三重大学教育学部研究紀要　第 66 巻　教育科学　（2015）　227 － 233 頁

# 生活場面で実践できる力の実態と課題
## ― 消費生活・環境学習との関連 ―

吉本　敏子・小川　裕子・星野　洋美・室　　雅子・安場　規子・吉岡　良江・吉原　崇恵

# The Actual Conditions and Issues of Power that can be Practiced in Life Scene
## －The Context of the Consumer and Environmental Learning－

Toshiko YOSHIMOTO, Hiroko OGAWA, Hiromi HOSHINO, Masako MURO,
Noriko YASUBA, Yoshie YOSHIOKA and Takae YOSHIHARA

## 要　旨

次期学習指導要領の改訂は、能力論を中心に編成されることが見込まれている。そこで、家庭科の今後の方向性を検討するためには、まず家庭科という教科を通して「生きる力」のどのような能力が育成されているのかを明らかにする必要性がある。本研究の目的を、①日常の具体的な場面を想定し課題解決ができる力を把握しようとする PISA 型の調査を設計・実施し、知識や技能を活用して課題解決ができる力が身についているかを把握すること、及び②本研究のような能力を測定する調査が今後ますます必要とされると考えられることから、調査設計の仕方について検討し課題を明らかにすることとした。

本論文においては、中学生、高校生、大学生を対象に行ったアンケート調査の中から、消費生活・環境学習に関わる部分について報告を行った。消費生活・環境に関する内容では、インターネットを通して靴を購入するというテーマで 3 つの問への回答を求め、情報スキル、問題解決力、持続可能な未来づくりへの責任意識という能力の 3 つの要素の実態を明らかにした。また、調査設計の仕方について検討した結果、調査の回答時間、調査対象校の選定、設問の表現と回答方法について課題があると考えられた。

## 1．はじめに

子どもたちが生きる 21 世紀はグローバル化、情報化、地球温暖化、資源の有限化、少子高齢化、貧困と格差の拡大など、社会の変化とともに容易に解決できない大きな課題が山積している。これらの諸課題を解決するために求められるのは、知識や技能を活用して多様な問題状況に取り組み解決する力である。深刻さと複雑さを増している社会の諸課題に対応できる子どもの育成のため、「コンピテンシー」に基づく教育改革を推進することが、今日の世界的な潮流となっている。OECD の「キー・コンピテンシー」や PISA 調査がそれに関連するものである。

日本でも、国立教育政策研究所において、社会の変化に対応する資質や能力を育成する教育課程の編成に関する研究が進められ、「21 世紀型能力」の枠組みの試案が示された[1)]。また文部科学省においても「育成すべき資質・能力を踏まえた教育目標・内容と評価の在り方に関する検討会」が 2014 年 3 月 31 日に「論点整理」を公表しており、次期学習指導要領の改訂は、この能力論を中心に編成されることが見込まれている[2)]。

このような状況の中で、家庭科の今後の方向性を検討するためには、まず家庭科という教科を通して「生きる力」のどのような能力が育成されているのかを明らかにする必要性がある。家庭科の学習は、基礎的・基本的な学習が実生活の場面で実践できる力となることを目指している。これまでの家庭科教育の研究においては、学習内容に関する知識や意識を把握する調査は行われてきたが、日常の具体的な場面を想定し課題解決ができる力を把握しようとした調査はあまりない[3)]。

本研究の目的は、一つ目は、日常の具体的な場面を想定し課題解決ができる力を把握しようとする PISA 型の調査を設計・実施し、知識や技能を活用して課題解決ができる力が身についているかを把握することである。二つ目は、本研究のような能力を測定する調査が今後ますます必要とされると考えられることから、

調査設計の仕方について検討し課題を明らかにすることである。

本論文においては、今回行った調査の中から、消費生活・環境学習に関わる部分について報告をする。

## 2．調査の概要

### (1) 調査の方法

①調査時期：2013 年 3 月～10 月

②調査対象者：愛知県、静岡県、三重県の中学校 1 年生 298 名（男 139 名、女 156 名、不明 3 名）、高等学校 1 年生 456 名（男 156 名、女 300 名）、大学 1 年生 567 名（男 249 名、女 317 名、不明 1 名）。中学校 1 年生の中には 2013 年 3 月に小学校 6 年生を対象に調査したもの（男 54 名、女 56 名、計 110 名）、及び高等学校 1 年生には 2013 年 3 月に中学校 3 年生を対象に調査を行ったもの（男 71 名、女 70 名、計 141 名）が含まれている。

