

「消費者力」育成・強化を目的とするVR動画等を 活用した体験型教材の導入・普及



令和7年3月26日

消費者庁新未来創造戦略本部

【モデルプロジェクト等の概要】

VR動画等の教材を活用した講師養成講座やモデル講座を実施し、教材の導入・普及のための方策と課題を整理した実践ガイドを作成する

【教材】

「消費者力」育成・強化のため、VR動画等を活用した体験型新教材を開発（令和5年度）



問題意識・課題

消費者教育コーディネーターへのアンケート調査によると、担い手の発掘や教材の活用方法が課題

⇒

開発した教材を継続的・実践的に活用してもらうため、教材の効果的な活用方法を検証する必要がある

実施する取組

①担い手向け教材活用セミナー

徳島県、京都府、其他都道府県の3地域で消費者教育の担い手（消費生活相談員、消費者教育コーディネーター、学生ボランティア等）を対象に教材の活用方法を講義

②モデル講座

担い手が実施する講座等（出前講座、授業、体験ブース等）において本教材を活用したモデル講座を上記セミナーの開催地を中心に10回以上実施

講師（担い手）：若者、学生ボランティア等 5回
その他担い手 5回

受講者：若年者向け（大学生・高校生） 5回
一般（保護者・事業者）、高齢者向け 5回

③教材のガイド作成

①、②での講師、受講者に対するアンケート調査の検証結果を踏まえ、本教材の導入・活用方法を整理した自治体向けガイドと担い手（特に学生・若者）向けガイドを作成。併せてセミナーやモデル講座を紹介するダイジェスト版動画を作成

成果イメージ・効果

消費者教育の若い担い手の活動を支援

教材の全国的な導入・普及及び継続的、実践的な活用による各世代の消費者力の育成、強化

担い手向け教材活用セミナーの概要

四国、近畿、中部の3地域で消費者教育の担い手（一般向け：消費生活相談員、消費者教育コーディネーター、消費者部局行政職員等、学生向け：若者・学生ボランティア等）を対象に教材の活用方法の講義を実施

セミナーの目的：これから講座を実施する方への支援・スキルアップ、体験型教材の講座での導入の仕方と解説、VR動画体験会

開催地	対象	講師	形式	参加者
京都府	一般	岐阜大学 副学長 大藪 千穂 氏	対面	近畿ブロック消費生活相談員等 27名
	学生			京都府学生コンシューマーボランティア 6名
愛知県	一般	椋山女学園大学 教授 東 珠実 氏	対面・オンライン	消費生活相談員等 対面 8名 オンライン72回線
徳島県	一般	岡山県消費生活センター 消費者教育コーディネーター 矢吹 香月 氏	対面	四国ブロック消費生活相談員等 24名
大阪府	学生			近畿地域ボランティア 2名、その他 3名

担い手向け教材活用セミナーの概要

徳島会場（一般向け）・大阪会場（学生向け）セミナー

講師：岡山県消費生活センター 消費者教育コーディネーター 矢吹 香月 氏

講義内容

○消費者教育の基本を理解

消費者教育の推進に関する基本的な方針、年代別の消費者教育の意義

○講座準備・依頼

講座の実施までのプランニングの仕方、講座の組み立て方、最新の高齢者・若年者に多い消費者トラブルの特徴の調べ方、消費者庁ウェブサイト教材の活用

○講座の実施

体験型教材を使った講座のタイムスケジュール（若者向け：「美容医療」「暗号資産」、高齢者向け：「ネットトラブル（定期購入）」「催眠商法」）、ワークの講座での活用、講師としての注意点 など

○講座終了後

反省点の整理、セルフチェック、PDCAのポイント

○消費者庁教材の紹介（学生向け）

消費者教育ポータルサイト、社会への扉、「鍛えよう消費者力」教材、デジタル社会の消費生活、中学生向け消費者教育プログラム、特別支援学校（高等部）向け消費者教育用教材

担い手向け教材活用セミナーの概要

京都会場（一般向け・学生向け）セミナー

講師：国立大学法人東海国立大学機構岐阜大学 副学長 大藪 千穂 氏

講義内容

○脳の意思決定システム

正常性バイアス、なぜ騙されるか、脳の意思決定における「熟慮システム」「自動システム」、これまでの消費者教育、悪徳商法を個人で防ぐ限界と法整備の必要性

○消費者被害の救済～法律を知る～

民法上の原則、契約自由の原則、民法・消費者契約法・特別法の関係、被害者救済の考え方、法律の限界 など

○「消費者力」育成・強化ワーキングチームの内容ととりまとめ

体験型教材の開発目的や目標、体験型教材の形式や活用の方

○教材紹介

「偽装サークル」「美容医療」「催眠商法」「訪問販売」の事例を授業・講座展開例で解説、消費者教育推進会議の実践例資料

担い手向け教材活用セミナーの概要

愛知会場（一般向け）セミナー

講師：梶山女学園大学 現代マネジメント学部現代マネジメント学科 教授 東 珠実 氏
講義内容

○消費者トラブルの現状と消費者の脆弱性

消費生活相談の現状、消費者の脆弱性・・・消費者の脆さ（危うさ）、弱さ、消費者の心理的特性（行動バイアス）と脆弱性

○「消費者力」を育む消費者教育一気づく・断る・相談するー

消費者教育推進法にみる消費者教育、「消費者力」育成・強化ワーキングチームの設置と「消費者力」の整理、「消費者力」を育む効果的な教材の検討

○体験型教材「鍛えよう、消費者力」の内容と特徴

特設サイト「鍛えよう、消費者力」トップページ、Webサイトの構成（掲載教材）、Webサイト掲載教材の内容と特徴

○体験型教材を活用した講座の展開

「催眠商法」のV R 動画教材を用いた授業例、「定期購入」のテキスト教材（マンガ教材）を用いた授業例、V R 動画教材やテキスト教材（マンガ教材）と他の教材の組み合わせによる効果的な講座

○「自分ごと」化の消費者教育

消費者教育における「自分ごと」とは、消費者問題の「自分ごと」化を促すV R 動画教材、リアルな教材による消費者教育の効果

モデル講座実施事例12例の概要

- 担い手が実施する講座等(出前講座、授業、体験ブース等) において本教材を活用したモデル講座を教材活用セミナーの開催地を中心に実施
- 実践事例として、講師の属性×受講者の年代・所属×使用教材の組合せを充実させ、様々なパターンを実証

講師（担い手）	受講者	事例数
若者・学生ボランティア	大学生、一般人	5件
一般（行政職員、消費生活相談員、消費者教育コーディネーター等）	大学生、高齢者、PTA（保護者）、福祉関係者、企業、特別支援学校生	7件

モデル講座実施事例12例の概要

講師：若者・大学生ボランティアの実施事例 5 件

受講者数	活用シーン	実施時間	体験型教材の使用教材	講座内容
大学生38名	大学講義	50分	事例動画「偽装サークル」 復習動画・解説動画	VR動画視聴 ワーク
大学生 4 名	大学講義	56分	事例動画「暗号資産」 「偽装サークル」 復習動画・解説動画	VR動画視聴 ワーク
大学生 6 名 一般人 3 名	ボランティア 研修	50分	事例動画「偽装サークル」 復習動画・解説動画 「消費者トラブル概況」 「相談先・周囲への働きかけ」スライド	VR動画視聴 ワーク
大学生 ボランティア 13名	ボランティア 研修	40分	事例動画「暗号資産」	VR体験会 ブースの運営
イベント参加 一般人33名	イベント	40分	事例動画「偽装サークル」 「暗号資産」 「催眠商法」	VR体験会 ブースの運営

モデル講座実施事例12例の概要

講師：一般（消費生活相談員等）の実施事例 7 件

講師	活用シーン	受講者数	実施時間	体験型教材の使用教材	講座内容
消費者教育コーディネーター	特別支援学校授業	特別支援学校生 13名	80分	事例動画「偽装サークル」 「暗号資産」 ワークシート	スライド講義 VR動画視聴
消費者教育コーディネーター	民生委員定例会（出前講座）	民生委員等 28名	40分	「訪問販売（点検商法）」 「ネットトラブル（定期購入）」 「相談先・周囲への働きかけ」 スライド 事例動画「催眠商法」	スライド講義 VR動画視聴
消費生活相談員	見守りネットワーク構成員勉強会	地域包括支援センター職員 25名	40分	事例動画「催眠商法」 「相談先・周囲への働きかけ」 スライド	スライド講義 VR動画視聴
消費生活相談員	出前講座	PTA（保護者） 26名	40分	「ネットトラブル（課金）」 スライド	スライド講義

