

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 20 日現在

機関番号：14403

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2014～2016

課題番号：26381267

研究課題名(和文)消費者市民社会における倫理的消費者 - 消費文化をキー概念にした教材の開発と評価 -

研究課題名(英文)What conditions are required for becoming an ethical consumer?

研究代表者

鈴木 真由子 (Suzuki, Mayuko)

大阪教育大学・教育学部・教授

研究者番号：60241197

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,600,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、消費者市民社会の担い手である消費者市民に求められる資質として、倫理的消費者のイメージを明確化した。また、子どもにとって身近かつ問題を内包しており、しかも倫理観に影響を与える「消費文化」をキー概念にした教材開発・試行的授業実践・評価を行った。具体的には、国内外の先駆的研究者・推進者へのヒアリング調査による、消費者市民社会における「倫理的消費者」イメージの明確化、「消費文化」を取り上げた韓国の先駆的授業の実態調査及び関係者へのヒアリング調査による具体的課題の把握、「消費文化を」キー概念にした倫理的消費者を育むための教材開発と、教員養成段階における試行的授業実践及びその評価である。

研究成果の概要(英文)：This research attempts to organize the conditions for becoming an “ethical consumer” in Japan through a review of previous research and interview research about the concepts underlying this phrase both domestically and internationally. Respondents were academics who have studied about consumer education and home economics, and participated in activities of the Conscious Consumer Network. National policy and life values form the background for the concept and behavior of the “ethical consumer”. It was found that people think deeply from an “ethical” viewpoint regarding aspects such as what and how they can change their daily lives. They discuss and assess their actions depending on their own situation. Furthermore, the requirement for people as individual citizens to have the capability to make changes to their behavior and general society, including poverty and disparities in economic power, was raised.

研究分野：消費者教育学

キーワード：消費者市民社会 倫理的消費者 消費文化 教材開発 評価

1. 研究開始当初の背景

若年層をターゲットにした消費文化がマーケティングの対象として認知されるようになったのは、1970年代以降といわれている。21世紀になると、インターネットを介して拡大した子どもの消費文化の様相は劇的な変貌を遂げた。インターネットへのアクセス環境が整備され、子どもの必携アイテムとなった携帯電話やスマートフォン、ポータブルゲーム機など、可搬性の高いパーソナルメディア機器が、消費文化を象徴するツールとなった。

その結果、消費文化やメディアとの接触が子どもにどのような影響をもたらすのか、社会学をはじめ情報科学、脳科学等の分野で研究テーマとして注目されるようになった。近年は、消費文化への依存傾向に関する懸念が拡がり、厚生労働省やNPO法人による大規模な調査も実施されている。しかし、消費文化との関わり方が子どもに与える影響について、消費者教育の視点で考察した研究は、散見できない。

これまで、こうした問題に関する韓国の動向に着目してきた。韓国はインターネット、中でもオンラインゲームの依存度をチェックする尺度を開発し、全国規模の調査を継続的に実施することで問題状況の把握に努めている。その結果、消費文化への接触が低年齢化し、小学生の過剰利用が社会問題となった。倫理観の低さも指摘されている。そのため、国を挙げて様々な対策を講じているが、インターネット・オンラインゲームの依存状態の予防あるいは治療に主眼が置かれており、消費者トラブルとしての位置づけから研究・教育が展開されているとは言い難い。既存の教材についても、消費者教育の視点は明確ではない。

一方、いまや消費者市民社会の形成は国際的な潮流であり、日本でも『平成20年版国民生活白書』で取り上げられたのを契機に、

その概念が広がった。消費者市民社会の担い手である消費者市民には、倫理的消費者としての行動が求められている。消費者市民社会については、カナダ、北欧を中心とした研究者が理論的・実践的に論じてきたが、消費文化との関連で倫理的消費を考察したものではない。

2. 研究の目的

本研究では、これまでの研究成果をさらに発展させ、汎用性の高い教材にブラッシュアップさせる。その際、国内外の先駆的な研究者に対してヒアリング調査を実施し、理論的な背景を改めて明確にすることで教材の客観的価値を確認する。

換言すれば、消費者市民社会の担い手である消費者市民に求められる資質・能力の中で「倫理的消費」に注目し、「消費文化」をキー概念に据えて教材を開発・評価する。

そこで本研究では、以下の三点について取り組むこととする。

- (1) 消費者市民社会における「倫理的消費者」イメージの明確化
- (2) 消費文化を取り上げた韓国の先駆的実践の実態把握及び情報収集
- (3) 消費文化をキー概念にした教材の開発・試行的授業実践及び評価