③調査方法：質問紙による集合調査、回答時間 40 分

④回収率：100%

⑤分析方法：回答の記述内容を読み取りデータベースを作成し、エクセル統計により集計及び有意差検定（$\chi^2$検定）を行った。

### (2) 調査の内容

調査内容及びその構成は以下の通りである。まず初めに、中学校 2 年生の生徒の家庭生活の様子を書いた新聞の投書記事を読み、次に 5 つの問とフェイスシートに回答するという構成になっている。

①新聞の投書記事

②家庭生活に関する 5 つの問

問 1（消費生活・環境）：インターネットを利用して靴を買う

問 2（食生活）：献立を立てて食事をつくる

問 3（衣生活）：洗濯をする

問 4（住生活）：住まいの事故について考える

問 5（家族・家庭生活）：家庭の仕事と役割について考える

③フェイスシート

a 住生活において大切にしていること（3 つ選択）

b 幼児との生活経験

c 祖父母との生活経験

d 家庭科の調理実習の家での経験

e 洗濯機の使用経験

f インターネットを利用した商品の購入経験

g 高等学校の家庭科の履修科目

h 履修学年、時間

i 出身高校の所在地

j 学年

k 性別

この中で g～i は大学生調査のみの項目である。

**表 1　新聞の投書記事**

＊まず新聞の投書を読みましょう。

あなたは次のような新聞の投書を見つけました。

私の家は、祖父・祖母・父・母・弟そして私の6人家族です。先日祖母が家の中で転んで腰を打ってしまいました。父と母が会社に行き、私も学校に行った後の出来事だったので、一つ間違えば大ごとでした。そういえばよく祖母は「この家は年寄りには住みにくいねぇ」と言っていました。もっと早く直しておけばよかったです。

そして祖母がけがをして、今まで祖母がどれほど私たちのために働いていてくれたのかに、初めて気がつきました。毎日のご飯やお洗濯、弟の保育園のお迎えや遊び相手…本当に毎日毎日いっぱいやってくれてたんだなぁと。

祖母に感謝すると共に、祖母が回復するまでの期間だけでなく、これからはもっと家の仕事を家族みんなで分担していきたいと思います。おばあちゃん、ありがとう。早く元気になってね。

（中2　みつき）

**表 2　問 1（消費生活・環境）**

問1　みつきさんは、インターネットを利用して靴（くつ）を買うことにしました。

みつきさんは、一生懸命家の仕事をし、親から臨時のおこづかいをもらいました。今はいている靴が少し小さくなってきたと感じていたので、このお金で前から欲しかった人気のスポーツシューズを買いたいと思いました。

みつきさんは、インターネットで調べて靴を見つけました。ショップのウェブサイ トには、この靴の情報や購入方法について、以下のようなことが書かれていました。

メーカー:　(株)XYZシューズ
品番:TAJ215
サイズ:22.5cmから29.0cmまで取り揃えております。
素材:本体＝合成繊維製　補強＝人工皮革製　ゴム底
販売価格:2,800円（税込価格）　送料:525円
お支払い方法（その他負担すべき金額(円)):以下の①～⑥のお支払い方法があります。
①クレジットカード決済　②商品代引（手数料315円）
③現金書留（郵送料500円）　④コンビニ振込（振込手数料105円）
⑤銀行振り込み（振込手数料420円）⑥郵便局振り込み（振込手数料120円）
・コンビニ、銀行、郵便局の振込の場合は、前払いと後払いの両方があります。
後払いの場合は手数料が一律200円必要です。
返品・交換:商品到着後14日以内にお願い致します。
次の場合は、返品・交換ができません。
・商品到着後15日以上経過した商品
・ご使用になられた商品
・お客様の元で、キズまたは汚損が生じた商品
販売期間:2012年07月01日9時00分～2012年10月31日8時59分
事業者名・住所:(株)トップスターシューズ
〒103-0000　東京都中央区〇〇1丁目123　℡03ー0001ー0001