モデル講座実施事例12例の概要

講師：一般（消費生活相談員等）の実施事例 7 件

講師	活用シーン	受講者数	実施時間	体験型教材の使用教材	講座内容
行政職員	大学講義	大学生 104名 一般人 9名	40分	診断セルフチェック 事例動画「暗号資産」 復習動画 ワークシート	スライド講義 VR動画視聴 ワーク 診断セルフチェック
消費者協会職員	企業団体研修 （出前講座）	企業人 10名	50分	「相談先・周囲への働きかけ」 スライド 事例動画「暗号資産」 ワークシート	スライド講義 VR動画視聴 ワーク
消費者協会職員	高齢者施設でのレクレーション （出前講座）	高齢者 9名	45分	「消費者トラブル概況」 「訪問販売（点検商法）」 「相談先・周囲への働きかけ」 スライド	スライド講義

モデル講座実施講師の感想

VR機材・VR動画について

○VR機材について

- ・VR機器の接続確認を確実に行う。
- ・講師 1 名での運用は困難。VR操作やトラブル対応への理解を持った人が必要である。
- ・VRは持ち運びが大変。車でないと持っていくことができない。もうすこし簡単にできると良い。
- ・VRはレクチャーとか勉強会があれば多分できると思う。しかし、うまく作動しない場合には複数人対応でなければ回らない。

○VR動画について

- ・動画は見せるだけでなく、消費者力に気づくポイントを考え一言添える。
- ・動画はトラブルに遭っているものと、気づいて断る様子の動画をセットで見せると効果的。断り難い性格の人には「このように断らなくてはいけないのだな」と理解し易い。
- ・VRは自分も体験したがインパクトがあった。主体的に、自分ごとのように捉えてくれたと思う。
- ・少しでも事例を理解しやすくするために動画教材は最適だと感じた。VRゴーグルの装着をしなければ、という固定概念にとらわれず、動画の活用を検討してほしい。

モデル講座実施講師の感想

教材全体について

- ・ワークシートを対象者に合わせアレンジできるようになっていて良かった。
- ・VRが使えない場合はマンガ教材も良い。その他にも色々な動画があるのでそちらも使える。
- ・対象者や講義時間に応じて、補足資料を教材に組み合わせてカスタマイズすることで理解は深まると思われる。
- ・講座の開催の時間や参加する対象者によって、特にパワーポイントであればスライドの組み合わせや内容の加筆修正は自由にできるので、使い勝手がいいと思う。
- ・高齢者には、文字が多く情報量が多くてインパクトに欠ける。丁寧にいろいろな知識が盛り込まれているが、読んでももらえないのではないか。
- ・自分達啓発者にはこれだけの知識（情報）があるのは非常にありがたい。講師の手元資料として持っておき、少しカスタムしたものを持って帰ってもらうのが良いかもしれない。
- ・資料教材は、読み物として配るのか講座の中のパワーポイントとして使うのかによって違うが、講座用としては文字数が多過ぎて使い難い。マンガ教材についても講座で使うのであれば4コマ程度が良い。

モデル講座実施講師の感想

今後の教材の活用について

○自治体職員

- ・県主催の高齢者向け消費生活講座をVR教材を使い実施予定。漫画教材は低予算で使えるので、県内の相談員などに周知しつつ活用できる場面を探る。

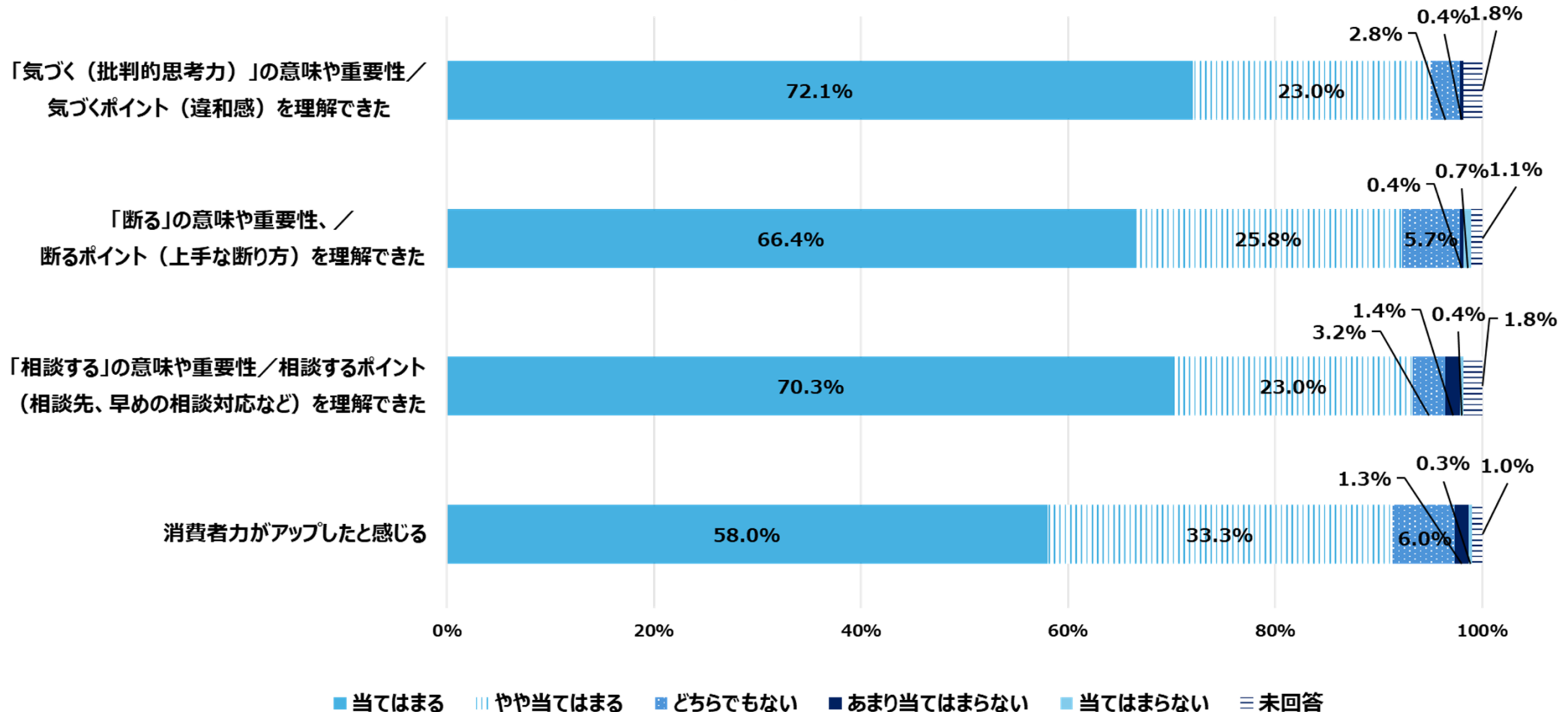
○消費生活相談員/消費生活アドバイザー

- ・消費生活センターでの出前講座の他に、所属する消費者団体メンバーによる消費者啓発などにも活用して、消費者被害防止の一助としたい。
- ・小規模のところに出前講座を実施し、講座に出て来ないような方を対象に回数を増やしていきたい。交通安全教室等も実施しているので抱き合わせで出前講座等を計画したい。
- ・大学での講座依頼があるので動画を(VRではなく) VTRとして流す予定。

モデル講座受講者の感想（講座を通じた理解度）

講座受講者に対し行ったアンケート調査では、講座を通じた感想として「「気づく」「断る」「相談する」の意味や重要性／ポイントを理解できた」、「消費者力がアップしたと感じる」の設問で、「当てはまる」「やや当てはまる」と回答した人の割合は9割以上となっている。

