

科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成25年5月31日現在

機関番号：32686

研究種目：基盤研究（B）

研究期間：2010～2012

課題番号：22330160

研究課題名（和文） ポスト・グローバル消費社会の動態分析—脱物質主義化を中心として

研究課題名（英文） Investigate The Movement of Consumer Society in Post-Global Age : Especially on the Post-Materialization

研究代表者

間々田孝夫（MAMADA TAKAO）

立教大学・社会学部・教授

研究者番号：10143869

研究成果の概要（和文）：

本研究の目的は、グローバル化が進展し多様化する現代日本の消費社会・消費文化の諸相について実証的に分析し、その構造と趨勢をあきらかにすることである。本研究プロジェクトの成果は次の二点である。第一に、首都圏において大規模な質問紙調査を実施し、現代日本人の消費意識・消費行動を計量的にあきらかにした。第二に、おもに消費とリスクに関する理論研究をおこない、リスク回避のための消費行動の類型をあきらかにした。

研究成果の概要（英文）：

The purpose of this project is to explore the structure and tendency of consumer society/culture in globalizing Japan. The results of this project are summarized in the following points: firstly, we carried out questionnaire survey, and examined the consciousness and behavior of Japanese consumers. Secondly, we explored the relation of consumption and risk, and classified consumer behavior for avoiding risk.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	10,300,000	3,090,000	13,390,000
2011年度	1,000,000	300,000	1,300,000
2012年度	1,900,000	570,000	2,470,000
年度			
年度			
総計	13,200,000	3,960,000	17,160,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：社会学・社会学

キーワード：消費社会、リスク、脱物質主義、若者、デイズニー化

1. 研究開始当初の背景

(1) 消費社会についての社会学的研究は、日本では1980年代にさかのぼる。この時期、フランスを中心とするポストモダンおよびポスト構造主義思想の影響を強く受けた記号論的消費社会論が注目をあび、大きな反響を呼んだ。しかし、1990年代に入り、日本が本格的な経済不況に突入すると、それらの思想が一過性の流行として忘れ去られようと

するのと同時に、記号論的消費社会論にたいする関心も下火になっていった。そして、記号論的アプローチだけではなく、消費社会に対する関心自体も低下する傾向を示した。しかし、研究代表者をはじめとする本研究グループは、その間も消費社会が着実に変容していることをふまえ、さまざまな理論的、経験的な知見を取り入れつつ、この分野の研究を進めてきた。

(2) 消費社会研究においては、この間グローバル化の世界的な進展を背景として、消費（文化）が合理化・画一化するという「マクドナルド化論」が、ジョージ・リッツァによって提起された。これは、上述のポストモダンの消費研究を批判する立場に立つもので、グローバル化によってアメリカ消費文化が広まり、世界中で消費の同質化が進むという仮説を示した。これに対し、ポストモダンの視点をとる研究者たちは、グローバル化がアメリカ化を意味せず、むしろ多様な文化の混交（ハイブリッド）状態をもたらすという多様化仮説の立場を採用してきた。

(3) 他方、グローバル化の文脈を離れると、この間先進諸国では消費水準の停滞、情報・サービス・文化などの消費増大、環境問題に対処しようとするグリーンコンシューマリズムやエシカルコンシューマリズムの台頭など、さまざまな新しい動向が発生している。日本について言えば、「若者の消費離れ」の傾向がこの何年か注目を浴びている。これらの動向は、「脱物質主義化」の動きとしてまとめることができ、近年の消費社会研究のひとつの大きな焦点となっている。

(4) さらに、この間現代社会の新しい動向として、監視社会化、リスク社会化などが注目されるようになり、これらが消費社会に及ぼす影響も研究課題となっている。たとえば、ショッピングモールのような消費空間では、設計者が消費者の行動を監視技術によってあらかじめシミュレートすることで、その空間のもつ多義性が失われ、消費者による一義的な意味づけがなされているという議論がある。また、脱物質主義化の中でもリスクに対する消費行動（健康、身体の安全、保険や保障など）が活性化しているという状況も見られる。

