

昭和 47 年度 研究報告

昭和 48 年 3 月



労働省婦人少年局・雇用促進事業団

勤労青少年余暇活動研究会

は　じ　め　に

最近における過労働時間の短縮、いわゆる大型休暇の普及等によって、働く人々の余暇時間は増加してきている。一方、余暇に関する社会的意識も変化し、余暇を積極的に享受しようとする気運の高まりがみられる。とくに、勤労青少年については、余暇への志向が増大しており、今日の勤労青少年問題において、余暇活動をどのように考えていくか、きわめて重要である。

このため、勤労青少年の余暇活動の現状とそのあり方を検討することは、勤労青少年福祉施策を推進していく基本であるという考えに立って、昨年6月「勤労青少年余暇活動研究会」が発足した。

本研究会は、昭和47年度においては、勤労青少年の余暇についての基本問題について、検討を加えるとともに、事業所および福祉施設における勤労青少年余暇活動対策について調査し、さらに、勤労青少年の余暇活動の現状と余暇意識についての研究調査もあわせ実施した。

本書は、このような昭和47年度の研究検討における各委員の報告および研究調査の結果をとりまとめたものである。

今後、さらに調査の規模を拡大するとともに、勤労青少年余暇活動の指針について検討を進めることが課題であろう。

本書の作成にあたって、進んで調査にご協力いただいた事業所および福祉施設等の方々に対し、研究会メンバーを代表して、ここにあらためて感謝の意を表する次第である。

昭和48年3月30日

勤労青少年余暇活動研究会

座　長　江　下　孝

勤勞青少年余暇活動研究会構成員

委 員

江 下	孝	元雇用促進事業団副理事長
江 橋	慎四郎	東京大学教育学部教授
小 川	長治郎	日本レクリエーション協会専務理事
坂 部	弘 之	労働衛生研究所労働生理部長
高 瀬	正 二	東京芝浦電気 ^株 常務取締役
高 田	勲	北里大学教授
辻 村	明	東京大学文学部教授
戸 塚	文 子	前「旅」編集長
中 山	久 夫	日本交通公社調査部長
柳 田	修治郎	葉山マリーナ顧問
吉 阪	隆 正	早稲田大学理工学部教授

専門委員

鈴 木	春 男	千葉大学教養部助教授
富 田	玲 子	象設計集団代表
内 藤	錦 樹	日本交通公社調査部主任研究員

(五十音順 敬称略)

目 次

第 1 部 余暇と勤労青少年の生活	頁
Ⅰ 余暇とレクリエーション	3
1. 増大する余暇時間	3
2. 余暇について	4
3. 多様な余暇行動	6
4. レクリエーションということ	8
5. レクリエーションを考える基本的視点	11
(1) 余暇時間と行動圏	11
(2) 日常生活圏域内の職住関係	12
(3) 余暇活動の展開される場と活動の提供者	14
6. 勤労青少年とレクリエーション	15
Ⅱ 余暇の増大と消費支出—とくに若者の食生活と衣生活を中心に—	17
1. は じ め に	17
2. 余 暇 の 変 化	18
(1) 量としての変化	18
(2) 質としての変化	20
(3) 余暇水準の国際比較	25
3. 消費におけるヤング像	26
(1) 昭和30年後期を特徴づけるもの	26
(2) ユース・マーケットの誕生	27
(3) ユース集団を待ち構える商品群	27

(4) ユース・マーケットを特徴づけるもの	28
イ 都市集中	28
ロ モータリゼーション	28
4. 若者の余暇志向と食生活	32
(1) 食生活の変化	32
イ 食事の洋風化	32
ロ 食料費・外食費の推移	36
ハ レジャーとしての食品	38
ニ 体制への反逆	39
(2) レジャーとしての外食	40
5. 若者の余暇志向と衣生活	43
(1) 「衣」にみる変化	43
(2) 週休2日制とファッションのインスタント化	47
Ⅱ 勤労青少年の余暇の増大と旅行	49
1. 余暇の増大と余暇活動の変化	49
2. 余暇活動の変化と旅行	52
3. 青年層の余暇観と余暇活動	54
4. 旅行の現状と展望	57
Ⅳ レジャーと労働	63
1. レジャーと労働	63
2. 年少労働者におけるレジャーと労働	70
第2部 余暇と勤労青少年施設 —調査結果のまとめ—	
Ⅰ 中小企業労働者と勤労青少年ホーム	75
1. はじめに	75
2. ホーム利用者の属性	77

3. ホーム利用者の現状	81
4. ホーム運営方法と利用者	87
Ⅱ 勤労青少年ホームおよび類似施設の現状分析といくつかの提案	92
－ 施設設計者の立場から －	
1. 実地調査の結果	92
(1) 市川市勤労青少年ホーム	92
(2) 浜松市勤労青少年ホーム	92
(3) 横浜市勤労青少年ホーム	93
2. アンケートの結果	94
(1) 公共施設への期待	94
(2) 利 用 圏	94
(3) 建物について	94
3. 勤労青少年ホームの現状分析といくつかの提案	95
(1) ホームの良い面	95
(2) ホームの問題点及び提案	96
Ⅲ 中小企業労働者と余暇	101
1. 中小企業労働者の余暇消費状況	101
2. 余暇のあり方と中小企業	104
第3部 余暇と職場レクリエーション － 調査結果のまとめ －	
余暇と職場レクリエーション	
1. は じ め に	111
2. 事業所の調査	111
(1) 大企業の場合	111
(2) 中小企業の場合	113
3. クラブの調査	115
(1) 運動クラブの場合	117

(2) 文化クラブの場合	117
4. クラブ員についての調査	119
(1) 対象についての一般的事項	119
(2) クラブ活動への参加状況	121
(3) 自己の仕事、職場について	125
(4) 余暇活動と余暇についての考え方	126
イ 旅行	126
ロ 余暇利用の状態	126
(5) その他の事項	127

資 料

1. 調査集計表	130
(1) 表1 フェイス・シート	130
(2) 表2 全対象者共通事項	134
(3) 表3 勤労青少年ホーム利用者個別事項	148
(4) 表4 事業所クラブ員調査	153
2. 調査票	158
(1) 事業所クラブ員調査票	158
(2) 勤労青少年ホーム利用者調査票	164

第 1 部

余暇と勤労青少年の生活

I 余暇とレクリエーション

江 橋 慎 四 郎

東京大学教育学部教授

1. 増大する余暇時間

技術革新にともなって、わが国でもようやく昭和30年代になって、余暇問題が一つの社会問題として注目されるようになってきたが、さらに昭和40年代になると週休2日制が導入されるようになった。「昭和46年9月現在企業規模30人以上の企業の6.5%が、月1回週休2日制、月2回週休2日制、隔週週休2日制、完全週休2日制などなんらかの週休2日制を実施しており、これら週休2日制の下にある労働者の割合は全体の24%に達している。なかでも、大企業ほど普及率は高く、1,000人以上の規模では37.8%（労働者比率では44.6%）であるが、企業規模が小さくなるほど普及率は低く、30人～99人の規模では3.3%（同4.2%）となっている。」と報告されている。^註

もちろん、企業規模や業種によって様ではないが、わが国産業界全体は週休2日制の実現に向かって動き出したことは事実である。

いうまでもなく、西欧諸国では、1950年代当初から休日の増加と労働時間の短縮がすすみ、今日では完全な週休2日制がほとんどの労働者に普及しており、週所定労働時間40時間、週休2日制が確立しているので、これに比較すれば、わが国は漸くその第一歩を踏み出したという状態ではあるが、それでも、今や週休2日制の実現をめざして、わが国も本格的なレジャー時代を迎えつつあるといえることができるのである。

註) 労働者生活ビジョン懇談会中間報告：週休2日制普及促進の考え方と推進策について（労働省、昭和47年10月）

このように労働時間の短縮に伴って、相対的に余暇時間が増加してくるのであるが、従来は、この余暇をどう過ごすかは全く個人的な問題として考えられていたのである。しかし、余暇時間の増加に伴って、もちろん個人が自発的に、自由に消費する側面は重視しつつも、より多くの人々が余暇を享受し得るようになるならば、単に個人の問題としてばかりでなく、社会があるいは公共機関がそれにどう対処してゆくのが問題となってきたのであり、それは、今まで経験しなかった新しい問題でもあるので、増大する余暇時間、その大衆化をめぐる、さまざまな角度から、今日ではこの余暇問題がとりあげられているということができよう。

したがって新しい社会の問題であり、また、人生が未だかつて経験しなかったような大衆社会状況の中での余暇問題であるために、さらに、その余暇消費のあり方はあまりにも多様であるために、ある一つのきちんとまとまった形でその将来の方向を明確にすることは、かならずしも容易なことではないのであるが、本章では、後に述べるようなレクリエーションとの関連に焦点をあてつつ、余暇とレクリエーションを考えるにあたって基本的な枠組について述べることにしよう。

2. 余暇について

以上のように余暇問題は、新しい社会の問題であるために、余暇についての明確な考え方が確立しているという訳ではない。

まず、レジャーについての見解の二、三についてみると、フランスのある研究グループは「レジャーとは労働をしない時間である。いいかえれば、レジャーの時間は、生産力とか購売力に比較的余裕のある場合にわれわれがもつことのできる時間であり、潜在的な経済能力の一種の利用方法である」と規定している。

フランスの社会学者デュマズィエーは「余暇とは、個人が職場や家庭、社会から課せられた義務から解放された時に、休息のため、気晴らしのため

め、あるいは利得とは無関係な知識や能力の養成、自発的な社会参加、自由な創造力の発揮のために、まったく随意に行なう活動の総体である」と述べている。

さらに前竹氏は、「余暇つまりレジャーは第1に自由時間の活動である。第2にそれは生計のために必要な金銭を生まない活動である。第3にこうした意味において、それは是非とも行なわなければならないという必要性や義務を伴わない活動である。第4に、みずからの満足をうるために自由になされる活動であり、その活動を行なうことそれ自体が目的となるものである。」と述べている。

以上、ここでは紙数の関係もあって、三つの考え方を紹介したのであるが、結局、余暇については、次のような三つのとらえ方があるということができよう。

- ① 時間の単位でとらえる。すなわち、一日の生活時間のなかから、労働時間、生理的な必要時間（食事、睡眠など）、そして身仕度、通勤、家事などの生活上に必要な時間をひきさった残りの時間を余暇と考え、労働その他は拘束されるのに対し、余暇は拘束されることがないので、自由時間ともいわれているが、要するに労働時間との対比において余暇時間をとらえようとする観点ということができる。
- ② 第2の考え方は、その余暇に過される活動の型態でとらえようとするものであり、これは、もっとも日常的に使われている。例えば、「あなたにとってレジャーとは何ですか」と今日の若者に問うならば、すぐに「ボーリング」、「旅行」、「ごろ寝」など答えが返ってくるように、その余暇にすごされる活動の形でとらえられており、それが、さらにひろげられれば「楽しむこと」、「遊ぶこと」などのように楽しい活動をもってレジャーと考えられる場合もあるが、いずれも活動の形式でとらえる考え方ということができる。
- ③ 第三の考え方は、むしろ、活動の形式ではなくして、活動から得られ

る結果、あるいはその活動する目的、果している機能に即してとらえようとするものであり、前述のデュマズィエの定義は、まさに、この考え方であり、その機能として、休養、気分転換、自由な創造力の発揮の三つをあげている。

要するに、レジャーのとらえ方は、いろいろの観点からすることが可能であり、藤竹氏の場合はレジャーの成立し得る基本的条件をあげているといえるが、結局は、以上、あげた三つの観点を含めて、レジャーをとらえることが必要であり、さらには、勤労青少年のもつレジャー意識そのものの把握も必要なことであろう。

3. 多様な余暇行動

以上のように、一応レジャーをとらえるとしても、そのレジャーに営まれる活動に注目した時、それは、あまりにも多様であり、また人の行動は連続的、複合的であり、あるきちんとした枠組で分類することはなかなか困難である。例えば、尾高氏は、「休む活動、みる活動、する活動、働く活動」の四つに大別しているが、みる活動、する活動はその種類が極めて多く、これでは、やはり不十分といわざるを得ない。したがって、ここでは、NHKが国民生活時間調査を行なった際の生活行動の分類表を参考にしつつ、一つの分類表を示したが、これでも、必ずしもすっきりしている訳ではない。例えば、内職はレジャーかといわれれば厳密には金銭を得ることを目的としており、そのために拘束を受けるのであるから、厳密な意味ではレジャーとはいえないが、しかし、趣味と実益を兼ねるという言葉もあるように、では全くレジャー的要素がないかといえば、それは自由な時間に、自らの選択において行なっている場合にはレジャーに近くなるのである。このように人の余暇行動をある枠組で整然とはめこむことは困難であり、次の表は余暇の過ごし方を考える一つの目安にすぎない。

さらに、余暇の過ごし方をみた場合に、ここにかかげたものに止らず、

余暇行動の分類

(活動例)

(分類)

雑談、ごろ寝、休養	休養的活動
買物、外出	家事的活動
内職	職業的活動
庭いじり、日曜大工	労作的活動
訪問、会合、パーティなど	社交的活動
子供会、町内会、婦人会などの世話	奉仕的活動
映画、パチンコ、麻雀	娯樂的活動
学習、読書、手芸	趣味、文化的活動
美術、工作、音楽など	
散歩、スポーツ、ダンスなど	身体的活動
観光、旅行、ドライブ	旅行的活動
テレビ、ラジオ、新聞	マス・コミとの接触

競馬、競輪、競艇などのギャンブル・スポーツがあり、さらに、この延長上にはかけ事などもあげられる。そして、これらのものを含めて社会にとっても、その行為をする個人にとっても望ましくない活動も実際には行なわれている。

されば、昔から「小人閑居して不善をなす」ともいわれ、アメリカのある学者は「増大する余暇、それは人間にとって祝福すべきことか、呪われるべきことか」とさえ言われているのである。すなわち、今日は、この増大しつつある余暇時間、それは各人の自由に消費する時間ではあるが、量的に増加すればするほど、その過ごし方の重要性が増しているものであり、今日はその質が問われているといえることができる。余暇は慢然と消費し、また欲求の赴くままに消費することもできるが、しかし、そこに人の知恵をはたらかして、それぞれの人なりに有意義に、創造的に、そして自らの

成長の機会として生かすことも可能な時間である。労働時間が減少して、相対的に余暇時間が増加してきているばかりでなく、労働の質も変化し、さらに社会生活そのものが急激に変ぼうをとげつつある時代にあって、余暇の過ごし方が新しい問題として、青少年を含めて、すべての人々の共通の課題として、われわれの前に登場してきている。

4. レクリエーションということ

レジャーについての考え方が多様であると同じように、レクリエーションの意義についても必ずしも一様ではない。また、そのとらえ方は、歴史的にも変せんをたどっている。

例えば、イギリスで17世紀にはじめて使われ出した当時は、教養、気ばらしの程度の意味であった。それが、20世紀になって、アメリカで用いられるようになると、もう少し労働との対比で考えられるようになった。例えば、カーティス(H. Curtis)は「レクリエーションは、ある苦役からの救済である。それは、休息のためであり、疲れた筋肉、神経、精神の再建を意図するものである。それは、いろいろの形式をとり得るが、しかし、それは常に気軽に行なわれるものであり、より一層まじめな職業生活のために心身の再創造をするという点においてのみ、価値をもつものである」と述べている。これは、労働時間も長く、労働も苦役と思われる時代のレクリエーションについての見解であり、レクリエーションは、むしろ労働、生産のための手段としてのみ考えられていたのであるが、このような考え方が今日のレクリエーション観から全くぬぐいさられている訳ではないが、やはり過去のものとなりつつある。

そして、労働時間の減少に伴う余暇時間の増加、所得水準の上昇、都市への人口集中などによって、アメリカの社会でもレクリエーションの重要性が認識されるにしたがって、労働との対比において問題にされるよりも、活動それ自体の意義を積極的に認める考え方となり、例えばバトラー

(G.D. Butler) は「レクリエーションとは、その活動から直接的に得られるよろこびや満足感のために、個々人によって選択される余暇時間における経験あるいは活動であって、いろいろな形式をとり得る」と述べ、レクリエーションを規定するものは活動の形式ではなくて、その活動に対する個人の態度が重要であるとするものであり、次のようなマイヤーとブライトビル (Meyer & Brightbill) の見解も、これと共通するものである。

「レクリエーションとは、余暇時間に営まれる自発的活動であり、主としてそれから得られる楽しみ、満足感によって動機づけられる活動である」

しかし、都市における子どものための遊び場確保の運動から出発したアメリカのレクリエーション運動は、次第に成人のためのレクリエーション活動への普及振興へと発展し、次第に都市に、市民のレクリエーションに必要な施設を設け、指導者をおき、プログラムを提供する公共の機関が設けられて、公共のレクリエーション・サービスが充実してくるにつれて、レクリエーション一般の定義から公費をもって市民のために提供されるレクリエーション、いわゆる公共レクリエーション (public recreation) の定義が区別されるようになった。

例えば、ロドニー (L.S. Rodney) は、「すべてのレクリエーションの定義は、強制なしで、個々人に満足をもたらす、余暇に営まれる活動と定義づけている。しかし、この一般的用語のレクリエーションと地域社会の提供する目的をもち社会的に認められたレクリエーションとは区別されなければならない。地域社会レクリエーションの目的は、創造的な、健全な、想像性にみち余暇時間の行動を通じて、人の改善と向上に焦点をむけたものである。」と述べており、さらに、カールソン (R. Carlson) は、「レクリエーションは、一つの活動あるいは経験よりなっており、通例は、参加者により自発的に選択され、それから直接的な満足を得るため、あるいは、それによって個人的、社会的価値を認めるがゆえに、余暇に遂行さ

れるものである。それは、仕事で昇進するために勉強するような仕事との文脈においてとらえられるものではなく、楽しい活動であり、一つの組織的な機関や団体の一部の活動として行われる場合には、個人、グループ、社会全体の建設、価値ある目標にあうようデザインされたものである。」と述べている。

以上のように、レクリエーションについての考え方も時代とともに変化してきているのであり、特に、公共機関が市民のために準備されるものは、社会的に承認され、個人にとっても社会にとっても価値ある活動に重点がおかれている。このような点からすれば、レジャーは、人の余暇に営まれるあらゆる活動を包含し、レクリエーションは、やや限定して、価値ある余暇活動、個人にとっても社会にとっても意義のある余暇活動を意味するのであり、活動の質に重点をおいているのであり、されば、レクリエーションを「余暇の価値ある利用」(worth ^{while} use of leisure)、「余暇の賢明な利用」(wise use of leisure)あるいは「余暇の創造的利用」(creative use of leisure)などとも言いあらわしている。

このように、レクリエーションは、多様な余暇活動の中で質を重要視する立場といえることができるのであるが、問題は何を良しとし、何を価値あるものとするのか、その判断の基準をどこにおくかということである。価値観の多様化がいわれている今日、その共通の尺度、判断の基準を定めることは容易なことではないかもしれない。しかし、レクリエーションという言葉はcreate 創造するという言葉から発展してきたものである。そのような点からすれば、今日の社会にあった、やはり共通の社会的な良識として判断の基準がつけられていくべきであり、一人一人は、自らの責任において、自らのよりよい余暇生活を創出してゆくこと、それがまさに今日青少年に求められているといえることができるのであり、そのような環境を整えてゆくことが今日の社会の一つの責任といえることができる。

5. レクリエーションを考える基本的視点

以上、レジャーとレクリエーションの関係について述べてきたのであるが、具体的に勤労青少年のレクリエーションを考えるにあたって、なお、二、三の基本的視点をおさえておく必要がある。その一つは、次のような余暇時間と人の行動圏との関係である。

(1) 余暇時間と行動圏

図1 余暇時間と行動圏の関係

時間 \ 行動圏	日常生活圏	広域生活圏	高度生活圏
平日			
週末			
休暇			

一口に余暇といっても、それは大きくは図のように三つに分けて考えることができる。

第一の型は、毎日の労働を終った後、あるいは

は昼休みにおけるレジャーをどう過ごすかという問題があり、これは、もっとも日常的であるとともに、この時間の充実こそ、逆にもっとも基本であるといえることができる。

第二の型は、週末であり、平日に比較すれば、よりまとまった時間がとれるので、当然、平日と異なった行動の実施が可能となるのである。もちろん、この週末の余暇時間のすべてがレクリエーション活動で占められるという訳ではなく、平日の余暇では必ずしも整理し得なかった、例えば身辺整理などを週末にまとめて処理するという場合もあるが、平日の余暇時間に比較すれば、長い余暇時間をもち得るので、活動の内容、形態は平日とはまた異ったものを選択し得る可能性は大きい。特に週休2日制が進行しつつあるわが国では、この週末の余暇利用ということが、いっそう重要性を増してくるということができる。

第三の型は、いわゆる長期休暇である。これもわが国の場合、すべての企業に定着している訳ではないが、夏季にまとめて休暇制を設けるとか、年末から年始にかけての休暇とか、全くない訳ではなく、この傾向はさらに進展することが予想されるが、ここでは当然、このまとまったやや長期にわたる休暇をどう過ごすかがまた問題となってくるのであり、いわゆる滞在型のレジャーは、主にこの長期休暇と関連して問題となっている。

このように、レジャーと一口にいても、そのもち得る時間は、それぞれ異なり、特色があるので、それぞれに応じた余暇の過ごし方が考えられるべきであろう。旅行ということがよくいわれるが、それは、平日のレジャーとしては行われにくいのであり、週末ないしは長期休暇時のレジャーの問題として登場してくるということになる。

このように異なる三つの時間のタイプに対応して、人の行動ないしは生活圏の広がりも図のように三つにわけて考えることができるのであり、実際の余暇活動は、この縦・横の組みあわされたところで主として展開されるのである。したがって、平日の余暇時間は主として日常生活圏内で過ごされるのであるから、その充実ということになれば、やはり、日常生活圏内に、よい余暇利用施設があるのかということが問題となるのである。例えば、勤労青少年ホームは、やはり日常生活圏内の勤労青少年のための余暇利用施設としてどう機能すべきかが考えられてよいのである。

よりよい余暇生活のためには、人のもち得る余暇時間と行動圏のひろがりに対応して、組織的、計画的に配置されていることが望ましいのであるが、わが国の場合は、前述のように余暇問題が新しい問題であり、なお生活環境施設の立ちおくれもあって、決してシステム化されて配置されているわけでないが、将来を考えるならば、この人の行動圏の拡大に応じて、適切な規模と機能とをもった施設の配置されることが必要であろう。

(2) 日常生活圏域内の職住関係

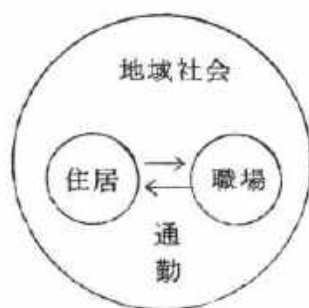
前述のように、平日の余暇時間をどう充実させてゆくのが基本である

と述べたが、この枠の中の問題を考えるにあたっては、住居と職場との関係を考える必要がでてくるのであり、これによって、レクリエーションを地域社会でもつのか、職場を中心としてもつのかの問題がでてくる。

イ. 職住接近型

理想的には、住んでいるところと働いてる場所が同一地域内にあれば、通勤にそれほど時間をとられることもなく、一日の仕事を

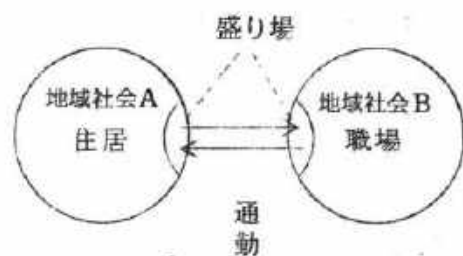
図2 職住接近型



終れば、居住する場に帰り、その地域社会内の施設を利用したり、地域社会の公共機関や民間団体の主催するプログラムに地域社会の住民の一人として参加することが可能である。しかし、わが国の場合には、この理想型よりも、むしろ、次の第二の型、すなわち職住分離型の生活型態をとる勤労者が特に大都市居住者の場合には多い。

ロ. 職住分離型

図3 職住分離型



この型は、住居と職場と異なった地域社会にある場合、この場合には、どうしても通勤時間に相当の時間をさかねばならず、それだけ余暇時間は短くなるので、なおもう一つの悪条件は、商業娯楽施設の林立しているいわゆる盛り場をその通勤の途中で通過するという問題をもっている。この商業レジャーの問題は別にしても、このような職住関係にある人は、レクリエーションの場を地域社会でもつか、

職場を中心にして、職場のなかまと共にみつかの問題がでてくるのである。

もちろん一つの理想をいえば、職場は、いわば労働、生産の場で

あり、仕事を終われば、家庭、地域社会に帰って、そこでレクリエーションをもつという形であろう。しかし以上のような通勤時間の問題もあり、また、地域の公共レクリエーションはまだ未整備であり、特に、多く勤労青少年をもつ職場では、実際問題とすれば、容易に組織的活動を展開する集団があるのであるから、その人々のために仕事の終わった後の時間についてまで配慮することも必要となってくるのである。

したがって、この基本的な平日の日常生活圏域内のレクリエーションを考えるにあたっては、その活動を主としてどこでもつかによって、大きく次のような三つの場を考えることができる。

- 1) 家庭でのレクリエーション
- 2) 地域社会レクリエーション
- 3) 職場レクリエーション

具体的に、勤労青少年の平日の日常生活圏域内のレクリエーションを考えるにあたっては、以上のどこでより多くもち得るのかを配慮する必要がある、これら三つの相互関係についても考えてみる必要があるであろう。すなわち、いろいろのところで、レクリエーションをもつことが可能なのであり、主としてどこでもつかということは、それぞれの勤労青少年の生活の条件に依存することが多い。

(3) 余暇活動の展開される場と活動の提供者

さらに、もう一つ、今日では、いろいろの機関、団体がレクリエーション活動ないしは機会を提供しており、したがって、(2)で述べた場と、提供者との関係についてみることも必要であろう。

すなわち、いろいろな機関、団体が多様な活動を提供しているのであり、これらの中から選択することも可能である。一人で、なかまとともに、自発的、自主的に行うこともあるが、また、一面では、自らの選択で公共機関、民間団体あるいは職場のプログラムに参加することもよいであろう。

図4 活動の場と活動を提供する機関・団体との関係

活動の場	組 織 的				(自主的・自発的) 個人または グループ
	公 共 機 関	民 間 団 体	企 業 (会社側) 組 合	商 業 機 関	
家庭(家庭あるいは 居住の場を含む)レク					
地 域 社 会 レ ク					
職 場 レ ク					

商業機関の提供するものについては、もちろん、その主たる目的は利潤をあげることにあるから、活動の質という点からすれば、必ずしもそのすべてがレクリエーションとなり得るものではない。しかし、全く関係がないわけではない。特にわが国の場合、公共レクリエーションが未整備の段階では、商業機関が国民の増大するレクリエーション需要を満たしているという面もあるのである。種々の手芸・趣味の教室、スポーツ活動など積極的に利用することもできるものもあり、逆に公共機関の提供するものの方がサービスはよいという面もあるのである。一概に、商業レジャーは悪の温床ときめつけないで、価値あるものは積極的に利用することが必要である。

6. 勤労青少年とレクリエーション

以上、一般的な事項にのみふれ、勤労青少年のレクリエーションの細部については、ふれ得なかった。しかし、レジャー時代といわれながらも、例えば経済企画庁の大都市に居住する独身勤労青年の消費動向調査の中での、レジャーについてみてみれば、男子のする三大レジャーは「パチンコ、ボーリング、麻雀」であり、女子のそれは「ボーリング、旅行、ドライブ」となっている。ただ、このような活動の現象面のみをとらえて、勤労青少年のレクリエーションのあり方を云々するのは早計であり、もっとその背

景について細かく分析することの必要なことはいうまでもないが、しかし、決して問題がない訳ではない。

青少年のよりよい余暇生活のためにどう諸条件を整え、援助するかについてはなおきめの細かい諸配慮を必要とする。たしかに自由で、自発的、自主的活動の行なわれることこそ望ましいことではあるが、成長発育期にある青少年の時期に、生涯を通じて愛好できるレクリエーションについての基本的理解、態度、技術の育成は、レジャー時代を迎えつつあるゆえにいっそう必要になっている。青少年とともに、よりよい余暇の創造をしてゆくことが、今日のレクリエーションの課題といえることができる。

Ⅱ 余暇の増大と消費支出

—とくに若者の食生活と衣生活を中心に—

柳 田 修 治 郎

葉山マリーナ顧問

1. は し め に

時代の転換期にはいつでもコンベンショナル・ウイズダム（パターン化された古い思考）が残存し、これが新しい考えに戦いを挑む。2つの間の相克は社会のあらゆる事象に波乱をひきおこす。現代はそうした時代だ。レジャーもその波を逃がれることができない。今でもなお、週休2日制をめぐって、是非論議がたたかわされている。現実にはそれが“労働に見合わない余暇”（*unearned leisure* “*The pattern of Leisure in Contemporary American Culture*, Margaret Mead”）であろうとなかろうと、善悪の論議をこえて、レジャーは私たちの日常性に侵入し、生活のパターンを変えつつある。とくに「若者」—それは戦後爆発的に現われ、「もはや戦後ではない」時代の文化の中核として、社会全体を震かしている。E. B. ワイスはこれを「ユース地震」（*Youthquake*）と呼んでいるが、この若者がひきおこす地かく変動はレジャーの面でいかに私たちの消費生活を変えているであろうか。「若者の文化」は大人たちをもまきこみ、いや応なしに「若者文化（*Youth-oriented*）」の社会に作りかえていくにちがいない。

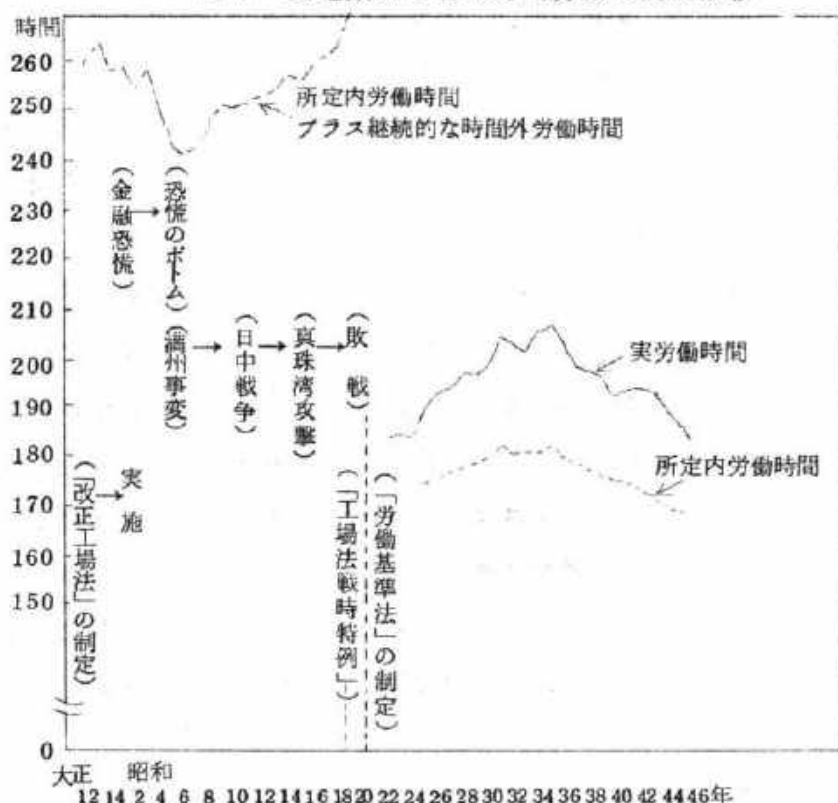
このことは、消費の面においても同様であるとみられるが、以下においては、若者と消費の問題をとらえ、とくに、衣食住のうちの衣食について、今までの慣習が比較的残っている食生活の面における変化と流行のはげしい衣服の変化を一例としてクローズアップしてとらえることとしたい。

2. 余暇の変化

(1) 量としての変化

明治時代の代表的産業である繊維工業の労働時間は、通常で一日12時間、ときには14時間から16時間であった。工場法が実施されたのが大正5年(1916年)、それでも就業時間は一日12時間、休日は15才未満と女子にだけ月2回与えられた。19世紀初頭の労働時間は、英国で普通男子15時間、子供は普通12時間、しかし、しばしば15時間の労働時間を強いられた(In praise of Idleness, Bertrand Russell)。

図1 製造業従事者の月間労働時間の推移



(備考) 1. 戦前の労働時間は「日本経済統計集」から計算したものであるが、原統計(内閣統計局「労働統計要覧」)から判断すると、この数値は所定労働時間に時間外労働の一部(継続的なもの)を加えた労働時間と考えられる。

2. 戦後の労働時間は労働省「毎月勤労統計月報」による。

資料：国民生活白書 昭和47年版

図1によると、昭和30年後半から労働時間が短縮したのは、日本経済が労働力過剰型から、労働力不足型へと転換したためであることが想像できるだろう。高度成長期にはいって、雇用機会もひろがり、若年層の勤労意識が、より自由な時間を求める方向に転換したため、企業がこれに対応しなければ、人を集めることができなくなったことを物語るものである。同じ変化は所得の増加にも現われている(表1、表2)。所得の増加は当然レジャー時間の利用を可能にしている。

表1 1人あたり国民所得の推移 (単位 円)

昭和	30年	35年	40年	41年	42年	43年	44年	45年
金額	79,936	137,528	260,769	296,916	349,793	410,969	469,607	553,264

資料：経済企画庁「国民所得統計」47年版

表2 きまって支給する現金給与額の推移 (単位千円)

年	18才未満	18～19才	全労働者
昭和33年	5.7	7.9	16.6
36年	7.8	10.5	20.0
41年	15.4	18.7	24.5
42年	16.4	20.6	26.6
43年	20.0	24.7	31.2
44年	23.1	28.5	35.3
45年	27.8	34.1	58.4
46年	31.8	39.2	66.1

資料：33年 労働省「賃金構造基本調査」

36年 労働省「賃金実態総合調査」

41～46年 労働省「賃金構造基本統計調査」

(2) 質としての変化

消費支出は昭和46年にはいってからやや鈍化した。これは景気停滞を反映したものだ。全国勤労者世帯についてもこの傾向を知ることができる(表3)。

表3 家計収支の状況(全国勤労者世帯)

区 分 年	実 収 入		実 支 出		黒字率	エンゲル 係 数	消 費 水 準	
	実 額 (A)	対前年 増加率	実 額 (B)	対前年 増加率			指数40年 = 100	対前年 上昇率
昭和 35年	円 40,895	% 10.9	円 35,280	% 9.8	% 13.7	3.8.8	80.8	% 5.5
40	65,141	9.1	54,919	9.1	15.7	3.6.2	100.0	0.2
45	112,949	15.6	91,897	14.3	18.6	3.2.2	128.6	4.9
46	124,562	10.3	101,536	10.5	18.5	3.1.4	134.3	4.4

資料：総理府「家計調査」

註 1. 黒字率 = $\frac{A-B}{A}$

- 消費水準は、消費支出を人員数、日数調整し、それを40年基準で指数化し、消費者物価指数で除したものである。
- 消費水準の全数値およびその他の39年以前の数値は、人口5万人以上の都市勤労者の家計に関するものである。

一般的停滞傾向の中で、費目で注目されるのは、住居費で、前年度の12.1%から13.2%へと伸びた。住居費については、家具、什器の伸びが、着実にのびていること、雑費の伸びを支える、教養娯楽費の上昇傾向を見落してはならない。被服費は38年から^{伸びは}漸減傾向にあるが、表4でわかるように、昭和35年(後述するように、この頃が戦後文化の開花期にあたる。)に比較すると、約2.5倍^で、~~ほかの支出に比べると、~~
~~非常に~~大きい。この大きい変化の中で、衣類がレジャーを強く反映していることは、表11でも明らかだ。若者にひろがったジーンズは、Tシャツの流行をよび、靴のスタイルを変え、アクセサリへの嗜好を深めた。女子のミニ愛好は、スリッパ着用の習慣をかえ、パンティ・ストッ

表4 消費支出の変化

区 分	35年 A	46年 B	$\frac{B}{A}$
消費支出	32,093 円	91,285 円	284
食料費	13,440	28,708	231
住居費	3,139	10,492	334
光熱費	1,552	3,333	215
被服費	3,934	9,766	248
雑費	11,028	38,985	354

資料：総理府「家計調査」

キングを生み、下着についての古い考えをかえた。こうした変化は衣食住、あらゆる分野へ波及効果を与える。ヘヤスタイルの変化は、ヘヤドライヤーを導入させ、かつらの着用を一般化する。洋風化は住居のスタイルを変え、什器に「楽しみ」の性格を与える。安普請の家でいいかわりに、壁紙や家具、什器をかえることに生きがいを見つける。三面鏡、テープ・レコーダー、ステレオ、楽器、和洋タンス — こうした支出は古い消費支出の内容を著しくかえるため、古い費目の調査では、実態の質の変化をとらえ難くしている。量の変化は、いつか人々の質の変化を、大げさにいえば革命的にかえる。