### (3) 消費生活・環境の問

本論文においては、上述の調査内容の中から、消費生活・環境に関する問（問 1）の結果について報告をする。

まずは表 2 のようなウェブサイトの内容を提示し、続いて以下の 3 つの質問をした。

①みつきさんは、靴の代金の支払いを、コンビニ振込（後払い）にすることにしました。この場合、この靴の購入のために全部でいくらお金がかかることになるでしょうか。合計の金額を計算してください。
（　　）円

②インターネットで購入した靴が日曜日に届いたので、みつきさんはすぐに靴を取りだして見ました。デザインは思ったとおりで、とても満足しました。一週間たった次の日曜日、また靴を取り出して、今度はためしにはいてみました。すると少しサイズが小さいように感じました。このような場合、どうしたらよいと思いますか。（自由記述による回答）

③みつきさんが今まではいていた靴は、まだまだはける状態のものです。さて、新しい靴を買った後は、今まではいていた靴をどうしたらよいと思いますか。（自由記述による回答）

## 3．本研究の分析枠組みと調査から読み取ることのできる力

本調査は、図 1 のように、国立教育政策研究所が示した 21 世紀型能力を参考にしながら、調査から読み取ることのできる力として科学性と生活合理性を位置づけた。「科学性（知識・技能の応用力）」は、問題解決のために知識や技能を総合的に思考し活用できる力、「生活合理性（状況把握、姿勢や態度、価値）」は、家族構成や生活資源等の状況に応じた判断ができる力であり、姿勢や態度、価値観の形成を含むものとした。

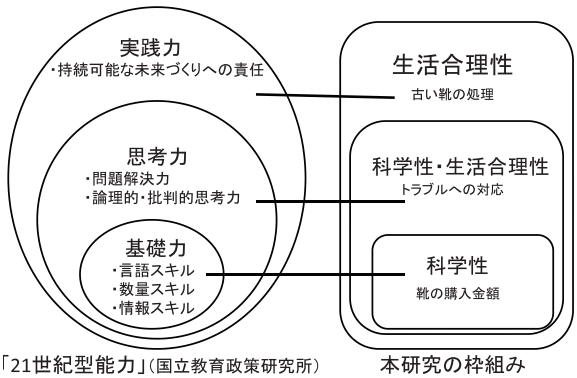



図 1　「21 世紀型能力」と本研究の枠組み

そして、問 1（消費生活・環境）から読み取ることのできる力を、以下の 3 つとした。

①情報スキル：靴の購入にかかる費用がわかり、情報を正しく読み解き理解することができる。

②問題解決力：インターネット上の情報から、返品交換の可否や条件が理解でき、その情報を基にトラブルへの対応を思考し判断ができる。

③持続可能な未来づくりへの責任意識：消費者としてモノを大切にする気持ちや環境への配慮ができる。

靴の購入の計算をすることから読み取る情報スキルは主に科学性の力を、靴の購入に関わるトラブルへの対応方法から読み取る問題解決力は主に科学性と生活合理性を組み合わせた力を、古い靴の処理の仕方から読み取る持続可能な未来づくりへの責任意識は主に生活合理性の力を示すものとして、調査結果を分析をすることにした。

## 4．調査結果及び考察

### (1) 情報スキル

ここでは、靴の購入にかかる費用がわかり情報を正しく読み解き理解することができるという情報スキルが、どの程度身についているかを明らかにしようとするものである。

① インターネットを通じた商品の購入経験

表 3 はインターネットを通じた商品の購入経験がある者を示している。全体では中学生 41.9%、高校生 68.2%、大学生 78.0%と年齢が高くなるにつれて、インターネットを通じた商品の購入経験は多くなっている。また、男女には高校生に有意差がみられた。

表 3　インターネットを通じた商品の購入経験

| | | 購入経験者（人） | 購入経験率（%） | |
|---|---|---|---|---|
| 中学生 | 男 | 62 | 44.6 | |
| | 女 | 63 | 40.9 | |
| | 全体 | 125 | 41.9 | |
| 高校生 | 男 | 96 | 61.5 | * |
| | 女 | 215 | 71.7 | |
| | 全体 | 311 | 68.2 | *** |
| 大学生 | 男 | 187 | 75.1 | |
| | 女 | 255 | 80.4 | |
| | 全体 | 442 | 78.0 | |

