



鍛えよう  
消費者力



# 体験型 教材

実践ガイド / 若年者用



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。実践事例やボランティア参加者からの声も掲載しており、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	-21-
モデル講座の実施事例 ①(講師:学生ボランティア、受講者:大学生)	-23-
モデル講座の実施事例 ②(講師:学生ボランティア、受講生:大学生)	-25-
モデル講座の実施事例 ③(講師:学生ボランティア、受講生:大学生・教員)	-27-
モデル講座の実施事例 ④(講師:若者ボランティア、体験者:イベント参加者)	-29-
モデル講座の実施事例 ⑤(講師:学生ボランティア、受講者:学生ボランティア)	-34-
アンケート及びヒアリング調査の結果・分析	-35-
参考資料	-45-

# ■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・強化を図るために、「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や消費者教育の推進に関する基本的な方針に基づく、次世代の消費者教育の担い手育成の必要性を踏まえ、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、若い担い手(学生ボランティア等)や学生の消費者教育に取り組む各地域の自治体が本教材を導入・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、一般の担い手(消費生活センターや消費者教育コーディネーター等)に向けては、別冊の一般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



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。

解説動画  
自分を守り、  
周囲をサポートする。



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方などを解説。

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

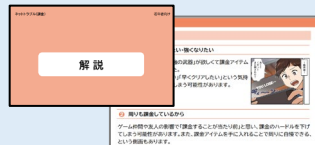
参加型



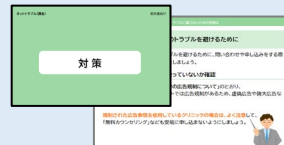
参加者が「事例マンガ」を振り返りながら、事例マンガの中で、どこに気づくポイントがあったかなど、各自で考える時間を設けることができます。

解説  
事例の手口・ポイント  
対策  
断り方等具体策  
復習・実践

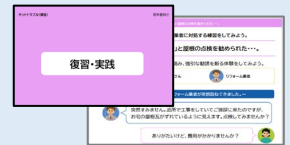
参加型



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、知ってお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。

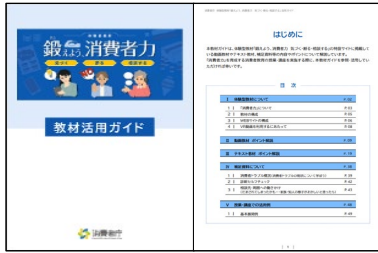


ここまで学習した内容の復習として「実践問題」を掲載。正しい行動は何かなど「気づく力」「断る力」を復習します。

※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。

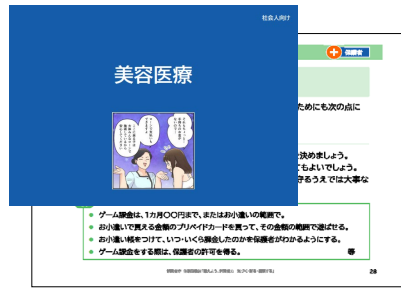
### 3 補助教材等

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。

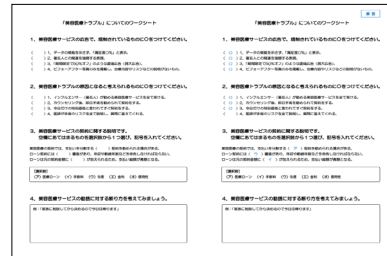


#### ◀投影用スライド

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

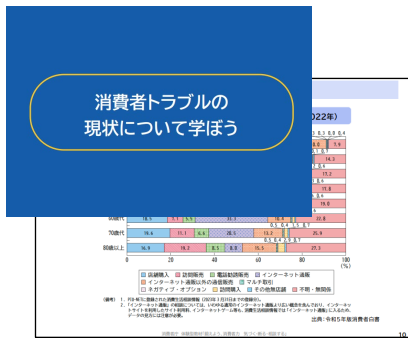
#### ◀授業・講座展開例

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。



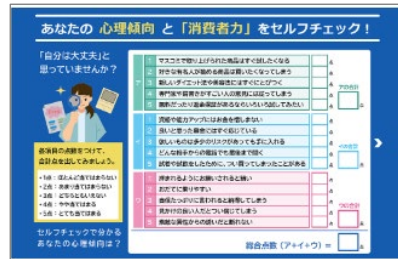
#### ◀ワークシート

それぞれの事例に合わせて、主人公の行動がよくな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をすることができます。



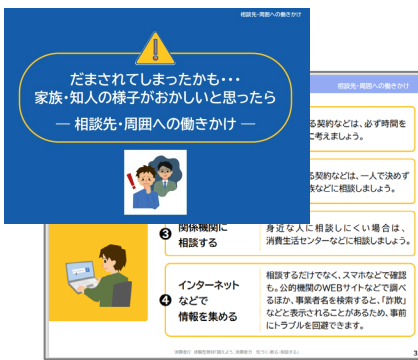
#### ◀消費者トラブル概況

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。

<h4>1「消費者トラブル」に遭いそうになったら</h4> <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>	<h4>2 周囲の人が「消費者トラブル」に遭いそうになったら</h4> <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>
<h4>3「消費者トラブル」の被害に遭ってしまったら</h4> <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>	<h4>4 被害に遭ってもあきらめないで</h4> <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	

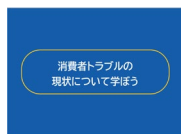
その他、各ケース共通の教材も多数用意しています。次ページ以降の一覧表をご確認ください。

## 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。

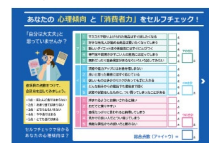
- ・「消費者トラブル」が増加している背景
- ・消費者トラブルの原因と社会の変化
- ・「消費者力」とは何か 等



消費者トラブル概況スライド

### 2 ワーク | 5分~10分

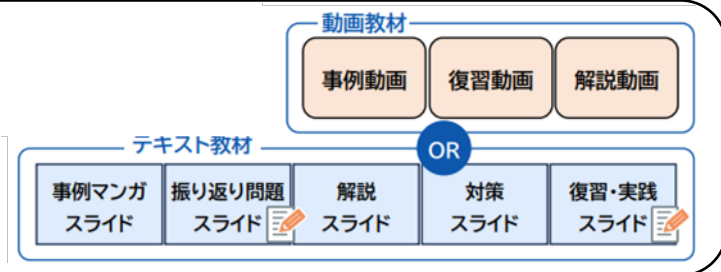
「診断セルフチェック」に取り組み「消費者力」に関する自己診断・自己分析を実施します。



診断セルフチェック

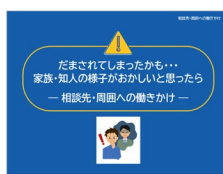
### 3 展開 | 20分~25分

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。







相談先・周囲への働きかけスライド

※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。

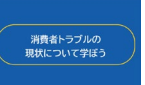



# 講座展開例① 動画教材 ～偽装サークル～

## 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)	<b>1. 消費者トラブルと契約について</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>資料を読み取る力を身に付けられるように取り組ませる。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「消費者トラブル概況」投影用スライドP.10,12</li> <li>ワークシート</li> </ul> 
展開① (8分)	<b>2. 診断セルフチェックに取り組む</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>ワークシートで自己分析を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>「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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>診断セルフチェック</li> <li>ワークシート</li> </ul> 
展開② (25分)	<b>3. 体験型教材に取り組む</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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、どのような点に気がつけば良かったのかを確認させる。</li> <li>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。</li> <li>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る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>動画教材(偽装サークル)</li> <li>VRゴーグル</li> <li>ワークシート</li> </ul> 
まとめ (10分)	<b>4. 学習のまとめ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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とき、自分が周囲に対して行えることを考える。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「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。</li> <li>「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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「相談先・周囲への働きかけ」投影用スライド P.1-3</li> <li>ワークシート</li> <li>「相談先・周囲への働きかけ」投影用スライド P.4-14</li> </ul> 

# 講座展開例② テキスト教材 ～訪問販売～

## 展開例

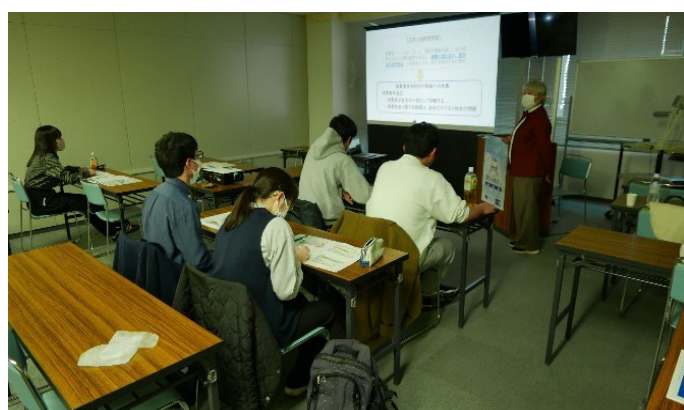
配時	主な活動	指導上の留意点	使用する教材・資料
導入 (5分)	<b>1. 本講座の目的を確認する</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>訪問販売(点検商法)を受けたことがあるか確認し、トラブルに遭いそうになった経験などを共有する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢者の消費者トラブルは、訪問販売(点検商法)に関するものが多いことを紹介する。</li> <li>高齢者が狙われやすい訪問販売(点検商法)でのトラブルを取り上げ、被害を防ぐための「消費者力」を身に付けることを確認する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「消費者トラブル概況」投影用スライドP.10,11</li> </ul> 
展開① (25分)	<b>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</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>トラブル事例のマンガを読み、振り返り問題に答える。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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)。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「点検商法」投影用スライド P.1-12</li> <li>「点検商法」投影用スライド P.13-25</li> <li>「点検商法」投影用スライド P.26-28</li> </ul> 
展開② (15分)	<b>3. 声に出して断り方の練習をする</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>「お断りします!」「契約しません」と声に出して断る。</li> <li>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。</li> <li>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)。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「点検商法」投影用スライド P.29-34</li> <li>「点検商法」投影用スライド P.40-46</li> </ul> 
まとめ (5分)	<b>4. 本講座で学んだことを振り返る</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>学習内容を振り返り、ワークシートで復習する。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ワークシート</li> </ul> 

## ■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(地域で養成講座等を受けて活動する地域サポーターや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。

消費者教育の意義、本教材を作成した目的として「気づく・断る・相談する」といった「消費者力」の必要性のほか、「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。

実施事例① (当ガイド9～11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	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② (当ガイド12～20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 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



# 教材活用セミナー実施事例①

## 実施概要

### 担い手への講義ポイント

- 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)
- 4 小・中学生には我慢を教える
- 5 大学生は情報力の習得を図る

## 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、やらないといけな思ってしまったりする。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)

VR動画は、実際に体験してみると確かに臨場感があった。ゴーグ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ふ。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。

