

児童の経済認識を育てる社会科授業開発に関する発達的研究 —商品価格の決定因に関する調査を通して—

安達 和哉*・加藤 寿朗**・大島 悟**・石野 陽子***

Kazuya ADACHI, Toshiaki KATO, Satoru OSHIMA and Yoko ISHINO
A Study on the Development of Economic Understanding in Elementary Schoolchildren
for Planning of Social Studies Class
— Through the Analysis of the Questionnaire about Factors of Commodity Price —

ABSTRACT

本研究は、児童の経済認識の発達を促進するために有効な社会科授業を開発することを目指している。追究の視点や方法である「社会的な見方・考え方」を十分に働かせるには、社会的事象の本質に迫るための「追究の視点」を明らかにし、それに基づいた社会科授業を構想することが重要である。しかし、児童にとって有効な「追究の視点」を設定するには、児童が社会的事象についてどのように認識し、その認識にはどのような課題があるのかを明らかにしなければならない。そこで、本研究では、社会的事象の中でも経済分野を事例として、児童に対し、再生と再認という2種類の想起を用いた、商品価格の決定因に関する質問紙調査を行った。調査の結果より、商品価格の決定因の中で「稀少性」の視点は再生では回答が少ないが、再認では、ある程度考慮するという傾向が見出され、児童の発達可能性のある領域に働きかける授業仮説を設定した。

【キーワード：社会的な見方・考え方、社会のわかり方の「心理」、再生と再認、経済認識、商品価格の決定因】

I 研究の目的

一般に小学校の社会科授業では、児童に科学的な社会認識を育成することが求められている¹⁾。従来の社会科教育学研究においては、児童の社会認識を育成するために、「社会的な見方・考え方」が身につくように指導することが目指されてきた²⁾。一方、平成29年に示された新小学校学習指導要領においては、「社会科の教科の目標として、「社会的な見方・考え方を働かせ、課題を追究したり解決したりする活動を通して、グローバル化する国際社会に生きる平和で民主的な国家及び社会の形成者に必要な公民としての資質・能力の基礎を育成すること」を掲げている³⁾。また、『小学校学習指導要領解説社会編』（以下は、『解説』）の中で「社会的な見方・考え方」は、「社会的事象の意味や意義、特色や相互の関連を考察したり、社会に見られる課題を把握して、その解決に向けて構想したりする際の『視点や方法（考え方）』である」と定義されている⁴⁾。

今後、社会科授業を構想する上で、社会的事象の本質を捉えるために、どのような視点が有効なのかを吟味する必要がある。なぜなら、想定できる追究の視点の中から、最も効果的な視点を選び、それに基づいた授業を展開することで、社会的事象の意味や意義を適切に捉えることにつながるからである。『解説』においては、追究の視点として、①位置や空間的な広がり、②時期や時間の経過の視点、③事象や人々の相互関係の視点、

という大まかな3つが例示されている⁵⁾。また、中央教育審議会答申では、「考えられる追究の視点（例）」として、①位置や空間的な広がり、②時期や時間の経過の視点、③事象や人々の相互関係の視点、④工夫、努力、願い、業績、働き、つながり、関わり、仕組み、協力、連携、対策・事業、役割、影響、多様性と共生（共に生きる）、が示されている⁶⁾。しかし、これらの追究の視点は、いずれも概念的な例示に留まり、学習する順序も示されていない。そのため、これだけでは、具体的な社会科授業を構想することは難しい。また、『解説』の指導計画作成上の配慮事項では、追究の視点は多様であり、必要に応じて組み合わせる用いることが大切であるとも述べられている⁷⁾。これらのことから、授業者は社会科授業を構想するにあたって、どのような追究の視点から社会的事象を捉えさせようとするのかを意識する必要がある。

社会科授業における「追究の視点」とは、教師が児童に社会的事象を捉えさせる時に最も有効だと考えられる着目点であると言い換えることができる。しかし、児童がその視点に着目しなければ、追究は起こらず、有効な「視点」とはなりえないであろう。このことから、児童がどのような視点に着目する傾向にあるのかを踏まえた社会授業展開を構想することが必要である。

* 島根大学大学院教育学研究科教育実践開発専攻 院生

** 島根大学大学院教育学研究科教育実践開発専攻

*** 島根大学教育学部初等教育開発講座

小原は、教師が授業を構成するための意思決定の根拠には、①社会認識形成の「論理」、②社会認識形成の「心理」という2つがあると述べている⁸⁾。社会認識形成の「論理」とは、社会を認識するために「何をどのようにわからせるべきか、わかることが必要であるか」についての考え方であり、この考え方のみに基づく授業は、教師の準備した活動を子どもにたどらせる学習に留まり、主体性を保証することができないという問題点を指摘している。一方、社会認識形成の「心理」とは、「子どもは社会をどのように認識していくのか」、「子どもは社会をどのようにわかっていくのか」についての考え方であり、子どもが自ら学習を進めていくには、この「心理」も授業を構想する際の根拠とすることが望ましい、と述べている。加藤は、小原の主張を踏まえ、子どもの社会のわかり方の「心理」に関する研究の必要性について言及する一方で、「心理」の研究結果が社会科授業改善に十分に生かされてこなかったという課題を指摘している⁹⁾。小原と加藤の研究から、子どもが社会的現象について、どのような視点で捉え、どのようにわかっていくのか、という「心理」の発達の特徴を明らかにすることは、社会科授業を構想する上で重要な根拠となるであろう。

以上のことから、本研究では、①児童の社会のわかり方の「心理」における発達の特徴とその課題について、調査を通して解明すること、②調査結果を踏まえて、社会科授業を構想するための「追究の視点」を検討すること、の2点を主たる目的とする。

II 社会認識の発達を捉える視点

児童の社会のわかり方の「心理」の発達の特徴を明らかにしようとするとき、ある具体的な事例を定めて調査を行う必要がある。そこで、本研究では、児童の日常生活と密接な関わりをもつ経済分野、特に商品価格の決定因（モノの値段がどのように決まるのか）についてどのように推論するのかを調査する。

