

科学研究費助成事業 研究成果報告書

令和 4 年 6 月 1 日現在

機関番号：32686

研究種目：基盤研究(B)（一般）

研究期間：2019～2021

課題番号：19H01574

研究課題名（和文）社会性・文化志向・情報テクノロジーが交錯する21世紀消費社会の調査研究

研究課題名（英文）Research on 21st century consumer society at the intersection of social, cultural orientation, and information technology

研究代表者

間々田 孝夫（MAMADA, Takao）

立教大学・名誉教授・名誉教授

研究者番号：10143869

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 12,900,000円

研究成果の概要（和文）：従来の理論モデルでは捕捉できない現代消費社会について、「三つの消費文化」のモデルを提唱した研究代表者の理論研究を基盤にしつつ、日本の消費社会の最新動向を社会調査によって明らかにした。研究代表者のグループが過去に実施した調査の成果を受け継ぎつつ、今回は首都圏のほか名古屋都市圏を調査対象にした。今回の調査では「社会消費」「消費の高度化と多様化」「情報テクノロジーと消費」の3分野に注目して新たな知見を得るとともに、「消費主義と消費文化の構造」についても引き続き再確認・更新しつつ、研究代表者が概念化した「第三の消費文化」を中心とする、21世紀の消費動向とその規定要因を明らかにすることができた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

首都圏と名古屋都市圏で行われた調査を通じて、(1)環境問題等に配慮する「社会的消費」、(2)消費が質的に高度化・多様化し、情報消費が盛んになり、文化的な価値を重視する「文化的消費」、という二つの傾向が盛んになる「第三の消費文化」の台頭が確認され、消費者が第三の消費文化に向かう要因についても分析できた点が、今回調査の最大の成果であった。また、2つの都市圏の比較を通じ、消費文化は、必ずしも首都圏から名古屋圏へと単純に一方的に伝播するとは言えないとの結論を得た。さらに、COVID-19の流行が消費に与えた影響についてもデータを得ることができた。これらの点も重要な研究成果と言える。

研究成果の概要（英文）：Based on the theoretical research of the principal investigator, who proposed a model of "three consumer cultures," the latest trends in Japanese consumer society, which cannot be captured by conventional theoretical models, were clarified through a social survey. Inheriting the results of a previous survey conducted by the principal investigator's group, the survey covered the Nagoya metropolitan area as well as the Tokyo metropolitan area. The survey focused on the three areas of "social consumption," "sophistication and diversification of consumption," and "information technology and consumption," to gain latest findings, while continuing to reconfirm and update the notion of "structure of consumerism and consumer culture." We were able to clarify the consumption trends of the 21st century and their determinants, centering on the "third consumer culture" conceptualized by the principal investigator.

研究分野：社会科学

キーワード：消費社会 社会的消費 エシカル消費 情報テクノロジー 第三の消費文化 社会調査

1. 研究開始当初の背景

消費社会については、これまで二つの有力な理論モデルが構築されてきた。まずヴェブレン「顕示的消費論」を継承したボードリヤールは、他者関係的な消費が継続的な消費社会の拡大をもたらすという「記号論的消費論」を提示し、20世紀後半には一つの有力な消費社会のモデルとなった。また、M・ウェーバーの影響を強く受けたアメリカの社会学者リッツァは、大量消費的で道具的合理性を極度に追求するアメリカ型の消費文化が継続し、それがグローバルに拡散するというモデルを立て、これを「マクドナルド化」の過程としてとらえた。

しかし、消費社会の発展の中で、特に20世紀末以降、必ずしもこれらのモデルが妥当しない、あるいは予測しないような消費現象が、さまざまな分野で、しかもグローバルな規模で発生するようになった。物質的欲望の追求を旨とする消費主義とは逆方向の動きのように思われる脱物質主義の台頭、他者関係的な記号的消費というよりは、むしろ徹底した個人的価値の追求のように思われるオタク的消費やこだわり消費、自然発生的な消費の多様化、利己的ではなく社会的配慮を前面に出した環境配慮消費やエシカル消費、リスク社会化する現代社会の中で、それに備えようとする抗リスク消費、従来の実物消費のとらえ方では理解しえないSNS等(あるいはSNS等を通じた)情報消費などである。こういった動きは、すでに広範に見られるものであり、従来型の消費主義の世界的蔓延というモデルに更新を迫っている。

