

「真物質主義」の担い手は誰か

間々田 孝 夫
遠 藤 智 世

1 分析の目的

20 世紀後半以降の消費社会について、社会学の分野では、放縦、自己顕示、記号、差別化などのキーワードを駆使しながら、矛盾を抱えつつ限りなく拡大するものとしてとらえてきた¹⁾。

それに対して筆者の一人（間々田）は、矛盾を抱えていることは十分認めつつも、拡大イメージに対しては疑問を呈してきた²⁾。世界的に見れば消費が拡大していることは事実であるが、先進諸国においては脱物質主義化、すなわち脱物質主義的意識の高まりがあり、現実の消費の拡大も、マクロ、ミクロともに、決して容易なことではなくなってきたからである。

脱物質主義化とは、人々が物質的消費の拡大に積極的な意義を認めなくなることであり、それ自体は消極的な価値観の変化と言える。20 世紀は、全体としては物質的消費の拡大に対して、それまでにない熱狂的関心をもった時代であり、物質主義の世紀であった。しかしその実現とともに、20 世紀の末から、対照的な脱物質主義の傾向が顕著になってきたのである。

しかし、脱物質主義はもともと積極的な内容を含むものではないから³⁾、単なる「脱物質」を越えた新しい方向については、さまざまな可能性がある。一つの可能性は物質主義の反対方向への移行、たとえば質素や禁欲を奨励する方向であり、それとは別に、イングルハートが主張するように経済への関心から、政治や社会的公正への関心が強まるという方向がある⁴⁾。それとは違って文化

活動への傾倒という可能性もあるだろうし、自然や環境への志向が著しく高まるという可能性もある。

そういったさまざまな可能性の中で、筆者が注目したのは、物的消費自体についてどのような傾向が生じるかという点であった。物的消費の拡大が強い関心と呼ばなくなるという脱物質化の傾向はいいとしても、物的消費がなくなるわけでは決していない。物的消費に対して、人々はどのような姿勢を示すのだろうか。

この点について、間々田が「大きな仮説」として想定したのは、物的消費を質的に充実させようとする方向であった。これまでの物的消費は、ひたすら量的拡大の方向をたどったが、質的充実は疎かになる傾向にあった。その結果、量的な充実にもかかわらず、豊かさの実感が今一つ味わえず、生活の安定感も生じず、社会的にも、環境問題ほかさまざまな問題が発生してきた。

それに対して間々田は、脱物質主義化の延長線上に、物的消費財（モノ）の購買、使用、廃棄等についてより反省的になり、個人にとっても社会にとっても、より好ましい関係を作り出そうとする動きが現われると考えたのである。

間々田は、そのような傾向を「真物質主義」と名づけ、今後の消費社会の動向として注目し値するものであることを指摘した⁵⁾。その内容を要約すると次のようになる⁶⁾。

まず、真物質主義とは何かを改めて述べると、従来の物質主義とは別の意味でモノに関心をもち、モノ消費の本質をより深く理解し、人間とモノ、

そして自然および社会との間に良好な関係を作り出そうとするものである。そして、節約や禁欲に向かう反物質主義のようにモノ消費を減らそうとするのではなく、モノ消費の質を向上させようとするものである。

真物質主義が台頭するのはなぜかと言えば、20世紀を通じて物質主義が隆盛となる中で、いくつかのことが忘れられ、わからなくなってしまったからであり、それに対する自省的（再帰的）な動きが生じると考えられるからである。

忘れられ、わからなくなってしまったこととは何かと言えば、まず、特に農産物など非機械製品について、モノの高質－低質の違いに鈍感になったことであり、第二に、モノを買うことばかりに熱中し、モノの使い方や使いみちについて十分考えなくなったことであり、第三に、個別にモノを買い漁るばかりで、自分の生活にとって、どんなモノをどれだけ取り揃えればいいのかについての十分な配慮がなされなくなったことであり、第四に、生活を充実させるためにモノ以外に何が必要か、たとえば時間、人間関係、自然との関係などについて無関心になったことである。

こういった傾向に対し、量的拡大とは別の意味でモノにこだわり、モノ消費の本質をより深く理解し、モノと人間、自然、社会の間に、真に良好な関係を作り出すことが、真物質主義の目標だと考えられる。

真物質主義においては、モノと人間のあり方が再検討され、モノはこれまでのような買われ方、使われ方ではなく別の可能性をもつのではないかと、必要なモノはもっと厳選され、吟味されるべきではないかと考えられ、これまでの物的消費が反省される。そしてその結果として、さまざまな具体的な精神的傾向、外面的行動が生じてくる。

まず精神的なものから言えば、単に性能や数量的機能に還元されないようなモノの質の高さ－低さを理解する、極端にモノの便利さや安さが追求される中で、それだけを追求することのマイナス面を理解する、ただ買っておしまいではなくモノ

の正しい使い方を理解する、モノの量・質と人間の幸福の関係を理解する、モノの消費と社会・自然の関係を理解するといったことが、より重視されるようになるであろう。

外面的な行動については、モノの量ではなくモノの質にこだわる、モノを買ったり持ったりではなくモノを活かすことを重視する、モノの組合せと配置に配慮する、モノの過剰や未整理を嫌う、モノの消費が社会関係を壊さないようにする、購買や使用などモノの消費に必要な時間を十分確保しようとする、モノと自然の関係を良好に保とうとする、などの態度が強まるものと考えられる。

こういった真物質主義のあり方は、理念型として構成されたものではあるが、もちろん現実に根拠がないものではなく、グリーンコンシューマリズム、ロハス、スローフード、フェアトレード、もったいない運動、オーガニック運動など、20世紀末から現われたさまざまな動きをふまえつつ、それらに含まれている要素を抽象的に再構成したものである。

真物質主義が、これからどれだけ発展し、どのような方向をたどるかは、今後の消費社会の動向を明らかにするうえで、一つの注目すべきポイントであるように思われる。

本論では、筆者たちが実施した社会調査データを用いて、このような真物質主義がデータ上どのように現われているかを、特に真物質主義の担い手に重点をおきつつ、分析しようとするものである。調査時点において、真物質主義が著しく発展しているという見通しは得られなかったが、かといって全くその素地がないということも考えられなかった。