* p<0.05　*** p<0.001

② 靴の購入金額の計算

表 4 は、計算をした靴の購入金額とそれぞれの人数・割合を示している。今回の問の正解は、販売価格（2,800 円）、送料（525 円）、コンビニ振込手数

料（105 円）、後払い手数料（200 円）の合計 3,630 円である。

最も多かった回答は3,630 円の正答であったが、中学生 45.6%、高校生 41.7%、大学生 52.6%であり、正答は大学生でも半数程度である。次に多かったのは、振込手数料や後払い手数料を計算に入れていないという誤答であった。

**表 4　靴の購入金額**

| 合計金額（円） | 販売価格 2,800円 | 送料 525円 | 振込手数料 105円 | 後払い手数料 200円 | 中学生（人） | 中学生（%） | 高校生（人） | 高校生（%） | 大学生（人） | 大学生（%） |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3,630 | ○ | ○ | ○ | ○ | 136 | 45.6 | 190 | 41.7 | 298 | 52.6 |
| 3,525 | ○ | ○ | | ○ | 25 | 8.4 | 82 | 18.0 | 153 | 27.0 |
| 3,430 | ○ | ○ | ○ | | 54 | 18 1 | 83 | 18.2 | 49 | 8.6 |
| 3,325 | ○ | ○ | | | 5 | 1.7 | 3 | 0.7 | 0 | 0.0 |
| 3,105 | ○ | | ○ | ○ | 9 | 3.0 | 15 | 3 | 9 | 1.6 |
| 3,000 | ○ | | | ○ | 1 | 0.3 | 5 | 1.1 | 6 | 1.1 |
| 2,905 | ○ | | ○ | | 3 | 1 0 | 3 | 0.7 | 4 | 0.7 |
| 2,800 | ○ | | | | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| その他 | | | | | 63 | 21.1 | 71 | 15.6 | 47 | 8.3 |
| 無回答 | | | | | 2 | 0.8 | 4 | 0.7 | 1 | 0.1 |
| 合計 | | | | | 298 | 100.0 | 456 | 100.0 | 567 | 100.0 |

③ 靴の購入金額を正しく計算した人数・割合

表 5 は、靴の購入金額を正しく計算した者の人数・割合を示している。この結果、靴の購入金額の正答率は、中学生、高校生、大学生の間に有意差が見られ、高校生が最も低い正答率であり、年齢が高くなるにつれて正しい計算ができるようになっているとは言えない。高校生の男女には有意差が見られ、男子の方が計算できていない割合が高い。

**表 5　靴の購入金額を正しく計算した人数・割合**

| | | 正答者（人） | 正答率（%） | |
|---|---|---|---|---|
| 中学生 | 男 | 66 | 47.5 | |
| | 女 | 67 | 42.9 | |
| | 全体 | 136 | 45.6 | |
| 高校生 | 男 | 53 | 34.0 | |
| | 女 | 137 | 45.7 | * |
| | 全体 | 190 | 41.7 | ** |
| 大学生 | 男 | 140 | 56.2 | ** |
| | 女 | 157 | 49.5 | |
| | 全体 | 298 | 52.6 | |

「全体」には性別の不明（中学生 3 名、大学生 1 名）を含む。
* p<0.05　** p<0.01

④ 情報スキルの学校間格差

表 6 は、靴の購入金額を正しく計算した者の割合を、調査対象校別に示したものである。今回の調査では、中学校、高等学校、大学ともに調査対象校は 4 校ずつであった。

**表 6　靴の購入金額を正しく計算した者の割合（学校別）**

（%）

| | A | B | C | D | 全体 |
|---|---|---|---|---|---|
| 中学生 | 45.5 | 50.7 | 24.5 | 52.7 | 45.6 |
| 高校生 | 32.0 | 31.7 | 46.7 | 47.5 | 41.7 |
| 大学生 | 52.0 | 54.8 | 45.5 | 50.0 | 52.6 |

