



鍛えよう
消費者力



体験型 教材

実践ガイド



気づく



断る



相談する



■ 本ガイドの説明

本ガイドは、消費者教育に携わる各地域の自治体担当者や担い手の方に向けて、体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」(以下、「本教材」という。)を導入・普及するための実践方法についてまとめたものです。実践事例も掲載しており、今後の講座開催や本教材の導入の参考にしていただける冊子となっています。

■ 目次

本ガイドの説明・目次	-1-
教材作成の経緯とガイドについて	-2-
本教材の概要	-3-
教材活用セミナーの実施事例	-7-
モデル講座の実施事例	-23-
モデル講座の実施事例 ①(講師:消費者教育コーディネーター、受講者:特別支援学校生徒)	-25-
モデル講座の実施事例 ②(講師:行政職員、受講者:大学生・一般人)	-27-
モデル講座の実施事例 ③(講師:消費者協会職員、受講者:企業人)	-29-
モデル講座の実施事例 ④(講師:消費生活相談員、受講者:福祉関係者)	-31-
モデル講座の実施事例 ⑤(講師:消費者教育コーディネーター、受講者:民生児童委員)	-33-
モデル講座の実施事例 ⑥(講師:消費生活相談員、受講者:PTA)	-35-
モデル講座の実施事例 ⑦(講師:消費者協会職員、受講者:高齢者)	-37-
モデル講座の実施事例 ⑧(講師:学生ボランティア、受講者:大学生)	-39-
モデル講座の実施事例 ⑨(講師:学生ボランティア、受講生:大学生)	-41-
モデル講座の実施事例 ⑩(講師:学生ボランティア、受講生:大学生・教員)	-43-
モデル講座の実施事例 ⑪(講師:若者ボランティア、体験者:イベント参加者)	-45-
モデル講座の実施事例 ⑫(講師:学生ボランティア、体験者:学生ボランティア)	-47-
アンケート及びヒアリング調査の結果・分析	-48-
自治体や担い手が本教材を導入・普及する際の課題と方策	-58-
参考資料	-61-

■ 教材作成の経緯とガイドについて

(1)教材作成の経緯

消費者庁では、「霊感商法等の悪質商法への対策検討会」等において、消費者被害の未然防止のための消費者教育の取組強化の指摘を踏まえ、被害防止に必要な実践的な「消費者力」の育成・強化を図るため、「消費者力」育成・強化ワーキングチーム(以下、「ワーキングチーム」という。)を設置しました。

ワーキングチームで検討を重ねるうちに、これまでの「消費生活に関する知識を修得」することを目指した教材に加え、その知識を「適切な行動に結び付けることができる実践的な能力」を強化するための教材、消費者自身が被害を未然防止するために実践する力を強化できるような教材が必要なのではないか、具体的には、実際の被害事例を実写ドラマ化して学び、消費者が議論やシミュレーションをしながら「消費者力」を身に付けることができるよう、メタバースやVRを活用した体験型教材にしてはどうかという意見が出ました。その結果、消費者が、登場人物の立場に立ってシミュレートやロールプレイングすることで自発的に参加できるようなVR動画教材を作成することとなりました。

また、各世代でスマートフォンの活用が進む中、日常生活において「自学」や「自習」ができる教材として、テキスト教材や補助的なワークシート、解説書なども用意することとなりました。

(2)実施事例と実践ガイドについて

本プロジェクトでは、教材活用の場をどのように設定するのも重要であるというワーキングチームの意見も踏まえ、本教材を活用した担い手向けセミナーや講座等をモデル的に実施し、各地域の自治体(消費生活センターや消費者教育コーディネーター等)や担い手(特に学生・若者等)が本教材を導入・普及するための効果的な実践方法について検証を行いました。

教材活用セミナーやモデル講座の内容を「実施事例」として取り上げ、アンケートやヒアリング調査の結果を分析し、本教材を導入・普及するための具体的方策と課題等について整理し「実践ガイド」として、取りまとめました。本教材を活用した講座等の開催にあたり、参考にしてください。また、学生ボランティアなどの担い手向けには、別冊の若者向けガイドを作成していますので、併せて御活用ください。

本教材で育成・強化をめざす「消費者力」

【自身が実践する力】

気づく力(批判的思考力)

- ・勧誘に共通する「違和感」
- ・「誰しも脆弱」であることを認識
- ・SNSのリスクを認識
- ・悪質商法の手口
- ・マインドコントロールの知識
- ・自分の心理傾向を把握
- ・不安・悩みを自覚

断る力

- ・勧誘を最初からきっぱり断る必要性
- ・断り方の具体例
- ・断る場面のシミュレーション

相談する力

- ・すぐに結論を出さず相談する必要性
- ・相談先情報
- ・相談電話のシミュレーション
- ・信頼できる人への頼り方
- ・クーリングオフ、返品請求等の被害回復の方法・実践

【周囲をサポートする力】

気づく力(批判的思考力)

- ・周囲の異変に気付くためのポイントや声かけのやり方

働きかける力(相談を勧める等)

- ・相談先や専門家情報
- ・マインドコントロールへの対応の留意点

【社会へ働きかける力】

- ・社会への働きかけの必要性や重要性
- ・働きかけ方の具体例
- ・被害回復の実践や発信・共有



■ 本教材の概要

最新の消費者トラブルに基づいた事例をVR動画やマンガで学べる体験型教材です

1 動画教材

臨場感のあるVR動画で疑似体験しながら学ぶ動画教材。
1つのトラブル事例を、「事例動画」「復習動画」「解説動画」で構成。

事例動画
被害を体験する



被害者目線で勧誘手口を疑似体験できる「一人称視点(VR)の事例再現ドラマ」です。自分ごととして被害を体験します。
※ YouTubeで視聴できます。また、動画はVR仕様になっています。ゴーグルなしで通常動画として視聴可能です。

復習動画
原因を知る



解説動画
自分を守り、
周囲をサポートする。

事例動画の終わりに「気づく」「断る」「相談する」ができなかったのかを考えることを促します。

VRの再現ドラマで、問題点や対処の仕方、自身に適した「気づく力」「断る力」「相談する力」を学習します。

悪質商法の勧誘手口・被害の原因を専門家が解説。心理操作を理解し、自身が実践する力、周囲をサポートする力を学習します。

※ 振り返り動画・復習動画・解説動画は、「01偽装サークル」「02暗号資産」「03催眠商法」それぞれに準備しています。また、復習動画はポイントとなるシーンを2つ紹介しています。

被害者インタビュー
自分を守る
周囲をサポートする
社会へ働きかける

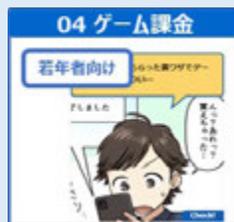


悪質商法の被害者、その家族、元社員(勧誘者)のそれぞれの視点から、被害の実例・勧誘手口を語っています。被害者からの告白を通して自身が実践する力、周囲をサポートする力を学習します。

2 テキスト教材

事例ごとに「事例マンガ」「振り返り問題」「解説」「対策」「復習・実践」の流れで構成。悪質商法に気づくポイントや断りなどを解説。

事例マンガ
被害を体験する



身近な主人公を設定した「事例マンガ」から、被害内容を自分ごととして被害を確認します。

振り返り問題

参加型



参加者が「事例マンガ」を振り返りながら、事例マンガの中で、どこに気づくポイントがあったかなど、各自で考える時間を設けることができます。

解説
事例の手口・ポイント
対策
断り方等具体策
復習・実践

参加型



心理学や行動経済学等の観点を盛り込みながら、事例を解説。自身が消費者として「気づく力(批判的思考力)」を学習します。



被害に遭わないための断り方や対策、知っていた方がよい知識など主に自身が消費者として「断る力」を学習します。

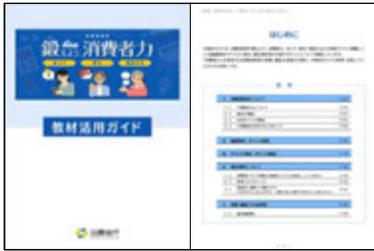


ここまで学習した内容の復習として「実践問題」を掲載。正しい行動は何かなど「気づく力」「断る力」を復習します。

※授業・講座において投影・配布して利用することができます。また、教育利用目的に限り、自由に編集・加工することができます。

3 補助教材等

教材活用ガイドや授業・講座展開例(指導案)、ワークシートをご用意。
自身の心理傾向をつかむ診断セルフチェックも掲載。



◀教材活用ガイド

動画教材やテキスト教材、補足資料等の内容やポイントについて解説しています。「消費者力」を育成する消費者教育の授業・講座を実施する際に、参照・活用できます。



◀投影用スライド

授業・講座内容をカスタマイズできるよう パワーポイント(PPT)版を用意しています。



◀授業・講座展開例

教材を活用した授業や講座を行う際の展開や指導上の留意点などを記載した授業・講座の展開例(指導案)です。トラブル事例ごとに用意しています。



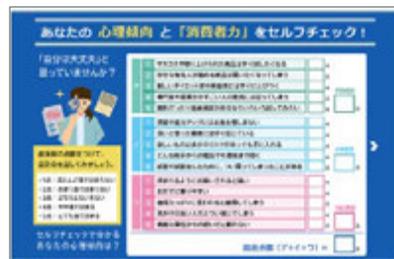
◀ワークシート

それぞれの事例に合わせて、主人公のどの行動がよくなかったのかや被害に遭わないための知識等を受講者自身で確認することができます。



◀消費者トラブル概況

契約や消費者トラブルの傾向、原因などを説明する際に使用します。グラフやイラストを用いて分かりやすく解説しています。



◀診断セルフチェック

自分の心理傾向で消費者被害に遭う危険度を測ることができるチェックシートです。チェックシートから、自身の心理傾向の把握ができます。



◀相談先・周囲への働きかけ

「消費者トラブル」に巻き込まれてしまった際の相談先や対処法、周囲の人が巻き込まれていると思った際の対応方法について、以下の4つのコンテンツで気づきのポイントや対応方法、トラブルの解決方法などをまとめています。

<p>1「消費者トラブル」に遭いそうになったら</p>	<p>2 周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら</p>
<p>トラブルに遭いそうになったら、どのような行動をとればよいかを解説。 ・相談しにくい場合の相談先を知っておく。 ・自分で情報を集める。など</p>	<p>周囲の人の様子の変化について、気づきのチェックポイントを解説。 ・高齢者などの日常の状況から周囲が判断できる。 ・非難したりせず、共に対応する。 ・消費生活センターなど公的機関に相談する。など</p>
<p>3「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら</p>	<p>4 被害に遭ってもあきらめないで</p>
<p>トラブルに遭ってしまったときの、相談のポイントを解説。 ・相談にあたっての準備事項 ・消費者を守る法律や制度 ・相談窓口について など</p>	<p>クーリング・オフ制度や消費者契約法など、救済措置について解説。 ・「通信販売」はクーリング・オフできない。 ・契約を取り消せる「事業者の不適切な行為」 ・不当な寄附勧誘は禁止されている。など</p>

各教材の掲載元URLは、巻末の補足資料をご確認ください。

教材ラインナップ

	若年者(保護者)		社会人			高齢者(見守り)	
	01 偽装サークル	04 ゲーム課金	02 暗号資産	05 美容医療	06 定期購入	03 催眠商法	07 訪問販売
事例動画	●		●			●	
復習動画	●		●			●	
解説動画	●		●			●	
投影スライド		●マンガ PDF/PPT		●マンガ PDF/PPT	●マンガ PDF/PPT		●マンガ PDF/PPT
講座展開例	● PDF						
ワークシート	● PDF/Word						
活用場面	▶中学・高校・大学等の授業・講座 ▶大学等での授業・講座、オリエンテーション(イベント)等		▶大学等での授業・講座 ▶事業者等での研修・講座 ▶消費生活センター等での講座・イベント等			▶消費生活センター等の講座・イベント等	

その他、各ケース共通の教材も多数用意しています。次ページ以降の一覧表をご確認ください。

講座内の教材使用場面(基本展開例)

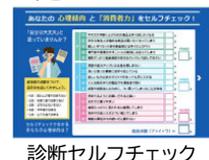
1 導入 | 10分

授業・講座の目的(ねらい)を確認します。
 ・「消費者トラブル」が増加している背景
 ・消費者トラブルの原因と社会の変化
 ・「消費者力」とは何か 等



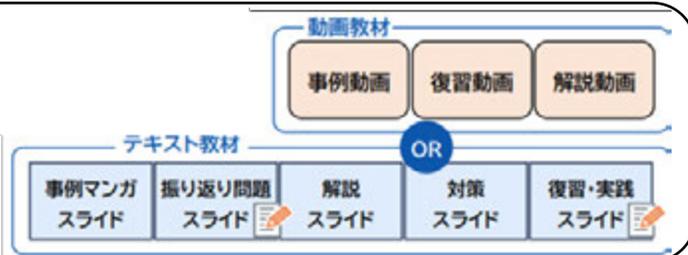
2 ワーク | 5分～10分

「診断セルフチェック」に取り組み「消費者力」に関する自己診断・自己分析を実施します。



3 展開 | 20分～25分

動画教材やテキスト教材、あるいは両方を活用しながら、「消費者トラブル」の事例を確認し、事例にそってトラブルの詳細や原因、対策等を学習します。



4 まとめ | 10分

学習のまとめに「相談先・周囲への働きかけ」を確認し、講座の内容を復習します。
 自分を守ることから、周囲の人を守ることを習得し、「消費者力」を鍛えることの大切さを理解します。



※適宜「振り返り問題」「復習・実践」パートやワークシートを活用したワーク等も盛り込んでください。

※投影用スライドは、授業・講座の時間や計画(重点的に教えたいポイント)に応じて、適宜ページを取捨選択してご活用ください。

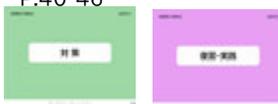
講座展開例① 動画教材 ～偽装サークル～

展開例

配時	主な活動	指導上の留意点	使用する教材・資料
導入 (7分)	1. 消費者トラブルと契約について <ul style="list-style-type: none"> 消費生活トラブルの現状、消費者トラブルの原因と社会の変化について知る。 若年者の消費者トラブルの特徴を資料から読み取り、ワークシートに記入する。 	<ul style="list-style-type: none"> 社会の変化(デジタル化の進展等)に気づかせ、自身のネットショッピング等の利用経験との関わりを意識させる。 資料を読み取る力を身に付けられるように取り組みさせる。 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者トラブル概況」投影用スライドP.10,12 ワークシート 
展開① (8分)	2. 診断セルフチェックに取り組む <ul style="list-style-type: none"> 診断セルフチェックを行った結果に基づき、「消費者力」に関する自己診断を行う。 ワークシートで自己分析を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> 自分は大丈夫と思っている受講生の意識と診断結果の差を取り上げ、誰もがトラブルに遭う可能性があることに気づかせる。 「消費者力」を身に付けることが、自身の被害を防止するとともに、周囲や社会のトラブル・被害を減少させることにつながることを理解させる。 	<ul style="list-style-type: none"> 診断セルフチェック ワークシート 
展開② (25分)	3. 体験型教材に取り組む <ul style="list-style-type: none"> 事例動画を視聴し(約7分)、主人公の行動の問題点をワークシートに記入する。 復習動画を視聴し(約5分)、選択した場面で取りがちな対応と望ましい対応について考える。 解説動画を視聴し(約7分)、事例を通じて学んだことをワークシートにまとめる。 	<ul style="list-style-type: none"> 事例動画を視聴して、主人公のどの対応に問題があったのか、どのような点に気をつければ良かったのかを確認させる。 復習動画の選択場面(気づく、断る、相談する)で、自分ごととして考えさせ、一人ですぐに決めないという点が重要であることを理解させる。 解説動画で、事例を通じて考えたこと、今後気をつけることを、展開①の自己診断も踏まえてまとめさせる。 	<ul style="list-style-type: none"> 動画教材(偽装サークル) VRゴーグル ワークシート 
まとめ (10分)	4. 学習のまとめ <ul style="list-style-type: none"> トラブルに遭いそうになったときの対応について確認し、ワークシートに記入する。 家族・知人の様子がおかしかったとき、トラブルに遭いそうなどとき、自分が周囲に対して行えることを考える。 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者トラブルに遭いそうになったら」を確認することで、展開②の内容を復習するとともに、深めさせる。 「自分を守る」ことに加え、周囲への働きかけとして何ができるかを考えさせる。 	<ul style="list-style-type: none"> 「相談先・周囲への働きかけ」投影用スライド P.1-3 ワークシート 「相談先・周囲への働きかけ」投影用スライド P.4-14 

講座展開例② テキスト教材 ～訪問販売～

展開例

配時	主な活動	指導上の留意点	使用する教材・資料
導入 (5分)	1. 本講座の目的を確認する <ul style="list-style-type: none"> 訪問販売(点検商法)を受けたことがあるか確認し、トラブルに遭いそうになった経験などを共有する。 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者の消費者トラブルは、訪問販売(点検商法)に関するものが多いことを紹介する。 高齢者が狙われやすい訪問販売(点検商法)でのトラブルを取り上げ、被害を防ぐための「消費者力」を身に付けることを確認する。 	<ul style="list-style-type: none"> 「消費者トラブル概況」投影用スライドP.10,11 
展開① (25分)	2. 訪問販売(点検商法)でのトラブル事例をもとに、気づく力を身に付ける <ul style="list-style-type: none"> トラブル事例のマンガを読み、振り返り問題に答える。 販売業者はどのような勧誘(手口)で高齢者に近づいていくのか、高齢者の孤独、判断力の低下がトラブルの背景にあることに気づく。 高齢者に多い消費者トラブルについて、訪問販売(点検商法)以外にもトラブルがあることを知る。 	<ul style="list-style-type: none"> マンガを読む習慣がない(読み方がわからない)高齢者もマンガが読めているか、確認をしながら進行する(講師がセリフを読み上げても良い)。 自分は大丈夫と感じている場合が多いことや、誰もがトラブルに遭う恐れがあることに気づかせる。 デジタル化の進展により、インターネット回線契約のトラブルが近年増加していることなど、訪問販売(点検商法)以外のトラブル事例とその対策について紹介する。 	<ul style="list-style-type: none"> 「点検商法」投影用スライド P.1-12 「点検商法」投影用スライド P.13-25 「点検商法」投影用スライド P.26-28 
展開② (15分)	3. 声に出して断り方の練習をする <ul style="list-style-type: none"> 「お断りします!」「契約しません」と声に出して断る。 クーリング・オフ制度や契約を取り消すことができる場合があることを知り、身近な消費生活センターの連絡先を確認する。 断り方、相談の仕方について、ロールプレイを行う(2人1組)。 	<ul style="list-style-type: none"> 断る練習をしていないと、いざというとき、声が出ないので、口を動かして断る体験をすることの重要性を伝える。 一人で抱え込まず、周りの人や消費生活センターに相談することが、被害を拡大させない上で重要であることを伝える。 役割(立場)を変えてロールプレイを行い、断り方や相談の仕方について話し合うように促す。 	<ul style="list-style-type: none"> 「点検商法」投影用スライド P.29-34 「点検商法」投影用スライド P.40-46 
まとめ (5分)	4. 本講座で学んだことを振り返る <ul style="list-style-type: none"> 学習内容を振り返り、ワークシートで復習する。 	<ul style="list-style-type: none"> 日々の生活で「消費者力」を発揮できるように、気づく・断る・相談するポイントと身近な相談先を確認する。 	<ul style="list-style-type: none"> ワークシート 

■ 教材活用セミナーの実施事例

教材の効果的な活用方法を検証するため、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、講座とVR体験を組み合わせた「教材活用セミナー」を開催した。

講師には、「これから講座を実施する方への支援・スキルアップ」「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」「体験型教材の開発目的や目標」「教材の特徴、教材を使った講座の展開例」などについて講義いただいた。

教材活用セミナー実施一覧

実施事例① (当ガイド9ページ～14ページ)	
講師	椋山女学園大学 現代マネジメント学部教授 東珠実氏
受講者	消費生活相談員など8名/72回線
使用教材	【動画教材】催眠商法 【テキスト教材】定期購入
講義目的	消費者庁の教材を正しく使って講座をすることができるようになること、教えることの専門家になること
実施事例② (当ガイド15ページ～17ページ)	
講師	国立大学法人 東海国立大学機構岐阜大学 教育学部教授 大藪千穂氏
受講者	消費生活相談員など27名
使用教材	【動画教材】偽装サークル、催眠商法 【テキスト教材】美容医療、訪問販売(点検商法)
講義目的	自分自身が教える立場として、教材の利点の理解と、教材を使うためのノウハウを伝えられるようになること
実施事例③ (当ガイド18ページ～22ページ)	
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
受講者	消費生活相談員など24名
使用教材	【動画教材】催眠商法 【テキスト教材】ネットトラブル(定期購入)
講義目的	高齢者と若年者では被害に遭うきっかけが異なることを理解し、対象に応じた講座ができるようになること
実施事例④ (若者向けガイド参照)	
講師	国立大学法人 東海国立大学機構岐阜大学 教育学部教授 大藪千穂氏
受講者	学生ボランティア6名
使用教材	【動画教材】偽装サークル 【テキスト教材】美容医療、ネットトラブル(課金)
講義目的	学生が消費者問題を自分ごととして考えられるようになること
実施事例⑤ (若者向けガイド参照)	
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 立正大学 心理学部教授 西田公昭氏
受講者	学生ボランティアなど5名
使用教材	【動画教材】暗号資産 【テキスト教材】美容医療
講義目的	体験をすることで、同じような年代の若者に共感して伝えることができること、色々な意見を聞き、自分でまとめ、人に伝えること

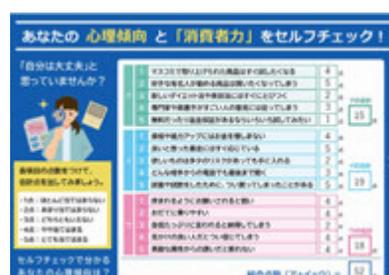
実施概要

セミナー受講者	消費生活相談員など
講義内容に応じたポイント	<ol style="list-style-type: none"> 1 体験型教材が作成された目的・意図と概要 2 消費者トラブルの現状と消費者の脆弱性 3 「消費者力」を育む消費者教育—気づく・断る・相談する— 4 体験型教材「鍛えよう、消費者力」の内容と特徴 5 体験型教材を活用した講座の展開 6 「自分ごと」化の消費者教育

1 体験型教材が作成された目的・意図と概要

本教材は、何らかの「知識」を得て被害を防ぐという類のものではなく、「自分も騙される」ということを自覚してもらうものであり、とるべき「態度」や「行動」を重視した教材である。また、自分が「消費者として」どのような特徴や騙されやすさがあるかを知った上で、騙されそうな時に気づき、断ることができるか、騙されても諦めずに相談できるか、といった力をつけることを目指している。

