

流動化社会における都市青年文化の経時的実証研究

—世代間／世代内比較分析を通じて—

(研究課題番号:23243065)

2011 年度～2013 年度 文部科学省科学研究費補助金（基盤研究【A】）研究成果報告書

平成 27（2015）年 3 月

研究代表者 藤村正之（上智大学）

はじめに

2010年代の政治・経済・社会が流動化するグローバル化の時代において、若者たちは社会に翻弄される存在として議論されることが多くなっている。ほんの20年前まで、若者と言えば自由な生き方の代名詞であった。そのような論調の変化の背景には、もちろん社会構造の変化が影響しているのだが、当の若者たちは自らをどのように認識しているのだろうか。

各種メンバーの世代交代がありながら、30年ほどの研究歴を有し、2006年より私が研究代表を務める「青少年研究会」では、若者たちの実情を定期的に把握するため、10年ごとの大型調査を実施してきている。今回、2011年度から「科学研究費・基盤研究(A)」の3年間の研究が認められ、1992年(総合研究(A))、2002年(基盤研究(A))の科研費研究につづく、若者文化の3回目の総合的な調査を2012年に行うことができることとなった。この種の総合的・経時的な調査は他にあまり例がなく、今回の研究でもその経験を活かし、3回目の調査では世代内・世代間の比較を盛込んで、若者と社会変動の関係を実証的に考察していくことを課題とした。

本研究の目的は、都市を生きる若者たちの行動と意識の実態把握を基礎に、彼らの社会化過程における変化とその諸影響を理解することである。その際、今回の調査では、現在の若者たちに先行する世代である30代、40代の世代の行動・意識をあわせて比較調査することで、複雑化する今日の社会化過程を世代内・世代間で実証的かつ立体的に把握することを試みることにした。今回、30代・40代層を若者たちの比較対象として設定することで、過去2回の調査をふまえ、私たちは、①2012年の若者たち(16歳～29歳)の現状の把握、②過去3回の調査による若者たちの変化の様相の把握(1992年・2002年・2012年調査の比較)、③2012年における若者世代(16歳～29歳)と中年世代(30歳～49歳)の比較、④過去3回調査で分析可能なコーホートの加齢による変化の分析(1992年の20歳のものが2012年に40歳となつての比較など)という4つの観点での分析が可能となり、それらに取り組むことを課題としてきている。本調査報告書では、これらのうち各メンバーが関心をもった観点の分析を要約的におこなうこととし、今後上記の各観点での分析になどについても研究を進め、出版・発表していく予定である。

3回目の調査も過去2回と同様、東京都・杉並区、神戸市・灘区・東灘区にお住まいの方々を対象に、2012年11月・12月に調査実査をおこなった。具体的には計画サンプル4200票のうち、若者世代1050票(回収率43.7%)、中年世代719票(回収率39.9%)を回収させていただき結果となった。調査にご回答いただいた杉並区・神戸市の皆さまに厚くお礼申し上げることとしたい。また、実査にあたっていただいた新情報センターのスタッフ各位に感謝する次第である。

私たち研究会の3回目の調査もひとまずのまとめの段階を迎えることとなった。今回は、3回の調査の比較、若者世代と中年世代の比較を盛り込んだことから、2012年単年度の若者の意識や行動の分析にとどまらない広がりのあるデータ群となっている。10年ぶりの科研費調査という有益な機会をいただき、それに見合う研究成果に向けて分析の努力をひきつづき重ねていきたいと考えている。

藤村正之

目次

はじめに	1
目次	2
序章 調査概要と変化のあらまし	4
1. 音楽	9
1-1. 若者のコミュニケーションと音楽	9
1-2. 音楽の洋楽／邦楽の差異について	12
1-3. コンテンツ消費から「お布施」へー 現代の若者における音楽CD購入の意味	15
1-4. 音楽の楽しみ方とジェンダー	18
1-5. 音楽へのコミットメントとジャンルの好み	20
1-6. 音楽のノリとノリのマネージメント感覚	23
2. メディア	25
2-1. メディアの利用状況の経年比較	25
2-2. ケータイと友人関係——2002 年と 2012 年の時点間比較	28
2-3. SNS上の友人数の規定要因——オフラインの友人数との関連の検証	31
2-4. SNS利用における実名と匿名性	34
2-5. デジタル・デバイドと文化資本	36
3. 友人関係	39
3-1. 友人関係の経年比較	39
3-2. 親友に対する満足感	42
3-3. 友人関係の光と影～自由化と格差化の果て～	45
3-4. 意見対立を避ける若者たちの増加に対応した育成方法	48
3-5. 2012 年、若者の友人関係はどうなっているのか	51
4. 恋愛と家族	54
4-1. 若者の恋愛交際基準	54
4-2. 若者の恋愛意識・行動	57
4-3. 若年票における相互援助パターンについて	60
4-4. 若年層の家族規範意識について	63

5. 自己意識.....	65
5-1. 若者の幸福は逆説か	65
5-2. 自己肯定感の規定要因について.....	68
6. 社会意識.....	70
6-1. 道徳・規範意識は低下しているのか.....	70
6-2. ナショナル・プライドの規定要因	73
6-3. 仕事をめぐる意識と価値観の「保守化」.....	76
6-4. 経済的成功に対する若者の意識——2002 年と 2012 年の比較	79
6-5. 時間感覚と関わる「生活の志向性」の分析.....	83
6-6. 若者の身体加工経験.....	86
6-7. “ポスト・オウム世代”と“ジャスト・オウム世代”の宗教意識	88

資料

調査票

単純集計

序章 調査概要と変化のあらまし

(弘前大学 羽渕一代)

1 調査目的と概要

現代社会はしばしば流動化によって特徴づけられ、その帰結として個人化やリスク化といった現象が注目を集めてきた。若者たちもまた生活世界の様々な局面で新しい種類の困難を経験している。この困難に対して若者自身が様々な適応や革新の諸形態を身につけ、発達させる過程について、彼らの行動と意識に寄り添った内在的な視点から実証的に検討することが必要である。

青少年研究会では、都市青年の行動と意識の実態把握を基礎に、彼らの社会化過程の変化と現状を理解するための経時的調査をおこなってきた。本調査では、青年世代と比較して、先行世代である30代、40代の世代の行動・意識をあわせて調査することで、複雑化する今日の社会化過程を世代内・世代間で実証的かつ立体的に把握することを目的とした。

1992年、2002年に都市青年文化について、東京都杉並区・神戸市灘区、東灘区において総合的な調査を行ってきた。本調査は、10年を経ての3回目の調査である。調査の実施概要は以下に示すとおりである。

【1992年調査】

調査委託機関:なし(研究会メンバーの労による)

抽出方法:2段階抽出

調査方法:無作為抽出によるアンケート調査(郵送調査法)

実施期間:1992年12月から1月、1993年7月から8月

対象年齢:16歳から29歳

有効回収票:1114票(回収率:22.1%)

【2002年調査】

調査委託機関:輿論科学協会

抽出方法:2段階抽出

調査方法:無作為抽出によるアンケート調査(訪問留置回収法)

実施期間:2002年9月から10月

対象年齢:16歳から29歳

有効回収票:1100票(回収率:55.0%)

【2012年調査】

調査委託機関:新情報センター

抽出方法:2段階抽出

調査方法:無作為抽出によるアンケート調査(訪問留置回収法・一部郵送回収法併用)

調査期間:2012年11月から12月

対象年齢 :16 歳から 29 歳、30 歳から 49 歳

有効回収票¹:16 歳から 29 歳＝1050 票(43.7%)、30 歳から 49 歳＝719 票(39.9%)

表1)回収数

地域	16～29歳標本数	30～49歳標本数	合計標本数
杉並区	529	348	877
神戸市	520	371	891
不明	1		1
有効回収数	1050	719	1769

比較分析に関わり、次のような対象者のコホートや年齢は次のような設計になっている。

1992 年対象者:本調査時点、36 歳から 49 歳(1963 年生まれ～1976 年生まれ)

2002 年対象者:本調査時点、26 歳から 39 歳(1973 年生まれ～1986 年生まれ)

2012 年対象者:本調査時点、16 歳から 29 歳(1983 年生まれ～1996 年生まれ)

2012 年対象者:本調査時点、30 歳から 49 歳(1963 年生まれ～1982 年生まれ)

表2)コホートと調査年次

生まれ年	1992年調査	2002年調査	2012年調査若年票	2012年調査中年票
1963年～1972年	○			○
1973年～1982年	△	○		○
1983年～1992年		△	○	
1993年～1996年			○	

団塊ジュニアの世代のサンプルに厚みがある。1973 年生まれ(92 年調査では 19 歳、02 年調査では 29 歳、12 年調査では 39 歳)から 1976 年生まれ(92 年調査では 16 歳、02 年調査では 26 歳、12 年調査では 36 歳)の 4 コホート。2012 年時点で 30 代後半に焦点をあてた分析が可能となっている。

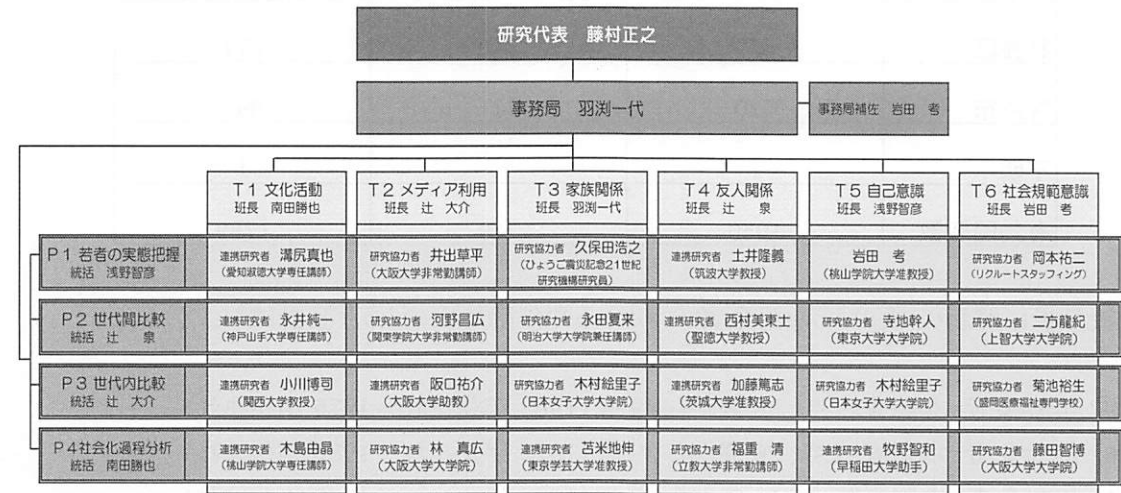
2 調査内容と調査者

調査内容は、過去 2 回の経験をふまえ、構造化されている。まず、青年の意識と行動を把握するにあたり、意識と行動は、何らかの対象との関係により構築されているという視点をもっている。

¹調査員が対象者に面会できないケースが計画数のおおよそ 3 分の 1 を占めているため、郵送回収が有効回収数の 12.4%であり、郵送票のなかに地点不明票が 1 票あった。

この対象を6つに分類し、分析手法を組み合わせたものが、下の図である。文化、メディア、家族（恋愛関係含む）、友人、自己、社会を設定しており、それぞれに都市青年の現代的特性をはかる項目、変化をはかる項目のバランスに気をつけながら、項目設定をおこなった。

図1) 調査内容と調査者²



(1) 文化(音楽)

青年にとって、もっともポピュラーな文化活動は、音楽に接することである。しかし、この音楽のジャンル、行動、意識は、変化に富んでおり、一定ではない。めまぐるしく変化するため、比較可能な調査項目が多いとはいえないが、ジャンルの選好や音楽に対する意識や態度などは、時系列比較が可能となっている。

(2) メディア

メディア行動は、あらゆる青年の生活になくてはならない、絶対不可欠の空気のような存在としてある。しかし技術革新が急速であり、20 年前には、携帯電話やインターネットの利用はなく、10 年前には、SNS やタブレットやスマートフォンの利用がなかった。比較分析が難しいが、オールドメディアやオールドサービスについては、比較可能となるように設計してある。

(3) 家族・恋愛

本調査から、家族関係や恋愛に関わる親密性の状況に関する項目を増やしている。2000 年代に入って、少子化や草食化といった、セクシュアリティや家族形成に関する若者の意識問題の深刻さが人口に膾炙するようになった。これらの状況のなかで、親密性形成にかかる丁寧な調査が必

² 調査者の所属は2010年調査設計時点のもの。一部、チームの所属変更、加入、脱退などもあり、本書における報告者が当初と異なっている。

要との認識から、家族規範や恋愛への消極性などをはかる尺度を用意している。

(4) 友人関係

友人関係に関しては、メディア行動や文化(音楽)行動が急速に変化するなかで、できるかぎり、比較可能な項目が残るように設定している。また、参照枠としての 30 歳から 49 歳対象票については、若年者とは異なる関係性を想定し、比較について留意しつつ、ナンセンスにならないような質問項目を設定している。

(5) 自己意識

友人関係と同様の方針で項目設定をおこなっている。本調査から、自己評価に関わる項目が加わっている。現代社会が再帰的であるという社会学的指摘を鑑みるならば、若者にまつわる言説は多く、いやがおうでも社会における自身の位置をモニターした生活を送ることになる。この再帰的意識が若者の行動や意識にどのような連関を示すのか、トライアルな項目を設定している。

(6) 社会意識

この項目も友人関係と同様の方針で項目設定をおこなっている。規範意識や価値観に関する変化を分析できるように設計してある。新しく追加した項目の中で重要な点は、2011 年 3 月に東日本大震災があり、原子力発電所設置に関する是非について、項目を加えたことである。

3 変化の概観【2002 年調査と比較】

2002 年調査(16 歳から 29 歳対象)との比較をおこなったところ、次のような変化がみられている。

(1) 文化的関心事のオタク化

テレビゲームファン(4.0%→7.5%)やマンガファン(4.4%→9.4%)、アニメファン(1.4%→7.1%)といったオタク文化と呼ばれる対象に関心をもつ若者が 10 年間で増加している。翻って、テレビドラマファン(12.1%→5.8%)は、若者のあいだでは減少傾向にあるということがわかった。

(2) 「ヒトカラ」欲求の浸透

「ひとりでカラオケ店を利用したいと思う」若者が 30.1%いるということが明らかになった。木島(2013)によれば、この「ヒトカラ」の台頭は、旧来の利用法を超えて、「他人に聴かせにくい音楽を歌う」「歌う順番を待つ時間が惜しい」などの理由があるのではないかと、説明している。

(3) メディアを通じた出会いの増加

ネットや携帯電話を利用して、友人を作る若者の増加(12.0%→21.7%)、テレビゲームの「キャラ萌え」経験の増加が指摘されている。それに関わり、藤田は、SNS における友人関係が、オフラインにおける友人関係に影響を及ぼしていることを指摘している(2-3 参照)。

(4) 友人関係の同質化傾向

親友について、「真剣に話ができる」や「ケンカしても仲直りができる」という評価が減少している(3-1参照)。いっぽうで「一緒にいると安心する」や「親友のような考え方や生き方をしてみたい」という評価はあまり変化がみられない(微増)。これらの点から、友人関係の同質性の高まりについても、属性的なものだけではなく質的なものについての可能性が認められる。

(5) 恋愛交際経験率は横ばい、恋愛交際経験者のなかの恋愛不活発層の存在を確認

恋愛交際率(38.6%→36.5%)、恋愛交際経験率(73.2%→71.9%)ともに2002年から劇的な変化はみられず、微減ということになる。しかし、そもそも恋愛交際をまったくしない層について顕著な変化を確認できないが、恋愛経験者層のなかにある恋愛消極性の具体的な状況が認められる。

(6) 自分らしさの低減と困惑

「自分には自分らしさがあると思う」という若者は、減少している(85.9%→77.2%)。「自分の中では、うわべだけの演技をしているような部分がある」(46.3%→55.7%)や「大切なことを決めるときに、自分の中に複数の基準があって困ることがある」(57.5%→63.3%)という自分のなかにある矛盾や困惑などの項目が増加している。

(7) 規範意識の向上

若者の投票率について、1970年代以降、相対的低率が問題にされているが、「選挙に行くべきである」(83.4%→88.7%)という規範意識をもつ若者は増えている。「目上の人と話をするときは敬語を使うべきである」(94.2→96.3%)など複数の規範意識項目についても、同様に増えている。

4 成果について

以上のように、本調査では6領域のトピックを扱っており、本報告書では、音楽、メディア、友人関係、恋愛・家族、自己意識、社会意識の順番で調査結果を掲載している。それぞれの執筆者の関心に基づいて、ワンテーマで分析をおこない、その結果を記述している。結果の説明は、紙幅の関係上、詳細なものとなっていないが、今後、全体をとおした成果を書籍として出版するほか、それぞれの領域についても出版予定がある。

【参考文献・情報】

浅野智彦編『検証・若者の変貌』勁草書房、2006年

高橋勇悦監修・川崎賢一・芳賀学・小川博司編『都市青年の意識と行動―若者たちの東京・神戸'90's(分析編)』恒星社厚生閣、1995年

青少年研究会ホームページ <http://jysg.jp/>

1. 音楽

1-1. 若者のコミュニケーションと音楽

(神戸山手大学 永井 純一)

音楽産業の低迷にともなって「若者の音楽離れ」が叫ばれるが、さまざまな文化ジャンルのなかから「最も関心があるもの」(37.3%)、「最もお金を使うのに抵抗がないもの」(27.2%)、「最も長時間接しているもの」(38.7%)のいずれも音楽が 1 位を占めており、多くの若者にとって音楽は未だに重要な関心事だといえる。

音楽に関わる行為の経験の経年変化をみると、2012 年時点の CD 購入者は 43.3%であり、1992 年の 69.2%と比べると、落ち込みが著しいことが確認できる。カラオケに関しては 1992 年から 2002 年にかけて大きく落ちるものの、2012 年にかけてはさほど代わらず、またその他の項目は 2002 年と比較しても大きな変化はみられない。次に 2002 年から 2012 年にかけての音楽の情報源の変化をみると、インターネット(59.2%)以外の多くの項目が減少しているが、友人・知人(50.2%)、カラオケ(22.7%)は減少していない。

これらに共通するのは、他者との関わりやコミュニケーションが必要となる項目は減少していないという点である。また、新しく友達を作るときに役立ったものとして音楽の話題をあげたものは 47.9%で、全 9 項目中最も高かった。

以上のことから、CD 購入などを除けば、若者が音楽離れしているとは一概にいえず、友人・知人とのやりとりから音楽情報を得るなど、音楽は若者の間でコミュニケーションツールとしては一定の役割を担っているといえよう。

2012 年の調査では 12 項目の音楽的行為に関する質問を設けている。その合計スコアの平均は 3.7(最大値 12、最小値 0、標準偏差 2.079)であり、音楽にかける「お金」ではなく「時間」がスコアに最も影響を与えていることがわかった(永井 2013)。さしあたって音楽を 1 日に 1 時間以上聴くと回答したものをアクティブリスナーだと仮定するとその数は全体の 38.9%であり、スコア平均は 4.6 になる。この層は行為だけでなく、音楽に関する意識についても非アクティブ層と異なる傾向を持っている。コミュニケーションに関していえば、「自分の音楽の好みを友人・知人にしてもらいたい」(58.1%、 $p<.001$)、「自分の聴いている音楽が、他の人の聴く音楽よりも優れている」(61.4%、 $p<.05$)には有意差がみられた。また、他のメディアとの接触時間を比較したところ、アクティブ層は携帯電話、パソコンともインターネットの利用時間が長く、SNS への書き込み等が活発な傾向がみられる。

アクティブ層は、積極的に音楽に関わるだけでなく、音楽を通じて他者とコミュニケーションをとり、またそのことによって他者との差異化をはかる傾向があることがうかがえる。

愛好する音楽のジャンルはコミュニケーションにどのように影響を与えているのか。図表 1-1 は各音楽ジャンルを独立変数にとり、それぞれの①各ジャンルの支持率、②その音楽が友達づくりに役立ったと回答した者の割合、③各ジャンルにおけるアクティブ層の割合を示し並び替えたものである。

単純に考えれば、支持者の多いジャンルの方が、少ないジャンルよりも共通の話題になりやすく、コミュニケーションに役立つのだが、実際に友達づくりに役立った音楽をみるとそうではないことがわかる。

パンクやヴィジュアル系といったマイナーなジャンルが友達づくりに役立ったとされる一方で、全体としては最も支持されている J ポップは、友達づくりに貢献していない。このことを考えるひとつのヒントがジャンル内のアクティブ層の割合である。つまりマイナーなジャンルであっても、アクティブ層が多いジャンルであればコミュニケーションには活性化し、非アクティブ層が多いジャンルでは活性化しない可能性が考えられる。

	①全体の支持率(N)		②友達づくりに役立った		③アクティブ層の割合	
1	Jポップ	75.7% (795)	パンク	73.6% ***	その他	66.7%
2	邦楽ロック	38.2% (401)	ヴィジュアル系	70.3% ***	ヴィジュアル系	64.9%
3	洋楽ポップ	30.0% (315)	ヘヴィメタル	68.3% **	パンク	60.9%
4	アニメ・声優・ゲーム	34.3% (360)	その他	66.7% **	同人音楽・ボカロ	59.0%
5	洋楽ロック	30.8% (323)	同人音楽・ボカロ	65.5% ***	ヘヴィメタル	58.3%
6	映画音楽・サントラ	25.9% (272)	ハウス・テクノ	62.8% **	ハウス・テクノ	56.4%
7	クラシック	18.1% (190)	邦楽ロック	61.8% ***	R&B	51.6%
8	アイドル	21.4% (225)	ジャズ	61.5% ***	ジャズ	47.9%
9	ジャズ	17.9% (188)	アイドル	61.1% ***	洋楽ヒップホップ	47.8%
10	R&B	17.5% (184)	洋楽ロック	58.7% **	洋楽ロック	47.5%
11	Kポップ	13.2% (139)	Jラップ	58.3% *	洋楽レゲエ	46.2%
12	洋楽ヒップホップ	15.1% (159)	フォーク・ニューミュージック	57.6% n.s.	フォーク・ニューミュージック	45.8%
13	同人音楽・ボカロ	16.2% (170)	洋楽ヒップホップ	56.6% *	アニメ・声優・ゲーム	45.5%
14	Jラップ	8.3% (87)	映画音楽・サントラ	55.0% **	邦楽ロック	45.4%
15	ハウス・テクノ	9.0% (94)	ジャパレゲ	54.8% n.s.	アイドル	45.3%
16	パンク	9.1% (96)	アニメ・声優・ゲーム	54.1% **	洋楽ポップ	43.3%
17	ヴィジュアル系	7.0% (74)	R&B	53.3% n.s.	映画音楽・サントラ	43.2%
18	洋楽レゲエ	5.7% (60)	演歌・歌謡曲	53.1% n.s.	Jラップ	42.7%
19	演歌・歌謡曲	5.9% (62)	洋楽レゲエ	52.3% n.s.	クラシック	41.8%
20	ジャパレゲ	6.2% (65)	クラシック	51.6% n.s.	Kポップ	41.8%
21	ヘヴィメタル	6.2% (65)	Kポップ	50.0% n.s.	演歌・歌謡曲	41.5%
22	フォーク・ニューミュージック	5.6% (59)	洋楽ポップ	48.1% n.s.	Jポップ	38.3%
23	その他	4.9% (51)	Jポップ	47.0% n.s.	ジャパレゲ	37.1%

図表 1-1. 各ジャンルの支持率・友達づくりへの貢献度・アクティブ層の割合

一定数の若者にとって音楽は依然として重要な関心事であり、コミュニケーションや差異化のツールとして活用されている。

ただし愛好するジャンルによってその内実には差があるといえるだろう。これについては分析が十分とはいえず、さらなる分析が必要だと考えている。さしあたって検討しなければならないことは、愛好するジャンルによって行動様式がいかに異なるかという点である。これによってコミュニケーションの内容が変わる可能性は大いにありうる。

【参考文献】

永井純一, 2013, 「定量調査からみる若者の音楽生活——コミュニケーションツールとしての音楽」『神戸山手大学紀要』第 15 号.

1-2. 音楽の洋楽／邦楽の差異について

(武蔵大学 南田 勝也)

音楽趣味(文化趣味)の相違というものは、人びとの行動や意識の相違に関連しているのだろうか。現代社会のようにハイカルチャーとポピュラーカルチャーが混淆する文化状況では、個々の作品がP・ブルデュー(1992=1995/1996)のいう文化資本としての所有物になりにくいことはたしかだろう。しかし若者文化においては、友人同士、同世代同士の日常的な接触のなかで表象文化の固有名(ここでは音楽のジャンル、ミュージシャン、楽曲など)を用いた差異化がおこなわれており、とくにコア層(他とは違う音楽を聴いていると自負する層)に関しては、音楽趣味がそのまま自分自身のインデックスとなっている可能性がある。

このような仮説に基づいた場合、コア層と呼べる音楽の区切りは何になるだろうか。いくつかの候補がある——筆者はかつて試論的に「V系」「ジャニーズ系」「クラブ系」「アニソン系」を抽出し分析した(南田 2011)——が、過去から現在に至るまでよく話題に上るのが、洋楽／邦楽の区切りである。洋楽選好者の卓越化意識に関する先行研究(岡田 2007)もあり、筆者もその観点から論じたことがある(南田 2014:171)。

そこで以下では、今回の16～29歳調査のデータを用いて、洋楽／邦楽ファンの意識・行動の相違を検証する。検証の方法は、設問「あなたの最も好きな音楽家(歌手・バンド・グループ・演奏家・作曲家・プロデューサーなど)を1人(または1組)あげてください」に自由記述で得られたミュージシャン名をもとに、洋楽ミュージシャンと邦楽ミュージシャンを分類して分析に用いた。なお、クラシック音楽(バイアスがあることが予め想定される)とKポップ(日本語で歌う特殊なカテゴリー)を記入したものおよび無記名だったものについては分析から除外した。その結果が図表1-2である。

今回の調査で洋楽ミュージシャン名を記入した票数は136票(14.8%)であり、洋楽が若者層に訴求していない現状を実感する。ただし、音楽に関連する質問では、はっきりと洋楽選好者の高い自負心が見て取れる。雑誌、ラジオ、ネット、CDショップという趣味的性の強いメディアで音楽の情報を収集する率が邦楽選好者よりも高く、反対にテレビやカラオケといった大衆的なメディアからは相対的に情報を得ていない。楽器を演奏したり音楽ソフト・アプリを操作したりする率も高く、プレイヤーとしての側面も持っているようだ。自己に関する意識としては、今の自分を気に入っており、他人と同じことをしたくない、過去や現在よりも未来を志向する、という傾向が浮き彫りとなった。さらに目立つのは社会に対する意識である。新聞の政治・社会面を読み、消費アクション(政治的・道徳的・環境保護上の理由で、ある商品を買うのを拒否したり、意図的に買ったりする)やネットでの政治的意見表明、デモへの参加の度合い(潜在的可能性を含む)が、邦楽選好者よりも洋楽選好者は軒並み高い数字が出ている。

このように、洋楽選好者は、音楽に関する意識の高さのみならず、自己を信頼し、前向きで、社会活動にも関心のある層を想定することが出来る。ただ、表にあるように、留学の経験がありなおかつ今後も機会があれば留学をしたいと考えている人が多く、いわゆる「グローバル人材」と呼ばれるような層を抽出したに過ぎないかもしれない。ともあれ、音楽で洋楽を好むことが全般的な海外志

向につながっているとすれば、それはそれで興味深い発見である。

図表 1-2

	質問	洋楽選好 (136 票)	邦楽選好 (784 票)	全体 (920 票)	選択肢	検定
	性別:男性	51.5	44.6	45.7		n. s.
	性別:女性	48.5	55.4	54.3		
	年齢(平均)	23.4 歳	22.4 歳	22.6 歳		*
音楽 の 情 報 収 集	雑誌	14.0	5.5	6.7	はい	**
	ラジオ	18.4	12.2	13.2	〃	*
	テレビ(音楽番組)	36.8	57.5	54.5	〃	***
	テレビ(CM や主題歌)	44.9	61.9	59.3	〃	***
	インターネット	66.9	58.5	59.8	〃	*
	CD ショップ	33.8	21.7	23.5	〃	**
音楽 の 行 動	カラオケ	15.4	25.8	24.2	〃	**
	楽器を演奏する	28.7	15.7	17.6	〃	***
	月に1回はカラオケで歌う	17.6	34.8	32.3	〃	***
	動画サイト(YouTube やニコニコ動画など) で音楽作品を鑑賞する	86.0	76.2	77.6	よくする+まあする	***
	音楽制作・演奏のためのソフトウェアやアプリ (音楽ゲームを含む)を操作する	37.9	20.9	22.5	〃	***
自 己	今の自分が好きか嫌いか	75.8	63.0	64.0	大好き+概ね好き	**
	他人と同じことをしていると安心だ	22.1	37.1	34.9	そう思う+ややそう思う	**
志 向 性	過去志向	14.0	21.2	20.1	もっとも近いものに○	***
	現在志向	18.4	28.6	27.1		
	未来志向	43.4	25.5	28.2		
	無目標	22.1	22.2	22.2		
社 会 意 識	新聞の政治・経済面を読む	44.1	30.2	32.2	よくする+まあする	**
	留学の経験	22.1	10.1	11.8	あり	***
	留学の意志	69.1	41.8	45.9	したい	***
	消費アクションを起こす・起こす意志あり	50.7	36.2	38.3	過去1年間にしたことがある ～今までしたことはないが、 今後するかもしれない	**
	ネットでの意見表明をした・する意志あり	28.6	16.0	17.9		
	デモへ参加した・する意志あり	23.5	15.1	16.4		

数字は%。 χ^2 検定(平均の比較は t 検定):*** $p < 0.001$, ** $p < 0.01$, * $p < 0.05$

【参考文献】

- 南田勝也, 2011, 「大学生の生活と意識(6)——若者の音楽とのつきあい」日本社会学会第 84 回大会報告原稿.
- 南田勝也, 2014, 『オルタナティブロックの社会学』花伝社.
- 岡田宏介, 2007, 「音楽——『洋楽至上主義』の構造とその効用」佐藤健二・吉見俊哉編『文化の社会学』有斐閣, 111-135.

