それでは引き続き、令和 8 年度の消費者教育の取組について、資料 2－3 から 2－ 7 を事務局からご説明いただき、意見交換を行います。それではよろしくお願いいたします。

（県民生活課　和田主事）

はい、ご説明申し上げます。資料 2－3 から 2－7 まで 15 分ほどお時間いただきまして、今年度の取組についてピックアップしたものをご説明します。

資料 2－3 をご覧ください。エシカル消費推進事業についてです。県では、持続可能な社会の実現に向けて、SDGs の 12 番目の目標「つくる責任、つかう責任」達成の手段であるエシカル消費を推進するための普及・啓発を行っております。今年度の取組としては、昨年度までに引き続き、エシカルな商品の販売やワークショップを行うマルシェを開催します。今年度は静岡市のアルティエで、11 月 28 日(土)・11 月 29 日(日)の 2 日間実施します。中部地域の県民以外にも広く啓発できるよう、テレビ番組とのタイアップによる啓発を行います。エシカルな取組を行っている事業者をテレビ番組で紹介するほか、マルシェ当日に生中継を行う予定です。

小中学生向けの SDGs とエシカル消費に関する出前講座については、令和 3 年度から引き続き実施しており、今年度も県内小中学校から希望を募り、実施しています。今後の実施予定も含めて、13 校 736 人が受講予定となっています。

続いて、資料 2 － 4 をご覧ください。出前講座の実績になります。今年度の 4 月から 7 月までと、令和 7 年度 1 年間の消費者教育出前講座の実績を並べて記載してあります。令和 7

年度は、合計 284 回実施し、うち 130 回が高校生出前講座となっています。高齢者向けの講座も 81 回を占めていて、高校生向けと高齢者向けがボリュームゾーンとなっています。表の見方の注意点としまして、「その他」は保護者向けの出前講座を表しています。

今年度 7 月までの実績は 73 回となっています。うち 28 回が高校生出前講座となります。例年と比べて高校生出前講座が少ない印象かと思いますが、今年度から運用方法を一部見直したためです。昨年度までは原則として、県内全ての高等学校・特別支援学校に講座実施希望の有無を照会していました。一方で、成年年齢引下げから数年が経過し、学校が独自で消費者教育を行えるようになっていることや、今後は高等学校のみならず社会人も含めた若年層への切れ目のない消費者教育へと発展させる必要性から、今年度からは原則として講座案内通知を送付し、実施希望がある高校のみ申込をする形をとっています。全ての学校に照会をかけて返事をもらうということではなく、そのため実施回数は減少していますが、随時申込は受け付けており、デジタル分野等の情勢を反映した内容にも教材含めてブラッシュアップしていますので、引き続きご活用いただければと思います。

次のページは、高校生出前講座の実施校数の実績となります。先ほど見ていただいたのが回数で、こちらが実施校です。同じ学校でも 5 クラスごとに回数を分けてやると 5 回と数えるんですけれども、これは実施校数ですので、その場合であっても 1 校と数えるため、前のページのデータとは数字が一致しませんのでご了承ください。

開講した令和 2 年度の 55 校から、令和 3 年度は私立学校にも実施を拡大したことで 83 校の実施につながっていました。令和 4 年度は成年年齢引下げの当年度ということで 96 校、令和 5 年度は 106 校、令和 6 年度は 110 校、昨年度も 95 校で実施しています。特別支援学校からの出前講座実施の要望はご覧のとおり一定数ありまして、こうした需要にきめ細かく対応すべく、今年度新規で作成する特別支援学校向け教材を活用した特別支援学校での出前講座にも力を入れていきます。

(3)は昨年度の小楠先生からのご助言によって新たに記載した内容ですが、消費者教育講師の派遣実績です。出前講座は主として、県民生活センターの相談員、もしくは県で養成・認定した消費者教育講師が担います。昨年度の講師の派遣実績は、実に 217 回を数えまして、昨年度全体が 284 回ですから全体の 76%を講師がカバーしていることになります。相談員の方々は日々の相談業務で忙しい中、出前講座にもお力添えいただいていますが、それでも各地からたくさんの要望がありますので、消費者教育講師の活躍が出前講座の存在感を高めてくれていると言えると思います。

14 ページには新たに作成する特別支援学校向け教材について記載しています。特別支援学校の高等部で知的障害のある生徒を主な対象としておりまして、現場をよく知る特別支

援教育課にご助言をいただきながら制作を進めています。今後、各県民生活センターにも照会し、実際に教材を使用する立場の方々の意見も反映していとことん現場にこだわった教材にしていきたいと考えています。

資料２－５に移ります。県では例年、消費者教育講師や、県・市町の消費生活相談員等、消費者教育出前講座を行う方々を対象にフォローアップ研修を行っています。効果的な消費者教育出前講座の実施に向けて、講師のスキルアップを図るための研修となります。令和８年度は、知識編として、出前講座の受講者をある程度絞った研修内容を設定しました。第１回で主に高齢者向けの講座を想定したもの。第２回では高校生や若年層向けの内容にしました。第３回では特別支援学校での出前講座をイメージしたテーマを選定しました。あらゆる角度からの知識を積んでいただき、現場での講義に生かしていただければと考えています。ちなみに第２回の高校生や若年層向けのテーマはメディア・リテラシーを選定しまして、先ほど鶴岡先生ご指摘のように情報の真偽を確かめる力が必要ということはその通りで、受講者はもちろんですけれど教える側もそれにしっかりついていかなければならないということで、初めてスマートニュースメディアというメディア側の人に講師をお願いして設定させていただいております。また、実践編として、集合型の研修を実施し、講義と併せて効果的な講座に向けたグループワークや意見交換を実施します。顔の見える関係を築きながら、講師同士意見交換してお互い高め合っていくということになっています。東部会場は既に実施しまして、非常に充実した内容となっていました。

資料２－６に移ります。学校での消費者教育を推進するため、教員向けの研修を行っています。県民生活課主催の消費者教育実践講座は、毎年、教育政策課様との共催で実施しています。消費生活を授業で扱う家庭科教員向けの講座が中心となりますが、多くの先生方に学校生活のあらゆる現場で生かしていただけるよう、全教職員向けと家庭科教員向けの２回に分けまして開催しました。全教職員向けでは「インターネット上の広告と表示を介した若年層の消費者トラブルについて」と題して、テレビなどでもよく出演されている講師が具体的な事例を交えて研修を行いまして、非常にメッセージ性のあるお話をしていただいたと思っています。参加した先生方からも好評でして、具体的な事例を交えてやっていただいたので非常に理解しやすかったという声も届いております。家庭科教員向けでは、授業で活用できる消費者教育の指導のポイント、そして家庭教員同士の意見交換も実施し、そこについても好意的な感想が寄せられております。なお、今週からは教育委員会が管理する研修管理システムでもオンデマンド配信をしており、講座当日に受講ができなかった教職員も、都合がいいタイミングでいつでも研修を受けることが可能となっています。

今年度新たに始めた事業ですけども、消費者教育メールマガジンについてです。主に家庭

科教員を対象として、若者に多い消費者トラブルや授業で活用できる教材を２か月に１回のペースで配信・紹介しています。現在、60 人程度（うち教員は 50 人）の方に登録いただいており、メイン企画として、靏岡弁護士による全５回にわたる解説動画を配信しています。