講座のはじめに、「診断セルフチェック」を行って、自分の性格や特徴を知ることが重要。自身の心理傾向が消費行動に影響を及ぼしていることを認識し、知識の他に、磨かなければならない実践的な力があることを意識してもらいたい。「診断セルフチェック」は、自身の心理傾向と騙されやすさ、自分が身につけるべき力(気づく力・断る力・相談する力)について具体的に意識するためのものである。



2 消費者トラブルの現状と消費者の脆弱性

年代・性別によりどのような消費者トラブルが多いのかを理解する。特に若者と高齢者には、注意すべき特徴や傾向が明確である。

事業者と消費者の間には情報の質や量、交渉力に格差があるため、消費者は法によって保護されている。法制度では「一般的・平均的・合理的な消費者」は、必要な情報や、適切な判断の機会が与えられれば、自分で合理的な判断ができるとされているが、みなが一般的・平均的・合理的な消費者ではなく、「脆弱性」を有する消費者もいる(むしろ、大量の情報があるなかでは、ほとんどの消費者が一定の脆弱性を有する)。脆弱というのは、人から何か言われるなど、外からの圧・攻撃への耐性が弱い状態のこと。私たちが生活していく中で、外からの圧・攻撃にいかに対応できるかということがこれからますます求められることになる。特にデジタル化が進むことにより、消費者の脆弱性がますます問題となる。

「令和6年版消費者白書」では、年齢や性別、社会経験によって生じる「弱さ」を「類型的・属性的脆弱性」と記載している。ここでは、消費者トラブルへの不安や、商品を契約する際に弱い立場に置かれたと感じる理由などについて、年齢別にみた特徴などが示されている。消費者は、常に客観的に正しい判断を下すことができるわけではない。様々な属性による特徴もあるし、個人の志向も影響する上に、事業者側の製品サービスの提供の仕方によっても、異なってくる。また、人の行動にはバイアス(無意識のうちに先入観や偏見の影響を受ける傾向)があるため、事業者からの情報の提示のしかたによって、適切な選択ができなくなることがしばしばある。行動バイアスの例としては、「情報過多」「デフォルト効果」「現状維持効果」「保有効果」「フレーミング効果」などがある。

トラブルに巻き込まれるのは「知識不足」ということだけではない。自分を含めた消費者の心理的な傾向を踏まえておくことが重要であり、今回の体験型教材はそこを重視している。

3 「消費者力」を育む消費者教育—気づく・断る・相談する—

【作成の背景】

消費者教育は、消費者教育推進法にあるように、自分自身で安全な消費生活を営むという「自立」の力と、他者と一緒に持続可能な消費者市民社会を作っていくという「共生」の力を育成することを目指している。また、消費生活に関する知識を、適切な行動に結びつけていく実践的な力が求められる。このようななか、「旧統一教会」問題を契機とする霊感商法等の悪質商法被害の拡大が社会問題となり、消費者被害未然防止のための消費者教育の取組強化が急務とされた。そこで、消費者教育推進会議に「消費者力」育成・強化ワーキングチームが設置された。

【ワーキングチームでの検討】

ワーキングチームでは、悪質商法の被害に遭わないために消費者が身につけるべき能力、いわゆる「消費者力」とは何か、ということを議論・整理した。その結果、まずは、「気づく力」「断る力」「相談する力」の3つの力が挙げられた。「おかしいな」と気づいたり、きっぱりと断ったり、だれかに相談する力が大事であり、さらに、自身のことだけでなく家族等の周囲の人の異変にも「気づく力」や相談するように「働きかける力」、そして、地域や社会に対しても、参画・協働し問題を解決するよう「働きかける力」を携えることにより消費者市民社会の構築に貢献できる、という枠組みを作った。



【教材のイメージ】

教材の特徴としては、世代別の内容を意識し、リアルなトラブル事例や体験談などを盛り込み、見ただけで、これはダメだとか、こうなってはいけないと伝わるようなものにしたと考えた。消費者に「自分ごと化」を意識してもらい、自発的な行動を促すことを目指し、体験型とかリアリティとか没入感という言葉を使いながら話し合いを進めてきた。「自習対応」できることも含めて最終的にどのような教材にするかというイメージを整理した。

教材には、いま最も被害が危惧される事例をピックアップした。当事者の不安や悩みが明確に共有できるもので、多発するSNSトラブルへの対応なども取り扱った。特に、「マインドコントロール」が深刻な被害をもたらすため、専門家にも入ってもらい検討を重ねた。手法としては、スマートフォン対応が可能なこと、そして担い手が使いやすいものであり、講座での展開例や解説も備えていること、動画の時間が短いことなどを重視した。現在では若い人を中心に、短い動画を見る習慣があるため、長いストーリーの動画を作ってもあまり見てもらえない。短い動画で訴求すべきだという意見が出た。そもそも講座の中でも長い動画は使いにくく、短い動画が効果的である。

4 体験型教材「鍛えよう、消費者力」の内容と特徴

体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」特設サイトには豊富な教材が掲載されているが、豊富さゆえにサイトの仕組みがやや複雑であるため、掲載教材の種類やサイトの構造を事前に把握しておくとしやすくなる。

動画教材は3種類(偽装サークル、暗号資産、催眠商法)あり、どの場面で何が問題だったかをチェックする「復習動画」、さらに消費者心理や法律を踏まえた専門家による「解説動画」がついている。

テキスト教材は4種類(ゲーム課金、美容医療、定期購入、訪問販売)あり、それぞれ事例マンガ、振り返り問題、気づくポイントの解説、対策、復習・実践で構成されている。

他にも、補足資料として、他の教材にはないような被害者インタビューと自身が騙されてしまった際や、家族や知人の様子がおかしいと感じた際の対応スライド(相談先・周囲への働きかけ)も用意されている。その他、講座展開例(指導案)や「ワークシート」も備えている。

トップページの最下部に置かれている、「指導用教材」から関連ページを開くと、さまざまな教材コンテンツがダウンロード可能であり、資料に加工ができるようにWord/PPT形式で掲載されている。

本教材は、動画教材、テキスト教材、振り返り、解説などがパッケージ化されており、資料も豊富なため、上手く活用すれば、他の教材を組み合わせる必要は無いと感じている。

教材の全体のポイントとなるのが、自分ごと化、没入感、消費者の心理的な傾向を踏まえた内容・構成となっているところ。勧誘場面の中に、当事者である自分が本当にいると感じることができるところが最大の特徴。

現在、自分のスマートフォンを使ってVR動画を見ることができると紙製ゴーグルも制作されている。軽くて持ち運びがしやすいうえに、ゴーグルを使って見たのとほぼ同じような見え方をする。都道府県・政令市の消費生活センターなどに送付され、利用できるようになっている。

3-2 Webサイトの構成(掲載教材)①

項目	内容1	内容2	内容3	形式	(備考)
このサイトについて-消費者力とははじめて	「消費者力」の整理、サイトの構成、活用方法案内	説明	—	テキスト	
①消費者トラブルってどんなもの?	消費生活相談件数(インターネット通販、若者・高齢者に多い商品・サービス)など	リード文	—	テキスト	
②診断セルフチェック	消費者力チェックと危険度	説明とグラフ	—	テキスト	*1
③消費者トラブルを体験しよう!	CASE01 偽装サークル	VR事例動画	偽装サークルの勧誘を疑似体験	動画(YouTube)	*3
		復習動画	気づく、断る、相談する場面 合宿へ誘われる場面/不当な勧誘による契約	動画(YouTube)	
		解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画(YouTube)	
		トラブル対応	「消費者トラブル」に遭いそうになったら 「消費者トラブル」に遭ってしまったら 被害に遭ってもあきらめないで!	スライド(pdf) スライド(pdf) スライド(pdf)	
	CASE02 ネットトラブル(暗号資産)	VR事例動画	暗号資産の勧誘を疑似体験	動画(YouTube)	*5
		復習動画	気づく、断る、相談する場面 暗号資産の儲け話/追加投資の勧誘場面	動画(YouTube)	
		解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画(YouTube)	
		トラブル対応	「消費者トラブル」に遭いそうになったら 「消費者トラブル」に遭ってしまったら 被害に遭ってもあきらめないで!	スライド(pdf) スライド(pdf) スライド(pdf)	
	CASE03 催眠商法	VR事例動画	催眠商法の仕組みを体験	動画(YouTube)	*6
		復習動画	気づく、断る、相談する場面 イベントへの参加場面/高額商品の契約場面	動画(YouTube)	
		解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画(YouTube)	
		トラブル対応	「消費者トラブル」に遭いそうになったら 「消費者トラブル」に遭ってしまったら 被害に遭ってもあきらめないで!	スライド(pdf) スライド(pdf) スライド(pdf)	
	CASE04 ネットトラブル(課金)	事例マンガ	中学生が保護者のクレジットカードで課金	スライド(組込)	*7
		振り返り問題	課金がひきおこす問題	スライド(組込)	
		check	異変に気づくポイント	スライド(組込)	
		解説	課金トラブルはなぜ起こる? 不要な課金トラブルを避けるために 若年者向け/保護者向け?	スライド(pdf) スライド(pdf)	
対策	問題を解いて消費者力を磨こう!	スライド(pdf)	18		

5 体験型教材を活用した講座の展開

動画教材を用いた講座は、事例動画、復習動画、解説動画の流れで展開し、その後、オプションとして被害者インタビュー動画を活用することが推奨されている。

復習動画では、騙す手口をダイジェストで振り返り、勧誘場面の対応例をリアルに確認できる。動画を適当な場面で一旦停止して、自分ならどうするかを考えてもらうといった使い方もできる。気づく、断る、相談することを重視し、リアリティを追求している教材である。

解説動画では、心理学が専門の西田教授が、それぞれの事例について、どのようにマインド・コントロールがなされるかについて解説する。トラブルに結びつく場面や特徴、悪質業者の勧誘の言葉や態度などの紹介とともに、トラブルに遭わないためのポイントや断り方などについて説明されている。最後に、消費者被害の防止のための法律があることや相談窓口の紹介もあり、「気づく」「断る」「相談する」というキーワードの重要性と、そのために自分が何をしたらよいか具体的にわかる動画である。

事例動画、復習動画、解説動画をセットで見てもうのが良いが、見てばかりではなく、途中で適宜、話し合いやワークシート記入などの活動を導入したほうが効果的である。また、まとめでは、補助教材「相談先・周囲への働きかけ」投影用スライドを使用したり、オリジナル資料を使って変化をつけてもよい。

テキスト教材では、事例マンガを見た後、振り返り問題で、この事例の何が問題だったのか、どこに気をつけるべきだったのかを考え、そのあと解説、対策に進むという展開である。

テキスト教材の投影用スライド(PPT)は加工可能なので、ダウンロードして自分で自在に構成、組み立てが可能である。また、間に、最近のニュースや地域の問題などを組み込んでも良い。

体験型教材(動画教材、テキスト教材)の教材研究(内容・活用方法の熟知)のためには、特設サイト最下部の「指導用教材」を開き、ダウンロード教材一覧の下に掲載されている「教材活用ガイド」(PDF)を開いて熟読するとよい。また、講座の展開例(指導案)を参照するためには、「指導用教材」を開き、ダウンロード教材一覧、教材活用ガイドのさらに下に掲載されている「若年者向け授業・講座資料」「社会人向け授業・講座資料」のなかの各CASEにおける「授業・講座展開例」をクリックする。これをベースに講座の特性に応じたオリジナリティを加味していくと、講座の組み立てがしやすい。

6 「自分ごと」化の消費者教育

体験型教材を使った講座のポイントは「自分ごと」化。「自分ごと」化の消費者教育という観点から、この教材には多くの情報・ヒントが盛り込まれている。「自分は大丈夫だ」と思いがちだが、それもまた正常性バイアスがかかっているということなので、決して大丈夫ということはないという前提で、自分のことを自分で守っていかうとする態度をこの教材を通して学んでほしい。

消費者被害の防止の基本は、「自分ごと」化であり、自分目線、一人称で物事を考えるということが重要である。本教材を活用することで、気づくための臨場感やリアリティを感じ、断るための批判的思考や相談するという主体的な行動を身につけ、自分の問題と社会の問題を結び付け、実践的な消費者力を高めてほしい。

講師の皆様には、本教材の特徴を意識し、講座の受講者にとって有用な教材の組み合わせや効果的な活用方法を検討してください。

4 体験型教材を活用した講座の展開

4-1 「催眠術法」のVR動画教材を用いた授業例 (1)「動画教材」の構成



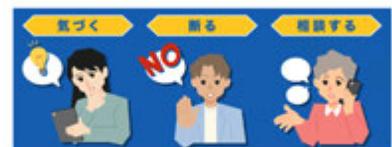
4-2 「定期購入」のテキスト教材(マンガ教材)を用いた授業例 (1)「テキスト教材(マンガ教材)」の構成



5-3 リアルな教材による消費者教育の効果



消費者教育と体験型教材の活用 一鍛えよう、消費者力一



消費者の**批判的思考**と**主体的行動**で
公正な市場と持続可能な**消費者市民社会**をつくる！

画像出典：消費者庁「体験型教材 眠えよう、消費者力」<https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/>

教材活用セミナー実施事例②

実施概要

セミナー受講者	一般(消費生活相談員、教員など)	学生(学生ボランティア)
共通ポイント	1 なぜ人は騙されるのか？ 2 「気づく」「断る」「相談する」3つの消費者力の難しさ 3 教材の使い方(使ってみた感想)	
担い手に応じたポイント	4 消費生活相談員と教員の役割 5 教材の活かし方	6 小・中学生には我慢を教える 7 大学生は情報力の習得を図る

共通ポイント

1 なぜ人は騙されるのか？

【心の安定機能～正常性バイアス～】

人はリスクなど都合の悪いことは無視・過少評価するという性質がある。リスクに弱い人ほど自分は大丈夫と思いがちであるし、対処方法がわからないと無視したり、心の安定機能によって自分は大丈夫と思いがちである。また、落ち込んだり寂しい思いをした時などに心に隙ができると、いつもは嘘だと思っているようなことも信じたり、やらないといけないと思ってしまうりする。そういった場合に騙される可能性があるということを知っておいてほしい。

【脳の意思決定システム】

人が意思決定を行うときは、脳内の2つのシステムが判断をしてくれている。直感や経験に基づいて素早く判断を行う自動システムと、理性的にゆっくり判断を行う熟慮システムである。通常は、熟慮システムでゆっくり考え意思決定を行うが、長時間の勧誘や契約するまで帰らせてもらえないといったストレスが加わることによって、熟慮システムがストップし、自動システムに切り替わった結果、慌てて契約したり、即決したり、間違った意思決定をしてしまう。このように、騙される要因には人間の脳そのものの構造も影響しており、本人の性格だけに限らず、誰でも騙される可能性があるという点が重要。

【システムの成熟時期】

自動システムと熟慮システムの成熟期にはズレがあり、熟慮システムは20代でやっと完成する一方で、衰えるのも早いという特徴がある。そのため、若者と高齢者は自動システムで判断する機会が多く、騙されやすくなる。

【システム正常化の鍵】

熟慮システムの働きを正常に戻すためには、ストレスを軽減することが必要であり、ストレスは経験により軽減する。「いいません」「困ります」「断ります」など様々なパターンを考えて、断る練習をし、慣れておくなど事前に訓練を行うことが必要。



2 「気づく」「断る」「相談する」3つの消費者力の難しさ

【事例解説から疑似体験へ】

従来の消費者教育では、事例による注意喚起や法律の解説などが多かったが、自分は大丈夫だと思っただとしても、時間が経つと忘れてしまったり、手口もどんどん変わったりしてしまう。そのため、事例解説に加えて疑似体験の機会を提供することで、自分ごととして捉え、自分の経験として定着させることが必要といえる。

【実践的な消費者力の育成】

これらのことから、幅広い世代を対象に、気づく(批判的思考)・断る・相談する・働きかける等、被害防止に必要な実践的な消費者力を育成・強化し、消費者市民社会の構築を図ることを目的とする新たな教材を開発することとなった。

まずは「気づく」。ネットやテレビ、新聞、本など様々な媒体から情報を取り入れることで、何かおかしい、ということに気づくことが大事。

次に「断る」。断る練習をしておくことが大事。様々な事例、パターンを想定し、断り方を検討、練習する。グループで話し合いながら練習し、様々な断り方を学ぶのも有効。特に、先輩や友人からの誘いを断るのは難しいので、踏み込んだ質問や誘いの断り方も練習してほしい。

最後に「相談する」。家族や友人との日常の他愛もない話から、何かおかしいのでは、という気づきを得られたり、断り方を相談することができるため、そうした日頃のコミュニケーションが重要。

手口は年々巧妙になってきている。次の人が同じような被害に遭わないように社会に働きかけることも大事である。

3 教材の使い方(使ってみた感想)

事例動画は、実際に体験してみると確かに臨場感があった。ゴースルのつけ方が良くなかったのか酔ってしまう人がいたので注意が必要。事前の準備も必要。

動画に合わせて学校の授業で教師が使う指導案も準備されている。どの教材を使用するかは、対象者の年齢層によって選ぶのもよい。20歳代未満の若者と高齢者ではトラブルの傾向が違う。また、教材を利用する際はウェブサイトに掲載されている消費者白書も参考に、データを新しい情報に更新してほしい。

診断セルフチェックは、授業で実際に使用し、自分のことを知ってもらおうと良い。

事例動画のあとは、復習動画と解説動画を使用することで、自分ならどうするか、どうすべきだったかを学べる。どこに気づくポイントがあったか、どのように断ればよいか、どのタイミングでどこに相談すべきかなどを数人で話し合い、発表することも有効。

テキスト教材は、漫画で事例が紹介されている。ネット環境がない場所での講座などで使用することができ、解説や対策、ワークシート、指導案が用意されている。

ワークシートは量が多いので、部分的に切り出したり、他の教材をベースに組み立てを考えるのもよい。

担い手に応じたポイント

〈消費生活相談員、教員など〉

4 消費生活相談員と教員の役割

小・中・高校の学校消費者教育は、現在は、消費者トラブルの事例と対処法を教え、新たな事例が出る度、その対処法を教えているが、児童、生徒が卒業した後も自分で消費者トラブルに気づけたり、対処できる力を養うことを教えていかなければならない。

そのためには、消費生活相談員が最新の消費者トラブルの被害状況を学校教育の現場と共有し、教員がその情報を活用しつつ、教員自身が講座を行えるようになることで、子どもたちが自分で消費者トラブルに対処できる力を高めていくという相互作用が重要。

5 教材の活かし方

自身が普段実施している講座の時間や対象に応じて、教材の活用方法を変更、工夫すること、また、その場限りの教育ではなく、受講者がトラブルに直面した際、自身で解決する力の育成を意識することが重要。教育なので人間発達为目的であり、今回の教材もそうした人間発達を促す道具の1つとして捉え、活用してもらいたい。

〈学生ボランティア〉

6 小・中学生には我慢を教える

小・中学生や高校生に授業をする際は、例えば「マシュマロテスト(※)」という実験で追跡調査の結果、我慢した子供が高校生になって大学入試の点数が高かったり、欲求不満やストレスの対処ができたりと、我慢できなかった子どもと違いが見られたことを紹介するとよい。「我慢する」等の非認知能力を学んでいくことが大事。

(※)1960年代にスタンフォード大学の心理学者であるミシェル博士が作った幼児向けの心理実験。「目の前の1個のマシュマロを15分間食べるのを我慢できたら、2個にしてあげる」といって立ち去り、その子どもが我慢できるのか、自制心を調査するテスト。

7 大学生は情報力の習得を図る

大学生には、情報力を身につけてほしい。騙しの手口は時代とともに変わってしまうため、新たな消費者トラブルの事例にも対処できるよう、民法だけでなく、消費者契約法や特定商取引法など多くの法律に守られていることを知ってもらうこと。加えて、消費者問題が起きてしまったら、まずクーリングオフでの解決を検討するが、通信販売など、クーリングオフでは解決できない事案もあり、救済にも限界があるということも知ってもらう。

トラブル対策のキーポイントとして、事前は消費者教育を、事後は消費生活センターや弁護士などの相談体制や法制度での救済措置の活用を挙げておきたい。

教材活用セミナー実施事例③

実施概要

セミナー 受講者	消費生活相談員など	
共通 ポイント	<p>【講座実施手順】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 消費者教育の基本を理解する(対象者の置かれた環境を知る) 2 講座を準備する(プランニングシートとタイムスケジュールを作成する※) 3 講座を実施する(目的を明確にする・プランニングシート通りに進行する) 4 講座終了後に振り返りをする(振り返りのチェックシートを作成する) <p>※時間が余る場合に使用する教材の準備及び時間が足りない場合に使用しない箇所を決めて、対象者の理解度に応じて実施する</p> <p>【講座の目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・年代によって、被害に遭うきっかけやトラブル内容が異なるので、目的を明確にすること ・体験をすることで、同じような年代の人に共感して伝えることができること、色々な意見を聞き、自分でまとめ、人に伝えること 	
講座の 対象者	成人期(高齢者)	若年層
講座の対象 者に応じた ポイント	<p>【取り巻く現状と課題】</p> <p>消費者の高齢化、孤独孤立の顕在化</p>	<p>【取り巻く現状と課題】</p> <p>成年年齢の引き下げ</p>
	<p>【成人期(高齢者)の特徴】</p> <p>高齢者は周囲の支援を受けつつも、人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期</p>	<p>【高校生期の特徴】</p> <p>生涯を見通した生活の管理や生活の重要性、社会的責任、主体的判断が望まれる時期</p>
	<p>【多いトラブルのきっかけ】</p> <p>3K「お金」「健康」「孤独」</p>	<p>【多いトラブルのきっかけ】</p> <p>小・中学生⇒ネットゲーム 高校生⇒ネット通販、ネットゲーム 大学生⇒BK「美容」「お金」、賃貸契約</p>
	<p>【伝えること】</p> <p>仲間と情報交換ができるような居場所作りを積極的に行い、講座で得た知識で支援して欲しいことを伝える</p>	<p>【講座の進め方】</p> <p>グループワークをして皆で考える。それが学びにつながる</p>

共通ポイント

1 消費者教育の基本を理解する

消費者教育の基本を理解すべく、「消費者教育の推進に関する基本的な方針」(以下、「基本方針」という。)を参照する。基本方針には、「消費者教育の推進の意義」、「消費者教育の推進の基本的な方向」、「消費者教育の推進の内容に関する事項」が記載されており、消費者を取り巻く現状と課題を知ることができる。

また、消費者教育において、どのような時期に、どのような内容を身に付けていくことが求められるのかを理解すべく、「消費者教育の体系イメージマップ」(巻末参照)を参照する。