1-3. コンテンツ消費から「お布施」へー 現代の若者における音楽CD購入の意味

(目白大学 溝尻 真也)

「CD が売れない時代」が叫ばれるようになって久しい。事実、日本レコード協会の調査によれば、CDの生産枚数は1998年の4億5700万枚をピークに減少を続け、2013年には1億8800万枚と、この15年間で半分にまで落ち込んでいる。われわれの調査においても、1992年の段階で「好きな音楽のテープやCDを購入する」と答えた回答者は69.2%だったのに対し、2002年では65.2%、そして2012年には43.3%と減少しており³、「若者のCD離れ」を裏付けている。反対に、「音楽配信があれば、CDやパッケージはなくてもよい」と答えた回答者の割合は、2002年の17.5%から、2012年は37.9%へと増加している⁴。

しかし一方では、動画サイトを通していつでも無料で好きな音楽が楽しめるようになった現在もお、4割以上の若者が音楽CDを購入しており、6割以上の若者がCDパッケージは必要であると考えているのも事実である。本報告ではこのCD購入者層、ならびにCD必要層に焦点を当て、この層がどのような音楽行動を取っており、また音楽に対してどのような意識を持っているかを明らかにしたい。

Q4-1「好きな音楽のCDを購入する」を独立変数、Q4-2～6 および Q5-a)～f)の音楽行動に関する項目を従属変数としてクロス集計を行ったのが図表1-3と図表1-4である。また図表1-5は、Q4-1のCD購入/非購入と、Q6-a)～j)の音楽意識をクロス集計した結果である。

図表1-3を見ると、CD購入者層と非購入者層の間で有意差が見られたのは「年に数回以上はコンサートやライブに行く」「年に1回は音楽フェスに参加する」の2項目であり、レンタル店利用、楽器演奏、カラオケでは有意差は見られなかった。図表1-4ではグッズ購入、図表1-5では「同じアーティストをいっしょに応援し続ける」との間に比較的強い相関が見られる。このことから、CD購入者層は、特定のミュージシャンに強い思い入れを抱いており、その対象となるミュージシャンのライブやグッズ購入にも積極的である傾向がうかがえる。これは溝尻(2014)でも指摘した、音楽CDのファンアイテム化＝「お布施化」を裏付ける結果になっているといえるだろう。

また、CDの購入/非購入と「音楽はひとりでじっくり聴くものだと思う」「自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く」「音楽を買う機器を買うなら、音のクオリティを優先したい」などの項目との間には、いずれも有意差は見られたものの、相関は比較的弱かった。したがってCD購入者層の多くが、収録された楽曲をより良い環境でじっくりと聴きたいと考えているとは必ずしもいえない。今後、音楽ジャンルごとのより精緻な分析が必要ではあるが、とりあえず、CD購入者層が抱いている思い入れは、ミュージシャン個人やその活動に対して向けられており、CDに収録された楽曲はあくまでその思い入れを増幅するためのツールとして位置づけられているという「お布施化」仮説は、現段階では支持されていると考えられるのではないだろうか。

一方、CD購入と「自分の音楽の好みを友人・知人に知ってもらいたい」にはある程度の相関が

³ 2002年以降の調査では「好きな音楽のCDを購入する」に変更。

⁴ 2002年調査は「MP3のような音楽ファイルがあれば、CDパッケージはなくてもよい」。数字はこれらの質問に「そうだ」「まあそうだ」と答えた回答者の合計。

見られるが、「月に 1 回はカラオケで歌う」は有意差が見られない。ここからは、ミュージシャンへの思い入れを強く持ち、それを周囲にも知ってもらいたいと思いながらも、実際にそれを開陳することへの困難を見て取ることができるかも知れない(永井 2013)。

最後に、CD 購入に関する世代間の違いを確認しておこう。1992 年の段階で「好きな音楽のテープや CD を購入する」と回答した若者は 69.2%だったが、それから 20 年が経過した現在、36 歳～49 歳の中高年齢層における CD 購入者層の割合は 43.2%であり、現在の若年層における CD 購入者層の割合(43.3%)とほぼ同じであった。つまり、現在の中高年齢は、若いころに較べれば CD を買わなくなってきてはいるが、それでも現在の若者とほぼ変わらない程度の割合で CD 購入者層は存在しているといえるだろう。ただし、35 歳～39 歳に限ると CD 購入者層の割合は 41.7%に減少し、さらに 30 歳～34 歳に限ると 36.9%にまで減少する。逆に 45 歳～49 歳における CD 購入者層の割合は 48.1%であった。

30 代を境にいったん CD 購入者層の割合は減少するが、40 代後半に入ると、若年層を超える割合にまで上昇するというこの状況を踏まえた、より細かい世代毎の音楽行動ならびに音楽に対する意識の比較は、今後の検討課題としたい。

音楽行動に関する項目 (Q4「あなたはふだん次のようなことをしていますか」で以下の項目に○をつけた回答者)	好きな音楽の CD を購入する (%)		χ^2	γ 係数
	はい	いいえ		
月に 1 回は CD レンタル店を利用する	11.4	15.9	0.493	0.048
年に数回以上はコンサートやライブに行く	15.5	8.1	***0.000	0.536
年に 1 回は音楽フェスに参加する	4.8	4.2	*0.048	0.21
楽器を演奏する	8.6	8.8	0.076	0.144
月に 1 回はカラオケで歌う	13.3	17	0.875	0.068

図表 1-3 音楽行動関連項目 × CD 購入のクロス表

音楽行動に関する項目 (Q5 で「よくする」「まあする」に○をつけた回答者)	好きな音楽の CD を購入する (%)		χ^2	γ 係数
	はい	いいえ		
ヒットチャートの順位を確認する	11.7	11.9	*0.027	0.16
ダウンロードストア(「着うた」を含む)で楽曲を購入する	8.1	7.9	*0.043	0.169
アーティストグッズ(バンドの T シャツなど)を購入する	13.3	3.6	***0.000	0.734
動画サイト(YouTube やニコニコ動画など)で音楽作品を鑑賞する	35.9	40.5	***0.000	0.304
音楽専門プレーヤー(iPod や walkman など)を持ち運ぶ	36.9	37.5	***0.000	0.472
音楽制作・演奏のためのソフトウェアやアプリ(音楽ゲームを含む)を操作する	7.6	6.3	***0.005	0.245

図表 1-4 音楽行動関連項目 × CD 購入のクロス表

音楽意識に関する項目 (Q6で「そうだ」「まあそうだ」に○をつけた回答者)	好きな音楽のCDを購入する (%)		χ^2	γ 係数
	はい	いいえ		
同じアーティストをいちずに応援続ける	36.5	33.9	***0.000	0.547
自分の音楽の好みを友人・知人に知ってもらいたい	24.8	22.5	***0.000	0.332
ひとりでカラオケ店を利用したいと思う	14.8	15.4	*0.02	0.155
音楽はひとりでじっくり聴くものだと思う	26.7	30.5	*0.021	0.145
自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く	36.3	43.9	*0.027	0.175
誰かという時には、その場の雰囲気合った曲調の音楽を選ぶ	30.2	35.2	*0.015	0.159
音楽配信があれば、CDやパッケージは必要ない	9.1	28.9	***0.000	-0.6
パソコンがあれば、コンポ型ステレオは必要ない	14.2	25.2	***0.000	-0.246
音楽を聴く機器を買うなら、音のクオリティを優先したい	34.7	39.9	***0.000	0.262
音楽は、録音された作品よりも生演奏の方が「本物」だと思う	32	40.1	0.338	0.067

図表 1-5 音楽意識関連項目 × CD 購入のクロス表

【参考文献】

永井純一(2013)「定量調査からみる若者の音楽生活—コミュニケーションツールとしての音楽」『神戸山手大学紀要』15号

溝尻真也「ポピュラー音楽の現在とメディアの変容」目白大学社会学部メディア表現学科編『メディアと表現—情報社会を生きるためのリテラシー』学文社

1-4. 音楽の楽しみ方とジェンダー

(兵庫教育大学 永田 夏来)

本稿では音楽の楽しみ方の男女差についての分析をおこなう。文化とジェンダーに関する論考は多くなされているが、その中心は質的、意味的側面に着眼した研究にあるのが現状といえる。本稿ではジェンダーを支柱とした計量分析に向けての足がかりと共通認識を得ることを目的とし、文化的関心の対象および音楽に惹かれる要素についてジェンダーに着眼して検討をおこなう。

数ある文化ジャンルの中でも音楽に着眼する理由の一つに、多くの若者が好む文化ジャンルはマンガや小説ではなく音楽であるという前提がある。この点についての男女差はどのようなものか、図表 1-6 に示した。「最も関心のある文化ジャンル」への回答を男女別に検討してみると、音楽をあげたものは男性 28.7%、女性 33.6%であり、男女問わず音楽が大きく支持されていることがわかった。また、その差も5ポイント程度であり、文化ジャンルの周辺状況は男女で異なると予想できる。

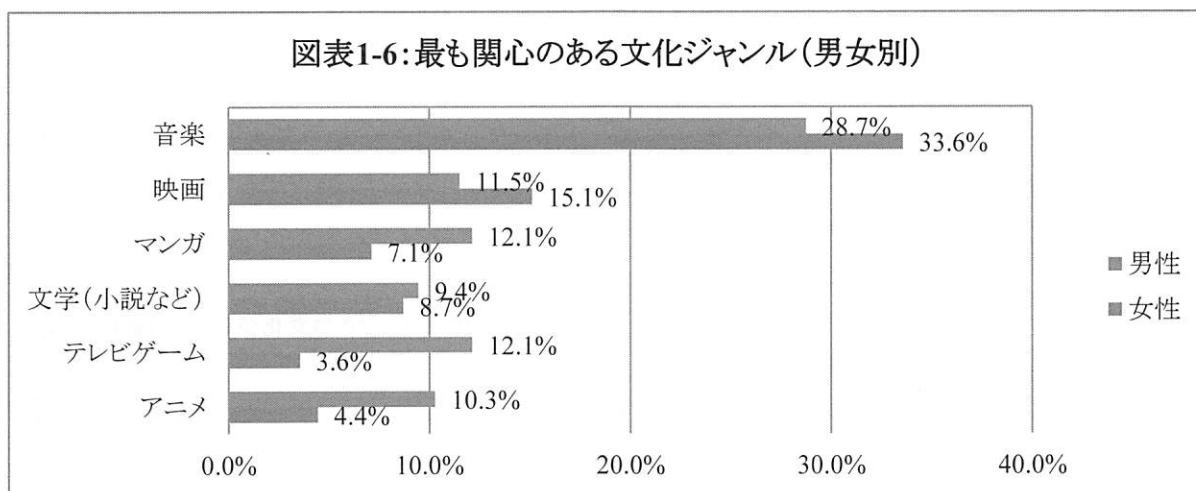
若者文化やコミュニケーションについての調査をおこなっている北田暁大らは、アーティストやジャンルの指向に関する性差の分析から、女性は楽曲のメッセージや情感表現に親和的であるのに対し、男性は音質やジャンルの歴史への関心があるのではないかと示唆している(北田,2013)。北田らの指摘を踏まえるならば、音楽のどの部分に魅力を感じているのか、そこにどのような性差があるのかを確認しておくことは必要な作業といえそうだ。本稿では楽曲の要素と音楽家に惹かれる要素の2点から検討した。

分析の結果、楽曲の要素について歌詞以外(音楽のメロディ、リズムやノリ、サウンド)においては統計的な男女差がみいだせなかった。ただし歌詞への評価には大きな違いがあり、女性は9割以上が歌詞に惹かれるとしているのに対して、男性は8割未満となっている。音楽の中でも、物語や感情等を直接提示する要素である歌詞を女性が重視するという傾向は、「女性は共感的であり男性は分析的である」というジェンダーロールに即したものだといえそうだ。

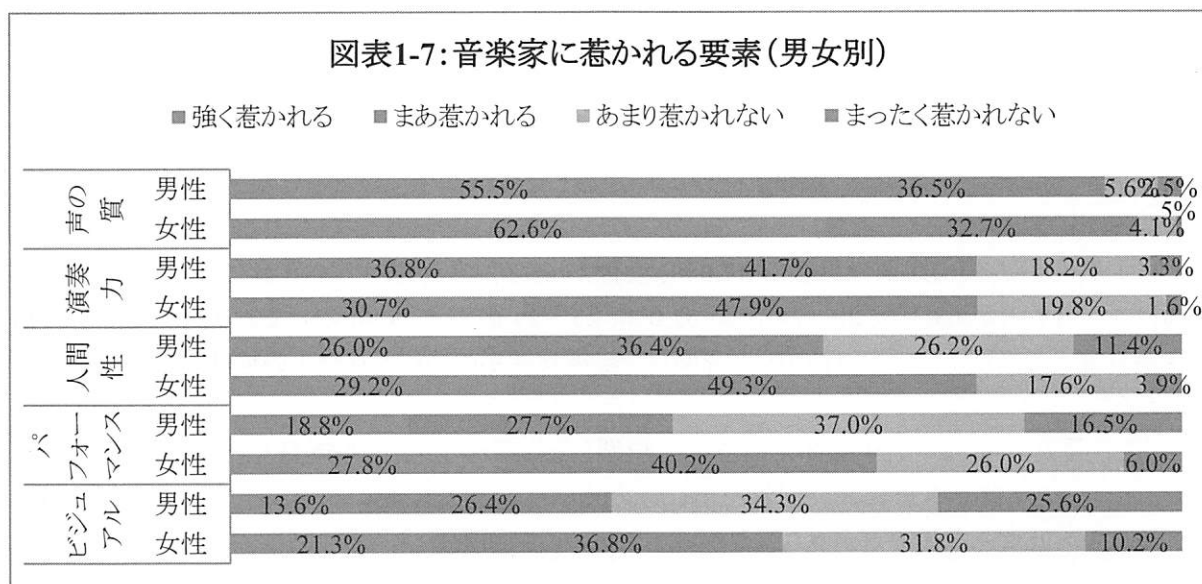
音楽家に惹かれる要素を示したのが、図表 1-7 である。男女ともに最も支持されたのは「声の質」であった。なかでも女性は 95%が「惹かれる」としており、男性より声質をより重視する傾向が確認できる。他の要素は「演奏力」「人間性」「パフォーマンス」「ビジュアル」の順に重視されているが、「演奏力」を除くと男女で最大 20 ポイント以上もの差がみられる。全体的な傾向として、女性は音楽家の魅力を重視する傾向が強く、相対的に男性は弱いといえる。

楽曲には見られなかったこうしたジェンダー差を、本稿ではさしあたり「女性は男性よりも属人的に音楽を聞いている」と定位しておきたい。木島は女性の音楽との関わり方の特徴として、独りでのカラオケに抵抗がない点と気分に合わせて曲を選ぶ傾向を指摘している(木島 2014)。この結果を踏まえれば、現在の若者は男女ともに音楽を好んで聞いているが、その背景にテレビドラマや歌詞といった物語を持ち、また、属人的に音楽を聞いている女性は楽曲を通じて自己を確認していると推察できる。独りでのカラオケはそのための装置としての機能を果たしているのではないだろうか。ジャンルなど詳細な分析をおこなうことで、この点についてより接近できるものと考えられる。

図表1-6:最も関心のある文化ジャンル(男女別)



図表1-7:音楽家に惹かれる要素(男女別)



【参考文献】

北田暁大・新藤雄介・工藤雅人・岡澤康浩・團康晃・寺地幹人・小川豊武, 2013, 「若者のサブカルチャー実践とコミュニケーション——2010 年練馬区「若者文化とコミュニケーションについてのアンケート」調査」情報学研究・調査研究編『情報学環紀要』(東京大学大学院情報学環紀要)(29) 105-153.
木島由晶, 2014, 「Jポップの 20 年 —自己へのツール化と音楽へのコミットメント—」

1-5. 音楽へのコミットメントとジャンルの好み

(桃山学院大学 木島 由晶)

音楽に代表されるポピュラー文化の領域では、ここ数十年の間、好みの細分化と価値のフラット化が指摘され続けているが、本研究会の2002年調査では、音楽へのコミットが深いものほど④マイナーなアーティストを選好する傾向があり、⑤音楽の国内自給自足化、つまり「J化＝ドメスティックな傾向」(南田 2001)が進むなかで洋楽を好み、⑥ポップス系よりもロック系の音楽を好む傾向があると指摘されていた(南田 2006)。ここでは、以上の傾向が2012年調査でも見られるのかどうか、また音楽へのコミットメントの深さ／近さがどういう好み(ジャンル)に違いとなって表れているのかを検討しよう。

10の文化ジャンルのなかから、a:最も関心のあるもの、b:最もお金を使うことに抵抗のないもの、c:最も長時間接しているものを1つずつ選択する設問のそれぞれについて、音楽と回答した場合＝1点、音楽以外を回答した場合＝0点と得点化して総和を求め、音楽コミットメントスコアとする(クロンバックの α :0.861、スコアの平均:1.00、標準偏差:0.34)。

各文化ジャンルにおける0点／1点以上の割合と平均得点を見ると(図表1-8)、音楽は過半数の若者が関心・金銭・時間のいずれかで1つ以上を選択する傾向にあり、他の文化ジャンルの選択率を大きく引き離している。そこで以下では、0点＝コミット低群、1点以上＝コミット高群と操作的に定義したうえで、性差、年齢、好きな音楽ジャンルとの関連を探索。

まず属性を見ると、性別は男性が47.0%、女性が63.3%で女性の方が有意に高く($p<0.001$)、年齢は15～19歳が63.3%、20～24歳が52.0%、25～29歳が52.9%となっており、10代後半の割合が目立って高くなっている($p<0.01$)。音楽は、若年女性がのめり込みやすい趣味であることがうかがえる。

また、図表1-9はコミット低群／高群の二類型とそれぞれのジャンル選好とをクロス集計したうえで、①コミット高群が有意に高い回答を示したジャンル、②有意に低い回答を示したジャンル、③コミット高群と低群とで有意差が見られなかったジャンルに整理したものである⁵。

これを見ると、①では洋楽ポップ(低群＝28.3%／高群＝38.9%、 $p<0.001$)、洋楽ロック(低群＝25.4%／高群＝33.7%、 $p<0.01$)を筆頭に、洋楽に相当するジャンルが軒並み高い割合を示していることがわかる。インターネットの浸透で世界中の音楽が視聴できる環境が整ったとされるが、誰もが海外の音楽に興味をいだくわけではなく、実際は深くコミットしている人ほど接するジャンルで

図表 1-8 10の文化ジャンルの選択率(%)

	0	1以上	平均得点
音楽	44.2	55.8	1.00
マンガ	75.3	24.4	0.35
文学	76.9	23.0	0.32
映画	73.3	20.6	0.35
テレビゲーム	81.9	18.0	0.28
テレビドラマ	82.6	17.4	0.21
アニメ	87.8	12.2	0.17
お笑い	89.5	10.5	0.12
アート	91.2	8.8	0.11
演劇	94.2	5.8	0.08

⁵ 2002年調査でも音楽へのコミットの度合いが測定されたが(南田 2006)、2012年調査では尺度構成の仕方が異なる点には注意する必要がある。ゆえに経年比較はできないが、しかし尺度化の方法が異なる場合でも、コミットが深い(と判断される)群に共通の傾向が確認された場合、それは従来の仮説を一定程度、補強する意味合いをもつだろう。

あることがうかがえる。また、どことなく洒落た印象を与えがちな R&B(低群=11.9%/高群 22.1%、 $p<0.001$)や、旧来は敷居が高いと思われがちだったジャズ(低群=14.8%/高群=20.7%、 $p<0.05$)も、カジュアルに消費されるようになってきたとはいえ、依然として聴く人を選ぶジャンルという印象も残っているようだ。

図表 1-9 音楽コミットメントスコア二類型 × 好きな音楽ジャンル(複数回答、%)

①高群が有意に高いジャンル			
ジャンル名	低群	高群	差
洋楽ポップ	28.3	38.9	+10.6
洋楽ロック	25.4	33.7	+8.3
ジャズ	14.8	20.7	+5.9
R&B	11.9	22.1	+10.2
K ポップ	12.2	19.5	+7.3
洋楽ヒップホップ	10.6	18.2	+5.6
ハウス・テクノ	6.4	11.1	+4.7
パンク	5.8	10.5	+4.7
ヴィジュアル系	5.1	8.6	+3.5
洋楽レゲエ	3.3	8.1	+4.8

②高群が有意に低いジャンル			
ジャンル名	低群	高群	差
アニメ・声優・ゲーム	43.8	21.2	-22.6
同人音楽・ボカロ	16.8	10.9	-5.9

③有意差が見られないジャンル			
ジャンル名	低群	高群	差
Jポップ	76.8	75.3	+1.5
邦楽ロック	37.4	39.3	+1.9
映画音楽・サントラ	26.8	26.1	-0.7
アイドル	15.7	20.4	+4.7
Jラップ	7.5	9.8	+2.3
演歌・歌謡曲	6.0	6.7	+0.7
ジャパレゲ	4.4	7.0	+2.6
ヘヴィメタル	4.2	7.0	+2.8
フォーク・ニューミュージック	4.4	6.7	+2.3
クラシック	20.0	23.0	+3.0

一方、②では音楽に深くコミットしている人ほどオタク系の音楽を選好しない傾向が如実に表れている(アニメ・声優・ゲーム:低群=43.8%/高群=21.2%、 $p<0.001$ 、同人音楽・ボカロ:低群=16.8%/高群=10.9%、 $p<0.01$)。オタク系文化の愛好者にそもそも男性が多いという点を割引いて見る必要はあるが、価値観の「フラット化」が指摘されやすい現在においても、音楽文化とオタク系文化との間に好み(taste)の溝が横たわっていることを推察するのはたやすい。

さらに興味深いのが③である。音楽に深くコミットする人とそうでない人との間に有意差が見られない理由の一因には、そのジャンル名が特定の美的価値観を代弁しないこと、換言すれば、人びとがそのジャンル名に見いだす意味が多義的で拡散しているために、個別・具体的なイメージをつかみにくく、何らかの価値観を示す差異の記号(Baudrillard 1970=1995)になりにくいことが考えられる。この意味でJポップはまさに、日本の流行歌でさえあれば何でもそう呼称されるような概念のあいまいさ(包容力)をもっていると推察される。そしてこれと同様の意味で邦楽ロックも、今日の若者にとってはもはや「若者の反抗の象徴」といった意味合いを付与しにくくなっており、とりわけコミットの浅い層には「バンドを組んでさえいれば何でもロック」といった包括的なジャンル概念として認識されている⁶可能性を推察できる。

⁶ 一部の邦楽ロックとファンを指す「ロキノン系」という俗語は、このことを示唆している。「ロキノン系」とは、音楽専門誌『ROCKIN'ON JAPAN』に登場しがちな邦楽ロックといった意味で、コミットの浅い(というより音楽知識に乏しい)人を揶揄する

さて、以上をふまえて冒頭の仮説と照合すると、⑥は2012年調査においても支持できるが、⑦は支持できない結果となった。洋楽というカテゴリーが今日の音楽「通」に選好されている一方で、ロックのカテゴリーはどうして無関連なのか。④の検討も含め、今後はより詳細な分析が必要となるだろう。

【参考文献】

- Baudrillard, Jean, 1970, *La Societe De Consommation: Ses Mythes, Ses Structures*, Paris: Denoel. (=1995, 今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊国屋出版.)
- 南田勝也, 2001, 『ロックミュージックの社会学』青弓社.
- , 2006, 「若者の音楽生活の現在」浅野智彦編『検証・若者の変貌——失われた 10 年の後に』勁草書房.

