

〈研究論文〉

## 日本における消費者教育論の草創・展開期の研究

阿 部 信太郎

### 【要旨】

2012 年は国会で消費者教育推進法が可決され成立し、消費者教育としては画期的な年となった。消費者市民及び自立した消費者を育成することを目的とする消費者教育が法的・制度的に本格的に推進されることとなったのである。しかし、ここに至るまでには、消費者教育論の先人の多大な尽力があった。本稿では、日本における消費者教育論の草創期（1960-70年代）と展開期（1980-90年代）について、日本消費者教育学会初代会長の今井光映氏の業績と証言に基づいてまとめる。

キーワード：消費者教育論、日本消費者教育史、消費者教育推進法、消費者市民

### はじめに

2012 年は国会で消費者教育推進法が可決され成立し、消費者教育<sup>1)</sup>にとっては画期的な年となった。同法第一条（目的）では、「消費者教育の機会が提供されることが消費者の権利であること」とし、「消費者教育を総合的かつ一体的に推進」することとしている。次いで同法第二条（定義）では、消費者教育を「消費者の自立を支援するために行われる消費生活に関する教育（消費者が主体的に消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深めるための教育を含む。）及びこれに準ずる啓発活動」と定義している。また、「消費者市民社会」を「消費者が、個々の消費者の特性及び消費生活の多様性を相互に尊重しつつ、自らの消費生活に関する行動が現在及び将来の世代にわたって内外の社会経済情勢及び地球環境に影響を及ぼし得るものであることを自覚して、公正かつ持続的な社会の形成に積極的に参画する社会」であるとしている。

つまり消費者教育が、単なる悪質商法を予防するための教育というだけではなく、消費者が公正かつ持続的な社会の形成に積極的に参画できるようにするための教育であるという高い理念が改めて認識されたのである。消費者教育が法的・制度的にさらに本格的に推進されることになったのだが、この消費者教育推進法の成立はゴールと言うよりは、新しい時代のスタート地点と言える。

ここに至るまでには、1994 年の製造物責任法、2002 年の消費者契約法の制定等があった。

また、2004年には、消費者保護基本法が消費者基本法に改正され、消費者教育を受ける権利が消費者の権利の1つとして規定された。2009年には消費者庁も発足している。

このような消費者教育の発展は、消費者行政・政策の関係者や消費者団体の尽力の結果であると同時に、学界の果たした役割も大きかった。殊に日本の消費者教育論の草創・展開期においてリーダーシップを発揮したのは、宇野政雄氏（城西国際大学元副学長、早稲田大学名誉教授）や今井光映氏（金城学院大学元学長・院長、名誉教授、日本消費者教育学会元会長・「日本消費者教育学会創設者」）などであった。

筆者は2005年より、今井氏に数次に渡ってインタビューをする機会を得ることができた。その中で、日本で消費者教育が認識され始めた1960年代と日本消費者教育学会が発足する以前の1970年代（日本の消費者教育の草創期）と、同学会が発足し活発な活動を行う1980-90年代（展開期）に関して貴重な証言を得ることができた。そこで、本稿ではオーラルヒストリーのかたちで今井氏の果たした役割について振り返りつつ、日本の消費者教育論の展開についてまとめることとした。

## 1. 日本における消費者教育論の草創期と日本消費者教育学会の発足

### 1-1 消費者教育論の草創・展開期の振り返り

消費者と社会の関係を振り返ると一般に、①1960年代の「消費社会運動」の時代、②1970年代の「消費者問題運動」の時代、③1980年代の「グリーン・コンシューマー運動」の時代、そして21世紀に入って④「消費者市民社会運動」の時代と区分することができる。すなわち、①は貨幣価値に見合った品質の商品を要求する段階、②は消費者と企業の対立が深まり、消費者の権利の実現を要求する段階、③は消費者と環境問題についての関心が高まった段階、そして④は消費者が消費者市民社会の形成に参画することを求められるような段階である。消費者教育の展開過程は、これらそれぞれの時代に対応してきたと言えるのである。ただし、消費者問題は過去のものごが繰り返し現れるので（消費者問題の「歴史的重層性」）、21世紀になっても、①から③の段階のものは過去のものとして消え去るものではなく、依然として消費者が直面しているものである。いずれにしても、消費者教育の自覚には、技術革新による大量生産・大量販売によって、生産者側と消費者側との力の乖離、また両者の間の商品の知識についての乖離という形の「消費者問題」の自覚が契機となった。そして「消費者主権」という意味での「消費者意識」の自覚に伴って、消費者教育の必要性が普遍的に認識されてきたのである。

日本において初期に、こうした認識に大きく寄与したのが、「(財)日本生産性本部」(1955年発足)からアメリカに派遣された「トップマネジメント視察団」(1955年派遣)、そして「消費者教育専門視察団」(1960年派遣)の報告であった。1960年には(財)日本生産性本部(現在、公益財団法人)に消費者教育室が設置されている。その後、この消費者教育室