2. 研究の目的

以上のような研究の背景のもと、われわれはつぎに挙げる諸仮説を導出した。

(1) 消費社会の全般的趨勢としての「脱物質主義」命題・仮説

画一化仮説と多様化仮説の論争については、後者の理論仮説の妥当性が検証され、学界においても主流となってきたと考えてよいだろう。しかし、多様化は必ずしも混沌として方向性を失った消費文化を意味するわけではない。グローバル化による多様化とは別のベクトルとして、消費社会の「現在」を捉える理論枠組みが必要である。そのような消費社会・消費文化の「現在」を捉える枠組みとして、間々田は「脱物質主義」を指摘した。持続可能な消費社会への架け橋とされる脱物質主義の実態を、実証的に解明することは一つの大きな課題といえる。

(2) 若年層における消費動向と消費の価値

意識の変容に関する命題・仮説

上記のような「脱物質主義」と密接に関連しあっていると考えられる言説として、近年では若者の消費意欲の減退がとくに指摘されている。このような事例の先行調査として、たとえば日本経済新聞産業地域研究所が実施したインターネット・モニター調査『20代若者の消費異変：調査研究報告書』（2008、日本経済新聞社）などがあるが、無作為標本抽出による質問紙調査を通じてこれを検証することは行われておらず、われわれの研究グループの大きな課題となる。

(3) ディズニー化（消費とリスク／監視）をめぐる命題・仮説

A. ブライマンは、現代の消費社会の多くの領域において消費に多様な娯楽性をもたせて差異化する原理、つまり、「ディズニー化」によって消費空間（ショッピング・モールなど）が監視された娯楽的な場所となり、また、そこではリスク（消費者の不安意識）は高度に管理されていると指摘する（Bryman, A., 2004, *The Disneyization of Society*, Sage.）。「ディズニー化」は脱物質主義化とはある面で背反する傾向をもつが、現代の消費社会に特徴的な現象である。したがって、消費者がディズニー化された消費空間をどのように主観的に意味づけているのか、また、リスクの形態や程度については、理論的、実証的に解明すべき重要課題である。

3. 研究の方法

(1) 以上の研究目的・課題について、われわれはグローバル化（論）以後の消費社会・消費文化について、「脱物質主義」仮説を主な研究枠組みとして、理論・実証の両面から包括的に捉えていくというアプローチを採用した。

(2) また、分野を異にする三つの研究ユニットを組織することにより、多角的に研究を深化させていくこととした。まず、「脱物質主義」仮説を中心命題として、これについて重点的に理論的な彫琢をはかるのが、本研究の核となる「統括ユニット」である。この「統括ユニット」を中心としながら、若年層における消費動向と価値意識の変容に関する命題・仮説を検証する「消費と若者文化研究ユニット」と、ディズニー化（消費とリスク／監視）をめぐる命題・仮説について検証する「消費とリスク研究ユニット」を組織する。相互補完的な関係にある三つの研究ユニットを組織することで、理論的・実証的研究を円滑に進めることとした。

(3) さらに、研究ユニットを横断するかたちで大規模質問紙調査を実施した。調査概要はつぎのとおりである。

【調査概要】

調査名：多様化する消費生活に関する調査

調査主体：グローバル消費文化研究会（代表：間々田孝夫 立教大学社会学部教授）
調査委託：中央調査社
母集団：新宿駅 40km 圏の日本国在住の日本国籍で 15 歳以上 69 歳以下（2010 年 8 月末現在）の男女個人
標本抽出：住民基本台帳を用いた 2 段抽出によって該当年齢の個人を無作為に抽出
調査方法：郵送法による質問紙調査
調査期間：2010 年 9 月～10 月
計画標本規模：4,000 件