〈高齢者を対象に講座を実施する場合〉

基本方針によれば、消費者の多様化(高齢化)が進み、デジタル化が進展するなかで、消費者の現状を踏まえた上で、被害に遭わないように教育や啓発を行うことが必要とされている。高齢社会で高齢者が孤独・孤立している現状では、継続的な学びと考える力の獲得を支援し、トラブルを回避するための知識を得て、批判的な思考を育成していくことが必要であり、その教育に際しては、自分ごととして考えることが大事である。

「消費者教育の体系イメージマップ」によると、高齢者は周囲の支援を受けつつも、人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期とされ、互助(自発的な支えあい)が必要とされている。高齢者への消費者教育と啓発や見守り活動をすることが、消費者市民社会の実現や被害の未然防止につながっていくことを理解する。

〈若年層を対象に講座を実施する場合〉

基本方針によれば、若者では成年年齢の引下げやデジタル化の進展が考慮すべきポイントになる。デジタル化した消費者教育の推進で自分ごととして捉え、課題解決できることが大切である。

「消費者教育の体系イメージマップ」によれば、高校生期の特徴は、生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期とされている。自立を支援するためには、どこに問題があったかを考える「事実的思考」と、どう行動すればよかったか、どこが気づきのポイントだったかを考える「価値的思考」の育成が必要になる。価値的思考は人によって異なるため、学校教育においては、グループワークを行う方が育成しやすい。

小・中・高校生に対する消費者教育は、学習指導要領に合わせた形の提案が必要になる。

2 講座を準備する

まず、講座の目的を明確にする。講座は目的達成の手段の1つなので、受講者の聞きたいこと、興味、生活背景などを知ることが重要。講座依頼の打合せ内容を整理し、講座のタイトルや使用する教材を検討し、導入・展開・まとめとなるように講座の組み立てを考え、プランニングシートを作る。

その際に有益なのは、消費者庁の「消費者白書」と国民生活センターの「相談事例」である。年代によって被害に遭う特徴が異なることを知り、どのような講座内容がよいか決めていくことができる。またどのような相談が寄せられているのかを受講者に伝えることも大事であるため、伝えたい相談事例の問題点を整理しておく。

次に、講座で使用する道具(教材)を集めておく。動画教材、テキスト教材の他に、○×クイズ、ロールプレイング、断り方講座の事例などが消費者庁HPに掲載されているので活用できる。なお、動画視聴の後に使用するワークシート等はWord版であり、対象となる受講者や、講座の時間に応じて編集できるので便利である。消費者庁のホームページは「宝箱」なので必ず見て欲しい。

時間が余る場合に使用する教材の準備及び時間が足りない場合には使用しない箇所を決めて、対象者の理解度に応じて実施する。

「難しいことば」を「わかりやすく言い換える」場合は、間違えて言い換えていないかチェックしておく。

〈高齢者を対象に講座を実施する場合〉

国民生活センターのホームページには、高齢者が「お金」、「健康」、「孤独」のいわゆる「3K」という大きな不安を持っていること、その不安に付け込む高齢者の消費者被害事例が多く掲載されている。どんな相談が寄せられているのかを受講者に伝えることも必要であり、問題点は何か、どのようにすれば被害を防止できるかなど講座に盛り込むように考えながら準備をしてゆく。

また、講座が単なるイベントにならないために、双方向で進むように工夫すること。グループワークを行うならば、グループで討議をして気づきから何かを作成してもらうことも有効。ただし高齢者の場合、広域から集まり、顔見知りが少ないなど、グループで話をするのが難しいケースもあるので、隣同士で会話をしてもらうなどの配慮も必要。

〈若年層を対象に講座を実施する場合〉

タイムスケジュールは、学校であれば授業の時間に合わせて作成する。内容は多くを盛り込み過ぎると何をしたかわからなくなるので、できるだけポイントを絞ること。

20歳未満の相談だとネット通販やゲーム課金のトラブルが多く、20歳を過ぎると賃貸アパートの退去や出会い系サイト、脱毛・エステ、内職・副業のトラブルなどが多い。消費者白書で現状を確認し、トラブルの傾向を踏まえた講座が求められる。

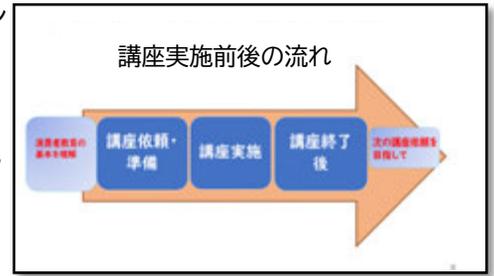
若者に多い相談であるBK(「美容」と「金」)について、クイズから展開して、自分ごととして捉えてもらう。Bについては、「美容医療」のマンガ教材を読んで、気づきのポイントなどに印をつけ、隣同士で話をしたのちに発表をしてもらう。Kについては、「暗号資産」の動画教材を視聴して、意見を出し合うワークをすることで、自分たちで気づくことを考えることができる。

小・中学校、高校では、学習指導要領に合わせた提案を行う必要があるため、教科書に目を通しておくことは必須。例えば、「契約」については、小学校の家庭科で学ぶようになっているが、教員が教えきれないものを具体的に落とし込むためには、教員とのコミュニケーションをとることが欠かせない。

3 講座を実施する

講座は、導入、展開、まとめの順で組み立てたタイムスケジュールに沿って実施する。導入部で診断セルフチェックを行い、誰でも騙されることがあることを理解し、自身の特徴を知ることよい。

教材の他にも、消費者庁のHPIには消費者トラブルの動画や消費生活センターの紹介動画もあるので、これらを合間に入れて講座を組み立てることができる。



〈高齢者を対象に講座を実施する場合〉

導入の診断セルフチェックでは、誰でも騙されることがあることを理解してもらう。また、どのような消費者相談が多いのかを説明したうえで、高齢者向けとしては「3K」を意識してもらうようにする。

動画教材には高齢者向けに「催眠商法」があり、ワークシートと共に利用する。高齢者の場合、すべてを回答するには負担が大きい可能性もあるため、選択式の設問のみにするなどの工夫も必要。ワークシートはアレンジ可能となっているので、受講者の属性や講座時間に合わせて作り替えること。

講座の最後には、自分の居場所作りを積極的に行い、仲間や情報交換の場を作り、講座で得た知識を周りの人に伝えることから始めてほしいと伝える。

〈若年層を対象に講座を実施する場合〉

大きな目的を一度に達成することは難しいので、中目的や小目的を設定し、段階的に目指すことが重要。受講者が興味を持って継続的に学べる内容や手段にする。

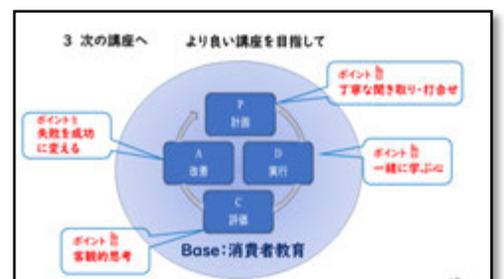
VR視聴後に使用するワークシートは、どこに問題があったかを考える事実的思考と、どう行動すればよかったか、どこが気づきのポイントだったかを考える価値的思考のそれぞれを分けて作るとよい。

若い人たちは「断る」ということを知らず、断る言葉も知らない。グループでロールプレイングをしてもらうなどして、実際に声に出して断る体験をしてもらうことは有効。自分たちで気づき、自分で断ることを考えることが大事。

復習動画や解説動画は、講座の時間外で見てもよい。友達同士で話し合う時間をとることの方が大切。基本的な姿勢としては、質問が出たら、質問をしてくれたことに感謝すること。これは学生の場合は特に大事で、話を盛り上げていくようにすること。

4 講座終了後に振り返りをする

100%うまくできる講座はない。振り返りのチェックシートを作成し、内容や手法は受講者に合っていたのか、時間に無理はなかったかなど、講座終了後に振り返ること。それにより、次の講座がより良くなり、少しずつレベルアップをしていく。PDCAを回していくことが大切。



若年層を対象とする講座を実施する場合

消費者庁ホームページや消費者教育ポータルサイトの教材の使い方

【中学生向け】

「契約、買い物トラブルとは何だろう」などの基本的なものや、批判的思考力を育成する教材がある。PPTで学習プリントと指導用の解説書もあり加工可能。指導案も掲載がある。

【高校生向け】

消費者庁が作成した「社会への扉」や、家庭科のカリキュラムと連動した「デジタル社会の消費生活」もあるので活用できる。PPT版もあり、教材の加工が可能になっている。

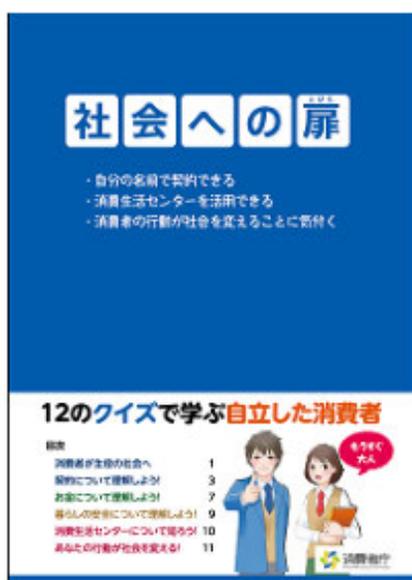
【特別支援学校向け】

漢字にルビ付きのPPT版があるので、受講者のレベルに合わせて加工ができる。

【その他に活用できるもの】

騙されやすさを測る心理傾向チェック、靈感商法等の悪質商法対策に関わるチラシ、消費者啓発に役立つイラスト集がある。

コンテンツは利用規約を必ず読み、加工の可否について確認し、出典の記載が必要なものなどもあるので、著作権についてチェックして利用して欲しい。



■ モデル講座の実施事例

本教材を活用する消費者教育の場(学校での授業や出前講座／セミナー、体験会など)で、計12回「モデル講座」として実証しました。受講者の属性としては、大学生、企業や団体に所属する人、高齢者、福祉関係者などです。また、講師は、消費生活センター等の消費生活相談員や消費者教育コーディネーター、消費者団体の職員、消費者教育に携わる学生ボランティアなどです。

講師と受講者の組み合わせと、講師が行った本教材の活用方法や工夫、講座の組み立て方などをまとめました。以下では取り上げたモデル講座の各事例を、講座毎に紹介しています。

番号	講師	受講者と人数	講座時間	講座内容	使用教材
1	消費者教育 コーディネーター	特別支援学校 生徒 13名	80分	講座	事例動画「暗号資産」「偽装サークル」、ワークシート「暗号資産」
2	行政職員	大学生 104名 一般人 9名	40分	講座	動画教材「暗号資産」(事例、復習)、診断セルフチェック、ワークシート「暗号資産」
3	消費者協会 職員	企業人 10名	50分	講座	事例動画「暗号資産」、ワークシート「暗号資産」、「相談先・周囲への働きかけ」
4	消費生活 相談員	福祉関係者 25名	40分	講座	事例動画「催眠商法」、「相談先・周囲への働きかけ」
5	消費者教育 コーディネーター	民生児童委員 28名	40分	講座	「訪問販売」「定期購入」、事例動画「催眠商法」、「相談先・周囲への働きかけ」
6	消費生活 相談員	PTA(保護者) 26名	40分	講座	「ゲーム課金」(事例、解説、対策)
7	消費者協会 職員	高齢者 9名	45分	講座	「訪問販売」、「消費者トラブル概況」、「相談先・周囲への働きかけ」
学生・若者が講師を務めたもの					
8	学生ボランティア	大学生 38名	50分	講座	動画教材「偽装サークル」(事例、復習、解説)、診断セルフチェック
9	学生ボランティア	大学生 4名	56分	講座	動画教材「暗号資産」「偽装サークル」(事例、復習、解説)、診断セルフチェック
10	学生ボランティア	大学生 6名 教員 3名	50分	講座	動画教材「偽装サークル」(事例、復習、解説)、診断セルフチェック、「消費者トラブル概況」「相談先・周囲へのはたらきかけ」
11	若者ボランティア	イベント参加 者 33名	360分	VR 体験会	事例動画「偽装サークル」「暗号資産」「催眠商法」
12	学生ボランティア	学生ボラン ティア 13名	40分	VR 体験会	事例動画「暗号資産」

1. 実施概要

名 称	「消費者教育」講座
主 催	倉敷まきび支援学校／岡山県消費生活センター
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
受 講 者	13名、特別支援学校3年生
講座時間	80分
使用教材	事例動画「暗号資産」「偽装サークル」、ワークシート「暗号資産」

2. 実施の背景

従来より、同学校に対しては岡山県消費生活センターと同センター登録のボランティア学生が連携して、消費者教育講座を開催しており、本年度も「契約トラブル」と「ネットトラブル」についての講座をした経緯がある。一般就労する軽度の知的障害者が被害に遭う心配も懸念されるので、身近なこととしてVRで体験してもらうことも良いのではないかと担任の先生と相談し、授業に体験型教材の導入を実施するに至った。



3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えなかったこと	使用した教材・資料
導入 (5分)	前時の学習内容の確認	前2回学んだ契約の基本をことを振り返る	前時に使った資料
展開1: 前時の復習 (40分)	○契約の基本について	<ul style="list-style-type: none"> ○契約の基本を復習 ・契約をするまでに「しっかり考える」ことを身に付ける。 ・お金の基本として、収入と支出のバランスをとることを意識づける。 ・社会に出ると「悪い人」が騙そうとしてくる。その例を前もって知っておく。またお金を上手に使う方法を学ぶ。 ・消費者庁ポータルにあるスライドを組み合わせれば、受講者に合わせたスライドを作成することができる。 	○特別支援学校用教材「ショウとセイコと学ぼう！大切な契約とお金の話」から「基礎編テーマ【1】買物・契約の基本」、「基礎編テーマ【4】お金の上手なやりくり」、「実践編テーマ【3】契約トラブルの対策・対処法」などから抜粋して作成。
展開2: VR動画視聴 (15分)	○2種類の事例動画を視聴 1回目事例動画「偽装サークル」:5名がVRゴーグル装着、他はスクリーン視聴 2回目事例動画「暗号資産」:5名がVRゴーグル装着、他はスクリーン視聴	<ul style="list-style-type: none"> ・友達や先輩から誘われた場合は断り難いことが多い。2つの身近にある動画で疑似体験をし、事例を知る。 ・受講者は身近な経験ができる。 	○事例動画「暗号資産」、「偽装サークル」
まとめ: ワーク (20分)	○事例動画視聴後の復習と断る練習 ・ワークシート記入 ・「断ることば」を考える ・断り方の練習をする	<ul style="list-style-type: none"> ・事例動画をうけてワークシートでの作業を行い、答え合わせで学びを深める。また騙そうとしてくる誘いは断っても良いということを知り、実際に断りの言葉を声に出して練習を行うことで覚える。 ・ワークシートは、必要な部分を抜粋して使うことができる。更にルビを付すなどして受講者に応じた形にした。 	○ワークシート「暗号資産」

4. 講座のねらい

軽度知的障害で一般就労に就く生徒が多い特別支援学校で身近なトラブルを体験してもらう。特別支援学校に通う生徒の周囲には「悪い人」はいないが、社会に出ると様々な人が周囲にいること、その中には「悪い人」がいて、騙そうとしてくることを知る。そして何か勧められるとそれを断ることができないことが多い。授業で実際起こりうるであろう身近なトラブル内容を体験し、たとえ学んだ内容は忘れたとしても、断ったという体験や記憶が重要である。

まず、「断る」ことを覚えてもらい、できるだけトラブルに巻き込まれない成功体験を経験してもらうこと、次に、困った時は一人で悩まないで「相談する」ことを知ってもらうことが大切である。

「してはいけない」という否定形ではなく、「できること」を講座で伝え、「できること」を身に付けてもらうことが、本講座のねらいである。

5. 教材活用の工夫

まず、今までの契約についてのおさらいを行った後、友達などから儲け話への誘いや名義貸しを頼まれた時の対処とお金のやりくりについて講義し、その流れで実際に勧誘されるVR動画を体験してもらった。体験を通じて、その立場になった時どう感じるかワークを行い、悪い人は騙そうとしてくるので、断ってもいいのだということ覚えてもらう。実際に口に出して「断る」練習をし、記憶に残してもらえるような順序で講座を組立てた。

ワークシートについては、対象者に合わせてアレンジできるようになっているので、受講者が理解できる範囲に抜粋し、ルビを付すなどして使用した。

*本講座用の資料としては、複数の特別支援学校用教材から関係するページを抜粋し組合せて作成。受講者に合わせて、全ての資料はルビ付きで視認性を向上させている。

6. 講座実施後の感想

特別支援学校では、事例動画「偽装サークル」「暗号資産」は少し難しく感じた。より身近なテーマを扱ったリアルな教材があればさらに良いと思うが、VR体験と「断る」練習とを通じて、授業内容は忘れても、「断る」ことを覚えてもらったのではないかと。VR体験者は、身近に消費者トラブルを体験できたと思う。社会に出たら、特別支援学校には関わることのない様々な人が声を掛けてくるので、大切なお金が盗られたりなくなったりして、借金することになるなどの方が題材として良いと感じた。

受講者の反応

- VR視聴については「自分がそうなっているような気がした」や「身近だった」の反応があった。
- VR視聴後に行ったワークシートの答え合わせでは、受講者は積極的に参加していた。

担当教諭の感想

- 今回はVR動画で消費者としてのトラブルを仮想的に体験して、「お断りします」と言う・怖い事に誘われたら断る・親に相談する・怪しいと思ったらすぐに断るといった日頃から注意しておくことを学んだと思う。
- 特に、動画の中で、合宿に誘われたシーンのように、たくさんの人が集まって話すシーンなどは強く印象に残ったのではないかと。
- 実際に起きた事件の結果、どうなったかを詳しく知れるとさらに良いかと思う。



1. 実施概要

名 称	令和6年度消費生活講座 ～県と愛媛大学の連携講座～
主 催	愛媛県／愛媛大学
講 師	愛媛県県民環境部県民生活局 県民生活課職員
受 講 者	大学生104名 一般県民9名
講座時間	40分
使用教材	動画教材「暗号資産」(事例、復習)、診断セルフチェック、ワークシート「暗号資産」

2. 実施の背景

愛媛県では、自ら情報を収集・選択し、行動できる「自立した消費者」を育成するため、消費生活に必要な法律、経済等の知識を専門的・体系的に習得する消費生活講座を、愛媛大学と連携し、法文学部の講義の一部として実施している。大学生にも消費者トラブルがどのようなものか体験してもらうため、同講義の初回ガイダンスにおいて、体験型教材を導入した講座を実施した。



3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えたかったこと	使用した教材・資料
導入 (2分)	○愛媛県下の消費者トラブルの状況について	・愛媛県下の消費者相談の件数や内訳を伝え、自身も消費者トラブルに遭う可能性があることを認識してもらう。	○講師独自資料
展開1: 自己診断 (6分)	○診断セルフチェックの記入 ・各項目についての説明	・自分の心理傾向と「消費者力」をチェックし、消費者トラブルを防ぐために、特に注意が必要なポイントを知ってもらう。 ・診断セルフチェック実施後に、項目ごとに解説する時間を設けることで自身の注意ポイントについてより理解を深めてもらう。	○診断セルフチェック
展開2: VR動画視聴 (15分)	○VR動画「暗号資産」視聴 ・10名がVR装着、他はスクリーン視聴(運営補助3名)	・VR体験や動画視聴を通じて騙される時の心理状況を実感してもらう。 ・より自分ごととして事例について考えてもらえるよう、動画の視聴前に「どこに断るポイントがあったかを考えながら見るようにしてください」と伝える。	○事例動画「暗号資産」 ○講師独自資料 復習用のスライドは動画キャプチャーを入れることで、印象が残るように工夫
展開3: ワーク (10分)	○ワークシート記入 ・いつ、どのように断るべきだったか ・ワークシートの答え合わせ ・断り方の紹介	・断り方について、自分だったらどうするかを考える時間を設けることで、より自分ごととして考えてもらう。	○ワークシート「暗号資産」
展開4: 復習動画視聴 (6分)	○復習動画「暗号資産」視聴	・ワークで考えた内容や断り方の紹介を踏まえ動画を視聴することで、断り方の理解をより深めてもらう。	○復習動画「暗号資産」
まとめ (1分)	○気づく・断る・相談する	・消費者トラブルを防ぐためのキーワードを再度伝える。	○講師独自資料

4. 講座の狙い

「鍛えよう！消費者力 ～体験して考える～」をテーマとした。自分の心理傾向や消費者力を知り、どんなことに注意すべきかを知る。そして違和感に「気づく力(批判的思考力)」、きっぱりと「断る力」、一人で抱えず「相談する力」を体験を通して実践できるようにすることを目的として実施した。

5. 教材活用の工夫

大学生だけでなく、一般県民の受講もあったため、幅広い年齢層に適するよう事例動画「暗号資産」を選択した。診断セルフチェックを講座の前段で行い、自身の注意するポイントを自覚してもらった。短い講座時間に合わせるため、独自で準備したスライドに事例動画のキャプチャを挿入することで、トラブルに遭うまでの一連の流れを受講者がイメージしやすくなるようにしたほか、VR視聴後のワークで動画内容を思い出しやすくなるよう配慮した。

事例動画については、ただ見せるだけでなく、どういう視点で見るべきか、注意すべき点は何かを事前に伝えることで、より自分ごととして考えることを促したほか、その後の復習動画とセットで視聴することで、どういうふうに分ればよいのかを受講者がイメージしやすい構成とした。

6. 講座実施後の感想

時間の都合上、今回は省略せざるを得なかったが、講座の冒頭で、実際に消費生活センターに相談があった事例等を変え、「消費者トラブル」とは何かを説明し理解してもらった構成の方が良かった。

また、消費者庁の資料は、60分想定と思われるので、40分の講座で全て説明するのは難しいと感じた。

受講者はVR機器に一定の興味を示しており、動画も集中して視聴していたため、印象に残ったのではないかと思うものの、VR装着者からの意見が特になかった。

後日、担当教授からは、講座はかなり好印象であったと聞いた。

受講者の感想

- いつでもありえる話なので、まず初めの気づくチカラを身につけて、賢い消費者になりたい。
- 親しい知人からの誘いであっても、トラブルに巻き込まれないようにするためには、違和感に気づけるように注意しておく必要があると思った。
- 消費者被害に関するニュースなどを見るようにする。消費者被害に遭遇した時はきっぱりと断れるようにしたい。
- トラブルに巻き込まれると、誰にも言えないと思い一人で抱え込んでしまいそうだが、今日の講座を聞き、相談することが大切であると改めて感じる事ができた。
- 1人で対応するのは難しいトラブルもあると思うので、信頼できる人や公的機関に相談するくせをつけたい。
- 既存のトラブルだけでなく、新たに流行している消費者をターゲットにした詐欺などの情報を積極的に収集するように心がける。
- 自分自身が断れるようになることだけでなく、友達からそのような話を聞いた時も、それ本当に信じて大丈夫？などと被害者を増やさないようにすることが必要だと思いました。
- 自分だけで判断するのではなく友達などの第三者視点から判断してもらうことが必要だと思った。消費者被害に遭遇した際には出来るだけ早く消費者ホットラインに電話してみようと思う。
- セミナーのシーンは断るタイミングがないと感じて怖かったです。早めに断ることがいかに大事か痛感しました。
- セミナーの感じをVR体験したのは初めてだったのですごく自分ごととして捉えることができました。しっかりしていそうな大人がたくさんいる場の空気感に飲み込まれる理由が理解できました。

