

子どもの経済認識の発達に関する調査的研究

加藤 寿郎

(社会科教育研究室)

(平成8年9月30日受理)

A Investigative Study on the Development of Economic Cognition in Children

Toshiaki KATO

I はじめに

子どもの社会を捉える見方・考え方はどのように発達するのか、どうやって育てるのかを考察することは、科学的な社会認識の育成を目指す社会科教育の基礎的な研究課題だと考えることができる。一般に社会認識を育てるためには、教材の論理（子どもに何を教えるべきか）と認識の心理（子どもはどのように認識するのか）をふまえた認識の論理（子どもはどのように認識すべきか）に基づく授業構成が必要だと考えられる。しかし、実際の社会科授業を考えた場合、子どもの発達段階に即した指導が強調されながらも、教え込みや暗記社会科、といった問題点が指摘される。これらの問題の原因の一つとして、何を教えるべきかという教材の論理が子どもの分かり方といった認識の心理に先行してきたことがあげられる。子どもの発達段階に即した教育、子どもの実態把握といった言葉をスローガンに終わらせないためにも、子どもの社会認識（見方・考え方）の発達¹⁾の様相を明らかにすべきだと考える。

このような問題意識から本小論では、子どもの経済認識²⁾に焦点をあて、その発達の様相を明らかにするための調査の実施、及びその結果の分析を行いたい。また、その結果をふまえて小学校社会科の授業改善についての考察を行う。

II 経済認識の発達に関する調査の視点

子どもの経済認識の発達の様相を明らかにするために、「店（小売店）」を取り上げる。店は、商品を媒介とした経済活動の流れの中で、最終需要者である消費者に直接販売する場であるため、消費者の一人である子どもが最も身近に経済活動に接することができる。そこで、経済活動を行う施設である「店」を子どもが捉える見方・考え方（店概念）から経済認識の発達の様

相を明らかにできると考える。それでは、平成元年度版小学校学習指導要領（以下は現行指導要領）にもとづく社会科授業においては、店をどのように扱い、何を学習内容としているのだろうか。

以下は、現行指導要領及び平成元年度版小学校社会科指導書（以下は、指導書）から、店の学習に関する記述を抜き出したものである。

・現行指導要領第3学年目標(2)

「地域の人々の生活は、自然環境と結び付いて営まれており、地域によって消費生活や生産活動に特色があることや人々の生活は変化していることを理解できるようにし、地域社会を大切にする態度を育てる。(下線引用者)」³⁾

・現行指導要領第3学年内容(3)

「…地域の人々は品質や価格などを考えて購入していることや、商店や商店街などでは販売について工夫していることを理解できるようにするとともに、自分たちの地域は消費生活を通して広く国内の他地域などとかかわりがあることに気付くようにする (下線引用者)」⁴⁾

・指導書第3学年内容(3)解説

「地域の商店街には多様な変化が見られる。…こうした変化は、地域の人々の消費生活を大きく変化させているが、同時にそれは、地域の人々の消費生活の特色を反映しているともいえる。 (下線引用者)」⁵⁾

以上の記述から現行指導要領にもとづく小学校社会科においては、人々の消費生活の変化を店の変化として対象化させ、経済的な見方・考え方を育てることがねらわれていることがわかる。このようなねらいを達成するためには、店を生産－卸売－小売－消費といった流通の文脈の中に位置付けて捉えることが必要である。なぜなら、消費生活の変化は単に店のみならず流通産業全体に影響を及ぼしているからである。それは、店を小売店（流通の中で消費財を消費者に直接提供する施設）として扱うことである⁶⁾。以下は、このような意味で店を取り上げる。

店の分類は、業種（What to sell）を分類基準としたものと業態（How to sell）を基準としたものがある。消費経済の最先端に位置している小売業界は、市場変化（高度情報化社会における消費者の生活様式の変化、ニーズの変化）の影響を受け、それらは小売業態の変化となっており⁷⁾。店の業態に着目した分類基準をあらわしたものが図1である⁸⁾。

このことから、社会の変化や消費者行動の変化を店の変化として扱うためには、店の業態面に着目することが必要である。調査としては、日々変化する多様な店の中から、業態の異なる店を事例として取り上げ、その店を子どもがどのように捉えるのかを明らかにすることが考えられる。