4. 研究成果

(1) 大規模質問紙調査の回収結果

まず、上記の大規模質問紙調査の回収結果について述べる。計画標本規模は 4,000 件として標本抽出をおこなったが、標本抽出上の人為的なミスが 1 件あり、調査票を未送付とした。また、実査時に逝去された個人が 1 件、送付した調査票の未着が 65 件あった。これら計 67 件を計画標本 4,000 件からのぞいた 3,933 件を有効抽出数とし、回収票数が 1,775 票であることから、回収率は 45.1%（回収票数／有効抽出数）になる。さらに、回収票数 1,775 票から無効票 26 票をのぞいた 1,749 票が有効票であることから、有効回収率は 44.5%（有効票／有効抽出数）となった。

(2) 各ユニットのおもな研究成果

つぎに、各ユニットにおけるおもな研究成果について、その要点を述べる。

①統括ユニット

統括ユニットの中心課題である「脱物質主義化」という趨勢命題に関わる研究成果のひとつとして、ここでは畑山論文「フェアトレード商品を購入するのはいかなる人か？」（畑山 2012）を取り上げる。

本研究は、計量的データをもとにフェアトレード商品購入の規定要因について分析を加えたものである。フェアトレードは途上国の生産者に公正な対価を支払う取引であるが、その取引を通じた商品それ自体がどのような人々によって購入されているかは、まだ明らかとされていなかった。

本研究では属性変数、公共的意識変数、消費態度、社会意識などを説明変数としてロジスティック回帰分析を行うことによって、その消費者像に迫った。

その結果、フェアトレード商品購入者は必ずしも公共的な規範意識に動機づけられているわけではなく、むしろ自己のライフスタイル構築への欲求や品質への欲求に動機づけられているということが明らかになった。

以上の分析の結果、今日的な倫理的消費は、個々人が私的な関心の追求の結果として公共的な目標が達成されるという新しいタイプの「市民社会＝消費社会」の特徴を示して

いるのではないかと結論を導いた。

②消費と若者文化研究ユニット

消費と若者文化研究ユニットの研究成果のひとつとして、ここでは藤岡による学会報告「社会的消費者の年代による特徴のちがい」（藤岡 2011）を取り上げる。

この報告では、社会的問題に関心の高い消費者を社会的消費者と呼び、その年代別特徴を明らかにすることを試みている。この問題の背景にあるのは、スローフード、環境に配慮した消費、フェアトレードなどといった、社会的問題と関連した消費に対する人々の関心の高まりである。

分析にあたっては、前述の大規模質問紙調査のデータを使用し、従属変数として、社会的消費意識、社会的消費行動を設定した。

分析を行った結果、主要なこととして次の 2 つが明らかになった。①年代が上がるにつれて、女性の方がより多く社会的消費行動をとる傾向があるが、若い年代ではそのような性差がなく、男女が同程度に社会的消費行動をとっている。②年代が上がるにつれて、脱物質主義的であることが社会的消費行動にプラスの効果をもたらす傾向があるが、若い年代では脱物質主義の効果が認められない。

これらの結果が共通に示しているのは、若い年代における社会的消費行動をとることの一般性の高さである。つまり、若い年代では、社会的消費行動をとることに対する気負いが小さいと考えられるのである。これは、若年層における消費者の質的变化を示すものだと考えられる。

③消費とリスク研究ユニット

消費とリスク研究ユニットの研究成果のひとつとして、ここでは鈴木による学会報告「リスク回避に関する消費行為の諸類型—抗リスク消費の理論化に向けて」（鈴木 2011）を取り上げる。

リスク回避に関する消費行為を「抗リスク消費」と総称し、その理論的な類型化を行なうことが本研究の主題である。当該リスクをとりまく諸要因の違いにより、消費者の行為が規定されることの論理を示しつつ、抗リスク消費に関する類型化を試みた。

抗リスク消費の特徴を検討する上では、市場社会における個人とリスクとの関係性という側面についての考察も重要な論点となる。リスク回避と消費に関する諸側面の問題については、主に N. ルーマンの議論に依拠しつつ検討を加えた。一般に「抗リスク消費」には「リスク回避」と「リスク忌避」という行為の性質が異なる 2 つの消費行為が含まれるとの前提を確認した上で、そのそれぞれについて「整合型」と「不整合型」の 2 類型に分類可能であることを示した。

