市民生活しはもうたくさん ズミを見直そう

小さな抵抗を大きく広げて

昨年の暮、十八リットル三百八十円と標準価格が決められた灯油が、いまでは店頭渡し六百円といっきょに一・七倍近くにも――なにがなんだかわからないうちにインフレが、モノ不足が、物価高が私たちの市民生活を脅かしています。天高く馬肥ゆる秋、健康の秋、読書の秋と、もっともすばらしいはずの「秋」ですが、物価は高く国鉄運賃、消費者米価も上がるなど〝値上げの秋〟となってしまいました。

お年寄りだけの世帯や生活の苦しい世帯、病人をかかえた家庭など、弱い立場にある市民の生活の苦しさは、たとえようもない大変なものです。

こうした異常な状態は、インフレ政策をとった政府や利益だけを求める大企業にその原因がぶっつけられても、しかたのないことです。

先ごろの参院選では、この〝物価〟が争点となりました。でも物価をもとにもどすということは、少数の人の力でも、一自治体の力でも、どうすることもできません。しかしなんとかしなければならないという気持ちには変わりありません。小さな抵抗を、大きな抵抗に広げてゆかなければなりません。

今号は、物価を見直すことにポイントをおいて、そのアウトラインを探ぐりながら、かしこい消費者運動をいっしょに考えてみましょう。

買いだめと売り惜しみ　価格のバランスくずす

まず〝物価〟ということから考えてみましょう。

だれだって物の値だんは上がらないほうがよいに決まっています。しかし「価格」というものは、ぐるぐるとまわって最後には消費者にまわってくるときの姿です。

例えば消費者は、物の値だんが高いといいますネ。そうすると小売り店でも卸し売り店でも高くなったといいます。メーカーはメーカーで賃金が高くなって、原材料も値上がりしたといいます。労働者は、すべての消費者物価が高くなったのだから、賃上げを要求します。このように物の値だんはぐるぐるとついてまわります。

ふつうの商品は、「市場」というところである程度価格のバランスが保たれます。

例えば、ある商品が需要より足りないとなれば、値だんは上がって、生産者に有利に展開されます。そうなると、この不足している商品をつくる人が増えて、大量に生産されます。多く出まわるようになると値上がりはストップします。そして、さらに生産が増えつづけると、逆に過剰生産となって、商品の値だんは下がってしまいます。こんどは生産をやめる人がでてくる――などの現象がくりかえされるわけです。

しかし生産者が少なく、それでいて強力な力を持っていて売り惜しみをしたり、あるいは自分の好きな値だんでなければ売らない――ということになれば、このバランスは大きく崩れてしまいます。

昨年、アラブの石油産出国が石油の供給を制限したため石油が足らなくなって、日本中が節約ムードに支配されました。これによって物価の高騰もまねき、これまでのインフレ化がさらに広がりました。

こんな状態の中で「値上がりしないうちに買っておこう」という強力な力を持つ生産者、小さな力の消費者心理は、トイレットペーパーなどの買いだめ、買い急ぎとなってあらわれたのです。消費者側にすれば、生活防衛上の小さな抵抗です。

物不足、物価狂乱に拍車をかけたのは、大企業の〝買いだめ〟〝売り惜しみ〟などに原因がないとはいえません。

（次ページへ…）

今号の表紙

「二十世紀」は、はずかしそうに身を包み、「ぶどう」棚には大きな紫のフサが顔を出す。

当市が本家の「八珍柿」は、健康そうな仲間たちと高い小枝で見事な〝色気〟を競い合い、ここ秋の味覚はこぼれそう。

「稲穂」はズッシリと重く、思わず〝ウーン、豊作だ〟と、農作業にもよろこびをかよわせています。

× × ×

□稲作…新津市の面積のおよそ半分近くも占める作付け面積。うまい米づくりは一生懸命すすめられました。

ことしの収穫量は、豊作だった昨年に近い…十万俵も突破しそうです。

「今年は、病害虫の防除を徹底的にやったこと。つゆ明け後の天候が良かったことでしょうネ」――と、収穫のよろこびをモミスリ機の手を休め、話してくれました。

□さつき…園芸のメッカ小合地区では、いまサツキなどの苗木の出荷準備におおわらわ。ここでは、アザレヤ、シャクナゲ、サツキなどが、年間苗木・成本ともで百七十万本も生産され、主に群馬や埼玉など関東方面へ出荷されています。