われわれは、真物質主義に関する分析の第一歩として、それがどのような層に、どの程度広がっているのか、そのおおよその動向を探ろうとしたのである。

2 データと分析課題

本論で分析に用いるのは、文部科学省科学研究費補助金基盤研究（B）の補助を受けて2010年9月から10月にかけて実施された「多様化する消費生活に関する調査」のデータである。

調査の概要は本論の最後に示した通りであるが、対象者は、ランダムサンプリングによって抽出された、首都圏在住の10代から60代までの男女個人である。

この調査は、真物質主義の分析を中心とするものではなく、それを真正面からとらえようとする質問群を設けてはいない。しかしながら、随所に真物質主義に近い消費者の意識、行動に関する質問を含めたので、それらを通じて所期の目的を達成できると考えられる。

予備的な分析を行なったのち、本論では次の11項目を従属変数として採用した。

まず、問33の消費主義的態度を調べる項目において、M「自分のライフスタイルや趣味にあったものを選ぶ」、O「インテリアや服装のコーディネート（組み合わせ）を考えて商品を選ぶ」、P「事前にいろいろと情報収集してから商品を買う」の3項目を採用した。これらはいずれも「あてはまる」、「ややあてはまる」、「あまりあてはまらない」、「あてはまらない」の4件法でたずねている。

次に、問37の消費の望ましい姿を訊く質問で、C「無駄な物を買わないこと」、D「環境に配慮している商品を選ぶこと」、E「フェアトレード商品を選ぶこと」の3つを用いた。これらの質問は、自分が方針としていることではなく、消費者一般にとってどのくらい重要かをたずねたものである。これらについては「重要だ」、「やや重要だ」、「あまり重要でない」、「重要でない」の4件法でたずねている。

そして、問38の「消費についての考え方や態度」の質問では、複数回答形式での選択肢である、a「部屋にもものがあふれていると不快だ」、b

「家の中に、使わないものがあるともったいない」、c「消費が多すぎると自然環境に悪影響を与える」、d「現代人は消費をしすぎている」、e「市販されているものを買わないで、なるべく自分で作りたい」の5項目を用いた。これらは、4件法ではなく○をつけるかつけないかの選択がなされることになる。

以上の項目は、一つ一つについて詳細に説明する必要はないであろうが、いずれも上記の真物質主義の概念に沿ったものと言える。ただし、その内容は多岐にわたっており、問33の3項目は、自分が買い物をするときに、どれだけ使用場面を考えて購入するか、という点について訊いたものである。また問37は、同じく買い物の場面で、どの程度環境など社会的配慮をするのが望ましいかについて一般的にたずねたものである。そして問38は、選択肢の内容はさまざまであるが、全体としては物的消費財の過剰感についての意識を調べたものと言えるだろう。

11項目についての単純集計結果は次のようになった。

この表からわかるように、全体的には肯定的な傾向（真物質主義的傾向）が見られたが、問33と問37では、最も肯定的な項目（「あてはまる」と「重要だ」）と二番目に肯定的な項目（「ややあてはまる」と「やや重要だ」）の数値の大きさについては、項目間でばらつきが見られた。問37Eのフェアトレードに関する質問への「重要だ」が少なかったのは、おそらくフェアトレードというものの自体についての知識が乏しいためであろうと思われる。

問38については、c「消費が多すぎると自然環境に悪影響を与える」が予想外に少なかったという印象がある。e「市販されているものを買わないで、なるべく自分で作りたい」の選択者が少なかったのは、現在の消費は商品化が進んで手作り品の比重が著しく低下していることから、致し方ない結果だと言えるだろう。

さて、以上の諸項目は、理論上構成された真物

表 1 真物質主義関連項目の集計結果 (%)

問 33 消費主義的態度	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
M 自分のライフスタイルや趣味にあったものを選ぶ	43.5	45.6	7.4	1.9
O インテリアや服装のコーディネートを考えて商品を選ぶ	24.1	42.7	21.2	11.4
P 事前にいろいろと情報収集してから商品を買う	21.7	39.3	28.1	10.2
問 37 消費の望ましい姿	重要だ	やや重要だ	あまり重要でない	重要でない
C 無駄な物を買わないこと	67.9	27.4	3.5	0.9
D 環境に配慮している商品を選ぶこと	28.2	58.8	10.5	1.9
E フェアトレード商品を選ぶこと	9.4	49.5	33.6	6.7
問 38 物的消費財についての考え方	そう思う (選択)		そう思わない (非選択)	
a 部屋にものがあふれていると不快だ	62.1		37.9	
b 家の中に、使わないままのものがあるともったいない	63.0		37.0	
c 消費が多すぎると自然環境に悪影響を与える	35.1		64.9	
d 現代人は消費をしすぎている	55.3		44.7	
e 市販されているものを買わないで、なるべく自分で作りたい	10.3		89.7	

問 33、問 37 については、無回答を表から除いているので、各行の合計はそれを加えて 100 となる。

質主義に沿ったものではあるが、はたして相互にプラスの相関をもち、一貫した真物質主義的な態度を構成しているものなのだろうか。次の 3 節では、この点についてまず検討することにしよう。

その上で 4 節では、項目のグループごとに、真物質主義の担い手がどのような人々であるかという本論の中心課題に取り組むことにしたい。

そして、3、4 節の分析をふまえ、5 節では、調査データから真物質主義の研究についてどのような示唆が得られたかを示すことにしよう。

3 真物質主義の構造

さまざまな項目からなる類似した内容の意識調査データについて、それらが一貫した態度を示すか、複数の要素に分解されるのかを調べるための標準的な手法は、因子分析である。因子分析は、本来は数量的なデータに適用されるべきものであるが、社会調査の分析では、4 件法あるいは 5 件法のデータであれば、便宜的に因子分析を行なうことが多い。