1. 実施概要

名 称	「暗号資産トラブルについてVR教材を使って学ぶ」
主 催	大阪府中小企業家同友会
講 師	公益財団法人関西消費者協会 啓発グループ長
受 講 者	10名、大阪府中小企業家同友会関係者
講座時間	50分
使用教材	事例動画「暗号資産」、ワークシート「暗号資産」、「相談先・周囲への働きかけ」

2. 実施の背景

大阪府中小企業家同友会の協力を得て、最近の消費者トラブルに対する企業人としての対処法について課題意識を持つ会員企業に対し、体験型教材を活用した研修会を開催。同友会からは、企業人や経営者が消費者教育を学ぶことで事業運営に効果が期待できるとする意見があった。講師は、企業での講師経験があり、当庁の体験型教材の活用セミナーを受講した関西消費者協会の方に依頼した。



3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えたかったこと	使用した教材・資料
導入 (8分)	○関西消費者協会の紹介 ○消費生活センターの役割 ・「消費者トラブル」に遭いそうになったら、他	・相談先として消費生活センターを知ってもらう。 ・自身や周囲の人の消費者トラブルの気づきや声掛けから、消費生活センターへの相談を促す。	○講師独自資料 ○「相談先・周囲への働きかけ」P2、5、13、14、16
展開1: 大阪府/府内市町村の状況と事例紹介 (10分)	○今どきの消費者トラブル? ・R5年度の府内相談概要 ・SNS広告に関するトラブル ・暗号資産投資詐欺相談件数	・消費生活相談の概要(年齢別相談件数やトラブルの種類)から暗号資産に近い事例(内職・副業、フリーローン・サラ金)を紹介し、自身の地域でも消費者トラブルがあることを知ってもらう。	○講師独自資料 ○ワークシート「暗号資産」問1
展開2: VR動画視聴 (10分)	○事例動画「暗号資産」視聴 ・10名VRゴーグル装着(運営補助2名)	・詐欺事例であることの説明後に動画視聴を行い、動画を通じて騙される時の心理状況を実感してもらう。	○事例動画「暗号資産」
展開3: 振り返りと対処 (17分)	○トラブルについて考える ・ワークシート	・トラブルに遭わないための気づきのポイントを示すためにワークシートを使用。 ・自分自身や周囲の人がトラブルに遭いそうになった時にどのような対処をすべきか注意喚起する。	○ワークシート「暗号資産」2・3・4 ○講師独自資料 ○日本銀行HP、国民生活センターHP ○「相談先・周囲への働きかけ」P3、7、9、11、12
まとめ (5分)	○「消費者として」/「企業人として」の消費行動とは、どうあるべきか	・正しい消費行動をすれば、どんな明るい未来があるのかを伝えたい。 ・何故この講座を聞くのか、その価値の根拠を示し、動機付けすることが大切。	○講師独自資料 ○若手従業員向け研修プログラム「消費者と企業人の視点で考えよう 消費生活のキホン」「消費者トラブルへの対応」P27～29

4. 講座のねらい

「消費者」として、投資詐欺に引っかからないために、知らない人にお金を振り込まない、SNSで出会った人を信じない、金融庁登録の業者を使うことなどを知ってもらう。「企業人」としては、消費者に寄り添い、消費者と共創・協働してより良い社会の実現に向けて取り組む企業活動、「消費者志向経営」をお願いする、という2つのねらいを定めた。

5. 教材活用の工夫

まず、消費生活センターの役割を話した上で、「相談先・周囲への働きかけ」スライドから抜粋し、自身や周囲の人がトラブルに遭いそうになった時に消費生活センターへの相談を促した。

その後、講座の目的を動機付けすることが大切と考えたので、最近大阪府で相談の多いトラブル内容を紹介した。「暗号資産」に関連・類似する消費者トラブルについて、実際に有名人を騙ったSNSやYouTube広告を交えたスライドを用いて、危うさを強く意識してもらった。その後、VR動画視聴に誘導するという組み立てとした。

VR動画視聴後は、トラブル回避に向け、まず「気づく」ことについて詳しく説明するために、ワークシートを設問ごとに切り出して用意した。次に、トラブルに遭わないための気づきのポイントとして、「相談先・周囲への働きかけ」スライドから、どう行動するか、周囲の人の異変に気づくポイントを抜粋して解説した。そして最後に、企業人としての役割を若手従業員向け研修プログラム「消費者と企業人の視点で考えよう 消費生活のキホン」の「消費者トラブルへの対応」スライドから消費者志向経営を紹介した。



6. 講座実施後の感想

参加者の反応が薄く、手応えをあまり感じなかった。「暗号資産」に特化した講座だったので、受講者に興味がなく、関係ないテーマは、話が頭に入って来なかったかもしれない。

今回は、暗号資産に関するトラブルの現状を解説した後にVR体験を行ったが、騙される動画ということを知ったうえで視聴したので、興味が薄れたのではないかと感じた。講座前に何の動画か伝えず、VR体験をした方がよかったかもしれない。しかしVR教材で人を集めた際、啓発の効果があるかについては疑問が残る。

消費者教育をしている立場からすると、教材の内容やストーリーについては目新しさはないが、今まで同様のトラブルについて見聞きしたことのないまっさらな状態の方々が見たら感動があるのかもしれない。

受講者の感想

- 相談機関等の情報もいただけたので、そちらにアクセスし、相談機関等の情報もいただけたので、そちらにアクセスし、正しい情報を確認してみます。
- 万が一被害に遭遇した場合は、あらかじめ確認した相談機関に まず連絡します。身近な人に相談すると、専門知識がないもの同士で、誤った判断に至る可能性が高いためです。
- VRである必要性は、特に感じませんでした。
- 甘い話、もうけ話には必ず裏があると意識をもって、例えば身に覚えのない番号からの電話・DMは、その番号をネットで検索して確認する。
- 講座そのものについて、要点が纏まっていて、分かりやすいと思いました。



1. 実施概要

名 称	徳島市・見守りの現場における消費者被害に関する勉強会
主 催	徳島市
講 師	徳島市消費生活センター 消費生活相談員
受 講 者	25名、徳島市地域包括支援センター職員（ケアマネジャー等）
講座時間	40分
使用教材	事例動画「催眠商法」、「相談先・周囲への働きかけ」

2. 実施の背景

徳島市では、消費者トラブルに関して「関連する情報が見守りの現場まで届いていない」、「勉強会であればその場で質問もできる」といった意見が福祉の現場からあがっていたことから、同市での消費者部局と福祉部局との連携強化を図るため、定期的に勉強会を実施している。徳島市の協力のもと、この定期的な勉強会で、体験型教材を活用した講義を実施した。

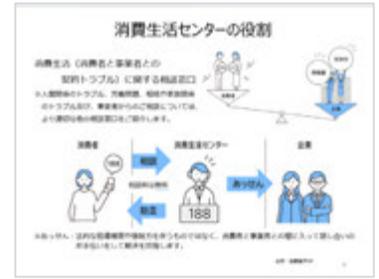


3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えたかったこと	使用した教材・資料
導入 (7分)	○消費生活センターの役割 ・徳島市消費生活センターについて ・消費生活相談の仕組み	・具体的な相談事例(訪問購入、暮らしのレスキュー、リフォーム工事、詐欺的商法)で、消費生活センターにおける相談対応の考え方を分かりやすく説明すると共に、地域包括支援センターと消費生活センター相互の日常的な連携の大切さ、また、消費生活センターでできる事・できない事を理解いただく。	○講師独自資料
展開1: 徳島市の状況と事例紹介 (14分)	○消費生活相談の概要と最近のトラブル事例 ・R5年度徳島市消費生活相談の概要 ・高齢者に多い消費者トラブル ○福祉関係者からの相談事例		
展開2: VR動画視聴 (13分)	○VR動画視聴「催眠商法」 ・10名がVRゴーグル装着、他はスクリーン視聴(運営補助2名)	・VR体験もしくは動画視聴を通じて騙される時の心理状況を実感してもらう。	○事例動画「催眠商法」
まとめ (6分)	○周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら ○相談のときにあると便利なメモ	・福祉関係者が見守る対象者が消費者トラブルに遭わないための注意点、また万一遭った時の相談先を伝える。	○「相談先・周囲への働きかけ」P5、7、9、10、13、14 ○講師独自資料

4. 講座の狙い

福祉・介護に携わる地域包括支援センターの職員(ケアマネジャー等)を対象に、見守りの現場で高齢者の消費者トラブル・被害を発見した場合に、消費生活センターへスムーズに相談が繋げられるようにすることを目的として実施した。

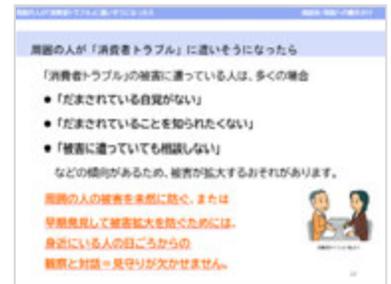


5. 教材活用の工夫

要介護高齢者等を見守る人々が、消費者がトラブルに遭っていると「気づき」や、消費生活センターに「相談する」方法等の具体的な対処方法を学べるようにするため、体験型教材の事例動画「催眠商法」を活用した。

受講者から、「まわりは詐欺と思っているが、本人が騙されているとされていない場合の対処法」について事前質問があったことから、VR動画の疑似体験は、この質問への説明後に取り入れ、座学と視聴内容に関連性を持たせる工夫をした。また、動画を見た後に「相談先・周囲へのはたらきかけ」スライドを用いた振り返りを行う構成にし、「気づき」と「相談」の対応が実践できるようにした。

イラストの人物は年代が若い印象なので、消費者庁のイラスト集掲載のものに差替えた。また、文頭に行頭記号を付けたり、適度に改行をするなどして、文章を読みやすくした。



6. 講座実施後の感想

受講者にとってVR動画視聴は初めての経験であり、従来の一方通行的な講座に比べて変化もあって好評であった。また、機材を装着されない方も投影された動画を同時に観ることで、全員がその内容を理解することが出来たと感じた。

講座終了後、希望者に動画を視聴いただいたが、他の教材(暗号資産など)も観たいとの要望にお応えしたところ、視聴後の反応は良かった。

1時間で座学と動画視聴を行った上、アンケートに関する説明などもあったので、トラブル事例についての丁寧な説明が出来なかった。そのため、受講者にとっては消化不良の点があったのではないかと考えている。今後は、もう少し伝えたいポイントを絞り込んでメリハリをつけると共に、適宜、質問なども受けながら参加者との対話を心がけたい。

受講者の感想

- お金を払うことで、息子が孫ほどの人の役に立つと思い、役割ができて、錯覚してしまうという怖さを感じた。
- 集団での講座を受けている際、周りの雑音などもリアルでその場にいるように感じた。自分の顔の向きで、気になるところを見れ、手元の資料やスマホ操作も自分が見ているかのような感覚だった。
- 娘さんから否定的な意見を言われ、怒って電話を切ったシーン。家族だからこそ素直に意見を聞き入れられない事が多いのかと思った。
- 家族に相談してくれたらと言われた場面。ようやく消費者被害に気づけたと感じた。
- 騙されて買わされてしまった時に、家族が気がついた後、どのように解決していったかも少し見たかったと思いました。



1. 実施概要

名 称	板野町民生児童委員協議会定例会
主 催	板野町社会福祉協議会
講 師	徳島県消費者情報センター 消費者教育コーディネーター
受 講 者	28名、民生児童委員、社会福祉協議会職員
講座時間	40分
使用教材	「訪問販売」「定期購入」、事例動画「催眠商法」、「相談先・周囲への働きかけ」

2. 実施の背景

板野町では、当庁のVR機材の貸出し利用の実績があったこともあり、民政児童委員協議会の協力により、定例会での研修において、本教材を活用した研修を実施。民生児童委員自身が高齢の方も多く、自身の対策や見守り対象の高齢者の消費者被害を学ぶ機会になることから、高齢者向け講座を行った。



3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えなかったこと	使用した教材・資料
導入 (5分)	○徳島県消費者情報センターの役割 ・相談事例 ○講座の狙いの紹介	・消費者情報センターの活動内容と相談事例を紹介し理解してもらう。 ・困ったときに188に相談することを伝える。	○講師独自資料
展開1: 高齢者が巻き込まれる事例紹介 (10分)	○高齢者の生活環境 ○知ってください！トラブル事例	・一人暮らしの高齢者の人口動向や住宅の問題点・人との会話頻度・インターネット通販相談件数などのグラフを見ながら高齢者が巻き込まれやすい理由を理解してもらう。 ・地域で発生しているトラブルをわかりやすく伝え、危機感をもってもらおう。	○講師独自資料 内閣府「令和6年版高齢社会白書」、内閣府「令和5年度高齢社会対策総合調査」より抜粋 ○「訪問販売(点検商法)」(解説) P24、26～28 ○「定期購入」(振り返り問題) P11、(対策)P32～34
展開2: VR動画視聴 (15分)	○事例動画「催眠商法」視聴 10名がVRゴーグル装着、その他はスクリーンで視聴(運営補助2名)	・騙される際の自身の心の動きを疑似体験する。 ・シーンごとに振り返り感じたことを確認する。 ・催眠商法等はクーリングオフの対象になることを理解してもらう。	○事例動画「催眠商法」
まとめ (10分)	○周囲の人が消費トラブルに遭いそうになったら	・被害者の変化に気づくポイントを伝える。 ・変化に気づいたら関係機関に相談することが大切。	○「相談先・周囲への働きかけ」 P2、3、5、7、9、10、13、14、16、21

4. 講座のねらい

民生児童委員の方々に対して、近隣で起きている消費者トラブルについて知ってもらったうえで、日頃一人暮らしの高齢者宅を訪問する際に、見守りの対象者の変化に気づいて消費者トラブルを未然に防止したり、トラブルに遭っている方がいる場合にどのような対応をすればよいか理解してもらうことを目指した。

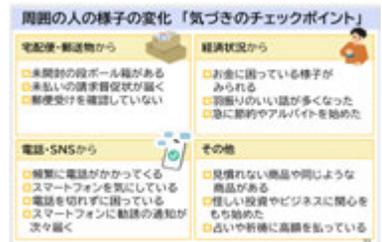


5. 教材活用の工夫

まずは、一人暮らしの高齢者の増加、住宅のリフォーム・耐震・防犯につけ込む業者、一人暮らしの方が人と話す頻度をグラフ(内閣府「令和6年版高齢社会白書」「令和5年度高齢社会対策総合調査」より)を用いて解説し、騙されやすい環境にあることを事例(「訪問販売」「定期購入」)を踏まえて説明した。

その後、事例動画「催眠商法」を、主人公になったつもりで視聴し、騙されやすいポイントの理解を深め、誰でも騙される可能性があることを体験し、自分ごととして受け止めてもらった。その上で、催眠商法等の実例の勧誘方法やクーリングオフの対象になることを補足した。

最後に、高齢者宅を訪れたときの様子の変化について、気づいてほしいポイントを「相談先・周囲への働きかけ」を使って解説した。テキスト教材は、全体的に文字が小さいので、文字が大きくなるよう加工した。



6. 講座実施後の感想

講座の冒頭に、地元まつわる消費者問題や年齢に応じた消費者問題をお話した。消費者意識を身近に感じてもらう工夫を行ったが、全体的に伝えたいことが多く、民生委員の方々の記憶に残ったか不安が残る。45分～1時間の講座の中では、高齢の受講者に覚えて帰ってもらえる内容は、2つか3つなのでもっと内容を絞りたい。

受講者の感想

- ・ 近くの娘と話をする。
- ・ すぐにサインしない。誰かに相談する。
- ・ 今回の研修を思い出して行動しようと思う。
- ・ 「なんで相談してくれなかったのよ」と娘に言われたシーンで、言われる、言う両方の立場になり得るので身に詰まされた。
- ・ 販売員の男の子が、自分のお母さんのことを出して商品の購入をお願いするシーンは、同情をしてもらって買ってもらっているなあと思いました。
- ・ 被害にあった人に、こまかく相談にのってあげる。
- ・ 困ったときに188に電話するということを学んだ。
- ・ 自分のまわりで、サプリ購入の話聞いた。毎月送られてくる商品を止めることができないお年寄りが、消費者センターにお世話になったとのこと。今回の話は、自分自身のためにもなった。
- ・ 画像と音声一致していなかったため後半が理解できなかった。また耳もとで出ている音声と、会場前からの音声はずれていたので混乱した。



1. 実施概要

名 称	「徳島市移動消費者教室」
主 催	徳島市・名東郡PTA連合会
講 師	徳島市消費生活センター 消費生活相談員
受 講 者	26名、徳島市・名東郡PTA連合会の保護者
講座時間	40分
使用教材	「ゲーム課金」(事例、解説、対策)

2. 実施の背景

徳島市の名東郡PTA連合会に対して、体験型教材の「ゲーム課金」を扱った保護者向けの講座の実施を依頼をしたところ、スマートフォンやパソコン等のデジタル機器の普及によって、ネット通販やオンラインゲームでの消費者トラブルが低年齢化している問題意識もあったことから、講座を実施することになった。講座は、徳島市消費生活センターが実施する「移動消費者教室」として開催し、市の消費生活相談員が講師を務めた。



3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えたかったこと	使用した教材・資料
導入 (10分)	○消費生活センターの役割紹介 ○オンラインゲームについての全国の相談状況	・消費生活センターの役割とオンラインゲームの相談概要について説明、理解してもらう。 ・困った時は消費生活センターへ相談、を伝える。	○消費生活センター作成資料 (国民生活センター資料よりデータ引用)
展開1: 事例マンガ 「ゲーム課金」 (9分)	○事例マンガ「ゲーム課金」 ・強い武器をゲットしたくて	・身近なテーマとして、自身にも起こりそうだと分かりやすく伝えることができる。 ・マンガを見ながら背景心理も説明して、陥りがちなトラブルとして理解してもらう。	○「ゲーム課金」(事例マンガ)(P1~12)
展開2: 解説 (9分)	○「ゲーム課金」(解説) ・どうして課金したくなるの？ ・保護者のカード情報が残っていることが原因で、課金できてしまう可能性も ・ほかにもある、様々な「課金トラブル」など	・ゲーム依存は、精神疾患のひとつでもあり、そういう問題を知っていただいた上で、種々のカードの扱いの問題点なども伝える。 ・困った時は消費生活センターへ相談、を伝える。	○「ゲーム課金」(解説)P13、14、19~22、25、26
まとめ: 対策 (17分)	○「ゲーム課金」(対策) ・不要な課金トラブルを避けるために ・カード決済で課金する場合に保護者が気をつけること ○ゲーム課金の返金処理対応など	・予防対策には、家庭内のコミュニケーションが大事なことを伝える。返金交渉での消費生活センターの役割を理解してもらう。 ・ルールを決めたら、大人も一緒に守る、などの姿勢が必要。	○「ゲーム課金」(対策)P27~34 ○「国民生活研究」から論文紹介 ○消費生活センター作成資料

4. 講座のねらい

クレジットカードの管理責任及び、ゲーム依存が体力低下や睡眠障害などの問題も引き起こすことを説明した上で、予防対策が大切であることを保護者の方に理解いただく。同時に、課金トラブルで困ったときは、消費生活センターに相談していただくことを伝える。

近年、オンラインゲームに関しては、小学生・中学生による無断課金の相談が目立っていることから、保護者自身の問題でもあるといえる。そのため、受講者に自分ごととしてとらえていただくことを意識し、以下の2点を中心に相談事例も交えて説明した。

- ・子どもとのコミュニケーションの大切さと、決めたルールは家族全体で守ること。
- ・保護者のデジタルリテラシーや金融リテラシー(クレジットカードの管理)が必要であり、ゲーム課金の場合、事業者が未成年取消権による取り消しに応じないこともあることを知っていただく。



5. 教材活用の工夫

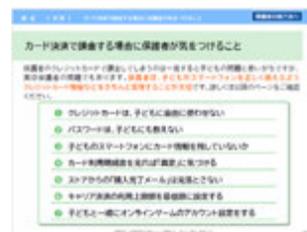
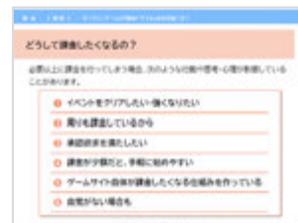
体験型教材は「ゲーム課金」の事例マンガの他、解説や対策のスライドを利用した。

冒頭、消費生活センターの役割を知っていただき、次にオンラインゲームの相談概要(小中高生の年齢別、男女別、被害額など)を説明してから、事例マンガに入るよう、導入部を組み立てた。

事例マンガの中にいくつかポイントになるべきところがあるので、そこに注目して解説のスライドにつなげ、トラブルの原因を考えると共に、未成年取消権についても理解を深められるようにした。

最後に、消費生活センターがあっせんを行う際の、保護者や当事者が果たす役割として、経緯書作成の他、子どもの反省文や個人情報などの提出を、事業者から求められる場合があることを伝えた。

補足資料としては、国民生活センターの注意喚起「子どものオンラインゲーム無断課金につながるあぶない場面に注意!!」に加え、「ゲーム依存とは何か」と保護者への注意喚起の視点で取り込んだ。



6. 講座実施後の感想

子どものゲーム課金トラブルだと、大勢の前で、受講者が発言しにくい。今回は会場も広く、時間的な制約があるために、一方的な話になってしまった。講座の中でクイズ形式などの問いかけを入れて、対話型の進行ができればよかったと思う。

受講者の感想

- ・子どもがスマホを使用する際は、約束事をしっかり決める。
- ・今のところトラブルはないのですが、あった場合どうすればいいのかなと不安があったので、今回の講座はためになりました。トラブルがない方がいいのでまず、子どもと話し合おうと思いました。
- ・最新の情報を常に気にしておくことが大切だと思った。
- ・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。また、気になることがあれば、些細なことでも消費生活センターに相談したい。
- ・マンガの中で、学習アプリを購入したが、その後、パスワード等を削除しなかったことが課題だと思った。
- ・話を聴くだけでなく、参加者同士で体験を話したりそういった場になったらいいと思いました。
- ・口頭での説明だけだったので、動画があればより身近に感じることができるなと思いました。



