

教育費スポンサーとしての保護者モデル再考

——高校生・大学生保護者質問紙の分析から——

末冨 芳

1. 問題設定

本稿の課題は、日本の高校生、大学生の保護者がいかなるスポンサーとしての意識にもとづき子どもへの教育費投入を行っているのかをあきらかにすることである。

これまでに社会学、経済学、教育学の境界上に成立する「教育と経済」研究においてスポンサーとしての保護者モデルが検討されてきた。このうちもっとも有力なモデルを提供してきたのが教育経済学、家族経済学による理論的成果であった。

周知のとおり経済学の理論枠組みは、保護者を含めた行為者に対し利己的経済人の前提を課す。小塩 (2002, pp.17-18.) がこの枠組みの中で提示するように、投資者としての保護者、消費者としての保護者の2つのモデルが、現在のところ、教育費スポンサーとしての保護者を説明するもっとも有力な理論であろう。私立大学生保護者を対象とした分析でも、子どもの学生生活から満足感を獲得する「大学を『消費する』保護者」の実態があきらかとなっている。(米澤 2004)

しかし長期化する教育年数、良好とはいえない労働市場との接続、国際的にみて高水準にあると指摘される家計負担教育費といった条件下で、子どもに対する教育費投入はリスクな投資となっているといわざるをえない。また、高水準の教育費を先行き不明なまま子どもに投入する保護者のなかには「仕方がないと自分自身に言い聞かせ」、「後々子どもに後悔されると親として生涯の『負』を背負っていく」ことになる、などのきわめてネガティブな意識とともに教育費投入を行うものもある(濱名 2004, pp.79-80.)。こうした状況を考えると、日本の保護者の中には、

利己的経済人モデルや単純な投資者、消費者像に還元されえない、多様な教育費投入の意識が存在していると考えerほうが妥当であろう。

本稿では(1)保護者の教育費投入行動に関する理論的枠組みを提示し、(2)高校生、大学生保護者に対する質問紙調査の計量的分析を行う。これによりじっさいの保護者教育費投入意識をあきらかにし、スポンサーとしての類型化を行う。これらの作業を通じて教育費スポンサーとしての保護者モデルを実証的に精密化していくことを目的とする。

高校生、大学生の保護者を対象とする理由は、彼ら彼女らが「現実的な」教育費スポンサーと考えられるからである。高校生や大学生の大半は「かわいさ」「愛らしさ」といった消費的価値や、「無限の可能性、才能」といった投資対象としての楽観的な価値を失っている。かわりに親子ともに教育システムから職業システムへの移行（就職）といった問題が視野に入り始め、また大学や専門学校進学のための高額な教育費を準備し支払う時期でもある。こうした時期にあって、保護者は教育費に支出可能な家計の金銭的許容範囲を考え、またそれにともなうスポンサーとしての自覚を高めざるを得ない。それゆえにライフステージのほかのどの時期にもまして「現実的な」教育費スポンサーとしての意識が高まる時期と位置づけられるのである。

こうした多様性が想定される保護者教育費投入意識を捕捉すべく、2003年に高校生と大学生の保護者に対する質問紙が実施された。本稿ではこのデータを分析に利用する。質問紙調査についての詳細は3節で述べる。

2. 保護者の教育費投入行動の理論的枠組み

2.1. 投資、消費そして贈与：教育費投入と子どもからのリターン

保護者の教育費投入行動を理論的に分類する場合、教育費投入にさいして保護者が子どもからのいかなるリターンを得ようとしているのか、という点に注目することが有効である。

小塩(2002, p.16.)が提示するように、経済学の枠組みでは教育費は保護者にとって「投資」「消費」のいずれかであると考えられる。「投資」の場合には、保護者はリターンとして、将来の子どもからの金銭的利得を期待する。この場合、教育費は子どもの労働市場での価値を上昇させるための訓練費用として投入される。ただしリターンを保護者への仕送りや老後の生活費・医療費等の形で受け取るのは、子どもへの教育費投入から数年から数十年にわたる時間差を覚悟しなければならない。

教育費スポンサーとしての保護者モデル再考

いっぽうで「消費」の場合には、保護者が子どもから受け取るのは、精神的効用である。たとえば子どもに社会的にステータスの高いとされるおけいこ事（バイオリン、バレエ等）をならわせればそれだけで一定の満足感があるし、子どもが有名校に進学すれば周囲に自慢もできる。「消費」の場合、教育費は子どもの世間的価値を高める財・サービスの購入費としての性格をあらわにする。一般的に子どもの世間的価値を高める財・サービスであるほど、保護者の精神的効用が高まるのが特徴である⁽¹⁾。有名でない学校の制服を着た子どもよりは、有名な学校の制服を着た子どもの方が、保護者の精神的効用は高くなる。（小塩 2002, p.18.）こうした世間的価値との連動性を持つのが「消費」の特徴といえる。

ところで、家族内資源配分行動としての教育費には、「贈与」としての性格がともなうことも経験的には知られている。しかし「投資」「消費」とは異なり「贈与」は従来、教育費をめぐる理論の中心に位置づけを持つことはなかった。「親子のような見返りを期待しない贈与」（竹沢 1996, p.80.）という純粹性の神話のもとで、「贈与」が保護者にとってリターンをもたらすことが想定されていなかったためである。

だが「贈与」は財の一方向的移転という性格だけでなく、それにともなって人間同士の関係性や権力、人格や感情がやりとりされる「交換」行為の一種（贈与交換）でもあることが社会学や人類学の知見からあきらかになっている。（上野 1996, 伊藤 1995）すなわち、見返りを求めない無償の「贈与」として教育費を一方向的に子どもに与える場合ですらも、保護者は潜在的にはリターンを追求していると考えられる。具体的には、子どもから保護者への尊敬、それにともなう良好な家族関係等の精神的効用と想定できる。たとえば「教育費の恩返しなんて考えず、お前は自分の人生を生きろ」という保護者と、「教育費の分、絶対に恩返しをしろ」という保護者とどちらが尊敬の対象になりやすいかは言うまでもない。ところで「消費」と「贈与」とは精神的効用を子どもからのリターンとして受け取る点で共通している。むしろ「消費」と「贈与」は同一の概念ではなく、「消費」では世間的価値が重