文脈で用いられやすい。だが、たとえ「自称ロックエリート」が「ロキノン系」のファンを小馬鹿にしようとも、日本で集客の多いフェスは「ロキノン系」だったりするわけで、卓越化しようにも暖簾に腕押しといった状況があるのかもしれない。

1-6. 音楽のノリとノリのマネージメント感覚

(関西大学 小川 博司)

音楽は他の文化アイテムに比べて、心身の状態と密接な関連がある。1980年代以降、音楽の文脈でオーディエンスの間でノリという言葉が頻繁に使われるようになるとともに、音楽外の文脈でもノリという言葉が使われるようになった。さらに、ノリを意識的にマネージメントする傾向が顕著になってきている。

現在、音楽においてノリはどのように意識されているのだろうか。また、音楽を用いたノリのマネージメントがどのように意識されているのだろうか。

1970年代以降、歌詞の意味を伝えることを犠牲にしてもサウンドを重視する音楽が台頭したことに伴い、音楽のどの要素に惹かれるかについては、歌詞対サウンドという二項対立で語られがちであった。しかし、一口に音楽のサウンドといっても、メロディ、リズム、音の質など、さまざまな側面がある。今回の調査では、楽曲のどの要素に惹かれるかについて、メロディ、歌詞、リズムやノリ、サウンド(音色や音の響き)の四要素に分けて尋ねている。

四要素それぞれについて「強く惹かれる」「まあ惹かれる」「あまり惹かれない」「まったく惹かれない」の四択のうち「強く惹かれる」と回答した割合は、16～29歳では、メロディ 63.1%、リズムやノリ 51.3%、サウンド 43.3%、歌詞 42.1%の順で、リズムやノリはメロディに次いで2番目に重視されている。ところが、30～45歳では、メロディ 54.5%、サウンド 35.5%、リズムやノリ 33.4%、歌詞 30.5%の順で、リズムやノリは3位に後退する。しかも、他の項目に比べて、最も年層間の差が大きい。リズムやノリはとりわけ若者に意識されている音楽の要素と言える。一般に若いほどリズムやノリを強く意識するのか、それともこのコーホートの特徴なのかを明らかにするには、経年的な比較調査が必要である。

それでは、それぞれの世代において、どのような音楽がノリのある音楽として意識されているのだろうか。ある音楽ジャンルが好きか否かとリズムやノリに「強く惹かれる」か否かの2項目間の関連をみると16～29歳では、両世代ともに、リズムやノリと関連があるジャンルとして挙がってきたのが、洋楽ロック、パンク、ヴィジュアル系、R&B、ヒップホップであり、リズムやノリとは関連があるとは言えないジャンルとして挙がってきたのが、演歌・歌謡曲、フォーク・ニューミュージック、クラシック、同人音楽・ボカロである(図表 1-10)。それぞれの音楽ジャンルごとにリズムやノリにどの程度惹かれるかを尋ねたのではなく、一般的に楽曲のリズムやノリにどの程度惹かれるかを尋ねたので、ここで出た有意差は、一般的に楽曲のリズムやノリに強く惹かれるほど、音楽ジャンル〇〇を好きと答える傾向があるという意味であるが、それぞれの年層の音楽ジャンルの捉え方の特徴が表れているとみることができる。

興味深いのは、世代により、異なる結果が出たジャンルがあることである。これについては、世代によって、①特定のジャンルについて想起する音楽が異なっている、②同じような音楽を想起できるようにしても受けとめ方が異なっているなどの理由が考えられる。例えば、①中年層にとってのハウス・テクノはダンス・ミュージックであるが、青年層にとっては必ずしもそうではない、②中年層はKポ

ップをビート感のあるポップミュージックとして受けとめているのに対し、青年層はJポップに近い音楽として受けとめていると考えられる。

ノリのマネージメント感覚については、「自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く」(A)と「誰かという時には、その場の雰囲気にあった曲調の音楽を選ぶ」(B)の2項目について尋ねている。16～29 歳では、Aについて「そうだ」「まあそうだ」の肯定的な回答の合計が 63.0%、Bについては 65.4%と、いずれも肯定派が 60%を越えている。なかでも、Aについては、「そうだ」が 42.1%と傑出している。これに対して、Bの「そうだ」は 22.8%である。また、30～45 歳では、Aの「そうだ」は 20.0%、16～29 歳の 2002 年調査における「そうだ」は 23.5%である。この 10 年間で個人の気持ちを変えるために音楽を利用するという意識がより顕著になっていると言える。

図表 1-10 年層別 音楽ジャンルとリズム・ノリの関連

<div>年層</div> <div>ジャンルとノリとの関連</div>	青 年(16～29 歳)	中 年(30～45 歳)
ノリと関連がある	洋楽ロック***+**, パンク***+**, ヴィジュアル系***+**, R&B***+***, 洋楽ヒップホップ***+**	
	邦楽ロック**, ヘヴィメタル*, 洋楽ポップ*, アイドル**, Jラップ***, ジャパレゲ***, 洋楽レゲエ***, ジャズ***, 映画・サントラ*, アニメ・声優・ゲーム*	Kホップ**, ハウス・テクノ***
ノリと関連があるとは言えない	演歌・歌謡曲、フォーク・ニューミュージック、クラシック、同人音楽・ボカロ	
ノリと(負の)関連がある	Jポップ*	

χ^2 検定: $p<0.001$ ** $p<0.01$ * $p<0.05$

上段の+の左側は青年層、右側は中年層の有意差を示す。

【参考文献】

小川博司, 2005, 『ノリ』の誕生——『ノリ』の音楽・社会理論に向けて」三井徹監修『ポピュラー音楽とアカデミズム』音楽之友社。
 ———, 2014, 「ノリと社会変動 序論」, 『関西大学社会学部紀要』45-2:267-278。

2. メディア

2-1. メディアの利用状況の経年比較

(二方 龍紀)

まず、2002 年調査と 2012 年調査若年票を比較する(表 1)。テレビの利用率は、どちらも 9 割を越え、変化は見られない。テレビゲームの利用率は、10%以上増加している。固定電話の利用率は、変化が見られない。携帯電話の利用率は、20%以上上昇している。インターネットは、2002 年調査に比べて、3 倍近くまで、大幅に利用率が上昇している。これら 5 つのメディアに関しては、変化がないか、あるいは、利用率が増加していて、若年層の生活において、メディアの果たす役割が大きくなっていることが分かる(2012 年調査若年票と中年票を比較すると、テレビゲームの利用率は、中年票では、低くなっている。また、逆に、固定電話の利用率は、中年票で、大幅に高くなっている。インターネットについては、若年票・中年票ともに、9 割台の利用率であり、中心的なメディアとなっていることが分かる)

表 1 各メディアの利用率	2002 年利用率	2012 年(16～29 歳)利用率	2012 年(30～49 歳)利用率
テレビ	91.1%(1002)	91.3%(959)	93.5%(672)
テレビゲーム	30.7%(338)	42.8%(449)	23.8%(171)
固定電話(通話)	42.5%(467)	40.4%(424)	63.3%(455)
携帯電話(通話)	77.2%(849)	98.5%(1034)	98.1%(705)
インターネット	35.4%(389)	95.4%(1002)	90.4%(650)

次に、諸属性別に、クロス集計を行い、メディア利用の差を確認した。まず、性別によって、クロス集計を行った(表 2)。テレビゲームと固定電話については、2012 年調査(若年票・中年票)でも、2002 年調査と同様に、性別による利用の差が大きいという特徴が見られた。変化が見られたのは、テレビで、2012 年調査では、男女の差が確認できた(女性の方が利用率が高い)。また、インターネットについては、2012 年調査の中年票において、利用の差が確認できた(男性の方が利用率が高い)。

表 2 性別の メディア利用 率	2002 年			2012 年(16～29 歳)			2012 年(30～49 歳)		
	男性	女性	検定	男性	女性	検定	男性	女性	検定
テレビ	93.9%(447)	95.5%(553)		89.7%(436)	94.1%(523)	*	91.9%(306)	95.6%(366)	*
テレビゲーム	47.9%(231)	17.8%(106)	**	58.2%(281)	29.8%(168)	**	28.7%(95)	20.0%(76)	**
固定電話(通話)	35.4%(169)	50.8%(298)	**	35.3%(171)	44.9%(253)	**	55.6%(184)	70.9%(271)	**
携帯電話(通話)	82.7%(378)	81.8%(469)		99.0%(481)	99.1%(553)	/	98.5%(328)	98.7%(377)	/
インターネット	56.9%(168)	59.9%(220)		99.2%(469)	98.0%(533)		95.9%(303)	91.3%(347)	*

(**=1%水準で有意、*=5%水準で有意、斜線部は、期待度数が 5 未満のセルがあったため、検定不可)

年齢層による集計では、2002 年調査と 2012 年調査では、テレビ・携帯電話・インターネットの利用において、差が確認できた(表 3)。テレビにおいては、2002 年調査と 2012 年調査若年票を比較すると、年齢上位層での利用が少なくなっている。携帯電話については、2002 年調査では、年齢層による差が確認できたが、2012 年調査では、若年票・中年票ともに、どの年齢層も利用率がほぼ 100%に近づき、差が確認できなくなっている。インターネットについては、2002 年調査に比べ、2012 年調査では、どの年齢層でも、大幅に利用率が上がっている。ただし、2012 年調査中年票では、年齢層による差が確認できた。

表 3 年齢層とメディア利用のクロス表				
2002 年	年齢下位層(16～20 才)	年齢中位層(21～25 才)	年齢上位層(26～30 才)	検 定
テレビ	93.7%(357)	94.1%(334)	96.9%(309)	**
テレビゲーム	41.2%(160)	28.4%(104)	22.5%(73)	
固定電話(通話)	39.9%(152)	41.6%(151)	51.3%(164)	
携帯電話(通話)	73.9%(278)	90.1%(308)	83.7%(261)	
インターネット	59.7%(145)	58.5%(127)	57.4%(116)	
2012 年(16～29 歳)	年齢下位層(16～20 才)	年齢中位層(21～25 才)	年齢上位層(26～29 才)	検 定
テレビ	94.4%(357)	91.8%(325)	89.4%(277)	* ** **
テレビゲーム	50.8%(192)	41.5%(148)	35.0%(109)	
固定電話(通話)	62.3%(236)	35.9%(128)	19.3%(60)	
携帯電話(通話)	98.9%(374)	98.6%(350)	99.7%(310)	
インターネット	97.0%(356)	99.7%(345)	99.0%(301)	
2012 年(30～49 歳)	年齢下位層(30～36 才)	年齢中位層(37～43 才)	年齢上位層(44～49 才)	検 定
テレビ	91.8%(190)	93.4%(255)	96.2%(227)	** ** **
テレビゲーム	31.4%(64)	25.1%(68)	16.5%(39)	
固定電話(通話)	42.9%(88)	69.7%(189)	75.1%(178)	
携帯電話(通話)	99.5%(207)	98.5%(268)	97.9%(230)	
インターネット	97.5%(196)	93.6%(250)	89.5%(204)	

以上のとおり、2002 年調査と2012 年調査の経年比較を行うと、比較的利用傾向が変わらないメディア(テレビゲーム・固定電話)がある一方で、テレビにおいては、性別や年齢層で、差が見られるようになっていることが確認できる。『検証・若者の変貌』(浅野智彦編、勁草書房、2003 年)で論じた若者とメディアの付き合い方という点で言えば、若年層の生活における中心的なメディアは、据え置き型利用が中心となるメディア(テレビ・テレビゲーム・固定電話)よりも、いつでも、どこでも利用できるメディア(携帯電話・インターネット)が重要になってきているという結果になっている。しかし、そのテレビについても、性別や年齢層でクロス集計すると、どの層でもほぼ9割を超えており、この3つのメディアが、生活の中で大きな役割を果たしていることが確認できた。

2-2. ケータイと友人関係——2002 年と 2012 年の時点間比較

(桃山学院大学 阪口 祐介)

本節では、2000 年代の若者において、ケータイ利用と友人関係・友人志向の関連性がどのように変化していったのかについて実証的に明らかにする。

これまで多くの実証研究が、新たに登場したケータイはどのような人々に積極的に受容・利用され、そのケータイ利用はどのような友人関係を形成していくのかについて探究してきた。たとえば、岡田朋之らは、1999 年の大学生調査を用いて、携帯電話利用者やそのヘビーユーザーは親友・友人数が多く、外出の頻度が高いという結果を示し、携帯電話が「社会的なメディア」として機能していることを指摘する(岡田・松田・羽渕 2000)。また、携帯メールの活発利用者は友人関係拡大志向や親密性志向が高く、より「広く」より「深い」友人関係を求める傾向にあることが実証的に示されている(中村 2001; 橋元 2005; 辻・三上 2001)。

本研究の目的は、これら先行研究が示してきたケータイ利用と友人数・友人志向の関係を時点間比較という視座から捉えることである。木村忠正(2012)は、1990 年代後半以降のメディア環境の変容をライフサイクルのどの時点で経験したかによって、デジタルネイティブ世代を 4 つに分類し、それぞれの特性を分析した。木村によると、第 1 世代の「1980～82 年生まれ」は PHS を高校あるいは大学で利用し、2000 年頃から携帯電話に移行する。しかし、モバイルネットやパケット定額は社会人になってからである。一方、第 3 世代の「1988～90 年生まれ」になると、ケータイは遅くとも高校入学時には利用し始めており、高校ではパケット定額制にする場合も多く、メールが生活に深く浸透していく。

こうした若者におけるメディア環境の変容を踏まえれば、ケータイと友人関係・友人志向の関連性も変化していったと考えられる。たとえば、ケータイの普及期における 1998 年に大学生調査を行った岡田らは、「社会的な人は移動電話を駆使することでより社会的になり、社会的でない人との格差が広がりつつある可能性」を指摘した(岡田・松田・羽渕 2000)。こうした格差は、青少年期においてケータイが日常生活に深く浸透した 2010 年代を生きる若者では、さらに拡大していったと想定することもできるだろう。

以下の分析では、2002 年と 2012 年に実施された青少年調査を用いて、携帯メール利用と友人数・友人志向の関連性がどのように変化したのかについて実証的に明らかにする。サンプルは両地点で 16～22 歳に限定する。この年齢は、2002 年では 1980～1986 年生まれであり、2012 年では 1990～1996 年生まれである。この 2 つを比較することで世代間の変化を詳細に捉えることが可能である。

両時点において、携帯メール数(一日平均)を従属変数とした重回帰分析を行った。独立変数は属性に加えて、友人数と友人志向を投入した。友人数については、親友、仲のよい友だち、知合い程度の友だちに分けて、その数をたずねたものを用いる。友人志向については、より広くという次元を捉えた「関係拡大志向」、より深くという次元を捉えた「深い関係志向」、場面による切り替えという次元を捉えた「友人の使い分け志向」である。

重回帰分析の結果を示した表 1 を確認する。表から 2 時点で友人数と友人志向の効果を比較すると、2002 年から 2012 年にかけて、仲のよい友人数の効果が上昇し(0.108→0.140)、知り合い程度の友人数の効果が浮上している(0.075→0.184)。また、深い関係志向の効果も浮上している(0.006→0.117)。一方で、使い分け志向の効果は消失している(0.139→-0.042)。そして、このように友人数と深い関係志向の効果が高まったことで、決定係数は 0.068 から 0.132 と倍増している。この結果は、仲のよい友人や知り合い程度の友人が多く、深い友人関係を好む層が携帯メール利用を活発化させたことを意味する。友人数の多さと携帯メール利用頻度の関連性が高まったことは、携帯メール活発利用層と非活発利用層における友人数の差が拡大したことを示している。

表 1 携帯メール数を従属変数とした重回帰分析(標準偏回帰係数、16～22 歳)

	2002 年	2012 年
女性ダミー	.106 *	.055
年齢	-.108	.057
大学ダミー	.109 *	-.062
配偶者あり	-.014	-.047
親友数	.019	.059
仲のよい友人数	.108 **	.140 *
知り合い程度の友人数	.075	.184 **
関係拡大: 初対面でも友達になる	.061	.070
深い関係: 納得するまで話し合う	.006	.117 *
使い分け: 友だちを使い分ける	.139 **	-.042
調整済み決定係数	.068	.132
N	456	458

*5%水準で有意 **1%水準で有意

本研究は、若者のメディア環境が大きく変容した 2000 年代において、ケータイと友人関係・友人志向の関連性はどのように変容していったのかについて実証的に検討した。その結果、1990 年以降生まれの世代では、その 10 年前の世代に比べて、友人数や深い友人関係志向と携帯メール利用頻度の関連性が高まっていた。この結果は、友人数が多く深い付き合いを望む人ほど携帯メールを利用するようになったと考えるのが一般的である。その上で実証データを少し踏み越えて逆の因果からも解釈すると、携帯メール活発利用層は、知り合い程度の友人だけでなく仲のよい友人も増やしたと想定することもできる。2000 年代において、ケータイは友人関係の濃密な青少年期に深く浸透し、それは若者のあいだで友人関係を拡大・深化・維持するメディアとして機能していると予想される。その結果、携帯メール活発利用層／非活発利用層における友人数の差が拡大していったと考えられる。

【参考文献】

木村忠正, 2012, 『デジタルネイティブの時代—なぜメールをせずに「つぶやく」のか』平凡社新書.

中村功, 2001, 「携帯メールの人間関係」東京大学社会情報研究所編『日本人の情報行動 2000』東京大学出版会.

岡田朋之・松田美佐・羽瀧一代, 2000, 「移動電話利用におけるメディア特性と対人関係—大学生を対象とした調査事例より—」『平成 11 年度 情報通信学会年報』.

辻大介, 2008, 「ケータイ、インターネットと人間関係」橋元良明編著『メディア・コミュニケーション学』大修館書店.

2-3. SNS上の友人数の規定要因——オフラインの友人数との関連の検証

(藤田 智博)

若年層に限らず、信頼できる友人と充実した関係を持つことは、一般には良いことだとされている。そういった関係からは有形無形の支援や援助を引き出すことができるだろう。他方、近年の若年層においては友人関係が独特の緊張感を有することは指摘されている通りである(土井 2008)。しかし、豊かな友人関係を築くことによって、人生における選択の幅が広がる可能性については、若年層においても否定することは難しいだろう。友人数はそういった豊かさの一つの指標になるかもしれない。

友人関係と同様、若年層の生活を把握する上では、メディア利用の重要性が認識され、調査がなされてきた。NHK 放送文化研究所編(2011)によれば、20 代では、他の年齢層以上にインターネットの利用時間が長いことが指摘されている。そして、インターネット利用の中でも、2000 年代後半、若年層を中心に流行が指摘されるようになったのが SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)であろう。

ここで分析の対象とする SNS 上の友人数とは、友人関係とメディアという二つの次元が交差したところに、理論的には位置づけることができるかもしれない。今回の調査では、若年層(16 歳から 29 歳)と中年層(30 歳から 49 歳)の双方において、通常(以下オフライン)の友人・知人数に加え、SNS 上の友人リストの登録人数を尋ねている。そこで、この SNS 上の友人数はどのように決まっているのかの分析を行う。

ここで考えられるのが、SNS 上の友人数がオフラインの友人数と関連しているという仮説であろう。もちろん、SNS 上においてのみ知り合いであるといった友人関係を想定することも可能であるが、オフラインの友人・知人がオンラインにおいても友人・知人になると想定するのが自然であろう。この仮説はどの程度正しいのだろうか。以下では、若年、中年とも、対象を SNS 利用者に限定し、この点を検証していく。

まず、SNS 上の友人数であるが、若年と中年それぞれにおいて、平均 106.5 人と 74.13 人であり、若年において高くなっている。オフラインの友人数(親友を除いた場合の仲の良い友人数)についても、それぞれ平均 22.34 人と 10.82 人で、こちらも、若年において高くなっている。SNS 上の友人数とオフラインの友人数を比較した場合は、SNS 上の友人数が、若年、中年ともに多くなっている。SNS 上の友人数とオフラインの友人数との相関をみた場合、若年と中年で、それぞれ 0.250(ピアソンの積率相関係数、0.1%水準で有意)と 0.165(同左、1%水準で有意)であり、正の相関が見られる。

続いて、SNS 上の友人数を被説明変数、オフラインの友人数、年齢、職業の有無、暮らし向き、教育年数、一般的信頼を説明変数とした重回帰分析を行い、それぞれ説明変数の効果を推定した。友人数についてはオンライン、オフラインともに 1 を加えたものを対数変換して投入した。職業については、職を有していれば 1(有職ダミー)、暮らし向きについては、「現在、あなたの暮らし向きはいかがですか」という質問に対して、「余裕がある」「やや余裕がある」とした回答を 1、一般的信

頼については、「ほとんどの人は信頼できる」という質問に対し、「かなりあてはまる」と「ややあてはまる」とした回答を1とする、ダミー変数を投入した。教育年数については、通ったことのある学校の標準的な修業年限を数値化し、足し合わせたものを投入した。その結果を示したのが表1(若年)と表2(中年)である。

表1 SNS上の友人数の重回帰分析結果(若年)

	杉並区・男		杉並区・女		神戸市・男		神戸市・女	
	係数(標準誤差)		係数(標準誤差)		係数(標準誤差)		係数(標準誤差)	
(切片)	-0.418	(0.93)	1.766	(0.73)	*	1.476	(1.02)	3.031 (0.67) ***
友人数(オフ)	0.580	(0.12)	***	0.610	(0.09)	***	0.450	(0.11) ***
年齢	-0.009	(0.05)		-0.023	(0.03)		0.092	(0.05) *
有職ダミー	-0.265	(0.34)		-0.024	(0.12)		-0.546	(0.32)
暮らし向き	0.548	(0.21)	*	0.213	(0.18)		0.551	(0.26) *
教育年数	0.187	(0.07)	**	0.086	(0.05)		-0.063	(0.07)
一般的信頼	0.265	(0.21)		-0.146	(0.16)		-0.098	(0.23)
調整済 R ²	0.22 ***		0.20 ***		0.123 ***		0.126 ***	
N	151		218		146		192	

‘***’ 0.1%、‘**’ 1%、‘*’ 5%、‘.’ 10%水準で有意

表2 SNS上の友人数の重回帰分析結果(中年)

	杉並区・男		杉並区・女		神戸市・男		神戸市・女	
	係数(標準誤差)		係数(標準誤差)		係数(標準誤差)		係数(標準誤差)	
(切片)	2.522	(2.20)		3.495	(1.22)	**	1.136	(2.01)
友人数(オフ)	0.741	(0.18)	***	0.407	(0.15)	**	0.692	(0.18) ***
年齢	-0.024	(0.03)		-0.053	(0.02)	**	-0.013	(0.03)
有職ダミー	-0.685	(1.12)		0.661	(0.26)	*	-0.380	(1.14)
暮らし向き	0.395	(0.41)		0.053	(0.24)		0.700	(0.43)
教育年数	0.066	(0.09)		0.019	(0.06)		0.095	(0.08)
一般的信頼	-0.417	(0.34)		-0.059	(0.23)		-0.102	(0.34)
調整済 R ²	0.175 **		0.108 **		0.134 **		0.109 **	
N	83		113		94		109	

‘***’ 0.1%、‘**’ 1%、‘*’ 5%、‘.’ 10%水準で有意

結果、オフラインの友人数は、若年、中年の双方において、男女ともに、SNS上の友人数に正の効果を与えることが確認された。すなわち、SNS上の友人数が、オフラインの友人関係に影響を受けていると考えるのは妥当だろう。また、中年層の分析においては、一部有意でないものの、年齢の符号は全てマイナスであり、負の効果を有していることが確認された。SNS上の友人数が、若年において高くなっていることが示唆される。

【参考文献】

土井隆義, 2008, 『友だち地獄』, 筑摩書房.

NHK 放送文化研究所編, 2011, 『日本人の生活時間・2010』NHK 出版.

2-4. SNS利用における実名と匿名性

(河野 昌広)

日本でインターネット元年と呼ばれる 1995 年ないし 1996 年から、20 年近くが経過する中で、インターネットの利用も広まり、またその利用の形態も変化しつつある。当初「双方向性」が喧伝されて導入がなされたインターネットであったが、はじめのうちは情報発信の手段として利用するものは少なく、多くは情報受信の手段として利用されるものであった。情報発信の手段としては、私信として利用されてきたメールはさておき、他には、2ちゃんねるなどの電子掲示板、個人ホームページ、ブログなどがあげられた。近年ではそこに Twitter、mixi、Facebook などの SNS が加わり、情報発信の手段としてのインターネットの状況が変わりつつある。インターネット草創期には実名が中心であった情報発信が、個人情報保護や安全性などの観点から、ハンドルネームと呼ばれる仮名や偽名、2ちゃんねるに代表される無名などの匿名性にとって代わられていったのがこれまでのインターネットの歴史である。それが近年の SNS などの登場によりどのように変化しているのだろうか。

今回の 16 歳～29 歳調査のデータを用いて見てみると、下の表 1、表 2 のようになる。用いた質問項目は Q18-1 で、SNS の利用について「実名を全体に公開しているか」である。(ただし Q18 で、「SNS を利用していない」と回答した人は、Q18-1 には回答していない。)表 1 は、「SNS を利用していない」人も、「実名を公開していない人」に含めた結果であり、これによると、SNS で実名を全体に公開している人は調査対象者全体の 16.2%である。これに対して表 2 は、「SNS を利用している」人を母数に置いた数字で、これによると、SNS で実名を全体に公開している人は全体の 22.0%である。

2004 年に実施されたブログユーザーを対象にした調査では、ブログで実名を使用している人は 12.17%であった(山下清美・川浦康至・川上善郎・三浦麻子『ウェブログの心理学』NTT 出版, 2004 年)。ブログと SNS というメディアは違うが、ユーザーを母数とした数字としては、約 12%から 22%への変化は、大幅な上昇といってよいであろう。

ちなみに本調査で、「SNS で実名を全体に公開している」と回答した人のうちの約 92%が Facebook の利用者である。なお、Facebook 利用者のうちで「実名を全体に公開している」のは約 31%に過ぎず、70%近くが実名を公開しない状態で Facebook を利用しているのがわかる。

表 1 (対象者全体)

	N	%
実名を公開	874	83.8
していない	169	16.2
計	1043	100.0

表 2 (SNS 利用者のみ)

	N	%
実名を公開	169	22.0
していない	600	78.0
計	769	100.0

次に SNS で実名を公開しているのはどのような人なのであろうか。ここでは質問項目 F6 の「現在の暮らし向き」とクロス集計をした結果を下の表 3 に示す。なお表 3 の母数は 16 歳～29 歳調査の

対象者全体であり、「SNS で実名を全体に公開していない」人には、「SNS を利用していない」人も含んでいる。

表3 「SNSで実名を全体に公開」と「暮らし向き」のクロス表

			現在、あなたの家の暮らし向きは、いかがですか					合計
			余裕がある	やや余裕がある	ふつう	やや苦しい	苦しい	
SNSで実名 を全体に公 開している	してい	N	33	36	52	35	13	169
	る	%	19.5%	21.3%	30.8%	20.7%	7.7%	100.0%
	してい	N	107	137	409	156	65	874
	ない	%	12.2%	15.7%	46.8%	17.8%	7.4%	100.0%
合計		N	140	173	461	191	78	1043
		%	13.4%	16.6%	44.2%	18.3%	7.5%	100.0%

カイ2乗検定の結果 $p<.01$ の有意差

表 3 を見ると、「SNS で実名を全体に公開している」人の中で、暮らし向きが「余裕がある」「やや余裕がある」がそれぞれ 19.5%、21.3%に対して、「SNS で実名を全体に公開していない」人の中で、暮らし向きが「余裕がある」「やや余裕がある」はそれぞれ 12.2%、15.7%である。また、「SNS で実名を全体に公開している」人の中で、暮らし向きが「やや苦しい」「苦しい」がそれぞれ 20.7%、7.7%に対して、「SNS で実名を全体に公開していない」人の中で、暮らし向きが「やや苦しい」「苦しい」がそれぞれ 17.8%、7.4%である。