1. 実施概要

名 称	消費者力向上セミナー「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」
主 催	消費者庁
講 師	公益財団法人関西消費者協会 啓発グループ長
受 講 者	9名、デイサービス施設利用者
講座時間	45分
使用教材	「訪問販売」、「消費者トラブル概況」、「相談先・周囲への働きかけ」

2. 実施の背景

高齢者施設を運営する事業者に相談をしたところ、デイサービスを利用している高齢者なら、自分でも買い物に出かけ、戸建ての自宅で暮らしているの、注意喚起するよい機会であるとして、講座の開催が決まった。開催日は、比較的要介護度の低い方が集まる日を選び、講師は、老人会などでの講座実績があり、当庁の体験型教材の活用セミナーを受講した関西消費者協会の方に依頼した。

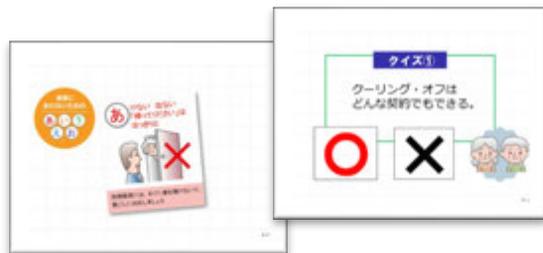


3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えなかったこと	使用した教材・資料
導入 (5分)	○契約とは何か、どのように契約が成立するかなどを学ぶ	・契約は生活の至る所にあるが、取り返しのつきにくいケースがあることを知る。 ・難しい説明にならないよう平易な言葉で伝えた。	○「消費者トラブル概況」P1,2
展開1: 事例紹介 (15分)	○「訪問販売」を使用し、高齢者が被害に遭いやすい点検商法の被害を知り、手口やトラブルに遭わないための対応を学ぶ	・具体的トラブルの事例と対応を知る ・マンガのセリフ部分はお芝居風に読み上げるなどして、興味を持って学んでもらえるようにした。	○「訪問販売」(事例マンガ) P2～12 (解説) P18、24、28、(対策) P30、31、33、34
展開2: クイズなど (15分)	○クーリング・オフに関するクイズで、クーリング・オフの基本的な考え方を学ぶ ○被害に遭わないための5つ行動を、「あいうえお」で学ぶ	○×学んだ内容を自分ごととして学習し理解を深める。 ・受講者に積極的に参加を促した。	○大阪府消費生活センターHP掲載資料
まとめ (10分)	○「消費者トラブル」に巻き込まれてしまった際の相談先や対処法、トラブルの解決方法を学ぶ。	・「困ったな、おかしいな」と感じたら相談してもらえるようにする。 ・相談するのも、騙されてしまうのも恥ずかしいことではないことを分かってもらう。	○「相談先・周囲への働きかけ」P1～3、15～17、21～23

4. 講座のねらい

高齢者を狙った訪問販売を中心とした悪質商法に対する注意喚起をし、トラブルを未然に防ぐことを目的として講座を行った。トラブルに巻き込まれやすい高齢者対象であるため、たくさんの覚えてもらうことは目的とせず、事例の印象付けは難しいと考え「怪しいな」「困ったな」「どうしよう」など、何かあった時の相談先だけは覚えてもらうため、繰り返し「188」を伝える講座運営とした。



▲大阪府消費生活センターHP掲載資料

5. 教材活用の工夫

各教材一つ一つにボリュームがあり、高齢者に全てを理解してもらうのは難しいため、教材から必要な部分を抜粋して本講座の説明スライドを構成した。マンガ事例は、「事業者」「消費者」と書かれた紙を掲げ、講師が事業者と消費者を1人で2役演じる芝居風に読み上げ、悪質業者の手口を解説した。

また、テキスト教材の導入で自分ごととして捉えてもらうことに加え、簡単なクイズをいれ、より自分ごととして学習できるようにカスタマイズした。世の中ではさまざまなトラブルが起きていることを意識させて、困ったら、相談窓口「188」へ相談するようにという説明を随所に入れて意識させることで、印象に残りやすいようにした。

高齢者が理解しやすいよう、一つ一つゆっくりと大きな声で読み上げることも心がけながら進化した。



6. 講座実施後の感想

例えマンガであっても資料を自主的に読んで理解をするというのは高齢者には難しい。しかしその一方で、手元資料を配布するとその資料を手元で確認しながら受講したいという意欲があると感じた。

高齢のためVRゴーグルの装着に時間がかかったり、視点を合わすのが難しいと考えテキスト教材を選定し、かつ説明時には講師が演者となる芝居風の説明を取り入れるなどの工夫をしたが、やはり講師が一方的に話すだけではなく、変化をつけることは難しいと感じた。受講者がより興味を持って受講できるよう、プロジェクター投影などの手段で動画視聴はするやり方もあったかもしれない。



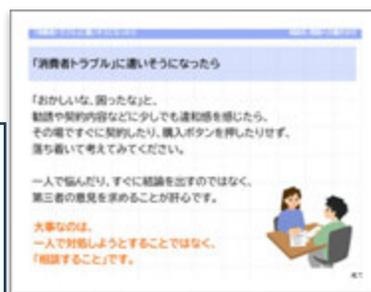
受講者の感想

●受講者の声

- ・188がある事すらわからなかった。これからも気をつける。
- ・自分の思っていたより大切。今日先生のお話は大変役に立ちました。残り少ない人生今日の先生の話をもとに気を付け暮らします。役に立ちありがとうございます。
- ・188が特に印象に残った。
- ・188に電話する。

●受講者の反応

- ・「〇×クイズ」では受講者が積極的に参加し発言も多かった。
- ・講座の最後には講師の掛け声に合わせて、受講者は「188」を声に出して学んでいた。



実施事例⑧

講座の
パターン

講 師:大学生(京都府コンシューマーボランティア)

受講者:大学生 (法学部ゼミ生)

1. 実施概要

名 称	「消費トラブルに遭わないために 気づく・断る・相談する ～ポイントを学べる体験型教材～VR動画で体験」
主 催	京都府消費生活安全センター・京都産業大学法学部「坂東教授ゼミ」
講 師	京都府コンシューマーボランティア
受 講 者	38名、大学生(京都産業大学法学部 坂東教授ゼミ生)
講座時間	50分
使用教材	動画教材「偽装サークル」(事例動画・復習動画・解説動画)、診断セルフチェック

2. 実施の背景

消費生活安全センターで啓発活動をする学生ボランティアに、啓発講座の実施を依頼したところ、承諾があった。講座の実施先は、京都府を通じて、京都産業大学法学部の坂東教授に協力を依頼し、そのゼミ生を対象に実施した。講師は、大学生協の学生委員の活動を行い、当庁の体験型教材の活用セミナーを受講した京都府コンシューマーボランティアの方に依頼した。



3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えたかったこと	使用した教材・資料
導入 (6分)	○診断セルフチェック 点数が何点か参加者に挙手してもらおう	・講座の初めにセルフチェックを行うことで、自分もトラブルに遭う可能性があることやその危険度について認識したうえで、講座を受講してもらおう。	○診断セルフチェック
展開1: VR動画視聴 (14分)	○事例動画「偽装サークル」視聴 10名がVR装着、他はスクリーンにて視聴	・動画視聴で消費者トラブルを体験することで身近なところに潜んでいる消費者トラブルの危険を伝えたい。	○事例動画「偽装サークル」
展開2: グループ ワーク (8分)	○主人公の行動の問題点、どのタイミングでどうすればよかったのか、を3～5名で話し合い(5分) ○意見発表	・動画を視聴して感じたことや意見を誰かと共有することで、学びが深くなる。	
展開3: 復習動画視 聴 (9分)	○復習動画「偽装サークル」 スクリーンにて視聴	・グループワークで話し合った内容を踏まえ、気づく・断る・相談するの実践方法を知ってもらおう。	○復習動画「偽装サークル」
展開4: グループ ワーク (3分)	○各シーンで自分ならどう行動するのか、を3～5名のグループで話し合い	・動画を視聴して感じたことや意見を誰かと共有することで、学びが深くなる。	
展開5: 解説動画視 聴 (7分)	○解説動画「偽装サークル」 スクリーンにて視聴	・動画を元に、各場面での正しい行動を考えること。	○解説動画「偽装サークル」
まとめ (3分)	○振り返り、消費者ホットライン 188の紹介	・消費者トラブルに遭いそう、または遭ってしまった場合の相談先を伝える。	

4. 講座のねらい

同世代の受講者に対し、身近なところに潜んでいる様々な消費者トラブルの危険性を伝えること、「消費者教育」という言葉は取っ付きにくいいため、VRというコンテンツで学生の興味を引き、意見や考えを共有するきっかけとすることで、消費者教育に踏み出すハードルを下げることをねらいとした。

5. 教材活用の工夫

受講者が遭遇し得るトラブルとして「偽装サークル」を選択した。事例動画や復習動画については、見て自分の意見を持ってそれで終わりではなく、主人公の行動や、どう行動すべきだったのかなど、周りの人同士で動画を視聴しての意見を話し合い、共有する時間を設けた。さらに、受講者数名に自分たちが話し合った内容を発表してもらう形式をとるなど、グループワークと受講生全体での意見共有の時間を積極的に設けることで、より深い学びに結びつけることを目指した。



6. 講座実施後の感想

VRというコンテンツにより、参加者が楽しみながら事例に触れることができ、動画の視聴中やグループワークでの活発な意見交換により、受講者の学びにつながった。今回は時間の関係上できなかったが、受講者から出た意見に対し、更にみんなで考え、共感、フィードバックができれば、より深い学びにつながったのではないかと感じている。受講者数が少ない時は、全員から直接意見を聞き、会場が1つの班として相互のリアクションを取りつつ交流したり、人数が多い場では自分と周囲のラリーだけではなく、見ている人たち同士(顔見知り等)の交流もできるのではないかと感じる。

講師自身が、動画を視聴し、自分の意見をしっかり持っておき、その意見を受講生と共有しながら、共に学ぶことが重要。講師が伝えるだけで終わらせてはいけない。

受講者の感想

- 消費者被害に遭遇しても丁寧に対応しようと思っていたが、それは意味がないと気づかされた。
- 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。
- 断る力を身につけて、流されないように自分ごととして生活できるよう行動したいです。
- VRを使用して当事者意識をつけてもらうことがより必要だと感じる。圧倒されないように毅然とした対応をとる。
- 知識として講座を消化するのではなく、自身がそのような被害に遭遇した際にどうするかを具体的に考える機会が必要だと感じた。
- 今後注意が必要だと思います。身近にいる人でも、本当に信頼できるか、情報が大切であるか(勧誘など)について注意が必要だと思います。
- 仮に消費者被害に遭遇した際、「気づく、断る、相談する」ことを心がけて行動したいと思います。
- 50万の本の契約を2対1で進めてくる場面等は、絶対に断れないような空気感を体感できたので、自分のことのように考えることができたし、本当に印象に残っています。
- 思っていた以上に断ることの難しさが感じられた。せまい部屋や多くの人に囲まれた状態では非常に難しいように思ったのが理由だ。
- 実際に映像を通して、どのようなことに気をつければ良いのかについて学ぶだけでなく、生徒(学生)たち自身で考え、表現させる機会が確保されていたため多角的に問題をとらえられるようなものであったと感じる。

1. 実施概要

名 称	「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」
実施主体	京都府消費生活安全センター・京都華頂大学現代生活学部
講 師	京都府コンシューマーボランティア
受 講 者	4名、大学生(京都華頂大学現代生活学部生活情報学科)
講座時間	56分
使用教材	動画教材「暗号資産」「偽装サークル」(事例、復習、解説)、診断セルフチェック

2. 実施の背景

京都府では、大学生が「コンシューマーボランティア」として活動しており、子供向け啓発プロジェクトのアドバイザーである京都華頂大学の堀出准教授の協力を得て実施した。講師は、体験型教材の活用セミナーを受講し、VR教材の活用法を学んだ学生ボランティアが担った。



3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えたかったこと	使用した教材・資料
導入 (5分)	○自己紹介 ○診断セルフチェック 項目分類「ア」「イ」「ウ」のどの項目の点数が高かったか	・自分もトラブルに遭う可能性があることやその危険度について意識してもらうために、講座の初めに診断セルフチェックを行った。	○診断セルフチェック
展開1: VR動画視聴 (11分)	○事例動画「暗号資産」視聴 全員がVR装着にて視聴	・動画を見て自分の意見を持って終わりではなく、自分の意見を誰かに話したり、人の意見を聞いて共有する時間を設けた。そのことで学びが深くなると思う。	○事例動画「暗号資産」
展開2: ワーク (4分)	○動画の感想や主人公の行動の問題点について、聞き取り	・人数が少ないときは全員から直接意見を聞きたい。会場が1つの班として、相互のリアクションを取りつつ交流したい。	
展開3: 復習・解説動 画視聴 (14分)	○復習・解説動画「暗号資産」視聴		○復習動画「暗号資産」 ○解説動画「暗号資産」
展開4: VR動画視聴 (7分)	○事例動画「偽装サークル」視聴	・2つめの動画は、全員スクリーンにて視聴。VRを介しての視聴と比べて何か差があるのかどうか。	○事例動画「偽装サークル」
展開5: 復習・解説動 画視聴 (13分)	○復習・解説動画「偽装サークル」視聴		○復習動画「偽装サークル」 ○解説動画「偽装サークル」
まとめ (2分)	○振り返り、総括 「188」について		

4. 講座のねらい

受講者は大学の1年生4名。受講人数が少ないため全員からそれぞれの意見を聞き、相互のリアクションを取りつつ進め、身近に潜んでいるさまざまな消費者トラブルの危険性を伝えることがねらいである。

5. 教材活用の工夫

本講座では、最近身の回りで遭遇し得るトラブル事例として「暗号資産」を選択し、はじめに自分自身を知るために診断セルフチェックを行い、チェック結果について解説を行った。

その後事例動画を全員がゴーグルをつけて視聴し、その後主人公の行動やどうすべきだったのかについて、全員による意見交換会をした。参加者が自分の意見や考えをやり取りできる講座とし、自分の意見を持ってそれで終わりではなく、自分の意見を誰かに話し、共有する時間を設けることにより、学びが深くなるように工夫をした。ゴーグルをつけて「暗号資産」を視聴したが、時間に余裕もあったことから、今度は「偽装サークル」をスクリーンで視聴し、VRゴーグルでの視聴の違いを含め、受講者からの感想を共有した。

動画の視聴では、その記憶に紐づけて、主人公の行動で気になったところや、いろいろな誘いを受けた時点でどうすべきだったのか、など気づきのポイントを伝えた。

「消費者教育」という固い言葉を、VR体験への好奇心からスタートし楽しんでもらうようにした。

6. 講座実施後の感想

受講者数が少なかったため、動画視聴中はみなそれぞれに集中・没入していたが、「消費者教育」を身近なものにするためにもっと工夫が必要と感じている。

受講者同士で意見交換する時間を設けることによって、学びが深くなり、確かにそのことによって印象・イメージが残りやすく、事例を自分ごととして捉えることができるようになる。受講者に意見を聞き、その意見に対して更に皆で話し、共感・フィードバックができれば、より深い学びにつながったのではないかと感じた。

受講者が「生活情報学科」の学生で、いずれは消費者教育のテキスト作成にも取り組むと言う事でも、動画教材は参考になったと思われる。



受講者の感想

- 少しでも違和感を感じたり、あやしいと思ったら冷静に考えて判断することが大切だと思いました。また18歳で成人したからといって一人で考えて判断するのではなく、親や大学など大人の人に相談することも大切だと思いました。
- 周りの人にも注意を促したいと思いました。
- 被害にあった場合、誰かに相談することが大事だと思いました。
- 日頃からいろいろなことにアンテナをはって(SNS等を使ったり、新聞読んだり)気をつけたいです。
- 実践:声掛けやポスター作りなどで広める。/遭遇した際:すぐに相談して被害を拡散しないようにする。

1. 実施概要

名 称	消費者トラブルについて学ぼう
主 催	尚絅大学短期大学部/尚絅ボランティア支援センター
講 師	尚絅ボランティア支援センター登録学生ボランティア
受 講 者	9名、尚絅大学短期大学部学生、教職員
講座時間	50分
使用教材	「消費者トラブル概況」、診断セルフチェック、動画教材「偽装サークル」（事例、復習、解説）、「相談先・周囲へのはたらきかけ」

2. 実施の背景

尚絅大学のボランティア支援センターから登録学生ボランティアに対して、啓発講座の受講者を募り開催した。講師は、ボランティア支援センターを通して、ボランティア活動に熱心な学生ボランティアに依頼した。



3. 講座の構成

配時	主な内容	伝えなかったこと	使用した教材・資料
導入 (6分)	○消費者トラブルについて「契約」「消費者トラブルの原因」「トラブル相談内容」	・消費生活相談件数や日常生活に潜むトラブルの原因や若者に多い消費者トラブルを知って、消費者トラブルを身近に感じてもらう。	○「消費者トラブル概況」P1~3、5、6、12
展開1: 診断セルフ チェック (5分)	○診断セルフチェック	・診断セルフチェックシートにて自分の心理傾向と消費者力を測定してもらう。	○診断セルフチェック
展開2: VR動画視聴 (13分)	○事例動画「偽装サークル」視聴 ・全員VRゴーグル装着し視聴 (運営補助3名)	・VR体験を通じて騙される時の心理状況を実感してもらう。	○事例動画「偽装サークル」
展開3: ワーク (4分)	○主人公のどのような行動に問題があったか考える	・どのような行動が問題だったかを考え、他の人と共有してもらう。	
展開4: 復習・解説動 画視聴 (16分)	○復習・解説動画視聴	・被害を回避するためには具体的にどのタイミングで、どのように「気づく」「断る」「相談する」ことができる(できた)のか、振り返って考えてもらう。	○復習動画「偽装サークル」 ○解説動画「偽装サークル」
まとめ (6分)	○「消費者トラブル」に遭いそうになったら ○「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら	・消費者トラブルに遭いそうになったとき、また実際に被害に遭ってしまったときにどのような対応・行動をすれば、よいのかを知ってもらう。	○「相談先・周囲へのはたらきかけ」P1、3、15、16、21

4. 講座のねらい

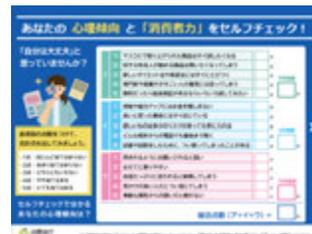
同年代の(主に)学生を対象として、自らがトラブルに巻き込まれないようにどんな行動をとればよいのかを考えてもらうことを目的として実施した。身近な具体例を取り入れることで、「自分も似たような経験がある」と共感したり、「ちゃんと聞いておかなければ」と思ってもらう。自分ごととして考えてもらい、危険が身近にある事を伝えられた。



5. 教材活用の工夫

依頼を貰ってから、実施日まで期間が短かったため、消費者庁から助言をもらい「偽装サークル」の授業・講座展開例を基に、時間に余裕をもって進められる講座内容を組み立てた。

「消費者トラブル概況」から、契約とは何か、契約は一方的にやめることができないこと、消費生活相談件数やトラブルの起こる原因、若年世代に多いトラブルの種類を説明して、トラブルが身近にあることを感じてもらった。その後、診断セルフチェックにより自分の心理傾向と消費能力を確認してもらった上で、点数の低い人でも勧誘されて契約してしまうことがあるので油断は禁物なことを伝えた。「事例動画」の後、主人公の行動の問題点について考えてもらう「ワーク」の時間を取り、それを「復習動画」「解説動画」をみて振り返って考えてもらう進め方とした。最後に、「相談先・周囲へのはたらきかけ」から、消費者トラブルに遭いそうになったり、遭ってしまった時の具体的な行動を説明しまとめた。



6. 講座実施後の感想

グラフは情報量が多く、どの部分を説明しているのか伝えるのが難しかった。モニターから離れている受講者には見辛かったかもしれない。自身の体験談を交えて話すことで、「自分も似たような経験がある」と共感したり、「ちゃんと聞いておかなければ」と思ってもらえると思う。

講師をしてみて、自身の経験の中でも「そう言えば、あれは詐欺まがいの勧誘だったのでは？」との気づきを今になって得たりしたので、各々の受講者にも自分ごとと感じてもらえたのではないかと感じた。



受講者の感想

- まず、気づくことが重要だと感じた。冷静な判断ができないと感じたら今回学んだ対応を取ろうと思う。
- 一方的な情報の受け取りだけでなく、周囲に相談する力、正しい情報なのか調べ取捨選択する力を身につける必要があると感じた。
- 消費者被害がもし自分におきそうになった場合は、今回学んだ「気づく」「断る」「相談する」で事前に被害を防ぎたい。
- 契約を求められたときに誰かに相談したり、落ち着いて考えることが必要だと思った。怪しいと思ったら関わらないようにしたい。被害に遭遇したら、まずは親に相談したい。
- 正しい情報を得る、判断すること。被害に遭ったら相談する。
- 考えることが重要であるとあらためて感じた。



1. 実施概要

名 称	泉大津「まちなかアートフェス2024」
主 催	泉大津市文化祭実行委員会
講 師	大阪府消費者教育学生リーダー会 藤井優希 氏、他2名
受 講 者	体験会:33名(アートフェスの一般来場者)/前日準備講座:23名
講座時間	360分(体験会ブース運営)
使用教材	事例動画「偽装サークル」「暗号資産」「催眠商法」

2. 実施の背景

桃山学院大学で開講している地域連携特別講義(担当教員:岡崎裕和歌山大学教授、大学コンソーシアム大阪の単位互換科目)を受講する学生が、大学講義のフィールドワークとして、泉大津市で開催した地域イベント(アートフェス)に参加する機会をとらえて、VR体験会を開催した。イベント前日に体験型教材の準備講座を行い、イベント当日は大阪府消費者教育学生リーダー会のメンバーの運営補助を得て、体験会を実施した。