“質の変化”を時間の使い方で見よう(表5-1、5-2)。

月給とりの生活必需時間、拘束時間・非拘束時間は、昭和35年にくらべると平準化されてきた。非拘束時間を交際、休養、レジャー、新聞、雑誌、本、ラジオ、テレビの6つの活動に分類して、10年間の変化をみると表5-2の通りである。

非拘束時間は10年間にかなりのびたが、内容的には、のびた大部分をテレビですごしているといえそうだ。

表 5-1 1日の生活時間の配分の変化(平日・男女)

(時間)

年 度	職 業	生活必需時間	拘 束 時 間	非拘束時間
昭 和 45年度	ホワイトカラー (事務・技術職)	1 0.2 5	1 0.0 0	5.0 6
	ブルーカラー (技能職・作業職)	1 0.2 4	1 0.0 3	5.1 1
昭 和 35年度	ホワイトカラー (事務技術的職業)	9.4 1	9.5 9	4.4 0
	ブルーカラー (熟練労働者)	9.3 8	1 0.1 1	4.3 7

資料 NHK「国民生活時間調査」

註 昭和35年は、上記のような職業分類で集計していないので、調査有効相手を考慮に入れて計算し直した推定値である(「図説“にっぽん”の経済」による)。

表 5-2 非拘束時間の変化(男女)

年 度	計	交 際	休 養	レジャー	新聞・雑 誌・本	ラジオ	テレビ
昭 和 45年度	ホワイトカラー (事務・技術職)	38	27	34	44	26	217
	ブルーカラー (技能職・作業職)	32	32	24	32	37	240
※ 昭 和 35年度	ホワイトカラー (事務技術的職業)	22	52	24	54	107	104
	ブルーカラー (熟練労働者)	15	59	26	41	112	103

(注) 昭和35年度は男子についてのみである。

資料：NHK「国民生活時間調査」

青少年のレジャー活動(土曜・日曜)の内容をのぞいてみると、行楽・散策が多く、見物・鑑賞がこれにつぎ、スポーツ・けいこごとがつづく(表6)。平日には外でするレジャーが下がり、けいこごと・趣味・勝負ごとが当然ふえる。しかし、けいこごとは長うたや小うた等の歌舞

音曲が動機人には多い。趣味というより仕事のため、上役のおつき合い的要素が強い。また仕事の時間を盗んで「おけいこ」にぬけ出すことがよく行なわれているのも「仕事のため」だろうから、レジャーというより、仕事のため「くらしのよすが」といった方がよさそうだ。勝負ごと、職場外の人たちとの遊びよりも、職場内の人たち、または取引先きの「お客さま」との間が多いといえよう。レジャーを労働の再生産のために用いるよりは、人間の質を高め、心の自由を求める方向に意味づけるとすると、極めてお粗末な内容といわざるを得ない。そうした貧困さを招くものは、レジャー機会が、商業資本の恣意的な投資にまかされていて、社会的なシステムとしての投資がおくれているためだろう。しかし、さらに大切なのは人々の覚醒だ。

表6 レジャー活動（土曜＋日曜）

区 分	10～15才		16～19才				20～29才		国民
	男	女	男	女	有職者	学生	男	女	
見物・鑑賞	△	○	○	◎	○	◎		○	○
スポーツ	○		△				○		△
勝負ごと							△		
行楽・散策			◎	△	◎	○	◎	◎	◎
けいこごと・趣味		△				△		△	
技能・資格の勉強			△	○	△				
子どもの遊び	◎	◎							
レジャー活動 時間量	5.17	3.52	3.29	2.31	3.14	2.36	3.40	1.55	2.18
レジャー活動した 人の率	92	81	74	69	70	71	71	50	52

◎ 1番多い ○ 2番目に多い △ 3番目に多い

資料：NHK昭和45年版「国民生活時間調査」

情報化時代には、しらずしらず人々は受容的、感覚的性格を強めて、主体性を失い勝ちである。「テレビを見るな」という鈴木健二氏の叫びは、

この意味で警鐘となるのだが、“ながら族”の人間には光の点を作る虚像のくり返しを実像と思いこんで耳をかそうとはしない。

表7 家計からみた余暇関係支出の推移（全国・全世帯）

（単位：円，倍）

区 分	38年	42	46	46/38
世帯人員	4.30	4.15	3.96	2.17
消費支出	482,957	684,855	1,049,699	2.17
1 外 食	12,190	18,843	34,768	28.5
2 ラジオ、テレビ等	4,708	7,337	19,841	42.1
3 運動 ぐ つ	594	784	1206	20.3
4 旅行 か ば ん	152	182	248	16.3
5 ス ポ ー ツ 用 品	927	1,434	2,194	23.7
6 電 車 汽 車 賃	4,067	5,798	7,938	19.5
7 バ ス 代	1,326	1,905	2,113	15.9
8 自動車等関係費	3,687	10,199	26,551	72.0
9 印 刷 物	8,062	12,344	17,380	21.6
10 聴 視 観 覧 料	3,634	3,952	5,680	15.6
11 その他教養娯楽用品	7,178	10,369	19,976	27.8
12 旅 行 費	4,093	7,341	13,513	33.0
13 月 謝 類	3,800	5,438	8,817	23.2
14 こ づ か い	31,222	50,328	82,386	26.4
15 つ き あ い 費	2,112	2,173	2,870	13.6
余暇関係支出 計	87,752	138,427	245,481	28.0
消費支出に占める割合(%)	(18.2)	(20.2)	(23.4)	

1. 総理府「家計調査報告」による。
2. 〔外食〕 学校給食費を除いたもの
〔ラジオ、テレビ等〕 ラジオ・テレビ（白黒、カラー）・電蓄・テープレコーダー等の購入費、テレビ修理代
〔電車・自動車賃〕 バス代、定期代は除いている。
〔自動車等関係費〕 自動車購入費、ガソリン・部品・整備品・自転車等の購入費、自動車保険料、その他
〔印刷物〕 教科書代、参考書代は除いている。
〔聴視観覧料〕 カラーテレビ受信料、その他放送受信料、映画・スポーツ・その他観覧料
〔その他教養娯楽用品〕 運動用具・写真用具・玩具・切花・ピアノ・レコード・その他楽器の購入費、その他

資料：昭和47年版国民生活白書

余暇関係に費す費用はこの8年間に、2.8倍(表7)になったが、それでも不満と思う人間は圧倒的に多い。国民生活白書はそれを、カネをより多く与えることでは解決できるものではなく、環境の改善以外にないとしている。(47年版国民生活白書190頁)

正月三が日の初もうでが、今年は延べ5,865万人だったという。日本人口の半分、南米の $\frac{1}{3}$ の群衆が、とび歩く現代、牧養^千民族化した現代のモビリティに、交通機関、観光地の受入施設、道路網は即応しているであろうか。貧困な住居、小公園や公共施設の完備も勿論必要だが、ソーシャル・システム全体の組みかえと、そのヴィジョンなしには解決は難しかろう。

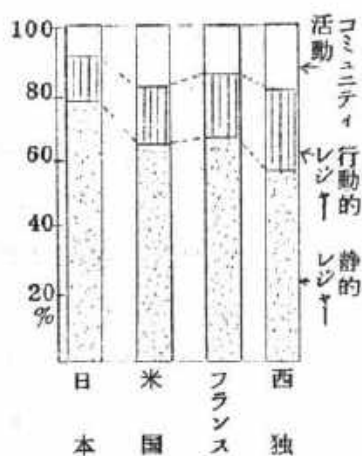
(3) 余暇水準の国際比較

余暇利用を

- ① 静的レジャー —— 教養、読書、ラジオ、テレビ、休養
- ② 行動的レジャー —— スポーツ、旅行、散歩、外出、観劇、
スポーツ観覧、趣味、娯楽
- ③ コミュニティ活動—交際、会合、奉仕活動

に分けて、それらに使っている時間を国際的に比較してみると、図2になる。

図2 余暇の使い方の国際比較



③ コミュニティ活動—交際、会合など。
 ② 行動的レジャー—スポーツ、旅行、スポーツ観覧など。
 ① 静的レジャー—ラジオ、テレビ、読書など。

資料：47年度「世界経済白書」
 1/27—'73日本経済新聞ワーク・ブック

日本では、テレビを中心とした静的レジャーの比重が高く、(ロ)や(ハ)は低い。この背後にレジャー環境の貧困があることを日本経済新聞は指摘している。

3. 消費におけるヤング像

戦後のベビーブームの第一陣が卒業した昭和36年は同一行動集団として、人口の中に大きなセグメントを作った点で、大きな転換点となった。その社会、経済、文化、各方面に与えるインパクトは当然レジャー支出の中でも無視できない圧力をもっている。

(1) 昭和30年後期を特徴づけるもの

この時期にこの若者たちの心情を爆発的にそそるいくつかの事件が相ついで起こっている。

昭和32年10月4日 ソビエットのスプートニクの打上げによる
宇宙時代の開幕

南極船、宗谷による昭和基地建設

昭和34年5月 東京オリンピック開催をIOC総会裁決

昭和37年 堀江青年のマーメイド号による太平洋横断

昭和39年10月 東海道新幹線の開通

昭和40年6月 名神高速道の開通

昭和40年9月 万国博開催発表

昭和41年 国民総生産世界第二位

昭和42年 ミニ・スカートの流行

戦争を知らず、貧困を知らない青年、貯蓄を知らず、消費を美德とする青年、古い偶像に反逆し、自我意識の追求につっぱしる青年に、これらの事件は爆発的エネルギーへの引き金となった。折から登場したオートバイ、軽自動車は、彼らを閉じこめていた、生活空間の壁を吹きとばした(モータリゼーションで後述)。この時の若者(独身者)の集団は

1973年2,000万人と推定され、全人口の18.3%を占める。

(2) ユース・マーケットの誕生

日本リサーチセンターの二木宏二氏はこのユースの購買力（自由裁量所得）を1973年に焦点をあて

上限で 4,200億円／月 5兆0232億円／年

下限で 2,660億円／月 3兆1,922億円／年

とし、ボーナス2兆1,800億円を加えて、合計7兆－5兆円、これは日本全体の自由裁量所得20兆円の $\frac{1}{3} \sim \frac{1}{4}$ に当ると推定している。（二木宏二著「ユース・マーケット」日経新書）

(3) ユース集団を待ちかまえる商品群

このユースを企業が見のがすわけではない。ゾクゾクと新しい商品がその頃登場している（表8）。

表8 若者の集団を待ちかまえる商品群

i) 若者向週刊誌		
女性自身	昭和33年	(1958)
マドモアゼル	" 35 "	(1960)
女性明星	" 37 "	(1962)
女性セブン	" 38 "	(1963)
平凡パンチ	" 39 "	(1964)
プレイボーイ	" 41 "	(1966)
ii) 身回品		
テープレコーダー (東芝「カレッシュ・エース」1万8千円)		
卓上ラジオ		
ヘッドライヤー		
エレキ・ギター → フォーク・ソングの流行		
iii) 若者向カジュアルウェア		
Van } に代表されるカジュアル・ウェアの流行		
Jun }		
iv) 食品		
日清 チキン・ラーメン	昭和33年	(1958)
エース食品	" 34 "	(1959)
明星食品	" 35 "	(1960)
コカコーラ自由化	" 36 "	(1961)
東京コカ・コーラボトリング設立	" 37 "	(1962)
青年の味 サントリー・ビール	" 38 "	(1963)

(4) ユース・マーケットを特徴づけるもの

イ. 都市集中

青少年の行動を特徴づけるものはいくつかあるが、その主なものを端的にあげると、都市の集中と、モータリゼーションだろう。

15才から29才の若者の人口と都市集中度をみると、昭和35年全人口に占める比率が、23.4%だったことは表9の通りだ。この都市における部厚い層が、都市問題に複雑な波乱をなげていることは、衆人の見るところである。

表9 15～29才の若者の人口と都市集中度

年 次	15～29才の 全 人 口 (A)	15～29才の 6大都市の人口(B)	$\frac{(B)}{(A)} \times 100$
昭和25年	22,478,330人	3,343,114人	14.9%
30	24,633,090	4,656,513	18.9
35	25,836,348	6,052,136	23.4
40	28,284,406	6,725,662	23.7
45	28,813,032	6,088,453	21.1

(註) 6大都市とは東京・横浜・名古屋・大阪・京都・神戸

資料：総理府「国勢調査」

ロ. モータリゼーション

トフラーは「未来の衝撃」(future shock)の中で現代は新しい遊牧民の時代だといっている。1914年、平均的アメリカ人の旅行したマイル数は1,640マイル、このうち馬等の輸送機関を利用したのは、340マイルにすぎない。今日のアメリカ人は年間1万マイルを自動車で旅行する。日本人の自動車所有率はアメリカ人の比ではないが、とくに若者のもつモビリティは20年前に想像することは困難だろう(表10)。そして、独身勤労者のマイ・カー保有率は低いが、現実には、マイ・カーを親から与えられたり、雇傭者の所有に属する

ものが、利用にも使われたりしている。日本の特殊性を考慮すると、実際の数字をはるかに上回ると思われる。図3では軽二輪が、急速に軽四輪にとって代わり、現代のモータリゼーションブームを作ったことを示すものだが、軽四輪の爆発的伸びが、図1で実労働時間の急速な下降線と一致していることに気がつくだろう。労働力需給の悪化が自動車の貸与を求人条件としたり、生産性をあげる大切なルールとしたことを物語るものだ。そしてこのブームの前駆をなすのは、軽二輪、軽スクーター、自動二輪の普及であることも、図で明らかだろう。

表10 独身勤労者の乗用車保有率

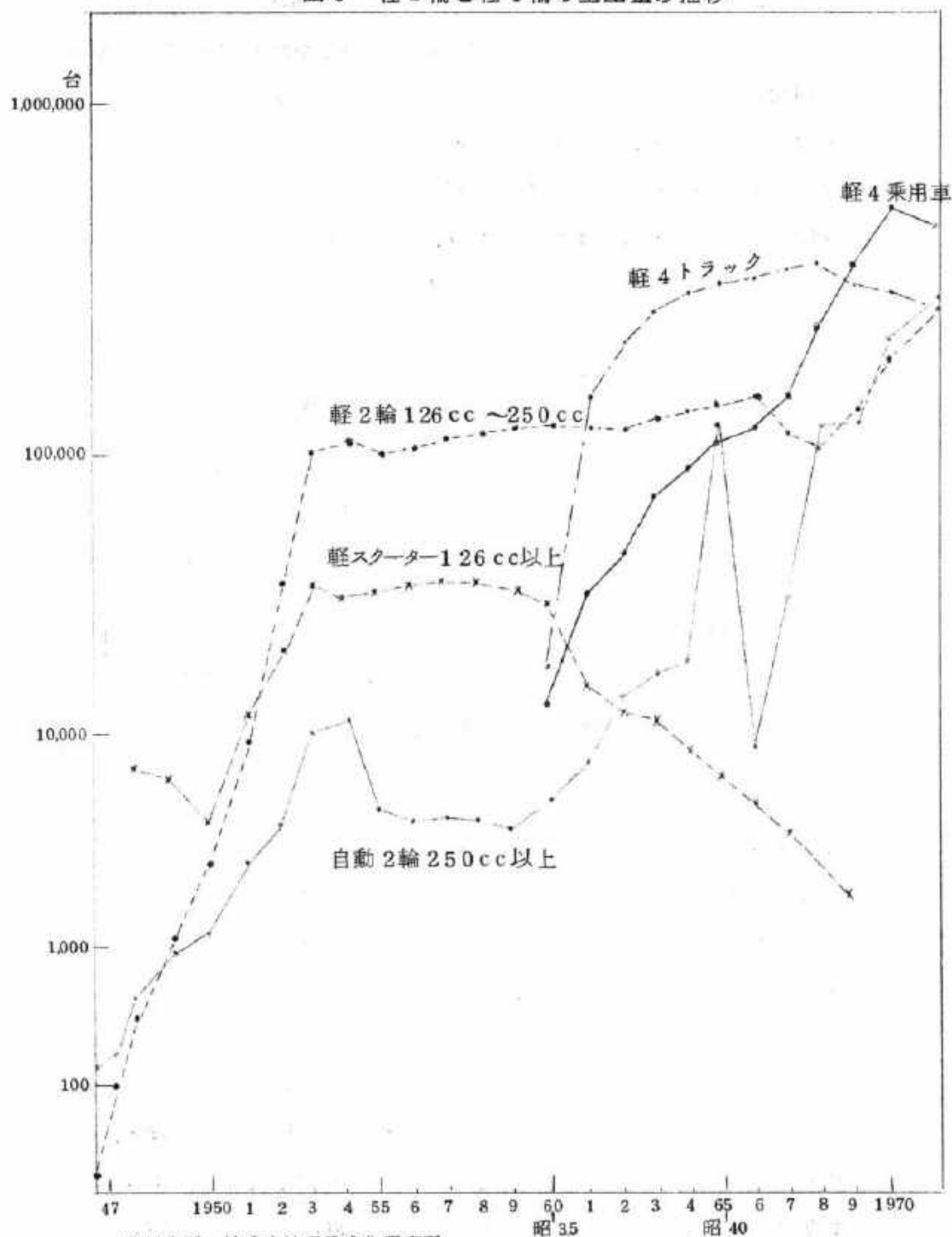
(%)

年次	男	女	平均
昭和43年	5.5	1.1	3.7
44	7.3	1.8	4.8
45	9.3	1.8	6.1
46	12.0	2.1	7.8
47	17.2	2.5	10.3

資料：経済企画庁「独身勤労者の消費生活調査」

モータリゼーションによる、若者のモビリティは衣食住のあらゆる面に強い影響を与える。彼らは「足」の故に広い行動半径をもち、選択の主動権を手にした。ボーリングも、スポーツも旅行も、マリーナも駐在場や道路のアプローチの便益を無視してはなりたたない。スケールの大きさ、デラックス化、恰好のよさは大切な要件となる。住宅は大なり、小なり、カーポートをもたざるをえない。重いものやカサがあってかって利用できなかった家具や什器も住いにはいりやすくなった。生活を享受する傾向と重なって、耐久消費材の手持内容は、終戦直後の混乱期には想像もつかない変化をとげた。「昭和47年青少年白書」によると、昭和46年9月末現在で、保有率の高いもの、

図3 軽2輪と軽4輪の生産量の推移



男子で、ヘヤードライヤー（72.4%）、ラジオ（62.9%）、カメラ（42.9%）、白黒テレビ（41.2%）、ステレオ（39.1%）、テープレコーダー（36.1%）、楽器（35.1%）

女子で、和洋たんす（52.7%）、ラジオ（51%）、ミシン（48.5%）

また、46年4月～9月の半年間に購入割合が高かった品目は、男子でステレオ（5.3%）、乗用車（4.5%）、女子は和洋たんす（4.3%）、ステレオ（3.8%）となっている。

ここでもう一つ指摘したいのは、勤労者のもつモビリティの他の側面だ。それは転勤による職場の移動、出張による旅行の増大である。これは統計としてはとらえがたいが、トフラーの「未来の衝撃」の中に、26年の結婚生活で28回引越した46才の男の話がある。こうしたモビリティは現代人のあらゆる年代層にあてはまる。このモビリティはますます独立の家屋よりも、アパート生活や社宅の方を便利とするだろうし（図4）、いかなる部屋の大きさにも合う家具、什器がのぞまれる。それだけではない。人間のモビリティは、近い将来、物離れ傾向を強めるだろう。アパートという物理的空間の限定は所有の量と大きさを制約する。現にアパートや社宅で、赤坊のベッドや乳母車の交換会やリースの利用が行なわれている。セパレート型のステレオなどもこの傾向を反映するといってよからう、1月28日（48年）付

図4 住宅の所有形態別割合の推移



資料：各年次「国勢調査」

日本経済新聞は、千葉市のTデパートが、七段かざりひな人形のリースを2週間5,000円ではじめたと報じている。さらに治安の不安もカギのある団地生活を便利とする側面もある。人間のモビリティは（とくにマイ・カー）日常の生活から形式をとりはずし、^{*}「カジュアル」をとりいれさせる。ドライブ・イン・レストランやホテル（健康な意味）が、文明社会で流行するのは、化粧にしる、衣服にしる、身構える^{*}「おっくうさ」を救うからだ。ここでは^{*}「~~スラックス~~の伸び」_{カジュアル}。（表11）を示してこの傾向を物語らせよう。

表11 ~~スラックス~~の伸び
カジュアル

区 分	1969年	1970年	1971年	1972年
ド レ ス	1,622万着(472)	1,499 (40)	1,139 (25)	764 (12.8)
カジュアル	1,813 (52.8)	2,348 (60)	3,163 (75)	4,428 (87.2)
計	3,435 (100)	3,847 (100)	4,515 (100)	5,192 (100)

「富士経済マーケティング・レポート」による

註 1972年は推定値

資料：二木宏二著「ユース・マーケット」

モビリティは結婚相手の選び方にも影響する。もはや幼なじみ同志の結婚は昔物語りになりつつある。大都会において、文明国において、この傾向がつよい。

マイ・カーは親や隣近所の目の監視（surveillance）からの解放である。モビリティは情報化時代では、さらにインスタントの欲望充足と忘却を人々に強いる（飯坂良明、「現代社会を見る目」）。この傾向は青少年のレジャー対策の上で大切な視野だろう。

4. 若者の余暇志向と食生活

(1) 食生活の変化

イ. 食事の洋風化

戦後食事が洋風化の傾向をたどったことは周知の通りだ。とくに学童給食で育ったユースにこの傾向がつよい。これを代表的な食品の伸びで見よう（表12、図5-1、5-2）。とくに洋風と考えられるものには△印、この中でもレジャーと関係あるものには○印をつけた。洋風化の一端が判ると思う。

洋風化傾向は料理店の消長にもうかがえる（表13）。

表12 各種食品生産量推移

（備考）○……とくにレジャーに関係するもの
△……洋風と考えられるもの

年次	△バター		○ △チーズ		○ △インスタント・コーヒー		○ △コカ・コーラ	
	^t		^t		^t		^{千両}	
40	23,800	100	17,415	100	5,012	100	21,190	100
42	25,479	107	29,868	172	8,099	162	56,380	266
44	43,629	183	39,279	226	10,751	215	112,650	532
45	44,855	188	40,217	231	12,512	250	154,800	731

年次	△ビール		○ △同左中缶ビール		○ △ぶどう酒(輸入量)		○ △果実飲料	
	^{kℓ}		^{kℓ}		^ℓ		^{kℓ}	
40	1,992,973	100	30,552	100	508,978	100	266,600	100
42	2,416,223	121	39,602	129	1,172,181	230	330,000	124
44	2,730,685	137	53,255	174	1,371,513	269	406,000	153
45	2,976,397	149	69,316	227	2,337,546	459	443,000	166

年次	△マカロニ		○ △プリン・ゼリー	
	^t		^t	
40	59,094	100	2,100	100
42	70,982	120	4,500	214
44	78,469	133	5,300	252
45	92,978	157	5,300	252

資料：日刊経済通信社「酒類食品統計」

図 5-1 パン菓子の生産量の推移

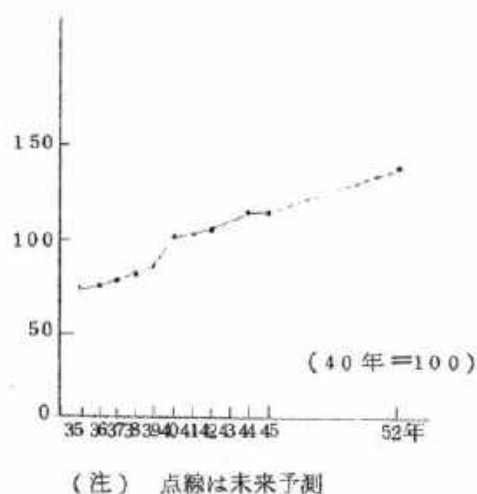
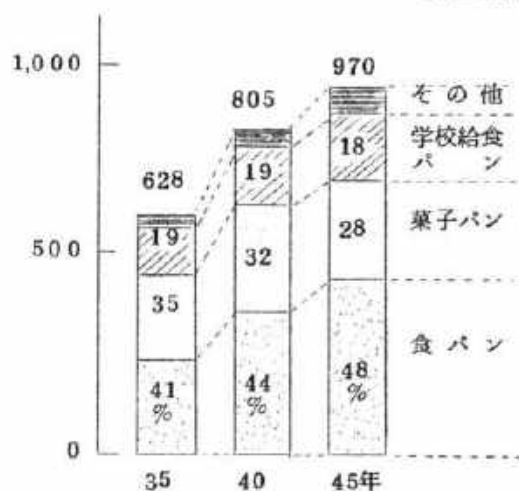


図 5-2 パン菓子の種類別構成比の推移
(食糧庁加工食品課調べ)



資料: 「これからの食料消費」食品工業対策協議会

表 1 3 業種別店数・売上時系列変化

商店数 年度	3 5	4 1	4 5	増 加 率	
				35~45	41~45
合 計	229,960	321,354	425,833	85.2	32.5
食 堂	55,002	75,998	85,630	55.7	12.7
日 本 料 理	27,046	31,967	35,274 (15,547)	30.4 (△12.8)	10.3 (△51.4)
西 洋 料 理	2,348	6,170	8,586	265.7	39.2
中 華 料 理	9,923	16,892	27,521	177.3	62.9
そば・うどん	32,011	34,145	31,123	△ 28	△ 8.9
す し	12,839	22,341	31,390	144.5	40.5
料 理 割 烹	—	—	(19,727)		
バー・キャバレー・クラブ	20,289	40,600	49,688	144.9	22.4
酒場・ビヤホール	41,918	52,589	59,518	42.0	13.2
喫 茶 店	15,048	27,233	50,403	234.9	85.1
その他の飲食店	10,536	13,419	46,700	343.2	248.0
年 間 販 売 額	(百万円)				
合 計	409,810	1,172,957	2,380,254	480.80	102.9
食 堂	96,094	242,856	402,837	319.2	65.9
日 本 料 理	74,433	175,078	341,639 (147,742)	359.0 (96.5)	95.1 (△15.6)
西 洋 料 理	17,687	84,498	156,544	785.1	85.3
中 華 料 理	21,429	74,502	178,660	733.7	139.8
そば・うどん	33,839	74,663	121,130	258.0	62.2
す し	29,661	95,477	211,641	613.5	121.7
料 理 割 烹	—	—	(193,897)		
バー・キャバレー	54,392	195,607	405,815	646.1	107.5
酒場・ビヤホール	37,569	96,666	168,581	348.7	74.4
喫 茶 店	36,148	110,717	266,023	635.9	140.3
その他の飲食店	8,558	22,893	127,384	1,388.5	456.4

資料：味の素株式会社業務部調査

(注) () は日本料理専門店

ロ. 食料費、外食費の推移

昭和38年から44年の7年間の食料費支出の伸びを見ると、蛋白質系の食品支出がのびているのがわかる（表14）。酒類、飲料、菓子の伸びはレジャー化の生活に即応している。また外食の伸びも著しい。若者の収入の増加、モビリティは核家族化を促進する。核家族化とアパート生活の普及は外食を容易にする。また都市では独身勤労者や学生の寄宿生活が多く、外出の機会は多くなる。

表14 食料費・外食費の推移

(昭和38年=100)

区 分	昭和38年	40	42	44
消費支出計	100.0	121.1	146.9	188.5
食料費計	100.0	119.8	110.6	170.8
穀類	100.0	112.4	115.7	126.6
肉類	100.0	129.7	165.4	214.4
卵乳	100.0	126.0	149.7	177.6
菓子	100.0	118.2	135.0	167.0
果物	100.0	141.3	176.3	210.1
酒類	100.0	118.5	150.0	180.8
飲料	100.0	129.0	179.9	254.9
外食計	100.0	123.6	160.8	230.4
めん外食	100.0	100.2	121.7	163.7
他の主食	100.0	133.6	168.6	258.4
他の外食	100.0	109.2	169.7	260.5
学校給食	100.0	123.1	164.7	202.4

資料：総理府統計局「家計調査」

すべて欲望は生活が豊かになるにつれて分化する。衣、食、住、セックスすべて然りである。生物本来のニードとしての欲望から楽しみとしての欲望を解放する。衣や住にレジャーとニードとの「影の部分」

が存在することはすでにふれた。食事はこの例に洩れない。週末や休暇には“手のこんだ手作り料理”の楽しみがあったり、外食の雰囲気を楽しむ時間があったりする。それは“たべること自身”よりも、いいサービスと音楽、インナーデザインのかもしだす豊かな雰囲気—そのために、有限な資源としての時間を、レジャーの形で消費する充足感に意味がある。それは金を使う楽しみと並んだ大切な楽しみだ。この楽しみを作りだすため、日常の食事はインスタント化され、生存に必要なギリギリの条件—栄養、衛生、時間節約が要求される。ここにファースト・フード・レストランがはやる理由があるが、これは後述する（表15-1、15-2）。

表15-1 独身勤労者の年次別飲食費

(円)

区 分	15～19才		20～24才		25～29才		男平均	女平均	総平均
	男	女	男	女	男	女			
昭和 42年3月	2,576 (16.4)	2,020 (14.2)	5,095 (22.4)	2,558 (14.8)	7,331 (24.4)	4,421 (16.5)	6,031 (23.3)	2,868 (15.2)	4,817 (20.8)
" 45"3月	5,280 (21.4)	3,662 (16.9)	8,428 (26.0)	4,397 (17.6)	11,574 (27.8)	5,956 (18.7)	9,754 (26.8)	4,522 (17.7)	7,507 (23.7)
" 46"3月	7,192 (23.4)	3,950 (16.8)	10,740 (30.0)	5,735 (19.7)	14,098 (30.9)	6,311 (16.9)	12,062 (30.2)	5,588 (18.9)	9,258 (26.2)
" 47"3月	8,130 (24.9)	5,175 (18.6)	11,999 (29.3)	6,553 (20.1)	17,121 (31.7)	8,012 (19.4)	14,019 (30.3)	6,631 (19.8)	10,528 (26.2)

資料：経済企画庁「独身勤労者の消費生活調査」

注 ()内は消費支出全体に対する構成比

表15-2 独身勤労者の飲食費の推移

区 分	15~19才		20~24才		25~29才	
	男	女	男	女	男	女
昭和42年3月	100	100	100	100	100	100
45年3月	205	181	165	170	159	135
46年3月	279	196	211	224	192	143
47年3月	316	256	236	256	234	181

注 昭和42年3月を100とした割合

資料：二木宏二「ユース・マーケット」

ハ. レジャーとしての食品

レジャーに結びついた食品については、表13でのべた。このほか重要なものに缶があるが後述する。インスタント・コーヒーのように大人については本来のニードとしての食品だが、青少年については、しばしば楽しみとしての食品になる。また外国人よりは日本人にとって楽しみの要素が多いといえよう。缶ビールはワン・カップ大関とともにレジャーと結びついていると言える。缶ビールは米国では冷蔵庫のスペースや、スーパーからの運搬の便益で売れている（全ビールの46%、日本では3%弱）が、日本ではバス旅行が多いので、これに使われる。バス旅行の多い観光地周辺の酒屋では、だから逆にビールが売れない（表12）。

レジャー化した食事のもう一つの側面は、日本人の外国渡航の経験が与える変化がある。万国博を契機として、日本人の外国旅行熱があおられたことはよく知られることだ。外国旅行の経験が、外国の料理やそれに必要な道具を流行させているのは世界的傾向だ。ホンジュ、しゃぶしゃぶ、オープン・サンドはその代表。これで最近話題なのがぶどう酒。米国でカリフォルニア・ワインはこの数年ブームだが、同じことが日本でもいえる。1月22日付日経によると、日本のぶどう

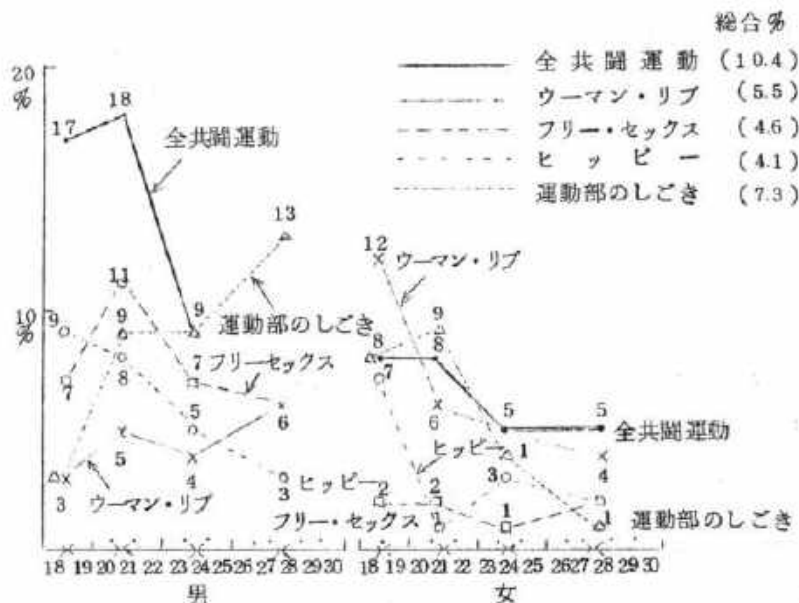
日本経済新聞

酒の伸びは蔵出しでみて、45年45% up（前年比）、46年34%、47年45%、48年50% 前後のupと推定されている。

ニ. 体制への反逆

鮑戸 弘、鈴木裕久、堀 洋 氏らが、昭和45年、東京の男女、18才～30才について、体制、反体制への志向を調べた。反体制志向は一般に男の方が強い。男だけについていうと、「全共闘運動」「ヒッピー」について共感の強いのは、ハイティンから22才まで。「フリーセックス」にはハイティンがやや高く、20才～22才あたりが、いちばん強い（図6）。この若者の反逆心を利用して、レジャー食品のマーケティングに成功したものに、コカコーラ、ハンバーガー、フライド・チキン、アイスクリーム・コーンがある。

図6 反体制志向



資料：鮑戸弘、富永健一、祖父江孝男著「変動期の日本社会」NHK市民大学叢書

コココーラは(ぐい呑み *suking*)、アイスクリーム・コーンは(ペロペロなめる *licking*)、ハンバーガー・サンドウィッチは(噛りつく *munching*)、フライド・チキンは(油でよごれた指をなめる *finger licking*)を訴えて成功した。たち食いや、噛りつくことは、大人の古い作法からいえば不作法として眉をひそめさせたものだ。このタブーに反逆することに若者は新しい生活の態様を見い出す。コココーラの瓶型が手の握りに合わせていることはよく知れている。

(2) レジャーとしての外食

若者のレジャー志向の姿勢は新しい食品を作るモチベーションになることは上述の通りだが、同時に外食の様式に変化を与える。

まず、マクドナルドのハンバーガーの例をみよう。銀座三越の角にできたマクドナルドは、世界2,000店のチェーンの中で一番売れるという。20坪の面積で、日商120万円の水揚げといわれる。その成功の秘密を列挙すると、次のとおりである。

(イ) 新しい生活のスタイルを作る若者にとって、銀座のまん中で立喰いをするのは“*This is cool*”なのである。“衣”でのべたカジュアルなライフ・スタイルである。

(ロ) 親切を売る

だんだん“親切さ”が失なわれる非人間性社会に逆うように、そこではいつも笑顔で“いらっしゃいませ”ととんでいくことを教えている。スキンシップの充足感がそこにある。

(ハ) 早いサービス

この種のレストランでは、サービスが一分以内でされるのが鉄則、銀座店では32秒でハンバーガーを包んで驚かせた。

(ニ) 安い

物価のあがる中ではかの店より安く売る。銀座店では100%のビーフ・ハンバーガーを80円で売る。これを可能にしている

のは、セントラル・キッチン制による大量生産。安値でつぎつぎと競争店をつぶして、チェーンのネットを広げる。

(4) 清潔を売る

油っぱいスプーンやフォークは一切使わない。キレイなデザインの包装を紙ナプキン、ストロー、すべてディスポーザブルである。

(5) 安心を売る

非常にうまいとはいえないが、東京で食べる味も、九州、ニューヨークで食べる味も同じ。定型化 (formula) した味へのなつかしさと安心感。異国に旅行した時、モビリティ人間なら誰れでも経験する安心感——それは初めての田舎旅行の食事がついウドンやソバ、ライスカレーになるのと同じ心理だ。

およそ同じことがケンタッキーフライド・チキン (kentucky fried chicken) にもいえる。これら料理店をポップ・レストランと呼ぶが、このレストラン群を核とする若者の新しい生活様式がポップ・カルチャー (pop-culture) である。しかもそれはある意味で非階級性 (classless) である。子供につれられてはいるポップ・レストランで立喰いする時、大人は同じように「恰好いい (This is cool) 」。と感じる。それは大衆の古さへの反逆であり、新しい生活スタイル開拓の新奇さだ。これがポップ・レストランをブームに導く理由なのだ。このようなポップ・レストランは、いずれもチェーンで運営され、冷凍によるセントラル・キッチンで料理がつくられる。料理人はいない。電子レンジの利用により末端では一分位でサービスできる。お盆もお皿も、フォーク、スプーン、ナイフまで洗う必要がない。焼却できる。したがって、末端のレストランには、キッチンもパントリーもいない。食堂だけあればいい。サービスはたいていセルフ