講座を通じた感想

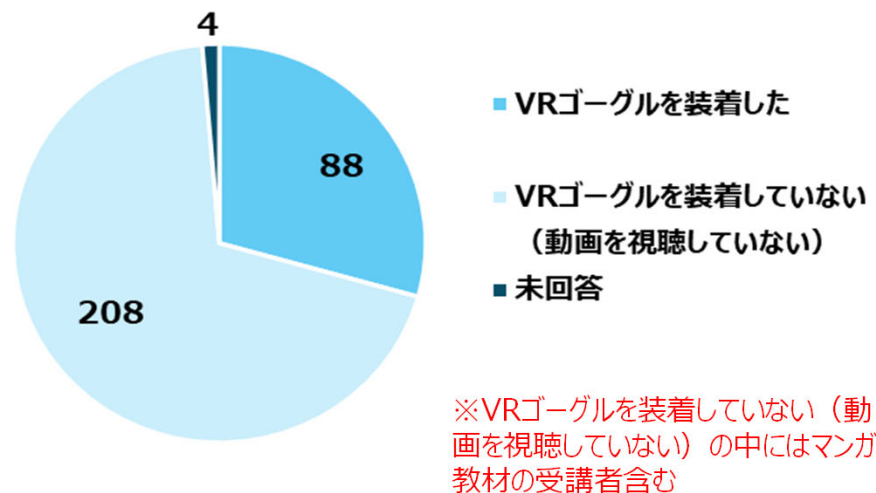


※アンケート回答者数300名。モデル講座以外で実施した講座受講者77名を含む。

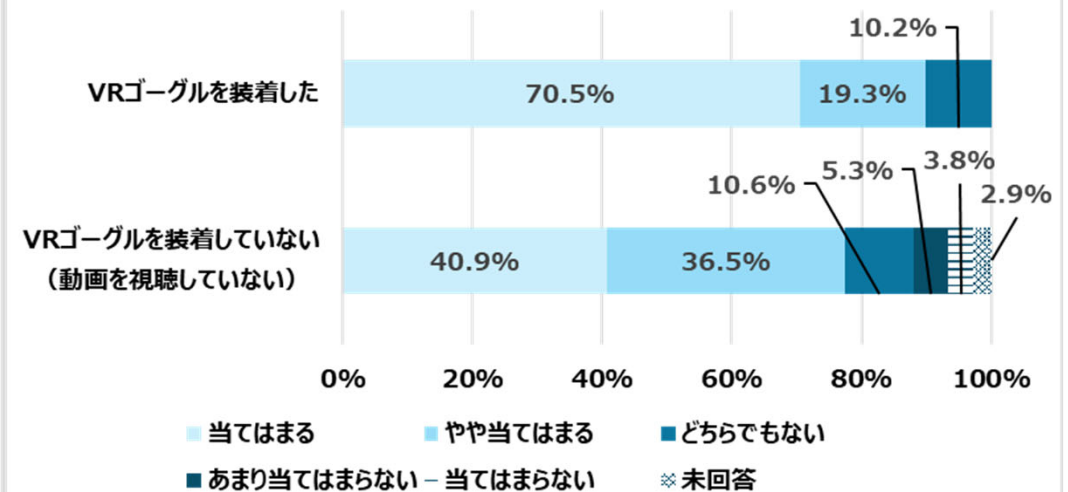
モデル講座受講者の感想（VRゴーグル装着の違い）

受講者のうちVRゴーグルを装着して動画を視聴した人とVRゴーグルを装着していない人では、VRゴーグルを装着した人の方が「消費者被害の状況をリアルに感じた」「自分事として捉えられた」「記憶に残りやすい」の設問に7割以上の方が「当てはまる」と回答しており、VRゴーグルを装着していない人の回答が4割程度なのに比べ3割程度高くなっている。

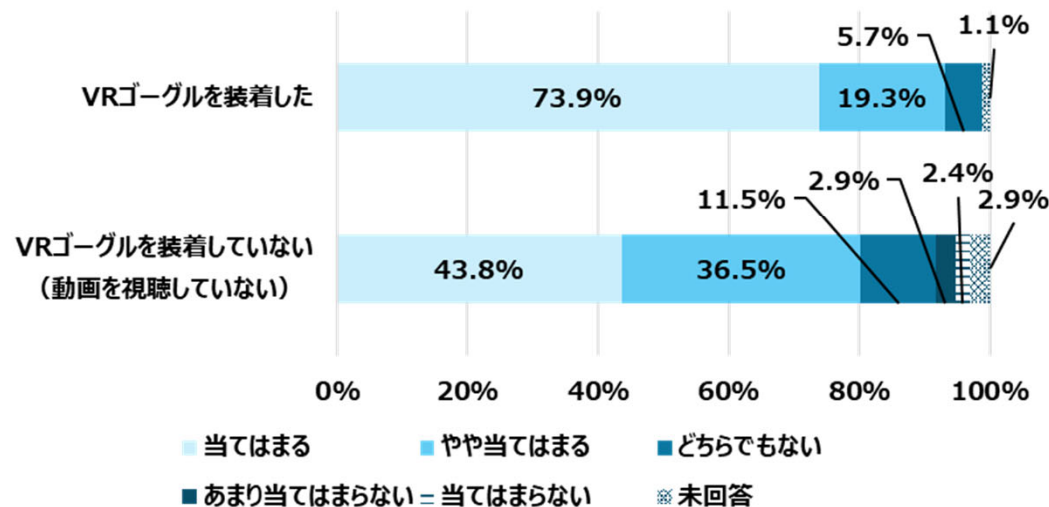
VRゴーグルを装着して動画を視聴しましたか



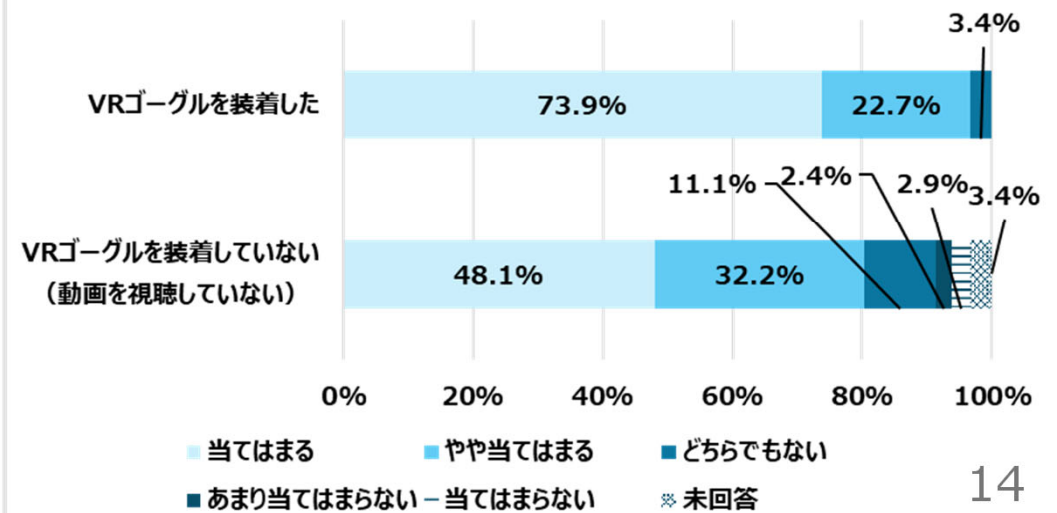
自分事として捉えられた



消費者被害の状況をリアルに感じた



記憶に残りやすい



モデル講座受講者の感想

受講者アンケート「Q.講座を通して、今後どのような実践(注意、情報の収集、声掛け等)が必要だ
と思いましたか。また、消費者被害に遭遇した際、どのように行動しようと思いますか」に対する回答

気づく力・断る力・相談する力

- ・どのようなトラブルがあるのかを知らないと気づくこともできないと思うので、もっと消費者トラブルについて調べたいと思った。(10代・学生)
- ・怪しいと思ったら話をそらしてみたり、すぐに賛同せずに一度持ち帰って誰かに相談して判断しようと思った。(10代・学生)
- ・遭遇した場合、考えさせる余地が与えられない状況がほとんどだと思いますので、まずはキッパリ断る。(20代・学生)
- ・いつでもありえる話なので、まず初めの気づく力を身につけて、賢い消費者になりたい。(50代・専業主婦/夫婦)