暮らし向きが「ふつう」と回答した人以外の割合（つまり「余裕がある」「やや余裕がある」「やや苦しい」「苦しい」）は、どれも「SNS で実名を全体に公開している」人の方が「公開していない」人よりも高いのであるが、その差を見てみると、「SNS で実名を全体に公開している」人の方が、暮らし向きが「余裕がある」「やや余裕がある」と回答する割合が高いことがわかる。

ここから推察されるのは、「SNS で実名を全体に公開している」人は「公開していない」と比較して、現在の暮らし向きに若干の余裕があるのではないかということである。一方で、質問項目「SNS を利用している」と質問項目「現在の暮らし向き」をクロス集計しても有意差が見られないので、やはり「実名を全体に公開している」ことに意味があるのである。インターネットにおける実名の利用と匿名性については、変化の途上にある中でこれと断言することは難しいが、本調査の中での SNS 利用における実名と匿名性に関しては、以上のような結果が得られた。

2-5. デジタル・デバイドと文化資本

(辻 大介)

情報通信技術の所有・利用に、所得や学歴等の社会経済的要因が結びついていることは、インターネットの普及初期から指摘されてきた。いわゆるデジタル・デバイドの問題であり、日本ではこの10年間にそのデバイドがいくつかの側面においてむしろ深まりつつあることも報告されている(辻大介「デジタル・デバイドの現在」, 松田美佐・土橋臣吾・辻泉編『ケータイの2000年代——成熟するモバイル社会』東京大学出版会, 2014年)。情報通信技術の利用は、文化的活動の一面をもち、知的リソースとも結びつくため、経済資本以外に文化資本とも関連するのではないかと考えられるが、管見の限りこの点を実証的に検討した研究は見あたらない。

そこで以下では、今回の16～29歳調査・30～49歳調査の合併データを用いて、デジタル・デバイド(各種の情報機器の利用状況)と文化資本との関連を検証する。

今回の調査では、幼少期の家庭環境における文化資本を測る項目として、「a)子どもの頃、家族の誰かがあなたに本を読んでくれた」「b)子どもの頃、家でクラシック音楽のレコードをきいたり、家族とクラシック音楽のコンサートに行った」「c)家族につれられて美術展や博物館に行った」の3つが、〈よくあった〉～〈なかった〉の4件法で設問されている。これらそれぞれに3～0点を与え、その平均値を年齢層別および男女別に一覧したものが、下の表1である。

表1 年齢層別・男女別にみた文化資本項目の平均得点

	N	16～19歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	全体平均	F
a) 本の読み聞かせ	1,758	2.45	2.36	2.16	1.82	2.21	42.96 ***
(男)	813	2.31	2.25	1.99	1.84	2.12	12.32 ***
(女)	945	2.58	2.44	2.29	1.80	2.30	34.49 ***
b) クラシック音楽	1,761	1.01	0.94	0.95	0.94	0.95	0.35 n.s.
(男)	814	0.91	0.83	0.68	0.76	0.80	1.55 n.s.
(女)	947	1.09	1.03	1.16	1.11	1.08	0.60 n.s.
c) 美術展・博物館	1,759	1.60	1.56	1.32	1.17	1.43	18.09 ***
(男)	814	1.52	1.47	1.14	1.11	1.34	9.62 ***
(女)	945	1.67	1.63	1.46	1.23	1.52	9.28 ***

分散分析の結果 *** $p < .001$, n.s. 有意差なし

「a)本の読み聞かせ」「c)美術展・博物館」に関しては、男女ともに若年層ほどスコアが単調増加しており、若い世代ほど豊かな文化資本を有すると言えるだろう。また3項目いずれも、男性より女性の方がスコアが高いことも、ひとつの特徴である。

これら3項目間の単純相関は、a-b が $r=.32$ 、b-c が $r=.54$ 、a-c が $r=.40$ であり、いずれも有意な相関が確認できたため、主成分分析によって抽出した第1主成分を文化資本尺度として用いるこ

とした。第 1 主成分の固有値は 1.847(寄与率 61.6%)、各項目の負荷量は a).700、b).803、c).845、クロンバックの α は.69 である。

情報通信機器の利用に関しては、「パソコン」「タブレット型パソコン(iPad など)」を「家にあり自分も利用している」かどうか、「スマートフォン(iPhone、アンドロイド端末など)」「携帯電話・PHS(スマートフォンは除く)」を「利用している」かどうかを取り上げる。全ケースにおけるそれぞれの個人利用率は、パソコンが 84.7%、タブレット 15.2%、スマートフォン 63.0%、携帯電話 44.0%であった。

これらそれぞれについて、利用している場合を 1/いない場合を 0 として従属変数として、ロジスティック回帰分析をおこなった結果が、表2である。独立変数には、先の文化資本尺度に加えて、統制変数として性別ダミー・年齢・本人学歴・父学歴・母学歴・経済状況・有職ダミー・居住地ダミーを投入した。(※性別ダミーは男 1/女 2、有職ダミーは有職 1/それ以外 0、居住地ダミーは杉並区 1/神戸市 2とした。本人学歴は教育年数に換算し、「これまで通ったことのある学校」が〈中学校〉のみの場合を 9 年、〈高校〉までを 12 年、〈高等専門学校〉〈短期大学〉〈専門学校・各種学校〉までを 14 年(ただし〈専門学校・各種学校〉については〈高等専門学校〉〈短期大学〉〈大学〉〈大学院〉にも通ったことのあるケースはここから除外)、〈大学〉までを 16 年、〈大学院〉までを 18 年とした。父学歴・母学歴についても同様に、「最後に在籍されていた学校」が〈中学校〉までを 9 年、〈高校〉を 12 年、〈専門学校・各種学校〉〈短大・高専〉を 14 年、〈大学・大学院〉を 16 年とした。また、経済状況については、「あなたの家の暮らし向き」を〈余裕がある〉〜〈苦しい〉の 5 件法で訊ねた設問を 4〜0 点として用いている。)

表2 各情報通信機器の利用の有無に関するロジスティック回帰分析の結果

	パソコン B (S.E.)	タブレット B (S.E.)	スマートフォン B (S.E.)	携帯電話 B (S.E.)
文化資本	.281 ** (.089)	.277 *** (.084)	-.081 (.065)	.078 (.063)
性別ダミー	-.373 * (.158)	-.388 ** (.147)	.188 (.116)	-.272 * (.112)
年齢	.013 (.010)	.019 * (.009)	-.083 *** (.007)	.074 *** (.007)
本人学歴	.203 *** (.045)	.025 (.043)	.131 *** (.033)	-.088 ** (.032)
父学歴	-.012 (.040)	-.080 (.042)	.017 (.031)	-.015 (.030)
母学歴	.013 (.051)	.148 ** (.049)	-.058 (.038)	.046 (.036)
経済状況	.417 *** (.080)	.289 *** (.071)	.087 (.056)	-.024 (.054)
有職ダミー	-.545 ** (.190)	-.147 (.175)	.646 *** (.139)	-.247 (.131)
居住地ダミー	-.202 (.157)	-.189 (.147)	-.080 (.115)	-.026 (.111)
(定数)	1.057 (1.064)	-1.756 (.997)	1.360 (.782)	-.917 (.760)
Nagelkerke R ²	.120 ***	.068 ***	.141 ***	.122 ***
N	1,527	1,515	1,519	1,519

*** p<.001, ** p<.01, * p<.05 の有意性

分析結果をみると、パソコンとタブレットに関しては、文化資本が有意な効果をもっており、幼少期の文化資本が豊かであるほど、現在これらを利用している傾向にある。ちなみに、幼少期の文化資本は父・母の学歴と正相関することが今回の調査データでも確認できたが、表2の分析では父

学歴・母学歴も統制変数として投入しているため、親の学歴ではなく、幼少期の文化資本そのものが現在のパソコンやタブレット利用に結びついている可能性を示唆するものと言えよう。一方、スマートフォン、携帯電話については文化資本に有意な効果は認められなかった。

携帯電話等のモバイル系機器とパソコン系機器では、デジタル・デバイドの様相が異なることは先行研究でも指摘されてきたが、文化資本との関連面でもやはり相違点が存しているようだ。

3. 友人関係

3-1. 友人関係の経年比較⁷

(中央大学 辻 泉)

3-1-1. 取り巻く社会状況の変容

本稿は、単純集計結果の比較を中心として、友人関係の経年比較をシンプルに素描するのが目的である。

まずは、友人関係を取り巻く社会背景に関する点から見てみよう。2012年と2002年の調査結果を比べてみると、この10年間で部活加入率が大幅に低下したことが分かる(F14で高校時代に部活に「特に所属はしなかった」と回答したものは8.8%から23.8%に増加。0.1%水準の有意性)。

その一方で、ますます存在感を強めているのがコミュニケーションツールとしてのメディアである。Q21で「友だちを作るときに役立ったメディア」について尋ねたところ、「インターネットのサイト⁸」は12.4%から44.5%へと増加した。インタビュー調査の知見などと合わせて考えてみると、友人関係を形成する際の第一歩が、部活のようなフォーマルな集団ではもちろんなく、さらにケータイの番号やメルアドの交換から、twitterやLINEのID交換などSNSを介したものへと変わりつつあるものと考えられよう。

3-1-2. 増加する友人数

メディアを介した友人関係の特徴としては、もはやそれが「希薄化」を招くなどという指摘にリアリティはなく、筆者も含めたいくつかの先行研究が指摘するように友人数の増加を招くものと考えられている。

実際に図1に示されているように、「親友」「仲のよい友だち」「知り合い程度の友だち」のいずれにおいても人数は増加しており、これらの合計数では、51.73人から100.91人へと増加し(0.1%水準の有意性)、文字通り「友だち100人の時代」に突入したことが分かる(Q20)。

⁷ 分析においては、主として経年比較を目的として、クロス表分析や平均値の比較を行い、分析結果については統計的な検定を行った。なお検定結果については、図表中に、以下のようにアスタリスクを用いて有意水準を表記した。すなわち、***=0.1%水準で有意($\alpha < .001$)、**=1%水準で有意($\alpha < .010$)、*=5%水準で有意($\alpha < .050$)、※=10%水準で有意($\alpha < .100$)である。また χ^2 乗検定や平均値の差の検定においては、無回答や極端に大きい値は除いたりするなどの工夫を行った。

⁸ ただし、「インターネットのサイト」については、2002年調査では「3. インターネットへのアクセス」という項目への回答割合を、2012年調査では「1. ブログやSNSの利用」「2. 動画サイトにおける作品の話題」「3. それ以外のインターネットサイトの話題」という項目のいずれかへの回答割合を合計し比較しているため、厳密には項目が異なることに留意が必要である。

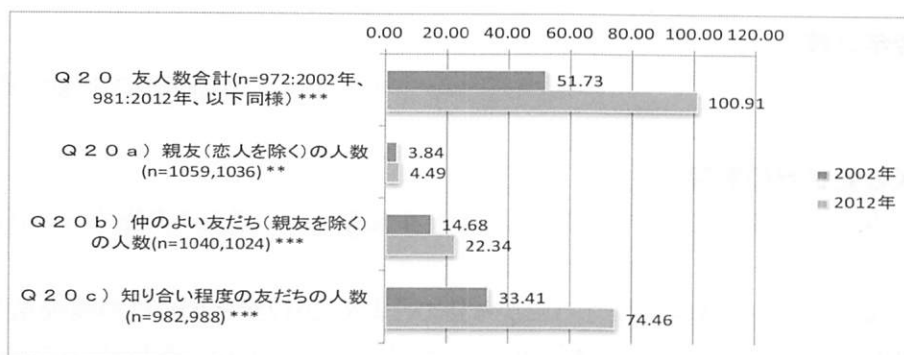


図1. 友人数の経年変化

3-1-3. 増えたのはどのような友人か

だがその一方で、こうした変容の問題点についても触れておくべきだろう。筆者はかつて、メディアを介した友人関係の特徴を「自由市場化」と呼び表したことがあるが、この点は少し修正が必要なようだ。

というのも、「親友」「仲のよい友だち」と知り合った場所を複数回答形式で尋ねたところ(Q20)、「学校⁹で」という回答が相変わらず100%近くと圧倒的であり(94.1%、95.6%)、他は、「インターネットや携帯電話のサイトで」が微増のほかは(4.6% < 6.8%、5%水準の有意性)、軒並み減少していた。

この点は先ほどのQ21の結果と合わせて解釈してみると、純粋にメディアだけを介して知り合った友人というのは本当にごくわずかで(Q20の回答の通り10%にも満たないので)あり、実際のところは、学校という空間において、知り合う際のツールとしてメディアが大いに役立っているものと考えられよう。言わば「自由市場化」といっても、完全に自由に、世界中の誰とでも知り合えるような状況ではなく、あくまで同じ学校空間に限られた、「制限付きの自由市場化」のような状況なのだと考えられよう。

この点は、実際に増加している友人がどのような相手なのか、人数という量的な側面だけでなく、質的な側面を分析してみるとよくわかる。

例えばQ20では、親友について性別の人数も尋ねているが、異性の親友は0.64人から0.72人へと変化がないのに対し、むしろ3.22人から3.78人へと同性の親友だけが増加していることがわかる(0.1%水準の有意性)。

さらに「親友」が果たしている社会化機能について、複数回答形式で尋ねたところ、「一緒にいると安心する(心理的安定化機能)」といった項目は57.8%から63.2%へと増加している一方で、社会

⁹ ただし「学校で」については、2002年調査では「1. 学校で(クラスやゼミなど)」「2. 学校の部活やサークル活動で」という項目への、2012年調査では「1. 幼稚園・保育園・小中学校で」「2. 高校で」「3. 大学で(短大・専門学校などを含む)」という項目への、これらいずれかへの回答割合を合計している。

的スキル学習機能に関する「真剣に話ができる」「ケンカをしても仲直りできる」といった項目では減少が見られた(図2)。

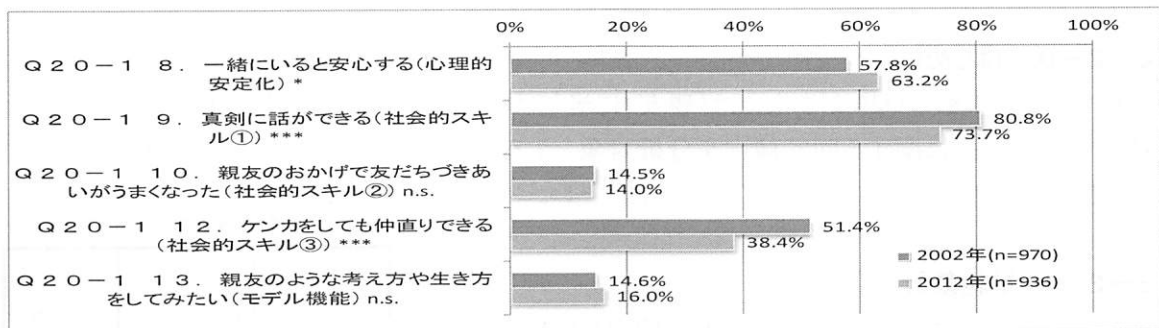


図2.「親友」の社会化機能の内訳の経年変化

3-1-4. 進む同質化

こうした結果を合わせて考えると、「制限付きの自由市場化」の中で友人関係は、人数においては増加しつつも、その質的な側面(属性や社会化機能など)においては、同質性の高いものへとますます変化を遂げつつあることが示唆されるのではないかと考えられる。

3-2. 親友に対する満足感

(茨城大学 加藤篤志)

3-2-0. はじめに

本稿では、若年票のQ20-2「あなたは「親友」に当てはまる人たちとの関係に全体としてどの程度満足していますか」に関する回答傾向を分析対象とする。特に、「親友」あるいは「友人」に関する他の質問項目との関連を中心にみていくことにしたい。

3-2-1. 単純集計

まずは、親友に対する満足感を示す質問(Q20-2「あなたは「親友」に当てはまる人たちとの関係に全体としてどの程度満足していますか」)に対する回答傾向を確認しておこう。

親友が1人以上いる回答者のうち、「満足」と回答した回答者の割合は72.3%、「やや満足」は23.8%、「やや不満」は1.8%、「不満」は0.5%、無回答は1.6%であった。

2002年調査において「親友との関係に満足している」と答えた回答者は、親友が1人以上いる回答者の55.2%であった。質問文も質問形式も2012年調査とは異なるため単純な比較は困難だが、数値だけを比較するならば、親友との関係に満足している若者は増加している可能性があることになる。

なお中高年票の場合、「親友」に対する満足度を直接尋ねていくわけではないのでやはり単純な比較は困難だが、Q30-2 c)において「親しい人」の1位に「友人」を挙げた回答者(67.8%)のうち、Q30-2 g)において「その人との関係に満足している」と回答した人は85.2%であった。

表 1 友人数の平均

	Q20-2	人数の平均	分散分析
Q20 a) 親友	満足	5.24	**
	満足していない	4.14	
	合計	4.95	
同性の親友	満足	4.39	**
	満足していない	3.58	
	合計	4.17	
異性の親友	満足	0.86	n.s.
	満足していない	0.63	
	合計	0.80	
Q20 b) 仲のよい友だち	満足	25.73	**
	満足していない	17.05	
	合計	23.45	
Q20 c) 知り合い程度の友だち	満足	81.19	*
	満足していない	61.05	
	合計	75.84	

・分散分析: *...p<0.05, **...p<0.01

・Q20-2 の「満足していない」は「やや満足」「やや不満」「不満」の合計

3-2-2. 他の質問項目との関連

次に、Q20-2と、他の質問項目との関連を見てみたい。ただし、Q20-2において「不満」と答えた回答者は全体で5名しかおらず、「やや不満」と合わせても全体の2.1%しかいないため、4件法でのデータのままで分析が困難である。そこで本稿では、「満足」と答えた回答者の割合のみに注目して分析を進めることにする。

・友人数との関連

「親友」「仲のよい友だち」「知り合い程度の友だち」それぞれの人数の平均値を、「親友」に対する満足度によって比較した結果は表1のとおりである。

これを見ると、おもに同性の親友の人数と、「仲のよい友だち」の人数との関連が強く、「知り合い程度の友だち」の人数との関連についてもある程度の有意性を認めることができることになる。ただ、

異性の親友の人数との関連が認められないことを考えると、単に友人関係が広範だけでなく、ある程度同質的な友人関係であることが条件となっているようにも考えられる。

・有意関連項目

フェイス項目や、友人関係に関する他の質問項目との関連については、表2のとおりである(カイ二乗検定の結果、有意な関連が認められた項目のみ列挙)。

これを見ると、「親友」に対しては、一緒にいて楽しいこと、趣味の共通性よりもむしろ考え方に共感できること、尊敬できる相手であること、また自己開示ができるような相手であることとの関連が高いということができようである。ただ、幼稚園から小中学校に至るまでの間に知り合った親友であることとの関連が強く、他の場所で知り合ったかどうかとの関連は見いだされないことを考えると、自ら積極的に選択した親友よりも、与えられた環境の中で長期にわたって形成された関係の方を重視しているようにも思われる。

また、「友人関係一般」との関連については、初対面の人とでもすぐに友だちになれること、友人とは互いに深入りするような関係にあること、また分かり合いたい相手とは本音で話し込む機会をもち、友人と意見が合わなかったときには納得がいくまで話し合うことなどが、親友との満足感の高さに結びついているということができようである。逆に、他者に対して気を遣い、場の雰囲気に合わせている必要を感じている場合は、親友との満足感が低下する傾向があるということになるようだ。

表2 親友に対する満足感と他項目との関連

	質問	回答	親友に「満足」(%)	χ ² 検定
フェイス項目	F6 暮らし向き	やや苦しい+苦しい	66.8	
		ふつう	74.9 *	
		やや余裕がある+余裕がある	73.7	
	F13_6. 大学院に通った経験	はい	58.1	*
		いいえ	74.2	
	F14_1. 運動部系で積極的に活動した	はい	77.7	*
		いいえ	70.8	
Q20-1	F14_2. 運動部系だが積極的には活動しなかった	はい	64.4	*
		いいえ	74.5	
	2. 考え方に共感できる	はい	76.8	**
		いいえ	68.5	
	3. 一緒にいると楽しい	はい	75.6	**
		いいえ	59.0	
	5. 尊敬している	はい	78.1	**
		いいえ	69.1	
	8. 一緒にいると安心する	はい	76.0	*
		いいえ	69.2	
	9. 真剣に話ができる	はい	78.5	**
		いいえ	59.3	
Q20-3	1. 幼稚園・保育園・小中学校で	はい	77.4	**
		いいえ	66.3	
Q21	3. それ以外のインターネットサイトの話題	はい	81.1	*
		いいえ	72.3	
Q22	b) 初対面の人とでもすぐに友だちになれる	肯定	78.2	**
		否定	68.9	
	c) 友だちとの関係を楽しいと感じることがよくある	肯定	74.9	**
		否定	46.8	
	f) 友だちとの関係はあっさりしていて、お互いに深入りしない	肯定	67.4	**
		否定	79.2	
Q23	g) 友だちと意見が合わなかったときには、納得がいくまで話し合いをする	肯定	82.6	**
		否定	67.8	
	b) 友だちというより、ひとりでのほうが気持ちが落ち着く	肯定	68.9	**
		否定	84.0	
	c) 友だちとの関係をつらいと感じることがよくある	肯定	62.1	**
		否定	76.8	
	d) いつも周りに気を配って、場の雰囲気に合わせていなければならない	肯定	64.2	**
		否定	79.0	
	e) 友だちの少ない人間だと、周りから思われまいにしなければならぬ	肯定	54.5	**
		否定	76.3	
	f) メールや電話のやり取りを終わらせるときに、相手に気を遣いすぎてしまう	肯定	65.0	**
		否定	77.6	
	g) 分かり合いたい相手と本音でことごと話し込めるような機会がない	肯定	54.9	**
		否定	80.1	

・χ²検定: *...p<0.05, **...p<0.01

・Q22 の「肯定」は「そうだ」と「どちらかといえばそうだ」の合計、「否定」は「そうでない」と「どちらかといえばそうでない」の合計。

・Q23 の「肯定」は「よくある」と「ときどきある」の合計、「否定」は「あまりない」と「まったくない」の合計。

3-2-4. 小括

紙幅の関係上、今回は全ての質問項目との関連を確認したわけでもなく、またより

詳細な分析については今後の課題となるが、さしあたりここまでの分析結果を踏まえるならば、現代の若者においては、その場の雰囲気に合わせてなければならないような関係性よりも、むしろ互いに本音をぶつけ合うことができるような友人関係を持つことで、親友に対する満足感を感じることができる、と考えることができそうである。

ただ若者たちは、そのような友人関係を自ら積極的に選択しようとしているというよりも、与えられた環境において誰とでも本音をぶつけ合い、親密になろうとしていると解釈することもできる。そうだとすると、若者たちのそのような姿勢は、彼らにとっての「親友」の意味や、さらには「親密さ」それ自体の意味にも影響を及ぼしている可能性があるのではないだろうか。この点については、今後さらに分析を進めていきたいところである。

3-3. 友人関係の光と影～自由化と格差化の果て～

(筑波大学 土井隆義)

3-3-1. 倍増する友人数と格差化

本稿では、10 年前に実施した前回調査の結果と比較しながら、この間に進んだ友人関係の自由化が若者たちの意識にどのような影響を与えているのか、その光と影の面について簡単な分析を試みてみたい。

この 10 年間で若者の友人関係にどのような変化が生じているのか。まずは、その客観的な側面について比較しておこう。親友・親友以外の仲のよい友だち・知り合い程度の友だちの数をそれぞれ足したものを、2002 年の調査結果と比較すると、2012 年のほうが友人数が大幅に増えていることが分かる。平均値で比較すると、前者が 52 人で後者が 100 人であるから、およそ倍ほどの開きがある。

また、両者の変動係数を求めてみると、前者が 0.88(標準偏差 46 人)、後者が 1.48(標準偏差 148 人)である。後者のほうが散らばりの度合いも大きい。今日の若者たちの間では、単に友人数が多くなっているというだけでなく、数多くの友人を持てる者と持たざる者との間で、その格差化も進行している。

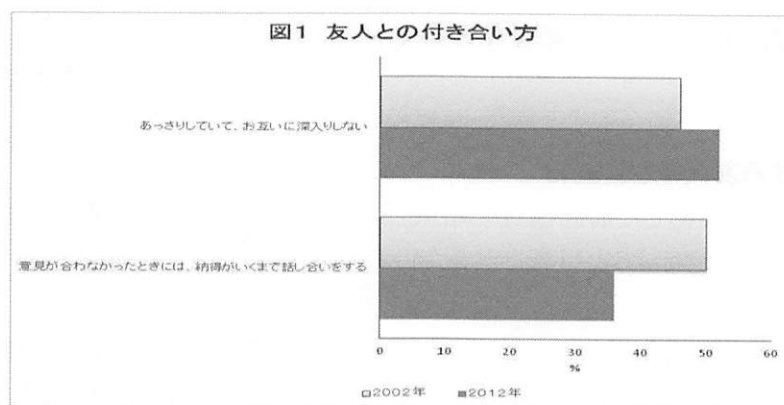
3-3-2. 関係の自由化とリスク化

他の調査項目との関係を見るために、友人数を 50 人ごとにカテゴリー化し、「友だちをたくさん作るように心がけている」か否かを尋ねた設問とクロスさせてみると、2002 年の時点でも、2012 年の時点でも、それぞれ 1% 水準で有意な正の相関が見受けられる。しかし、クラメールの連関係数を比較すると、前者が 0.14 であるのに対し、後者は 0.22 である。

2012 年のほうで両者の相関度が高いということは、それだけ既存の組織によって友人関係が定まる比率が低下していることを物語っている。社会制度によって友人関係が縛られなくなった分だけ、個人の心がけの影響度が増してきたと考えられるからである。今日の若者たちのほうが友人数も多く、しかもその格差化も進んでいるという事実は、彼らの友人関係の自由度が 10 年前よりも高まっていることの帰結といえそうである。

そこで、親友との付き合い方を比較してみると、「真剣に話ができる」と答えた者は、2002 年には 71% だったのに対し、2012 年には 66% に減っている。同様に、「自分の弱みをさらけ出せる」と答えた者も 54% から 52% へ、「ケンカしても仲直りできる」と答えた者も 45% から 34% へ、それぞれ減少している。

また、友だち一般との付き合い方も比較してみると、図 1 が示すように、「あっさりしていて、お互いに深入りしない」と答えた者は、2002 年には 46% だったのに対して、2012 年には 52% に増えている。他方で、「意見が合わなかったときには、納得がいくまで話し合いをする」と答えた者は、逆に 50% から 36% へ減少している。



付き合う友人を勝手に選択できる自由の増大は、相手から自分が選択してもらえないかもしれないリスクの増大とセットである。友人関係の自由化が進めばそのリスク化も同時に進行せざるをえない。両者はつねに表裏一体の関係にある。制度によって友人関係が縛られないということは、裏を返せば、制度によって友人関係が保証されないことでもある。だから、友人関係を破綻させないようにお互いに慎重にならざるをえないのだろう。

