

## 原著

# 大学生のキャリア形成に社会的責任概念を導入した 「消費者教育」の展開

田村久美<sup>\*1</sup> 水谷節子<sup>\*2</sup>

## 要 約

本研究の目的は、学生のキャリア形成が消費者教育とどのようにかかわるのか、を探究することである。この探究においては、医療職をめざす学生のキャリアに焦点を当て、キャリア形成と消費者教育を結ぶ概念が、「企業の社会的責任 (CSR: Corporate Social Responsibility)」という基礎概念に求められ、その応用概念が「病院の社会的責任 (HSR: Hospital Social Responsibility)」であることを論じる。そして、学生のキャリア形成にかかわる職業選択には、「社会的責任」が重要な媒介概念であることを論証するものである。そのことによって消費者教育に教授項目として社会的責任を取り入れる意味・意義が明らかになる。すなわち、「キャリア形成と消費者教育の統合化」による消費者教育の展開を可能にするのである。

そこで、学生の現状を求めた基礎データを収集するためにアンケート調査を実施した。調査内容は、①消費者教育の受講経験、②職業選択の条件について、の2点である。これらの得られた結果に基づき、「消費者教育とキャリア形成にかかわる CSR」を教授項目として導入することの必要性について実証した。

以下は、考察によって導き出された4点である。

- 1) 「よりよく生きるための消費者」としての生活基盤をつくる前提で、学生は「自立した消費者」としてのキャリア形成を企図する必要がある。すなわち、学生のキャリアを考える場合、まず「個の視点」から捉えることが重要になる。
- 2) その上で、人生の節目となる職業選択の意思決定の際に、CSRの応用概念である HSR を十分に認識する必要がある。
- 3) つまり、キャリアに対する問題意識をもち、生涯を通じた働き方や生き方を踏まえることによって、主体的で自立的なキャリア形成へと接近できる。
- 4) したがって、キャリア形成にかかわる CSR を教授項目として消費者教育に取り入れることの意味は非常に大きい。

今後の課題は、以上のことを踏まえて、「キャリア・デベロップメント消費者教育プログラム (CDCEP: Career Development Consumer Education Program)」を構築することである。

## 緒 論

若年層による高い失業率や離職率などで、若年無業者の増加が深刻化している。この社会的問題についてわが国では、『「実践的総合キャリア教育」推進プログラム』(文部科学省2005年)という若年者の雇用問題に対する施策が示された。このプログラムは、インターンシップ等のキャリア教育を通じて、学生の高い職業意識・能力を育成することをねらい

としている。「学生のキャリア形成」にかかわる支援体制は、今後さらにその機会や内容の充実が求められるだろう。このような社会的背景を受けて、「キャリア形成」はより一層注目されるようになってきた。特に、心理学や社会学、経営学などからのアプローチ<sup>†1)</sup>が積極的に展開されている。こうした学問的探究の中に「消費者教育」<sup>†2)</sup>という分野がある。

消費者教育に焦点を当てた研究の中核をなす「日本消費者教育学会」(1981年設立)では、2004年内

\*1 川崎医療福祉大学 医療福祉マネジメント学部 医療秘書学科 \*2 ノートルダム清心女子大学 人間生活学部 人間生活学科 (連絡先) 田村久美 〒701-0193 倉敷市松島288 川崎医療福祉大学

E-Mail: k.tamura@mw.kawasaki-m.ac.jp

閣府国民生活局に対して「消費者基本計画(消費者教育)に関する提言(意見書)」<sup>1)</sup>を提出した。近年、消費者被害数の急増で、消費者の基本的な消費生活知識やスキル、すなわち「消費者力」が強く求められており、この消費者力を養うための育成がこれまで以上に要求されている。言い換えれば、消費者教育への社会的ニーズが強調されているといえよう。

こうした社会的な要求を受け、当学会は、消費者教育の現状を把握(意見書では5つを明示)した上で、8つの課題<sup>1)</sup>を示した。その中の一つが「消費者教育の必修化と消費者教育プログラムの開発」である。これは、中高等教育にキャリア形成や市民育成を視野に入れた「消費者教育」科目の必修化、また大学教育や教育系専門職大学院における消費者教育関連科目の開設を促すことにある。さらに「新消費者教育 Q & A」<sup>2)</sup>では、「消費者教育はキャリア教育(形成)とどのようにかわるのか(Q17)」という新しい課題が追加された。消費者教育のこのような展開は、若年層に対するキャリア形成に対して、教育研究の発展の必要性を示唆するものといえる。

では、キャリア形成とは何なのか。組織行動学者のホール(Douglas T. Hall)<sup>3)</sup>によれば、キャリア形成とは、職業に関する明確な問題意識と目標を持つことであり、仕事や余暇などの生活を個人が主体的に自己のライフスタイルとして描くことである。また、個人は、家族関係・仕事の環境を中心とした生涯を「キャリア意思決定」を継続しながら個人の生き方を表現していくこと、と捉えている。そこで、雇用促進事業団職業研究所の『職業読本』<sup>3)</sup>では、キャリアを形成するための起点となる職業選択は、一時的な選択や意思決定に終始せず、「時間的には後戻りのきかない『一連の決定(たとえば、自分の希望職業を表明すること)』の成果が職業選択行動」となって表れる、とある。ここで、「時間的には後戻りのきかない一連の決定の成果が職業選択行動となって表れる」という表現は、キャリア形成を為すための「起点」としての職業選択の行為、すなわち「起点」と意識する瞬間のキャリア意思決定がいかに重要であるかが語られている。