こういった動向について、研究代表者間々田孝夫は、すでに「第三の消費文化」モデルを立て、理論面での対応を行った(間々田孝夫、2016、『21世紀の消費』)。本研究は、それと並行して行われている実証研究と位置づけることができよう。

2. 研究の目的

以上のことから、本研究の問題関心は、従来型の消費モデルでは理解できないような消費現象がどれだけ発生し、どのような消費者層に見られるのか、またそれらは「第三の消費文化」という新しいモデルに合致するものなのかどうか、ということにある。

本研究は、この問題関心に沿って、日本国内在住の日本人を対象として客観的な社会調査を実施し、調査時点での日本人の消費のあり方(消費者意識・消費者行動)を明らかにすることを目的とする。今回の調査にあたっては、第三の消費文化に関連する次の3つの分野について調べようとした。

(1) 社会的消費の広がり

消費社会の問題、あるいは矛盾を消費者自らが克服しようとする、エシカル消費、フェアトレード、グリーンコンシューマリズム、スロームーブメント、オーガニック運動など

(2) 消費の高度化と多様化

量的成長が乏しい中でも高度化している消費、具体的には趣味的消費、文化の消費、人間性回復のための消費、健康・美容のための消費、抗リスク消費など

(3) 情報テクノロジーの消費への影響

SNSの普及、電子決済の普及、娯楽的情報の氾濫、高度の情報探索に基づいた消費など、情報テクノロジーの急速な変化の消費への影響

以上3分野に加えて、従来から研究を続けてきた「消費主義と消費文化の構造」についても調査内容に盛り込んだ。さらには、COVID19の流行に伴って、この流行と消費の関係を調べる項目も追加した。

3. 研究の方法

(1)2019年度前半は、変貌著しい最近の消費社会、消費行動について、経済学、経営学の文献も含めた文献調査を中心に確認しつつ、他方で、過去の本研究会調査の結果から再度確認すべき知見、命題、仮説等を整理する作業を行った。2019年度の後半には、以上の作業をふまえて本格

的な調査設計の作業を開始した。

(2)2020 年秋に実査を開始する予定で準備を進めたが、2020 年度目に入るころに COVID19 の流行が始まり、調査実施の見通しが立たなくなった。大量調査をこの時点で行ったとしたら、パンデミックの影響を多大にうけた回答が回収され、今回の調査の当初の目的とは大きくずれてしまう懸念が生じたのであった。そのため、2020 年度の予算執行延期を申請し、調査は 2021 年度以降に延期することとした。

(3)2021 年度は前年度以来準備をすすめていた調査プラン、調査票を完成させた。2021 年秋には調査実施の条件が整ったので、首都圏と名古屋圏で実査を行った。その後、データクリーニング等を経て、2022 年はじめに分析を開始し、単純集計、クロスセクショナルな分析に進み、最終的に多変量解析まで終えた。