したがって、抗リスク消費は4つに類型化が可能であることを本研究の結論として提示した。この類型化の作業を踏まえ、抗リスク消費が整合型となるための鍵として、直面しているリスクの性質を消費者自身が正しく把握することの重要性を明示した。さらにはまた、リスクに関する正しい情報を広く社会的に共有できる仕組みの整備が不可欠であることの論理も合わせて示唆した。

(3) 公開学術フォーラムの開催

研究計画最終年度において、われわれは以上の研究成果を広く公表し、その社会的還元をはかるため、2012年11月23日に一般公開の学術フォーラムを開催した。フォーラムの標題は研究課題と同じく「ポスト・グローバル消費社会の動態分析——脱物質主義化を中心として」とし、その目的は一般聴衆に向けた講演形式によってわれわれの研究成果を広く公開しつつ、研究領域に深い知見を持つ学外の著名な研究者・評論家との対論を通じ、現代の消費社会に関する論点を剔出することをねらったものである。

本フォーラムでは、われわれの研究分野に関わる知見が深い学外の著名な研究者・評論家を招いて客観的な評価を得るとともに、研究のさらなる深化をはかるべく彼らとの対論を行った。以下は、フォーラムのゲスト討論者である。

【ゲスト討論者】

松田久一（まつだ・ひさかず）氏：(株)ジェイ・エム・アール生活総合研究所代表。
三浦展（みうら・あつし）氏：(株)カルチャースタディーズ研究所主宰。
柄本美代子（えのもと・みよこ）氏：東京国際大学人間社会学部准教授。

フォーラム進行は、大きく分けて研究会メンバーによる基調講演を第Ⅰ部とし、第Ⅱ部をゲスト討論者と講演者との対論として構成した。第Ⅰ部は間々田代表による特別講演を軸にしつつ、廣瀬毅士による《若者》、寺島拓幸による《脱物質主義》、鈴木康治による《リスク》というサブテーマごとに講演を行った。以下は各講演者の講演タイトルである。

【講演タイトル】

特別講演「脱物質主義から第三の消費文化へ」[間々田孝夫]
講演1「若者の《消費離れ》をめぐる計量的アプローチ」[廣瀬毅士]
講演2「エコと消費主義」[寺島拓幸]
講演3「リスクの個人化と拡張する健康概念——抗リスク消費の理論化の試みとして——」[鈴木康治]

フォーラム開催当日は、学内外から57名

もの来場者を得た。公開フォーラムの開催日を祝日である11月23日とした理由は、多数が他大学・機関に属している講演者およびゲスト討論者とのスケジュール調整の結果によるものであるが、一般公開の昼間開催イベントという都合上、聴衆の来場の利便性を考慮したものでもある。開催当日はあいにく雨天であったものの、一般来場者からの熱心な質問があるなど、関心の高さがうかがえた。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計33件)