図1 小売業の業態に基づく分類

店舗の有無	経営方式	店舗の規模	店舗の状況	販売方式（人的サービスの有無）	商品構成の広がり
有店舗	単独店	大規模店舗	単店舗	<ul style="list-style-type: none"> セルフサービス 対面販売 	<ul style="list-style-type: none"> 単一部門 複数部門
			集合店舗		
		小規模店舗	単店舗		
			集合店舗		
	チェーン店 (ボランティア フランチャイズ)	大規模店舗	単店舗		
			集合店舗		
		小規模店舗	単店舗		
			集合店舗		
無店舗			通信販売, 訪問販売, 自動販売機 露店商, 行商人		

Ⅲ 経済認識の発達に関する調査の実施

1 調査目的

子どもは経済活動をどのように認識するのか、また、その認識の仕方は質的、量的にどのように発達するのか、を明らかにすることが本調査の目的である。

2 調査方法

(1) 調査A (店の定義)

調査事例として選んだ店は、八百屋、コンビニエンスストア、床屋、通信販売、自動販売機、行商である。調査では、経済活動を行う「施設(店)」に対する子どもの認識の様相を明らかにするために店の定義(店か、店ではないか、それはなぜか)を行った⁹⁾。

(2) 調査B (店の比較)

経済活動を行う小売業者の「行為(経営努力)」に対する子どもの認識の様相を明らかにするために店の違いの比較(八百屋とスーパーマーケットの野菜売り場の違い、コンビニエンスストアとスーパーマーケットの違い、デパートとスーパーマーケットの違い、ショッピングセンターとスーパーマーケットの違い)を行った¹⁰⁾。

調査は、質問紙による自由記述で行った。調査問題は、低学年用(2年生用)、中学年用、高学年用の3種類を用意した。質問内容の理解の徹底を図るため、担任による質問の範読、子どもに馴染みのある具体的な店名の教示を行った。

3 調査計画

(1) 調査問題(論文末に掲載)

(2) 調査実施期間 平成6年6月～7月上旬

(3) 調査対象(都市地域、農漁村地域に位置する広島、島根県下の小学校13校)

学 年	人 数
2 年 生	286人
3 年 生	162人
4 年 生	215人
5 年 生	199人
6 年 生	224人
計	1,086人

・広島県広島市立神崎小学校	74人
・ 〃 吉島小学校	94人
・ 〃 千田小学校	219人
・ 〃 中島小学校	145人
・ 〃 幟町小学校	34人
・ 〃 藤の木小学校	34人
・広島県江田島町立江田島小学校	23人
・広島大学附属小学校	340人
・島根県益田市立鎌手小学校	21人
・島根県平田市立北浜小学校	16人
・島根県鹿島町立佐太小学校	47人
・島根県大田市立川合小学校	23人
・島根県松江市立竹矢小学校	16人

Ⅳ 調査結果の分析と考察

1 調査A（店の定義）の結果と分析

調査項目①（店である，店ではない）の結果が表1である。調査項目②③（理由づけ）の結果集計にあたっては，子どもの記述内容を意味の共通性の観点で分類整理した。店である理由，店ではない理由の記述総数及び割合の結果が表2である。それぞれの店における理由の記述数の結果が表3～14である。

調査の結果から考えられる，子どもの店の捉え方の特徴をあげる。

- ・表1より「店かどうか」の判断の学年差はあまりみられない。
- ・どの学年も店かどうかの判断を5割以上の子どもが可能なおことから，買い物経験を含めた生活経験が影響していると推測される。
- ・表2より知覚可能な具体的事物・事象（売り手，商品，販売行為，店舗等）を根拠に，店とそうでないものを分ける傾向にある。このことは，2，3年生において顕著にみられる。
- ・表3～14より，販売行為を根拠とする指摘が多い。八百屋，通信販売では，販売行為を根拠とし，自動販売機では売り手，販売方法を根拠としていることから，対面販売が判断の根拠だと推測できる。コンビニエンスストアのようなセルフサービスの店では，商品の有無を根拠としている。
- ・扱う商品が限定されることは，店である理由でも店でない理由でもみられるが，全体的にみるといろいろな商品を扱うことを店の理由としてあげる傾向にある。
- ・スーパーマーケットと比べる記述や商品として食料品をあげる記述が多い。このことから，食料品スーパーマーケットを店の典型としてイメージしていると推測される。
- ・買い手の代金の支払いや店の利益（もうけ）については，5，6年生頃から意識される。このことから豊富な買い物経験に比べ，店でのお金の流れの意識が低いといえる。
- ・4年生頃からわずかであるが仕入れの記述が増える。この頃から，商品の流れが意識され始めると推測される。

