

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

——北海道夕張郡栗山町を中心として——

岡 本 理 一

一 序 言

近時、わが經濟界の正常化にともない、「中小商業」の經營が、漸次、困難をつけてきていること、周知の通りであるが、これが原因については、或は一般的、特殊的なものとして、或は直接的、間接的なものとして、種々のものがあげられている。そして、これら多くの諸原因のうち、中につき、經營上における「資金の不足」は、主として自己資本の欠乏、銀行等金融機關の貸出制限、現金前拂の増加、現金前受の減少等に基因するものであるが、これは現時の經營不振につき、ときに、最大の困窮原因として強調され、ために中小企業の振興對策をたてるにあたり、資金融通の緩和策を講ずることをもつて、急務中の急務とみられていること決して少くない。また、いわゆる「和税の過重」は主として税率の高すぎることや、更正決定の高いこと等に基因するものであるが、これも資本の蓄積を阻み、運轉資金の不足をきたさせるところより、しばしば、經營困難の一因として、強く訴えられているのである。更に、同業者

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

過剩にもとづく商品廻轉率の低下や、經營合理化の不足にもとづく販賣競争上の不利等も、その不振をまねく原因としてあげられていることが多い。

ところで、今日、「中小商業」にみる經營不振の原因は決して以上でつきるものでない。最も根本的に考えて、經營狀態の好轉は「賣行の増加」に存し、これは多くの消費者の購買力を集めるところより生起するものであることを思うとき、いま、何等かの自然的、社会的、經濟的理由により、或る地域における消費者の購買力が甚だしく減少したり、またそれが中小商業以外の商業機關に向つたり、或は他地方、都市の商業に吸収されていくことありとせば、それこそ、上述の諸原因より更に大きい經營不振の原因とみななければならぬ。たとえば、農村地帯において、農家の人々が生活必需品や生産用資材の大部分を農業協同組合の販賣所で購入すること多くなつていけば、反面、當該地域の商店の賣行が減退していくこというまでもないであろう。また、近時のごとく、交通機關が著るしく發達して、農村と都市との間に道路が開け、バスが走り、鐵道の便も増加するにいたれば、農村より都市へ來往する人口の多くなるのは必至のことゆえ、都市の百貨店や商店街小賣店の賣行高が増加し、反面、農村地帯の商業の賣行を減退せしめていくことも否定できないところである。

思うに、今日、中小商業の振興對策として、資金融通のため特別の施策を講じ、また課稅輕減のため特別の措置を施し、更に經營改善のため種々の指導を行うことは、きわめて重要なことに相違ないが、しかし、これに關する業者側の要望がいかに強く、且、政府當局もそれにこたえて、着々、對策を講じていくとも、これのみで十分にその不振狀態を打開し得るものでない。現段階において、これを根本的に打開していくためには、それぞれの中小商業が經營持續に可能な購買力をよく集中し得る狀況にあることを要し、これを無視して、いくら上記のごとき金融對策や租稅對策に力を致しても、あがる効果は少く、また、經營改善方策のごときも、それと併行してこそ、はじめて十分の成果を

收め得るものである。

しからば、かゝる見地に立脚して、中小商業に向う一般消費者の購買力の集中状況はいかなるものであろうか。これをすべての地域、業種の中小商業にわたつて正確に把握することは、甚だ困難な事柄といふべく、それぞれ中小商業の位置する地域によつて異なるもの、あるのは、當然のことに屬しよう。換言すれば、都市と地方町村との間には、購買力の集中状態にかなりの差異あることは明らかな事實であり、また同じ都市内や町村内の中小商業の間にあつても、その社会的、経済的、經營的條件の異なるにしたがい、様相を異にするものである。しかし、一般的に申して、資本主義の發展にとまらぬ大規模商業の有利性は否定し難く、加えて、文化の向上、交通機關の發達、人口の都市集中、生活様式の變化等にとまらぬ、地方の購買力は、漸次、都市へ集中する傾向にあるゆえ、都市の百貨店や専門店等の經營業績が向上していくことは、何人も認めねばならぬ事柄である。そして、かゝる傾向の中にあつても、取扱商品の種類により——たとえば最寄品を取扱うものごとく——必ずしも都市の百貨店や専門店でなく、地方町村の小賣店で常に購入されるもの、存することも無視されてはならず、こゝに地方の中小商業の活路、したがつて、その振興對策上の一課題がみられるのである。

かくて、地方の町村に存在する中小商業にとり、地元購買力の動向は、その盛衰興亡を決する一大要因となるのであるが、その實情は、いつたい、いかなるものであろうか。筆者の關知する範圍内では、未だこれが實情はいすこにおいても、十分、明らかにされてはいないようである。しかし、これが適確に把握され、中小商業の經濟的存続性が、或る程度、明白にされるのでなければ、上にも一言ふれたごとく、いかに凡百の振興對策を講ずるとも、すべてが有効になるとは言い難く、ときに一時の糊塗策に陥るものなきを保し難いのであるから、その速急な調査に俟つ購買力移動の實態把握が要請されるのである。本小稿に記述するところは、かゝる要請にこたえる一つの試みとして、筆者

が、北海道夕張郡栗山町を中心に、主に生活必需品につき、一部農業用資材のごときを混えて、一般消費者の商品購入先を調査し、以て中小商業対策の一つの在り方を究めんとしたものである。本来、この種の調査としては、個々の家計につき、購入先別、商品別の購入金額を表わすことが、購買力移動の現實を知る上に最も大切なことと考えられるのであるが、これが實施は、種々の事情により、至難のことに屬するので、次善の策ながら、「慣習的な購買先」とでも稱すべきものを調査し、大體の動向を察知するの資としたのである。なお、調査の目的地として「栗山町」をえらんだのは、この地帯が近時の交通事情やその他の社会的、經濟的事情の變化により、まさに上記のごとき購買力移動の一地點とみられ得、それがかなり同町の中小商業者に影響を與えているものと思われたからにほかならぬ。

二 消費者の商品購入狀況

一 消費調査の方法

いうまでもなく、消費者の商品購入先がいかなる狀況にあるかを調査することは、いわゆる「消費調査」の一事項に屬し、また「市場分析」の中に含まれる一つの方法であるが、すでにして市場分析の意義につき、廣狹種々の解釋があるところより、その占める地位は必ずしも一定していない。市場分析を廣義に解する場合、もともと「市場」が財貨並に勞務の供給と需要の集中する一定の範圍を指す意味において、それは外部資料による特定商品の供給状態と需要状態の研究とされ、したがつて「供給分析」と「需要分析」との兩者を含むこととなるが、狹義においては、後者のみの意味に解釋され、それは特定商品の需要状態、換言すれば需要の性質やその變化の狀況がいかなるものであるかを明らかにするもの——通常「市場分析」といわれているもの——とされている。

ところで、かゝる「需要分析」は、その手續により、分れて「市場探査」と「最狹義の市場分析」となるが、本調査

における「消費調査」は後者の方法によつていゝものであつて、すなわち、いわゆる「實地探査」を行い、市場の各部分を點檢的に調査すること。換言すれば、一定の地域へ調査者が行き、一般的な視察を行つたり、または一定地域内の消費者に對し、質問書^一を配付して解答を求めるところの方法をとつたのである。この點、資料蒐集方法に探査法、觀察法、實驗法等のあること周知の通りであるが、本調査では「探査法」(「質問書式法」)によつており、後述、調査表記載のごとき諸事項について質問を行い、回答者の記入を求める方式をとつたのである。

なお、調査の方法として「探査法」をとり、消費者に質問書を配付してその解答を求めるに際し、何より肝要なことは、なされた解答が正確であり、よく眞意を傳えているといふことである。また、それが正確、且、眞實であり得るためには、解答者が調査によく協力し、事實や理由や意見を率直に述べるといふことが大切であり、質問事項に對しても十分な理解をもつていなければならぬ。かゝる意味において、この調査では、栗山町方面の住民の商品購入先や購入者を知るにあたり、そこに所在する北海道立栗山高等学校の生徒の家庭を對象として十分な成果をあげようとしたのである。けだし、この高等学校の生徒は、同町並に周邊町村の各方面からほとんど萬遍なく通學してきており、また、家庭の職業、所得、購買力、家族數等も種々のものがみられるため、これが調査の結果をまとめたものは、大體、妥當な狀況を示すものと考へられ得、更に、学校當局を通じて依頼せる調査書の記入に、よく生徒の協力を得て、質問事項に對する十分な理解のもと、正確、且、眞實な記述がなされるものと期待されたからである。