資料２－７をご覧ください。第２次消費者教育基本計画の重点施策となります、デジタル分野の消費者被害を防ぐ取組についてご紹介します。

まず現状の課題は、何と言ってもネット広告=電子広告による消費者被害の急増です。昨年度の被害件数は 5000 件に迫っています。ここ４年で２倍になっているというのは冒頭に説明したとおりです。被害額は 8.7 億円にのぼり、ここ４年で 3.7 倍と衝撃的な数字となっています。インターネットや SNS を介した消費者被害が深刻化してるのはこちらのデータからも明確に分かります。電子広告による人口 10 万人あたりの消費者被害発生件数は、令和３年度と比べて、40 代 132%、50 代 199%、60 代 311%、70 代 463%、80 代以上に限っては 586%ということで見たことのないパーセンテージとなっています。全世代で増加しているところも特筆すべきポイントです。特に、今申し上げたとおり中高年の被害件数の伸びが顕著となっています。

そこで県の取組として掲げているのは「デジタル社会の変化に応じて世代別にアプローチする消費者教育」です。その他の施策の柱と重なってくる部分はありますが、まずは児童・生徒へのアプローチをご覧ください。学校現場における消費者教育の担い手の資質向上を支援しようと、ここまでご紹介してきた消費者教育講師向けの研修と教員向けの研修で、デジタルに特化したテーマを選びました。いわゆるステルスマーケティング（ステマ）や年代やターゲットを絞って広告を打ち出すターゲティング、ダークパターンといったネット広告を出す側の仕組みと消費者側の心理、両方を知ることで防げる被害があると感じていますので、こういったデジタルに特化したテーマを選ばせていただいています。

次のページです。大学生をはじめとする若者へのアプローチです。若者世代は、進学や就職による一人暮らしの開始や環境の変化により、消費者被害に遭うリスクが高まります。県は、若者世代の消費者被害を防止のために、令和４年度に、県内大学生・専門学校生と協働で啓発動画「ちょっと待った！やばみちゃんシリーズ」を作成しました。若者世代が巻き込まれやすい消費者トラブルや契約の基礎知識について紹介しています。また、令和６年度には、続編として「ちょっと待った！やばみちゃんファミリーシリーズ」を作成しました。こちらは世代を問わず、SNS やインターネットをきっかけとする消費者トラブルを紹介しています。これらのシリーズは県公式 YouTube で公開しており、誰でも見ることができます。学校の授業や、出前講座などで、ぜひご活用いただければと思います。事例として、いくつ

か QR コードとともに載せさせていただいていますけれども、偽サイトトラブルだったり、SNS をきっかけとした投資トラブル、非常に多いと思いますが、デジタル分野を重点的に取上げる内容となっていますので若者にアプローチできたらと考えています。

続いて高齢者世代へ向けたアプローチです。総務省の調査では、おととし令和６年時点で、60 代で８割、70 代で５割の人がスマホを利用しています。県では、令和６年度から、高齢者等に対して、デジタル機器やサービスの安全・安心な使い方やインターネット上の消費者トラブルの対処法等を学ぶ「シニア向けデジタル活用出前講座」を実施しています。講座の対象者としては、スマホはある程度使うことができ、使用する上でトラブルに遭わないための知識を身に付けたい高齢者、また見守る立場の方も受講可能となっています。スライドにあるように、トラブル回避の具体的な方法や契約の証拠を残すスクショの撮り方など、スマホ実技も伴うため消費者教育講師の方を２人派遣して実施するスタイルになります。

勤労世代に向けてのアプローチです。デジタル社会においては、生活が便利になる一方で、誰もが消費者トラブルに巻き込まれる可能性が高まっています。これまで県において啓発に力を入れてきた若者や高齢者だけではなく、30 代から 60 代のいわゆる勤労世代においても、消費者被害が増加している実態があります。実際、令和７年度の「電子広告による消費者被害件数」のうち、６割が勤労世代による被害となっています。令和７年度に作成した勤労世代向け啓発動画「一寸待太（ちょいとまった）シリーズ」３本、そして「ちょっと待った！やばみちゃんファミリー」の啓発動画１本の計４本を、今年度、勤労世代へ向けて YouTube の WEB 広告で配信しています。お盆などの長期休暇でトラブルに遭いやすい８月に１か月、広告配信を行いました。次は、消費者被害防止月間であり、年末でトラブルに遭いやすい 12 月に１か月の配信を予定しています。「一寸待太（ちょいとまった）シリーズ」も県公式 YouTube で配信しています。実際、テンポ良く忙しい勤労世代にも届くかなという内容になっていますので、ぜひご覧いただければと思います。さっきターゲティングの話もしましたけれども、今回 35 歳から 65 歳に絞って、スマホユーザーに対してアプローチしているということで、こちらもターゲティングを駆使して届けたい世代に届けているという形で、消費者被害を防げればと考えています。

県民生活課からの説明は以上となります。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございました。デジタル化の進展とともに、消費者被害の深刻さが増しています。特に若年層にとっては、SNS が身近な存在であり、消費者トラブルのリスクがつきまとう中で、学校での教育が重要となるかと思います。

学校現場では、デジタル分野での消費者被害をどう受け止めているのか、どこに課題があると感じているのかお聞きできればと思います。実際の取組状況や被害状況など関わりのあることであれば何でも構いません。教育現場の様子を教えていただけますでしょうか。

ありがたいことに、先ほど小楠先生から教育関係のご意見やご質問がありましたので、そのことも踏まえながら、教育現場の取組や様子についてお話いただければありがたいです。

最初で大変申し訳ないですが、義務教育課の青木様、いかがでしょうか。

（義務教育課　青木教育主査）

はい、よろしくお願いします。義務教育課の青木と申します。まず小学校中学校の段階において消費者教育については、小学校段階では、お金の使い方や広告等情報から家族の人数を考えたりしながら、商品の選び方を考えるなど、家庭科の授業の中で主に学習しているようなところです。中学校でも、家庭科の授業の中で消費者トラブルやクーリング・オフ等についても学習しているところとなっているのが今の現状かなというふうに思っております。先ほども消費者トラブルについて教えていただきましたけれども、スマホやタブレットに子どもたちが触れる機会がかなり多くなってきているなというふうに思います。学校現場でも、1 人 1 台タブレットがかなり支給されておりまして、そういった意味でも子どもたちの中で、タブレットやスマホも触れる機会が非常に多くなってきたなというふうに感じています。

これによって、家庭の方でもオンラインゲーム等による大きい金額の課金、SNS 等を利用する機会も増えてきていますので、こういった中で気づかないうちに高額な請求をされてしまうというところが、子どもたちにとっては大きな課題になってきているかなというふうに感じております。

これについて、学校現場の方ではこれまでもかなりやってきているところなんですけれども、児童生徒、あと保護者に対しての注意喚起で、学校によっては出前講座を通してより専門的な知識のある方から学ぶ機会というのを設定してきているところではあります。ただ、学校現場で難しいところとしては、実際被害に遭っていても、やっぱり家庭のことになりますので、学校に報告をしないパターンや、学校からも家庭でスマホ等でやってることについて踏み込んで聞いたりするということがなかなか難しいものですから、状況把握がかなり難しくなってきているというところも、課題になってきているところかなというふうに思います。