子どもの経済認識の発達に関する調査的研究

表1 「店」の定義の結果 (数字は記入者数の割合)

項目	学年	2年生	3年生	4年生	5年生	6年生
1-①	ア	79.0	82.7	83.3	83.2	91.8
	イ	7.7	11.8	9.8	5.9	4.1
	ウ	13.3	5.5	6.9	10.9	4.1
	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2-①	ア	68.5	70.1	73.5	69.8	86.5
	イ	9.5	12.6	9.3	6.7	4.7
	ウ	22.0	17.3	17.2	23.5	8.8
	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
3-①	ア	34.6	36.2	40.0	31.2	37.8
	イ	39.9	36.2	34.9	36.9	40.6
	ウ	25.5	27.6	25.1	31.9	21.6
	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
4-①	ア	18.9	26.8	17.6	19.3	25.0
	イ	38.8	37.0	41.9	35.3	39.9
	ウ	42.3	36.2	40.5	45.4	35.1
	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
5-①	ア	8.0	4.7	6.0	11.8	9.4
	イ	80.5	87.4	79.6	74.8	76.4
	ウ	11.5	7.9	14.4	13.4	14.2
	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
6-①	ア	34.6	25.2	39.5	47.9	42.6
	イ	23.4	33.9	21.0	22.7	21.6
	ウ	42.0	40.9	39.5	29.4	35.8
	計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

1-① (八百屋), 2-① (コンビニエンスストア),
 3-① (床屋), 4-① (通信販売),
 5-① (自動販売機), 6-① (行商)
 ア…店である, イ…店ではない, ウ…わからない

表2 店の理由づけの結果 記入数(%)

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手 (有無, 人数)		113 (10.3)	63 (8.4)	99 (12.6)	88 (13.2)	89 (11.2)	452 (11.1)
商 品 (品質, 品揃え)		315 (28.8)	202 (27.0)	177 (22.6)	126 (18.8)	130 (16.4)	950 (23.2)
販売行為		355 (32.6)	251 (33.6)	271 (34.6)	209 (31.2)	235 (29.6)	1321 (32.3)
販売方法		81 (7.4)	49 (6.5)	48 (6.1)	36 (5.4)	73 (9.2)	287 (7.0)
利 益		6 (0.5)	13 (1.7)	12 (1.5)	68 (10.2)	88 (11.1)	187 (4.6)
仕 入 れ				5 (0.6)	8 (1.2)	13 (1.6)	26 (0.6)
店舗(有無, 施設, 規模)		106 (9.7)	96 (12.8)	82 (10.5)	62 (9.3)	56 (7.1)	402 (9.8)
各種サービス		11 (1.0)	7 (0.9)	8 (1.0)		9 (1.1)	35 (0.9)
買い手 (有無, 人数)		24 (2.2)	5 (0.7)	3 (0.4)	5 (0.7)	17 (2.1)	54 (1.3)
代金の支払い		44 (4.0)	39 (5.2)	47 (6.0)	57 (8.5)	70 (8.8)	257 (6.3)
そ の 他		38 (3.5)	24 (3.2)	32 (4.1)	10 (1.5)	14 (1.8)	118 (2.9)
計		1093 (100.0)	749 (100.0)	784 (100.0)	669 (100.0)	794 (100.0)	4089 (100.0)
無回答者数(人)		98	98	90	107	97	490