が母体となり 1963 年に情報提供型の消費者教育の担い手として、(財)日本消費者協会（現在、一般財団法人）が設立されたのである。宇野政雄氏は同協会の設立発起人の 1 人であり、設立時から理事を、後に会長を務めた。

本章では、消費者教育が認識され始めた 1960 年代と日本消費者教育学会が発足する以前である 1970 年代を日本の消費者教育論の草創期として、今井氏の活動と業績をたどりつつ、その時期の日本の消費者教育論についてまとめることとする。

## 1-2 1960-70 年代の中部地区における消費者教育論の展開<sup>2)</sup>

日本の消費者教育の草創期において今井氏は、1950 年代に（旧制）名古屋大学大学院経済学研究科で根源経営論・簿記会計論の高田馨博士の下で経営学を専攻したが、1950 年代の終わり頃から、経済学・経営学から家政学へと研究分野を移行した。高田氏はニックリッシュ（Heinrich Nicklisch）によって家政経営を「根源経営」として捉えていたので、そのことも今井氏の家政学研究に影響した。そして 1960 年代に入って同氏は、家政学の「原論」の重要性を自覚し、経済学の一分野である消費経済学（Economics of Consumption）研究から、家政学原論と常にフィードバックするかたちで消費者経済学（Consumer Economics）・家政経済学研究へと向かうようになった。

このように今井氏が経済学・経営学から家政学の分野に入る契機となったのは、1958 年に講師として職を得た岐阜市立女子短期大学への赴任であり、そこでは家政学を担当した。それは名古屋大学医学部の生化学講座の堀田一雄氏の導きによるものであった。堀田氏は岐阜市立女子短期大学の各務虎雄学長に、「これからの家政学には、消費者教育的・環境教育的な視点にたつ家政経営学が中心にならなければならない」と不断に勧告していた。その結果、今井氏の岐阜市立女子短期大学への赴任となったのである。

堀田氏は専門分野が同じ栄養学であるアメリカのアトウォーター（Wilbur Olin Atwater）の活動を通して、リチャーズ（Ellen Richards）のホーム・エコノミックス運動に注目していた。リチャーズは、消費者教育志向のアメリカ家政学の「母」と言われるとともに、アメリカの消費者教育の先駆者でもある。こうした堀田氏の意を受けて、1950 年代後半から今井氏のリチャーズ研究が始まり、その中で消費者教育志向的・環境教育志向的な家政学へと向かっていったのである。

環境科学・家庭科学など家政学から消費者教育論を追究していた今井氏（1962 年に金城学院大学に赴任）は、1960 年代中頃、商学から消費者教育論を追究していた小木紀之氏（後の日本消費者教育学会第二代会長）と出会った。その仲立ちになったのが家政教育社の『家庭科教育』誌であり、日本家政学会であった。とくに 1960 年代後半の『家庭科教育』誌における一連の今井氏によるアメリカ家政学史の発表と、小木氏の消費者政策論の発表とが、家政学と商学における消費者教育に関する相互の認識と理解を可能にした<sup>3)</sup>。

そうした中で、日本家政学会総会やその中部支部会における小木氏の研究発表や、今井氏

のリーダーシップのもとに1960年代後半からグループ研究活動をしていた「中部家庭経営学研究会」の出版物などによって、家政学と商学の両面からの消費者問題・消費者政策そして消費者教育の研究と教育が、特に中部地域では強く展開されていったのである。

この時期、今井氏らは、『新家政経営論』（1967）、『生活設計論』（1971）、今井氏と小木氏との共著による『消費者福祉』（1970）、『現代消費生活思想』（1971）などを活発に出版し、家政学の新しい展開となっていた<sup>4)</sup>。今井氏の研究は、家政学→家庭経営学→生活設計論→消費者教育論という展開過程をたどっていった。

なお、「中部家庭経営学研究会」の活動は、日本消費者教育学会設立後は、日本家政学会の中の「家政学原論部会」「家庭（生活）経営学部会」「家庭経済学部会」等や、主として日本消費者教育学会の活動の中に事実上組み込まれて、それ自身の名称と活動は発展的に解消された。

### 1-3 日本消費者教育学会の発足

今井氏の消費者教育論は主として家政学原論からの展開であり、消費者教育論自体も日本家政学会の「家政学原論部会」「家庭（生活）経営学部会」「家庭経済学部会」の中で取り扱われてきた。しかし、消費者教育論は学際的な研究分野であり、次第に家政学以外の研究アプローチも現れ、それらの間の連携の必要が出てきた。つまり、消費者教育論を主として「消費者」の視点からアプローチするのが①商学・経済学、②生活・家政学であり、「教育」視点からアプローチするのが③教育学である。

そして、①の商学・経済学の視点から消費者教育にアプローチしたのは山崎 進・奥村忠雄・宇野政雄・小木紀之などの諸氏である。例えば、マーケティング論専攻の宇野氏は「健全な消費者が健全な企業を育てる」という信念の下、「教育を受けた消費者こそ最良の顧客である」（An Educated Consumer Is Our Best Customer）というアメリカの言い回しを引用して、学校や企業、社会教育機関による消費者教育の重要性を強調した<sup>5)</sup>。