今回のデータについても、因子分析を中心的な分析手法とすることを考えたが、それに先立って

ネックとなったのは、問 38 が○をつけるかつけないかの複数回答方式で、ゼロか 1 の二つの値しかとらないことであった。

他方問 38 は、調査設計時において物的消費財の過剰感に関して調べることを意図したものであり、真物質主義的態度の分析にあたってはぜひ含めておきたいものである。そこで、情報量はやや減少するものの、問 38 全体をまとめて、一つの変数として扱えるかどうかを検討することにした。

手始めに、問 38 の項目間の関連を調べるため、順位相関を示すケンドールの τ_b を算出した。その結果は表 2 の通りである。なお、元になる表が 2×2 表なので、この値はピアソン相関係数、四分点相関係数とも一致する。

この表からわかるように、項目間の関連はそれほど強いものではない。c と d の関連が強く、a、b、c の間の関連も比較的強いが、a と d はわずかなではあるが逆相関を示している。しかし、a と d にわずかに現われた以外、各項目は順相関を示しており、調査に先立っての「物的消費財の過剰感」に関する質問群という想定には反しないものであった。

そこで、一つの一貫した意味内容を示すという

より、物的消費の過剰をさまざまな側面について感じるという「多元的な過剰感」あるいは「過剰感の多元性」を示すものと解釈するなら、これら5項目への回答数（○をつけた数）を一つの変数として用いることは可能であろうと判断された。この数値が高い人は、日常生活のさまざまな場面で、何かと現在の物的消費について問題を感じるものの多い人であり、数値が低い人はあまり問題を感じることがない人だと言えるだろう。

この合成変数について、基本統計量を求めたところ、平均値は2.26、標準偏差は1.21であった。

問38についての準備ができたので、問33の3項目、問37の3項目に問38の1項目（多元的な物的消費の過剰感）を加えた7項目について、その関連を調べた。まずこれらの項目のカテゴリーに1～4の値を与え（問38は回答数の1～5）、ピアソン相関係数を求めた結果は、表3のようになった。

この結果を見ると、まずすべての項目間で係数

がプラスの値を示しており、ゆるやかな意味では、7つの項目が正の相関関係を示していることがわかる。

これらの項目は、内容的にも、質問文の形式としてもかなりバラエティに富んでおり、通常は関連の正負については予測のつきがたいものである。たとえば、問33Mのライフスタイル志向の項目は、もともと消費主義的態度を調べる一連の質問の中であって、質問文は「自分のライフスタイルや趣味にあったものを選ぶ」というものであった。この質問は、ある意味では消費に対して積極的に取り組む姿勢を示しており、真物質主義の概念に沿ってはいるが、どちらかと言えば消費寄りの質問である。それに対して、問37Dは「環境に配慮している商品を選ぶこと」が重要であるかどうかをたずねたものであり、これが「重要だ」と答えた人は、どちらかという反消費的なイメージが感じられる。したがって、問33Mで「あてはまる」と答えた人は、問37Dに対しては「重要

表2 物的消費財の過剰感（問38）各項目の相関（ケンドールの τb ）

	a	b	c	d	e
a 部屋にものがあふれると不快	1.00	0.16	0.11	-0.01	0.03
b 使わないものはもったいない	0.16	1.00	0.11	0.03	0.03
c 消費は自然環境に悪影響	0.11	0.11	1.00	0.32	0.05
d 現代人は消費しすぎている	-0.01	0.03	0.32	1.00	0.06
e なるべく自分で作りたい	0.03	0.03	0.05	0.06	1.00

表3 真物質主義に関する各項目の関連（ピアソン相関係数）

	問33M	問33O	問33P	問37C	問37D	問37E	問38
ライフスタイル志向（問33M）	1.00	0.36	0.27	0.07	0.02	0.10	0.07
コーディネート志向（問33O）	0.36	1.00	0.26	0.04	0.05	0.12	0.10
事前の情報収集（問33P）	0.27	0.26	1.00	0.06	0.03	0.05	0.04
無駄な物を買わない（問37C）	0.07	0.04	0.06	1.00	0.28	0.15	0.22
環境に配慮した商品選択（問37D）	0.02	0.05	0.03	0.28	1.00	0.51	0.26
フェアトレード商品を選ぶ（問37E）	0.10	0.12	0.05	0.15	0.51	1.00	0.21
物的消費の多元的過剰感（問38）	0.07	0.10	0.04	0.22	0.26	0.21	1.00

各カテゴリーに与える値は、正で値が大きいほどより真物質主義的な態度を示すよう方向を統一した。

でない」と答える傾向が強くなるようにも思われる。

しかし、実際の関係はそうではなく、問 33M でライフスタイル志向に「あてはまる」と答えた人のうち問 37D で環境配慮商品の選択が「重要だ」と答えた人の比率は 32.2 パーセントであり、問 33M で「ややあてはまる」と答えた人のうち問 37D で「重要だ」と答えた人の比率 24.3 パーセントを上回っている。この関係は、相関係数で見れば 0.02 であり、表中最も小さい値であるが、最も小さい値でもこのような結果を示すのであるから、表 3 全体としては、これらの意識のあり方は、相互に矛盾しない形でゆるやかに関連しあっており、漠然としたものではあるが、真物質主義的態度と呼べるものを形成していると言えそうである。

このような基本的な関連を調べた上で、表 3 の 7 項目について因子分析を試みた。因子分析を適用するには項目数が少ないが、おおよその傾向を記述統計的に把握することは可能だと考えた次第である。その結果は、表 4 および図 1 のようになった。

これらの表から、7 項目は寄与率において大きくは変わらない主に二つの因子で構成されると見なせることがわかった⁷⁾。

このうち、因子 1 は問 37 の各項目において因子負荷量が大きくなっており、特に D の環境配慮商品の選択や、フェアトレード商品の選択で数値

が大きく現われていることから、社会的配慮に志向する傾向を示すものと考えられる。それに対して因子 2 は、問 33 の項目において因子負荷量が大きくなっていて、特にライフスタイル志向とコーディネート志向の数値が大きく出ていることから、消費の内面的な充実への志向性を示すものと思われる。ここで内面的な充実への志向性とは、消費が自分の趣味や嗜好に照らして好ましい結果をもたらすよう、物的消費財の選択に対して真摯に取り組む傾向を意味している。