本研究で対象とする大学生(以下、学生と略記)の生涯を考えた場合、その節目となる職業選択は、人生の主要な課題であり、キャリア形成の起点となる重要な一過程である。つまり、学生はキャリア形成を念頭においた就職活動を意識しておくことが必要である。この一端を担うのが大学教育であり、その教育は、「キャリア形成にかかわる教育」を通して、学生の意識づけを促す機会であり、場であると考えられる。

ここで示す筆者らの「キャリア形成にかかわる教育」とは、学生が職業選択の際に、良好な労働条件(給与、休日数、福利厚生、知名度など)ばかりを判断基準とするものではない。倫理や人権尊重、地域貢献、環境保全などに企業が自主的に取り組むべき「企業の社会的責任」(CSR: Corporate Social Responsibility)(以下、CSRと略記)<sup>4)</sup>にも重きをおいた企業を職業選択の指針とするように教導していく教育をさしている。なぜなら、学生が消費者の立場でCSRを意識して職業選択を行うことは、学生自身のキャリア形成を為す過程で一貫した行動指針を与えることに結びつくと考えられるからである。一貫した行動指針が個人に育まれるということは、すなわち、「責任」への感受を学ぶことに繋がると考えられる。したがって、キャリア形成の起点として、学生は職業選択を行うが、その行為には「社会的責任」とそれに基づく社会的行動が伴うことになる。

近年、各業界においてCSRの取り組みが顕著であり、医療機関におけるCSRも強く問われ始めた。このことから、医療職、特に病院事務職をめざす学生(以下、医療職をめざす学生と記す)を研究・調査対象とし、学生のキャリア形成に関して、CSRの視点から消費者教育の必要性について論述するものである。

本研究の展開は、まず、学生の「キャリア形成」と「消費者教育」を結ぶ媒介概念が社会的責任であることを述べる。すなわち、「キャリア形成とCSRのかかわり」及び「消費者教育とCSRのかかわり」がどのように関連するのかを探究することで、「キャリア形成は消費者教育とどのようにかわるのか」について論証する。次に、医療職をめざす学生が、①大学入学前に消費者教育(主として安全・契約・情報・環境・消費の5領域<sup>5)</sup>(以下、5領域と略記)をどの程度、受講経験してきたのか、また、②現時点の職業選択の条件はどのような内容を重視しているのか、これらを把握する目的でアンケート調査を実施した。そして最後に、得られた調査結果から、「消費者教育」に「社会的責任を重視した病院の選択」を教授項目として導入するキャリア形成の必要性を実証する。

#### 「企業の社会的責任」の動向

##### 1. 企業の社会的責任: 基礎概念としてのCSR

わが国では、高度経済成長が終盤に差し掛かった時期から、成長期には発生しなかった公害問題や消費者問題が顕著となった。このような事象から企業は、利潤追求だけではなく、企業のあり方を、いわ

ゆる CSR に照らして問うようになり、企業はそれに応じた経営行動を取り始めた。CSR は、1970年代を皮切りに関心事となり、リクルート事件を始め数々の企業不祥事が発覚したことで、企業に対する社会や消費者の目が厳しく糾弾され始めたことによるものであった。つまり、企業は『『社会の中の企業』<sup>4)</sup>であるがゆえに、社会のモラル、ルールを遵守することで社会の繁栄に貢献することができる。』<sup>5)</sup>のである。このような時にあるからこそ、今日においてもより一層 CSR が注目されていることは自明の理と言えるだろう。

この CSR をめぐる議論には、社会的責任肯定論と社会的責任否定論<sup>†6)</sup>のそれぞれの見解がある。本研究においては「企業の営利目的を否定して、人類の向上発展あるいは社会の福祉に積極的、自律的に貢献するという意味での社会的責任を企業の目的追求におかねばならない」<sup>6)</sup>とする肯定論の見解に基づいて展開するものである。それは、CSR について早期から研究を重ねてきた CED (経済開発委員会) が指摘するように、企業には、a. 経済的機能を効率的に果たすという基本的責任が根底にあるからである。そして、b. その機能を果たすに当たっては、変化する社会的価値や優先順位に対して考慮すべきである。c. 企業は社会環境の積極的改善に幅広く関与すべく責任を負う。企業の責任は、この三つで形成されていると考えられる。CED は、こうした a, b, c を「三つの同心円」<sup>7)</sup>と称した。