セルフチェックは、講座で実際に使用し、自分のことを知ってもらうと良い。

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。

## 4 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、我慢した子ども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。

## 5 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②

## 実施概要

### 担い手への講義ポイント

- 1 消費者教育の基本を理解する
- 2 講座を準備する
- 3 講座を実施する
- 4 講座当日の注意点
- 5 講座終了後の振り返り
- 6 消費者庁HPや消費者教育ポータルサイトの教材の使い方
- 7 VR教材のねらい

※1～6を岡山県消費生活センター 消費者教育コーディネーター 矢吹香月氏が担当  
7を立正大学 心理学部教授 西田公昭氏が担当

## 1 消費者教育の基本を理解する

消費者教育の基本を押さえた上で話をすることが重要である。従来の消費者教育は、適切な情報を元に、被害に遭わずに豊かな生活を送ることが基本であったが、「消費者教育の推進に関する法律」の制定により、消費者市民社会に参画するということが大きな目標となった。消費者市民社会に参画する、とは消費者自身が社会の一員として行動することであり、消費生活に関する問題を自分だけの問題とせず、自らの消費行動が社会全体に影響を与えているという考え方で、消費者が自律することである。

消費者教育は、消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画し、その発展に寄与することができるよう、その育成を積極的に支援する教育のことである。

### <消費者市民社会とは>

公正かつ持続的な社会の形成に積極的に参画する社会。消費者としてその企業が提供するモノやサービスを買うということは、その企業にお金で投票して企業の繁栄を支援することである。また、買わないことは企業が衰退していくということである。つまり、自分たちが何を買うかによって社会が変わっていく。消費者としてどのような市場を形成していくか、自らの消費行動によって市民社会が形成されるという意識を育成していくことが必要。

### <消費者教育>

消費者教育は、消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育及びこれに準ずる啓発活動。消費者が生涯を通じて学び、事実に基づく思考と価値的思考を育成することで「消費者力」が養われ、消費者市民社会の実現につながっていく。

## <消費者啓発>

消費者被害の予防と救済のために行われる情報提供活動。今必要とされる情報をタイムリーに伝えることが大切で、「気づく」「相談する」ことが消費者被害を未然に防ぐことにつながる。

### 「事実的思考」と「価値的思考」

今回の教材のワークシートには、VR動画を見ながら、どこが悪かったかといった原因など、因果関係を考える「事実的思考」と、どう行動すればよかったか、どう気づけたかといった「価値的思考」がグループワークできるようになっており、注意するポイントを身に着けることができる。価値的思考は人によって異なるため、話し合って共有し、考え方を育成することが消費者教育と言える。

小学校・中学校・高等学校の学習指導要領の内容をチェック。高等学校の学習指導要領は、2018年3月に改訂し、2022年度から年次進行で実施されている。新しく「公共」という科目が創設され、社会の事象と結びついたより実践的な消費者教育に関わる内容が扱われているほか、家庭科等他教科と連携したカリキュラムマネジメントが求められている。学校では子どもたちの「生きる力」を育むため、主体的・対話的で深い学びが導入されている。いわゆるアクティブラーニングの視点から実際に体験しながらどう考えられるのか、コミュニケーションをとることで、思考力、判断力、表現力、そして社会で生きていくための知識、社会にその学びを生かそうとする学びに向かう力、人間性が育成される。

「消費者教育の推進に関する法律の基本的な方針」は、国、地方、消費者団体、事業者、消費者自身にとって指針となるものである。この方針を確認することで今の社会を取り巻く現状と課題を知ることができる。令和5年度から令和11年度までの基本方針では、消費者の多様化(成年年齢引下げ等)、デジタル化の進展、持続可能な社会の実現に向けた機運の高まり、自然災害等の緊急時対応などが課題と現状として挙げられている。

消費者教育の推進の基本的な方向として、行動経済学や心理学の知見も含め、消費者が自身を知り、被害に遭いやすい手口・手法を理解して、被害の未然防止につなげることや、社会的課題を自分ごととして捉え、消費行動でお互いに注意喚起しあって消費者市民社会の実現につながっていく。このような基本的な視点を掲げている。

デジタル化に対応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おり、契約とトラブルの対応ができるようになるという目標が掲げられている。これらを踏まえた上で、講座を実施することが重要である。

## 2 講座を準備する

### ①依頼先と打合せをする

学校の先生は忙しいため、メールでのやり取りや緊急の連絡先を確認し打合せ等今後の連絡方法を相談する。特に、高等学校や大学の場合は、授業時間中であることが多いため、最初は電話で、その後はメールで確認するなど工夫が必要である。

### ②講座内容の詳細

講座の前後の予定を必ず確認する。高校の場合は、前の授業やこれまでの総合的な学習の時間で何を扱ってきたかなど。授業の時間も午前と午後で生徒の集中力が変わってくる。午後の場合は、眠くならないように体を動かすなど、手法面で何を取り入れるか構成を工夫する必要がある。

### ③講座の目的を明確にする

講座は目的達成の手段の1つであるため、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となる。主催者側が受講者にどのような力を育成しようとしているかを確認しておく必要がある。

### ④場所・設備

時間に余裕を持つため、会場の場所を地図で確認し所要時間を調べておくこと。会場の机の配置(壇上・平面・階段式かなど)により、机を円形にする、また、グループワークができるかなど状況が違ってくる。ホワイトボードやパソコン、DVDが流せるか、ネット環境があるかなど、機材の状況によってできることは変わる。特にパソコンのソフトはバージョンが違くと映らないこともあるため、要注意である。

### ⑤プランニングシートを作成する

講座依頼の打合せ内容から講座の目的、主催者の要望、何を伝えたいか講座内容のポイントなどを整理する。人数や属性を考慮して講座のタイトルや使用する教材の検討を行う。

#### <タイトル選び>

興味をもってもらえるようなタイトルを選ぶことが重要。「ほんと？その話？～消費者トラブル最前線～」など、騙されることへの気づきがあるようなタイトルであれば集客力も増す可能性が高い。

### ⑥タイムスケジュールを作成する

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ため、高校であれば概ね50分くらいが目安。導入・展開1・展開2・まとめで構成するが、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ため、可能な限りポイントを絞ること。

導入：「聞いてみたい」と思わせ、興味を引くように工夫する。

展開1：消費生活相談や消費生活センターの役割、社会全体の問題から消費者市民社会を意識付ける。

展開2：地域で生じている相談例(VR体験など)から、自分ごととして感じてもらう。

まとめ：ポイントの繰り返し・講座内容を知る、相談することの説明をする。

### <伝え方の工夫>

事例を紹介するときに、イラストや写真を多く使用したり、手を動かすワークを入れたり、今回のようなVR動画教材を入れたりすることは、講座の目的をより明確に伝える方策として有効。結果として、分かりやすい、また聞いてみたいと思ってもらえるようになる。

## ⑦消費者問題の現状を押さえる

消費者庁の「消費者白書」では、消費者問題の現状を知ることができる。これを題材にトラブルの傾向を踏まえた講座内容の準備をしていく。20歳未満の相談であれば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。なお、最近の傾向として、脱毛エステのトラブルは、女性に限らないことや、様々な広告が表示されるSNSを起因とする消費生活相談件数の推移が上がってきていることも取り上げておきたい。

国民生活センターのホームページでも全国の情報が全て入っており、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。若者の消費者トラブルもあり、注意喚起シリーズから年度別の具体的なトラブルの事例をチェックすることができる。

## ⑧講座内容を決める

⑦で依頼された内容に適した情報を収集し、伝えたい相談事例の問題点を整理しておく。

### <講座で使用する道具(教材)集め>

体験型教材「鍛えよう！消費者力 気づく・断る・相談する」のVR動画教材、テキスト教材の他に、〇×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ホームページに掲載されているため活用できる。ワークシート等はWord版のため、対象となる受講者や、講座の時間に応じて編集できる。消費者庁のホームページは必ず見て欲しい。

## ⑨手法の決定

講座の形式を座学(レジメ、パワーポイント)、グループワーク(グループ討議、発表、グループ作成)から決める。座学では、質問を投げかけたり、回答してもらい双方向になるよう講座内容を工夫する。グループワークの場合は、イベントで「楽しかったね」で終わってしまわないように「気づき」の講座内容になるような工夫をすることが大切である。

# プランニングシート(タイムスケジュール) の作成例

## プランニングシート

講座実施日時	令和6年9月19日 午前・午後 3:05~4:00
場 所	徳島県教育会館 会議室
設備等	マイク・白板・椅子・机・パソコン・プロジェクター
参加者	10人(男性:5人・女性 5人)
属性	大学ゼミ生(1年生~3年生)
講座依頼者	新未来大学はやぶさ学部 担当者:松本
講座の目的	大目的:若者の消費者被害未然防止 中目的:「消費者力」の育成・強化を図る 達成する手段:消費者庁作成教材 「消費者力」:「気づく」「断る」「相談する」
主催者の要望	「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」活用
特 性	・大学ゼミ生 ・活発なゼミ活動を実施
講座内容の ポイント	・漫画と VR 動画の活用 ・グループワーク、ワークシートで「気づく」「断る」を身に付ける ・最後「相談する」ことの意味を考える
配布資料等	〈配布資料〉 準備 ①セルフチェック(導入)②Case05漫画(展開1)③Case02ワークシート(展開2) 〈動画〉 ①消費生活センターの役割と相談の仕方を知ろう:デジタル社会の消費生活 ②VR 動画 CASE02

### タイトル 「私は大丈夫!」それホント?~あなたは断れる?~

#### タイムスケジュール

	内容(講座の流れ)	留意点(ポイント)	講座に使用する資料・教材
導入 (10分)	1. 自己紹介 2. 消費生活センターの紹介 消費生活相談員の役割	・センターを知っているか?挙手 ・センターは何をしてくれるところかを説明する ・相談員はどのような仕事をしているのかを伝え安心してもらおう	・パンフレット ・消費生活センター 消費生活相談員 無料 秘密は守る ・【動画】消費生活センターの役割と相談の仕方を知ろう:デジタル社会の消費生活 (1分30秒)
	2. 「消費者力」 セルフチェック	・誰でも騙される ・自分自身を知る	・心理傾向と「消費者力」をセルフチェック
	3. 今日の講座の目的	・気づく 批判的思考の育成 ・断る ・相談する	・パワポで明示する ない場合はマグネットシートで
展開1	4. 消費生活センターに寄せられる若者に多い相談事例の紹介	・多い相談事例をクイズ形式で質問する。 ・B・K 何に当たるか、自分事として関心を持ってもらう。 「美」と「金」 ・各1事例を紹介し、問題点と解決方法を解説	BK クイズ ・令和6年版白書で示す ・国民生活センターの具体的事例を紹介(相談員は受けた相談事例など)
	5. 漫画を使って事例を学ぶ	・「美」を自分事として考える ① 漫画を読む ② 注意する「言葉」を考える 注意する「言葉」に赤丸を付ける ③ 気づくポイントはどこ? 気づくポイントにチェックを入れる ④ 数人に聞く ・解説	・「鍛えよう、消費者力」特設サイトの漫画 CASE05 使用 ・漫画を印刷して配布
展開2 (20分)	6. VR 動画を体験する	・「金」の事例について VR 動画で自分事として体験する ① 動画を視聴 暗号資産について解説 ② どこで断ればよかったか考える ワークシートに記入 ③ 断る「言葉」 ・グループワーク 隣同士で話し合い ・発表 2 グループ	・「鍛えよう、消費者力」特設サイトの VR 動画 CASE02 ・ワークシート作成 ワークシートの2を1にして再作成 1. 信じた理由 2. 断る場面 3. 断る言葉
まとめ (5分)	7. 消費生活センターに相談する	・188 ・相談は無料 ・被害に遭う前に相談する	・導入で使用した動画の残り部分(1分30秒以降)