経済分野を事例として扱うのは、経済活動は児童により身近であり、生活経験を通して豊富な既有知識を獲得していると推測できるからである。それ故に、既に児童なりの見方・考え方を形成している可能性が高く、発達の特徴を見取るのに適していると考えられる。

また、商品の価格は、商取引を成立させるという経済活動にとって不可欠な役割を担っている。さらに、パンや自動車など目に見える商品の価格の決定には、その商品自体を構成する原材料に加え、製造や流通、販売といった社会的な活動を考慮しなければならず、経済認識の特徴を見取るのに適していると考えられる。

以上のことから、本研究では、経済分野を事例とした調査を通して、児童の社会のわかり方の「心理」の発達の特徴とその課題を検討する。

児童の経済のわかり方を見取るには、児童の記述をある一定のカテゴリで分類し、その傾向を考察することが必要である。そこで、本章では、商品価格の決定因に関

する推論を捉える分析視点を、先行研究を整理することによって検討する。

1. 先行研究の整理

商品価格の決定因に関する児童の経済認識に関しては、これまでも多くの研究がなされている。

呂は、小学校5年生に対して、品目（例えば、リンゴとメロンなど）によって価格が異なる理由を質問紙によって調査している。調査の結果、児童の回答は、「需要」「供給」「コスト」「利益（売り手側）」「価値」に分類することができ、さらに「価値」は自然的属性（質・色・大きさ・重さなど）と社会的属性（高級・貴重・有名・ブランド・大切・安全など）によるものがあるということを示している¹⁰⁾。

藤村は、小学校4年生から6年生の児童に対し、生鮮食品、加工食品、工業製品の価格が異なる理由をインタビューによって調査している。その結果、4～6年生にかけて、商品の利用価値などの消費者側の要因だけでなく、供給量、コスト、利益といった生産者側の要因も価格と因果的に結び付けるようになることを明らかにした¹¹⁾。

福田は、児童に対し、レモネードを生産・販売する場合、価格をどのように設定するかを、質問紙を用いて調査している。その結果、生産コストや需要、供給などの要因を踏まえて価格を設定できるかについて、学年による差があることを明らかにしている¹²⁾。

日下は、価格が異なる理由について、小学校2年生、4年生、6年生に対し、インタビュー調査を行っている。その結果、ものの値段の違いを説明する代表的な手がかり（理由）および判断のルールとして、商品の「質」（A）、商品やその売買または仕入の「量」（B）、手間や労力（C）、経費など（D）の4つを見出した¹³⁾。

田丸は、スイカとバナナの価格の違いを説明する課題を児童に対して行い、児童の説明を大まかに2つに分類している。1つ目は、大きさなど直接的・感覚的性質である自然的性質に基づく説明である。この説明は、目に見える物理的側面に着目すると言い換えることができる。2つ目は、需給や費用など社会的な関係に着目する社会的性質に基づく説明である。これは、目に見えにくい関係性に着目していると言い換えることができる。さらに、学年進行につれて、自然的性質に基づく説明から社会的性質に基づく説明をする児童が増えることを明らかにした¹⁴⁾。

これらの研究によって見出された、需要、供給、費用、利益、付加価値、物理的側面といった視点は、いずれも質問紙やインタビューを用いた調査によって明らかになったものである。したがって、これらの視点は、社会のわかり方の「心理」を明らかにしようとする本研究で用いる分析視点として適している。

2. 分析視点の検討

児童が価格を捉える際にどのような視点で理解しているのかを見るためには、「価格」を決定する因子（分析

視点)を整理しておく必要がある。前述した呂、藤村、福田、日下、田丸の研究では、「商品価格の決定因」について、どのような視点でカテゴリ分けをしているかを整理し、本研究で用いる「商品価格の決定因」の分析視点を検討する。

商品価格の決定因について整理すると、(1) 需要、(2) 供給、(3) 費用、(4) 利益、(5) 付加価値、(6) 物理的側面という6つの分析視点を見出すことができる(表1を参照)。しかし、これらの分析視点をもとに、社会科学授業構成を考える「追究の視点」とするには、経済学などの社会諸科学ではどのように捉えられているのかを踏まえる必要がある。(1) 需要、(2) 供給という分析視点については、需要供給曲線のグラフで、その交点が均衡価格になるということからも、価格に及ぼす影響は明らかである¹⁵⁾。(3) 費用、(4) 利益については、生産と販売の過程において生じる視点である。岸本は、価格をその構成要素で示すと①〔コスト+所得〕、②〔コスト+賃金+利潤〕、③〔コスト+利潤〕という式を用いて説明している。さらに価格は、需要側と供給側の力関係にも大きく影響を受けるとも述べている¹⁶⁾。岸本の示した3つの式から価格の基本構造は、その品物(サービスなどを含む)を生産するのにかかった「費用・コスト」に、その品物を売ることによって得たい儲けの部分である「利益」を上乗せしたものであることが読み取れる。そして利益の幅は、需要と供給の関係によって決定されるということがわかる。(5) 付加価値については、主に商品の品質に関わる視点である。岩崎は、「価値=品質÷価格」という方程式を示している¹⁷⁾。また、消費者にとっての品質(知覚品質)を高めるためには、①消費者の五感に訴える、②ブランド力を高める、③商品に関する情報を提供する、④商品に物語性を付加する、⑤商品のオリジナリティを高める、⑥商品の希少性を高める、⑦代替品の少ない商品を扱う、という7つがあると述べている¹⁸⁾。最後に、年齢の低い児童にとって、価格の差を説明するのは「大きさ」といった(6) 物理的側面を指摘することが知られている¹⁹⁾。また、物理的側面は児童にとって、目で確認することができ、認識しやすいという特徴があると考えられる。そして、同じ性質を持つ商品でも大きさによって価格が変動することは十分考えられることであり、物理的側面も価格に影響を与える要因となりうると考えられる。