・サービスだから、人件費はかからない。味気ないようだが、汚いゴキブリや髪の毛入りスープより数倍安心できる。

インテリア・デザインと照明の工夫で食事の雰囲気はだせる。これは広がるレジャー手段をたのしむための、手段としての場、いわばガソリン・スタンドであるが、それだけでもない。ファースト・フード・レストランの経営者は、建築スタイルにはとくに気を使うのが普通だ。それはそれ自身が、シックな生活スタイルのみ力になるからだ。若者はそこに食事に行くためでなく、その場所で人にあったり、そこへ行くことが交際の場の話題になり、自らのエゴの充足になるからだ。

このようなファースト・フード・レストランは米国では店数で35,547店、売上は53億ドル（1971年、1兆5,900億円）、1972年には22% upの売上が予測される。これはホテルやレストランで使う額の20%にあたる。

このようなファースト・フード・レストランは、若者に外食の機会を拡大し、レジャー的外食費支出を増大させないではおくまい。

他面、レストランは高級専門化の方向にむかうであろう。ポップ・レストランが、もう一つのレジャーをたのしむための手段として利用される反面、レジャーのための高級レストランに格式とリッチな豊かさに若者のエゴを充足させることが憧れとなろう。現に若い女性同志やアベックが、レジャーホテルで食事をたのしむ情景に私たちは目を見張ることがある。結婚披露が一方で簡素化される反面、タキシードで身をかざる若者も増えている。彼らの食生活は、親たちの経験しないほどの多様化の中で展開されるだろう。現に一部のレストランで行なわれている出前サービスさえ若者は手にいれることができるかも知れない。シャブシャブ鍋を道具ごと借りて、ホーム・パーティをたのしんだり、ホンジュウをつつつくたのしみは、若者のレジャー活動の

多様化と健全化の上で好ましい方向になろう。

同じことは飲酒にもいえよう。かつて『酒は涙かためいき』のためにあった。グテングテンに酔って前後不覚になることが、悲しい明日を迎える方便であった。生活の豊かさの進行と共に、昔のような酔っぱらいは少なくなった。酒は交友のための一つの手段であり、雰囲気を作る道具だてにすぎない。トリスバーで手軽にのめるバーに出はいりする反面、ホテルのバーでシェリーをふくむ若者もでてきた。やがて若者はぶどう酒にはワイン・グラスを、シェリーにはシェリー・グラスを、ブランディにはブランディ・グラスを備えるようになるだろう。それだけではない、ホーム・バーが住宅の構造を変える日も遠くはあるまい。酔っぱらって、外で立ち小便をするパンダリズムは若者にとっても恥ずべきだとするモラルもでき上がるにちがいない。

米国である公園の附属施設に食堂を作った。若もののヴァンダリズムを初め心配したが、開いたら全くその心配はなかった。その鍵は、食堂のすみに作ったメキシコ風のしやれたパチオとインテリヤー、フロアーのカラフルなモザイク・タイルの斬新さであった。これは一つの教訓を与える。

若者に適切なレジャー指導員を用意する必要が叫ばれている。それも確かに大切だ。しかし彼らはどこまでも相談相手であって、先生であってはならない。それは反発を招く何物でもない。それ以上に大切なことは、払う支出に充分見合うサービスと施設の質を与えることだろう。そこに彼らは、一人の人間として扱われたアブリシエーションに自己顕示を満し、自らを持する術を身につけるのである。

5. 若者の余暇志向と衣生活

(1) 『衣』に見る変化

前節でもふれたように余暇時代の到来は若ものの服飾衣料品にも明ら

かである。経済企画庁の調査（表17）によると、独身勤労者が、カジュアル・ウェアとしての、スポーツ着、替ズボン、セーターを購入する割合は、ここ数年、次第に増える傾向にある。

表 16 衣料品・身回品購入状況

(%)

578

衣 料 品							
男 性 用							
年 次	性別	背広又は 上 着	替ズボン	ワイシャツ	スポーツ着	セーター カーディガン	下着類
昭和47年	男	14.7	20.3	32.1	18.0	12.0	34.9
9月	女	—	0.1	0.1	—	0.2	—
昭和42年	男	16.7	16.6	30.6	6.9	8.9	42.9
9月	女	—	—	0.1	—	0.1	0.1

衣 料 品								
女 性 用								
年 次	性別	スーツ	ワンピース類	ブラウス	スカート スラックス	スポーツ着	セーター カーディガン	下着類
昭和47年	男	—	—	—	—	—	—	—
9月	女	10.5	24.3	39.8	45.1	9.0	33.3	53.5
昭和42年	男	—	—	—	—	※	—	0.0
9月	女	23.8	24.9	28.5	28.4		32.1	57.8

身 回 品							
年 次	性別	く つ	ハンドバッグ	その他のバ ッグかばん	か さ	アクセサリ	スポーツ 用 品
昭和47年	男	20.4	0.2	3.0	8.1	6.9	15.8
9月	女	43.7	15.1	6.2	8.6	25.8	4.5
昭和42年	男	20.8	0.2	2.6	6.5	15.1	12.4
9月	女	45.9	13.0	4.1	6.4	8.8	4.3

註1、42年はスポーツ着の分類項目はない。

資料：経済企画庁「独身勤労者消費動向調査」

2. 数値は購入した人の割合。多答式

昭和42年9月にスポーツ着を新調した者は、男性で全体の6.9%、女性には分類項目さえなかったが、昭和47年9月の同じ調査で、男性で18%、女性で9%となっている。セーター、カーディガンは男性で、8.9%から12%へ、女性で32.1%から33.3%と増加している。

織研新聞昭和48年2月12日に見る、レナウン商品企画室の報告によると、スポーツウェアの伸び率は年率30%、45年のトータル・マーケットの規模は580億円（スポーツ用品全体の12.6%）、これにカジュアル・ウェアをいれれば、2,000億円を上回ると推定している。

この流行をもたらしているものは欲望の分化である。必要最少限度の『衣』から『楽しみ』としての『衣』の分化である。そして『楽しみ』の『衣』をスラックスやカジュアル・ウェアに向けたのは、一つは人間のモビリティ特に自動車の普及と、バス又は汽車による旅行の増大であり、二つは「するスポーツ」の増大である。

自動車の運転には、伸縮性やリラックスを『衣』に求める。また、ズボンにシワがよるので替ズボンが是非必要だ。しかも必要な時には、積みこんだスーツに着かえ、「何事もなかった」ような気軽さで、結婚式にもパーティにも出席できる。これがユースのカッコヨサである。自動車運転がカジュアル着を要求するのは、『靴』の変化にも由来する。ペダルやブレーキの操作の上から、スポーティな型を要求するので、勢い上衣が変わらざるを得ない。このカッコヨサは車をもつ、もたないに拘わらず、当然若ものの嗜好にデモンストレーション効果を与えないではおか
ない。

マイ・カーはガール・フレンドと切り離して語れない。この点でもしやれた、カジュアル・ウェアが選好される。色は、ガール・フレンドと対で「見せもの」になり、うる配色がしばしば選ばれるのである。女性が緑を選べば男性はあえて赤を選んでもいいのである。そしてその選びは、若ものの心地いい「反逆」になるのである。

“するスポーツ”の増大の中で、『衣』に大きいインパクトを与えたのは、女性のボウリング、男性のゴルフであろう。ヤマハの1970年の調査によると、今後やってみたいスポーツは表17の通りだ。ゴルフ人口は600万人（前掲織研新聞）は水泳の3,000万人、ボウリングの2,000万人と比較にならないが、とくにサラリーマンの夢だ。ゴルファーの着るワンポイント・ウェアが爆原の火のように若ものにひろがったのは当然である。ワンポイント・ウェアの所有率を前掲織研新聞で拾うと、男性91.0%、女性67.2%となる。マンシングのペンギン、マックレガーのたつのおとしごにはじまったワンポイント・ウェアは、現在300種にのぼるといわれる。それはゴルファーのステータスシンボルから、今では“するスポーツ”愛好家のシンボルとなっている。

ワンポイント・ウェアは、本来の目的であるスポーツ・ウェアから、タウンウェアとしてカジュアルな着方に変わりつつある。しかもスポーツと関係のない女性層まで浸透しつつある理由は、“見るスポーツ”、“するスポーツ”を通じ、心象的に彼女らの生活がスポーツと切り離せない身近かさで回転しているからであろう。

『衣』の多様化の中に、若ものの“自己顕示”の主張がからんでいることも見逃してならない点だろう。タートルネックや縞パンに縞パン—4,5年前には考えられない服飾が、日常化している。それは『衣』における欲望の“シャドウ部面”をグングンひろげるエネルギーになっている。

ボウリングに代表される女性のスポーツ愛好は、定型的ウェアをカジュアル化するが、同時にそれは下着の変化を生みだす。パンティ・ホースの登場もその一つだが、ブラジャーからパンティまで全部一体となったシームレスの下着（ボディ・ブリーフ）もその一つで、身体に下着の線がでないとし、激しい運動を快適にする。

マイ・カーの普及は家族旅行を容易にする。貧しい時代には金のかか

った家族旅行もマイ・カーなら安上りだ。また、気軽だから、女性もカジュアル・ウェアでいい。かくしてファミリーぐるみのレジャースタイルができ上る。若者はここでもマイ・カーを通じ、両親の『衣』を若返らせユース・オリエンテッドの世界を主動する。

表17 やってみたいスポーツ

	主婦	学生	サラリーマン	オフィスレディ
1	ボウリング	テニス	ゴルフ	ピンポン
2	バレーボール	ボウリング	ボウリング	バレーボール
3	ピンポン	水泳	野球	ボウリング
4	水泳	スキー	テニス	アーチェリー
5	美容体操	アーチェリー	スキー	テニス
6	アーチェリー	ピンポン	アーチェリー	ゴルフ
7	ゴルフ	ゴルフ	登山	水泳
8	テニス	野球	水泳	スケート
9	サイクリング	サッカー	釣	バスケット
10	乗馬	剣道	サッカー	バドミントン

出所 日本楽器製造株式会社（1970年）

(2) 週休2日制とファッションのインスタント化

労働省がまとめた「主要業種の週休2日制進行状況」によると、ほとんどの業種の大企業が、週休2日制に踏みきっている。隔週制又は4組3交代制の実施は80%方達成されている。今年の春闘明けには、大企業の実施はさらに広がる『週休2日、急ピッチ』と、昭和48年3月25日の日経は報じている。週休2日制がひろがれば広がるほど、カジュアル・ウェアは、若者の生活の中で、定着の幅をひろげるだろう。ニット製品にジャケットとスラックスの組合せさえ、オフィスの中に自然に忍びこんでこよう。繊維業界に“脱ウール化”という言葉があるそうだが、

ポリエステルのような合繊が、伸縮性やウォッシュ・アンド・ウェア性を売りものとして、カジュアル・ウェアにはいつて来るだろう。海外旅行というと、儀式にでもでるようなスーツの上下に、たすきがけにカメラとハミリをぶらさげる珍妙スタイルときまっているが、その中でボツボツ、タートルネックで気軽るに出かける者も見えて来た。とくに合繊のカジュアル・ウェアは、旅なれた者には便利だ。円の切り上げはますます、日本人の海外旅行を押し進めるだろう。柄、素材、スタイル—日本人の“牧養民俗化”はファッションの質的变化を強引に進めるに違いない。その流れの中で、ファッションのライフ・サイクルはインスタント化していくだろう。とくに若者のファッションにこの傾向がつよくなろう。一つのファッションは一つの欲望を急速に充足し、そして衰退する。『衣』のインスタント食品化である。

インスタント食品やポップ・レストランがはやればはやるほど、他方で、手作りの料理や、高級レストランがはやる。それを反映して、若者の『衣』も変化する。若い女性が高級な訪問着や振り袖を時に楽しむように、若い男性は時にGパンをすてて、タキシードに身を包みたい。結婚式が一方でビュッフェ・スタイルで簡素化する反面、女性はドレスの裾をひるがえし、若者はタキシードで身をかざる。男と女のかかわりが一見無秩序でカジュアルに見える反面、そこに節度とルールを尊重する新しいモラルも生れつつあるようだ。その節度を、ドレスとタキシードで包むのである。それはレジャーを得る余裕もない時代には、考えることもできなかった最高のレジャーといえないだろうか。

Ⅱ 勤労青少年の余暇の増大と旅行

内 藤 錦 樹

(財)日本交通公社調査部主任研究員

1. 余暇の増大と余暇活動の変化

近年、週休2日制および夏期休暇制などの普及によって、平日のこまぎれ的な余暇よりも、週末および長期のまとまった余暇が増大している。

平日の余暇では、テレビを見たり、休息をするというような室内での静的な過ごし方が多いが、週末とか連続した休暇になると、戸外における活動的な過ごし方がふえてくる。とくに、青年層では、この傾向が顕著である。

さらに、青年層の余暇活動の特徴は、活動の種類が多いことである。たとえば、休日の余暇活動の内容をみると、休息、読書、音楽鑑賞などの静的な過ごし方から、スポーツ参加、日帰り行楽などの活動的なものまできわめてバラエティに富んでいる(表-1)。

このように、まとまった余暇時間の増加に伴って余暇活動の内容が変化あるいは高度化しているのであるが、このほかにも、所得水準の上昇、高学歴化などの諸要因によって、次のような変化がみられる。

まず、第1は「参加型」の余暇活動がふえることである。たとえば、スポーツは「見る」よりも「する」方がふえている。これは、体力を増強しようとする健康増進のためもあるが、自己実現(self-actualization)欲求のあらわれである。とくに、現代の青年層は「自我」(ego)の確立をめざし、自己実現欲求は強まっている。

第2に、「教養型」の余暇活動がふえていることである。趣味やけいこ

表-1 休日の余暇活動の内容

	休息	茶のみ 話	読書・ 音楽	趣味	散歩	ジョク ピング	飲食	ゲーム	かけ ごと	観覧	スポ- ツ参加	日帰り 行楽	宿泊 旅行	その他	不明	計 (M.T.)
合 計	66.5	17.5	16.1	21.6	5.4	16.0	4.2	8.6	2.0	8.8	6.6	14.1	4.8	6.1	1.8	200.2
(小計)	66.1	14.8	16.4	18.7	6.3	4.9	5.9	18.8	4.6	12.4	11.1	15.4	4.5	6.7	1.1	207.6
18~19歳	47.5	22.5	35.0	2.5	5.0	10.0	22.5	27.5	2.5	40.0	22.5	20.0	7.5	2.5	-	267.5
20~24歳	45.9	12.3	35.2	0.8	3.3	13.1	18.9	33.6	4.1	44.3	24.6	30.3	6.6	2.5	-	275.4
25~29歳	61.6	7.1	15.2	8.1	7.1	9.1	12.1	28.3	12.1	25.3	19.2	30.3	4.0	5.1	-	244.4
30~34歳	75.9	12.4	13.1	12.4	8.8	8.0	5.1	23.4	9.5	7.3	14.6	16.1	3.6	7.3	0.7	218.2
35~39歳	75.6	9.8	15.4	17.1	6.5	2.4	3.3	22.0	2.4	9.8	13.8	17.1	2.4	9.8	0.8	208.1
40~44歳	70.6	14.3	15.1	24.6	5.6	3.2	1.6	15.9	3.2	4.8	10.3	13.5	4.8	4.8	-	192.1
45~49歳	63.8	14.9	17.0	30.9	8.5	4.3	2.1	22.3	1.1	4.3	6.4	12.8	4.3	6.4	2.1	201.1
50~54歳	65.9	11.8	11.8	22.4	5.9	-	3.5	12.9	4.7	7.1	5.9	10.6	5.9	7.1	-	175.3
55~59歳	54.9	21.6	5.4	28.4	5.4	2.7	1.4	9.5	1.4	1.4	2.7	8.1	2.7	10.8	5.4	171.6
60歳以上	70.6	22.3	11.2	28.9	6.1	0.5	1.0	4.1	3.0	10	0.5	3.6	4.6	8.1	2.0	167.5
(小計)	66.8	19.7	15.9	23.9	4.7	24.8	2.8	0.5	-	6.0	3.0	13.1	5.0	5.7	2.3	194.3
18~19歳	49.0	15.7	56.9	25.5	7.8	47.1	9.8	1.0	-	25.5	7.8	9.8	5.9	5.9	2.0	268.6
20~24歳	48.4	12.3	31.6	29.7	5.8	43.9	11.6	0.6	-	20.0	6.5	21.9	7.1	4.5	0.6	244.5
25~29歳	64.8	9.5	17.3	25.1	8.9	25.1	4.5	-	-	8.9	5.0	22.9	4.5	3.4	1.1	201.1
30~34歳	66.8	10.2	9.7	22.4	5.6	29.1	1.5	2.0	-	7.1	3.1	20.4	5.1	4.6	3.1	190.8
35~39歳	74.2	17.6	14.8	19.8	4.9	22.0	-	0.5	-	1.1	2.7	13.2	3.3	5.5	2.2	181.9
40~44歳	63.3	24.1	13.3	20.3	1.3	23.4	1.3	-	-	1.9	1.9	10.1	3.8	7.6	2.5	174.7
45~49歳	73.7	21.9	8.8	22.6	2.2	20.4	1.5	-	-	-	2.9	2.9	4.4	7.3	0.7	169.3
50~54歳	66.4	25.2	12.1	20.6	0.9	15.9	0.9	0.9	-	1.9	-	10.3	7.5	6.5	2.8	172.0
55~59歳	75.3	28.6	6.5	32.5	3.9	14.3	-	-	-	1.3	1.3	6.5	6.5	5.2	3.9	185.7
60歳以上	78.8	40.4	10.6	25.8	5.3	11.9	-	-	-	1.3	-	2.0	4.6	7.3	4.6	192.7

資料：総理府「余暇に関する世論調査」(昭和47年3月)

ごと、将来のための勉強などが、これに含まれる。余暇活動が高度化すると、素養とか知識を必要とするような活動がふえる。これは、高学歴化がすすむことによって促進されよう。教養型の活動の特徴は、繰り返したり積みあげることが必要になることである。

第3に、「屋外型」の余暇活動がふえる。旅行は屋外型の典型であり、欧米でも屋外のレクリエーション活動は盛んである。

今後、まとまった休暇がとれるようになると、どのような余暇活動がふえるか。図-1をみればわかるように、「旅行をしたい」という人が圧倒的に多い。旅行は、本来、まとまった時間を必要とするので、こういう志向があるのであろう。旅行に比べて、テレビを見たり、休息などの余暇活動は平日のこまぎれ的な時間でみたすことができるからである。

図-1 将来の余暇活動の志向



注 空白部分は、日曜や休日を含めたふだんの日の余暇でしたいこと。

斜線部分は、3～4日とか1週間のまとまった休暇でしたいこと。

いずれも回答は二つさせている。

資料：NHK放送世論調査所「余暇観調査」1971年11月。

2. 余暇活動の変化と旅行

まとまった休暇がふえれば、旅行をしたい、という人が多いのは、わずか1回の旅行でも、余暇活動におけるいろいろな欲求をみたすことができるからでもある。たとえば、表-2にあるように「ふだんの日の余暇活動の理由」では、「あわただしい毎日の生活から抜け出し、気分を一新するため」が46%で最も多い。これは、いわゆる気分転換をはかりたい欲求のあらわれである。

表 2 ふだんの日の余暇活動の理由

① あわただしい毎日の生活から抜け出し、気分を一新するため	46.1%
② からだの疲れを回復するため	39.4%
③ 友人や家族との結びつきを深めるため	29.0%
④ 一人で好きなことを楽しむため	23.6%
⑤ 将来にそなえて、知識をたくわえるため	13.5%
⑥ 体力を養うため	12.7%
⑦ 美しい自然の中にとけこむため	10.8%
⑧ 個性を生かして、新しいものを作りだすため	7.8%
⑨ 芸術を鑑賞し、心を豊かにするため	5.9%
⑩ そ の 他	0.4%

資料：NHK放送世論調査所「余暇観調査」1971年11月

日常生活における気分転換の欲求は、非日常性をもつ旅行のなかで効果的にみたされるし、さらには疲労回復、友人との親睦を深めるなどの欲求も一回の旅行でみたすことが可能である。

つまり、表-2にあげてある項目をほとんどすべて1回の旅行に包含できるという利点が、旅行にはある。

旅行が、日常生活におけるストレス解消の手段として効用があるのは、現代的意義のあらわれであろう。旅行は、ある場合には「観光」という言

葉におきかえて使われているように、名勝旧跡などを観賞する行為である。現代では、旅行における「見る」価値は低下し、「する」価値が高まっているが、必ずしも、日常生活におけるストレス解消の手段として、旅行先でスポーツなどを「する」ことだけが優先するものではない。

画一的に開発されがちな全国の有名観光地は、団体旅行とか新婚旅行を中心にしてにぎわっているが、一方では何の変哲もない田園風景に魅力を感じずる人もふえている。必ずしも「名所」でなくても「自然」らしきがあれば、立派な旅行先として選ばれているのも現代の旅行の特徴である。

このような傾向を「自然回帰志向」と呼ぶならば、とくに、大都会に居住する人にこの志向が強い。

観光とは、レクリエーションを求めて日常生活圏を離れることである。この場合、レクリエーションには風景を観賞することも含まれるが、海水浴やスキーなどを楽しむことも大きな要素を占めている。

すでに述べたように、スポーツなどの行動的な余暇活動が増大するに伴って、旅行先でもスポーツ、レクリエーションを楽しむ人がふえている。かつては、旅行そのものが目的であったのが、現代では旅行が「手段化」しつつある。高速鉄道、高速道路などを利用して、目的地へ早く到着したいという心理が旅行者にはあって、目的地でゆっくり過ごす人が多くなっている。

このような傾向は、夏期の連続休暇制の普及に伴って顕著になっている。夏ならば海水浴が目的になろう。一カ所に滞在して数日間そのかわいで過ごすようなタイプを「滞在型観光」といい、名勝旧跡を数カ所巡って旅行をするのを「周遊型観光」というならば、旅行の「手段化」は滞在型観光によって促進される、ということである。

さらに、旅行内容の変化としては、「現実離脱志向」が強まることである。レジャーでは現実を離脱することが大切である。非日常性への移行が望ましい。

とはいえ、「旅の恥はかき捨て」のような非日常性の発揮では困る。旅行はもちろん、あらゆる余暇活動で人に迷惑をかけないようなマナーが必要である。いわゆる「しつけ」は幼児の頃から家庭内で行なわれることが望ましい。

現実離脱の一例として、欧州に60数カ所のバカンス村を経営する「地中海クラブ」(Club Mediterranée)が興味深い。ここのバカンス村では、貨幣、時計、新聞、テレビ、ラジオ、鍵など日常生活において便利な文明の利器をいっさい使用させない。滞在中は食事、スポーツ、ダンスなどを楽しみ、きわめて人間らしい過ごし方をする。

旅行先の宿で連続テレビ番組を見るようでは、現実を離脱したことにはならない。本当の人間性の回復をするには、日常性を完全に断たなければならない。

以上、旅行の新しい傾向として、①自然回帰志向、②手段化、③現実離脱志向の3つがあげられる。

3. 青年層の余暇観と余暇活動

次に、年代別に余暇観および余暇活動をみると、大きな違いがみられる。

昭和30年代後半から大衆余暇時代にはいり、この10年間に余暇需要は急速に増大した。当初は、少ない自由時間内に金銭を多額に消費する「金銭多消費型」の余暇活動が多く、活動の中心は旅行であった。旅行は週末の1泊2日型が多く、団体旅行が中心であった。

このようなマス・ツーリズムの起動力となったのは、これまで旅行経験のきわめて少なかった中高年層である。時間的にも、金銭的にも、精神的にもゆとりがなかったが、それでも、機会をつくっては旅行に出かけた。

その後、モータリゼーションの進展に伴って、自家用乗用車による家族旅行が増大した。日帰りのドライブが泊まりがけになって走行距離は伸び

ていく。家族づれのドライブ旅行は、子供の意志に関係なく両親の嗜好によって行なわれる場合が多い。

つまり、現代の青少年は幼児のころからモビリティに富んでいて、レクリエーションの経験が豊富であるといつてよい。

このような時代的背景のもとに育った青年層の、余暇観および余暇活動の特徴はどのようなものなのか。総理府広報室がまとめた「余暇に関する世論調査」（昭和47年3月）から、18歳から24歳までの年齢層を抽出してみると、次のような特徴がある。

まず、余暇観については、

- ① まとまった余暇時間がほしい
- ② 余暇はレジャーを楽しむために必要である。
- ③ 余暇を積極的に活用するにはお金が第一。
- ④ 余暇を積極的に利用して、ゆとりのある生活をしたい。
- ⑤ 労働時間が全体として短くなる場合、休日がふえる方がよい。
- ⑥ さらに、休日がふえる場合、何日かまとめて休める方がよい。

つぎに余暇活動については

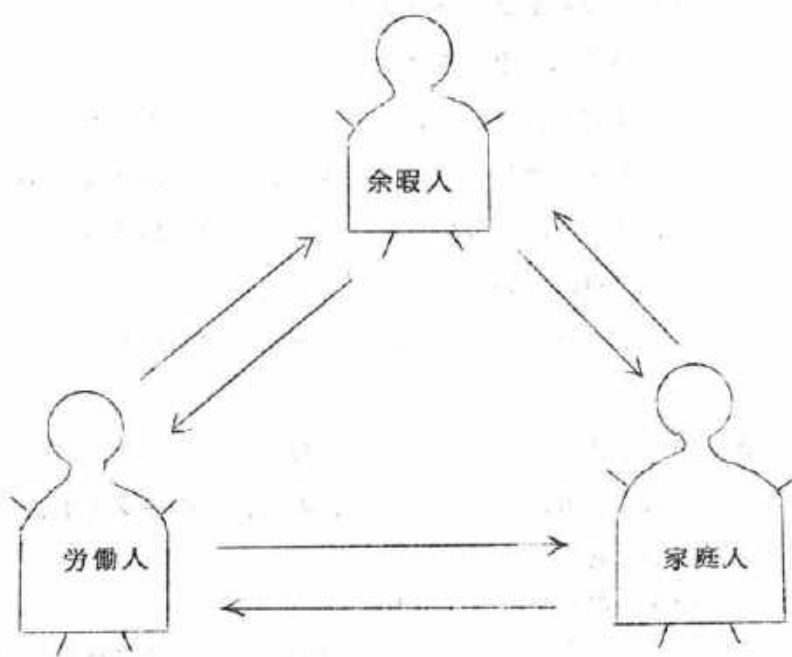
- ① 2日以上のお休みをとるのは、スキー、海水浴などのスポーツをするため。
- ② 2日以上のお休みは予定をたてて休む。
- ③ 休日の過ごし方は、読書、音楽、観覧、スポーツ参加、ショッピング、行楽など。
- ④ 休日がふえたら旅行をしたい。
- ⑤ よく行くところは、映画館、劇場、喫茶店、スナック、パチンコなど。
- ⑥ 旅行は友人と行く。
- ⑦ 宿泊旅行は旅館の他に、山小屋、キャンプ、民宿、ユースホステルも多い。

以上の特徴をまとめると、現代の青年層は、生活のなかで「余暇」を重

要視し、バラエティのある余暇活動を楽しんでいるが、現実には、商業的余暇ファシリティが多く、ゆとりのある余暇活動を必ずしもしてないところに余暇観とのギャップがある。

余暇を、労働から差し引いた受動的、消極的な観念でとらえるのではなく、生活の重要部分として価値づけるにつれて、われわれは「余暇人」としての確立が必要になってくる。これまでの「労働人」「家庭人」に加えて「余暇人」としての生活の位置づけが重視されるべきであろう。（図－2）

図－2 生活の中の「余暇人」の位置づけ



4. 旅行の現状と展望

すでに述べたように、まとまった休日がふえれば旅行をしたいという人が圧倒的に多いので、今後とも旅行需要は増大することは間違いない。旅行の将来の展望を述べる前に、現状を数量的に把握しておく。

昭和46年1年間に、泊まりがけ旅行の消費額は1兆5,000億円で、これは同年の個人消費支出の4.1%である。延人数は8,300万人におよぶ。さらに、日帰り行楽は6,229億円で延べ3億5,900万人に達する。日帰り行楽と宿泊旅行の比率は8対1で、圧倒的に日帰り行楽が多い。アメリカでは日帰りが1割たらずである。わが国では、旅行が大衆化したといっても、まだ行動範囲が狭い。

つぎに、旅行内容の近年の傾向をあげると以下のとおりである。

① 大衆化

かつては、旅行は一部の富裕で有閑な階級しか享受できなかったが、今日では、所得水準の上昇、交通・宿泊機関の発達、余暇時間の増大などによって、国民のだれもが楽しめるようになっている。

旅行の大衆化は、都市から町村へと普及の速度が高まっている。表-3にみられるように、国民（調査対象は18歳以上）の観光旅行経験率は、10大都市で昭和39年50.7%から47年57.0%とわずか7%弱しかふえていないが、町村では40.4%から53.4%へとこの8年間

表-3 地域別観光旅行の経験率

単位：%

区 分	39年	41	43	45	47
全 国	43.9	47.5	51.7	54.2	54.4
10大都市	50.7	56.0	59.0	57.9	57.0
人口10万以上都市	48.5	46.0	50.3	56.6	54.0
人口10万未満都市	40.3	46.0	52.2	53.9	53.6
町 村	40.4	44.6	48.0	49.7	53.4

資料：日本観光協会「観光の実態と志向」

に13%もふえているからである。旅行では、都市と町村の「格差」が縮少していることがわかる。

② 多 様 化

旅行が大衆化し、経験が豊富になると、欲求構造は複雑になり多様化していく。たとえば、旅行目的をみると1回の旅行であれもこれもしたいというようになるし、宿泊施設にしても1回の数日間の旅行で各種の施設に泊ってみたいという欲求が強くなる。

旅行における多様化現象は青年層ほど顕著にみられる。前述した旅行目的についてみれば、表-4のように、希望する観光旅行の内容の合計値が高くなっている。これは、旅行内容を豊富にしたいという欲求のあらわれにほかならない。

③ 高 級 化

旅行の大衆化とともにあらわれてきた現象に高級化がある。一度、高級な旅館やホテルに泊ってその快適さを味わってしまうと、安い施設に泊りたがらないものである。交通機関にしても、新幹線に乗って短時間で目的地へ着く快感を味わってしまうと、普通列車とか急行列車に乗りたくなる心理もわれわれにはある。

表-5は国民1人1回当たりの観光旅行の費用をまとめたものである。昭和39年には7,900円、43年8,371円とほとんどふえていなかったのが45年には1万3,589円といっきょに62%も伸びて、47年にはすこしさがったが1万3,056円である。

45年は大阪に万国博覧会の開催された年なので、新幹線を利用して比較的長距離の旅行をした人が多かったからであろう。45年はまた家族旅行が急激にふえた年でもある。

万国博見物で、新幹線による高額な家族旅行を一度経験してしまうと、その後も高額な旅行を続ける、ということが表-5でわかる。

旅行の高級化は海外旅行にもあらわれている。航空運賃の相対的低下、

表一 4 希望する観光旅行の内容

(単位：%)

内 容 年令別	自 然 の 風 景 を み る 旅	名 所 ・ 旧 跡 め ぐ り を	お 祭 り を み る 旅 行 等 風 俗	紹 介 見 物 を す る 旅 行	温 泉 旅 行	ス キ ー ・ ス ケ ー ト 旅	登 山 ・ ハ イ キ ン グ 旅	海 の 浴 め の 旅 行 ア ト な ど	釣 り な ど の た め の 旅 行	施 設 ・ 見 学 場 な ど の 視	ど う こ た へ で も よ い か ら 行 く	ド ラ イ ブ 旅 行	そ の 他	不 明	合 計
総 合	563	472	88	60	421	67	109	93	67	65	184	133	27	17	1887
男	535	439	89	46	440	81	93	89	106	88	159	130	31	15	2241
10 代	500	317	83	17	100	250	417	317	133	83	283	350	17	-	2867
20 代	522	348	77	47	308	177	204	167	70	90	241	261	33	23	2568
30 代	470	442	79	30	439	91	52	58	152	85	143	110	37	12	2200
40 代	592	470	93	68	470	20	59	63	136	105	108	57	34	14	2244
50才以上	548	500	99	43	573	24	22	38	62	75	140	75	24	13	2236
女	592	503	87	74	404	53	123	97	30	43	207	136	22	20	2404
10 代	702	471	83	41	17	174	364	264	-	41	273	198	25	33	2686
20 代	639	453	89	72	289	125	256	161	44	19	253	250	19	08	2676
30 代	612	511	93	73	386	28	68	98	40	60	156	145	20	15	2305
40 代	575	519	70	84	523	04	56	42	25	63	218	77	21	21	2298
50才以上	491	545	92	80	586	03	18	09	18	30	185	27	30	33	2147

資料：日本観光協会「観光の実態と志向」(昭和44年1月)

各種パッケージ・ツアーの増大、国民の国際感覚の浸透などによって、海外旅行は急増している。昭和47年は138万人の海外旅行者があり、対前年43.3%の急増ぶりで、この5年間に3倍にふえている。

表-5 1人1日当り観光旅行の費用

39年	41	43	45	47
7,900	7,922	8,371	13,589	13,056

資料：日本観光協会「観光の実態と志向」

④ 集 中 化

旅行は、旅行をする側の事情と観光地側の気候・自然条件の2つの関係でまわるものであるが、近年は、旅行をする側の事情が優先している。勤労者の夏期休暇制が普及するにつれて、家族旅行はますます夏に集中しているからである。

観光地の自然条件からすれば、春の新緑とか秋の紅葉シーズンが旅行には好ましいということがわかっていても、まとまった休暇がとれる条件を優先して旅行時期を決定しているのが、近年の新しい傾向である。

たとえば、東京都民の家族旅行の時期は8月が47.4%を占めていて、年々8月に集中していることが、表-6をみればわかる。

⑤ 少グループ化

団体なら安くなるという利点があるが、他方では自分の行動が規制されるという不自由さが、団体旅行にはあって、近年は同行者が少人数化している。とくに、同行者の小グループ化は青年層に顕著にみられる。

図-3にみられるように、昭和39年には同行者2～5人が35.5%であったのが47年には50.9%にふえ、反対に11人以上の団体は50.1%から33.3%へと減少している。

同行者の種類は、家族が30.8%、友人が28.4%、団体が34.3%となっていて、家族旅行の増大が目立つ。青年層の同行者は友人が圧倒的に多い。

表-6 家族旅行をした時期

(単位: %)

月 \ 年	41	43	46
1	9.4	9.1	10.2
2	3.9	2.6	2.3
3	4.2	7.8	5.6
4	5.5	4.8	5.9
5	4.2	6.5	6.9
6	0.9	2.8	2.9
7	14.8	9.1	9.5
8	36.7	41.0	47.4
9	5.8	2.6	3.6
10	9.7	6.1	2.0
11	2.1	5.4	2.1
12	2.7	2.2	1.7

資料: 日本交通公社「家族旅行の実態と志向」

以上、旅行の現状について、①大衆化、②多様化、③高級化、④集中化、⑤少グループ化の5つを特記してみたが、最後に、今後の展望について述べてみる。

まず第1にあげられるのは、「する」観光の再検討であろう。画一的な観光開発の増大によって、これまでは「見る」観光の価値が低下していたが、今後はその地域の特性を生かした観光開発がすすむことによって、「見る」観光の重要性が増大していくであろう。

図-3 同行者の人数

(単位: %)

非日常生活圏内における余暇活動のひとつとしての旅行は、大別すると2つに分離されていくであろう。ひとつは、日常生活圏内でも経験できるスポーツ、レクリエーションをするような地域は、自然景観の優劣に関係なく開発されていくから、こういう地域で「する」観光を満喫することに

	2~5人	6~10人	11人以上
昭 39	35.5	14.5	50.1
41	36.2	14.0	49.9
43	34.2	13.8	52.0
45	50.3	11.9	37.7
47	50.9	15.8	33.3

資料: 日本観光協会「観光の実態と志向」

なる。

たとえば、南フランスのラングドック・ルシオンとかアメリカ・フロリダ半島のディズニー・ワールドなどは、いずれも蛾の多い沼沢地を開発して広大な人工のレクリエーション地域としたものである。

もうひとつは、観光資源として価値の高い自然景観とか史跡は保全が強化されるので、「見る」観光の楽しみが増大することである。これまでの観光開発は、すばらしい観光資源を「食べ物」にしていたので、開発すればするほど資源価値は低下していくという観光公害ともいべきものがあった。

つまり、今後の旅行は、「する」と「見る」の分離がはっきりしていくことであろう。

第2の展望は、旅行を人生の貴重な経験とするような方向に深変化するであろう。これまでは、日常生活でも講喫できるような体験を旅行に求めていたところが多かった。友人との歓談、ゲーム、スポーツなど日常生活の延長線上に旅行があった。したがって旅行のなかに感動とか感激というような心の奥深くをゆさぶるような経験がもてなかった。