先ほど消費者被害の発生件数（電子広告による人口 10 万人あたり消費者被害発生件数

（県内））について 20 代以下のところを見ましても、令和 3 年から 7 年の増加率が 121%というところでかなり増えてきてるというところで、より子どもたち保護者に対しても、現在の世の中でこういう被害が起きてるとか、こういう手口で騙すとかそういったことが増えてきてるよというのを子どもたちが知る機会、こういっただましの手口あるんだと子どもたちが実際に気づいて、そういう場面になっても、これは詐欺かもしれないとかそういった気づく、先に知っておくということを学校現場では知らせていく必要があるのかなというふうに感じております。先ほど県の取組として児童生徒へのアプローチというところでも、ご提示いただきましたけれども、こういったことも教員が学ぶ場というのも提示していただきましたので、非常に良い取組だと思いますので、活用できるように周知の方もしていきたいなというふうに感じました。以上です。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。学校で多方面から懸命に取り組んでいても、家庭のプライベートなところまで立ち入るのは難しく、ご苦労されていることが分かりました。また、前もって被害の実態や被害に遭わない方法を児童生徒に知らせておくことが大事という、先々を見通した取組をご提案いただき、大変参考になりました。

続いて高等教育のほうで、高校教育課の杉山様、お願いいたします。

（高校教育課　杉山教育主査）

高校教育課の杉山でございます。よろしくお願いいたします。高校において消費者教育の受け止めなんですけれども、成年年齢の引下げによって在学中に生徒が成人に達し、単独で様々な契約を結べるようになることから、学校現場では消費者教育・金融教育の重要性というのは非常に高まっているというふうに認識をしております。先生方にも強い危機感を持ってというところで、その意識を共有しております。先ほど、鶴岡先生からもお話がありましたように、AI だとか、災害だとか、様々な予測できないような事態も考えられますので、生徒たちには単なる悪質商法からの防衛というところだけにとどまらず、自分たちで自立した消費者として意思決定が行えるような力を身につけてもらいたいというようなところをもって、消費者教育を受け止めているというようなことでございます。

課題としましては、やはり高校生、スマートフォンが日頃切り離せない状況がありまして 1 日の使用時間もかなり大きな問題になっております。そういったところで、スマホの中で何かトラブルに巻き込まれるというのが非常に多くなっているわけなんですけれども、成人に達する、そういったところの成人としての自覚だとか恥ずかしさから、なかなか周囲に

相談ができない。なので、問題が深刻で、被害額が高額になってから表面化するようなケースも少なくないというところが一つ課題になっているかと思います。あと、取組として、学校間だとか、教員間で少し格差が生まれているのではないかなというようなところも課題になっているかなというふうに思います。

例えば、金融経済教育に関しましては、先ほどご挨拶いただいた金融広報委員会のご協力のもと、指定校を定めていて取組をさせていただいているところだとかそういったところに関しては先導的な実践がされているかと思うんですけれども、多くの学校においては、かなりいろいろ授業のコマ数とかも制限されているもんですから、注意喚起中心の座学的なものでとどまってしまっている学校も多いのではないかなというふうに思いますので、県民生活課の方からお話のあった出前講座とかそういったところを充実させながら、全ての学校において実践的な学習が進められるといいのかなというふうに考えております。

今後としましては、全ての高校において今、探究学習というのが進んできているものですから、この消費者教育、金融経済教育、それを探究に絡めてですね、生徒が考えていけると生徒が適切な意思決定ができるような力が身に付けられるのではないかなというふうに思いますし、あと高校の方で学習指導要領においては、公民のいくつかの科目、そして家庭科のいくつかの科目、商業のいくつかの科目で消費者教育を扱っているものですから、そこで教科横断的な授業を実践することによって、それぞれの教科の見方・考え方、これを生かして授業をやっていただけるとかなり柔軟な力が生徒の方に身についてくるのではないかなというふうに思っております。

あとは生徒が相談しやすい、先ほど恥ずかしくてなかなか言い出せないところがあると話しましたが、生徒が相談しやすいようなセーフティネットといいますか、そういったところを生徒に周知させて、何か困ったことがあったらすぐ言い出せるような環境を作っていくことが大事なんじゃないかなというふうに思っております。以上です

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございました。在学中に成年になることもあり難しいところですが、成年年齢が目前、あるいはもう成年に達したという時期で消費者トラブルが迫っているということで、消費者教育は重要かつ喫緊の課題になっていることを痛感しました。探究学習、あるいは教科横断的授業での実践的な学習で意思決定力を身につけることや、セーフティネットを設けるなど、現実的で前向きな取組やご意見をいただき、とても勉強になりました

続いて、特別支援教育課の加茂様いかがでしょうか。

（特別支援教育課　加茂教育主査）

はい、特別支援教育課の加茂です。よろしくお願いします。私たち特別支援教育課の方で、消費者トラブルとして現在、当課で把握できているものはありませんけれども、近年生徒指導案件として上がってくるものの中に、SNS のトラブルというものがかなり多くなっています。児童生徒の生活の中で SNS の問題というところは大きな課題であると感じています。

特別支援学校では、生活を基盤とした教育を展開していきますので、生徒が卒業して社会で生活していくことを考えると、消費者被害というところはとても身近な問題だとして捉えております。今年度、出前講座で使用する特別支援学校用の教材の作成というところも、とりかかっていただいていて大変ありがたいなと思っております。

指導においても、例えばこういうケースは駄目だよ、○○は駄目だよといったようなトラブルケースと対応の１対１で指導していくことが基本になってくると思うんですけれども、本当に様々な方法での消費者トラブルが増えてるなと感じてますので、なかなか１対１の知識のみだけでは十分ではないと思っております。

先ほど高校教育課の方からもお話ありましたけれども、知識にとどまらずに、そこから生徒たちが将来、卒業後に自分たちで消費者被害の問題にあたったときに、早い段階で気づいて判断できるような思考だったり、自分で危ないと気づいて近くの人に相談できるような力を身につけていくことが大事だと思っております。

また、SNS の問題でいうと学校が把握できない部分もやっぱり多いのが正直なところで、家庭との連携は非常に大事かなと思っております。以上です。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。社会に出て生きていく中で、消費者トラブルを回避できることは大事なことと捉えていただき大変ありがたいです。また、お話の中にあった判断する力や危険を予知する力、そして困ったときに相談できる力を身につけることは、特別支援学校の生徒だけでなく、大人も子どもも身につけるべき大事な力だと思いました。SNS に関する問題への対処はプライベートなことになるので、家庭との連携は非常に大事だというご指摘は小中高全てにおいても同じだと思いました。重要なご指摘をありがとうございました。

Web の方で参加されている秋岡先生、小学校での取組、また現場の様子などを教えていただけるとありがたいです。よろしくお願いいたします。

（静岡県教育研究会　秋岡校長）

御殿場市立富士岡小学校の校長の秋岡と申します。県の教育研究会の技術・家庭科教育研究部の代表として出席させていただいております。教育研究会の方では、夏季休業中に静教研といって小中学校の各教科それぞれの研究発表会が行われています。今年度、技術・家庭科に関しては８月６日に行われました。そこで小中学校それぞれ家庭科部の「消費生活と環境」の分科会があり、そちらの方で各地区担当の実践が発表されていました。前日の８月５日に県民生活課主催の教員向け研修があったと思います。とても興味深い内容だったのですけれども、連日だったため、参加しにくい状況が若干ありました。ですので、録画配信等の配慮は大変ありがたいな、後になってももう一度参加して見られるという配慮はありがたいなと思います。小中学校の家庭科教員に「こういうのありますよ」ということで、働きかけは今後もしていきたいと思っています。