1. 三田知実, 「東京都心における細街路の住宅街からファッションブルな商業地区への変容—渋谷区神宮前の地域住民と新地域団体」『グローバル都市研究』6: 1-23, 2013年. 査読無
2. 間々田孝夫, 「第三の消費文化と現代資本主義」『フォーラム現代社会学』11: 90-99, 2012年. 査読無
3. 寺島拓幸, 「エコ消費—現代消費社会における環境配慮」『季刊家計経済研究』95: 26-37, 2012年. 査読無
4. 寺島拓幸, 「消費主義の実証分析に向けて」『季刊個人金融』7(3): 60-68, 2012年. 査読有
5. 鈴木康治, 「K. ポラニーのポリティカル・エコノミー批判—経済的動機概念に関する思想史研究としての意義の検討」『経済集志』81(4): 173-189, 2012年. 査読有
6. 鈴木康治, 「D. ヒュームの中流層論と18世紀イギリスの消費文化」『早稲田社会科学総合研究』13(2): 21-35, 2012年. 査読無
7. 野尻洋平, 「個人化する日本社会における消費とリスク—『第二の近代』における消費文化としての『抗リスク』」『経済社会学会年報』34: 65-75, 2012年. 査読有
8. 畑山要介, 「ネオリベラルな主体の形成をめぐる問題構成の転換」『現代社会学理論研究』6: 37-49, 2012年. 査読有
9. 畑山要介, 「フェアトレード商品を購入するのはいかなる人か?」『経済社会学会年報』34: 173-181, 2012年. 査読有
10. 間々田孝夫, 「『第三の消費文化』の概念とその意義」『応用社会学研究』52: 21-33, 2011年. 査読無
11. 間々田孝夫, 「3. 11後の生活者と市場の変化」『マーケティング・リサーチャー』32: 10-15, 2011年. 査読無
12. 水原俊博, 「記号消費志向的価値と公的生活」『経済社会学会年報』33: 45-56, 2011

- 年. 査読有
13. 水原俊博・寺島拓幸, 「消費主義者は選挙に行ったか?—市民=消費者と政治的シティズンシップ」『年報社会学論集』24: 204-214, 2011年. 査読有
 14. 廣瀬毅土, 「和を好む人びと—和風消費嗜好再考」『経済社会学会年報』33: 68-71, 2011年. 査読有
 15. 寺島拓幸, 「消費主義は環境行動を阻害するか?—首都圏消費者調査による検討」『経済社会学会年報』33: 56-66, 2011年. 査読有
 16. 鈴木康治, 「D. デフォーの奢侈論—ジェントルマン論からの再考」『経済学史研究』52(2): 83-99, 2011年. 査読有
 17. 畑山要介, 「消費社会と倫理的消費—後期近代における消費主体の形成と展開」『早稲田大学大学院文学研究科紀要』56(1): 169-172, 2011年. 査読無
 18. 畑山要介, 「フェアトレードは商業化されているか?—商業性と運動性の関係の変容を通して」『年報社会学論集』24: 192-203, 2011年. 査読有

[学会発表] (計34件)

1. 畑山要介, 2012. 11. 4, 「〈倫理の市場〉の成立をめぐる理論的視座」第85回日本社会学会大会一般報告(札幌学院大学)
2. 廣瀬毅土, 2012. 9. 14, 「若者の「消費離れ」をめぐる計量的アプローチ」日本行動計量学会第40回大会(新潟県立大学).
3. 三田知実, 2012. 9. 9, 「衣料デザインのグローバルな研究開発拠点としての都市細街路—東京都渋谷区神宮前の庶民的住宅街からの変容過程—」日本都市社会学会第30回研究大会自由研究報告第IV部会第1報告(立教大学).
4. 廣瀬毅土, 2012. 9. 1, 「社会階層と消費—消費意識の階層格差」経済社会学会第48回大会(北海道大学).
5. 三田知実, 2012. 9. 1, 「大都市住民の友人数が消費態度におよぼす効果—『多様化する消費生活に関する調査』を通して」経済社会学会第48回大会(北海道大学).
6. 陳蕭蕭, 2012. 9. 1, 「現代日本における消費・娯楽の空間と社会階層に関する研究—『多様化する消費生活に関する調査』」経済社会学会第48回大会(北海道大学).
7. 遠藤智世, 2011. 9. 17, 「『真物質主義』の担い手は誰か—『多様化する暮らしと社会』調査を通して」第84回日本社会学会大会(関西大学).
8. 藤岡真之, 2011. 9. 17, 「社会的消費者の年代による特徴のちがい—『多様化