②の家政学からは、松島千代野・藤枝恵子・内藤道子・今井光映・堀田剛吉・村尾勇之などの諸氏がアプローチをしている。

③の教育学においては、社会教育論・生涯教育論からは宮坂広作氏、山口富造氏などが、社会科教育論・家庭科教育論・商業科教育論など教科教育論からは多くの研究者が研究と実践の両面からアプローチをしている。

こうした多様な研究分野で行われている消費者教育論研究の「総合化」のためには、相互の学的背景を認め合いながら論じ合っていく新たな学会の設立が求められるところであった。そこで、今井氏のリーダーシップと、「中部家庭経営学研究会」の主要メンバーが中心的な役割を果たして、1981年11月3日に日本消費者教育学会が名古屋で設立された。「主体的意思決定」「生活環境の適応と醸成」「4者合意」（学界・行政・消費者・企業の4者）を本質理念概念とする「設立趣意書」を起草したのは、代表理事に就任した（後に初代会長）

今井氏であった。同氏はその後、同学会の日本学術会議への登録（1987年）や後述の『消費者教育10のQ&A』（1992年）の作成等に尽力した。同学会における消費者教育論に関する理論・実証研究は大学の研究者レベルの交流のみにとどまらず、大学院レベルでの消費者教育研究者を養成するとともに、初等中等教育での実践、消費生活専門相談員や消費生活アドバイザー・コンサルタントなどの消費者啓発組織の活動、ACAP（（公財）消費者関連専門家会議）など企業の消費者専門家組織の活動など諸領域とのフィードバックの基礎として位置・意義づけられている。

以上の日本消費者教育学会の設立前後の詳細な経緯については、今井氏よりなお多くの証言と資料を提供されているので今後、さらに稿を改めてまとめることとする。

#### 1-4 アメリカ家政学の改名と家政学における消費者教育の意義の再確認

アメリカ家政学会では、1800年代終わりから用いられてきた“Home Economics”が1994年に“Family and Consumer Sciences”に改名され、それに伴ってその専攻者も“Home Economist”から“Family and Consumer Scientist”となった。また、初等中等教育の学校においても家庭科の名称は同様に“Home Economics”から“Family and Consumer Sciences”（略称、FCS）に変更されている。

この改名は、アメリカ家政学の名称に、家政学の一大分野である「家族」（Family）という語を入れるよう家族関係論の研究者が強く主張したことによる。しかしそれと同時に「消費者」（Consumer）も入ったのは、今日の生活世界システムにおいて「家族」は根源的共同体として根源経営体であって、経済社会システムにおいては「消費者」としての役割を持つという生活世界の基本的な認識があった。この改名の背景には、家族福祉は消費者福祉であったことであるとの認識があったというのが、今井氏の家政学に関する見識である。

日本の家政学はアメリカの家政学から影響を受けてきたが、その先駆者であるリチャーズ以来、アメリカの家政学は消費者関係について強い関心を示してきた。そのことは、1960年代からの今井氏の「リチャーズ・LPC研究」（LPC: Lake Placid Conference）の成果である『アメリカ家政学史：ホーム・エコノミクスとヒープの原点』（1990）の中でまとめられており、さらに「消費者教育」に焦点を当てたものが、学会誌『消費者教育（第14冊）』（1994）に表の形でまとめられている<sup>6)</sup>。そこでは、産業化に伴う空気・水などの自然物的環境問題、産業が提供する衣食住などの物的環境や広告などサービスをめぐる消費者問題、それらに対応するアメリカの連邦純正食品・薬品法（Pure Food and Drug Act、1906年成立。その後1938年に連邦食品・医薬品・化粧品法（Federal Food, Drug, and Cosmetic Act）に改正）に基づく政府責任など、消費者問題と消費者教育に関してアメリカ家政学の使命が強く自覚されていたことが認識されている。これは、今井氏が家政学研究において、消費者教育は「家政学の出発点にして帰るところ」と認識をしている歴史的・本質的な根拠となっているのである。

日本消費者教育学会の設立の際に、日本家政学会の会員の一部からは、家政学から分派行

動をしているのではないかと批判するむきもあった。しかし、アメリカ家政学の名称が“Home Economics”から“Family and Consumer Sciences”に改名されたことと同じく、日本消費者教育学会は日本家政学会から「出て行った」のではなく、リチャーズ以来の家政学の本質理念に総合的に回帰し具体的に展開したというのが、今井氏の考え方なのである。

## 2. 消費者教育論の展開期：定義と概念的枠組みを求めて<sup>7)</sup>

### 2-1 消費者教育の定義・概念枠組みの検証

本節では、日本消費者教育学会が設立された後の1980-90年代を、日本の消費者教育論の展開期として位置づけてまとめていくこととする。今井氏は家政学において「家政学とは何か」を明らかにする原論からアプローチしたのと同様に、消費者教育論においても「消費者教育とは何か」という原論的な研究を行った。具体的には、消費者教育がどのように定義づけられ、概念枠組みされているかを具体的に検証し、その総括的成果は『消費者教育（第13冊）』にまとめられている<sup>8)</sup>。

