

岡山市における消費者教育の取組

(岡山市消費生活センター)

1



岡山市消費生活センター 所長 城戸 淳男

岡山市のプロフィール・地域特性 ①

2



岡山市
OKAYAMA CITY

・人口 713,767人（令和6年5月1日現在）・面積 789.95 平方キロメートル



中国四国地方における交通の要衝



岡山城・後楽園周辺



市街地南西部



中区から東区郊外



新岡山港と児島湾



建部地区（北区北部）

3

1 中国四国地方における交通の要衝

○近畿と九州を結ぶ東西軸と、山陰と四国を結ぶ南北軸の結節点に位置し、鉄道・道路・空路などの交通網が集中する中枢拠点都市 ※2時間圏域人口約1,600万人

【鉄道】JR岡山駅 8路線乗り入れ 【高速道路】山陽自動車道・中国横断自動車道（岡山米子線）・瀬戸中央自動車道

2 歴史

○古代吉備国の勢力の繁栄を伝える遺跡群、戦国大名字喜多直家・秀家親子が拓いた城下町、個性ある歴史・文化資産が数多く存在。
※戦国宇喜多家について…NHK大河ドラマ誘致活動中

○平成30年「『桃太郎伝説』の生まれたまち おかやま～古代吉備の遺産が誘う鬼退治の物語～」が日本遺産認定

3 国際会議等

○「ESDに関するユネスコ世界会議」開催 2014年（平成26年）
世界各地のESD活動に取り組む人々が話し合う関連会議を開催

○ユネスコ創造都市
「ユネスコ創造都市ネットワーク」の文学分野における新規加盟（令和5年10月認定）

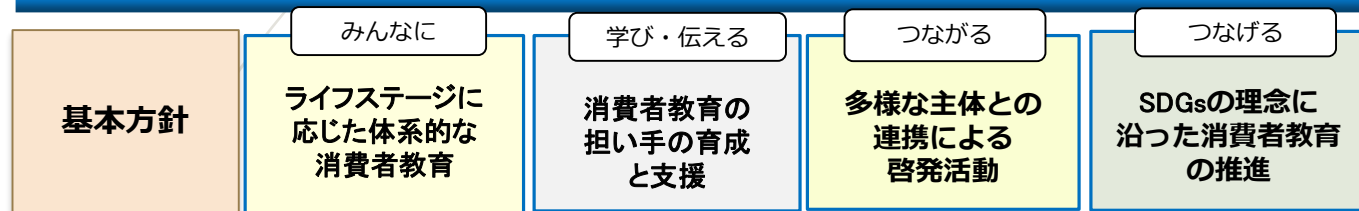
第2次 岡山市消費者教育推進計画 ～未来へつなぐ消費者教育プラン～

計画の体系

目標

安全・安心で豊かな消費生活の実現

～自ら考え選択し、行動する消費者の育成～



課題 成年年齢引き下げ、エシカル消費の普及、DX推進等への対応等

計画推進の施策項目

1 ライフステージに応じた体系的な消費者教育

- (1) 小学校、中学校、高等学校など学校園における消費者教育の推進
- (2) 若者（18歳～22歳）への消費者教育の推進
- (3) 勤労世代のための消費者教育の推進
- (4) 高齢者等に対する消費者教育の推進

2 消費者教育の担い手の育成と支援

- (1) 地域等における担い手の育成・支援
- (2) 学校園等の教職員への支援

3 多様な主体との連携による啓発活動

- (1) 地域における各種団体との連携
- (2) 公民館を拠点とした市民同士の連携
- (3) 事業者・マスコミ・教育関係団体等との連携

4 SDGsの理念に沿った消費者教育の推進

- (1) エシカル消費（倫理的消費）普及に向けた啓発の推進
- (2) DXに対応した消費者教育の推進
- (3) 人権等に配慮した消費者啓発の推進

計画の指標（KPI）

	実績値 (R4)	目標値 (R9)
①岡山市消費生活センターの認知度	84.2%	90%
②クーリング・オフ制度の理解度	26.1%	45%
③担い手登録者数 (エシカル消費関連)	69名	100名
④環境に配慮した商品やサービスを選択する 市民の割合	45.7%	60%
⑤フェアトレードを理解する市民の割合	30%	50%