### 3 講座を実施する

講座は、プランニングシートに沿って実施する。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。実際の講座は、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。

#### <タイムスケジュール例>

導入(10分):消費者庁作成のセルフチェックを用いて、誰でも騙されることがあることを理解し、自身の特徴を知るのもよい。教材の他にも、消費者庁のHP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立てることができる。

展開1(20分):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。

展開2(20分):Kについては、「暗号資産」のVR動画を視聴して、どこで断ればよかったか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。ワークシートで、信じた理由や断る場面、断る言葉を考えてもらう。

まとめ(5分):「188」を知ってもらう。消費生活センターへの相談は無料であること、被害に遭う前に相談することを伝える。消費生活センターでは、相談員が代理権はないので代わりはできないが、交渉の仕方をお手伝いしてくれることを伝えることが重要。

#### <導入部分のワンポイント>

導入部分では、この後の講座に興味を持って聞いてもらえるように、心理チェックの他にも、だまし絵や手品、クイズ、自己紹介や新聞記事を大きく出して、興味を引きつける手法もある。

#### <VR視聴後に使用するワークシート>

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。

若者は「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。

### <「断り方」のロールプレイング>

『これ、いいものだから、ちょっと買ってくださいよ』とお願いされたときに、どういう言葉で断りますか?と受講者たちに聞いてみる。中には、「結構です」「大丈夫です」という言葉を使う人もいるが、これは「OK」という、違った意味で受け止められるかもしれない表現であると気づかせる。

明確に意図を伝えるために、「いらないです」「いりません」とはっきり言えるよう、一緒に「いりません」と言う練習をすることが大事。他にも、友達から誘われた場合は、「あなたとはいい友達関係でいたいから断ります」とはっきり言う。本当にいい友達や一生の付き合いとなる友達であれば、それを聞いて、なお誘ってくることはない。それでも誘ってくる人は付き合いをやめるなど、みんなが色々と意見を出し合うなかで考えることが、大きな学びとなる。

## 4 講座当日の注意点

### 知識は復習しておく

- ・「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する。  
⇒消費者庁ウェブサイト「障がい者向け講座手引書」付録:わかりやすい言い換え集(参考用)
- ・統計情報を使う場合は、最新情報かチェックする。

### 時間厳守

- ・余裕を持った会場入り、交通トラブルも想定してオンラインに切り替えることも準備しておく。

### 臨機応変

- ・いつ・何が起こるか分からない⇒心の準備

### 予備教材の準備

- ・実際に現場に行ってみると、聞いていた話と違っている場合もあるので、いくつか予備の教材を用意しておく。時間が余った際に入れるクイズや小話などを用意しておくだけで心の余裕が生まれる。

### 講師としての注意点

- ・講師としての第一印象はとても大事。親しみを持ってもらえる表情や華美にならない服装、清楚な身だしなみを心掛ける。
- ・受講者と同じ目線で話しかけるように一人ひとりとアイコンタクトをとり、後ろからZの形で見回して受講者の顔を覚える。わかりやすい大きな声でゆっくり、はっきり話す。落ち着いたトーンの声でゆっくり話すこと。しっかり準備をしておくことで心に余裕が生まれ、熱意と自信をもって話すことができる。人を不愉快にする言葉を使わない。
- ・講座の目標が達成できなくなるので、脱線しすぎないこと。
- ・特定の事業者や職業を悪く言わない、他人の批判をしない配慮が必要。
- ・終了時間を守ること(時間厳守)。
  - <時間が余る場合> 使用する教材の準備、なければ受講者へインタビューをする。
  - <時間が足りない場合> 中途半端にならないよう省略しても大丈夫な箇所を決めておく。
- ・質問には感謝の言葉「良い質問ですね」「質問してくれてありがとう」を伝える。聞いてくれているから、質問がでるといふ感謝の気持ちを持って質問を聞くことが大切である。

## 5 講座終了後の振り返り

100%うまくできる講座はない。内容や手法は受講者に合っていたのか、アンケートを取っている場合は、返してもらってチェックをする。質問はあったか、時間に無理はなかったかなど、振り返ること。振り返りのチェックシートを作成することも大事である。このことで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。失敗を成功に変えるために、客観的な思考を持って、PDCAを回していくことが大切。

## 6 消費者庁HPや消費者教育ポータルサイトの教材の使い方

### 【高校生向け】

「社会への扉」。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。

### 【中学生向け】

「中学生向け消費者教育プログラム」には、契約編「買物のトラブルはなぜ起こる」などの基本的なものや、批判的思考力編「事実とは異なる情報に惑わされないために」がある。PPT版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。

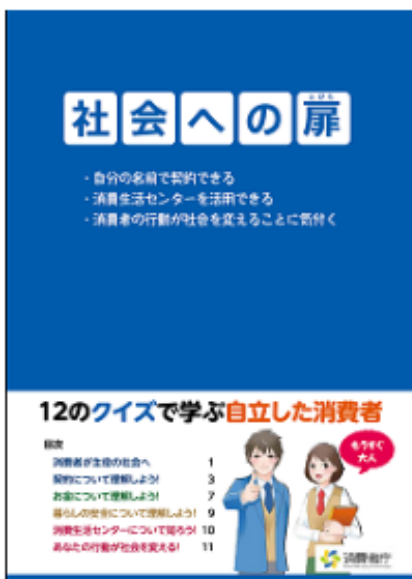
### 【特別支援学校向け】

特別支援学校(高等部)向け消費者教育用教材「ショウとセイコと学ぼう!大切な契約とお金の話」には、漢字にルビ付きのPPT版があるので、受講者の知的好奇心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、霊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。



## 7 VR教材のねらい(西田教授)

詐欺や悪質商法の手口は知っていたにもかかわらず被害に遭ってしまう、そんな現実から、従来行われてきた消費者トラブルへの対策(注意喚起と知識の習得)だけでは不十分であることが分かってきた。そこで、消費者教育の中で「消費者力」をつけること。とっさの判断を誤りにくくするためには、練習や訓練をすることが大事。防災の発想と同じで、心理学でも効果が実証されているロールプレイやシミュレーションの応用として、臨場感のある体験ができるVR機器を使用した教材が作成された。

VR動画教材には3つのシナリオが用意されており、今回は暗号資産トラブルを体験。SNSやマッチングアプリを通じて暗号資産を勧め、少額の利益を見せかけて投資を誘い、出金時に高額な手数料を請求する手口で、被害者は貧困層だけではなく、上昇志向が強い人や自分の評価に不満足な状態にある人も多い。

詐欺や悪質商法は古くから存在するが、騙す手口で使われる心理は共通しており、「暗号資産」のシナリオにおいては以下のような手段が使われている。

- ・まさか自分を騙そうとしているとは思っていないという不意打ち
- ・後輩が成功している様子を見て自分にもできるだろうと期待させてしまう類似性
- ・投資というもののリスク自体を隠す
- ・会場で熱気や真剣さを演出する集団心理
- ・権威ある事業者の貴重なシステムを使えるのは自分だけだという特別感
- ・疑念を抱かせないために儲かったように見せて安心感や喜びを与える
- ・千載一遇のチャンスを得たという気持ちで、周囲の警告を聞かなくさせる、など

VR教材はこれらの心理・手法が散りばめられており、リスク管理で言われる言葉で「ヒヤリ・ハット」した時に、警戒を強めたり、しっかり調べたりすることが、被害を防ぐ手段になると考えて作られている。



## ■モデル講座の実施事例

消費者教育に携わる学生ボランティアらが講師となり、大学での講義や体験会を「モデル講座」として計5回実施しました。

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、協力をいただいた方々からの意見などを講座毎に紹介しています。

番号	講師	受講者	講座時間	講座内容	使用教材
1	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
2	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
3	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」
4	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」
5	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

受講生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。更に、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ーだけでなく、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。

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、まずはキツパリ断る。
- 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した。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ようと思います。
- 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を感じられた。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た。

## 京都府コンシューマーボランティア×坂東ゼミ

京都府消費生活安全センターでは、「コンシューマーボランティア」という活動を推進しており、活動登録する大学生を随時募集している。大学生の活動内容は、小学生向けのチームと大学生向けのチームがそれぞれ、出前講座やフェア等でのイベント活動、自分たちで工夫して教材を作る等の取組みを大学横断のメンバーで実施している。京都産業大学法学部の坂東教授は、消費者問題の法律的な解決をライフテーマとされており、京都府消費生活審議会会長に就任されているほか、ゼミにおいて「若者による若者のための消費者教育」に取り組まれている。

## 実施事例②

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

### 1. 実施概要

名 称	「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」
主 催	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回生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をし、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。

### 京都華頂大学 堀出准教授からの意見

受講生には、生活情報学科の学生として今回のようなテーマに対して、積極的に意識を持って関わって欲しい。VR動画を活用した新しい消費者教育の形であった。没入感があるためか、視聴者は消費者トラブルを従来の動画教材と比べより自分ごととして捉えることができる。セルフチェックシートも含め使用された教材内容はどれも充実している。グループで話し合い、互いの考えを深められるような「問い」が明確に提示されると一層良い効果を生むだろう。また、被害者の友人や保護者の立場の動画もあれば、トラブルにはまってしまいう若年者へどういった声掛けや寄り添いが必要なのか考えるきっかけとなるのではないかと。

## 実施事例③

講座の  
パターン

講 師:学生ボランティア

受講者:大学生/教職員

### 1. 実施概要

名 称	消費者トラブルについて学ぼう
主 催	尚綱大学短期大学部/尚綱ボランティア支援センター
講 師	尚綱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、尚綱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

尚綱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



## 実施事例④

### 講座の パターン

講 師:若者ボランティア

受講者:アートフェスの一般来場者

## 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
受 講 者	33名、アートフェスの一般来場者
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"> <li>○導入「消費者トラブルの要因や傾向」(11分)</li> <li>○教材の紹介(12分)</li> <li>○VR機材の説明(7分)</li> <li>○事例動画「偽装サークル」視聴(13分)</li> <li>○事例動画の解説(4分)</li> <li>○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)</li> <li>○発表(5分)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○テキスト</li> <li>○体験型教材チラシ2種</li> <li>○事例動画「偽装サークル」</li> <li>○ワークシート</li> </ul>
11/24 VR体験会 (360分)	<ul style="list-style-type: none"> <li>○事例動画「偽装サークル」視聴</li> <li>○事例動画「暗号資産」視聴</li> <li>○事例動画「催眠商法」視聴</li> </ul> (運営補助2名)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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</li> <li>・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。</li> <li>・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。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○事例動画「偽装サークル」</li> <li>○事例動画「暗号資産」</li> <li>○事例動画「催眠商法」</li> </ul>