表3 1-② (八百屋は店である) 記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無, 人数)		1	2	3	5	6	17
商 品 (品質, 品揃え)		29	22	9	11	6	77
販売行為		118	84	100	71	92	465
販売方法		1					1
利 益		3	2	2	30	22	59
仕 入 れ				2	8	11	21
店 舗 (有無, 施設, 規模)		15	20	4	8	4	51
各種サービス						1	1
買い手 (有無, 人数)		12	1	2		8	23
代金の支払い		2	1	3	2	8	16
そ の 他		10	7	9	1	2	29
計		191	139	134	136	160	760
無回答者数(人)		2	1	2			5

表4 1-③ (八百屋は店でない) 記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無, 人数)				1			1
商 品 (品質, 品揃え)		9	9	7	3	3	31
販売行為							
販売方法							
利 益							
仕 入 れ							
店 舗 (有無, 施設, 規模)		3		3	1		7
各種サービス							
買い手 (有無, 人数)							
代金の支払い							
そ の 他		1	1		1		3
計		13	10	11	5	3	42
無回答者数(人)		8	5	5	2		20

加藤 寿朗

表5 2-② (コンビニエンスストアは店である)
記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)		3	1	3	4	6	17
商 品 (品質,品揃え)		149	111	121	78	92	551
販 売 行 為							
販 売 方 法							
利 益		2	5	1	18	24	50
仕 入 れ				2		1	3
店 舗 (有無,施設,規模)		6	18	8	3	4	39
各種サービス		5		1		6	12
買 い 手 (有無,人数)		5	3	1	5	7	21
代金の支払い		3		3	5	5	16
そ の 他		2	4	3	1	3	13
計		175	142	143	114	148	722
無回答者数(人)		5	5	8	3	2	23

表6 2-③ (コンビニエンスストアは店でない)
記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)							
商 品 (品質,品揃え)		8	7	7	7	5	34
販 売 行 為							
販 売 方 法							
利 益							
仕 入 れ							
店 舗 (有無,施設,規模)				2			2
各種サービス		1	1	3			5
買 い 手 (有無,人数)							
代金の支払い							
そ の 他		2	5	2		1	10
計		11	13	14	7	6	51
無回答者数(人)		6	10	5	12	7	40

表7 3-② (床屋は店である)
記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)		1		1		2	4
商 品 (品質,品揃え)		3	3	1	6	1	14
販 売 行 為		39	23	29	19	12	122
販 売 方 法							
利 益		1	5	5	10	25	46
仕 入 れ							
店 舗 (有無,施設,規模)			1	2	1	1	5
各種サービス							
買 い 手 (有無,人数)		6	1			2	9
代金の支払い		20	29	24	25	19	117
そ の 他		8	5	7	2	1	23
計		78	67	69	63	63	340
無回答者数(人)		10	18	5	12	16	61

表8 3-③ (床屋は店でない)
記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)							
商 品 (品質,品揃え)		27	2	6	2	3	40
販 売 行 為		71	47	51	40	52	261
販 売 方 法							
利 益							
仕 入 れ							
店 舗 (有無,施設,規模)		1					1
各種サービス							
買 い 手 (有無,人数)							
代金の支払い							
そ の 他		3		2	1	3	9
計		102	49	59	43	58	311
無回答者数(人)		5	2	8	5	10	30

子どもの経済認識の発達に関する調査的研究

表9 4-② (通信販売は店である) 記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)					1	1	2
商 品 (品質,品揃え)		14	13	3	8		38
販 売 行 為		15	18	15	12	13	73
販 売 方 法							
利 益				3	8	13	24
仕 入 れ							
店 舗 (有無,施設,規模)						1	1
各種サービス		5	2	1		1	9
買 い 手 (有無,人数)							
代金の支払い		5	2	10	15	20	52
そ の 他				1			1
計		39	35	33	44	49	200
無回答者数(人)		20	15	22	19	23	99

表10 4-③ (通信販売は店でない) 記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)				2		1	3
商 品 (品質,品揃え)		22	14	1			37
販 売 行 為		66	28	45	37	45	221
販 売 方 法							
利 益							
仕 入 れ							
店 舗 (有無,施設,規模)		25	19	19	15	12	90
各種サービス				1			1
買 い 手 (有無,人数)							
代金の支払い							
そ の 他		3		3	2	2	10
計		116	61	71	54	60	362
無回答者数(人)		10	19	11	20	10	70