表1 商品価格の決定因に関する分析視点の整理

	呂(2013)	藤村(2002)	福田(1997)	日下(1996)	田丸(1989)
(1)需要	需要	需要	需要	商品やその売買 または 仕入の「量」	社会的性質
(2)供給	供給	供給	供給	手間や労力	
(3)費用	コスト	コスト	生産コスト	経費	
(4)利益	利益(売り手側)	利益			
(5)付加価値	社会的使用価値	使用価値		商品の「質」	
(6)物理的側面	自然的使用価値				自然的性質

以上のことから、(1) 需要、(2) 供給、(3) 費用、(4) 利益、(5) 付加価値、(6) 物理的側面という6つの分析視点は、社会諸科学の捉えとしてもおよそ妥当である。したがって、本研究でも用いる分析視点として、この6つを取り上げたい。

III 研究の方法

1. 「再生」と「再認」を用いた調査について

本研究では、調査対象者を拡げ、多くのデータを分析するため、質問紙調査を計画している。そのため、児童の反応に応じて質問内容を変更しながら調査を行うことはできない。児童は、調査問題に対して答えようとするとき、今までの経験や学んだ知識を思い出し、問題に対する回答を作ると考えられる。これらの一連の行為は、「記憶」に基づいて行われている。今井は、記憶の枠組として、情報を覚えこむ「記録」、それを保存しておく「保持」、後でそれを思い出す「想起」という3つがあると述べている²⁰⁾。このことから、質問紙調査は、ある問題場面での「想起」の結果について、分析することになる。さらに、今井は、記憶の測定方法として、自由記述のように被験者自身が持っている記憶の中から求められた情報を想起する「再生」と、選択肢などの中から自分の記憶の中にある情報を想起する「再認」があると述べている²¹⁾。このことから、児童のもっている記憶の中でも、全く手がかりなしに想起できるものと、複数の選択肢の中から既に知っているものを選び取る形で想起できるものがあることがわかる。児童は、「知っているが思い出せない」という状態でも選択肢の中から「この情報は知っている」という認識をする場合もある。実際の授業においても発言や思考を「再生」によってのみ行うわけではない。授業で示された資料や教師の発問によって、「再認」を使って、思考が進んでいくということは十分に考えられる。「再認」によって想起できるものは「再生」よりも多様であると推測できるため、より詳細に児童の認識を捉えることができると考えられる。さらに、「再認」で想起できる記憶は、児童が潜在的に知っている領域、つまり、教育的働きかけによって認識を育成することができる領域を捉えることができる可能性がある。

以上のことから、児童の経済認識の特徴を捉えるには、自由記述を用いた「再生」の方法だけでは調査の対象としては不十分である。「再生」による調査に加え、「再認」の方法も併用することが必要であろう。

そこで、調査問題には、2つの類型を設定した。すなわち、①再生を用いて回答する問題、②再認を用いて回答する問題である。

再生を用いて回答する問題では、ある質問に対して自由記述法での回答を求める。自由記述における回答内容を、予め設定した分析視点で分類し、その回答の傾向や特徴を分析する。

再認を用いて回答する問題では、設定した分析視点を

選択肢として示し、そのうちでどれかを選択することを求める。しかし、商品価格の決定因のように、多数の要因によって複合的に決定される事例では、重要だと考えているものを複数の選択肢の中から適切に選ぶことは難しい。このような場合、多数の対象を一度に比較するのではなく、2個ずつの組を作り、対にして比較する一対比較法という手法が有効である²²⁾。この一対比較法を使う利点は、2つある。1つ目は、前述したように、複数の対象の重要度などを尺度化することができるという点である。2つ目は、2つを対にしてどちらかを選択するという手法は、年齢が低い学年の児童にとっても回答しやすく、質問紙調査に適していることである。このような理由から、再認を用いて回答する問題は、一対比較法を用いて調査することとする。

2. 予備調査の実施

予備調査では、本調査で用いる6つの分析視点と、再生と再認の2種類の想起を用いた質問形式の妥当性を検証し、本調査の分析視点と質問形式を確定することを目的としている。

(1) 日時

2016年12月19日の授業時間中に調査を行った。

(2) 場所

島根県内の小学校1校の教室において調査を行った。

(3) 対象者

島根県内の小学校1校 第3学年26名(男児14名、女児12名)に対し、調査を行った。

(4) 方法

自由記述法と一対比較法の2種類の質問紙調査を行った。

(5) 項目

- 1) リンゴ、豆腐、遊園地のチケットという3品目の価格がA店よりもB店の方が高いという場面を設定し、B店がより高い価格をつけた理由について、自由記述で回答させた。
- 2) リンゴ、豆腐、遊園地のチケットという3品目の価格がA店よりもB店の方が高いという場面を設定し、B店の人がA店より高い価格をつけた時に、より考慮したと考えられる視点について、(1) 需要、(2) 供給、(3) 費用、(4) 利益、(5) 付加価値、(6) 物理的側面の6視点で一対比較させた。

なお、3品目について選定した理由は、第1次産業製品としてのリンゴ、第2次産業製品としての豆腐、第3次産業製品としての遊園地のチケットとすることで、およそすべての産業における品目について調査するためである。

また、回答時間はそれぞれ30分程度であった。

(6) 分析の手続き

自由記述法の質問紙の分析の手続きについては、回答内容に着目して、以下の手順で行った。まず、回答を(1) 需要、(2) 供給、(3) 費用、(4) 利益、(5) 付加価値、

(6) 物理的側面、(7) その他の7つで分類を行った。また、今回の分析では、(7) その他は、分析の対象とせず、それ以外のカテゴリにおける同一視点の複数回答は、最初に回答されたもののみを分析対象とする。それぞれの分析視点の回答率(回答数/全回答数)を求め、児童の認識の傾向を分析する。

一対比較法の質問紙の分析については、心理学実験指導研究会の「Ⅲ-5 一対比較による好悪の尺度化」に示された手順に従って尺度値を求めた²³⁾。尺度値は、正の値になればなるほど選ばれやすく、負の値になればなるほど選ばれにくいことを表している。また、各項目の間隔は、選ばれやすさのそれと対応している。