とくに、青年層は、「可愛い子には旅をさせよ」という昔のことわざを改めて考え直す必要がある。自然の美の再発見、あるいは自然の脅威の再認識、地域の生活にとけ込みそのなかから人生への教訓の発見、名勝旧跡を時間をかけて見ることによって伝統美に対する正しい鑑賞眼の養成など、旅行は知らず知らずのうちに「学習」に通ずる。

いたずらに旅行ブームに酔い、流されることなく、じっくり腰をすえてこれからの旅行のありかたを再検討するときを迎えているのではないか。

IV レジャーと労働

坂 部 弘 之

労働衛生研究所労働生理部長

1 レジャーと労働

- (1) かつて、労働者にレジャーは存在しなかった。一部特権階級のみがレジャーを楽しんだ。いうまでもなく、労働時間が長く、労働は苛酷であり、賃金は安く、1日のうち、労働のために費やされない時間は、明日の労働が必要とするエネルギーの回復のためにのみ使用されたからである。

しかし、現在、日本も含めて、近代工業国家は、生産技術の発展によって、消費財貨は著しく増大し、労働時間は短縮され、いわゆる豊かな社会をもつようになってきた。

ここに、かつて特権階級のシンボルであったレジャーが労働者の手に移ることになったのである。フーラスチエは次のように書いている。

『要するに、この近い未来の歴史を左右する要素は人間の個性だという気がする。悲寥と貧困の経済の中で息づまるまで圧迫され、画一化されながらも人間の個性が潤沢とレジャーの経済の中で、頭をもたげて存在を明らかにしながら広がるばかりか、おそろくあえて思い切り羽根をのばすようになることは、まず、まちがいないようだ』。

ところで、今日、労働者が享有しようとするレジャーは、かつての特権階級の専有であったレジャーと同質のものであるかどうかについては検討の必要があるように思う。

かつての特権階級は、自ら労働に携わることがなかった。従って、レ

ジャーと労働との間には、何の関連もなかった。アリストテレスが

「レジャーとは、その活動がみずからのために遂行される状態である」としたのもうなずける。彼は、日常生活とは無縁な政治的論争、哲学的討論、一般的学习のようなものをレジャーの本質と考えたのである。パスカルは人間性の本質を次のように書いている。

「倦怠。—情念もなく、仕事もなく、気ばらしもなく、専心すべき営みもなしに、まったく休息のうちにあることほど、人間にとって耐えがたいことはない。……パンセ 131」

「気ばらし。—……それゆえ、人間は何ら倦怠の原因がないときにも、自己の素質の本来の状態によって、倦怠におちいるほどまでに不幸である。また人間は倦怠におちいるべき幾多の重要な原因にみちているときでも、玉突きや、まり投げなどつまらない遊びで十分気がまぎれるほどまでに空虚である。だが、人間は何が目的でそんなことをするのか、と君は言うであろう。それは翌日、友人たちのあいだで、自分が他の者よりも上手にやったということを誇りたいためである。……パンセ 139」

パスカルは人間の大脳活動の本質を鋭く見抜いている。しかし、パスカルの言う、倦怠も気ばらしも、労働に拘束されない自由な人間の思惟の問題であった。

レジャーが大衆のものとなってから、レジャーの研究が盛んに行われ、多くのレジャーについての考え方が提出されている。

クラウスはレジャーに対するこうした考え方を次のように分類している。第一は、レジャーの古典的な考え方で、「レジャーとは現実的には願望がほとんどなく達成すべきものも殆んどない存在の状態、人間の状態である」とする。

第二は「レジャーとは自由な時間に人が行う、仕事と関連のない活動であり、レジャーは解放と楽しみであり、くつろぎ娯楽、自己開発の3つの機能をもつ」あるいは「レジャーとは自由な時間に行われる自発

的な活動であり、要求され、功利的であり、経済的約束により報酬される労働とは、はっきり対照的である』とする。

第三はレジャーは義務のない時間とする考え方で、『レジャーとは仕事又は仕事に関連する責任ある活動や睡眠、食事のように生命保持に費やされることのない個人の時間の部分である』とする。

レジャーを時間のみで規定するか、時間と行動又は思维内容の両者で規定するかであるが、現在、多くの人々は義務のない時間を考えるようになっている。いずれにしても、近代のレジャーについての定義は、レジャーは労働と対極的に存在するものであるということを強く打ち出している。

労働は強制であり、拘束であり、義務である。しかしレジャーは自由であり、任意であり、義務がないとする。しかし、こうした考え方には、労働があるからこそレジャーがあるのだとする思想が、色濃くにじんでいる。リースマンはその点をはっきりと述べている。

「われわれが現在、経済的目標として完全不就業すなわちレジャーを掲げるのではなく、むしろ完全雇用にしがみついているのは、きわめて重要なことだ。恐慌の当時、失業した人々がじつに貧弱な遊びの機会しか持っていなかったというのは、おどろくにはあたらない。当時においては、レジャーとは仕事の要求をはたした後で残される、とるに足らないものだとはっきり考えられていたのであった。たとえ経済状態がよくなってもこの道徳的な障害を取り除くことは出来なかった。……仕事というものを持ってこそ社会的にはじめて一人前なのだという観念がそこには存在しているからである」。

- (2) 今日のレジャーが、労働者のためのものであるとして、次に問題となるのは、では、レジャーは労働の対極に存在し、労働とは何の関係もないものだとしてよいのであろうか。

レジャーはそれぞれの労働者のプライバシーの問題であり、立入ってはならない聖域なのであろうか。労働はあくまで労働であり、レジャーはあくまでレジャーであって、完全に異質のものであり、相互に無関係に独立したものであるとしてよいのであろうか。

この問題について先ず第一に誰しもがすぐ気づくことは、レジャーは労働とは無縁のものというけれども、現実には、労働時間外のわれわれの行動をみると、ある程度、労働に関連する義務的なものが見られるということである。例えば、仕事に関連のある本を読むとか、仕事のためのおつきあい等というのがそれである。殊に日本の場合、後者は諸外国に例をみない程、レジャーの中の大きな地位を占めている。ゴルフ、マージャン、宴会、接待、慰安旅行等々仕事とレジャーとは容易に判別し難い。つきあいといういわば義務的なものであると同時にグループの一員としてのたのしきも存在する。

もし、純粋な仕事のための時間を黒くぬり、純粋なレジャーのための時間を白くぬれば、こうした時間は薄黒色のものとなる。

Damazedien はこのレジャーの影の部分セミレジャー (Semi-leisure) と名づけた。

このセミレジャーこそは、日本文化のきわめて特異的なものである。日本におけるセミレジャーは、仕事の場における人間関係の緊張の緩和と調整に、はかり知れない、意義を持っているように考えられる。

- (3) レジャーと労働との関連において第二に考慮すべき問題は、現代における労働とは労働者にとって何かということである。

近代工業文明は、機械化、自動化により、大量生産が可能となり、労働者がレジャーを享有することを可能にしたが、生産の場で労働者にもとめられているものは何かを考えてみよう。

産業の機械化の第一段階は、レオナルディが分析したように、多能機械の登場である。即ち生産の基本的単位は1台又は数台の機械を使用し

て、特定の模相をそなえた製品を生産する機械と熟練工との組合わせである。

労働者は材料から、彼の機械操作技術によって製品をつくり出すわけで、労働者は当然それに必要な知識と技術と、両者を統一する洞察力、更に作業の変化に対応する戦略的構想をもっていなければならぬ。

ここには“物をつくりあげるよろこび”と“才能を高めるたのしみ”が存在する。

リースマンは、こうした工芸的熟練が、彼のいう内部指向的人間のレジャーの中でどう展開してゆくかを次のように述べている。

『レジャーを職人的に使うというやり方は、内部指向的な人間の生活の仕方と両立しうるように思われる。彼等は仲間集団の中での趣味の交換といったような複雑な形式にあまり興味を持たないし、またそれにとけこんでゆくことも出来ないからである。そればかりではない。内部指向的な人間の場合には、しばしば趣味生活は、仕事の延長であった。つまり、仕事への熱情が趣味生活の中で、生かされ、また趣味生活の中で得られた技術的な熟練がそのまま、仕事の価値につながるのである。こんにちでも、熟練労働者の間では、たとえば、自宅の仕事部屋と自分の職場の提案箱とが直結しているというような場合は決して少くないのだ』

このように熟練工を必要とするような作業の場合、仕事とレジャーとの融合さえがみられるのである。

しかし、単能機械の発展と共にうまれた大バッチプロダクション、マスプロダクションにおいては、労働者の作業はきわめて単純化され、熟練は必要でなくなる。労働者の自主性、創意性に入る余地は全くない。むしろこうした作業は労働者に対して機械の一部のように、与えられた作業を、指示された作業方法に従って指定された時間内に完了することを要求する。即ち、生産における人間—機械系の人間の主動的立場は後退し、組織と機械の要請が人間側よりも優位に立つ。作業者の自主性、作業技

能、創意の發揮は必要でなく、作業の規則性と画一性が要求され、個々の労働者の作業成果は全生産過程にインテグレートされ埋没してしまい、自己の労働成果に対する直接的満足は存在しない。ウィーナーはこの型の労働に対して、

「人間を鎖で、機につなぎ、動力源として使うことは、人間に対する一つの冒瀆である。そのような仕事は人間の頭脳の能力の百万分の一以下のものしか必要としないのである。人間の値打ちのうちのとるに足らぬ微少部を利用するために個人を使用する工場又は奴隷船をつくることは、人間が彼等の資質を十分にのばせるような世の中をつくるよりも簡単である」として批難した。

この型の労働に従事する労働者が、自主的な創意をもった工芸的な熟練を希望するとすれば、生産の場でなく、レジャーの中で自己目的的に求めなければならぬレジャーの中に職人的な喜びを楽しまなければならぬ。それは或いは日曜大工となり、或いはレジャーのための動力工具の発展を背景とした自分のための工芸趣味の登場である。しかし、失われた自主性をレジャーの中にもとめるのはあえて工芸趣味だけでなく、それぞれの労働者の生産の場で發揮できなかった、いろいろの才能の自主的な開発である。

このことは、プロセスプロダクションやフロープロダクションの型の作業に従事する労働者でも同じことが言える。オペレーターの作業に自主性と創意は必要でないからである。

更にますます増大する第3次産業労働者においても事情は同様である。労働の場でもとめられない豊かな人間性をレジャーの中でもとめようということである。

- (4) レジャーと労働との関連について第3の問題は労働は現在、主として一定の筋群の活動を要求し、又多くの場合は一定した酸素消費量を要求する場合が多い。又、作業によっては、強い静的負荷を要求する。即

ち、1日の労働がバランスのとれた筋活動の上に成立していることは珍しい。従ってレジューの中で作業中あまり使用しなかった筋群を活動させるるとか、心肺機能を活発にする必要もおきてくる。

- (5) レジューと労働の関連について第4の問題は労働における精神的ストレスの問題である。企業において、労働時間の短縮は多くの場合労働密度の上昇と共に労働の組織化と効率化を結果する。このことは事務労働で殊に著明であり精神的ストレスが強化される。殊に管理職における決定事項の増加と、困難さは、精神的ストレスの強化と継続化をひきおこす。ストレスの解消は労働の場で解決されるべきであるが、現実にはレジューの場に持ちこまれる場合がほとんどである。管理職の場合、レジューの間でさえ、しばしば決定から解放されていない。

- (6) 以上はレジューと労働の問題において労働により失われたもの、みだされなかったものを、あるいは労働によりひきおこされた歪をレジューの中で回復するという考え方であるが、逆にレジューの労働への投影についても考える必要があろう。問題は現代のレジューとは何かということである。

ガルブレイスのいうように『人間が肉体上の必要から遠ざかれば遠ざかるほど、彼は自分が何を購入するかについての説得—あるいは管理—をますます受けつけやすくなるだろう。これはおそらくは、ますます豊かになりつつある社会を対象とする経済学にとって、もっとも重要な帰結である』。

更に、リースマンのいうように、もし他人指向型という人間像を考えれば、日本人は一般に強く他人指向型であるといわれる。現実には、日本人が既に述べたように労働で失われたものを自発的にレジューの中にもとめるという場合は極めて少ない。

日本人がレジューの中でどのような活動を選ぶかは、マスメディアに大きく影響され、又多くの人がやるから自分もやるのである。ボーリング、ゴルフ等の爆発的流行はそれを物語るものである。われわれのレジュー

活動の大多数は自律的ではなく他律的なのである。他律的である限り、しばしば、経済的な面からの、或いは健康上からのフィードバックが利かなくなる場合がおこってくる。それは、過大な経済支出、レジャーによる疲労という形をとって、そのしわよせを労働の場に持ちこむようになる。

レジャー産業の発展は、この傾向に拍車をかける。それは限りなく人々の欲望を駆りたてて消費の増大を計るからである。

- (7) 以上のように、レジャーと労働とは相互に無関係であるとは言えない。両者は時間的には独立なものであっても、労働者の精神と肉体の立場からは、レジャーと労働とは決して無関係なものではなく、むしろ、レジャーと労働との調和こそが重要なのではないかと思う。

2 年少労働者におけるレジャーと労働

- (1) 年少労働者について、まず考えるべきことは、彼等が解剖学的には、十分発達していても、筋肉並びに諸臓等はおお、訓練により、その最高能力を高めることが出来るということである。

デュボスは次のように述べている。

『現代技術における効率、目盛りを注視し、印刷物を読むことに大きく依存している。肉体的な耐久性と遠いものへの視覚が、かつてはこの上もなく重要であったが、しかし現在では筋肉はもっぱらレジャーの折に働くようにいわれ、近視はいくつかの職業でほとんど有用な資質となってきた。古くさいから歩こうとしない子供に対して、また現代の生活が温度調節され、努力なしですますことができ、今後ますますそうなるから、子供が肉体を鍛え、あるいはきびしい気候にさらさせるのを思い止まらせる母親に対して、現代の生活の趨勢は正当化の理由を与えているように見うけられる。しかしながらこうした態度は、いずれは都合のわるい結末をもたらす可能性がある。今日の条件に対して適応した状態

というものは、明日の挑線への適応性についての何の保証にもならないのである」。

人間の生活が、人工的に調節されたきわめて平穩な環境の中に生きつづけてゆくという保証はない。何時でも冷暖房があり、何時でも完備された交通機関に頼れるという保証はない。まして、病気にかからないという保証は何処にもない。将来あるであろう、肉体的精神的負担にうちかつためには、強い負荷がかかっても、それに十分耐えるだけの予備能力をもつ身体にしておかなければならぬ。年少労働者のレジャー活動は成年と異って、身体的能力の向上がはかられなければならぬ。

年少労働者は同時に精神面において、その視野を拡げ、洞察力を深くしておかねばならぬ、成年になって行なわなければならない無数の決断は、長期の記憶をもっとも作り易い。この時期に経験し記憶したことの質と量に依存するしまた、豊かな人生のためのレジャーの楽しみの基礎はこの時期に作られるからである。教育が国の重要な政策であると等しく、年少労働者のレジャーに対し、国は十分な施設をつくるとともに適切な指導を行なう必要があると考える。

- (2) 日本における中・高卒業者の主要就職先は卸売小売業、機械関係製造業、繊維衣服製造業、サービス業、金融保険不動産業、運輸通信業等である。

生産労働に従事する年少労働者は、電気産業、紡績業等のマスプロダクションシステムの中で働き、又、商店店員、サービス業務銀行員として働いている。

即ち、年少労働者は、技術とか、知識の要求度のもっとも少い作業に従事していることが判る。

しかし、現在の教育制度は、中・高卒業者においてもその教育水準は高く、現実に作業の要求する知的能力よりも高い知的能力をもっている場合の知的ギャップが問題となってきた。年少労働者は、自己の知的能力が労働の場で十分に発揮できない不満をもつようになる。この解決のため一

つには、現在の単純作業のあり方の検討が必要であろうが、レジャーの中での年少労働者の能力の十分な発揮も又検討されなければならない。

- (3) 中小企業労働者として、また商店員として働く年少労働者のレジャーに対して国は十分に配慮すべきであり、殊にレジャーの指導に対しても考慮すべきであると考ええる。というのは彼等は適切なレジャー活動のための十分な正しい情報をもっていないからである。

参考文献

- J. Fourastie; Les 40000 heures, 1965 (長塚隆二訳)
R. Kraus; Recreation and Leisure in modern society,
1971
B. Pascal; Pensées (松浪信三郎訳)
D. Riesman; The Lonely crowd, 1961 (加藤秀俊訳)
S. Leonardi; Progresso tecnico e rapporti di
lavoro, 1957 (原聡男訳)
N. Wiener; The human use of human being, (1950)
(地原止戈夫訳)
J. K. Galbraith; The new industrial state, 1968
R. Debos; Man Adapting, 1965 (木原弘二訳)

第 2 部

余 暇 と 勤 労 青 少 年 施 設

— 調 査 結 果 の ま と め —

I 中小企業労働者と勤労青少年ホーム

鈴木 春 男

千葉大学教養部助教授

1 は じ め に

中小企業に働く若い人達は、余暇を利用しようにも、その施設にめぐまれず、時間的にも経済的にも余裕のないことも手伝って、余暇を楽しむというには程遠い状況に置かれてきた。勤労青少年ホームは主としてそうした中小企業に働く青少年のために、スポーツやレクリエーション、文化、教養等健全な余暇活動の場を提供することを目的として設置されたわけである。ホームはそうした点で働く青少年に夢と希望を与えているのではあるが、そこにはまだいくつかの問題点が横たわっていることが予想される。例えば、ホームに登録していながら利用度の少ない人の存在、ホーム利用に対する事業主の理解の問題、ホーム付属のスポーツ施設の不備の問題、ホームにおける指導者不足と職員の激務の問題等々枚挙にいとまがない。勤労青少年ホームがすべての働く青少年にとって、本当の意味で余暇活動の場を提供できるような施設になることが要請されるのである。

こうしたことから、今回の調査は勤労青少年ホームをよく利用している人たち（利用者）と、登録はしているが利用度の少ない人たち（登録者）とを対象にし、両者を比較しながら、勤労青少年ホームが働く若い人たちに与えている影響、あるいはそれを利用する上での問題点はなにかといった点について検討することを目的として実施された。調査は千葉縣市川市八幡にある「市川市勤労青少年ホーム」、静岡県浜松市鹿谷町にある「浜松市立勤労青少年ホーム」、茨城県古河市八幡町にある「古河市勤労青少

年ホーム」を中心にして実施された。

なお、今回の調査（勤労青少年余暇活動調査）は以下の諸調査によって組み立てられているが、本第2部ではⅠを中心にして報告をし、Ⅲは第3部で報告する。

Ⅰ 勤労青少年ホーム調査

① 勤労青少年ホーム施設調査

② ホーム周辺の類似施設調査

③ ホーム利用者調査

④ ホーム登録者調査

Ⅲ 職場クラブ活動調査

① 事業所調査

② 事業所内クラブ調査

③ クラブ員調査

④ クラブ経験者調査

⑤ クラブ未加入者調査

Ⅰの①施設調査および②類似施設調査は、本研究会のメンバーがあらかじめ用意した質問紙（施設の現状、利用の程度、運営上の問題点など）にもとづき、責任者に面接して実施した。③利用者調査は、一定の期間（約1週間）にホームへ来館した利用者に対し、あらかじめ用意した質問票を配布し、その場で自分で記入してもらう方式で実施した。④登録者調査はホームの登録者名簿の中から、利用度の低いものをランダムに抽出し、その対象者に対して調査票を郵送するというメールサーベイ方式で実施した。なお調査は昭和47年10月～11月に実施された。

以下に、その調査結果の概略を報告するが、ここでは、先きにも指摘したようにホーム利用者と登録者を比較することを中心にしながらそれを行ないたい。

2. ホーム利用者の属性

まず、回収されたサンプルの性別構成をみると表1の通りであり、利用者調査の回収サンプル252名のうち、男子は101名(40.1%)、女子は150名(59.5%)

であった。また、登録

者調査では回収されたのは82サンプルであり、その内訳は男子29名(35.4%)、女子53名(64.6%)

であった。登録者の方

に多少女子が多く含まれているが、その差はそれ程大きくはないことから以下の分析の過程で、利用者と登録者を単純集計のままで比較することが可能になると思われる。

表2は、勤務している従業先の規模を、利用者と登録者で比較したものであるが、利用者よりも登録者の方がより大きい規模の企業に勤務していることがわかる。例えば従業員100人以上の企業に勤務

しているものの比率は、利用者では38.9%であるのに対し、登録者では58.5%に達している。このことは勤労青少年ホームが零細な企業に勤める多くの青少年をひきつける魅力をもったものになりつつあることを示すと同時に、100人を越えるような中企

表1. 対象者性別構成 (単位:人)

区 分	利 用 者	登 録 者
男	101 (40.1%)	29 (35.4%)
女	150 (59.5%)	53 (64.6%)
不 明	1 (0.4%)	0 (0%)
計	252 (100.0%)	82 (100.0%)

表2. 勤務先従業員数 (単位:%)

区 分	利用者	登録者
1～ 4人	12.3	12.2
5～ 29人	25.8	14.6
30～ 99人	20.6	14.6
100～299人	17.1	28.0
300～499人	9.1	8.5
500人以上	12.7	22.0
不 明	2.4	0

業において余暇管理がどうあるべきかという問題を改めて問いなおすべきであることを指し示している。

それでは、ホーム利用と学歴との関係はどうであろうか。表3からも明らかな通り、ホーム利用と学歴との間には明らかに相関関係があることがわかる。すなわち、学歴が高い人たちには利用者が比較的多く、利用をは

表3. 学 歴 (単位：%)

区 分	利用者	登録者
中 学 校 卒	23	43
高 等 学 校 卒	64	54
短大、高専卒	6	4
大 学 卒	6	1
不 明	1	0

とんどしていない登録者の方は、逆に学歴が低いことがわかるのである。青少年ホームへの登録・利用が事業主の承認を得ておこなわれるにしても、最終的には個人の積極的姿勢があるかないかということが、利用できるかどうかを決定づけ

ることを考えれば、学歴の高い勤労者が利用者の方に多くなるのは当然かも知れない。しかし、中小企業に働く人たちの多くが、低学歴または中学歴の人たちであるとするならば、利用の程度が学歴によって差がつくということは、決して望ましいことではなく、その意味で、低学歴者も臆することなく積極的にホームを利用し得るような方策が立てられるべきであろう。

それでは収入とホーム利用との関係はどうであろうか。表4は、利用者と登録者のそれぞれについて収入別の構成をみたものであるが、両者の間には、収入の面ではそれ程、差がないことがわかる。つまり、ホームを利用するかしないかは、経済的なゆとりがあるかどうかの問題ではなく、もっと別な要因によるものであることがわかる。勤労青少年ホームの運営自体が、その利用者に経済的負担をかけることを極力避けるという方向で行なわれていることを考えても、このことは充分理解されるのである。

それでは一体、利用
するかしないかを決め
ているのはなんである
うか。先にあげた学歴
もたしかにその一要因
ではあるが、それ以上
に強い要因として考え
られるのが、余暇時間
そのものの有無、すな
わち時間的余裕がある

表 4. 月 収

(単位：%)

区 分	利用者	登録者
4 万円未満	1 5	2 6
4 万円～5 万円未満	4 2	2 6
5 万円～6 万円未満	1 9	2 7
6 万円～7 万円未満	1 1	4
7 万円以上	6	5
不 明	8	1 1

かどうかの問題である。表 5. はそのための資料として、1 週間の実労働時間を利用者と登録者で比較したものである。表からは、明らかに実労働時間の長短が、青少年ホームの利用の有無と重大な関係をもっていることが理解される。ただしこの調査は、勤労青少年が記入したものであって、労働時間のなかに、休憩時間が含まれているかどうか明確ではないが、一応集計結果からみると利用者においては、実労働時間は比較的短く、例えば週実労働時間が 5 0 時間未満の者は全体の 5 4. 8 % を占めている。それに対して、登録者では 5 0 時間未満の者はわずかに 1 5. 9 % しかおらず、逆

表 5. 1 週間の実労働時間

(単位：%)

労働時間	利用者	登録者
4 0 時間未満	4. 8	4. 9
5 0 時間未満	5 0. 0	1 1. 0
5 0 時間以上	2 2. 3	6 5. 9
不 明	2 2. 9	1 8. 3

に 5 0 時間以上の実労働をしているものが 6 5. 9 % もいるのである。

勤労青少年ホームが利用できるか否かは、経済的な余裕よりも、むしろ時間的な余裕の有無にあることが理解されるのである。もちろん、登録者の場合、利用者と比較すると収入の面では同程度でありながら、実労働時

の場合、利用者と比較すると収入の面では同程度でありながら、実労働時

間で長いということであり、その意味では単位時間あたりの収入が低く、決して経済的にも恵まれているというわけではないが、労働力不足の深刻化とそれに伴う初任給上昇の中で、中小企業若年労働者にも経済的ゆとりが多少生まれてきたことを考えると、勤労青少年ホームとしても、余暇時間の少ない勤労青少年に、いかにしたら利用されるかといった、時間的問題の検討の必要性が認識されるのである。開館日や閉館時間の問題は、青少年ホームにおける職員数が如何にも少ない現状では、今以上の改善にはかなりの困難が伴うことは理解されるが、極端に言えば青少年ホーム利用に対して経済的負担が利用者にかかったとしても、時間的問題を解決することの方が利用者にとって好ましいということも考えられるのである。

表6は、利用者と登録者がそれぞれ、どこに住んでいるかを見たものであるが、この点も、ホームの

表6. 居住形態

(単位：%)

利用の有無に重大な関係があることが理解される。利用者も登録者もともに自宅から会社へ通勤しているものが一番多いのはあるが、その比率は利用者においてより高く、

区 分	利用者	登録者
自 宅	77	62
社 宅 ・ 寮	13	35
下宿・アパート	8	2
その他・不明	1	0

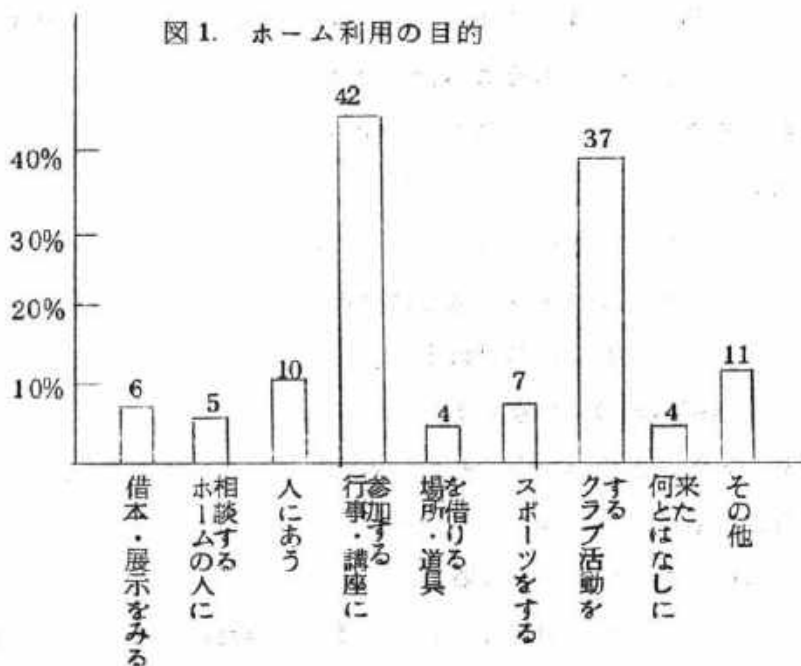
登録者においては勤務先の社宅または寮にはいつているものがかなり多く見られる。中小企業における社宅や寮は、職場に隣接しているケースが多く、そのことがホームにせっき登録していながら利用をほとんどしないという結果をもたらしているのかも知れない。余暇活動と職場での労働の関係については、いろいろな考え方が成立するのであるが、余暇の意味の1つとして、労働から離れ、労働の中では味わえない自由さ、気ままさ、また個性の発揮を積極的に享受していこうということがあるとするならば、居住場所が職場と隣接しているということは、たしかに余暇活動の障害とな

るであろう。利用者の多くが、青少年ホームに退社の中途に立ち寄り、そこで楽しい時間を過していくことを考えると、居住形態の問題もまた利用の有無を決定する重要な問題だといわなければならない。後でも指摘するように、ホーム利用者が登録者に比較して、勤務先の仕事遂行に対してもより積極的な姿勢を示していることを考えると、事業主自体としても従業員がホームを積極的に利用し得るよう側面からの援助をすることがメリットを生むのであり、その意味では事業主の積極的な姿勢が望まれるところである。

3. ホーム利用の現状

ホーム利用者と登録者を比較しながらこれらの属性を検討し、ホーム利用の有無がどんな要因によって決定されているのかを見てきたのであるが、以下ではホームがどのような利用のされ方をしているのか、という問題をめぐって検討してみたい。

まず、ホーム利用者に対し、どんなことを目的にしているのかを質問した結果が図1に示した通りである。それによると、「ホーム主催の行事や講座に参加するた



注) 多項目選択方式の回答なので、合計は100にならない。

め」というのが1番多く、42%を占めている。とくに女子ではこの傾向が強く、男女別に集計すると女子の場合は52%のものがこれを目的に来館している。次いで高いのが「クラブ活動をするため」で、37%になっている。男子では特にこれが高く、46%のものがこれを挙げていて「行事・講座」をしのいでいる。いずれにしても、「行事・講座」と「クラブ活動」がホーム利用目的の二本の柱とみることができる。ただここで問題となるのは、この二つの目的とも、ホームを定期的、長期的に利用し得る人にとっては果たせることであるが、時間的余裕があまりなく、たまたまあいた時間にブラッとホームへ出かけてみるといったタイプの人にとっては果たし得ないことであるという点である。現在のホームはどちらかというと小数の人に利用され、しかしそうした利用者には大変よく利用されている、という傾向をもっている。つまり小人数に頻度が高く利用される傾向をもっている、といわれるが、それを逆に頻度は多少低くとも多くの人が自由に利用し得るような傾向をもたせる方策もまた必要だと思われる。スポーツ活動などをする場合も、クラブに入り定期的な練習をすることはできないが、いつでもそこへ行けばスポーツ施設が自由に利用できるという特性をとくに時間的余裕のない中小企業若年労働者は要望しているに違いない。

ホーム主催の行事や講座についての参加の程度およびその評価について今少し詳しく見てみよう。図2によると、ホーム主催の行事や講座に参加したことのあるものは非常に多く、72%に達している。ホーム利用が、行事や講座への参加をきっかけとしてなされていることがここから予想できる。また、参加経験者にその内容についてたずねた結果は、「よかった」と答えたものが59%、「ふつうだった」が32%を占めていて、及第点を得ていることが理解される。

次にクラブ活動の現状についてたずねてみた結果が図3に示されている。クラブ活動に対しては参加しているものとしていないものの比率がほぼ半

図2. ホーム主催の行事・講座

	<参加したことがある>		<参加したことない>		不明
参加有無	72%		25%		3%
内容評価	<よい>		<ふつう>		不明
	59%	32%	3%	5%	

々であるが、参加しているものにその内容をたずねると「よく充実している」と答えたものが24%、「ふつうだ」というのが62%となっている。全体としてまあ普通だ、という評価が与えられているわけであるが、

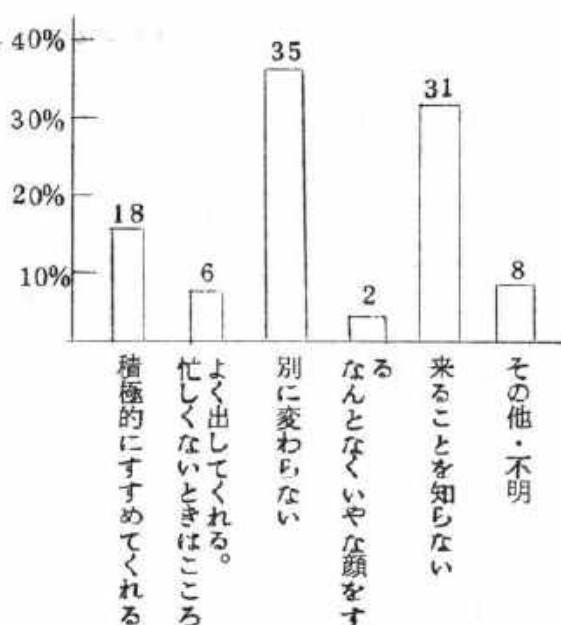
図3. ホームでのクラブ活動

	<参加している>		<参加していない>		不明
参加有無	46%		48%		6%
内容評価	<ふつうだ>				不明・その他
	24%	62%	12%	3%	
参加していない理由					
		7%	53%	17%	5%
		ホーム以外加入	時間的余裕がない。	適切なクラブがない	技術水準高すぎる
					不明・その他
					18%

今少し高い評価が与えられることが望ましい。一方、参加していないものに、参加していない理由をたずねると、「時間的な余裕がない」という答が一番多く、53%を占めている。次いで、「適当なクラブがない」という答が多くなっている。ホーム利用の可否が、時間的余裕の有無と重大な関係があることについてはすでに述べたところであるが、現在ホームを利用している人たちでも、時間的な余裕という点で悩んでいることが予想されるのである。

すでに述べたように、ホームの利用には事業主の理解ということが不可欠の条件なのであるが、その点について利用者にたずねた結果が図4に示した通りである。これによると、ホーム利用を「積極的に進めてくれる」

図4. ホーム利用に対する事業主態度



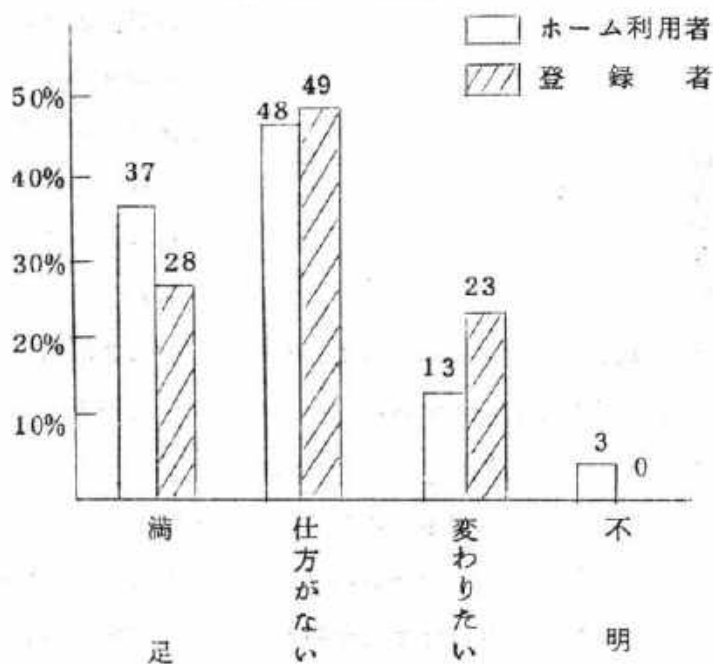
のは18%しかなく、「別に変わりたい」と「来ることを知らない」というのが多くなっている。ホームへの登録が事業主の了解を経ておこなわれていることを考えると、「来ることを知らない」という回答が多いことは予想外であるが、これは一度登録したら、あとは無関心である、ということであろう。いずれにしても、事業主の態度は一言でいえば、無関心ということであろう。ただ、「なんとなくいやな顔をする」という回答が

2%しかなかったということは、消極的な形ではあるがホーム利用にある程度の理解を示していると見ることもできる。もっとも、この質問は現在

ホームを利用している人びとを対象にしておこなったものであるので、理解度の低い事業主の下に働く若年勤労者は利用者のなかにもともと含まれていないこともあり得るということは注意しておかなければならない。

余暇活動に対してはあまり事業主からは関与されたくない、とする気持も若年勤労者には多いと思われるが、その意味からすれば、ホームにでかけることを妨害だけはしない、という事業主の態度が一番望ましいとも

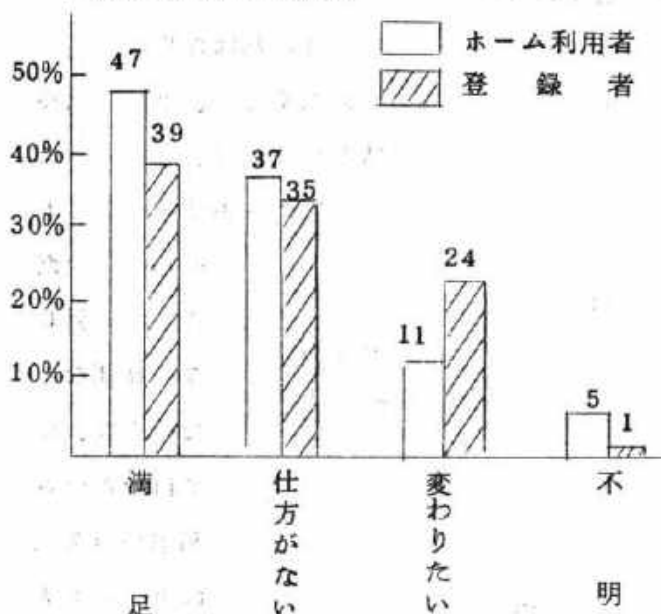
図 5. 勤め先への満足



いえる。ただここで注目しなければならないのは、従業員のホーム利用が事業主にとっても大きなメリットを生んでいるという点である。それを図5、図6、図7を参照しながら検討しよう。図5は勤め先への満足