学校別の正答率をみると、正答率が最も高い学校は B 大学の 54.8%、最も低い学校は C 中学校の 24.5%であり、全体的に正答率は低い。正答率が 50%以上 55%未満の学校は、大学 3 校、中学校 2 校の計 5 校であった。その他、正答率が 45%以上 50%未満は中学校 1 校、高等学校 2 校、大学 1 校、30%以上 35%未満は高校 2 校、20%以上 25%未満は中学校 1 校であった。この結果をみると、大学生は調査対象校の中では総じて正答率が高いが、高校生は低く、また中学生はバラつきが大きくみられた。以上のように正答率には学校間格差が大きくあることがわかった。

⑤ インターネット購入の経験の有無と靴購入金額の正答率

表 7 は、インターネット購入の経験の有無と靴の購入金額を正しく計算した者の割合を示したものである。この結果、インターネットを利用した購入経験の有無と靴の購入金額の正答率には、有意差はみられなかった。すなわちインターネットを利用した購入経験がある方がより正しく靴の購入金額を計算できるとは限らないということである。

**表 7　インターネット購入の経験の有無と靴の購入金額を正しく計算した人の割合**

| | 購入経験 | 正答者（人） | 正答率（%） |
|---|---|---|---|
| 中学生 | あり | 58 | 46.4 |
| | なし | 74 | 44.3 |
| | 全体 | 136 | 45.6 |
| 高校生 | あり | 134 | 43.0 |
| | なし | 55 | 38.2 |
| | 全体 | 190 | 41.7 |
| 大学生 | あり | 229 | 51.8 |
| | なし | 68 | 54.8 |
| | 全体 | 298 | 52.6 |

「全体」には、インターネット購入の経験について無回答者中学生 4 名、高校生 1 名、大学生 1 名を含む。

⑥ 「情報スキル」のまとめ

靴の購入金額の計算の正答率は大学生でも 52.6%と低い。また学校間格差が大きく、学校段階が進むにつれて正答率が高くなっているとは言えない。さらに、インターネットを利用した購入経験があっても、正しく購入金額の計算をすることができるの

は大学生でも 50%程度であり、経験知が身についているとは考えられない。以上の結果から、調査対象者は、靴の購入にかかる費用がわかり情報を正しく読み解き理解することができるという情報スキルが十分身についているとは言えない。

### (2) 問題解決力

ここでは、インターネット上の情報から返品交換の可否や条件が理解でき、その情報を基にトラブルへの対応を思考し判断ができるという問題解決力が、どの程度身についているかを明らかにしようとするものである。

①トラブルへの対応方法

本調査の問は、靴の購入から 1 週間後に試着をして靴が少し窮屈だと感じたので、この場合どのようにしたら良いかを考えさせる問であり、回答方法は、各自の考える対応方法について自由記述をする形式とした。分析にあたっては、返品・交換の条件が示されているので、その情報を理解して対応方法を考えているかを読み取ることと、対応方法とそれに至る思考のプロセスを読み取って明らかにすることにした。問の説明文（ショップのウェブサイトの文章）には、返品・交換の条件が以下のように記載されている。

返品・交換：商品到着後 14 日以内にお願い致します。次の場合には、返品・交換ができません。・商品到着後 15 日以上経過した商品・ご使用になられた商品・お客様の元で、キズまたは汚損が生じた商品

表 8 は、トラブルへの対応方法（複数回答）を示したものである。対応方法として「返品・交換をする」と回答した者は中学生 80.2%、高校生 82.5%、大学生 86.4%であり、ほとんどの者が「返品・交換をする」と回答している。次に多かった回答は「我慢して履く」であり中学生 5.0%、高校生 10.1%、大学生 4.6%であった。