## 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、関心がない人たちを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などで広めてもらう。



## 消費者教育のボランティア活動について

消費者教育のボランティア活動に関して、大阪府消費者教育学生リーダー会のメンバーの声を一部ご紹介します。

### Q.なぜ消費者教育のボランティアに？

A.ボランティアに参加したのは大学2年生のときです。コロナ禍で授業は全てオンライン、部活動やサークル、バイトもできず、就職活動の際、学生時代に取り組んだことについて話せないと焦っていたところ、大学からのリーダー会の案内を見つけ、参加することを決めました。消費者教育については、大学の共通科目にて消費に関する授業を受けたこともあり、興味本位で参加しました。

### Q.消費者教育の学生ボランティアを増やす際の課題と解決策は？

A.メンバーが集まらない、集まったとしてもスケジュールが合わずなかなか活動に参加できない状態が続きモチベーションが下がってしまう、といったことが課題としてあげられるような気がします。解決方法として、役割を与える、仕事を任せ締め切りまでに提出してもらうなど、半強制的にでも活動に参加してもらい、「自分もメンバーの一員である」ことを意識してもらうことが重要ではないかと思っています。また、スケジュールを共有し、今のような活動をしており、いつまでに何をすべきなのか理解してもらうことも大切ではないかと思っています。

### Q.活動を通じたメリットやデメリットなど、活動のモチベーションは？

A.活動を通じたメリットとしては、講座やワークブック作成など普段の大学生活ではできない体験ができることだと思います。また、消費者教育のためにどれだけの人が賢明に活動しているのかを、活動を通じて学ぶことができました。デメリットとしては、活動が土日に行われることが多く、土曜授業やアルバイトなどに支障が出てしまうことです。また、医療分野など、目指している分野によっては活動内容が面接でプラスにならないのではないかと不安もあります。

### Q.自治体や大学などから受きたい支援は？（こうしてくれたら、消費者教育のボランティアが増えるんじゃないかといったご意見、あるいは自分はこういう支援があったので活動できた／消費者教育のボランティアになった、など）

A.依頼や繋がりがなければ、他大学での消費者教育を行うことができず、メンバーを増やすことができないことに課題を感じています。文化祭など、外部の人が参加できるようなイベントがあればいいなと思っています。

## 8.前日準備講座でのグループワークについて

前日準備講座にて「体験型教材を活用し、誰に・どんな場面で・どの教材を使って・どのように発信、啓発が実施できそう(実施してみたい)か」について、5～6人でグループワークを実施した。グループワークで学生から出た意見については次のとおりである。

### 【事例動画の活用】

啓発のシーン		対象者	どの教材をどのように活用するか
啓発活動の場で	イベント	子ども	近所の子どもたちに、図書館のイベントで事例動画を活用して、自分の身に起きる可能性があることを伝える。
	サークル勧誘 オリエンテーション 大学祭 サークル活動 ゼミの活動 授業	若者	①新入生のサークル勧誘の場面で、ポジティブになれるサークルとして新入生を誘い込み、誘い込まれてしまった人に事例動画(偽装サークル)を見せる。 ②新入生や大学の友達にサークル・ゼミの活動内でワークも用いながら、消費者力教材の活用方法を伝える。 ③新入生のオリエンテーションで事例動画を活用して、「カルトサークルに入らないで!」と伝える。 ④大学祭で事例動画を活用して消費者トラブルの事例を紹介し、トラブルの相談先も伝える。 ⑤成人を迎える18歳に対して、事例動画を活用した授業を行い、18歳で契約ができるようになることとその危険性を伝える。
	セミナー	高齢者	セミナーにて、事例動画やマンガ教材を活用した上で実践を交えてわかりやすいように伝える。トラブルへの対処法も伝える。
日常生活の中で	家族の団らん時 食事中 親戚の集まりの場	家族や親戚	①家族との団らんの時間や食事中に、消費者力教材を用いて、「自分は引っかけられないと思っている人ほどトラブルに遭うと思うから、過信しないで」と伝える。 ②高齢の家族に事例動画を活用して、詐欺グループは様々な手口で詐欺を働くことと具体的なトラブル事例を紹介する。 ③中学生のいところに親戚の集まりの場で事例動画を活用して、「楽しみながら消費者問題について学ぶことができるよ」と伝える。 ④父に事例動画(暗号資産)を紹介し、「うまい話には裏があるため何が何でものってはいけない」と伝える。
	トラブルになりそうな場面	若者	トラブルになりそうな場面で、事例動画(偽装サークル)を用いて、消費者トラブルになる可能性があることを伝える。


## 【マンガ教材の活用】

啓発のシーン	対象者	どの教材をどのように活用するか
日常生活 の中で	家族や 親戚	①幼いところに、マンガ教材を活用して、 <u>幼い子どもでも携帯やインターネットを使う機会が増えたため、消費者トラブルに遭う可能性があることを伝える。</u>
		②消費者トラブルに対しての危機感を持っていない祖父母にマンガ教材(点検商法)を紹介し、このような事例に遭遇した時の危険さを伝える。
		③美容医療に関してすぐに契約してしまいそうな妹に、マンガ教材(美容医療)を紹介し、「 <u>しっかりと状況を考え、判断して欲しい</u> 」と伝える。
授業 大学	若者	④いとことゲームをする時に、マンガ教材(ゲーム課金)を活用して、課金やゲーム内でのネットトラブルが発生する可能性があることや気を付けなければならないことを伝える。
		⑤祖母にマンガ教材を紹介して、 <u>テレビショッピングやネットショッピングにある危険性を伝える。</u>
	親世代	スマートフォンを持ち始めた子どもがいる親に、マンガ教材(ゲーム課金)を活用して「 <u>ゲーム課金に気をつけて!</u> 」と啓発をする。



個人用

ワークシート  
「鍛えよう、消費者力 気づく・断る・相談する」



消費者トラブル防止 18歳  
インターネットリテラシー【マンガ編】

Q 消費者トラブルを防ぐために今回の体験型教材を活用し、誰に・どんな場面で・どの教材を使って・どのように発信、啓発が実施できそう(実施してみたい)でしょうか。

case 1

誰に…

.....

どんな場面で…

.....

どの教材を使って…

.....

どのように(どんな発言・伝え方)…

.....

### 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者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させていただいた。

### 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っ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、最初の体験者も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

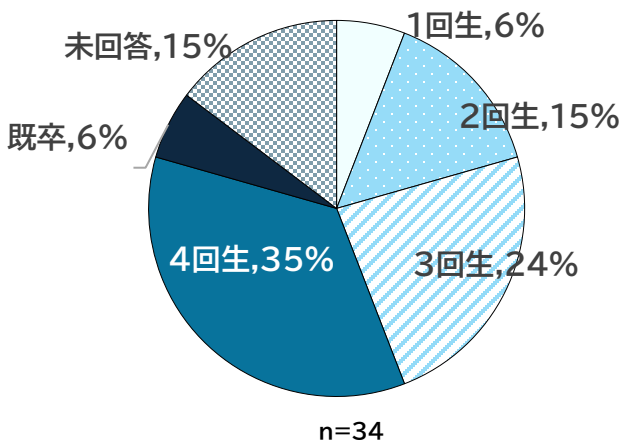
本教材の若者向け教材活用セミナーの参加者に対し、教材の導入可能性や教材を使う際に必要と考えるもの、今後の本教材への追加コンテンツの希望を調査するために行った。

(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。)

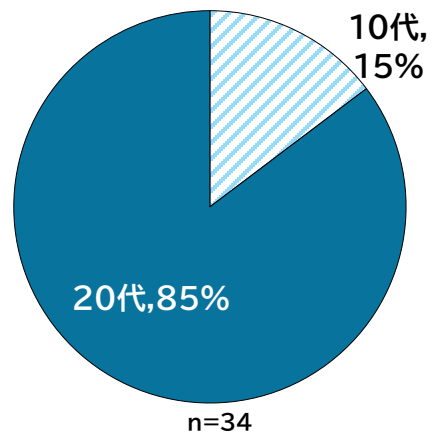
(nは回答人数を表す)

