

令和7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、事務局からお願いがございます。

リモートで御参加いただいている方もいらっしゃいますので、会議中に発言される際は、最初にお名前をおっしゃっていただいてから、お話しいただきますよう、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者名簿のとおりです。会場に10人、リモートで9人が御参加いただいております。リモートで御参加いただいている皆様におかれましては、発言されている時以外は、マイクをオフの状態にし、発言される時のみ、オンにさせていただきますようお願いいたします。

それでは、令和7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。

出席者名簿に○新のマークがある方は、新任者として、本年度新たに本協議会に御参加いただく皆様です。どうぞよろしくお願いいたします。

なお、例年はここで新任の方に一言御挨拶いただいておりますが、本年度は時間の都合により、御紹介は名簿にかえさせていただきます。

ここからは、鶴岡座長に進行をお願いしたいと思います。鶴岡座長よろしくお願い申し上げます。

(弁護士会 鶴岡座長)

おはようございます。本協議会の座長を拝命しております、静岡県弁護士会の鶴岡と申します。よろしくお願いいたします。

今回の協議会は静岡県消費者基本計画に関連することが大部分を占めておりますので、おなかいっぱいになるかもしれませんが、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も設けておりますので、構成員の皆様には、様々な御意見をいただけたらと思います。毎回、各1回ずつは御発言いただくということで、こちら指名しておりますので、どうぞよろしくお願い申し上げます。

まずは、議題の1つ目「静岡県消費者基本計画の総括評価について」、事務局から説明をお願いします。

(県民生活課 林主任)

資料1-1を御覧ください。構成員の皆様には、静岡県消費者基本計画のうち、主に、消費者教育推進計画として位置づけている大柱1「自ら学び自立し行動する消費者の育成」の進捗状況について確認をお願いしたいと思っております。

静岡県消費者基本計画は、令和4年度から令和7年度の4年間を計画期間としており、現在4年目にあたっております。計画の推進にあたりましては、この県域協議会におきまして

は主に消費者教育の部分の進捗状況を確認していただき、進捗状況と成果を評価した上で、社会経済情勢の変化にも対応しながら、PDCA サイクルによる継続的な改善を図っていくこととなっております。

今回は、次期計画作成のため、現行計画の指標に関する昨年度の現状値とともに、総括評価として、これまでの主な取組の成果及び今後の課題と方向性について御報告いたします。

評価区分は静岡県の総合計画の評価方針に準じて行っており、具体的には、資料 1－1 の 2 ページ目に記載をしているところでございます。

なお、これまでの進捗評価一覧につきましては、数字のみとなりますが経年の評価も確認できるように、資料 1－2 としておつけしているため、参考としていただきたいと思います。

続きまして、資料 1－3 を御覧ください。こちらが総括評価書の案になっております。今回の評価書案につきましては、本日の県域協議会と、8 月 6 日に予定しております消費生活審議会において内容を確認していただいた上で、年度内に公表することを予定しております。

静岡県消費者基本計画では、計画全体の成果を表わす 1 つの成果指標と、施策・取組の進捗状況を示す活動指標を大柱ごとに 2 つ、合計 9 つの指標を設定し、消費者行政施策を展開して参りました。この 9 つのうち 7 つが目標達成に向けて順調に推移しておりますが、うち 2 つは目標達成に向けて、より一層の推進が必要となっております。

本日は、計画全体の成果を表わす成果指標と、消費者教育推進計画に位置づけている大柱 1 の指標 2 つ、また、消費者教育に関連しております大柱 4 の 1 つ目の指標につきまして、項目ごとに簡単に御説明申し上げます。

まず、成果指標を御覧いただきたいと思います。成果指標につきましては、消費生活相談における被害額が指標となっております。概況といたしまして、消費者教育、消費者相談対応、事業者指導等の実施により、消費者被害の防止と救済に努めて参りましたが、SNS やインターネット広告で勧誘される投資などの儲け話等、1 件あたりの被害が高額なトラブルが増加したことにより、県全体の被害額が増加いたしました。2024 年度の被害額は 488 千円となり、2020 年の基準値である 329 千円よりも高額となりました。

消費者教育に関連する主な取組と成果といたしましては、2022 年 4 月の成年年齢引下げに対応するため、高校生消費者教育出前講座を重点的に実施したほか、高齢者や地域の方々を対象とした消費者教育出前講座を実施し、契約についての知識や消費者被害の現状についての理解促進に努めてきたところでございます。

今後の課題と方向性として、引き続き相談、教育、指導・処分に取り組んでいく一方で、近年はインターネット広告をきっかけとした投資詐欺など、犯罪行為が疑われる相談が急増しており、このような相談につきましては、消費生活相談の範囲を超えているにも関わらず、被害額が高額であり、全体の平均被害額を大きく押し上げる要因となっていることから、次期計画におきましては、より適した指標を検討する必要があると考えていると

ころでございます。

続きまして、7 ページを御覧ください。大柱1「自ら学び自立し行動する消費者の育成」につきましては、消費者市民社会の実現に向けて、消費者教育や消費生活に関する情報提供の充実を図り、2つの指標、いずれにつきましても目標値を達成しております。

主な取組と成果といたしまして、イベント開催や情報提供によりエシカル消費の普及啓発に取り組んだり、積極的に出前講座を実施し、契約についての知識や消費者被害の現状についての理解促進に努めて参りました。また、デジタル化の急速な進展に伴う高齢者の消費者トラブル防止のため、新たな消費者教育講師の育成も実施いたしました。

今後の課題と方向性としては、エシカル消費については、認知度が27.5%と依然として低いことを踏まえ、引き続きイベントやSNS等を活用し、普及啓発に取り組んでいきたいと考えております。また、近年、インターネット広告をきっかけとする消費者被害が増加し、被害回復がより一層困難になっていることから、市町とも連携しつつ、引き続き消費者教育出前講座や情報提供により、消費者被害の未然防止を図って参ります。

続きまして、10 ページを御覧ください。大柱4の消費者・事業者・行政機関のパートナーシップの強化のうち、指標の1つ目、高齢者及び見守り者への消費者教育出前講座実施回数が、消費者教育に関連する指標でございます。こちらの指標につきましては、目標値60回のところ、昨年度96回実施をしております、目標を達成しております。

主な取組と成果といたしましては、市町と連携し、地域の集会等での既存の講座を活用した高齢者及び見守り者向けの消費者教育出前講座を実施することで、講座を主催したり、講師を派遣することが困難な市町においても消費者教育を受けられるような体制を整備して参りました。

今後の課題と方向性としては、消費生活相談における高齢者の方の割合が依然として高いことを踏まえ、引き続き、市町と連携しながら、高齢者及び見守り者を対象とした消費者教育出前講座を実施して参ります。

資料1－3についての説明は、以上となります。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございました。ただいま事務局から説明がありましたけれども、御意見、御質問等ございましたら挙手でお願いいたします。今、若者の消費者教育というところと、最後に高齢者及び見守り者への消費者教育というところが出ていたのですが、では私の方から、最後の大柱4に関連しているんですけども、消費者安全確保地域協議会の話が出ておまして、これは結局今、2022年度以降に5市町の方で協議会を設置したということですが、未設置のところはまだ残っているのでしょうか。

(県民生活課 林主任)

現在、静岡県内35市町ございまして、そのうち設置しているところが7市町ですので、

28 市町はまだ未設置です。

(弁護士会 鶴岡座長)

そうすると、やはりまだ全然数が少ないものですから、ここの設置する成果なんですけれども、ここがかなりやはりこうやっていかないと、全然少ない状況なものですから、構築もなかなか一朝一夕にできるわけじゃないんですけれども、一番最後にも書いてありますけれども、少し何か目標を掲げて、例えば1年間で何市町やっていくとかそれぐらいやってもいいのかなというふうに感じたところでございます。意見みたいな感じですけども、いかがでしょうか。

(県民生活課 林主任)

ありがとうございます。今後の目標を立てる中で、参考にしていきます。

(弁護士会 鶴岡座長)

ありがとうございました。小楠先生何かございますでしょうか。

(司法書士 小楠先生)

小楠です。今座長から御指名いただきましたが、座長がおっしゃられた点は私も気にしていますので、どうぞ、引き続き、なかなかね、みんなお仕事いっぱいあって大変なので、なかなか進まないかもしれませんが、諦めずに頑張ってもらいたいし、私も協力したいと思っています。ここの部分は、私はこれぐらいです。

(弁護士会 鶴岡座長)

ありがとうございました。特に若者の消費者教育に関連して、星野先生何か御意見とか御質問等ございますでしょうか。

(常葉大学 星野先生)

高齢者の方で意見があるのですが、若者の方がよいですか。

(弁護士会 鶴岡座長)

高齢者でも結構ですよ。大丈夫です。

(常葉大学 星野先生)

高齢者に関して、大柱4のところですが、講座の回数が増えていることはとても良いと思います。それから安全確保地域協議会について、設置数がまだまだ少ないとは言え徐々に増えてきているので、これからさらに増えることを期待したいと思います。

それから、高齢者の見守り者に講座を行っているのもとても良いと思います。さて、この見守り者の中には前期高齢者そして 50 代～60 代前半の方々が結構いると思われます。後期高齢者になるまでまだまだ時間があり、詐欺に引っかかるような高齢者ではないという意識がある見守り世代の方は消費トラブルについて自分事と考えるのは難しいのですが、それを逆手にとって、この見守り世代の方々に後期高齢者の方々や、見守り者ではない同世代の方々への啓発の担い手になっていただいたら良いのではないかと思います。皆さん長寿になってきていて、8050 問題が 9060 問題となってきた今、後期高齢者の子供世代にあたる 50 代そして 60 代の人たちも消費者トラブルに遭わないための知識や心構えが必要です。特に、見守り者ではない同世代の後期高齢者予備軍は、誰でも高齢者になるので、この言葉が妥当かわかりませんが、自ら望まない限り消費者トラブル未然防止のための講座に参加することがないと推測します。講座を受講した同世代の見守り者が講座の必要性を説き、受講を呼び掛ければ、参加するのではないのでしょうか。見守り者など講座を受けた方々を中心に地域安全のための協議会を組織することも可能かと思います。