実施した 2 つの調査の概要は、それぞれ次の通りである。

調査名 首都圏 21 世紀の消費とくらしに関する調査

調査方法 郵送法

調査期間 2021 年 10 月 7 日～11 月 18 日

調査対象 日本国籍で満 20～69 歳の男女個人

調査地域 新宿駅 40km 圏内

標本数 3,300

サンプリング 住民基本台帳からの層化二段無作為抽出法

調査件名 名古屋都市圏 21 世紀の消費とくらしに関する調査

調査方法 郵送法

調査期間 2021 年 10 月 7 日～11 月 18 日

調査対象 日本国籍で満 20～69 歳の男女個人

調査地域 名古屋駅 25km 圏内

標本数 1,200

サンプリング 住民基本台帳からの層化二段無作為抽出法

4. 研究成果

(1)大規模質問紙調査の回収結果

2021 年秋に実施した調査では、首都圏で 1237(37.5%)、名古屋都市圏 444(37.0%)、併せて 1,681 の有効標本を得ることができた。

(2)主な分析結果

「社会的消費の動向」分析ユニット

社会的消費は経済成長を不要とする価値志向とは必ずしも関連していないが、収入増大を目標としないダウンシフト的な価値志向と関連している可能性があることを明らかにした(畑山)。シェアリング・エコノミーの利用意向が、エコ志向と相関しつつも、脱物質主義的な価値観とはつながっていないことを明らかにした(寺島)。消費者意識が三つの消費文化カテゴリーに一定程度対応した構造を示し、特に第三の消費文化に対応する消費者意識を示す態度因子が存在することを確認した(間々田)。

「消費の高度化と多様化」分析ユニット

清潔志向の程度の違いが家庭における消費者の日常的な飲料水の選択に影響を与えていることを明らかにした(鈴木)。食品中の農薬や放射性物質などを摂取しないようにしている消費者、すなわち食の安全についての意識の高い消費者は、政治に対する関心が高いことを明らかにした(藤岡)。単身世帯の消費者は「ひとり外食」の嗜好度が高いことを明らかにした(本柳)。

「情報テクノロジーと消費」分析ユニット

健康消費行動が一部の社会的ネットワークや社会的サポートの有無によって影響を受けてい

ることを明らかにした（野尻）。インターネットを利用した情報消費の一部が主観的幸福感に影響をあたえていることを明らかにした（水原）。

「消費主義と消費文化の構造」分析ユニット

消費行為への全般的な熱心さを表す「消費主義」は相変わらず強いが、消費に「便利」「時間や手間」など道具的価値を追求したり、消費を必需・欠乏の充足手段と捉える「第一の消費文化」に基づく消費態度項目は相対的に強くないこと、また、物の消費が人間の満足や幸福につながると考え、消費の量的拡大を追求する「物質主義的」な消費態度項目も強くはないことを明らかにした（廣瀬）。

他方、周囲のまなざしや社会的評価を気にする「他者指向」的・「差異化志向」的な「第二の消費文化」に関連した消費態度よりも、むしろ他者の目ではなく自分自身のテイストを大事にするような「自己指向」的な消費態度項目が優勢であることを明らかにした。また、物の消費よりも、趣味・レジャー志向の消費態度や、機能に限定されないモノの質の良さを理解し、買った後のモノの正しい使い方を理解する「真物質主義」的な「第三の消費文化」がすでに浸透していることを明らかにした（中溝）。

2 地域の比較

全般的に首都圏と名古屋都市圏とで回答分布が似通っており、首都圏の消費文化の変化が地方に波及していくという「地域的トリクルダウンモデル」は必ずしも妥当しないことを明らかにした（全員）。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計17件（うち査読付論文 4件 / うち国際共著 0件 / うちオープンアクセス 10件）