2種類の調査の結果を照らし合わせて、共通点や相違点を見出すことで、児童の経済認識の特徴を考察する。

(7) 予備調査の結果

自由記述における分析視点の回答率(回答数/全回答数)を図1に示す。図1より、3つの品目を合わせると、想定したすべての分析視点の回答があった。

次に回答の傾向を見ると、すべての品目において「付加価値」の回答が一番多かった。この原因の1つとして、「付加価値」には、おいしさや使いやすさ、面白さなど品質の高さ、めずらしさ、有名かどうか、など該当するものが多様にあることが考えられる。付加価値の内容を、細分化することで、より詳細に児童の経済認識を捉えることができると考えられる。青木は、一般的に製品の価値は、その有用性と稀少性によって決まると述べている²⁴⁾。図2は、「付加価値」に分類したものを「有用性」と「稀少性」で再分類したものである。図2より、「稀少性」に関する回答は、他の分析視点より低いことが明らかになった。

図3は、一対比較法の回答から求めた好悪の尺度値を示している。なお、予備調査の実施段階では、付加価値として、選択肢の中の文言を「〇〇のめずらしさ」としていたため、図3では、「付加価値(稀少性)」という表記をしている。図3より、「費用」と「付加価値(ここでは稀少性)」の視点の尺度値が高いことが明らかになった。

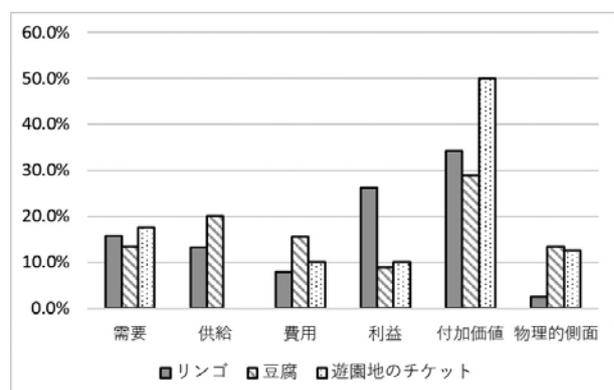


図1 予備調査における自由記述の回答率

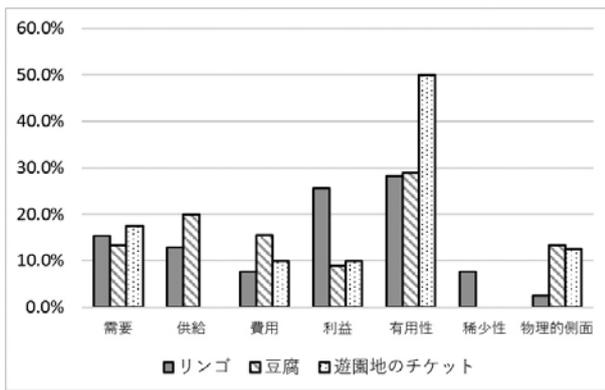


図2 予備調査における自由記述の回答率 (付加価値分割版)

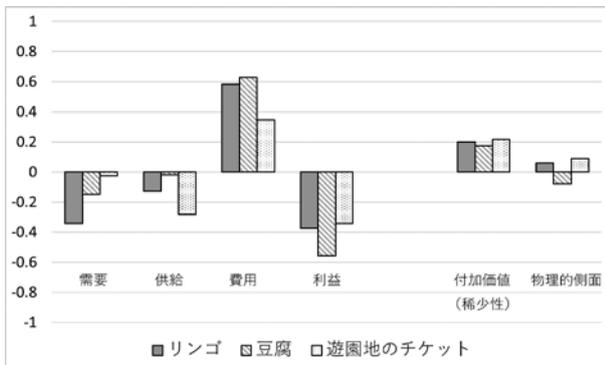


図3 予備調査における一対比較法の尺度値

(8) 予備調査結果の考察

予備調査の自由記述の回答から、3つの品目をすべて合わせると、設定した6つの分析視点の回答があったことから、およそ分析視点として妥当であると考えられる。

さらに「付加価値」の視点は、該当する内容が多様であり、より詳細に経済認識の特徴を見るために細分化することが望ましいと考えられる。そこで、「付加価値」の回答を「有用性」と「稀少性」に分割して、再集計すると、「稀少性」に関する回答は少ないことが示唆された。その一方、一対比較の尺度値では、「〇〇のめずらしさ」という稀少性に関する視点が他の視点に比べて高いということも示された。このことから、「再生」と「再認」という2種類の調査方法によって、児童の回答に違いがある可能性がある。このことは、何も手がかりがない再生の問題では気づかないことも、選択肢がある再認の問題では選択肢自体を手がかりにして考えることができるという発達可能性のある領域を捉えることにつながることを示唆している。

以上の予備調査の結果を踏まえ、本調査では次の2点に留意して調査を進める。

- 1) 児童の経済認識をより詳細に捉えるために、分析視点の「付加価値」を「有用性」と「稀少性」という2つに分ける。したがって、本調査で用いる分析視点は、(1) 需要、(2) 供給、(3) 費用、(4) 利益、(5) 有用性、(6) 稀少性、(7) 物理的側面という7つにすること。

- 2) 再生と再認によって、児童の回答が異なる可能性があることから、発達可能性のある領域を推測できる可能性があるため、自由記述法と一対比較法の2種類の形式で調査を行うこと。

IV 児童の経済認識の発達に関する調査

本章では、検討した分析視点や予備調査の結果を踏まえ、本調査を行う。本調査の手続きは、以下の通りである。

1. 本調査の実施

調査の目的は、児童に対し、商品価格の決定因を推論させ、その回答を分析することで児童の経済認識の発達の特徴とその課題を明らかにすることである。

(1) 日時

2017年1月に各学級の授業時間中に調査を行った。

(2) 場所

島根県内の小学校1校の各学級の教室において調査を行った。

(3) 対象者

島根県内の小学校1校 第3学年75名(男児40名、女児35名)、第4学年75名(男児43名、女児32名)、第5学年73名(男児33名、女児40名)、第6学年64名(男児33名、女児31名)の計287名(男児合計149名、女児合計138名)に対し、調査を行った。