度を利用者と登録者で比較したものである。勤め先に対しては両者とも「満足ではないが仕方がない」という意見が半数近くを占めているのであるが、「満足」という答で利用者の方が登録者より多いことを考えると、全体的に利用者の方が勤務先に対する満足感が高いと見ることができる。勤務先に満足しているからホームをよく利用するのか、ホームをよく利用

図6 仕事への満足

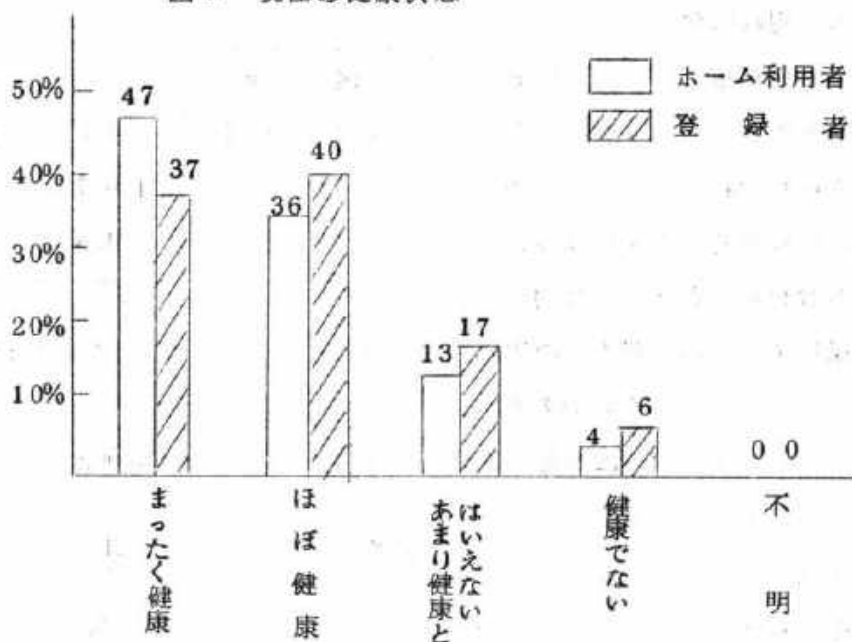


し充実した余暇生活を送れるから、その結果として勤務先にも満足するようになるのか、どちらが原因でどちらが結果であるかということはここからは判定しにくい。ホームの利用者が登録者にくらべて勤務先への定着についてより安定しているという事実だけは明らかである。

勤務先という要素をはなれて、現在遂行している仕事そのものに対する満足度をたずねた結果が図6に示されている。この場合は、勤務先とはちがって「満足」と答えたものが両者とも第1位を占めている。中小企業では少人数であるということにおいて若年層にも比較的重要なポストや権限が与えられ、仕事のなかで自己の能力を充分に発揮する機会に恵まれているということが、この結果をもたらしたと考えられるが、この場合も、利用者の方がより満足度が高いことがわかるのである。

また図7から、現在の健康状態を見ても、ホーム利用者の方が健康的にすぐれていることが理解される。この場合も、健康上問題が多少あるので登録はしたけれども利用していないというものが登録者の中に含まれている結果と理解することもできるが、同時にホームを利用してのスポーツ活動や野外活動が利用者の健康増進に寄与した結果であるとも理解し得るのである。こうした点からホームの利用が事業主にとっても好結果を生むことが充分予想されるのであり、支持の仕方についてはさまざまな方法はあるが、ホーム利用に対する積極的な支持が期待

図 7. 現在の健康状態



されるところである。

4. ホーム運営方法と利用者

勤労青少年ホームの存在が中小企業に働く若い青少年にとって有意義なものであることはいうまでもないが、ここではそれが今以上に有意義に運用されることを目標にして、勤労青少年ホームの運営についての利用する側の意見を分析してみよう。

中小企業労働者が時間的なゆとり恵まれず、それが青少年ホームの利用に大きな障害となっていることについてはすでに述べてきたところであるが、この問題は現在多くのホームでおこなわれている9時閉館に対する不満となつてあらわれていることが予想される。そこで閉館時間に対する意見を求めた結果が表7に示したとおりである。これによると、閉館時間に対しては大多数のものが、「適当である」と答えていて、不満はあらわれてはいない。たしかにホーム職員の勤務時間から考えても、また青少年

の帰宅時間の関係からみても、現状において多くのホームが採用している午後9時閉館という線は妥当であるかも知れない。閉館時間の延長を考えるならば職員の数を増大させて交替制を

表7 閉館時間

(単位：%)

区 分	利用者	登録者
適当である	84.5	74.1
早すぎる	10.7	24.7
不明・その他	4.8	1.2

採用するとか、利用者の宿泊施設を考慮するとかの抜本的な対策をとることが必要とされるのである。

閉館時間と同時に開館日を増やして欲しいという声もまたよく聞く。そこで開館日に対する

意見を表8より考

表8 開館日

(単位：%)

えてみたい。この場合も閉館時間と同じように多くの人が「現在のままでよい」と答えている。とくに利用

区 分	利用者	登録者
現在のままでよい	86.1	69.5
休館日を少なくしてほしい	8.7	19.5
休館日を別の曜日にしてほしい	1.2	2.4
不 明 ・ そ の 他	4.0	8.5

者では86%のものが「現在のままでよい」と答えており、現状を支持している。ただ、それに比べると登録者は70%弱であって「休館日を少なくしてほしい」というものが20%近くいる。現在では休館日は多くのホームで週1回であるから、休館日を少なくということは事実上年中無休ということであり、この場合も閉館時間の問題と同じように抜本的な対策を伴ってはじめて解決される問題なのである。

次に、表9より、ホームの規則や利用手続きに関する意見をみると「現在のままでよい」とする答は、利用者で86%、登録者で81%と、大多数の者がそれを支持している。「すこしきびしすぎる」という答は利

表9 ホームの規則・利用手続き

(単位:%)

区 分	利用者	登録者
現在のままでよい	86.1	80.5
もっときびしくすべきだ	1.2	2.4
すこしきびしすぎる	9.5	11.0
不明・その他	3.2	6.1

用者で10%、登録者で11%であり、それ程多くはない。以上の結果を総合すると、現在勤労青少年ホームが採用している運営方法については多くのものがそ

れを支持し、不満はそれ程もたれてはいないということが理解された。しかし、それにもかかわらず、利用者と登録者の間にはかなりの差異があり、また登録もしていない多くの中小企業若年勤労者がこの他に存在していることを考えると、運営方法についてはもっと新しい魅力ある方策を打ち出すことの必要性も痛感されるのである。

表10. 旅行をする際、現地勤労青少年ホーム利用者との交流案

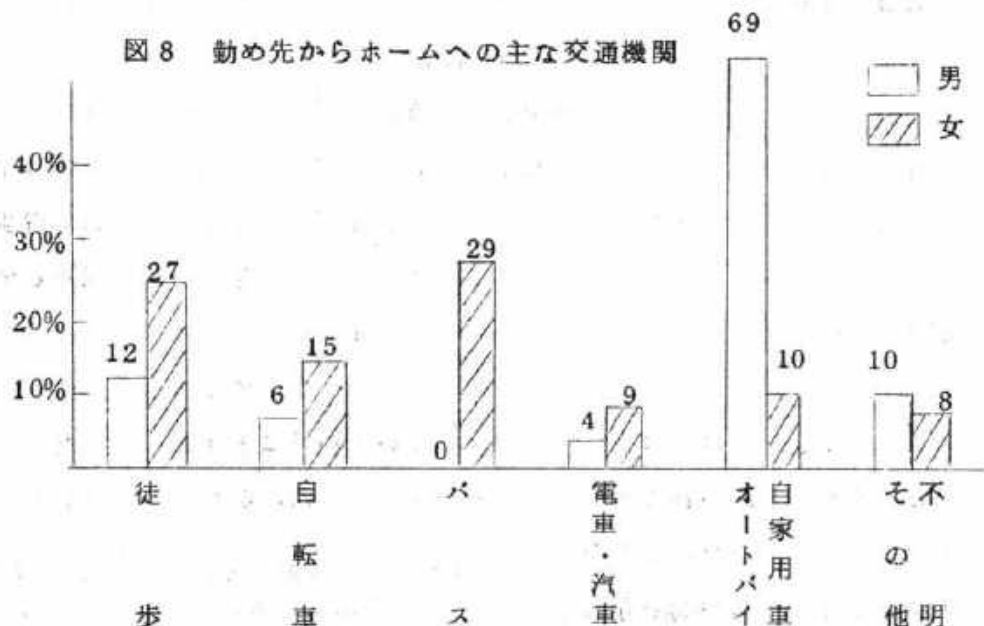
区 分	利用者	登録者
さんせい	88.9	89.0
はんたい	4.0	6.1
不明・その他	7.1	4.9

そこで、その1つの方策とし

て、試験的に「旅行をする際、現地勤労青少年ホームをたずね、そこを利用している人びとと交流できるシステムについてどう思うか」をたずねてみた。この結果は表10に示すとおりであるが、大多数のものから支持を得ていることが理解される。しかも利用者と登録者も同じような高い比率でそれを支持している。こうしたことから、この方策がとれるならば、登録者にホーム利用の機会を与えることにもなるのである。そしてもしホームに宿泊施設が完備されるならば、この方策は一層充実したものになるであろう。

ホーム運営上注目しなければならないこととして、利用者の交通機関の問題がある。図8はホーム利用者を男女別にみたとき、どんな交通機関で

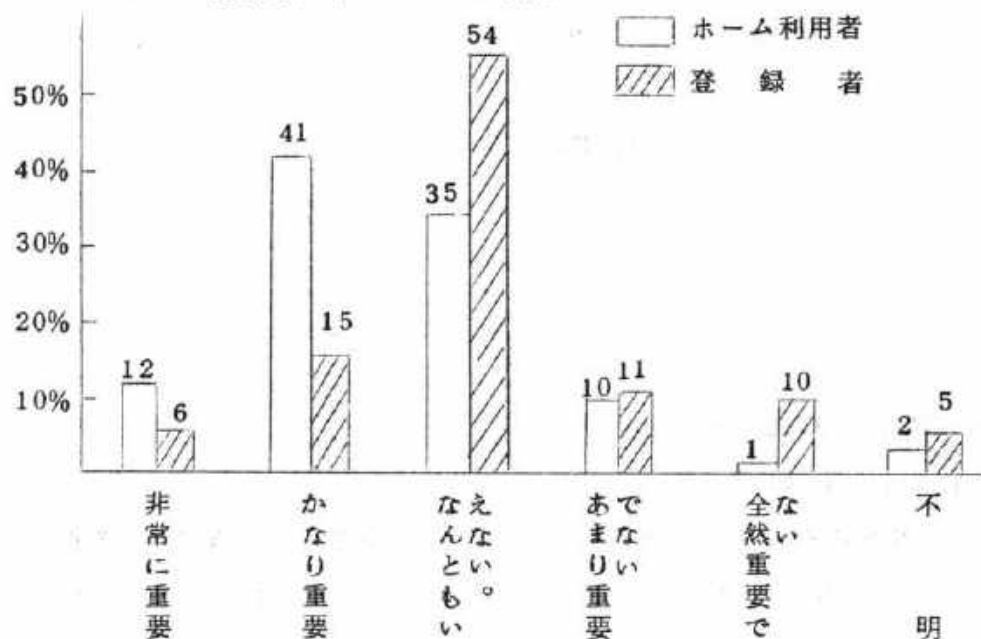
図 8 勤め先からホームへの主な交通機関



やってくるのかをみたものである。ここで注目されるのは、男子と女子とでは交通機関がまったく異なるということである。すなわち、男子では自家用車またはオートバイを利用してくるものが圧倒的に多く、69%に達している。このことは、勤労青少年ホームには駐車場の完備が不可欠の条件であることを示している。それに対して女子は、バスを利用して来館しているものが1番多く、29%に達し、それに次いで徒歩27%、自転車15%となっている。

ホームの運営方法をめぐっての利用者の見解を中心に述べてきたのであるが、最後に、勤労青少年ホームが利用者あるいは登録者にとって、どれ程重要なものとして考えられているかを図9から検討し、まとめしよう。ホーム利用者の場合は、「非常に重要」と考える層と「かなり重要」と考える層の合計が53%となり、ホームはかなり重要なものとして考えられていることがわかる。それに対して登録者では、「なんともいえない」と答えた層が54%と圧倒的に多くなっている。この層を1日も早く「重要」

図9 勤労青少年ホームの重要性



だと考える層に転化させる方策が何よりも大切であろうと考える。

Ⅱ 勤労青少年ホーム、および類似施設の現状分析といくつかの提案

—施設設計者の立場から—

富 田 玲 子

象設計集団代表

1. 実地調査の結果（表1参照）

(1) 市川市勤労青少年ホーム

市内の製造業に従事する青少年が中心に利用している施設であるが、利用者数は年々下降線をたどっている。この原因として考えられるのは第1に体育施設が不十分なことである。青少年、とくに男子は、仕事のあと思いきりあせを流す場所を求めていることは、アンケートの結果にもはっきりでている。第2に国電の駅から徒歩10分という立地の問題もある。日常生活圏内の平日余暇施設にとって「近づきやすさ」は重大な条件である。第3に、敷地がせまいために建物のまわりに空地がないこと。「いこいの場」をつくるためには、緑や空地が必要である。

このホームには勤労福祉会館が隣接していて、運営上は2棟が一体になっている。そしてホームの各部屋も貸室になっていて、昼間一般に開放している。このことは、施設利用の効率を高める意味で、非常にすぐれた方法だと考えられる。一般にホームは主に休日と夜間に利用されるのだから、あいた時間の利用方法については十分検討する必要があるのではないか。

(2) 浜松市立勤労青少年ホーム

このホームでは表1からわかるように登録者および利用者の数が非常に多い。これはひとつにホームの運営者が利用者の事業主との強い結

びつきをはかっている姿勢に原因があると思われる。また、事業内容についても指導者が非常に意欲的であり、クラブ活動を中心に、活気が感じられる。これらは運営費の問題に大いに関係があるだろう。

多数の利用者が1日のうちの一定の時間帯に集中し、施設は足りないくらいになっており、反面、他の時間はがらあきになっているが、これは前述のように重大な問題である。

「近づきやすさ」と、緑や空地の点でも、このホームはすぐれている。バス停から歩いて1分の距離にあって便利であるし、また、公園の敷地の中にあり樹木は豊かでテニスコートを見下すこともでき、いこいの場所としての魅力をそなえている。

建物の内容の面で体育室が3階にあって、その振動を下につたえないための手段が十分でないという苦情、次に、クラブ活動がさかんなために小集会室をたくさんほしいという要望がでている。市川のホームは講習会が中心であり、このホームはクラブ活動が中心であるというように活動状況はホームによってことなるから、それに対応した設計が必要である。企画の段階でそれを把握することはむずかしいことではあるが、運営者と利用者と設計者がその段階で会合を重ね、ある方向をうち出すことは可能であろう。その点で、同じ浜松市立の青少年の家は、かつて木造のバラックであったが、それを利用していた青年達が、改築を市長に要望し、設計者と打合せを重ね他の施設に見学にいたりして、5年がかりで昭和44年にできあがったものである。

(3) 横浜市勤労青少年ホーム

これは今回の調査の対象には含まれていないが、規模の点で極端に大きい例としてとりあげてみた。表1でわかるように他のホームとくらべてとびぬけて大きい。各種の部屋が配置されているが、利用状況を調べてみると、講習会の時は盛況を呈するが、ふだんは使われない部屋もあり、特に昼間は無人の大やかたの感がある。個人がふらっときて出合

う場というには大きすぎ、とりすましている。やはり広さの限度というものがありそうである。100万人以上の大阪、北九州その他の都市では、大きいホームひとつではなく、中から小のホームをいくつか設置している。これには広さの問題と同時に利用圏の問題も含まれていると考えられる。

A事業所のデータを並べてみたのは公共施設と大企業内施設が、利用可能な1人1人について、どれだけけちがいの投資をしているか比較するためである。

2. アンケートの結果

(1) 公共施設への期待

全体対象者共通事項の13において、「1つの会社では余暇施設の充実や指導には限界がある。だから国や自治体が余暇施設の充実やその指導に努力すべきだ」という意見が多いことがわかった。これは今後公共施設の充実を推し進めていく上でのひとつの重大な出発点になるだろう。

(2) 利用圏

会社からホームへの所要時間は51.6%が15分以内、82.6%が30分以内、ホームから家までのそれは、42.9%が15分以内、78.6%が30分以内である。交通機関は、男子は70%近くが車またはオートバイ、女子は約70%が徒歩か自転車かバスを利用している。15分から30分という時間距離は、今後施設の配置を考える上での指針になるであろう。

(3) 建物について

部屋の広さ、数については「ふつう」と答えるものが半数近く、次が「せまい」「少ない」であった。備品、室温、使いよさについては、「ふつう」が半数をこえ、次が「よい」であった。体育施設としてのホールについては、男子では70%、女子では64%が「せまい」と答えてい

る。ほしい場所については67%が、ほしくない場所については、88%が「ない」と言っている。屋外体育施設に関しては「現状のままでよい」が36%、「不十分」が32%となっている。体育施設にはほとんどのものが不満をもっているようであるが、他のものについては、ひどい不満はないようである。中身が充実していれば容器はあまり問題ではないということなのか、利用者自身の職場環境や住居とくらべればまあまあだというのか、今回の調査の項目だけからはくみとれない。私は、また機会があれば環境認識の調査をやってみたいと思っている。たとえば

ホームの建物を	{	美しいと思いますか
		楽しいと思いますか
		居心地よいと思いますか
		魅力があると思いますか
		活気があると思いますか

あなたの職場を { (同 上)

住居を { (・)

町 を { (・)

道 路 { (・)

公共施設を { (・)

3. 勤労青少年ホームの現状分析といくつかの提案

1、2、で具体的な調査について述べたが、ここでは、それらを含めて一般的な問題としてまとめてみたい。

(1) ホームの良い面

- 個人がいつでも利用できること。

このことは都市の側から考えてみるならば、次の意味で重要である。都市内部の人の動きには、住居－職場といった目的をもち、最短きよ

りをいく定常流と、よどんでは流れ、行ってもどるブラウン運動が含まれるが、ブラウン運動こそ都市らしさの本質である。しかしこの運動は「出会いの空間」を媒介にしていかなないとたんなる無秩序におわってしまう。ホームは「出会いの空間」つまりブラウン運動における拠点になる可能性を大いに持っていると言える。

一方利用する青少年側から考えてみると、いつでもふっと利用できるホームは職場の組織や階級からの解放の場、限られた内容の仕事からの解放の場、新しい創造の場、出会いの場となる可能性をもっている。ただし出会いの場となるには、前述のように「近づきやすさ」が条件になる。

(2) ホームの問題点および提案

・ 利用の効率が悪い

ピーク時とがらすき時の問題を検討し効率よく利用する方法を考えなければならない。

・ 年令制限がある

公共施設は原則としてだれでも使えるものである。施設毎に利用者を想定し、個性を持たせることは必要であるが、それらの人々を優先させるというだけにとどめ、その他の希望者もできるだけ利用できるようにする方がよいと思われる。(年はとったが気は若いという人のために)

・ 身障者への配慮が欠けている

公共施設はだれでも使えるもの、健康な人もそうでない人も。建物にだけでなく町全体にそういう配慮がなされなければもちろんいけないが、まず公共施設が先頭になってそういう配慮をしてほしいもの。

・ ホームの設置基準がこまかすぎる

講習室、集会室、料理室……などそろえればそれにこしたことはないが、予算が限られている場合、中途半端な部屋をいくつもとるよ

り、どれかに重点をおいて充実した方がよい。空地に木を植えベンチをおくことから始めてもよい。ホームをつくろうという盛りあがりに対しては規制をもうけるべきではない。

- 。 全国各地のホームが似たような冷たい顔をしている。

これはホームに限らずどの公共施設にも共通な現象である。そこには血のかよわない無機的なうさんくさいにおいが流れている。これは国や地方公共団体の施策として上からおしつけるといった色彩が強いからではないか。建物がまず建ち、それから運営者を決め、利用者を集めるのではなく、施設の直接の運営者利用者がまず決まり、その人たちの話合いの中から建物が生まれるのでなければ生き生きしたその場所にふさわしい夢のあるものはできないであろう。

- 。 建物だけでなく周囲の環境も整備しよう。

多くの場合、建物を建てるのがせいっぱいというのが現状であるが、内外をととのえてはじめて施設は完成する。公共施設がたつことによって緑がへり、ごみがふえるのでは困る。公共施設を建てる場合、敷地の何%は残し、木を何本植えるなどの規準があってもよいはずだ。

- 。 体育施設を十分なものにしよう。

アンケートでもこのことが一番のぞまれていることである。敷地が取得困難なおりから、むずかしいことであるが、正規な競技ができるものがほしいものである。

- 。 思いきり音を出せる場所がほしい

遮音を充分にして気がねなく大きな音や声を出すこと。これは精神衛生の点から重要である。

以上をまとめてみると、若い人達の交流の場、創造の場、いこいの場、夢を育てる場にふさわしい、豊かな空間を用意しようということになるのではないだろうか。

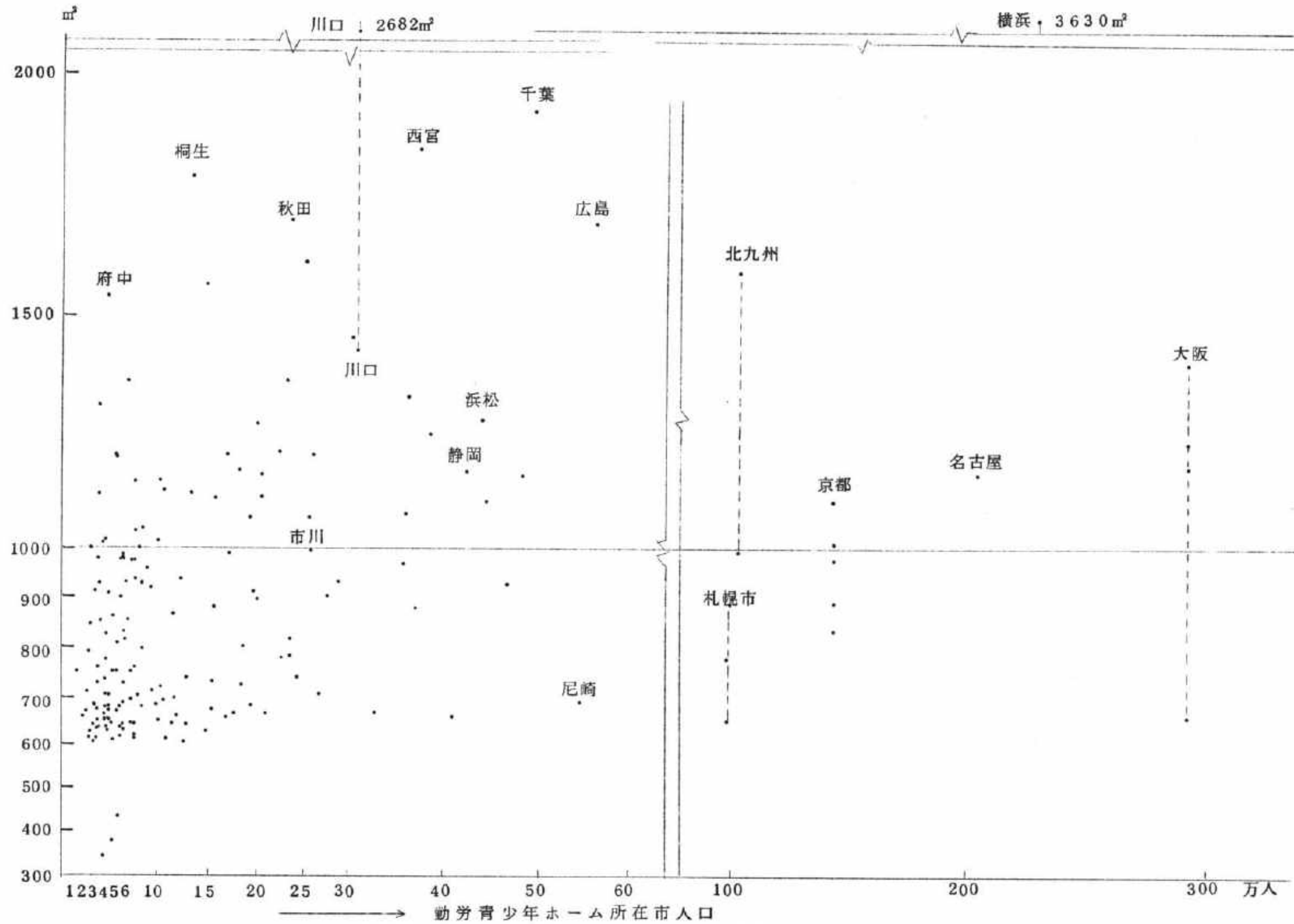
表 1. 3つの勤労青少年ホームと1つの企業内厚生施設の概要

施設名	市川市勤労 青少年ホーム	浜松市立勤労 青少年ホーム	A製造株式会 社 厚生施設	横浜市勤労 青少年ホーム
所在市人口	258,298人	438,939人	258,298人	2,276,850人
潜在利用者	30,000	39,000	15,000 (全従業員)	290,000
登録者	493	5,180		
年間利用者	11,100	100,000		
日間利用者	37	336		
建築面積	996.5m ²	1278m ²	厚生会館 5	3630m ²
延床面積	750		グラウンド 3	600
敷地面積	1398	3000 (公園地)	プール 1	1104
けんぺい率	71%		ボーリング 3レ ーン	54.3%
建設費	37,000,000円	46,600,000円	武道場	
延床面積 潜在利用者	0.033m ² /人	0.033m ² /人	診療所	303,000,000円
延床面積 日間利用者	26.8	3.8		0.013m ² /人
建設費 潜在利用者	1,200円	1,200円		
年間運営費	5,960,000円 (福祉会館も含む)	19,230,000円	36,000,000円	17,340,000円
設 立	昭和40年	昭和39年		昭和45年

図 2.

勤労青少年ホーム建築規模分布

勤労青少年ホーム延床面積



資料 労働省婦人少年局「勤労青少年ホーム設置概要」(昭和47年10月)

Ⅲ 中小企業労働者と余暇

鈴木 春 男

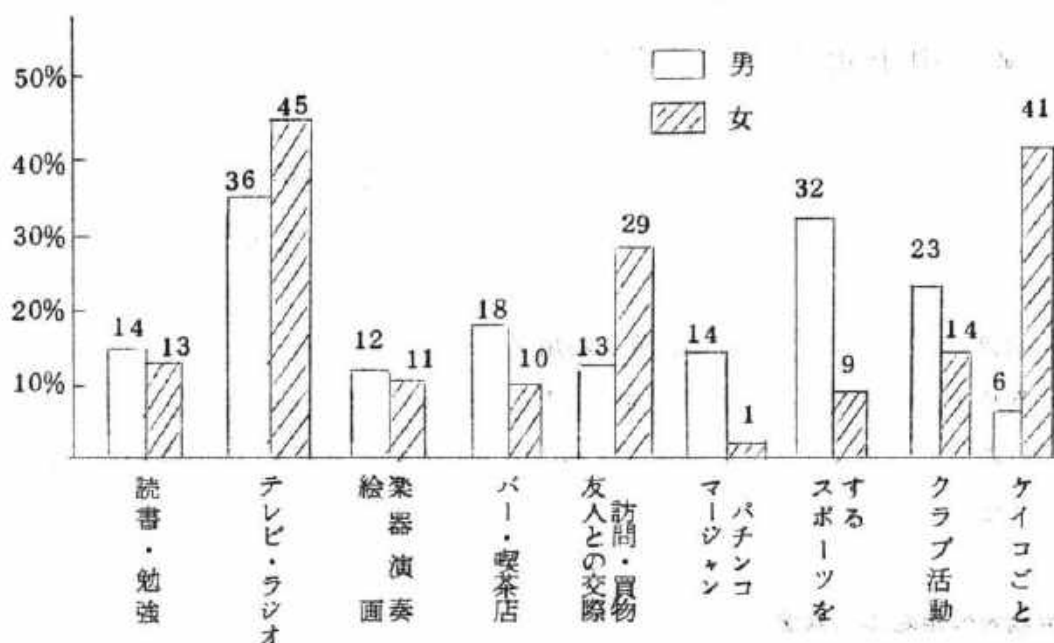
千葉大学教養部助教授

前記Ⅰでは、勤労青少年ホームを中心に、その利用者の特性、利用状況、運営方法に対する利用者の見解などについて触れてきたのであるが、本章では勤労青少年ホームとの関連の下に、中小企業労働者の余暇という問題を総合的にとらえてみたいと思う。

1. 中小企業労働者の余暇消費状況

中小企業労働者が余暇時間に恵まれず、また余暇を楽しむ機会にも恵まれなかったことについてはすでに述べてきたところであり、そうした実情を改善するために、勤労青少年ホームの果たしてきた役割は実に大きいといわなければならない。こうした問題を検討するためにまず、利用者が平日の余暇をどのようにすごしているかを、図1から検討してみよう。まず、男子では「テレビやラジオを見たり聞いたりしてすごす」というのが36%で1番多く、それに次いで「スポーツをする」(32%)、さらに「クラブ活動をする」(23%)となっている。こうしたホーム利用者の余暇のすごし方を、昨年11月に実施した一般の中小企業労働者に対する調査(甲府市において千葉大学社会学研究室実施)結果と比較すると、そこにはいくつかの特徴が見られる。一般の中小企業労働者の男子では「テレビラジオ」は71%も占めており、反対に「スポーツ」は11%しか占めていない。このことはホームの利用者が「テレビ・ラジオ」といった受動的な余暇を避け、「スポーツ」や「クラブ活動」など積極的な余暇を楽しむ

図1 平日の余暇活動（男女別利用者数）



注 多項目選択方式のため合計は100をこえる。

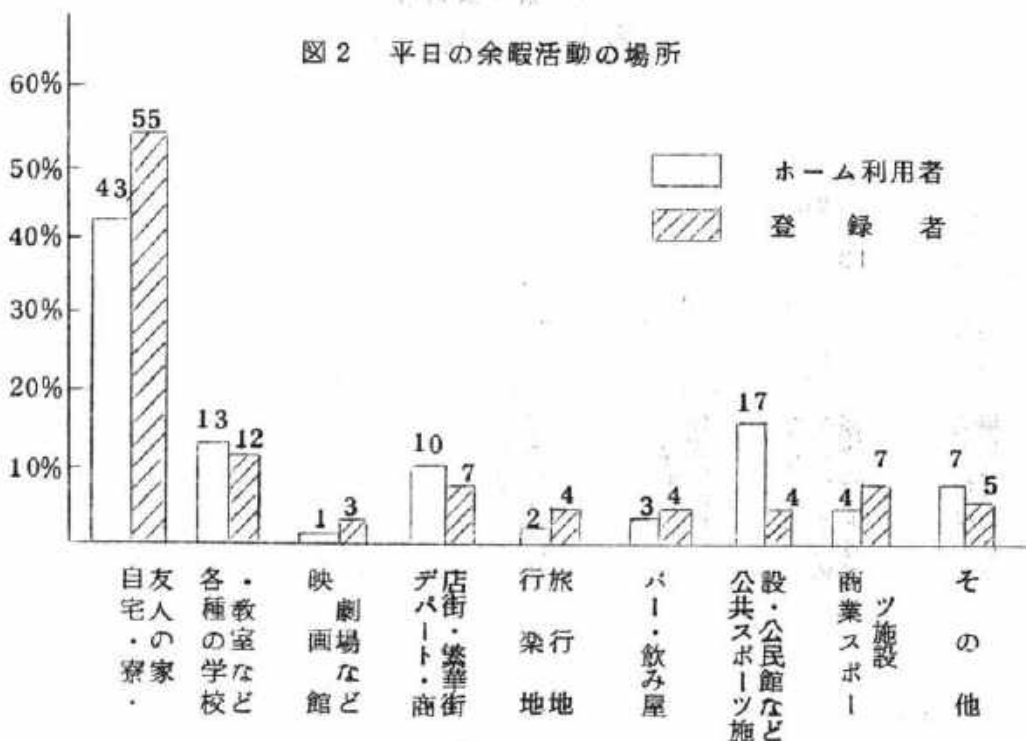
傾向の強いことを示している。このことはホームの存在が中小企業労働者の余暇に与えたメリットとして充分認識される必要がある。

同様のことは女子の場合についてもいえる。女子では「テレビ・ラジオ」がやはり1番多く45%、次いで、「ケイコごと」(41%)、「友人との交際・買物など……」(29%)などの順になっている。ところが、一般中小企業女子勤労者では、「テレビ・ラジオ」が78%と圧倒的に高く、逆に「ケイコごと」は27%と非常に低くなっている。男子と同じようにホーム利用者には積極的に余暇を楽しんでいこうという姿勢が見られるのである。

こうしたホーム利用者における余暇活動の積極化の方向は、余暇をどこですごすかという図2を検討すると、一層明らかになる。すなわち、ホームをよく利用する利用者と、登録者を比較すると、「自宅・寮・友人の家」

などで余暇を楽しむケースは、利用者、登録者とも多いが、しかし、利用者の場合は登録者よりもかなり低くなっており、家を出て外で楽しむ傾向

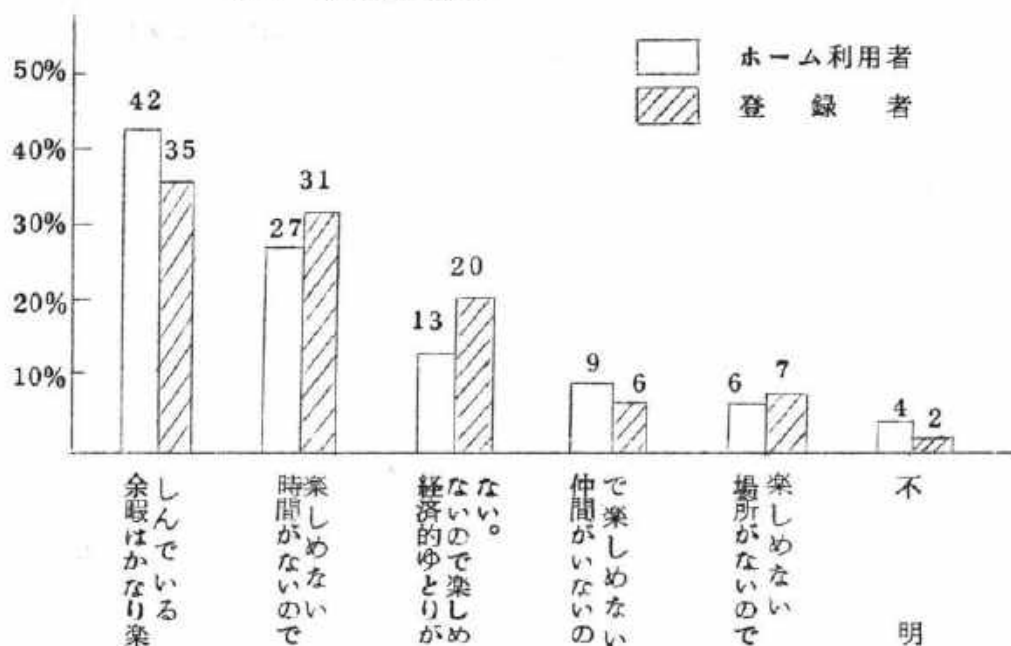
図2 平日の余暇活動の場所



の強いことを示している。とくに、公共スポーツ施設、公民館などの利用において登録者の4倍以上になっていることは、まさにホームの効用というべきであろう。

そうした余暇消費の積極化の方向は、余暇の消費意識にも反映する。図3は、余暇を楽しんでいると思うかという問に対する回答を利用者と登録者で比較したものであるが、一見してわかるように、ホーム利用者の方が「余暇をかなり楽しんでいる」という回答が多くなっている。登録者の方は逆に、「かなり楽しんでいる」という回答は35%しかないのであるが、楽しめない理由として、時間的なゆとりがないことを挙げるものが多い。このことは前にも触れたことではあるが、経済的なゆとりよりも時間的なゆとりを挙げていることが注目される。

図3 余暇消費状況



2. 余暇のあり方と中小企業

中小企業において余暇はどうあるべきかという問題を青少年ホームとの関連でとらえてこの章の終りとしよう。

先にもあげた勤め先への満足度と仕事への満足度を、第Ⅲ部で扱う事業所クラブ員調査の結果と比較してみたものが表1および表2である。

ここでわれわれは一つの重大な傾向に注目しなければならない。それは勤め先および仕事内容に対して、「満足している」という答が、中小企業の事業所内クラブ活動をしている人たちよりも男子に関しては利用者の方が高いということ、また女子においても仕事への満足度の方では高くなっているという事実である。すなわち、事業所内でクラブ活動を楽しむよりもむしろ事業所を離れて余暇を楽しみたいという気持が若い人たちには多く、それがこうした結果を生んだものと思われる。