かくて、調査の實施にあつては、左記のごとき「北海道消費調査表」を同校生徒に配付して、所定の諸事項につき、記入を求めたのである。その調査事項を示せば、一般的なものに、住所、世帯主の職業、家族の構成——があり、また商品別、購入先別事項としては、下述のごときそれぞれの商品を、家族中の父、母、兄、弟、姉、妹、本人等のうち、誰が主にどこ——(1)町内の小賣店、(2)岩見澤市の商店、(3)他の町の商店、(4)札幌市の小賣店、(5)札幌市の百貨

第1表

北海道消費調査

(農村市街地の部)

昭和28年2月

小樽商科大学商業學研究室

記入者の皆さんへ——

この調査は、北海道の商業を振興し、私達道民の生活を向上していくため、必要な資料を得る目的で、道内の各地で実施しているものです。面倒なことをお尋ねして恐縮ですが、趣旨を諒承の上、御協力下さるようお願い致します。

整理 番 號	あなたの 住 所	市 町 村	あなたの家の 職 業	公務員、勞務者、 教 員、會社員、 農 業、商店主、 工場主、その他
あなたの 家の家族	父、あり、なし 母、あり、なし	兄 人 姉 人 弟 人 妹 人	その他 人	該當のものを ○印でかこん で下さい

下記の各種の商品について、主にお宅のどなたが、主にどこで
お買求めになりますか。最近の分について記入して下さい。
但し、買求めた場所は次の番號をもつて記入下さるよう願います。

買求めた場所	番 號	買求めた場所	番 號
町内の小賣店のとき	1	農業協同組合のとき	6
岩見澤市の商店のとき	2	會社の購買會のとき	7
他の町の商店のとき	3	内地都市の商店のとき	8
札幌市の小賣店のとき	4	通信販賣のとき	9
札幌市の百貨店のとき	5	その他のとき	10

品 名	買求めた場所	買求めた人	品 名	買求めた場所	買求めた人
服地(生地)			米		
背 廣 服			味 噌		
婦 人 服			醬 油		
子 供 服			酒		
呉服、反物			砂 糖		
シャツ等下着			野 菜		
毛 糸			魚 類		
セーター			果 物		
帽 子			菓 子		
ゴ ム 靴			文 房 具		
皮 靴			書 籍		
家 具 類			雜 誌		
金 物			スポーツ用品		
時 計			玩 具		
ミ シ ン			肥 料		
自 轉 車			農 機 具		

店、(6)農業協同組合、(7)会社の購買会、(8)内地都市の商店、(9)通信販賣、(10)その他——で購入するかということを探ねたのである。また、調査の対象とする商品としては、農村地帯の消費者であることを勘案して、(1)服地(生地)、(2)背廣服、(3)婦人服、(4)子供服、(5)呉服、反物、(6)シャツ等下着、(7)毛糸、(8)セーター、(9)帽子、(10)ゴム靴、(11)皮鞋靴、(12)家具類、(13)金物、(14)時計、(15)ミシン、(16)自轉車、(17)米、(18)味噌、(19)醤油、(20)酒、(21)砂糖、(22)野菜、(23)魚類、(24)果物、(25)菓子、(26)文房具、(27)書籍、(28)雑誌、(29)スポーツ用品、(30)玩具、(31)肥料、(32)農機具——の三十二品目としたが、大體、一般の家庭で、平素、需要する商品をあげており、肥料、農機具を加えたのは、農家の購入を考慮にいれたのにほかならぬ。

最後に、北海道立栗山高等学校のことについて、一言、附加しておこう。同校の前身校の創設はかなり古くすなわち、大正五年十一月創立の栗山裁縫学校を濫觸とし、後、これが村立栗山高等裁縫学校(大正十三年)、次いで栗山實科高等女学校(昭和四年)となり、更に栗山高等女学校(同十八年)に変更され、昭和二十三年四月、学制改革により、新制高等学校として男女共学制をとり、現校名を稱するにいたつたものであるが、その通学區域は夕張郡栗山町(元、角田村)並にその近邊の町村となつている。現在の生徒數は、各学年とも二百人づゝ、計六百人である。今回の調査にあたり、一年生、二年生、計四百人に對し、調査表を一枚づゝ配付して記入を求め、三百三十四枚を回収した。未回収數は六十六枚であるが、これは農家からの通學生に多い。回収できた三百三十四枚の住所別内譯を示すと、栗山町一八四、由仁町七五、長沼町七一、千歳町三、追分村一——となつて、汽車通學生の多いことが知られる。また、職業では農業が第一位に多數を占めているが、その全部にわたる住所別、職業別一覽を示すと左の通りである。

第2表 消費者の住所職別業別一覽

職業別	栗山町		由仁町		長沼町		合計
	人	%	人	%	人	%	
公務員	12	6.5	11	14.6	10	14.0	33
勞務者	16	8.6	4	5.3	2	2.8	22
教員	17	9.2	8	10.6	5	7.0	30
社會社員	19	10.0	5	6.6	4	5.6	28
農業	44	23.9	25	33.3	28	39.5	97
商店主	26	14.1	7	9.3	9	12.6	42
工場の主	10	5.4	5	6.6	3	4.2	18
その他	40	21.6	10	13.3	10	14.0	60
合計	184	100	75	100	71	100	330

(註) 千歳町3(農業)、追分村1(勞務者)は本表に記するのを省略した。

二 栗山町に於ける商品購入狀況

(一) 服地(生地)

これは、近時、服装の洋風化、特に婦人、子供等の間に洋服の着用が増加するにともない、著るしく需要は増加し、農村地帯にあつても、洋裁の流行、洋裁学校の設立等をみるに及んでたいていの家庭で購入されている。

本調査によると、記入者一六三のうち、「町内の小賣店」よりの購入者が最も多いが(二〇三)、しかし「札幌市の百貨店」(二三)、「札幌市の小賣店」(一三)よりの購入者を併せて全體の二〇%以上になつてゐることは、品質、種類、流行、價格等の諸點において、百貨店や専門店等のすぐれているものと言ひ得、その買廻品たるの特性を物語るものである。次にこれを職業別にみると、いずれの職業に従事する人々も大部分は購入しているが、たゞ「勞務者」にあつては、十六人中、購入者が十人に止るのは購買力がともなわぬことによるのであろう。更に、その購入者に「母」が最も多く(九三)、次いで「姉」(二九)となつてゐるのは、商品の用途からみて當然のことと思われる。

(二) 背 廣 服

これは、近時 男子の間において着用されること甚だ多く、農村でも外出訪問用としての着用が普及してきたため需要は増加している。

本調査によると、記入者一一〇のうち、「町内の小賣店」で購入するもの四三であるのに對し、「札幌市の百貨店」(三一)と「札幌市の小賣店」(二〇)とを併せて五一に達し、これに「岩見澤市の小賣店」(三)、「他の町の商店」(一一)、「内地都市の商店」(三)の加わることは、買廻品である性質上、當然のことであろうが、相當、地元の購買力が札幌市その他の地方へ分散しているものといわねばならぬ。地元業者の留意を要する點であろう。けだし、最近 札幌市内の三百貨店(株式會社丸井今井、株式會社五番館、株式會社三越支店)や狸小路商店街の既製服販賣店において、かなり豊富に既製服をとりそろえ、しばしば宣傳、廣告を行い、相當に顧客を吸引していることは、漸次、地方の購買力が、これら札幌市内の百貨店や専門店、既製服販賣店へ集中していくように思われるからである。次にこれを職業別にみると、商店主、会社員、公務員等に購入するものが多く、農業者、教員、勞務者、工場主にはそれが少い。更に、その購入者に「父」(三四)、「兄」(二二)併せて五五となるのに對し、「母」(四三)、「姉」(七)併せて五〇となり、女性、特に母の購入が目立つている。これは、恐らく青年期にある息子の既製服購入にあり、母が同行して價格、スタイル等を勘案の上、買求めているものと察せられ、注目を要する事柄といわねばならぬ。

(三) 婦 人 服

これは、近時、婦人特に若い女性の間にあつてほとんど常用されており、したがつて、需要も次第に増加している。本調査によると、記入者一〇一のうち、「町内の小賣店」で購入するものが最も多くて過半(五四)を占め、前

記の背廣服ほど、札幌市内の商店で多く購入されていない。しかし、「札幌市の百貨店」(一九)、「札幌市の小賣店」(二三)の兩者を併せて全體の三〇%を越えていることは注目するを要し、今後、買廻品化の進むにともない、それは、一層、増加するかもしれないのである。次に、これを職業別にみると、店主、公務員、工場主等に、比較的、購入者が多く、教員、勞務者、農業者は多くない。更に、その購入者に「母」(六〇)、「姉」(二七)の兩者が大部分を占めていて、「父」(四)、「兄」(一)の少いのは、商品の用途上、當然のことであろう。