その結果、消費者教育は「価値」「意思決定」「批判的思考」「トレード・オフ」「自立（個人の責任）と支援（社会の責任）」「共生の生活環境システム形成」「資源管理」の7つの事柄に関する能力の開発という概念に集約されることが判明した。

こうした概念枠組みの追跡から分かったことの1つは、消費者教育の定義・概念枠組みが、1960年代初めから1970年代終わりにかけての「コンシューマリズム」の「第3の波」の時代（消費者と企業の対立の時代）と、その後の「第4の波」の時代（3者合意の時代）にかけて多く試みられていたが、1990年代以降の試みは少ないということである。もちろん、環境問題や消費者市民社会形成など新しい課題に対応するために、研究の対象内容や方法の追加などはあるが、消費者教育の定義・概念枠組みなど基本的な事柄はほぼ完成されてきていると考えることができる。

以上を踏まえて、消費者教育の定義として同氏は「消費者教育は、消費者が商品・サービスの購入など消費生活の目標・目的を実現するにあたって、必要な情報・知識を収集し、それらを分析・理解し、個人的・社会的に責任がもてるかたちで選び、枠組みした価値にそって、批判的思考を働かせて選択対象の長所・短所を比較考量（トレード・オフ）し、優先順位を決め、購入したものを有効に使用することはもちろん、その後始末にも責任をもつという、一連のジレンマ問題解決的な意思決定過程の、シティズンシップの教育である」ということに到達したのである<sup>9)</sup>。

## 2-2 アメリカの消費者教育論からの示唆

### (1) 『消費者教育 Q&A』の作成：社会環境が変わる中で変わらないものとしての「消費者教育の本質」を求めて

アメリカの消費者教育論においては「いかに行うか」という実践方法とともに、その根底となる「なにゆえに行うのか」という消費者教育の本質概念を認識する必要性が自覚された。それは、アメリカの1960年代の消費者・企業・政府の関係が最悪になった「コンシューマリズム第3の波」の経験、そして1962年のケネディ大統領の「消費者の権利宣言」をはじめ、歴代の大統領の消費者教育に対する認識の高さが背景にあった。その中で消費者教育の本質を最低限、共通に認識することが必要になったのである。

1964年にジョンソン大統領の下に、「大統領消費者利益委員会」(President's Committee on Consumer Interest, PCCI)が設けられ、学校における消費者教育の調査などを進めた。そして、1968年には消費者教育の概念的枠組みを作る作業に入り、1969年に報告書“*Consumer Education : What It Is? ...and What It Is Not?: Questions People Most Often Ask about Consumer Education*”が発表されたのである。

この報告書は、消費者教育の基本理念・方法が15項目のQ&A方式でまとめられており、今井氏は消費者教育原論の基本に位置づけている。これはまた、同氏が日本消費者教育学会を組織しようとした大きな動機の一つとなった事柄でもある。

今井氏がアメリカで入手していたこのPCCIの小冊子は、その後、同学会10周年の事業の一つとしてその日本版が作成された。『消費者教育10のQ&A』(1991)である。アメリカ版では15項目のQ&Aがあるのに対して、日本版は10項目のQ&Aとした。これは日本の事情に合わせて書いていることと、社会環境が変わる中で変わらないものとしての消費者教育の本質中の本質に的が絞られたためである。

さらに2000年代に入って、消費者保護基本法の消費者基本法への改正(2004)や学習指導要領の改訂など、消費者教育をめぐる制度上の変化があったため改訂作業が行われ、2007年には『新 消費者教育 Q & A』が作成された<sup>10)</sup>。

### (2) ミシガン消費者教育センターなどからの刺激

日本においては、1980年代初めから東ミシガン大学のミシガン消費者教育センターのバニスター所長との交流がなされた。特にバニスター(Rosella Bannister)とモンスマ(Charles Monsma)による1982年の資料『消費者教育の諸概念の分類』は、消費者教育の内容として日本でも多く引用された<sup>11)</sup>。「意思決定」「資源管理」「市民参加」と、消費者教育の諸概念を簡潔な3本柱で整理するバニスター・モンスマの消費者教育論の核心は、『消費者教育学会会報』第8号(1988)、『消費者教育論』(1994)に図解を含めて紹介されている<sup>12)</sup>。

また、ミシガン消費者教育センターは、教員・研究者のためのリソースセンターとして機能するとともに、教員などを対象にしたセミナーを開催するなど、日本においてもその

活動が注目された。そして 1990 年には同センターをモデルにして、日本にも経済企画庁・文部省（共に当時）の共管法人として(財)消費者教育支援センター（現在、公益財団法人）が発足したのである。初代の理事長には宇野政雄氏が就任した。

