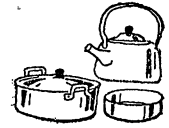


住宅をよくしたい!



★ 消費者動向予測調査地方集計の結果から ★

(42. 2. 1)

消費者動向予測調査は、経済企画庁が所管して、毎年4回(2月, 5月, 8月, 11月)ずつ行なっているものである。調査は標本調査であり、しかも、全国の結果だけを出すことを目的にしている。各県に割当てられる標本数はきわめて少ない。本県の場合は、わずかに92世帯である。したがって、これだけの世帯を集計して、県の平均値とするには、当然少なすぎるのであるが、42年2月調査では、これが160世帯とほぼ倍増して、精度も多改善されており、調査事項にも、耐久消費財の普及状況など興味のあるものが多いので、その一部を集計して参考に供することにした。

◀ 調査世帯 ▶

調査世帯数は、いまも述べたとおり160世帯である。うち農家は66世帯(41%)、非農家は94世帯(59%)となつている。なお、県全体では、全世帯数中に占める農家の比率は約45%、したがって、非農家の比率は55%(40年)であるから、これに比べて、消費者動向予測調査の世帯の構成は、やゝ非農家に偏しているといえる。

調査世帯を年間所得の階級別に整理すると表1のとおりである。

表1 所得階級別調査世帯構成比(単位%)

総数	30万円未満	30~60万円	60~90万円	90~120万円	120~150万円	150万円以上
100.0	8.8	29.4	33.8	16.8	7.5	3.7

◀ 暮らしむき ▶

図1は、1年前に比較して暮らしむきがどうなっているかを聞いた質問の結果である。なお、参考として全国平均もかゝげた。

これによると、調査世帯の大部分74.4%は、**「変わらない」**と答えており、**「良くなつた」**と

悪くなつたは、それぞれ11.8%と11.3%で、ほぼ等しい。なお、全国と比較すると、**「良くなつた」**はほぼ同水準だが**「悪くなつた」**は全国では22.3%であるから、これよりはやゝ低めになつている。

図1 暮らしむき

(前年同期と比較した41年12月~42年2月の実績)

	0%	50	100
県	良くなつた 11.8%	変わらない 74.4%	悪くなつたら 11.3%
全国	11.5%	62.6%	22.3%

◀ 生活の改善点 ▶

最近1年間に、暮らしむきがとくに良くなつた面
表2 生活の改善点

(最近1年間の実績と今後1年間の見通し)

実績

(単位%)

最近1年間に良くなつた面がある					
計	食生活	衣生活	住居	耐消費財	久財
48.1	22.5	3.8	6.9	4.4	
教養娯楽	養菜	子弟の教育	貯蓄	その他	よくなつた面はない
3.1	4.4	1.8	1.2	40.0	11.9

見通し

今後1年間によくしたい面がある					
計	食生活	衣生活	住居	耐消費財	久財
77.5	6.9	3.8	31.3	2.5	
教養娯楽	養菜	子弟の教育	貯蓄	その他	よくなる面はない
3.1	11.9	16.9	1.1	6.3	16.2

は何か（実績）、また、今後1年ほどの間に良くした面は何か（見通し）をみると、表2のとおりである。

まず「実績」をみると、調査世帯のうち「よくなった面がある」と答えたのは48.1%である。その内訳をみると、「食生活」の22.5%がいちばん多く、以下「住居」6.9%「子弟の教育」4.4%「耐久消費財」4.4%、「衣生活」3.8%などとなっている。そして「よくなった面はない」は40.0%、「わからない」が11.9%となっている。

同じ質問の全国の結果をみると、「よくなった面がある」と答えたのは45.3%で、本県の水準にはほぼ等しい。しかし、その内訳は「食生活」15.0%「衣生活」5.2%「子弟の教育」4.5%「耐久消費財」4.5%「貯蓄」4.2%等で、比率とその順位には多少の差がみられる。とくに本県では、「食生活」は22.5%で、他の項目と比較しても、また全国の「食生活」に比べてもかなり高いことが注目される。

次に「見通し」では、「よくしたい面がある」と答えた世帯は77.5%であった。そのうちわけをみると、他の項目にぬきんでて、いちばん多いのは、「住居」の31.3%である。つまり、県民の約3分の1は、何かの面で、住居の改善を望んでいるわけである。続いては、「貯蓄」16.9%、「子弟の教育」11.9%、「食生活」6.9%等となっている。

同じ事項を全国についてみると、「よくしたい面がある」は76.8%、内訳は、「貯蓄」21.4%、

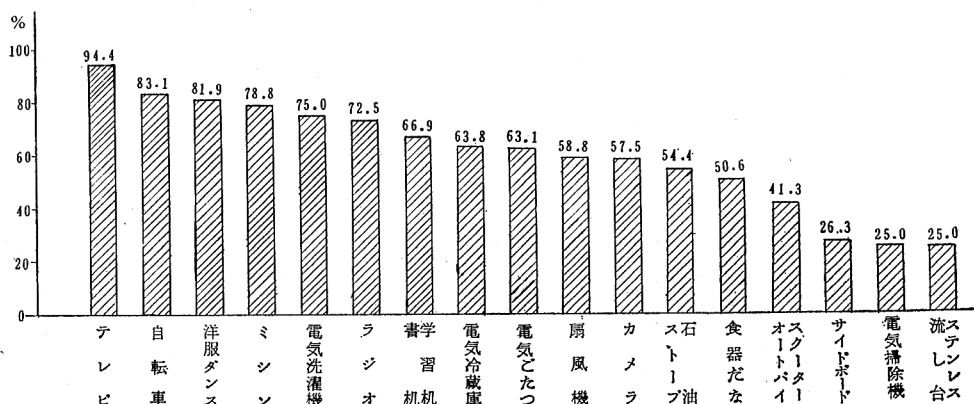
「住居」21.3%、「子弟の教育」11.9%「食生活」8.1%等である。本県も全国も、これらの4項目が上位を占める点で共通しているが、前述のとおり、本県では、それらの中でも「住居」を改善したいという意欲が強く出ている。