このことは
余暇の消費意
識について事
業所クラブ員
とホーム利用
者を比較する
と一層はっき
りする。表3
はそれを示し

表1 勤め先への満足度

(単位：%)

区 分	ホ ー ム 利 用 者			事業所クラブ員		
	男	女	計	中小 企業	大企業	計
満足している	4 4	3 2	3 7	3 9	6 0	5 0
満足ではない が仕方がない	4 1	5 3	4 8	4 5	3 5	4 1
変 り た い	1 4	1 2	1 3	1 1	1	6
不 明	2	3	3	5	3	3

たものである
が、大企業労
働者よりも、
ホーム利用者
の方が「余暇
をかなり楽し
んでいる」と
いう回答が多
くなっている

表2 仕事への満足度

(単位：%)

区 分	ホ ー ム 利 用 者			事業所クラブ員		
	男	女	計	中小 企業	大企業	計
満足している	4 6	4 8	4 7	4 0	4 0	4 0
満足ではない が仕方がない	3 4	4 0	3 7	4 2	4 6	4 5
変 わ り た い	1 6	7	1 1	1 1	1 1	1 1
不 明	4	5	5	7	3	4

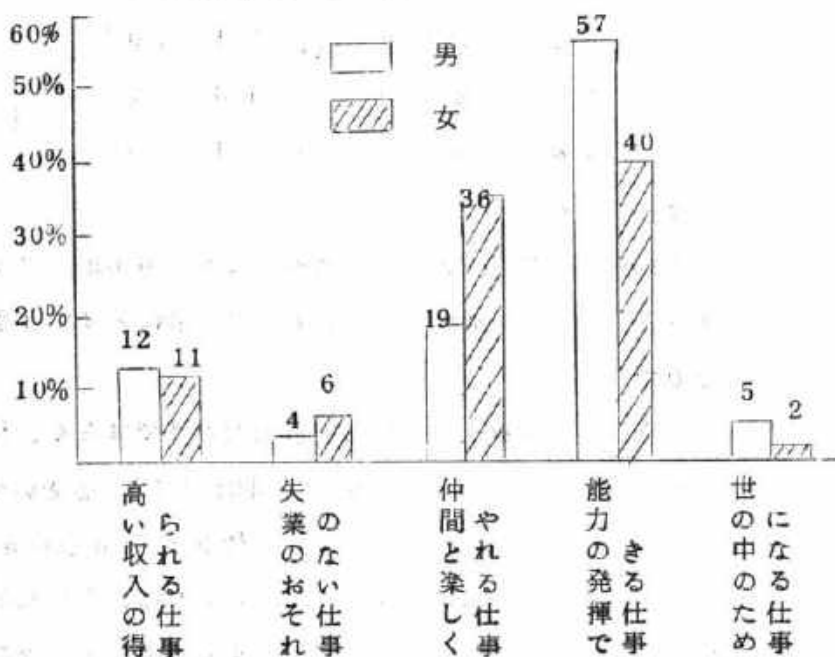
のである。事業所内のクラブ活動よりも、事業所をはなれ自由に楽しめる
ホーム内での余暇活動の方が、若い勤労者にとってはずっと充実したもの
なのであろう。

こうした自由を求める傾向は、余暇だけではなく、仕事あるいは労働
の場でも見られる。図4は、どんな種類の仕事を望むかという質問に対する回答で
あるが、男女とも「能力の発揮できる仕事」を望む声が高く、とくに男子
では57%と非常に高くなっている。これは、若い勤労者が自分の能力や
個性を自由に発揮したいという欲求を強くもっているためであろう。ただ、
現実の問題としては組織の中で遂行される仕事の場では個性を自由に発揮

表 3 余暇消費状況

区 分	ホーム利用者			事業所クラブ員		
	男	女	計	中小企業	大企業	計
かなり楽しんで いる	50	38	42	37	39	38
時間がないの で楽しめない	18	33	27	18	24	21
経済的ゆとりがない ので楽しめない	16	11	13	36	26	31
仲間がいない ので楽しめない	7	11	9	2	2	2
場所がないの で楽しめない	4	7	6	0	3	2
不明	5	0	4	7	5	7

図 4 望ましい仕事

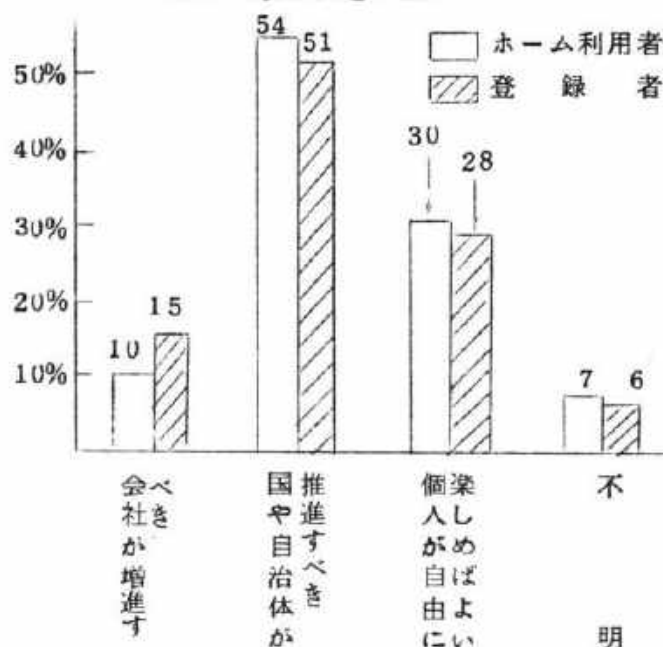


するということは事実上困難な問題がある。そこで人びとは少なくとも余暇の場では自由を求め、得られるように努力しようとはかるのである。その結果が、余暇を楽しむ場合はできるだけ企業の枠を離れ、ホームのような企業と直接関係のない場面でそれを楽しもうとするのである。

このことは、余暇が充実した形でもたれるようにするために、その推進のための中心はどこであるべきかという

問に対する回答をみると、「国や自治体が余暇施設の充実やその指導に努力すべきだ」という答が圧倒的に高くなっていることから明らかである。また、「余暇は自分で自由にやりたいことをやるところに意味がある」という答が三分の一弱存在するのであり、このことから考えても、企業の枠をはなれて余暇を楽しみたいという意識が非常に強いことが理解される。このことからしても、勤労青少年ホームの充実は、不可欠の条件であり、国および自治体の一層の積極的な姿勢が待たれるのである。(図5)

図5 余暇推進の主体



第 3 部

余暇と職場レクリエーション

—— 調査結果のまとめ ——

余暇と職場レクリエーション

江 橋 慎 四 郎

東京大学教育学部教授

1. は じ め に

第1部のIで述べたように、レクリエーション活動は職場を中心として展開されることも多い。特に大企業では、そのため施設を設けるばかりでなく、企業内でレクリエーション・リーダーを養成し、全従業員を対象とする多様なレクリエーション・プログラムを準備し、そして、広くは福利厚生の一環としてのレクリエーションのための諸施策を実施している。

本章では、これら全従業員を対象とする組織的なレクリエーションの実際について、大企業2社、中小企業2社について、事業所自体の職場レクリエーション全般についての諸施策、組織、施設の実際、さらに個々の体育および文化クラブの活動の実際、クラブ所属員の余暇活動の実際などにつき調査したので、以下、その調査結果の概要を述べることにする。

もちろん、この調査結果は、職場レクリエーションについての全般的調査でなく、対象の限定された事例調査であるので調査結果としては不十分であるが、しかし特に、クラブ所属員の余暇活動や意識についての調査結果は第二部で述べられている勤労青少年ホーム利用者の調査結果とあわせて参照されることによって、勤労青少年のレクリエーションの問題を考える上で若干の参考になり得るものとする次第である。

2. 事業所の調査

(I) 大企業の場合

A・B2社の大企業ではいずれも、昨年より週休2日制を実施し、それともなつて従来員のレクリエーションのためには、いっその配慮を払っている。

いずれも、企業自らで職場内レクリエーション活動のリーダー養成を行ない、文化、体育活動の組織をもち、また、レクリエーション行事として事業所または工場単位で運動会、旅行、社内大会などを行なっているが、特にB社では、単に従業員対象ばかりでなく、従業員の行なう音楽祭には従業員の家族さらには地域社会への住民にもサービスをしており、いわば地方都市での一大文化行事にまでなっているほどであり、従業員のレクリエーション活動（特に音楽の演奏会）が地域社会の住民と結びついて展開されていることは注目された。

また、B社は、従来の文・体組織の中でクラブのほかに、従業員のレクリエーション活動の多様化に対応して1人1人サークル運動を展開しており、したがって、同一種目においてもいくつものグループ、サークルのできることをすすめており、従来の体育・文化部がどうしても同好者中心になりがちなのをたいして、すべての従業員が何らかの同好グループサークルに所属して、何らかのレクリエーション活動を実施できるような方向へと一歩すすめており、この点も注目された。

しかし、一方、二・三の運動部については、対外競技を志向しており、企業それ自体もその強化に意を用い、その部活動のためには特別の予算的配慮も行なっている。もちろん、このように特定の運動部の強化をはかり、対外競技でよい成績をあげることは、従業員の意識の昂揚をはかり、企業のイメージを高める等々いろいろな利点もあるが、反面では、全従業員を対象とするレクリエーション活動のための費用とのバランス、さらには他の文化・体育部活動との格差などの問題もでてくるのであり、この点は、これからの職場レクリエーションのあり方として一つの課題となるであろう。

A社では、職場のレクリエーション活動の推進をはかるようになったのは比較的最近であり、まだ、社内的諸活動の充実に意をそそいでいる段階で、優秀選手を擁する部をもつまでにはなっていない。しかし、部活動が盛んになれば、当然、このような問題もでてくることが考えられるのであり、その時に、どのような方途をとってゆくべきかについての基本的考え方を確立しておく必要があるであろう。対外競技を志向する前にやはり、すべての従業員のレクリエーション活動の充実が実施されるべきであろう。

施設に関しては、A・B2社とも必ずしも十分な施設をもつ企業の部類には、はいらないといえる。したがって、両者とも公共施設の利用をはかっているが、施設の不足とその確保ということが両者とも最大の悩みとしていた。B社が週休2日制を日、月としたことも、休日を1日ずらせることによって、観光レジャーへの集中化からさけ得るのではないかと考えて実施しているとのことであったが、まだ、この点の長短については実施後1年に満たないので結論はでていないとのことであったが、これも注目される一つの方法であるといえよう。

また、B社では、社外の諸施設の利用の便に供するため利用し得るレクリエーション施設についてのパンフレットを作成しているが、このような情報の提供は、職場レクリエーションの推進のために、今後もっと重視されるべきことであろう。

(2) 中小企業の場合

中小企業であるC、D社はそれぞれ従業員302名、230名の規模であり、男子社員はいずれも80%を占めている。週休2日制に関しては、C社は週休2日制をとり入れているが、D社は週6日42時間で、週休2日制はとり入れていない。ただ平均給与では、C、D社いずれも大企業とほぼ同じで、他社と比較しても優れている。

企業規模は小さいのであるが、C、D社いずれも従業員のレクリエー

ション活動には相当の考慮を払っている。

すなわち、いずれも文化・体育組織をもって部活動を通じてのレクリエーションをすすめている。もちろん、従業員の数が少ないので部の数も少なく、体育関係5部前後、文化部関係3部前後ではあるが、組織率は大企業よりは高く、例えば、D社では約50%の者が何らかのクラブに参加している。この組織はC社では、会社側、組合側より委員を出して中立的な組織をつくって、その組織の中で文体活動の推進をはかっているが、D社では組合が中心で展開されており、この点はC社とD社とで異なっている。

また、全従業員を対象とするレクリエーション行事としては、運動会、旅行、慰安会などを行っており、これらの費用は、C社の場合は全額会社が負担をし、D社では会社、組合がそれぞれ半額を分担している。

これらの活動を行なう場所であるが、中・小企業の場合には、独自に施設をもつことは非常に困難であるが、C、D社いずれも企業規模に応じてこの面での努力を払っている。C社では、工場敷地内にバレーボール・コート1面、室内卓球場、投球練習場、娯楽室、写真現像用暗室等を用意しており、D社でも卓球台2台、柔道場を敷地内にもち、寮には娯楽室があり、そこに卓球台、読書室などを準備している。しかし、D社の場合には、工業用地内にあり、団地内に設けられている福祉施設（室内体育館—体育館のほかに集会室などの利用ができる）、総合運動場—野球場、テニスコート、バレーコートなど—を利用し得るので、施設に関しては恵まれているといえよう。

文・体活動の指導者については、C社ではレクリエーション専門委員会を設け、また、会社自体でレクリエーション指導者の養成を行なっている。D社では、会社が行なうことはしていないが、組合として2泊3日の宿泊研修を行なって、やはりリーダーとしての資質を高めることに努めている。

文・体活動に要する経費は、一部は従業員の会費、一部は会社側の助成金によっている。もちろん、大企業に比較すれば、額は少ないが、相当額を会社も負担してレクリエーション活動の推進につとめている。

C、D社共通している点は、いずれも工業用地内にあり、C社の場合はプログラムの面で団地内で共同して開かれる諸行事に参加できる利点を持ち、D社の場合は、前述のように団地内に設けられている施設を利用し、また福祉施設自体の主催するプログラムに参加し得る利点をもっている。

このように、中小企業の場合には、企業独自で、従業員のすべてのレクリエーションを準備しにくい面があるので、いくつかの企業が共同して、施設を設けたり、プログラムを考えたりすることが必要であり、職場レクリエーションの協同化を団地として、あるいは同業や系列企業で考えることは、これからの方向として考えられるであろう。

問題点としては、C社では会社の主催する計画に参加したがらず、また、部のほかにインフォーマルな同好会がつくられつつあり、多様な従業員のレクリエーション欲求にどう対処してゆくかをあげており、C・D社ともに施設の不足ということをあげており、これは、企業それ自体の問題としてではなく、やはり地域社会において、どうレクリエーション施設を準備してゆくのかの問題として考えられるべきであろう。やはり、勤労青少年ホームは、中小企業で働く青少年のための余暇利用施設としての役割をいっそう果すべきであり、さらに屋外運動施設をあわせもつ方向も考えられてよいであろう。

3. クラブの調査

以上のような大企業、中小企業それぞれの企業における職場レクリエーションの一般的な調査を背景にして、各企業における運動クラブ、文化クラブ各2、計18クラブの調査をしたので、その調査結果の概要をまとめると

表 1 企業別運動クラブの状況

区 分	大 企 業			中 小 企 業				
	A 社野球部	A 社卓球部	B 社硬式テニス	C 社卓球部	C 社バレー部	D 社野球部	D 社ボーリング部	
ク ラ ブ 員 数	110名	104名	88名	13名	11名	13名	21名	
会 費 (月額)	100円	100円	300円	300円	100円	800円	300円	
会社からの援助	150万(年間)	40万(年間)	16万(年間)	2万(年間)	8万(年間)	5万(年間)	1万5千円(年間)	
活 動 状 況	練習回数	4 回(週)	1~2回(週)	1 回(週)	2 回(週)	1 回(週)	2 回(週)	
	時間/1回当り	2 時間	6 時間	1 時間	2 時間	2 時間	3 時間	
	参加人員	30名	15名	30名	4 名	6 名	10名	16名
	総部員に対する比率	27%	13%	40%	30%	60%	80%	75%
	年間試合数	3回/年 社内大会2回 事業所内	1回/年 社内大会1回 事業所内	3回/年 練習会10回 公共施設	6回/年 社内施設	8回(年)	21回(年)	16回(年)
練習の場所	事業所内	事業所内	公共施設	社内施設	社内施設	企業用地内施設	商業施設	
合宿練習	20日/年	しない	6日/年			しない	しない	
指導者	クラブ員の中から	クラブ員の中から	クラブ員の中から	クラブ員の中から	クラブ員の中から	クラブ員の中から	クラブ員の中から	
事故発生	なし	なし	なし	なし	なし	なし	なし	
問題点	交替制勤務のため全員同時に参加できぬ	特になし	テニス・コートがない、会社の援助が少ない					

表1・2のとおりである。

(1) 運動クラブの場合

大企業と中小企業とでは、まずクラブ員数に大きな差があり、中小企業では漸くクラブとして必要な最低人員を確保しているにすぎない。また経費の面でも、個人の負担は、野球部を除き1人月額100円～300円であるが会社側の援助額には大きな開きがあり、このことは当然、活動状況に影響を及ぼしている。練習への参加者の割合は、大企業よりも中小企業の方がやや高くなっている。このことは、大企業ではクラブ員としての登録者は多くても実際に練習に参加する者が少なく、中小企業の場合には、クラブとしての活動をする上での最低人員がクラブ員であるため、そのほとんどすべての者が練習に参加している。合宿練習を行っているのも大企業のクラブのみであり、この点も大企業は恵まれているといえよう。指導者については、いずれもクラブ員の中から選ばれており、本調査の対象クラブでみる限りでは、クラブ員外の指導者を求めているクラブはなかった。

(2) 文化クラブの場合

文化クラブについての調査結果は表2に示すとおりであり、釣はスポーツであるから運動部にも含めても考えられるが、企業によっては文化趣味クラブとして、運動部のクラブとは別にしているのので、本調査では企業からの報告をそのまま生かして、文化関係クラブの中に入れて表を作成した。

文化クラブにおいても、大企業と中小企業とを比較する時、まずクラブ員数に大きな差があり、また、会社のクラブ活動にたいする援助額に大きな差のあることが注目される。

練習回数では週1回程度が多く、運動部クラブのそれに比すれば、やや少ないが、囲碁などはその手軽さもあって週3回と多く実施しているクラブもある。

指導者については、ほとんどのクラブは、クラブ員の中から選んでい

表 2 企業別文化クラブの状況

区 分	大 企 業		中 小 企 業			
	A社茶道クラブ	A 社 写 真 部	C社写真部	C 社 釣 り	D 社 囲 碁	D 社 釣 り
ク ラ ブ 員 数	69(女60 男 9)	20名(男17)	12名(男10)	18名(男)	15名(男)	33名(男)
会 費	100円	200円	200円	2,200円(月)	50円	300円
会社からの援助	60万円(年)	15万	1万2千円(年)	9万6千円(年)	1万2千円(年)	1万8千円(年)
活 動 状 況	練習回数	1回(週)	随 時	—	3 回	1 回
	1回当りの時間	1 時間	1 時間	—	1 時間	6 時間
	参加人員	10名	8 名	—	8 名	8～12名
	総部員に対する対外試合	14%	40%	—	50.7%	33%
	発表会	—	個人的に各種コンクール	—	社内大会年4回	—
	練習の場所	年1回社内	年1回社内	年2回社内	社外	社内
合 宿	なし	なし	なし	なし	なし	なし
指導者	クラブ員外に依頼	クラブ員の中から	クラブ員の中から	クラブ員の中から	クラブ員の中から	クラブ員の中から
事故	なし	なし	なし	なし	なし	なし
問題点	特になし	なし	専用の暗室のないこと	なし	活動の場所がせまい	年々釣り場がまれ 公害による水の汚 水により魚の減少 が著しい

るが、茶道の場合には外部から指導者を迎えており、会社からの援助はその講師の謝礼にあてられている。

クラブ員の年齢構成についてみると、運動クラブでは、その75%までは20歳台で占められているのにたいして、文化クラブでは30歳台40歳台の者も多く所属しており、釣りのクラブなどはむしろ30歳、40歳台のものが多く、文化活動は、比較的年齢に関係なく継続して行なわれているが、運動は、20歳台をすぎると急激に減少しており、40歳台の者は本調査に関する限りはみられなかった。青少年の時期に行なったスポーツ活動を将来もどのようにして継続実施してゆくことができるのかは、職場レクリエーションの一つの課題といえよう。

4. クラブ員についての調査

本調査では、クラブ活動への参加の程度、活動の効果やクラブのあり方などのほか余暇活動や余暇意識など、他の調査対象と共通の事項についても質問紙によって調査した。調査では、クラブ所属者ととともに、非加入者についても調査したが、ここでは、主としてクラブ活動実施者を、大企業中小企業にわけて考察してゆくことにする。なお、調査結果の全体については、巻末の集計票を参照されたい。

(1) 対象についての一般的事項

調査表は前述の大企業A・B、中小企業C・Dのクラブ活動実施者にたいして、それぞれの企業の厚生担当者を通じて配付され、それを回収集計したものである。したがって、本章3で述べられている体育・文化クラブに所属している者が調査対象であり、大企業のクラブ92名、中小企業のクラブ員89名についての調査結果である。

まず、男女別、年齢別を示すと表3のとおりである。

表3 調査対象の性別、年齢別、企業別構成

区 分		大 企 業		中 小 企 業	
性 別	男	57	62.0%	81	91.0%
	女	35	38.0	7	7.9
年 令 別	～19歳	24	26.1	3	3.4
	20～24	44	47.9	21	23.6
	25～29	14	15.2	22	24.7
	30歳～	6	6.5	42	47.2
計		92		89	

大企業では、約40%の女子が加入し、中小企業では僅か約8%しか女子が入っておらないが、これは、調査対象となった2つの企業がいずれも男子職員の割合がそれぞれ80%、90%を占めているためである。年齢構成では、大企業では20歳台以下が圧倒的に多く、中小企業では30歳台の者も多く加入しているが、これは、もちろん各企業の従業員の年齢構成も考慮に入れる必要があるが、大企業の場合にはやはりクラブ加入者は20歳台までで、それ以後はクラブから離れてゆく者が多いのにたいして、中小企業では、加入人員も少ないために年齢が高まっても継続実施していることを一面では示している。

以上のような年齢構成であるので、未婚・既婚別では、大企業のクラブ員は84.8%が未婚者であるのにたいして、中小企業では既婚者が56.2%となっており、既婚者でもなおクラブ活動を続けている者が多い。

職種別では、大企業、中小企業とも約50%の者が技能職であり、約30%が事務職で、いずれも作業職にある者も積極的にクラブ活動に参加していることを示している。

住居条件では、大企業の者では約55%が自宅、ついで30%の者が寮であるが、中小企業では自宅よりの通勤者は41.6%とやや少なくな

り、ついで下宿、アパート22.5%、寮12.4%となっており、寮よりも下宿、アパートからの通勤者が比較的多くなっている。

通勤時間では、大企業の者では82.6%が30分未満であり、さらに1時間未満の者15.2%で、大部分の者は通勤圏1時間以内である。中小企業では、30%未満の者は僅か4.4%、1時間未満の者37.1%、さらに1時間以上の者も19%もあり、住居条件、通勤条件の二つをあわせ考えてみると、大企業のクラブ員の方が中小企業のクラブ員よりも余暇活動の実施の条件に恵まれている。

健康状態についても、大企業では全く健康であると回答した者が67.4%、ほぼ健康であるとする者28.3%で、100%の者が健康状態良好であるのにたいして、中小企業では、全く健康であると回答した者36%と少なく、ほぼ健康であると回答した者45%、さらに、あまり健康でないと回答した者も14.6%も含まれており、この面においてもやや差のあることがうかがえる。

学歴では、大企業では高校卒が多く68.5%を占めているが中小企業では中卒33.7%、高校卒40%とほぼ同じ割合となっている。

収入の面では、大企業では4万円台、5万円台とする者がもっとも多いのにたいして、中小企業では8万円以上と回答した者が63%ともしっかりと多くなっているが、これは、前述の年齢構成から考えれば、うなずける点であり、収入の面では、両者にそれほど差はないといえよう。

勤続年数の面でも、前述の年齢構成を反映して、大企業では3年未満の者が約70%を占めているのにたいして、中小企業では7年以上の勤続年数の長い者も56%あり、中小企業の方がクラブ活動は継続して実施されている。

(2) クラブ活動への参加状況

クラブ活動の参加年数は、大企業では1年未満40%、1～3年の者43.5%で、3年以上となると16%と少なくなっている。これにたい

して、中小企業では1年未満は16.9%と少なく、1～3年25.8%、3～5年29.2%とふえ、さらに5年以上の者も22.5%おり、大企業とは著しい対象を示している。各クラブの所属人員は大企業の場合には加入しても多くとも1、2年、せいぜい3年位で退部してゆく者が多いのにたいして、中小企業の場合には、継続実施してゆく者の割合が多くなっている。すなわち、大企業のクラブは新陳代謝がはげしいのにたいして、中小企業の場合は定着率が高いといえるのであり、大企業のクラブとしては、この継続性をどう高めてゆくのか、その条件整備をどうはかってゆくのかという一つの課題をもっているといえよう。

クラブ入会の動機については、それぞれの活動が好きだからとする者が大企業で51.1%、中小企業で47.2%とそれぞれ第1位を占めているが、つぎの理由として大企業では健康増進のためとする者が16.3%であるのにたいして、中小企業では、気分転換、気ばらしのためとする者が22.5%であり、この点がやや異なっているが、全体として見た場合には、クラブ活動参加の動機は、この三つの理由によって占められている。

イ クラブ活動実施の状況とその効果

クラブ活動の実施の程度であるが、これは前述のクラブ調査でもみたように、週1回程度がもっとも多いのであるが、個人についてみると、その程度はさらに低くなっている。1日の仕事を終わって、職場のクラブ活動に参加することは、かならずしも容易なことではないが職場レクリエーションという観点からすれば、この参加率の向上ということが考えられねばならない問題であろう。

一回の練習時間は、2時間程度がもっとも多く、本調査では5時間と記入した者が大企業、中小企業でもそれぞれ約20%あったが、これは釣りクラブなどの各企業内では活動のできないクラブも含まれている結果からである。

次に、クラブ活動の影響で、まず、仕事に直接的な影響があるか否かについては、別に何も無いとする者、大企業で65.7%、中小企業で61.8%と、それぞれ半数以上の者は影響はないとしている。よい影響があるとする者は大企業では19.6%、中小企業で28.1%であり、逆にさわりがあるとする者はほとんどない。もちろん、クラブ活動実施の程度との関係を考慮しなければならないが、1週1、2回の程度では仕事に影響はないといえよう。

クラブ活動を行なうことの自らへの効果については、大企業では、身体の健康によいと回答した者38%、よい仲間が得られるとした者が19.6%であるのにたいして、中小企業では、人間関係の改善25.8%、気晴らしによいと回答した者18%、そして身体の健康によいと回答した者は第3位で14.6%となっており、ここにも、大企業と中小企業とでやや差を認めることができるが、この点は、なお労働条件、生活条件との関係での細かい考察を必要とする。

ロ クラブ活動の運営について

現在のクラブ活動の運営について役員、会費、練習日数や方法の面から調査した。役員の選出方法については、普通とする者大企業、中小企業でそれぞれ60.9%、52.8%であり、よいとする者は31.5%、30.3%であるから、あまり問題はないようである。

活動の日数、活動の時間についても、ちょうどよいとする者が60%～80%である。しかし、長すぎるとする者より少なすぎると回答した者が大企業で28.3%、中小企業でも37.1%おり、クラブ員は週一回程度より多くを望んでいる者も相当数いることが明らかである。

活動の実施方法でもふつうとする者、それぞれ60.9%、53.9%であるが、あまりよくないとする者も15.2%、25.8%とあり、活動の日数とともに、活動の方法については、なお改善を必要とするのである。そして、会費の面でも安いと回答している者が大企業で35.9

％、中小企業34.8％おり、したがって、若干会費は値上げしても充実したクラブ活動を望んでいるクラブ員が相当数いるといえよう。

ハ クラブ活動のための施設

職場レクリエーションの推進をはかるためには、その活動を展開する場、施設は必要条件の一つである。この施設に関しては、大企業ではよいとする者10.9％、普通とする者54.3％であるのにたいし、よくないとする者も28.3％いる。中小企業では、良いとする者29.9％、ふつうとする者37.1％であるのにたいして、よくないとする者40.4％である。一般的には中小企業より大企業においてレクリエーション関係施設はよく整えられているので、このような結果がでてくるのは当然であるが、問題は、どのようなタイプの施設を、どこへ、誰が（企業自体か、協同でか、あるいは公共機関か）設けるのかは、なかなか簡単にはきめ難い点もある。しかし、レクリエーション施設の絶対数の少ないわが国では、新しい施設をつくることと共に、既存の施設の効果的利用方法についてなお検討を加える必要があろう。

ニ 事業所側の態度に対して

まず、資金の援助については、十分とする者、大企業で50.0％、少ないとする者38.0％にたいして、中小企業では十分とする者41.6％、少ないとする者52.8％で、中小企業で働く者は、なお、会社側の援助を期待している者が多い。しかし、本来、自覚的で自由なクラブに会社がどこまで資金の援助をするかは、なお検討する必要があり活動に要する費用の負担区分について明確にする必要があり、クラブ活動における自主・自律精神の確立ということが、職場レクリエーションの問題を考える一つの基本問題としてあるのではあるまいか。

施設の援助についても、大企業ではふつうとする者が47.8％、少ないとする者40.2％であり、中小企業ではふつうとする者32.6％、少ないとする者53.9％である。この点でも中小企業で働く人は大企

業の人と比較すれば恵まれていないのであるが、この点は、前述のように企業自体ですべてを解決し得るほどには企業規模は大きくないのであるから、協同化の方向あるいは地域社会における公共施設の利用などということが、なおいっそう検討されねばならないであろう。そして、一定規模以上の大企業では、やはり、そこで働く人々のレクリエーションという観点にたった施設の準備に、なお配慮を加えてゆく必要があろう。

(3) 自己の仕事・職場について

現在の仕事が機械を相手にした作業か否かについては、大企業では39%、中小企業では24.7%と必ずしも高い割合ではない。作業の内容では簡単な作業に従事する者が大企業では50%であり、中小企業では熟練を必要とするむずかしい作業に従事している者約60%と多くなっている。職場の男女比では、中小企業では男子が圧倒的に多い職場で働く者が多く、大企業では同じくらいの職場ではたらく者が34.8%、男性の多い職場の者52.2%となっている。

転社回数では、大企業では変えないと回答した者76.1%でもっとも多く、中小企業では変えない者38.2%にたいして、1回の者30%、2回の者12.4%とやや転職回数が多くなっている。

勤務先の満足度では、満足とする者はやはり大企業に多く、約60%の者が満足と回答しており、仕方がないとする者は34.8%である。しかし、中小企業では満足とする者の割合は低く39.3%であり、仕方がないとする者44.9%、変わりたいとする者11.2%であり、大企業に比し不満足としている者の割合が多い。

さらに、仕事の内容の満足度については、大企業、中小企業とも約40%の者は満足と回答しているが、仕方がないとする者もそれぞれ45.7%、41.6%おり、これは、それぞれの職場でどう解決してゆくのかの問題として存在しているということができよう。

そこで、現在どのような仕事を希望するか5つの項目の中から選択を求めたところ、大企業で働く者は、仲間と楽しく、能力を思いきり発揮できる仕事を第1位に選択した者がそれぞれ35.9%、33.7%おり、中小企業では能力の発揮できる仕事を第1位に選択した者40.4%、つぎに高い収入が得られる仕事を第1位に選択した者24.7%となっている。前述の、現在の仕事内容について必ずしも満足しておらず、このように自己の能力の発揮できる仕事を希望している者の割合が高いことをあわせ考えると、やはり仕事の面での若干の配慮が必要であることを示しているのではあるまいか。

(4) 余暇活動と余暇についての考え方

イ 旅 行

1泊以上の旅行については、すべての回答者がありと答え、1回と答えた者は大企業で43.5%、中小企業42.6%、したがって約60%の者は2回以上行っており、全体としてみても2回20.1%、3回12%となっている。旅行の相手は、職場の仲間と回答した者は大企業で50%、中小企業で22.5%であり、中小企業で働く者は、友人(16.9%)や家族(23.6%)と旅行する者の割合が多くなっている。

ロ 余暇利用の状態

クラブ所属員であるために、かなり楽しんでいるとする者が大企業で39.1%、中小企業でも37.1%であり、非加入者に比しその割合は高い。しかし、経済的ゆとりがないと回答した者が中小企業で36%、大企業でも26.1%おり、時間がないとする者が大企業で23.9%、中小企業でも18%もあり、レジャー時代とはいっても、このような基本的条件でなお改善を必要とする面もある。

余暇についての考え方では、大企業のクラブ所属者と中小企業のそれとではやや異なっている。「仕事は生活の手段であり、レジャーこ

「そ人間の生きがい」と回答した者は大企業で3%であるのに対して、中小企業は約54%もあり、したがって「仕事にうちこみ、なおレジャーを楽しみたい」とする者が大企業では30%であるのにたいして中小企業では16%と少なくなっている。大企業で働く者は仕事そのもののにの相当うちこんでいる者の割合が高く、中小企業ではややその割合が低くなり、したがって、仕事は生活の手段でレジャーを楽しみたいとする者の割合がやや多くなっている。

つぎに余暇推進の責任については、公共機関が施設の充実やその指導に努力すべきだとする回答を支持した者は、大企業で46.7%、中小企業で55.1%であり、会社が責任をもつべきだとする者は、それぞれ15.2%、6.7%にすぎない。ここにも、これからの職場レクリエーションの推進をはかってゆく上での役割と分担をなお検討してゆく必要が感ぜられる。(余暇活動の形態、相手、場所などについては紙数関係で省略する)

(5) その他の事項

現在の社会のしくみについては、現状肯定型は大企業で23.9%、中小企業で12.4%であるのにたいして、かなり修正を必要とする者はそれぞれ33.7%、47.1%であり、修正型が中小企業に多い。また、根本的に変えるとする者が中小企業では19%を占めており、ここでも職場レクリエーションの問題ばかりでなく、もっと基本的な対応においてどの層に重点をおくべきかの一端をうかがうことができる。

10年後の職場、企業規模、地位などについての質問については、わからないとする者がいずれの項目においても40～60%おり、現代青年は現実的であり、あまり将来のことは考えておらないとも見られるが、一面では、将来の方向さえも予測できぬ不安定な状態にあるのではないかとも考えられるのであり、これらの点については、なお、細かい検討を必要とするであろう。しかし、このような生活とか仕事にたいして確

たる態度が、青少年の余暇意識や余暇行動に反映してくるのであり、勤労青少年の職場を中心とするレクリエーションの問題が当面の焦点ではあっても、基本的には、これら青少年の労働やトータルとしての生活の諸条件との関係において把握してゆくことが必要なのである。

なお、調査結果の詳細については巻末の集計表を参照されたい。

資

料

1 勤労青少年余暇活動調査結果表

表 1

区 分		勤 労 青 少 年 ホ ー ム			
		登 録 者	利 用 者		
			男	女	計
計		82 (100.0) [%]	101 (100.0) [%]	150 (100.0) [%]	251 (100.0) [%]
性 別	男	29 (35.4)			
	女	53 (64.6)			
D . K		0			
年 令	～ 19才	26 (31.7)	13 (12.8)	20 (13.3)	33 (13.1)
	20～24才	52 (63.4)	70 (69.3)	125 (83.3)	195 (77.7)
	25～29才	3	18 (17.8)	3	21 (8.4)
	30～	0	0	2	2
	D . K	1	0	0	0
未 既 婚	未 婚				
	既 婚				
D . K					
職 業	事 務 員		23 (22.7)	83 (55.3)	106 (42.2)
	販 売 員		7 (6.9)	9 (6.0)	16 (6.4)
	運輸通信従事者		4	5 (3.3)	9 (3.6)
	技能工・生産工程作業者		54 (53.4)	20 (13.3)	74 (29.5)
	サービス職業従事者		3	0	3
	そ の 他		9 (8.9)	25 (16.6)	34 (13.5)
	D . K		1	8 (5.3)	9 (3.6)
住 居	自 宅	51 (62.2)	78 (77.2)	116 (77.3)	194 (77.3)
	社 宅	23 (28.0)	0	0	0 0
	寮	6 (7.3)	15 (13.8)	18 (12.0)	33 (13.1)
	下宿・アパート	2	7 (6.9)	13 (8.6)	20 (8.0)
	そ の 他	0	1	3	4
	D . K	0	0	0	0

(注1) 数が少ないため割合は算出せず

(注2) 小計に対する割合

シート

事業所				
クラブ員			クラブ活動 経験者	クラブ 未加入者
大企業	中小企業	計		
92 (100.0) [%]	89 (100.0) [%]	181 (100.0) [%]	(注1) 10	52 (100.0) [%]
57 (62.0)	81 (91.0)	138 (76.2)	2	40 (76.9)
35 (38.0)	7 (7.9)	42 (23.2)	8	11 (21.2)
0	1	1	0	1
24 (26.1)	3	27 (14.9)	1	6 (11.5)
44 (47.9)	21 (23.6)	65 (35.9)	5	12 (23.1)
14 (15.2)	22 (24.7)	36 (19.9)	3	6 (11.5)
6 (6.5)	42 (47.2)	48 (26.5)	1	24 (46.2)
4	1	5	0	4
78 (84.8)	34 (38.2)	112 (61.9)	9	22 (42.3)
14 (15.2)	50 (56.2)	64 (35.4)	1	21 (40.4)
0	5	5	0	9 (17.3)
25 (27.2)	24 (27.0)	49 (27.1)	9	15 (28.9)
1	0	1	0	0
0	3	3	0	0
45 (48.9)	43 (48.2)	88 (48.6)	0	23 (44.2)
1	1	2	0	3
18 (19.6)	15 (16.9)	33 (18.2)	1	7 (13.5)
2 (2.2)	3	5	0	4
50 (54.3)	37 (41.6)	87 (48.1)	8	31 (59.6)
6 (6.5)	3	9 (5.0)	0	3
29 (31.5)	11 (12.4)	40 (22.1)	0	5 (9.6)
5 (5.4)	20 (22.5)	25 (13.8)	1	6 (11.5)
2	13 (14.6)	15 (8.3)	1	5 (9.6)
0	5	5	0	2

