

平成21年5月20日現在

研究種目：基盤研究（C）  
 研究期間：2007～2008  
 課題番号：19530473  
 研究課題名（和文）グローバル化する消費と社会構造の関連についての経済社会学的研究  
 研究課題名（英文）Economic Sociological Study on Globalized Consumer cultures relatively with Social Structures  
 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：本研究は東アジアを調査地域として、グローバル化する消費文化についてアメリカ型への画一化と非アメリカ的な多様化の実相を理論的、実証的に明らかにしようとするものである。2007～2008年度の期間、将来的な東アジアでの本格調査を見据えて東アジア地域の消費文化について文献の検討をとおした理論研究をおこなった。また、こうした理論研究をふまえて国内（首都圏）では大規模質問紙調査を実施して一定の成果をあげた。

## 交付額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2007年度	3,400,000	1,020,000	4,420,000
2008年度	400,000	120,000	520,000
年度			
年度			
年度			
総計	3,800,000	1,140,000	4,940,000

## 研究分野：

科研費の分科・細目：

キーワード：消費、グローバル化、消費文化、社会調査

## 1. 研究開始当初の背景

近年、地球規模で消費社会化が著しく進むなかで、世界の各地域の消費文化がアメリカ型に収斂するのか、あるいは非アメリカ的に多様化するのかが議論されるようになった（マクドナルド化論、文化帝国主義論など）。そこで、長年にわたって、消費社会について研究してきた本研究代表の間々田孝夫、研究分担者の寺島拓幸、水原俊博は消費文化の画一化、非アメリカ的多様化について、単独で、場合によっては共同で理論的、実証的研究を積み重ねてきた。それによると、間々田は画一化、非アメリカ的多様化は両立可能な現象

であることを強調し（間々田孝夫、2007、『第三の消費文化論——モダンでもポストモダンでもなく』ミネルヴァ書房）、間々田、水原と共同で実施した大規模量的調査（2004年度、2005年度「国際化する消費生活調査」）のデータ分析から、寺島は日本の消費文化における画一化としてのマクドナルド化の実相を明らかにした（寺島拓幸、2005、「マクドナルド化と消費者——日本のマクドナルドを事例として」『経済社会学会年報』27: 251-61 他）。さらに、水原はシンガポール、タイ、マレーシアをフィールドワークして、消費文化が画一化しつつも、地域独自の消費

文化を育んでいることを多様な事例から示した（水原俊博、2006、「シンガポールの消費社会の現在——ショッピング・センター／モールの非参与観察調査報告」『社会学研究科年報』13：21-29 他）。

以上のような研究実績を踏まえて、間々田、寺島、水原が中心となって、消費社会の著しい東アジアについて（また、東南アジア地域も視野に入れながら）、消費文化における画一化と非アメリカ的多様化の実相を理論的かつ実証的により詳しく明らかにすることを目的とする研究会「グローバル消費文化研究会」を組織し、本研究の共同プロジェクトを開始した。なお、同研究会には発足当初より、間々田、寺島、水原の他、廣瀬毅士（立教大学社会学部・兼任講師）、朝倉真粧美（立教大学社会学研究科・博士課程後期課程）、呉金海（同・同）、野尻洋平（同・同）、遠藤智世（同・博士課程前期課程）がメンバーとして参加し、積極的に研究に関与してきた。

## 2. 研究の目的

上述したように、本研究の目的は日本を含む東アジアを調査地域とし、消費文化の画一化と非アメリカ的多様化の実相を理論的かつ実証的に明らかにすることである。だが、これはかつての近代化の比較研究に匹敵する大きな研究課題であって、私たち小グループによる研究によって、短期間のうちにその全貌を明らかにすることは、到底、困難であった。そこで、以下の2つの具体的な研究課題を設定した。

### (1) 東アジアの消費文化に関する理論研究

東アジアに関する本格的な調査研究の実施を長期的な課題として見据え、おもに文献を吟味することをおして東アジアの各地域の消費社会状況についての知見を深めるとともに、理論的な検討をおこなう。さらに、そこでは間々田、水原らがこれまでおこなってきた東アジア、東南アジア地域のフィールドワークの成果についても検討する。

### (2) 日本国内（首都圏）での大規模質問紙調査

グローバル化する日本の消費文化、とりわけ、日本の消費文化の画一化と非アメリカ的多様化の実相を明らかにするための大規模質問紙調査を実施する。なお、調査設計の段階では、上述した理論研究を踏まえ、なるべく国際比較に耐えうる調査票の作成を心がける。

## 3. 研究の方法

上記の2つの研究課題の取り組みは以下のように進められた。

### (1) 東アジアの消費文化に関する理論研究

本研究は2007年度～2008年度の期間、研究会メンバー各自が継続しておこない、研究会の会合の際に、各自が研究成果を報告、検討するという形式で進められた。ただし、本研究の報告や討議は、後述する大規模質問紙調査において2007年度に取り組んだ調査設計（仮説設定、質問項目作成など）との関連で、また、2008年度に取り組んだ同調査データの分析やそれにもとづく学会報告、論文作成などの作業との関連で進められることが多かった。