そして、問 38 の物的消費の過剰感は、問 37 の項目と負荷量の傾向が類似しており、社会的配慮への志向と、物的消費の過剰を感じる機会が多いこととが、親近性をもつことが示されたと言える。この傾向は、表 3 の相関係数で問 37 各項目と物

表 4 真物質主義関連項目の因子分析（固有値等）

因子	固有値	寄与率	累積寄与率
(初期解)			
1	1.96	28.0%	28.0%
2	1.47	21.1%	49.1%
3	0.91	13.0%	62.1%
4	0.80	11.5%	73.6%
5	0.75	10.7%	84.3%
6	0.63	9.0%	93.3%
7	0.47	6.7%	100.0%
(回転後)			
1	1.30	18.6%	18.6%
2	0.92	13.1%	31.8%

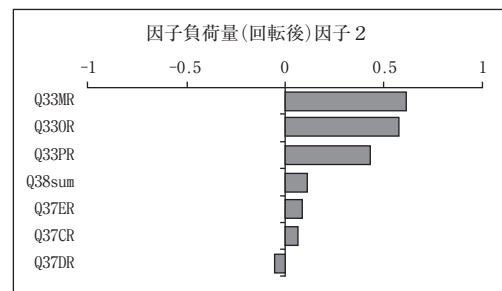
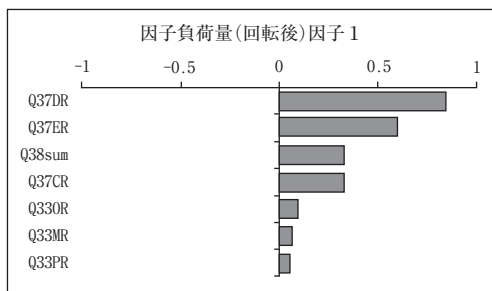


図 1 真物質主義関連項目の因子分析（因子負荷量）

の消費の過剰感の関連が強いことからわかる。

以上の分析は、真物質主義の分析の試行段階にあるものだから、今後さまざまな調査で、より多くの項目により、より詳細な分析を行なわなければならないだろう。しかし、このような試行段階でも言えそうなのは、理論上構成された真物質主義は、二つの構成要素からなっているということである。

真物質主義は、全体としてはモノ消費の見直しであり、モノ消費を質的により充実させようとする傾向だと言えるが、充実しているかどうかの評価の根拠としては、外面的基準と内面的基準がある。外面的基準とはモノ消費が外界（自分の外側にある世界）にどのような影響を与えるか、そしてそれが自分にどうはね返るかという観点からモノ消費を評価するものであり、内面的基準とは、モノ消費が自分自身にとって満足でき、納得のゆくものであるかどうかを評価するものである。前者では、判断の根拠が外界に問題が生じないかどうかに求められるのに対して、後者では、判断の根拠が自分の内面世界が望ましい状態になるかどうか求められる。

理論上は、このように考えると今回の因子分析の結果を明快に解釈することができるだろう。つまり、外面的基準に対応するものとして因子1が現われ、内面的基準に対応するものとして因子2が現われたということである。

真物質主義は単一の態度として存在するというよりは、外面的と内面的という二つのサブカテゴリーに分けられ、それぞれについてモノ消費の評価と反省が行なわれている、ということが推測されるのである。

このような推測が正しいかどうかについては、もっと本格的で多数の調査項目を用いた別の調査を実施する必要がある。今回の分析は、真物質主義自体を主要目的としなかった調査に基づいたものなので、あくまでも予備的分析にとどまるものである。

なお、本節最後に、こういった二元論的解釈と

は逆の方向の解釈も可能であることをもう一度確認しておきたい。

それは、因子分析をすれば2因子が得られるとは言え、7項目はすべて正の相関関係をもち、ゆるやかな意味では真物質主義というものを構成しているということである。それらは、問33Mと問37Dのように、理論上必ずしも正の関連を示すと予測されるものではないにもかかわらず実際には正の関連をもつことから、一つのまとまった態度を示すと解釈することも可能である。

そして、このような関連は今後強まっていく可能性がある。なぜなら、外面的、内面的という少なくとも二つの基準があるにせよ、真物質主義はモノ消費の見直しという共通の志向をもっており、その志向は、過剰に量的拡大を追求した結果、モノ消費の実質が空疎になったという共通の事態に対処しようとするものだからである。現在は外面に重点をおく人と内面に重点をおく人が分かれる傾向にあるにせよ、両方を同時に追求することが望ましいことは明らかであるし、論理的に決して不可能なことでもないから、今後そのような方向へと消費が変化していくことは十分ありうるであろう。現在、すでに一部ではあるがそのような消費行動をとる人たちが生まれつつあるからこそ、上記のような結果が得られたとも考えられるのである。

真物質主義については、それを一つのものとしてとらえていく視点と、複数のサブカテゴリーに分けつつ考察する視点とのバランスをとりながら、分析を進めることが望ましいように思われる。

4 真物質主義の担い手

3節での結論に従って、真物質主義的の担い手について分析するにあたっては、まず真物質主義を一まとまりに扱うのではなく、項目別にきめ細かく分析することから始めよう。

筆者の一人（遠藤）は、さまざまな調査対象者の属性と真物質主義に関する7項目との関連につ

いて予備的な分析を行なったが、その結果性別の影響が大きいことがわかった。また、年齢別の分析は、今後の真物質主義の動向を考える上で重要な要因である。そこで、以下ではこの二つを主な説明変数として用いることにした。

はじめに、問 33 の 3 項目への回答を数量変数として扱い（前節までと同様の数値を与え値が大きいほど真物質主義的となる）、年代と性別による二元配置分散分析を試みた。図 2 から図 4 までは、その結果を示したものである。