そもそも CSR の概念は、『『ビジネスマンの社会的責任』(Howard R. Bowen)において、「ビジネスマンの社会的責任は、今日の社会における目標や価値にとって望ましい方策を追求し、決定を下し、その一連の活動に従うビジネスマンの義務にあたる。』<sup>8)</sup>と記したことから始まった。以降、統一的定義は定まらないものの、一般的な認識としては、法律を守り有用な製品・サービスを提供し、税金を納め、収益を株主に還元するという責任、さらに環境への配慮、社会活動への配慮、積極的な情報開示、誠実な顧客対応などと捉えることができる<sup>†7) 9)</sup>。つまり企業は、社会、従業員や株主、消費者、地域など stakeholder との関係で起こる社会問題に対処すること、また社会ニーズに対しても効果的かつ能率的に対応する公共責任や社会的義務がある、という観点に拠っているのである。そして近年では、2003年頃の企業不祥事が続発したことにより CSR への注目が顕著となった。この広がりには、企業に留まらず、医療機関や福祉施設、教育機関などのさまざまな組織においても問われ始め、強く意識されるようになってきた。そして今日、各組織が果たすべき社

会的責任の内容を企業理念や運営理念に定め公開し、従業員の意識変革を図ることで、stakeholder からの評価を得る時代へと変化している。

## 2. 病院の社会的責任：応用概念としての HSR

基礎概念としての CSR は、病院(医療機関)組織に適用する応用概念であると考えられる。病院の組織経営の不祥事や医療事故多発の要因は、まさに社会的責任意識の希薄さ・欠如に起因するものと解釈してよいであろう。このような事態が近年、社会的責任をさらに注目させ、医療機関の社会的責任のあり方が変化し、その様相が重要視されてきたのである。いわゆる病院の社会的責任(HSR: Hospital Social Responsibility)(以下、HSR と略記)である。

HSR は、「コンプライアンスの体制が整ったうえで、病院本来の使命である診療あるいは研究の実績を高めていく。そして、地域医療との連携、公衆衛生や保険医療への協力、国際活動への参加など、各病院に可能な独自の社会貢献を行っていく。これらの活動をステップごとに充実させて整合性を持たせて総合的に取り組んでいくこと。』<sup>10)</sup>と捉えられている。具体的には、特に病院職員による利用者個人の医療情報や記録の完備、守秘義務の徹底、患者ニーズに対応した十分なインフォームドコンセント等が挙げられる。CSR の議論が発展することで、今後、医療機関が社会ニーズに適切に反応するという意味において HSR を果たす姿勢が一層求められるだろう。

しかし、HSR が成立する条件は、経営の視点に立つ病院組織や医療従事者だけに課せられるものではない。そこには、患者自身や地域住民も当事者意識を持つことが重要となる。これは、個の視点に立つ「消費者の社会的責任(Consumer Social Responsibility)」である。消費者は、医療機関に対し、患者満足を求め厳しい目を向ける一方で、消費者の自己中心的な利益の追求から、社会環境などの幅広い影響を考慮した購買・消費行動への変革が要求される。言い換えれば、消費者の視点からみた病院の社会的責任を無視しては HSR は成り立たないのである。したがって、HSR の意識は、病院関係者や患者とその関係者だけに関連する事象ではない。筆者らは、ここに(HSR の概念に)医療職をめざす学生の立場における捉え方ができると考えた。それはつまり、学生の場合、二つの「消費者の社会的責任」の側面で捉えておく必要があるということである。その一つは、「キャリア形成にかかわる HSR の観点」であり、もう一つは「消費者教育にかかわる HSR の観点」である。言い換えれば、就職前と就職

後の立場による「消費者としての社会的責任」の発生である。そこで、この両側面について論究していくこととする。

### キャリア形成と消費者教育の 媒介概念としての「CSR」

#### 1. 「キャリア形成」にかかわる HSR

医療職をめざす学生は、職業選択の際に志望する病院の社会的責任について情報を得ようとする意識を持つことが重要であり、これは消費者の社会的責任の一観点となる。つまり、職業選択の条件として、労働条件や職場環境などの好条件を主要とするのではなく、HSR も選択条件に加えることが必要である。なぜなら、例えば、不祥事などによる病院閉鎖は、従業員の死活問題にかかわる深刻な事態であり、人生における大きなリスクとなる。学生にとって人生の節目といえる最初の職業選択は、自分の生き方を反映させるものであり、まさしく「キャリア形成」の一過程である。職業を選択し意思決定する際の最大限のリスク回避は当然視野に入れておくべき重要な要素である。

このような観点から、医療職をめざす学生のキャリア形成は、自己実現のための目標と人生設計にかかわるキャリア・デザインの創出において重要である。これは、「人生をいかに、よりよく生きるか」という個人の働き方を通しての生き方を追求することに繋がる。そして、働く環境(組織)は、個人が自分の生き方を実現するために選択する一環境として捉える必要<sup>11)</sup>があり、ここにキャリア形成の一過程としての「職業選択」がある。つまり、HSR を職業選択の一条件とすることが学生の立場での自己責任といえる。キャリア形成は、「組織が道案内してくれる時代が終わりつつあり、個人がキャリアを形成するという発想が個人の選択と行為のなかに求められつつある」<sup>12)</sup> からこそ、キャリア形成を考える上で職業選択にかかわるリスクの観点を含めるべきなのである。CSR を応用概念とする HSR は、キャリア形成を視座とした職業選択を考える学生にとっての重要な中核概念といえる。