また、私は今御殿場市に住んでいますが、御殿場市では夏季休業中に御殿場フォーラムといって、市内の教職員、幼稚園、それから小中学校の教員が合同で研修会を行っています。その中で全体会と別に分科会が７つほどございます。その内の一つに消費者教育部会というのがあります。その部会の中で、参加者は 30 人ぐらいでしたが、講師の先生に来ていただいて、一緒に研修させていただきました。今年度は消費者教育支援センター主任研究員の小林知子先生においでいただいて、なぜ消費者教育が必要なのか、今子どもたちにつけたい力について講義・演習をしました。自立した消費者というのはどういうことなのだろうかということを考えた後、社会課題を自分事として考え、生活と結びつけて考える。その力を育むために、学校ですぐ活用できるような写真ですとか、カード教材を紹介していただいて、実際にグループワークでそれを使った授業プランを考えました。写真というのは、例えば鯨のおなかの中から出てきたゴミ、「こんなにたくさん入ってるよ」という写真ですとか、ゴミ集積場にたくさん溜まっている、いらなくなった衣類の袋、大量の廃棄衣料の写真ですとか、例えば白黒印刷された最近出回っているポテトチップスのパッケージみたいな写真とか実物とか、そんなものが提供されていて、それらを使って授業するのだったらどんなプランが考えられるのだろうという内容で、グループワーク等を行いました。参加者自身が教職員として、自分事として考えて、自分の消費行動を振り返ることができましたし、それらを子どもたちの実態に合った授業プランにするにはどうしたらいいのだろうとグループで相談して考えて発表して共有することもできました。実践的な授業プランを考えるヒントを得られる研修となって参加者の評価も大変高かったと思います。

あと、先ほどのスマホと SNS の問題は小学校でも、もちろんございます。やっぱり使用時間が増えているというのも感じるところはあります。同時に、学校では１人１台タブレットで授業でも扱っておりますので、学校としてはまずタブレットを学習用具の一つとし

て使っていくんだよということを、おうちの方も子どもたちも共通理解をしながら、それ以外の使い方をしたときはきちんと指導したりしながら、大事なのは使い方であることを考えていく機会を設けています。使いすぎによる弊害として考えられるのは、生活リズムが崩れて、そして集中力が低くなって、授業に集中できなくなることで、家庭にも働きかけをしながらやらせていただいております。生活リズムとしては、「朝ご飯、早寝早起き、そして外遊びが大事だよ」ということを伝えながら、SNS に触れる機会ではなくて、そういったことを大事にしていきましょうねという働きかけを学校として行っているところです。以上です。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。静岡県教育研究会における各地区の実践発表、御殿場フォーラムでの消費者教育部会の取組など、多岐にわたって小中学校で消費者教育に意欲的に取り組まれているお話をいただき感謝いたします。

御殿場フォーラムというのは、御殿場市独自で行っているという理解でよいでしょうか。また、毎年やっているのでしょうか。

（静岡県教育研究会　秋岡校長）

そうです。毎年、夏に行われている研修会になりますので、これは市内独自のものになります。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。社会的課題を自分事として捉えること、そこで教員が知見を深めるだけでなく学んだことを子どもたちにどう落とすかというところまで考えることなど、とても有意義な研修になっていると思います。

スマホ等を使うことについても、成長期の子どもは生活リズムが大事で、朝ご飯、早寝早起き、それから外遊びといった生活に必要なことができているかという投げかけは、納得できました。大人の私たちこそ、生活のリズムをきちんとしてからスマホに向き合う必要があると思いますが、それが難しいという大人が多いのかもしれません。成長期の子どもに大事な「朝ご飯、早寝早起き、外遊び」など、非常にためになる話をありがとうございました。

資料 2－7 まで報告のあった令和 8 年度消費者教育の学校現場以外の取組について、構成員の皆様からご意見等がありましたらお願いいたします。市町での取組、ご高齢の方々、あるいは社会人の方々に対する取組など、多様な取組があると思います。こんな取組があると

いうお話などありましたら、お願いいたします。

（県民生活課　秋野課長）

県民生活課長の秋野でございます。皆様それぞれのお立場から重要な視点でのご意見たくさんいただきまして、本当にありがとうございました。複数の皆様から、家庭との連携とか家庭教育というお話が出ました。社会教育課さんがきっと家庭向けの取組もされていると思いますので、その点含めて、よかったら社会教育課さんにも取組の様子を教えていただけたらと思うのですが、いかがでしょうか。

（常葉大学　星野座長）

ご助言いただき、ありがとうございます。では社会教育課の中村様、お願いいたします。

（社会教育課　中村班長）

社会教育課の中村です。社会教育課では、消費者教育に関わる取組としては、家庭教育支援として、子どもたちのインターネットトラブルを未然に防ぎ、安全にインターネットを使えることを目指して、３つの事業を展開しておりますので、そちらをご紹介させていただきます。

１つ目が、県内の小中学校や特別支援学校における小中学校ネット安全安心講座です。こちらは、携帯電話事業者が実施しているスマホ・ネット安全教室をベースに警察職員による実際のトラブルや犯罪事例などの講話もセットで実施できるつくりになっております。児童生徒や保護者が、スマホやインターネットの利便性と危険性、トラブル事例やその処理、回避方法などを学ぶ場となっています。昨年度は 220 校で実施をいたしました。

２つ目が、「家族で話そう!!わが家のスマホルール」ワークシートの配布です。こちらは県内の小中学生と保護者を対象に、フィルタリングや使いすぎ防止など、インターネットの安全利用のための家庭での具体的なルール作りについて普及啓発を図るものになっております。高額課金や偽・誤情報などネットのトラブル事例や危険性について触れ、家庭でのルールなどを家族で話し合って考えるように作られています。また、保護者に対してはペアレンタルコントロールにより、子どもの発達段階に応じて安全な環境を整えることの重要性を啓発しております。

３つ目がインターネットによるトラブルから子どもたちを守るため、家庭でのルール作りについて保護者などへ伝える、スマホルールアドバイザーの養成とアドバイザーによる啓発です。養成講座や研修で、地域ボランティアであるアドバイザーを養成し、各地で保護

者などに向けてフィルタリングの設定やSNS投稿時の注意点といった具体的なリスクを踏まえ、家庭でのスマホルール作りの大切さを伝えていただいております。

社会教育課では、家庭内における情報モラルやネットの安全利用の意識向上を図ることで、青少年期の消費者被害防止に努めていきたいと考えております。以上になります。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。１つ目のネット安全安心講座を県内の小中学校や特別支援学校220校で実施したという実績がすごいと思いました。2つ目の家庭でのスマホのルール作りは非常に大事だと思うので、親子が一緒に考えることができるワークシートの活用を今後も進めてほしいです。それから、ワークシートの活用を広めることができる、3つ目のスマホルールアドバイザーを養成することも積極的に行ってほしいです。スマホを使いこなす人だけでなく扱うのが苦手な人もいますが、情報モラルという点で良識のある大人にルールアドバイザーをやっていただけるとよいと思います。ありがとうございました。