(四) 子供服

これは、近時、どの家庭の子供にあつても常用化されてきたため、いわば必需品となり、やゝ最寄品的性質をもつている。

本調査によると、記入者一一七のうち、「町内の小賣店」で購入するものが最も多いが(八六)、また、同じ地元「農業協同組合」(二)、「会社の購買会」(三)で購入しているものもみられる。しかし、他面、「札幌市の百貨店」(一二)と「札幌市の小賣店」(五)との兩者併せて全體の一五%もあることは注目を要する。次に、これを職業別にみると、たゞ公務員のみ、購入者数が非購入者数よりも少くなつてゐるが(五對七)、他の農業者、店主、会社員、教員、勞務者、工場主等では、大體、兩者の割合は二對一前後となつていて、職業に關係なく一様に購入されている。更に、その購入者に「母」が多いのは(八二)、當然のことであろうが、また「姉」(一六)、「父」(八)、「兄」(四)等の少々あるのは、購入の容易なことによるものと思われる。

(五) 吳服、反物

これは、前述のごとき洋装化への漸進がみられるとも、永年の慣習と用途の多面にわたるのゆえに、需要の急に減少するようなものでない。

本調査によると、記入者一四四のうち、「町内の小賣店」で購入するものが甚だ多く(九六)、全體の三分の二を占めている。そして、残りの三分の一が他地方の諸商店で購入しており、すなわち、「札幌市の百貨店」(一一三)、「札幌市の小賣店」(九)、 「他の町の商店」(二三)、「岩見澤市の商店」(四)、「会社の購買会」(三)、「内地都市の商店」(三)、「農業協同組合」(二)、「その他」(二)——となつていて、既述の服地、背廣服、婦人服等ほど、札幌市内の商店に依存することは大きくないのである。次に、これを職業別にみると、公務員に購入者が多くみられ、次いで農業者、商店主、会社員となつており、教員、勞務者、工場主等はあまり多くない。更に、その購入者に「母」が壓倒的に多いのは當然のことであろう。

(六) シャツ等下着

これは、どの家庭においても一年中を通して購入するため、需要は甚だ多い。

本調査によると、記入者一六五のうち、一町内の小賣店で購入するものが最も多いが(一一三)、また「札幌市の百貨店」(二二)、「札幌市の小賣店」(四)からの購入も少なからずみられ、更に「他の町の商店」(一〇)、「地元の農業協同組合」(三)、「会社の購買会」(四)等の少々みられるのも留意を要する。シャツ等のごとき商品が札幌市の百貨店でかなり購入されているのは、同市の出掛けた場合、或は他の商品を購入する際の際のついでになされるものと思われるが、もともと百貨店の賣場は品種多く、選擇は自由であり、且、値段も正札で買易いことが、婦人はもとより、男子にとつても歓迎せられ、右のごとき事態をみるのであろう。次に、これを職業別にみると、教員、公務員、工場主等に購入者が多いが、他の職業のものにあつてもかなりの購入がみられる。更に、その購入者に「母」が壓倒的に多いのは(一一六)當然のことであろうが、「父」も少くないのは(一四)、購入の容易なためにほかならぬ。

(七) 毛糸

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

これは、近時、セーター等の着用が増加するにともない需要はふえ、併せて關西方面等のメーカーから、品質よき高級品が、多量、道内へ入りこんできたため、一層、購入を増加しているようである。

本調査によると、記入者一五一のうち、「町内の小賣店」で購入するものが甚だ多いが(一〇四)、また他の商店で購入しているものも少なからず、すなわち、「札幌市の百貨店」(一〇)、
「札幌市の小賣店」(一一)、
「他の町の商店」(一〇)、
「岩見澤市の商店」(五)等、各地で買われ、地元でも少々ながら「農業協同組合」(一)、
「会社の購買会」(二)よりの購入がみられる。次に、これを職業別にみると、たいいていの家庭で購入しているが、たゞ農業者の中には自から綿羊を飼育してそれよりとつた毛糸を用いているものがあるため購入者少く、すなわち、全部で四四のうち、購入者は二九に止るのである。更に、その購入者に「母」が多いのは(八七)當然のことながら、また「姉」(二三)、
「妹」(二)、
「自分」——大部分を女子生徒とみる——(一九)による購入も少くないのは、毛糸編物がこれらの人々の間で行われていることを示すものであろう。

(六) セーター

これは、近時、青年男女や年少者の間で着用されること多く、また、特に婦人用にあつては、型、色彩等の新らしいものが望まれている。しかし青壯年男子や子供のものは、家庭で毛糸を購入し、編まれること少なからず、需要の増加は、すべてセーターそのもの購入の増加となるものでない。

本調査によると、記入者一〇九のうち、約六五%のものは(七〇)「町内の小賣店」で購入しているが、他は方方の商店で購入していて、買廻品たるの性格をよく示している。けだし、このうち、「札幌市の百貨店」(一四)と「札幌市の小賣店」(九)との兩者を併せて全體の約二〇%にのぼっていることは、それをよく物語るものと言ひ得よう。次に、これを職業別にみると、会社員、商店主等に購入者多く、農業者、教員等は購入者少く、公務員、勞務

者、工場主等はそれらの中間位となつてゐる。更に、その購入者に「母」が多くて（五四）約五〇%を占め、これに「姉」（一七）、「妹」（二）、「自分」——大部分を女子生徒とみる——（一六）といふごとく女性の多いのは、商品の性質上、また着用者のことからみて當然であらう。

(九) 帽子

これは、種類、形状の多いものであるが、人は一年のうち、いずれかのものを用い、学生帽（學生、生徒、兒童用）スキー帽（冬期用）等是不變の需要があり、また最近幼児帽、婦人帽等が流行してきた。

本調査によると、記入者一三〇のうち、「町内の小賣店」で購入するものが多いが（八二）、しかし、他の商店でも一様に購入してゐて、すなわち「札幌市の百貨店」（九）、「札幌市の小賣店」（二三）、「他の町の商店」（八）「岩見澤市の商店」（七）等からの購入が少なからずみられ、また地元でも「農業協同組合」（四）、「会社の購買会」（四）から、少々、購入されている。次に、これを職業別にみると、いずれもよく購入してゐて、特に農業者では購入者が非購入者の三倍、勞務者ではそれが二倍弱となつてゐる。たゞ教員のみ、一七のうち購入者は八で非購入者の方が多くなつてゐる。更に、その購入者に「母」が多いのは（五二）子供帽等の購入と察せられ、また生徒自身を示す「自分」の多いのは（二七）、自からの着用品を購入せるものであらう。

(五) ゴム靴

これは、本道の冬期生活において不可欠の必需品であるため、多くの家庭で購入され、道内のメーカーによる四、五の有名品があるため、今日、最寄品として取扱われている。

本調査によると、記入者一六〇のうち、大部分は「町内の小賣店」で購入しており（一三一）、他の商店でも少數づゝ購入してゐる。既述の諸衣料品にみるごとく、札幌市の商店へ依存する度合は少く、すなわち「札幌市の百貨店」

(七)、「札幌市の小賣店」(四)の兩者を併せて一〇%に満たない。なお、地元の「農業協同組合」(四)、「会社の購買会」(四)の少々あるのは、最寄品たる性質上、當然のことであろうが、留意を要する。次に、これを職業別にみるとき、農業者、会社員、公務員、工場主等はその大部分が購入しており、教員、勞務者等はそれがあまり多くない。更に、その購入者に「父」(六二)、「兄」(二四)、「弟」(四)等、男子に多く、既述、衣料品にみるごとき「母」(三三)、「姉」(六)、「妹」(二)等がさほど多くないのは、それが最寄品にして買易いためであろう。

(二) 皮 靴

これは、服装の洋風化にともない、男女とも、需要は増加しているが、前述のゴム靴と異り、買廻品的性格をもつことが多い。本道では春から秋にかけて用いられ、冬の積雪期間は全く用いられない。

本調査によるとき、記入者一九のうち、「町内の小賣店」で購入するものは(六二)、約半分にあたり、地元での購入はあまり多くない。そして、「札幌市の百貨店」(一六)と「札幌市の小賣店」(二〇)の兩者を併せて全體の約三〇%あることは、品質、價格、形状等の諸點につき、需要者をして關心をもたしめるように察せられ、地元の業者にとり留意すべき事柄である。なお「内地都市の商店」(三)、「通信販賣」(一)の少々あるのも買廻品の特性によるものと思われる。次に、これを職業別にみるとき、農業者、公務員、商店主等に多くの購入がみられ、会社員、教員、勞務者、工場主ではそれが少い。更に、その購入者に「父」(四七)、「兄」(二〇)等、男子の多いのは當然のことであろう。また、「母」(一七)、「姉」(八)、「妹」(一)の購入せる中には婦人靴が多いものと察せられる。