表1 投資・消費・贈与と教育費のリターン

	教育費の性格	保護者への リターンの特徴	具 体 例
投資	子どもの労働市場での価値を上昇させるための訓練費用	金銭的利得	稼ぎの良い子どもからの高額な仕送り、保護者の老後の医療費、生活費等の子ども負担
消費	子どもの世間的評価を高める財・サービスの購入費	精神的効用	おけいこ事をならわせる楽しみ、塾での成績上昇のよろこび、わが子の有名校合格の自慢
贈与	子どもへの一方向的移転	精神的効用	子どもから保護者への尊敬、良好な家族関係

視される。これに対し「贈与」は保護者と子どもとの「関係」を重視した行為である（中沢 2003参照）。

「投資」「消費」「贈与」は、いずれかが明確に意識される場合もあるし、1人の保護者の中にそのすべての意識が共存する場合もあろう。こうしたスポンサー意識の多様性は本稿後半部で分析の対象とする。

2.2. 保護者の教育費投入行動と「子ども志向」「保護者志向」

保護者の教育費投入行動を理解しようとするとき、保護者はつねに自分自身の利益のみを意識し行動するわけではないという点に留意しなければならない。

経済学理論においても、保護者は自分だけの利得を追求する利己的な「合理的経済人」から、子どもの消費量が大きくなると親の効用が増大する「利他主義者」(Altruist)としてもモデル化されるようになっている。(Becker 1991, pp.277-306.)

すなわち保護者は自分自身の利益を重視するだけでなく、子どもの効用や利益も追求しようとする意識を持つのが一般的である。ただしそれは「純粹贈与」のような「いっさいの見返りを求めない」完全利他的な行動（中沢 2003, p.5.）というよりは、子どものことを考えつつ教育費投入を行うが保護者自身の効用や利得も勘定に入れるというある程度合理的な行動と考えた方が現実的であろう。

保護者の教育費投入やスポンサー意識の多様性を理解しようとする際に、どの程度子どものことを考えているのかによって違いがでてくることを見逃すべきではない。たとえば「投資」意識の高い保護者でも、子どもの利益も考えている場合と自分へのリターンしか考えていない場合では異なるスポンサーといえる。保護者が自分のことしか考えない利己的な意識を強く持つ場合を「保護者志向」、子どもの効用や利益も重視する利他的な意識を強く持つ場合を「子ども志向」と位置づけよう。

「投資」の場合であれば、「保護者志向」が強ければ教育費投入に際して将来子どもからもたらされる金銭的利得のみをダイレクトに意識するが、「子ども志向」が先立てば、金銭的利得の前提となる子どもの良い就職や労働市場での価値を高めようという意識をもたらすと想定される。

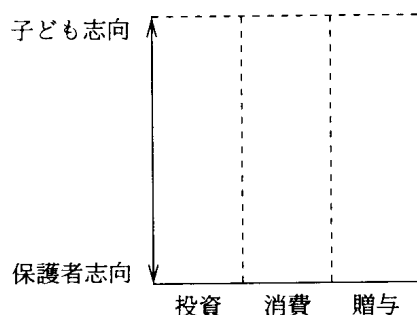
「消費」の場合には、「保護者志向」が強ければ、保護者自身が子どもの消費を楽しんだり、子どもを自慢したいという顕示的意識としてあらわれる。「子ども志向」では、子どもに良い（世間的価値の高い）教育的経験や良い商品を購入してやりたい、多くの人から賞賛されるような素晴らしい体験をさせてやりたい、という子ど

も本位の装いをまとった意識としてあらわれるだろう。

「贈与」の場合には、「保護者志向」が強いと教育費を「贈与」することで子どもとの良い人間関係や親への尊敬を期待する意識などが想定できる。「子ども志向」が強ければ百万千万単位の教育費を「親としての大きなプレゼント」（濱名 2004, p. 80.）として子どもに与えたこと自体に満足する意識があらわれるだろう。

以上の議論から、保護者の教育費投入行動に関する本稿での理論的枠組みを示しておく。図1の横軸に示したように、保護者の教育費投入は、リターンとして何を期待するかの違いにより投資、消費、贈与の3つの枠組みによって把握される。またその際に、「子ども志向」か「保護者志向」かによって保護者の意識が異なることが想定される。以下、この枠組みにしたがいつつ、質問紙分析を通じ、保護者の教育費投入意識の把握を行っていく。

図1 保護者の教育費投入行動（理論枠組み）



3. 保護者教育費投入意識の検討：単純集計を通じて

3.1. 調査の概要

ここで保護者教育費投入意識の理解を目的とした質問紙の概要について述べる。

分析には公立高校在学保護者と私立大学卒業生保護者の2系統のデータを用いた⁽²⁾。調査の概要は表2（次頁）のとおりである。本稿で用いるデータは教育費投入意識に関連する項目については同内容の質問項目を用いた。しかしただちに高校生保護者と大学生保護者のデータ比較が可能となるわけではない。別々の機会に質問紙調査を行ったこと、地域等において共通性のないサンプル集団であることなどから、単純にデータを比較することには慎重になる必要がある。ただし高校生保護者、大学生保護者はそれぞれ教育費投入の最中もしくは直後にあって教育費について高い意識や自覚を有した「現実的な」スポンサーであると考えられるので、それぞれ教育費投入意識の解明に値する対象であるといえる。

表 2 質問紙調査の概要

対 象 ・	公立高校生保護者	私立大学生保護者
協力校属性	公立高校の2年生，文系・理系クラス（全日制）	私立大学・社会科学系学部の2003年3月卒業生
協力校数	3（上位進学校2，中位進学校1）	6（うち上位大学2）
協力校所在地域	西日本A県	関東以北
調査方法	郵送法，直接配布法	郵送法，直接配布法
調査時期	2003年6月～12月	2003年3月～5月
有効回答数	158	446
回収率	33.1%	19.2%
回答者属性	父15.2%・母81.0%（N.A. 3.8%）	父36.5%・母60.1%・（N.A. 3.4%）
備考	協力校のうち1校から保護者学歴・職歴に関する質問を断られている	