教育政策課の石川様、ご意見、取組について、お願いいたします。

（教育政策課　石川教育主査）

教育政策課の石川と申します。本日様々な話を伺いまして、大変勉強になりました。当課では、県民生活課様と合同で教員向け消費者教育実践研修ということでやらせていただいています。先ほど資料2－6の方でご報告がありましたとおり8月5日に終了いたしまして、現場の先生方から好評をいただいております。

また、9月1日付でオンラインの案内を発出しまして、こちらの方も既にお申し込みをいただいているような状況になっております。リアルタイムオンラインと、それからオンデマンドを併用することによりまして、より多くの先生方に参加をしてもらえるような体制を今後とも県民生活課様との合同で組んでいきたいと思っております。どうぞよろしくお願いをいたします。以上でございます。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。教員向け消費者教育実践講座に続き、オンデマンド配信など、着実に取組がなされていることが分かりました。簡潔かつ分かりやすくお話しいただき、ありがたかったです。

小楠先生の方からもご意見があるということですので、よろしくお願いいたします。

（司法書士会　小楠先生）

小楠です。振っていただいたのに直接関係しないことも含めて、ちょっと意見をいくつか述べさせてもらいます。

まず１つ目が、県民生活課の担当の方にお礼なんですが、消費者教育講師の派遣の状況を数値でお示しいただきましてありがとうございました。この消費者教育講師、ご苦労もされていると思いますし、また日々勉強もしていただいてると思いますので、何か日の当たるような場を作ってやりがいに繋がるようでしたらそれもいいなと思うんで、ぜひ講師の皆さんを励ますような取組も今後引き続きお願いしたいと思っております。

２点目、和田さんと非常に親しく、お話させてもらう機会があったので、やばみちゃんの広告とか、特に高齢者の方のスマホの話が出てましたので、それらについて消費者庁が言うところの消費者志向経営、むしろおそらく大きな企業なんかは割と社会貢献活動=CSR という略称をイオンとかも使っていますけども、そうしたものを県の方から企業さんなんかにアプローチして、例えばこれまでもされてきたと思いますが、お金がかかってなかなか大変だというところを、企業側の社会貢献=CSR なんかに訴求して、JR とか、静鉄、遠鉄とか、イオンとか、そうしたところにやばみちゃんの動画を流していただくようなアプローチができないか。

あと、スマホの関係ではやっぱりこちらで予算とってというと限界がありますので、大手のキャリアですね、ドコモとか au とかソフトバンク、そういったところと何か社会貢献活動でできないのかと。実は恥ずかしながら、ついこのないだ 85 歳のうちの母親が、ちょっとこれ見てくれとスマホを私に見せたときに、ガンガン広告の表示が、×を何回押しても出てきちゃってというような状態で困って、私も分からなくて困ったんですが、私なんかでもサイトを開こうと思って開くと、意図しない広告が画面の一番上に張り付いて、なかなかそれを閉じるボタンが見つからなかったり、そもそもないとか、そんなのもあったりするんで、大手キャリアのリソースをなんか使わせてもらうような、そうするともうちょっと広げられるような気もして、アプローチしてみてはというふうに思いました。

あとはダークパターンという言葉が出てましたので、それは学校教育にも生かせるのかもしれませんが、ダークパターンの対策協会というのが今できまして、そこが認定するとそういうダークパターン使ってないねというようなお墨付きの表示ができますみたいなのが今始まろうとしてるのかな。そうしたところとも情報交換したり、場合によってはコミットしてもらって、大企業の CSR 含めて、うまく県がとりまとめしながら活用できたらなというふうに思いました。

最後、SNS の禁止が海外で…ということを先ほど申し上げたんでその関係ですが、当然

ですが、今ご報告いただいたように教育現場では本当にいろいろな努力をしてくださっているというふうにこれまでもお話を伺っているので、思っています。それにちょっと付け加えるようなことができないかということで、私意見を申し上げますが、日本は今禁止していませんので、禁止していない状況下で、海外でなんで禁止の輪が広がってるんだと、そういうところはぜひ研究・議論してみてもいいのかなと。単純すぎて恐縮なんですが、おそらく教育ではなかなか追いつけない。デジタルの方が進化が早すぎて教育では追いつけないか、あるいはちょっと残念ですが、教育では限界があるというところから禁止というふうに踏み込んでいるんじゃないかなと僕は想像しています。

実はこの後、これが終わったら私闇金の方の相談を受けるんですけれども、何回も何回も借りちゃうんですよね。何回話しても、何回も同じ間違いをして、何回も子どもの学校に取り立ての電話が入ったり、会社をクビになったりみたいなことを、その時痛い思いするんですけど何回も繰り返しちゃう。そういう面もどうしても人間にはあるので、そういうところもあって禁止ということをやってるんじゃないかなと思うんです。なぜ禁止してるのかとか、なぜ日本は逆に禁止しないのかとか、そうしたところを禁止していない日本の環境下で研究することは、もしかしたらSNSの使い方について何か新しい角度で教育というアプローチができる。ちょっと言葉が過ぎていて大変恐縮ですが、無駄なところに教育を一生懸命施していたとしたならば、教育が作用する、効能を有するところにシフトしていってもいいんじゃないかというところからそういう研究があっていいんじゃないかなというふうに思っていますので、ぜひ大変かと思いますが、ご検討いただけたらと思って意見を申し上げます。ちょっと長くなりまして大変恐縮でしたが、私からは意見、以上です。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。消費者志向経営など企業による社会貢献等のCSR（Corporate Social Responsibility）活動、その逆の定期購入をこっそり契約させるなどのダークパターン、そして新しいアプローチとして「海外でSNS禁止になっている国は、なぜ禁止になったのか」を議論や研究するという提案をお話しいただきました。小楠先生の話から、企業の取組や世界のSNS事情と教育など、話が広がりました。ありがとうございます。

続いて、労働者福祉協議会の福田様、取組、あるいはご意見などお願いいたします。

（労働者福祉協議会　福田専務理事）

労働者福祉協議会の福田です。令和8年度の取組方針等についてご説明いただき、ありがとうございます。

私どもは労働者団体であることから、特に勤労世代へのアプローチを積極的に進めていただきたいと考えています。今回の方針では、大学生、高齢者、勤労世代それぞれへのアプローチが示されていますが、勤労世代に働きかけることで、その家族である高齢者などにも効果が波及し、家庭全体への消費者教育の浸透が期待できると思います。ぜひ、勤労世代に対する実効性の高い取組をお願いいたします。

また、可能であればご検討いただきたい点として、企業を通じた情報発信があります。先ほど小楠先生から CSR のお話がありましたが、県内の経営者団体や中小企業団体などとも連携し、企業側から従業員の皆さんへ情報提供を行っていただければと思います。従業員を消費者トラブルから守るという観点からも有効な取組であり、企業を通じたアプローチの推進をお願いしたいと考えます。

さらに、本日も多くの委員から SNS に関する意見が出されていました。資料には YouTube での Web 広告の実施が記載されており、これは大変効果的な取組だと思います。加えて、SNS 上でのインフィード広告などを活用した情報発信も有効ではないかと考えます。予算面の課題もあるかと思いますが、要望・意見として申し上げます。以上です。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございました。CSR による勤労世代へのアプローチ、Web サイトやアプリ内のコンテンツに並んで表示されるインフィード広告による啓発などのご提案、ありがとうございました。