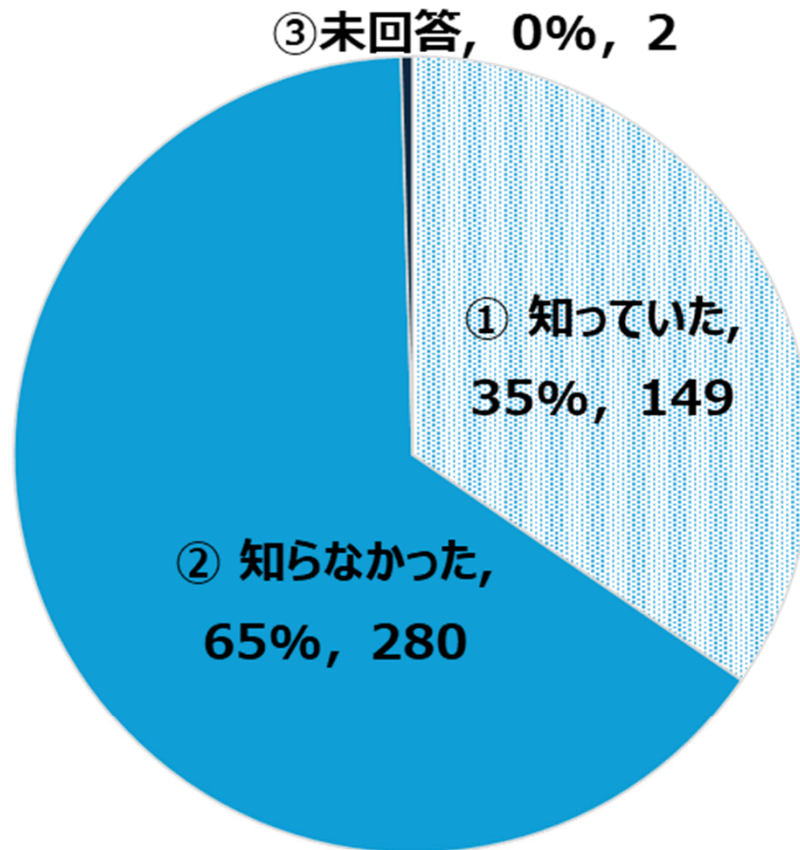
働きかける力

- ・子どものインターネットやゲームへの関わりは、放っていたら歯止めがきかないので、常日頃からこまめな声かけが必要だと思った。(40代・PTA(保護者))
- ・身近な人の気づきが大切だと感じ、その為には年齢問わず注意喚起が必要と感じた。
高齢者がトラブルに遭っている場合は、まずは話を聞くところからはじめ、その人が行動しやすいよう働きかけていきたいと思いました。(40代・福祉関係者)

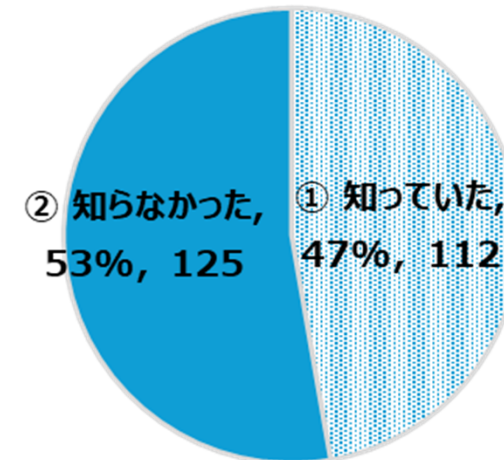
体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」の自治体の認知度