(三) 家具 類

これは、たンス、應接室セットのように高價なものから、机、下駄箱のように必需品的なものもあつて、種類、價格は區々であるが、概して嵩高品で運搬に手数を要するため、地元での購入を便利とするものである。

本調査によると、記入者一四のうち、大部分(八五)は「町内の小賣店」で購入しており、次いで地元に近い「岩見澤市の商店」(七)、 「他の町の商店」(九)となつてゐる。札幌市方面では「札幌市の小賣店」での購入は少々あるが(七)、「札幌市の百貨店」(二)はいたつて少い。次に、これを職業別にみると、農業者、公務員等は多く購入しており、教員、工場主は少い。更に、その購入者に「父」(五六)、「母」(四〇)と、両親の多いのは家具という性質上、當然のことであろう。

(三) 金 物

これは、ストロブ、バケツ、金だら、鉢、庖丁等、種類の多いものであるが、家庭では、多少にかゝらず、必需品として購入されており、最寄品に屬する。

本調査によると、記入者一四二のうち、「町内の小賣店」で購入するものが大部分を占め(一三一)、「札幌市の百貨店」(一)や「札幌市の小賣店」(三)で購入するものは甚だ少い。なお、「岩見澤市の商店」で購入するのは一つもなく、地元の「農業協同組合」で一つの購入がみられる。次に、これを職業別にみると、たいていの家庭で購入してゐて、その間の大差はみられないが、たゞ勞務者の家庭のみ、非購入のものも購入のものよりも多くなつてゐる。更にその購入者に「父」(五八)、「母」(五九)との兩者で大部分を占めてゐるのは、家庭用品たる性質上、當然のことであろう。

(四) 時 計

これは、腕時計や置時計のように買廻品的性格の強いものと、柱時計や眼覺時計のようにその少いものが存する。

本調査によると、記入者一〇のうち、「町内の小賣店」で購入してゐるものは約半分(五八)にとゞまり、残

り半分は他の商店で購入している。すなわち、このうち、最も多いのは札幌市内の商店であつて、「札幌市の百貨店」(一五)、「札幌市の小賣店」(一八)の兩者を併せて全體の三〇%を占めており、また、「他の町の商店」(七)、「内地都市の商店」(五)、「通信販賣」(二)等も少々みられる。要するに、地元の購買力は、相當、道内都市の商店や他府縣の商店にとられているものと思われるのである。次に、これを職業別にみると、教員、工場主にあつては購入者少く、その他のものではかなりの購入がなされている。更に、その購入者に「父」が最も多く(六三)、「母」の少いのは(一五)、その價格や性質上からみて當然のことであらう。

(五) ミシン

これは、近時、洋裁の流行と洋服類の着用が増加するにともない、需要は非常に増加し、農村方面でも大分普及しているようである。すでに國産の有標品が周知され、高價ながら販賣價格は一定しているため、購入に際しては、種の便宜をうけ得る店舗がえらばれることが多い。

本調査によると、記入者八二のうち、その半分以上(四二)は、「町内の小賣店」で購入しており、また地元の「農業協同組合」(一)、「会社の購買会」(二)、近くの「岩見澤市の商店」(九)も少々の購入がみられる。但し、他方、「札幌市の小賣店」(一二)、「札幌市の百貨店」(三)のあるのは注目するを要し、また「通信販賣」(二)によつてゐるもの、あるのは、從來の慣習の然らしめるところであらう。次に、これを職業別にみると、商店主、公務員に購入者多く、教員、勞務者にそれが少く、農業者、会社員等は購入者と非購入者とがやゝ相半ばしている。更に、その購入者に「父」が過半數を占め(四八)、「母」(二〇)や「姉」(九)のごとき直接の使用者が、案外、少いのは、値段が高くして、且、購入前の性能検査等にかんがりの科学的知識を要するためと察せられるのである。

(六) 自轉車

これは、最近、生産の著るしく増加して入手の容易となるにともない、需要は増加している。特に農村地帯では、通勤、通学用、その他の所用、外出等に用いられていることが多い。たゞ価格がかなり高く、且、日常生活に不可欠というほどのものでないため、すべての家庭で購入されるとはかぎらない。

本調によるとき、記入者八二のうち、「町内の小賣店」で購入するものが最も多い（五三）。地元では「会社の購買会」の一にとどまり、農業協同組合では取扱っていないため一つもない。地元以外では「他の町の商店」（九）、「札幌市の小賣店」（七）、「岩見澤市の商店」（二）、「内地都市の商店」（三）等がみられ、「通信販賣」で購入せるものも少々（三）存する。次に、これを職業別にみるとき、農業者、商店主、公務員等に購入者多く、会社員、教員、勞務者、工場主等にはそれが少い。更に、その購入者に「父」が最も多く（五八）、これに「兄」が次いでいるのは（一一）、商品の價格や用途からみて、當然のことであろう。

(七) 米

これは、いうまでもなく、すべての家庭にとり最も大切な必需品であつて、農家以外の家庭では必ず購入するものである。

本調査によるとき、記入者一三四のうち、大部分は「町内の小賣店」で購入しており（一八）、これより相當減つて「農業協同組合」（二）、「会社の購買会」（一〇）がある。会社の購買会を利用しているのは、会社員（三）、勞務者（五）、工場主（一）、その他（一）である。また農業協同組合を利用しているのはみな農業者である。とにかく全部の住民が地元の商店その他で購入しているのは、主要食糧たるの性質によるものである。次に、これを職業別にみるとき、もとより大部分のものが購入しているが、たゞ農業者は四四のうち、購入者九にすぎず、職業柄、自かから生産せるものを消費しているものが多いのである。更に、その購入者に「母」が壓倒的に多いのは（九二）、當然の

ことであろう。

(㉞) 味 噌

これは、副食品の調製等に需要の多いものであるが、農家では自家製造をするものが少くない。

本調査によると、記入者一三五のうち、大部分(一一九)は「町内の小賣店」で購入しているが、また「農業協同組合」(一一)、「会社の購買会」(一一)も少なからず、要するに地元で購入するのが多い。次に、これを職業別にみると、農業者を除き、購入せざるものはほとんどないのであるが、農業者にあつては、四四のうち、購入者は一五にとゞまり、自家製造品の消費の多いことを物語っている。更に、その購入者に「母」が最も多いのは(一〇七)當然のことであり、また「姉」(九)、「妹」(六)、「自分」(五)等の少々みられるのは、買物の手傳をしているものである。

(㉟) 醬 油

これは、副食品の調製その他に需要多く、どの家庭も消費するものであるが、前記の味噌ほど自家製造の多く行われるものでない。

本調査によると、記入者一七四のうち、大部分は「町内の小賣店」で購入しており(一四八)、また「農業協同組合」(一一)、「会社の購買会」(一一)等も少々みられ、地元での購入が多いのである。次に、これを職業別にみると、ほとんどすべての家庭で購入して特記すべき事柄はなく、農家にあつても購入度は高い。更に、その購入者に「母」が最も多く(一一二)、また「姉」(九)、「妹」(五)、「自分」(五)等、家族のものがあつているのも、前記、味噌の場合と同様、買物の手傳をしているのであろう。

(㊱) 酒

これは、大部分の家庭で常用されており、農村地帯では飲用量が多いようである。古くよりこゝに有名な醸造元があり、且、附近一帯が米作地であることは、その供給にことかくことはない。

本調査による時、記入者一五九のうち、大部分は「町内の小賣店」で購入しており（一四〇）、また同じ地元の「農業協同組合」（九）、「会社の購買会」（八）でも購入している。次に、これを職業別にみると、どの職業のものも同様に購入していて、特に記すほどのことはない。更に、その購入者に「母」が最も多いのは（八二）家事擔當者として當然のことであろうが、また「父」（三四）の購入が多くみられるのは、その用途の然らしめるところといわねばならぬ。

（三） 砂 糖

これは、どの家庭でも調味用その他に消費しており、生活の安定とともに需要量は増加してきた。本調査による時、記入者一七二のうち、「町内の小賣店」で面入するものが最も多いが（一四八）、また、地元では、このほか、上述の醤油、酒と同様、「農業協同組合」（二〇）、「会社の購買会」（二〇）からの購入も少々みられる。次に、これを職業別にみると、ほとんど全部が家庭で購入していて、特に記述するほどのことはない。更にその購入者に「母」が最も多いのは（一一八）、當然のこととされるが、また「姉」（一一）、「妹」（五）の少々みられるのはみな家事の手傳をしているものと察せられる。

（三） 野 菜

これは、大切な副食物として、どの家庭でも常用しているが、たゞ農家ではその購入が少いこというまでない。

本調査による時、記入者一二八のうち、大部分は「町内の小賣店」で購入しており（一一五）、他に地元では「会社の購買会」からの購入が（五）少々みられる。次に、これを職業別にみると、たいていのものは購入しているが、