高齢者と見守り者向けの講座の参加者がこれだけ伸びてきているというのは大事なことで、関係者の日々の努力があつてのことだと思います。協議会の設置においては、講座の必要性を理解している見守り者世代の方が鍵になるのではないかと考えます。この方々に啓発事業に協力してくれるよう働きかけをしたらいかがでしょう。

ところで、この協議会設置のために何らかの働きかけを行っていると思いますが、実際にどんなことをやっているか気になっております。

(弁護士会 鶴岡座長)

何かありますか。

(県民生活課 林主任)

今御質問いただいた安全確保地域協議会の設置に向けた働きかけなんですけれども、まだ設置していない市町の方を回りまして、メリットですとか、こういうふうにやったらできますよという御説明を差し上げたり、あと、東部、中部、西部のそれぞれの地域で消費者団体の方とか市町の方とかを集めた連携協議会というものを実施しておりまして、そちらの場でも実際に設置した市町に御講演いただいて、こんな良いことがあったよとか作るときこんな大変なことがあったよというお話をいただいたりですとか、今年度は、設置した市町の皆様にアンケートを行いましたので、アンケートの結果を共有する形で、メリット等を共有したところですが、やはりなかなか先ほど小楠先生等からもお話がありましたが、市町の皆様非常にお忙しいので、なかなかメリットを説明するだけだと少しまだ足りないかなというところですので、設置促進に向けて、今後の情報提供のやり方等についてはまた考えていきたいと思っているところでございます。ありがとうございます。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございます。

(常葉大学 星野先生)

設置に向けて、連携協議会に働きかけるなど、色々な取組をされていることがわかりました。僭越ですが、やる気のある市民団体に地域協議会を委託する、あるいは、関心のある市民に参加を呼び掛けるなど、効率的な方策をとることもやってみたらいかがでしょう。関心のある市民というのは、関連講座や講演に積極的に参加する方や消費者教育講座の講師登録している方などで、主体的に関わることでできる人たちであると思います。とはいえ、確かに市町の職員の方は日々忙しく、人材を募って協議会を組織するとなるとより仕事を増やすことになるため、設置及び運営を主体的に関わっていただける市民（本会議関係者及びOBなど）や団体連盟所属の市民団体などに一部委託して行うのも良いかと思われます。

市民の方々を中心にした協議会がニーズに合った活動を行えば、住んでいる人たちが自分の町の皆を守っていこうという気持ちが芽生え、さらに自分たちが主体的に町を住みやすくしていることに誇りを持つことで「シビックプライド」が高まると思います。大変ですが、関係の皆様は御支援いただき、設置に向けて取り組んでいただけると嬉しいです。

(弁護士会 靄岡座長)

本当に今は、主体的に皆さんに参加していただくという視点で非常によろしいかなと思いますので、ちょっと見ていくと、2022年度以降に協議会の設置ができたのが、南伊豆とか川根本町とか結構高齢者率が非常に進んでる町が多いと思うんですけども、やはりそういうところというのは重点的に回っているというイメージでいいんですかね。もうそういう何度でも行くような感じになっているんですかね。

(県民生活課 林主任)

特に過疎化とか高齢化しているところを重点的に回っているというわけではなく、やはり小さい町の方が協議会ができているのは、元々小さい分、動きが早いというか元々密接な関係がある、そういうのは大きいのかなと思います。

(弁護士会 靄岡座長)

逆に大きい都市の方がなかなか困難というのはあると思いますね。分かりました。
小楠先生どうぞ。

(司法書士 小楠先生)

小楠です。安全確保地域協議会の話になりましたので、そこで私意見を述べる予定ではなかったのですが、熟慮はできていませんので、恐縮なんですけど、もし協議会のメン

バーに警察が参加して、特に詐欺の被害者の情報等がそこで共有できたというふうには個人的には思っています。おそらく今の詐欺被害については、予防とか再発防止という意味では警察だけでは当然手に負えませんので、そうしたところを協議会でもし担えるものなら、一つ何か実効性のある活動ができるんじゃないかなというふうには個人的には思っています。以上意見です。

(弁護士会 鶴岡座長)

ありがとうございました。最近の投資詐欺案件というのは、もうほとんど消費者被害というか、ただの犯罪行為の被害なんですよ。先ほども少し出てたんですけども、全体の被害額を大きく押し上げている要因となっているのは間違いなくて、ですからこういったものを、例えば事業者から物を買ったときの被害と同じように位置づけていくのは少し抵抗があるかなというふうに思っています。

それから、小楠先生がおっしゃっていたとおり、この手の案件、まず皆さん最近消費生活センターより先に警察に行くんですよ。警察だと被害回復もできないからまた消費生活センター行きなさいという話だけど、消費生活センターでもどうにもならないということでこちらの方に回ってきたりするんですけども、要は警察でもできることとか消費生活センターでもできること、我々でもできることは、色々できることに限度があったりするんですけども、そういったところの連携というのはいまいちまどうまく取れてない。これは我々の責任でもあるのかもしれないんですけども、そういった、色々な場に、ここの消費者教育の場に警察が入ってくるのが果たしていいかどうかは少しあるんですけども、そういった視点というのも今後また必要になってくるのかなというふうには思っております。他は何かございますでしょうか。

(消費者団体連盟 小林顧問)

エシカル消費の達成度は27.5%と非常に低いということなんですけれども、このエシカル消費という言葉が出始めてからもう8年ぐらいになるかと思います。私も一生懸命エシカルという言葉の説明しながらやらせていただいているのですが、エシカル消費はやはりとっつきづらい言葉で、「具体的に言うと、人や社会、環境や未来のことを考えた消費行動の事なんです」と言いますと、それなら分かる、自分もやっているよ、もっとやれることあるかもしれないというふうに納得してくださるものですから、とにかく「エシカル消費って何だろう」という替え歌を作ったりして、皆で歌ってもらいながら、エシカル消費を身近に感じていただくような、そんな啓発活動をしてきたのですが、このところ少し私も重きをあまり置いてなかったものから、もう一回心を入れ替えてしっかりさせていただこうと思っております。

(弁護士会 鶴岡座長)

今、小林さんもおっしゃったとおり、エシカルという言葉自体がやはりこう、多義的なもので、元々これ倫理的という言葉ですもんね、最初に倫理的消費って何だとか、そういう話からまず始まって、この協議会でもそういう話から入ったと思うんですけども、どうしても最近のこういう場合は横文字が増えてしまうんですよね。だから、我々の方でも少し、何かもう少し伝わりやすい言葉かそういうものを本当は考えなくてはいけないのかなと思うんですけども、なかなかこの協議会でやっていくのは限度があるかと思います。引き続き、色々な団体等を通じて、エシカルについては普及を図っていくというところで、また皆さんの方でも、事あるごとにエシカルこういうものなんだよということを簡単に伝えていただけると、またこれが口コミで広がっていくことにもなると思いますので、どうぞ御協力の方よりしくお願いしたいと思います。

また御意見等ありましたら後でまたお伺いしますので、では続きまして議題の2つ目の方に入っていきたいと思います。議題の2つ目は『第2次静岡県消費者基本計画』の策定について（骨子案）」、こちらについて、事務局の方から説明をお願いいたします。

（県民生活課 林主任）

事務局です。資料2-1、11ページを御覧いただきたいと思います。今年度策定を進めて参ります第2次静岡県消費者基本計画について、本日は主に策定方針と骨子案について御説明を差し上げます。

まず、1の要旨を御覧ください。静岡県では、消費者教育推進法の成立を契機として、平成26年度を始期とする第1次及び第2次の消費者教育推進計画を策定し、消費者教育をこれまで推進して参りました。

他方で、消費生活条例の改正を契機といたしまして、平成22年度を始期とする第1次から第3次までの消費者行政推進基本計画を策定し、消費者行政施策を展開して参りました。

前回、令和4年度の計画策定時に、消費生活に関する総合的な計画として、この2つの計画を一体化し、「静岡県消費者基本計画」を策定いたしました。この計画の中において、消費者教育推進計画については、基本計画の中の大柱1「自ら学び自立し行動する消費者の育成」に位置づけております。

現行の消費者基本計画は、令和7年度、今年度に最終年度を迎えますので、国の動向や県の次期総合計画、また、消費生活を取り巻く環境の変化を踏まえて、第2次消費者基本計画を策定して参ります。

2の第2次計画の概要のうち、計画期間の部分を御覧いただきたいと思います。第2次消費者基本計画につきましては、現在策定を進めております静岡県の次期総合計画と期間を合わせていきますので、計画の始期を令和7年度、今年度といたしまして、令和7年度から10年度までの4年間を計画期間といたします。

そのため、今進めております基本計画とラストの1年、始めの1年がかぶる形となります。続きまして、3の策定方針案を御覧いただきたいと思います。原則といたしまして現行計

画を踏襲し、現行計画の進捗評価や直近の消費者問題の状況を踏まえた内容といたします。

本日の消費者教育推進県域協議会につきましては、消費者教育を効果的、体系的に推進するための協議の場として設置しており、所掌事務の一つといたしまして、消費者教育推進計画の策定に関する構成員の方の皆様の意見の調整、進捗状況の確認をお願いしておりますので、重点施策及び骨子案につきましては、消費者教育推進計画にあたる、大柱1の部分について御説明を申し上げます。

次のページを御覧ください。大柱1の重点施策は2つございます。まず1つ目はエシカル消費の推進です。エシカル消費はSDGsの目標達成のための有効な手段である一方で、未だに認知度は、当課の県民向け調査で27.5%と高くないため、引き続き力を入れて取り組んで参ります。また、エシカル消費の推進を通じまして、消費者が自分らしい選択ができ、地域のつながりなどの社会の豊かさを実現できるようになることから、ウェルビーイングの向上にもつながると考えられますので、この点からも、エシカル消費の推進に力を入れてきたいと考えております。

大柱1の2つ目の重点施策は、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です。デジタル広告をきっかけとした相談件数は近年急増しており、本県でも昨年度やばみちゃんファミリーを作る等、啓発を行っているところでございますが、引き続き被害の未然防止のため、より一層力を入れていきたいと考えているところでございます。