(4) 方法

自由記述法と一対比較法の2種類の質問紙調査を行った。

(5) 項目

- 1) リンゴ、豆腐、えんぴつ、遊園地のチケットという4品目の価格がA店よりもB店の方が高いという場面を設定し、B店がより高い価格をつけた理由について、自由記述で回答させた。
- 2) リンゴ、豆腐、えんぴつ、遊園地のチケットという4品目の価格がA店よりもB店の方が高いという場面を設定し、B店の人がA店より高い価格をつけた時に、より考慮したと考えられる視点について、(1) 需要、(2) 供給、(3) 費用、(4) 利益、(5) 有用性、(6) 稀少性、(7) 物理的側面の7視点で一対比較させた。

なお、4品目について選定した理由は、第1次産業製品としてのリンゴ、第2次産業製品の中でも加工食品である豆腐、工業製品であるえんぴつ、第3次産業製品としての遊園地のチケットとすることで、およそすべての産業における品目について調査するためである。

また、一対比較の質問紙は、1つの品目につき21問あり、回答時間が長くなることが予想されたので、2つに分けている。リンゴと豆腐の2品目を一対比較①、えんぴつと遊園地のチケットの2品目を一対比較②としている。回答時間は、自由記述、一対比較①、一対比較②それぞれ30分程度であった。

(6) 分析の手続き

自由記述法の質問紙の分析の手続きについては、回答内容に着目して、以下の手順で行った。まず、回答を(1) 需要、(2) 供給、(3) 費用、(4) 利益、(5) 有用性、(6) 稀少性、(7) 物理的側面、(8) その他の8つで分類を行った。また、今回の分析では、(8) その他は、分析の対象とせず、それ以外のカテゴリにおける同一視点の複数回答は、最初に回答されたもののみを分析対象とする。全品目の回答を集計し、それぞれの分析視点の回答率(回答数/全回答数)を求め、児童の認識の傾向を統計的な検定を用いて分析する²⁵⁾。

一対比較法の質問紙の分析については、心理学実験指導研究会の「Ⅲ-5 一対比較による好悪の尺度化」に示された手順に従って尺度値を求めた²⁶⁾。尺度値は、正の値になればなるほど選ばれやすく、負の値になればなるほど選ばれにくいことを表している。また、各項目の間隔は、選ばれやすさのそれと対応している。

2種類の調査の結果を照らし合わせて、共通点や相違点を見出すことで、児童の経済認識の特徴を考察する。

2. 調査結果

自由記述における各分析視点の回答率(回答数/全回答数)を図4に示す。

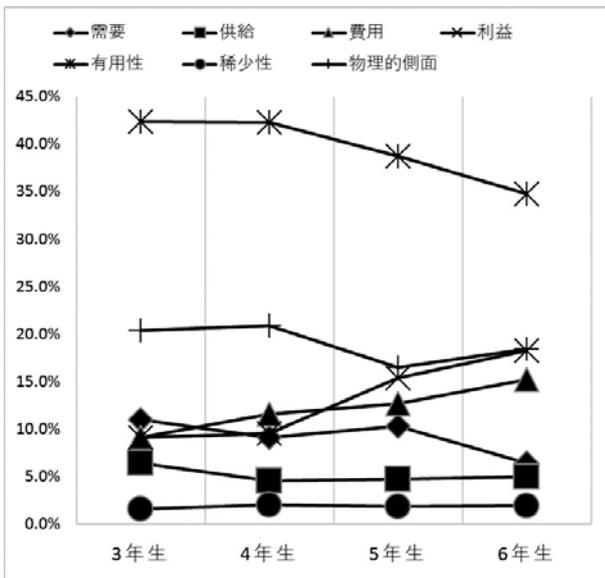


図4 価格の決定因 自由記述での回答率

表2 自由記述での回答数の残差分析の結果

価格の決定因	学年			
	3年生	4年生	5年生	6年生
需要	1.5	0.1	1.2	-2.6**
供給	1.4	-0.6	-0.5	-0.2
費用	-2.3*	-0.6	0.3	2.5*
利益	-3.0**	-2.9**	1.6	4.0**
有用性	1.5	1.6	-0.3	-2.6*
稀少性	-0.4	0.3	-0.1	0.2
物理的側面	0.9	1.3	-1.7†	-0.3

残差の+値は、その視点の回答数が期待度数以上であることを、-値は期待度数以下であることを示す
 † $p < .10$, * $p < .05$, ** $p < .01$

各学年で回答する視点に傾向があるかを検討するために図4のデータに基づいて、学年(4) × 分析視点の回答数(7)の χ^2 検定を行った。その結果、 $\chi^2(18) = 48.518$ となり、 $p < .001$ (0.1%水準)で有意な差が見られた。残差分析の結果(表2)から、学年進行につれて「費用」と「利益」の視点の回答は多くなっていた。

次に、学年に関係なく回答する視点に傾向があるかを検討するために、各分析視点の回答数に対し、分散分析を行った。分散分析の結果、 $F(6, 2049) = 225.686$, $p < .001$, $ES: \eta^2 = .795, 1-\beta = 1.000$ となり、回答する分析視点の数に偏りが見られることが明らかになった。そこで、TukeyのHSD法による多重比較を行ったところ、 $MSe = 62.602$ でいずれも1%水準で有意な差があった。「有用性」の回答数は、他の視点に比べ、有意に多かった。「稀少性」の回答数は、他の視点に比べ、有意に少なかった。「供給」の回答数は、「稀少性」以外の視点に比べ、有意に少なかった。「需要」の回答数は、「稀少性」「供給」以外の視点に比べ、有意に少なかった。