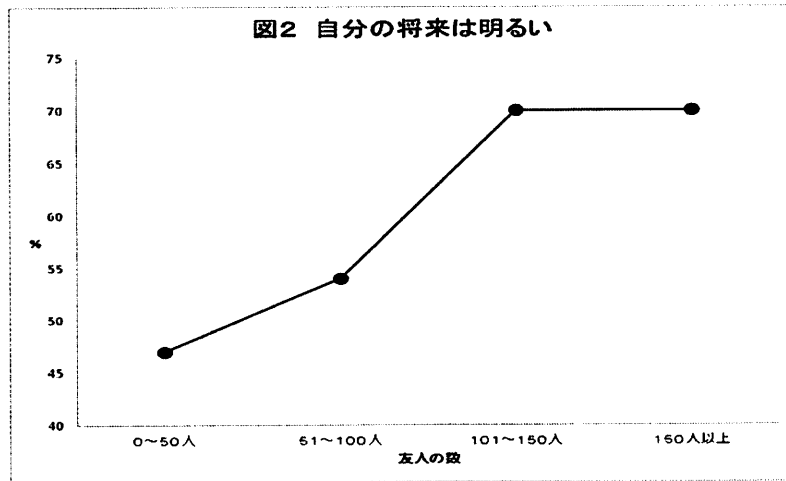
3-3-3. モノサシとなった友人数

ひとは、他者との間にさほど差を見出せないときには、そこに評価の尺度を見出そうとしない。しかし、いったん格差が生じると、それは評価のモノサシとして機能しはじめる。友人数についても例外ではなく、数の落差が歴然と目につくようになると、その数が多いか少ないかによって、人間としての価値が測られるかのような感覚が広がっていく。

そこで、2012年の調査結果から友人数と自己評価に関わる設問との関連を見てみると、「他の人にはない特技・才能がある」「ルックスは人並み以上だ」「勉強は得意な方だ」と友人数の間に、それぞれ1%水準で有意な正の相関が見受けられ、「性格は悪くない方だ」との間に、5%水準で有意な正の相関が見受けられる。友人数が多い者ほど、自己肯定感も強くなる傾向にあることがうかがえる。

しかし、その裏では別の事態も進んでいる。「友だちをたくさん作るように心がけている」と、「友だちの少ない人間だと、周りから思われなければならない」との間には、1%水準で有意な正の相関が見受けられ、後者と「いつも友だちを連絡をとっていないと不安になる」との間にも、1%水準で有意な正の相関が見受けられるのである。

同様に、「友だちとの関係をつらいと感じることがよくある」、「いつも周りに気を配って、場の雰囲気に合わせていなければならない」、「メールや電話のやりとりを終わらせるときに、相手に気を遣いすぎてしまう」、「分かり合いたい相手と本音でとことん話し込めるような機会がない」との間にも、それぞれ1%水準で有意な正の相関が見受けられ、しかもこれらの関係については、クラメールの連関係数でいずれも0.3以上の強い相関が見出せる。



人間としての価値を評価するモノサシとして友人数が機能しはじめた結果、友人数が多い者ほど自己評価は高まっている。しかしその裏では、友人数を増やそうと努めている者ほど周囲の人からの評価の視線が気になり、そのため友人関係を維持するための過剰な気遣いに息苦しさを覚えるようになっている。

しかも友人数は、自分の現在を規定するだけではない。図2が示すように、「自分の将来は明るい」との間にも1%水準で有意な正の相関が見られる。いまや若者たちの間では、人間的な魅力を測る尺度となった友人数が、自らの将来イメージをも呪縛しはじめているようである。

3-4. 意見対立を避ける若者たちの増加に対応した育成方法

(聖徳大学 西村美東士)

3-4-1. 意見対立を避ける若者たち

本報告書ですでに論じたとおり、状況志向の「多元的自己」(浅野智彦、2008)の傾向や、SNS等の普及が、若者の人間関係の希薄化には必ずしもつながるものではない。

それでは、若者の教育の観点からは、何が問題になるのか。今回の調査においては、「友だちとの関係はあっさりしてお互い深入りしない」者(交際淡泊型)は増えているが、「友だちと意見が合わなかったときには納得がいくまで話し合いをする」を否定した者(逆転項目:非交渉型)の増え方には、とうてい及ばなかった。また、「どんな場面でも自分らしさを貫くことが大切」を否定した者(逆転項目:状況対応型、肯定した者は貫徹志向型とする)は、2002 年調査からの増加率ほどではなかった(表 1「状況対応型及び非交渉型の若者の増加傾向」)。

表 1 状況対応型及び非交渉型の若者の増加傾向

項目	調査年	1 肯定	2 やや肯定	3 やや否定	4 否定	$\bar{X}$	SD	N	増加率
交際淡泊型	1992 年	8.3%	36.5%	45.2%	10.0%	2.57	0.783	1,105	
	2002 年	8.8%	37.4%	36.4%	17.3%	2.62	0.871	1,087	1.5%
	2012 年	10.6%	40.9%	38.2%	10.3%	2.54	1.011	1,050	5.2%
状況対応型	1992 年	2.8%	28.0%	44.3%	24.9%	2.91	0.796	1,113	
	2002 年	6.6%	37.6%	38.4%	17.4%	2.66	0.839	1,083	13.4%
	2012 年	8.6%	39.8%	36.7%	14.9%	2.58	0.845	1,046	4.1%
非交渉型	2002 年	10.7%	39.0%	39.5%	10.7%	2.50	0.825	1,089	
	2012 年	16.7%	47.0%	29.9%	6.4%	2.26	0.809	1,044	13.9%

注)1(そうだ、そう思う)から 4(そうではない、そう思わない)までの 4 件法。値が 1 に近いほど、該当する傾向が強い。ここで増加率とは、今回(1+2)%-前回(1+2)%。

3-4-2. 若者のタイプごとの特徴と育成方法

上述の貫徹志向と状況対応、交渉と非交渉の 2 軸から 4 タイプを設定し、10 年間の量的変化を調べた。状況対応非交渉型と貫徹志向非交渉型がともに 7 ポイント程度増え、交渉型が減った。中でも、貫徹志向交渉型は、10 ポイント以上減った(図 1「4 タイプの量的変化」)。

各タイプの他との比の差について検定を行った結果(○5%有意 130 件、●1%有意 170 件、詳細は西村美東士ホームページに掲載)を手がかりに育成方法を書き上げると以下のとおりとなる。

①全体の3分の1近くまで増えた「状況対応非交渉型」については、「状況対応」の苦痛を示す特徴が多く見られ、交友関係、自己意識、社会意識の多くの項目で、個人化・社会化の未達状況が見いだされた。これは、それぞれの多元に脈絡がないため、各状況と多元的自己との関係性が整理できていないことが原因と考える。これを整理する目をどう育てるか。状況対応で自分らしさを多様に発露するとしても、自己のなかで統一的概念が見いだされているかどうかが重要である。状況に合わせて何本も仮面を作ってきただけで、これを自分らしさと彼らが呼ぶならば、その自分らしさとは異なる意味での「自己」を確立するための支援(自立支援)が重要であると考え。

②同様に増加した「貫徹志向非交渉型」については、とくに親友との交友に関して、10 年前と同じ消極面が見られた。また、○「自分の聴いている音楽(アーティスト)は他の音楽より優れている」、○「同じアーティストをいちずに応援し続ける」などの特徴とともに、自己肯定の傾向への変化が見られたため、いわゆる「オタク」の若者たちがこのタイプのなかに増えたと推察された。彼らに対しては、今は「すねをかじる」状況であっても(●低年齢>高年齢、○学生>非学生)、経済的自立、職業的自立を味わわせるための、状況や場面の設定が必要と考えた。そのためには、共同作業をさせる、運命共同体のような環境を提供して、どのような上下関係や役割分担がよいのか、どのように合意形成すればよいのか考えさせるなどが有効と考える。そこで交渉の場も自然に出てくるだろう。

③「貫徹志向交渉型」は、もっとも大きく減少した。このタイプは、●「今の自分が好き」、●「よい未来が迎えられるよう努力している」など、10 年前と変わらない積極性が多く見られた。しかし、●「他人の行動や考え方が場面ごとに変わるのには許せない」などの他者の変節への非許容、●「約束の時間は守るべき」などの「べき論」の強さについては、自己の信念と反する他者を許容できないなどの、一元的自己の「生きづらさ」にもつながりかねないと考える。他者のニーズや組織の課題に対応して、一元的自己のどの側面を発揮するのか、その戦略を立てられるように援助する必要があるといえよう。

④全体の 16%以下にまで減った「状況対応交渉型」については、交友関係、自己意識、社会意識などの各側面において、充実した様子が見られた。たとえば、●「他人と同じことをしていると安心とは思わない」、○「世間から自分がどう思われているかは気にならない」などの個人化の進展、●「よい未来が迎えられるよう努力している」などの目標志向や向上心、●「仕事やアルバイトをし

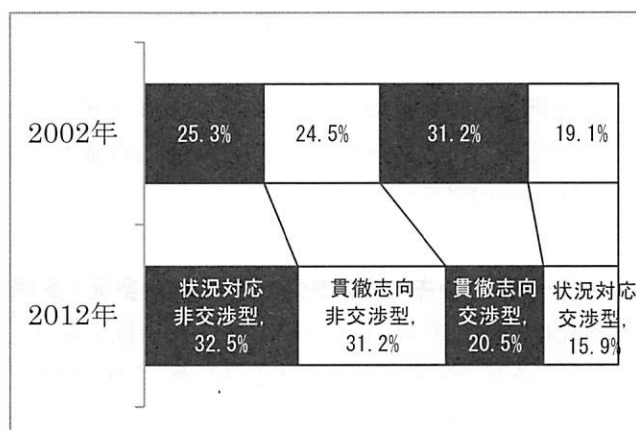


図 1 4 タイプの量的変化

ているときに充実感を感じる」、●「ボランティア経験あり」、○「寝たきりの親を子どもが介護するのは当然」などの社会化の進展の特徴が見られた。なお、このタイプは交際淡泊型が少ない(●)。これは、仲間からの同化圧力に負けずに、多元的自己を状況に対応して自己発揮できるタイプととらえることができる。ポーズをとる集団である可能性もあるが、それも含めて、ある意味での「期待できる集団」といえる。

3-4-3. ヤンキーとオタクへの対応—多元・多様のなかでの育成をめざして

「多元的自己」の現実社会における有効性を論ずる場合、その状況対応力はプラスとしてとらえられるだろうが、交渉力が伴わないとしたら関係調整力としては十分とはいえないと考える。その点では、現在、指摘されている2つの傾向についても、あわせて検討する必要がある。第一に、気合いや絆といった理念のもと、家族や仲間を大切にするという倫理観が融合した普遍的な反知性の文化としての「ヤンキー」(斎藤環、2012)や、第二に、クールジャパンの担い手として認知され、内的世界と想像力が評価されつつある「オタク」(宮台真司ら、2014)について、現代の格差社会において自己肯定感をもつための有効な方法とはいっても、それを手放しで歓迎するわけにはいかない。ヤンキーはお笑い芸人のように話芸が達者だというが、オタクもクールジャパンを支えているというが、それだけでは社会的な合意形成は困難である。

多元性、多様性は、ある意味で「豊かさ」である。しかし、社会での交渉においては、論理性と先見性、エビデンスの提示などが必要になる。意見対立を避ける傾向という社会的危機を打開するために、教育においては、一元的価値観を押し付けるのではなく、各タイプに応じたあの手この手の育成方法を検討する必要がある。

3-5. 2012 年、若者の友人関係はどうなっているのか

(立教大学 福重 清)

3-5-1. 出発点としての希薄化論と選択化論

まず確認しておくことにしよう。青少年研究会の 2002 年調査で、われわれは、若者の友人関係の希薄化と選択化の実態を検討した。1990 年代、若者の友人関係をめぐっては、希薄化論と選択化論という二つの議論が展開されていた(福重 2006:118-125)。2002 年調査のデータを検討する中で、私は、友人関係の選択化は比較的一般的になっているようだとことを確認する一方で、それとは別の次元で、友人関係の希薄化を「自己の内面を開示して人格的な信頼を築く度合いが減少した」ととらえるのであれば、そのような友人関係も徐々に増えつつあるのかもしれない、という考察を行った(福重 2006:115-147)。この結果をふまえ、2012 年調査では、こうした傾向が 2000 年代にはどのように変化したのか、これを確認することがひとつの課題ということになるだろう。

3-5-2. 友人関係の多チャンネル化、多様化、自由市場化、そして繊細化、友だち地獄まで

次に、青少年研究会の 2002 年調査の結果をふまえる形で展開したいいくつかの議論を確認しておくことにしよう。

こうした議論は、前節で確認した希薄化論、選択化論に対応した二つの潮流として展開したように思われる。まず、友人関係の選択化の前提として指摘されたのが、友人関係の多チャンネル化であり、それに伴う友人関係の多様化である(浅野 2006:236-240)。さらに、友人関係の選択化に関わるひとつの側面について、辻泉は友人関係の「自由市場化」として議論を展開した(辻 2006:17-29)。自由市場化によって、今日、「友人関係はお仕着せのように形成されるというよりも、若者たちが自力で選び取らなくてはならないものになる」(辻 2006:26)と、辻は指摘する。

一方、以前から指摘されてきた友人関係の希薄化という指摘については、むしろこれは繊細化としてとらえられるべきではないかと思われる。親密な関係を築くことが以前ほど容易にはできなくなった社会状況の中で、コミュニケーションを繊細にマネージしようとする姿勢が、見る者によっては、コミュニケーションを希薄化させているように見えるのかもしれない(福重 2007:27-61)。

そして、こうした繊細さや友人関係の選択的な使い分けが駆使できない者に待っているのが、土井隆義が言うところの「友だち地獄」(土井 2008)なのかもしれない。ただ、友人との関係を繊細にマネージする、あるいはそれができなくても、複数の友人関係を自由に選択することができるなら、友人関係が地獄と課すことはひとまず回避できるだろう。とすれば、友人関係の悩みは、複数の友人関係の選択が難しい、学齢期の若者に多く見られる現象なのかもしれない。この点も、データから確認することにしよう。

3-5-3. 友人概念のさらなる拡大

それでは、2012 年調査(若年票)の結果を見ていくことにしよう。まずは、友人の数である。表 1 を見ると、親友、仲のよい友だち、知り合い程度の友だちのいずれについても、2002 年時点と比較し

表1 友人の人数									
	N	全体	男性	女性	検定	学生	社会人	検定	2002年
親友の人数	1036	4.5	4.9	4.2	*	5.0	4.0	**	3.9
仲のよい友だちの人数	1024	22.3	23.1	21.6	ns	28.3	16.8	**	14.7
知り合い程度の友だちの人数	988	74.5	76.7	72.5	ns	87.2	63.1	**	37.0

※検定はF検定による ***p<0.01 **p<0.05 ns…有意でない

て、人数が増加していることが確認できる。特に、知り合い程度の友だちについては、2002 年からほぼ倍増で、平均 74.5 人という人数になっている。この結果を見ると、友人の概念は今日さらに広がり、その外延が曖昧になっている様子が伺える。

また、これらの人数については、性別よりも学生か社会人かといったライフステージの違いによる差が顕著になっている点は注目すべきだろう。今日、学生時代には、とにかく多くの友人を手元にプールしておくことが必要になっているのかもしれない。

3-5-4. 進行する友人関係の選択化と繊細化

次に、友人とのつきあい方および友人とのつきあいで感じることにについて検討しよう。ここでは、2002 年調査と比較可能な質問項目の多くで有意な変化が見られている(表 2)。

まず、「遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友だちを使い分けている」は、2002 年の 65.9%から 70.3%に増加しており、友人関係の選択化がより一層広がっている様子が伺える。一方、「友だちとの関係はあっさりしていて、お互いに深入りしない」、「友だちといるより、ひとりであるほうが気持ちが落ち着く」は増加、「友だちをたくさん作るように心がけている」、「友だちと意見が合わなかったときには、納得がいくまで話し合いをする」、「いつも友だちと連絡をとっていないと不安になる」は減少、という結果からは、希薄化ないし繊細化も進行している様子が伺える。

表2 友人とのつきあい方および友人とのつきあいで感じること(肯定的回答の割合)									
	N	全体	男性	女性	検定	学生	社会人	検定	2002年
遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友だちを使い分けている	1043	70.3%	68.0%	72.2%	ns	69.4%	71.3%	ns	65.9%
友だちとの関係はあっさりしていて、お互いに深入りしない	1041	51.5%	53.7%	49.6%	ns	51.8%	51.5%	ns	46.3%
初対面の人とでもすぐに友だちになる	1046	47.2%	46.6%	47.8%	ns	51.0%	43.9%	*	50.2%
友だちをたくさん作るように心がけている	1043	43.6%	43.6%	43.7%	ns	53.5%	34.9%	**	52.3%
友だちと意見が合わなかったときには、納得がいくまで話し合いをする	1044	36.3%	37.1%	35.6%	ns	36.2%	36.1%	ns	50.2%
ファッションを重視して友だちを選んでいる	1040	13.4%	11.3%	15.2%	ns	11.9%	14.7%	ns	19.1%
容姿や顔立ちを重視して友だちを選んでいる	1043	8.9%	8.9%	8.9%	ns	9.6%	8.4%	ns	19.1%
友だちとの関係を楽しいと感じることがよくある	1046	93.0%	91.5%	94.3%	ns	93.4%	92.7%	ns	46.0%
友だちといるより、ひとりであるほうが気持ちが落ち着く	1046	71.1%	71.0%	71.2%	ns	69.9%	72.4%	ns	46.0%
いつも周りに気を配って、場の雰囲気に合わせていなければならない	1046	37.8%	36.0%	39.3%	ns	38.4%	37.4%	ns	46.0%
メールや電話のやり取りを終わらせるときに、相手に気を遣いすぎてしまう	1046	32.6%	31.1%	33.9%	ns	33.2%	32.1%	ns	46.0%
分かり合いたい相手と本音でとことん話し込めるような機会がない	1046	27.9%	31.5%	24.9%	*	30.5%	25.8%	ns	46.0%
友だちとの関係をづらいと感じることがよくある	1044	24.3%	23.2%	25.3%	ns	30.4%	19.1%	**	46.0%
いつも友だちと連絡をとっていないと不安になる	1046	15.4%	13.5%	17.1%	ns	17.2%	13.7%	ns	19.1%
友だちの少ない人間だと、周りから思われぬようにしなければならない	1045	13.0%	12.8%	13.2%	ns	16.0%	10.4%	**	19.1%

※検定はカイ2乗検定による ***p<0.01 **p<0.05 ns…有意でない

さらに、友人関係の質的な特徴をよく見てみると、男女差よりも学生か社会人かというライフステージの違いが差を生んでいる様子が伺える。「初対面の人とでもすぐに友だちになる」、「友だちをたくさん作るように心がけている」、「友だちの少ない人間だと、周りから思われぬようにしなければならない」、「友だちとの関係をづらいと感じることがよくある」といった質問では、いずれも学生の方が肯定率は高くなっている。このことは、学生の方が友人関係を繊細にマネージする必要に迫られている、言い換えれば「友だち地獄」の危険に迫られている、ということを意味しているのかもしれない。

3-5-5. 友人との出会いの場としての学校の重要性

前節では、友人関係の選択化がより一般的になりつつある傾向を確認したが、ならば友人との出会いのチャンネルも増えているのだろうか。意外にもその結果は、2002 年の 1.96 から 1.68 へと減少していた(表 3)。具体的には、インターネットや携帯電話のサイトを挙げる割合が増大している以外は、職場やアルバイト先、近所づきあいなどで、軒並みその割合は減少しているのである。このことは、友人との出会いの場としての学校がもつ意味が、相対的に増大していることを伺わせる。もちろん、これは学生の場合、特に顕著であろう。

表3 友人と出会った場所(複数回答で○をつけた割合)

	N	全体	男性	女性	検定	学生	社会人	検定	2002年
学校で	1015	95.6%	94.6%	96.4%	ns	98.1%	93.4%	ns	94.0%
塾や予備校で	1015	9.0%	10.2%	7.9%	ns	14.5%	4.2%	**	11.4%
職場で(社会人のみ、アルバイト先は除く)	543	33.9%	29.6%	36.9%	ns	—	33.9%	—	48.8%
学校や職場以外での習いごとやサークル活動で	1015	12.3%	12.6%	12.1%	ns	14.3%	10.5%	ns	10.8%
アルバイト先で	1015	17.7%	16.7%	18.6%	ns	11.5%	23.2%	**	28.9%
近所づきあいで	1015	4.5%	4.8%	4.3%	ns	4.3%	4.8%	ns	11.1%
街(クラブ、ゲームセンターなど)で	1015	3.6%	5.2%	2.3%	*	1.9%	5.2%	*	5.0%
インターネットや携帯電話のサイトで	1015	6.8%	5.4%	7.9%	ns	6.0%	7.6%	ns	4.6%
友人と出会った場の数(平均)	1014	1.68	1.65	1.71	ns	1.51	1.83	**	1.96

※友人と出会った場所の数の検定はF検定、それ以外の検定はカイ2乗検定 ***p<0.01 **p<0.05 ns…有意でない

さきにみたように、辻泉は友人関係の「自由市場化」ということを指摘したが、その裏には、学齢期の若者を中心に、学校といういわば「統制市場」の中で友人関係を繊細にマネージして生き抜くことを迫られている層が存在していることを忘れてはならないだろう。

2012 年の調査データは、2002 年調査で示唆された友人関係の選択化と繊細化が、今日、着実に一般化しているということを示したと言えるだろう。

【参考文献】

- 浅野智彦 2006 「若者の現在」 浅野智彦編 『検証・若者の変貌—失われた 10 年の後に—』 頸草書房 :233-260
- 土井隆義 2008 『友だち地獄—「空気を読む」世代のサバイバル—』 ちくま新書
- 福重清 2006 「若者の友人関係はどうなっているのか」 浅野智彦編 『検証・若者の変貌—失われた 10 年の後に—』 頸草書房 :115-147
- 2007 「変わりゆく「親しさ」と「友だち」—現代の若者の友人関係—」 高橋勇悦・福重清・和泉広恵・原田謙・黒岩亮子・小林和夫 『現代日本の人間関係—団塊ジュニアからのアプローチ—』 学文社 :27-61
- 辻泉 2006 「「自由市場化」する友人関係—友人関係の総合的アプローチに向けて—」 岩田考・羽渕一代・菊池裕生・苔米地伸編 『若者たちのコミュニケーション・サバイバル—親密さのゆくえ—』 :17-2*

4. 恋愛と家族

4-1. 若者の恋愛交際基準

(羽渕一代)

2012 年調査では、恋愛交際の相手がいる独身者が 35.1%であった。ここでは、既婚者も含め、交際相手選択の基準について分析をする。交際経験の有無、年齢、性別によって、恋愛交際相手に求めることで重要視するポイントを比較する。項目については、学力を含む能力、性格、人間関係、見た目を概念設定したうえで具体的な質問に変換して作成している。

まず、恋愛交際において相手に求める重要なポイントは、性別によって異なることが確認された。女性は、学歴や経済力などといった能力、やさしさやおもしろさなどといった性格、友達からの信頼という人間関係において男性よりも重要視すると回答する率が高い。重要視する項目数には、男女差がみられた。男性の平均項目数が 5.33 に対して、女性は、6.58 であったことから、女性のほうが男性よりも恋人交際に関して基準が多いといえる(T検定: $p<.001$)。ファッションセンス、顔、体型という見た目にかかる項目においては、顔のみ男女差が有意であり、男性が女性よりも重要視すると回答する率が高い結果となった。

つぎに、交際経験の有無によっても異なることがわかった。男女の区別なく、交際経験の有無によって異なる交際相手に求めることは、体型、安心感、まめに連絡をくれること、という3項目であった。男性の場合、交際経験者は、交際未経験者と比較したときに、恋愛交際において相手に求める重要なポイントが多くなる。男性の交際未経験者と比較すると交際経験者は、おもしろさ、生き方・ライフスタイル、ファッションセンス、顔、友達からの信頼、気づかいについて、重要視すると回答する率が高い。男性の交際未経験者よりも有意に低い項目は、学歴のみであった。性格や態度、見た目、人間関係と多くの点で未経験者よりも、多くの基準をあげている。いっぽう、女性は、交際経験の有無によって、異なる項目が男性ほど多くはない。女性の交際未経験者は、経験者と比較すると、趣味への理解、恋愛経験が豊富なことという2項目において、回答率が高い結果となった。

さいごに、世代別に確認する。男性では、顔と体型という見た目について、10代よりも20代の回答率が高い。男性の交際未経験者の場合、生き方・ライフスタイルを重要視するという率は、年齢とともに高くなる。交際経験者については、20代後半にやさしさを重要視するという回答率が下がる。また20代前半のみ、おもしろさを求める率が高くなるという結果であった。女性では、おもしろさと恋愛経験豊富なことという項目が、年齢が高くなるにつれて、重要視するという回答率が低下する。また、交際経験者は、経済力と生き方・ライフスタイルと重視するという回答率が、年齢が高くなるにつれて上昇する。いっぽうで、交際経験者のファッションセンスを重視するという回答率は、年齢が高くなるにつれて、低下する。

	10代後半・男		10代後半・女		20代前半・男		20代後半・女		20代後半・男		20代後半・女		ジェンダー差
	交際経験あり	交際経験なし	交際経験あり	交際経験なし	交際経験あり	交際経験なし	交際経験あり	交際経験なし	交際経験あり	交際経験なし	交際経験あり	交際経験なし	
学歴	7.1	9.0	14.3	19.0	8.2	7.8	12.4	16.2	2.0	25.0	14.9	9.5	***
経済力	4.3	5.1	7.8	22.6	8.2	9.8	25.5	21.6	2.0	12.5	37.1	19.0	***
やさしさ	78.6	76.9	89.6	88.1	81.8	64.7	90.5	83.8	66.7	62.5	84.0	71.4	***
おもしろさ	42.9	42.3	35.1	46.4	57.3	31.4	64.2	48.6	42.5	37.5	52.6	42.9	***
生き方・ライフスタイル	35.7	19.2	48.1	39.0	45.5	33.3	54.0	51.4	43.1	56.3	56.7	47.6	***
ファッションセンス	20.0	12.8	32.5	27.4	28.2	9.8	30.7	13.5	25.5	6.3	20.1	19.0	
顔	57.1	26.9	45.5	38.1	65.5	37.3	39.4	27.0	58.8	31.3	34.0	19.0	***
体型	37.1	20.5	39.0	32.1	47.3	35.3	40.9	35.1	46.4	25.0	38.1	14.3	
浮気しないこと	27.1	24.4	39.0	48.8	41.8	35.3	51.8	32.4	29.4	18.8	28.4	45.9	***
友だちから信頼がある	31.4	20.5	42.9	54.8	16.4	9.8	45.3	40.5	24.8	12.5	40.2	28.6	***
非日常感(ときめき)	14.3	7.7	15.6	19.0	11.8	11.8	13.1	13.5	13.7	12.5	14.9	4.8	
一緒にいるときの安心感	64.3	55.1	85.7	76.2	69.1	58.8	86.1	81.1	72.5	56.3	84.5	71.4	***
趣味に理解がある	45.7	48.7	45.5	58.3	47.3	54.9	50.4	54.1	51.0	75.0	47.9	57.1	
恋愛経験が少ないこと	4.3	1.3	2.6	3.6	7.3	5.9	6.8	2.7	2.6	12.5	3.6	0.0	*
恋愛経験が豊富であること	0.0	0.0	0.0	2.6	1.8	0.0	2.2	2.7	2.6	0.0	2.4	0.0	
気づかいができる	54.3	50.0	58.4	65.5	62.7	35.3	67.2	59.5	60.8	56.3	64.9	57.1	**
まめに連絡をくれること	24.3	10.3	24.7	20.2	19.1	9.8	30.7	10.8	16.3	12.5	23.7	4.8	**