#### 2. 「消費者教育」にかかわる HSR

学生が職業選択をする際に「消費者の社会的責任」として捉えるもう一つの観点は、就職前と就職後のそれぞれの立場による HSR への認識である。本研究において対象とする医療職をめざす学生で言えば、「学生という立場」と「医療従事者という立場」の社会的責任があり、それぞれの立場における社会的責任認識への程度に多義性をもつ。就職前の学生に対する消費者教育は、就職という節目でライフスタ

イル形成にかかわる意思決定能力を養う機能をもつ。一方、医療機関に就職後の組織人を想定した消費者教育は、「職員一人ひとりが社会的責任の意識に目覚め、日常の医療提供プロセスにおいて CSR を十分意識した行動がなされていることになれば、これこそ CSR をめざす病院のベースとなる。」<sup>13)</sup> といった職業人としての役割意識を認識させることが大切になる。

かつて、アンダーソン(Jerry W. Anderson, Jr.) は、社会的責任に関する研究について「学生たちは、せいぜいほんの限られた法的・倫理的・道徳的基準しか知らされていないということもさまざまな研究からわかっている」<sup>14)</sup>。こうした将来のビジネスマンや意思決定者たちが、企業に関する自分の見解や概念を主にマスメディアや彼らの教師から得ているのである。したがって、社会的責任に関する基礎概念を知り、またそれを教授された従業員や市民の存在もまた重要かつ不可欠である。<sup>15)</sup> と、「個の視点」観から述べた。時代を遡ったこの文献では、すべての見解が現代に踏襲されるわけではない。だが、社会的責任についてあまり知られていない点などは、現在でも十分評価されるものである。つまり、学生が社会的責任について学ぶことの必要性を示唆すると言える。だが実際、わが国において学生に対する教育的視点に立った情報提供の機会は十分とは言えない。金井<sup>16)</sup> は、情報提供について、人生の「節目をうまくくぐるためには、節目で適切な意思決定をするためには、(中略)、できるだけ役立つ良質な情報がほしい。」とし、これを RJP (Realistic Job Preview, 現実主義的な仕事情報の事前提供) と称した。また、小木<sup>17)</sup> の「消費者情報は消費のための『知識』と捉える見方が一般的である。」という指摘からすれば、学生が職業を選択する際の情報を「知識」として、また RJR の働きとして、それを「消費者教育」が有用することは十分可能であると言えるだろう。以上の論点から、医療職をめざす学生の職業選択にかかわる HSR を「消費者教育」に導入していくことは、意味をもつ重要な媒介概念としての機能性と考えられる。そこで、次章では CSR に基づく教育的観点を探るために、アンケート調査の結果に基づき考察する。

### 医療職をめざす学生の「CSR」に関する現状把握 —調査結果—

#### 1. 調査概要

##### 1.1. 調査目的

本調査では、学生が職業選択をする際にどのような要件<sup>18)</sup> を重視するのかを調査する。特に、「社会

的責任」の重視度について現状を把握する。また、入学前までに就職に関する授業等をどの程度受講したかを調べる。特に、大学生の「消費」ないし「消費者」に関する知識の範囲について把握する。

1.2. 調査対象

①岡山県所在 K 大学 医療福祉マネジメント学部 1 年生69人，同学部 2 年生60人。②同県所在 N 大学 人間生活学部 1 年生100人，2 年生16人，3 年生74名，総計319人である。なお，調査目的で示したように，本調査は主に大学入学前の実態調査を対象としているため，医療福祉系以外の学生にも調査を実施した。現状把握を目的とする上では，対象者の所属学部が異なる点について，特に差し支えないと判断した。

1.3. 調査時期と方法

調査時期は，2006年4月～5月の間で実施し，調査方法は質問紙法によるアンケート調査である。

2. 調査結果

2.1. 職業選択の領域

学生が希望する職場を選ぶときに何を基準にして判断しようとするのか。ここでは，一般的な領域として「勤め先」「労働条件」「仕事」<sup>18)</sup>に「社会的責任」を付加し，4領域全35項目を挙げた。それらの結果を表1にまとめた。各項目の平均値の高低をその要件内容の重視程度を表わすものと捉えた。結果として，領域別平均では「労働条件」は4.25となり最も高く，「社会的責任」3.62は「勤め先」や「仕事」の平均と比較して最も低い。「社会的責任」は，その内容や範囲が時代とともに変容したこともあって，従来の CSR の範囲から新たに拡大された項目（表1の(26)～(30)）については，特に平均が低かった。

