

○森田陽子*

小山佳寿子**

小川育子**

(*香川県明善短大

**広島中央女子短大

**香川大教育)

〔目的〕 相変わらず増加傾向にある契約をめぐる消費者問題に対応するため「消費者契約法」が制定され、その保護ははかられつつある。消費者被害の未然防止には、法律による保護と同時に、消費者への知識の普及や権利・義務意識の確立が必要不可欠である。これまで、若年層では消費に関する知識が乏しく、その背景には、学校教育における消費者教育、特に消費者法教育を含めた市民意識教育が不十分だということもあるのではないかと報告してきた。本研究では、具体的にどのように消費者法教育を含めた消費者教育を進めるかについて考察するために、その手がかりとして、高校の家庭科における消費者教育および家庭経済教育について、日本とアメリカの教科書の比較を行った。

〔方法〕 日本の高等学校で使用されている高校家庭一般教科書10冊（1995年、実教出版4冊、一橋出版3冊、中教出版1冊、教育図書1冊、東京書籍1冊）と消費者教育が早くから始まったアメリカの教科書6冊（Contemporary Living, Creative Living, Goals for Living, Life Skills, Living Today, Teen Guide）を調査・比較した。教科書の構成や消費者、家庭経済に関わる部分の記載内容である。

〔結果〕 家庭経済・消費者教育領域の占める割合は、アメリカ14.2%に対し、日本の教科書では、7.4%と約半分である。内容も、家庭経済として捉えている範囲、学習の対象とする単位、教科書の組み立て、記述方法に違いが見られた。日本の教科書は学術的な現状分析が多く、アメリカの教科書は日常生活を送る場面に応じた構成、内容になっており、日常生活のマニュアルといえるものであった。