

令和元年6月28日現在

機関番号：32826

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2016～2018

課題番号：16K04097

研究課題名(和文)「第三の消費文化」パラダイムに基づいた中国消費社会の実証研究

研究課題名(英文) Empirical study of Chinese consumer society based on the "Third Consumer Culture" paradigm

研究代表者

廣瀬 毅士 (HIROSE, Tsuyoshi)

東京通信大学・情報マネジメント学部・准教授

研究者番号：20571235

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,600,000円

研究成果の概要(和文)：本研究では、「第三の消費文化」パラダイムという概念枠組のもと、「消費の多様化」「消費の脱物質主義化」「消費の質的高度化および深化」という観点から仮説を構築し、上海市・北京市における統計調査のデータから実証分析を行った。
本研究における視点と主な成果は、中国においても脱物質主義が進行しているのか、社会的消費や消費の質的高度化など、消費の肯定的側面がいかなる展開を示しているか、またそれらとデモグラフィック要因、社会階層要因、および消費意識項目といかに関連しているかについて、実証的に明らかにしたことである。

研究成果の学術的意義や社会的意義

社会批評的記述や個別事例提示にとどまることが多い消費社会研究の中であって、本研究グループは統計的調査による実証データを東京圏で継続的に収集してきた。本研究は、同じく非欧米世界の先進都市である上海市・北京市において大規模統計調査を行った成果である。
また、グローバル化の中で東アジア社会が発展し、ローカルな視点から消費研究を捉え直すことが重視されつつある。本研究は「欧米諸国の発展段階のトレース」として東アジアの消費社会を理解するだけでなく、非欧米社会が中心となって独自の新しい消費文化を築くという視点からの分析であり、「第三の消費文化」パラダイムという確固たる概念枠組に基づいてデータ分析を行っている。

研究成果の概要(英文)：In this study, we conducted an empirical analysis from the data of statistical surveys in Shanghai and Beijing. Based on the conceptual framework of "the Third Consumer Culture" paradigm, we constructed the theoretical hypotheses: diversification of consumption, post-materialism, and qualitative sophistication of consumption.
We confirmed that post-materialism was in progress in China as well, while some positive side of trends such as social consumption and qualitative sophistication in consumer activities are developing. We also demonstrated empirically how they correlate demographic factors, socio-economic factors and consumer attitude.

研究分野：社会学

キーワード：社会学 消費社会論 社会的消費 中国 消費意識 消費文化 社会調査 統計調査

様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19、CK - 19 (共通)

1. 研究開始当初の背景

本研究がその視座とする「グローバル消費文化」という論点をめぐっては、1990年代以降 G. リッツァの「マクドナルド化」論にみられるような「画一化」論と、R. コーエンと P. ケネディによる消費文化の「クレオール化」(混交化)論のような「多様化」論の対立構図が存在してきた。しかしこれらの対立構図は、いずれも欧米研究者による欧米中心主義に立つものであり、クレオール化の議論にせよ、アメリカ中心の欧米消費文化に対して他の世界各地域が抵抗しうるかということに焦点をおいた立論にとどまっている。

しかし、東アジアという非欧米社会が発展するにつれて「グローバル化のなかの東アジア」というローカルな視点から消費研究を捉えなおすことが重視され、欧米中心主義の視座からの議論において乏しかった非欧米社会が中心となって独自の新しい消費文化を築く、という発想が徐々に採用されるようになりつつある。上海などの中国都市部では高度な大衆消費市場を形成しているものの、中国の人々の消費意識や消費行動は欧米とは異なっており、今後も既存の先進諸国とは異なる消費社会・消費文化を形成する可能性が指摘されている。「欧米諸国の発展段階のトレース」として、東アジア諸国の消費社会を理解することはできないと考えた。

本研究組織のメンバーは複数回にわたる実証研究プロジェクトを通じて現代日本の消費社会・消費文化の多角的な解明に取り組み、ローカルな日本の消費文化とのハイブリッド化や日本の消費文化の再生といった現象を含む「グローバル消費文化の多様化」を経験的事実として観察してきた。また、本研究組織のメンバーの間々田孝夫が近年提唱している、脱物質主義化と社会的配慮、消費の高度化などを含む「第三の消費文化」論は、日本から発想する新しい消費文化パラダイムといえよう。

また、本研究組織が過去に上海市内において実施した中規模予備調査およびフィールド調査では、消費社会に向かって疾走しているかに見える中国人も、日本人と同じくつながり消費を重視し、伝統的生活様式を愛し、欧米消費文化を換骨奪胎し、物質主義的でありながら非物質的なものにも価値を認める生活態度を維持していた。これらの結果を受け、われわれ研究組織は中国でも「第三の消費文化」の発展する可能性のあることを感じ、日本国外の非欧米社会におけるグローバル消費文化を解明すべく、中国上海市において大規模な統計調査を実施する着想に至った。