したがって，他の項目に比べ社会的責任の項目の平均が低いということは，消費者教育の中に「職業

表1 学生が職業選択で重視する項目

領域	条件となる項目	重視する程度	平均値 (SD)	領域別平均値
勤め先	(1)運営やビジョンがすぐれている		3.95 (0.81)	3.97
	(2)売上げや利益が高い		4.10 (0.78)	
	(3)研究所等の施設が充実		3.47 (1.02)	
	(4)職場がきれいで快適		4.39 (0.67)	
	(5)知名度の高さ		3.94 (0.94)	
	(6)規模の大きさ		3.85 (0.95)	
	(7)職場に活気がある		4.40 (0.74)	
	(8)経営者の魅力		3.95 (0.96)	
	(9)優秀な人材が多い		3.70 (0.90)	
労働条件	(10)給与・賞与額		4.44 (0.72)	4.25
	(11)勤務日数・労働時間		4.52 (0.72)	
	(12)休日・休暇日数		4.50 (0.70)	
	(13)福利厚生が充実		3.87 (0.89)	
	(14)社会保険加入の有無		3.94 (0.89)	
	(15)立地のよさ		3.91 (0.89)	
	(16)通勤の利便性		4.34 (0.74)	
	(17)雇用の安定性		4.47 (0.70)	
仕事	(18)自分がやりたい仕事ができる		4.62 (0.62)	3.96
	(19)仕事の成果や実績が正当に評価される		4.42 (0.73)	
	(20)仕事や研修を通じて専門知識や技術が身につく		4.14 (0.88)	
	(21)自分の経験・専門が生かせる		4.23 (0.85)	
	(22)世の中に影響を与える仕事ができる		3.55 (1.07)	
	(23)責任のある仕事をまかせてもらえる		3.53 (1.02)	
	(24)仕事を通じて幅広い人脈形成ができる		3.92 (0.95)	
(25)家族・友人などに自慢ができる		3.28 (1.09)		
社会的責任	(26)地域への貢献		3.40 (1.01)	3.62
	(27)ボランティア活動への取り組み		3.15 (1.01)	
	(28)地球環境保護への貢献		3.26 (1.01)	
	(29)環境保全に関する基本方針の策定		3.17 (1.00)	
	(30)省資源・省エネ・リサイクル活動への取り組み		3.25 (1.00)	
	(31)法令を遵守し，倫理的に行動している		3.62 (1.03)	
	(32)人権を尊重・保護している		4.15 (0.88)	
	(33)職場の安全や衛生の確保		4.37 (0.74)	
	(34)社内研修制度の整備		3.70 (0.88)	
	(35)育児・介護支援制度の整備		4.14 (0.91)	

※設問は「あなたは，職業を選択するうえで，どのようなことを条件としますか。条件となる項目の重視する程度について該当するものに○をつけてください。」。回答は，「5. とても重視する」「4. 重視する」「3. どちらともいえない」「2. ほとんど重視しない」「1. 重視しない」の5段階尺度である。

選択の一要件」として社会的責任を取り入れる必要性がある、ということの意味する。それは、同時に教授項目としての位置づけでもある。

2.2. 大学入学前の「消費者」に関する受講経験  
大学入学前に「消費」や「消費者」に関する内容を、どの程度受講したのか、については、先述の「消費者基本計画」に基づいて5領域全40項目を抽出した。その結果は、図1に示したように、領域別では「安全」50.6、「契約」52.8、「情報」55.1、「環境」56.8、「消費」42.5で、「消費」領域の割合が最も低いことが判明した。

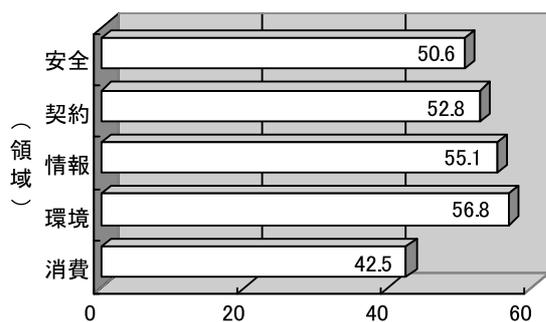


図1 「消費者」に関する受講領域

また、表2は、「消費」領域だけの結果を示したものである（「消費」以外の領域は紙面上省略）。8項目のうち、平均値が1.50以下は⑤～⑧であった。結果としてここで注目しておきたいのは、「⑤企業の社会的責任に関する内容」である。表1で示した「職業選択で重視する条件」で「社会的責任」領域の平均が低かったことは、CSRに関する情報や知識が他の「消費」項目と比較して低い、という結果から示唆されるものと推察できる。ただし、⑤は広義的な聞き方であるため、CSRの具体的内容についての知識の有無が特定できない。この点は課題が残る。