消費者見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）

○北区の一部地区（小学校区）で順次拡大 ※全国的に主な形態 1 地方自治体 1 組織
(平成29年度 1地区 ⇒ 令和6年度 4地区)

各地区の概要

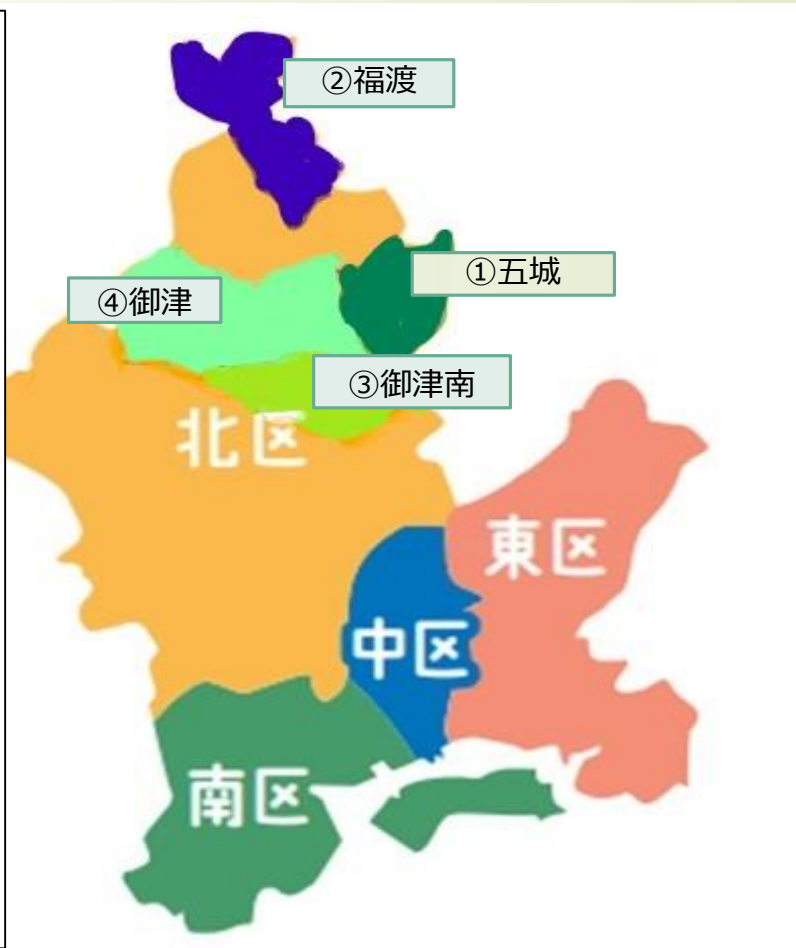
	地区名	設置年度	人口	地域特性
①	五城	H29	約1,500	山間部に集落が点在するが住宅団地も存在
②	福渡	R3	約1,500	南部に旧建部町の中心街があり北部は人家も少なくダムが存在
③	御津南	R5	約3,400	山間部ではあるが南部に新興住宅地が点在し北部は工場が立地
④	御津	R6	約3,800	旧御津町の中心街を形成、工業団地も存在