これを見ると、共通して年代が若くなるほど数値が上がる、すなわち真物質主義的になる傾向が見られる。まだ消費経験の乏しい 10 代を除いて、男女ともに、20 代が最も高く 50、60 代まで数値が低下している。ただし、その相違は、F 値が 10～20 の範囲に収まっていることからわかるように、それほど大きいものではない。また、60 代については若干の例外も見られる。

男女の違いについては、3 項目の間で傾向が一貫していなかった。ライフスタイル志向とコーディネート志向については女性のほうが高く、特にコーディネート志向については大きな違いが見られて、F 値は 160 以上にまで達している。それに対して、事前の情報収集については男性のほうが高い数値を示した。このような結果が得られたのは、コーディネート志向の質問文に「服装のコーディネート」という言葉が入っていて、ファッションに関心の強い女性の回答を誘ったこと、事前情報収集については、男性が機械製品を買うことが多く、仕様や性能についての事前情報の収集が重要となること、などの要因が関係するものと思われる。

3 節で真物質主義の内面的基準との関連が強いと考えられたのがこの 3 項目であったが、3 項目の間でも、傾向の違いが現われているのである。

これら 3 項目については、年代、性別のほかにもいくつかの関連する説明要因があるように思われたので、さらに、それらを含めた重回帰分析も試みた。その結果は表 5 のようになった。

Q 33 M：自分のライフスタイルや趣味にあったものを選ぶ

要因	平方和	自由度	平均平方和	F 値
年代	33.772	5	6.754	14.790 **
性別	11.005	1	11.005	24.098 **
年代*性別	5.655	5	1.131	2.477 *

*は 5% 水準で有意 **は 1% 水準で有意

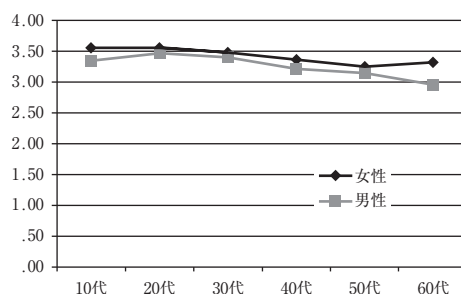


図 2 「ライフスタイル志向」の分散分析

Q 33 O：インテリアや服装のコーディネートを考えて商品を選ぶ

要因	平方和	自由度	平均平方和	F 値
年代	40.464	5	8.093	10.491 **
性別	126.290	1	126.290	163.719 **
年代*性別	4.241	5	.848	1.100

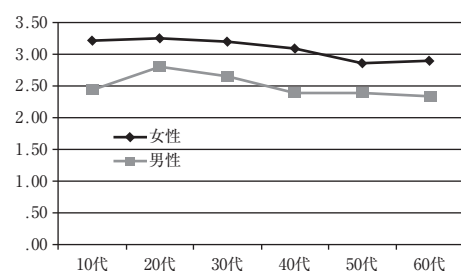


図 3 「コーディネート志向」の分散分析

Q 33 P : 事前にいろいろ情報収集してから商品を買う

要因	平方和	自由度	平均平方和	F 値
年代	68.355	5	13.671	17.147 **
性別	6.784	1	6.784	8.509 **
年代 * 性別	7.525	5	1.505	1.888 †

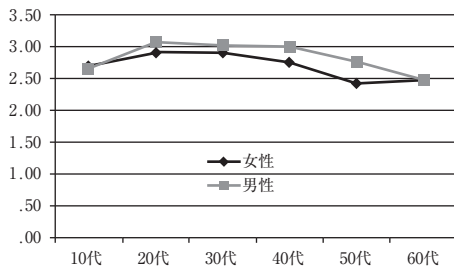


図4 「事前情報収集」の分散分析

これを見ると、年代（年齢の数値をそのまま用いた）、性別については上記の表と同様の結果が出たが、そのほかに所得（世帯人数を調整した等価所得を用いた）の β 値（標準化偏回帰係数）が正の値を示し、収入が多いほど真物質主義的であることがわかった。 r （ピアソンの相関係数）についてもほとんど傾向は同じである。

結婚や子供をもつことの影響については、有意差に至らない場合が多かったが、既婚ダミー変数の β 値は正の値であり、子供があるかどうかという子持ちダミー変数については、 β 値が負の値で

あるという興味深い傾向がみられた。

そして、教育年数については、有意に真物質主義的態度を高めていることがわかった。

これらは、真物質主義の担い手について、興味深い仮説を提供してくれそうなものであるが、いずれの項目についても重回帰分析の決定係数（ R^2 ）は低いレベルにとどまっており、真物質主義が属性要因によって影響されるというよりは、むしろ対象者のライフスタイルに依存するものであることを示しているように思われる。

次に、問37の3項目について、問33と同様に年代と性別による二元配置分散分析を試みた。その結果は、図5～図7のようになった。

これらの図をみると、まず問33と比べて年齢の影響がはっきりしなくなっており、実際F値も小さくなっていることがわかる。どちらかといえば年齢が高くなるにつれて数値が上がる（真物質主義的になる）ようにも思えるが、平均と比べて10代が高く、20代が低い傾向があり、一貫した傾向とは見なせなくなっている。特に20代男性は数値が低くなっており、この年代の男性において真物質主義的傾向がやや弱いことを示している。

20代男性と言えば大方は社会人で独身であり、自由でやや放漫な消費を行なう傾向があるという印象がある。この結果は、その印象どおりの結果と言えるかもしれない。問37は、自分自身につ

表5 問33の3項目についての重回帰分析

説明変数	ライフスタイル志向		コーディネート志向		情報収集	
	β	r	β	r	β	r
年齢	-.149 **	-.192 **	-.149 **	-.142 **	-.160 **	-.182 **
男性ダミー	-.152 **	-.136 **	-.333 **	-.320 **	.040 †	.074 **
等価所得	.099 **	.111 **	.129 **	.134 **	.041	.084 **
既婚ダミー	.034	-.108 **	.062 †	-.041 †	.053	-.067 **
子持ちダミー	-.088 *	-.159 **	-.033	-.074 **	-.040	-.127 **
教育年数	.072 **	.103 **	.061 *	.063 **	.193 **	.237 **
R 二乗	.078 **		.149 **		.083 **	
調整済R 二乗	.074 **		.146 **		.079 **	
N	1593		1593		1592	