教材活用セミナーを実施した3つの地域（四国・近畿・中部地域）へ教材の普及・導入に関するアンケートを実施。642自治体のうち431自治体が回答、回答率67.1%。

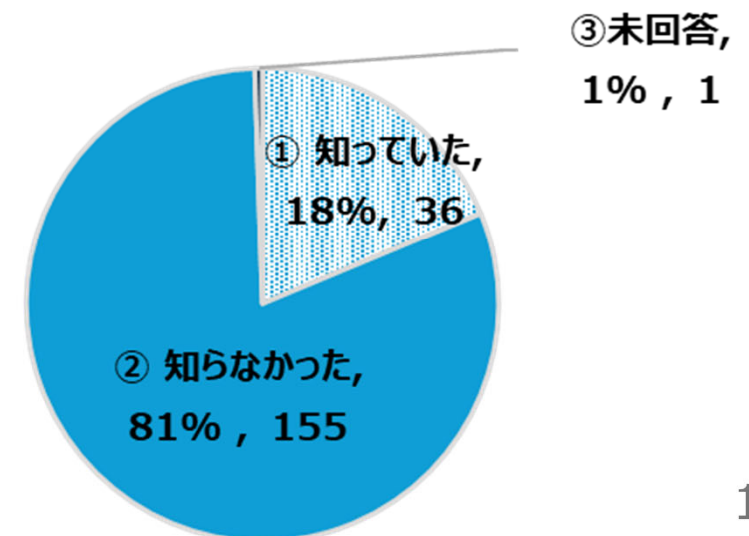
教材の認知度



講座の実施自治体と教材の認知度

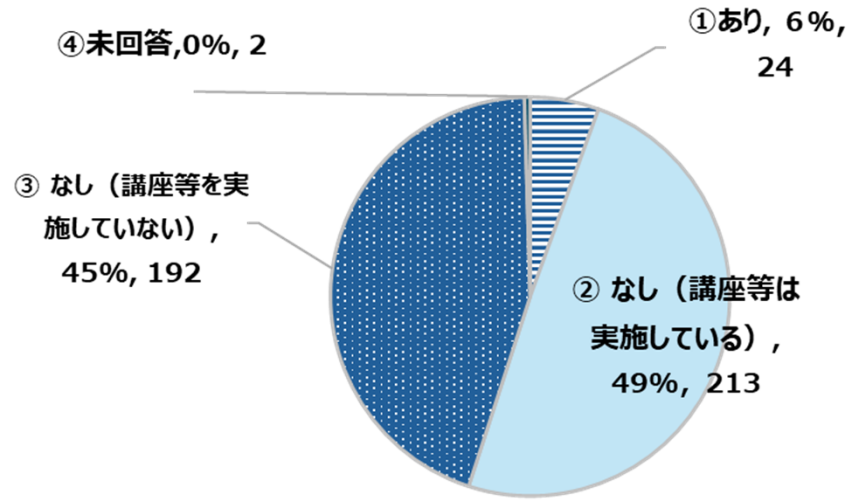


講座の未実施自治体での教材の認知度

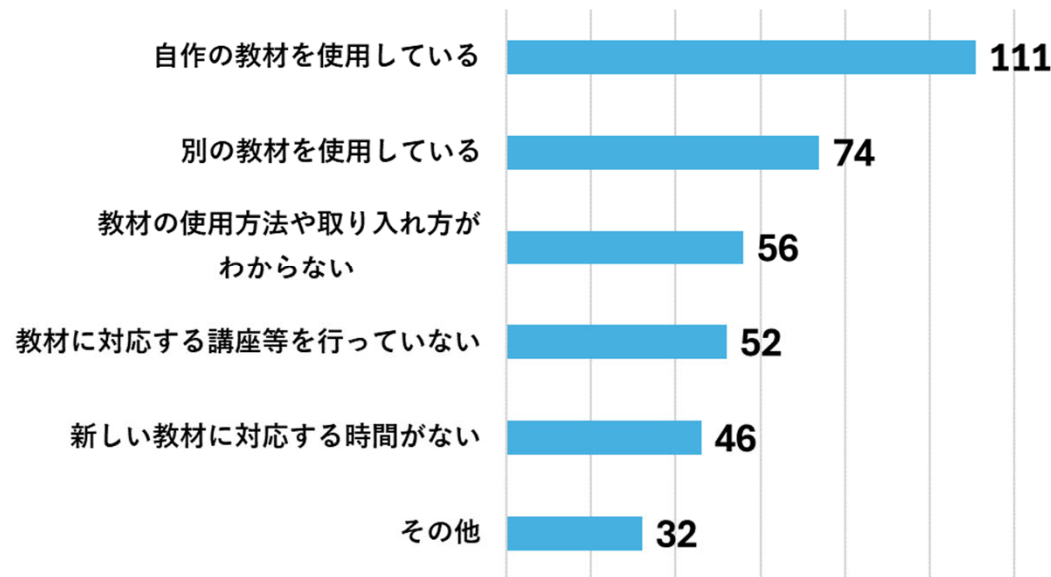


体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」に対する自治体アンケート結果

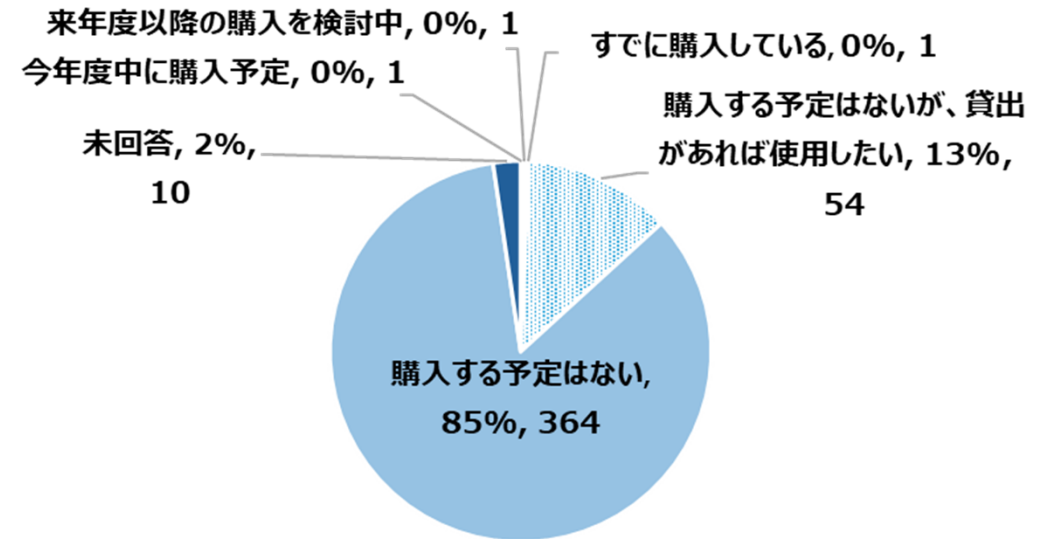
体験型教材使用予定



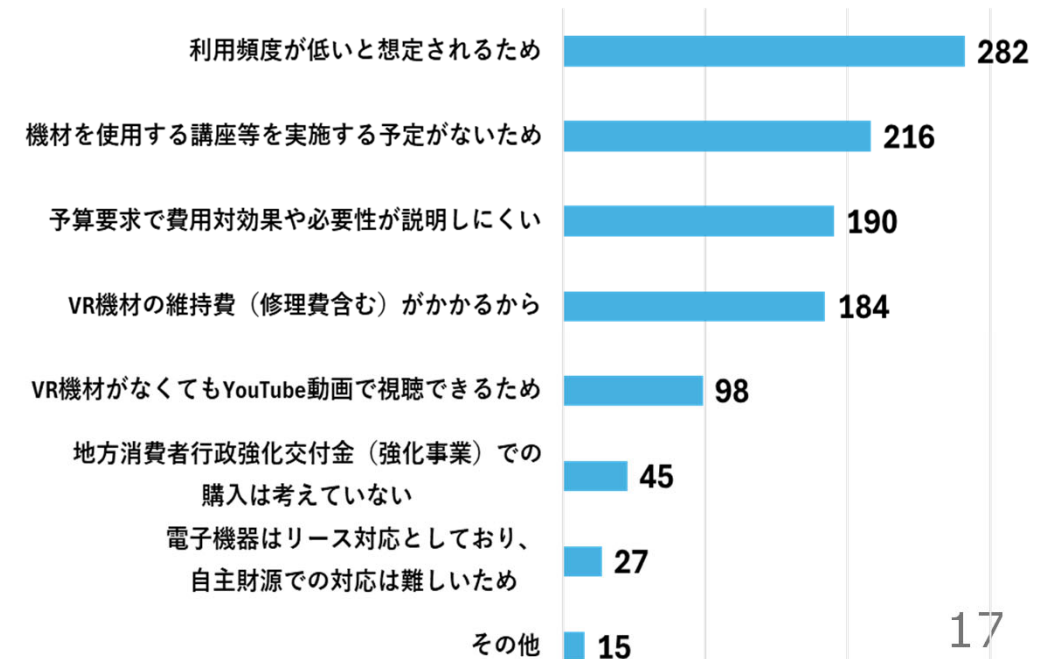
講座を実施しているが、体験型教材を使用しない理由（複数回答）



VR機材購入予定



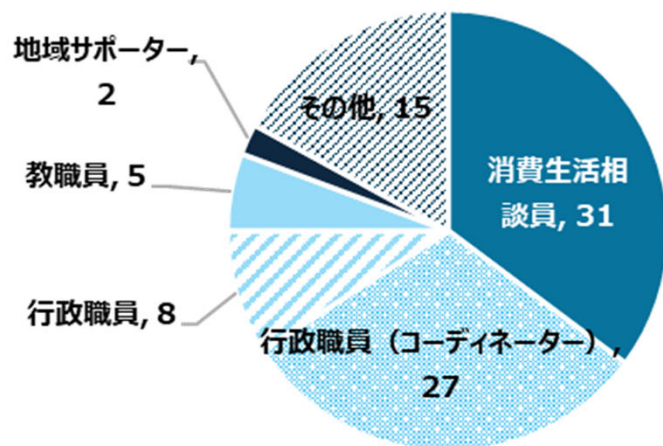
VR機材を購入しない理由（複数回答）



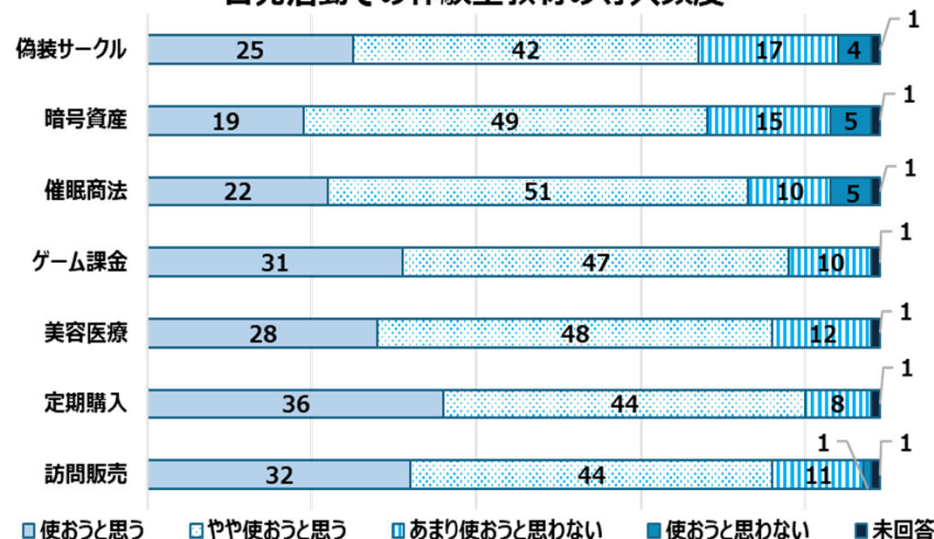
担い手向け教材活用セミナー受講者アンケート結果

一般向けセミナー 受講者アンケート結果（回答者数89名）

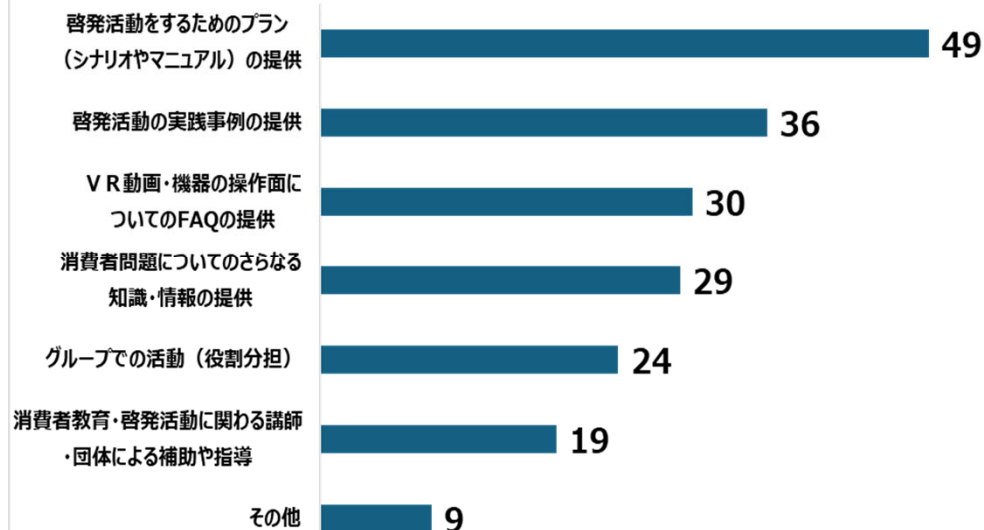
回答者の職種



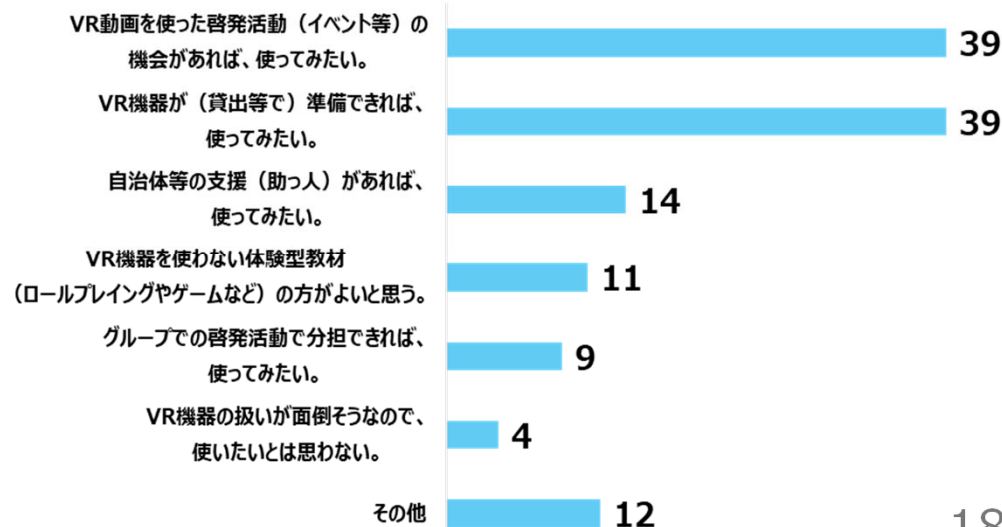
啓発活動での体験型教材の導入頻度



本教材を活用する際に必要なもの



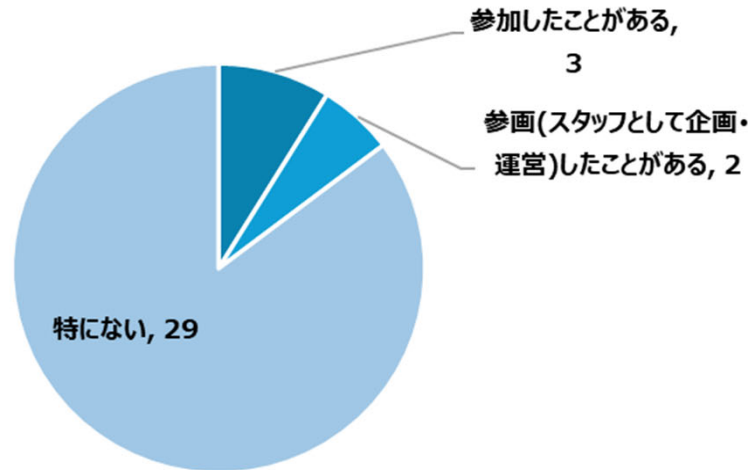
VR動画を啓発活動で活用する場合の意見



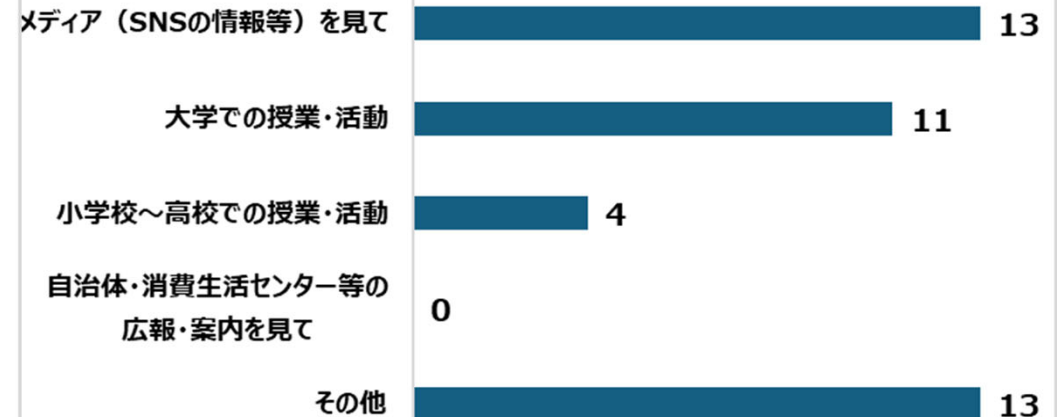
担い手向け教材活用セミナー受講者アンケート

学生向けセミナー 受講者アンケート結果（回答者数34名）

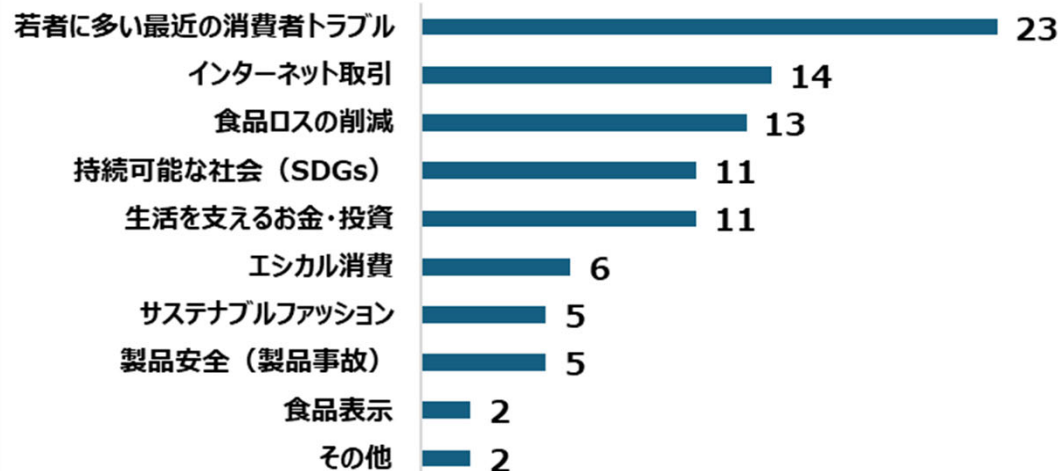
消費生活センター等が開催する若者向け講座・イベントへの参画状況



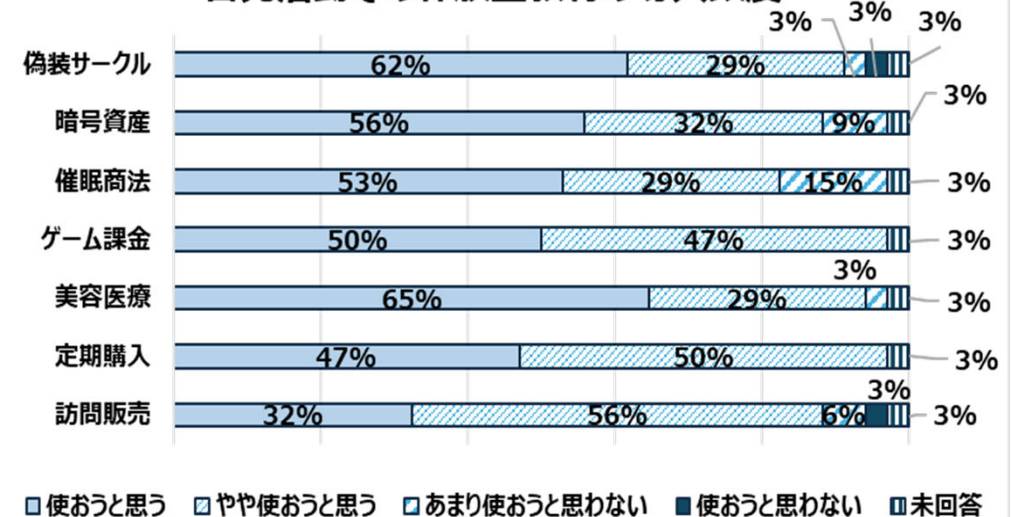