1. 著者名 畑山要介, 寺島拓幸, 藤岡真之, 野尻洋平, 畑山直子	4. 巻 44
2. 論文標題 社会的ミッションをもったコーヒーロースター オレゴン州ポートランドの事例から	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 雲雀野（豊橋技術科学大学人文科学系紀要）	6. 最初と最後の頁 33-51
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 水原俊博	4. 巻 43
2. 論文標題 消費文化の情報化と社会の持続可能性 新しい生活様式を中心に	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 経済社会学年報	6. 最初と最後の頁 5-14
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 中溝一仁	4. 巻 30
2. 論文標題 義務化しにくい余暇としての『旅』 『旅行・観光』に関する質的調査から	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 東京経営短期大学紀要	6. 最初と最後の頁 51-62
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -
1. 著者名 本柳亨	4. 巻 54
2. 論文標題 公共空間における迷惑認知の考察 電車内とファストフード・レストラン内の迷惑認知	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 立正経営論集	6. 最初と最後の頁 79-95
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 SUZUKI Koji	4. 巻 20(1)
2. 論文標題 Cleanliness preference behind the choice of drinking water at home: an analysis of online survey results in the Tokyo area	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 Journal of Water & Health	6. 最初と最後の頁 185-192
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.2166/wh.2021.249	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 藤岡真之	4. 巻 22
2. 論文標題 食の安全と政治的態度	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 弘前学院大学社会福祉学部研究紀要	6. 最初と最後の頁 13-23
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 間々田孝夫, 廣瀬毅士, 藤岡真之, 朝倉真粧美, 中溝一仁, 野尻洋平	4. 巻 64
2. 論文標題 多様化する消費文化の問題構成 「第5回消費とくらしに関する調査」の結果をもとに	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 応用社会学研究	6. 最初と最後の頁 1-20
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 畑山要介	4. 巻 49
2. 論文標題 経済の自己制御としての社会・環境認証の普及 N.ルーマンの機能分化論を通じて	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 社会学年報	6. 最初と最後の頁 39-49
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 畑山要介	4. 巻 42
2. 論文標題 倫理的消費ともうひとつの快樂主義 K.ソバーによる消費主義批判の刷新	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 経済社会学会年報	6. 最初と最後の頁 55-65
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.15081/soes.42.0_55	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 寺島拓幸	4. 巻 15(2)
2. 論文標題 シェアリング・エコノミーの利用動向 日米欧における消費者層の特徴	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 季刊個人金融	6. 最初と最後の頁 21-32
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 寺島拓幸・藤岡真之・野尻洋平・畑山要介	4. 巻 62
2. 論文標題 社会的ミッションをもったクラフトビールブルワリー オレゴン州ポートランドの事例から	5. 発行年 2020年
3. 雑誌名 応用社会学研究	6. 最初と最後の頁 149-162
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 HATAYAMA Yosuke	4. 巻 1(2)
2. 論文標題 The Fair Trade Consumer as a Citizen-Consumer: Civic Virtue or Alternative Hedonism?	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of Fair Trade	6. 最初と最後の頁 32~39
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) 10.13169/jfairtrade.1.2.0032	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 廣瀬毅士	4. 巻 25
2. 論文標題 上海における伝統文化受容のパターン 2017年統計調査データを用いた実証分析	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 Journal of Global Media Studies	6. 最初と最後の頁 61-74
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 有
オープンアクセス オープンアクセスとしている(また、その予定である)	国際共著 -

1. 著者名 廣瀬毅士	4. 巻 41
2. 論文標題 中国先進消費社会の現状と問題構成 上海市・北京市での統計調査から	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 経済社会学会年報	6. 最初と最後の頁 58-60
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 野尻洋平	4. 巻 41
2. 論文標題 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	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 経済社会学会年報	6. 最初と最後の頁 67-71
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 野尻洋平・寺島拓幸・水原俊博	4. 巻 56
2. 論文標題 持続可能な消費都市ポートランドの現状と課題	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 名古屋学院大学論集 社会科学篇	6. 最初と最後の頁 59-77
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

1. 著者名 本柳亨	4. 巻 52
2. 論文標題 サードブレイス利用の実証分析 個人志向と社会志向に着目して	5. 発行年 2019年
3. 雑誌名 立正経営論集	6. 最初と最後の頁 99-118
掲載論文のDOI (デジタルオブジェクト識別子) なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスではない、又はオープンアクセスが困難	国際共著 -

〔学会発表〕 計11件 (うち招待講演 4件 / うち国際学会 0件)

1. 発表者名 畑山要介
2. 発表標題 フェアトレードの展開と倫理的市場の形成 社会・環境的配慮の市場化をめぐる社会学
3. 学会等名 第8回経済社会研究フォーラム (招待講演)
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 畑山要介
2. 発表標題 消費と労働の脱成長
3. 学会等名 日本社会学会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 鈴木康治
2. 発表標題 普通のくらしの良さとは何か? 無印良品が提示する清潔な消費文化
3. 学会等名 経済社会学会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 寺島拓幸
2. 発表標題 デジタル化時代の消費文化
3. 学会等名 経済社会学会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 中溝一仁
2. 発表標題 人生100年時代の「新セカンドライフ」を楽しむ（定年退職後どうする？ ～アクティブシニアライフのすすめ～）
3. 学会等名 松戸市シニア交流センター主催講座（招待講演）
4. 発表年 2022年