3. 前日準備講座と体験会の実施内容

配時	主な内容	講座・体験会での留意点	使用した教材・資料
11/23 前日準備講座 (73分)	<ul style="list-style-type: none"> ○導入「消費者トラブルの要因や傾向」(11分) ○教材の紹介(12分) ○VR機材の説明(7分) ○事例動画「偽装サークル」視聴(13分) ○事例動画の解説(4分) ○5~6名でグループワーク「誰に・どんな場面で・どの教材を使って・どのように発信、啓発が実施できるか」(21分) ○発表(5分) 	<ul style="list-style-type: none"> ・翌日のVR体験会を効果的かつ円滑に運営するために、学生ボランティア自身が体験型教材の活用方法等について理解を深める。 ・消費者教育への関心を高め、自身の活動や周囲の人々への啓発活動において、どのように体験型教材が活用できるか考える。 	<ul style="list-style-type: none"> ○テキスト ○体験型教材チラシ2種 ○事例動画「偽装サークル」 ○ワークシート
11/24 VR体験会 (360分)	<ul style="list-style-type: none"> ○事例動画「偽装サークル」視聴 ○事例動画「暗号資産」視聴 ○事例動画「催眠商法」視聴 (運営補助2名)	<ul style="list-style-type: none"> ・VR体験を通じて騙される時の心理状況を実感してもらう ・VR体験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を用意した。 ・幅広い年齢層の参加者であるため、視聴するVR動画は体験者の希望にそって柔軟に選定できるようにした。 	<ul style="list-style-type: none"> ○事例動画「偽装サークル」 ○事例動画「暗号資産」 ○事例動画「催眠商法」

4. 体験会実施のねらい

イベント、アートフェスへの一般来場者という消費者教育への関心があまり無い層に対して、VR体験会という形で消費者トラブルを知る機会を設ける。楽しみつつ自分ごととして消費者トラブルへの理解、知識を深めていただくねらいで実施した。

5. 教材活用の工夫

VR動画については「偽装サークル」、「暗号資産」、「催眠商法」全てを体験できるよう準備し、体験者の年齢・希望を踏まえ、体験者ごとに動画を選定した。VR体験をして視聴しないとわからない部分もあるので、とにかくまずは見てもらうことを意識し、声掛けを心掛けた。当日は家族での参加が多いイベントのため、その中の新しい物好きな方がVR体験そのものに興味を持つことをねらい、家族そろってのVR体験へと誘導し、より多くの方にVR体験の機会を提供する工夫をした。

体験会実施後の感想

幅広い世代を対象に体験してもらうことができ、老人会で開催して欲しいとの感想もあり、内容を正しく理解してくれた人もいたものの、物珍しさに引かれた人は教材の中身よりVR機材への関心を強く持たれてしまい内容への関心は低いと感じた。しかし、VRは没入感があり、その場にいる感覚があって新鮮。

消費者教育について、関心がない人たちの振り向かせることに対して課題がある。広報に限界があるのは承知のうえで、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などで広めて行ってほしい。



1. 実施概要

名称	大阪府エシカルミーツにおけるVR体験会
主催	大阪府
講師	学生ボランティア
受講者	13名、イベント参加の学生ボランティア
講座時間	40分
使用教材	事例動画「暗号資産」



2. 実施の背景

大阪府で育成・認定をしている「消費者教育学生リーダー」の候補向けのイベント「大阪府エシカルミーツ」の機会をとらえて、学生ボランティアによるイベント開催とあわせたVR体験会を実施した。当日の運営は、若者・学生向けの教材活用セミナーを受講した学生ボランティアが担当した。

3. 体験会の内容

配時	主な内容	体験会のねらい、留意点	使用した教材・資料
導入 (5分)	○体験型教材の概要説明	・体験型教材の存在を1人でも多くに知ってもらう事。また、今この場でしかVR体験ができないという特別感を演出することでVR体験者の増加を狙った。	○体験型教材「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」(概要チラシ) ○動画視聴用チラシ(消費者庁作成)
VR体験 (35分)	○事例動画「暗号資産」視聴 ・13名がVRゴーグル装着しVR体験(運営補助3名)	・VR体験を通じて騙される時の心理状況を実感してもらう。	○事例動画「暗号資産」
紙製VRゴーグルの配布	○体験者全員に紙製VRゴーグルを配布	・機材がない環境でのVR体験や、知人等へVR動画をすすめるきっかけ作成を狙った ・一眼用・二眼用があるので配布ミスがないよう事前に整理しておくこと。	○紙製VRゴーグル ○紙製VRゴーグルのご利用について

4. 体験会実施のねらい

「消費者教育学生リーダー」を目指す学生を対象に、自らがトラブルに巻き込まれないように知識をつけるだけでなく、学んだことをより若い世代への啓発に繋げる力をつけてもらうことを目的として実施した。

5. 教材活用の工夫

大学生ボランティアが実際に遭う可能性が高いと思われる事例動画「暗号資産」を活用した。

大阪府職員の方に最初の体験者となっていただく御協力を得たことにより、参加体験しやすい雰囲気づくりができた。会場内での口コミも含め、VR体験に興味を持ってもらい、まずは試してもらうことを訴求した。時間が限られる中で多数の体験者を得ることができ、体験終了後は、消費者教育学生リーダーとして他の動画もみてもらうために体験型教材の案内チラシや、身近な人にゴーグルで視聴してもらうことを狙って紙製のVRゴーグルを配布・説明し、本教材への関心を持たせることを狙った。

6. 体験会実施後の感想

1月26日の担い手セミナーに参加した際の学びを基本に運営した。VRということで興味を引くことはあるが、やはり声かけの必要性はあった。ただ、体験者の様子を他のメンバーが見ることによって、次々と参加者が来て、最後は時間切れとなったので、最初の体験者をもっと早く始められていたらより多くの人に体験してもらえただろうと思う。VRはその世界に入り込んで没入感があり当事者意識が生まれやすくなり有効だと感じた。今回の運営者委託もそうだが、少しでも学びがあるなら何でも参加したいと思っている。体験会の運営者として、今後も機会があるのなら、ぜひ参加させていただきたい。

■ アンケート及びヒアリング調査の結果・分析

1 教材活用セミナー

アンケートの目的

本教材の一般向け教材活用セミナーの参加者に対し、教材の導入可能性や教材を使う際に必要と考えるもの、今後の本教材への追加コンテンツの希望を調査するために行った。

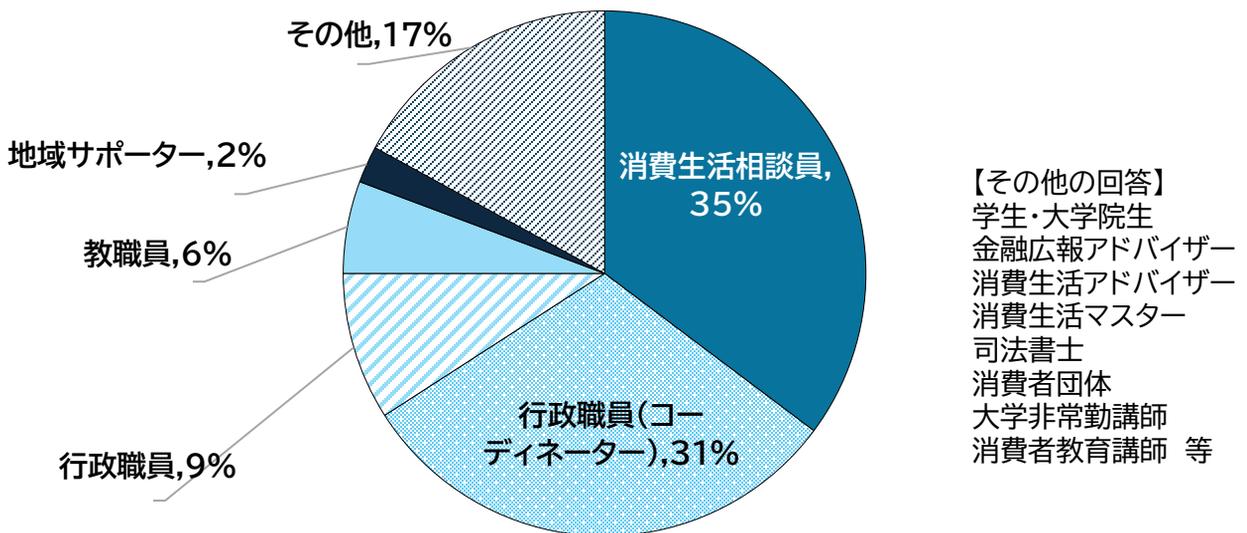
(構成比(%)があるグラフでは、端数処理の関係上、合計が100とならない場合がある。)

(nは回答人数を表す)

受講者の属性など

職種

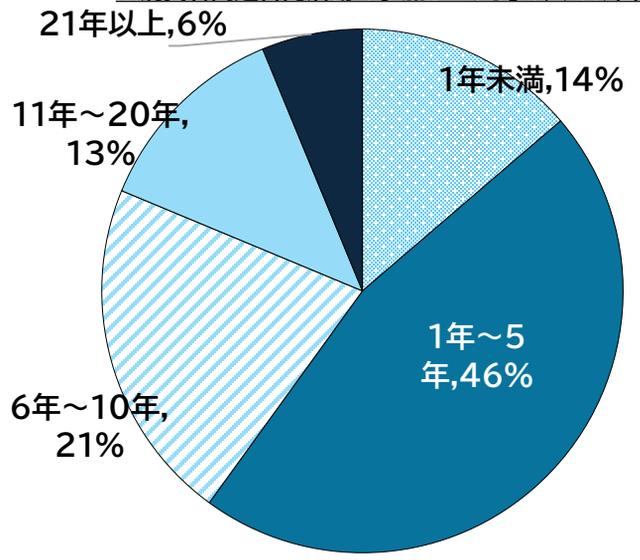
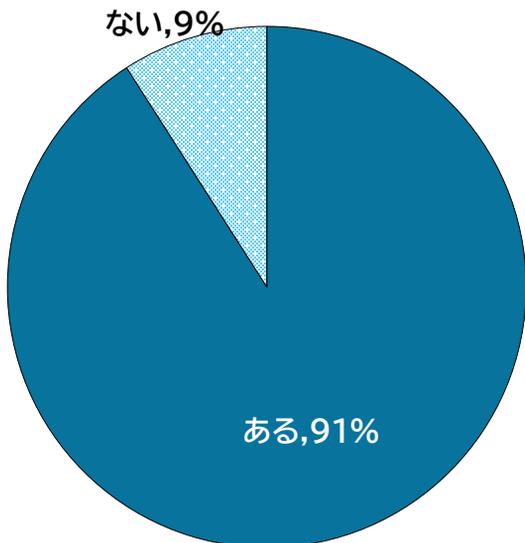
n=88



消費者問題啓発活動の参加の有無

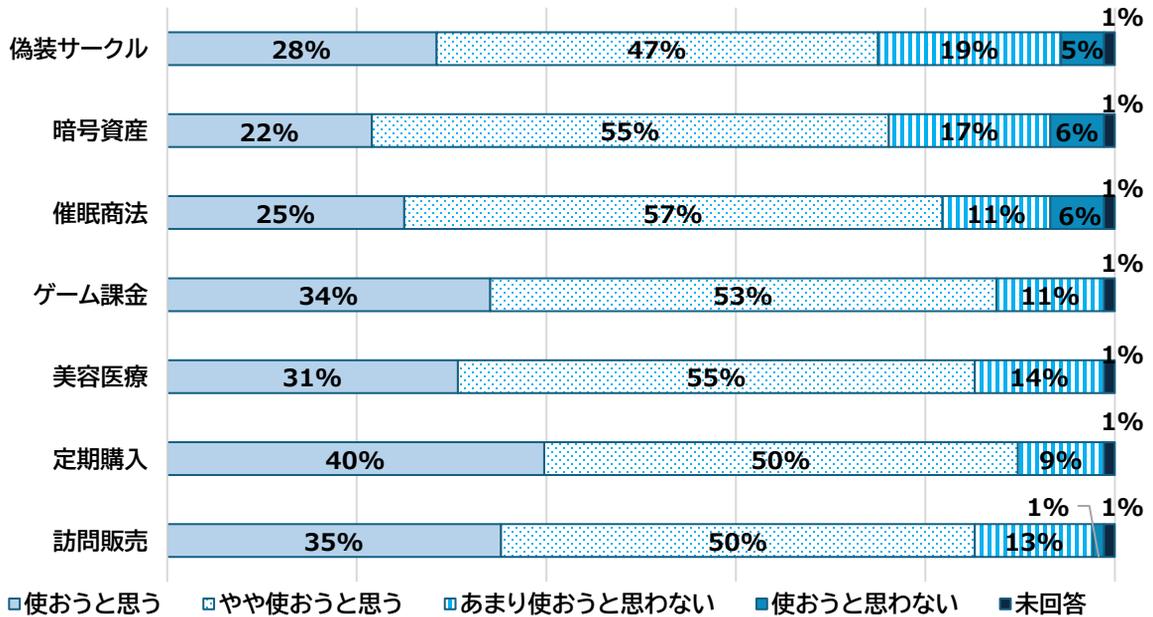
啓発活動の経験年数

※消費者問題啓発活動の参加が「ある」の人のみ回答



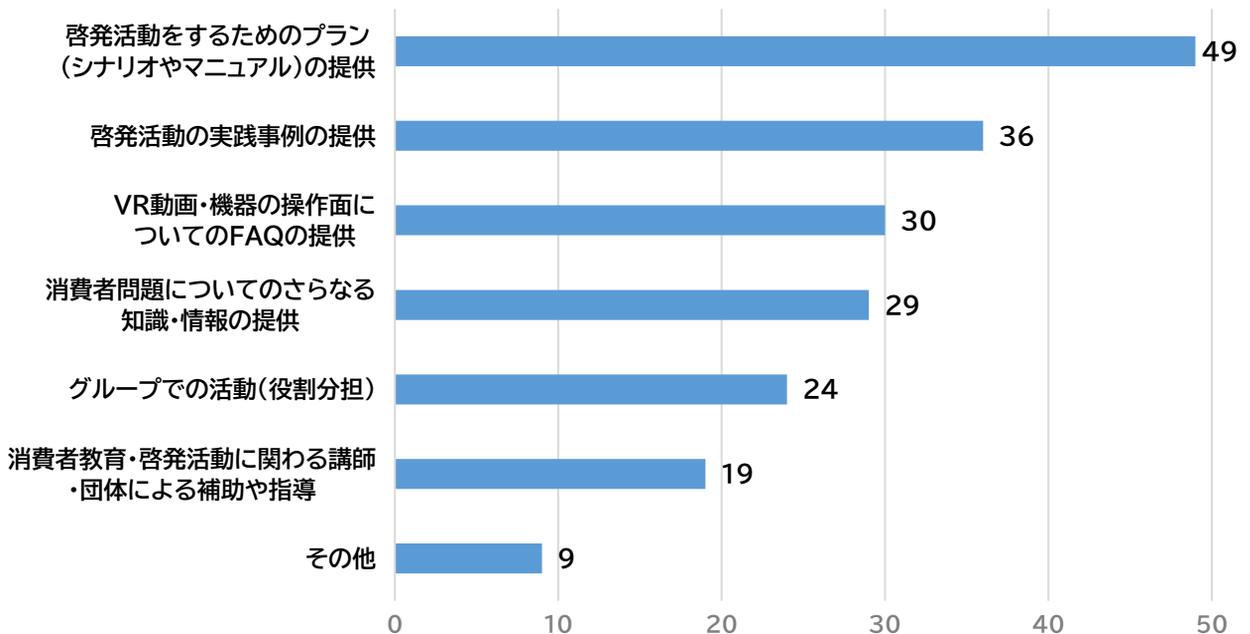
啓発活動での体験型教材の導入希望

「あなたは啓発活動を行うときに、以下の体験型教材を使おうと思いますか。」の問について、「使おうと思う」と回答した人は「定期購入」が40%と最も多く、「使おうと思う」「やや使おうと思う」の合計でも90%で最も多い。次に「使おうと思う」「やや使おうと思う」の合計で多いのは「ゲーム課金」で87%となっている。マンガ教材を使おうと思う頻度が動画教材より若干高い結果となった。 n=88



体験型教材を活用する際に必要なもの(複数回答)

「本教材を啓発活動で活用する場合、必要と思うものは何ですか。」の問について、「啓発活動をするためのプラン(シナリオやマニュアル)の提供」が49人と最も多く、次いで、「啓発活動の実践事例の提供」が36人となっている。 n=88



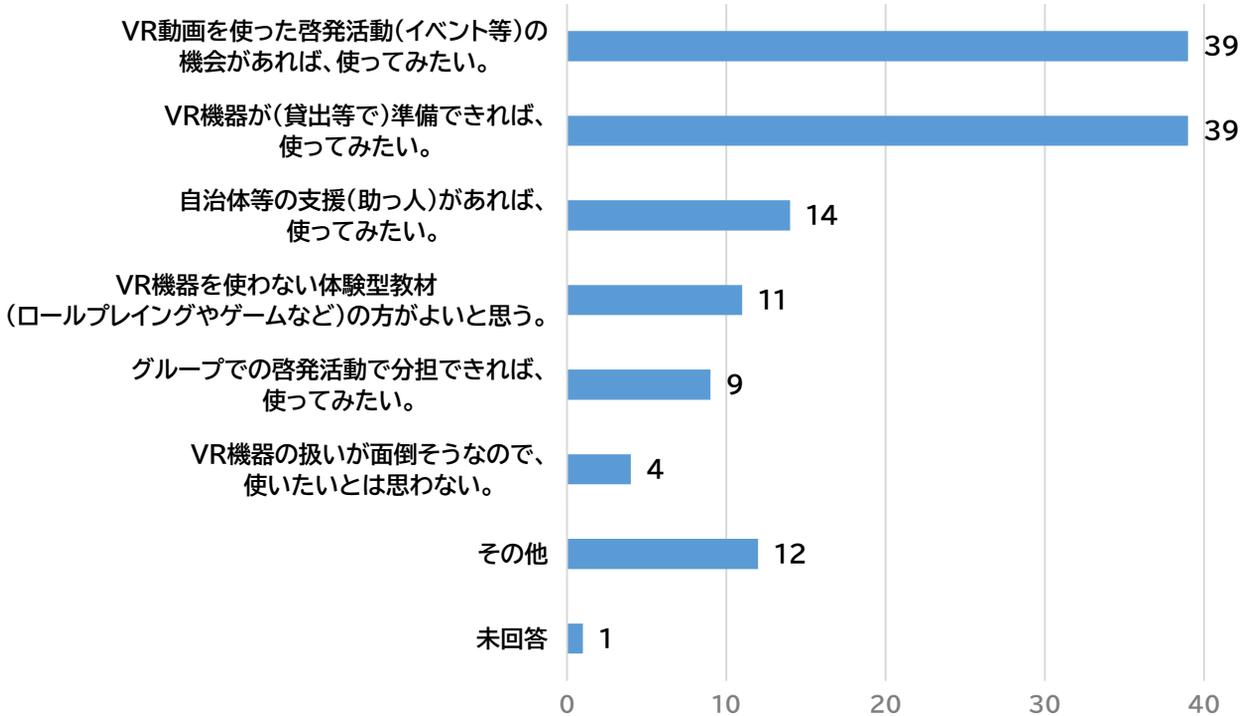
【その他の回答】

- ・無料のネット環境。
- ・動画のオフライン環境での利用。
- ・機材の準備。
- ・VR動画や機材を利用する時、機材を参加者に使用してもらうための数量の確保や準備。
- ・インターネットに接続できない機会が多いので、資料データの提供があれば利用できるかもしれません。
- ・実際の講座では時間がないので、解説をもう少し手短かに。また気づく断る相談するなどの展開場面はその部分だけでよいのでは・・・

VR動画を啓発活動で活用する場合の意見(複数回答)

「今後、VR動画を啓発活動で活用する場合の意見として、あてはまるものを教えてください。」の問について、「VR動画を使った啓発機会があれば使ってみたい」「VR機材が準備できれば使ってみたい」が39人と最も多く、VR動画を使ってみたいといった意欲は伺える。

n=88



【その他の回答】

- ・VR機材の運搬などしてもらえらなら考えたい。
- ・VR機器を使わず、動画教材を視聴するだけでも教材としては十分だと感じた。
- ・導入に興味はあるが購入にあたっては予算要求のハードルが高そう。
- ・高齢者の講座が主体となっています。VR機材の使用は理解力の乏しい高齢者にはハードルが高いです。
- ・とても優れた教材であるが、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。

等

■ アンケート及びヒアリング調査の結果・分析

2 モデル講座

アンケートの目的

本教材を使ったモデル講座等の受講者に対し、消費者力(気づく、断る、相談する力)の理解度や影響、VRゴーグルの装着・非装着による違い、今後の本教材の開発の参考となるよう受講者が学びたい内容等を調査することを目的にアンケートを実施した。

(本ガイドに掲載しているモデル講座以外の教材を使って実施した講座の受講者77名分を含む。)

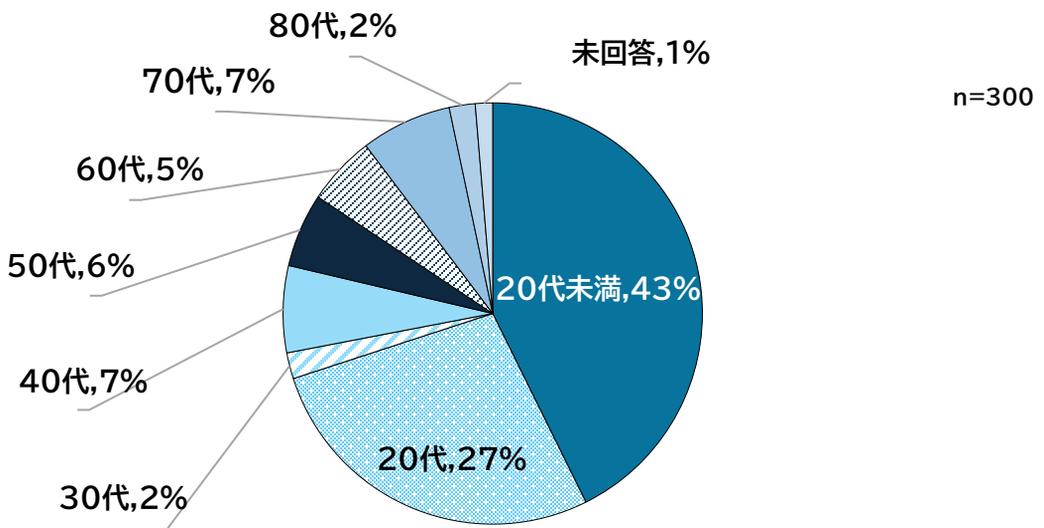
(構成比(%)があるグラフでは、端数処理の関係上、合計が100とならない場合がある。)

(nは回答人数を表す)