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

たゞ農業者のみは四四のうち、購入者八にすぎず、大部分は自家産のものを消費している。更に、その購入者に「母」が最も多く（一九九）、次いで「姉」（八）、「自分」（六）となつてゐるのは、當然のことであろう。

(三) 魚 類

これは、副食物として必需のものであることというまでもないが、野菜と異り、農家では日々の労働の性質上、また長年の慣習により多く購入するものである。

本調査によると、記入者一八〇のうち、購入先としては「町内の小賣店」が壓倒的に多い（一七〇）。また地元では、「会社の購買会」（三）からの購入が少々みられる。次に、これを職業別にみると、ほとんど全部のものが購入してゐて、特に記すことはない。更に、その購入者に「母」が最も多く（一四五）、また「姉」（一五）も少々あるのは、家事擔當者や補助者であることからみて、當然であろう。

(四) 果 物

これは、各家庭で、毎日、消費されるとはかぎらないが、本道では道産のりんご、静岡縣、和歌山縣のみかん等の消費高はかなり多い。

本調査によると、記入者一六四のうち、大部分は「町内の小賣店」で購入しており（一五七）、また「会社の購買会」からの購入も（三）少々みられる。次に、これを職業別にみると、いずれのものも、相當、購入しており、特に記すことはない。更に、その購入者に「母」が最も多く（一一四）、また「姉」（九）、「妹」（三）、「自分」（九）等、女性が多いのは、その食物に屬することゝ嗜好性にもとづくのであろう。

(五) 菓 子

これは、たいいてい家庭で常用しており、特に子供のあるところでは需要が多い。これも生活の安定とともに需要

高は増加しているようである。

本調査によると、記入者一七〇のうち、大部分は「町内の小賣店」で購入しているが（一五三）、また少量小價のものはどこでも買いたためか、地元「農業協同組合」（二二）、「会社の購買会」（四）をはじめ、「札幌市の百貨店」（三）、「札幌市の小賣店」（一）、「他の町の商店」（四）、「岩見澤市の商店」（二）——等、多方面における購入がみられる。次に、これを職業別にみると、多くのものが購入していて、特に記述することはない。更に、その購入者に「母」（一〇四）が多いが、また、他の家族のものも、多少にかゝわらず、購入しているのは、その消費主體からみて、當然のことであろう。

（四） 文房具

これは、小学校、中学校、高等学校の児童や生徒のいる家庭では必ず需要され、最寄品に屬する。

本調査によると、記入者一七〇のうち、「町内の小賣店」で購入するのが最も多いが（一五五）、また、他の地方の商店でも少々購入しており、すなわち、「札幌市の小賣店」（四）、「札幌市の百貨店」（三）、「岩見澤市の商店」（二）、「他の町の商店」（六）等がみられる。次に、これを職業別にみると、いずれのものも購入しており、特に記述するほどのことはない。更に、その購入者に生徒自身を示す「自分」の最も多いのは（九一）、當然のことであつて、上來述べた諸商品のように、「父」（一〇）、「母」（二九）等による購入はさほど多くないのである。

（五） 書籍

これは、種類が甚だ多く、一般書、専門書、教養書、参考書等あるが、たいていの家庭では、いずれかのものを入れている。

本調査によると、記入者一四四のうち、最も多い購入先は「町内の小賣店」（一〇四）であるが、また他の商店で

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

も購入しているもの少なからず、すなわち、「札幌市の小賣店」(一一三)、「札幌市の百貨店」(六六)、「岩見澤市の商店」(一一)、「他の町の商店」(六)——がみられ、特殊なものに「通信販賣」(三三)、「内地都市の商店」(一一)がある。次に、これを職業別にみると、会社員、教員、勞務者、公務員等に購入せるもの多く、農業者、商店主、工場主等はそれほど多くない。更に、その購入者に家族のすべてがあたつており、「父」(二二八)、「母」(二二五)、「兄」(二二三)、「弟」(五五)、「姉」(五五)、「妹」(三三)、「自分」(五九九)とあるのは、それぞれ購入者自身が讀むために買求めるものを多く含んでいるためであろう。このうち、生徒自身の購入が多いのは(五九九)、恐らく参考書等を買求めるためのものと察せられる。

(六) 雜誌

これは、評論雜誌、婦人雜誌、少年少女雜誌、幼兒雜誌、小説・講談もの等、種類は甚だ多いが、今日、たいいてい家庭で購入している。

本調査によると、記入者一六〇のうち、大部分は「町内の小賣店」で購入しており(二四六)、これ以外で購入するものは「通信販賣」(七七)を除き、上記の「書籍」にみるほど多くない。僅かに「札幌市の小賣店」(三三)、「他の町の商店」(四四)、「岩見澤市の商店」(一一)、「内地都市の商店」(一一)があるにとどまり、最寄品たる新刊雜誌の性格をよく示している。次に、これを職業別にみると、会社員、教員、勞務者、公務員、工場主等に購入するもの多く、農業者、商店主はあまり多くない。更に、その購入者に「父」(二二七)、「母」(二二〇)、「兄」(二二八)、「姉」(二一九)、「妹」(一八)、「弟」(七七)、「自分」(四四三)、「その他」(一八)——となつていて、前述の「書籍」の場合よりも、更に廣く家族の各人に分れているのは性別、年令別にそれぞれの雜誌の購讀されていることを示すものと言ひ得る。

(完) スポーツ用品

これは、近時、各種スポーツのさかんとなるにともない、需要は増加しているが、しかし生活必需品というほどでなく、且、価格もかなり高いものがあるため、すべての家庭で購入するものでない。

本調査によると、記入者一〇八のうち、「町内の小賣店」から最も多く購入しているが(八五)、また、他の地方の商店等でも購入しているもの少なからず、すなわち、「札幌市の百貨店」(五)、「札幌市の小賣店」(五)、「岩見澤市の商店」(六)、「他の町の商店」(七)がある。次に、これを職業別にみると、商店主、教員、労務者、公務員、工場主等に購入するものが割合に多く、農業者には少い。更に、その購入者に、生徒自身を示す「自分」が最も多く(三四)、また「兄」(二三)、「弟」(一五)、「父」(一一)というように男性の多いのは、使用者のゆえと考えられ、當然のことであろう。女性では「母」(二二)、「姉」(三)、「妹」(一)等、僅少あるにすぎない。

(同) 玩具

これは、主に幼児や青少年少女のために購入され、すべての家庭で常に需要されるものでない。

本調査によると、記入者九三のうち、「町内の小賣店」における購入が最も多いが(七三)、また「札幌市の百貨店」(七)、「札幌市の小賣店」(六)等、札幌市内でかなり購入していることは留意を要しよう。次に、これを職業別にみると、商店主、教員、に購入するもの多く、農業者、会社員は少く、労務者、公務員、工場主はその中間に位している。更に、その購入者に「母」が最も多いが(三五)、また、他の家族のものによつてもかなり購入されており、すなわち、「父」(一四)、「兄」(七)、「姉」(四)、「弟」(二〇)、「妹」(二〇)、「自分」(七)——となつてゐる。

(三) 肥料

これは、農家にとり必需品であつて、硫安、過酸燐等、相當に消費されている。

本調査によると、記入者七七のうち、購入先として最も多いのは「農業協同組合」(五二)であつて、次いで「町内の小賣店」(二三)となつている。次に、これを職業別にみると、農業者で購入するものゝ多いこというまでもないが、また非農家であつても自家茶園の栽培のため需要するものである。而して農家の記入者四四のうち、肥料の購入を記入せるものは四一であつて、購入先別で示せば「農業協同組合」(三六)、「町内の小賣店」(五)となり、大部分は農業協同組合を利用している。農家以外の肥料購入者數を職業別に示すと、商店主七、会社員五、教員二、勞務者四、公務員五、工場主二、その他一一——となつている。更に、その購入者に「父」の最も多いのは(五二)、當然のことであらう。

(三) 農機具

これは、農家にとり生産上の必需品であり、また非農家にとつても、自家茶園の栽培上、必要とせられる。

本調査によると、記入者六〇のうち、購入先としては「農業協同組合」が最も多く(三六)、一町内の小賣店」(二二)がそれに次いでいる。次に、これを職業別にみると、農業者(四四)のうち大部分は購入しており(三九)、また非農家では商店主四、会社員三、教員二、勞務者二、公務員四、工場主一、その他七——がそれを購入している。更に、その購入者に「父」(四〇)や「兄」(一一)の多いのは、當然のことであらう。

第3表 北海道消費調査——商品別の購入先(栗山町)