2. 研究の目的

前項の研究背景のもと本研究課題が取り組んだのは、東京を凌ぐほどのグローバル都市に成長した中国上海市において、いかなる形態や規模で「第三の消費文化」が出現しているかを明らかにすべく、次の3つのテーマを設定した。

(1) 消費の多様化

消費の多様化は、すでに日本では40年ほど前から主張されてきた長期的動向であり、現代消費文化の大きな特徴とされてきた。具体的には、欧米消費文化の現地化、在来消費文化とのハイブリッド化、グローバルな消費文化の採取、個性化やマニア化などについて検討する。

(2) 消費の脱物質主義化

多様化とほぼ同時に主張され、バブル崩壊後は特にその傾向が顕著であるのが脱物質主義化であり、サービス消費、情報消費といった分野でその重要性を増している。また、環境問題や倫理的消費とのかかわりの中で、様々な脱物質的消費スタイルが模索されている。

(3) 消費の質的高度化および深化

高度化の内容として富裕層向け高額品や技術的な高性能製品については従来から着目されてきたが、それ以外の面で高度化する(あるいは深化)という傾向は、最近になってようやく認識され始めたものである。具体的には、文化的消費、抗リスク消費、品質志向などを検討する。

3. 研究の方法

前項で述べた「第三の消費文化」パラダイムに基づいた3つの理論仮説を具体的に検証すべきテーマとし、各々について研究組織メンバーのサブユニットを組織し、研究者を配置した。すなわち(1)「消費の多様化」サブユニット、(2)「脱物質主義化」サブユニット、(3)「質的高度化」サブユニットである。また、これに加えて(4)第三の消費文化モデルじたいの構築を行いその妥当性を問う「第三の消費文化ユニット」をも設定した。

3ヶ年の研究期間のうち、初年度(2016年度)は中国の消費社会についての文献研究を行いつつ、過年度に実施した上海市内の予備調査データの再分析を行った。第2年度(2017年度)は、その分析結果を踏まえて上海・北京市内での大規模質問紙調査を実施した。最終年度の第3年度(2018年度)には、大規模質問紙調査データの分析および東京調査との比較分析を行い、日本社会学会大会での連続報告や経済社会学会全国大会でのラウンドテーブル・セッションの企画と研究報告を行った。これらの研究活動を踏まえて年度末には研究成果報告書を作成し、研究組織メンバーの成果論文を収録した。

なお、第3年度(2017年)に上海市・北京市において実施した統計的社会調査の実施概要は以下の通りである。

調査主体：グローバル消費文化研究会（代表：間々田孝夫）
調査対象：上海市全域・北京市全域に居住する 20 歳～69 歳の一般男女
調査手法：委託先調査会社のアクセスパネルを対象としたクローズド型 Web 調査
調査期間：2017 年 10 月 23 日～11 月 7 日
標本規模：上海市 1500、北京市 1000
標本設計：中国センサスデータの性・年代の人口比を用いたクォータ法

4. 研究成果

(1) 各ユニットの主な研究成果

「第三の消費文化」ユニット

間々田（2019a）は第三の消費文化を含む「消費三相理論」に基づいて、上海・北京における消費文化の構造を過年度の上海市予備調査・2016 年の東京首都圏調査データと比較しつつ分析した。因子分析や主成分分析の結果、「物量」主義への批判的意識を示す態度特性を描出した。ただしはっきりした「反物量主義」と判断されるような回答者が少ない事実から、物量主義から少し身を引こうとする「脱物量主義」と間々田は名付けている。これが「脱物質主義」や「第三の消費文化」とは異なる中国独自の意識構造であることをデータ分析を通じて指摘している。

水原（2019）は、主観的幸福感に対する消費主義の影響を検討した。記号消費と社会関係消費がともに主観的幸福感に正の効果をもたらすこと、社会的消費が主観的幸福感への高群への入りやすさに対しては正の効果をもたらすことを明らかにし、東京圏調査と上海・北京調査との異同から消費社会・文化の変動過程の影響を示唆している。

「消費の多様化」サブユニット

廣瀬（2019a）は、消費文化のグローバル化の一方で進行する消費の多様化の 1 つの様相としてローカル文化受容について着目し、中国のローカルな伝統文化の受容パターンを潜在クラスモデル分析によって明らかにし、その規定要因を愛国心の強さ、国民意識の強さ、中国式あるいは西洋式生活スタイルへの志向などによって分析し、愛国心の強さや伝統文化を身につけていることの重視がローカル文化受容パターンに有意な効果を持つことを示した。