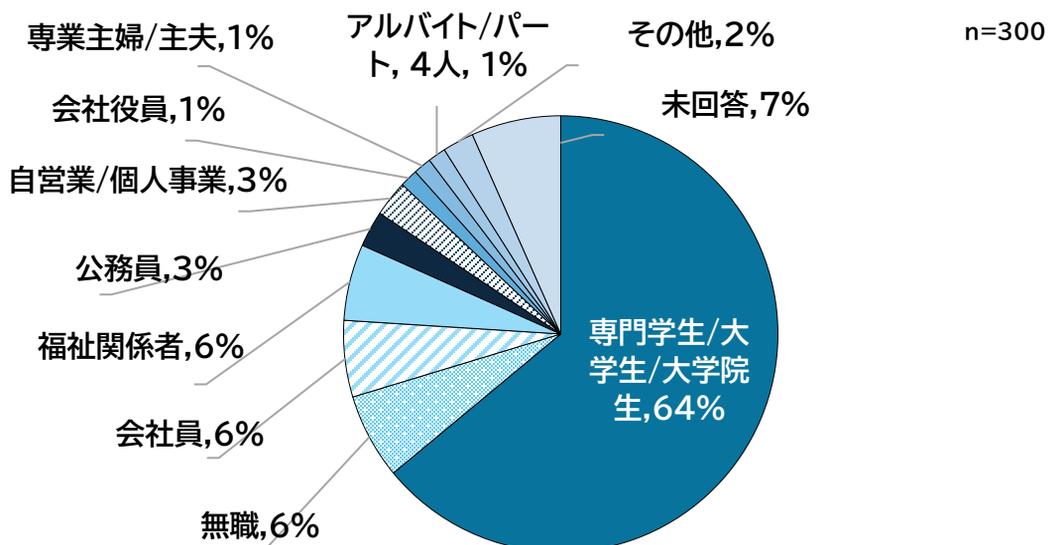
受講者の属性など

受講者の年代や職業では、「20代未満」と「20代」の合計が70%と若い世代が最も多く、職業も「専門学生/大学生/大学院生」が64%を占めている。

受講者の年代



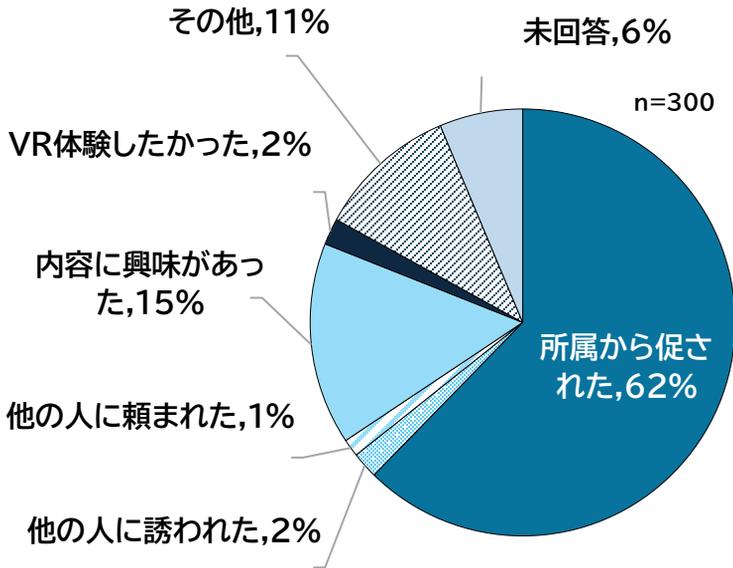
受講者の職業



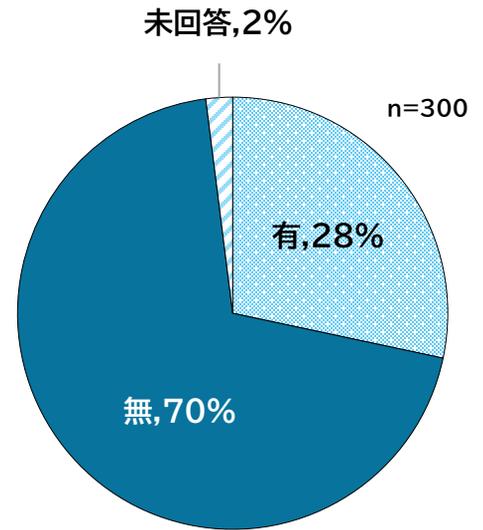
受講者の属性など

受講(参加)動機では、「所属から促された」が最も多く62%となっており、次に「内容に興味があった」が15%となっている。VR機器を使った経験の有無では、「無」が70%となっている。

受講(参加)動機

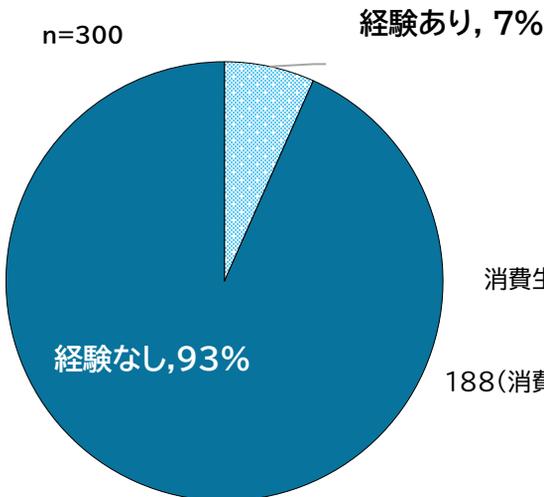


VR機器を使った経験



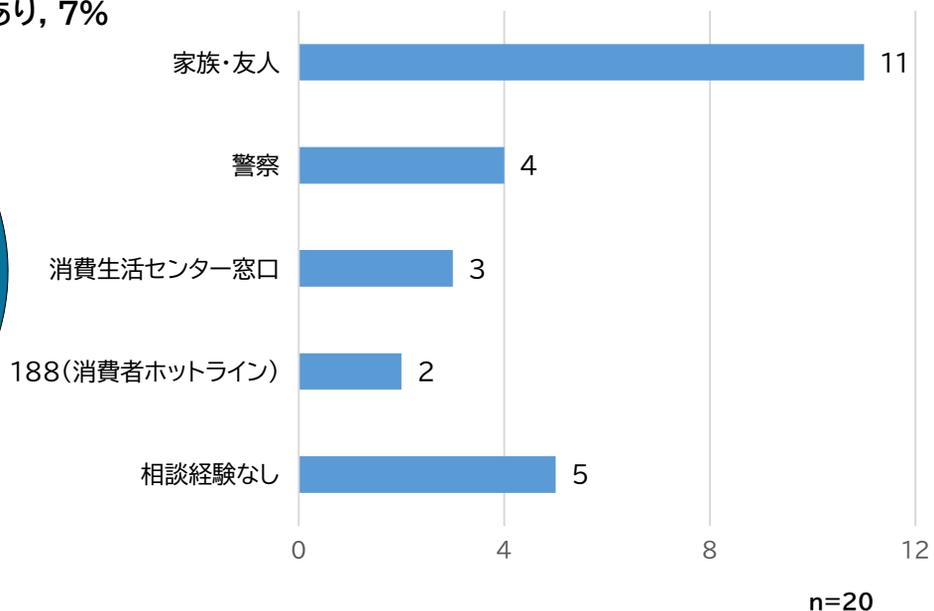
消費者トラブルの経験の有無では、「無」が93%となっている。消費者トラブルの相談先では、「家族・友人」が11人となっており、次いで、「警察」が4人となっている。

消費者トラブルの経験



消費者トラブルの相談先(複数回答)

※消費者トラブルの経験ありと回答した人のみ

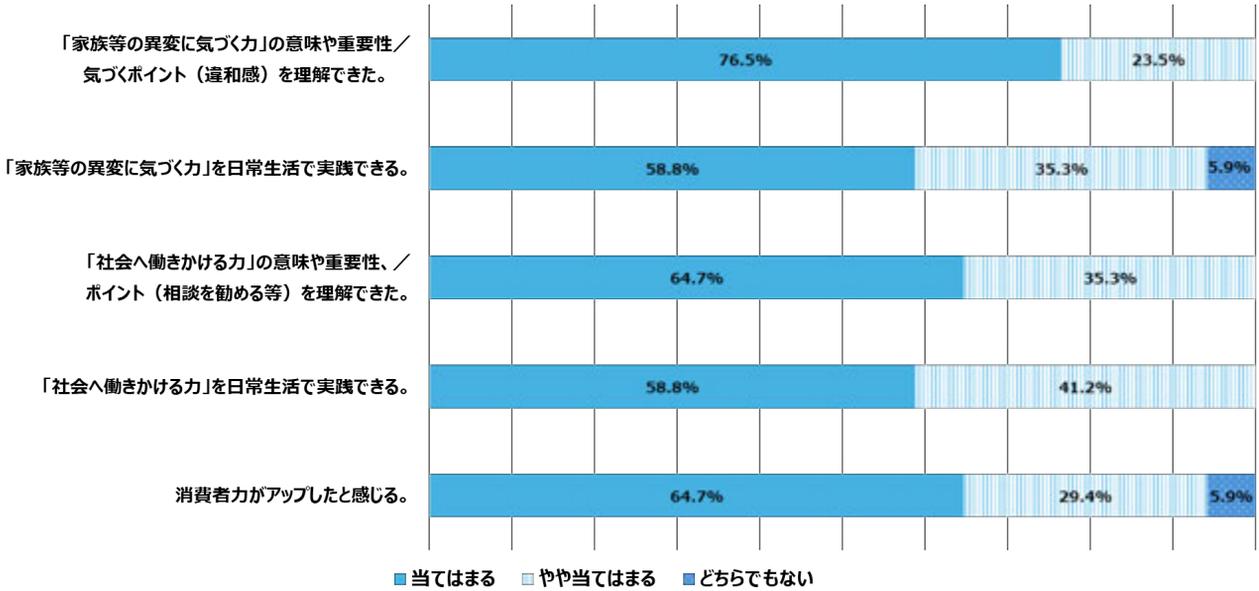


講座を通じた消費者力の理解度と実践について

福祉関係者の受講者では、高齢者を見守る役割として、「家族等の異変に気づく力」「社会へ働きかける力」についての間で理解度を確認した。「家族等の異変に気づく力」「社会へ働きかける力」の意味や重要性を理解できた」「社会へ働きかける力」を実践できる」の間について、「当てはまる」「やや当てはまる」の合計は100%となっている。

講座を通じた感想(福祉関係者)

n=17

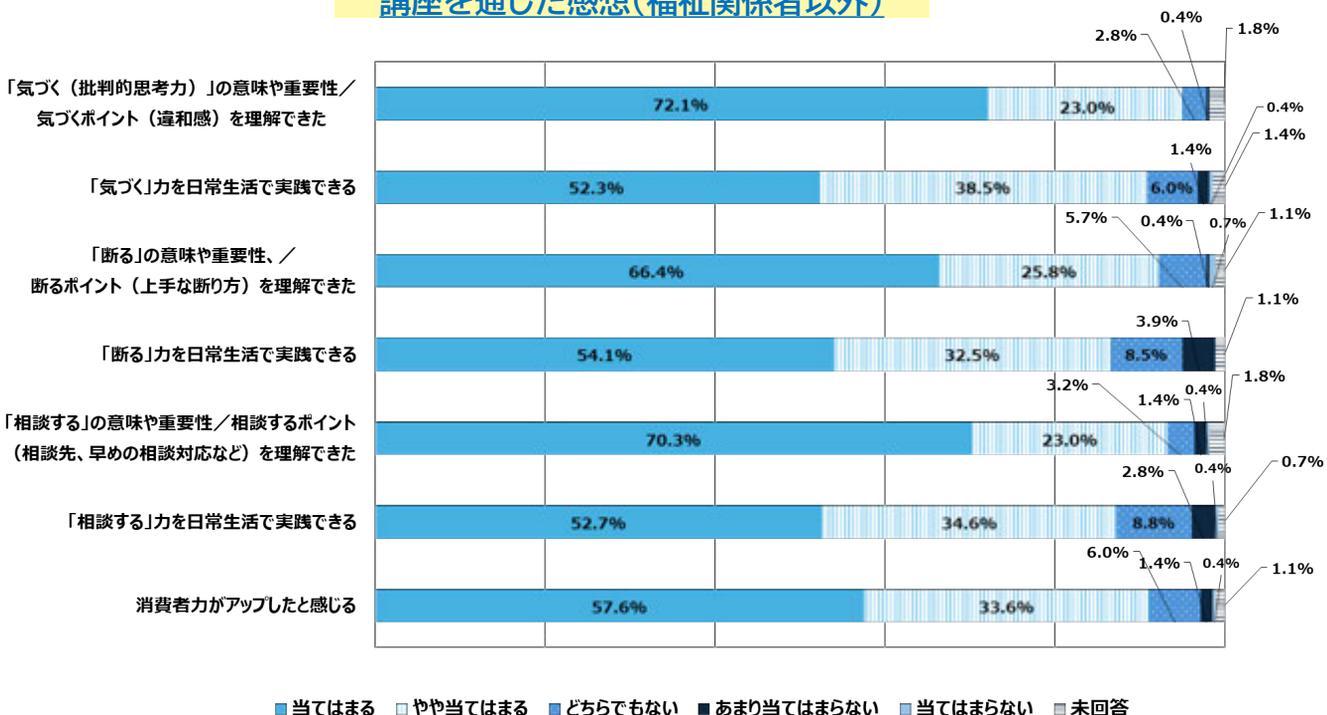


福祉関係者の受講者以外では、「気づく」「断る」「相談する」の意味や重要性等の理解できた」「消費者力がアップしたと感じる」の間について、「当てはまる」と「やや当てはまる」の合計は全て90%を超えている。

一方で、実践できるかの間に対しては、「当てはまる」「やや当てはまる」の合計は90%程度となっており、意味や重要性の理解度と違いは見られないが、「当てはまる」の割合だけで見ると、50%程度となっており、意味や重要度等の理解度が70%程度に比べ20%程度低くなっている。

講座を通じた感想(福祉関係者以外)

n=283

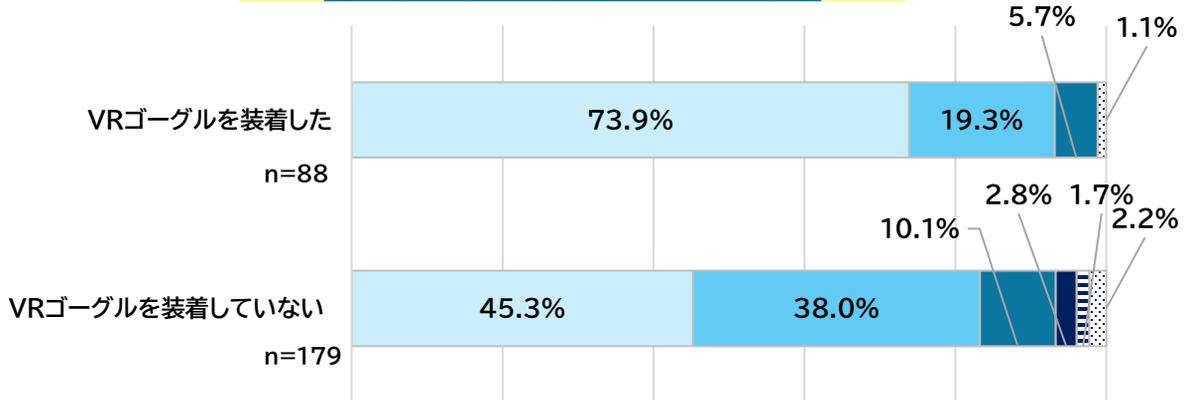


動画教材の感想

動画視聴を行った受講者の感想を、VRゴーグルを装着した受講者とVRゴーグルを装着していない受講者の別に集計を行った。

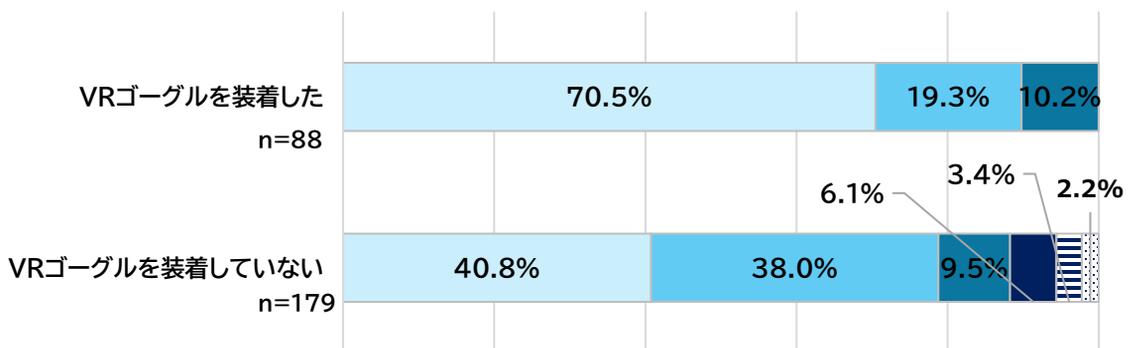
「消費者被害の状況をリアルに感じた」「自分事として捉えられた」「記憶に残りやすい」の3つ全ての間について、「当てはまる」は、VRゴーグルを装着した人が70%程度に対し、VRゴーグルを装着していない人が40%程度と30%程度の差が見られた。しかし、「当てはまる」「やや当てはまる」の合計では、VRゴーグルを装着した場合は90%程度に対し、VRゴーグルを装着していない場合は80%程度となっており、大きな差は見られなかった。

消費者被害の現状をリアルに感じた



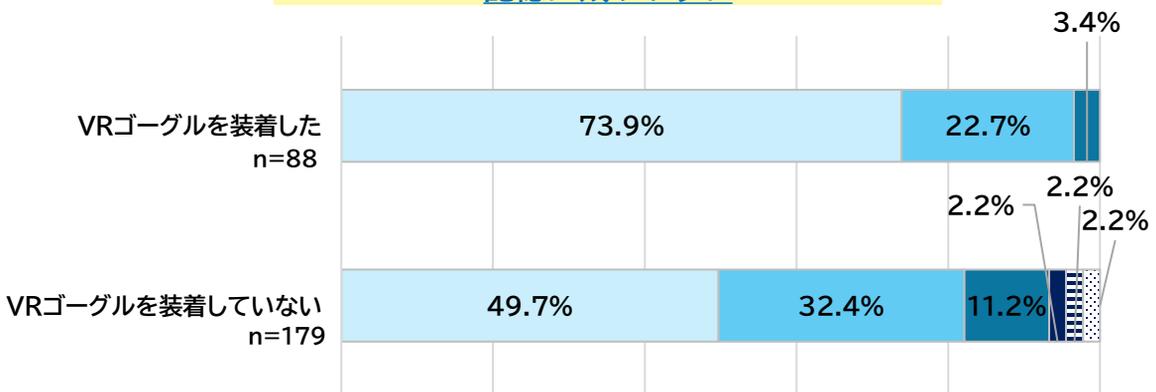
□当てはまる ■やや当てはまる ■どちらでもない ■あまり当てはまらない ■当てはまらない □未回答

自分事として捉えられた



□当てはまる ■やや当てはまる ■どちらでもない ■あまり当てはまらない ■当てはまらない □未回答

記憶に残りやすい

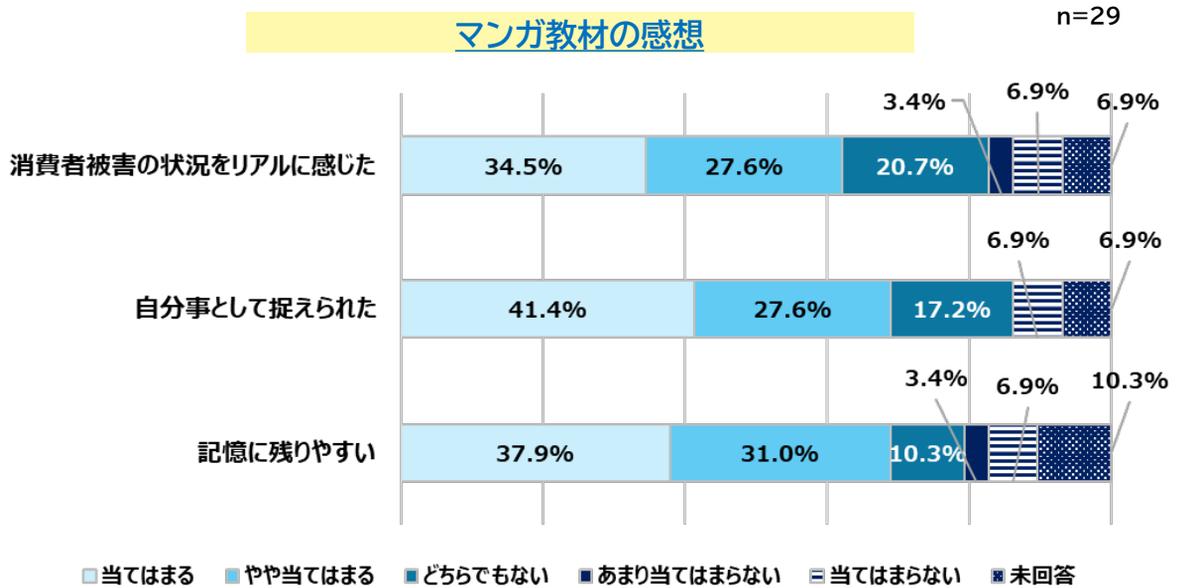


□当てはまる ■やや当てはまる ■どちらでもない ■あまり当てはまらない ■当てはまらない □未回答

マンガ教材の感想

テキスト教材(マンガ教材)のみの講座における感想である。

「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3つ全ての問について、「当てはまる」と「やや当てはまる」の合計は、6～7割程度となっており、VR動画を視聴した場合に比べてやや低くなっている。