昭和28年2月 小樽商科大学商業學研究室

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

購入先別 商品別	1 町小 内賣 の店	2 岩市 見の 澤商	3 他の の商 町店	4 札の 幌小 市賣	5 札の 幌百 市貨	6 農同 業組 協合	7 會購 社買 の會	8 内市 地の 都商	9 通販 信賣	10 そ の 他	合計
服地(生地)	103	7	12	13	23			2		3	163
背 廣 服	42	3	11	20	31			3			110
婦 人 服	54	2	8	13	19		1	1		3	101
子 供 服	86	2	5	5	12	2	3			2	117
吳服・反物	96	4	13	9	13	1	3	3		2	144
シャツ等下着	112	4	10	4	22	3	4	1		5	165
毛 糸	104	5	10	11	10	1	2	1	1	6	151
セーター	70	2	5	9	14	2	1	1		5	109
帽 子	82	7	8	13	9	4	4			3	130
ゴ ム 靴	131	4	6	4	7	4	4				160
皮 靴	62	5	8	20	16		1	3	1	3	119
家 具 類	85	7	9	7	2		1	3			114
金 物	131		5	3	1	1				1	142
時 計	58	2	7	18	15		1	5	2	2	110
ミ シ ン 車	42	9	6	12	3	1	2	2	2	1	80
自 轉 米	53	2	9	7			1	3	3	4	82
	118					2	10		1	3	134
味 噌 油	119		2			2	10			2	135
醬 油	148	1	2			11	11			1	174
酒	140		1			9	8			1	159
砂 糖	148		3			10	10			1	172
野 菜	115	2	2				5			4	128
魚 類	170		3				3			4	180
果 物	157		1		1		3			2	164
菓 子	153	2	4	1	3	2	4			1	170
文 房 具	155	2	6	4	2		1				170
書 籍	104	11	6	12	6		1	1	3		144
雜 誌	146	1	4	3				1	4	1	160
ス ぽ ー ツ 用 品	85	6	7	5	5						108
玩 具	73		3	6	7	1	1	1		1	93
肥 料	23		1			52	1				77
農 機 具	22		2			36					60

第4表 北海道消費調査—商品別職業別の購入者非購入者(栗山町)

昭和28年2月 小樽商科大学商業學研究室

職業別 購入者非購入者別 商品別	公務員		勞務者		教員		會社員		農 業		商店主		工場主		その他	
	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非
服地(生地)	11	1	10	6	17	0	17	2	40	4	23	3	10	1	33	6
背 廣 服	8	4	9	7	8	9	13	6	24	20	17	9	5	6	26	13
婦 人 服	8	4	8	8	7	10	11	8	23	21	16	10	7	4	20	19
子 供 服	5	7	10	6	10	7	12	7	30	14	18	8	8	3	24	15
吳服・反物	11	1	10	6	11	6	15	4	39	5	20	6	8	3	30	9
シャツ等下着	11	1	12	4	16	1	16	3	38	6	23	3	10	1	36	3
毛 糸	11	1	14	2	15	2	16	3	29	15	21	5	10	1	36	3
セーター	8	4	10	6	6	11	16	3	20	24	18	8	7	4	24	15
帽 子	9	3	11	5	8	9	11	8	33	11	16	10	7	4	28	11
ゴ ム 靴	11	1	12	4	13	4	18	1	42	2	22	4	10	1	32	7
皮 靴	9	3	9	7	6	11	11	8	33	11	17	9	6	5	25	14
家 具 靴類	10	2	10	6	5	12	10	9	32	12	16	10	5	6	26	13
金 物	9	3	7	9	14	3	15	4	35	9	20	6	10	1	31	8
時 計	9	3	10	6	6	11	14	5	27	17	18	8	5	6	20	19
ミ シ ン 車	9	3	6	10	3	14	8	11	23	21	16	10	6	5	13	26
自 轉 米	7	5	3	13	5	12	5	14	27	17	16	10	4	7	15	24
	9	3	15	1	15	2	19	0	9	35	23	3	10	1	34	5
味 噌 油	11	1	15	1	16	1	19	0	15	29	23	3	10	1	36	3
酒	11	1	15	1	16	1	19	0	41	3	23	3	10	1	39	0
	9	3	14	2	13	4	16	3	36	8	22	4	11	0	37	2
砂 糖	12	0	16	0	15	2	19	0	40	4	24	2	11	0	35	4
野 菜	12	0	14	2	16	1	14	5	8	36	22	4	8	3	34	5
魚 類	12	0	16	0	17	0	19	0	44	0	24	2	11	0	37	2
果 物	11	1	16	0	17	0	18	1	35	9	24	2	10	1	34	5
菓 子	11	1	15	1	17	0	18	1	39	5	24	2	11	0	35	4
文 房 具	12	0	14	2	17	0	18	1	38	6	25	1	11	0	35	4
書 籍	10	2	14	2	15	2	16	3	32	12	20	6	8	3	29	10
雜 誌	10	2	15	1	15	2	18	1	36	8	21	5	9	2	36	3
ス ぽ ー ツ 用 品	8	4	9	7	11	6	10	9	23	21	18	8	8	3	23	16
玩 具	6	6	9	7	10	7	6	13	18	26	17	9	6	5	21	18
肥 料	5	7	4	12	2	15	5	14	41	3	7	19	2	9	11	28
農 機 具	4	8	2	14	2	15	3	16	39	5	4	22	1	10	7	32

(註) 購入者非購入者の欄のうち、購は購入者、非は非購入者を示す。

第5表 北海道消費調査——商品別の購入者（栗山町）

昭和28年2月 小樽商科大学商業學研究室

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

購入者別 商品別	父	母	兄	弟	姉	妹	自分	その他	合計
服地（生地）	22	93	4		29	1	6	8	163
背 廣 服	34	43	21		7		2	3	110
婦 人 服	4	60	1		27		7	2	101
子 供 服	8	82	4	1	16	1	5		117
吳 服・反物	11	102	3		11	1	3	13	144
シャツ等下着	14	116	2		11		11	11	165
毛 糸	6	87	1		22	2	19	14	151
セーター	3	54	12	1	17	2	16	4	109
帽 子	14	52	7	6	9	2	27	12	130
ゴ ム 靴	62	33	24	4	6	2	24	5	160
皮 靴	47	17	20		8	1	13	13	119
家 具 靴類	56	40	7		1		3	7	114
金 物	58	59	5		5		4	11	142
時 計	63	15	14	1	1		6	10	110
ミ シ ン 車	48	20	2		9			1	80
自 轉 米	58	3	11				1	9	82
味 噌	19	92	3		5	1	3	11	134
味 噌 油	9	107	1	1	9	6	5	7	135
酒	18	121	7	1	9	5	5	8	174
砂 糖	34	82	6	4	7	3	10	12	159
野 菜	8	118	3	1	11	5	7	19	172
魚 類	4	99			8	3	6	8	128
果 物	9	145	1		15	3	6	1	180
菓 子	9	114	1		20	3	9	6	164
文 房 具	9	104	3	2	21	5	18	8	170
書 籍	10	29	10	16	4	5	91	5	170
雜 誌	28	15	22	5	5	2	59	8	144
ス ポ ー ツ 用 品	27	20	28	7	19	8	43	8	160
玩 具	11	2	22	15	3	1	34		108
肥 料	14	35	7	10	4	10	7	6	93
農 機 具	52	8	8				3	6	77
	40	4	11				1	4	60

第6表 北海道消費調査——商品別の購入先（長沼町）

昭和28年2月 小樽商科大学商業学研究室

購入先別 商品別	1 町小 内賣 の店	2 岩市 見の 澤商	3 他の の商 町店	4 札の 幌小 市賣	5 札の 幌百 市貨	6 農同 業組 協合	7 會社 の會	8 購内 買地 の商	9 通販 信賣	10 その 他	合計
服地（生地）	27	1	10	7	13				2	60	
背 廣 服	10		4	14	15				2	45	
婦 人 服	13	2	8	10	11					44	
子 供 服	28	1	7	7	3	1				47	
吳 服・反物	29	2	6	10	7	2		1	1	58	
シャツ等下着	36	2	9	3	7	4			1	62	
毛 糸	27	1	8	6	9			2		53	
セーター	19	4	6	9	7					45	
帽 子	21		6	11	9	1				56	
ゴ ム 靴	47		7	6	1	1				62	
皮 靴	14		5	15	10					44	
家 具 類	29	1	10	3	4	2			1	50	
金 物	47	1	5	1	1	2				57	
時 計	16	1	5	8	16	1		1	1	49	
ミ シ ン 車	11		10	8	4	1		1		34	
自 轉 米	38		5			1				44	
	30					1			5	36	
味 噌	38		1					1	3	43	
醬 油	52		3			5		1		61	
酒	48	1	2		9	1				61	
砂 糖	58		1	1	1	6	1		1	69	
野 菜	35					1	1		3	40	
魚 類	53		6		1		1		5	66	
果 物	52	1	6	1	1				3	64	
菓 子	53		5	3	2					63	
文 房 具	30	1	24	3	4				1	63	
書 籍	15	1	13	11	1			1	2	46	
雜 誌	37		11	3	1	1		1	1	55	
ス ポ ー ツ 用 品	11		8	12	7			1		39	
玩 具	13			5	16	2			1	37	
肥 料	4					28				32	
農 機 具	7		2	1		20	1			31	