「脱物質主義化」サブユニット

寺島（2019）は、近年注目されているシェアリング・エコノミーに着目した。中国のシェア・サービス利用意向の規定要因を、社会経済地位、インターネット利用度、世帯サイズ、ソーシャルキャピタルなど多様な説明変数から仮説検証を行った。社会経済地位の中でも学歴、インターネット、世帯サイズに正の効果がみられたほか、一般的信頼の効果も部分的に効果を有していた。

「質的高度化」サブユニット

鈴木（2019）は、消費者の清潔志向が消費様式の安定化に関連しているかについて検討した。鈴木はこの論文において、清潔志向が非消費主義的な消費文化を助長することを指摘した上で、その帰結として消費様式を安定化させる要因として清潔志向が作用する可能性を明らかにした。

また、野尻（2019）は、中国都市部における防犯支出に対する消費主義的価値意識の影響について実証的な分析を行い、消費主義的な価値意識を持つ人ほど防犯支出を行っているという結果を得た。このことから野尻は、消費社会の行動様式がセキュリティの高度化と密接な関連をもつことを考察した。

(2) 学会における成果発表の概要

最終年度（2018 年度）末に作成した研究組織メンバーの研究論文をまとめた研究成果報告書に先立って、同年に開催された経済社会学会第 54 回全国大会（2018 年 9 月 9 日、慶應義塾大学）において、「中国先進消費社会の現状と問題構成——上海・北京 2 都市での統計調査から」と題したラウンドテーブル・セッションを企画・開催した。同セッションでは研究代表者の廣瀬毅士による導入的な報告のほか、畑山要介・野尻洋平（いずれも研究分担者）および鈴木康治（研究協力者）による研究報告を行った。また、上海の華東師範大学の呉金海（研究協力者）を招聘し、各報告へのコメントと全体討論を行った。

また、さらに同年の第 91 回 日本社会学会大会（2018 年 9 月 15 日、甲南大学）では水原俊博・朝倉真粧美・寺島拓幸による連続報告を行った。

(3) 収集した統計データに関する自己評価

本研究が依拠するデータを収集した統計調査の手法上の特徴は、調査会社の有するアクセスパネルを対象としたクローズド型 Web 調査を採用したことである。むしろ科学的な社会調査においては無作為抽出法によって確率標本を得ることが望ましいのであるが、その際に必要な市内全域の一般男女に広範なカバレッジを持つ抽出台帳（日本でいえば住民基本台帳や選挙人名簿）が中国では公開されていない。したがって標本選出の条件を緩和せざるを得ないが、本研究では現地の調査文化をふまえた次善の策として、広範な人々をリクルートして構築された十分

大きなアクセスパネルを有する調査会社に委託を行って、Web 調査を行うことにした。

アクセスパネルから回答者を募るゆえに本質的には確率標本ではないものの、デモグラフィック属性での偏りを少しでも排除するために、性・年代ごとの調査人数を割当て(クォータ)を実施した。本調査では調査対象地の性・年代の人口構成比を、中国のセンサスである第六次人口普查(六普と略される)に応じて割当(クォータ設計)を行った。ただし、居住地区では割当法に基づくクォータ設計を行っていない。今回のようなクローズド型のインターネット調査では調査会社のアクセスパネルに調査協力依頼の配信を行うが、今回の委託先では居住地区をキーとして調査協力依頼の配信を行うことは不可能であったため、すでに前述した性・年代に地域を加えた3次元クォータを設計していない。

上述のように現地の調査条件の制約から確率標本とは言い難いサンプル設計となり、標本に偏りが生じた可能性は排除できない。そのため統計分析についても、厳密なパラメータ同定を目指すというよりは変数間の関連やその構造といった構造同定を目指すにとどめた。今後の展望としては、現地の研究協力者により強固な連携のもと、確率標本による研究の深化を試みたい。

5. 主な発表論文等

[雑誌論文](計 15 件)

廣瀬毅士, 2019a, 「上海における伝統文化受容のパターン 潜在クラス分析を用いて」『「第三の消費文化」パラダイムに基づいた中国消費社会の実証研究』(2016-2018 年度年度科学研究費補助金研究成果報告書): 95-108, 査読無.

廣瀬毅士, 2019b, 「ローカル文化受容のパターン分類と規定要因 和風志向は『ぷちナシヨナリズム』か」『東京通信大学紀要』1: 75-87, 査読有.