いてのモットーを訊くものではなく、一般論としてC～Eのような消費が重要であるかどうかをたずねているのだが、このような形式で訊いた場合でも、20代男性は真物質主義的意識が弱く現われているのである。

男女別には、問33M、問33Oの場合と同じように、男性よりも女性の数値が高い傾向が現われた。問37C（無駄なものを買わない）の10代と60代で男女の差が見られない以外は⁸⁾、すべての項目のすべての年代で女性のほうが高くなっている。問33は、3節のとらえかたで言えば外面的基準に基づいた真物質主義的傾向、つまり社会的配慮への志向に基づく消費の選択を示すものであるが、このような側面についても女性のほうがやや熱心だということである。ただし、問37Cの「無駄なものは買わない」については、間接的に

Q 37 C：無駄なものを買わないこと

要因	平方和	自由度	平均平方和	F 値
年代	7.766	5	1.553	4.377 **
性別	2.168	1	2.168	6.110 *
年代*性別	2.030	5	.406	1.144

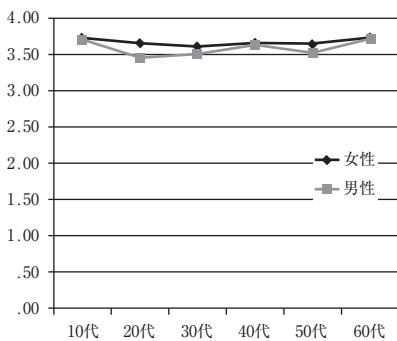


図5 「無駄なものを買わない」の分散分析

Q 37 D：環境に配慮している商品を選択すること

要因	平方和	自由度	平均平方和	F 値
年代	21.787	5	4.357	10.254 **
性別	17.134	1	17.134	40.322 **
年代*性別	3.759	5	.752	1.769

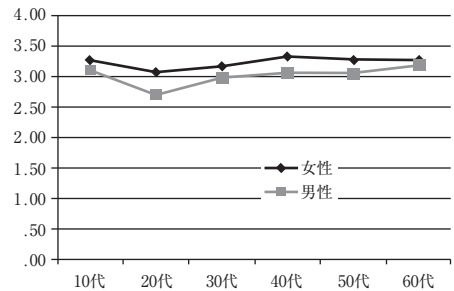


図6 「環境配慮商品選択」の分散分析

Q 37 E：フェアトレード商品を選ぶこと

要因	平方和	自由度	平均平方和	F 値
年代	8.473	5	1.695	3.141 **
性別	28.071	1	28.071	52.035 **
年代*性別	7.701	5	1.540	2.855 *

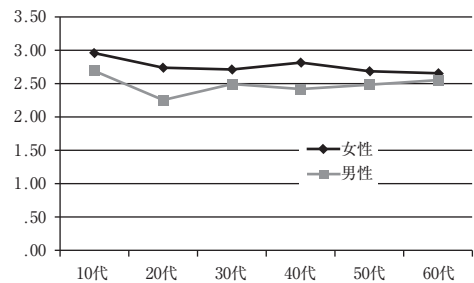


図7 「フェアトレード商品選択」の分散分析

は環境問題に関連するものの、直接的に社会に志向するものではないせいか、性別による差は小さくなっている。

最後に、問 38 への回答数が示す「物的消費財の過剰感」について同様の分析を試みた。その結果は図 8 のようになった。

この結果を見ると、年齢別には、年齢が高くなるにつれ過剰感が高まる傾向が比較的明瞭に現われている。ただし、40 代から 50 代にかけては男女ともに数値が下がっており、注目に値するが、なぜこのような傾向が見られるのかは不明である。また、男性の 20 代では、問 37 の場合と同様に、10 代よりも数値が低くなっている。

男女別には、これまでと同様に女性のほうが数値が高い（モノ消費の過剰感が大きい）という傾向が現われており、10 代では差がないものの、20 代、40 代、60 代ではその差が比較的大きくなっている。

以上見てきたように、ほとんどの項目で男性より女性の真物質主義的志向性が強いという結果が得られたが、年齢については、項目によって年齢の影響は異なり、一般化は難しかった。この結果をふまえ、次に真物質主義的傾向を全体として表現するような変数を設定し、真物質主義的な人のプロフィールを明らかにしてみよう。

3 節で述べたように、本論で取り上げる 7 項目は、相関行列を見る限り、相反はしないものの、強い一貫性をもったものではなかった。むしろ因子分析からわかったように、外面的基準に基づくものと内的基準に基づくものとに分けられるように思われた。しかし、理論上は外面的かつ内的的な基準でモノ消費に取り組むのが真物質主義的であるとすれば、7 項目の多くに積極的な回答を示す人ほど、より真物質的であると考えことは間違っていない。そこで、正しい間隔尺度としての意味をもつものではないが、便宜的に、7 項目で真物質主義的傾向を示す度合いが高いかどうかを、これまでの分析で用いた各項目のスコアの合計で表わすことを試みた。これを仮に真物質主

Q 38 の合計得点

要因	平方和	自由度	平均平方和	F 値
年代	98.514	5	19.703	14.625 **
性別	36.835	1	36.835	27.343 **
年代*性別	9.791	5	1.958	1.454

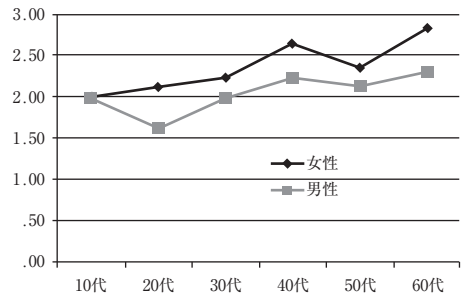


図 8 「物的消費財の過剰感」の分散分析

義的態度スコアと呼ぶことにすると、このスコアは最小値が 6、最大値が 29 をとることになる。

その分布は、グラフに描いたところほぼ正規分布に近いものになった。この中で、24 以上のスコアを示した人を、特に真物質主義的と言える人と考えることにした。このスコアの平均値は 20.6、標準偏差は 3.0 であり、24 以上の人は、1 標準偏差を越えてスコアの高い人ということになる。24 以上の人の合計は 272 人となり、ある程度のサンプル数を確保できる。