表11 5-② (自動販売機は店である) 記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)		2	2	1	10	16	31
商 品 (品質,品揃え)		8	7	2	5	6	28
販 売 行 為							
販 売 方 法		3	4	2			9
利 益					2		2
仕 入 れ							
店 舗 (有無,施設,規模)							
各種サービス							
買 い 手 (有無,人数)							
代金の支払い		6	5	3	5	8	27
そ の 他		1			2		3
計		20	18	8	24	30	100
無回答者数(人)		1	1		5	3	10

表12 5-③ (自動販売機は店でない) 記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)		88	54	79	53	56	330
商 品 (品質,品揃え)		30	12	10	2	5	59
販 売 行 為							
販 売 方 法		71	35	41	26	61	234
利 益							
仕 入 れ							
店 舗 (有無,施設,規模)		15	18	8	10	4	55
各種サービス			4	2		1	7
買 い 手 (有無,人数)							
代金の支払い							
そ の 他		8	2	2		2	14
計		212	125	142	91	129	699
無回答者数(人)		2		5	2	2	11

表13 6-② (行商は店である)

記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)		15	4	8	15	1	43
商 品 (品質,品揃え)		11	1	9	4	8	33
販 売 行 為		46	51	31	30	21	179
販 売 方 法						1	1
利 益			1	1		4	6
仕 入 れ				1		1	2
店 舗 (有無,施設,規模)		8		6	2	5	21
各種サービス							
買 い 手 (有無,人数)							
代金の支払い		8	2	4	5	10	29
そ の 他				3			3
計		88	59	63	56	51	317
無回答者数(人)		10	12	10	7	9	48

表14 6-③ (行商は店でない)

記入数

内容	学年	2年	3年	4年	5年	6年	計
売り手(有無,人数)		3		1			4
商 品 (品質,品揃え)		5	1	1		1	8
販 売 行 為							
販 売 方 法		6	10	5	10	11	42
利 益							
仕 入 れ							
店 舗 (有無,施設,規模)		33	20	30	22	25	130
各種サービス							
買 い 手 (有無,人数)		1					1
代金の支払い							
そ の 他							
計		48	31	37	32	37	185
無回答者数(人)		19	10	9	20	15	73

2 調査B (店の比較) の結果と分析

分析にあたっては子どもの記入内容を、業態変化をもたらす経営要素(比較視点カテゴリー)を視点として処理した¹¹⁾。比較視点カテゴリーは、①各種商品の品揃え②店舗規模③店舗施設④価格⑤販売方法⑥付帯サービスの提供⑦立地⑧その他、の8視点である。(表15を参照)

調査結果集計(表15)に基づいて、学年(5)×比較視点のカテゴリー(8)の χ^2 検定を行った。その結果、 $\chi^2(28) = 388.22$ となり、 $P < .001$ (0.1%水準)で有効であった。

残差分析の結果(表16)から判断できることは以下の点である。

- ① 2年生では「各種商品の品揃え」「店舗規模」「店舗施設」の視点から比較する者が多く、「価格」「販売方法」「付帯サービスの提供」「立地」の視点から比較する者が少ない。
- ② 3年生では「店舗規模」「店舗施設」の視点から比較する者が多く、2年生と同様に「価格」「販売方法」「付帯サービスの提供」「立地」の視点から比較する者が少ない。
- ③ 4年生では「付帯サービスの提供」の視点から比較する者が多くなるが、「立地」の視点から比較する者はあいかわらず少ない。
- ④ 5年生では「店舗規模」「店舗施設」の視点から比較する者は少なくなり、「価格」「販売方法」「付帯サービスの提供」「立地」の視点から比較する者が多くなる。
- ⑤ 6年生では「各種商品の品揃え」「店舗規模」の視点から比較する者が少なくなり、5年生と同様に「価格」「販売方法」「付帯サービスの提供」「立地」の視点から比較する者が多い。

子どもの経済認識の発達に関する調査的研究

表15 アンケート結果集計 (総計)

記入数 (%)