### (3) 消費者教育原論の確立と学会の役割

「消費者とは何か」を自覚し、共通の認識とするために、その学的定立の原理として「消費者教育原論」が論議されなければならない。今井氏は日本消費者教育学会発足当初から、消費者教育論の学的枠組みや原論を確立していく必要性を認識していた。

このことについてアメリカから示唆を受けたのは、アメリカではプラグマティズムの哲学のもとに「実質的」「内容的」な対応が採られ、それが具体的に「定義」という形で示されたということである。これが具体的に現れたのが前述の PCCI の報告書に見られる消費者教育の定義の仕方であり、これはプラグマティズム的な方法だったのである。

学の極細分化がますます進み、様々な分野から研究者が参集する日本消費者教育学会においては、アメリカのように原論を実質的に確立する方法としてハーバーマス（Jürgen Habermas）の「コミュニケーション的行為論」による「トランス・ディシプリン」としての消費者教育論の総合的統一化が考えられる。この「コミュニケーション的行為論」の「了解」「調整」「媒体」の三位一体論において、同学会は「媒体」の役割機能を担うものと期待される。

一方、ドイツを含めてヨーロッパの消費者教育情報資料は多くはないが、1970 年代と 1980 年代の 2 回にわたる今井氏のヨーロッパにおける学術交流によって、イギリス・北欧などにおける消費者教育の考え方や方法を、今井氏とその関係者の著書などで知ることができる<sup>13)</sup>。ドイツにおける原論の確立の方法は「学の形式な枠組み」に厳しい、いわば「額縁主義」である。次節で述べる今井氏の研究の「方法論」(methodology) は、「対象」と「目的」と「方法」を三位一体化するものであり、ドイツ学派的な「学の規定論の形式的接近」であると言うことができる。

## 3. 今後の消費者教育論の課題

### 3-1. 「消費者市民社会形成」の担い手としての消費者教育の理念と方法

2004 年に消費者保護基本法が消費者基本法に改正され、消費者については保護される対象から自立を支援する主体へと、その捉え方が変わった。また、消費者教育を受ける権利が消費者の権利の 1 つとして規定された。2009 年には消費者庁が発足し、2012 年には消費者教育推進法が制定された。このように 21 世紀に入り、日本の消費者教育は、また一段と新しい段階に入ったところである。こうした中で、今後の日本の消費者教育を展望して課題となるのは、第 1 に消費者市民教育、第 2 に消費者教育原論の確立であると言えよう。

消費者教育推進法における消費者市民 (Consumer Citizen) を育成するための消費者教育論 (消費者市民教育論) は法制定の前から、日本消費者教育学会の中では議論されており、それが法制定に影響を与えている。例えば、同学会第三代会長の西村隆男氏は、衆参両議院の消費者問題特別委員会委員長に対して「『消費者教育推進法』の早期成立のための要望書」を2012年に送付している<sup>14)</sup>。

また、「消費者市民社会形成」の概念は、今井氏の消費者教育論においてもすでに1980年代から含まれていた。それは、花城梨枝子氏によって具体化されており、その要点は次の通りである<sup>15)</sup>。

- ・ 市民としての経済活動への参加には、消費活動への参加も含めて考えなければならない。
- ・ 生産者の側面と生命・生活を再生産していく消費者としての側面の両者が必要である。
- ・ 人間の生活を家庭という私的な空間だけでなく、社会システム全体を視野に入れ、空間軸を家庭→社会→地球全体というグローバルな広がりで考える。
- ・ 一人の人間の生涯の消費生活を視野に入れる。
- ・ 「シティズンシップ」を、市民としての権利や義務の関係を指した「市民権」として用いる場合と、市民として必要とされる能力を指した「市民性」として用いる場合とを整理しておく必要がある。

以上の花城氏の理念と方法は3つの図「消費者市民コンピテンシー」「消費者市民コンピテンシーによって影響される社会環境」「社会システム全体を視野に入れた消費生活」で整理されていることが特筆される。また、この他にも「消費者市民」という概念について、「市民」「国民」「公民」の概念との関係を整理してまとめる試みもある<sup>16)</sup>。

### 3-2. 「消費者教育原論」への途：消費者教育論の学としての定立<sup>17)</sup>

#### (1) 消費者教育論の「体系化」

消費者教育論は、日本では比較的新しい分野のため、部外者から「消費者教育論と何か」「消費者教育論の体系は何か」と問われることが多い。さらには「消費者教育論は学問たり得るのか」という問題提起をされることまであり、これに対応して「消費者教育学原論」が論じられる必要がある。

その際、「消費者教育論にはどのような諸研究分野を構成要素として含むべきか」という意味の「体系論」が論じられることが多い。「学的性格論」というより「学的構成論」「教科内容構成論」が、「体系化」として論じられてきたのである。

消費者教育論も「学」であろうとするためには、学的規定化が求められる。今井氏は、消費者教育原論の確立を追究し、その際、「体系化」と「学的規定化」とは、関連はしてはいるが異なることを認識してきた。図1は両者の関係と違いを表しており、上部に教科枠組みを意識した「体系化」、下部に学的枠組みを意識した「学的規定化=＜方法論 (methodology)＞」を示している。