χ^2 検定:***=p<.001,**=p<.005,*=p<.01

図1 恋愛交際相手に求めることで重要視するポイント

これらの結果から、恋愛による交際相手を選択する際に、女性はさまざまな選択基準があるが、学歴や経済力といった能力や性格、人間関係について男性よりも重視していることがわかる。そのいっぽうで、男性の場合、女性より回答率が高い項目は顔と体型と恋愛経験が少ないことという項目であった。そのうち、有意な差がみられたのは、顔のみであった。女性と男性との交際相手選択の基準が明確に異なっていることは、一般的にも知られているが、これまでの一般的な了解をくつがえすような結果とならなかった。世界経済フォーラムにおける男女平等指数のランキングは低迷しており、日本の女性の社会進出は、他国と比較すると最低レベルにある（世界経済フォーラム、2013）。つまり、経済的活動は男性、女性は表出的活動を担うという性別役割分担意識が明確に本結果に反映されている。

親密な人間関係を選択する際に、男性が見た目を女性が経済力をあげる。男性が年齢を重ねるほど、見た目を重要視する率が高まること、女性の交際経験者が年齢を重ねるほど経済力をあげることを考えるならば、日本全体にある男女の格差、つまり性差別を肯定する意識が根深くあることがわかる。最近では、男性が女性に経済力を求めるようになったという評価が、まことしやかに人口に膾炙しているが、本調査の結果からは、そのような傾向は見出すことができない。

また、男性の恋愛交際未経験者の特徴として、生き方・ライフスタイルを重要視すると回答する率が年齢と比例している。恋愛への関心が低下していると指摘されている現在、男性の回答しているこの生き方・ライフスタイルとはどのようなものなのか、質的調査が必要だと思われる。男性と比較すると女性は、恋愛交際経験の有無、年齢による影響が大きいとはいえないため、女性の交際未経験者の特徴には際立ったものがあるとはいえない。男性は、恋愛交際経験からの影響が大きいため、男性の親密性に関するより詳細な研究が今後必要ではないかと思われる。

4-2. 若者の恋愛意識・行動

(日本女子大学学術研究員・非常勤講師 木村絵里子)

「青少年の性行動全国調査」によれば、恋愛や性行動をめぐる従来の規範がゆらぎ、自由が拡大するなかで、とくに 1990 年代以降、若年層の性行動経験率は一貫して増加傾向にあった。しかし 2000 年代半ばから、これらは減少に転じているという(『若者の性白書—第7回青少年の性行動全国調査報告』2013)。また「第 14 回出生動向基本調査」(2010)においても、異性の交際相手を持たない者が増えていることが明らかとなった。同時期には、恋愛関係にそれほど意欲的でないとされる「草食(系)男子」といった言葉が流行していたが、以上の調査結果は、いわゆる「若者の草食化」を、ある程度実証しているように思われる(ただし、それは男性だけでなく女性においても確認される)。

本研究会による 2012 年調査では、このような動向を踏まえた上で、恋愛に関する新たな質問項目を設定した。ここでは、これらの項目を中心に検討したい。表1にあるように、当該の質問項目では、恋愛に対するコスト意識(1、3)、苦手意識や疎外(4、7、9)、優先順位の低さ(2、6)、メディア上の恋愛に対するコミットメント(5、8)について尋ねている(16 歳から 29 歳の未婚者のみで集計。以下同)。恋愛は「お金がかかると思う」「恋愛より勉強や仕事を優先している」の肯定率は約3割、恋愛は「疲れると思う」「異性に好かれる自信がない」では約2割強となっており、恋愛を至上のものとはみなさない者がある一定の層で存在していることがわかる。他方、注目すべきは「恋愛感情を持ったことがない」の肯定率がわずか数パーセントに過ぎないということだ。都市在住の若年層の9割以上の者が、少なくとも一度は恋愛感情を抱いた経験を持っている。したがって、冒頭で指摘した近年の恋愛関係にみられる変容は、恋愛感情そのものの消失に起因しているわけではないと考えられる。

そして、これらの多様な項目に対する説明・解釈の煩雑さを避けるために主成分分析をおこなった。その結果、抽出された三つの主成分について以下に記した(紙幅の都合上、詳細は省略する。筆者による第 86 回日本社会学会大会報告レジュメ「現代青少年と文化と意識(2)恋愛関係の諸相」2013 を参照されたい)。

表1. 恋愛意識項目の単純集計(MA)		N=942
		%
1	恋愛交際は、お金がかかると思う	32.3
2	恋愛より勉強や仕事を優先している	30.1
3	恋愛交際は、疲れると思う	26.3
4	異性に好かれる自信がない	25.2
5	テレビゲームの登場人物(キャラクター)に思い入れを持ったことがある	21.7
6	友だちがいれば、恋愛交際しなくてもよい	21.5
7	恋愛交際のやり方がわからない	16.7
8	生身の人間ではない、メディアや文学の中の登場人物に恋することがある	11.0
9	恋愛感情を持ったことがない	5.4

第一主成分 <①恋愛コミュニケーション困難>

:「恋愛交際のやり方がわからない」、「異性に好かれる自信がない」、「恋愛感情を持ったことがない」

第二主成分 <②恋愛からの自主的撤退>

:「恋愛交際は、疲れると思う」、「恋愛交際はお金がかかると思う」、「恋愛より勉強や仕事を優先している」、「友だちがいれば、恋愛交際しなくてよい」

第三主成分 <③二次元恋愛>

:「生身の人間ではない、メディアや文学の中の登場人物に恋することがある」、「テレビゲームの登場人物(キャラクター)に思い入れを持ったことがある」

表2. 各主成分と属性、恋愛関係項目との関連(成分得点の平均および相関係数)

	属性							恋愛関係項目									
	年齢	性別		身分		暮らし向き			恋愛交際経験			好きな人と性交渉をしたことが		複数の相手と同時に恋愛交際したことが		ネットで知り合った相手に恋愛感情を持ったことが※	
	相関係数	男	女	学生	学生以外	余裕がある	ふつう	苦しい	恋人あり	経験あり	未経験	ある	ない	ある	ない	ある	ない
① 恋愛コミュ 困難	-.208 **	-.0214	.0187	.1665	-.1769	-.0486	-.0604	.1580	-.3875	-.1434	.6211	-.3481	.2314	-.3700	.0226	-.1844	.0158
② 自主的 撤退	.009	.1167	-.1020	.0367	-.0379	.0265	-.0717	.0944	-.1103	.1477	-.0073	.1052	-.0700	.3850	-.0235	.0998	-.0085
③ 二次元 恋愛	.064	.0295	-.0258	-.0777	.0833	-.0151	-.0513	.1117	-.0295	.0298	.0213	.0813	-.0540	.3336	-.0204	.6554	-.0561

相関係数は Pearson の積率相関係数、暮らし向きと恋愛交際経験の平均値の差の検定は F 検定、その他の平均値の差の検定は、t 検定による。いずれも***=p<0.001 **=p<0.01 *=p<0.05

※質問項目の文言は「インターネットや携帯電話等で知り合った相手に恋愛感情を持ったことがある」

次に、これらの各主成分と他の変数との関連をみていきながら、それぞれの特徴について確認したい。各主成分と属性および恋愛関係項目との関連を表2に示した。まず、<①恋愛コミュニケーション困難>では、低年齢で学生、やや弱いが暮らし向きが苦しいとする者に特徴的である。恋愛関係項目との関連では、未経験者、そして好きな人との性交渉経験や複数恋愛交際経験のない者との有意な関連がみられた。この第一主成分では、「恋愛交際のやり方がわからない」、「異性に好かれる自信がない」、「恋愛感情を持ったことがない」の負荷量が高く、恋愛関係に伴うコミュニケーションに困難を抱えているとするならば、以上は、予想通りの結果だと言えるだろう。

一方、<②恋愛からの自主的撤退>では、男性に特徴的で、恋愛交際経験や好きな人との性交渉経験、複数恋愛経験と有意な関連がみられた。先に示したように、第二主成分では、恋愛に対する優先順位が低く、「お金がかかる」「疲れる」といった否定的な意識を示す項目の負荷量が高

かった。しかし、このような意識は、恋愛交際経験や複数恋愛経験との関連がみられることから、「恋愛をしたいのにできない」という思いによって生じているのではなく、自主的に恋愛から退却しているものと推測される。

そして〈③二次元恋愛〉は、学生以外の者、それほど強くはないものの、好きな人と性交渉経験や複数恋愛経験との関連が確認された。そしてインターネットや携帯電話等で知り合った相手に対して恋愛感情を抱いた経験があることも特徴的だ。この第三主成分においては、前述のようにメディア上の恋愛に対するコミットメントを示す項目の負荷量が高かった。もともとこれらの項目を設定した際に念頭に置いていたのは、メディア上の恋愛に対するコミットメントとリアルな恋愛経験は、逆相関にあるということであった。だが、本調査のデータからは、それとは異なる傾向にあることがわかる。つまり、二次元の恋愛にコミットしているからといって、必ずしもリアルな恋愛と全く無縁の状態にあるというわけではない。

以上の結果をまとめると、〈①恋愛コミュニケーション困難〉は、近年、指摘される若年層における恋愛意識・行動における消極化傾向を最も顕著にあらわしているといえよう。しかしながら、それ以外の〈②恋愛からの自主的撤退〉および〈③二次元恋愛〉は、従来の恋愛意識・行動における「活発／不活発」という二項対立的な図式において、うまくあてはめることができないようだ。もっとも、このような特性こそが、現代的な恋愛の新しい側面であると言えるのではないか。今後、詳細な検討が求められるところである。

4-3. 若年票における相互援助パターンについて

(東京学芸大学 苫米地伸)

保田(2004)によると、NFRJ98 調査において親子間の援助関係は、経済的なものでも非経済的なものでも、ジェンダーと無関係であると示唆されていた。

本調査のデータを元に、保田の論考、あるいは NFRJ98 では調査されていないこと、すなわち 18 歳から 27 歳までの年齢層に着目して分析を進めてみたところ、まず明らかとなったのは、以下の3 点に要約される。

- ①男性と比較して女性の互酬的關係の多さが目立つ。しかもその値は、23-27 歳時点で 65%にもなる。経済的援助關係が 18%程度であったことを考慮すると、そのほとんどが非経済的援助による互酬的關係であると考えられる。
- ②親が与えるのみ(C)の割合が、18-22 歳と 23-27 歳との間で男女ともに急激に減少する。男性の場合、その減少分は子が与えるのみ(B)に移行し、女性の場合は(A)に移行している。
- ③援助關係なし(D)は、NFRJ98 でのように2割程度の数にはならない。男性は徐々に増加しているように見えるが、女性は低位のままである。

※若年票における男女別年齢層×相互援助パターン

		互酬的關係 (A)	子が与えるのみ (B)	親が与えるのみ (C)	援助關係なし (D)
男性	18-22歳	45.5%	2.8%	43.2%	8.5%
	23-27歳	48.1%	12.8%	25.0%	14.1%
女性	18-22歳	54.8%	5.4%	36.3%	3.6%
	23-27歳	65.0%	5.8%	24.3%	4.9%

つまり保田の指摘とは異なりこの年齢層においては、22 歳と 23 歳の間に大きな変化が見られることがわかった。

ここで②の結果について、さらに考えてみたい。この 22 歳と 23 歳の間に存在する分かれ目とは、何だろうか。

この 22 歳と 23 歳との境にあるのは、端的に言うならば就職というきっかけであるだろう。「第5回世帯動態調査」によれば離家するきっかけは、男女で多少異なっている。男性では「入学・進学等」32.3%、「転職・就職等」が 32.4%、「結婚」24.0%であり、女性ではそれぞれ 24.2%、19.4%、41.9%となっている(湯沢・宮本 2008:150-151)。ここでの「入学・進学等」とは、高校を卒業した後の大学あるいは専門学校への進学であると考えられる。なぜなら、「学校基本調査」によれば、高校への進学率は現在 97%にも達しているからである。

このように考えると、本調査における 22 歳と 23 歳との境にあるのは、就職というきっかけになると思われる。つまりそれは、「学生から有職者へ」という移行のことを意味し、かつ／あるいはそれと付随した「親との同居から別居へ」という移行のことも意味すると考えられる。

しかし、この2つの年齢層を統制変数とし、親との同別居と相互援助パターンとのクロス集計を行うと有意差はなかった。その一方で、有職者かどうかと相互援助パターンとのクロス集計においては有意差が現れた。要約すると 18-22 歳では有意差があったが、23-27 歳では有意差がない。また 23-27 歳の方が、有職者の子が与えるのみの割合が減少し、無職の互酬的關係が増加しているという値が出ていた。

そこで、さらにジェンダーとの関連を探るために、この各年齢層ごとの有職者と相互援助パターンのクロスを男女別に分析を行った。

男性		実数	互酬的關係 (A)	子が与えるのみ (B)	親が与えるのみ (C)	援助關係なし (D)
18-22歳	賃金労働者	28	50.0%	10.7%	25.0%	14.3%
	無職	148	44.6%	1.4%	46.6%	7.4%
23-27歳	賃金労働者	115	45.2%	16.5%	24.3%	13.9%
	無職	40	55.0%	2.5%	27.5%	15.0%
女性		実数	互酬的關係 (A)	子が与えるのみ (B)	親が与えるのみ (C)	援助關係なし (D)
18-22歳	賃金労働者	37	59.5%	16.2%	16.2%	8.1%
	無職	130	53.1%	2.3%	42.3%	2.3%
23-27歳	賃金労働者	171	64.9%	7.0%	22.2%	5.8%
	無職	35	65.7%	0.0%	34.3%	0.0%

※男女別各年齢層における有職者×相互援助パターン

このクロス集計から明らかになったのは、次の2点である。

- ①男性では、18-22 歳と 23-27 歳を比較すると、有職で子が与えるのみが増加していること、無職で親が与えるのみが減少していること、互酬的關係と援助關係なしが増えていることがわかる
 - ②女性では、有職者では、互酬的關係と親が与えるのみが増え、子が与えるのみが減少しており、無職では、互酬的關係が増え、親が与えるのみが減っている
- つまり、親が与えるのみ(C)の割合が、18-22 歳と 23-27 歳との間で男女ともに急激に減少しているのは、男性有職者の中で子が与えるのみ(B)が増加したこと、男女ともに無職の中で互酬的關係(A)が増加していることによって引き起こされた変化であると思われる。

保田の論考では、28 歳以上のコーホートにおいては、相互援助パターンの変化にジェンダーの影響はないとしていた。しかし、27 歳以下の年齢層では、顕著にジェンダーが関わっていると思われる。それは多分にとりわけ 22 歳と 23 歳との間にある、就職というきっかけが関わっており、ある意味では年齢規範のようなものも関わっているのかもしれない。

【参考文献】

保田時男 2004 「親子のライフステージと世代間の援助関係」渡辺・稲葉・嶋崎編『現代家族の構造と変容』東京大学出版会:347-365。

湯沢雅彦・宮本みち子編 2008 『データで読む家族問題』NHK ブックス。

4-4. 若年層の家族規範意識について

(日本大学 久保田裕之)

長引く不況や未婚化・雇用の不安定化を背景として、近年では若年層の保守化や家族回帰が議論されている(c.f. 友枝 2003; 山田 2009)。では、実際に若い世代は保守的・家族主義的になっていると言えるだろうか。

今回の 2012 年調査では、家族規範意識に関する詳細な質問項目を設けたうえで、16 歳～29 歳までの若年票と 30 歳～49 歳までの中高年票との比較を行った。具体的には、家族規範意識を、1) 老親扶養・介護規範に関する 4 項目と、2) 同居子の義務に関する 2 項目、3) 成人子に対する親の責任に関する 2 項目の、合計 8 項目に分け、それぞれ「そう思う」「ややそう思う」「あまりそう思わない」「そう思わない」の四軒法で質問しているが、以下の分析では、前二者と後二者をそれぞれ合計して「賛成」と「反対」とし、「賛成」の割合について検討する。

はじめに、2012 年時点での若年層と中年層の対比をクロス表で見ると、①老親扶養・介護規範に関する 4 項目では、総じて若年層の方が老親の扶養・介護に関する子の義務を肯定する割合が高いことが分かるが、専門介護に関しては年齢層による差がなかった。他方で、②親と同居する子の義務については、中高年の方が賛成の割合が優位に高く、③成人子に対する親の責任義務についても、中高年の方が賛成する割合が高かった。

こうした結果からは、現在の若年層が老親扶養・介護について家族規範を強く持っているとしても、成人した親子間の相互扶助についてはむしろ家族規範意識を持っているとは言えない。もちろん、コーホートではなく世代やライフステージの効果である可能性もあり、詳細な検討が必要になる。

表1: 家族規範意識項目 (賛成) × 年齢層

	年齢層	
	若年	中高年
親が年をとって、自分たちだけでは暮らしていけなくなったら、子どもは親と同居すべきだ	69.7%	60.8% **
年をとって収入がなくなった親を扶養するのは、子どもの責任だ	81.8%	77.1% *
親が寝たきりなどになった時、子どもが介護するのは当たり前のことだ	79.1%	72.8% *
介護は専門家にまかせるべきだ	53.3%	57.7% †
子どもであっても同居していれば生活費を家に入れるのが当然だ	76.9%	86.1% **
子どもであっても同居していれば家事を分担するのが当然だ	79.8%	86.9% **
たとえ成人していても、子どもが犯罪を犯したとき、当然親が責任を取るべきだ	23.2%	42.6% **
たとえ成人していても、子どもが経済的に困窮したとき、親が援助するのは当然だ	45.8%	54.9% **

†p< .10. *p< .05. **p< .01.

そこで、データを若年層に限った上で、家族規範意識と、性別・親との同居・結婚経験との関係をみていこう。なお、2002 年調査での結婚経験率は 13.7%(既婚・離死別を含む)、親同居率は 69.2%であったのに対して、2012 年調査では、結婚経験率は 9.8%(既婚・離死別を含む)、親同居率は 69.1%となっている。

まず、①老親扶養・介護意識に関しては、総じて女性の方が子どもの扶養・介護責任を肯定する割合が高かったが、親との同居や結婚経験との関連は見られなかった。またここでも専門家介護に関する意識は性別・親同居・結婚経験のいずれとも関連していなかった。次に、②親と同居する子の義務に関しては、性別との関係では女性の方が義務を肯定する割合が高く、また、親同居との関係では自身が同居子でない方が義務を肯定する割合が高かった。結婚経験との関係では、家事分担義務については関連が見られなかったものの、生活費を入れる義務については有意な関連がみられた。さらに、③成人子に対する親の責任に関しては、性別との関係では女性の方が賛成する割合が高かったものの、親との同居や結婚経験との関連は見られなかった。

こうした結果は、家族に対する扶養・介護意識が全体として低下する中で、若年層とりわけ女性の家族扶養・介護に対する規範意識が高まっているとする従来の見解とも合致する。のみならず、女性の方が同居子の親に対する義務についても肯定する傾向があった点からは、進学や就職というライフイベントに際しても成人後により長く親と同居し、親との経済的な援助関係を継続する可能性が高い女性の方が、より強い子への義務を観念している可能性がある。

表2:家族規範意識項目(賛成)×性別・親同居・結婚経験(青少年票のみ)

	性別		親同居		結婚経験	
	男性	女性	同居	非同居	未婚	既婚
親が年をとって、自分たちだけでは暮らしていけなくなったら、子どもは親と同居すべきだ	63.7%	74.8% **	70.8%	67.0%	69.2%	73.5%
年をとって収入がなくなった親を扶養するのは、子どもの責任だ	76.8%	86.1% **	82.5%	79.9%	81.4%	85.3%
親が寝たきりなどになった時、子どもが介護するのは当たり前のことだ	73.9%	83.7% **	78.9%	79.6%	78.4%	85.3%
介護は専門家にまかせるべきだ	55.2%	51.7%	53.9%	51.7%	53.5%	52.0%
子どもであっても同居していれば生活費を家に入れるのが当然だ	73.9%	79.5% *	72.5%	86.5% *	75.9%	86.3% *
子どもであっても同居していれば家事を分担するのが当然だ	73.0%	85.7% **	76.0%	88.7% *	79.4%	83.3%
たとえ成人していても、子どもが犯罪を犯したとき、当然親が責任を取るべきだ	19.3%	26.6% *	23.5%	22.6%	22.5%	30.4% †
たとえ成人していても、子どもが経済的に困窮したとき、親が援助するのは当然だ	40.9%	50.0% **	47.1%	43.1%	45.6%	48.0%

†p<.10. *p<.05. **p<.01.

【参考文献】

- 友枝敏雄, 2003, 「高校生・高校教師の規範と保守意識」『現代高校生の規範意識——規範の崩壊か、それとも変容か』九州大学出版会:129-48.
- 山田昌弘, 2009, 『なぜ若者は保守化するのか——反転する現実と願望』東洋経済新報社.

5. 自己意識

5-1. 若者の幸福は逆説か

(東京学芸大学 浅野智彦)

本稿で設定したい問題は、若者のおかれている客観的な状況は悪化しているのに、彼らの生活満足度や幸福度が上昇しているのはどのような事情によるのか、というものだ。

この問題を最初に提起したのは、豊泉周治である。彼は、内閣府の「国民生活に関する世論調査」、「世界青年意識調査」、NHK 放送文化研究所の「中学生・高校生の生活と意識調査」などを参照しつつこう述べている。

「いずれの結果も『失われた10年』と呼ばれてきた閉塞の時代に、若者たちの生活に対する満足感が全般的に高くなり、『とても幸せだ』という『多幸な』若者が増えたことを示している。凶悪な少年犯罪に驚愕し、若者たちの『心の闇』に言葉を失ってきた大人からすれば、その結果はたいそう困惑させるものであろう。」(豊泉[2010:98])

この問題に対する豊泉の解答は、若者の意識のコンサマトリー化というものだ。つまりシステムの問題に対して生活世界に依拠して対応している、というのである。

これを受けて問題を最定式化したのが大澤真幸である。彼は豊泉を批判して、コンサマトリー化は大きな方向としては合っているが、幸福度の上昇と時期的なずれがあると指摘した。大澤自身の解答は、未来展望の暗さこそが現在を幸福に感じさせている(これを「逆説」的解答と呼びたい)というものだ。彼はこう述べる。

「彼らの多くが、『今の生活が幸せだ』と回答するのは、彼らには未だ多くの人生の時間が残されているにも関わらず、その残された将来の中で、今よりも幸せになるとは想定できないからである。」

「将来、よりよくなると当たり前のように想定できないとき、人は、『今は幸せだ』と答える傾向がある。」(大澤[2011:124])

大澤の議論を受けて、これを展開したのが古市憲寿だ。彼はこの問題に対して三つの仮説を提示した。

仮説1：「悲観的将来準拠」説 (=大澤説)

未来が暗い(これ以上よくならないだろう)から現時点での幸福度があがる。

仮説2：「友人関係準拠」説

身近な関係が充実していれば幸せであると感じるようになっている。

「まるでムラに住む人のように、『仲間』がいる『小さな世界』で日常を送る若者たち。これこそが、現代に生きる若者たちが幸せな理由の本質である。」(古市[2011:109])

仮説3：「中庸豊かさ準拠」説

そこそこの生活ができていれば幸福であると感じようになっている。

「Wii や PSP を買えるくらいの経済状況で、それを一緒に楽しむことができる社会関係資本(つながり)を持っていれば、だいたいの人は幸せなんじゃないかと思ったのだ。」(古市[2011:243])

そこで本稿では、以上の仮説に対応した問題を設定し、データによってそれぞれを確認していきたい。問題は次の四つである。

問題1：将来展望の暗さは幸福度と正に相関するか？

問題2：友人関係の良好さは幸福度と正に相関するか？

問題3：中程度の豊かさにおいて幸福度は最大になるか？

問題4：幸福の感じ方についての変化は2000年代初頭以降の若者に起こったと言えるか？

具大的には、以下の変数を投入する重回帰分析を行う

従属変数

生活満足度（青少年研調査）、学生生活充実度（大学生協連合調査）

生活満足度、学生生活充実度、幸福度がほぼ重なるという仮定を置く

独立変数

将来展望、友人関係への評価、現在の暮らし向き

性別、年齢

紙幅の都合もあるので、結論のみ簡潔に提示していく（表を参照）。

	若年(16から29歳)		中年(30歳から49歳)		中年(30代)	
	標準化係数	有意確率	標準化係数	有意確率	標準化係数	有意確率
性別	.004	.873	-.032	.295	.007	.874
年齢	-.079	.004	.071	.021	.055	.222
自らの将来は明るいと思う	.206	.000	.381	.000	.512	.000
「日本の将来は明るい」に賛成	.075	.009	.113	.001	.018	.720
友だちというより、ひとりでいるほうが気持ちが落ち着く	-.052	.062				
友人との関係を楽しんでいると感じることがよくある	.094	.001	.008	.800	.031	.514
友人や仲間といるときに充実していると感じる	.003	.910	.015	.635	.032	.489
現在の暮らし向き	.340	.000	.292	.000	.261	.000
N	1047		718		308	
調整済みR2乗値	.243	0.00	0.346	0.00	.387	0.00
生活満足度を従属変数とした重回帰分析(青少年研究会2012年調査)						

問題 1：将来展望の暗さは幸福度と正に相関するか？

正に相関しない。むしろ将来展望の暗さは幸福度の低さと相関する。

問題 2：友人関係の良好さは幸福度と正に相関するか？

正に相関する

問題 3：中程度の豊かさにおいて幸福度は最大になるか？

中程度の豊かさにおいて幸福度が最大になるとはいえない。むしろ暮らし向きがよいほど、幸福度が高い。

問題 4：幸福の感じ方についての変化は 2000 年代初頭以降の若者に起こったと言えるか？

友人関係と幸福度との関連はたしかに若者に固有にみられる傾向。だがそれは世代の効果であるとともに、年齢・ライフステージの効果でもあると考えられる。幸福度にとって友人関係の持つ意味の変化は 2000 年代前半から後半にかけて起こったと示唆された。同時に将来展望が幸福度に対してもつ関連性も強まっていることに注意。

つまり、若者の幸福度は逆説的に成り立っているというよりも、良好な友人関係に支えられて、将来展望の暗さや、暮らし向きの悪さにもかかわらず、高くなっていると見る方がよい。

友人関係を幸福の源泉とする感覚は、それ自体として非難されるべきものではない(過大な期待を向けられるべきでもない)。その一方で将来展望と幸福度の(正の)関係は強まっていると考えられる。今後、さらに将来展望が暗くなり、暮らし向きが悪くなれば、友人関係の良好さによってもそれを補償し切れず、幸福度も下がっていく可能性はある。

【参考文献】

古市憲寿、2011、『絶望の国の幸福な若者たち』、講談社

NHK 放送文化研究所、2013、『NHK 中学生・高校生の生活と意識調査—楽しい今と不確かな未来—』、日本放送出版協会

大澤真幸、2011、「可能なる革命 第1回 『幸福だ』と答える若者たちの時代」、『at プラス』07 号、太田出版

豊泉周治、2010、『若者のための社会学』、はるか書房

5-2. 自己肯定感の規定要因について

(日本学術振興会 牧野智和)