骨子案につきましては、ページをおめくりいただき、資料2-3を御覧いただきたいと思っております。消費者教育は、第3章の大柱1自ら学び自立し行動する消費者の育成の部分にあたります。まず中柱の1といたしまして、持続可能なくらしの実現に向けた県民意識の醸成を引き続き設定しております。こちらでは、エシカル消費の推進、また、環境に配慮したライフスタイルの普及啓発について扱って参ります。エシカル消費の推進につきましては、先ほどの説明と重複いたしますが、エシカル消費を通じてウェルビーイングの向上にもつながっていく、という内容も記載する予定でございます。

中柱の2は、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・啓発の推進です。小柱の1つ目は、学校等における消費者教育です。現在も静岡県では教員向けの消費者教育実践講座を実施しておりますが、若者の被害の未然防止や、賢い消費者として育成していくため、より一層、教員研修に力を入れていくことを盛り込んで参ります。また、昨今では、本協議会でも何度か話に上がっておりますが、怪しい儲け話などをきっかけに、被害者だけでなく、加害者になってしまう場合もあるため、そうならないための教育についても盛り込んで参ります。なお、こどもや若者向けの施策につきましては、昨今、国、県いずれも力を入れているところでございまして、昨年度、本県におきましても、しずおかこども幸せプランが策定されました。こちらのプランの中には、こどもたちが被害者にも加害者にもならない自立した消費者を育成する、と記載がございまして、こちらと整合性をはかつていく形となります。小柱の2から4については、現行計画と大きな変更はございません。学校や地域における消費者教育は、県だけではなく、市町や団体等との連携につきましても必要になっ

て参りますので、骨子案上記載はしておりませんが、市町や団体等との連携についても、実際の本文の中に含めて参ります。金融教育につきましては、小柱の4 消費者団体・事業者団体等、多様な主体との連携の中に該当し、引き続き、静岡県金融広報委員会様と連携を図りながら金融教育を行って参りたいと考えております。

中柱の3につきましては、現行の計画を再編いたしまして、消費者教育の担い手の資質向上といたします。消費者教育講師につきましては、これまで数回にわたり養成しております、現在約70名ほどの講師の方が講師のバンクに登録いただいておりますので、そこそ十分な数が確保できております。そこで、次期計画におきましては、研修等を通じまして、消費者教育の担い手である消費者教育講師や相談員の資質向上に努めていきたいと考えております。

中柱の4につきましては、今回新たに設置するものとなりまして、社会の変化に応じて昨今重要度が増してきた消費者教育の内容を記載しているところになります。小柱1のデジタル分野における消費者教育につきましては、デジタル広告などをきっかけとするトラブルが近年非常に増加していることから、消費生活の分野におけるデジタルリテラシーの向上、また、被害が高額となりやすい、WEB 広告や SNS をきっかけとする投資トラブルを未然防止していくための消費者教育に力を入れて参ります。小柱2の災害時の消費行動における消費者教育につきましては、協議会のなかで幾度かお話しいただいているものになって参りますが、近年、自然災害が増加する中で、昨年度、南海トラフの警戒情報が発令された際には、生活物資の買い占め等が発生したことは、皆様も記憶に新しいことかと思えます。このようなことを踏まえまして、災害時に備えた消費行動についてや、また、災害に便乗した消費者被害が非常に多いことから、災害に便乗した消費者被害の防止について周知啓発の内容を盛り込んで参ります。

小柱3のカスタマー・ハラスメントと消費者教育についてになります。カスタマー・ハラスメントにつきましては、許されることではない一方、消費者が消費者市民社会の一員として、事業者適切に意見を伝えることは、事業者が提供する商品・サービスの改善を促すことにつながり、特に、事業者の問題行動等に対する申し入れは、消費者の正当な権利となります。本計画におきましては、消費者の権利擁護のため、正しい意見の伝え方などの知識を、出前講座等を通じて皆様に伝えていく予定でございます。また、カスタマー・ハラスメントにつきましては、今年度、県で条例を策定予定でございますので、そちらの内容とも整合性を図って参ります。

消費者教育推進計画に位置づけられております大柱1の骨子案については以上となります。

戻りまして、資料1の2枚目を御覧いただきたいと思います。12 ページの下段となります。今後のスケジュールにつきましては、最後に御説明を申し上げます。本日の協議会でお話しいただいた後、今後8月6日に骨子案を消費生活審議会の方で審議をいただきます。その後、本日は骨子案の提示のみとなっておりますが、実際の計画の本文全体の案や指標の案に

つきましては、10 月中に再度、こちらの静岡県消費者教育推進県域協議会を開催させていただきますので、そちらで御意見を伺った上、11 月に 2 回目の消費生活審議会を開きまして、審議をしていただきたいと考えております。その後、12 月に県の常任委員会で報告した上、県民の皆様向けのパブリックコメントを受け、内容等修正を行い、最終的に庁内の会議となります、2 月の消費者行政推進本部会議で確定をしていきたいと考えております。最終的な計画の公表は 3 月下旬を予定しております。

議題 2 の説明につきましては、以上となります。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございました。ただいまの事務局の説明につきまして御質問、御意見等ございましたらよろしくお願いいたします。

(司法書士 小楠先生)

今お話の中に出てきた情報リテラシーの関係になりますが、作り方は骨子なのでこれでもよろしいと思っていますが、それに関連して、皆さんもおそらくインターネットで利用していると、過去の自分のクリックしたその情報を使ったターゲティング広告というのがバナー広告で表示されたり、あるいはいきなり YouTube 等の動画を見ている途中で、過去の視聴した動画の内容に沿ったような広告が表示されるという経験をされたことあると思うのですが、そこで、今日義務教育の関係の部署の方も参加されておられるというので、御質問させていただきたいのが、義務教育課程の中で、例えば、個人情報保護法でいえば個人関連情報という、自分が例えば過去にクリックして、閲覧したそういうのを勝手に吸い取られていて、それに沿ったようなものが自分が能動的に意図しないのに画面表示される、そういうような広告、行動ターゲティング広告、そういったものについて何か、基本的なところでもいいのですが、学校教育の中で、生徒たちに、あるいは児童たちに教育がなされているのかどうかというのを一つ教えてもらいたいのと、段々、例えば Yahoo! あたりですと行動ターゲティング広告の設定を無効化するという動きも、今始まっていますが、そんなのも具体的なものにはなるのですが、学校教育の中で取り上げられているかどうか、そんなところを教えてくださいと思います。

(弁護士会 靄岡座長)

では、今日初めて参加でいきなり質問が飛んできて恐縮ですけれども、義務教育課の監物班長から何か今の質問に関連して、例えばターゲティング広告について学校でどのような教育をしているとか、そういう情報があれば教えていただきたいということだと思うんですけども、よろしくお願いいたします。

(義務教育課 監物班長)

情報教育という観点では各学校の方で情報教育担当ですとか、ICT 補助員さんみたいな方が学校の方に来校する形で、情報教育という形では取り組んでいるところですけども、具体的にその広告が、各個人のもので出るという傾向があるということは多分周知していると思うんですけども、全体の中で、情報教育、そういう取組の中では、やっていると思いますけれども、消費者行動等に関して、ポイントを絞ってという形は、また家庭科ですとか、そういうものでやっている可能性はあると思います。

（弁護士会 鷹岡座長）

分かりました。ありがとうございました。小楠先生、今の回答でよろしいですかね。

（司法書士 小楠先生）

はい。なので、やはり自分たちが全然知らないところで勝手に自分の行動を使われているので、リテラシーの中で、その前提として、もうそういうふうにご利用されている状態なんだよというの、ぜひ、どの年代とかどのタイミングでというのはまた考えなければいけないんでしょうけれども、やっていかなくてはいけないテーマなんだろうと思っていますし、そういうテーマだと、もしかしたら既存の人ではなくて、それこそ Yahoo! とか Google とか、そういうのをやっている人とかにお話をしてもらってもいいのかなというふうに思いました。以上です。

（弁護士会 鷹岡座長）

ありがとうございました。少しすみません、私の方からなんですけれども、情報教育の中に入ってくるんだと思うんですけども、最近私一番興味があるのが生成 AI なんですよ。いわゆる我々士業の仕事を奪ってしまうんじゃないかという、そこは置いておくとしても、非常に最近の生成 AI は巧妙ですよ。NHK なんかも AI にニュースを読ませているようなこともやっていますけれども、それは整理面というところでいいかと思うんですが、おそらくこれを悪用してくる人はすぐ出てくると思うんですよ。実際、最近でも、これも我々の業界の話なんですけれども、弁護士で生成 AI を使って判例を作って判決文を偽造するやつが結構出てきていて、それを裁判に平気で証拠で出してきてしまう人もいますね。だけどこれも情報の正確性の問題なのかもしれないんですけども、やはりそういった出てきた情報が全部正しいかどうかというのを、すぐに判断できないと思うんですけども、やはりそれが本当に出てきたことが全部正しいかどうかということを疑ってみなければいけない、いわゆるクリティカルシンキングですよ、そういったことをもう少し前面に押し出していただくといいのかなというふうに思っているところです。というのは、やはりインターネットの情報なんかもそうなんですけれども、さっきのターゲティング広告なんかもそれを全部 AI が多分やっているんだと思うんですよ。ですからそういった教育というのはおそらく学校の中でもどんどんやっていくんだと思うんですけども、やはり出て

きたものを、広告とかをすぐに信用しないというのはやはりよく考えなきゃいけない話ですし、あと先ほどの特殊詐欺なんかでもみんなそうなんです。最近 AI が多分全部やっているんですよ、会話とか見てもおそらくね。なので、そういった何て言うのかな、デジタルはいいんですけども、やはりそのどンドン技術が進化していくと、色々な悪用する人が出てくると思うのですが、その手口は多分変わらないと思うんですよね。そういった生成 AI に対する対応策についてもおそらくこの中で触れていくと思うんですけども、この項目のところには特に出ていないものですから、そこについても少し入れていただければいいかなというふうに考えております。

(常葉大学 星野先生)

資料 2－3 の(4) 社会の変化に応じた消費者教育の②の「災害時の消費行動における消費者教育」にある「災害時」を、『災害等』又は『災害時等』としてはいかがでしょう。

