

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 26 年 6 月 18 日現在

機関番号：14403

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2013

課題番号：23531256

研究課題名(和文)消費文化に対する子どもの関わり方の実態とリスク - 消費者教育の教材開発 -

研究課題名(英文)Forms and Risks of Children with Consumption Culture -Development of Teaching Material in Consumer Education-

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) 4,000,000円、(間接経費) 1,200,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、小中高大学生を対象にした質問紙調査によって、消費文化に対する子どもの関わり方の実態と直面するリスク及びその影響を明らかにした。また、こうした課題について先駆的に取り組んでいる韓国を訪問し、情報収集と関係機関へのヒアリング調査を行った。さらに、日本の小中高等学校現職教員を対象にした質問紙調査によって、消費文化に関する教育的ニーズを把握した。
以上の成果を踏まえて、消費文化をテーマにした中学生向けの教材を開発した。

研究成果の概要(英文)：The rapid transition toward digitization in contemporary society has not only increased the complexity of the issues surrounding the consumer culture of children, but also made it more difficult to respond to the risks that culture generates. In South Korea, the government is taking the lead in efforts to establish legal measures in response to problems related to the Internet. This study examines the situation in South Korea with regard to the consumer culture of children and the related risk response, and explores the possibility of adopting some lessons for the Japanese environment. Written surveys were mailed to a total of 900 schools, 300 each of elementary schools, junior high schools, and high schools, across Japan using stratified sampling. Three responses were requested from each school, including at least one response from a home economics teacher. The survey was carried out from June to September 2013. Then we have developed a teaching material of consumer education.

研究分野：教科教育

科研費の分科・細目：教材開発

キーワード：消費者教育 消費文化 教材 学校教育

1. 研究開始当初の背景

1970年代以降、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。2000年以降は、インターネット・携帯電話の普及とともに子どもの消費文化は拡大を続け、子どもの生活に様々な影響を与えてきた。子どもをとりまく消費文化の背景には、多様なサービスやオンライン・コンテンツのビジネスモデルが存在しており、戦略的なメディアミックスによる展開が次々と新しいニーズを喚起・誘発している。経済産業省の先行調査(2005)では、消費行動とオンライン・コンテンツビジネスとの関連性について検討しているが抽象的な課題の提言にとどまっており、消費文化との接触が子どもに及ぼす影響は明らかにされていない。

こうした状況は、社会学、児童心理学、情報科学、脳科学等の分野で研究テーマとして注目されているが、消費文化との関わり方が子どもに与える影響について注目し、消費者教育の視点で考察した研究は、申請者らを除いては確認できない。

そこで我々は、子どもをとりまく消費文化が抱える社会問題が、インターネットの普及と不可分である点にも注目した。携帯電話やポータブルゲーム機のような、可搬性の高いインターネット・アクセスツールが子どもに普及した結果、インターネットを介した消費行動のアングラ化・個人化が進行し、おとな(親・教師)に“見えない”ハイリスクな環境が成立したためである。

インターネット・コンテンツ自体が内包している問題も看過できない。ヴァーチャルなデータの売買については、法的な整備が不十分であるため被害を受けても救済されないケースが少なくない。国民生活センターに寄せられたオンラインゲームのトラブルは、ゲーム運営会社の管理体制や苦情処理が不適切であるといった問題点を顕在化させている状況にある。

2. 研究の目的

本研究の目的は、消費文化に対する子どもの関わり方の実態を把握するとともに、直面するリスクと影響を明らかにすることである。また、それらを消費者教育の課題として位置づけ、教員養成段階で活用できる中学生向けの教材開発を目指した。

具体的には、以下の三点に集約される。

- 1) 子どもが(特にヴァーチャルな)消費文化とどのように関わっているのか、その実態とリスク及び影響を明確にする。
- 2) 韓国の先駆的・特徴的な事例に関する視察及び現地調査によって具体的な課題を把握する。
- 3) 子どもの消費文化との関わり方をテーマにした消費者教育の教材を開発する。

