

東京家政大家政 ○猪俣美知子 野崎千穂子・石久保鈴子 吉原富子
大森知子

目的 生活を営むうえで消費者は、衣食住に関するあらゆる諸問題に直面する確率は大きいと思われる。したがって、これらの諸問題を解決し、またそれらを予防する知識が要求される。本研究ではマスコミに掲載された消費者教育に関する記事などから消費者教育の現状把握を試みることを目的とする。

方法 国民生活センターに集収された新聞、例えば朝日、日本経済、毎日、読売新聞などの消費者教育関連記事を項目ごとに抽出し、消費者教育とその教育内容などについて調査・分析した。

結果 消費者教育関連記事を消費者運動、教科書、および Public Education (読本、生活展、公開講座) に分類した。さらにそれら分類した記事を教育対象、教育内容および主催者にそれぞれ分けた。教育対象は子供、親、教師、学校(小、中、高、学校)、一般消費者、教育内容は食品添加物、合成洗剤などがとりあげられ、および主催者は地方自治体、企業などに細分された。以上の調査から教育対象は、昭和55年から58年にかけて消費者および学校(小、中、高)の項目件数が増加の傾向を示した。また、消費者教育に関しては地域性が表われた。