災害とは自然あるいは人為的な行為によって起こる負の出来事全てを表す語ですが、自然の台風や地震による被害、人為的な土石流での人命や家屋の消失による被害は災害と捉える人は多くても、戦争、感染症の拡大、そして気候変動による人体・農業・経済への影響などを災害と捉える人は少ないようです。例えば、現在 6 月で真夏並みの暑さですが、この異常な暑さによって起こる人体・農作物・経済への影響を直接的に災害と感じていない方が多いと思われます。また、戦争なども当事者ではないと災害とは感じないと思われます。さらに様々な災害の後の二次被害、例えば無責任な噂やフェイクによる情報の錯綜や誹謗中傷、便乗商法等々といった災難も災害に含まれるのですが、災害と捉えるのは難しいかもしれません。そこで、負の出来事を広く含む形になるように「等」を入れて、『災害等』あるいは『災害時等』としたらよいのではないかと考えました。消費者被害防止のためにも、災害の意味を広く含んでいる形にした方がよいのではないかと思います。以上です。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございます。今の点は。

(県民生活課 林主任)

おっしゃる通りだと思いますので、取り入れて参ります。ありがとうございます。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございました。従前からこの点については色々な御意見をおっしゃられていた生協連の中村様、何かこの点についてございますでしょうか。

(生活協同組合連合会 中村常務理事)

消費者相談体制の拡充というところで少し教えていただきたいと思うんですけども、

先ほどから SNS とかを使ったデジタル技術が非常に進んできていて、私たちの生活も便利にはなっているんですけども、トラブルがすごく高度化して、多様化して、それから広域化しているんじゃないのかなと思うんです。その広域化している中で、相談員の方がなかなか他の地域のことが、今こんなことが起こっているよというのがよりつかみにくかったり、あるいは高度化してしまって手に負えないような場合とかということで、以前のところでは大柱 4 のところで、指定消費生活相談員の設置を検討するということが書かれていたんですけども、今回のところは載ってないんですけども、相談員のための講座とか、指定消費生活相談員の設置であったりということを少し考えてみてもいいのかなというふうに感じました。少し相談員の方にお話を伺いましたらば、せっかく相談員の方に相談しても、やはりなかなか全てが解決できるわけでもないし、それからもっと早く言うてくだされば、相談してくだされば何とかできたかも、どこかにつなげられたかもしれないというのがあったりというお話をすると、そうするとやはり相談員の方がカスタマー・ハラスメントを受けて、せっかく相談したのに解決してくれないのかということはかなり強い言葉で言われたりとかということも、毎日とは言わないですけども、ひと月のうちに何回も何回もあるということをお伺いしますので、ぜひ相談員の方自体の待遇というか環境自体も少し盛り込まれるといいなというふうに感じました。以上です。

（弁護士会 鶴岡座長）

ありがとうございました。相談員がカスタマー・ハラスメントを受けるというすごい話があるんですけども、今おっしゃられたところはまさにごもっともだと思います。指定相談員、相談体制の拡充もそうですけれども、相談員さんたちの身分保障とかですよ、その辺もしっかりしていただきたいということを御記載いただくといいかな、これも多分ずっと前から言われていた話だと思いますので、ぜひともお願いしたいと思います。

あとすみません、私が不勉強だったのですが、しずおかこども幸せプランと整合性を取るという話が出てきているんですけども、これは具体的にそういう被害者と加害者になる、そういった自立したという部分で連携を取るということなのか、何か整合性というかもっと色々な分野で絡み合ってるのか、その辺がよく分からないので教えていただければと思います。

（県民生活課 林主任）

これにつきましては、同じ県の計画ですので、こっちではやらないのに向こうではやると書いてあるとかならないように、整合性を図っていくという意味です。ただ、こども幸せプランについては教育委員会も含めまして、全庁的な形のプランとなっておりますので、当然子供が被害に遭わないためには教育委員会の皆様等との連携は必要になると考えております。

(弁護士会 靄岡座長)

あまりこっちでたくさん書いたのにこっちで書いていないとかそういうことがないようにしたいというだけで、何か突飛なことをするとかそういうわけじゃないですよ。

あとは、多様な主体との連携というところで金融教育、金融経済教育になるんですかね。ここは金融教育のままでいいですかね。どうなのかなというのがあるんですけども、金融広報委員会との連携を記載というのがあるのですが、このところというのはどうなんですかね、金融教育だけでいってしまっているのか、一応法律とかもあるものですから金融経済教育にした方がいいのか、その辺は安田様何かございますか。

(静岡県金融広報委員会 安田事務局長)

静岡県金融広報委員会の安田です。多分おっしゃっているのは去年の夏とかに、リモートで学校の先生向けに、色々こう金融教育とか消費者教育みたいなところの講話みたいなのを、私どもの方の講師からさせていただいたと思うのですが、こういう取組を多分、これからもやっていくということなのかなというふうに思っていますので、文言としては広く金融リテラシー向上を図るという意味で「経済」という言葉があった方が良いのかもしれないですけども、そういうことが含意されているのかなというふうには思っていますので、具体的にどういうことをやっていくかということは、県の方とも色々相談させていただきながら、またこちらでも御協力できる部分があれば、御協力はしていきたいなというふうに、今日お話を聞いて思いました。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございました。これ金融教育だけでいくという理解でいいんですかね、ここはどうでしょうか。

(県民生活課 林主任)

金融教育の関係は金融広報委員会様の方がお詳しいと思いますので、金融経済教育の方がよろしいというようでしたら金融経済教育にはまだ全然直せる段階ですので、J-FLECさんも金融経済教育推進機構というお名前だと思いますので、経済の方も、金融だけでなく今後の社会の中で投資とかライフプランとか色々考える中では経済の部分も必要になってくるかと思いますので、金融経済という形で、ここは修正をしたいと思います。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございました。何か他に御意見等、御質問等ある方は。なかなかこれは計画段階なので教育委員会の方から何かもの言いというのは難しいかもしれませんので、今後、今日出てきた骨子案が審議会の方に出て、それでより細かい内容が決まって、またそれでいくという、それについてまた協議するということですから、骨子案に対する意見としては以上

のようなところが出てきたということで、一旦話を先に進めていきたいというふうに思います。

では、議題三つ目の「令和7年度の消費者教育の取組」について事務局の方から説明をお願いしたいと思います。

（県民生活課 高橋主任）

事務局です。資料3-1を御覧ください。成年年齢引下げ後の消費生活相談の状況についてです。

成年年齢引下げ後の18歳から19歳の消費生活相談件数は、令和6年度は182件で、令和5年度の235件より53件減少しました。成年年齢引下げ前の令和3年度の190件と比べましても、8件減少しております。

1人あたりの平均既支払額につきましては、令和6年度は14万円と、令和5年度と比べ、1万4千円、増加しています。

既支払額の回答があった相談のうち、約8割は10万円未満となっておりますが、一部、オンラインゲームの課金や自動車の購入に関するトラブル等で高額なものがあります。

販売購入形態別では通信販売が最も多く、約5割を占めており、次いで店舗購入となっております。

通信販売のトラブルでは、代金を振り込んでも商品が届かないので、業者にメールしたが返事がないといったトラブル、お試し価格の商品を購入したが、2回目が届き、高額な定期コースの契約になっていたといったトラブル、副業の情報商材を購入したところ高額なサポート契約を結ばされそうになったなどのトラブルがあります。

また、前回の協議会時もお伝えしましたが、20～21歳の電話勧誘販売が43件で、前年度比143.3%となっておりますが、こちらは、副業サイトに登録したところ、電話で高額なサポートコースを勧誘され、契約してしまったというような、副業に関するトラブルが多くなっております。

次のページの商品・サービス別相談件数では、18歳から19歳、20歳から21歳ともに脱毛エステに関する相談が最も多くなっており、通っているサロンが倒産し、未施術分の返金を求めているが返してもらえない、なかなか予約が取れず解約をしたいが、解約料が高額といった相談が寄せられています。

18歳から19歳、20歳から21歳ともに出てくる「医療サービス」も脱毛に関するものがほとんどとなっており、18歳から19歳の上から4つめ「他の健康食品」はダイエットサプリに関するものが多く、美容に関する相談が多い状況です。

また、「他の内職・副業」や「金融コンサルティング」など、副業や投資等のお金もうけに関するトラブルが多くなっていますので、引き続き、出前講座等を通じて注意喚起を図っていききたいと思います。

続いて、資料3-2を御覧ください。現行の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」の中に、「持続可能なくらしの実現に向けた県民意識の醸成」、「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」、「消費者教育の担い手となる人材の養成」の3つの柱があり、各柱に対応する取組の全体像を記載しています。

主な取組につきましては、この後個別の資料にてお伝えさせていただきますが、次のページの（１）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。

（２）（３）の消費者教育教材の制作につきましては、昨年度は高齢者向けのものを作りましたが、今年度は新社会人向けに契約の基礎知識や消費者トラブル事例等について、小中学生向けにエシカル消費について、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る予定です。

（６）の一番下に記載している「消費者被害防止のためのWEB 広告配信」につきましては、昨年度、県内の大学生等と協働で制作した、WEB 広告やSNS をきっかけとする消費者トラブルについて注意喚起する動画「ちょっと待った！やばみちゃんファミリー」を、世代ごとにWEB 広告で配信予定です。

また、例年の取組となりますが、（７）、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。

続いて、資料３－３を御覧ください。消費者基本計画において、重点施策として、成年年齢引下げに対応した若者の消費者教育の推進を掲げており、こちらの資料は若者向けの取組をまとめたものになります。取組の概要は、２を御覧ください。

高校生を対象とした取組として、令和２年度から、消費生活相談員や、県が養成した消費者教育講師を派遣して、出前講座を実施しており、令和３年度からは、高校生だけでなく、保護者にも共に意識を高めていただくため、保護者向けにも実施を拡大しています。

また、学校での消費者教育を効果的に進めるため、教員向けの研修を実施しています。教員向け研修はまた後ほど資料３－４で御説明させていただきます。

大学生を対象とした取組としては、令和４年度から、県内大学が加盟する、ふじのくに地域・大学コンソーシアムの協力により、県内大学の学生一人ひとりに、消費者トラブルに関する注意喚起メールを送付しています。また、専門学校や日本語学校についても、注意喚起メールを各校で可能な方法により周知していただくよう依頼をしております。