### 受講者の属性など

#### 学年



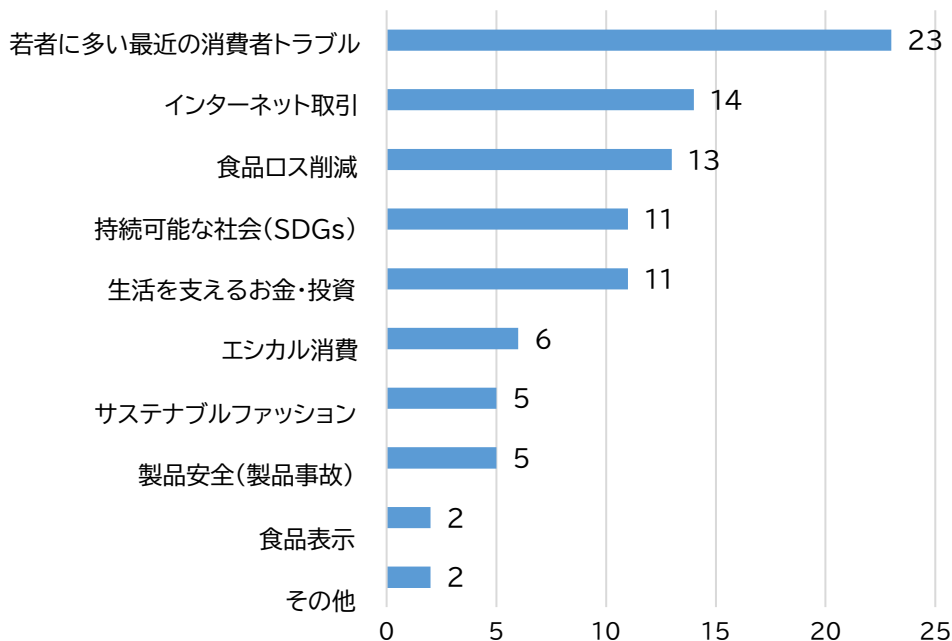
#### 年齢



### 消費者問題に関するテーマで関心の高いもの(複数回答)

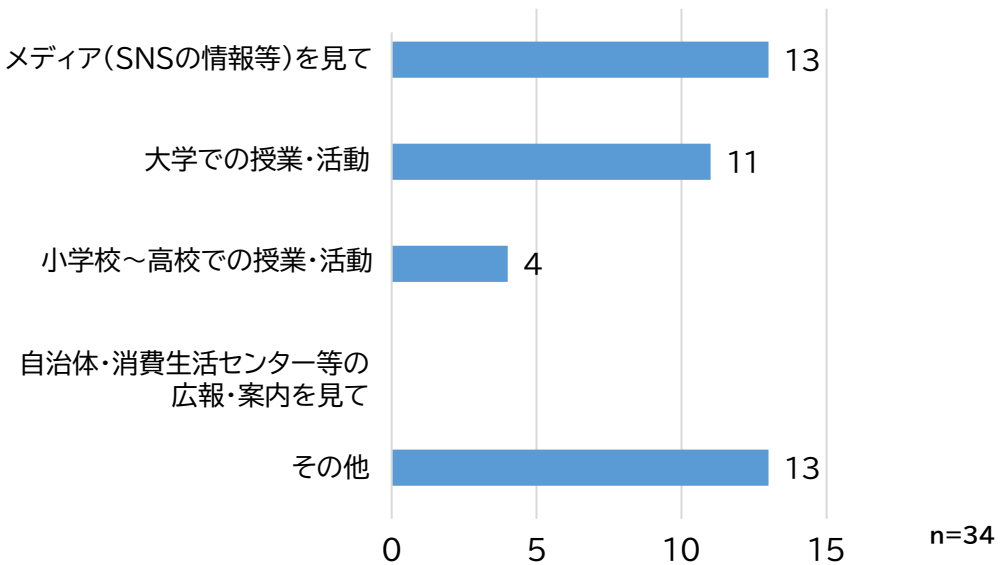
「消費者問題に関するテーマで、関心がある(高い)ものをお聞かせください。」の問について、「若者に多い最近の消費者トラブル」が23人と最も多く、次いで、「インターネット取引」が14人となっている。

n=34



## 消費者問題に関心をもったきっかけ(複数回答)

「消費者問題(消費者トラブルやエシカル消費等を含む)に関心をもったきっかけをお聞かせください。」の問について、「メディア(SNSの情報等)を見て」、「その他」が13人と最も多くなっている。各項目の具体的な場面の回答は以下のとおり



### 各項目の具体的な場面

#### ○メディア(SNSの情報等)を見て

- ・インスタやYouTubeなどの広告がトラブルになる内容が多い
- ・よくSNSでマルチが出ているので
- ・SNSでのステマ

#### ○大学での授業・活動

- ・経済学部なので、このような問題を取り扱う講義が多い
- ・学科の授業で、靈感商法等について聞き、消費者を守る法があると知ったため、興味を持った。

#### ○小学校～高校での授業・活動

- ・1年生の頃に受講した消費者市民と社会の授業
- ・高校の時に消費活動について課外活動を行った。

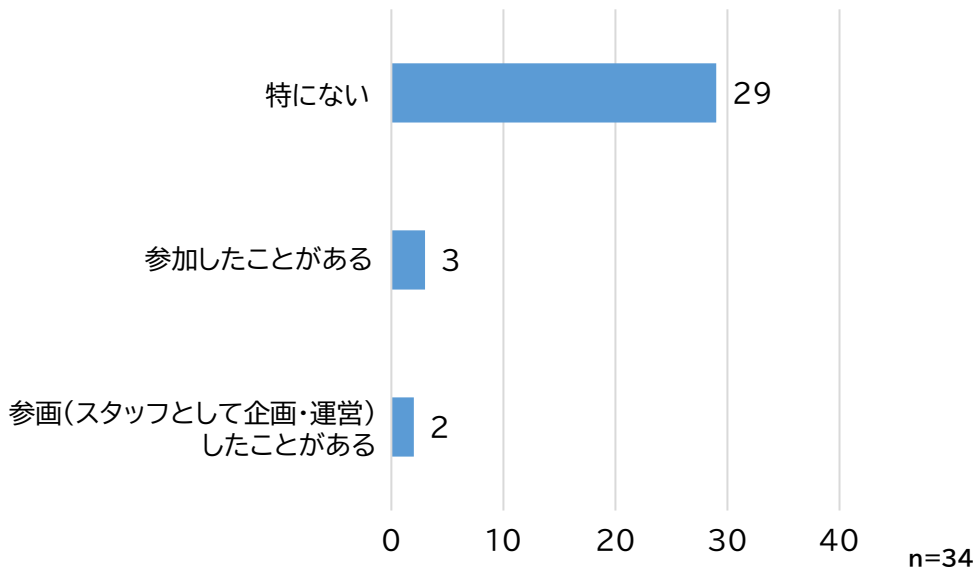
#### ○その他

- ・学生事務局の活動をきっかけに消費者教育タスクチームに入ったこと
- ・消費者庁の取組みに関心があったため
- ・身内がトラブルに遭っているのを見て

等々

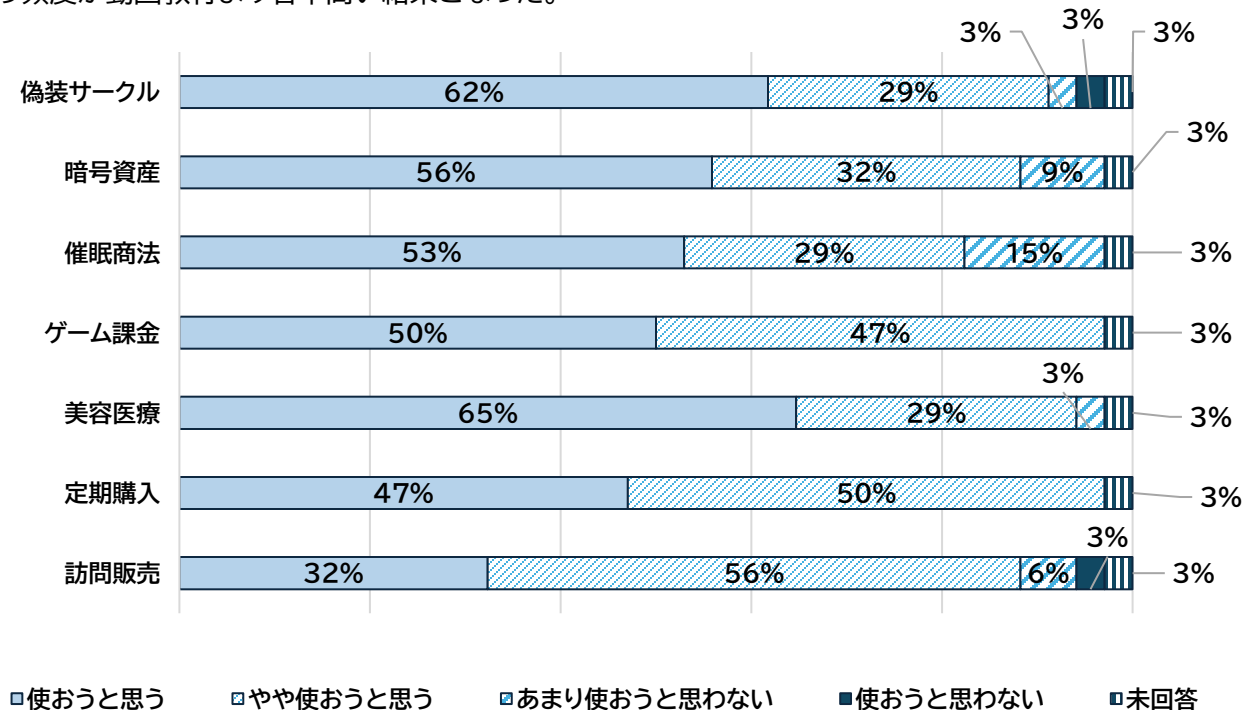
## 自治体・消費生活センター等が開催する若年者向け講座やイベントへの参加状況(複数回答)

「自治体・消費生活センター等が開催する若年者向けの講座やイベントに参加、あるいは運営スタッフ等として参画した経験はありますか。」の問に対して、29人が「特になし」と回答。



## 啓発活動での体験型教材の導入頻度

「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。」の問に対して、「使おうと思う」と回答した人は「美容医療」が65%と最も多く、「使おうと思う」「やや使おうと思う」の合計では「ゲーム課金」、「定期購入」が97%、次いで「美容医療」が94%となる。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。