1. 発表者名 水原俊博
2. 発表標題 消費文化の情報化と社会の持続可能性 新しい生活様式を中心に
3. 学会等名 経済社会学会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 中溝一仁
2. 発表標題 人生100年時代の「新セカンドライフ」と「生き甲斐」
3. 学会等名 松戸市男女共同参画課（招待講演）
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 前田悟志
2. 発表標題 『鬼滅の刃』のメディア効果 ～自己犠牲規範, ジェンダー役割規範, 逸脱回避性向などとの関連～
3. 学会等名 日本比較文化学会 関東支部大会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 畑山要介
2. 発表標題 倫理的消費の理解社会学 K.ソパーの代替的快樂主義を通じて
3. 学会等名 第55回経済社会学会全国大会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 畑山要介
2. 発表標題 経済の自己制御としての認証市場の形成
3. 学会等名 東北社会学会第66回大会シンポジウム(招待講演)
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 鈴木康治
2. 発表標題 飲料水の選択要因としての清潔志向
3. 学会等名 第55回経済社会学会全国大会
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計4件

1. 著者名 橋本努編 / 分担執筆：橋本努、畑山要介、小田和正、神野由紀、丸山千賀子、根本志保子、斉藤尚、鈴木康治	4. 発行年 2021年
2. 出版社 勁草書房	5. 総ページ数 264
3. 書名 ロスト欲望社会 消費社会の倫理と文化はどこに向かうのか	

1. 著者名 間々田孝夫・藤岡真之・水原俊博・寺島拓幸	4. 発行年 2021年
2. 出版社 有斐閣	5. 総ページ数 270
3. 書名 新・消費社会論	

1. 著者名 ジョナサン・H・ターナー / 訳：正岡寛司、山田真茂留、畑山要介	4. 発行年 2020年
2. 出版社 学文社	5. 総ページ数 408
3. 書名 社会学の理論原理 Vol.1 マクロ・ダイナミクス	

1. 著者名 鈴木康治	4. 発行年 2020年
2. 出版社 作品社	5. 総ページ数 263
3. 書名 経済人類学入門 理論的基礎	

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	水原 俊博 (MIZUHARA Toshihiro) (10409542)	信州大学・学術研究院人文科学系・教授 (13601)	
研究分担者	鈴木 康治 (SUZUKI Koji) (20434334)	第一工業大学・工学部・准教授 (37702)	
研究分担者	廣瀬 毅士 (HIROSE Tsuyoshi) (20571235)	東京通信大学・情報マネジメント学部・准教授 (32826)	
研究分担者	寺島 拓幸 (TERASHIMA Takuyuki) (30515705)	文京学院大学・人間学部・准教授 (32413)	
研究分担者	野尻 洋平 (NOJIRI Yohei) (40713441)	名古屋学院大学・現代社会学部・准教授 (33912)	
研究分担者	藤岡 真之 (FUJIOKA Masayuki) (60405727)	弘前学院大学・社会福祉学部・准教授 (31104)	
研究分担者	本柳 亨 (MOTOYANAGI Toru) (60506723)	立正大学・経営学部・准教授 (32687)	
研究分担者	畑山 要介 (HATAYAMA Yosuke) (70706655)	豊橋技術科学大学・総合教育院・講師 (13904)	

6. 研究組織（つづき）

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究分担者	中溝 一仁 (NAKAMIZO Kazuhito) (80881747)	東京経営短期大学・その他部局等・講師 (42516)	
研究分担者	三田 知実 (MITA Tomomi) (20707004)	熊本県立大学・総合管理学部・准教授 (27401)	

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究協力者	朝倉 真粧美 (ASAKURA Masumi)		
研究協力者	前田 悟志 (MAEDA Satoshi)		
研究協力者	倪 少文 (NI Shaowen)		

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------