また、多くの学生が集まる場ということで、就職フェアにおいて啓発を実施予定であるほか、出前講座等も行います。

新社会人を対象とした取組としては、社会人になるとお給料をもらい自分で使えるようになる金額が増え、消費者トラブルに遭う危険性が高まることから、これまでより力を入れていきたいと考えているところです。

企業等での出前講座の件数を増やせるよう、商工会議所の専務理事・事務局長会議等において、新社会人向け出前講座の周知をしていく予定です。

続いて資料３－４を御覧ください。学校での消費者教育を推進するため、教員向けの研修

を行なっています。

現在、県が行っている「高校生消費者教育出前講座」の財源となっている消費者庁の交付金は、今年度で活用期限を迎えるため、来年度以降は、学校教員により十分な消費者教育が行われる体制にシフトしていく必要があります。

今年度の県民生活課主催の消費者教育実践講座は、家庭科教員向けには8月1日にオンラインで、子どもに多いインターネットトラブル、授業で活用できる実践的な消費者教育の指導方法等について、警察の方や大学教授を講師として、講座を行う予定です。

また、生徒指導を担当する先生などにも消費者トラブルについて学んでいただけるよう、家庭科教員向けの講座のうち一部を、全教員向けとしても配信します。

昨年度に引き続き、教育政策課との連携講座としており、募集や受講決定等、教育政策課とも連携して講座の運営を行っているところです。

なお、講座実施後には、教育委員会が管理する研修管理システムでも録画配信を行い、講座当日に受講が出来なかった教員も、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する予定です。

総合教育センターの研修としては、昨年度に引き続き、消費者教育に関わる内容として、情報モラル教育実践研修が実施される予定です。

資料3-5を御覧ください。消費者教育講師のフォローアップについてです。

県では、消費者教育出前講座の担い手として、消費者教育講師を養成しており、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なう者を対象に、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フォローアップ研修を実施しております。

令和7年度の研修概要は2を御覧ください。(1)知識編として、最新の消費者トラブル等の知識の習得を目指し、「年代別の最新の消費者被害について」「だましの手口と消費者心理～デジタル時代に求められる消費者力とは」「キャッシュレス決済の仕組みと注意点」の3つをテーマに、オンデマンド配信を実施します。

また、次のページになりますが、(2)実践編として、集合型の研修を実施し、「対象者に合わせた講座の作り方とポイント」をテーマとした講座や模擬講義、意見交換を実施します。

資料3-6を御覧ください。「シニア向けデジタル活用出前講座」についてです。近年、社会の急速なデジタル化に伴い、スマートフォン等デジタル機器を活用した消費活動が急速に浸透してきました。最近では、スマートフォンを用いたメッセージアプリ等を使用する高齢者が増えている一方で、それらを十分に活用できない人も多く、ネットサービスを介した消費者トラブルの被害も増加しております。

こうした「デジタル格差の解消」に対応するため、県では、昨年度から、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対象としています。

内容としては、デジタル機器やサービスの使用時に気を付けたいことやインターネット上の消費者トラブル事例とその対処方法、そしてスクリーンショットの撮り方などのスマホ実技も行います。

昨年度は、市町の消費者行政担当課から地域包括支援センターへ本講座を紹介いただくなどし、16件実施いたしました。今年度は6月16日時点で5件のお申込みをいただいております。

本日御参加いただいている皆様におかれましても、もし御周知いただける先や、実施いただけそうな集まり等を御紹介いただけるようでしたら、ぜひ御教示いただけますと幸いです。

（県民生活課 林主任）

続きまして、資料3-7を御覧ください。勤労世代を対象とした悪質商法被害防止啓発事業となります。

1の概要の部分になりますが、デジタル社会におきましては、誰もが消費者トラブルに遭う可能性が高まっております。県ではこれまで啓発に力を、若者や高齢者に入れてきましたが、それだけではなく、30代から60代の働き盛り、勤労世代においても、消費者被害が増加しているところです。

そこで、今年度は、靈感商法を含めた悪質商法に関する被害を防止するための啓発動画を作成し、12月の消費者被害防止月間に合わせまして、交通広告やWEB広告を掲出することで、勤労世代の消費者被害の未然防止。窓口周知を図っていきたいと考えております。

本事業の内容については、2を御覧ください。内容、大きく分けて3つとなります。1つ目は動画やポスターの作成、2つ目は交通広告やビジョン広告といった、勤労世代が通勤や買い物、日常生活の中で目にする場所への広告の掲出、3つ目は余暇時間に目に付くよう、YouTubeなどのWEB広告への掲出になります。

3のスケジュールを御覧ください。本事業につきましては企画提案方式で実施いたします。これまで参加事業者を募っておりまして、先週の6月18日に企画提案審査会を実施し、委託事業者が決定したところでございます。今後、事業者と事業内容を詰めた上で、委託契約を締結し、動画の制作、広告の掲出を進めていきます。

資料3-7については以上となります。

（県民生活課 高橋主任）

続きまして、資料3-8を御覧ください。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、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。

今年度の取組としましては、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する予定です。

先ほど小林顧問にコメントをいただきまして、エシカル消費の認知度がまだ低い状況というのは課題に感じているところです。一番良いのは、地産地消ですとか、エコバッグを持っていくという、そういう普段自分がやっているようなことがエシカル消費なんだというふうに気付いてもらえるのがいいかなと思っておりまして、ただマルシェを開催するだけですと、なかなかそういったことに気付いてもらえない、ただの買い物場になってしまう可能性もあるなと思ひまして、昨年度は、会場にエシカル消費について説明するパネルを設置しまして、それを読んでもらって、自分でやっているエシカル消費を付箋に書いてもらって、パネルに貼ってもらう、貼ってくださった方には啓発グッズをプレゼントするというような取組も実施しました。今年度も、ただマルシェをやるだけではなく、エシカル消費ってこういうものなんだということに気付いていただけるような取組を併せて行えたらと思ひております。

また、マルシェ開催地から離れた地域に住む県民にも広く啓発できるような取組も併せて実施していく予定です。

先日、企画提案審査会が終了したところですので、今後、契約、事業実施に向けて進めて参ります。

また、資料一番下にありますとおり、令和3年度から実施している小中学生向けのSDGsとエシカル消費に関する出前講座も、今年度も県内小中学校から希望を募り、実施します。6月17日時点では、5校から申込みが来ております。

事務局からの説明は以上となります。

(弁護士会 鶴岡座長)

ありがとうございました。続きまして、資料4-1から資料4-4まで各県民生活センターと賀茂広域消費生活センターに説明をお願いしたいと思います。東部、中部、西部、賀茂の順をお願いしたいものですから、まず東部県民生活センターの方からお願いいたします。

(東部県民生活センター 渡邊班長)

東部県民生活センターの渡邊と申します。よろしくお願いいたします。それでは、東部県民生活センターの取組状況から説明させていただきます。資料は4-1を御覧ください。まず1番目のところですが、先ほど県民生活課から説明があった連携協議会を6月13日に、今年度第1回目の東部・賀茂地域消費者行政推進連携協議会を実施しまして、議題の中の一つとして、消費者教育・支援における連携等について協議しました。なお、当協議会は、富士市以東20市町及び賀茂広域消費生活センターと構成員が多いことから、事前に調査票を配布しまして、消費者教育における課題等について、市町から意見をいただきました。今回も事前調査表の中から、消費者教育における課題等の主なものをお伝えしたいと思います。

消費者教育出前講座と、消費者啓発活動における課題や、苦慮していることを聞いたとこ

ろ、1つ目としては、市の広報紙や市のホームページ、SNS を使って消費者教育出前講座を広報しても、なかなか消費者教育出前講座の依頼が少ない、2つ目としましては、生涯学習課発行の情報誌を使って消費者教育出前講座を周知しているが、若年層からの出前講座の依頼が少ない、また3つ目、生涯学習だよりを使って周知しても、高校生を対象とした消費者教育出前講座を実施しているけれども、学校側の日程を確保してもらうことが課題になっているというふうな意見をいただきました。

また、啓発活動については、啓発活動で協力してもらっていた消費者団体が解散するなど、地域における団体活動が縮小傾向にあり、今後の啓発活動が課題になってきている。また、高齢者への啓発は、紙媒体でなければ伝わりにくいので、高齢者向けの分かりやすい啓発活動を行うことが課題になってきているとの意見がありました。そのほか、消費生活センターの認知度が低いというような意見もありました。こうした課題はこれまでも出てきている意見でありますけれども、広報手段を工夫したり、相手側や市役所、役場内で調整や連携して、解決できる場合もありますけれども、消費者行政を担っている職員数や消費生活相談員数が少ない中で、消費生活相談業務に影響が出るため、消費者教育出前講座の実施が困難だという意見もありました。少ない行政の担当職員の多くが、消費者教育以外の他業務を兼務していたり、少ない消費生活相談員で対応しなければならないということで、マンパワーが不足しているということも寄せられております。

次に、資料の2の当センターの令和6年度の消費者教育出前講座の実施状況を説明します。様々な団体からの依頼に応じて、消費者教育講師や消費生活相談員等により消費者教育出前講座を実施しました。学校と一般と分けてありますが、令和6年度は合計90回実施し、受講者数は6,410人でした。昨年度は、合計72回実施し、5,461人が受講したので、対前年度比117%増加しました。増加した主な理由は、一般の受講者が527人から1,125人とはほぼ倍増し、高齢者を対象とした講座が増加したためです。

最後の3ですけれども、当センターの令和6年度における消費者被害防止キャンペーン等の啓発事業の状況です。5月の消費者月間や12月の消費者被害防止月間等における啓発活動を記載したものです。毎年、市町と連携して取り組んでいます。東部県民生活センターからは以上です。ありがとうございました。

(弁護士会 鶴岡座長)

ありがとうございました。続きまして、中部県民生活センター小川班長様、お願いいたします。

(中部県民生活センター 小川班長)