一対比較法の回答から求めた好悪の尺度値を図5~8に示す。

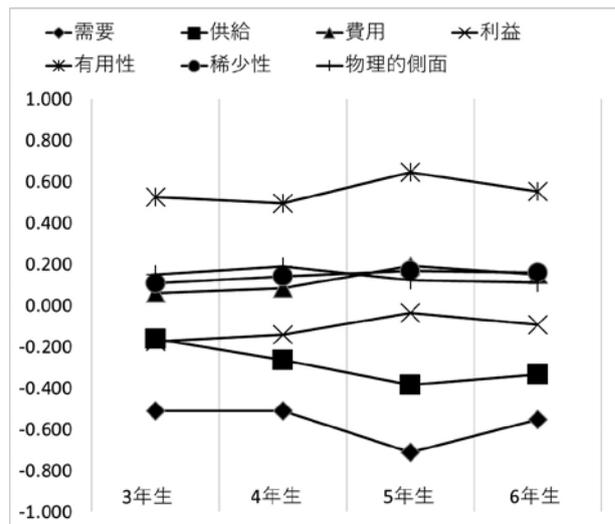


図5 リンゴの価格の決定因 一対比較 尺度値

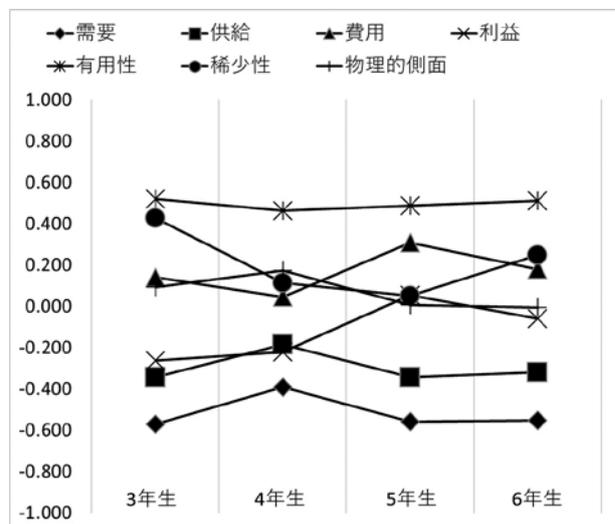


図6 豆腐の価格の決定因 一対比較 尺度値

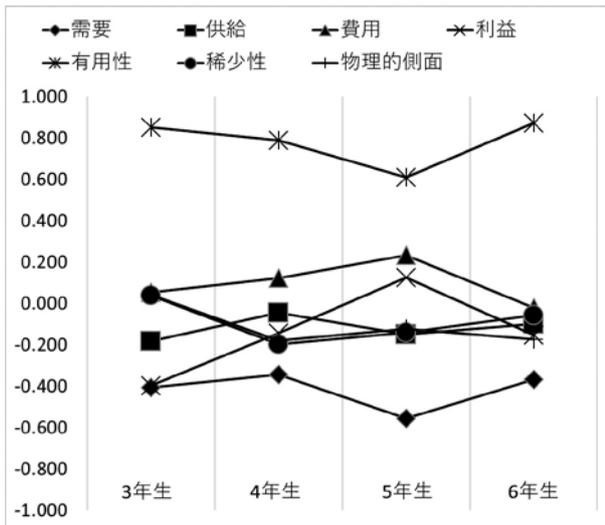


図7 えんぴつの価格の決定因 一対比較 尺度値

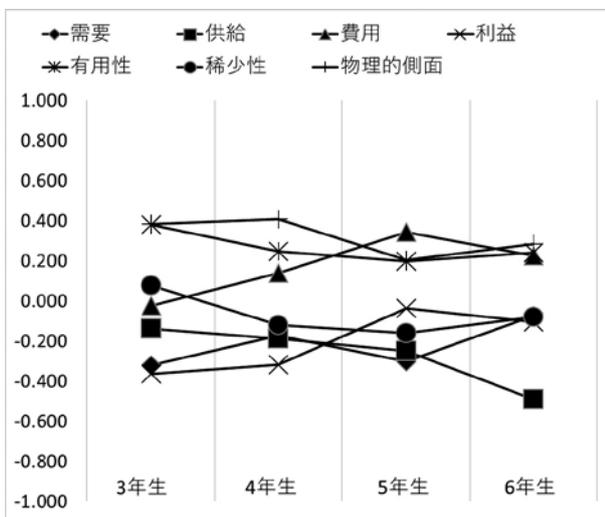


図8 遊園地のチケットの価格の決定因 一対比較 尺度値

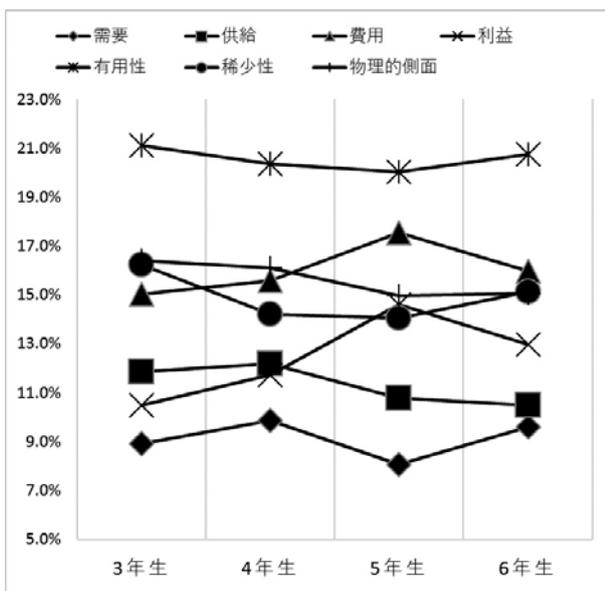


図9 価格の決定因 一対比較での選択率

表3 一対比較での選択数の残差分析の結果

		学年			
		3年生	4年生	5年生	6年生
価格の決定因	需要	-0.6	2.4*	-3.3**	1.5
	供給	1.3	2.4*	-1.6	-2.2*
	費用	-2.4*	-1.2	3.7**	-0.1
	利益	-5.2**	-2.0*	5.9**	1.3
	有用性	1.2	-0.4	-1.1	0.4
	稀少性	3.3*	-1.7	-2.1*	0.6
	物理的側面	1.8†	1.1	-1.7†	-1.3

残差の+値は、その視点の選択数が期待度数以上であることを、-値は期待度数以下であることを示す
 † $p < .10$, * $p < .05$, ** $p < .01$