これら 7 項目については、比較的「ややあてはまる」とか「やや重要だ」と答える人が多く、それだけで 3 点を与えられることになるが、すべてそのようにあいまいな選択肢に答えると 18 点であり、それに問 38 で 3 つ〇をつけたとしても 21 点にとどまる。24 点ということは、3 つ以上ははっきりした積極的な選択肢、つまり 4 点となる選択肢を選ばなければならないという計算になり、その意味でも真物質主義的な人と言えるのではないと思われる。

そこで、この基準（24 点）を越えているかいないかで対象者を二分し、通常クロス集計とは逆に、真物質主義的な人がどのような属性の人で

あるかを集計してみたのが、表6と表7である。

まず、表6からわかるように、真物質主義的な人は、かなりはっきりと女性に偏る傾向にある。それ以外の人（真物質主義的とはいえない人）は男女半々であるのに対して、真物質主義的な人は7割以上が女性である。

さらに、表には掲げないが、参考までに2標準偏差以上真物質主義的である27点以上の人について集計すると、女性の占める割合は8割以上に達する（33名中27名）。

それに対して、表7に示した年齢別では、何らはっきりした傾向は現われていない。強いて言えば、真物質主義的な人は、若干高年齢で少ない傾向にあるようだが、ほとんど誤差の範囲内であるように思われる。このような結果は、図2～図7で、項目ごとに年齢の影響が一定していなかったことから、当然予想される結果であろう。

以上の結論をさらに確認するため、参考までに真物質主義的態度スコアを被説明変数にする重回帰分析も試みた。その結果は表8の通りである。なお、ここでは基本的な属性要因である等価所得と教育年数も加えている。

この表の β 値（標準化回帰係数）からわかるように、代表的な属性変数4つで重回帰分析にかけても、女性が真物質主義的となりやすいという傾

向は同じようにはっきり出た。男性ダミーを使っているので数値はマイナスになっているが、絶対値はほかと比べて一段と大きい。年齢については、表7と同じようにわずかに年齢が若いほど真物質主義的であるという結果になったが、このような関連は有意ではない。

等価所得と教育年数については、有意な関連が見られ、ある程度所得と教育年数が高いほうが真物質主義的であるという結果になったが、所得別、教育（学歴）別に表6、7と同様のクロス集計をしてみると、真物質主義的な人とそうでない人とで、あまりはっきりした違いは見られない。

なお、表8の分析は、真物質主義的態度スコアを量的変数として扱ったものなので、表6、7と変数の扱い方を揃え、真物質主義的であるか否かを目的変数とする二項ロジスティック回帰分析を行なうほうが好ましいという考え方もあろう。その分析も行なってみたが、結果としては、 β 値が、年齢 -.103、男性ダミー -.443、等価所得 .108、教育年数 .064 と、数値がそれぞれ少々大きくなったものの傾向は変わらず、有意な関連と見なされたのは男性ダミーのみであった。

以上の分析をまとめると、真物質主義的な人には女性が多いというのが一番はっきりした結論である。真物質主義的な人というのは、スコアの分

表6 真物質主義的な人のプロフィール（性別）

	男 性	女 性	合 計（人数）
真物質主義的な人	28.3(%)	71.7	100.0（272）
それ以外の人	48.5	51.5	100.0（1417）

表7 真物質主義的な人のプロフィール（年齢別）

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	合 計（人数）
真物質主義的な人	7.7(%)	15.1	19.5	21.0	15.8	21.0	100.0（272）
それ以外の人	6.5	14.8	17.5	19.0	19.4	22.8	100.0（1417）

表 8 真物質主義的態度の要因（重回帰分析）

説明変数	β	r
年齢	-.048	-.063
男性ダミー	-.270 **	-.251 **
等価所得	.075 **	.076 **
教育年数	.093 **	.068 **
R 二乗	.083	
調整済 R 二乗	.080	
N	1560	

布上 1 偏差値を上回る人であり、その数は全体の約 15 パーセント程度で、女性の中でもその比率は 20 パーセント少々にとどまる。したがって、女性には真物質主義的な人が多いという言い方はできないが、真物質主義的な人を取り出して、その属性を調べると確かに女性が多く、70 パーセントを占めるのである。

それと比べると、ほかの主要な属性要因である年齢、所得、教育は影がうすく、統計上わずかの関連は示すものの、はっきりと真物質主義的な人には若い人が多い、収入の多い人が多い、教育のある人が多いとは言えない程度のものである。

そして、性別要因が一番強いと言うものの、(社会調査データにありがちな傾向であるが) 重回帰分析の決定係数は 0.1 にも満たなかった。このことから、真物質主義的な態度については、おそらく特定の属性には結びつけられない対象者のライフスタイル、考え方、性格などの影響が大きいというのが、さらにはっきりした結論であろう。どんな属性の人でも真物質主義的となることがあり、世代論や階層論で割り切ることは困難なのである。

5 真物質主義の研究に向けて

これまで述べてきたように、本論は真物質主義についての試行的な分析であった。調査は消費研究のほかの目的のために設計されたものであり、真物質主義に関する質問が体系的に揃えられたわ

けではなかったし、説明変数とすべき属性変数についても、十分なものが揃っていたかどうかはわからない。

とはいえ、今回の分析では、いくつかの重要な示唆が得られたように思われる。

一つは、真物質主義の概念設定についてである。真物質主義の概念は、筆者の一人(間々田)が提唱したものであり、まだ世間的にはほとんど認知されていない⁹⁾。本論は、認知されていない理論的概念に基づいてデータ分析を行なうという、ある意味では奇妙な分析を行なったものと言えるかもしれない。