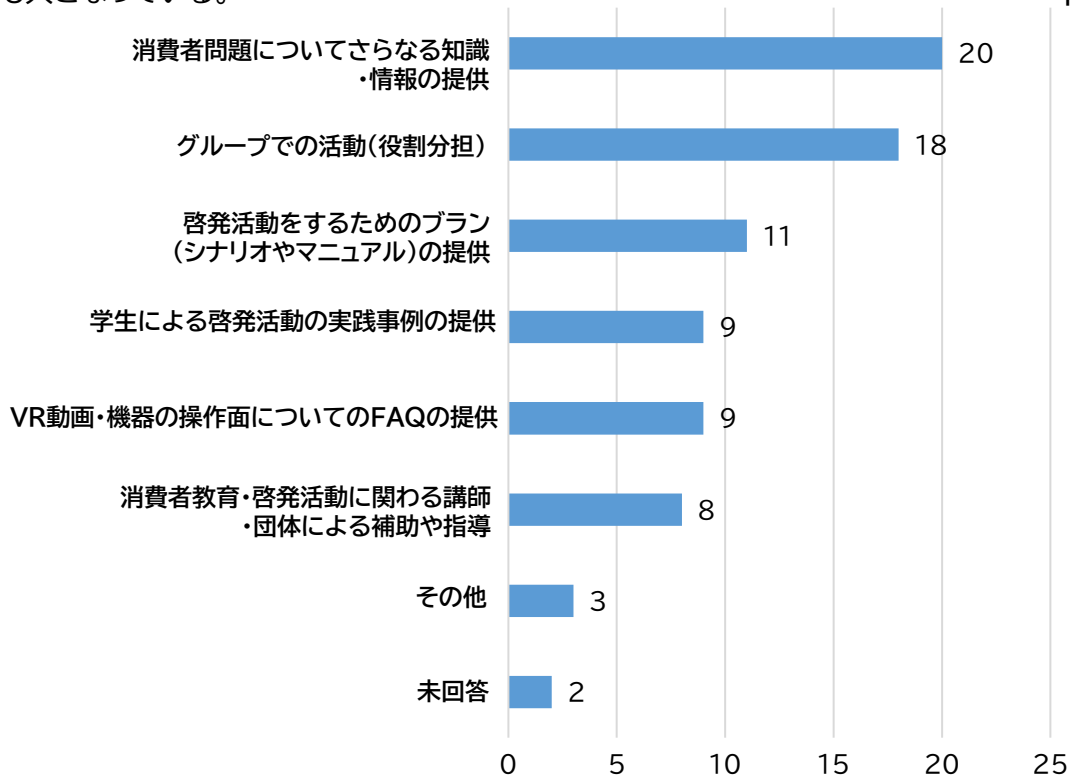


n=34

## 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20人と最も多く、次いで、「グループでの活動(役割分担)」が18人となっている。

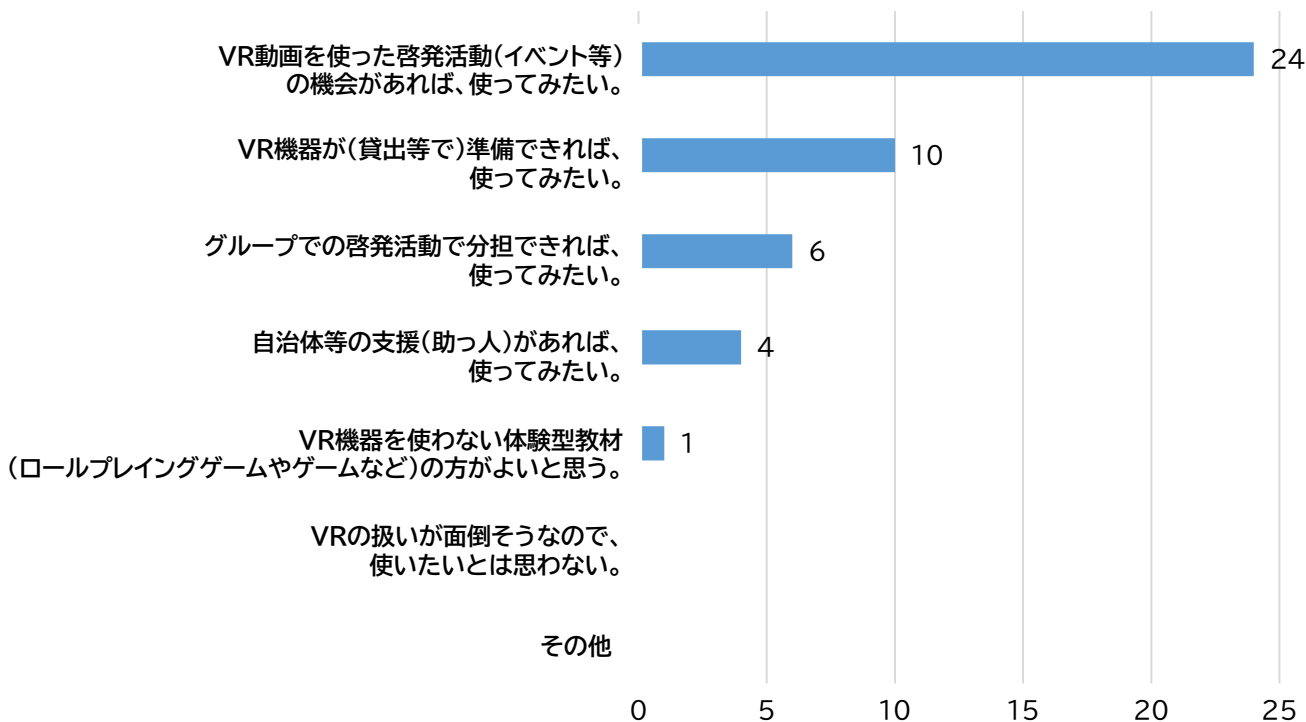
n=34



## VR動画を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動画を使った啓発活動(イベント等)の機会があれば、使ってみたい。」が24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=34



# ■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

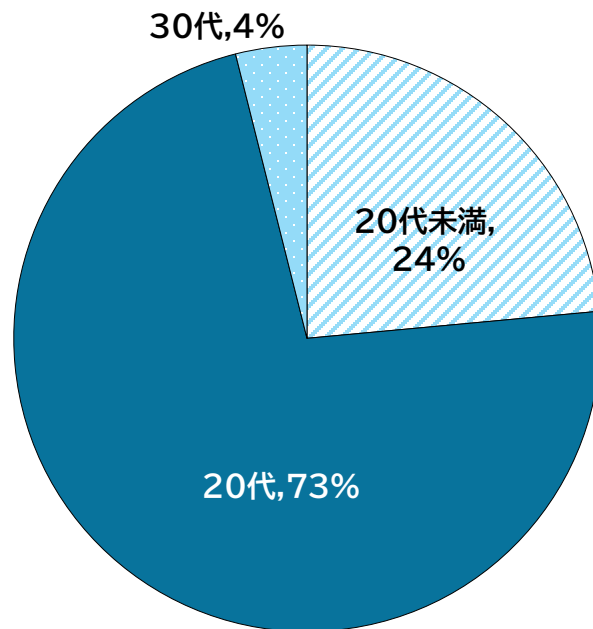
### アンケートの目的

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。  
(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

受講者の年代は、「20代未満」と「20代」の合計が97%とほぼ若い世代であった。

受講者の年代



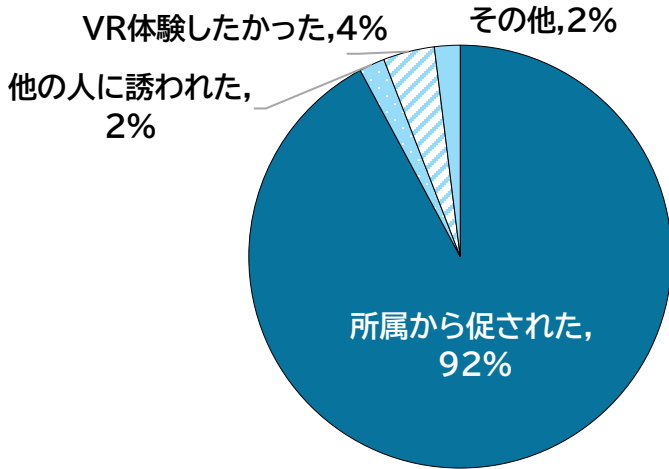
n=51

## 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92%とほとんどを占めた。VR機器を使った経験の有無では、「無」が71%となっている。

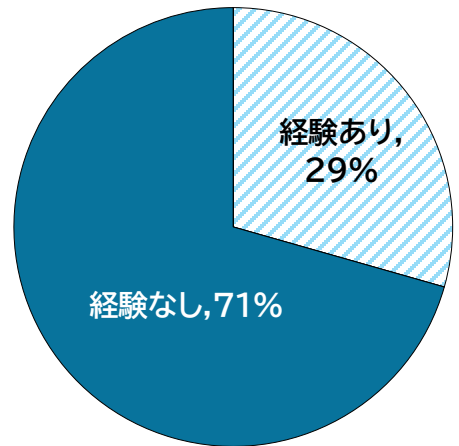
### 受講(参加)動機

n=51



### VR機器を使った経験

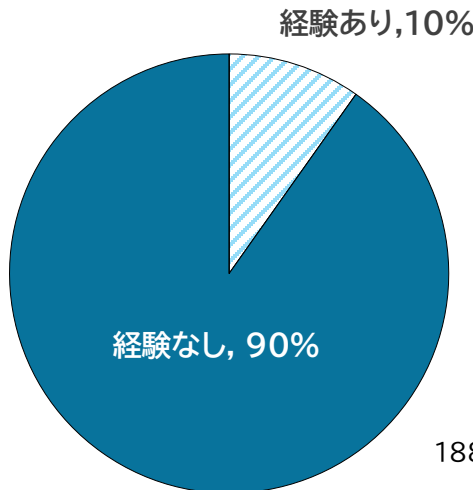
n=51



消費者トラブルの経験ありと回答した人は10%となっている。消費者トラブルの相談先で最も多いのは、「家族・友人」で5人、次いで「警察」2名となっている。

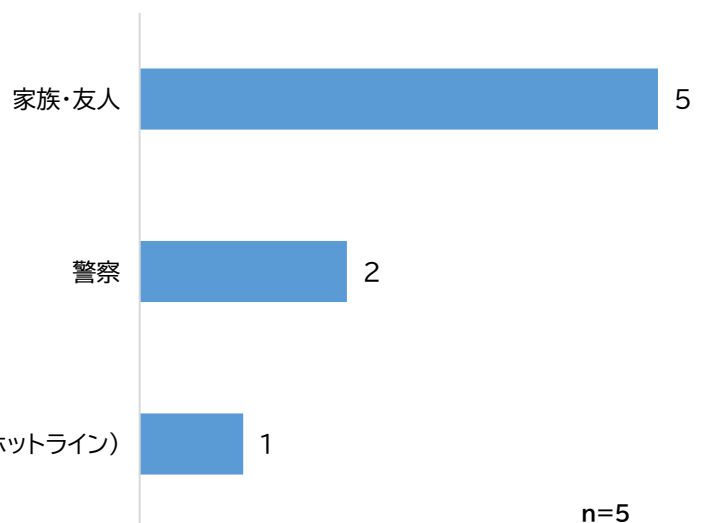
### 消費者トラブルの経験

n=51



### 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

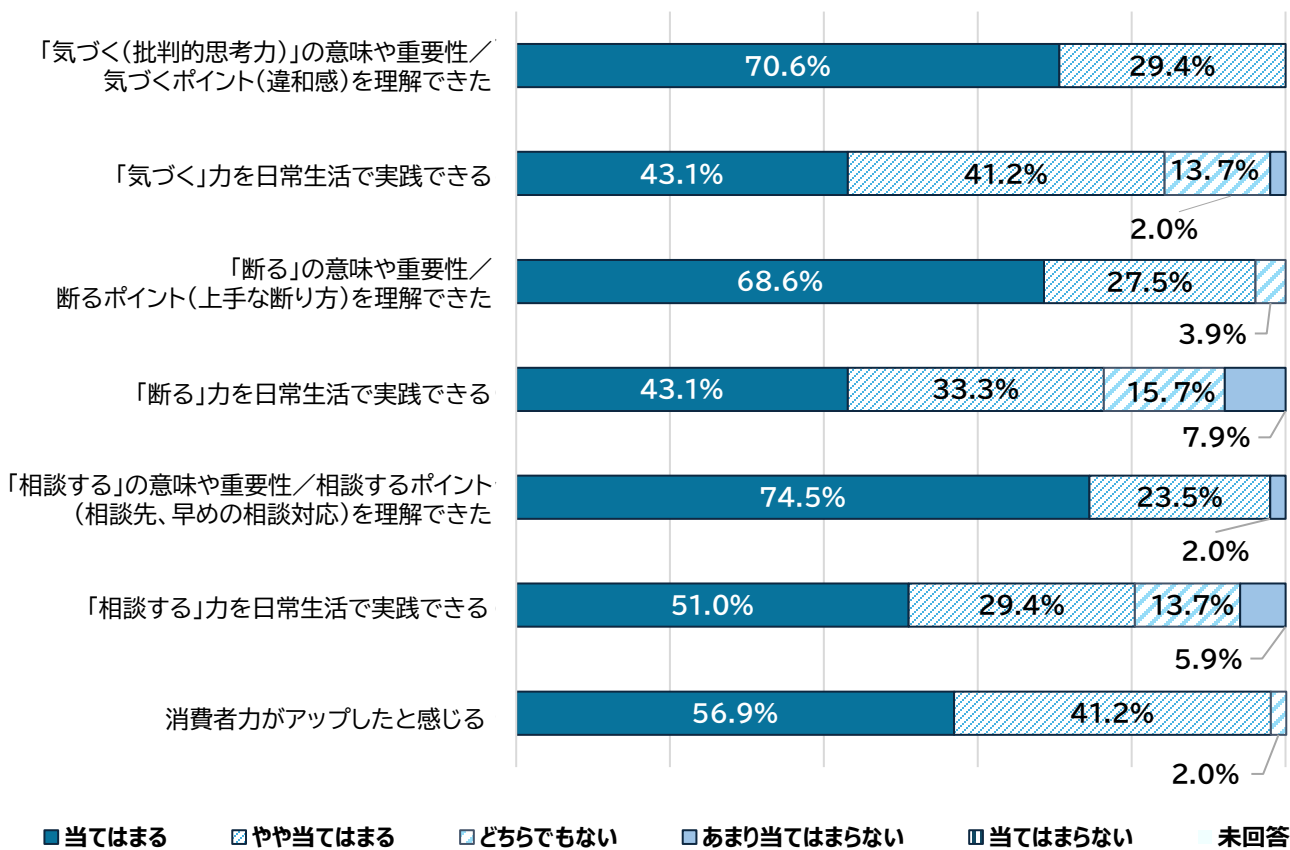


## 講座を通じた消費者力の理解度と実践について

「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」と回答した合計は全て90%を超えている。一方で、実践できるかの問に対しては、「当てはまる」「やや当てはまる」と回答した合計は80%前後となっており、意味や重要性の理解度からやや下がる、「当てはまる」と回答した割合だけで見ると、40～50%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%以上低くなっている。