消費者問題に関心を持ったきっかけ



消費者問題のテーマで関心が高いもの（複数回答）



啓発活動での体験型教材の導入頻度

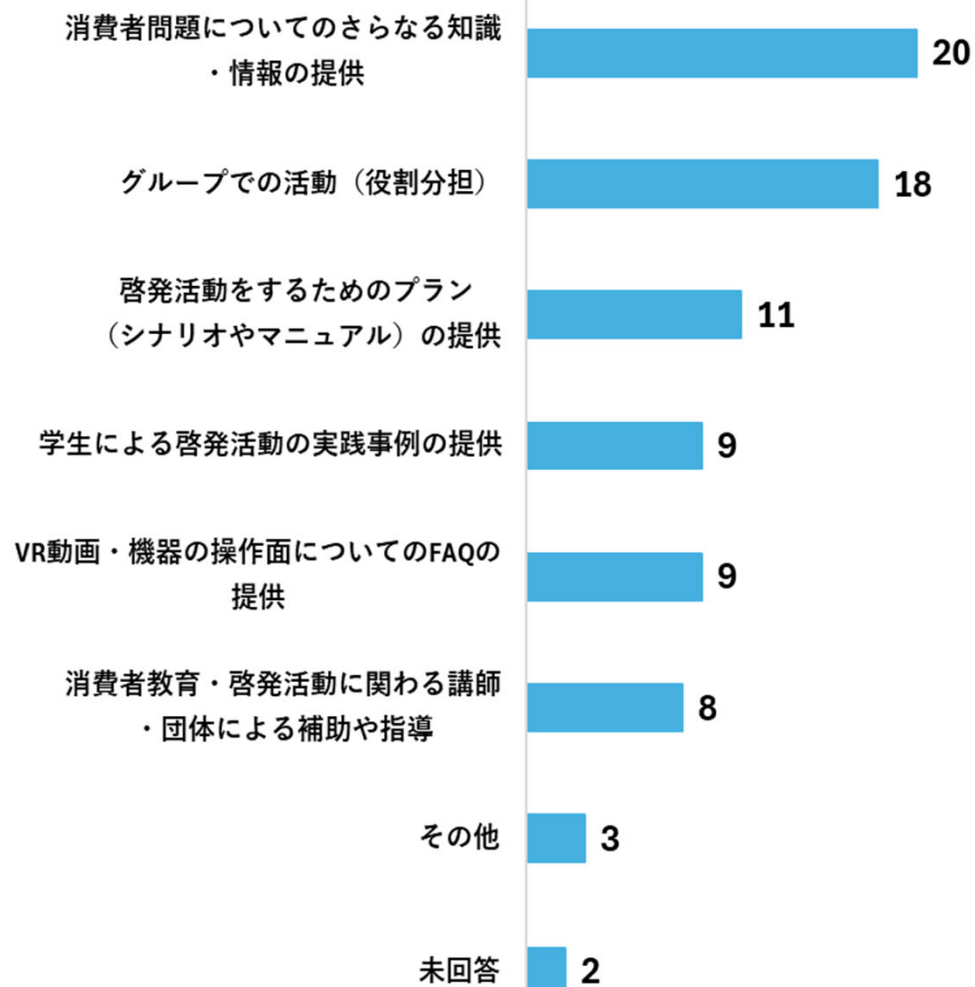


※アンケート回答者数34名。教材活用セミナー以外で実施した消費者庁セミナー受講者23名を含む。

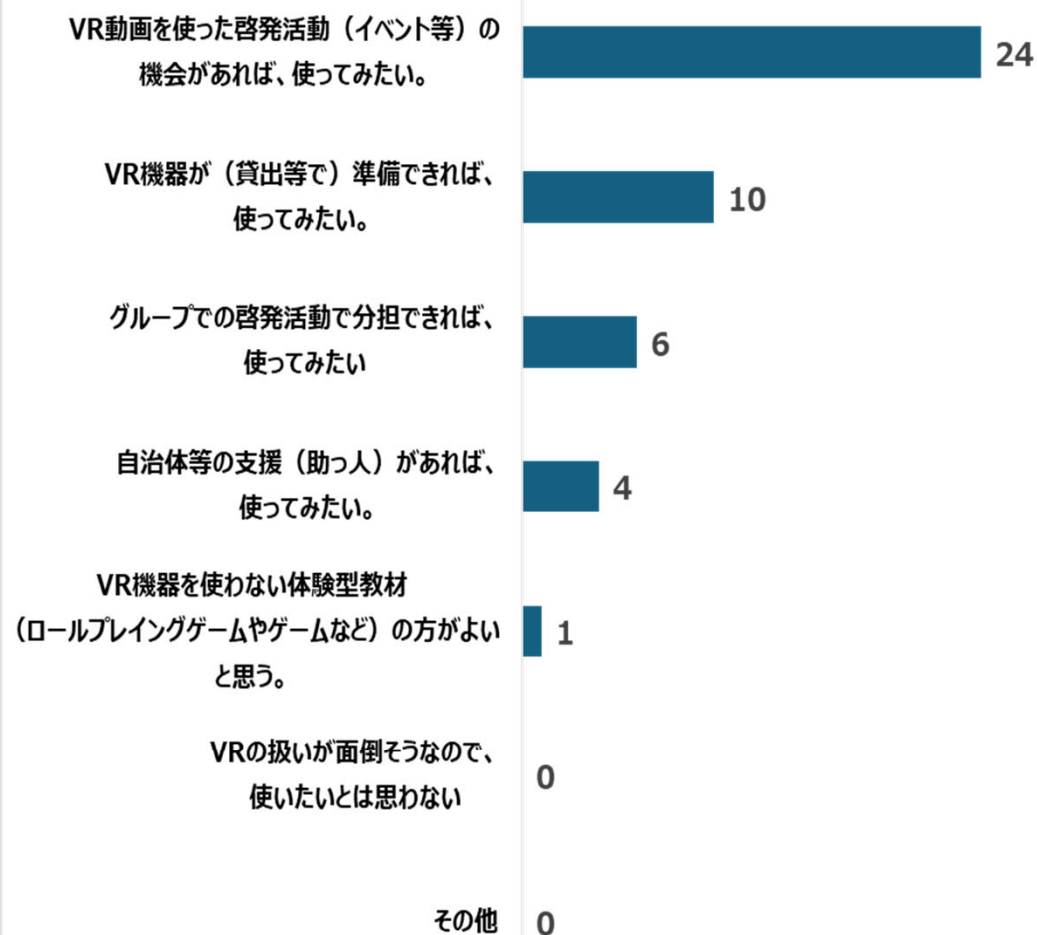
担い手向け教材活用セミナー受講者アンケート

学生向けセミナー 受講者アンケート結果（回答者数34名）

本教材を啓発活動で活用する場合、必要なもの （複数回答）



VR動画を啓発活動で活用する場合の意見（複数回答）



アンケート・ヒアリング分析からの課題

課題（自治体アンケート、教材活用セミナー受講者アンケートから）

【VR動画について】

- ・VR動画である必要性を感じない。
- ・高齢者には受け入れられにくい。
- ・VR動画とスクリーン動画視聴との差異がわかりづらい。
- ・動画はオフライン環境で利用できない。
- ・視聴に対し通信費用が掛かるので使用をためらう人がいるのではないか。
- ・実際にVRゴーグルを使って見ていないので、VR教材の良さがわかっていない。

【VR機材について】

- ・VR機材を使用するのは非効率的ではないか。
- ・機材の持ち運びが大変。
- ・高齢者へのVRゴーグルの装着が難しい。
- ・VRゴーグルが重すぎる（特に高齢者）。
- ・受講者全員分のゴーグルを用意するのは難しい。
- ・受講者全員が体験できない（限られた人だけの体験になる）。
- ・VRゴーグルを導入するには、動画コンテンツの増加が必要。
- ・導入に興味はあるが、機材の管理が負担になることや予算要求のハードルが高そう。
- ・講座前の準備設定が大変負担となっている現状有り。
- ・機器使用による体調不良になる人への対応が課題（特に高齢者）。
- ・受講者が全員スマホを持っていない。持っても高齢者だと操作に時間がかかる。
- ・相談員1人で出掛けていく講座での使用についてはハードルが高く、有効な成果が期待できないため。

アンケート・ヒアリング分析からの方策（要望）

方策（自治体アンケート、教材活用セミナー受講者アンケートから要望）

【研修・マニュアル】

- ・VR機材を導入した具体的な講座の内容を教えて欲しい。