表 1 フェイス・シートつづき

区 分		勤 労 青 少 年 ホ ー ム			
		登 録 者	利 用 者		
			男	女	計
通 勤	30分未満 30分～60分未満 1時間以上 D . K	%	%	%	%
健康状態	全く健康 ほぼ健康 あまり健康でない 健康でない 欠勤している D . K		46 (45.5) 39 (38.6) 13 (12.8) 3 0 0	73 (48.6) 51 (34.0) 19 (12.6) 7 (4.7) 0 0	119 (47.4) 90 (35.9) 32 (12.7) 10 (4.0) 0 0
学 歴	中 学 校 卒 高 等 学 校 卒 短大・高専卒 大 学 卒 D . K	36 (43.9) 44 (53.7) 3 (3.7) 1 0	24 (23.7) 60 (59.4) 2 14 (13.8) 1	34 (22.6) 102 (68.0) 12 (8.0) 2 0	58 (23.1) 162 (64.5) 14 (5.6) 16 (6.5) 1
収 入	3万円未満 3万円台 4万円台 5万円台 6万円台 7万円台 8万円台 D . K	3 18 (22.0) 21 (25.7) 22 (26.8) 3 4 0 10	2 7 (6.9) 20 (19.8) 29 (28.7) 25 (24.7) 7 (6.9) 4 7 (6.9)	2 26 (17.3) 85 (56.6) 19 (12.6) 3 0 3 12	4 33 (13.1) 105 (41.8) 48 (19.1) 28 (11.2) 7 (2.8) 7 (2.8) 19 (7.6)
勤続年数	1年未満 1年～3年未満 3 ～ 5 " 5 ～ 7 " 7年以上 D . K	19 (23.2) 27 (32.9) 18 (22.0) 11 (13.4) 5 2	10 (9.9) 31 (30.6) 26 (24.7) 18 (17.8) 15 (14.8) 1	19 (12.6) 67 (44.6) 32 (21.3) 18 (12.0) 8 (5.3) 6 (4.0)	29 (11.6) 98 (39.0) 58 (23.1) 36 (14.3) 23 (9.2) 7 (2.8)

表 1 フェイス・シート つづき

事業所				
クラブ員			クラブ活動 経験者	クラブ 未加入者
大企業	中小企業	計		
76 (82.6) [%]	39 (43.9) [%]	115 (63.5) [%]	5	21 (40.4) [%]
14 (15.2)	33 (37.1)	47 (26.0)	1	21 (40.4)
0	11 (12.4)	11 (6.1)	1	7 (13.5)
2	6 (6.6)	8 (4.4)	3	3
62 (67.4)	32 (36.0)	94 (51.9)	6	18 (34.6)
26 (28.3)	40 (44.9)	66 (36.5)	2	20 (38.5)
1	13 (14.6)	14 (7.7)	1	4
1	1 (1.1)	2	1	7 (13.5)
0	0	0	0	0
2	3	5	0	3
10 (10.9)	30 (33.7)	40 (22.1)	0	26 (50.0)
63 (68.5)	35 (39.3)	98 (54.1)	8	16 (30.8)
4	4	8 (4.1)	0	4
14 (15.2)	17 (19.1)	31 (17.1)	2	3
1	3	4	0	3
0	1	1	0	0
9 (9.8)	1	10 (5.5)	0	0
18 (19.6)	2	20 (11.0)	3	4
14 (15.2)	9 (10.1)	23 (12.7)	2	9 (17.3)
4	9 (10.1)	13 (7.2)	0	5
5	11 (12.4)	16 (8.8)	0	8 (15.4)
6 (6.5)	56 (63.0)	62 (34.3)	2	7 (13.5)
36 (39.1)	0	36 (18.9)	3	19 (36.5)
15 (16.3)	2	17 (9.4)	0	6 (11.5)
30 (32.6)	15 (16.9)	45 (24.9)	3	10 (19.2)
19 (20.7)	14 (15.7)	33 (18.2)	3	11 (21.2)
9 (9.8)	4	13 (7.2)	3	4
15 (16.3)	50 (56.2)	65 (35.9)	1	14 (26.9)
4	4	8 (4.4)	0	7 (13.5)

表 2 全

区 分			動 労 青 少 年 ホ ー ム			
			登 録 者	利 用 者		
				男	女	計
計			82 (100.0) [%]	101 (100.0) [%]	150 (100.0) [%]	251 (100.0) [%]
現在の仕事	機械作業	はい	32 (39.0)	38 (37.6)	35 (23.3)	73 (29.1)
		いいえ	39 (47.6)	46 (45.5)	101 (67.3)	147 (58.6)
		どちらともいえない	11 (13.4)	16 (15.8)	11 (7.3)	27 (10.8)
		D . K	0	1	3	4
	熟練性	かんたんな作業	31 (37.8)	23 (22.7)	72 (48.0)	95 (37.8)
		むずかしい作業	47 (57.3)	72 (71.2)	62 (41.3)	134 (53.4)
		D . K	4	6 (5.9)	16 (10.6)	22 (8.8)
職場男女比	男性が多い		47 (57.3)	81 (80.1)	52 (34.6)	133 (53.0)
	女性が多い		30 (36.6)	7 (6.9)	70 (46.6)	77 (30.7)
	両方同じくらい		5 (6.1)	12 (11.8)	24 (16.0)	36 (14.3)
	D . K		0	1	4	5
現在までの転社回数	変えない		53 (64.6)	55 (54.4)	93 (62.0)	148 (59.0)
	1	回	1	26 (25.7)	36 (24.0)	62 (24.7)
	2	回	18 (27.0)	5	12 (8.0)	17 (6.8)
	3	回	4	9 (8.9)	2	11 (4.4)
	4	回	2	2	1	3
	5	回	2	1	0	1
	D . K		2	3	6	9 (3.6)
現先の満足度	満足		23 (28.0)	44 (43.5)	48 (32.0)	92 (36.7)
	仕方がない		40 (48.8)	41 (40.5)	80 (53.3)	121 (48.2)
	変りたい		19 (23.2)	14 (13.8)	18 (12.0)	32 (12.7)
	D . K		0	2	4	6 (2.4)
仕事の満足度	満足		32 (39.0)	47 (56.4)	72 (48.0)	119 (47.4)
	仕方がない		29 (35.4)	34 (33.6)	60 (40.0)	94 (37.5)
	変りたい		20 (24.4)	16 (15.8)	11 (7.3)	27 (10.8)
	D . K		1	4	7 (4.7)	1 (0.4)

事業所				
クラブ員			クラブ活動 経験者	クラブ 未加入者
大企業	中小企業	計		
92 (100.0) [%]	89 (100.0) [%]	181 (100.0) [%]	10	52 (100.0) [%]
36 (39.1)	22 (24.7)	58 (31.5)	0	12 (23.1)
38 (41.3)	42 (47.2)	80 (44.0)	8	25 (48.1)
18 (19.6)	22 (24.7)	40 (22.3)	2	14 (26.9)
0	3	3	0	1
46 (50.0)	26 (29.2)	72 (39.2)	5	25 (48.1)
39 (42.4)	53 (59.6)	92 (51.1)	3	16 (30.8)
7 (7.6)	10 (11.2)	17 (9.2)	2	11 (21.2)
48 (52.2)	73 (82.0)	121 (66.9)	6	46 (88.5)
11 (12.0)	6 (6.7)	17 (9.2)	2	6 (11.5)
32 (34.8)	4	36 (19.6)	2	0
1	6 (6.7)	7 (3.9)	0	0
70 (76.1)	34 (38.2)	104 (57.5)	6	10 (19.2)
8 (8.7)	27 (30.3)	35 (19.3)	3	7 (13.5)
1	11 (12.4)	12 (6.6)	0	9 (17.3)
1	8 (9.0)	9 (5.0)	0	8 (15.4)
1	0	1	0	1
0	1	1	0	0
11 (12.0)	8	19 (10.5)	1	17 (32.7)
56 (60.0)	35 (39.3)	91 (49.5)	4	22 (42.3)
32 (34.8)	40 (44.9)	72 (40.8)	2	26 (50.0)
1	10 (11.2)	11 (6.0)	3	2
3	4	7 (3.9)	1	2
37 (40.2)	36 (40.4)	73 (39.7)	3	24 (46.2)
42 (45.7)	37 (41.6)	79 (44.7)	3	23 (44.2)
10 (10.9)	10 (11.2)	20 (10.9)	2	2
3	6 (6.7)	9 (5.0)	2	3

表 2 全対象者共通事項 つづき

区 分			動 労 青 少 年 ホ ー ム			
			登 録 者	利 用 者		
				男	女	計
希 望 す る 仕 事 順 位	高 収 入	1 位	18 (22.0) [%]	12 (11.8) [%]	17 (11.3) [%]	29 (11.6) [%]
		2 位	18 (22.0)	35 (34.6)	33 (22.0)	68 (27.1)
		3 位	21 (25.6)	21 (20.7)	47 (31.3)	68 (27.1)
		4 位	16 (19.5)	19 (19.8)	30 (20.0)	49 (19.5)
		5 位	6 (7.3)	11 (10.8)	16 (10.6)	27 (10.8)
		D . K	3	3	7 (4.7)	10 (4.0)
	失 業 の な い	1 位	4	4	9 (6.0)	13 (5.2)
		2 位	11 (13.4)	12 (11.8)	7 (4.7)	19 (7.6)
		3 位	7 (8.5)	14 (13.8)	16 (10.6)	30 (12.0)
		4 位	14 (17.1)	33 (32.6)	38 (25.3)	71 (28.3)
		5 位	43 (52.4)	35 (34.6)	73 (48.6)	108 (43.0)
		D . K	3	3	7 (4.7)	10 (4.0)
	仲 間 と 楽 し く	1 位	23 (28.0)	19 (18.8)	54 (36.0)	73 (29.1)
		2 位	21 (25.6)	27 (26.7)	46 (30.0)	73 (29.1)
		3 位	16 (19.5)	27 (26.7)	29 (19.3)	56 (22.3)
		4 位	12 (14.6)	18 (17.8)	7 (4.7)	25 (10.0)
		5 位	7 (8.5)	7 (6.9)	7 (4.7)	14 (5.6)
		D . K	3	3	7 (4.7)	10 (4.0)
	能 力 発 揮	1 位	33 (40.2)	58 (57.4)	60 (40.0)	118 (47.0)
		2 位	19 (23.2)	16 (15.8)	36 (24.0)	52 (20.7)
		3 位	17 (20.7)	15 (14.8)	28 (18.6)	43 (17.1)
		4 位	8 (9.7)	8 (7.9)	15 (10.0)	23 (9.2)
		5 位	2	1	4	5
		D . K	3	3	7 (4.7)	10 (4.0)
	世 の 中 の た め に な る	1 位	1	5 (4.9)	3	8 (3.2)
		2 位	10 (12.2)	8 (7.9)	21 (14.0)	29 (11.6)
		3 位	18 (22.0)	21 (20.7)	23 (15.3)	44 (17.5)
		4 位	29 (35.4)	20 (19.8)	53 (35.3)	73 (29.1)
		5 位	21 (25.6)	44 (43.5)	43 (28.6)	87 (34.7)
		D . K	3	3	7 (4.7)	10 (4.0)

表 2 全対象者共通事項 つづき

事業所				
ク ラ ブ 員			クラブ活動 経験者	ク ラ ブ 未加入者
大 企 業	中 小 企 業	計		
19 (20.7) [%]	22 (24.7) [%]	41 (22.9) [%]	1	9 (17.3) [%]
25 (27.2)	26 (29.2)	51 (28.9)	3	10 (19.2)
27 (29.3)	17 (19.1)	44 (23.9)	3	12 (23.1)
15 (16.3)	10 (11.2)	25 (13.6)	2	8 (15.4)
4	4	8 (4.3)	0	3
2	10 (11.2)	12 (6.5)	0	0
4	4	8 (4.3)	0	1
1	10 (11.2)	11 (6.0)	0	11 (21.2)
10 (10.9)	19 (21.3)	29 (17.4)	2	8 (15.4)
22 (23.9)	22 (24.7)	44 (23.9)	4	9 (17.3)
53 (57.6)	24 (27.0)	77 (41.8)	2	14 (26.9)
2	10 (11.2)	12 (6.6)	1	9 (17.3)
33 (35.9)	14 (15.7)	47 (27.2)	3	11 (21.2)
27 (29.3)	13 (14.6)	40 (21.7)	4	10 (19.2)
21 (22.8)	27 (30.5)	48 (26.1)	0	11 (21.2)
7 (7.6)	19 (21.3)	26 (14.1)	2	10 (19.2)
2	6 (6.7)	8 (4.3)	0	1
2	10 (11.2)	12 (6.6)	1	9 (17.3)
31 (33.7)	36 (40.4)	67 (36.4)	4	20 (38.5)
26 (28.3)	22 (24.7)	48 (27.8)	2	8 (15.4)
20 (21.7)	8 (9.0)	28 (15.2)	2	6 (11.5)
7 (7.6)	8 (9.0)	15 (8.2)	0	6 (11.5)
6 (6.5)	5	11 (6.0)	0	2 (3.8)
2	10 (11.2)	12 (6.6)	1	10 (19.3)
1	2	3 (2.9)	0	3 (5.8)
8 (8.7)	8 (9.0)	16 (9.2)	0	5 (9.6)
11 (12.0)	9 (10.1)	20 (10.9)	2	3 (5.8)
42 (45.7)	20 (22.5)	62 (33.7)	1	10 (19.2)
28 (30.4)	40 (44.9)	68 (37.0)	6	21 (40.4)
2	10 (11.2)	12 (6.6)	1	10 (19.3)

表 2 全

区 分			動 労 青 少 年 ホ ー ム				
			登 録 者	利 用 者			
				男	女	計	
過去一年間の旅行回数とその相手	旅行回数	ある(回数未記入)	13 (15.6)%	7 (6.9)%	20 (13.3)%	27 (10.8)%	
		1 回	18 (22.0)	18 (17.8)	40 (26.6)	58 (23.1)	
		2 回	20 (24.4)	30 (29.7)	40 (26.6)	70 (27.9)	
		3 回	11 (12.2)	11 (10.8)	16 (10.6)	27 (10.8)	
		4 回	1	7 (6.9)	1	8 (3.2)	
		5 回	11 (12.2)	16 (15.8)	8 (5.3)	24 (9.6)	
		な い	8 (9.8)	12 (11.8)	25 (16.6)	37 (14.7)	
		D . K	0	0	0	0	
	旅行相手	ひとり	1	9 (9.0)	4	13 (6.1)	
		友人と	41 (55.4)	40 (44.9)	79 (63.2)	119 (55.6)	
		家族と	2	0	4	4	
		職場の仲間と	27 (36.5)	27 (30.3)	27 (21.6)	54 (25.2)	
		そ の 他	2	5	9 (0.7)	14 (6.5)	
		D . K	1	8 (9.0)	2	10 (4.7)	
		困った時の相談相手	職場の友人	大 勢 い る	1	12 (11.8)	5
少しはいる	42 (51.2)			33 (32.6)	78 (52.0)	111 (44.2)	
あまりいない	22 (26.8)			31 (30.6)	40 (26.6)	71 (28.3)	
ほとんどいない	16 (19.5)			24 (23.7)	24 (16.0)	48 (19.1)	
D . K	1			1	3	4	
職場以外の友人	大 勢 い る		12 (14.6)	20 (19.8)	9 (6.0)	29 (11.6)	
	少しはいる		49 (59.8)	58 (57.4)	108 (72.0)	166 (66.1)	
	あまりいない		15 (18.3)	11 (10.8)	19 (12.6)	30 (12.0)	
	ほとんどいない		5 (6.1)	9 (8.9)	14 (9.3)	23 (9.2)	
	D . K		1	3	0	3	
余暇消費の状態	かなり楽しんでいる	28 (35.4)	51 (50.4)	57 (38.0)	108 (43.0)		
	時 間 が な い	25 (30.5)	18 (17.8)	50 (33.3)	68 (27.1)		
	経済的ゆとりがない	16 (19.5)	16 (15.8)	16 (10.6)	32 (12.7)		
	仲 間 が い な い	5 (6.1)	7 (6.9)	16 (10.6)	23 (9.2)		
	場 所 が な い	6 (7.3)	4	11 (7.3)	15 (6.0)		
	D . K	2	5	0	5		

事業所				
クラブ員			クラブ活動 経験者	クラブ 未加入者
大企業	中小企業	計		
13 (14.1) [%]	4 (4.5) [%]	17 (9.4) [%]	0	4 (7.7) [%]
40 (43.5)	38 (42.6)	78 (43.1)	0	15 (28.9)
13 (14.1)	24 (27.0)	37 (20.4)	5	6 (11.5)
11 (12.0)	11 (12.4)	22 (12.2)	1	5
4	5 (5.6)	9 (5.0)	0	5
8	3	11 (6.1)	4	15 (28.9)
0	1	1	0	0
3	3	6 (3.3)	0	2
1	5	6 (3.3)	0	1
24 (27.0)	15 (17.4)	39 (22.3)	7	14 (28.0)
5	21 (24.4)	26 (14.9)	0	6 (12.0)
46 (51.7)	20 (23.3)	66 (37.7)	3	10 (20.0)
3	5	8 (4.6)	0	3
10 (11.2)	20 (23.3)	30 (17.1)	0	16 (32.0)
13 (14.1)	15 (16.9)	28 (15.2)	1	3
56 (60.9)	45 (50.5)	101 (54.9)	6	26 (50.0)
18 (19.6)	18 (20.2)	36 (20.1)	1	12 (23.1)
3	7 (7.9)	10 (6.0)	2	9 (17.3)
2	4	6 (3.3)	0	2
6	12 (13.5)	18 (9.8)	1	11 (21.2)
52 (56.5)	59 (66.3)	111 (60.3)	8	27 (51.9)
29 (31.5)	10 (11.2)	39 (21.8)	0	10 (19.2)
3	5	8 (4.9)	1	2
2	3	5	0	2
36 (39.1)	33 (37.1)	69 (37.5)	4	16 (30.8)
22 (23.9)	16 (18.0)	38 (21.2)	2	8 (15.4)
24 (26.1)	32 (36.0)	56 (31.0)	3	20 (38.5)
2	2	4	0	1
3	0	3	0	4
5	6 (6.7)	11 (6.1)		3

表 2 全対象者共通事項 つづき

区 分			動 労 青 少 年 ホ ー ム			
			登 録 者	利 用 者		
				男	女	計
会 社 終 了 後 ・ 日 曜 日 の 余 暇 活 動	休息・プロ寝	平日	3 %	6 (5.9) %	2 %	8 (32) %
		休日	1	3	4	7 (28)
	読書・勉強	平日	19 (23.2)	14 (13.8)	19 (12.6)	33 (13.1)
		休日	8 (9.8)	8 (7.9)	9 (5.9)	17 (6.8)
	週刊誌・新聞を見る	平日	1	0	0	0
		休日	0	0	0	0
	テレビ・ラジオ	平日	48 (58.5)	37 (36.6)	68 (45.3)	105 (41.8)
		休日	19 (23.2)	12 (11.8)	26 (17.3)	38 (15.1)
	絵画・生花 楽器演奏など	平日	10 (12.2)	12 (11.8)	16 (10.6)	28 (11.2)
		休日	0	2	5	7 (2.8)
	動物飼育・盆栽	平日	3	0	2	2
		休日	1	1	0	1
	散 歩	平日	0	0	1	1
		休日	1	0	1	1
	喫茶店	平日	0	3	4	7 (2.8)
		休日	1	0	1	1
	バー・飲み屋	平日	9 (11.0)	15 (14.8)	10 (6.6)	25 (10.0)
		休日	3	2	1	3
	家族と雑談 子どもの相手	平日	5 (6.1)	3	0	3
		休日	5 (6.1)	1	3	4
	友人との交際 訪問買物	平日	19 (23.2)	13 (12.8)	43 (28.6)	56 (22.3)
		休日	27 (32.9)	13 (12.8)	35 (23.3)	48 (19.1)
	マージャン・パチンコなど	平日	3	14 (13.8)	2	16 (6.4)
		休日	2	4	2	6 (2.4)
	競輪・競馬競技場の見物	平日	0	0	0	0
		休日	1	2	0	2
	スポーツをする	平日	18 (22.0)	32 (31.6)	13 (8.6)	45 (17.9)
		休日	9 (11.0)	25 (24.7)	9 (5.9)	34 (13.5)
	クラブ活動 地域活動	平日	7 (8.5)	23 (22.7)	21 (14.0)	44 (17.5)
		休日	4	6 (5.9)	8 (5.3)	14 (5.6)

事業所				
クラブ員			クラブ活動 経験者	クラブ 未加入者
大企業	中小企業	計		
%	%	%		%
3	4	7 (3.9)	0	0
1	1	2	1	0
6 (6.5)	11 (12.4)	17 (9.2)	2	2
2	3	5	1	0
0	0	1	0	0
0	0	1	0	0
27 (29.3)	28 (31.5)	56 (30.4)	5	24 (46.2)
5	11 (12.4)	18 (9.8)	2	7 (13.5)
4	1	5	0	2
0	0	1	0	1
0	2	2	0	0
0	4	4	0	0
0	2	2	0	0
0	2	2	0	1
2	3	5	0	0
0	1	1	0	0
12 (13.0)	26 (29.2)	37 (20.1)	0	3
1	1	4	0	0
1	6 (7.3)	7 (3.9)	0	0
1	8 (9.8)	9 (5.0)	0	6 (11.5)
20 (21.7)	8 (9.8)	31 (16.8)	5	0
13 (14.1)	15 (16.9)	28 (15.2)	2	0
4	11 (12.4)	16 (8.7)	0	3
3	8 (9.8)	11 (6.0)	1	7 (13.5)
0	0	0	0	0
0	2	2	0	1
25 (27.2)	19 (21.3)	44 (23.9)	0	3
26 (28.3)	10 (11.2)	37 (20.1)	3	1
9 (9.9)	2	9 (5.0)	0	0
1	1	2	1	0

表 2 全対象者共通事項 つづき

区 分			勤 労 青 少 年 ホ ー ム				
			登 録 者	利 用 者			
				男	女	計	
会社終了後・日曜日の余暇活動	家事・日曜大工など	平日	5 (6.1) %	3 %	6 (4.0) %	9 (3.6) %	
		休日	7 (8.5)	6 (5.9)	20 (13.3)	26 (10.4)	
	映画・音楽シ・ー見物	平日	8 (9.8)	5	4	9 (3.6)	
		休日	3	5	10 (6.6)	15 (6.0)	
	ドライブ	平日	4	4	6 (4.0)	10 (4.0)	
		休日	7 (8.5)	7 (6.9)	16 (10.6)	23 (9.2)	
	釣・登山	平日	2	7 (6.9)	0	7 (2.8)	
		休日	3	4	9 (5.9)	13 (5.2)	
	旅行 (日帰り)	平日	0	2	21 (14.0)	23 (9.2)	
		休日	2	5	4	9 (3.6)	
	旅行 (一泊以上)	平日	0	2	4	6 (2.4)	
		休日	0	3	4	7 (2.8)	
	そ の 他	平日	3	4	6 (4.0)	10 (4.0)	
		休日	4	5	9 (5.9)	14 (5.6)	
	編物・手芸 和 洋 裁	平日	22 (26.8)	0	39 (26.0)	39 (15.5)	
		休日	8 (9.8)	0	11 (7.3)	11 (4.4)	
	ケイコ事	平日	7 (8.5)	6 (5.9)	62 (41.3)	68 (27.1)	
		休日	1	0	3	3	
この前の休日の余暇活動	1 人 で	平日	57 (69.5)	57 (56.4)	93 (62.0)	150 (59.8)	
		休日	31 (37.8)	27 (26.7)	59 (39.3)	86 (34.3)	
	2 人 で	平日	32 (39.0)	25 (24.7)	37 (24.6)	62 (24.7)	
		休日	27 (32.9)	18 (17.8)	42 (28.0)	60 (23.9)	
	グループで	平日	66 (80.5)	84 (83.1)	83 (55.3)	167 (66.5)	
		休日	34 (41.5)	37 (36.6)	39 (26.0)	76 (30.3)	
	家 族 で	平日	25 (30.5)	24 (23.7)	53 (35.3)	77 (30.7)	
		休日	11 (13.4)	10 (9.9)	31 (20.6)	41 (16.3)	
	そ の 他	平日	15 (18.3)	9 (8.9)	30 (20.0)	39 (15.5)	
		休日	9 (11.0)	9 (8.9)	13 (8.6)	22 (8.8)	

表 2 全対象者共通事項 つづき

事業所				
ク ラ ブ 員			クラブ活動 経験者	ク ラ ブ 未加入者
大 企 業	中 小 企 業	計		
1 %	0 %	1 %	0	0 %
8 (8.7)	7 (8.5)	15 (8.2)	3	1
5	3	8 (4.4)	0	1
7 (7.6)	6 (7.3)	12 (6.5)	0	3
10 (10.9)	1	11 (6.0)	0	0
0	4	5	0	0
1	2	3	0	0
0	7 (8.5)	7 (3.9)	1	4
0	1	1	0	0
1	1	3	2	1
0	0	0	0	1
2	1	3	0	0
1	1	2	2	0
4	2	4	0	5
7	2	9 (5.0)	4	5
1	1	5	2	0
7	4	11 (6.0)	4	0
0	0	0	0	0
35 (38.0)	39 (43.8)	74 (41.3)	6	15 (28.8)
16 (17.4)	34 (38.2)	50 (27.2)	6	15 (28.8)
21 (22.8)	15 (16.9)	36 (20.1)	6	3
14 (15.2)	21 (23.6)	35 (19.0)	1	6 (11.5)
51 (55.4)	41 (46.1)	92 (50.0)	2	3
29 (31.5)	18 (20.2)	47 (26.1)	3	8 (15.4)
20 (21.7)	34 (38.2)	54 (29.3)	6	18 (34.6)
8 (8.7)	20 (22.5)	28 (14.8)	1	9 (17.3)
8 (8.7)	1	9 (6.5)	1	6 (11.5)
5	2	7 (3.8)	2	0

表 2

区 分				勤 労 青 少 年 ホ ー ム			
				登 録 者	利 用 者		
					男	女	計
こ の 前 の 休 日 の 余 暇 活 動	活 動 の 場 所	自宅・寮・友人宅	平日	101 (123.2) [%]	68 (67.3) [%]	148 (98.6) [%]	216 (86.1) [%]
			休日	54 (65.9)	36 (35.6)	71 (47.3)	107 (42.6)
		各種学校・教室	平日	22 (26.8)	6 (5.9)	58 (38.6)	64 (25.9)
			休日	4	3	13 (8.6)	16 (6.4)
		映画館・劇場	平日	6 (7.3)	2	2	4
			休日	3	1	10 (6.6)	11 (4.4)
		デパート・商店街・繁華街	平日	12 (14.6)	23 (22.7)	28 (18.6)	51 (20.3)
			休日	16 (19.5)	13 (12.8)	32 (21.3)	45 (17.9)
		行楽地・旅行地	平日	7 (8.5)	5	7 (4.6)	12 (4.8)
			休日	10 (12.2)	21 (20.7)	15 (10.0)	36 (14.3)
		バー・飲み屋	平日	8 (9.8)	11 (10.8)	6 (4.0)	17 (6.8)
			休日	6 (7.3)	5	1	6 (2.4)
		公共スポーツ施設公民館	平日	7 (8.5)	47 (46.5)	40 (26.6)	87 (34.7)
			休日	7 (8.5)	19 (18.8)	17 (11.3)	36 (14.3)
		商業スポーツ施設	平日	12 (14.6)	13 (12.8)	9 (11.8)	22 (8.8)
			休日	5 (6.1)	4	6 (4.0)	10 (4.0)
		そ の 他	平日	10 (12.2)	7 (6.9)	26 (17.3)	33 (13.1)
			休日	4	7 (6.9)	20 (13.3)	27 (10.8)
(Q12)	仕 事 ・ 余 暇 観	(イ)甲にさんせい どちらともい えない		4	14 (13.8)	10 (6.6)	24 (9.6)
				54 (65.9)	44 (43.5)	84 (56.0)	128 (51.0)
			乙にさんせい	22 (26.8)	42 (41.5)	42 (28.0)	84 (33.5)
			D. K	2	1	14 (9.3)	15 (6.0)
		(ロ)さんせい (11.2) さんせいできない		2	2	5	7 (5.5)
				52 (96.3)	38 (86.4)	76 (90.5)	114 (89.1)
			D. K	0	4	3	7 (5.5)
		(ハ)甲にさんせい (11.2)		7 (13.5)	4	9 (11.8)	13 (11.4)
			乙にさんせい	44 (84.1)	33 (86.8)	66 (86.8)	99 (86.8)
			D. K	1	1	1	2

表 2 全対象者共通事項 つづき

事業所				
ク ラ ブ 員			クラブ活動 経験者	ク ラ ブ 未加入者
大 企 業	中 小 企 業	計		
51 (55.4) [%]	56 (62.9) [%]	107 (59.2) [%]	12	31 (38.5) [%]
21 (22.8)	42 (47.2)	63 (34.2)	7	16 (30.8)
5	4	9 (5.0)	4	3
0	1	1	0	1
2	0	2	4	0
1	1	2	0	1
5	13 (14.6)	18 (9.9)	0	3
5	14 (15.7)	19 (9.8)	1	10 (19.2)
3	3	6 (3.3)	0	2
4	3	7 (3.9)	0	7 (13.5)
2	16 (18.0)	18 (10.9)	0	0
2	0	2	0	0
2	7 (7.9)	9 (5.0)	0	0
3	8 (9.0)	11 (6.0)	2	0
8 (8.7)	17 (19.1)	25 (14.1)	0	0
15 (16.3)	10 (11.2)	25 (13.6)	2	0
26 (28.3)	1	27 (14.9)	0	0
6 (6.5)	11	17 (9.4)	0	0
2	6 (6.7)	8 (4.3)	1	5 (9.6)
35 (38.0)	48 (53.9)	83 (46.2)	7	22 (42.3)
52 (56.5)	26 (29.2)	78 (42.4)	2	22 (42.3)
3	9 (10.1)	12 (6.6)	0	3
5 (14.3)	4	9 (10.8)	0	2
30 (85.7)	44 (91.7)	74 (89.2)	2	18 (81.8)
0	0	0	0	2
2	8 (18.2)	10 (13.5)	0	3 (16.7)
28 (93.3)	36 (81.8)	64 (86.5)	2	15 (83.3)
0	0	0	0	0

表 2 全

区 分		勤 労 青 少 年 ホ ー ム					
		登 録 者	利 用 者				
			男	女	計		
余の 暇 推 進 Q12	甲にさんせい	12 (14.6)	12 (11.8) [%]	12 (8.0) [%]	24 (9.6) [%]		
	乙にさんせい	42 (51.2)	52 (51.4)	84 (56.0)	136 (54.2)		
	丙にさんせい	23 (28.0)	31 (30.6)	43 (28.6)	74 (29.5)		
	D. K	5 (6.1)	6 (5.9)	11 (7.3)	17 (6.8)		
社会の 仕組	今のまま	10 (12.2)	18 (17.8)	20 (13.3)	38 (15.1)		
	かなりの修正が必要	38 (46.3)	45 (44.5)	70 (46.6)	115 (45.8)		
	根本的に変える	12 (14.6)	24 (23.7)	13 (8.6)	37 (14.7)		
	必要ある	19 (23.2)	12 (11.8)	42 (28.0)	54 (21.5)		
	わからない・その他	3	2	5	7 (2.8)		
10 年 後 の あ な た	(イ) 企業の種類	現在の企業	12 (14.6)	39 (38.6)	8 (5.3)	47 (18.7)	
		別の企業	4	5	8 (5.3)	13 (5.2)	
		独立	11 (13.4)	12 (11.8)	6 (4.0)	18 (7.2)	
		わからない	44 (53.7)	40 (39.6)	91 (60.6)	131 (52.2)	
		その他	7	4	27 (18.0)	31 (12.4)	
		D. K	4	1	10 (6.6)	11 (4.4)	
	(ロ) 企業の規模	1～4人	10 (12.2)	10 (9.9)	5	15 (6.0)	
		5～29人	8 (9.8)	23 (22.7)	6 (4.0)	29 (11.6)	
		30～99人	3	11 (10.8)	2	13 (5.2)	
		100～499人	6 (7.3)	16 (15.8)	11 (7.3)	27 (10.8)	
		500人以上	5	17 (16.8)	4	21 (8.4)	
		わからない	32 (39.0)	21 (20.7)	73 (48.6)	94 (37.5)	
		その他	5 (6.1)	0	0	0	
		D. K	13 (15.6)	3	49 (32.6)	52 (20.7)	
	(ハ) 企業での地位	一般従業員	9 (11.0)	21 (20.7)	14 (9.3)	35 (13.9)	
		班 長	0	2	0	2	
		職 長	1	1	0	1	
		係 長	3	4	0	4	
		課 長	1	5	1	6 (2.4)	
		部 長	2	1	0	1	
		取締役	2	3	0	3	
		社 長	1	16 (15.8)	0	16 (6.4)	
		わからない	35 (42.7)	36 (35.6)	81 (54.0)	117 (46.6)	
		その他	12 (14.6)	8 (7.9)	19 (12.6)	27 (10.8)	
		D. K	16 (19.5)	4	35 (23.3)	39 (15.5)	

通事項 つづき

事業所				
クラブ員			クラブ活動 経験者	クラブ 未加入者
大企業	中小企業	計		
14 (15.2) [%]	6 (6.7) [%]	20 (10.9) [%]	0	9 (17.3) [%]
43 (46.7)	49 (55.1)	92 (51.1)	7	17 (32.7)
30 (32.6)	23 (25.8)	53 (28.8)	3	21 (40.4)
5	11 (12.4)	16 (8.8)	0	5 (9.6)
22 (23.9)	11 (12.4)	33 (18.0)	1	7 (13.5)
31 (33.7)	42 (47.1)	73 (40.2)	4	24 (46.2)
7 (7.6)	17 (19.1)	24 (13.0)	2	10 (19.2)
26 (28.3)	12 (13.5)	38 (21.2)	2	8 (15.4)
6 (6.5)	7 (7.9)	13 (7.2)	1	2
34 (37.0)	32 (36.0)	66 (35.9)	2	14 (26.9)
1	3	4	0	3
0	3	3	1	1
41 (44.6)	36 (40.3)	77 (42.9)	5	29 (55.7)
7 (7.6)	4	11 (6.0)	1	1
9 (9.8)	11 (12.4)	20 (11.0)	1	4
0	2	2	1	0
0	0	0	0	2
0	1	1	0	0
2	41 (46.1)	43 (23.4)	1	19 (36.5)
41 (44.6)	15 (16.9)	56 (30.4)	1	5
34 (37.0)	16 (18.0)	50 (27.2)	4	16 (30.8)
0	4	4	2	1
15 (16.3)	10 (11.2)	25 (13.8)	1	9 (17.3)
11 (12.0)	17 (19.1)	28 (15.2)	2	11 (21.2)
1	2	3	0	2
8 (8.7)	1	9 (5.0)	0	0
7 (9.8)	8 (9.0)	15 (8.2)	0	2
4	8 (9.0)	12 (6.5)	2	2
1	5	6 (3.3)	0	0
0	2	2	0	1
0	1	1	0	1
59 (64.1)	41 (46.2)	100 (55.4)	4	23 (44.2)
0	4	4	1	1
1	0	1	1	9 (17.3)