3.2. 理論的枠組みと質問事項の位置づけ

質問紙調査の中で，分析の対象とするのは教育費や大学学費に関する意識を問うた10の質問事項である。設問は「次のような意見がありますが，あなたはどのようにお考えになりますか？」（単一回答方式，とてもそう思う，ややそう思う，あまりそう思わない，そう思わない，の4点法）である。質問文がやや一般的ではあるが，高校生，大学生の両方の質問紙において，親子間での望ましい学費負担形態に関する質問事項の直後に配置しており，教育費に関する意識を問う設問であるという意図は十分理解されたと判断できる。単純集計の結果は表3の通りである。

さて，これらの単純集計の結果を検討していこう。全体としてN.A.率は2～5％程度にとどまっており，今回のサンプル集団の場合には，教育費についての意識を問われることについてそれほど拒否していない。

高校生，大学生保護者ともに8割以上の保護者が肯定的回答（そう思う＋ややそう思う）を行ったのは，「大学で4年過ごすことが人生経験として貴重だ」（高校生保護者84.2%，大学生保護者87.3%）であった。子ども自身の「経験」を重視するという意味では，「子ども志向」である。また子どもに「貴重な人生経験」をさせた保護者にはリターンとして精神的効用がもたらされる。大衆化時代とはいえ大学が一定の世間的価値を持つことを考えれば保護者の「消費」意識に関連する質問項目といえる。

高校生保護者の5割以上，大学生保護者の4割以上が肯定的回答をしたのは「大学に行けばそれなりの実力がつく」（高校生保護者64.5%，大学生保護者58.8%）「大

教育費スポンサーとしての保護者モデル再考

表3 保護者の教育費に関する意識（単純集計）

	高校生保護者 N=158		大学生保護者 N=446	
	とてもそう思う, ややそう思う(%)	N. A. (%)	とてもそう思う, ややそう思う(%)	N. A. (%)
大学で4年過ごすこと自体が人生経験として貴重だ	84.2	2.5	87.3	3.4
大学に行けばそれなりの実力がつく	64.5	2.5	58.8	4.0
大学を卒業すると子どもの将来の投資になる	53.8	2.5	43.7	5.4
高卒で不満足な就職をするぐらいなら大学へ行ったほうがいい	53.8	2.5	42.3	3.6
今時、普通の子ならば大学へ行くのは当たり前だ	45.6	1.9	28.3	3.4
大学進学は、本人に能力があることの証明になる	38.6	3.2	31.6	3.4
この大学（高校生：有名な大学）に行けば他の人からうらやましがられる	38.6	3.8	12.8	5.6
子どもを大学に行かせるのは遺産相続の一種のようなものだ	34.2	3.8	19.7	3.4
子どもを大学へ行かせるために苦労するのは親の喜びだ	26.0	2.5	28.5	3.4
いずれ子どもの世話になるのだから大学の学費ぐらい出すべきだ	13.3	3.8	5.2	3.4

※肯定的回答率は、N. A.を除いた有効回答数を100%としている。

学を卒業すると子どもの将来の投資になる」(53.8%, 47.7%)「高卒で不満足な就職をするぐらいなら大学へ行ったほうがいい」(53.8%, 42.3%)である。「子どもの将来の投資」と考え、大学で「実力」をつけさせ、「不満足就職」ではない就職をさせたいという点に注目すると、これらは「子ども志向」の「投資」に位置づけられる。

ここからは肯定的回答割合の低かった質問項目を検討していく。もっとも肯定的回答割合が低かったのは、「いずれ子どもの世話になるのだから学費ぐらいは出すべきだ」(高校生保護者13.3%, 大学生保護者5.2%)であった。学費とひきかえに子どもからの将来的な「世話」(金銭的利得を含むリターン)を期待する親はせいぜい1割前後である。本稿の理論枠組みにひきつけていうならば、「保護者志向」の「投資」意識はほとんど自覚されていない。

同様に「贈与」意識も低い。「子どもを大学へ生かせるのは親の喜びだ」(高校生保護者26.0%, 大学生保護者28.5%),「子どもを大学へ行かせるのは遺産相続の一

種のようなものだ」(高校生保護者34.2%, 大学生保護者19.7%)。この2つの質問項目とも、教育費を贈与すること自体に意義や親としてのよろこびを見出す「子ども志向」の「贈与」意識に位置づく。なお子どもとの良好な人間関係や尊敬といった保護者リターンを意識した「贈与」に関する項目は今回の質問紙には存在しないので、「保護者志向」の「贈与」意識については本稿の検討の外にある。

さて前述の質問項目「親の喜びだ」において肯定的回答をした高校生・大学生保護者は3割もいない。「大学へ行かせるのは遺産相続の一種」に肯定的回答をした保護者も高校生保護者で約3割、大学生保護者では2割もおらず割合が低い。より高額な教育費を負担した大学生保護者のほうが肯定的回答割合が低いという点は特徴的である。

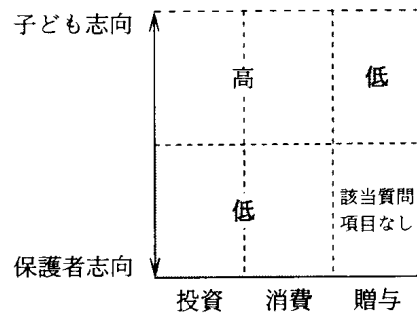
「この大学に行けば他の人からうらやましがられる」については大学生保護者全体では12.8%しか肯定的回答をしていない。「他の人」とは保護者の周囲の大人とくに同年代の子どもの保護者と回答者には想定されやすいだろう。その人たちから「うらやましがられる」ことを肯定する意識と考えれば、この項目は「保護者志向」の顕示的な「消費」意識に位置づく。高校生保護者の場合には大学進学前なので「有名な大学へ行けば他人からうらやましがられる」とワーディングが変えてある。ゆえに肯定的回答率は38.6%と高くなっている。上位大学(有名な大学)の保護者に限定すると大学生保護者でも34.1%の肯定的回答となり、「消費」意識はやはり世間的価値と連動することといえる。しかし「有名な大学」でもせいぜい3割程度の保護者が肯定的回答をしているにすぎず、「保護者志向」の「消費」意識についても比較的低いといえよう。