自己意識関連項目においては、1992年、2002年、2012年にかけて一貫した回答率の増加あるいは減少傾向をみせる項目と、回答率の上下動をみせる項目がある。前者に当てはまるものとしては、「場面によってでてくる自分というものは違う」(1992年の肯定回答率は75.2%、2002年同78.4%、2012年同79.5%)、「どんな場面でも自分らしさを貫くことが大切だ」(1992年69.2%、2002年55.8%、2012年51.6%)、「自分には自分らしさというものがあると思う」(1992年89.3%、2002年85.9%、2012年77.2%)がある。これらから、自己の状況志向化の強まりや、自分らしさを感じ取れる程度の弱まりをそれぞれ指摘することができるだろう。

一方、後者に当てはまる項目には「あなたは今の自分が好きですか。それとも嫌いですか」(以下、自己肯定感とする)がある。同項目の肯定回答率は、1992年には66.5%だったのが2002年は70.5%に上昇し、2012年は65.3%と再度下落している¹⁰。このような上下動はなぜ生じているのだろうか。2002年に、もしくは2002年から2012年にかけて、何が起こったのだろうか。外在的な解釈のバリエーションは多様にあると考えられるが、以下では本調査のデータから内在的に、この上下動について解釈する手がかりを見出してみたい。

次頁の表が自己肯定感を従属変数とする重回帰分析の結果だが、用いた変数について説明しておこう。独立変数は3時点の調査で共通して尋ねられた項目である、性別(女性ダミー)、年齢、正規雇用ダミー、友人数¹¹、親友の有無、恋人の有無、自己の多元性である。まず1992年からみていくと、友人の多さ、親友の存在、恋人の存在がそれぞれ自己肯定感に正の効果をもたらしめていることがわかる。親友・恋人の有無は、2002年および2012年のデータでも同様に正の効果をもち、若者の自己肯定感に関する基底的な要因だといえる。

次に2002年についてみると、友人の多さが有意ではなくなった代わりに、親友の有無の効果がより強くなっている¹²。2002年独自の傾向として興味深いのは、年齢が正の効果をもちようになったことと、自己の多元性が負の効果をもちようになったことである。前者については、若者にとっては自己肯定感の獲得が発達課題と化してきたということなのかもしれないし、あるいは逆により若い世代がより生きづらくなってきたことを意味するのかもしれない。後者については、携帯電話の普及期にあたるこの時期、関係性の切り分けに伴って自己の多元化に葛藤をもつ経験が前面化してきた等の理由が考えられる。

¹⁰ ここまでに挙げた回答率の推移は、項目「場面によってでてくる自分というものは違う」における1992年・2002年間の除き、SomarsのDにおける有意差が出ている(5%水準で有意)。

¹¹ 1992年調査の質問形式は「①1人」「②2～4人」「③5～9人」「④10人以上」の四つの選択肢から1つを選ぶもので、2002年と2012年の質問形式は人数を直接記入するものになっている。そのため、2002年と2012年の回答を「①1人」「②2～4人」「③5～9人」「④10人以上」にリコードしている。なお、3時点に共通して用いられた質問項目としては他にも親同居、婚姻経験、自己意識に関連する項目等があるが、統計的に有意ではなかったために最終的なモデルからは外している。

¹² ただこれは、全回答者の89.7%が「親友あり」と答えていることから、親友がいて当たり前という状況において親友がいないことが、自己肯定感を大きく損なう結果になっていると考えるべきだろう。

表 自己肯定感の規定要因に関する重回帰分析

	1992		2002		2012	
	B	β	B	β	B	β
性別(女性ダミー)	.004	.003	-.071	-.053	.035	.025
年齢	.009	.054	.021	.129 **	.017	.098 *
正規雇用ダミー	.031	.023	-.037	-.025	.111	.072 *
友人数	.155	.159 **	.041	.047	.089	.095 **
親友ありダミー	.156	.069 *	.263	.101 **	.117	.083 *
恋人ありダミー	.199	.145 **	.146	.106 **	.121	.083 *
自己の多元性(4件法)	-.046	-.054	-.099	-.118 **	-.088	-.107 **
定数	1.824	**	2.273	**	2.054	**
R ²	.065		.061		.070	
Adjusted R ²	.058		.054		.064	
n	1050		1100		1114	

*: p<0.05, **: p<0.01

2012 年において注目すべきは、正規雇用への従事が自己肯定感と正の関連を持つようになったことである。労働市場の変容によって、正規雇用従事者であることが稀少性を帯びようになり、そのことが自己肯定感に有意に作用するようになっている。逆にいえば、非正規雇用に従事しているということだけで(もちろん諸々の付随する事象があるにせよ)、自己肯定感を損なってしまうような状況が生まれているのである。仁平典宏(2009)の指摘、つまり「日本においては、アイデンティティの縫合資源として、正社員という地位が前景化している」という指摘がまさに裏づけられるような状況になっているとみることができる。

分析を経て見えてきたのは、2002 年から 2012 年の間に新たに浮上してきた、自己肯定感をめぐる一つの「分断線」であった。2002 年調査では正規雇用従事者の自己肯定感項目への肯定回答率は 74.1%、非正規雇用従事者は 71.8%と大きく差がないのに対し、2012 年調査では正規雇用従事者が 74.2%、非正規雇用従事者は 61.2%と大きな差が生まれているのである¹³。2002 年から 2012 年にかけて起こったのはおそらく、若者の自己肯定感の弱まりというよりは、分極化なのではないだろうか。

【参考文献】

仁平典宏, 2009, 「世代論を編み直すために——社会・承認・自由」湯浅誠ら編『若者と貧困』明石書店。

¹³ 2012 年データについては、カイ二乗分析の結果 5%水準で有意。ただ、重回帰分析における決定係数の低さから考えて、その他の要因を考えることも当然できる。

6. 社会意識

6-1. 道徳・規範意識は低下しているのか

(桃山学院大学 岩田 考)

現在、「道徳の教科化」についての議論が再燃している。第2次安倍内閣の私的諮問機関「教育再生実行会議」や文部科学省の有識者会議「道徳教育の充実に関する懇談会」が「道徳の教科化」を提言し、下村博文文部科学大臣の諮問を受けた中央教育審議会が検討を行っている。この議論の背景には青少年の道徳・規範意識が低下しているという認識がある。この青少年の道徳・規範意識の低下という認識は、教育をめぐる議論だけにみられるものではない。2013年に社会問題化したアルバイト先などで行った悪ふざけの画像をSNSに投稿し「炎上」という現象などの原因としても、しばしば指摘されている。

本稿では、道徳意識・規範意識が低下しているのかどうかを、2002年と2012年で行った調査を比較することで検討する。結論を先取りすれば、青少年の道徳・規範意識が低下しているという前提に立って議論をすすめるのは必ずしも適切とは言えない。

6-1-1. 若年層における道徳・規範意識の推移

図1は、6つの道徳・規範意識の変化をみたものである。浜島幸司(2006)が指摘しているように、2002年調査においても若者の道徳・規範意識は全般として非常に高い。2012年調査では、さらに〈賛成〉(「賛成する」+「まあ賛成する」)の割合が高まった項目が多い。限定された質問からではあるが、今回の調査結果から、若者の道徳・規範意識が低下しているという傾向を見出すことはできない。

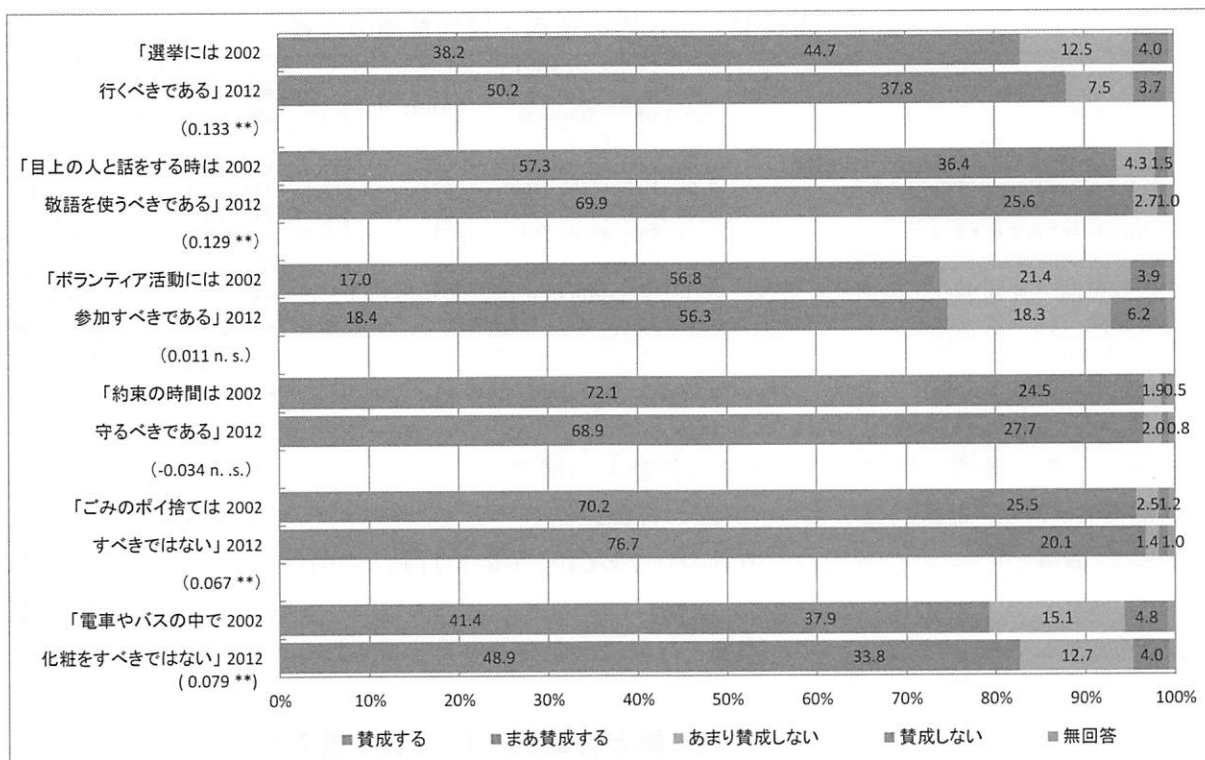


図1 若年層（16歳～29歳）における道徳・規範意識の推移（2002年～2012年）

注）2002年調査Q29（N＝1100）と2012年若年票Q50（N＝1050）。（ ）内は Somers' d。調査年 2002年に1、2012年に2を与え、規範・道徳意識には「賛成する」～「賛成しない」の順に4～1を与えて調査年を独立変数として算出。**:p<.01、*:p<.05、n. s.: not significant。

6-1-2. 世代間・世代内でみた道徳・規範意識

今回の調査では、16歳～29歳までの若年層だけでなく、30歳～49歳までの中年層にも同様の質問をしている。そこで、若年層と中年層の規範・道徳意識の高さを比較してみた。表1-1に示したように、6項目のうち4項目で中年層のほうが規範・道徳意識が高い。確かに、若年層のほうが、中年層より規範・道徳意識は低いようである。

現在の若年層が中年層になった時に、同様に規範・道徳意識は高まるのであろうか。このことを考えるため、2002年調査の16歳～29歳と2012年調査26歳～39歳を比較してみた(表1-2)。4つの項目で規範・道徳意識の高まりがみられる。この分析では、年齢効果と断定はできないが、年齢があがるにつれ、規範・道徳意識が高まることが予想される。

表 1 世代間／世代内の道徳・規範意識の比較

	表1-1			表1-2		
	2012年 16～29歳	2012年 30～49歳	Somers' d	2002年 16～29歳	2012年 26～39歳	Somers' d
「選挙には行くべきである」	50.6% (527)	60.5% (431)	0.113 **	38.4% (420)	50.5% (312)	0.142 **
「目上の人と話す時は敬語を使うべきである」	70.4% (734)	63.8% (454)	-0.060 **	57.7% (630)	63.3% (391)	0.061 *
「ボランティア活動には参加すべきである」	18.5% (193)	14.9% (106)	-0.034 n. s.	17.2% (187)	12.8% (79)	-0.058 *
「約束の時間は守るべきである」	69.3% (723)	74.3% (528)	0.053 *	72.8% (793)	66.6% (411)	-0.058 *
「ごみのポイ捨てはすべきではない」	77.3% (805)	85.0% (605)	0.078 **	70.6% (771)	82.8% (512)	0.122 **
「電車やバスの中で化粧をすべきではない」	49.2% (513)	55.9% (398)	0.088 **	41.7% (455)	50.0% (309)	0.103 **

注) 数値は「賛成する」の割合と実数。表 1-1 の Somers'd は、若年層に 1、中年層に 2 を与え、規範・道徳意識には「賛成する」～「賛成しない」の順に 4～1 を与えて、年齢層を独立変数として算出。表 1-2 の Somers'd は、調査年 2002 年 1、2012 年 2 を与え、規範・道徳意識には「賛成する」～「賛成しない」の順に 4～1 を与えて調査年を独立変数として算出。**:p<.01、*:p<.05、n. s.: not significant。

6-1-3. 道徳・規範意識と実際の行動との関連

最後に、道徳・規範意識の高さが実際の行動に結びついているのかという点を確認しておこう。表2は、選挙とボランティアの2つの項目のみであるが、実際の行動との関係をみたものである。「選挙にはいくべきである」や「ボランティア活動には参加すべきである」の〈賛成〉率に比べると、実際に行動している割合は低いものの、意識と行動には明確な関連が見られる。

表 2 道徳・規範意識と行動（2012 年若年調査）

表2-1		あなたは、これまでの過去3年間に、国政選挙や地方選挙で投票をしたことがありますか。					
		過去3年間に したこと がある		過去3年間に したこと はないが、 もっと前に したことが ある		過去3年間に したこと はないが、 今後する かもしれない	
		賛成する	賛成しない	賛成する	賛成しない	賛成する	賛成しない
「選挙には行くべきである」	賛成する	87.3%	2.0%	9.8%	1.0%	100.0%	(306)
	まあ賛成する	63.3%	6.3%	27.0%	3.5%	100.0%	(256)
	あまり賛成しない	29.4%	9.8%	41.2%	19.6%	100.0%	(51)
	賛成しない	31.8%	4.5%	4.5%	59.1%	100.0%	(22)
合計		71.0%	4.4%	19.1%	5.5%	100.0%	(635)

$\chi^2=224.071$ d. f. =9 p=.000

表2-2		ボランティアをする 【経験の有無】		合計
		あり	なし	
「ボランティア活動には参加すべきである」	賛成する	70.8%	29.2%	100.0% (192)
	まあ賛成する	52.7%	47.3%	100.0% (588)
	あまり賛成しない	39.8%	60.2%	100.0% (191)
	賛成しない	27.0%	73.0%	100.0% (63)
合計		52.1%	47.9%	100.0% (1034)

$\chi^2=54.614$ d. f. =3 p=.000

注) 表 2-1 は、20 歳以上に限定し、「選挙の時、選挙権がなかった」も除いている。

以上のように、中年層に比べると若年層の道徳・規範意識は低いものの、2002 年調査時点よりも高まっており、高い水準にある。また、年齢があがるにつれ、規範・道徳意識はさらに高まることが予想される。青少年の道徳・規範意識が低下しているという前提をおくことは適切とは言えないだろう。

【参考文献】

浜島幸司 2006「若者の道徳意識は衰退したのか」浅野智彦編『検証・若者の変貌—失われた 10 年の後に—』勁草書房

6-2. ナショナル・プライドの規定要因

(藤田 智博)

若者をめぐる社会学的な研究において、ナショナリズムの問題が真剣に検討されてきたとはいえない。作田(2001)や井上(1973)が対象としたような時代の若者であれば、戦争との関係において国や民族について思いをめぐらすこともあったであろう。しかし、戦後、そのような切迫した経験に日本の若者がさらされることは幸いにもなくなった。他方、1990年代以降、ナショナリズムの高まりがジャーナリズム等で指摘されるなか、若者と関連させながらいくつかの研究がなされてきた。例えば、高原(2006)は、雇用の不安定化がもたらす不安の高まりをナショナリズムの発露と結びつけた議論であろう。

ここでは、ナショナル・プライドの規定要因に関し、とりわけ青少年研究会の調査において得られる各種の項目(メディア利用、音楽、友人関係)との関連の検討を試みる。ナショナル・プライドに関する計量社会学的な研究は若者論に限らずなされているが、メディア、音楽、友人関係といった若者を理解する上で重要だとされた項目とナショナル・プライドとの関連については十分に研究されておらず、その点を補うことには一定の意義があると考えられる。

被説明変数は、日本の経済的な発展と科学技術分野での発展に関するナショナル・プライド 2 項目について、主成分分析から得られた第 1 主成分の主成分得点を投入した(寄与率はそれぞれ若年 0.763、中年 0.752)。

説明変数は、性別ダミー、年齢、婚姻の有無、仕事の有無、非正規ダミー、暮らし向き、教育年数、交際相手の有無、生活満足度、友人数、TV 視聴時間、ネット利用時間、2 チャンネル利用ダミー、音楽視聴時間とした。教育年数については通ったことのある学校の標準的な修業年限を足し合わせて変数とし、テレビ、ネット、音楽視聴時間については 1 日平均の時間を算出し、対数変換をしたものを投入した。また、中年層の分析においては、仕事の有無に関する変数は除外した。そして重回帰分析を行い、これら説明変数の効果を推定した(結果は表 1 と表 2)。

表 1 ナショナル・プライドの規定要因(若年)

	杉並区			神戸市		
	係数(標準誤差)			係数(標準誤差)		
(切片)	-1.457	(0.634)	*	-1.816	(0.626)	**
性別	0.153	(0.111)		-0.023	(0.117)	
年齢	0.018	(0.024)		-0.011	(0.023)	
婚姻	-0.180	(0.220)		0.020	(0.211)	
仕事の有無	-0.168	(0.175)		0.072	(0.173)	
非正規ダミー	0.119	(0.155)		-0.203	(0.182)	
暮らし向き	0.216	(0.116)	+	0.409	(0.136)	**
教育年数	0.010	(0.033)		0.082	(0.032)	*
交際相手	-0.070	(0.116)		-0.073	(0.125)	
生活満足度	0.563	(0.116)	***	0.257	(0.127)	*
友人数	0.107	(0.059)	+	0.168	(0.063)	**
TV 視聴時間	0.009	(0.033)		-0.020	(0.034)	
ネット利用時間	0.033	(0.055)		0.017	(0.054)	
2 チャンネル利用	0.130	(0.123)		0.193	(0.143)	
音楽視聴時間	0.001	(0.040)		0.037	(0.040)	
調整済 R ²	0.052		***	0.073		***
N	472			465		

表 2 ナショナル・プライドの規定要因(中年)

	杉並区		神戸市		
	係数(標準誤差)		係数(標準誤差)		
(切片)	1.905	(1.161)	1.989	(1.027)	
性別	-0.087	(0.181)	0.047	(0.160)	+
年齢	-0.021	(0.015)	-0.011	(0.014)	
婚姻	0.130	(0.183)	0.030	(0.181)	
非正規ダミー	0.039	(0.197)	-0.029	(0.177)	
暮らし向き	-0.307	(0.196)	-0.128	(0.176)	
教育年数	-0.059	(0.042)	-0.091	(0.038)	*
交際相手	0.111	(0.237)	0.111	(0.209)	
生活満足度	-0.388	(0.185) *	-0.649	(0.157)	***
友人数	-0.031	(0.095)	0.035	(0.088)	
TV 視聴時間	0.075	(0.055)	0.060	(0.055)	
ネット利用時間	0.051	(0.064)	-0.020	(0.053)	
2 チャンネル利用	-0.503	(0.210) *	-0.214	(0.230)	
音楽視聴時間	0.034	(0.047)	0.030	(0.042)	
調整済 R ²	0.041	*	0.071		***
N	243		253		

(‘***’)は 0.1%、‘**’)は 1%、‘*’)は 5%、‘+’)は 10%水準で有意、表 1 も同様)

分析の結果、若年層においては、生活満足度がナショナル・プライドを高める正の効果を有していることが確認できた。また、暮らし向きが良く、友人数が多いほど、ナショナル・プライドが高まることが確認された。これらから、若年においては現状の生活が充実していることによって自国に対する誇りが高まるメカニズムが示唆される。こういったメカニズムが、排他的なナショナリズムとどのように関連するのか、あるいはしないのかといった問題は別途、検討する必要があるだろう。また、非正規雇用やテレビ、ネット、音楽の利用とナショナル・プライドに関連は見られなかった。

【参考文献】

- 井上俊, 1973, 『死にがいの喪失』, 中央公論社.
 高原基彰, 2006, 『不安型ナショナリズムの時代』, 洋泉社.
 作田啓一, 2001, 『価値の社会学』, 岩波書店

6-3. 仕事をめぐる意識と価値観の「保守化」

(リクルートスタッフィング 岡本祐二)

若者の仕事をめぐる意識と価値観はどのように変化したのだろうか。本調査ではこの点について、以下の3つの質問項目を用いて2時点(2002年・2012年)で確認している。Q44e)仕事よりも趣味や家庭を大事にしたい、Q44f)仕事を選ぶときには、夢の実現よりも生活の安定を優先したい、Q44g)生活ができるのならば定職に就く必要はない、の3つの項目である。それぞれ「仕事／プライベートの優先順位(ワークライフバランス)」、「仕事の主観的意味(生活の安定／夢の実現)」、「仕事の流動性に対する感覚」の変化を確認している。

6-3-1. 仕事をめぐる意識・価値観の「保守化」

まずは単純集計の結果(2002年・2012年の経年比較)を表1にまとめた。仕事とプライベートの優先順位は10年間ほぼ変化していない(表1-1)。「仕事よりも趣味や家庭を大事にしたい」者が大多数(約75%)を占めている。逆に変化があったのは「仕事の主観的意味」と「仕事の流動性に対する感覚」で、「仕事を選ぶときには、夢の実現よりも生活の安定を優先したい」(＝「安定志向」と呼ぶ)は53.1%→58.5%へ増加し、また「生活ができるのならば定職に就く必要はない」(＝非「定職志向」と呼ぶ)は34.7%→30.9%へ減少している(表1-2、表1-3)。ここから若者の仕事をめぐる意識・価値観は「保守化」していることが読み取れる。

表1: 仕事をめぐる意識と価値観の経年変化

1-1) 仕事よりも趣味や家庭を大事にしたい (Q44-e)

	そうだ	どちらかとい えばそう	どちらかとい えばそうでは ない	そうではない	無回答
2012 年	24.9	50.5	20.1	3.4	1.1
2002 年	24.7	49.3	22.1	2.9	1

1-2) 仕事を選ぶときには、夢の実現よりも生活の安定を優先したい (Q44-f)

	そうだ	どちらかとい えばそう	どちらかとい えばそうでは ない	そうではない	無回答
2012 年	17.7	40.8	30.6	10.0	0.9
2002 年	14	39.1	35.9	10.2	0.8

1-3)生活ができるのならば定職に就く必要はない (Q44-g)

	そうだ	どちらかとい えそう	どちらかとい えそうでは ない	そうではない	無回答
2012 年	10.4	20.5	37.3	30.9	0.9
2002 年	8.5	26.2	40.9	23.8	0.5

6-3-2.「保守化」の規定要因

それでは、若者の就業意識の「保守化」はどのような背景によって促進されているのだろうか？ここでは上記の「安定志向」と「定職志向」の規定要因を、基本属性とのクロス集計により分析する。結果を表 2 に記した。

まず「安定志向」の規定要因であるが、雇用形態(*正規>非正規)と結婚の有無(**既婚>未婚)が「安定志向」に影響を及ぼしていた。すなわち、正規雇用での就業と結婚が仕事に「夢の実現よりも生活の安定」を求める意識を高めていた。

また「定職志向」の規定要因については、年齢(***10 代後半)、就業の有無(***学生)、雇用形態(***正規雇用)、高校時代の部活・サークル活動(***運動部系での積極活動)と複数の要因が複合的に影響を及ぼしていた。とりわけ興味深いのは、年齢が 10 代後半・学生であること、また高校時代の運動部系での積極活動が「定職志向」を促していることである。逆に、高校時代に部活・サークル活動をしていないこと(無所属)や専門卒・短大卒、雇用形態が非正規であることは「定職に就く必要はない」という意識の形成に寄与している。

表 2：安定志向／定職志向の規定要因

	安定志向	定職志向
性別(男／女)	n.s.	n.s.
年齢	n.s.	***10代後半78.2%>20代前半67.9%=20代後半67.9%
結婚の有無	**既婚75.5%>未婚57.1%	n.s.
親との同居の有無	n.s.	n.s.
就業の有無	n.s.	***学生76.6%>有職63.6%
雇用形態	*正規65.8%>非正規56.3%	***正規69.8%>非正規55.2%
学歴	n.s.	*その他70.6%>専門卒58.9%・短大卒55%
高校時代の部活動	n.s.	***運動部系で積極的に活動76.3%>その他>*無所属62.7%
父の学歴	n.s.	n.s.
母の学歴	n.s.	n.s.

※カイ二乗検定結果:***0.1%水準で有意($\alpha<0.001$), **1%水準で有意($\alpha<0.01$), *5%水準で有意($\alpha<0.05$)

【まとめ】

本調査の分析結果から、以下の 2 点が明らかになった。

まず第一に、全体の傾向として、1990年代から2000年代にかけて「フリーター」(若年非正規雇用者)の増大が社会問題となった際にその主たる原因として論じられた、若者の仕事をめぐる意識・価値観の変化は、「生活の安定」と「定職」を望む保守的メンタリティに回帰していることが確認できた。

第二に、その保守的メンタリティを支える要因として、正規雇用や家庭(結婚)など守るべき「生活」があることや、過去・現在に定まった「組織」(会社や学校・運動部)に所属している(あるいは所属した経験のある)ことが、ますます「生活の安定」や「定職」を求める意識を強めていることが確認できた。逆にいえば、「生活の安定」や「組織」から離れるほど、仕事に夢の実現を求めたり、定職にこだわらない傾向が見られた。

これらの結果は、山田昌弘による「希望格差」仮説を概ね支持しているように思われる。山田は10年前に、雇用や家族、教育の格差が「希望」(=将来の予測可能性)の格差を生み出し、社会を分断してしまうリスクを指摘していたが(山田 2004)、現代の若者はまさにそれらのリスクが顕在化してきたことで、ますます仕事に「生活の安定」や「定職」を求めるようになっていいると考えられる。

【参考文献】

山田昌弘, 2004, 『希望格差社会』筑摩書房.