中部県民生活センターの小川と申します。よろしくお願いいたします。資料27ページに基づきまして説明をさせていただきます。

1番の中部地域消費者行政推進連携協議会につきましては、先週の火曜日、当センターに

おきまして、県消費者団体連盟中部支部、家庭科教育研究会中部支部の先生、それから管内の市町の担当者の方に参加をいただきまして、実施をしております。議題につきましては、4の議事のとおりでございます。5項目ありますけれども、2つ目の静岡県消費者基本計画につきましては、先ほど県民生活課の方からも説明をいただきましたが、次期計画の策定方針、スケジュール等の協議をしました。それから、3番目、消費者安全確保地域協議会につきましてですが、こちらも先ほど県民生活課からお話をいただきましたが、設置済みの自治体へのアンケートの集計結果を共有いただきました。主な内容としては、この協議会の活動によって消費者被害を事前に防げた事例などの紹介をいただきました。それから消費者教育の取組につきましては、教育現場の家庭科の先生から、御出席をいただきまして、消費者教育の取組において現場で課題と感じていること、例えば、社会の変化、先ほどチャットGPTやAIの話などもありましたけれども、社会の変化のスピードになかなかついていくのが難しいというようなお話がありました。こちらにつきましては、当センターでも行っております出前講座などを活用していただくということで、対応していきたいと考えております。

2番の消費者教育出前講座実施状況、それから今年度の街頭キャンペーンにつきましては記載のとおりでございます。昨年度は、出前講座につきましては75件、今年度は52件と書いてありますけれども、今の最新の時点では54件の講座を実施しております。先ほど東部でも説明がありましたけれども、高齢者、見守り者の団体の方等からの申込みが随時来ているものですから、この数字もどんどん増えていくものと思います。できるだけ申込みに対しては対応していきたいと考えております。当センターからの説明は以上でございます。

(弁護士会 鶴岡座長)

ありがとうございました。続きまして西部県民生活センターの長葭班長様、お願いいたします。

(西部県民生活センター 長葭班長)

西部県民生活センター班長の長葭と申します。資料4-3、28ページについて御説明させていただきます。

まず令和7年度第1回西部地域消費者行政推進連携協議会ですけれども、明日開催する予定でございます。議題については第2次基本計画の策定についてであるとか、教育における連携であるとか、あとは皆様から情報提供いただく予定です。

続きまして2番、消費者教育出前講座ですけれども、令和6年度の実績におきまして、一般向け消費者教育出前講座、高校生の出前講座、シニア向けデジタル活用講座、あとは商品テスト実習講座となっております。高校生向けの出前講座ですけれども、保護者向けということで講座を1回行っております。高校生の消費者教育出前講座につきましては、管内の私立、公立ともに開催しておるんですけれども、およそ7割程度ということで、学校数に対し

て7割程度実施しております。人数については若干減ってはいるんですけれども、これは少子化の影響で生徒数が減っていることもあるのかなと思っております。

今後の課題についてなんですけれども、やはり専門学校であるとか私立の学校、あるいは大学等で、講座を実施できていないという部分がございます。ただ、管内市町におきましてはやはり消費者教育の機会提供については、若干ばらつきがあるのかなと。若年層からの投資トラブルや脱毛契約のトラブルが非常に多いものですから、新社会人向けの啓発を強化いたしました。企業に呼びかけることで、新社会人向けの出前講座の実施件数を増やすことを考えております。高齢者の被害も多くなったものですから、公民館や地域包括センターと連携しまして、高齢者向けの講座、これも引き続き実施したいと考えております。

その中で3番、管内で高校生向けの就職フェアというのが開催されておきまして、商工会の方から御紹介を受けたものですから、磐田、袋井、それから小笠地区の中遠管内で行われた就職フェアに参加させていただいて、企業の方に向けて、新社会人向けの講座ということで開催を呼びかけたところ、新規の申込みが4件ございました。やはり新入社員向けに職員厚生の一環として行いたいということで、申込みについて好評であります。

続きまして29ページです。令和7年度に行う街頭キャンペーン、消費者月間の中で、5月16日に浜松駅周辺で啓発チラシのグッズを配布させていただきました。また、庁内でパネル展を行って広報チラシの配布について行いました。

最後、消費者啓発事業につきまして、イオンモール浜松市野、それから袋井で、デジタルサイネージの消費者啓発の動画等を継続的に現在配信しております。あとはInstagramについても昨年度に引き続き配信をしております。西部県民生活センターからは以上です。

(弁護士会 鷲岡座長)

ありがとうございました。最後に賀茂広域消費生活センターの松久所長様、お願いいたします。

(賀茂広域消費生活センター 松久所長)

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4-4、30ページを基に御説明いたします。

こちらの賀茂広域消費生活センターは、県と賀茂地域の6市町で共同設置した消費生活センターになっておきまして、令和6年度は、出前講座を16回実施し、751の方に受講していただきました。令和4年4月に成人年齢が引き下げられたということに伴いまして、特に今、高校生や専門学校生を中心として、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にした出前講座の割合が約3分の2を占めております。あと中学校1校も含めまして、3分の2が若年者向けの講座となっております。また、高齢者の方の被害、トラブルは非常に多いということもありますので、こちらの方は見守り者も対象にして、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月及び12月に、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。また、このほかに、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、市町での全戸回覧をお願いしているほか、下田市に拠点があります下田ケーブルテレビ放送で、毎月啓発番組を放映していただいております。その他、各市町の広報誌を活用した啓発を実施しているところです。

今後の課題と取組に関しましては、消費者被害、トラブルに遭いやすい高齢者、障害者や、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。以上です。

(弁護士会 鶴岡座長)

ありがとうございました。以上が今、大量の報告がございましたけれども、この報告につきまして、何か質問、御意見等ございましたら、順次引き受けていきたいと思うんですけれども、では小楠先生お願いします。

(司法書士 小楠先生)

小楠です。ありがとうございました。3点質問かな、意見かな、お願いがありましてお話しいたします。

まず、資料3-1、ページ番号で言うと15ページ以下の成年年齢引き下げ後の消費生活相談の状況についてですけれども、毎年県の方で消費生活相談の概要というのを多分ホームページに吊るして公表してくださっていると思います。この18歳から21歳の消費生活相談の統計というのを、ぜひ今日いただいた資料のように、継続して公表していただきたいと、消費生活相談の概要の中に盛り込んでいただけたらというのがお願いということになります。令和4年度の概要の中にはそれが入っていたのですが、令和5年度、それから令和6年度の概要の中には、おそらくこの18歳から21歳という年代の、すなわち大学生の年代の切り取った統計というものが出ておりませんで、ぜひ、あるんだ、やれるんだと思ったので、盛り込んでいただけたらというのが希望です。といいますのは、つい先週私大学へ行って、90分一コマ授業をやってきたのですが、やはり1年生から4年生まで学生さんおられるので、その年代の統計があると、ものすごく学生たちに話しやすいものですから、一方で、20歳未満とか20才以上という切り方だと、中学生とか高校生まで入って、ゲームの課金とか、今度上になると29歳まで入ってくるので、だいぶ実相が変わってしまうので、もしこの18から21というのを切り取って統計というのも示していただけるとものすごくありがたいというのが1点です。

それから2点目が資料3-4と3-5の関係で、取り上げているテーマがとってもいいな

というふうに思いましたし、特に塩田先生をお招きして情報モラル教育というテーマでお話されるというのは、消費者教育がどうしても割と、どうしたらトラブルに遭わないか、悪質商法の被害をどうしたら防げるかみたいなテーマになりがちなんですけれども、とてもいいなというふうに思いましたので、ぜひこんな内容で進めていただけたらと思いました。

それから最後3点目が、今の報告を聞いていて「あ、違うんだ」と気が付いたので意見になりますが、資料3-7の関係です。私はてっきりこれを見たときに、遠鉄の電車とかで、新しい車両だと、どうも都会の山手線とかみたいに車内でテレビみたいなものがついているらしく、私は見たことがないんですけれども、前に、やばみちゃんとかがちょうど動画の長さが2分未満くらいだと思うので、やばみちゃんをそういうので繰り返し流すのはとても良いんじゃないですかと。車内でぼうっとしているときに、つい見ちゃうとは思いますが、静鉄とかにそんな車両があるのかは分からないし、遠鉄ももしかしたらないかもしれないんですけれども、そんなのをできたらいいですね、なんていう話をした記憶があって、そういうのをやるのかなというふうに思っていました、どうも違うようなので、やばみちゃんをそんなふうに使えるところがあれば、車内より効果は落ちるかもしれませんが、静岡駅とか浜松駅の構内の柱のところの動画が流せる広告掲示板みたいな、そういうのでもいいかなと思うのでぜひ検討してもらえれば、やばみちゃんを活用してもらえたらというふうに思いつつ、私が今日さっきまで述べたのと逆説的ですが、やばみちゃんでも、これで作った広告でもいいので、例えば年代とか、過去のその方の興味をターゲットにして、ストーリーミング広告みたいなのを逆にやってみても、ちょっと品はないかもしれませんが面白いかなと思ったり、県内にいらっしゃるインフルエンサーで非常に著名な方もいらっしゃると思うので、そういう方、前にも少し御協力いただいたときがあったと思うので、そんな方に、やばみちゃんやこういう作った広告なんかを使ってもらえると広まるのかなとも思いましたので、そんなのも参考にしてくださればと思って意見申し上げました。以上3点です。

(弁護士会 鶴岡座長)

ありがとうございました。事務局から何かありますでしょうか。

(県民生活課 高橋主任)

1点目の消費生活相談の概要に18歳から21歳の統計を入れていただきたいというお話なんですけれども、令和4年度のときは恐らく成年年齢引下げの最初ということで載せていたと思われます。毎年そのとき多いものですか、ホットなものを載せており、紙面の限りもある中で、来年度は必ず載せられるかどうかは分からないんですけれども、また来年作成するときに検討していきたいと思います。御意見ありがとうございました。

2点目の教員向けの研修で塩田先生が講師をやっていただけのもがあるのがすごくいいとおっしゃっていただいたものなんですけれども、こちらが総合教育センターの方で主催している研修でして、県民生活課としても、こういったテーマで毎年講義をやっていた