「体系化」においては、消費者教育は消費者市民・自立した消費者の育成を目的にして、そのためにどのような教育内容・教科が体系的に含まれるべきか、ということが中心に論じられる。その場合、教科組織などの教育的実態調査結果を参考にしての帰納法的なアプローチが採られることが多い<sup>18)</sup>。

図1の上部は、消費者庁の資料<sup>19)</sup>を参考にして、「体系化」について目的（消費者市民・自立した消費者の育成）、対象（教育内容・教育対象・場）、方法（教育手法）の3つに分けて図示したものである。

## (2) 消費者教育論の「学的規定化＝＜方法論 (methodology) ＞」

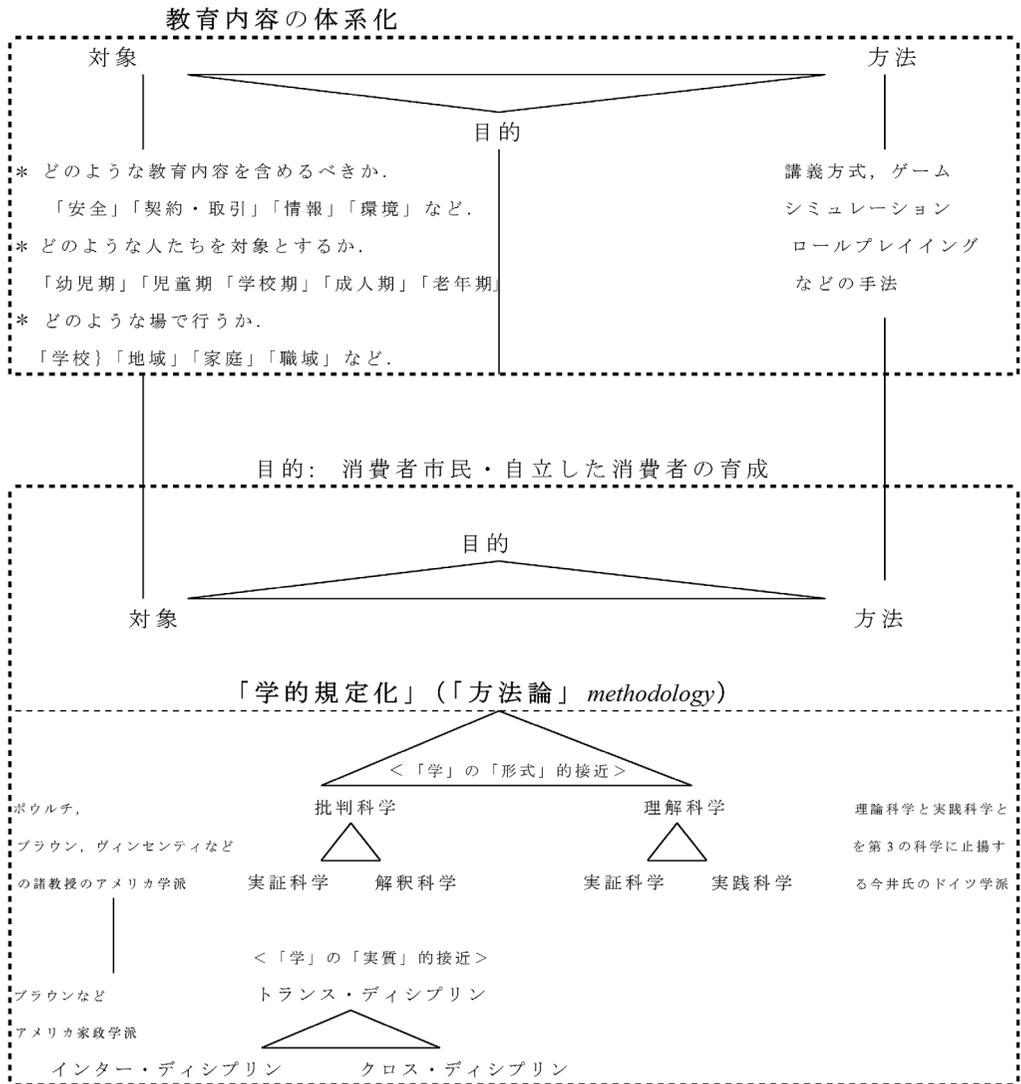
今井氏は、消費者教育原論を確立するには、消費者教育論がどのような学的性格をもつか、どのように学的規定されるかという「学的規定化」が非常に重要と考えている。それを図示したのが図1の下部である。それは研究の「目的」「対象」「方法」の三位一体から成る「方法論」(methodology)によって構成されている。第1の要素である研究の「目的」は前述のように「消費者市民・自立した消費者の育成」とされ、比較的明白である。それに対して、第2の要素である研究の「対象」は社会の変化と共に変化し展開されていくものである。