比較視点 \ 学年	2年生	3年生	4年生	5年生	6年生	全 体
各種商品の品揃え	228 (42.4)	155 (40.8)	228 (39.0)	242 (37.0)	249 (32.9)	1102 (37.8)
店 舗 規 模	178 (33.1)	111 (29.1)	116 (19.9)	92 (14.0)	87 (11.5)	584 (20.0)
店 舗 施 設	54 (10.0)	61 (16.0)	35 (6.0)	25 (3.8)	49 (6.5)	224 (7.7)
価 格	17 (3.2)	16 (4.2)	59 (10.1)	77 (11.7)	105 (13.9)	274 (9.4)
販 売 方 法	34 (6.3)	23 (6.0)	63 (10.8)	102 (15.5)	122 (16.1)	344 (11.8)
付帯サービスの提供	18 (3.3)	7 (1.8)	66 (11.3)	75 (11.4)	93 (12.3)	259 (8.9)
立 地	1 (0.2)	—	11 (1.9)	35 (5.3)	47 (6.2)	94 (3.2)
そ の 他	8 (1.5)	8 (2.1)	6 (1.0)	8 (1.3)	4 (0.5)	34 (1.2)
計	538 (100.0)	381 (100.0)	584 (100.0)	656 (100.0)	756 (100.0)	2915 (100.0)
無回答者数(人)	464	170	123	70	110	937

表16 残差分析の結果

比較視点 \ 学年	2年生	3年生	4年生	5年生	6年生
各種商品の品揃え	2.42*	1.24	0.69	-0.55	-3.21**
店 舗 規 模	8.38**	4.76**	-0.12	-4.37**	-6.81**
店 舗 施 設	2.27*	6.55**	-1.72	-4.23**	-1.44
価 格	-5.49**	-3.73**	0.65	2.33*	4.92**
販 売 方 法	-4.36**	-3.74**	-0.85	3.38**	4.29**
付帯サービスの提供	-5.00**	-5.19**	2.30*	2.61**	3.84**
立 地	-4.42**	-3.82**	-2.05*	3.48**	5.41**
そ の 他	0.77	1.82	-0.35	0.14	-1.90

* : P < .05 ** : P < .01

表16の数値は、+の場合そのカテゴリーの記入者数が期待値(理論値)よりも多い方向を示し、-の場合は逆に少ない方向を意味する。

以上の結果から、店の違いを捉える視点の特徴として次の3点をあげることができる。

- ①店の違いを捉える視点は、4年生頃から多面的になる。
- ②4年生（9，10歳）は、2・3年生の傾向と5・6年生の傾向の中間的な傾向を示す。
- ③2・3年生は「各種商品の品揃え」「店舗規模」「店舗施設」など、具体物の量、大ききで判断する傾向にあるが、4年生からは「価格」「販売方法」「付帯サービスの提供」「立地」など具体的事物・事象の意味や価値、事象間の関係から判断できるようになる。

調査A，Bの結果から考えられる、子どもの経済認識の発達に関する特徴は以下の3点である。

- ①子どもの認識は、4年生を境として2，3年生と5，6年生で質的な違いがみられる。
- ②学年とともに知覚可能なもの、あるいは体験的に認知可能な社会的事物・事象を根拠とした判断だけでなく、事物・事象間の関係の推測にもとづく判断もできるようになる。
- ③物流，売買，利益，お金の機能・価値といった小売業者の経済活動に対する認識は、高学年においても十分ではない。

3 社会科授業改善の視点

本調査結果をふまえて、小学校社会科の授業改善に関する若干の考察を行いたい。調査結果より、学年が上がるにつれ店の捉え方が多様になってくることが認められるが、その学年差は大きくない。このことから社会の変化や消費者行動の変化を店の変化として十分には捉えられていないと考えることができる。

店の相互関係は、分業関係（商品別分業，地域的分業，業種別分業），競争関係（商品間競争，地域間競争，業種間競争及び業態間競争），協業関係（商店街，共同店舗，協同組合，ボランティア・チェーン，フランチャイズ・チェーン）があげられる¹²⁾。小学校3年生の学習内容である商店街やスーパーマーケットの工夫・努力は、小売業の相互関係を主として分業関係，協業関係の視点で扱っている。社会の変化は、店の競争関係から考えることが可能であり、そのためには店の業態面に着目し、店の違いを業態の違いとして学習することが考えられる。その際に、子どもの意識は具体的事物・事象に目が向かいがちであるという調査結果から、小売業者の経営努力としての工夫を消費者行動と関係づけて扱うことが必要になる。