日本青年会議所の大野様、取組やご意見、よろしくお願いいたします。

（日本青年会議所東海地区静岡ブロック協議会　大野会長）

発言の機会をいただきましてありがとうございます。意見というわけではないんですけれども、私たちの団体が設立されてる目的としては地域の課題を解決していくことで、地域が持続可能な状態を作っていくというところがありますので、今日のお話の中で特に印象が残っている点とすると、まさにデジタル分野での消費者被害が増えていて、小学校中学校高校とそれぞれの現場からもそれが課題であるという認識をされているようなご発言がありましたので、そこに私たちの団体としてどのように関わってどのような役割を担うことができるのかということについては、少し考えさせていただければなと思いました。ただ、私自身の任期が今年いっぱいということと、年内の事業計画については全て終了しておりますので、県の JC としては来年以降にはなりますが、私が所属している地域が裾野市になりますので、その近隣においては、これからすぐに何かできることがあれば、ご教示いただ

ければ、対応させていただきたいと考えました。以上です。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。団体として関わるとしたら来年度以降ということですが、まずは大野様自身が地域でできることをやっていただけるということで、心強く思います。

では、社会福祉協議会の松永様、取組あるいはご意見をいただけるとありがたいです。よろしくお願いいたします。

（社会福祉協議会　松永課長）

静岡県社会福祉協議会の松永と申します。よろしくお願いいたします。今回から初めて参加させていただいております。資料の 2－4 の消費者教育の出前講座のところで、民生委員さん等にも出前講座が展開されているというところで、民生委員の活動絡めて説明・意見を申し上げます。自分が所属しています静岡県社会福祉協議会で、静岡県民生委員児童委員協議会の事務局を受託しているというところで、静岡県内ですと、約 7000 人の民生委員児童委員の皆様がいらっしゃって、日々地域福祉の要として活動されてるんですけれども、民生委員児童委員の皆様、大きく 2 つの役割があり、1 つは地域住民の生きづらさを抱えてらっしゃる方とか生活上の困難さを抱えている方の発見とか把握をする役割。もう 1 つは発見・把握した方々を必要なサービスとか機関とか制度に繋ぐ役割。発見とつなぎの大きく 2 つの役割があり、日々活動をしていただいています。

県社協としての市町の民児協の支援ということで、県社協職員が講師役になる出前講座を大体年間 10 本ぐらいやっているんですけれども、大きくは地域福祉の動向だったり、あとは地域防災とか、権利擁護などのテーマで県社協職員が講師役になります。特に地域防災のところでは、今回の資料でもありました、大規模災害時の災害に便乗していろんな悪徳商法が要は二次被害みたいな形で必要以上の金銭を請求して地域住民にお金を払わせるみたいなところがありまして、直近ですと昨年の台風 15 号で牧之原市と吉田町で大きな被害があって、県内全体ですと 2000 棟を越える住家が被害に遭ったんですけれども、台風 15 号では竜巻の被害があったので屋根の被害が大きかったですね。そういったところで、屋根の修理をしますよと訪問をして多額のお金を請求するということで被害もたくさんあったと聞いていますので、県社協の出前講座を通じてまずは発災直後に悪徳商法から地域を守るように地域全体で見守るような目を持っていきましょうという話もしていますけれども、民生委員さんの本当に必要な役割だと思いますので、民生委員さんの活動と絡めたお話をさせていただきました。ありがとうございました。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。竜巻の直後から屋根の修理に関する便乗商法がいくつもあったことを教訓に、民生委員や児童委員が発見・把握し、必要なサービス・機関・制度に繋ぐという役割が、災害後の２次被害を防ぐことを委員に自覚してもらい、地域全体で見守るような目を持つことを社協の出前講座で呼びかけているという取組をお話しいただきました。体験から得た教訓を生かした貴重な取組を教えていただき、ありがとうございました。

続きまして、議題の３つ目、県民生活センター等からの報告について、資料３－１から資料３－４まで各県民生活センター、賀茂広域消費生活センターに説明をお願いします。東部県民生活センターから始まり、中部、西部、賀茂の順にお願いいたします。

（東部県民生活センター　鈴木班長）

東部県民生活センター、鈴木と申します。よろしくお願いします。それでは東部県民生活センターの取組状況を説明させていただきます。

まず資料３－１をご覧ください。１のところですが、６月 24 日に関係者が参加し、第１回の東部・賀茂地域消費者行政推進連携協議会を開催いたしました。当協議会は、市町関係としては、伊豆半島から富士市以東までの 20 市町、あと賀茂広域消費生活センターが構成員となっていて、構成員が多いことなどから、事前に調査票を配付しまして、議題として討論したい内容を市町から提出していただいて、その内容を踏まえて協議会を実施しております。その中で提出のあった内容ですが、比較的人口規模が多い町の話ですが、啓発活動を協力してもらっていた消費者団体さんが、構成員の高齢化等によって、地域における活動が縮小になって、場合によっては存続が危ぶまれているという問題で、他の市町はどうですかと状況を確認する議題をいただきました。消費者団体等、どんな組織でもそうだと思いますが、日本全体が高齢化社会にありますので、当然のこととして、いろんなところに問題が生じている。人口高齢化の問題はもう壮大な問題ですので、対応が難しい問題ではありますが、そういった形で悩まれてるということで、議題として、消費者団体等の存続についての情報交換を要望された市がありました。

このような消費者団体と協力関係にある行政の立場の方々が参加している会議ですが、各自治体においても同様の傾向は見受けられます。行政職員が、消費者相談専任の仕事をしている自治体は比較的大規模な市に限られていて、小規模な町ですと、消費者行政以外の他の業務を兼務していたり、数少ない消費生活相談員さんが対応するという状況で、マンパワーが不足しております。新規の消費生活相談員を募集しても、相談員が確保できない状況も

あります。また、運営上少ない相談員さんで対応しているので、例えば、市町単独で出前講座等を実施しようとしても、なかなか時間的な理由とか、経験が積みにくいとかで、実施する上でご苦労されている旨の報告もありました。

２に移りまして、当所の消費者教育出前講座の実施状況ですが、この表に掲げてありますように、令和７年度と今年度の４月から７月までの４か月分の数字を挙げておりまして、括弧書きは前年度分、括弧書きでないものが、今年度の数字となっております。受講者数は昨年１年間は 5,604 人、今年の４月から７月は 1,065 人です。学校と一般に大きく分けておりますが、この区分の趣旨としては、学生に重点を置いて教育をしていくことが、重要であると考えているためです。

続いて３ですが、当センターにおける消費者被害防止キャンペーンの啓発事業の内容です。主だったものは、５月の消費者月間、12 月の消費者被害防止月間です。そのあたりを記載させていただいております。５月の啓発では、警察官の方が警察の制服を着ていただいて配布を実施しました。ビラを配ってると、誰が配布しているかわからないので、なかなか受け取りにくいのかなという感じもあるので、警察の方がいることによって、受け取っていただける確率も高いのかなというふうに思っております。あと、市町が単独で主催する街頭キャンペーンもありまして、市町からお声がけいただいて、当所の所長、次長等が参加させていただいております。このように、県が啓発活動にも参加させていただいているので、またお声をかけていただければ、都合のつく範囲において参加させていただく方針ではあります。東部からは以上です。ありがとうございました。