第3の要素である研究の「方法」として今井氏は、消費者教育論を「実証科学」と「実践科学」とを止揚した第3の科学としての「理解科学」として学的規定し、それを研究の「方法」として認識している。これはドイツ学派の方法であり、形式的な接近方法と言える。

他方、アメリカ家政学派の「トランス・ディシプリン」の構成概念は、プラグマティズム的な「実質」的接近と行うことができる。商学・経済学、生活・家政学、教育学と多様な分野から研究者が参集する消費者教育論においては、これらの研究分野がただの寄せ集めにならないよう、殊に「トランス・ディシプリン」の構成概念が重要になるのである。

消費者教育原論を総合的統一化するために、「形式論」的アプローチとしては今井氏の家政学原論を手がかりとした研究の「目的」「対象」「方法」を三位一体で認識する「方法論」(methodology)が可能であろう。また、「実質論」的アプローチとしては「調整」と「媒体」と「了解」の三位一体で「内実的」に対応するハーバーマスの「コミュニケーション的行為論」が可能と考えられる。

図1 消費者教育の教育内容の「体系化」と「学的規定化」（「方法論」(methodology)）の違いと関係



（前半の「体系化」については消費者庁などの報告<sup>19)</sup>に基づいて作成。後半の学的規定化＝<方法論 (methodology)>については今井氏の示唆に基づいて作成）

## 終わりに

本稿は、今井氏の活動と業績をたどりながら、日本の消費者教育の歴史と、草創・展開期を中心に消費者教育論を学史的にまとめ、現在の消費者教育論が直面している課題について論じた。

今井氏の消費者教育論の特質は、当初から消費者教育の「本質概念の枠組み」、いわば「消費者教育原論」を志向した点にある。それは恩師の高田馨博士から「原理ものをやれ」と繰り返し指導されたためであり、同氏の家政学・消費者教育論の研究姿勢は家政学原論を基本としているのである。そして、前出、PCCIの「Q&A」は、こうした消費者教育論の研究姿勢の実現に重要な役割を果たしたとのことであった。

日本の消費者教育論の学史をまとめるには、まずは今井氏の業績をたどることと思いつたのが本稿を執筆した契機であり、同氏には快くインタビューに応じていただき多くの資料を提供していただいた。ここで再認識したのは、現代の知の巨人としての今井氏であり、その著作は家政学、家庭経営学、生活設計論、消費者教育論の多岐にわたり歴大で、いずれの分野でも重要な位置を占めている。

例をあげれば枚挙いとまないが、一例のみ取り上げれば、今井光映・佐原 洋・植野 昭・小木紀之『現代消費生活思想：コンシューマリズムの原理』<sup>20)</sup>は、消費者問題総論とともに、その具体としてのコンシューマリズム、消費者運動、消費者教育が理論的にまとめられている。特に今井氏担当の第2章「コンシューマリズムの原理」は、「コンシューマリズム」の理念の歴史的流れ、その本質概念が詳細な資料収集のもとになされ、現在でも、「コンシューマリズム」に触れるなら一度は目を通しておかなければならない古典になっている。

今回、本稿でまとめられたのも、提供していただいた資料と証言の一端であり、さらに詳細な内容については今後、書籍の形にしたいと考えている。今井光映氏には御礼を申し上げる次第である。

## 註)

- 1) 本稿において、「消費者教育」と「消費者教育論」は意図的に区別して記述されている。「消費者教育」の定義は同じ段落に示されている消費者教育推進法第二条の通りで、家庭教育・学校教育・社会教育等の場で行われる「教育」としての実践のことを指す。「消費者教育論」は、消費者教育を対象とする研究分野のことを指す。
- 2) 1-2, 1-3, 1-4 は、今井氏に対して「日本の消費者教育論の草創期において今井氏が消費者教育論の研究に入ったきっかけ」「日本消費者教育学会設立までの経緯」についてインタビューした内容と文献調査に基づいて構成した。
- 3) 今井光映「アメリカ家政学史(1)~(8)」『家庭科教育』40巻12号、1966~41巻9号、1967。