一対比較で求めた尺度値は、各品目で集計することで求めるため、学年による差を解明するには適していない。そこで、各学年で選択される視点の傾向を検討するために、すべての品目で各分析視点を選択された回数を集計し、選択率（選択数/全選択数）を求めた（図9）。図9のデータに基づいて、学年（4）×分析視点の回答数（7）の χ^2 検定を行った。その結果、 $\chi^2(18) = 98.727$ となり、 $p < .001$ （0.1%水準）で有意な差が見られた。残差分析の結果（表3）から、学年進行につれて「費用」「利益」の視点の選択される数が多くなっていた。

次に、学年に関係なく選択する視点に傾向があるかを検討するために、各分析視点の選択数に対し、分散分析を行った。分散分析の結果、 $F(6, 22841) = 276.325$, $p < .001$, $ES: \eta^2 = .726, 1 - \beta = 1.000$ となり、選択される分析視点の数に偏りが見られることが明らかになった。そこで、TukeyのHSD法による多重比較を行ったところ、 $MSe = 924.706$ でいずれも1%水準で有意な差があった。「有用性」の選択される数は、他の視点に比べ、有意に多かった。「需要」の選択される数は、他の視点に比べ、有意に少なかった。「供給」の選択される数は、「需要」以外の視点に比べ、有意に少なかった。また、「稀少性」の視点の選択される回数は、7視点の中で4番目に多かった。

ここまでの統計的な分析を踏まえると、次の4点を児童の回答の特徴として指摘することができる。

- (1) 自由記述、一対比較の問題の両方において、「有用性」の視点は、他の視点に比べ、回答されたり、選択されたりされることが多い。
- (2) 自由記述、一対比較の問題の両方において、「費用」「利益」の視点は、学年進行につれて、回答されたり、選択されたりされることが多くなる。
- (3) 自由記述、一対比較の問題の両方において、「需要」「供給」の視点は、他の視点に比べ、回答されたり、選択されたりされることが少ない。
- (4) 自由記述の問題における「稀少性」の視点の回答数は、他の視点に比べ、回答されたり、選択されたりされることが少ない。その一方で、一対比較の問題における「稀少性」の視点の選択される回数は、全体で4番目に多い。

3. 考察

小学校第3～6学年に対して行った横断的調査の結果をもとに、児童の経済認識の発達について考察する。

児童の商品価格の決定因に関わる経済認識の発達の特徴とその課題として、次の4点を指摘することができる。

- ①「有用性」などのその製品自体が持っている性質に最も着目しやすい。
- ②学年進行に伴い、「費用」や「利益」といった、製品を生産する前や販売した後のことを次第に考慮できるようになる。
- ③「需要」「供給」といった相対的な数量関係と価格の因果関係についての認識には課題がある。
- ④「稀少性」と価格の因果関係については、不十分な認識に留まっている。

調査の結果から、児童は商品価格の決定因として、着目する視点に偏りがあることが明らかになった。

再生と再認の問題で「有用性」の視点は、回答されたり、選択されたりすることが有意に多いことから、商品価格の決定因として「有用性」などその製品自体が持っている性質に最も着目しやすいといえる。

再生と再認の問題で「費用」「利益」の視点は、学年進行に伴って、回答されたり、選択されたりすることが有意に多くなる。「費用」は、製品を生産する前やその過程を考慮する視点であり、「利益」は、店がその製品を販売した後のことを考慮する視点である。これらのことから、学年進行に伴い、児童の経済認識は、製品の生産前や販売後のことを考慮するようになる。

再生と再認の問題で「需要」「供給」の視点は、回答されたり、選択されたりすることが少ない。このことから、児童は、需給など相対的な数量関係と商品の価格との因果関係は認識することが難しいと推測される。

「稀少性」の視点は、再生の問題では、回答率が有意に低い一方で、再認の問題では、4番目に選択されることが多く、7つの分析視点のうちで中位にある。これは、再生と再認の問題で、児童の反応が異なることを示しており、選択肢の有無で想起の結果が異なることを意味している。つまり、選択肢という手がかりがあると児童が認識できる視点に変化するということを示している可能性があり、その点において、「稀少性」と価格の因果関係は、不十分な認識に留まっているといえる。

V 研究の成果

本章では、調査で明らかになったことを踏まえ、成果としてまとめる。

第1に、2種類の調査方法を行うことで、その回答傾向の違いを明らかにできたことである。具体的には、前章で示した児童の経済認識の調査において、「付加価値」を分割して設定した「有用性」「稀少性」の2つの視点で異なる結果が見出された。児童は、商品価格の決定因

として、おいしさや使いやすさなどの品質の高さを指す「有用性」などその製品自体が持つ性質に着目しやすいことが明らかになった。一方、めずらしさ、手に入りにくさなどを指す「稀少性」という視点は、児童にとって価格との因果関係を再生によって推論することは難しい。しかし、選択肢として、情報の手がかりを示されると、再認によって、ある程度考慮することが明らかになった。これは、商品価格の決定因に関する調査を再生と再認の2種類の方法で行ったことで明らかになったことであり、児童の潜在的な認識を捉えるという点において意義があったと考えられる。

第2に、児童は、学年進行に伴い、商品の販売に関わる前後を考慮できる認識が広がることが明らかになった。これは、消費者としての認識だったものが、学年進行につれて、生産者や販売者のことを考慮できるようになることを示していると考えられる。

第3に、児童は、需給のように相対的な数量関係によって価格が変化するということについての理解には課題があるということが見出された。「需要」「供給」の視点は、再生だけでなく再認の問題においても他の視点と比べ、選ばれることが少ない。このことから、その重要性を理解することは、経済認識を育成するための課題として位置づくと考えられる。

また、これらの研究の成果から、社会科授業を構想するための「追究の視点」を検討する上で、2つの授業仮説を立てることができる。

- (1) 需給と価格の因果関係の理解を促進するためには、児童が最も着目する「有用性」を追究の視点とした社会科授業を実践することが有効であろう。
- (2) 需給と価格の因果関係の理解を促進するためには、児童が不十分な認識をしている「稀少性」を追究の視点とした社会科授業を実践することが有効であろう。