なお「今時、普通の子なら大学へ行くのは当たり前だ」(高校生保護者45.6%, 大学生保護者28.3%), 「大学進学は本人に能力があることの証明になる」(38.6%, 31.6%)の2つの質問項目はともに、「保護者志向」と「子ども志向」の両義的な意味合いを含んでいると判断される。前者の質問は、40%を超える4年制大学進学率のなかで大学に行かせないと就職のうえで話にならないという弱い「子ども志向」の「投資」意識と、自分の子どもが普通の子ども程度にはできる子どもであると周囲に示したい「保護者志向」の「消費」意識の両義性を持つ。後者も保護者自身が子どもの能力を証明していきたいという「保護者志向」の「消費」意識と、そのために子どもの能力を高めてやりたいという「子ども志向」の「消費」意識と、両義的な意味合いをもつ質問事項といえるが、いずれの肯定的回答割合も著しく高くもなければ低くもない。また質問内容の両義性ゆえに理論枠組みへの位置づけは行わない。

教育費スポンサーとしての保護者モデル再考

これら単純集計の結果からは、「子ども志向」の「投資」「消費」意識には過半数の保護者が肯定的な回答を行うが、「保護者志向」の「投資」「消費」意識は低く、「子ども志向」の「贈与」意識についても3割未満の保護者しか肯定的回答を行わないことがわかる。なお「保護者志向」の「贈与」意識は該当質問項目が存在しない。(図2)

図2 保護者の教育費投入意識



この結果だけを見ると、子どもの「投資」「消費」重視で保護者自身のメリットを考えず「見返りを求めない」日本の保護者、というこれまで指摘されてきたような無欲なスポンサーモデルが主流ではないかと考えられそうである。(経済企画庁1992)ただし、より詳細な保護者の教育費投入動機の解明には、これらの表面的な回答の裏に潜む「本音」にアプローチしていく必要がある。

4. 保護者のスポンサー意識の分析

本稿では、保護者のスポンサーとしての意識を詳細に解明するために、3節で注目した10の質問項目に対し因子分析を行った。表面的な回答の中にひそむ、スポンサーとしての本音を解き明かすために必要な作業と考えたためである。

4.1. 高校生保護者の因子分析

まず高校生保護者のデータに対し因子分析(主因子法・プロマックス回転⁽³⁾)を行った結果、4つの因子が抽出された。(次頁、表4)

第1因子は、「それなりの実力」「将来の投資」「人生経験として貴重」という「子ども志向」の「投資」「消費」意識と、「うらやましがられる」という「保護者志向」の「消費」意識に同時に影響する因子である。現代の「教育する家族」において保護者は子どもの育ちを「親の配慮と意思決定によって組織化」する志向を持つ(広田 2001, p.266.)。第1因子は、こうした志向を捕捉したものとも考えられる。保

護者は子どもの「将来の投資」として資金を投入するだけでなく、「実力」や「経験」をのぞましい方向へ設計し援助していくプロデューサー的機能を果たしており、子どものプロデュースに成功すれば「うらやましがられる」。ゆえに第1因子を「能力プロデューサー」と位置づけた。また第1因子「能力プロデューサー」は27.54%の負荷量平方和を示しており説明力が大きい。子どもの能力伸張を優先して考えつつ教育費投入を行うが、我が子の才能や能力を世間に示すことで満足感を高めたいという意識も保護者の教育費投入をささえていると理解できる。保護者スポンサー意識のもっとも主要なものが「能力プロデューサー」といえるのである。

第2因子は「遺産相続の一種」「親の喜び」に影響している。負荷量平方和は6.88%と大きくはないが、親が子どもに教育も「遺産相続の一種」として自覚的に資産の世代間移転を行うこと自体に意義を見出す意識、また苦勞しつつも教育費の一方、向移転そのものに「喜び」を感じる意識に影響する因子である。ゆえに「生前贈与」因子と位置づけた。

第3因子は「大学へ行くのは当たり前」「高卒で不満足就職よりは大学へ」という大学進学自体に過剰な意味づけを行わず、就職のため、あるいは今時の子どもなら当たり前とドライにわりきって考える「必要経費」因子と位置づけた。

表4 高校生保護者の因子パターン

	第1因子 能力プロ デューサー	第2因子 生前贈与	第3因子 必要経費	第4因子 見返り期待
負荷量平方和	27.54%	6.88%	6.10%	4.02%
初期の固有値	3.282	1.164	1.130	1.037
大学に行けばそれなりの実力がつく	0.827	-0.117	-0.106	0.061
大学を卒業すると子どもの将来の投資になる	0.611	0.220	-0.067	0.201
大学進学は、本人に能力があることの証明になる	0.548	-0.101	0.160	0.012
有名な大学に行けば他の人からうらやましがられる	0.362	0.024	0.008	0.328
子どもを大学に行かせるのは遺産相続の一種のようものだ	-0.149	0.916	-0.061	0.082
子どもの教育費のために苦勞するのは親の喜びだ	0.083	0.551	0.042	0.007
今時、普通の子ならば大学へ行くのは当たり前だ	0.027	-0.102	0.760	0.145
高卒で不満足な就職をするぐらいなら大学へ行ったほうがいい	-0.076	0.051	0.665	0.113
いずれ子どもの世話になるのだから大学の学費ぐらい出すべきだ	-0.001	0.110	0.296	0.400
大学で4年過ごすこと自体が人生経験として貴重だ	0.311	0.191	0.211	-0.358

教育費スポンサーとしての保護者モデル再考

第4因子は、「子どもの世話になるから」の因子負荷量が高く「見返り期待」と位置づけた。ほかに「大学経験は人生経験として貴重」がマイナスの効果を与えており、経験という非物質的な価値を重視せず、子どもから形あるリターンを期待する意識のあらわれと考えられる⁽⁴⁾。

4.2. 大学生保護者の因子分析

同じ項目について、私立大学生保護者データの因子分析を行った。その結果3つの因子が抽出された。(主因子法・プロマックス回転)

大学生保護者の場合は第1因子「能力プロデューサー」の影響下にある質問項目として「大学で過ごすこと自体が人生経験として貴重」が加わる点が高校生と異なる点である。大学生保護者の場合には「“経験の場(空間)”としての価値」(濱名2004)を大学に見出しており、「能力プロデューサー」として教育費投入をする際に子どもの大学での経験も設計、援助の対象に含めたと理解できる。なお大学生保護者でも「能力プロデューサー」の負荷量平方和は26.7%と大きい。