6-4. 経済的成功に対する若者の意識——2002 年と 2012 年の比較

(茨城大学 寺地幹人)

6-4-1. 背景と問い

本稿では、都市若年層の経済的成功に対する意識について、2002 年調査と 2012 年調査のデータを分析し、考察する。本研究会ではかつて、藤村(1995)、浜島(2004)、ハマジ(2006)が、これについて分析・考察した。そのポイントは、① 偶然要因への評価が安定していることに下支えされた「<結果の問われない>努力主義」が特徴であること、②しかし 2002 年調査の分析からは、そうした日本の努力主義は、才能を重視する形に変化しつつあるのではないかということ、であった。これに対して本稿では、2002 年と 2012 年を比較することで、(1) 2002 年時点の傾向は継続しているのか、それとも別の何かが特徴的になったのか、(2) (1)は時代の変化に伴ったものなのか(時代効果)、それともある特定の世代の特徴(世代効果)、あるいは特定世代が年齢を重ねたことによるものなのか(年齢効果)、という 2 つの点を検討する。

6-4-2. 方法

分析で注目する質問項目は、「あなたは、現在の日本の社会で経済的に成功するのに重要なものは何だと思いますか」(2002 年若年票 Q30、2012 年若年票 Q49、2012 年中年票 Q47)で、これに対し、「生まれ育った家庭の環境」「個人の才能」「個人の努力」「運や偶然」の選択肢 4 つに順位付けする方法で回答が求められている(2002 年、2012 年若年・中年共通)。

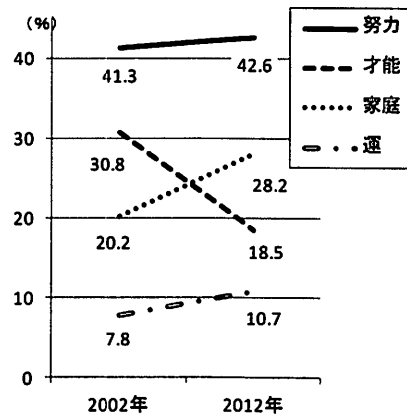
なお、前述の(1)については、以下がより具体的な検討点となる。

(1) → (A)努力重視は 2002 年と同程度か、それ以上に衰退しているか。

(B)才能(個人・閉鎖性)が重視されつつあるのではないかという 2002 年時点の指摘は、2012 年時点でもあてはまるか。

6-4-3. 分析

まず(1)の(A) (B)についてだが、ここでは傾向をより簡素に理解するために、1 番目に重要視する要因に注目する(図表 1)。最も特徴的といえるのは、両時点の 2 位と 3 位が入れ変わったということだろう。2002 年には「個人の才能」が 30.8%で 2 位だったのに対し、2012 年では 18.5%までその割合を落として 3 位になっている。対して、2002 年で 20.2%(第 3 位)だった「生まれ育った家庭の環境」が、2012 年で 28.2%となり第 2 位になった。また、「個人の努力」に関しては、2002 年 41.3%、2012 年 42.6%と微増しているがほぼ同程度の割合となっている。



図表 1 経済的成功に重要だと考える要因（1 番目）の 2 時点比

以上から、(A)(B)に対して以下のように言えるだろう。

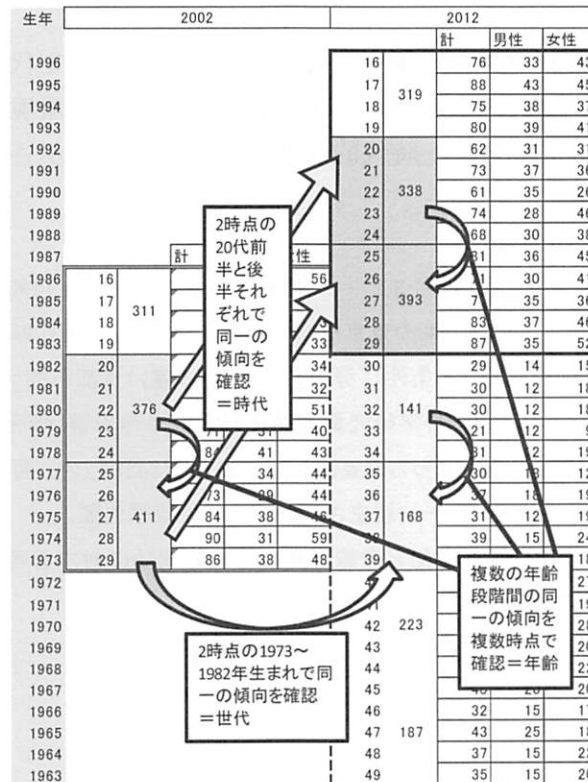
(A) →「個人の努力」を経済的成功の要因と考える者の割合に大きな変化はない。

(B) →才能（個人・閉鎖性）を重視する成功観は衰退し、生まれ育った家庭の環境（非個人・閉鎖性）を重視する成功観が台頭しつつある¹⁴。

次に(2)について、時代／世代／年齢の効果の峻別の方法だが、今回の分析で用いる 3 つのデータセットの年齢分布・年齢きざみの都合から、図表 2 のように、20～29 歳あるいは 30～39 歳に注目し、分析を行う。

¹⁴ 浜島(2004)は、＜個人⇄社会＞と＜開放性(平等)⇄閉鎖性(限定)＞という 2 つの軸を用いて 4 つの成功要因を整理しており、それに依拠した表現だが、本稿では「社会」ではなく「非個人」とした。

図表 2 時代・世代・年齢効果の検証のポイント



時代効果：複数の同一年齢層を異なる時点間で比較し、同一の違いが複数の年齢層で確認されれば（＝年齢層が同一かつ単一の年齢層のみの傾向ではない）、時代による変化と考えることとする。具体的には、「2002年と2012年の20歳代前半」および「2002年と2012年の20歳代後半」を比較する。

世代効果：同一世代を異なる時点間で比較し、同一の傾向が確認されれば、その世代に特徴的な傾向として考えることとする。具体的には、「2002年の1973～1982年生まれ」と「2012年の1973～1982年生まれ」を比較する。

年齢効果：複数時点で複数の世代内の年齢段階間を比較することで確認する（複数時点にし、かつ特定の世代内のみの年齢段階間の検証を避けることで、世代効果と区別する）。複数時点・複数世代における傾向が同一であれば、年齢効果と考えることとする。具体的には、「2002年の20歳代前半と後半」「2012年の20歳代前半と後半」「2012年の30歳代前半と後半」の3つを比較する。

紙幅の都合もあるので、結果のみ説明すると、世代効果や年齢効果ではなく、時代効果によるものと判明した¹⁵。

¹⁵ 詳細は、寺地(2013)参照。

6-4-4. 結論

本稿の分析では、個人の努力を最も重視する傾向は 2000 年代を経ても変化はないが、次いで重視する要因が個人の才能から、生まれ育った家庭の環境へと移り変わっており、これは、今日の若年層に限らず、時代的な変化によることが示された。

【参考文献】

- 藤村正之, 1995, 「生得:努力:偶然=3:5:2 ——何が人生を決めるのか」川崎賢一・芳賀学・小川博司編『都市青年の意識と行動——若者たちの東京・神戸 90's ; 分析篇』恒星社厚生閣.
- 浜島幸司, 2004, 「経済的に成功する条件;『努力』と『才能』の違い」『都市的ライフスタイルの浸透と青年文化の変容に関する社会学的分析』科学研究費補助金研究成果報告書(研究課題番号:13301011).
- ハマジ・ハツアリーノ・Jr, 2006, 「新 どっちの要因ショー」岩田考・羽渕一代・菊池裕生・苔米地伸編『若者たちのコミュニケーション・サバイバル——親密さのゆくえ』恒星社厚生閣.
- 寺地幹人, 2013, 「現代青少年の文化と意識(6) 経済的成功に対する考えの特徴と変化」第 86 回日本社会学会大会報告原稿.

6-5. 時間感覚と関わる「生活の志向性」の分析

(二方 龍紀)

6-5-1. 「生活の志向性」の単純集計

表 1 「生活の志向性」の単純集計	若年票 (16～29 歳)	中年票 (30～49 歳)
過去を振り返って、いろいろと思い出しながら過ごしている (過去志向)	19.7%(207)	11.5%(83)
いま現在の現在の充実感をもっとも大事にしながら生活している (現在志向)	27.0%(283)	30.3%(218)
よい未来を迎えられるよう、それに向けて努力をしている (未来志向)	28.3%(297)	30.3%(218)
何かを深く意識することなく流れるまま日々を暮している (無意識)	22.2%(233)	26.4%(190)

この項目は、「ふだんの生活態度」について聞いた項目であり、生活の中での「時間意識」に関わる「生活の志向性」を表すものになっている。まず、若年票と中年票を比較すると、若年票での「過去志向」の高さ、あるいは、中年票での「無意識」の高さが明らかになった。

6-5-2. 諸属性と「生活の志向性」のクロス集計

表2 諸属性と「生活の志向性」のクロス表			過去志向	現在志向	未来志向	無意識
性別	若年票	男性	20.8%(99)	24.8%(118)	30.5%(145)	23.9%(114)
		女性	19.9%(108)	30.3%(165)	27.9%(152)	21.9%(119)
		検定				
	中年票	男性	10.9%(36)	32.0%(106)	34.1%(113)	23.0%(76)
		女性	12.4%(47)	29.6%(112)	27.8%(105)	30.2%(114)
		検定	*			
年齢層	若年票	年齢下位層 (16～20才)	23.2%(86)	28.4%(105)	24.6%(91)	23.8%(88)
		年齢中位層 (21～25才)	20.9%(73)	25.8%(90)	29.8%(104)	23.5%(82)
		年齢上位層 (26～29才)	15.9%(48)	29.2%(88)	33.9%(102)	20.9%(63)
		検定	*			
	中年票	年齢下位層 (30～36才)	16.7%(34)	24.6%(50)	29.6%(60)	29.1%(59)
		年齢中位層 (37～43才)	11.2%(30)	32.5%(87)	25.4%(68)	31.0%(83)
		年齢上位層 (44～49才)	8.0%(19)	34.0%(81)	37.8%(90)	20.2%(48)
		検定	***			
未婚/既婚	若年票	未婚	21.5%(197)	27.3%(251)	27.0%(248)	24.2%(222)
		既婚	8.4%(8)	30.5%(29)	49.5%(47)	11.6%(11)
		検定	***			
	中年票	未婚	16.0%(27)	23.7%(40)	30.8%(52)	29.6%(50)
		既婚	10.0%(51)	33.4%(171)	30.7%(157)	26.0%(133)
		検定	**			
暮らし向き	若年票	余裕がある	16.5%(51)	29.7%(92)	33.9%(105)	20.0%(62)
		ふつう	17.9%(80)	30.6%(137)	27.7%(124)	23.9%(107)
		苦しい	29.5%(76)	20.5%(53)	25.2%(65)	24.8%(64)
		検定	***			
	中年票	余裕がある	8.8%(14)	40.3%(64)	29.6%(47)	21.4%(34)
		ふつう	12.4%(39)	30.3%(95)	30.9%(97)	26.4%(83)
		苦しい	12.9%(30)	25.3%(59)	31.8%(74)	30.0%(70)
		検定	*			

(***=1%水準で有意、**=5%水準で有意、*=10%水準で有意)

6-5-2-1. 性別

性別とのクロス集計では、中年票のみで有意な結果が得られた。男性は、「未来志向」が多い傾向がみられ、女性は、「無意識」が最も多かった。若年票では、有意な結果が得られなかったが、男性は、「未来志向」が強く、女性は、「現在志向」が強かった。

6-5-2-2. 年齢層

年齢層とのクロス集計では、若年票・中年票ともに有意な結果が得られた。若年票では、年齢下位層で、「現在志向」が多い傾向がみられ、年齢中位層・年齢上位層で「未来志向」が多い傾向が見られた。中年票では、年齢下位層で「未来志向」が多く、年齢中位層で「現在志向」が多く、年齢上位層で、「未来志向」が強い傾向が見られた。

6-5-2-3. 未婚/既婚

「未婚/既婚」の属性とのクロス集計では、若年票・中年票ともに有意な結果が得られた。若年票では、未婚の場合に、「現在志向」が最も多く、既婚の場合は、「未来志向」が最も多い。中年票では、未婚の場合は、「未来志向」が最も多く、既婚の場合は、「現在志向」が最も多かった。

6-5-2-4. 暮らし向き

「暮らし向き」とのクロス集計では、若年票・中年票ともに有意な結果が得られた。若年票の結果は読み取りやすく、「余裕がある」人は「未来志向」、「ふつう」な人は「現在志向」、「苦しい」人は、「過去志向」がそれぞれ最も多いという結果になった。中年票では、「余裕がある」人は「現在志向」、「ふつう」や「苦しい」人は「未来志向」が多いという結果になった。

6-5-3. まとめ

以上の結果をまとめる。若年票の分析からわかったこととしては、「年齢が上がると現在志向から未来志向になる傾向（未婚者は現在志向、既婚者は未来志向）」と「暮らし向きにおいて、余裕がある方が未来志向、苦しい方が過去志向の傾向」ということになる。生活に余裕が出てくことによって、自分の将来についての展望を考える余裕が出てくるということだろうか。

それに対し、中年票では、若干違う傾向が見られる。「一部の年齢層以外は基本的に未来志向が強い(37～43 歳層は現在志向)」 「暮らし向きにおいて、余裕がある方が現在志向、ふつう・苦しい方が未来志向」という結果になっている。中年層においては、生活に余裕があるときに、今現在の充実感を志向する傾向が見られる。

この「生活の志向性」は、「未婚/既婚」といった家族の構成や「暮らし向き」といった経済環境などの回答者の生活状況によって、異なる傾向を見せている。若年層と中年層の異なる傾向が、年齢の効果なのか、あるいは、コーホートによる効果なのか、経年比較などより詳細な分析が必要であると考えられる。

6-6. 若者の身体加工経験

(日本女子大学 学術研究員・非常勤講師 木村絵里子)

若者は、どのような身体加工をおこなっているのだろうか。身体加工という行為に備わる社会的機能、加えてこれらと自己との関係については、これまで社会学において十分な議論がなされてきたとは言いがたい状況にある。だが、コミュニケーション・メディアとしての身体への役割が重要性を増しているとするならば、これらは検討すべき課題であると言えるだろう。本研究会による 2012 年調査では、身体加工に関連する質問項目として、「髪の色を変える(q43b)」「(図表:髪のカラリング)」、「体型管理のために運動や食事制限をする(q45h)」「(図表:体型管理)」、「美容のためにエステ・クリニック等に通う(q45g)」「(図表:美容エステ・クリニック)」、「美容整形をする(q45i)」「(図表:美容整形)」の経験の有無について尋ねている。ここでは、各身体加工項目の単純集計と、これらの項目と基本的属性との関連について確認したい(本調査では、「髪の色を変える」以外の身体加工を今後経験したいかについても尋ねているが本稿では省略する)。

図表1にある通り、これら身体加工のなかで経験率の最も高いものが、運動や食事制限による「体型管理」(60.1%)であり、次いで「髪のカラリング」(45.8%)、美容のための「エステ・クリニック」(24.2%)となる。そして最も低いものが「美容整形」(1.6%)である。図表は省略するが、「髪のカラリング」と「美容整形」のみは、前回調査(2002 年)の結果と比較が可能であり、2002 年時における「髪のカラリング」経験率は 69.0%(N=1092)、「美容整形」経験率は、0.7%(N=1082)であった。この 10 年の間に「髪のカラリング」の経験率は、23.2 ポイント有意に減少したが(Somers'd = - .232, p=.000)、「美容整形」は 0.9 ポイント増えているものの有意ではなかった(Somers'd = .009, p=.058)。もっとも「髪のカラリング」については、この 10 年間ににおける流行の推移やその行為の意味合いが変わりつつあることに考慮する必要があるだろう。

図表1. 身体加工経験と基本的属性

		髪のカラリング	N	体型管理	N	美容エステ・クリニック	N	美容整形	N
全体		45.8%	1044	60.1%	1042	24.2%	1041	1.6%	1040
性別	男	28.9%	484	51.5%	482	6.0%	482	0.8%	481
	女	60.4%	560	68.4%	560	40.3%	559	2.3%	559
	χ^2 検定	***		***		***		n.s.	
年齢層	10代後半	29.2%	318	47.3%	315	8.0%	314	0.3%	313
	20代前半	52.4%	334	57.7%	336	24.7%	336	1.8%	336
	20代後半	53.6%	392	73.7%	391	37.3%	391	2.6%	391
	χ^2 検定	***		***		***		n.s.	
身分	学生	34.0%	485	51.9%	484	11.8%	483	1.0%	483
	学生以外	56.0%	557	68.0%	557	35.2%	557	2.2%	556
	χ^2 検定	***		***		***		n.s.	
学歴 (学生以外)	中・高卒	58.7%	189	64.9%	188	31.4%	188	2.1%	187
	大卒	54.6%	368	69.6%	369	37.1%	369	2.2%	369
	χ^2 検定	n.s.		n.s.		n.s.		n.s.	
平均可処分所得		58611.23円	463	46800.64円	617	56136.00円	250	42117.64円	17

そして前回調査では、「エステティックサロンに通う」や「フィットネスクラブやスポーツジムに通う」という質問項目が設定されていたが、前者の経験率は 12.4%(N=1083)、後者は 31.9%(N=1081)であった。いずれも増加傾向にあると言えるかもしれない。しかし、2012 年時の質問項目には、それぞれ「(美容のための)クリニックに通う」や「食事制限」という文言に加わっているため、その効果である可能性もおおいに考えられる。

これらの身体加工のなかでは、「美容整形」経験者の割合の低さが目を引く。詳細な検討を要するが、日本における美容整形に対する抵抗感は依然として存在しているものと思われる。運動や食事制限による「体型管理」や「髪のカラーリング」のほうが、より一般的な身体加工であると言えるだろう。

次に、これら身体加工経験と属性との関連をみていきたい。まず、「美容整形」以外の身体加工の経験率では、男性よりも女性のほうが有意に高くなっている。「髪のカラーリング」と「美容エステ・クリニック」では、男女間で 30 ポイント以上の差が生じており、一方、男性の経験率が半数を超えているのは「体型管理」のみであった。年齢層別では、こちらも「美容整形」以外の身体加工において有意な差が確認でき、年齢の上昇とともに経験率が増している。とりわけ「体型管理」は、20 代後半の年齢層において 7 割もの経験率である。身分別においても「美容整形」以外の身体加工で、学生と比べて学生以外の経験率が有意に高くなっている。学歴別にみていくと、「髪のカラーリング」では中・高卒者の割合が、「体型管理」、「美容エステ・クリニック」、「美容整形」では大卒者(高専・短大・大学・大学院卒)の割合が高くなっているものの、有意な差ではなかった(さらに雇用形態別においても有意な差は確認できなかった)。可処分所得の平均値で、経験の有無において有意な差がみられたのは、「髪のカラーリング」のみである。経験がない人の平均可処分所得は 38292.11 円であり、経験のある人のほうが高くなっている(t 検定: $p=0.008$ 図表は省略)。カラーリングは、一度だけでなく継続しておこなわれる必要があるため、その分の費用等のコストと関連していると思われる。

では、各身体加工経験者における意識や行動には、なんらかの違いがみられるのであろうか。菊池(2006)は、本調査の 2002 年データから、「美容整形」経験者・希望者の特性として自己肯定感がきわめて低いことを明らかにしており、身体改造という行為が自己および他者関係をめぐる不安や不満の解消の手段である可能性について指摘する。ただ、(詳細な分析は別稿に譲るが)2012 年調査データでは、やはり「美容整形」希望者の自己評価(今の自分が好き:49.1%, χ^2 検定: $p=0.000$)は低いものの(経験者では 52.9%で非有意)、「(美容)エステ・クリニック」経験者では高い結果となっている(同:71.9%, χ^2 検定: $p=0.011$)。つまり、一口に「身体加工」といっても各行為の意味合いは、少なからず異なっていると考えられるのである。したがって今後は、各身体加工経験の規定要因を探っていきながら、以上の点について明らかにしていくことを課題としたい。

【参考文献】

- 菊池裕生, 2006, 「なぜあなたは身体を変えたいの? ——コミュニケーション・メディアとしての身体と若者」岩田考・羽渕一代・菊池裕生・苫米地伸編『若者たちのコミュニケーション・サバイバル——親密さのゆくえ』恒星社厚生閣: 39-52.

6-7. “ポスト・オウム世代”と“ジャスト・オウム世代”の宗教意識

(盛岡医療福祉専門学校 菊池 裕生)

井上順孝らが1995年より大学生(一部専門学校生を含む)を対象として行っている宗教意識調査によれば、特に東日本大震災発生前後から、「信仰を持っている」と回答する若者が増えてきているという。この調査は、サンプルの抽出が無作為ではないが、90年代中盤以降の特に若者たちの宗教意識(の変化)を知る上で示唆的なものだ。2012年に実施された最新の調査結果(第11回)では、「信仰を持っている」という学生が16.1%となっている。95年の第一回の調査から00年にかけておおよそ6~7%代、それ以降10%前後で推移してきたものが、ここに来てその1.5倍ほどの若者が「信仰を持っている」と回答した、という結果が示されたわけである。ちなみに、20代前後の若者世代で「信仰を持っている」と回答する割合は、大手新聞社等の意識調査を概観しても、一桁台から多くとも10%後半にとどまる。井上は、第11回調査で示された「信仰をもつ」若者の増加傾向を、オウム真理教事件の影響で広まった宗教に対する悪い印象が時とともに薄れたことや、神社(いわゆる“パワースポット”)や仏像に対する関心の高まりがあるのではないかと分析している(朝日新聞2014年1月15日付朝刊)。地下鉄サリン事件が起きたのが1995年である。今回我々が対象とした若者たちは1982年から95年に生まれた世代であり、井上等の調査対象となっている世代と重なる。一連のオウム真理教が引き起こした事件が社会を騒がせていた時代、彼・彼女等は中学生以下の年齢であった。「事件があったことは覚えているが、詳しいことについては分からない」という若者が多い世代ではないかと推測される。

それに対し、本調査の対象となった30~49歳のいうなれば“中年”層は、90年代半ば当時、今回の若者層とほぼ同じ年齢であった。社会に対する感心や理解が高まってくる多感な年齢であった時期に、自分たちと同世代の若者が社会を震撼させる数々の事件を起こしたという事実直面させられた世代である。オウム真理教のみならず、80年代中盤から90年代中盤にかけ、新宗教がなにかと社会を騒がせていた時期に若者であった者たちが、時間を経て現在、どのような宗教意識を抱いているのかを本調査から見てとることができるのではないかな。

上記を踏まえ、本調査の対象となった若者を、社会全体が宗教に警戒感を強くしたオウム真理教の一連の事件が生じたその前後に生まれた世代を“ポスト・オウム世代”とし、同じく中年層を、その前後に若者であった“ジャスト・オウム世代”として捉え直した上で、それぞれの世代の宗教に対する意識を比較してみることにする。

【表・1】

	特定の宗教教団に所属したことがある	今後特定の宗教教団に所属したい	大切なことを決めるとき判断材料として、次のようなことを重視しますか。	
			神仏などの教え	占いの結果
若 者	5.4%	4.3%	4.8%	3.5%
中 年	6.8%	5.1%	4.4%	3.9%

【表・1】に見るように特定の宗教教団への経験のあるものは若者で5.4%、中年でもわずか6.8%である。一般に、信仰があるかないかを問う調査では3割程度が肯定する傾向があるが、特定の教団への所属の有無を問う調査の場合の肯定率は1割を切る傾向にある。そのように考えると、本調査の結果は際立った肯定率を示しているとは言えない。また、本調査では、今後特定の宗教教団に所属したいかどうかを合わせてたずねているが、結果は、若者、中年ともに、教団に所属した経験がある者の割合よりも「今後したい」と答えている者の方が少ない。今後宗教教団に所属してみたいという希望を持つ者は、既に経験がある者よりもさらに少ないという結果である。若者、中年ともに、教団へ所属することに何らかの期待、あるいは所属することによって得られるかもしれない希望のようなものを持つと思われる者はごく少数に限られていると言える。

また、大切なことを決める判断材料として「神仏などの教え」を重視する、とした者は、若者、中年ともに4%台に留まる。これは、同じ質問で「占いの結果」を重視する(若者 3.5%、中年 3.9%)と答えた者の比率よりは若干高いが、「自分の意見や信念」(若者 79.0%、中年 79.7%)や「好き・嫌いなどの自分の感覚や直感」(若者 64.9%、中年 57.9%)といった(「教え」などといった自分の外側にある基準ではなく)自分の内側に持つ基準を重視する者に比べて、はるかに少数派だという結果である。

以上の結果を他の信頼性の高い大規模調査の結果と比較すると、今回調査の対象となった若者、中年から、宗教やその教えに特に高い(あるいは低い)関心を見て取ることはできない。また、“ポスト・オウム”と“ジャスト・オウム”二つの世代の間に、有為な差を見出すこともできなかった。

以上をもって単純に、オウム真理教が引き起こした事件を巡る体験の違いが、およそ 20 年後の

現在、宗教に対する意識に差異を生じさせてはいない、などと結論付けることはもちろんできない。しかし、少なくとも現在の 10 代後半から 30 代後半の人々たちの間には共通して、一連の事件直後の宗教に対する過剰なまでの警戒感をもはや見ることはできない。

【表・2】

	「前世・来世」 や「あの世」の 存在を信じてい る	ヒーリング(癒 し)グッズを身に ついたり使ったり したことがある	今後、ヒーリング (癒し)グッズを 身につけたり使っ たりしたい
若 者	48.6%	34.1%	47.5%
中 年	42.2%	38.1%	41.5%

たとえば【表・2】にみるように、「前世・来世」「あの世」の存在を、いずれの世代も5割に近い人がその存在を信じている、と回答していることは注目してよいだろう。いうまでもなく、前世やあの世は、宗教的世界観から生み出されたものである。また、(それがおしなべて宗教的な世界を起源としているとは言えない側面もあるが、)その物質の科学的あり様とは必ずしも一致しない神秘的なパワ

一を感じられたり、信じられたりするという意味では宗教的な意味を濃く帯びているヒーリンググッズに対し、興味や関心を寄せていると思われる人々が4割前後も存在している。

特定の宗教教団へ所属することや、宗教的な教えに対する興味や関心が薄い一方で、宗教起源の世界観がおよそ半数に近い人々に信じられているという結果には注目すべきである。一般に、年齢が若い層ほど、いわゆるオカルト的な世界観を支持する傾向が強いといわれるが、もはや若者といえない中年層であっても4割超が、「前世・来世」「あの世」の存在を信じ、物質に宿る神秘的なパワーを信じているのである。特定の宗教(教団)に所属することへの感心が薄い一方で、超越的・神秘的な世界観への関心が高いという結果から、現代の若者たちの宗教へ対する一つの特徴が見出される。特定の宗教(教団)には所属していないしする気もないが、宗教的な世界観に対し局所的な共感や関心を持っている、そんな姿である。ここに、特に若者たちにとって、信仰するとは何か、宗教とは何か、という問題が改めて問われる必要が出てくる。これらさらに踏み込んだ分析は、稿を改めることとする。

【引用文献】

石井研士,2007,データブック現代日本人の宗教 増補改訂版,新曜社

国学院大学日本文化研究所,2013,第11回学生宗教意識調査報告,国学院大学

PDF 版には
資料ページは
含まれておりません。

研究会サイトに
掲載しているものを
ご参照ください。

平成 23 年度～平成 25 年度
文部科学省科学研究費補助金・基盤研究（A）研究成果報告書
流動化社会における都市青年文化の経時的実証研究
—世代間／世代内比較分析を通じて—

【発行】 上智大学総合人間科学部社会学科
〒103-8554 東京都千代田区紀尾井町 7-1
電話 03-3238-3549

【発行責任者】 藤村 正之

【発行日】 2015 年 3 月 31 日

【印刷・製本】 大野印刷（株）
〒179-0081 東京都練馬区北町 1-42-2
電話 03-3559-4167