### (2) 国内（首都圏）での大規模質問紙調査

本調査研究は2007年度に調査設計、実査、データセット作成までをおこない、2008年度に同調査データの分析、学会報告、論文作成、報告書作成までをおこなった。

本調査研究の概要と設定したおもな仮説は以下ようになる。

#### ① 調査概要

- ・ 調査名  
多様化する暮らしと社会に関する調査
- ・ 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）
- ・ 調査期間  
2007年11月～12月
- ・ 調査対象  
新宿駅を中心とした40km圏内に居住する20歳以上70歳未満（当時）の男女有権者
- ・ 抽出方法  
選挙人名簿を台帳とした3段無作為抽出法
- ・ 調査方法  
郵送法
- ・ 計画標本規模  
3,200件
- ・ 有効回収数  
1,089票（有効回収率34.0%）
- ・ おもな質問項目  
政治、ナショナリズム、職業・仕事、家族・結婚・子育て、地域、メディア接触、消費、及び生活一般に関する行動、意識項目の他、日本の消費財、外国消費財の日本の消費文化への影響、生産地、アメリカ的消費財、アメリカ消費文化、「アメリカ的」・「和風」のイメージに関する嗜好や意識、フェイスシート

#### ② おもな仮説

- ・ ナショナリズムが強いほど、和風の消費文化を嗜好する。
- ・ 文化的価値が高いために、和風の消費文化が嗜好される。
- ・ TV視聴時間が長いほど、消費主義の傾向が

強い。

- TV 視聴番組の違いによって、消費主義の傾向は異なる。
- 新聞閲覧時間が長いほど、消費主義の傾向は弱い。
- 郊外居住者は都心居住者よりも、差異化消費を志向する。
- 消費主義の傾向が強いほど、政治に対する関心は薄い。
- 労働意識の違いによって、消費主義の傾向は異なる。
- 早期返送者と後期返送者とは、質問項目の回答に異なる傾向がある。

付言すると、第一に、消費主義とは消費を重視し、その水準を高めようとする意識や行動のあり方を指す（間々田孝夫、2000、『消費社会論』有斐閣）。第二に、上記のとおり、本研究会のメンバーの関心に則して社会構造要因との関連で日本の消費文化の実相を捉える仮説も設定し、調査票の質問項目を作成した。

#### 4. 研究成果

上述のとおり、本研究では東アジアの消費文化に関する理論研究、国内での大規模質問紙調査の2つをおこなった。

##### (1) 東アジアの消費文化に関する理論研究

先述したように東アジアの本格的な調査の準備を目的とした本研究は、おもに文献研究、これまで蓄積してきた事例研究の検討をとおしておこなわれてきた。こうした研究はとりわけ、国内での大規模質問紙調査の調査設計、データ分析、学会報告・論文作成の作業との関連でおこなうことが多かった。したがって、本研究の研究成果は個別の学会報告、論文としてはあがってはいない。しかしながら、国内での大規模質問紙調査において設定した仮説、質問項目には理論研究の成果が十分に反映され、また、同調査データの分析結果をまとめた学会報告、論文などにも理論研究の成果を認めることができる。

##### (2) 国内（首都圏）での大規模質問紙調査

本研究ではグローバル化する日本の消費文化、とりわけ、その画一化と非アメリカ的多様化の実相を捉えることをおもな目的として実施された。以下では設定した仮説のうち、上記の研究目的に則した仮説である和風消費嗜好の規定要因に関する調査データ分析の結果を詳説し、その他のおもな仮説検証の結果については簡単に説明する。

##### ① □和風消費嗜好の規定要因

グローバル化する日本の消費文化には近年、「和好み」「和風」といった和風消費文化

の嗜好（以下、和風消費嗜好）という非アメリカ的多様化現象が見られる。この和風消費嗜好の規定要因としてナショナリズム、文化的価値をもとめ、それぞれ仮説として調査データから分析、検証をおこなった。

##### • ナショナリズム仮説

本仮説はナショナリズムが和風消費嗜好を規定するというものである。データ分析では、「日本への好意」「国旗掲揚の賛否」をナショナリズムとして捉えて独立変数とし、他方、「和食」「和風衣類」といった「和風事物に関する好意」について抽出した「消費因子」「伝統因子」「娯楽因子」の因子得点を従属変数とした。分析の結論のみ述べれば、和風消費嗜好はナショナリズムと弱い相関があるものの、それは限られた和風事物に対して、かつ中高年層においてのみ認められた。こうしたことから、和風消費嗜好がナショナリズムにもとづく「保守回帰」的現象とはいえないことが明らかとなった。