第2因子は高校生保護者と大きく異なる傾向を示している。「大学へ行くのは当たり前」「高卒で不満足就職よりは大学」「いずれ子どもの世話になる」が同一因子の影響下にある。第2因子を「収益性査定」と名付けた。よりましな就職のために大学までの投資を重ねてきたが、その子どもが大学卒業後に良い就職をし「世話」に

表5 大学生保護者の因子パターン

	第1因子 能力プロ デューサー	第2因子 収益性査定	第3因子 生前贈与
負荷量平方和	26.70%	5.92%	5.14%
初期の固有値	3.242	1.235	1.043
大学を卒業すると子どもの将来の投資になる	0.74	0.009	-0.113
大学に行けばそれなりの実力がつく	0.535	-0.056	-0.004
この大学に行けば他の人からうらやましがられる	0.433	0.102	0.024
大学進学は、本人に能力があることの証明になる	0.429	0.171	0.151
大学で4年過ごすこと自体が人生経験として貴重だ	0.373	-0.087	0.064
今時、普通の子ならば大学へ行くのは当たり前だ	-0.043	0.783	0.076
高卒で不満足な就職をするぐらいなら大学へ行ったほうがいい	0.005	0.719	-0.095
いずれ子どもの世話になるのだから大学の学費ぐらい出すべきだ	-0.002	0.307	0.27
子どもを大学へ行かせるために苦労するのは親の喜びだ	0.051	-0.125	0.825
子どもを大学に行かせるのは遺産相続の一種のようなものだ	-0.075	0.163	0.445

なれそうかどうかを見極めようとする、投資対象としての子どもの収益性を査定する保護者意識を反映した因子と解釈できる⁽⁵⁾。

第3因子「生前贈与」は高校生と類似の因子パターンがみとめられる。

4.3. 因子分析の結果と保護者スポンサー意識の検討

ここまでの因子分析の結果から、保護者のスポンサー意識について理論枠組みと対照しつつ検討を行う(図3)。高校生、大学生ともに「能力プロデューサー」が第1因子となり負荷量平方和も20%以上と大きい。子どもの「将来の投資」や「実力」を考え、まず「子ども志向」で「投資」を行うが、それは完全に利他的なものではない。保護者の「うらやましがられる」という顕示意識もまた教育費投入を支える動機の理解に欠かすことはできない。本稿の枠組みでいえば「うらやましがられる」は「子ども志向」の「消費」意識だけでなく「保護者志向」の「消費」意識とも関連する。いいかえれば、子どもに「投資」し実力を伸ばすことで、世間からうらやましがられることは、保護者のプロデューサーとしての実力を顕示することにつながる。このような「能力プロデューサー」としての意識が、教育費スポンサーとしての保護者をささえる中核的な意識といえる。

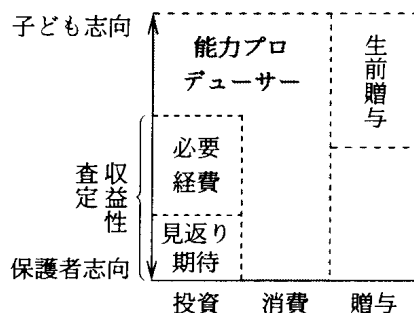
「生前贈与」因子については、因子負荷量は6%程度と小さい。しかし保護者は子どものために自らの所得や資産を教育費という形でプレゼントし、それにともない親としての満足感を感じる。「贈与」意識は保護者スポンサー意識の一隅に存在するのである。なお子どもとの人間関係でのリターンを期待する「保護者志向」の「贈与」意識は質問項目に該当項目がないので、ここでも分析の対象外となる。

「必要経費」因子(高校生保護者)は、大学進学率が40%程度で推移する「普通の子なら大学へ行くのが当たり前」の時代において、「不満足就職」のあげくフリーターやニートになるよりは大学に行くほうが子どものためにも親のためにもまだましと割り切った、「保護者志向」と「子ども志向」の両義性をもつ「投資」意識といえる。負荷量平方和は6.1%と大きくはない。「見返り期待」は保護者の「投資」意識をダイレクトに反映した因子といえるが、負荷量平方和は4.02%と小さい。なお「収益性査定」因子(大学生保護者)は、子どものよりよい就職のために「投資」を重ねてきたが、卒業後に子どもの世話になれそうかどうか見極めようとするというやはり「保護者志向」にも「子ども志向」にも関連する因子と位置づけられる。

ただしすべての保護者が同じ意識をもって教育費投入を行うわけではない。本稿の分析の後半部の主眼は、保護者のスポンサーとしての多様性を確認することに置

かれる。高水準の教育費を負担する日本の保護者は、どのようなスポンサーといえるのだろうか？

図3 保護者のスポンサー意識



5. 保護者スポンサータイプの類型化

本稿の分析の主眼である、保護者のスポンサータイプを把握するために、2.2.で得られた因子得点の符号をもとに類型化を行い上位5項目を示した。

高校生保護者の場合、すべての因子得点がマイナスになった保護者が24名（有効回答数の16.1%）、逆にすべての因子得点がプラスになった保護者が23名（15.4%）。この2つのタイプが上位2項目に来るという結果となった。

「能力プロデューサー」「生前贈与」「必要経費」「見返り期待」すべての項目で因子得点がマイナス傾向を示した Type. 1 の保護者は、教育費投入行動に際して積極的な意識が見えず、スポンサーとしての性格が不分明である。子どもに家計(財布)から教育費を投入する機能だけを果たしており、保護者自身がはっきりとしたスポンサー意識をもつようには見えないこの16.1%の保護者を「生ける財布」と名付けた。

Type. 2 の類型は、「能力プロデューサー」「生前贈与」「必要経費」「見返り期待」

表6 高校生保護者のスポンサータイプ（上位5項目）

	第1因子 「能力プロデューサー」	第2因子 「生前贈与」	第3因子 「必要経費」	第4因子 「見返り期待」	度数 (N=149)	スポンサー・モデル
Type.1	—	—	—	—	24	生ける財布
Type.2	+	+	+	+	23	子ども思いの利己主義者
Type.3	+	+	+	—	19	無欲な後援者
Type.4	+	—	—	+	12	意欲的な投資者
Type.5	—	—	—	+	12	合理的な投資者