◀ 耐久消費財の普及 ▶

図2は、主な耐久消費財の普及率を示したものである。図には、普及率の高いものから順にならべてあるが、調査した35種類の耐久消費財のなかで、いちばん普及率の高いのはテレビで、94.4%に達しており、以下図2のとおりであるが、電気掃除機（25.0%）や換気扇（8.1%）などはまだ低いのが目立つ。また自動車を見ると、オートバイ、スクーター（41.3%）はかなり普及しているが、乗用車（5.0%）ライトバン（3.1%）などはまだまだ低い。自動車とならんで、今後の耐久消費財普及の本命とされているカラーテレビ、ルームクーラーの普及率はさらに低い。

こうした耐久消費財の普及度を、農家と非農家の別にみると、ほとんどの品目で非農家の方が農家よりも高い。電化製品だけについても、電気洗濯機（農家66.7%、非農家80.9%）、電気冷蔵庫（農家45.5%、非農家75.5%）、扇風機（農家33.3%、非農家75.5%）電気掃除機（農家4.5%、非農家39.4%）などかなりの格差がみられる。しかし、テレビ（農家97.0%、非農家92.6%）、ラジオ（農家71.2%、非農家73.4%）にはほとんど差がみられない。

図2 耐久消費財の普及状況（42年2月）



なお、普及率の上で、農家が非農家を大きく上まわっているものとしては、オートバイ・スクーター（農家71.2%、非農家20.2%）があるだけである。

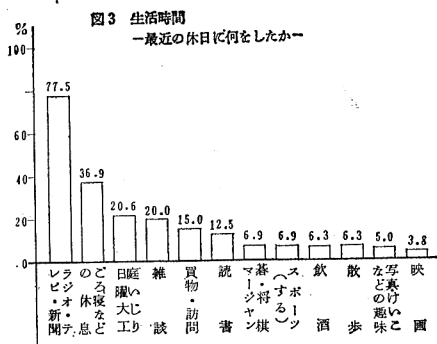
耐久消費財の普及状況を全国に比較すると、調査品目35のうち29までは普及率を下まわっている。本県の普及率が全国を大きく上まわっていると思われるのは、わずかに2品目——自転車（本県83.1%、全国71.8%）と、オートバイ・スクーター（本県41.3%、全国28.4%）だけである。

◀ 生活時間 ▶

世帯主に対して、最近の休日に何をしたかを質問した結果を整理すると、図3のようになる。

（この質問では、該当すれば2つ以上の項目をあげてもよいことになっているので、比率の合計は100%以上になっている。）

図から明らかなように、世帯主（ほとんどが男子とみられる）休日の過ごし方として、いちばん比率が高いのは、ラジオ、テレビ、新聞で77.5%の人がそれをあげている。次は、ごろ寝などの休息である。両者を合わせると、休日にはごろ寝をしながらラジオやテレビ、新聞などを見て過ごすというタイプがかなり多いように思われる。そのほか、庭いじり、日曜大工、雑談、読書などとなる。こうした結果から世帯主の休日の過ごし方は、かなり家庭的であるといつてよいであろう。なお、図でもわかるようにスポーツ、写真、けいごごと等レジャー活動はあまり多くないようである。このような休日の過ごし方のパターンは、将来週休2日制が一般化したり、所得水準が向上したりすることなどに伴って変つてゆくものと思われる。



鉄 砲 水

横 須 賀 弘

梅雨明けもま近い7月19日、西日本を襲った集中豪雨は無計画な開発事業にも1つの要因があつたといわれております。例を神戸市にとつてみましても、後背山頂にゴルフ場を地元民の反対を押し切つて地域発展の名目のもとに建設したのでありますが、ゴルフ場として平坦化された面積に蓄積された400mmを超える降雨量は一気に山を駆け下り、山麓へと奔流となつて猪突したのです。以前の山膚の線の斜面は、現在のゴルフ場の面積より幾何学的にみても小さく、それに受け止める雨量も少ないことは当然といえましょう。

当日、私用で私も神戸におつたが、あらゆる交通機関はストップし、神戸、元町、三の宮の国鉄駅は水中に孤立し、宿舎であつた生田区の間山まで行くのに多くの危険に遭遇したので

す。坂上から奔流となつて流れ落ちる泥水は、さながら埋立に使われるサウンドポンプの放出物と全く同じく、樹木は根ごとおし倒され、石と砂と泥が情け無用と家並みのなかをつつぱしり、家々は石と砂に埋まり、強力な水流に果ては転覆、破壊されるのです。約30度の急坂からは尺余の岩石が頭上から轟然と落下し、駐車している自動車が水に流されて暴走し去り、坂下の民家に自爆し去る様は、平穩無事の現代社会の1コマでありましょうか。

私は洋服をとおして膚を流れる雨の冷たさを身に感じながら、こうした災害を野放しにする何者かに激しい噴りをおぼえたのです。

神戸市内をわが者顔に暴流した鉄砲水を、そうした障害にこそ集中して撤去させるべきでしょう。