（中部県民生活センター　小川班長）

それでは続きまして、中部県民生活センターからご報告をさせていただきます。私、中部県民生活センター消費者行政班の小川と申します。よろしくお願いいたします。ご覧の資料の 21 ページ、資料３－２の内容に沿って、当センターの取組状況についてご報告をさせていただきます。

まず、１、令和８年度第１回中部地域消費者行政推進連携協議会につきましては、中部管内の各市町、県消費者団体連盟、中部支部、それから県高等学校家庭科教育研究会中部支部の皆様にご参加をいただきまして、６月 18 日（木）に開催をしたところでございます。議題につきましては、（４）に記載しているとおりでございます。この中から消費者行政に関する議題といたしましては、本県の令和８年度の消費者教育推進の取組予定について、情報共有をいたしました他、各参加団体ですね、管内の市町、それから県消費者団体連盟中部支部それぞれの消費者教育の取組について、これは主に内容としては出前講座の実施状

況でございますけれども、情報共有を行ったところでございます。

次に、2、令和 7 年度消費者教育出前講座実施状況につきましてご報告をいたします。令和 7 年度の講座実施状況につきましては、県中部地域の高校、大学、専門学校、それから地域の高齢者の方のコミュニティ等におきまして、消費者トラブル未然防止等をテーマに、計 68 回の講座を実施いたしまして、6131 人の県民の皆様に受講をいただいているところでございます。

内訳につきましては、こちらの表に整理しているとおりでございますけれども、高校及び特別支援学校高等部において、学生と保護者を対象に実施したものが 40 回、大学と専門学校で合わせて 2 回、それから高齢者及び高齢者の見守り者（見守りの方等）をですね、対象としたものを 20 回。それから企業からの申し込みをいただきまして、新社会人の方等を対象とした講座を計 4 回実施してございます。

また、表中、令和 8 年度の実績として、4 月から 7 月までの 4 か月の実施数値を参考値として括弧書きで併記しております。例年、主に高校の講師派遣の希望時期が、1 月から 2 月頃に集中する傾向があるものですから、こちらあくまで参考値としてご覧いただければと思っております。

最後に、5 月の消費者月間の啓発の取組として行っております街頭キャンペーンの実施状況についてご報告をいたします。令和 8 年度の実施状況につきましては、3、令和 8 年度街頭キャンペーンのところに記載しているとおりでございます。例年、同じ内容ではございますが、5 月 20 日（水）の午前 9 時半から 20 分程度、啓発グッズ等をお配りしながら、県民の皆様に消費者トラブル防止のための情報提供や、相談窓口の利用などを呼びかける街頭キャンペーンを、JR 静岡駅コンコースで実施しております。

当センターからの説明は以上でございますが、最後に既に公表させていただいておりますけれども、当センター来月 10 月に駅前のビルから、静岡市駿河区有明町の静岡総合庁舎に移転をいたします。移転後も引き続き消費者教育に取り組んでまいりますので、引き続きどうぞよろしくお願いいたします。以上でございます。

（西部県民生活センター　大石班長）

西部県民生活センター消費者行政班長の大石です。よろしくお願いいたします。それでは 22 ページ、資料 3－3 をご覧ください。当センターの取組状況について説明いたします。

まず 1 つ目は、西部地域消費者行政推進連絡協議会です。今年度、第 1 回目を 6 月 15 日に開催いたしました。議題は他のセンターと同様ですが、構成員からの情報提供として、毎回アドバイザーの先生方にホットな話題を、事例を交えて提供いただいています。

次に消費者教育出前講座です。昨年度実績は記載のとおりですが、今年度は高校生向けの講座の申し込み方法を変更したため、昨年度に比べ、実施回数が減少すると思われます。また、消費者教育講師が減少しておりまして、限られた数名の方に頻繁にお願いしているというような状況にあります。

次に就職フェアにおける啓発です。西部管内で開催される就職フェアで、就活生・参加企業双方に向けて啓発を行っております。会場によっては、直接接することができる貴重な機会となっております。

それでは 23 ページをご覧ください。消費者月間のキャンペーンです。5 月の消費者月間に浜松駅周辺での街頭キャンペーンと、浜松総合庁舎内でのパネル展を行いました。街頭キャンペーンでは、高齢者を狙った事件が続いていた時期であったことから、特に年配の女性から、知らない番号の電話に出ないとか、玄関を開けるときには慎重にするといった声が聞かれました。

最後に、その他の取組を 3 点紹介しますが、1 箇所修正をお願いします。「県広聴広報戦略課」とありますが「広聴」を削除願います。正しくは、「県広報戦略課」です。

話を戻しまして 1 点目です。イオンモールのデジタルサイネージを活用した啓発です。年間を通じて、月替わりで映像配信を行っています。9 月は屋根修理の訪問販売の事例を 1 分小話としてまとめたものを配信しています。2 点目は、Instagram です。エシカル消費に関する配信を月 1 回程度行っています。3 点目は Facebook です。見守り新鮮情報の中から、タイムリーな話題を不定期に配信しています。直近では、震災に便乗した悪徳商法に注意という情報を配信いたしました。西部県民生活センターからは以上です。

（賀茂広域消費生活センター　松久所長）

はい、賀茂広域消費生活センターの松久でございます。それでは、資料 3－4、24 ページをもとにご説明いたします。

こちらの賀茂広域消費生活センターは、県と加茂地域の 6 市町で共同設置した消費生活センターになっており、令和 7 年度は、出前講座を 12 回実施し、638 人の方に受講していただきました。高校生消費者教育出前講座をはじめ、若年者を中心とした契約の基礎知識や、若者に多い消費者トラブルなどをテーマとした若年者向けの出前講座を、中学校 1 校を含めまして実施いたしました。また、賀茂地域は、高齢化率が高い地域であり、高齢者の被害やトラブルは非常に多いということもありますので、こちらは見守り者を対象にして消費者トラブルの防止対策をテーマとした出前講座を行っております。

啓発活動になりますが、5 月の消費者月間及び 12 月の消費者被害防止月間に当センター

と、管内の市町の担当者、また下田警察署と合同で街頭キャンペーンを実施しております。

この他、年に 3 回、最新の消費者トラブルの事例と対策に関するチラシ「くらしが変わるカモ！」を発行して、市町の全戸回覧をお願いしている他に、下田市を拠点とする株式会社下田ケーブルテレビ放送様の協力のもと、毎月 30 分程度の啓発番組を放映していただいているところです。これ以外に市町の広報紙を活用した啓発を実施しております。

今後の課題と取組に関しましては、消費者被害やトラブルに遭いやすい高齢者や障害者、また悪質業者に狙われやすい若年者に対して、より効果的な消費者教育や啓発を行っていく必要があると考えております。そのために高齢者、障害者、若年者だけでなく、見守り者や保護者への消費者教育・啓発にも取り組んでいく必要があると感じております。賀茂広域消費センターからは以上になります。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございました。ただいまの説明に対して、ご意見・ご質問等ありましたら、お願いいたします。