- する消費生活に関する調査』を通して」第84回日本社会学会大会(関西大学).
9. 水原俊博, 2011. 9. 17, 「多様化する消費主義と政治意識—『多様化する消費生活に関する調査』を通して」第84回日本社会学会大会(関西大学).
 10. 廣瀬毅土, 2011. 9. 17, 「誰が、どのような『消費離れ』をしているのか—『多様化する消費生活に関する調査』を通して」第84回日本社会学会大会(関西大学).
 11. 寺島拓幸, 2011. 9. 17, 「消費主義は環境に配慮した消費生活を妨げるか—『多様化する消費生活に関する調査』を通して」第84回日本社会学会大会(関西大学).
 12. 朝倉真粧美, 2011. 9. 17, 「消費規範と消費意識・行動の関係—『多様化する消費生活に関する調査』を通して」第84回日本社会学会大会(関西大学).
 13. 鈴木康治, 2011. 9. 17, 「リスク回避に関する消費行為の諸類型—抗リスク消費の理論化に向けて」経済社会学会第47回全国大会(尾道大学).
 14. 野尻洋平, 2011. 9. 17, 「個人化する日本社会における消費とリスク」経済社会学会第47回全国大会(尾道大学).
 15. 遠藤智世, 2011. 9. 7, 「自治体における政権交代の要因と意義—レジーム概念による千葉市政権交代の考察」日本都市社会学会第29回大会(新潟大学).
 16. 本柳亨, 2011. 6. 19, 「リスク回避消費とナルシズム」関東社会学会第59回大会(明治大学).
 17. 畑山要介, 2011. 6. 19, 「フェアトレード商品を購入するのはいかなる人か?—ロジスティック回帰分析による規定要因の解明分析」関東社会学会第59回大会(明治大学).
 18. 間々田孝夫, 2011. 5. 29, 「第三の消費文化と現代資本主義」関西社会学会第62回大会(甲南女子大学).
 19. 水原俊博, 2010. 9. 19, 「消費主義的価値意識と公共行動、意識」経済社会学会第46回全国大会(日本大学).
 20. 寺島拓幸, 2010. 9. 19, 「買い物好きは環境に関心があるか?—消費主義と環境保護意識」経済社会学会第46回全国大会(日本大学).
 21. 鈴木康治, 2010. 6. 5, 「18世紀イギリスにおける奢侈是認論の展開」経済社会学会東西合同研究会(起雲閣).

[図書] (計6件)

1. 鈴木康治, 2012, 『消費の自由と社会秩序—18世紀イギリス経済思想の展開における消費者概念の形成』社会評論社, P209

[その他]
ホームページ等
<http://www2.rikkyo.ac.jp/web/mamadablab/index.htm>

6. 研究組織

(1) 研究代表者

間々田孝夫 (MAMADA TAKAO)
立教大学・社会学部・教授
研究者番号：10143869

(2) 研究分担者

藤岡真之 (FUJIOKA MASAYUKI)
弘前学院大学・社会福祉学部・講師
研究者番号：60405727

水原俊博 (MIZUHARA TOSHIHIRO)
信州大学・人文学部・准教授
研究者番号：10409542

廣瀬毅士 (HIROSE TSUYOSHI)
立教大学・社会情報教育研究センター・
助教
研究者番号：20571235

寺島拓幸 (TERASHIMA TAKUYUKI)
文京学院大学・人間学部・助教
研究者番号：30515705

鈴木康治 (SUZUKI KOJI)
早稲田大学・社会科学総合学術院・助教
研究者番号：20434334

(3) 連携研究者

なし

(4) 研究協力者

朝倉真粧美 (ASAKURA MASAMI)
株式会社ビデオリサーチテレビ事業局数
理統計部

本柳亨 (MOTOYANAGI TORU)
早稲田大学・非常勤講師

三田知実 (MITA TOMOMI)
立教大学社会学部・助教

野尻洋平 (NOJIRI YOHEI)
立教大学社会学部・
プログラム・コーディネーター

畑山要介 (HATAYAMA YOSUKE)
早稲田大学文学学術院・助手

陳蕭蕭 (TINN SYOUSYOU)
流通経済大学大学院社会学研究科社会学
専攻博士課程後期課程

遠藤智世 (ENDO TOMOYA)
立教大学大学院社会学研究科社会学専攻
博士課程後期課程