したがって、表2の調査結果が示すとおり、大学入学前の「消費」や「消費者」に関する教育の受講経験が他の項目と比べて最も低いということから、

大学において「消費」や「消費者」に関する教育の重要度を高くする必要性のあることが理解できる。

以上のとおり2点が明らかになった。すなわち、その第1点は、職業選択の際の一要件として「社会的責任」の必要度が確認できたことであり、同時に消費者教育に取り入れるべき教授項目になりうることである。第2点は、図1および表2が示したように、「消費」および「消費者」の受講領域とその内容別受講平均が他の項目と比べて最も低いことから、積極的に大学において取り入れ教育する必要性があると解せられる。なぜなら、常に生活環境に身を置く学生は、一人の生活者として物事を「消費」し、一人の「消費者」として生活をしている。これを総じて「消費者行動」(consumer behavior)といえることができ、その行動には常に「責任」が付いてくることになる。一人ひとり社会や組織の単位として成り立つ社会的自己であり、社会的責任を果たすことになる。こうした一連の事柄は至極当然のこととはいえ、この流れを、学生のキャリア形成の起点において消費者教育の中で教え導き、その上で学生は学生の時点から消費ないし消費者への認識とその理解を高めることが可能な教育環境に身を置くことが求められる。そのようにできるならば、キャリア形成の教育と消費者教育の結節点は結実することになる。学生の時点から消費者教育の中核用語である「消費」および「消費者」という概念を、大学生のキャリア形成の起点において、教授項目として取り入れることによって、「キャリア形成と消費者教育の統合化」の教育が可能となる。

## 結 論

本研究では、「医療職をめざす学生のキャリア形成」に焦点を当て、学生はどのような観点に立って、主体的で自立的な自己のキャリア形成を模索していけばよいのか、という問いに対して論究してきた。その結果は以下の2点による。一つは、学生自身が

表2 「消費」領域の内容別受講平均

(5) 消費	平均値(SD)
①「消費者保護基本法」に関する内容	1.61 (0.49)
②「消費者基本法」に関する内容	1.60 (0.49)
③消費者問題についての内容	1.64 (0.48)
④消費者の権利と責任についての内容	1.61 (0.49)
⑤企業の社会的責任に関する内容	1.34 (0.47)
⑥裁判外紛争解決手続きについての内容	1.09 (0.28)
⑦消費者団体訴訟制度の導入に関する内容	1.11 (0.31)
⑧消費者教育に関する内容	1.24 (0.43)

n=318

※設問は「あなたは、大学入学前に以下のような内容の教育を受けたことがありますか」。回答は「1. はい」「0. いいえ」である。

人生に対する「リスク」という観点から、キャリア形成にかかわる職業選択の要件として社会的責任が重要な媒介概念であるということ。もう一つは、学生がよりよく生きるためのライフスタイル形成に対し、「消費者の意思決定」という観点から、職業選択にかかわる社会的責任を消費者教育に取り入れることは重要な媒介概念としての機能性を有するものである、ということが判明した。

すなわち、キャリア形成について論じる際に、消費者の観点は欠かすことはできないのである。なぜなら消費者にとって、生活の価値を守ることや生活の質を向上させることは、人間の基礎であり、生活の基本だからである。したがって、消費者教育を介して自己のあらゆる場面を想像した人生設計に応用させていくことは、学生自身のキャリアの基盤を築くことになる。つまり、学生個人の働き方や生き方の前提条件としての考え方の基礎づくりとなる。そして、基礎となるその土台にかかわるのが、個人の社会的責任であり、さらには組織人へと成長するための社会的責任の存在である。このような考察から、筆者らは、キャリア形成と消費者教育は相互的に連関し、人生の幾つかの節目を向かえる学生にとって重要な中核概念になると考えた。そのために、消費者教育は、学生個人の社会的責任や消費者の社会的責任がキャリア形成に結びつくことを教導し、消費者力を養う機会を提供するものである。筆者らは、このことが、冒頭で述べた「社会に求められる消費者教育の役割」であると同時に、「社会に求める消費者教育の機能性」であると考えている。

さらに、医療職をめざす学生への具体的キャリア形成の捉え方として、どのような考え方ができるのか。このことについて論考してきた。学生個人のキャリア形成過程である就職前と就職後の HSR とは何であったのか。それは、a. 医療職をめざす学生の職業選択の段階での HSR と、b. 就職後、医療従事者となり組織人としての HSR である。a は、学生が自己のキャリアを考えた職業選択をするために、HSR の知識とそれを得ておく必要性を知ることである。自己自身の生涯を模索するには、人生設計や仕事設計をより現実的に捉えたキャリア形成への認識が必要となる。「キャリア」の概念は、人間の働き方を通じた生き方を問うような非常に深い意味を有している。ゆえに、キャリア形成の教育に従事する側は、主として職業訓練的なスキル向上と職業選択に対する一時的な意思決定というような従来型キャリア思考では十分とはいえない。b は、志望した医療従事者の立場における HSR を理解した行動

とは何かを考え、それを認識しておく必要があるということである。特に、医療職をめざす学生は、早期から希望職種(医療系)を決めている場合が多い。したがって、職業への意識づけに留まらず、初期段階から学生自身が自らのキャリアに対して問題意識をもち、生涯を通じた生き方(展望)を踏まえるべきである。そうすることで、主体的で自立的なキャリア形成へと接近できる。