けているのは大変ありがたいと思っていますところです。引き続き今後もやっていただけたら嬉しいとこちらも思っているところです。

（県民生活課 林主任）

資料3の方につきまして、小楠先生にはやばみちゃんを大変愛していただき、大変ありがたいと思っていますところでございます。先生お気付きのとおり、今回の事業については別の新しい動画を作る予定で、やばみちゃんが、どうしても駅とか電車のビジョンが大体15秒くらいなので、やばみちゃんはどうしても長くて、なかなかそういう場では流せないで、今年は高橋の方から説明がありましたが、WEB広告の配信という形でやばみちゃんの方は活用していきたいと思っております、その際はちょっと節操がないですが、年代ですとか、興味関心のターゲティング広告を逆にこちらが使わせていただいて、実際にそういう被害に遭いそうな方のところに出るように活用していきたいと考えております。ありがとうございます。

（弁護士会 鶴岡座長）

ありがとうございました。他は何かありますでしょうか。星野先生お願いします。

（常葉大学 星野先生）

資料3-4にある教員向け消費者教育の実践に関する研修についてですが、多様な講座が設けられ、内容など進化させつつも長く継続されていて、素晴らしいと思います。

一点、受講者が研修において講義を聞くことに終始するのではなく主体的に学習できたか、学んだことを現場で生かしているのかが気になりました。数年前ですが、受講者の立場に立った際、新たなことを学ぶ喜びが先立ち、聞くことが主となっても何の疑問も持ちませんでした。事後に学んだことをどう生かしたのかというと、学んだ内容を若干授業に取り入れた、知識が授業だけでなく生徒指導や生活指導の役に立ったという具合で、多少の効果があったと思うものの、積極的に活用してはいないことが気になっていました。

その後、立場が変わり免許更新講習にて消費者教育研修を行った際は、最終的に各々の受講者、様々な教科担当が自分のオリジナル指導案を作り、グループで共有し、ポスター発表の形で質疑応答を行うようにしました。参加者が主体的に取り組める活動を取り入れ、研修での学びが事後につながることを意識して指導案作りを行ったのです。事後に指導案を実際に使った結果を訊ねたところ、半数以上が実際の活動に生かされたとわかりました。

児童生徒たちにも何か主体的に考えることのできる活動を取り入れられたらと思っています。特に家庭科などの授業時数は減少傾向にあり基本的な内容を学習するだけで手一杯です。そこで、夏休み等に、教師が薦める消費者教育に関する本、指定WEB教材、金融広報委員会などから出ている冊子などを読んだり視聴したりして、「あなたが主人公だったらどうしたか」など具体的な問いに答えるといった課題を出すのも良いのではないかと思います。

す。

大学生には、学んだことを自分事として捉えられるように、若者の消費者トラブルに関する本(大滝しおん著「紫雲女子大学消費者センターの相談記録 初回 500 円の甘い罠」 2025' 文響社)を課題として読むよう薦めました。読んだ学生からは、実際に起こったことがわかりやすく書かれ臨場感があつてすぐに読めた、これから社会人になって役立つ内容だったと思うといった感想が提出され、彼らなりに理解が深まったことがわかりました。

以上、授業や研修において受講者が主体的に学ぶこと、授業や研修後にも今そして将来の生活に役立つ学びを色んな形で出来るようにしてほしいという願いを込めた提案です。

(県民生活課 高橋主任)

ありがとうございました。星野先生がおっしゃるとおり、やはり聞くだけの研修だとなかなか効果が、主体的に参加できるものよりは薄くなってしまうのかなというのは確かに思っておりまして、一応家庭科教員向けの消費者教育実践講座で、昨年度、講座の一部で、参加していただいた先生同士で、オンライン上ではなるんですけども、普段の授業をやっている中で困っていることとか、工夫していることを意見交換していただいたりですとか、今年度も、まだこれからやる予定なんですけれども、授業で活用できる実践的な消費者教育の指導方法、あんびるえつこさんに講師をやっていただく講座の中で、あんびるさんが考案されているワークショップを実際に参加していただいている教員の方たちに体験してもらうというような取組は考えているところではあります。ただ、さっき星野先生がおっしゃってくださったような、自分でオリジナルの指導案を作って発表したりというのも面白そうだと思ったので、来年も講座ができれば、検討させていただきたいと思いますので、御意見ありがとうございました。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございました。今の点で関連してくるんですけども、資料3-4に、交付金の問題があつて、来年度以降はどうしても出前講座というか学校教員が自らやってくと、消費者教育をやっていく体制を作らなきゃいけないということで、これ今は教員向けの研修で今回あんびるさんと呼んだりとかあると思うんですけども、来年度以降、教育委員会等の方で、どのような進め方をしていくかというそういう話合いというのもできてきたんでしょうか。その辺はまだですかね。

(県民生活課 高橋主任)

教員向けの研修は交付金ではなく、県の一般財源を使っております、まだこれから予算を調整していく段階ではありますが、交付金を使っているものほど危うくないと言いますか、できるかなとは思っております。教育委員会とは既に連携して講座の実施の調整をしておりますので、引き続きやっていけたらと思っていますところであります。

(弁護士会 靄岡座長)

これは教育政策課との連携ですね。佐野さん何か決意表明等ありましたら。

(教育政策課 佐野教育主幹)

教育政策課の佐野です。財源については私どもの所管ではないため控えさせていただきますが、研修への協力につきましては、来年度以降も積極的に取り組ませていただきたいと思います。

今後も教員研修に力を入れていくわけですが、この力の入れ方というのが、講座を増やしていくということなのか、それとも内容の改善を図っていくのかというところは、検討していく必要があると考えております。研修は実施することはもちろんですが、実施の効果と言ったら良いでしょうか、研修効果という言い方を私たちよくするんですけれども、これを測ることの方が重要だと考えます。研修を実施した直後というのは皆さんとても評価が高いんですけれども、これが1か月後あるいは半年後となると意欲はどんどん下がっていきます。この半年後の効果を検証するということを教育委員会も考えてこれまで進めております。またこの辺については県民生活課さんと色々御相談させていただきながら、今後の課題とさせていただきたいなと思っております。以上です。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございました。今後も十分な連携が期待できるということで。個人的には、あんびる先生の話は結構実践もされるので、参加すると、聞くだけじゃないような授業になってくると思いますので、乞う御期待ということで。

その他はどうでしょう。中村常務理事お願いします。

(生活協同組合連合会 中村常務理事)

1点だけお願いします。消費者教育のところで、エシカル消費の普及啓発のところなんですけれども、小中学生向けのエシカル消費とSDGsに関する出前講座を実施していくということでしたけれども、小さいときからの教育はとても大切かなと思っております。

一方、少しこの前お伺いしましたら、日本語を母国語としない人たちが通っているインターナショナルスクールと言うのでしょうか、学校のところでは、言語の問題もあるのかもしれないんですけれども、出前講座がほとんど行われていないような感じのようで、何らかの形で静岡県に暮らすそのような方々にも、学校のところを通して何らかの形で、何かこういうふうな情報の提供だとか取組ができていく方法があればいいなと思いました。以上です。

(弁護士会 靄岡座長)

ありがとうございました。今のはどういうふうに対応しましょう。

(県民生活課 高橋主任)

日本語を母国語としない学校への情報提供、教育というところなんですけれども、多言語で作成しました消費生活相談窓口を案内するリーフレットにつきましては、今年度も作成予定でして、これまで各県民生活センターに配っていたところなんですけれども、今年度は教育委員会の皆様にも御協力いただきまして、高校や夜間中学といったところにも配架をしていただける予定となっております。そういったところを通じて、そういった学校にも情報提供していけたらと思うのと、確かになかなか出前講座は実施できていないんですけれども、今後はそういったことも検討していけたらと思っております。以上です。

(弁護士会 鷹岡座長)

ありがとうございました。

何名か御発言いただいていない方がいますね。近い順から、加茂様、特別支援教育課の方で、例年どおりでも構わないんですけれども、今年こういうことを計画していますよとかそういうのはございますか。従前どおりということでも結構なんですけれども。

(特別支援教育課 加茂教育主査)

特別支援教育課の加茂と申します。特別支援学校でいえば、当課の方で具体的なトラブルは特に把握はしていませんが、現場では色々と授業の中で消費者教育の内容に取り組んでいます。今年度特に力を入れてというところは当課として事業があるわけではないですが、引き続き特別支援学校の方でも消費者教育の推進を進めていきたいと思えます。また別件にはなりますけれども、エシカル消費のところですが、昨年度他県のエシカル甲子園の方に県内の特別支援学校が参加して、賞をいただきました。「エシカル」という名称としては難しいかもしれないですが、児童生徒、教員にとっても自分たちが取り組んでいる内容ととても密接な取組なんだという認識や具体的な取組が広がっていくと良いとは思っております。以上です。

(弁護士会 鷹岡座長)

ありがとうございました。エシカル甲子園の話は前も少し話したと思うんですけれども、そういう形で皆さん参加されているということです。

あとは社会教育課の方で、先ほど新社会人に向けての教育のところがあったんですけれども、何か特徴的なことなど聞けますか。

(社会教育課 三ツ岡主事)

社会教育課の三ツ岡です。すみません。新社会人というところになってくると実は取扱い

しておらず、主に子供というか、保護者に向けてというところをやっておりまして、学校教育というよりかは、家庭での教育、家庭教育というふうに呼んでいるんですけども、そちらについて色々な普及啓発活動を行っています。具体的な話をさせていただきますと、社会教育課では静岡県ネット安全安心協議会という、大学教授ですとかNPO、警察というところで構成されている有識者会議を持っておりまして、そこでフィルタリングですとか、あと家庭教育という観点で、家庭でのスマホやネットのルール作りというところについてどういうふうにやっていくかというところを話し合っている会議があります。

そこで「家族で話そう！！わが家のスマホルール」というワークシートを作っておりまして、そのワークシートを学校に配ったりですとか、あとはそれを使って普及啓発を行っていたりスマホルールアドバイザーさんという方を養成する講座を行ったり、あと携帯事業者さんと警察と連携した小中学校ネット安全安心講座というものを行っておりまして、そういったところでルール作りですとか、あと先ほど出てきた課金の話とかそういったところの啓発をしてもらっているというところになっています。以上です。

(弁護士会 鷹岡座長)

ありがとうございました。家庭内の教育ということで非常に大切だなと思いました。高校生でも保護者向けのということは多分やっていらっしゃると、高校生だけじゃなく、保護者向けというのもちらっと出てきたんですけども、その辺りの取組みたいなものを御紹介いただければと思います。

(高校教育課 片井教育主幹)

