

岐阜女大家政 ○中野迪代 兵庫教育大 菊沢康子

目的 住宅の商品化に伴い、取引・施工・品質管理上の諸問題が多発している。その根本的解決のためには、住宅に対する消費者側の意識の高揚が不可欠である。しかるに、学校教育に体系的住教育の存在しない状況において、直面する住宅の消費者問題への正しい対応を、消費者個々の学習と能力にのみ負わせることは困難であり、是非とも啓発のための社会教育が切望される。そこで社会教育として、住宅に関する消費者教育のあり方を見い出す手掛りを得るために、まず社会教育の実状を把握することが、本研究の目的である。

方法 I. 住宅に関する社会教育についての資料収集と、社会人向住宅関係講座主催者への事例的な聴取り調査(1981年実施)。対象は①各自治体消費者センター、②地方住宅センター、③朝日カルチャーセンター、④住まいの突抜講座、⑤家づくり大学、である。

II. “朝日カルチャーセンター”と“家づくり大学”受講者への自記式アンケート調査。

結果 1. 消費者センターにおいて住関係の教育活動を行っているのは、一部の自治体にすぎず、それ以外も単発的な意識啓発に終始している。2. 地方住宅センターは事業主体によって取り組みに差があるが、設立目的の1つである、健全な住宅供給活動の振興に沿った、住宅展や住宅展示を中心に進められており、体系的講座を行っているものはない。3. 民間の事例は共に8~30回の連続講座を行っているが、総論がほとんど欠落しており、住宅設計各論に偏している。その各論も体系づけられているとは言い難い。4. 特に事例④⑤は住宅建設に際して、生産者側との意志の疎通をはかることを目指した、生産者側からみた消費者教育といえるカリキュラム構成になっている。