

〔消費者教育の取組内容〕

(1)消費者教育出前講座

消費者教育推進員による出前講座を開催。「消費者トラブルの未然防止」を軸に希望に応じて「エシカル消費」もテーマに扱う。

こども・若者については中学校を中心に新社会人研修等でも実施。そのほかの世代については高齢者を中心にその見守り者等に対し実施。



講座実施箇所数

対象	箇所数	(回数)	参加者数
小学生	5	(6)	424
中学生	27	(100)	3,960
高校生	3	(15)	476
大学生	2	(2)	424
新社会人	4	(4)	160
その他若者	2	(2)	22
保護者	1	(1)	54
高齢者	18	(18)	488
高齢者見守り	8	(8)	163
その他成人	5	(5)	114
計	75	(161)	6,285

(2)中学校家庭科副教材「エブリデイ消費者！Ver.3」の新中学1年生への配布

中学校における消費者教育の中心である家庭科の副教材として「エブリデイ消費者！」を市内全中学校へ配布。

(3)夏休み(くらしの一日)講座「エシカル消費とお買い物」【8/3(土)開催 11組 29名参加】

生活協同組合ユーコープさまを講師に招き、子どもと保護者が一緒にエシカル消費を招く講座を開催。

(4)消費生活巡回展示【11～12月開催 市内生涯学習施設等5か所】

消費者トラブルやエシカル消費を学ぶことのできるパネル展示を実施



(5)消費者教育推進のための訪問活動【延べ45か所】

消費者教育推進員を中心に講座PR・打合せ・注意喚起などの目的で教育関係機関・高齢者関係機関・自治会などを訪問

〔情報発信の取組〕

(1)SNSを通じた情報発信

①X(旧 Twitter)33回

市の公式Xを通じて国民生活センターの見守り新鮮情報などの注意喚起情報を発信。

②LINE6回

子ども未来局が実施している「しずおか子育てきずなLINE^{※1}」の自治体情報枠にエントリーし子育て世代に向けた情報発信(製品安全や育児休業中に関わりそうな消費者トラブル)を実施

注1・・・妊娠週数や子どもの月齢に応じて必要な情報を静岡市公式LINEアカウントからタイムリーに配信するもの

資料 3 消費者教育・情報発信の取組

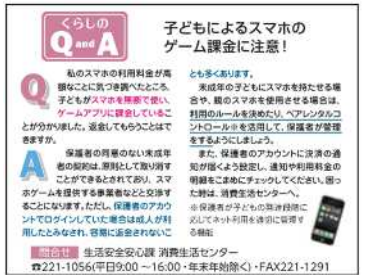
※開催実績は特に注釈のないものはR7.2月末時点です

(2)広報紙

①くらしのQ&A(よくある消費者トラブルをQ&A方式で紹介するもの) 6回

②くらしの情報(消費者トラブルやエシカル消費に関する特集記事)5回

広報しずおか1月号より



(3)高齢者見守りネットワークでの情報発信 30回

地域包括センターや介護事業者などのメーリングリスト対象者へ高齢者の安全・安心に関わる消費者トラブル・製品安全に関する情報の発信。また地域包括支援センター連絡会での講座や地域包括支援センターと連携し見守り者の卵である社会福祉士を目指す学生に向けた講座も実施(消費者教育出前講座に含む)

(4)公共交通機関での注意喚起

市民の通勤の足である静岡鉄道静岡清水線や静鉄ジャストラインバスにおいて広告を掲出し、「消費生活センター」や「消費者ホットライン188」の認知度向上を図った。

静岡鉄道(電車) 令和6年10月19日～12月27日

静鉄バス 令和6年7月27日～令和7年1月26日

※バスは5営業所管轄に各2台ずつ出稿。



(5)インターネット広告

①YouTubeでのバンパー広告 ※バンパー広告は動画再生時に挿入されるスキップができない6秒間の広告 18～64歳を対象に、5月(消費者月間)、8月(夏休み)、12月(静岡県消費者被害防止月間)において消費生活センターや消費者ホットラインを啓発する広告を実施。

5月(8～18日)199,575回表示、8月(1～12日)205,843回表示、12月(9～19日)200,598回表示

②スマホアプリでの広告 57,622回表示

全世代を対象に7月(22～31日)においてアプリ広告(静止画)を実施

(6)コミュニティFMラジオ 12回

FM-Hi!とマリナルしみずの各局で各月で消費者トラブルやエシカル消費に関する情報発信を実施

(7)かいけつ!ハナミン

本市のイメージキャラクター。各種広報媒体にイラストで登場。令和6年度は静岡中央ブロック子育て支援センター事業「ほっと♡子育て支援センターまつり」(10/9)に参加※令和6年度まで消費者庁「消費者教育推進大使」としても活躍

