

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 6 月 10 日現在

機関番号：32686

研究種目：若手研究（B）

研究期間：2010～2012

課題番号：22730414

研究課題名（和文） グローバル化する消費文化の受容とローカル文化の共生についての研究

研究課題名（英文） A study of the Coexistence of Globalized Consumer Culture and Local Culture

研究代表者

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

研究成果の概要（和文）：

本研究の目的は、現代日本の経済社会がグローバル化した消費文化を受容する一方でローカル文化を背景とする和風の事物が受容される現象について、理論的に検討することおよび計量的なデータ分析を行って検証しようとするものである。その際、首都圏において大規模な質問紙調査を実施してナショナル・アイデンティティの測定を試み、かつそれらのスコアと社会階層などとの関連を計量的に分析した。

研究成果の概要（英文）：

The purposes of this project are to explore the sociological deliberation and to conduct quantitative analysis of phenomena that globalized consumer culture and 'Wafu' (Nippon-style) consumer culture with local Japanese cultural background are both existed in Japan.

As for the data, this project has conducted a survey research to a large sample in the Tokyo metropolitan area to scale national identity, and also did quantitative analysis of the correlation between the national identity scales and social stratification.

交付決定額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	1,000,000	300,000	1,300,000
2011年度	1,800,000	540,000	2,340,000
2012年度	400,000	120,000	520,000
年度			
年度			
総計	3,200,000	960,000	4,160,000

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、消費文化、消費社会論、グローバル化、グローバリゼーション、ローカル文化、社会調査、ナショナリズム

1. 研究開始当初の背景

(1) 現代の経済・社会が「グローバル化」という言葉とともに語られるようになって久しく、その影響は日常の消費生活にも及んでいることが多くの論者によって指摘されている。その際、そのひとつの立場は、ジョ

ージ・リッツァが『マクドナルド化する社会』（1993）で論じたように効率性を追求した結果としての画一化（ときにはアメリカ化という文脈で）の傾向を指摘するものであった。実際の消費空間が字義通りに画一化しているかについては異論があるものの、いくつか

のアメリカ的な消費空間は国境を越えて日本を含む世界の多くの場所で展開され、その意味においては消費のグローバル化という傾向の指摘は少なくとも表面的には適合していると思われた。

しかしその一方で、近年の日本において「和風」の事物への嗜好が長期的なひとつの消費の基調であることが指摘され、企業の商品施策の上でも「和風」の潮流があるという。このように、グローバル化する経済社会においても単に画一化が進行するわけではなく、「和風」といったローカル文化が共存し、積極的に受容されているという事実認識が本研究の出発点となった。

(2) 本研究課題の代表者である廣瀬は以前より、立教大学社会学部の間々田孝夫教授らとともに日本の消費社会について「グローバル消費文化研究会」を構成して共同研究を重ねており、経済社会学の立場から理論的・実証的な研究を積み重ねてきた。間々田は著書『第三の消費文化論——モダンでもポストモダンでもなく』(2007)において、効率性を追求した結果の画一化と非アメリカ的な意味での多様化は両立可能であることを強調しており、廣瀬と間々田との連名の学会報告『「和風嗜好」の規定要因——『多様化する暮らしと社会に関する調査』を通して——』(2008, 第81回日本社会学会大会)において非アメリカ的な多様化の一つの形態として「和風」の消費文化を取り上げた。この研究実績を踏まえ、理論・実証の両面についてより多面的に検討すべく、本研究課題を計画した。

2. 研究の目的

上述のように、本研究の着想は現代日本の経済社会においてある程度の画一化をもたらす(アメリカ的な)グローバルな消費文化と、非アメリカ的な消費文化の多様化の一形態である「和風」の事物への嗜好や消費傾向が共存していることから始まった。言い換えれば、グローバル化する経済社会においても単に画一化が進行するわけではなく、「和風」といったローカル文化が共存し、積極的に受容されていることの理由を問うことが研究の目的となる。

間々田孝夫(2007, 前掲書)の整理によれば、グローバル化とローカル文化の関係についての理論的な研究には、大きく分けて画一化モデルと多様化モデルがある。本研究課題は、これら理論モデルに関わる文献などの検討を通じて理論的な説明を試みつつ、そこから検証可能な作業仮説を構築し、さらに社会調査データによって検証しようとしたものである。

