

目的 生涯教育としての消費者教育を考える時、ライフ・サイクルのそれぞれの段階に消費者としての発達に応じた効果的な教育内容が提示されなければならない。そのためには消費者としての発達過程とその影響要因が明らかにされる必要がある。本研究では「消費者社会化」論をもとにして、まず、消費者としての基礎が形成される子ども時代の消費者としての発達過程を調べることを目的に調査を実施した。

方法 「消費者社会化」論によれば、子どもの消費者としての意識や行動の発達の程度は、お金の使い方にみられる規範や行動を通して測ることができる。また、その発達には、年齢と家族の影響が大きいとされている。本調査では、お金の使い方に関する規範と行動を軸に子どもの金銭意識を構成し、年齢による金銭意識の発達段階と家族の影響を調べた。

調査は、北海道教育大学函館分校附属函館小学校の3年生75名、6年生74名、同附属中学校2年生128名とその母親を対象に1991年3月に実施した。平均回収率は97.5%であった。調査方法は、自記式質問紙を用い、子どもは学校で一斉法により、母親は留置法によった。

調査の枠組みは、説明要因として、属性、家庭での金銭的環境を設定し、被説明要因である子どもの金銭意識はお金に対する考え方・感じ方、お金の使い方などから構成した。

結果 対象者の特性は、核家族が約7割、父親の職業は約8割が勤務で、母親は無職が6割であった。子どもの金銭意識の発達は、既に小3でお金を使う規範が形成されている。しかし、家庭での意識的な金銭のしつけは小6からが多い。正常な金銭意識の発達には小遣いの与え方など家庭での金銭のしつけの意識やあり様が大きく関係していると思われる。