また、3年生の店の学習だけでなく他の学年とのつながりも配慮すべきだと考える。我が国の産業と国民の生活の関連を主として扱う5年生社会科の目標は以下の通りである。

• 現行指導要領第5学年目標(1)

「我が国の食料生産，工業生産の特色及び運輸，通信などの産業の様子やこれらの産業と国民生活との関連について理解できるようにし，我が国の産業の発展に関心をもつようにする（下線引用者）」¹³⁾

現行指導要領から新たに取り入れられた運輸，通信などの第3次産業の学習においては、宅配便の仕事や放送局の仕事を教材として扱うことが多い。消費生活と店の関連を学習内容とする3年生社会科との接続・発展を考慮した場合、5年生の第3次産業の学習内容として流通と

消費生活の関連を取り上げることが必要だと考えられる¹⁴⁾。その際、3年生においては、店を生産から消費へという流通の中で位置づけながら扱い、5年生においては店の学習を進展させながら商品を媒介とする流通の仕組みを取り上げることが考えられる。

V おわりに

今後の課題として、以下の3点をあげたい。

- ①本調査で明らかになった、小学校4年生を境とした2・3年生と5・6年生の店の捉え方の違いを生む要因は何かを明らかにすること¹⁵⁾。
- ②どのような視点で授業構成を行えば経済認識の発達は促進されるのか、実験授業を通して明らかにすること。
- ③経済的意思決定など他の経済認識や政治認識における子どもの認識の発達の様相を明らかにすること。

[註]

- 1) 社会認識の発達に関する先行研究は、社会諸概念や制度の理解の発達を扱った心理学の研究と意識調査を中心とする社会科教育における研究に大別できる。しかし、これらの研究の方法と成果は示唆に富むものの、社会科の授業改善に十分生かされてこなかったのが現状であろう。前者の研究を整理したものとしては、木下芳子「社会についての理解」『新・児童心理学講座8 対人関係と社会性の発達』金子書房、1992、pp. 219-259、が詳しい。後者の研究としては、日本社会科教育研究会、信濃教育会教育研究所の歴史意識、地理意識を扱った一連の研究が主としてあげられる。
- 2) 心理学における経済認識の発達研究を整理したものとしては、以下の文献が詳しい。福田正弘「子どもの経済システム理解の発達(1)-子どもの経済制度理解の発達段階-」『長崎大学教育学部教科教育学研究報告』第26号、1996、同「子どもの経済システム理解の発達(2)」『社会科研究』第44号、1996。
- 3) 文部省『小学校学習指導要領』大蔵省印刷局、1989、p. 28。
- 4) 同上、p. 29。
- 5) 文部省『小学校指導書 社会編』学校図書株式会社、1989、p. 20。
- 6) 小学校教科書では「店、商店、商店街、商店会」、中学校教科書では「小売店、小売商、小売業」と記述されており、用語の言い換えの問題が指摘できるが、この点に関しては別の機会に考察したい。なお、用語の言い換えの問題点については、波多野完治・滝沢武久『子どものものの考え方』岩波書店、1963、pp. 185-199、を参照。
- 7) 小売店の動向については以下の文献を主として参考にした。建野堅誠「小売商店数の業態別動向-最近の小売商店数減少問題を中心に-」『長崎県立国際経済大学論集』第23巻、第1号、1989、同「最近のわが国小売業の動向とその特質-商業統計表を中心に-」『長崎県立大学論集』第27巻、第2・3号、1994、同「最近のわが国小売業の業態別動向とその特質」『長崎県立大学論集』第28巻、第3号、1995、宮下正房『日本の商業流通』中央経済社、1989、宇野政雄他編『流通業界』教育社、1991、田島義博『流通機構の話』日本経済新聞社、1992、増田大三編著『現代小売業の構図と戦略』中央経済社、1995。
- 8) 図は『流通機構の話』、pp. 44-46、をもとに筆者が作成した。
- 9) 調査問題の作成にあたっては、佐久間勝彦『教材発掘フィールドワーク』日本書籍、1989、pp. 105-138、から示唆を得た。
- 10) 店の違いの比較で、「スーパーマーケット」と比べさせたのは、予備調査の結果から、子どもが店の典型としてスーパーマーケットを連想すると考えたからである。これは、本調査の結果とも一致する。
- 11) 比較視点については、日本経済新聞社編『流通入門』日本経済新聞社、1990、を主として参考にした。
- 12) 『流通機構の話』、pp. 54-55。