n=51

### 講座を通じた感想

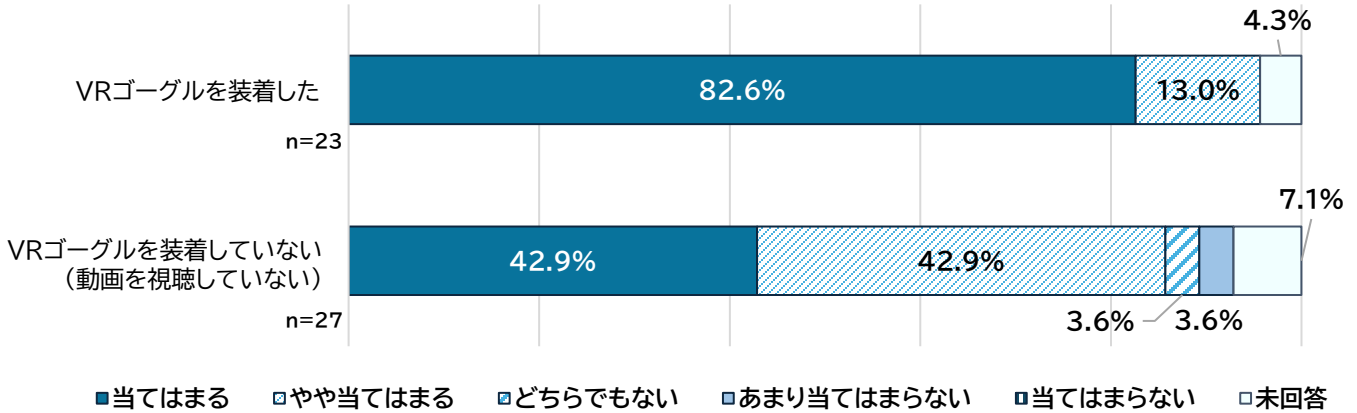


## 動画教材の感想

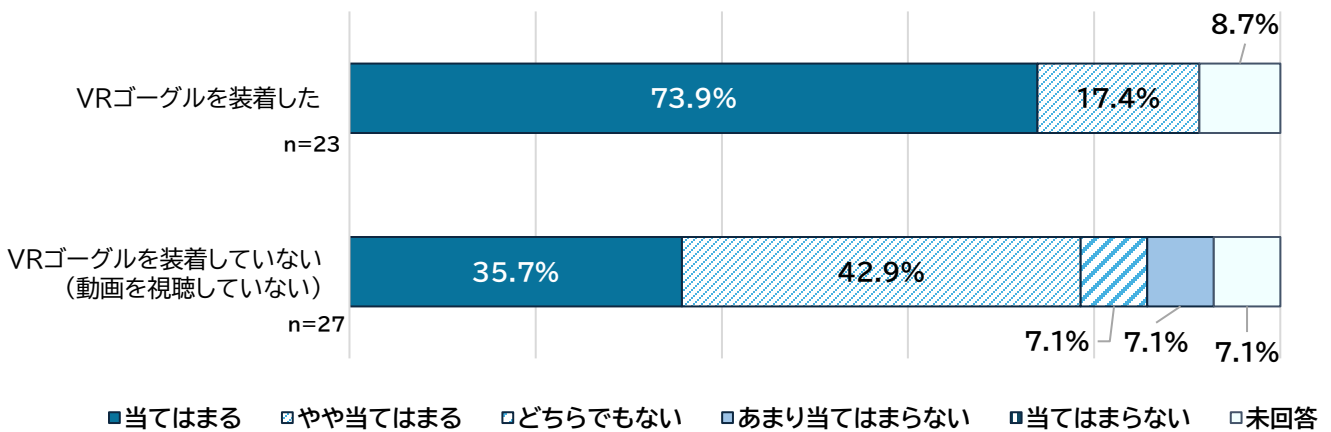
動画視聴を行った受講者の感想を、VRゴーグルを装着した受講者とVRゴーグルを装着していない受講者の別に集計を行った。

「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、「当てはまる」の回答は、VRゴーグルを装着した人が70%～80%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」と回答した合計では、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。

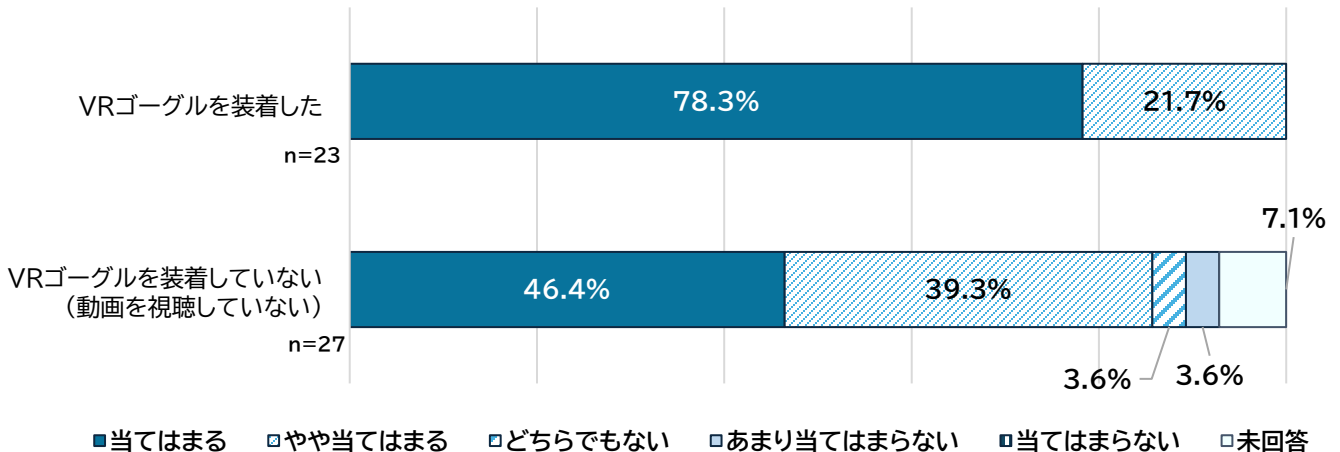
### 消費者被害の現状をリアルに感じた



### 自分ごととして捉えられた



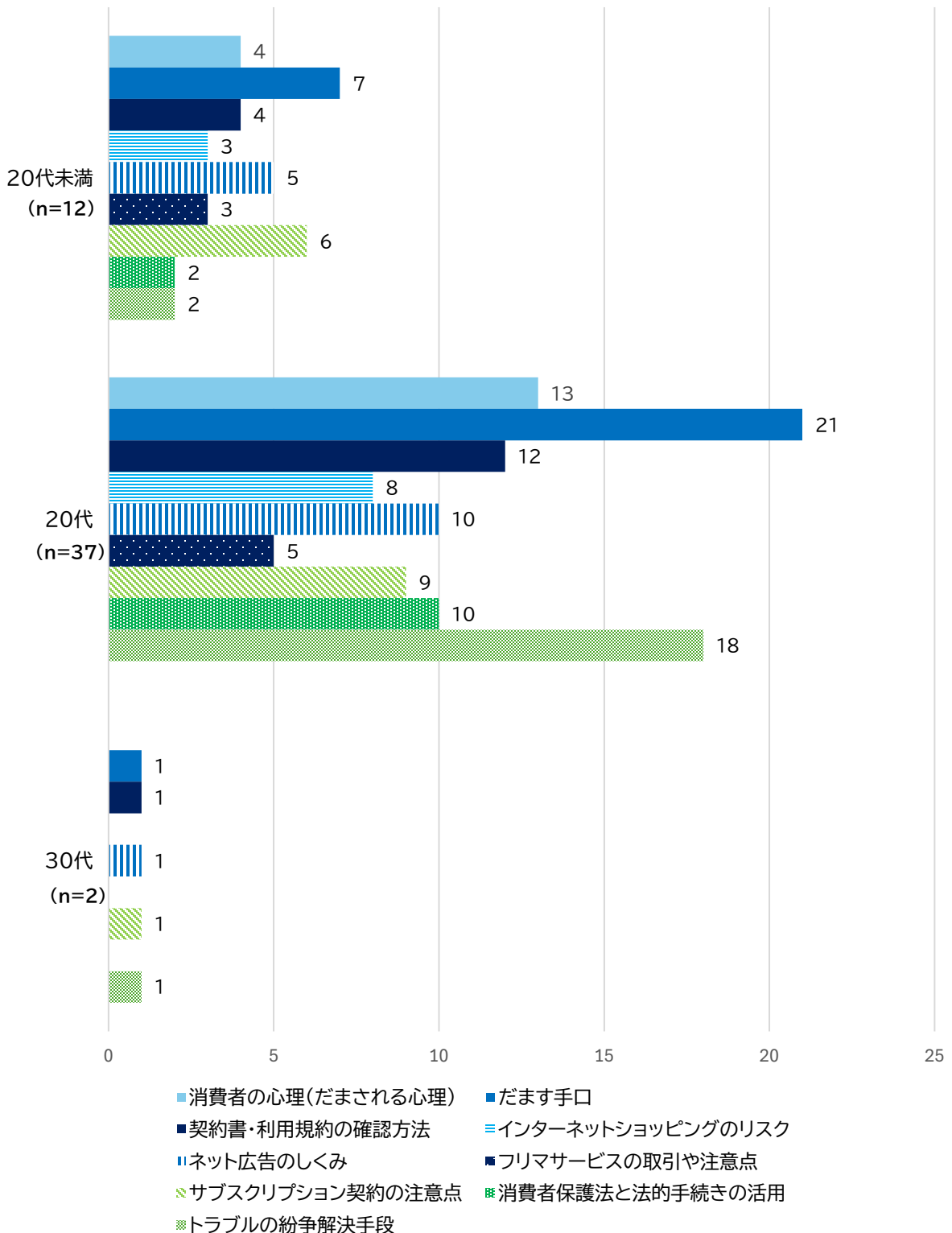
### 記憶に残りやすい



## 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では20代未満、20代ともに「だます手口」が最も多くなっている。また、20代未満と20代では「トラブル紛争解決手段」についての関心にやや差がある。