- ・授業や講座での実践での活用について研修してほしい。
- ・実際に導入した団体の感想や意見が知りたい。
- ・このようなセミナーを全都道府県で行って欲しい。
- ・動画内のポイントを伝えることができるような、説明マニュアルのようなものがあれば望ましい。
- ・各消費生活センター、自治体を回っていただいて、VR体験会があればいいなと感じました。
- ・新しく更新された資料やデータがいつもすぐに手に入る環境が重要です。学校の教員は忙しいので、調べる時間がありません。そういうリンク先があると便利だと思いました。
- ・教材の活用事例を教えて欲しい。
- ・VR機材の体験会をしてほしい。

【動画の種類・提供方法】

- ・種類を増やしてほしい。
- ・小・中・高校生向け。
- ・就活セミナーなども大学生にとっては身近なので、種類が増えるとおもしろいと思う。
- ・もっと知的に弱い感じの登場人物もいたらよいかと思います。
- ・（詳しくし過ぎると方々に支障が出る虞があるかもしれないが）より一層の臨場感を出すために実際の事例に基づいて詳細な設定を作ってみてもよいのではないか。
- ・選択に応じて動画の未来が変わるようなコンテンツになると面白いのではないか。
- ・視聴時間を1～2分に編集できれば利用する人も増えるのではないか。
- ・動画をダウンロードできるようにしていただきたいです。
- ・副業・投資詐欺などの事例。
- ・最新事例を作成してほしい。

アンケート・ヒアリング分析からの方策（要望）

方策（自治体アンケート、セミナー受講者アンケートから要望）

【VR機材について】

- ・VR機材の概算購入費用が知りたい。
- ・紙製ゴーグルを自治体で希望する数配布してほしい。
- ・紙のVRゴーグルを、各センターに配備してほしい。
- ・紙製ゴーグルについて無償提供してもらえるなら、少人数の出前講座で実践してみたいです。

【VR機材貸出について】

- ・貸出事業の詳細が知りたい（ゴーグルの貸出台数、操作方法、貸出期間）。
- ・来年度以降も貸出事業を継続してほしい。
- ・県の管理で貸出してほしい。
- ・県単位や国単位で貸出をして欲しい。
- ・年単位での貸出しを希望。
- ・1セットの台数を増やしてほしい。
- ・必要な時に貸出してもらえるシステム。
- ・講座やイベント等で機材を操作してくれる人も派遣してほしい。