3. 研究の方法

(1) 消費者市民社会における「倫理的消費者」イメージを明確化するために、国内外の先駆的研究者を対象に、ヒアリング調査を実施する。

海外の研究者としては、まず、カナダの消費者教育の第一人者である Sue McGregor 氏である。氏は、消費者市民社会の形成を早くから提唱し、国際的影響力も強い。同時に大本・奥谷がオンタリオ州で7月開催の国際家政学会議(Council Committee)に出席し関連情報も収集する。

また EU における CCN (Consumer Citizenship Network) の元代表、ノルウェーの Victoria Thoresen 氏、北欧の消費者教育のリーダー、スウェーデンの Karin Hjalmskog 氏、韓国の消費者教育研究者 建国大学の金時月氏、及び誠信女子大学の李賢眞氏である。

国内のヒアリング対象者としては、日弁連の啓発推進事業で重要な役割を担っている弁護士 島田広氏、消費者教育学会前会長であり消費者教育推進法成立に尽力された西村隆男氏、消費者市民教育に造詣が深く、消費者教育学会の理事を務められた元琉球大学の花城梨枝子氏及び日本における批判的思考に関する研究の第一人者、琉球大学の道田康司氏である。

(2) 消費文化を取り上げた韓国の先駆的実践の実態を把握するとともに、情報を収集するために、建国大学における関連授業に参加し、レクチャー及び受講生を対象にした教材評価・ヒアリング調査を実施する。

(3) 消費文化をキー概念にした教材を開発し、研究代表者及び分担者が所属する大学附属学校において試行的授業を実施する。また、教員養成系大学における教科教育法の授業で教材評価を行う。

4 . 研究成果

(1) 消費者市民社会における「倫理的消費者」イメージの明確化

カナダ、北欧(スウェーデン・ノルウェー)、韓国、日本の先駆的研究者を対象としたヒアリング調査から、「倫理的消費者」に関する情報を収集し、特徴を整理・検討した。

その結果、消費や倫理に関する価値や適応範囲は国や地域によって異なる特徴が把握でき、それぞれに最適な概念形成を試みていることが明らかとなった。すなわち、倫理的価値の背景には、社会的・文化的・宗教的要因が強く影響を与えており、共通要素を抽出

したり、すべてを一律に表現したりすることが困難であることが明らかとなった。

(2) 消費文化を取り上げた韓国の先駆的実践の実態把握及び情報収集

韓国調査においては、消費文化に関連した大学の授業に参加し、本研究の概要についてレクチャーした後、受講生との交流(質疑応答) を経て、試作版の教材に対する評価を得た。レイアウト及び内容に対するクリティカルなコメントや問題提起など多数の意見が得られた。

関連資料を収集した結果、既に倫理的消費に関する大学生向けのテキストがあり、目指している消費者市民像が把握できた。

(3) 消費文化をキー概念にした教材の開発・試行的授業実践及び評価

試作版の冊子教材に関する評価を踏まえ、消費文化をキー概念にした教材を作成した。実在するオンラインゲーム(スマートフォン版) を取り上げた動画を含めたことによって、冊子教材以上にリアリティを持たせることができた。音声やゲーム画像の変化が、より具体的にイメージできるように工夫したことで、受講生からは概ね高評価が得られた。

提案した授業は、教材を使用する時間の前後を含めて 2 時間を想定しているが、事後指導を別途実施する場合には 1 時間での展開も可能とした。

(4) 研究成果の位置づけとインパクト、今後の展望

消費文化に関わるトラブルの多くは、インターネットを介したヴァーチャルなデータをオンライン上でやり取りしたり、子ども同士、あるいは子ども対大人が、いわゆる C to C (消費者 対 消費者) で売買したりする中で発生している。

こうした現象は、これまで消費者教育の範疇として位置づけられてこなかったものであり、本研究では、その点をターゲットに据えた。

近年、オンラインゲームなどの消費文化に注目した教材や、情報モラルをテーマにした教材も散見されるようになったが、消費者教育の観点で、消費者市民社会の担い手である倫理的消費者の育成を目指したものは確認できていない。