間々田が真物質主義として想定した内容は、物質主義と言われるすでに認知された概念に対して、それを反省し、単なる浪費や衝動の発散、自己顕示などに終わらせないようにする態度という点では共通していたが、まだそれを精密に定義する段階には至っていない。今回の分析では、因子分析等で、それまで十分自覚していなかった外面的基準と内面的基準の区別について、明確な示唆が得られた。今後はこの二つの側面に留意し、それをはっきり取り入れた形で概念を定義していく必要があるし、今後の調査で別の側面が見つければ、それもまた取り入れていくべきであろう。今回の調査で、真物質主義の概念について、思弁的に考えるのではなくデータに基づいて考えるという道が拓けたように思われる。

次に、真物質主義的な人には女性が多いという点である。女性がさまざまな面で消費と関わりが強いことはよく知られており、商業施設を訪れる機会は女性が多く、買い物に夢中になる傾向も女性のほうがおそらく強く、消費に関心をもち始める年齢は女性のほうが早く、消費者運動の担い手も伝統的に女性が多い。古い理論には、男性が生産の役割を主に担っているのに対して、女性は消費の役割を担っている(担わされている)という見方もあった。

そういった従来の常識に対して、今回の「真物質主義的である人には女性が多い」という結論は、

何を付け加えるのだろうか。

従来の常識となっていた女性と消費の結びつきは、概して物質主義的なもの、つまり消費を通じてモノを手に入れることに対する熱心さとしてとらえられていたように思われる。しかし、真物質主義は物質主義に代わるものであり、物質主義を反省の材料とするものである。真物質主義は消費を否定せず、別の意味で消費に熱心であるが、従来のような意味での消費主義には陥らないようにするものである。

そのような意味での真物質主義を女性が支えているとすれば、従来の女性と消費の結びつきについて、これまでとは違う見方を取り入れなければならないことになる。女性は、さまざまな消費への誘いにのる上顧客であり、生産ではなく買い物に生きがいを見出さざるをえない疎外された人間であることが多いかもしれないが、その一部はたしかに真物質主義的であり、消費社会を再構成する主役でもあるのだ。この点については、日常生活の中ですでに気がついていた人もいることだろうが¹⁰⁾、今回の分析では、そのことがはっきり数値的に示されたのである。

そして三つ目は、女性中心ということを除けば、真物質主義は必ずしも特定の年代、特定の階層によって担われるものではないという点である。社会学者は、とかく階層決定論や世代論が好きなのであるが、真物質主義については、いずれの見方もあまりうまくフィットしなかった。4節の末に示したように、どんな人でも真物質主義的になりうるのであり、教育がものをいう頭でっかちのものではなく、経済的資源がないと困難なものでもなく、特定年代で流行しているものでもないのである。その意味で、真物質主義は、敷居が低いものであり、消費社会の日常生活体験から自然に滲み出した、という性格が強いように思われる。

これは、今後真物質主義的傾向が強まるとすれば、その過程がどのようなものになるかについて示唆を与えるものであろう。おそらく、真物質主義は、特定の思想家、評論家が難しい言葉を並べ

立てて論じ、それに一部の人が従って、しだいに裾野を広げていくというよりは、むしろ何となく、自然発生的に広がっていくものではないかと思われる。その意味では、「真物質主義」というカタイ言葉を使うのもあまり適切ではないのかもしれない。

今後の真物質主義の理論的および実証的研究は、以上三つの注目すべき点をふまえた上で進めていくべきであろう。

注

- 1) 次の文献を参照されたい。Baudrillard, J., 1970, *La Société de Consommation: Ses Mythes, Ses Structures*, Éditions Denoël. 今村仁司・塚原史訳, 1979, 『消費社会の神話と構造』, 紀伊國屋書店。
Bauman, Z., 2005, *Liquid Life*, Polity Press. 長谷川啓介訳, 2008, 『リキッド・ライフ——現代における生の諸相』, 大月書店。
- 2) 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, pp.209-69.
- 3) 脱物質主義という概念は、アメリカの政治学者イングルハートが広めたものであるが、彼は、脱物質主義が本来消極的な概念であるにも関わらず、これからの積極的な新しいライフスタイルを示すものとして扱ったため、その不整合に苦心し続けているように思える。その結果、彼の新しいライフスタイルや価値観についての記述は、書物を書くたびにその内容が変わる結果となった。間々田前掲書pp.231-4を参照されたい。
- 4) Inglehart, R., 1977, *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*, Princeton University Press. 三宅一郎他訳, 1978, 『静かなる革命——政治意識と行動様式の変化』, 東洋経済新報社。
- 5) 間々田前掲書 pp.262-7.
- 6) ただし、以下の記述は、注5)に示した箇所の内容に若干の補足を加えてある。

- 7) この分析はバリマックス法によるものであるが、それ以外にコーティマックス法、プロマックス法によって計算してみても数値はほとんど同じであり、二因子による構造の記述が妥当であるという結論は変わらない。
- 8) 有意差ではないものの、問 37 の C については、60 代でわずかに男性のほうが高い値を示した。
- 9) 真物質主義について取り上げた例としては、次の文献がある。辻真一, 2008, 『幸せて、なんだっけ——「豊かさ」という幻想を超えて』, ソフトバンククリエイティブ (ソフトバンク新書), pp.158-60.
- 10) 筆者の一人 (間々田) は、これからの消費のあり方について授業で取り上げる際に、女子学生のほうが感覚が鋭く、理解も速いことを実感してきた。ただし、これがいつまでも続く傾向であるかどうかはわからないし、国際的にみて共通の傾向であるかどうかはわからない。

報告書:『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—』, 2013 年 3 月。ただし、本論の内容は含まれていない。

付:「多様化する消費生活に関する調査」の概要

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)

研究助成: 2010-2012 年度科学研究費補助金基盤研究 (B)、研究課題「ポスト・グローバル消費社会の動態分析」

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: 4,000

有効標本抽出数: 3933

回収状況: 有効標本数 1749、有効回収率 44.5%