のすべての項目で因子得点がプラスになった保護者である。スポンサーとしての自らの役割に相当自覚的であろうことが想定される。こうした保護者は、子どものメリットも保護者自身のリターンも十分意識し、「贈与」「消費」にともなうよろこびや楽しみといった精神的効用を味わうとともに、将来的な「投資」のリターンを期待する現実的な感覚を兼ね備えた「子ども思いの利己主義者」（あるいは「欲深い利他主義者」といいかえてもいいが）といえよう。

Type. 3 は、第 4 因子「見返期待」のみがマイナスとなり、他の因子ではすべてプラスの得点傾向を示している。子どもに「見返り」を求めず教育費を投入するという傾向は日本の親について従来指摘されており、こうした種類の「無欲な後援者」が Type. 3 といえる。ただしその割合は149名中19名（12.7%）であり、高校生保護者では一般的に思われているほど多くはない傾向にあるといえよう。

ほかには Type. 4 の第 1 因子「能力プロデューサー」と第 4 因子「見返期待」のみがプラスとなる「意欲的な投資者」、Type. 5「見返期待」のみがプラスとなる「合理的な投資者」がそれぞれ8.05%（149名中12名）となった。Type. 5「合理的な投資者」は経済学のいう「合理的経済人」に近い保護者と考えられる。

次に大学生保護者について同様の手続きを行った。大学生保護者のスポンサー類型については、上位 2 位については高校生の場合と類似の傾向を示している。1 位となったのはすべての因子得点についてプラスとなる「子ども思いの利己主義者」（407名中127名、31.2%）、2 位はすべての因子得点がマイナスとなる「生ける財布」タイプ（407名中120名、29.4%）である。上位 2 類型が60.6%と全体の過半数を占めるのが大学生保護者集団の特徴である。この理由については推測の域を出ないが「子ども思いの利己主義者」が増えるのは、大学生の方が高額な教育費がかかるので、スポンサー意識が高まったり深まったりする保護者が多くなるのではなかろうか。

表 7 大学生保護者のスポンサータイプ（上位 5 項目）

	第 1 因子 「能力プロデューサー」	第 2 因子 「収益性査定」	第 3 因子 「生前贈与」	度数 (N=407)	スポンサー・モデル
Type.1	+	+	+	127	子ども思いの利己主義者
Type.2	-	-	-	120	生ける財布
Type.3	-	-	+	32	無償の贈与者
Type.4	+	+	-	31	意欲的な投資者
Type.5	-	+	+	29	恩返し待ちの投資者

ほかには第3因子「生前贈与」のみプラスとなり、子どもの「収益性査定」をせず「能力プロデューサー」でもない「無償の贈与者」、第1・第2因子でプラスとなる「意欲的な投資者」、第2・第3因子でプラス傾向を示す「恩返し待ちの投資者」などの類型が設定できる。

ここまでの保護者スポンサー類型の全体的特徴をふりかえっておこう。全般的にスポンサーとしての明確な特徴がみとめられない保護者（「生ける財布」）も相当数いるものの（高校生保護者の16.1%，大学生保護者の29.4%），スポンサー意識に自覚的な保護者である「子ども思いの利己主義者」も同様に一定の割合で（高校生保護者の15.4%，大学生保護者の31.2%）存在していた。保護者はスポンサーとしての自身の役割に意識的でない者と、きわめて自覚のある者とに分化する傾向があるといえよう。またそれ以外にも、合理的経済人に近いスポンサー（高校生の「合理的な投資者」）から、利他的なスポンサー（大学生保護者の「無償の贈与者」）まで多様なスポンサー類型が確認できた。

6. 考察

6.1. 高校生・大学生保護者のスポンサーとしての特徴

以上、日本の高校生、大学生保護者が教育費に関しどのような意識をもち、いかなるスポンサーとして定位されうるのかについて、量的分析を通じて把握してきた。ここまでの分析をまとめておこう。まず質問紙に対する単純集計の結果、「子ども志向」で「投資」「消費」意識が高いが、とくに「保護者志向」の「投資」意識が低いことが判明した。ゆえに子ども重視で「見返りを求めない」日本の保護者という従来どおりのスポンサーモデルが妥当性をもつように見える。

しかし因子分析とその符号によるスポンサータイプの判定では異なる傾向が確認できる。高校生保護者の場合、「能力プロデューサー」「生前贈与」「必要経費」「見返期待」という4つの因子得点についてすべてマイナスとなる「生ける財布」タイプの保護者と、逆にすべての因子得点についてプラスとなる「子ども思いの利己主義者」が上位となった。同じ傾向が大学生保護者の場合も確認できる。

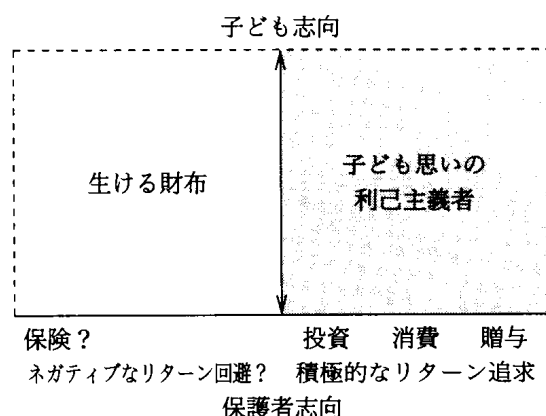
「子ども思いの利己主義者」は、本稿での分析枠組みにてらしあわせれば、「投資」「贈与」「消費」の全領域をカバーし、子どもだけでなく、保護者としての自分自身のメリットも追求するスポンサーとしてきわめて「意識の高い」保護者であるといえよう。「うらやましがられる」ように我が子を磨き上げることで、保護者自身の顕示的消費欲求を満たすだけでなく、将来における投資のリターンや、贈与にともな

う高次元のよろこびまでを味わう「欲深い利他主義者」といいかえることもできる。なお本稿で用いた質問項目には存在しないが、こうした自覚的なスポンサーは巧みに教育費投入することによって子どもからの尊敬や良好な家族関係の維持も期待する「保護者志向」の「贈与」意識も持ち合わせている可能性が十分に高い。