- 13) 『小学校学習指導要領』, p. 31。
- 14) 山根栄次氏は5年生産業学習の内容の問題点として、消費者の観点が明確にされていないことを指摘している。山根栄次『「経済の仕組み」がわかる社会科授業』明治図書, 1990。p. 119。
- 15) 経済認識の発達の要因については、拙稿「社会認識の発達と形成に関する実証的研究(1)－子どもの『店概念』を事例として－」『社会科研究』第46号, 1997, において考察を行っている。

アンケート (高学年用)

小学校 _____ 年 男・女 名前 _____

※これはテストではありません。自分の思ったことをできるだけ詳しく答えて下さい。

1. 「八百屋」は「店」だと思いますか。
 - ① ア、イ、ウから選んで○をして下さい
ア。「店」だと思う
イ。「店」ではないと思う
ウ. わからない
 - ② ①でアを選んだ人にききます。どうして「店」だと考えましたか。
 - ③ ①でイを選んだ人にききます。どうして「店」ではないと考えましたか。
2. 「コンビニエンスストア (たとえばセブンイレブンやローソンなど)」は「店」だと思いますか。
 - ① ア、イ、ウから選んで○をして下さい
ア。「店」だと思う
イ。「店」ではないと思う
ウ. わからない
 - ② ①でアを選んだ人にききます。どうして「店」だと考えましたか。
 - ③ ①でイを選んだ人にききます。どうして「店」ではないと考えましたか。
3. 「床屋」は「店」だと思いますか。
 - ① ア、イ、ウから選んで○をして下さい
ア。「店」だと思う
イ。「店」ではないと思う
ウ. わからない
 - ② ①でアを選んだ人にききます。どうして「店」だと考えましたか。
 - ③ ①でイを選んだ人にききます。どうして「店」ではないと考えましたか。
4. 「通信販売」は「店」だと思いますか。
 - ① ア、イ、ウから選んで○をして下さい
ア。「店」だと思う
イ。「店」ではないと思う
ウ. わからない
 - ② ①でアを選んだ人にききます。どうして「店」だと考えましたか。
 - ③ ①でイを選んだ人にききます。どうして「店」ではないと考えましたか。
5. 「自動販売機」は「店」だと思いますか。
 - ① ア、イ、ウから選んで○をして下さい
ア。「店」だと思う
イ。「店」ではないと思う
ウ. わからない
 - ② ①でアを選んだ人にききます。どうして「店」だと考えましたか。
 - ③ ①でイを選んだ人にききます。どうして「店」ではないと考えましたか。
6. 「行商 (たとえば「薬売り」「魚売り」「ものほし売り」など)」は「店」だと思いますか。
 - ① ア、イ、ウから選んで○をして下さい
ア。「店」だと思う
イ。「店」ではないと思う
ウ. わからない
 - ② ①でアを選んだ人にききます。どうして「店」だと考えましたか。
 - ③ ①でイを選んだ人にききます。どうして「店」ではないと考えましたか。
7. 「八百屋」と「スーパーの野菜売場」はどこがちがうと思いますか。ちがうと思うことをすべて書いて下さい。
8. 「コンビニエンスストア (たとえばセブンイレブンやローソン)」と「スーパーマーケット」はどこがちがうと思いますか。ちがうと思うことをすべて書いて下さい。
9. 「デパート」と「スーパーマーケット」はどこがちがうと思いますか。ちがうと思うことをすべて書いて下さい。
10. 「ショッピングセンター (たとえば _____)」と「スーパーマーケット」はどこがちがうと思いますか。ちがうと思うことをすべて書いて下さい。