

【目的】生活の社会化を基礎とした家計の社会化の中で、家計における貨幣の性格が、従来あった消費手段としてのそれから直接消費と結び付かないような、資金運用手段、利殖手段としての性格をおびてきている。この家計における貨幣の性格変化が何によってもたらされ、家計構造や家計管理・運営にどのような変化をもたらし、またどのような問題を生起させているのかを明らかにすることがここでの目的である。

【方法】家計の中の貨幣の性格や家計構造に関しては、総務庁統計局の「家計調査年報」を、消費者信用に関しては（社）日本クレジット産業協会の「日本の消費者信用統計」他の金融関係は、日本銀行の「経済統計年報」等を用いて分析を行う。

【結果】家計における貨幣の性格変化をもたらしした要因としては、①銀行等の金融機関のマーケティング戦略対象の変更（企業→個人）②生活の社会化に基づく「生活の標準化」作用の強化。③消費者信用の急激な拡大があげられる。貨幣の性格変化が家計構造に与えた影響では、①収入枠の解体②実収支外収支部分の拡大③自由裁量部分の縮小化傾向一家計の硬直化が主なものとしてあげられる。また家計管理に関しては、①家計管理の長期化②金融機関などの社会的専門機関への家計管理機能の部分的委譲③家計管理の複雑化がもたらされる。問題点としては、①自由裁量部分の限りない縮小による家計の更なる硬直化の進展であり、②家計に流入する貨幣があたかも増殖するような幻想を与えられていることであり、③所得の枠に関係なく商品が幾らでも手にはいるという幻想を与えられていることである。重要な課題は家計主体の自律性の確立である。