3. 研究の方法

本研究課題における取り組みは、以下のように進められた。

(1) 本研究の理論的な研究に関しては2010年から2012年の間、グローバリゼーションとローカル文化の共生という観点で消費社会論の文献研究を行い、かつナショナリズムおよびナショナル・アイデンティティの概念についても文献研究を行った。また文献等の調査により実際の和風消費がいかなる心理に基づいて行われるかという実態を把握し、その後の計量モデルを構築する際の要因となる和風事物の社会的価値を探索していった。

(2) その後、理論的に導出された諸命題を検証すべく作業仮説を作成し、質問紙を用いた大規模統計的調査を行った。

[調査概要]

- ・調査主体：
廣瀬毅士(立教大学・社会情報教育研究センター・助教)
- ・調査対象：
首都圏に居住する20歳以上70歳未満の一般男女
- ・抽出方法：
選挙人名簿を抽出台帳とした多段無作為抽出法
- ・調査方法：
質問紙法、郵送法
- ・計画標本規模：
3,000件

(3) 社会調査から得られたマイクロデータについて、共分散分析、回帰分析・因子分析などの多変量解析を行った。また、それに付随する研究として、これらの分析手法に関する統計数理的な理解を深めつつSPSSやSTATAなどの統計パッケージソフトウェアでの実行方法について整理していった。統計的分析そのものの研究は本研究課題の主眼ではないものの、研究成果の社会的還元という点でテキストブックなどの作成もめざした。

4. 研究成果

研究計画期間の当初は、主に基礎的な研究活動を行った。第1に、消費社会論についての理論的検討、とくにグローバリゼーションとローカル文化の共生という観点を中心として文献研究を行った。

(1) 文献研究では、はじめに画一化モデルと多様化モデルについて整理した。たとえば画一化モデルでは、リッツァ(1993, 前掲書)の「マクドナルド化」という語が端的に表現

するように世界中にアメリカナイゼーションが普及していく過程であり、リッツァ自身はそのメカニズムをヴェーバーが指摘した近代の合理化・効率化を援用して説明している。また、かつて盛んに論じられた「文化帝国主義論」も、別の観点からの画一化モデルの立場を示している。

もう一方の多様化モデルについては、たとえばロビン・コーエンとポール・ケネディが論じるように、グローバル化がむしろ多様な文化の混淆状態をもたらすという立場である。多様化モデルは、論者によってその依拠する論理がポストモダン論やカルチュラルスタディーズなど様々な思想的潮流に位置づけられるが、外来文化を選択的に摂取したり、現地化・脱文脈化・再解釈によって消化したり、またローカル文化とハイブリッド化したりすることによって新たなローカル文化が創造されるようなメカニズムということになる。

(2) 前述の理論モデルの枠組みを用いて、グローバル化の中でローカル文化が受容される現象について説明しようとする試みは、画一化モデルおよび多様化モデルのいずれによってもなされているため、これらを使って仮説構築を試みた。

①画一化モデルに則って言えば、たとえばグローバル化への文化的反動としてローカル文化が受容されるとする見方を挙げることができる。たとえば、グローバル化が生む疎外感や経済的不安がナショナリズムに転化すると言う高原基彰『不安型ナショナリズムの時代』(2006)のように、グローバル化がナショナリズムを喚起するという見方はいくつか散見されるし、ローカル文化(日本固有の文化)を「取り戻す」行為が排他的な国家主義に収斂する危険性があると議論する論者もいる(香山リカ, 2002, 『ぷちナショナリズム症候群』中公新書ラクレ)。

このように、グローバル化そのものへの文化的反動が、ローカル文化の受容という過程を経て政治的ナショナリズムに収斂するという仮説は、今回の研究課題においても注意して検証すべき重要な論点と考えた。これは、「ナショナリズム仮説」として措定することにした。

②また、1999年のシアトルでのWTO閣僚会議などに前後して起きたデモに見るように、グローバル化に対する文化的反動はグローバル化そのものよりもむしろアメリカナイゼーションに対するものとなる事例が見られた。これを傍証として、日本においてもアメリカ的な消費文化に対する文化的反動があり、その帰結としてローカル文化に向かうの

だと考えることもできる。ジャーナリストティックな論究では具体的なメカニズムの議論を欠くものの、「和風回帰」「伝統回帰」といった言葉を用いており、グローバル化に対する何らかの文化的反応を示唆している。これについては、「反アメリカナイゼーション仮説」として措定することができよう。