高校教育課の片井と申します。高校教育課として何か特別なことはやってはないものですから、先ほど特別支援教育課の方の話にもありました被害の報告等も特にはありません。卒業後収入も増えたりする中でそういった被害に遭う可能性もあると思いますので、他の関係各課、各所と連携をとりながら、周知等をしていきたいと考えております。

(弁護士会 鷹岡座長)

ありがとうございました。静岡県教育研究会技術家庭科教育研究部代表の秋岡先生、何か取組等ありましたらお願いいたします。

(静岡県教育研究会技術・家庭科教育研究部 秋岡校長)

静岡県教育研究会技術・家庭科研究部の秋岡と申します。

先ほどエシカル消費の話がありましたが、エシカル消費は教科書でも取り上げられていて、家庭科の方で授業としてやっているところですので、その認知度が27.5というのは力を入れていかなければいけないなと考えております。

そして出前講座のお話があったと思いますが、学校現場からすると出前講座はとてもあ

りがたいですけれども、なかなか教育課程、内容がカツカツの中でやっていて、そこで日程を調整するのが難しいです。実際それぞれの学年でこれやりたいですという申し出があったりすれば実施につながりますが、なかなか全ての学校がそういうことができるかという点と難しいなというのは感じています。

でも来ていただければ、とても効果的というか、子供たちも一生懸命やって勉強するので良いと思います。内容はどちらかというと知識、理解というのではなくて、それもあるけれども、子供たち自身が考えて、なんでそうなるのかなとか、協働的な学びになるような内容になってくるともっと活用度が上がるのかなと感じました。

そして、その出前講座ですけれども、学校現場だけではなくて、保護者の方とか、色々な年代層でも使えるといった、場面に応じて変えられるような内容になっていくと良いのではないかと考えています。例えば学童保育とか、保育園の保護者の方とか、また地域の高齢者の話もありましたが、各地域の自治会の中で、出前講座をやってみないかと働きかけてやっていくというのもよいと思いました。幅広く活用される身近な講座にしていくのも、周知の方法としてはあるのかなと感じます。

そして最後に、先ほどのショート動画の作成、私もとても賛成です。電車の広告のようにショート動画で流れるとか、こういう動画がありますよと学校等に紹介していただければ、それを授業ではなくて、別の時間に少し流すとか、例えば帰りの会で少し見るとかできると思います。そういう、短いものの方が、活用度が上がるのではないかなと思います。以上です。ありがとうございました。

(弁護士会 鶴岡座長)

貴重な御意見ありがとうございました。やはり出前講座大事ですね。ですので、何とか今後も継続できるようにしていきたいと思っております。

労福協の福田様、何か御意見等ございましたらお願いします。

(労働者福祉協議会 福田専務理事)

先ほどのお話に関連して、資料3-3の19ページ、令和7年度の取組について意見を述べさせていただきます。

大学生や専門学校生を対象に、個別にメールを送付するという記載がありましたが、これは非常に素晴らしい取組であると感じております。今御説明いただいたように、出前講座の実施が難しい状況もあるかと思えます。そのような場合、大学や専門学校から直接、生徒の皆さんにメールを送るという方法も、効果的ではないかと考えます。

また、新社会人を対象とした取組についても、企業から従業員の皆さんに動画など直接情報を発信することにより、大きなインパクトがあると思います。

出前講座を実施できる企業とそうでない企業があるかと思いますが、可能であれば、企業から従業員の方々に対して啓発を行っていただくことで、より一層の効果が期待できるの

ではないかと考えております。

(弁護士会 靄岡座長)

非常に貴重な御意見ありがとうございました。ショート動画等、積極的に届けるということですね。

最後になってしまい申し訳ありませんが、静岡県社会福祉協議会の藤下様、何かあればお願いいたします。

(社会福祉協議会 藤下主事)

県社協として消費者教育に取り組んでいるかと言われたら特にできていないのかなと思うんですけども、エシカル消費のところで、授産製品の購入についてもエシカル消費になるということで、県社協が発行している機関紙「むすぶ つなぐ」でも授産製品の紹介等を行っておりますので、エシカル消費としての紹介ではないんですけども、県内の授産製品を販売しているような事業所を紹介しておりますので、そういったところでエシカル消費に関して少しでも取組としてできているのかなというところではあります。以上です。

(弁護士会 靄岡座長)

できるところからの取組ということで御紹介ありがとうございました。

すみません。時間が押してきてしまったので、議論につきましてはここで終わりにしたいと思います。最後に静岡県消費団体消費者団体連盟の小林様から、本日配付した資料について御紹介をお願いしたいと思います。

(消費者団体連盟 小林顧問)

消費者団体連盟の小林です。31 ページと 32 ページ、実は私が啓発のために作ったものなんですけれども、一つ目は「打消し表示って何なの？」ということです。この打消し表示と強調表示につきましては、2018 年 6 月に消費者庁の方で次のように定義されています。まず強調表示ですけれども、事業者が自己の販売する商品、サービスを一般消費者に訴求する方法として、断定的表現や目立つ表現などを使って、品質等の内容や価格の取引条件を強調した表示。打消し表示は、強調表示からは一般消費者が通常は予期できない事項であって、一般消費者が商品、サービスを選択するにあたって、重要な考慮要素となるものについての表示。

打消し表示の分類ですが、例外型、別条件型、体験談型、変更可能性型、試験条件型、追加条件型があります。強調表示は本当にそれを見ただけで、「使ってみたいわ」「買ってみたいわ」と思うような、大変上手な広告が出ております。

この打消し表示は、分かりやすい例としましては、体験談、大きく書いてあります。その横に、「これは個人の感想です。効果には個人差があります。全ての方に効果があるという

わけではありません」と、※印をつけまして、米粒より小さい字で書かれているのが随分たくさんあります。もしこれが大きな字で書かれていましたら、買う消費者が減ると思います。したがって、通信販売の相談も減るのではないかなと思います。

打消し表示の文字は、強調表示とかけ離れたところに非常に小さく記載されていることがほとんどで、消費者が気付かずに、強調表示のみに惑わされて購入してしまい、健康被害や不利益を被る場合があります。

打消し表示は強調表示と比較して適切な大きさで、背景も明確に区別できるように、強調表示の近くに見やすく表示されるべきです。きちんと表示されなければ、景品表示法の有利誤認を与えるものとみなされる場合があります。ということで、ぜひ大きくはっきりと見やすく書いてもらいたいということで、これは会員、それから情報誌にも載せまして、あと私が行かせてもらう出前講座の中でも皆様に紹介させていただいています。

32 ページの「気をつけて！家やマンションの『押し買い』 終のすみかを奪うハウスリースバック」は、売却した上で良心的な家賃で自宅に住み続けられるという本当においしい話なんですけれども、実際はかなり違ってきております。

メリットとして、会社でおいしいことばかり言います。自分の家を買ってもそのまま住み続けられる。ただ、例外として、隠されているものが多くなっています。現金を得られる。買取代金は一括払い。周りに知られずにスムーズな手続きができる。将来的に再購入は可。固定資産税が不要。引越が不要。住宅ローンが未完済でも良いというようなことですが、最近では訪問業者も増えておりまして、上手い話ばかりを強調して売り急がせる、広告では※印の消費者にとって不利益なことは小さな文字で目立たないところに書かれています。

デメリット。通常の売却価格よりも安く、一括払いでない場合が多くなっています。家賃が通常価格より高く設定されていて、途中で支払えなくなる場合もある。賃貸期間に制限がある場合が多い。死ぬまで住めるわけではない。自宅であっても売却後は自由に改変できない。買い戻し価格が高く設定されており、諸費用も高く、再購入が難しい場合が多い。

家やマンションの売却額は、周辺物件の6割から7割と買い叩く業者が52%。売却金も一括払いされない場合が多くなっている。これは国土交通省の調査です。

家賃を高く設定してある上に、「定期借家契約」を結ばせる業者が48%にのぼり、原則契約更新ができないため、2～3年で退去しなければならない事例が増えている。最近の東京の事例では、最短10日間で追い出されたというのがあるそうです。

これはクーリング・オフの対象外である。国民生活センターへの相談は、この6年間で10倍に。2019年度に24件だったものが、2024年度には239件に膨れ上がっております。契約当事者の約7割が、判断力が低下しがちな70歳以上の高齢者が多いということで、非常にあくどくなっております。

安く買い取って、それも一括払いじゃない、そして高い家賃を設定していくというのは、詐欺まがいの事例もありますので、泣き寝入りしている人も大勢いるんじゃないかと思います。宣伝を鵜呑みにしないで、こういうことがあつたらぜひ消費生活相談センター、それ

から弁護士さんなどに相談するようにというようお願いをしております。以上です。ありがとうございます。

（弁護士会 鶴岡座長）

ありがとうございました。こういったものをまた色々活用していただければというふうに思います。

それでは、本日はここまでにしたいと思います。進行を事務局にお戻しいたします。

（県民生活課 柴田班長）

鶴岡座長ありがとうございました。最後に県民生活課長の白鳥より一言御挨拶を申し上げます。

（県民生活課 白鳥課長）

鶴岡先生、参加された皆様、どうもありがとうございました。

小楠先生や鶴岡先生のお話にありましたように、過去の視聴情報を基にしたターゲットティング広告であったりとか、生成 AI が高度化して全部人が考えたと思うようなものが出てきたりだとか、デジタル化の進展が著しいこういう世の中に私たちは生きているんだということを認識した上で、私たち自身も消費者としてアップデートしていく必要があるんだということを感じました。

そのような中ではあるのですが、従来から問題になっています点検商法という訪問販売の分野では、今までは屋根が多かったんですけども、最近ですと給湯器とか分電盤とか、手を変え品を変え、従来型の被害というものも多くなっております。

消費者教育というのは本当にゴールがない、継続して持続していくことが大事な分野だと思っておりますので、引き続き皆様方の御協力を得ながらやっていきたいと思っております。よろしくお願いいたします。

本日はありがとうございました。

（県民生活課 柴田班長）

以上で、令和 7 年度第 1 回静岡県消費者教育推進県域協議会を終了します。本日は、お忙しい中御出席いただき、誠にありがとうございました。

次回は 10 月の開催を予定しております。よろしくお願いいたします。