小木紀之「『消費者保護組織・教育に関する中間答申』に対する若干の疑問点」『家庭科教育』40巻11号、1966。

小木紀之『現代消費者教育論：かしこい消費者になるために』風媒社、1969。

小木紀之『消費者問題を考える』家政教育社、1969。

- 4) 国民生活研究所『生活経営学』至誠堂、1969。

今井光映・松下英夫編著『新家政経営論』法律文化社、1967。

今井光映・山口久子編著『生活設計論』ミネルヴァ書房、1971。

今井光映・小木紀之『消費者福祉』ミネルヴァ書房、1970。

今井光映・佐原 洋・植野 昭・小木紀之『現代消費生活思想：コンシューマリズムの原理』法律文化社、1971。

そのほかにも、中部家庭経営学研究会編『家庭経営13講』ドメス出版、1973。同編『テキストブック家政学』有斐閣、1979など。

- 5) “An Educated Consumer Is Our Best Customer” は、(財)消費者教育支援センター（現在は公益財団法人）が1996年に主催し、筆者らが企画・運営したアメリカGS (Guaranteed Satisfaction) 調査団（団長：宇野氏）がニューヨークを訪問した際、ある小売店の看板に掲げられていた言葉である。その記録については宇野政雄・阿部信太郎編『C.S. (顧客満足) から G.S. (満足保証) へ』(財)消費者教育支援センター、1999参照。なお、“An Educated Consumer is the Best Customer” 「教育を受けた消費者こそ最良の顧客である」は、アメリカの消費者教育でよく用いられる慣用句である。宇野氏の消費者・生活者論については、片山又一郎『現代生活者試論 類型化と展開』白桃書房、2000に詳述されている。
- 6) 今井光映・紀 嘉子『アメリカ家政学史：ホーム・エコノミックスとヒープの原点』光生館、1990。  
今井光映「消費者教育の自覚と発展(I)：1900年代初頭のコンシューマリズム第1波の時代まで」『消費者教育(第14冊)』光生館、1994。
- 7) 本章は、今井氏に対して「日本消費者教育学会設立された後の日本の消費者教育論の発展期において、同氏が初代表理事・会長として取り組んだ消費者教育の定義・概念的枠組みと海外調査」についてインタビューした内容と文献調査に基づいて構成した。
- 8) 今井光映「消費者教育の発展：消費者教育の定義・基本概念の枠組み集」『消費者教育(第13冊)』、1993。
- 9) 今井光映「消費者教育」加藤一郎・宇野政雄編『消費者教育事典』有斐閣、1999。
- 10) 日本消費者教育学会編『新 消費者教育 Q&A』中部日本教育文化会、2007。
- 11) Bannister, Rosella. & Charles Monsma. (1982) “*Classification of Concepts in Consumer Education*,” South-Western Publishing, Cincinnati, USA.
- 12) 今井光映・中原秀樹編著『消費者教育論』有斐閣、1994。
- 13) 今井氏らによるヨーロッパ消費者教育情報資料は下記の通りである。  
今井光映『欧米の消費者活動・消費者保護機構』愛知県企画部、1978。

今井光映「消費者教育の課題と展望」『消費者教育（第1冊）』光生館、1983。

今井光映・山口久子編著『生活学としての家政学』第3章、有斐閣、1991。

今井光映「消費者教育の発展：消費者教育の定義・基本概念の枠組み集」『消費者教育（第13冊）』光生館、1993。

今井光映『ドイツ家政学・生活経営学』第10章、（財）名古屋大学出版会、1994。

今井光映・中原秀樹編著『消費者教育論』第1章、2章、3章、付録など。有斐閣、1994。

北欧閣僚評議会編・大原明美訳『北欧の消費者教育：「共生」の思想を育む学校でのアプローチ』新評社、2003。

- 14) 「『消費者教育推進法』の早期成立のための要望書」『日本消費者教育学会会報（第32号）』日本消費者教育学会、2012。
- 15) 花城梨枝子「消費者シティズンシップ教育試案：よりよい社会のための責任ある経済投票権の行使」『国民生活研究』第49巻3号、2009。
- 16) 阿部信太郎「社会科・公民科における消費者教育と市民性の育成」『消費者教育（第32冊）』日本消費者教育学会、2012。
- 17) 3-2 は、今井氏に対して今後の消費者教育論の課題として「消費者教育の体系化」についてインタビューした内容と文献調査に基づいて構成した。本節でも述べられている通り、同氏はどのような教育内容や教科が含まれるかという「体系化」（学的構成論、教科内容構成論）もさることながら、消費者教育論が学として定立するには、消費者教育論の「学的規定化」が重要なことを強調している。
- 18) 中森千佳子「アメリカ家政学と消費者科学」松岡明子編著『家政学の未来：生活・消費・環境のニュー・パラダイム』第1部第3章、有斐閣、2004。  
東 珠実「高等教育機関における消費者教育の実態：教育系、家政系学部・学科のシラバス分析」中京大学社会科学研究所プロジェクト＜消費者問題と消費者被害の研究＞編『消費者問題と消費者保護』成文堂、2004。  
山森芳郎『生活科学の展開』家政教育社、2005。  
御船美智子編著『消費者科学入門』光生館、2006。
- 19) 消費者教育推進のための体系的プログラム研究会『消費者教育の体系イメージマップ ～消費者力ステップアップガイド～』消費者庁、2012。
- 20) 今井光映・佐原 洋・植野 昭・小木紀之、1971、前掲書。

# The Rise and Development of Consumer Education in Japan

Shintaro Abe

## Abstract

The year 2012 was an epoch-making one for consumer education in Japan, because the Promotion of Consumer Education Law was enacted. Consumer education, which has an important aim to nurture an independent consumer and citizenship, has been now legally recognized. To realize this, there have been a lot of efforts by the scholars of consumer education. This paper discusses the history of consumer education in Japan, especially focused on its rising period of 1960's and 70's, and developing period of 1980's and 90's, mainly based on the achievement and interview of Mitsuaki Imai, the first president of Japan Academy of Consumer Education.