3. 研究の方法

本研究は、次の方法によって実施した。

- 1) 国内外の文献や資料を収集分析することによって問題の所在を整理するとともに、質問紙調査によって小・中・高・大学生の消費文化に対する関わり方を明らかにする。また、教員を対象にした質問紙調査を実施することで、学校消費者教育の現状と課題、及び教材に対するニーズを把握する。
- 2) 韓国への現地調査を実施して、先駆的取組の具体的な状況を把握する。大学における研究者や消費文化に関わる諸機関の関係者を対象にしたヒアリング調査を実施する。また、コントロールとして、韓国の子どもの対象にした質問紙調査も併せて実施する。
- 3) 1)2)の結果を踏まえて、中学生を対象にした教材冊子を開発する。

4. 研究成果

- 1) 日本の小・中・高・大学生を対象にした質問紙調査(平成23年度・平成24年度)によって、子どもたちのメディアとの接触状況及び消費文化との関わり方について明らかにした。その結果、両者が子どもの経済的価値観や倫理観に対して影響を与えていることが示唆された。

なお、関連する研究成果については、雑誌論文1、2、7、学会発表3、6において報告した。また、オーストラリアで開催された国際家政学会(学会発表4)では、研究の成果報告と合わせて、海外の状況についての情報収集及び意見交換を実施した。

- 2) 日本の小・中・高等学校教員を対象にした質問紙調査(平成25年度)によって、教員のメディアとの接触状況及び消費文化との関わり方、基本的な関連用語の認知度、消費文化を対象にした教材についてのニーズ等を明らかにした。その結果、消費文化を対象にした教育の必要性は感じているものの、基本的な関連用語の認知度は低かった。また、教材等へのニーズは高かった。

なお、関連する研究成果については学会発表7において報告した。

- 3) 先駆的取組を実施していることから、韓国の現地調査(平成23年度・平成24年度)を行った。韓国消費者院をはじめ、ソウル市I Willセンターや教育文化省、消費者教育支援センター、民間機関である韓国消費者研究院などを訪問し、消費者教育の実態をヒアリング調査した。同時に、関連する資料を収集し、教員研修の内容を分析したり、テキストのドキュメントを検討したりした。

なお、関連する研究成果については、雑誌論文5、6、学会発表2において報告した。

- 4) 韓国の子どもを対象にした質問紙調査(平成23年度・平成24年度)によって、メディアとの接触状況及び消費文化との関わり方について明らかにした。

小学生の結果については報告書(図書1)にまとめたほか、雑誌論文8で報告した。また、日韓の比較研究の成果については、学会発表5において報告した。

- 5) 以上の成果を踏まえた中学生向けの教材を開発(平成25年度)した。教材はA5版の冊子形態であり、自分自身の生活を振り返るところから始まる内容構成とした。そのため、実態を客観的に把握できるセルフチェックを導入するとともに、同世代の関連データを読み取り、問題状況を理解する。また、インターネットサービスの規約を例に挙げ、その内容を確認して「契約」の原則的な意味を考えさせる構成となっている。そのほか、中学生に身近なトラブル事例について何が問題なのか考えたり、解決策についてワークシート形式で段階的に考えたりできるようにストーリー性をもたせるようにした。巻末には、関連するキーワードの一覧を掲載し、理解が深められるようにするとともに、家庭学習でも対応できるように工夫した。作成した教材は、教員養成カリキュラムにおける活用も考慮している。

なお、教材に関する成果報告は、平成26年度に開催される日本家庭科教育学会(岡山大会)においてポスター発表する予定である。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計8件)

- 1) 奥谷めぐみ・鈴木真由子、中・高・大学生の消費文化との関わり方の実態 - 消費文化を背景に生じるトラブルとその課題 -、国民生活研究、国民生活センター、第51巻、第2号、69-85、2011(査読有)
- 2) 奥谷めぐみ・鈴木真由子、子どもをとりまく消費文化の変遷にみる生活課題、大阪教育大学紀要第 部門、第60巻、第1号、23-34、2011(査読無)
- 3) 鈴木真由子・大本久美子、中学校における消費者教育の現状 - 家庭科及び社会科教員への質問紙調査をもとに -、消費者教育、日本消費者教育学会、32冊、1-10、2012(査読有)
- 4) 大本久美子・鈴木真由子、中学校・高等学校社会科における消費者教育の現状と課題 - 近畿地区を対象とした抽出調査を通して -、国民生活研究、国民生活センター、第52巻、第3号、49-64、2012(査読有)
- 5) 鈴木真由子・奥谷めぐみ・大本久美子・