だからといって「生ける財布」を「意識の低い」保護者である、と位置づけることは早急であろう。本稿での分析枠組みは、教育費に対するリターンを前提としたものであった。「生ける財布」の教育費投入意識は、この枠組みの「外」にあるものと考えられる。それはおそらく、何かプラスのリターンを期待する意識というよりは、子どもに教育費を投入しないことでもたらされるネガティブなリターン（子どもからの恨み、親としての後悔）を回避しようとする「保険」意識にもとづいており、筆者は仮説をたてている⁽⁶⁾。(図4)ただしこの仮説に対応した質問項目は本稿で用いた質問紙調査には含まれておらず、今後の検証課題である。

このほかにも見返りだけを求める合理的経済人（高校生保護者の「合理的な投資者」）、見返りを求めない利他的な保護者（大学生保護者の「無償の贈与者」）、子どもの能力をプロデュースしつつ「見返り」も期待する「意欲的な投資者」など、単純な「投資者」「消費者」にとどまらない多様なスポンサーモデルが高校生・大学生保護者に確認できた、と結論できる。

図4 「生ける財布」と「子ども思いの利己主義者」



6.2. スポンサー類型によるグループ間比較

さて本稿の主要な課題ではないが、保護者のスポンサータイプがどのような変数のインパクトを受けているのか、その可能性について概観しておこう。ここでとりあげるのは「生ける財布」と「子ども思いの利己主義者」である。紙幅の都合上、スポンサー意識にもっとも影響を与えやすいと考えられる保護者自身の属性に注目

しつつ検討を行った⁽⁷⁾。(表8)

表8からは高校生、大学生ともに、「子ども思いの利己主義者」のほうが父、母の大学卒業率や年収などが高い傾向が確認できる。ただし一定のサンプル数の得られた大学生保護者にかぎっていえば、父大卒率も母短大・大卒率も10ポイント以内に格差がおさまっている。従来、子どもの大学進学行動に関する親学歴の効果、とりわけ母親学歴の効果が指摘されてきた(荒井 1995)。しかし上記の結果からは保護者自身の学歴がスポンサー類型に影響をおよぼす可能性は示唆されたとはいえ、大きな影響があるとは断言できない。

保護者所得もスポンサー類型に影響をおよぼす要因として有力なものと考えられる。高校生、大学生保護者双方において、年収1000万円以上の保護者が「子ども思いの利己主義者」に多い傾向が確認できる。大学生保護者においてはカイ2乗検定の結果、10%水準で有意であることが確認されており、保護者のスポンサーとしての類型に対し年収が一定の影響があるといえる。ただし高校生保護者のサンプル数が限定されているため、高校生、大学生保護者に一般的傾向と断言することには慎重になる必要がある。

以上のように、スポンサー意識の高い「子ども思いの利己主義者」は父、母の大学卒業率や年収において高い傾向が確認できるが、これらの変数がインパクト要因であると断言するには今後の調査での裏づけが必要であろう。

表8 保護者属性とスポンサータイプ

	高校生保護者		大学生保護者	
	生ける財布 (N=24)	子ども思いの利己 主義者 (N=23)	生ける財布 (N=120)	子ども思いの利己 主義者 (N=127)
父大卒率	[64.7%]	< [78.9%]	68.6%	< 71.3%
母短大・大卒率	[55.6%]	< [94.1%]**	49.5%	< 58.9%
年収1000万以上	[22.2%]	< [38.9%]	49.2%	< 60.7%*

※カイ2乗検定、5%水準で有意**、10%水準で有意*

※無回答は除外

※なお高校生保護者の父大卒率、母大卒率、年収についてはデータの得られた2校についてのみ行った。

6.3. 今後の課題

教育費スポンサーとしての保護者モデルについての解明をすすめていくうえで今後の課題は大きく2つある。

まず、6.2.にも述べた保護者のスポンサーとしての類型や意識に対するインパクト

ト要因を精査することがひきつづき課題である。今回の調査では学歴や年収に関する高校生保護者のサンプル数が限定されていたこと、大学生保護者の学歴効果が限定されていたことなどから、学歴以外の変数、子ども属性や、学校間格差等にも着眼したデータ収集と分析が必要となろう。そのほかに保護者モデルの規定要因分析に関連して父親と母親という性差によるスポンサー意識の差異を解明することも課題である。私立大学生保護者データでは、父親についても36.5%（446名中163名）のサンプルを得ており、母親意識との比較を行うことが可能である。これについては別稿の分析の対象とする予定である。

そしてより大きな課題は、「生ける財布」の教育費投入動機として予想される「保険」意識の解明である。本稿での理論枠組みや分析に用いた質問紙ではなんらかの積極的なリターンを保護者が期待し教育費投入を行うことを前提としていた。しかし「保険」意識の背景にあるのは子どもに教育費をかけないことで「うらまれ」たり、保護者として「後悔」しないようリスク回避戦略であると考えられる。保護者教育費投入に関する質問事項や尺度を「保険」意識仮説のもとに精査、充実したうえで別途、調査・分析を行う必要がある。この際、「保護者志向」の「贈与」意識を問う質問事項も盛り込む必要がある。筆者自身の課題として取り組んで行きたい。

〈注〉

- (1) たとえばリコーダーのレッスン料と、バイオリンのレッスン料では、後者に教育費を投入する方が保護者の精神的効用は高まりやすい。「リコーダーをなろう子ども」より「バイオリンをなろう子ども」のほうが世間的価値が高いと考える保護者は多いと予測できるからである。リコーダーもバイオリンもそれぞれに芸術的価値のある楽器であることはむろん筆者も認識しているが、そのことよりも世間的価値を意識するのが、教育を「消費」する典型的な保護者といえる。
- (2) 大学生調査は佐藤香研究代表「非営利組織としての私立大学の経営行動の動向に関する実証的研究」（日本学術振興会科学研究費補助金・基盤研究(C)）、高校生調査は三上和夫研究代表「地域社会と学校区モデルー中等教育制度の地域的組織的設計に関する総合的研究ー」（日本学術振興会科学研究費補助金・基盤研究(C)）の一環として実施された。
- (3) 保護者の教育費投入意動機を目的として因子分析を行う場合、そこから抽出される因子は相互に独立（因子間相関が0）であると仮定されるバリマックス回転よりは、因子間に一定の相関性が想定されるプロマックス回転の方が適切である