第7表 北海道消費調査—商品別職業別の購入者非購入者(長沼町)

昭和28年2月 小樽商科大学商業学研究室

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

職業別 購入者 非購入者別	公務員		労務者		教員		会社員		農業		商店主		工場主		その他	
	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非
服地(生地)	10	0	0	2	4	1	3	1	24	4	8	1	3	0	8	2
背 廣 服	7	3	1	1	3	2	3	1	19	9	8	1	2	1	4	6
婦 人 服	10	0	1	1	3	2	3	1	15	13	7	2	3	0	4	6
子 供 服	9	1	1	1	4	1	4	0	16	12	5	4	1	2	7	3
呉服・反物	9	1	1	1	3	2	4	0	23	5	8	1	3	0	7	3
シャツ等下着	10	0	1	1	4	1	4	0	25	3	9	0	2	1	7	3
毛セーター	9	1	1	1	5	0	4	0	15	13	8	1	3	0	8	2
帽子	10	0	1	1	3	2	4	0	12	16	7	2	2	1	6	4
ゴム靴	7	3	2	0	4	1	4	0	20	8	5	4	1	2	5	5
皮鞋靴類	9	1	2	0	5	0	3	1	24	4	7	2	3	0	9	1
家具	7	3	1	1	4	1	2	2	18	10	7	2	2	1	3	7
金時計	9	1	1	1	4	1	3	1	20	8	5	4	3	0	5	5
時計	9	1	1	1	4	1	4	0	24	4	7	2	1	2	7	3
自転車	8	2	1	1	5	0	2	2	19	9	6	3	3	0	4	6
米	5	5	1	1	3	2	1	3	14	14	6	3	2	1	2	8
味噌	4	6	1	1	1	4	2	2	22	6	7	2	2	1	6	4
味噌	7	3	1	1	5	0	3	1	3	25	8	1	3	0	6	4
味噌	7	3	2	0	5	0	4	0	8	20	7	2	3	0	7	3
味噌	9	1	2	0	5	0	4	0	22	6	8	1	3	0	8	2
酒	7	3	2	0	4	1	4	0	25	3	9	0	3	0	7	3
砂糖	10	0	2	0	5	0	4	0	27	1	9	0	2	1	10	0
野菜	7	3	2	0	5	0	4	0	6	22	8	1	2	1	6	4
魚類	10	0	2	0	5	0	4	0	25	3	9	0	2	1	9	1
菓子	10	0	2	0	5	0	4	0	22	6	9	0	3	0	9	1
文具	10	0	2	0	5	0	4	0	24	4	7	2	3	0	9	1
書籍	10	0	2	0	4	1	4	0	22	6	9	0	3	0	10	0
雑誌	9	1	2	0	3	2	4	0	21	7	8	1	3	0	5	5
スポーツ用品	9	1	2	0	5	0	4	0	17	12	8	1	3	0	8	2
玩具	7	3	2	0	2	3	2	2	11	17	8	1	2	1	5	5
肥料	6	4	0	2	1	4	3	1	17	11	3	6	2	1	5	5
農機	3	7	0	2	1	4	0	4	24	4	2	7	0	3	2	8
農機	3	7	0	2	0	5	0	4	25	3	1	8	0	3	2	8

(註) 購入者非購入者の欄のうち、購は購入者、非は非購入者を示す。

第 8 表 北海道消費調査——商品別の購入者（長沼町）

昭和28年2月 小樽商科大学商業學研究室

購入者別 商品別	父	母	兄	弟	姉	妹	自分	その他	合計
服地（生地）	14	29	3		11			3	60
背 廣 服	18	14	10		3				45
婦 人 服	2	25			16			1	44
子 供 服	2	38		1	1		1	4	47
吳 服・反 物	7	43			5		1	2	58
シヤツ等下着	5	47			4		2	4	62
毛 糸	4	32			8		3	8	53
セ ー タ ー	4	28		1	8			4	45
帽 子	11	20	3	2	3		6	11	56
ゴ ー ム 靴	25	16	9		3	1	5	3	62
皮 靴 類	20	6	10		2		3	3	44
家 具	27	16	3		2		1	1	50
金 物 計	22	21	10		2		2		57
時 計	29	2	10		2		3	3	49
ミ シ ン 車	19	4	6		3		1	1	34
自 轉 米	31	1	9				1	2	44
味 噌	10	19	1		2			4	36
味 噌 油	5	25	1	1	4	2	1	4	43
酒	9	35	2	3	6	2	2	2	61
砂 野 糖 菜 類	17	30	6	2	2	1	1	2	61
魚 果 菓 物 子 具	11	40	3	3	2	3	2	5	69
文 房 具 籍 誌		31		1	5			3	40
書 籍 誌	6	47	2		6			5	66
文 房 具	5	42	1		7		5	4	64
書 籍 誌	5	37	2	1	5		8	5	63
文 房 具	9	9	4	2	2	2	32	3	63
書 籍 誌	11	3	7		2	1	22		46
雜 誌	4	8	13	2	8	4	17	1	55
ス ポ ー ツ 用 品	15	3	6	5			9	1	39
玩 具	8	13	4	1	4	2	4	1	37
肥 料 具	14	3	3					12	32
農 機 具	22	3	4					2	31

第9表 北海道消費調査——商品別の購入先（由仁町）

昭和28年2月 小樽商科大学商業學研究室

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

購入先別 商品別	1 町小 内賣 の店	2 岩市 見の 澤商	3 他の の商 町店	4 札の 幌小 市賣	5 札の 幌百 市貨	6 農同 業組 協合	7 會購 社買 の會	8 内市 地の 都商	9 通販 信賣	10 その 他	合計
服地（生地）	46	4	2	3	7	1		1	2	66	
背 廣 服	10	5	4	9	13	1		1	2	45	
婦 人 服	24	5	3	7	8			1	3	51	
子 供 服	43		3	3	2				2	53	
吳 服・反 物	42	1	1	5	8	1			5	63	
シャツ等下着	57	2	2	3	4	1			1	70	
毛 糸	43	2	9		2	2	1		2	61	
セ ー タ ー	29	3	5	5	4				2	48	
帽 子	31		5	5	8				1	50	
ゴ ム 靴	50	2	7	5	1	1	1			67	
皮 靴	19	6	9	16	7			1		58	
家 具 靴 類	31	3	6	4	6				1	51	
金 時 物 計	57			1	1					59	
ミ シ ン 車	24	6	4	8	7				1	49	
自 轉 米 車	18	3	16	3	5		1		1	47	
味 噌 油	22	1	2						1	26	
味 噌 油	47		1		1	2	1		4	54	
酒	47				2		1		3	52	
砂 野 糖 菜 類	57				2	8	1			68	
魚 果 菓 子 具	66					2				68	
文 房 具 籍 誌	63	1		1		3	1			69	
書 籍 誌	51				1				4	56	
ス ポ ー ツ 用 品	68			1	1				1	71	
玩 具 料 具	68		1		2					71	
肥 料 具	66		1	1	2					70	
農 機 具	45	3	17		1					67	
文 書 籍 誌	18	11	19	7	8					63	
ス ポ ー ツ 用 品	45	1	14	2	2					64	
玩 具 料 具	18	12	4	8	6					48	
肥 料 具	24	1	4	1	7					37	
農 機 具	14				1	18				33	
農 機 具	9		1	1		15				26	

第10表 北海道消費調査—商品別職業別の購入者非購入者(由仁町)