**表 8　トラブルへの対応方法**

複数回答

| | 中学生 | | 高校生 | | 大学生 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 人 | % | 人 | % | 人 | % |
| 返品・交換をする | 239 | 80.2 | 376 | 82.5 | 490 | 86.4 |
| 消費生活センターに相談する | 2 | 0.7 | 1 | 0.2 | 4 | 0.7 |
| 人に相談する | 2 | 0.7 | 4 | 0.9 | 0 | 0.0 |
| 売る | 11 | 4.0 | 4 | 0.9 | 10 | 1.8 |
| 人にあげる | 8 | 2.7 | 11 | 2.4 | 11 | 1.9 |
| 弟が大きくなるまで取っておく | 6 | 2.0 | 5 | 1.1 | 0 | 0.0 |
| 我慢して履く | 15 | 5.0 | 46 | 10.1 | 26 | 4.6 |
| しまっておく | 2 | 0.7 | 3 | 0.7 | 3 | 0.5 |
| クーリング・オフをする | 1 | 0.3 | 4 | 0.9 | 17 | 3.0 |
| その他 | 22 | 7.4 | 16 | 3.5 | 27 | 4.8 |
| 無回答 | 4 | 1.3 | 6 | 1.3 | 6 | 1.1 |
| 全体 | 298 | 100.0 | 456 | 100.0 | 567 | 100.0 |

②返品・交換の根拠

「返品・交換をする」と回答した者がなぜ「返品・交換」という対応方法を選択したのかについて、その思考プロセスを探って見ると、表 9 の通りであった。

**表 9　返品・交換の根拠**

| | 中学生 | | 高校生 | | 大学生 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 人 | % | 人 | % | 人 | % |
| 14日以内・未使用だから返品交換 | 7 | 2.9 | 16 | 4.3 | 37 | 7.6 |
| 14日以内だから返品交換 | 42 | 17.5 | 64 | 17.0 | 64 | 13.1 |
| 未使用だから返品・交換 | 5 | 2.1 | 19 | 5.1 | 27 | 5.5 |
| 返品・交換 | 141 | 58.8 | 201 | 53.4 | 242 | 49.3 |
| 問い合せて返品・交換 | 38 | 15.8 | 74 | 19.7 | 111 | 22.7 |
| 自分なりの理由があり返品・交換 | 2 | 0.8 | 2 | 0.5 | 6 | 1.2 |
| その他 | 5 | 2.1 | 0 | 0.0 | 3 | 0.6 |
| 全体 | 240 | 100.0 | 376 | 100.0 | 490 | 100.0 |

「14 日以内・未使用だから返品・交換」という回答は大変少なく、中学生 2.9%、高校生 4.3%、大学生 7.6 %であった。「14 日以内だから返品・交換」「未使用だから返品・交換」という、返品・交換の条件を読んで考慮したであろう回答を合わせても、3 割にも満たない。

最も多かった回答は「返品・交換」と結論だけ書いてあり根拠のわからないもので、中学生 58.8%、高校生 53.4%、大学生 49.3%であった。

次に多かったのは、「問い合せて返品・交換をする」で、中学生 15.8%、高校生 19.7%、大学生 22.7 %であった。「問い合せて返品・交換をする」には「尋ねる」「お願いする」「事情を説明する」「電話して頼んでみる」「無理だと思うが問い合わせする」「交換を試みる」「電話して話し合う」「ダメもとで電話をする」「返品・交換の可否を尋ねる」などの記述が見られた。これらのいずれの回答も「返品・交換」の根拠がはっきりわからなかったもので、ショップのウェブサイトの文章を読み返品・交換の条件を十分理解して、この対応方法に決めたとは考えにくい。

その他、「自分なりの理由があり返品交換する」と回答した者が若干名おり、その理由として「業者がサイズを間違えていたら交換する」「耐えられない小ささだったら返品する」「タグをとっていなかったり、箱もすべてとってあるなら交換する」「クーリング・オフ制度が有効か調べて返品可交換をする」などの記述が見られた。ちなみにこの場合はクーリング・オフできない。

③「問題解決力」のまとめ

靴のサイズが小さい場合に「返品・交換をする」と回答した者が 8 割以上であった。「返品・交換」の根拠として、インターネットの情報（返品・交換の条件）を読み取り判断したと思われる記述は 3 割

にも満たず、他は「返品・交換」の明確な根拠を読み取ることができなかった。どのような場合にも返品・交換ができると思っている可能性もある。理由や根拠の有無にかかわらず 8 割以上が「返品・交換をする」という結論を出しており、これは問題解決の方法として間違っておらず、以上の結果から調査対象者に課題解決力が身についていないとも言い難い。今回の調査では、インターネット上の情報から返品・交換の可否や条件が理解でき、その情報を基にトラブルへの対応ができるという問題解決の思考プロセスまで十分明らかにすることができなかった。