特に無いようですので進めさせていただきます。

活発な議論を先ほどいただきましてありがとうございました。静岡県消費者団体連盟の小林様から本日配付している資料についてご紹介をお願いいたします。

（消費者団体連盟　小林顧問）

静岡県消費者団体連盟の小林です。大変お世話になっておりまして、ありがとうございます。替え歌「食品ロスはもったいない！」という歌詞を配らせていただきました。

私ども地元の会では 30 年ぐらい前から「幼児期からの消費者教育」というのをさせていただいているのですが、今回、地元の芝川リズムというこども園で 3 歳児から 5 歳児を対象に、「元気ッズの歌」というのを作りまして、「3 色の歌」、「食品ロスはもったいない！」の歌など、いろいろなことを子どもたちにパワーポイントで大きな画面で紹介しました。その時に、やはり消費者教育というのは、幼児期から非常に大切だなと改めて思いました。「幼児に教育しても分かんないんじゃないの」という声もありましたけれども、そうではなくて、やはり幼児期に刷り込む形で、歌を通して教えることの大切さを感じております。

それから、啓発が非常に大事だなというのは、私どもが県の委託事業を受けて、出前講座をさせていただいている中でひしひしと感じていることなのですけれども、いろいろな詐欺被害も手口の流れがなかなか分からない。報道されている金額、そして大まかなところだけでは、「どうしてこんなに簡単に引っかかってしまうのかしら？金持ちだから引っかかる

んだよね」ぐらいで終わってしまうのですけれども、そうではない。その流れを詳しく知りたいということで、シナリオ書いているものですから、当該警察署にあちこちお電話させていただいて、裏を取ってからシナリオにしております。そのようなことで、しっかりと手順がわかる啓発をすることで、このような巧みな手順でくるのかと、自分も流されるかもしれないなと気づいてくれる方が多くいるということ。1 人でも多くの方に啓発をするということの大切さを本当に感じております。

あと、小学生、中学生などにも非常に効果があります。昨年、実は静岡のあるグループで三世代が参加してくれた講座がありました。その中で、食の講座と被害防止の講座をしましたところ、講座を受けた子の 1 人が今年小学 4 年になったのですが、家の固定電話に見知らぬ番号から電話がきた、それをうっかり取ってしまったところ、音声ガイドが流れたので、これはまずい電話だと分かってすぐ切ったとのこと。その子のお兄ちゃんは小学校 6 年生なのですけれども、やはりスマホに夏休みの間に 6 件も見知らぬ番号から着信があった。全部無視して削除したというふうに、小さな子でも一度でも耳にしていればそれなりの対応ができる。家族の中でそういう共通した話題で話し合えるということがすごく大きな効果に繋がるのじゃないかなって感じております。

それと今日の会議を聞かせていただいておりまして、本当に裾野は広がりまして、消費者教育が充実してきているのを実感しております。ありがとうございました。

（常葉大学　星野座長）

どうもありがとうございました。消費者団体連盟の取組を交えて、資料についてお話しいただき、ありがとうございました。皆様の取組や意見のご感想もいただき恐縮です。

最後で申し訳ありませんが、オブザーバーという立場でご意見ご感想をいただければありがたいです。静岡県生活協同組合連合会常務理事の清水様、よろしくお願いいたします。

（生活協同組合連合会　清水常務理事）

静岡県生活協同組合連合会の清水と申します。本日は様々、詳細にわたってご説明をいただきましてありがとうございます。

やはり毎日のくらしの中のすぐ隣、身近なところで消費者トラブルがある中で、本当に消費者教育の大切さを改めて実感いたしました。近年、SNS トラブルも含めこちらの被害が大きいということで、生活協同組合も組合員の皆様の組合活動の中でも、そういうトラブルあるよという啓発もやってはいるんですけれども、やはり毎日の生活の中で皆さんに身近なこととして捉えていただくということを心がけていきたいなというふうに感じています。

生活協同組合でも、お伝えしたいことをいろいろなキャンペーンですとか、イベントを通じてお伝えしているということも多いんですけれども、消費者トラブルは個人で解決するのがすごく難しいことだなというのはいつも感じていて、先ほどの話でも、なかなか相談しにくいとか、そういう環境にあるということは、本当にそのとおりだと思っておりまして、まずは相談できるところがあるよというのを強く伝えていくことが本当に大切なんだなと感じました。相談できるところがあるということと、繰り返しになりますけども、個人で解決するのが難しいとまず知っていただくことで、少しでも敷居が下がるというんですかね、相談の敷居が下がることにつながればいいなというふうに思っております。

あと、配慮の必要な特別支援学校ですとか、あと児童自立支援施設と言うんですか、そういうところで生活している子どもたちにも、やはり自分たちの生活を大事にして過ごしていくための、何かそういう術を身につけてもらうっていうことで、特別支援の先生向けの動画とか教材とかもたくさんあるということを伺ったので、また事業所とかそういうところの職員の方にも何かの機会にお伝えすることができればいいなというふうに思いました。本当に感想になりますけれども、ありがとうございました。

（常葉大学　星野座長）

ありがとうございます。これまでの内容を踏まえて、生活協同組合での取組や課題を織り交ぜながら、消費者教育の大切さについてお伝えいただき、感謝いたします。また、全体を通してのご感想もいただきありがとうございます。

協議会メンバーの皆様、及び事務局の皆様、御協力いただき、ありがとうございました。時間の関係もございますので、本日はここまでにしたいと思います。進行を事務局にお返しします。

（県民生活課　柴田班長）

星野座長、構成員の皆様、ありがとうございます。最後に県民生活課長の秋野より一言ご挨拶を申し上げます。お願いします。

（県民生活課　秋野課長）

県民生活課長の秋野でございます。本日は皆様大変お忙しい中で、この県域協議会にご出席をいただきまして誠にありがとうございました。そして、星野先生、座長をお務めいただきまして誠にありがとうございました。

皆様にはこの会議へのご出席にとどまらず、啓発資料の配架ですとか、出前講座や研修の

講師をお務めいただいたり、それから会議中にもお話が出ましたけれども、新しい特別支援学校向けの出前講座の資料作成にあたってご協力をいただいたり、またまた会員事業者さんにエシカルマルシェにご参加をいただいたり、全ては言い尽くせなくて恐縮ですけれども、消費者教育、そして広く消費者行政に日頃ご協力を賜っておりまして、改めましてお礼を申し上げます。ありがとうございます。

悪質商法、時制時流に応じて手を変え品を変え展開をされており、現在で言えば、大きな特徴の１つは会議中も再三お話ございましたように、デジタルを介したトラブルが増加しているということだと思います。そして一方で、伝統的と言ってしまっていいのかですけれども、点検商法につきましても、内容を少しずつ変えながら後を絶たないという状況でございます。

こうした中で県といたしましては、消費者向けの啓発、消費者教育の内容を工夫しながら、実施をしていく必要がございますけれども、今日皆様から新しい視点ですとか、今後生かしていくべき現場の課題感、それから実施した効果的な取組やその中での県民の皆様の反応ですとか、いろいろ大事なご意見をいただきました。本当にありがとうございました。

我々引き続き、県民の皆様の安全安心、それから自立した消費者の育成ということに向けて取組を実施してまいりますが、また実施段階・検討段階で個別にご相談をさせていただくこともあるかと思いますけれども、ぜひ可能な範囲でご協力いただけましたら大変ありがたく存じます。引き続き、よろしくお願いいたします。また、本日は本当にありがとうございました。

（県民生活課　柴田班長）

では以上で、令和８年度第１回静岡県消費者教育推進県域協議会を終了いたします。本日はご出席いただき誠にありがとうございました。

次回は、年明けまして２月か３月頃に第２回目を実施予定でございます。改めまして、日程の調整のお願いをさせていただきますのでどうぞよろしくお願いいたします。