

## F-7 家庭経済における消費者金融の動向(第1報)

梶山女学園大家政 山口 久子

1. 近年わが国において、若い世代を中心とした、生活の向上、支出計画の合理化、文化生活の享受等のため消費者金融を進んで利用するという積極的態度がみられるようになった。このような消費者ビヘイビヤの変化は、今後世代の推移とともに、消費生活にますます密着していくものと考えられる。が、それと同時に幾多の問題点もひそんでいることは否定できない。そこで、今回、消費者金融の実態を調査し、それより消費者ビヘイビヤを掌握し、ひいては消費支出の合理化、計画化の一指針を見出したいと考えるものである。

2. 調査期間は、昭和44年1月、対象は、愛知県下一般世帯及び団地世帯、名古屋市内一般世帯及び団地世帯の1000世帯。調査方法は、無作為抽出、質問紙留め置き法とする。

3. 現在までの割賦販売利用は、メーカー、ディーラー等によるものが高率を示したが、今後の消費者志向は、次第に銀行ローンの利用に移行し、利用者には、団地居住者、30代、自由業、管理職等が多く、その大部分は住宅ローンを希望とする。

割賦販売法の存在する事を知る者は、22.6%にすぎず、特に、今後割賦販売を利用しようとする農林・漁業者、労務職、20代において、無知の者が圧倒的多数である。また割賦で損害を受けた者の多くは、契約書をよく読まなかった事に原因し、結果を行政機関に訴えた者も皆無である。各世帯、職業、年代を通し割賦販売に支出する金額は増加傾向にある。