### (3) 持続可能な未来づくりへの責任意識

ここでは、消費者としてモノを大切にする気持ちや環境への配慮ができるという持続可能な未来づくりへの責任意識が、どの程度あるかを明らかにしようとするものである。

①古い靴の処理方法

本調査の間、今まで履いていた靴がまだまだはける状態のものであることから、その靴をどうしたらよいかを考えさせるものであり、回答方法は、各自の考える対応方法について自由記述をする形式とした。

表 10 は、古い靴の処理方法についての回答結果（複数回答）をまとめたものである。古い靴の処理方法はいろいろ考えられるが、その種類は一人当たり平均で中学生 1.3 種類、高校生 1.3 種類、大学生 1.4 種類であった。最も多かった回答は「人にあげる」「フリーマーケットに出す」「弟のために取っておく」というリユース（再使用）であり、これらの結果を合計すると中学生 71.5%、高校生 60.1%、大学生 73.5%であった。次に多かった回答は「しばらく履く」「交互に履く、時々履く」「雨や作業の時に履く」「服に合わせて履く」の使用期間の延長に関する記述であり、これらの結果を合計すると中学生 36.3%、高校生 41.7%、大学生 43.6%であった。また「しまっておく」「ゴミとして捨てる」と回答した者は中学生 23.1%、高校生 25.7%、大学生 20.8%であった。

②「持続可能な未来づくりへの責任意識」のまとめ

古い靴の処理方法として最も多かった回答はリユース（再使用）で、次は使用期間の延長であった。また「しまっておく」「ゴミとして捨てる」と回答した者は 2 割程度いた。この結果から、モノを大切にする気持ちや環境への配慮ができるという持続可能な未来づくりへの責任意識は高いことがわかった。

**表 10　古い靴の処理方法**

複数回答

| | 中学生 | | 高校生 | | 大学生 | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 人 | % | 人 | % | 人 | % |
| 人にあげる | 102 | 34.2 | 130 | 28.5 | 186 | 32.8 |
| フリーマーケットに出す | 64 | 21.5 | 66 | 14.5 | 140 | 24.7 |
| 弟のために取っておく | 47 | 15.8 | 78 | 17.1 | 91 | 16.0 |
| しばらく履く | 41 | 13.8 | 34 | 7.5 | 63 | 11.1 |
| 交互に履く、時々履く | 43 | 14.4 | 59 | 12.9 | 85 | 15.0 |
| 雨や作業の時に履く | 22 | 7.4 | 89 | 19.5 | 78 | 13.8 |
| 服に合わせて履く | 2 | 0.7 | 8 | 1.8 | 21 | 3.7 |
| しまっておく | 49 | 16.4 | 88 | 19.3 | 98 | 17.3 |
| ゴミとして捨てる | 20 | 6.7 | 29 | 6.4 | 20 | 3.5 |
| その他 | 6 | 2.0 | 5 | 1.1 | 16 | 2.8 |
| 無回答 | 3 | 1.0 | 7 | 1.5 | 2 | 0.4 |
| 全体 | 298 | 100.0 | 456 | 100.0 | 567 | 100.0 |

## 5．結　論

本研究の目的の一つは、調査によって日常の具体的な生活場面の課題解決の方法を把握し、課題解決ができる力の実態を明らかにすることであった。本論文では、調査内容の中から消費生活・環境にかかわる部分について報告を行った。消費生活・環境に関する内容では、インターネットを通して靴を購入するというテーマで 3 つの問への回答を求めた。そして、その問への回答を通して情報スキル、問題解決力、持続可能な未来づくりへの責任意識という能力の 3 つの要素の実態を明らかにした。結果を見ると、本調査対象者は、靴の購入にかかる費用がわかり情報を正しく読み解き理解することができるという情報スキルが十分身についているとは言えないことが明らかとなった。また問題解決力については、8 割以上の調査対象者が「返品・交換をする」という解決方法を回答していることから、問題解決力がないとは言い難いという結果であった。さらにモノを大切にする気持ちや環境への配慮ができるという持続可能な未来づくりへの責任意識は高いことが分かった。しかし調査においては、インターネット上の情報から返品・交換の可否や条件が理解でき、その情報を基にトラブルへの対応ができるという問題解決の思考プロセスまでは十分に明らかにすることができなかった。