○構成団体

町内会、民生委員、愛育委員、地域包括支援センター、小学校、PTA、警察（地域交番）

○活動の状況

基盤となる地域コミュニティが確立し、地域防犯・交通安全・自主防災・地域福祉健康づくり等の活動が比較的活発に行われている。



消費者見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）

各地区における支援の具体的事例

○弁護士による講習会の開催（地域リーダー対象）

- ・消費者市民社会についての理解促進
- ・消費者被害の実例、実態と対策
- ・消費者の見守り活動の必要性の説明

○消費者啓発ベストの作成・配布（五城地区、福渡地区）

○訪問販売お断り地域オリジナルステッカーの高齢者世帯への作成・配布（五城地区、福渡地区）

○リモート相談の試行 （遠隔消費生活相談） （福渡地区）



弁護士による講習会



地域オリジナルステッカー

消費者見守りネットワーク（消費者安全確保地域協議会）

効果

- 消費者啓発（教育）に関する地区全体の関心の高まり ➡ 消費者教育を行う土壌の形成
- 見守り活動が活性化

➡ 地域全体を守る視点で他分野の活動（防犯・交通安全・防災、保健福祉等）と一体化

例：サロンを活用した研修会開催、民生委員による啓発

- 悪質な訪問販売・買取の減少、SF商法被害の未然防止 ➡ 身近で迅速な情報共有

課題

- 担い手の確保 ➡ 少子高齢化、人口減少への対応（コンパクトシティ化）
- 行政頼みにならない持続可能な自主的活動として定着化
- 人口の大半を占める都市的エリアへの拡大

- ①若 者・・・事業所、大学等との連携による消費者教育の取組
- ②高齢者・・・地域包括支援センターとの連携
- ③中間層・・・公民館活動による消費者教育カリキュラム充実、企業活動との連携

ビジョン：目指すべき姿

エシカル消費があたり前の岡山市に！

環境問題の中でも食品ロスの問題は深刻

みなさんも家庭やアルバイト先などで食品ロスに直面しているはず

食品ロスを削減することは、環境にやさしく、人や社会等の配慮にもつながる消費行動「エシカル消費」の1つです。エシカル※消費とは、地域活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動です。

エシカル消費について学び、岡山市にエシカル消費の実践を広める

岡山市「ラジオCM」、動画などを作成、配信します

※エシカル（ethical）＝倫理的な、道徳的な、という意味



岡山市ラジオCM作成予定

事業（講座）名	地域におけるエシカル消費の実践のために
目的	エシカル消費について理解を深める 地域へエシカル消費の実践・定着を働きかける
内容	エシカル消費の必要性を訴えるラジオ放送CM（2テーマ） 動画などを作成、発信 <u>ラジオ放送CMの内容は学生が企画</u>
スケジュール	「エシカル消費」について講座受講：5～6月 ラジオCM放送のテーマ検討：7～10月 CM内容の企画：10～11月 録音等の放送準備：11～12月 <u>CMのアナウンスは学生が行う</u>
放送の概要	放送期間：1テーマ15日間（1日1回放送） 放送時期：1月または2月 時間：1本40秒 放送局：在岡ローカルラジオ局

○山陽学園大学（岡山市中区）地域マネジメント学部 菅野教授、酒井教授 ご担当講座

STEP1

基礎講座～エシカル消費とは～



・岡山市消費生活センター消費者教育推進員
（消費者教育コーディネーター）による講義

STEP2

CMの作成と放送のための講座



・外部講師によるエシカル&話し方講座
（認定NPO法人 環境市民 下村先生）

STEP 3 エシカル消費を推進する事業者訪問

■ エシカル消費に取り組む店舗や企業を訪問

➡ ①学生の企業の取り組み状況の理解を促進させる。②事業所における消費者志向経営の機運の醸成を図る。

STEP 4 ラジオCM以外の情報発信の企画

■ ラジオ以外の動画やSNS等による発信

➡ 学生の自由な発想による、多様な媒体での発信を通じて情報の拡散を図る。

STEP 5 地域への貢献

■ 大学の所在地域におけるエシカルマップ（データ）の作製

➡ エシカル消費のさらなる実践、定着に向け、地域密着のきめ細かな情報提供により地域住民が実践しやすい環境作りを行う。