【広報】

- ・文部科学省を通じて教育委員会に情報提供していただければ、学校現場で幅広く利用されることにつながるのではないか。

アンケート・ヒアリング分析からの課題

課題（モデル講師ヒアリング、セミナー講師ヒアリングから）

【VR機材について】

- ・高齢者は、VRゴーグルの装着使用は難しいかもしれない。
- ・VRは持ち運びが大変。車でないと持っていくことができない。
- ・仮に多数のVRを準備したとしても、運搬、操作などを考えると運用は現実的でない。
- ・講師1名での運用は困難。VR操作やトラブル対応への理解を持った人が必要である。VRの操作方法に慣れておらず、10台中4台が使用できなかった。事前準備がもっと必要だった。
- ・スムーズに使用するためには、機器操作への慣れが必要なので本番に向けての準備に時間がかかる。
- ・VRとPCの通信が強固なものでなく不安定。システム管理に手を取られてしまうと人手が足りないと思うので改善が必要。
- ・不具合発生時の対処がわからない。言われた通りにやってもどうしようもないときがある。
- ・VRを決められた講座時間内で運用しようとするとき、全員が一度に体験できるようになっていないと、受講者が多勢になった場合、その体験だけで時間を費やしてしまい成立しない。
- ・VR動画の再生は複数のPCを同時にスタートする必要があり難しそうである。タイミングがずれると音がずれて聞こえる（VRゴーグル10台使用の場合）。
- ・紙のゴーグルについては、中学、高校はスマホ持込み禁止のところが多く、紙のゴーグルがあったとしても使えない。対象はやはり大学生になると思う。
- ・VRの貸出は、機材の返送料を支払わなければならないことに驚いた。
- ・機材の貸出に伴うスケジュール調整や、輸送中の損傷防止のための養生などについて、手間がかかって煩雑ではないか。
- ・予算要求してVR機材を購入するのは、利用頻度が低いことが想定されるため難しい。国の貸出事業を利用して活用することは検討できる。

アンケート・ヒアリング分析からの課題

課題（モデル講師ヒアリング、セミナー講師ヒアリングから）

【テキスト機材について】

- ・資料教材は誰をターゲットにして作られ、何に気が付いてもらいたいのか解からない。
- ・高齢者には、文字が多く情報量が多くてインパクトに欠ける。
- ・資料教材について。一般の方には良いかも知れないが、**高齢者向けには文字数が多過ぎる。全ての対象者に1つの教材を使うのは無理がある。**
- ・テキスト教材の導入については資料改変の自由度を上げなければ難しいと考えている。
- ・消費者庁作成の教材は量が多過ぎる。もっと簡単に作っても良い。
- ・時間が限られている中で全ての教材（事例・復習・解説）を使用するのは難しい。
- ・セルフチェックは使用したがワークシートは量が多過ぎて使い難い。受講者のレベルによりワークシートも変更する必要がある。

【広報等】

- ・消費者庁のHPは、教材があちこちにあって探し難い。**何を目的にした教材なのかを上手く分けたHPにし、誰でもが活用し易くなること。**
- ・「消費者教育」は難しそうというイメージが強い。むしろイメージすらない学生もいる。
- ・消費者教育について関心がない人たちを振り向かせることに対して課題がある。
- ・ポスター等を貼って周知しているようだが、ボランティア活動をしている自分自身もこの教材を知らなかった。
- ・このような教材を使用したい人が自分から調べに行かないとたどり着かないことが問題。

アンケート・ヒアリング分析からの方策（要望）

方策（モデル講師ヒアリング、セミナー講師ヒアリングから御意見）

【研修・マニュアル】

- ・VRはレクチャーとか勉強会があれば多分できると思う。
- ・マニュアルが丁寧にできることが必要。
- ・講師が受講対象者に応じた利用方法が解るようにしておく。スキルが異なる講師もいるので必要と思う。

【動画の種類・提供方法】

- ・自治体としては中高生向けの動画教材があればなお活用し易い。
- ・名義貸しなど、対象者にもっと身近な、リアルな題材。定期購入やスマホトラブル、占いサイト等もよい。
- ・大学、高校の先生からは、副業とか出会い系サイトが入り口になった特殊詐欺を教材にして欲しいとの意見がある。
- ・リアル体験という割には、映像の生活感や臨場感に欠ける面があるように思うので、もう少し生々しい感じに仕上げると良いと思った。教材もきれいに仕上がり過ぎているように感じた。トークに対しては耐性があるので、もっと生々しい言葉が良い。
- ・動画はネット環境がないと見せることができない。いろんなパターン（環境）に対応し、すぐアクセス、ダウンロード、使用できるようになればもっと普及するのではないかなと思う。
- ・漫画教材についても講座で使うのであれば4コマ程度が良い。
- ・マンガ教材のタイトルを増やしてほしい。
- ・この場面で何と答えるかを記入する吹き出しをつけておいて、どういう言葉がいいかを考えてもらうような教材があってもいいと思う。1枚6コマぐらいとして、その一枚を見るだけでわかるようなストーリーにしておくのがよいかと思う。

アンケート・ヒアリング分析からの方策（要望）

方策（モデル講師ヒアリング、セミナー講師ヒアリングから御意見）

【VR機材について】

- ・わかりやすく使いやすいセッティングマニュアル等、環境づくりは必要。
- ・機材貸し出しの際には、主**な使い方と注意点を**入れておいてもらった方が使い易い。
- ・装着に時間がかかる方や眼鏡の方もいて、限られた時間内で講座を効率的に進行させるため、**装着方法をイラストなどで記した簡単な説明資料が一緒にあると良いのでは。**
- ・VRゴーグルの装着をしなければ、という固定概念にとらわれず、動画の活用を検討してほしい。

【広報・導入・普及方法】

- ・**学校関係では文科省と上手く連携して、学校教育現場に教材の存在を知ってもらう。**
- ・教育現場での消費者教育の要望は多いので、教員へメールなどで紹介が必要。VR以外の教材ならば、教育委員会の研修の時に周知することも必要。
- ・学校の授業に取り入れる。家庭基礎は1年生で履修するので、その授業で使ってもらう。
- ・消費生活センターが大学に入っていくのは難しいので、その入り口を明確にして、センターから大学に伝えていく。大学生協での講座もあり得る。
- ・学生に向けては、スマートフォンをうまく利用する。興味のあるSNS情報しか手に入れていない若者が、よく見る場面に情報を流していけば一番よいと思う。
- ・VRは若い人には馴染みがあるので学校へもっと推していく。
- ・**啓発・普及について良いやり方はないか、大学生に考えてもらう。**
- ・多くの大学生が活動しているので、その中にこの教材を入れ込んでもらう。少しインセンティブを付ける。

アンケート・ヒアリング分析からの方策（要望）

方策（モデル講師ヒアリング、セミナー講師ヒアリングから御意見）

【広報・導入・普及方法】

- ・高齢者向けとしては、講座を実施している地方公共団体やNPO団体への周知が必要。国民生活センターとの連携で周知をすることも必要。
- ・VRについては、VR機器を使うことを推すより、作った動画をたくさん見てもらった方が良い。VRを使わずとも臨場感はある。
- ・ホームページにアクセスしてもらうのではなく、こちら側が発信しつづけていくことが大切になる。時間帯は、夜に情報発信するよい。
- ・担い手セミナーの実施地域へ、もっと担い手を作るPRをする。担い手セミナーを受けた人が、更に担い手を作るような仕組みが必要。
- ・啓発専門の担当を作る。
- ・消費者教育のコーディネーターに担い手になってもらう。新しいコンテンツができればコーディネーターが広める役割を担ってもらう。
- ・コンビニ等、色々な人の目に留まる場所へのポスター掲示が必要ではないか。
- ・国民生活センターや大学で多くの人に直接体験してもらうことが、一番宣伝効果があるのではないかと。そして体験してもらった人にSNSなどで広めてもらう。
- ・アウトリーチ的な広報が必要。
- ・知らず知らずに目に入って、その時は意識しなくても胸には残っている形が良い。YouTubeの広告、TikTok、その他中学生がよく見る動画アプリを利用する。
- ・電車広告、コンビニ等の、自然に生活していて目に入ってくるような場での広告があってもよい。

教材実践ガイドについて

1. 実践ガイド作成の目的・狙い
2. 体験型教材の紹介・教材一覧
3. 教材活用セミナーから教材活用方法
4. モデル講座実施事例12例
5. 受講者アンケート及び講師ヒアリング調査の結果・分析
など

令和7年4月頃公表予定