本研究では、ヴァーチャルな消費文化を持つハイリスクな環境に注目するだけでなく、そうしたアイテムと関わることによって与えられるダメージにも言及してきた。既に、消費文化との関わり方が倫理観へ悪影響をもたらすことが明らかとなっており、国際的な課題と考える。

さらに本研究では、一連の研究を土台にして、作成した試作教材のブラッシュアップを図るとともに、カナダ・北欧の先駆的研究者及び国内の消費者市民教育の推進者に対するヒアリング調査によって、倫理的消費者像について検討した。

その結果、今後も継続的に国際的な連携研究の必要性が示唆された。そうした蓄積が、理論的背景を確かなものにする上で重要な課題と言えよう。

また、開発した教材の実用化・汎用化に向けて、今後も実践の場を増やしていくことが不可欠である。こうした理論と実践の双方向のベクトルを視座に据えることで、今後、消費者市民社会の形成を目指すにあたり、倫理的消費者としてのアクションを主体的に起こせる消費者の育成に結びつくと考える。

5. 主な発表論文

〔雑誌論文〕(計5本)

奥谷めぐみ、大本久美子、鈴木真由子「消費文化と生活とのかかわりを扱った開発教材『インターネットでひろがる消費文化』の評価」生活文化研究、大阪教育大学家政学研究会、52巻、2015年、31-41頁、査読無し

吉井美奈子、奥谷めぐみ、大本久美子、

鈴木真由子「子どもを取り巻く消費文化に関する教育実践二ケース 小、中、高校における教員への調査より」武庫川女子大学紀要、武庫川女子大学、62巻、2014年、9-18頁、査読有り

奥谷めぐみ、大本久美子、鈴木真由子、吉井美奈子「日韓における小中高校生の消費文化接触状況及び金銭・倫理意識との関連性」福岡教育大学紀要、福岡教育大学、第65号、5冊、2016年、129-140頁、査読無し

奥谷めぐみ「附属小倉中学校における大学教員の授業実践 デジタルコンテンツの仕組みを理解し活用する」大学教員による附属学校・円との授業実践の研究、福岡教育大学、平成27年版、2016年、52-59頁、査読無し

奥谷めぐみ、大本久美子、鈴木真由子「倫理的消費者の概念整理 研究者へのインタビュー調査を基に」生活文化研究、大阪教育大学家政学研究会、54巻、2016年、25-36頁、査読無し

〔学会発表〕(計6本)

大本久美子、鈴木真由子、奥谷めぐみ「消費者教育の教材開発 『インターネットでひろがる消費文化』の冊子教材」日本家庭科教育学会第57回大会、2014年6月、岡山市

OKUANI Megumi, YOSHII Minako, OHMOTO Kumiko, SUZUKI Mayuko,

“Educational Need of Home Economics Instructors with Respect to Consumer Culture Surroundings”, International Federation for Home Economics Council 2014, 2014.7, Brescia University College London Ontario, Canada

OKUANI Megumi, SUZUKI Mayuko, OHMOTO Kumiko, “Home

Economics Textbooks for an Information Society”, ARAHE 2015 The 18th Biennial International Congress, 2015.8, The Hong Kong Institute of Education

奥谷めぐみ、鈴木真由子、大本久美子「デジタルコンテンツの売買契約に関する動画像教材の評価 中学校家庭科での授業実践を基に」、日本家庭科教育学会第59回大会、2016年7月、新潟市

OKUANI Megumi、SUZUKI Mayuko、OHMOTO Kumiko, “What Conditions are Required to become an Ethical Consumer?”, XX International Federation for Home Economics World Congress, 2016.8, Korea

OKUANI Megumi、SUZUKI Mayuko、OHMOTO Kumiko, “Dealing with Consumer Culture Relationships as Life Problems”, XX International Federation for Home Economics World Congress, 2016.8, Korea

〔図書〕(計1本)

奥谷めぐみ(共著)「消費者教育学の地平 第7章 教科教育学 子どもの生活実態からみる学校消費者教育の役割」慶應義塾大学出版会、2017年、総372頁

6. 研究組織

(1) 研究代表者

鈴木 真由子(SUZUKI Mayuko)
大阪教育大学・教育学部・教授
研究者番号 60241197

(2) 研究分担者

奥谷めぐみ(OKUANI Megumi)
福岡教育大学・教育学部・講師
研究者番号 20636162

大本 久美子(OHMOTO Kumiko)
大阪教育大学・教育学部・准教授
研究者番号 30548748