

目的 小、中学校における消費者教育の一端を担う家庭科では、新指導要領のもとでどの位行われることになっているか、それは児童生徒の現実の消費者的行動によく対応しているか、の二点を明らかにし、今後の教育内容への示唆を得る。

方法

1. 新学習指導要領及び指導書により、家庭科及び技術・家庭科における消費者教育的内容を把握する。
2. 小、中、高校生合計約1000名を対象に、消費者としての意識と行動の実態を、傾向統計法により把握する。有意水準5%、不検定法を用いる。
3. 1と2の結果を照合して、問題点をさぐり、今後の教育内容への提言を行う。

結果

1. 新指導要領(家庭科、技・家庭科)での扱いは、小学校と家庭科系列(中)では送が方と使い方が主で、社会との関連内容が殆ど無く、技術系列(中)では逆であるが、社会との関連内容は全指導要領の10%以下と極めて少ない。
2. 傾向統計回収率78%。自分で自分のものを選んで買う頻度は小学校3~4年が最も高く、女子より男子に高く、など、従来の常識とくっかえすような実態がいくつも見られた。
3. 今後への提言として、① 経済的計画性に関する内容を5年より下から、早期より開始する必要がある、② 領域への組み込みは総花式を改め、小、中と入れ替えの必要を認められる、③ 社会的問題をやす、④ 中学男子に選択購入者としての教育を用意すべし。