

【目的】自ら主体的に判断できる消費者であることは、これからの社会に生きる子どもにとって必須事項の一つであろうが、消費者教育の対象となる子どもたちは、金銭について及びそれに代表される社会機構についてどのような認識をしているのだろうか。それを明らかにして消費者教育のための基礎的資料としたい。ところで、金銭感覚や消費者としての姿勢は、家庭における意図的・無意図的教育の影響が大きいと考えられる。そこで今回は、家庭教育の担い手としての母親の金銭感覚や消費者意識との関連について探る。

【方法】対象者は、群馬県内の公立小学校3年生とその母親の122組及び私立幼稚園年長組幼児とその母親の102組の計224組である。小学3年生と母親には質問紙調査を、幼児には面接調査を行った。調査時期は平成2年6月～7月である。

【結果】①金銭に関するイメージは、母-子をペアにして回答を見るとほとんど有意な相関は見い出せない。②家庭教育については「お手伝いは頼まれるとすぐする」「お母さんは『もったいない』と言う」の項目で幼児と小学3年生の差が大きく小3は「そう」の回答が多い。年齢の高い母親の方が「もったいないと言う」の回答が多く、専任職の母親は「お金は勤労の結果得ると話す」「おねだりは我慢させる」が少ない。母-子をペアにした回答の相関は小学3年生で「お金の使い方について助言してくれる（助言する）」が有意を示すのみである。家庭教育の発信側（母）と受信側（子）の間に認識のズレの存在がうかがえる。③母親の消費生活についての意識には、職業の有無による差は見られず年齢による差が若干認められたが、母-子をペアにした回答の相関には有意差は認められない。