□八珍柿…当市に原木をもつ八珍柿の生産基地、市内各地の六ヘクタールに栽培されています。今年も百トン以上の収穫が見込まれ、㊙おけさ柿として主に北海道へ出荷されます。

□梨…近郊にたくさん見られる梨の栽培は、市内でも大蔵、中野、車場と小阿賀野川添いに多くつくられています。

栽培面積がおよそ十二ヘクタール。今年は、昨年とほぼ同じくらいの三百六十トンの収穫量が見込まれ、おみやげ梨や県内外へと出荷されています。このうちの八〇％近くが梨の王様「二十世紀」。長十郎、新興もわずかですがつくられました。

□ぶどう…主に車場、滴願寺地区に二ヘクタールくらいしか栽培されていないため、市内には比較的生産量の少ない秋の味覚の一つです。タノレッド、タノプラック、キャンベルなどの品種が多く、例年並みのでき。十トン積みダンプで五台分の収量が見込まれ、今年も東京方面へ向け、多く出荷されました。

びやかされる常インフ 物価のヒ

カラスのなかない日はあっても、値上げのない日はないような……

生活の防衛に〝物価〟を知ろう

ささやかな中にも生活のチエで

ところでインフレが大きく進み、値上がり物価に追いうちがかけられるいま、私たちの生活は、だんだんとむしばまれていくようで不安です。しかし、これらの不安は全国のどこの市町村（自治体）にもおよんでいます。つまり「公園をつくってほしい」「道路を建設して」「学校の施設をととのえて」――こんな市民からのたくさんの声が、全国のまちにわきかえっているからです。

ところが国では、インフレをおさえる手段といって、総需要抑制いわゆる新しい公共事業への投資引き締めをつづけ、市町村が計画する建設費の補助を、大きくけずっています。こうなると力のない小さな自治体は、資金ぐりがむずかしくなって、新しい建設事業の計画もできません。建設諸材料のはね上がる狂乱インフレの中で、余分な持ち出しをしなければならない苦しい財政事情、物価高騰のインフレ化は、消費者と同じくこんなところにもきています。

私たちみんなが消費者です私たちだけではどうにもなりませんが、それでも生活防衛のための物価作戦にすすまなければなりません。ささやかながらも商品の中身の正体を知り、安売りルートを知って、高い値だんに背を向ける。そして物価はどのようになければならないかをよく知ることが大切です。

この春、市の消費生活モニター制度が発足し、私もお手伝いをすることになった。やってみると、モニターとしても消費者としても無力さを思いしらされ、時には腹立たしく思うことさえある。しかし、モニターの仕ごとをしながら「これから消費者はどうあるべきか」を考えさせられた。

一消費者は小さくて無力であるが、自分の足もとを見つめ、生活態度を考え直す必要を痛感する。いままでは「消費者は王様だ」「消費は美徳だ」といわれ、知らないうちにメーカーの新製品に欲望をかきたてられたりした。そうかと思うと今度は「節約は美徳だ」といわれた。

いままで消費者はメーカーの宣伝にのせられたり他人の生活を基準にしたりで、主体性のない消費生活を営んできたのではなかろうか。これからは、自分で自分がどういう生活をしているのか、人間にとってどういう環境が必要なのかを考えながら判断し、選ぶ姿勢がなければならないと思っている。

返上しよう
無力な消費者

消費生活モニター　塩練ユキ子

〝公共料金〟とは三種類

この十月から国鉄運賃をはじめおコメ、小包郵便料金などが上がりましたが、これらは、普通私たちが公共料金と呼んでいるものです。

公共料金は、政府がそれを決めるのに直接関係することになっていますから、政府がこの料金を決める「市場」の役割りを果たしているということができます。

では、この公共料金とはどんなものをいうのでしょう。参考までにご紹介してみましょう。

■国会の議決によるもの

国鉄運賃（普通旅客・車扱貨物）、郵便料金と電報電話料金、たばこ小売価格、NHK受診料

■政府が決定するもの

国立大学等の授業料、米の政府買入れ価格と消費者価格公衆浴場の入浴料金、診察料

■政府が認可するもの

電力・電灯料金、ガス料金私鉄運賃と地下鉄運賃、私営水道料金、通運事業料金、定期航空運賃、塩の売渡し価格公共料金は、以上の三種類と呼ばれています。

（都留重人著の物価を考える＝岩波新書から）