昭和28年2月 小樽商科大学商業學研究室

職業別 購入者 非購入者別	公務員		勞務者		教員		會社員		農 業		商店主		工場主		その他	
	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非	購	非
服地(生地)	10	1	4	0	7	1	3	2	19	6	5	2	4	1	10	0
背 廣 服	8	3	4	0	2	6	2	3	15	10	4	3	4	1	8	2
婦 人 服	8	3	4	0	5	3	2	3	15	10	4	3	5	0	8	2
子 供 服	7	4	4	0	4	4	4	1	18	7	3	4	5	0	8	2
吳服・反物	11	0	4	0	7	1	3	2	23	2	5	2	4	1	10	0
シャツ等下着	11	0	4	0	6	2	4	1	24	1	6	1	5	0	10	0
毛 糸	11	0	4	0	7	1	4	1	16	9	5	2	5	0	9	1
セーター	11	0	3	1	5	3	3	2	9	16	4	3	4	1	8	2
帽	7	4	4	0	5	3	3	2	15	10	4	3	4	1	8	2
ゴム靴	11	0	4	0	6	2	3	2	23	2	6	1	5	0	9	1
皮靴	10	1	4	0	4	4	2	3	14	11	6	1	5	0	10	0
家具	6	5	4	0	7	1	4	1	17	8	4	3	4	1	7	3
金物	8	3	4	0	6	2	4	1	19	6	5	2	5	0	8	2
時計	11	0	4	0	5	3	1	4	14	11	4	3	4	1	8	2
自転車	6	5	3	1	4	4	2	3	17	8	4	3	4	1	8	2
自 轉 米	5	6	4	0	3	5	1	4	13	12	3	4	4	1	7	3
味 噌	9	2	4	0	8	0	5	0	9	16	5	2	5	0	9	1
味 噌 油	10	1	4	0	8	0	4	1	11	14	5	2	4	1	9	1
酒	10	1	4	0	7	1	4	1	23	2	5	2	5	0	10	0
砂 糖	11	0	4	0	8	0	3	2	22	3	6	1	5	0	9	1
野 菜	11	0	4	0	7	1	3	2	10	15	6	1	4	1	10	0
魚 類	11	0	4	0	8	0	5	0	22	3	6	1	5	0	10	0
果 菓	11	0	4	0	8	0	5	0	22	3	6	1	5	0	10	0
菓 子	11	0	4	0	8	0	5	0	21	4	6	1	5	0	10	0
文 房 具	11	0	4	0	7	1	5	0	21	4	5	2	4	1	9	1
書 籍	10	1	4	0	7	1	5	0	17	8	4	3	4	1	9	1
雜 誌	9	2	4	0	8	0	5	0	20	5	5	2	5	0	9	1
ス ぽ ー ツ 用 品	8	3	4	0	4	4	2	3	14	11	4	3	5	0	7	3
玩 具	3	8	4	0	4	4	3	2	11	14	3	4	4	1	6	4
肥 料	3	8	3	1	2	6	1	4	22	3	0	7	1	4	1	9
農 機 具	2	9	2	2	2	6	0	5	19	6	0	7	1	4	0	10

(註) 購入者非購入者別の欄のうち、購は購入者、非は非購入者を示す。

商 學 討 究 第 四 卷 第 一 號

第11表 北海道消費調査——商品別の購入者（由仁町）

昭和28年2月 小樽商科大学商業學研究室

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

購入者別 商品別	父	母	兄	弟	姉	妹	自分	その他	合計
服地（生地）	8	39	2		5	1	2	9	66
背 廣 服	18	17	6		3			1	45
婦 人 服	2	34			13		1	1	51
子 供 服	.	46			5		1	1	53
吳 服・反物		58			4	1			63
ツヤツ等下着	4	56			5	1	2	2	70
毛 糸		45			11	1	3	1	61
セ ー タ ー	2	26	2		2		5	1	48
帽 子	15	22	4	1	4	1	1		50
ゴ ム 靴	30	20	4	1	2	1	3	6	67
皮 靴	20	15	8		6		3	6	58
家 具 靴類	29	16	3		2		1		51
金 物	12	41	3		1		1	1	59
時 計	31	9	6		3				49
ミ シ ン 車	22	13	1		3			8	47
自 轉 車	18	2	6						26
米	16	30			3	1	3	1	54
味 噌 油	6	39			3	1	3		52
醬 油	7	49	1		3		4	4	68
酒	15	39	1	1	1	1	6	4	68
砂 糖	3	49	1	1	3	3	8	1	69
野 菜	3	42			3		6	2	56
魚 類	8	53			3	2	3	2	71
果 物	3	33		1	5	2	7	20	71
菓 子	5	46		2	5	2	8	2	70
文 房 具	3	12	1	3	6	4	38		67
書 籍	8	10	7	1	5	1	27	4	63
雜 誌	11	18	7	6	9	1	12		64
ス ポ ー ツ 用 品	16	4	10	3		1	6	8	48
玩 具	8	18			4	2	3	2	37
肥 料	23	7	3						33
農 機 具	5	1	1					19	26

三 要 約

以上、栗山町における衣料品關係、食料品關係、家庭用品關係、農業資材關係等——三十二品目につき、それらの購入先と購入者とを調査した結果を略述したが、これにもとづき、町内の小賣店や他の都市、地方の商店では、主にどのような商品が購入されているかをみると左の通りである。

- (一) 「町内の小賣店」で壓倒的に多く購入されているもの
 ゴム靴、家具類、金物、米、味噌、醬油、酒、砂糖、野菜、魚類、果物、菓子類、文房具、雜誌
- (二) 「町内の小賣店」で比較的多く購入されているもの
 服地、小供服、シャツ等下着、毛糸、セーター、帽子、書籍、スポーツ用品、玩具
- (三) 「札幌市の百貨店」でかなり多く購入されているもの
 服地、背廣服、婦人服、シャツ等下着、セーター、皮靴、時計
- (四) 「札幌市の小賣店」でかなり多く購入されているもの
 背廣服、婦人服、帽子、皮靴、時計、ミシン、書籍
- (五) 「岩見澤市の商店」でかなり購入されているもの
 ミシン、書籍
- (六) 「他の町の商店」でかなり購入されているもの
 服地、背廣服、呉服・反物、家具類、自轉車、スポーツ用品
- (七) 「農業協同組合」で多く購入されているもの

肥料、農機具

(八) 「会社の購買会」が利用されているもの

米、味噌、醤油、酒、砂糖

(九) 「内地都市の商店」で購入されやゝ目立つもの

時計

(六) 「通信販賣」の利用されているもの

時計、ミシン、自轉車、書籍、雜誌

かくて、栗山町の商店を中心として考察するとき、下のごとく結論することができる。

先ず、栗山町の中小業者として、地元の購買力を吸収しており、今後もその可能と思われるものは、最寄品たるゴム靴、家具類、金物並に主要食糧、副食物、調味料、果物、菓子類及び文房具、雜誌——等に関するものであつて、札幌市の百貨店や商店その他の商店と、格別、販賣上の競争關係にたつものでない。したがつて、經營上、適正な規模をもち、その合理化につとめて賣上高向上に萬全を期するかぎり、地元及び周邊町村の購買力を集め得て、一應、安定せる營業が持續されるように思われるのである。たゞこれらの中にあつて食料品のみは、農業協同組合と会社の購買会とがそれぞれ固定せる購買者層をもつてゐるゆえ、これら一定數のものゝ購買力吸収はかなり困難なことと思われる。

次に、服地、小供服、シャツ等下着、毛糸、セーター等のごとき衣料品や帽子、書籍、スポーツ用品、玩具等についても、町内の中小業者は、かなり多くの地元購買力を吸収しているが、しかし、これらの中には、一部、札幌市の百貨店その他へ向つてゐるものもあるゆえ、今後、競争關係を生じて、經營上、適切な對策の講ぜられざるかぎり

農村地帯に於ける消費者の購買慣習

不利益を受けることなきを保し難いであろう。

更に、背廣服、婦人服、皮靴、時計等、いわゆる買廻品にあつては、札幌市の百貨店でかなり購入されているゆえ、これら商品を取扱う業者は、今後の対策につき、十分の考慮を要するものといわねばならぬ。

更にまた、ミシン等は札幌市や岩見澤市の専門店で購入されるものゝ少くないことは、地元の業者として留意を要する。

最後に、肥料、農機具等の農業用品は、もともと農家の需要するものであつて、農業協同組合の取扱いを適當とするゆえ、この方面へ、多數、商人の進出することは、決して適策とはいひ難いのである。

附記

(一) 本小稿記述の調査において、栗山町のほか、長沼町、由仁町の「消費者の購買慣習」も判知され、その大略はこゝに所載の第6表、第7表、第8表（長沼町）、第9表、第10表、第11表（由仁町）の通りであり、栗山町のそれと、いさゝか異なる点もみられるのであるが、その説論は省略して、たゞ表示するにとゞめておいた。

(二) また、この調査は北海道總合開發委員會の「北海道科學研究費補助」（昭和二十七年）を受けて行つたものゝ一部であつて同様に「炭鑛地帯に於ける消費者の購買慣習」も夕張市で調査し、すでに集計も終つて數表にまとめてあるが、これが結果の發表は他にゆずることゝしたい。

(三) なお、この調査にあたり、北海道立栗山高等學校の校長、伊東外吉氏をはじめ、教諭、生徒の方々が、調査表の記入その他に種々、協力して下さつたことに對し、厚く御禮申しあげねばならぬ。また調査表の集計等の事務につき、小樽商科大学學生、岩田博吉君から助力をうけたことに對し謝意を表する。