このようなことから、「学生のキャリア形成が消費者教育とどのようにかわるのか」とは、人生の節目で迫られる職業選択の意思決定において、消費者の生活基盤が揺らぐようなリスクを回避できる判断力は不可欠である、ということである。職業選択は、単なる就職するための手段ではなく、生きるための一通過点である。消費者は、家族や職場、社会という集団の中で生きているため、外的環境に対する一個人の社会的責任の意識や行動は不可欠なものである。学生にとって社会的責任は、キャリア形成を考える上で、その置かれる立場を意識するという捉え方を導き、問題解決や意思決定を踏んでくという意識を醸成する可能性を提供する。それゆえ、学生に対する教育実践は、職業選択の際の HSR 意識を養うことに繋がるだけではなく、そこには、就職後、一職員として日常の医療提供の過程における HSR を意識した行動へと指向させる可能性を創り出す。これは、HSR をめざす病院の行動指針ともなる。そして、この展開可能性は、キャリア形成にかかわる消費者教育の形成・発展にも寄与するものであることが予想される。

以上の論証から、キャリア形成にかかわる CSR を教授項目として消費者教育に取り入れることの意義が見出せたと言えよう。しかし、調査結果から、CSR 重視の程度は低いと出たため、職業選択の条件にはなりにくい、というものであった。したがって、教育の中に取り入れるべき一要件なのである。言い換えれば、職業選択の時期を向かえる学生に対して今後構築しようとしている「教育プログラム」によって、教育の展開をいかに図るべきかが判明した課題である。ゆえに、次の課題は、学生の働き方・生き方にかかわる教育プログラムとしての、「キャリア・デベロップメント消費者教育プログラム(CDCEP: Career Development Consumer Education Program)(仮称)」を構築することにある。

今後の研究は、本稿を発展的研究の第一段階として、段階を踏まえた上で完成度の高い教育プログラム実現へと展開させていく予定である。

## 注

- †1) キャリア研究の第一人者である組織心理学者エドガー・H・シャイン(Edgar H. Schein)は、著『CAREER DYNAMICS』(1990年)において、「キャリア」概念を追究し、個人のキャリアが決まる力学と捉え、個人のライフサイクルは仕事との外部関係(外的キャリア)だけではなく、家族との内部関係(内的キャリア)が強く影響(相互作用)することを提示した。二村敏子・三善勝代訳、エドガー・H・シャイン：キャリア・ダイナミクス。白桃書房、東京、1991。また、経営学者の金井壽宏は、個人の視点から社会の視点を通して、キャリアは生き方、働き方にかかわるキャリアであり、人生の節目、キャリアの節目であると述べている。金井壽宏：中年力マネジメント。創元社、大阪、102-152, 1999。
- †2) 「消費者教育」とは、消費者が生活の価値を守り、生活の質を向上させるために消費者の自立に要する能力開発を目的とした教育である。日本消費者教育学会：消費者教育。1, 序文, 1983。
- †3) キャリア意思決定に関する理論について、ダグラス・T・ホール(Douglas T. Hall)は、マッチング・モデルとプロセス・モデルの2つに大きく分けられると考えた。ホール自身のキャリア意思決定として、①日々の選択、②サブ・アイデンティティの選択、③適切なキャリア選択に必要なもの、④人間関係の影響、を示した。渡辺三枝子編著：キャリアの心理学。ナカニシヤ出版、京都、121-122, 2003。
- †4) 企業の目的を形成する一つの大きな柱となるのが、企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility: CSR)である。近年、相次ぐ企業不祥事等を契機として注目が集まったことから、消費者による企業評価の意識が高まっている。つまり、消費者は、製品の安全性、環境への配慮、企業倫理といった点も含めて企業を選別する、という意識の変化が表れているのである。このような背景によってCSRの範囲は大きく変わっていった。その内容とは、法令・社会的規模の遵守、有用な製品・サービス提供、収益の獲得と納税、株主利益の保護だけではなく、環境配慮、消費者保護、積極的な情報開示、文化・スポーツ活動への理解と支持、教育・医療の仕事への助力、市民活動の支援なども含まれている。例えば、村松司叙：現代経営学総論。第2版、中央経済社、東京、2004。また、「環境諸主体(株主、債権者、労働者、得意先、消費者、地域住民、政治・自治体)の経済的ならびに社会的(非金銭的)欲求を充足するためになさなければならない義務あるいは職務」とも認識されている。山城章、森本三男：入門経営学。実教出版、東京、1991。
- †5) 「消費者教育」に関する質問は、「安全」「契約」「情報」「環境」「消費」の5領域で、各8つずつ全40個の質問から成る。質問内容は、「消費者基本計画(平成17年4月)」の別紙に提示されている具体的施策から抽出したものである。
- †6) 「社会的責任否定論」に関してミルトン・フリードマンは、企業の利潤追求が社会および人類の福祉の向上発展とも両立するのだという主張をした。百瀬恵夫：企業の社会的責任。白桃書房、東京、16-17, 1994。柴川林也：経営学演習。同文館、東京、14-15, 1985。
- †7) 梅田は、「企業の社会的責任」と「企業倫理」の使用頻度について、新聞3社の調査から分析している。「企業の社会的責任」は、1970年代より出始めたが、1989年以降は「企業倫理」が代わって使用されるようになった。しかし、2003年からは「企業倫理」に代わって「企業の社会的責任」が再度登場している。つまり、「企業倫理」が背後から「企業の社会的責任」を支える概念になった、と述べている。梅田徹：企業倫理をどう問うか ―グローバル化時代のCSR―。日本放送出版協会、東京、32-36, 2006。
- †8) 「職業選択」に関する質問は、職業を選択するうえで条件となる項目を4領域全35個の質問から成る。4領域とは、「勤め先」「労働条件」「仕事」「社会的責任」である。なお、質問項目の組み立ては、東京商工会議所実施：企業の社会的責任(CSR)についてのアンケート調査結果概要。「教育アンケート調査年鑑」編集委員会：教育アンケート調査年鑑2005年版下。創元社、東京、1039-1046, 2005。を参考とした。