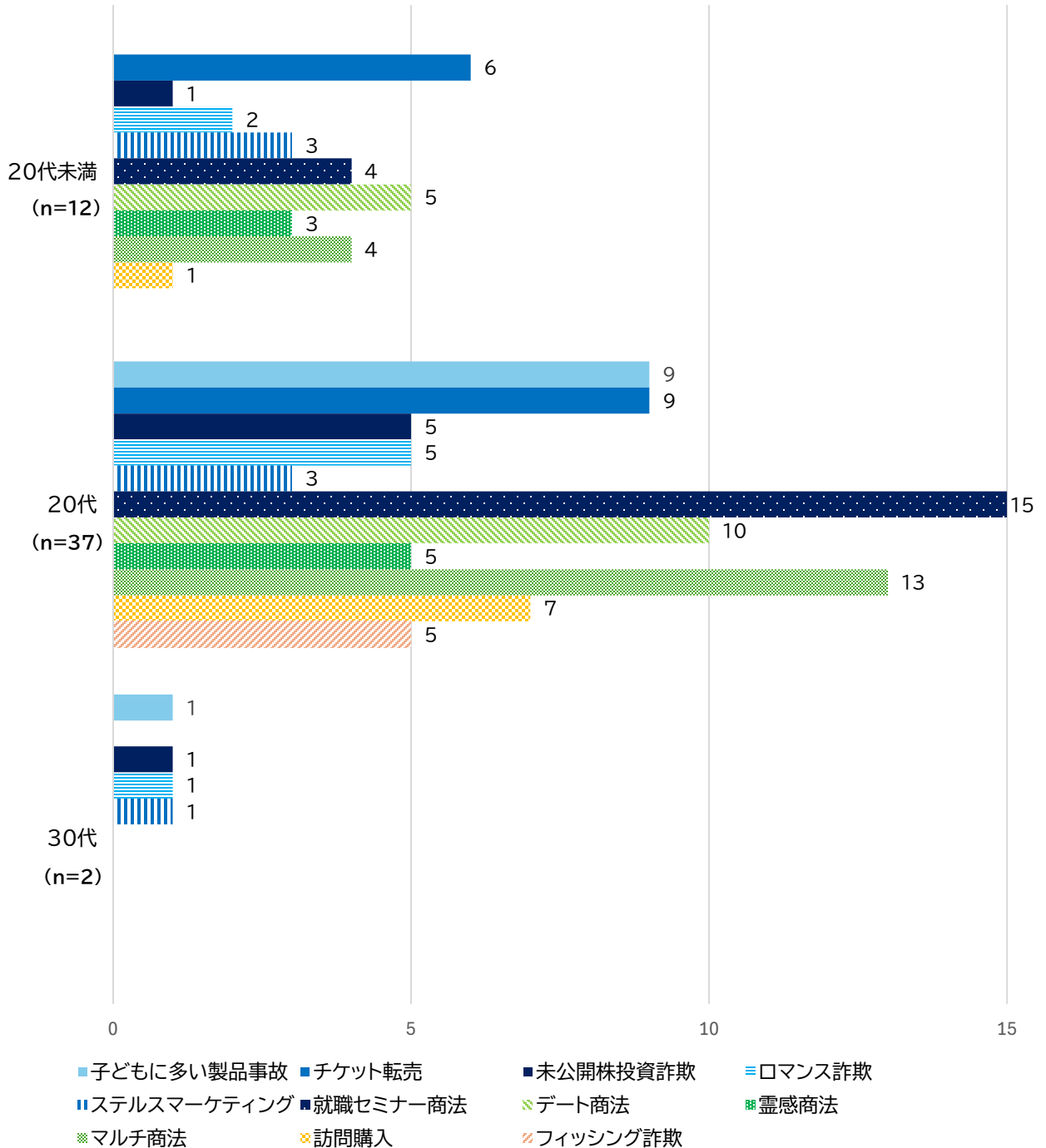
### さらに学びたい消費者教育のトピック



## ウェブサイトに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)

ウェブサイトに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代未満では多い順に「チケット転売」「デート商法」「就職セミナー商法」「マルチ商法」などがあげられるが、20代では上位4つは同じものだが順番が変わり「就活セミナー商法」「マルチ商法」「チケット転売」「デート商法」の順となる。

### ウェブサイトに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



## ■参考資料

### ●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	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/sitepolicy.html">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/sitepolicy.html</a>

### ●指導用教材のダウンロードはこちらから

タイトル	内容	URL
①動画教材	<ul style="list-style-type: none"> <li>・動画URL(事例動画／復習動画／解説動画／被害者インタビュー)</li> <li>・授業・講座展開例(PDF版)／ワークシート例(PDF版、Word版)</li> </ul>	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials.html">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials.html</a>
②テキスト教材	<ul style="list-style-type: none"> <li>・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)</li> <li>・授業・講座展開例(PDF版)／ワークシート例(PDF版、Word版)</li> </ul>	
③その他コンテンツ教材	<ul style="list-style-type: none"> <li>・教材活用ガイド(PDF版)</li> <li>・消費者トラブル概況 投影スライド(PDF版、PPT版)</li> <li>・診断セルフチェック 投影スライド(PDF版、PPT版)</li> <li>・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)</li> </ul>	

### ●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)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=A5IjgyO8-iM">https://www.youtube.com/watch?v=A5IjgyO8-iM</a>
	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)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Tjd7R0oxfEO">https://www.youtube.com/watch?v=Tjd7R0oxfEO</a>
	解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画 (YouTube)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=AldQISuTeGI">https://www.youtube.com/watch?v=AldQISuTeGI</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.pdf</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.pdf</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.pdf</a>
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)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=Ld8_Uzgpak8">https://www.youtube.com/watch?v=Ld8_Uzgpak8</a>
	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)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=l7VhOfJvOvg">https://www.youtube.com/watch?v=l7VhOfJvOvg</a>
	解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画 (YouTube)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=7blUGixD5s">https://www.youtube.com/watch?v=7blUGixD5s</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.pdf</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.pdf</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.pdf</a>

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)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=iz0zoSDrgso">https://www.youtube.com/watch?v=iz0zoSDrgso</a>	
	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)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=FnfVxHArcEo">https://www.youtube.com/watch?v=FnfVxHArcEo</a>	
	解説動画	専門家による解説とアドバイス	動画 (YouTube)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=6UfSG8HLEcU">https://www.youtube.com/watch?v=6UfSG8HLEcU</a>	
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides01.pdf</a>	
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides02.pdf</a>	
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case_slides03.pdf</a>	
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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/teaching_materials/ext_01.html">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/teaching_materials/teaching_materials/ext_01.html</a>	
	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)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_solution.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_solution.pdf</a>
	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)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_countermeasure.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_countermeasure.pdf</a>
	復習・実践	問題を解いて消費者力を磨こう！	スライド (PDF)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_review.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case04_review.pdf</a>
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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/teaching_materials/ext_02.html">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/teaching_materials/teaching_materials/ext_02.html</a>	
	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)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_solution.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_solution.pdf</a>
	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)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_countermeasure.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_countermeasure.pdf</a>
	復習・実践	問題を解いて消費者力を磨こう！	スライド (PDF)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_review.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case05_review.pdf</a>
06 ネットトラブル (定期購入)	事例マンガ	定期購入だと気づけなかった	スライド (組込)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/teaching_materials/ext_03.html">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/teaching_materials/teaching_materials/ext_03.html</a>	
	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)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_solution.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_solution.pdf</a>
	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)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_countermeasure.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_countermeasure.pdf</a>
	復習・実践	問題を解いて消費者力を磨こう！	スライド (PDF)		<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_review.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case06_review.pdf</a>

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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/text_04.html">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/teaching_materials/text_04.html</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_solution.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_solution.pdf</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_countermeasure.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_countermeasure.pdf</a>
	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)	<a href="https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_review.pdf">https://www.kportal.caa.go.jp/shohisha-ryoku/upload-assets/case07_review.pdf</a>

## ●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)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=CW2Y7htqT5Q">https://www.youtube.com/watch?v=CW2Y7htqT5Q</a>
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)	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=UTbRM6ZS1mM">https://www.youtube.com/watch?v=UTbRM6ZS1mM</a>

## ● 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/laaw/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/laaw/)

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

国民生活センターHP

<https://www.kokusen.go.jp/>

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〉

### 脳的意思決定システム

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>

## 〈消費者庁HP掲載資料〉

### 消費者庁ウェブサイト「障がい者向け講座手引書」

[https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project\\_007/assets/cms\\_future2\\_01\\_220509\\_101.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project_007/assets/cms_future2_01_220509_101.pdf)

### 消費者安全確保地域協議会(見守りネットワーク)の取組

プロジェクトテーマ「1.支援者の「見守る力」及び障がい者の「気づく力」の向上」支援者向け講座資料

[https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project\\_007/assets/cms\\_future2\\_01\\_210414\\_02.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project_007/assets/cms_future2_01_210414_02.pdf)

### 消費者教育ポータルサイト

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

### 社会への扉

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_education/public\\_awareness/teaching\\_material/material\\_010/student.html](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_010/student.html)

### デジタル社会の消費生活

[https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project\\_003/demonstration/materials/](https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project_003/demonstration/materials/)

### 中学生向け消費者教育プログラム

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_education/consumer\\_education/lower\\_the\\_age\\_of\\_adulthood/material#m003](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/consumer_education/lower_the_age_of_adulthood/material#m003)

### 特別支援学校(高等部)向け消費者教育用教材「ショウとセイコと学ぼう!大切な契約とお金の話」

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_education/public\\_awareness/teaching\\_material/material\\_010/special\\_school.html](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/material_010/special_school.html)

### 騙されやすさを測る心理傾向チェック

[https://www.caa.go.jp/future/project/project\\_001/material/pdf/project\\_001\\_190329\\_0001.pdf](https://www.caa.go.jp/future/project/project_001/material/pdf/project_001_190329_0001.pdf)

### イラスト集

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_education/public\\_awareness/teaching\\_material/illustration/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/teaching_material/illustration/)

### 消費者庁利用規約

[https://www.caa.go.jp/terms\\_of\\_use/](https://www.caa.go.jp/terms_of_use/)