吉井美奈子、子どもの消費文化とリスク対応 - 韓国における関係機関へのヒアリング調査 -、大阪教育大学紀要第 部門、第62巻、第1号、23-29、2013(査読無)

- 6) 奥谷めぐみ・鈴木真由子・大本久美子・吉井美奈子、韓国における消費者教育プログラム:韓国消費者院へのヒアリング及び資料分析を基に、消費者教育、消費者教育学会、33冊、69-78、2013(査読有)
- 7) 吉井美奈子・奥谷めぐみ・鈴木真由子・大本久美子、子どもの消費文化とメディア接触頻度、及び金銭感覚、倫理観に関する研究 - 小、中、高校生に着目して - 消費者教育、消費者教育学会、33冊、99-108、2013(査読有)
- 8) 大本久美子・鈴木真由子・奥谷めぐみ・吉井美奈子、韓国の小学生のメディア及び消費文化との接触に関する実態調査、生活文化研究、大阪教育大学家政教育講座、51巻、43-50、2014(査読無)

〔学会発表〕(計7件)

- 1) 鈴木真由子・大本久美子・小牧美江・田實美樹、中学校及び高等学校における消費者教育の現状 - 家庭科と社会科教員へのアンケート調査をもとに - 第31回日本消費者教育学会、2011.10.23、大阪
- 2) 鈴木真由子・奥谷めぐみ・大本久美子・吉井美奈子、子どもの消費文化とリスク対応 - 韓国における関係機関へのヒアリング調査 -、第32回日本消費者教育学会、2012.10.21、岡山
- 3) 吉井美奈子・奥谷めぐみ・大本久美子・鈴木真由子、子どもの消費文化とメディア接触に関する比較研究、第32回日本消費者教育学会、2012.10.21、岡山
- 4) Megumi OKUTANI, Mayuko SUZUKI, Kumiko OHMOTO, Minako YOIII, The Lifestyle Issues of Internet Game Use as Based on an Actual Condition Study of Grade 1-12 Students, XXII. IFHE World Congress, 2012.7.16-21, Melbourne Australia
- 5) 奥谷めぐみ・鈴木真由子・大本久美子・吉井美奈子、子どもの消費文化とメディア接触に関する日韓比較研究、日本家政学会生活経営学部会夏期セミナー、2013.8.27、東京
- 6) 鈴木真由子・大本久美子・吉井美奈子・奥谷めぐみ、大学生の消費文化とのかかわり方とリスク、第33回日本消費者教育学会、2013.10.13、名古屋
- 7) 大本久美子・吉井美奈子・鈴木真由子・奥谷めぐみ、子どもの消費文化に関する教育的ニーズ - 小・中・高校教員意識調査より -、日本家庭科教育学会2013年度例会、2013.12.7、東京

〔図書〕(計3件)

- 1) 鈴木真由子・大本久美子・吉井美奈子・

- 奥谷めぐみ、韓国小学生のメディア及び消費文化との接触に関する実態調査報告書、大阪教育大学消費者教育研究会、27、2013
- 2) 奥谷めぐみ(研究協力者)、消費者市民社会の構築と消費者教育(デジタル環境が変える若者の消費行動と対策)、晃洋書房、237、2013
- 3) 鈴木真由子、家族生活の支援 - 理論と実践 - (生活情報のマネジメント)、建帛社、158、2014

〔産業財産権〕

出願状況(計 0 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
出願年月日：
国内外の別：

取得状況(計 0 件)

名称：
発明者：
権利者：
種類：
番号：
取得年月日：
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

教材冊子作成

『インターネットでひろがる消費文化
～パソコン・スマホ・ケータイとの
かかわりを考えよう～』

A5 版 全 25 ページ 2014.2

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

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

吉井 美奈子 (YOSHII, Minako)
武庫川女子大学・文学部・講師
研究者番号：60413481

(3) 研究協力者

奥谷 めぐみ (OKUTANI, Megumi)
福岡教育大学・教育学部・講師
研究者番号：26381267