本研究の目的の二つ目は、調査設計の仕方について検討し課題を明らかにすることであった。アンケート調査全体についてみると、新聞の投書記事を読み 5 つの問とフェイスシートに回答するという構成とし、日常の具体的な場面を想定した調査内容にした点は、回答者自身の日常生活に関わる知識や技能、生活経験や価値観を引き出すことにつながり、問題解決力をみる調査としては有効であったと考えている。しかし、主に以下の 4 点について調査設計上の課題が見出された。

①回答時間：調査方法を質問紙による集合調査とし、授業時間内に調査を実施していただく関係で回答時間を 40 分としたが、この時間は今回の調査内容と回答方法に対しては少し短いのではないかと思われた。しかしそもそも 40 分という回答時間は長いと考えられるので、調査内容と合わせて時間の検討が必要である。

②調査対象校の選定：調査対象校に学校間格差が大きく見られたので、今後同様の調査を行う場合には調査対象校の慎重な選定が必要である。

③設問の表現：消費生活・環境に関わる問についてみると、設問の表現について課題があると思われる。まず設問の表現の難しさであるが、表 2 に示したようなインターネット上の表記は、実生活においても年齢に配慮した表記はされていないことから、今回の調査では中学生から大学生まで同じ内容を提示し、情報を読み取るという問にした。また、設問の表現の中で「一週間たった次の日曜日、また靴を取り出して、今度はためしにはいてみました。」の文章表現を「試着」という意味に理解せず、「履いてしまったので、返品・交換はできない」「家に中で履いたのなら大丈夫」などという回答が見られたことから、問の意図が正しく伝わるような表現の工夫が必要と思われた。

④回答方法：回答方法では、トラブルの処理や古い靴の処理について、自由記述で回答を求めたが、簡潔に結論のみ記入してある回答が多く、なぜそのように考えたのか、思考のプロセスがわかるような問の工夫が必要であった。

本研究のように家庭科の学習の効果を能力によって把握する調査を通して、これまでの家庭科に関する内容や学習方法について新たな視点から再検討することができると考える。また、これまで家庭科の学習効果を能力面から把握するという調査はあまり行われて来なかったが、今後、能力を測定する調査がますます必要とされると考えられ、家庭科の学習効果を能力面から把握するという調査手法の一つとして、本調査の設計と課題の提示は、後続の参考となると思われる。次期学習指導要領の改訂は、能力論を中心に編成されることが見込まれており、さらに緻密な調査設計のもとに調査を行い、家庭科の有効性や必要性を明らかにする根拠となる資料を提示していきたい。

最後に、本研究に関わって「家庭生活に関する調査」にご協力をいただきました小学校、中学校、高等学校、大学の先生方、児童・生徒の皆様に厚くお礼申し上げます。なお本研究は、日本家庭科教育学会東海地区会の研究助成により行ったものであることを付記させていただく。

## 参考文献

1） 研究代表者　勝野頼彦（国立教育政策研究所教育課程研究センター長）、教育課程の編成に関する基礎的研究　報告書 5「社会の変化に対応する資質や能力を育成する教育課程編成の基本原理」2013 年 3 月

2） 文部科学省「育成すべき資質・能力を踏まえた教育目標・内容と評価の在り方に関する検討会－論点整理－」2014 年 3 月
http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi/chousa/shotou/095/index.htm

3） 本研究に関連するものとして「生活力育成における家庭科学習効果についての履修形態による追跡」（基盤研究(C) 平成 19〜21 年度、研究代表者：吉原）の研究がある。しかし、現代の子どもたちの家庭生活の実態と意識を知ることを目的として日本家庭科教育学会が行った研究「児童生徒の家庭生活についての意識・実態と家庭科カリキュラムの構築」（基盤研究(A)(1)13308005　平成 13〜15 年度）や、「特定の課題に関する調査（技術・家庭）」（国立教育政策研究所教育課程研究センター、平成 21 年 3 月）の報告、その他、家庭科の学習効果に関する研究論文においても、「生きる力」にかかわる能力の育成の実態や効果が十分に明らかにはされていない。