

名古屋市立西陵商高 小木 紀之

1. アメリカのマーケティング戦略家として著名な V・パッカードは「現代の中心問題の一つは、人びとが繁栄を楽しみ、快樂主義を不道徳でなく、道徳的なものと思うことに承認をあたえることである」といっている。今日の大量生産・大量消費時代の出現は、生産者利益と消費者利益との不一致をもたらし、その結果、個々バラバラの消費者は企業による人間不在の販売政策に振り回されているのが現状である。われわれは、このような現状をより認識することにより、新しい時代に必要とされる Home Management の能力を滋養していかなければならない。それゆえにこそ、学校教育の場における消費者教育の確立が急務とされるのである。

2. 消費者教育 (Consumer Education) とは、最近になって広く世間にアピールされるようになった言葉であるが、それは企業が自己の生産する商品をより多く消費者に買わせる手段としての消費者啓発を意味するものではない。賢い消費者たりうる能力と知識を理論的、実践的に武装させることを意味するものである。

3. 消費者教育理論の家政学への導入は、家政学それ自体の社会的役割をより明確にする手段となるものであると本報告者は考えるのである。