③これらに対し、多様化モデルによって説明する立場の仮説も設定した。すなわち、ローカル文化である和風の事物が、現代日本の消費空間において何らかの望ましい文化的価値を担っているゆえに選択的に摂取されるという想定であり、個人の選択過程に研究の視点を置いている。ここでの文化的価値とは、人びとにとって地位の表示や実現・集団帰属感・虚栄心などに関わる「社会的価値」および、精神的・心理的な点での意味づけ・達成感・充足に関わる「精神的価値」である。これらの価値に対応するいくつかの変数を用意してデータ分析を行うものを、「選択的受容仮説」とよんだ。

実際のデータ分析においてはこれらの仮説の検証を通じて消費文化の混淆・多様化のメカニズムを探ることを試み、ときには過去の社会調査データとの比較なども行いつつ代表者の廣瀬は「和を好む人びと——和風消費嗜好再考」(2011)といった論文を作成したが、その研究はまだ端緒にある。

(3) ナショナリズム概念およびナショナル・アイデンティティ等については、文献研究の結果から構成概念を抽出した。これについては、尺度としては必ずしも成功したとはいえなかったが、これらの強さについては社会階層との関連という興味深い問題も明らかになった。社会階層との関連については、廣瀬(2013)の図書(分担執筆分)および雑誌論文として成果をまとめることができた。

(4) 本研究課題がもつ研究上の意義として挙げられることは、これまであまり実証的な研究が行われてこなかった消費文化論の研究領域において、本研究がナショナリズムあるいはナショナル・アイデンティティとの関連もねらいつつ質問紙を用いた統計的調査データを採集したことである。

今後の展望としては、本研究には前述のような研究意義があるにせよ、今回実施した社会調査データはまだ十分に分析されているとはいえない。というのは、申請時には2011年度に実施する予定であった大規模統計調査が、同年3月の大震災の影響によって消費意識・消費行動が平常時とは異なるものに変質していることが同年10月の予備調査(立教大学の学内予算による)で判明したため

一タの信頼性を優先して万全を期し、研究計画に掲げた研究目的を正しく反映すべく、調査時期を 2012 年度に移動して実施せざるを得なかったことである。

社会調査の実施そのものは円滑に遂行することができたものの、まだ今後も分析を重ねる余地があるため、その成果を学会報告および論文として積極的に積み上げる必要がある。実際に、研究代表者は現在もデータ分析を継続している。

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 2 件)

1. 廣瀬毅士, 2013, 「消費にまつわる階層地位変数の効果」『経済社会学会年報』35: 頁未定 (未刊行, 掲載決定済). 査読有
2. 廣瀬毅士, 2011, 「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. 査読無

[学会発表] (計 9 件)

1. 廣瀬毅士, 2012. 11. 23, 「若者の「消費離れ」をめぐる計量的アプローチ」第 1 回 立教大学グローバル消費文化研究会公開学術フォーラム「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——」(池袋ステーションコンファレンス).
2. 廣瀬毅士, 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. 廣瀬毅士, 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).
4. 廣瀬毅士, 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).
5. Yusuke KANAZAWA, TANAKA, U., HIROSE, T., and YAMAGUCHI, K., 2010. 10. 16, "Features of the E-Learning Course for Social Survey and Introductory Statistics in Rikkyo University," The 10th China-Japan Symposium on Statistics (西南大学、中国).
6. 金澤悠介・片山琴絵・廣瀬毅士・山口和範, 2010. 9. 24, 「e-learning による統計教育の実践と統計教育の質保証」日本行動計量学会第 38 回大会 (埼玉大学).
7. 廣瀬毅士, 2010. 9. 19, 「和を好む人びと——伝統主義、文化資本、消費主義——」経済社会学会第 46 回大会 (日本大

学).

8. 廣瀬毅士, 2010. 9. 6, 「ローカル文化の知覚品質——和風嗜好の消費文化論」2010 年度 統計関連学会連合大会 (早稲田大学).
9. Tsuyoshi HIROSE, KANAZAWA Y., ARAKAWA Y., KAGAWA M., MIZUHARA T. and YAMAGUCHI K., 2010. 7. 15, "New E-Learning Course for Social Survey and Introductory Statistics," International Conference on the Teaching of Statistics 8 (Cankarjev dom, Slovenia).

[図書] (計 2 件)

1. 廣瀬毅士, 2013, 「階層消費」『グローバル・コミュニケーション—キーワードで読み解く生命・文化・社会』ミネルヴァ書房, pp.162-163.
2. 廣瀬毅士・寺島拓幸 (共編), 2010, 『社会調査のための統計データ分析』オーム社, pp.1-33, 195-236, 253-262.

6. 研究組織

(1) 研究代表者

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

(2) 研究分担者

なし

(3) 連携研究者

なし