と判断し分析に用いた。

- (4) なお、因子間相関行列からは、第4因子「見返り期待」が他のいずれの因子とも相関が低く、第1～第3因子までは中程度の相関が確認できる。高校生保護者の場合、「子どもの世話」になる「見返り」の時期がまだまだ先なので、現在の教育費投入を支える意識とリターン意識とが結びつきにくいと理解できる。

	因子間相関行列	第1因子 能力プロ デューサー	第2因子 生前贈与	第3因子 必要経費	第4因子 見返り期待
第1因子	能力プロデューサー	1	0.539	0.545	-0.050
第2因子	生前贈与	0.539	1	0.473	0.065
第3因子	必要経費	0.545	0.473	1	-0.135
第4因子	見返り期待	-0.050	0.065	-0.135	1

- (5) なお、因子間相関行列については、第1「能力プロデューサー」、第2因子「収益性査定」、第3因子「生前贈与」のすべての因子間に中程度の相関が確認できる。高校生保護者の場合とは異なり投資にともなうリターン意識を含む第2因子「収益性査定」も他の因子と相関する。

	因子間相関行列	第1因子 能力プロデューサー	第2因子 収益性査定	第3因子 生前贈与
第1因子	能力プロデューサー	1	0.570	0.497
第2因子	収益性査定	0.570	1	0.525
第3因子	生前贈与	0.497	0.525	1

- (6) そのほかにも、高額な教育費をかけることに疲れはてスポンサー意識が鈍磨してしまったという「鈍磨」説、子どもの教育費にスポンサー意識を持つこと自体を親としてタブー視する「タブー」説等が考えられるが、有力なものは「保険」説であると筆者は考えている。
- (7) 保護者属性以外についての分析結果を示しておく。学校間格差について。高校生保護者の場合には統計的な差は存在しない。いずれも中位以上の進学校であり保護者の意識に差がつきにくかったことが予想される。大学生保護者の場合に学校間格差が存在する。「生ける財布」は上位大学には21.6%、それ以外の大学には78.6%、「子ども思いの利己主義者」は上位大学に43.3%、それ以外大学に56.7%それぞれ存在する。「生ける財布」の割合は上位大学で低くなる傾向にある。

子ども属性については、子どもの性別によるインパクトは認められていない。また大学生の場合、学生本人が保護者と同居か別居かのインパクトも認められて

いない。大学生保護者調査と高校生保護者調査とでは属性に関する質問が大きく異なっているので、子ども属性が保護者スポンサー類型に与える影響については今後の検証課題である。この際に、子どもの成績の高低、きょうだい数、きょうだい構成、学費免除や奨学金利用形態についても検討される必要がある。

〈引用・参考文献〉

- 荒井一博 1995,『教育の経済学－大学進学行動の分析－』有斐閣。
- Becker, S, Gary 1991, *A Treatise on the Family, Enlarged Edition*, Harvard University Press.
- 濱名篤 2004,「保護者からみた学費負担～自由記述を参考に～」佐藤香ほか『非営利組織としての私立大学の経営動向に関する実証的研究』平成13～15年度科学研究費補助金報告書。
- 広田照幸 2001,『教育言説の歴史社会学』名古屋大学出版会。
- 伊藤幹治 1995,『贈与交換の人類学』筑摩書房。
- 経済企画庁 1992,『国民生活選好度調査』。
- 中沢新一 2003,『愛と経済のロゴス』講談社。
- 小塩隆士 2002,『教育の経済分析』日本評論社。
- 竹沢尚一郎 1996,「贈与・交換・権力」,『市場と贈与の社会学』岩波書店。
- 上野千鶴子 1996,「贈与交換と文化変容」,『市場と贈与の社会学』岩波書店。
- 米澤彰純 2004,「大学を『消費する』保護者－保護者の教育費負担に関する調査」,『アルカディア学報』, 213号。(http://www.riihe.jp/arcadia/arcadia145.html)

ABSTRACT

Review of a Model of Parents as Sponsors of Educational Expenses**SUETOMI, Kaori**

(Fukuoka University of Education)

1-1 Akama-Bunkyocho, Munakata-Shi, Fukuoka, 811-4192, Japan

Email: suetomi@fukuoka-edu. ac. jp

Why do parents pay to have their children educated? The aim of this article is to clarify parental awareness and motives for paying for their children's education, focusing on the parents of high school and college students.

Firstly, a theoretical framework is proposed for parental fund-injection behavior into their children's education. This behavior can be defined using two criteria. The first is Investment, Consumption or Gift, and the other is Child-Oriented or Parent-Oriented.

Secondly, a statistical analysis is performed using survey questionnaires targeting parents of high school and college students, and the following results are obtained.

1. Over 50% of parents agree with the two statements, "College life is valuable for acquiring life knowledge," and "Studying at university will improve a child's ability and skills." Many parents have a strong awareness toward their children finding employment and making progress. These results demonstrate that a relatively high rate of parents have the awareness of "Child-Oriented Consumption" and "Child-Oriented Investment."
2. The results of the factor analyses are as follows. Four factors are derived from high school student's parent data: "producer of child's ability," "gift inter vivos," "necessary costs," "expectation of returns," and three factors are derived from college student's parent data: "producer of child's ability," "assessment of profitability," and "gift inter vivos."
3. The model of parents as sponsors of educational expenses can be determined from the positive and negative signs of the factor scores. The largest group of parents of high school students is the "Living Wallet" (16.1%) whose factor scores are all negative. The second largest group is the "Devoted Self-seeker" (15.4%) whose factor scores are all positive. Looking at parents of college students, the largest group is the "Devoted Self-seeker" (31.2%), and the second largest group the "Living Wallet" (29.4%).

Finally, based on these findings, parents as the sponsors of educational expense can be separated into two types. One fits the theoretical framework of this article and the other does not. The motives and awareness of the first type can be explained as Investment, Consumption or Gift. However, we cannot explain the latter type, or "Living Wallet." The motives of the "Living Wallet" do not fit within the framework developed in this paper. It is likely that they have extremely negative motivations, such as risk aversion strategies or educational expenses as insurance. Further research is necessary to clarify this issue.