

東京家政大学家政〇野崎千穂子 石久保鈴子 猪俣美知子 吉原富子
大森和子

目的 現在の情報過剰時代において、正しく価値判断する能力を養い、更に向上させるためにには学校において初等教育から消費者教育を重視することが必要である。消費者が生活を営むうえで障害や不利益をもたらす原因および諸因となる食品添加物、薬剤、洗剤、割賦制度、通信販売等に関する消費者問題については、消費者サイドから問題解決しそれぞれを予防する知識が要求される。そこで本研究ではマスコミにおいて消費者問題に関する記事等から現状把握を試みた。また同時にマスコミから提示された問題と学習指導要領等のなかで取りあげられていく消費者教育との相互関係を調査検討した。

方法 朝日、日本経済、毎日、読売新聞等の食生活部門の消費者問題関連記事を項目ごとに抽出し、また小、中、高等学校の学習指導要領および家庭科教科書（小、中、高等学校）、社会科教科書（小）について、消費者問題とその教育内容について調査、分析した。

結果 消費者問題関連記事を穀類、魚介類、肉類、野菜類、乳卵製品、健康食品、油脂、調味料、嗜好品、食品・食生活一般に分類し安全性、価格、表示、流通機構等の諸問題がどのように挙げられているかを調べた。消費者に与えられていける情報はマスコミを媒体としているのが現状である。学習指導要領、教科書のなかに消費者、消費者問題に関する言葉やその説明は高等学校を除きほとんど見当たらないが、今後の課題として、消費者問題があきなないようにするためにもまた、それらが生じた場合問題解決できる知識、能力を養うためにも初等教育の段階から家庭科、社会科教科書のなかにケースワークなども挿入し実践的な消費者教育を学ばせることが望まれる。