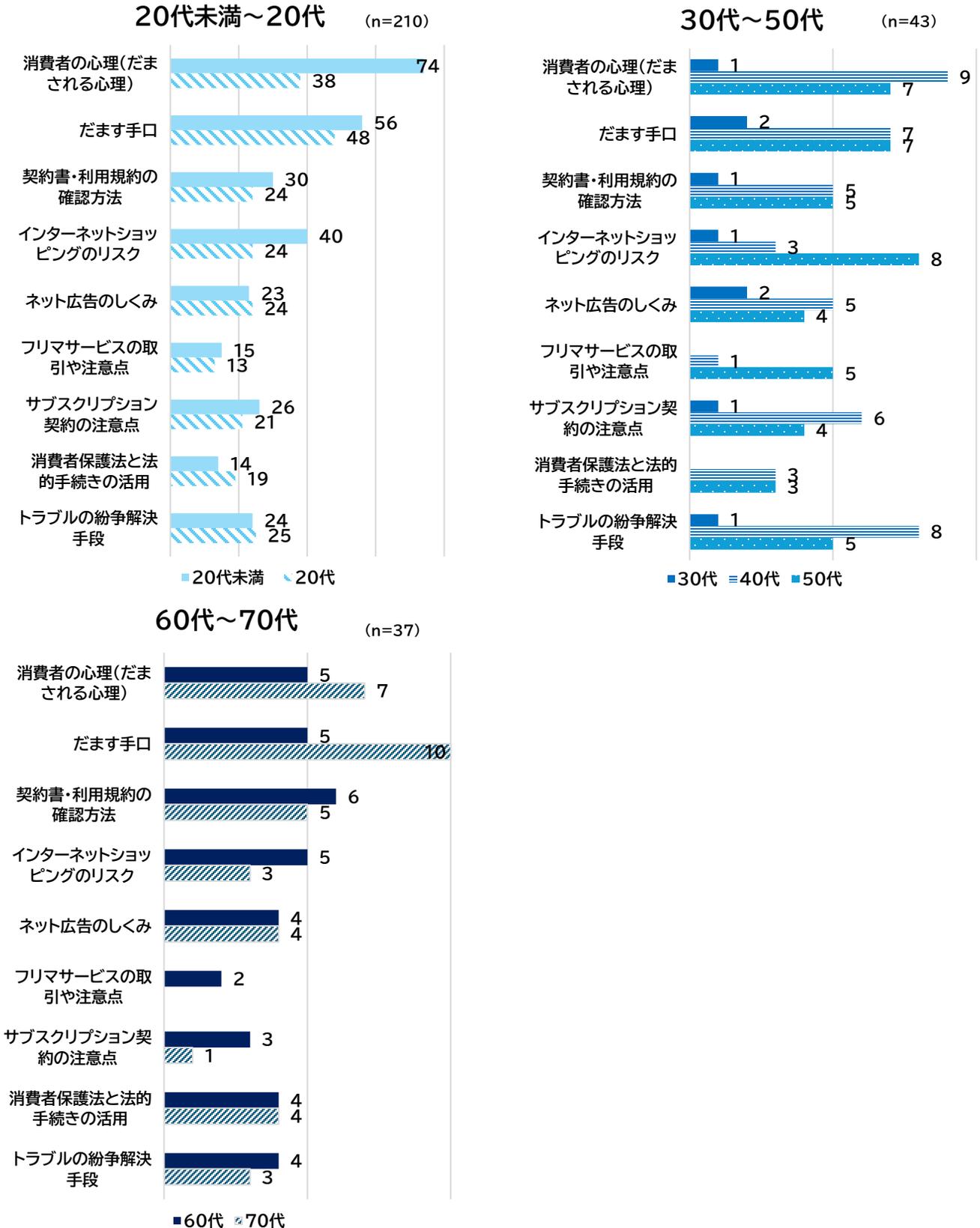


さらに学びたい消費者教育のトピック(複数回答)

さらに学びたい消費者教育のトピックを年代別に分析したものである。

20代未満では「消費者の心理」が最も多く、40代～60代においても高い傾向にある。また、20代・30代・70代では「だます手口」が最も多くなっている。30代から50代でも「消費者の心理」と「だます手口」は多いものの、「トラブルの紛争解決手段」と「契約書・利用規約の確認方法」も相対的に多い。

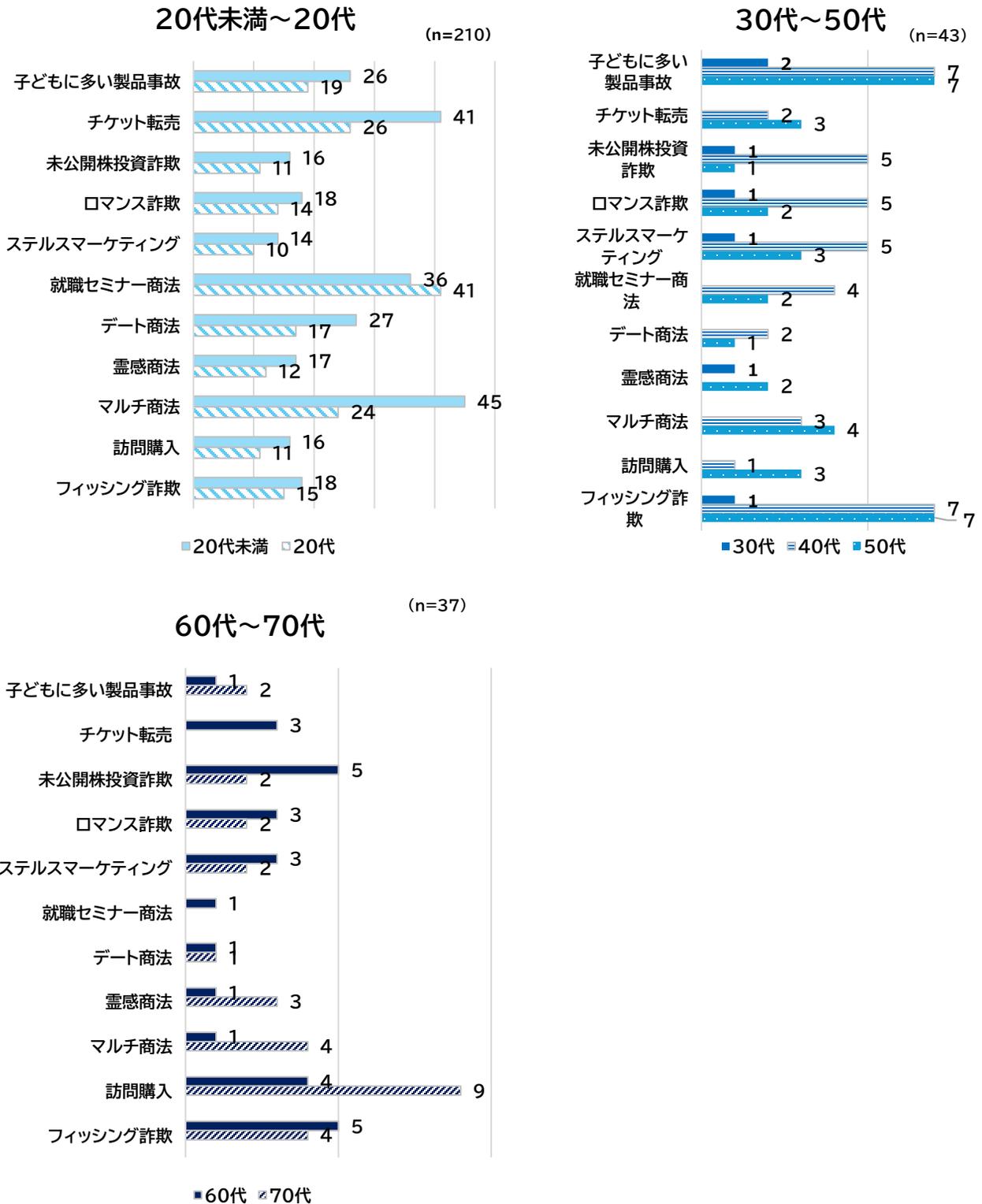
さらに学びたい消費者教育のトピック



ウェブサイト追加して欲しいコンテンツやVR動画で扱って欲しい内容(複数回答)

ウェブサイト追加して欲しいコンテンツやVR動画で扱って欲しい内容を年代別に分析したものである。20代未満から20代で「チケット転売」「就職セミナー商法」「マルチ商法」が多い傾向が見られる。30代から50代では「子どもに多い製品事故」が最も多くなっている。「フィッシング詐欺」は、30代~70代の年代において高い傾向にある。60代では「未公開株投資詐欺」が、70代では「訪問購入」が多くなっている。

ウェブサイト追加して欲しいコンテンツやVR動画で扱って欲しい内容



■自治体や担い手が本教材を導入・普及する際の課題と方策

本教材やVR機材を使ったイベント・講座の運営について、モデル講座を実施した講師の意見から、実際に講座等への教材の導入にかかる留意点（課題）や方策をまとめました。

講師は大学生・学生ボランティアと行政職員・消費者教育コーディネーター・消費生活相談員等の別で集計しています。

教材について

1 動画教材

講師：大学生・学生ボランティア

- ・使い方はシンプルなため、一度使用すれば講座の実施は問題ないかと感じる。また、学生にこの分野で興味を持たせるには「消費者教育」という漢字5文字より、VR動画体験の方がハードルは下がるし、動画視聴には慣れている世代なので有効なツールであると考えます。
- ・コンテンツに着目してもらうにはどうしたらいいかを考えておくこと。VRの内容は3種類あったが、ある程度ターゲット層を絞り、深く体験してもらう方がよい。体験してもらうことに重きを置くのか、コンテンツが大事なのかによって開催の仕方を変えた方がよい。
- ・VRについて、画面を見ているだけだと客観的になり、自分ごとではないと考えてしまうところが問題点だと思う。VRということで興味を引くことはできるが、ゲームのような感覚で視聴するだけで終わってしまうのではないかと感じる。しかし、VRはその世界に入り込んで、没入感があり当事者意識が生まれやすくなり有効だと感じた。
- ・VR教材は、受講している人にすごくインパクトが残るだろうと感じた。VRは台数は必要だが、映像も音も自分に向かってくるので学習効果も高いのではないかと感じる。事例の把握・学習には、特に効果的だという印象。復習動画なども実映像なので、リアリティがあって「刺さりやすい」。ただ、大人数の場合には体育館のような広い場所になるので、どうしても後方の人たちは遠くて見えづらかったり、聞こえなかったりするから不利になるようにも思う。

講師：行政職員・消費者教育コーディネーター・消費生活相談員等

- ・事例動画や復習動画は場面をイメージしやすく、また理解しやすい見せ方となっている。復習動画は「きっぱり断る断り方」の方が、断り難い性格の人に参考となる点が多い。
- ・動画は、ネット環境がないと見せることができないので、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と感じる。
- ・動画教材については、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が過ぎていて感じた。トークに対しては耐性ができるので、もっと生々しい言葉が良い。
- ・VR動画は自分も体験したが、主体的に、自分ごとのように捉えてくれると思われる。
- ・VR教材を前面に出して集客してしまうと、受講者がVR体験をしたいだけなのか、消費者啓発を受けたいのか、判断がつきかねる。やはり、講座で啓発すべきトラブルについて、その内容に興味を持ってもらう必要がある。
- ・高齢者にはVRゴーグルを使わずとも、プロジェクター投影などの手段で動画視聴を行うやり方もある。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もよかった。高齢者が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。自分が実際にトラブルに遭った時、場所や商品などシチュエーションが違っても講座で学んだ消費者トラブルと同種であり同様の対応をすればよいという認識がし難い傾向がある。動画を使う場合は都度一時停止し、動画の設定とは違うシチュエーションでも同種のトラブルであることなどを丁寧に説明をしながら、いざというときに対処できるよう教材の使い方に工夫する必要があると思う。

2 テキスト教材

講師:大学生・学生ボランティア

- テキスト資料はどれも加工が可能なので、受講者に合わせて組み合わせて使うことができる。
- 高校向けのワークブックへは漫画教材の導入なども考えられる。
- テキスト教材については、イラストが多いのも良い。文章ばかりだと大学生は読む気がなくなってしまうので、とても良い資料だと思う。

講師:行政職員・消費者教育コーディネーター・消費生活相談員等

- 受講者の体調や属性によっては、VR教材が使えない場合がある。その場合は、マンガ教材を代用してもよいと思う。
- 今回の講座では使用していないが、テキスト教材の事例マンガは低予算で使用できる。
- スライド教材を活用することで、資料作成者としては作成に要する時間が削減されて効率化が図れるのと同時に、受講者にとってもビジュアル的にも分かりやすい資料で理解促進に役立つので、消費者啓発に便利な素材として積極的に利用されることをお勧めできる。ただし、そのまま使用するのではなく、講座の時間や対象者によって、内容をアレンジする方がよいと思った。
- テキスト教材は、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。年齢に応じたテキスト教材があれば現場としては助かる。丁寧に知識が盛り込まれているが、高齢者には自宅に持ち帰り、読んでもらえないのではないかと感じた。私ども啓発者側としては、これだけの知識(情報)があるのは、非常にありがたいので、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。
- 講座の開催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が自由にできるので、使い勝手がいいと思う。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。
- テキスト教材は、読み物として配るのか講座の中で投影するのかにもよるが、講座用としては文字数が非常に多く使い辛い。事例マンガについても、講座で使うのであれば4コマ程度が良い。
- テキスト教材は、文章が長すぎて読むのに時間がかかる。またマンガなら誰でも読めるだろうというのはコマ数が多いと必ずしも当たらないと感じた。講師が受講対象者に合わせてアレンジできるような自由度を上げることも必要。
- 例えマンガであっても、資料を自主的に読んで理解をするというのは、高齢者には難しい。しかし、その一方で手元資料を配布するとその資料を手元で確認しながら受講したいという意欲を感じた。
- 高齢のためVRゴーグルの装着に時間がかかったり、視点を合わせるのが難しいと考えテキスト教材を選定し、かつ説明時には講師が演者となる芝居風での説明を取り入れるなどの工夫をしたが、やはり講師が一方向的に話すだけではなく変化をつけることは難しいと感じた。受講者がより興味を持って受講できるよう、プロジェクター投影などの手段で動画視聴をするやり方もあったかもしれない。

3 補助教材

講師:行政職員・消費者教育コーディネーター・消費生活相談員等

- ワークシートは、Word形式でダウンロードできるので、受講者たちの理解度にあわせてアレンジできる点がよかった。
- 診断セルフチェックやワークシートは、そのまま使用することも、加工して利用することも可能なので受講者に合わせて準備することができる。

VR教材の使い方について

講師:大学生・学生ボランティア

- ・動画を視聴する際に10名の受講者にVRゴーグルを使用してもらったので、VRゴーグルセットを2セット使用したところだが、VRゴーグルを装着する受講者一人一人について、装着・視聴できているかを確認してから動画を再生する必要があるため、ゴーグル1セットごとにVR機材の操作に慣れた補助者が必要であった。眼鏡の上からでもゴーグルを装着できるが、受講者本人が装着するのは難しかったので手伝いが必要。
- ・当日はサポートがあっただけで、ようやく運営できた。不具合発生時の対処のしかたがわからない。体験者の人数等を考慮すると、主催者と道具があればできるわけではなく、使用する前の研修や人的サポート確保など、体制を整えて運営する必要があるとやはり感じた。
- ・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。簡単に言えば、既につながっていて、置いておいたら自分で手に取って始めてもらえるような形であれば、やり易くなる。一方で、体験会では、日本人の性質かも知れないが、こちらから声掛けや連れて来るのが必要になる。置いておくだけでは成立しない。
- ・講師一人での運営は難しいと感じた。補助が必要である。学校では1クラスの単位が、約40人くらいなので、それくらいの人数にVR機材が対応しなければ運営はできない。

講師:行政職員・消費者教育コーディネーター・消費生活相談員等

- ・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ため、事前準備がもっと必要だった。大人数よりも受講者との距離が近い方が、トラブルがあったとしても運用しやすい。VR機器は講座中でも接続確認が必要のため、講師1名での運用は困難に感じた。VR機材操作やトラブル対応への理解をもった人が必要である。機材貸し出しの際には、主な使い方と注意点を記入しておいてもらった方が使いやすい。
- ・VRは持ち運びが大変で、車でないと持っていくことができないため、もう少し簡単にできると良い。今回は準備が出来たVRゴーグルの台数が少なく、また、時間も足りなかったことで、全ての生徒がVR体験できなかった。十分な台数を揃えておけると良かった。
- ・機材の貸し出しのスケジュール調整や、輸送中の損傷防止について、手間がかかって煩雑ではないかとの懸念を感じた。スムーズに使用するためには、機器操作への慣れが必要であり、事前準備に時間がかかるのではないかと思った。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。
- ・講座では装着に時間がかかったり、眼鏡の扱いに戸惑う方もいて、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と一緒にあると良いと思った。VR動画は新しい試みとして評価は出来るが、技術の進歩も早いので1~2年もすると導入した機器が陳腐化しないか懸念すると共に、故障した場合のアフターフォローも心配なところである。そのため、「所有から使用へ」という時代の潮流に合わせて、リース形式の方が良いかと感じた。
- ・VR機材はレクチャーや勉強会があれば、できるのではないか。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。学校現場で多数に対してのVRを考えた時には、VR機材の不具合に対応できる者が複数人いる環境が必要だと感じた。授業実施時の運用としては、1人1台を渡し、教師の指示でVR装着させ、視聴のオンオフをさせるような運用が良いと思う。
- ・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。また仮に多数の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と感じた。VR動画の再生は、10台使用の場合、複数のPCを同時にスタートする必要があるが、少しの狂いもなく操作するのは難しそうである。タイミングがずれると音がずれて聞こえる。

■ 参考資料(リンク先一覧)

●このサイトについて－消費者力とは

内容	形式	URL
「消費者力」の整理、サイトの構成、活用方法	テキスト	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/sitepolicy.html

●指導用教材(ファイルのダウンロード可能)

タイトル	内容	URL
①動画教材	<ul style="list-style-type: none"> ・動画URL(事例動画／復習動画／解説動画／被害者インタビュー) ・授業・講座展開例(PDF版)／ワークシート例(PDF版、Word版) 	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching materials.html
②テキスト教材	<ul style="list-style-type: none"> ・投影用スライド(事例マンガ／振り返り問題／解説／対策／復習・実践) ・授業・講座展開例(PDF版)／ワークシート例(PDF版、Word版) 	
③その他コンテンツ教材	<ul style="list-style-type: none"> ・教材活用ガイド(PDF版) ・消費者トラブル概況 投影スライド(PDF版、PPT版) ・診断セルフチェック 投影スライド(PDF版、PPT版) ・相談先・周囲への働きかけ(だまされてしまったかも…家族・知人の様子がおかしいと思ったら) 投影スライド(PDF版、PPT版) 	

●教材基本パッケージ一覧

タイトル	内容	形式	URL	
01 偽装サークル	VR事例動画	偽装サークルの勧誘を疑似体験	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=A5IjgyO8-iM
	復習動画	気づく、断る、相談する場面／合宿へ誘われる場面／不当な勧誘による契約	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=Tjd7R0oxfE0
	解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=AldQISuTeGI
	トラブル対応	「消費者トラブル」に遭いそうになったら	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.PDF
	トラブル対応	「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.PDF
	トラブル対応	被害に遭ってもあきらめないで！	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.PDF
02 ネットトラブル (暗号資産)	VR事例動画	暗号資産トラブルの疑似体験	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=Ld8_Uzgpak8
	復習動画	気づく、断る、相談する場面 暗号資産の儲け話／追加投資の勧誘場面	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=l7VhOfjvOyg
	解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=7bl_UGixD5s
	トラブル対応	「消費者トラブル」に遭いそうになったら	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.PDF
	トラブル対応	「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.PDF
	トラブル対応	被害に遭ってもあきらめないで！	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.PDF

タイトル	内容		形式	URL
03 催眠商法	VR事例動画	催眠商法を疑似体験	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=jz0zoSDrgso
	復習動画	気づく、断る、相談する場面 イベントへの勧誘場面／高額商品の契約場面	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=FnfVxHArceQ
	解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=6UfSG8HLEcU
	トラブル対応	「消費者トラブル」に遭いそうになったら	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.PDF
	トラブル対応	「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.PDF
	トラブル対応	被害に遭ってもあきらめないで！	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.PDF
04 ネットトラブル (課金)	事例マンガ	中学生が保護者のクレジットカードで課金	スライド (組込)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching materials/text 01.html
	振り返り問題	課金がひきおこす問題	スライド (組込)	
	check	異変に気付くポイント	スライド (組込)	
	解説	オンラインゲームの「課金トラブル」はなぜ起こる？	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_solution.PDF
	対策	課金トラブルに遭わないための対策は 若年者向け	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_countermeasure.PDF
	復習・実践	問題を解いて消費者力を磨こう！	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_review.PDF
05 美容医療	事例マンガ	医療ダイエットクリニックの無料カウンセリング だけ受けるつもりが…	スライド (組込)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching materials/text 02.html
	振り返り問題	注意すべきカウンセラーの案内セリフ	スライド (組込)	
	Check	異変に気付くポイント	スライド (組込)	
	解説	美容医療サービスに関するトラブルはなぜ起こる？	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_solution.PDF
	対策	美容医療トラブルに遭わないための対策は 社会人向け	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_countermeasure.PDF
	復習・実践	問題を解いて消費者力を磨こう！	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_review.PDF
06 ネットトラブル (定期購入)	事例マンガ	定期購入だと気づかなかった	スライド (組込)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching materials/text 03.html
	振り返り問題	事前に注意が必要だった点	スライド (組込)	
	check	異変に気付くポイント	スライド (組込)	
	解説	ネット通販の「定期購入トラブル」はなぜ起こる？	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_solution.PDF
	対策	定期購入トラブルに遭わないための対策は 社会人向け	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_countermeasure.PDF
	復習・実践	問題を解いて消費者力を磨こう！	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_review.PDF

タイトル	内容		形式	URL
07 訪問販売 (点検商法)	事例マンガ	屋根瓦の無料確認から高額請求	スライド (組込)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/text_04.html
	振り返り問題	無料点検のよくある手口	スライド (組込)	
	check	異変に気付くポイント	スライド (組込)	
	解説	訪問販売(点検商法)によるトラブルはなぜ起こる?	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_solution.PDF
	対策	訪問販売(点検商法)によるトラブルに遭わないための対策は高齢者向け	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_countermeasure.PDF
	復習・実践	ロールプレイングで悪質業者に対処するための練習をしてみよう。	スライド (PDF)	https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_review.PDF

●REAL VOICE 被害者インタビュー

タイトル	内容		形式	URL
マルチ商法	インタビュー動画	私はこうして罠にはめられた被害者、被害者家族、元社員の声	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=CW2Y7htqT5Q
霊感商法	インタビュー動画	知らぬ間に支配された私の心被害者、被害者の支援者の声	動画 (YouTube)	https://www.youtube.com/watch?v=UTbRM6ZS1mM

● 関係法令

消費者教育の推進に関する法律

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/law/

消費者教育の推進に関する基本的な方針

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/basic_policy/

消費者契約法

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/

知っていますか？消費者契約法

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/consumer_contract_act/public_relations/assets/consumer_system/cms101_231107_01.pdf

特定商取引法

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specified_commercial_transactions/

特定商取引法ガイド

<https://www.no-trouble.caa.go.jp/>

法人等による寄附の不当な勧誘の防止等に関する法律

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/donation_solicitation/

● 白書・資料等

〈最近の相談傾向を知るには〉

消費者白書

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/white_paper/

国民生活センター「相談事例」

<https://www.kokusen.go.jp/category/jirei.html>

〈学校での学習内容〉

学習指導要領における消費者教育に関する主な内容(抜粋)

<https://www.kportal.caa.go.jp/pdf/guide.pdf>

消費者教育の体系イメージマップ

<https://www.kportal.caa.go.jp/pdf/imagemap.pdf>

〈消費者心理や脳科学について〉

脳の意思決定システム

出典:島田広「消費者教育研究」2022年 No.213

東邦大学理学部生物学科神経科学研究室 増尾好則教授「ストレスと脳」

<https://www.toho-u.ac.jp/sci/bio/column/029758.html>