##### • 選択的需要仮説

本仮説は文化的価値が和風消費嗜好を規定するというものであるが、データ分析では「高級感」「健康的」「落ち着き」といった文化的価値として捉えた「和風イメージ」を独立変数とし、上述した3つの消費因子の因子得点を従属変数としておもに重回帰分析をおこなった。それによれば、「洗練」「落ち着き」といった精神的な文化的価値が和風消費嗜好の形成に寄与していることが明らかになった。

以上のことから、近年の日本の消費文化の非アメリカ的な多様化現象である和風消費嗜好はナショナリズムによるのではなく、精神的な好ましい文化的価値をもつものとして普及していることが明らかとなった。

##### ② その他の仮説検証

その他のおもな仮説検証の結果を簡単に述べておくと、TVの視聴時間の長短、視聴番組の違い、新聞閲覧時間の長短はそれぞれ程度の差はあれ、消費主義の傾向の規定要因として作用することが明らかになった。また、郊外居住者と都心居住者との間には差異化消費志向の違いがほとんど見られなかった。さらに、調査票の早期返送者は後期返送者と異なる回答の傾向を示し、とりわけ早期返送者は後期返送者に比して社会的関心が高いことが明らかとなった。

##### (2) 研究成果の研究上の意義

先述したように、本研究は東アジアのグローバル化する消費文化に関する理論研究と国内での大規模質問紙調査の2つの研究をお

こなってきたのであるが、理論研究については現在までのところ、学会報告、論文として独立した研究成果をあげたわけではない。だが、大規模質問紙調査とその成果には、理論研究の成果を認めることができる。他方、グローバル化する日本の消費文化の画一化、非アメリカ的多様化の実相を捉えるという調査課題について実施した大規模質問紙調査については学会報告、論文として研究成果をあげることができた。

消費文化の画一化、非アメリカ的多様化の問題はこれまで、消費社会論、消費文化論など広範な分野で抽象的に議論され、ともすると党派的なイデオロギー論争の様相を呈することが多く、また、経験的な先行研究も事例研究にとどまってきたように思われる。こうしたことから、十分な理論研究をふまえた大規模質問紙調査を実施して成果をあげた本研究には、研究上、高い意義を認めることができるだろう。

### (3) 今後の展望

本研究には上述したような研究意義を認めることができるにしても、今回、実施した大規模量的調査のデータはまだ十分に分析されているとはいえない。そのため、今後も分析を重ね、より豊かな研究成果を学会報告、論文としてあげていく必要があり、実際、本研究会のメンバーはデータ分析を現在も継続している。また、国内の大規模量的調査については、調査票を見直し修正を加えて、2010年度に実施するための準備を進めている。さらに、東アジアの消費文化の本格調査の準備のための理論研究についても継続していく予定である。

### 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 1 件)

廣瀬毅士、「和風消費を規定する価値要因の分析——グローバル化の中のローカル文化」『経済社会学会年報』第 31 号、近刊 (2009.9)、査読あり

[学会発表] (計 5 件)

- ① 廣瀬毅士・間々田孝夫、「『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」第 81 回 日本社会学会 大会、東北大学、2008.11.23
- ② 遠藤智世・寺島拓幸、「郊外の差異化消費——『多様化する暮らしと社会に関する調査』を通して」第 81 回 日本社会学会 大会、東北大学、2008.11.23

- ③ 野尻洋平、「TV 視聴と消費主義——『多様化する暮らしと社会に関する調査』を通して」『多様化する暮らしと社会に関する調査』を通して」第 81 回 日本社会学会大会、東北大学、2008.11.23

- ④ 朝倉真粧美、「郵送調査の回答者についての一考察——『多様化する暮らしと社会に関する調査』を通して」第 81 回 日本社会学会大会、東北大学、2008.11.23

- ⑤ TERASHIMA, Takuyuki and FUJIOKA, Masayuki, “Differences in Consumer Attitudes between Tokyo’s Central City and Suburbs,” International Sociological Association Research Committee 21 Tokyo Conference, 2008.12.18

[その他]

ホームページ

[http://www2.rikkyo.ac.jp/web/mamadala\\_b/socr.htm](http://www2.rikkyo.ac.jp/web/mamadala_b/socr.htm)

なお、上記のホームページでは 2007 年度に実施した「多様化する暮らしと社会に関する調査」の調査票、単純集計速報版を公開している。

### 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

水原 俊博 (MIZUHARA TOSHIHIRO)  
立教大学・社会学部・助教  
研究者番号：10409542

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

#### (3) 連携研究者

なし

#### (4) 研究協力者

廣瀬 毅士 (HIROSE TSUYOSHI)  
立教大学社会学部・兼任講師

朝倉 真粧美 (ASAKURA MASUMI)  
立教大学社会学研究科・博士課程後期課程

呉 金海 (WU JINHAI)  
立教大学社会学研究科・博士課程後期課程

野尻 洋平 (NOJIRI YOHEI)  
立教大学社会学研究科・博士課程後期課程

遠藤 智世 (ENDO TOMOYO)  
立教大学社会学研究科・博士課程前期課程