間々田孝夫, 2019a, 「上海・北京における消費文化の構造 脱物量主義を中心として」『「第三の消費文化」パラダイムに基づいた中国消費社会の実証研究』(2016-2018 年度年度科学研究費補助金研究成果報告書): 23-41, 査読無.

間々田孝夫, 2019b, 「消費文化の構造分析 『第三の消費文化』を操作化する」『社会的消費・質的高度化・消費主義の視点から見る 21 世紀消費社会の調査研究』(2016-2018 年度年度科学研究費補助金研究成果報告書): 8-31, 査読無.

水原俊博, 2019, 「中国大都市における消費文化と主観的幸福感 2017 年上海・北京調査のデータ分析」『「第三の消費文化」パラダイムに基づいた中国消費社会の実証研究』(2016-2018 年度年度科学研究費補助金研究成果報告書): 43-58, 査読無.

寺島拓幸, 2019, 「中国人のシェアリング・エコノミー利用意向 上海・北京 2 都市調査による検討」『「第三の消費文化」パラダイムに基づいた中国消費社会の実証研究』(2016-2018 年度年度科学研究費補助金研究成果報告書): 59-71, 査読無.

野尻洋平, 2019, 「中国消費社会における「豊かな生活」とセキュリティ 都市部における防犯支出と消費主義的価値意識」『「第三の消費文化」パラダイムに基づいた中国消費社会の実証研究』(2016-2018 年度年度科学研究費補助金研究成果報告書): 73-83, 査読無.

鈴木康治, 2019, 「清潔志向と消費様式の安定化 中国調査を通じて」『「第三の消費文化」パラダイムに基づいた中国消費社会の実証研究』(2016-2018 年度年度科学研究費補助金研究成果報告書): 85-93, 査読無.

廣瀬毅士, 2018, 「中国消費社会の消費文化と意識 上海・北京 2 都市の統計調査の結果をもとに」『応用社会学研究』60: 91-105, 査読無.

水原俊博, 2018, 「消費社会学における観光の類型化 脱物質的観光の可能性と限界」『立教大学観光学部紀要』20: 67-74, 査読無.

寺島拓幸, 2018, 「シェアリング・エコノミー利用意向のデモグラフィック要因 2016 年東京都市圏調査による検討」『文京学院大学人間学部研究紀要』19: 1-9, 査読有.

野尻洋平, 2018, 「リスク社会における犯罪不安と防犯消費 防犯支出の規定要因の分析」『経済社会学会年報』40: 183-186, 査読有.

鈴木康治, 2018, 「清潔志向と消費様式の安定化に関する実証分析 非消費主義の概念を手がかりとして」『経済社会学会年報』40: 156-165, 査読有.

本柳亨, 2018, 「サードプレイスを目的とした飲食店の利用を規定する要因」『立正経営論集』51(1): 101-118, 査読無.

畑山要介, 2018, 「『市民-消費者』としての倫理的消費者 社会貢献志向とクリエイティブ志向の効果の検討」『経済社会学会年報』40: 225-233, 査読有.

[学会発表](計 18 件)

水原俊博, 2018, 「消費主義と主観的幸福感 上海・北京 2 都市での統計調査から(2)」第 91 回 日本社会学会大会, 2018 年 9 月 15 日, 甲南大学.