## 文 献

- 1) 日本消費者教育学会消費者基本計画特別委員会：消費者基本計画。内閣府国民生活局、2005。
- 2) 新消費者教育Q & A検討委員会：新消費者教育Q & A(中間報告会)。日本消費者教育学会、37-38, 2006。
- 3) 雇用促進事業団職業研究所：職業読本。東洋経済新報社、東京、27, 1979。
- 4) 高内俊一：企業の社会的責任と法的責任。ジュリスト、578, 90, 1975。
- 5) 三宅耕三：消費者教育の展望 - 消費者教育に対する企業の対応に関する考察。消費者教育、5, 39-57, 1986。
- 6) 柴川林也：経営学演習、同文館、東京、14-15, 1985。
- 7) 経済同友会編訳：企業の社会的責任。鹿島研究所出版会、東京、16, 1972。

- 8) Bowen HR : *Social Responsibilities of the Businessman* . New York , Harper & Brothers , 1953 .
- 9) 経済同友会編訳：企業の社会的責任．鹿島研究所出版会，東京，1975．
- 10) 安部博人：病院の社会的責任—CSRからの視点．病院，64(6)，454-457，2005．
- 11) 宗方比佐子，渡辺直登：キャリア発達の心理学．川島書店，東京，2-4，2003．
- 12) 金井壽宏：働くひとのためのキャリア・デザイン．PHP 研究所，東京，59，2002．
- 13) 相田俊夫：事業家の社会貢献から世界水準の地域医療へ．病院，64(6)，469-473，2005．
- 14) Christenson RM : *Teaching Morality in Schools* . Cininnati Enquirer , December16 , A-10 , 1986 .
- 15) Anderson JW Jr , 百瀬恵夫監訳：企業の社会的責任．白桃書房，東京，12，1994．
- 16) 金井壽宏：働くひとのためのキャリア・デザイン．PHP 研究所，東京，172-173，2002．
- 17) 高橋明子，小木紀之：企業における消費者教育（I）．消費者教育，2，188-197，1983．
- 18) 東京都社会福祉協議会東京都福祉人材センター：福祉の職場で働く—紹介就職者の職業状況に関する調査，教育アンケート調査年鑑2005年版下．創育社，東京，928-943，2005．

(平成18年11月16日受理)

## The Integration of Consumer Education and Career Design from a Viewpoint of Social Responsibility

Kumi TAMURA and Setsuko MIZUTANI

(Accepted Nov. 16, 2006)

Key words : consumer education, career design, career selection,  
corporate social responsibility (CSR), hospital social responsibility (HSR)

### Abstract

At a time when there is increasing attention on 'career design', we decided to investigate how best 'consumer education' and 'career design' can be integrated.

Our research centered on university students who were aiming to work in the medical professions and shows that the concepts of CSR assist in the effective integration of 'career design' and 'consumer education'. This integrated style of study can be paraphrased as 'Consumer Education for Career Design'.

We conducted investigations in order to understand how consumer education lectures were perceived and what were the conditions that affected student's career choices. We believe our findings highlight the need to introduce CSR for 'career design' as a component in consumer education.

Our main findings can be summarized as follows:

- 1) Students should be able to realize the career that reflects their individual perspective on the basis of their life as a consumer.
- 2) On that basis, it is essential to recognize the value of HSR as an applied concept of CSR when students decide which career path to take – decisions that impact substantially on the direction of our life.
- 3) In short, the way to approach career design in an autonomous and independent manner is to be aware of the issues associated with specific careers and have a clear idea of how we wish to live and work throughout our lives.
- 4) Therefore we can say that the points above show the significance of incorporating CSR in career design as a component of consumer education.

Our next challenge is developing an effective Career Development Consumer Education Program (CDCEP).

Correspondence to : Kumi TAMURA

Department of Medical Secretarial Arts  
Faculty of Health and Welfare Services Administration  
Kawasaki University of Medical Welfare  
Kurashiki, 701-0193, Japan  
E-Mail: k.tamura@mw.kawasaki-m.ac.jp  
(Kawasaki Medical Welfare Journal Vol.16, No.2, 2006 315–324)