授業仮説(1)(2)ともに、児童の経済認識として課題のある、需給と価格の因果関係の理解を目標としている。需給と価格の因果関係は、均衡価格の決定に直結する要素であり、商品価格の決定に大きな影響を及ぼしている。したがって、経済の仕組みを理解するのに十分に意義がある。

また、価格の決定には、様々な要素が複雑に組み合わさっている。今回、分析視点の中で、児童の認識に偏りがあることが見出された。そこで、その中でも、児童が最も着目する「有用性」と、不十分な認識に留まっている「稀少性」、これら2つの視点のそれぞれを追究の視点とした社会科授業を実践することが構想できる。

VI 今後の課題

今後の課題として、以下の2点を挙げる。

- ①児童の経済認識の発達を促進する「追究の視点」を特定するために、実験的授業を行い、その成果を批判的に分析する。
- ②実験的授業によって得られた成果と課題を踏まえ、児童の経済認識の発達を促進する社会科授業を開発する。

本研究では、質問紙調査の結果から児童の経済認識の発達を促進する授業仮説を設定した。したがって、次に授業仮説を検証するために、実験的授業を実施する。そして、その成果と課題を明らかにすることで、経済認識の発達を促進する「追究の視点」を検討する。

そして、適当な「追究の視点」を用いて、社会科授業を単元レベルで構想する。「追究の視点」は、あくまで視点に過ぎず、それを用いて追究が起きるように授業展開を考えることが重要である。今後は、実験的授業の結果などを批判的に吟味し、社会科授業モデルを構想する。

また、本研究では小学校1校での調査を基に児童の経済認識について考察を行った。今後は調査対象を拡げ、より客観的なデータを基に分析することも検討したい。

[註]

- 1) 本稿では、小学校社会科授業を開発することを主たる目的とするため、対象となる学習者を児童に限定し、考察を進める。
- 2) 社会的な見方・考え方について述べた代表的な文献として次の5つを挙げる。
 - ・森分孝治「社会科における思考力育成の基本原則—形式主義的偏向の克服のために—」全国社会科教育学会『社会科研究』第47号, 1997年, pp.1-10。
 - ・同上「社会的なものの見方考え方の拡大・深化・体系化」広島大学附属小学校教育研究会『学校教育』第1000号, 2000年, pp.36-39。
 - ・小原友行「社会的な見方・考え方を育成する社会科授業論の革新」社会系教科教育学会『社会系教科教育研究』第10号, 1998年, pp.5-12。
 - ・岩田一彦『小学校社会科の授業設計』東京書籍, 1991年。
 - ・岡崎誠司『見方考え方を成長させる社会科授業の創造』風間書房, 2013年。
- 3) 文部科学省『小学校学習指導要領』2017年3月, p.30。
- 4) 文部科学省『小学校学習指導要領解説社会編』2017年6月, p.19。
- 5) 同上。
- 6) 中央教育審議会『幼稚園、小学校、中学校、高等学校及び特別支援学校の学習指導要領等の改善及び必要な方策等について(答申)』2016年12月。
- 7) 前掲『小学校学習指導要領解説社会編』, pp.135-137。
- 8) 小原友行「社会認識形成の「論理」と「心理」—社会科授業構成の原理を求めて—」『社会系教科教育の理論と実践』清水書院, 1995年, pp.10-21。
- 9) 加藤寿朗「社会科と子ども」社会認識教育学会『新社会科教育学ハンドブック』明治図書, 2012年, pp.52-58。
- 10) 呂光暁「「概念変化」を通して経済に関する素朴理論を科学的理論に転換させる試み—単元「米の値段」(小学校第5学年)を例として—」日本公民教育学会『公民教育研究』vol.21, 2013年, pp.63-78。
- 11) 藤村宣之「児童の経済的思考の発達:商品価格の決定因に関する推理」日本発達心理学会『発達心理研究』第13巻 第1号, 2002年, pp.20-29。
- 12) 福田正弘「子どもの経済システム理解の発達(3)—子どもの小売業理解の発達調査—」『長崎大学教育学部教科教育研究報告』No.28, 1997年, pp.25-39。
- 13) 日下正一「小学校児童におけるものの価格に関する推論」心理科学研究会『心理科学』第18巻第1号, 1996年, pp.31-50。
- 14) 田丸敏高「児童の価格と利子の理解にみる社会認識の発達」『鳥取大学教育学部研究報告 教育科学』第31巻 第1号, 1989年, pp.213-224。
- 15) 岸本重陳「需要供給の法則」『新版 経済のしくみ100話』岩波書店, 1994年, pp.92-93。
- 16) 同上書, 「物価の決まり方」, pp.96-97。
- 17) 岩崎邦彦『小が大を超えるマーケティングの法則』日本経済新聞出版社, 2012年, pp.19-21。
- 18) 同上書, pp.138-142。
- 19) 前掲論文, 田丸「児童の価格と利子の理解にみる社会認識の発達」。
- 20) 今井久登「第6章 記憶 過去・現在・未来の自己をつなぐ」道又爾・北崎充晃・大久保衛亜・今井久登・山川恵子・黒沢学『認知心理学 知のアーキテクチャを探る(新版)』有斐閣, 2011年, p.166。
- 21) 同上。
- 22) 心理学実験指導研究会(編)「Ⅲ-5 一対比較による好悪の尺度化」『実験とテスト=心理学の基礎—実習編—』培風館, 1985年, pp.73-76, 157-159。
- 23) 同上。
- 24) 青木は、以下の文献で製品の価値は、その有用性と稀少性によって決まると述べている。
 - ・青木幸弘「製品・ブランド戦略と価値創造 「売れ続ける仕組みづくり」をめざして」青木幸弘 恩蔵直人(編)『製品・ブランド戦略[現代のマーケティング戦略①]』有斐閣アルマ, 2004年, pp.12-13。
- 25) 統計的な検定に関しては、「IBM SPSS Statistics 22」を用いて分析を行った。
- 26) 前掲書, 『実験とテスト=心理学の基礎—実習編—』, pp.73-76, 157-159。