朝倉真粧美, 2018, 「中国都心部における消費態度の分析 上海・北京 2 都市での統計調査

- から(3)」第91回日本社会学会大会, 2018年9月15日, 甲南大学.
- 寺島拓幸, 2018, 「中国人のシェアリング・エコノミー利用意向 上海・北京2都市での統計調査から(4)」第91回日本社会学会大会, 2018年9月15日, 甲南大学.
- 廣瀬毅士, 2018, 「中国先進消費社会の現状と問題構成 上海・北京2都市での統計調査から [調査概要]」経済社会学会第54回全国大会, 2018年9月9日, 慶應義塾大学.
- 畑山要介, 2018, 「過熱するオンラインショッピングの実態」経済社会学会第54回全国大会, 2018年9月9日, 慶應義塾大学.
- 鈴木康治, 2018, 「清潔志向と消費様式の安定化 中国調査を通じて」経済社会学会第54回全国大会, 2018年9月9日, 慶應義塾大学.
- 野尻洋平, 2018, 「中国上海市における犯罪不安と防犯支出の実態」経済社会学会第54回全国大会, 2018年9月9日, 慶應義塾大学.
- 間々田孝夫, 2018, 「消費研究の核心と経済社会学」経済社会学会第54回全国大会, 2018年9月8日, 慶應義塾大学.
- FUJIOKA, Masayuki, 2018, "The Influence of Government Credibility on the Attitudes of Consumers to Radioactive Material in Food," XIX International Sociological Association World Congress of Sociology, 2018年7月19日, Metro Toronto Convention Center [Toronto, Canada].
- HATAYAMA, Yosuke, 2018, "Credibility and Accessibility of Labelling Schemes: The Case of Global Coffee Supply Chains," XIX International Sociological Association World Congress of Sociology, 2018年7月19日, Metro Toronto Convention Center [Toronto, Canada].
- HATAYAMA, Yosuke, 2018, "The Fair Trade Consumer as a Citizen-consumer: Responsible Consumption not Dependent on Responsibility," 6th Fair Trade International Symposium, 2018年6月28日, University of Portsmouth [Portsmouth, UK].
- 水原俊博, 2017, 「消費主義と主観的幸福感の多元的関連性 『21世紀の消費生活に関する調査』を通して(5)」第90回日本社会学会大会, 2017年11月4日, 東京大学.
- 廣瀬毅士, 2017, 「消費意識による消費文化のパターン分類 『21世紀の消費生活に関する調査』を通して(6)」第90回日本社会学会大会, 2017年11月4日, 東京大学.
- 寺島拓幸, 2017, 「シェアリング・エコノミーにおける物質主義 『21世紀の消費生活に関する調査』を通して(4)」第90回日本社会学会大会, 2017年11月4日, 東京大学.
- 朝倉真粧美, 2017, 「SNSの利用と消費態度の関係 『21世紀の消費生活に関する調査』を通して(3)」第90回日本社会学会大会, 2017年11月4日, 東京大学.
- 鈴木康治, 2017, 「清潔志向と消費様式の安定化 非消費主義に関する実証分析」経済社会学会第53回全国大会, 2017年9月17日, 名古屋学院大学.
- 本柳亨, 2017, 「サードプレイスの利用を規定する要因 飲食店の利用目的の違いに着目して」経済社会学会第53回全国大会, 2017年9月17日, 名古屋学院大学.
- 野尻洋平, 2017, 「リスク社会における犯罪不安と防犯消費 防犯支出の規定要因の分析」経済社会学会第53回全国大会, 2017年9月16日, 名古屋学院大学.

〔図書〕(計5件)

- 坂井素思・間々田孝夫, 放送大学教育振興会, 『経済社会を考える 消費・産業の様式とアンサンブル』, 2019, 292.
- 寺島拓幸, 東京図書, 『SPSSによる多変量データ分析』. 2018, 283.
- 間々田孝夫, ミネルヴァ書房, 『21世紀の消費 無謀、絶望、そして希望』, 2016, 506.
- 寺島拓幸・廣瀬毅士, 東京図書, 『SPSSによるアンケート分析』. 2016, 281.
- 畑山要介, 学文社, 『倫理的市場の経済社会学: 自生的秩序とフェアトレード』. 2016, 320.

6. 研究組織

(1)研究分担者

研究分担者氏名: 間々田 孝夫
 ローマ字氏名: MAMADA Takao
 所属研究機関名: 立教大学
 部局名: 社会学部
 職名: 名誉教授
 研究者番号(8桁): 10143869

研究分担者名: 水原 俊博
 ローマ字氏名: MIZUHARA Toshihiro

所属研究機関名：信州大学
部局名：学術研究院人文科学系
職名：准教授
研究者番号（8桁）：10409542

研究分担者名：寺島 拓幸
ローマ字氏名：TERASHIMA Takuyuki
所属研究機関名：文京学院大学
部局名：人間学部
職名：准教授
研究者番号（8桁）：30515705

研究分担者名：野尻 洋平
ローマ字氏名：NOJIRI Yohei
所属研究機関名：名古屋学院大学
部局名：現代社会学部
職名：准教授
研究者番号（8桁）：40713441

(2)研究協力者

研究協力者氏名：呉 金海
ローマ字氏名：WU Jinhai

研究協力者氏名：鈴木 康治
ローマ字氏名：SUZUKI Koji

研究協力者氏名：本柳 亨
ローマ字氏名：MOTOYANAGI Toru

研究協力者氏名：藤岡 真之
ローマ字氏名：FUJIOKA, Masayuki

研究協力者氏名：畑山 要介
ローマ字氏名：HATAYAMA Yosuke

研究協力者氏名：三田 知実
ローマ字氏名：MITA Tomomi

研究協力者氏名：朝倉 真粧美
ローマ字氏名：ASAKURA Masami

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。