表 3 勤労青少年ホーム利用者個別事項

区 分		男	女	計
計		101 (100.0) [%]	150 (100.0) [%]	251 (100.0) [%]
勤め先事業	製 造 業	49 (48.5)	51 (34.0)	100 (39.8)
	卸 小 売 業	11 (10.8)	18 (12.0)	29 (11.6)
	運 輸 通 信 業	2	6 (8.4)	8 (3.2)
	サ ー ビ ス 業	4	22 (14.6)	26 (10.4)
	そ の 他	35 (34.6)	47 (31.3)	82 (32.7)
	D . K	0	6 (8.4)	6 (2.4)
週休制の形態	週 1 日 休 暇 制	73 (72.2)	112 (74.6)	185 (73.7)
	週 2 日 "	5	4	9 (3.6)
	隔週 2 日 "	12 (11.8)	11 (7.3)	23 (9.2)
	そ の 他	10 (9.9)	18 (12.0)	28 (11.2)
	D . K	1	5	6 (2.4)
ホーム以外の施設 利用出来る施設	公の共有施設 あ る	58 (57.4)	71 (47.3)	129 (51.4)
	な い	42 (41.5)	74 (49.3)	116 (46.2)
	D . K	1	5	6 (2.4)
	施設名 体 育 館	37 (63.8)	38 (53.5)	75 (58.1)
	図 書 館	29 (50.3)	32 (45.1)	61 (47.3)
利用回数	公 民 館	27 (46.6)	21 (29.6)	48 (37.2)
	美 術 館、その他	11 (19.0)	15 (21.1)	26 (20.2)
	1 回	17 (29.3)	15 (21.1)	32 (24.8)
	2 回	8 (13.4)	13 (18.3)	21 (16.3)
	3 回	1	10 (14.1)	11 (8.5)
	4 ~ 6 回	4	6 (8.4)	10 (7.8)
	7 回 以 上	7 (12.1)	15 (21.1)	22 (17.1)
青少年ホーム 認知の方法	D . K	21 (36.2)	12 (16.9)	33 (25.6)
	人 か ら 聞 い た	77 (76.2)	97 (64.6)	174 (69.3)
	パンフレットを読んだ	6 (5.9)	18 (12.0)	24 (9.6)
	ポスター・看板	8 (7.9)	9 (5.9)	17 (6.8)
	そ の 他	9 (8.9)	18 (12.0)	27 (10.8)
	D . K	1	8 (5.3)	9 (3.6)

区 分		男	女	計	
勤め先からホームまで	主要交通機関	徒 歩	12 (11.8) [%]	41 (27.3) [%]	53 (21.1) [%]
		自 転 車	6 (5.9)	22 (14.6)	28 (11.2)
		バ ス	0	44 (29.3)	44 (17.5)
		電 車 ・ 汽 車	4	13 (8.6)	17 (6.8)
		自家用車・オートバイ	69 (68.3)	15 (10.0)	84 (73.3)
		そ の 他	3	3	6 (2.4)
		D . K	7 (6.9)	12 (8.0)	19 (7.6)
	所要時間	15分未満	59 (58.4)	71 (47.3)	130 (51.8)
		15～30分未満	28 (27.7)	50 (33.3)	78 (31.1)
		30～45分未満	3	14 (9.3)	17 (6.8)
		45～60分未満	5	9 (5.9)	14 (5.6)
		60～90分未満	1	2	3
		90分以上	3	1	4
		D . K	2	3	5
ホームから自宅(寮)まで	主要交通機関	徒 歩	12 (11.8)	27 (18.0)	39 (15.5)
		自 転 車	5	26 (17.3)	31 (12.4)
		バ ス	3	48 (32.0)	51 (20.3)
		電 車 ・ 汽 車	3	19 (12.6)	22 (8.8)
		自家用車・オートバイ	70 (69.3)	19 (12.6)	89 (35.5)
		そ の 他	2	3	5
		D . K	6 (5.9)	8 (5.3)	14 (5.6)
	所要時間	15分未満	54 (53.4)	54 (36.0)	108 (43.0)
		15～30分未満	33 (32.6)	57 (38.0)	90 (35.9)
		30～45分未満	7 (6.9)	17 (11.3)	24 (9.6)
		45～90分未満	3	14 (9.3)	17 (6.8)
		90分以上	0	4	4
		D . K	4	4	8 (3.2)
		ホームにきた回数	2回以下	5	4
3～5回	9		22 (14.6)	31 (12.4)	
6～10回	27 (26.7)		48 (32.0)	75 (29.9)	
11回以上	59 (58.4)		75 (50.0)	134 (53.4)	
D . K	1		1	2	

区 分		男	女	計
活動と翌日の仕事 ホームでのスポーツ	よい影響 別にないもの	26 (25.7) [%]	8 [%]	34 (13.5) [%]
	さしさわりがある	40 (39.6)	27 (18.0)	67 (26.7)
	スポーツ活動をしていない	2	2	4
	その他の	25 (24.7)	96 (64.0)	121 (48.2)
	D . K	1	3	4
活動と翌日の仕事 ホームでの文化活	よい影響 別にないもの	7	14 (9.3)	21 (8.4)
	さしさわりがある	28 (27.7)	35 (23.3)	63 (25.0)
	文化活動はしていない	38 (37.6)	84 (56.0)	122 (48.6)
	その他の	0	2	2
	D . K	28 (27.7)	19 (12.6)	47 (18.7)
クラブ活動 ホームでの	やっている	2	5	7 (2.8)
	やっていない	28 (27.7)	19 (12.6)	47 (18.7)
	D . K	2	5	7 (2.8)
	やっている	60 (59.4)	55 (36.6)	115 (45.8)
	やっていない	36 (35.6)	85 (56.6)	121 (48.2)
活動と翌日の仕事 ホームでのクラブ活動	D . K	5	10 (6.6)	15 (6.0)
	充実している	13 (21.7)	14 (25.5)	27 (23.5)
	ふつう	33 (55.0)	37 (67.3)	71 (61.7)
	あまり充実していない	11 (18.3)	3	14 (12.2)
	その他の	1	1	2
活動と翌日の仕事 ホームでのクラブ活動	D . K	2	0	2
	企画	2	3	5
	リーダーの指導力不足	1	1	2
	やる気のないものが多い	6	2	8 (57.1)
	その他の	3	1	4
活動と翌日の仕事 ホームでのクラブ活動	D . K	0	0	0
	問題がある	36 (60.0)	18 (32.7)	54 (47.0)
	問題はない	23 (38.3)	26 (47.2)	49 (42.6)
	D . K	1	11 (20.0)	12 (10.4)
	チームワークがとれない	2	1	3
活動と翌日の仕事 ホームでのクラブ活動	場所、設備等がよくない	4	7 (38.9)	11 (20.4)
	ホームの指導者の指導が不十分	2	3	5
	内容に規制が多い	2	3	5
	仕事のため時間的余裕なし	20 (55.5)	3	23 (42.6)
	(MA)			

区 分		男	女	計
	そ の 他 D . K	2 % 4	7 (38.9) 0	9 (16.7) 4
(注2) ホムを ムして で のい ク ない ライ ブ理 活由	他のクラブには入っている 時間的余裕がない 適当なクラブがない クラブの技術が高すぎて入れない クラブの技術が低すぎて はいれない 雰囲気がいや クラブ活動は嫌い そ の 他 D . K	3 13 (36.1) 7 (19.4) 4 2 0 0 6 (16.6) 1	5 52 (61.1) 14 (16.4) 2 0 0 1 9 (10.5) 2	8 (6.6) 65 (53.7) 21 (17.4) 6 (5.0) 2 0 1 15 (12.4) 3
勤労青 少年ホム	十 分 ふ つ う せ ま い そ の 他 D . K	19 (18.8) 45 (44.5) 35 (34.6) 0 2	26 (17.3) 66 (44.0) 54 (36.0) 2 2	45 (17.9) 111 (44.2) 89 (35.5) 2 4
ホーム の部屋 数	十 分 ふ つ う 少 な い そ の 他 D . K	16 (15.8) 41 (40.5) 42 (41.5) 1 1	18 (12.0) 75 (50.0) 49 (32.6) 4 4	34 (13.5) 116 (46.2) 91 (36.3) 5 5
ホーム の備品	よ い ふ つ う よ く な い そ の 他 D . K	30 (29.7) 57 (56.4) 13 (12.8) 1 0	43 (28.6) 89 (59.3) 11 (7.3) 0 7 (4.7)	73 (29.1) 146 (58.2) 24 (9.6) 1 7 (2.8)
ホーム の室温	よ い ふ つ う よ く な い そ の 他 D . K	34 (33.6) 44 (43.5) 21 (20.7) 1 1	40 (26.6) 81 (54.0) 18 (12.0) 4 7 (4.7)	74 (29.5) 125 (51.0) 39 (15.5) 5 8 (3.2)

区 分		男	女	計
ホームの 使いよ さ建 物	い	29 (28.7) [%]	42 (28.0) [%]	71 (28.3) [%]
	う	50 (49.5)	89 (59.3)	139 (55.4)
	い	16 (15.8)	7 (4.7)	23 (9.2)
	他	1	1	2
	D . K	5	11 (7.3)	16 (6.4)
ての ホ ール 施 設 と し	分	6 (5.9)	6 (4.0)	12 (4.8)
	う	19 (18.8)	36 (24.0)	55 (21.9)
	い	71 (70.2)	96 (64.0)	167 (66.5)
	他	3	6 (4.0)	9 (3.6)
	D . K	2	6 (4.0)	8 (3.2)
外 体 育 施 設 の 屋	い	33 (32.6)	57 (38.0)	90 (35.9)
	分	45 (44.5)	36 (24.0)	81 (32.3)
	他	15 (14.8)	32 (21.3)	47 (18.7)
	D . K	8 (7.9)	25 (16.6)	33 (13.1)

表 4 事業所クラブ員調査

区 分		大 企 業	中 小 企 業	計	
計		92 (100.0) [%]	89 (100.0) [%]	181 (100.0) [%]	
ク ラ ブ 歴	1 年 未 満	32 (39.8)	15 (16.9)	47 (26.0)	
	1 ～ 3 年	40 (43.5)	23 (25.8)	63 (34.8)	
	3 ～ 5 年	15 (16.3)	26 (29.2)	41 (22.7)	
	5 年 以 上	4	20 (22.5)	24 (13.3)	
	D . K	1	5	6 (3.3)	
ク ラ ブ 加 入 の 目 的	この活動が好き	47 (51.1)	42 (47.2)	89 (49.2)	
	健康増進のため	15 (16.3)	7 (7.9)	22 (12.2)	
	気分転換, 気ばらし	9 (9.8)	20 (22.5)	29 (16.0)	
	教養, 技術を身につける	4	1	5 (3.0)	
	ひ ま つ ぶ し	0	3	3 (1.8)	
	友人にさそわれ	5	2	7 (3.9)	
	な ん と な く	6 (6.5)	4	10 (5.5)	
	そ の 他	2	1	3 (1.8)	
	D . K	4	9 (10.1)	13 (7.2)	
過 去 一 ヶ 月 間 の ク ラ ブ 活 動 参 加 数 ・ 時 間	参 加 数	0	7 (7.6)	11 (12.4)	18 (9.9)
		1 ～ 2 回	9 (9.8)	29 (32.6)	38 (21.0)
		3 ～ 4 回	13 (14.1)	9 (10.1)	22 (12.2)
		5 ～ 8 回	29 (31.5)	16 (18.0)	45 (24.9)
		9 ～ 12 回	12 (13.1)	8 (9.0)	20 (11.0)
		13 ～ 16 回	7 (7.6)	1	8 (4.4)
		17 回 以 上	8 (8.7)	0	8 (4.4)
		D . K	7 (7.6)	15 (16.9)	22 (12.2)
	時 間	30 分 未 満	0	7 (7.9)	7 (3.9)
		30 ～ 1 時間未	15 (16.3)	14 (15.7)	29 (16.0)
		1 ～ 1.5 時間未	5	3	8 (4.4)
		1.5 ～ 2 時間未	34 (37.0)	13 (14.6)	47 (26.0)
		2 時 間 以 上	20 (21.7)	20 (22.5)	40 (22.1)
		D . K	18 (19.6)	32 (36.0)	50 (27.6)

区 分		大 企 業	中 小 企 業	計
役 員	し て い る	14 (15.2) [%]	3 [%]	17 (9.4) [%]
	し て い な い	78 (84.8)	55 (61.8)	133 (73.5)
	D . K	0	31 (34.8)	31 (17.1)
の 仕 事 へ の 影 響 ク ラ ブ 活 動 の 翌 日	よ い 影 響	18 (19.6)	25 (28.1)	43 (23.8)
	別 に 何 も な い	60 (65.2)	55 (61.8)	115 (63.5)
	さ し さ わ り が あ る	1	2	3
	わ か ら な い	9 (9.8)	3	12 (6.6)
	そ の 他	2	0	2
	D . K	2	4	6 (3.3)
ク ラ ブ 活 動 参 加 の 効 果	健 康 に よ い	35 (38.0)	13 (14.6)	48 (26.5)
	人 間 関 係	4	23 (25.8)	27 (14.9)
	教 養 技 術	7 (7.6)	0	7 (3.9)
	仲 間	18 (19.6)	10 (11.2)	28 (15.5)
	意 欲 高 昂	1	1	2
	気 晴 し	7 (7.6)	16 (18.0)	23 (12.7)
	楽 し い 生 活	4	11 (12.4)	15 (8.3)
	そ の 他	2	0	2 (16.0)
	D . K	14 (15.2)	15 (16.9)	29 (16.0)
事 業 所 か ら の 資 金 援 助	十 分	5	3	8 (4.4)
	ふ つ う	46 (50.0)	37 (41.6)	83 (45.9)
	少 な い	35 (38.0)	47 (52.8)	82 (45.3)
	D . K	6	2	8 (4.4)
事 業 所 か ら の (用 具 設 備) 援 助	十 分	7 (7.6)	8 (9.0)	15 (8.3)
	ふ つ う	44 (47.8)	29 (32.6)	73 (40.3)
	少 な い	37 (40.2)	48 (53.9)	85 (47.0)
	D . K	4	4	8 (4.4)
ク ラ ブ 役 員 選 出	よ い	29 (31.5)	27 (30.3)	56 (30.9)
	ふ つ う	56 (60.9)	47 (52.8)	103 (56.9)
	よ く な い	3	10 (11.2)	13 (7.2)
	そ の 他	1	2	3
	D . K	3	3	6 (3.3)

区 分		大 企 業	中 小 企 業	計
クラブの活動日数	多 す ぎ る	2 %	0 %	2 %
	ち ょ う ど よ い	62 (67.4)	52 (58.4)	114 (63.0)
	少 な い	26 (28.3)	33 (37.1)	59 (32.6)
	そ の 他	0	2	2
	D . K	2	2	4
一回の活動時間	長 す ぎ る	4	2	6 (3.3)
	ち ょ う ど よ い	76 (82.6)	63 (70.8)	139 (76.8)
	少 な い	11 (12.0)	18 (20.2)	29 (16.0)
	そ の 他	0	2	2
	D . K	1	4	5
クラブの実施方法	満 足 で き る	21 (22.8)	14 (15.7)	35 (19.3)
	ふ つ う	56 (60.9)	48 (53.9)	104 (57.5)
	あ ま り よ く な い	14 (15.2)	23 (25.8)	37 (20.4)
	そ の 他	0	1	1
	D . K	1	3	4
クラブ会費	高 い	7 (7.6)	2	9 (5.0)
	ふ つ う	49 (53.2)	55 (61.8)	104 (57.5)
	安 い	31 (35.9)	31 (34.8)	62 (34.3)
	そ の 他	2	0	2
	D . K	3	1	4
施設の大きさ	十 分	9 (43.5)	5	14 (7.7)
	ふ つ う	40 (43.5)	35 (39.3)	75 (41.4)
	せ ま い	27 (29.3)	32 (36.0)	59 (32.6)
	そ の 他	14 (15.2)	4	18 (9.9)
	D . K	2	13 (14.6)	15 (8.3)
施設用具	よ い	10 (10.9)	8 (9.0)	18 (9.9)
	ふ つ う	50 (54.3)	33 (37.1)	83 (45.9)
	よ く な い	26 (28.3)	36 (40.4)	62 (34.3)
	そ の 他	3	3	6 (3.3)
	D . K	3	9 (10.1)	12 (6.6)

区 分		大 企 業	中 小 企 業	計
施設の使いやすさ	使 い や す い	11 (12.0) [%]	14 (15.7) [%]	25 (13.8) [%]
	ふ つ う	54 (58.7)	35 (39.3)	89 (49.2)
	使 い に く い	17 (18.5)	23 (25.8)	40 (22.1)
	そ の 他	8 (8.7)	3	11 (6.1)
	D . K	2	14 (15.7)	16 (8.8)
他のクラブ内へ加入	い る	7 (7.6)	43 (48.3)	50 (27.6)
	い な い	84 (88.4)	40 (44.9)	124 (68.5)
	D . K	1	6 (6.7)	7 (3.9)
組文化行事参加の 主催者の	し た	12 (13.1)	29 (32.6)	41 (22.7)
	し な い	79 (85.9)	50 (56.2)	129 (71.3)
	D . K	1	10 (11.2)	11 (6.1)

2 調査票

職場クラブ活動調査

(1) 事業所クラブ員調査票

お 願 い

この調査は、職場を中心とする文化・体育活動の実情や、職場外での余暇活動への関心や、実施状況をおたずねして、これからの職場における文化・体育活動をよりよくしてゆくための基礎資料を得ようとするものです。調査の結果は統計的に処理されますのであなたがどういう意見だったということは全くわかりません。どうぞありのままにお答え下さい。

記入上の注意

- よくよくで全部の質問について、あなた自身の考えたとおり記入して下さい。
- ほとんどの質問は、その下にあらかじめいくつかの答えが記入してあります。これらのうちで正しくあてはまるもの、もしくは、あなたの考えにもっとも近い項目を、特別の指示がないかぎり1つだけえらび、その項目の番号を○でまきりかこんで下さい。
- あなたのお考えに近い答がなかった場合、あるいは空欄になって答が用意されていない場合には、あなた自身のお考えを余白に書いて下さい。
- 人と相談しないで、あなた自身の考えたとおりを記入して下さい。

I 個別事項

1. 基本的事項

(1) 性別	1. 男	2. 女	(2) 年 令	(満 才)
(3) 未婚・既婚	1. 未婚	2. 既婚	→	子ども(人)
(4) 職 種	1. 事務員	2. 販売員	3. 運輸通信従事者	4. 技能工・生協工
(5) 住 居	1. 自宅	2. 社宅	3. 寮	4. 下宿・アパート
(6) 通勤時間	1. 30分未満	2. 30分～1時間未満	3. 1時間以上	
(7) 健康状態	1. 全く健康(自覚症状が全くない) 2. ほぼ健康(自覚症状が少しあるが気にならない) 3. あまり健康とはいえない(気になる程度の自覚症状がある) 4. 健康でない(医師・薬局等に行き服薬中である)			
(8) 学 歴	1. 中学校卒	2. 高等学校卒	3. 短大専卒	4. 大学卒
(9) 収 入	月 額(税込み)	円)		
(10) 勤続年数	(年	ヵ月)	(所属クラブ())	

8. 事業所側のクラブ活動に対する態度はどうか。

(イ) 資金の援助	1. 十分	2. ふつう	3. 少ない
(ロ) 施設・用具等の援助	1. 十分	2. ふつう	3. 少ない

9. このクラブの運営についてあなたはどう思いますか。

(イ) 役員の選出	1. よい	2. ふつう	3. よくない	4. その他()
(ロ) 活動日数	1. 多すぎる	2. ちょうどよい	3. 少ない	4. その他()
(ハ) 1回の活動時間	1. 長すぎる	2. ちょうどよい	3. 少ない	4. その他()

2. あなたはこのクラブに入って何年になりますか。

1. 1年未満 2. 1～3年 3. 3～5年 4. 5年以上

3. このクラブに入った目的は何ですか。

1. この活動が好きだから 2. 健康増進のため 3. 気分転換・気ばらし
4. 教養・技術を身につける 5. ひまつぶし 6. 友人にさそわ
れて 7. 特になし 8. その他()

4. あなたは過去1カ月間にクラブ活動を何回ぐらいましたか。

- 何()月()回() 何()1回() 時間()

5. あなたはクラブで何か役員をしていますか。

1. いる → どのような役割りですか() 2. いない

6. クラブ活動は、翌日の仕事にどのような影響があると思いますか。

1. 仕事により影響がある 2. 別に何も無い 3. 仕事にさしわりがある
4. わからない 5. その他

7. クラブ活動を実施されてどのような効果があるとお考えですか。

1. 身体に健康によい 2. 人間関係の改善によい
3. 教養や技術が身につく
4. よい仲間が得られる
5. 仕事への意欲が高まる 6. 気晴らしになる
7. 楽しい生活ができる
8. その他()

何()活動の実施方法

1. 満足できる 2. ぶつ 3. あまりよくない 4. その他()

何()会 費

1. 高い 2. ぶつ 3. 安い 4. その他()

10. クラブ活動の施設や用具について

何()施設の大ささ

1. 十分 2. ぶつ 3. せまい 4. その他()

何()設備や用具

1. よい 2. ぶつ 3. よくない 4. その他()

何()施設の使いやすさ

1. 使いやすい 2. ぶつ 3. 使いにくい 4. その他()

11. 会社の中で他のクラブにも入っていますか

1. いる → クラブ名()

過去1カ月の参加状況()回

2. いない

12. 組合主催の文化・体育行事に最近参加しましたか。

1. した → 行事名()

2. しない

13. クラブ活動全般についての意見があれば書いて下さい。

Ⅱ 全対象者共通事項

1. あなたが現在なさっている仕事は、機械を相手にした作業ですか。

1. はい 2. いいえ 3.どちらともいえない

2. それは誰でも比較的かんたんに行える作業ですか。それともかなり訓練されたものでないといけない作業ですか。

1. かんたんな作業 2. むずかしい作業

3. あなたが働いている職場は男性と女性どちらが多いですか。

1. 男性が多い 2. 女性が多い 3. 両方同じくらい

4. あなたは現在の会社に勤めるまで、何回ぐらい会社を変えましたか。

回

5. あなたは現在の勤め先に満足していらっしゃいますか。それともできれば変りたいと思っていますか。

1. 満足している 2. 満足ではないが仕方がない 3. 変わりたいたい

9. (1) あなたには職場に困ったとき何でも相談できる親しい友人がいますか。

1. 大勢いる 2. 少しはいる 3. あまりいない
4. ほとんどいない

- (2) 職場以外ではどうですか

1. 大勢いる 2. 少しはいる 3. あまりいない
4. ほとんどいない

10. 世の中には余暇を楽しみたいと思ってもなかなか思うようにいかない人が多いようですがあなたがあなたは次のどれにあたりますか。

1. 余暇はかなり楽しんでいる
2. 時間がいないために余暇が楽しめない
3. 経済的ゆとりがないために余暇が楽しめない
4. 仲間がいないために余暇が楽しめない
5. 場所がないために余暇が楽しめない

11. (1) あなたは先週会社が終わったあとの余暇時間に主にどのような活動をして過ごされましたか。よく行なった活動を3つあげ、その時の場所および仲間のあるときはその仲間を合わせて記入してください。(活動のたとえばたとえばテレビを見る、編物をする、お茶のけいごををする、酒場あるきをする等具体的に記入して下さい。)

12.4) 仕事とレジャーの関係について、つぎのような甲、乙2つの意見があります。

甲：「仕事は人間のつとめだ。レジャーのことなど考えずに一生懸命仕事に打ちこみたい。」

乙：「仕事は要するに生活の手段にすぎない。レジャーを楽しむことが人間の生きがいだ。だから思うぞんぶんレジャーを楽しみたい」
あなたはどちらにさんせいですか。

1. 甲にさんせい
2. どちらともいえない
3. 乙にさんせい

ロ) (イで 2.どちらともいえない と答えた人にだけうかがいます)
では、あなたは、つぎの意見にはさんせいですか。

「仕事をさえしていれば楽しい。仕事とレジャーの区別はない。だからべつに仕事から解放されてレジャーを楽しみたいとは思わない」

4. さんせいだ
5. さんせいできない

ハ) (ロで 5.さんせいできない と答えた人にだけうかがいます)
では、つぎのような甲、乙2つの意見のうち、あなたはどちらにさんせいですか。

甲：「仕事は仕事、レジャーはレジャーだ。仕事はてきとうにかたづけ、レジャーはレジャーではどほどに楽しむのが近代人というも

14. 日本の社会は近年目覚ましい発展をとげていますが、他方ではいろいろなひずみや困った問題も出ています。あなたとしては日本の社会の基本的な仕組みはこのままでいいと思いますか。それとも社会の仕組みを根本的に変える必要があると思いますか。

1. 基本的には今のままでよい
2. 今の仕組みにかなりの修正をしていく必要がある
3. 今の仕組みを根本的に変える必要がある
4. わからない、その他

15. あなたは10年後にはどんな企業でどんな地位にいますか。

4) 企業の種類

1. 現在の企業
2. 別の企業(業種を記入してください：業)
3. 独立している(業種：業)
4. わからない
5. その他()

ロ) 企業の規模(従業員数)

1. 1～4人
2. 5～29人
3. 30～99人
4. 100～499人

のだ」

乙：「仕事がレジャーを楽しむし、レジャーが仕事に新しい力をあたえる。いっしょうけんめい仕事をし、思うぞんぶんレジャーを楽しむたい」

6. 甲にさんせい

7. 乙にさんせい

5. 500人以上

7. その他()

い 地 位

1. 一般従業員

3. 職 長

5. 課 長

7. 取締役

9. わからない

2. 班

4. 係

6. 部

8. 社

10. その他()

長

長

長

長

他()

13. 世の中の人々が楽しい余暇をすごせるように、会社や国や地方自治体は

それぞれ努力をしていると思いますが、それについてつぎのような3つの意見があったばあい、あなたの気持はどの意見にもっとも近いですか。16.

甲：「従業員の福祉については、なんといっても会社が一番責任をもつべきだ。だから会社は余暇施設の充実はもちろん、余暇の過ごし方についても積極的に指導すべきだ」

乙：1つの会社では、余暇施設の充実や指導には限界がある。だから国や自治体が余暇施設の充実やその指導に努力すべきだ」

丙：余暇は自分で自由にやりたいことをやることに意がある。だから会社や国や自治体が、施設の充実はともかくとして余暇のあり方に口を出すのはさんせいできない」

1. 甲にさんせい

2. 乙にさんせい

3. 丙にさんせい

16. 遠い先の話ですが、あなたが定年を迎える頃にはあなたはどんな企業でどんな地位にいらっしゃいますか。

企業の種類

地 位

勤労青少年ホーム利用者・登録者調査票

労働省勤労青少年余暇活動研究会

お願い

わたくしどもは働く若い方がたのために勤労青少年ホームをより一層充実したものにしようとして努力しておりますが、このたび、その一環として勤労青少年ホームを利用・登録なさっている皆さんの実情や意見、あるいはご不満などをうかがってみようということになりました。お忙しいところ誠に申し訳ありませんが、以下の質問にお答えください。

なお、この質問票にはあなたのお名前を書く必要はありません。結果はすべて統計表のかたちにとまとめるわけですから、どなたがどのような意見だったということは全くわかりません。どうぞありのままをお答えください。

記入上の注意

- ほとんどの質問は、その下に、あらかじめいぐつかの答えが記入してあります。これらのうちで、正しくあてはまるもの、または、あなた自身のお考えに近いものに近いものを特別の指示がない限り1つだけえらび、その答えの番号をハッキリと○でかこんでください。
- あなたのお考えに近い答えがなかった場合、あるいは答えが用意されてなく空欄になっている場合はあなたの答えを余白に書いてください。
- 全部の質問に答えてください。また質問の順序どおりに答えてください。
- 人と相談しないで、あなた自身の考えたとおりに記入してください。

I 利用者・登録者共通事項

- あなたの性別、年齢、住居、最終卒業学校、収入(1ヵ月平均税込

み) 勤続年数を記入してください。

㏾) 性別	1. 男	2. 女	㏿) 年 令	(才)
㏿) 住 居	1. 自宅(借家、持家、社宅) 2. 寮 3. 下宿・アパート 4. その他			
㏿) 最終卒業学校	1 中学校卒 2 高等学校卒 3 短大・高専卒 4 大学卒			
㏿) 収 入	月	額(税込み	円)	
㏿) 勤 続 年 数	(	年	ヵ月)	

- あなたの仕事について詳しくうかがいます。

㏿) 勤め先はどのような事業をやっていますか。

- 勤労青少年ホームの規則や利用手続きについてあなたはどのように思いますか。

1. 現在のままでよい	2. もっときびしくすべきだ	
3. すこしきびしすぎる	4. その他()	
5. ホームを利用するうえで問題点はありますか。		
㏿) 閉館時間についてはどうですか。		
1. 適 当	2. 早すぎる	3. その他()
㏿) 開館日についてはどうですか。		
1. 現在のままでよい。	2. 休館日を少なくしてほしい。	
3. 休館日を別の曜日にしてほしい。	4. その他()	

1.製造業 2.卸小売業 3.運輸通信業 4.サービス業（娯楽業、病院など）
5.その他

㊦ 勤め先は従業員が何人ぐらいの企業ですか。
1. 1～4人 2. 5～29人 3. 30～99人
4. 100～299人 5. 300～499人 6. 500人以上

㊧ あなたはそこでどんな仕事をしていますか。
1.事務員 2.販売員 3.運輸通信従事者（自動車運転手、電話交換手など） 4.技能工・生産工程作業者 5.サービス職業従事者（料理人、美容師など） 6.その他（ ）

㊨ 通常1日の勤務時間は何時から何時までですか。
[]時から[]時まで

㊩ それでは残業も含めて1週間の実労働時間数はどのくらいになりますか。[]時間

㊪ 週休制の形態はどうなっていますか。
1.週1日休日制 2.週2日休日制 3.隔週2日休日制
4.その他（記入： ）

3. あなたは現在の健康状態についてどのように感じていますか。
1. まったく健康である（自覚症状がまったくない）
2. ほぼ健康である（自覚症状が少しあるが気にならない）
3. あまり健康とはいえない（気になる程度の自覚症状がある）
4. 健康でない（欠勤はしないが医師もしくは薬局等に行き服薬加療中である）
5. 欠勤している（病気で療養中である）

6.㊫ 勤労青少年ホームをのぞいてこの近くには余暇を過ごすために利用できる公共施設（図書館、公民館、体育館など）がありますか。

1. あ る 2. ない
㊬(㊫)で1.ある、と答えた人はお答えください。）

それはどんな施設ですか。またあなたはそれをどの程度利用なさっているのですか。
施設名① [] → 過去3カ月間に [] 回利用した
施設名② [] → 過去3カ月間に [] 回利用した
施設名③ [] → 過去3カ月間に [] 回利用した

7. あなたもいろいろの余暇活動をなさっていらっしゃるでしょうが、それらの余暇活動の中で勤労青少年ホームでの活動はどの程度に重要なものとなっていますか。

1. 非常に重要 2.かなり重要
3. なんともいえない 4. あまり重要でない
5. 全然重要でない

8. 旅行をした際、現地の勤労青少年ホームの利用者と交流するといふ案にあなたはさんせいですか。
1.さんせい 2.はんたい 3.その他（ ）

㊭ 2、3枚目は事業所クラブ員調査票の「全対象者共通事項」に同じ。

Ⅲ 利用者個別事項

1. あなたはこの勤労青少年ホームのことをどうやって知りましたか。

1. 人から聞いて知った	2. パンフレットを読んだ
3. ポスターや看板をみた	
4. その他(記入:)	

2. あなたがこのホームに最初に登録なさったのはいつごろですか。

昭和 年 月

3. あなたは勤め先からこのホームまでどんな方法で来ますか。
また所要時間はどのくらいですか。

(1) 主な交通機関

1. 徒歩	2. 自転車	3. バス	4. 電車・汽車
5. 自家用車・オートバイ	6. その他		

(2) 所要時間

時間 分

4. それではこのホームからあなたのお宅までどんな方法で帰りますか。
また所要時間はどのくらいですか。

(1) 主な交通機関

1. 徒歩	2. 自転車	3. バス	4. 電車・汽車
5. 自家用車・オートバイ	6. その他		

8. スポーツ活動と文化活動をわけて考えた場合、このホームでの余暇活動は翌日の仕事にどのような影響を与えていると思いますか。

(1) スポーツ活動の場合

1. 仕事により影響がある	2. 別にない
3. 仕事にさしざわりがある(具体的に記入:)	
4. スポーツ活動はしていないのでわからない	
5. その他(記入:)	

(2) 文化活動の場合

1. 仕事により影響がある	2. 別にない
3. 仕事にさしざわりがある(具体的に記入:)	
4. 文化活動はしていないのでわからない	
5. その他(記入:)	

9. あなたはこのホーム主催の行事や講座に参加なさったことがありますか。

(1) 参加の有無

1. ある	2. ない
-------	-------

- (2) (1)で 1.ある と答えた人はお答えください。
どんな行事や講座ですか。

1. ()	2. ()	3. ()
--------	--------	--------

問 所 要 時 間

時間 分

5. あなたは過去3カ月の間に今日も含めてこのホームに何回ぐらい来
ましたか。

1. 2回以下 2. 3～5回 3. 6～10回
4. 11回以上

6. あなたは今日、何をする目的でここへ来たのですか。
あてはまるものをすべてを○でかこんでください。

1. 本を借りたり、展示をみたりするため
2. ホームの人に相談したり質問したりするため
3. 人にあうため 4. ホーム主催の行事や講座に参加するため
5. 場所や道具を借りるため 6. スポーツをするため
7. クラブ活動をするため 8. 何となく来たり
9. その他（記入： ）

7. ふだんこのホームに来るため動機先を出るとき、事業主（管理者）
はこころよく出してくれますか。

1. 積極的に行けとすすめてくれる。
2. 仕事に忙がしくないときはこころよく出してくれる。
3. 別に変わらない 4. なんとなくいやな顔をする
5. ここに来ることを知らない
6. その他（記入： ）

何（イで 1.ある と答えた人はお答えください）
行事や講座の内容はどうでしたか。

1. よ い 2. ふ つ う
3. よくない 4. その他（記入： ）

何（ハで 3.よくない と答えた人はお答えください）
その理由は何ですか。

1. 企画がよくない
2. 指導員や講師の指導の仕方がよくない
3. その他（記入： ）

10. 行事や講座について現在このホームでやっているもの以外でやっ
てもらいたいものがありますか。
何（イ） やってもらいたいものの有無

1. あ る 2. な い

何（イで 1.ある と答えた人はお答えください）
どんなものをやってももらいたいとお考えですか。

11. あなたはこのホームでクラブ活動をなさっていますか。

1. やっている
2. やっていない

12. (11で 1.やっている と答えた人はお答えください)

(イ) どんなクラブにはいっているのですか。そのクラブでどんな仕事をしていますか。

クラブで役職名は

(ロ) クラブ活動の内容は充実していると思いますか。

1. よく充実している 2. ふつうだ
3. あまり充実していない
4. その他(記 入:)

(ハ) (ロで 3.あまり充実していない と答えた人はお答えください)
その理由は何か。

1. 企画がよくない
2. リーダーに指導力がない
3. クラブ員に会をもちあげようとする気のないものが多い
4. その他(記 入:)

(ニ) クラブ活動をしていくうえで何か問題がありますか

1. 問題がある 2. 問題はない

15. 勤労青少年ホームの建物についてあなたのお考えはどうですか
(イ) 部屋の広さは一般に十分だと思いますか。

1. 十分 2. ふつう 3. せまい
4. その他(記 入:)

(ロ) 部屋の数は十分だと思いますか。

1. 十分 2. ふつう 3. 少ない
4. その他(記 入:)

(ハ) 机、いすなどの備品についてはどうですか。

1. よい 2. ふつう 3. よくない
4. その他(記 入:)

(ニ) 室内の温度についてはどうですか。

1. よい 2. ふつう 3. よくない
4. その他(記 入:)

(ホ) 建物の使いよさはどうですか。

1. よい 2. ふつう 3. 使いにくい
4. その他(記 入:)

(ヘ) ホールは体育施設として利用する場合十分だと思いますか。

1. 十分 2. ふつう 3. せまい
4. その他(記 入:)

(ト) この建物を使ううえで現在の部屋や場所以外に欲しい部屋や場所がありますか。それはどんなものですか。

付) (ニで 1.問題があると答えた人はお答えください)
それはどんな問題ですか。

1. クラブ活動の仲間との相がうまくいかない
2. クラブ活動をやる場所・設備・器具等がよくない
3. ホームの指導者の指導が十分でない
4. 内容についていろいろ規制があって自由な活動ができない
5. 仕事に追われ時間的余裕が少なすぎる
6. その他(記入)

13.(11でやっていないと答えた人はお答えください)

付) あなたがこのクラブにはいっていない理由は何ですか。

1. ここ以外のクラブにはいっている
2. 時間的余裕がない
3. 適当なクラブがない
4. クラブの技術の程度が高すぎて、はいりにくい
5. 技術の程度が低すぎて、はいる気がしない
6. クラブの雰囲気がいらない
7. クラブ活動は嫌いだ
8. その他(記入)

ロ) (イで 1.と答えた人はお答えください)

それはどこのクラブですか。

14. こんなクラブがあればぜひはいりたいというクラブがありますか。
それはどんなクラブですか。

1. ある(クラブ名記入)
2. な い

1. ある(部屋や場所名記入)
2. な い

付) それは現在の部屋や場所ですら必要と思われませんか。
それはどこですか。

1. ある(部屋や場所名記入)
2. な い

16. このホームの屋外体育施設(グラウンド・プールやその照明など)
は現在のままでよいと思いませんか。

1. 現在のままでよい
2. 不十分(具体的に記入)
3. その他()

※ 最後にホームについてのご意見、ご希望など、なんでも結構です
から下欄に自由にお書きください。

GAa1/1

8B-4-32



女性と仕事の未来館



00964642