

「スPENDシフト」の背景を探る

——多様な豊かさ観と望む生活の違いが消費を変える——

佐野 美智子

Exploring the background of “SPEND SHIFT”

——Diversifying Meanings of “Affluence” and Many “Desirable Ways of Living” Change
“the Way We Spend Money”——

Michiko SANO

要旨：本稿では、〈豊かさ〉の意味の変化が、手に入れたいと望む生活を変え（つまり、消費の目的を変え）、それが消費者行動の変化をもたらしていることについて考察した。分析には、2016年6月に実施したインターネット調査のデータを用いた。まず、重視する〈豊かさ〉の個人差要因を明らかにするために、消費者資源との関連を分散分析による差の検定により明らかにした。消費者資源として検討したのは、金資源（収入と貯蓄）、時資源（自由裁量時間）、人資源（社会関係資本）の3つである。経済面の不安という心理面の影響についても検討した。〈豊かさ〉として取り上げたのは、「金銭面の豊かさ」「物質面の豊かさ」「時間面の豊かさ」「つながりの豊かさ」「知識や情報の豊かさ」の5つ。どの〈豊かさ〉を重視するかによって、〈望む生活〉が異なり、「消費を充実させたい」あるいは「控えたい」と思う消費分野が異なることを実証した。「つながりの豊かさ」や「時間面の豊かさ」、「知識や情報の豊かさ」を重視する人は、各資源を豊かに持つ傾向にあり、バランスのとれた充実した暮らしを望み、時間消費（経験・社交・共有の要素を含む消費）を主導する。一方、「金銭面の豊かさ」を重視する人は、金資源を始め各資源が乏しく、毎日の生活で経済面の不安を感じる傾向が高い。がんばってワンランク上の暮らしを目指し、現時点の消費態度は禁欲的である。そして、「物質面の豊かさ」を重視する人は、身の丈の安定した堅実な暮らしを望む。ほどほどに満足している現状を維持し、持続可能にするため、資源欠乏や不安心理といった状況にはないものの、今のところ消費よりは貯蓄に積極的な態度を示すことがわかった。現在の消費市場は、これら3つの方向性を持つ消費者が混在しているとみられる。

キーワード：豊かさ、望む生活、消費者資源、つながり、身の丈

1. 問題設定

消費者が重視する豊かさは、必要な物、欲しい物を手に入れ所有することから、充実した時間を過ごすことに移行してきている。充実した時間は、新たな体験、多様な体験から生み出され、また、社会的な交わりを伴う体験から生み出される。今の消費者は、人と経験を共有し、時間を共有することに充実を感じ、そうしたことを〈豊かさ〉として重視するようになってきているようだ。

重視する〈豊かさ〉の変質は、手に入れたいと望む生活の内容を変えるだろう。現在、消費の新しい方向として、「物の所有から体験に意味を求める支出へ」「占有から共有（シェア）へ」という、時間や社交を重視する方向への変化が目立つ。同時に、「最高／最良」を求めるランクアップ消費から、「ほどほど」で満足する〈身の丈〉消費への変化もうかがえる。こうした消費変容は、消費者が重視する〈豊かさ〉と〈望む生活〉の変質を反映したものだと考えられる。また、高い経済成長が見込めず、将来の経済不安が大きい環境にあることも、「ほどほど」の満足や幸せを求める消費態度につながっていると考えられる。

現在は、多様な〈豊かさ〉観が併存し、それぞれの〈豊かさ〉観を背景にした「手に入れたいと望む生活」のイメージも、人それぞれに異なる社会である。こうした多様性は、世代や年齢層による偏りはあるのだろうか。また、各世

代、各年齢層の中での多様性は、どのような要因によって規定されているのだろうか。

多様な〈豊かさ〉観の個人差要因を検討するためには、収入・貯蓄など金銭面に加えて、ゆとりの時間や人のつながりといった、金・時・人にかかわる資源の違いを考える必要があるだろう。また、資源の違いだけでなく、現在の日本の経済状況もたらす家計不安という心理要因も、時代の影響として考える必要があるだろう。

本稿では、重視する〈豊かさ〉が年齢層によって異なることを実証した上で、年齢層ごとに、〈豊かさ〉観の個人差要因について、資源の違い、経済不安心理の違いから検討する。また、重視する〈豊かさ〉が、どのような〈望む生活〉に結びつくのかについても、年齢層ごとの特徴を明らかにする。最後に、〈望む生活〉の内容ごとに、支出分野別の消費態度の違いを検討する。

〈豊かさ〉観の変化は、世代効果、年齢効果（特にライフステージ要因の効果）、時代効果（特に経済環境の効果）を総合して検討する必要があるが、本稿ではクロスセクションデータを利用するため、検討内容は限定的になる。一時点の横断的研究であるが、年齢による違いを解釈する際に、当該年齢層の主要な世代の特徴に関する記述を加えながら検討を進めることにする。また、時代の特徴として、家計が感じる経済不安を考慮しながら検討を行う。

本稿の流れは以下のようになる。まず、第2節では、〈豊かさ〉の変遷や最近の消費変容についての先行研究をまとめるとともに、世論調査の時系列データにみる〈豊かさ〉や暮らし方の変化を示す。第3節では、本稿の分析に利用する質問紙調査の概要と、分析に用いる変数や分析方法について説明する。第4節で分析結果の記述と考察を行い、最後に第5節で、総合的考察と今後の課題をまとめる。

2. 豊かさ観の変化と消費態度・行動の変化

(1) 豊かさ観の変遷

〈豊かさ〉は、物を中心とした富の蓄積を意味するだけでなく、多様な経験の積み重ねや充実した時間の使い方を意味する言葉に変化してきている。経験や時間を共有する他者とのつながりも含まれるようになった。〈豊かさ〉の意味の移り変わりを概観してみよう。

モノに依存した豊かさからの脱却は、すでに1950年代後半の時点で、アメリカの社会学者リースマンが『何のための豊かさ』所収の「豊かさのゆくえ」と題する論文で指摘している（Riesman, 1957=1968: 179-88）。高度経済成長下で大衆消費社会が世界に先駆けて絶頂を迎えた頃に、「物質を自己目的的に貪欲に追求するという姿勢は、現金および土地に対するそれをのぞけば、アメリカ社会では衰退の方向に向かいつつある」（ibid., 182）と、リースマンは言う。「物の世界では飽和状態が発生しうる。本当に飽和状態ということのありえないマーケットは、具体的な物の形をとらない物の世界である」（ibid., 182）とも述べ、これからの消費の方向性を示唆している。

豊かさについての議論は1970年代後半以降、特に1980年代になると、〈豊かさの見直し〉〈消費者の願望（アスピレーション）の変質〉として盛んになった。ポスト工業化が進む社会においてサービスに対する支出比率が高まるなど、消費行動の変化を説明する理論が必要となったのである。

例えば、ワクテルは、「成長を当然のことと思ひ込み、ものを持つことに慣れ、それが以前より多いか少ないかだけ気をしているうちに」、アメリカ人は「豊かさの水準」と「水準の上昇」の問題を混同し、もはやアメリカが「豊かな社会」であると感じられなくなっていると指摘した（Wachtel, 1983=1985: 26-28）。ワクテルは心理学の順応水準理論⁽¹⁾を援用し、「生活の喜びと刺激を主として富の蓄積に求めるかぎり、われわれの一生はトレッドミルを踏むことに費やされる」という。その上で、「願望の対象をもっと順応水準効果に支配されない体験に求める」ことを提言する。「たとえば、人間関係を楽しみ、感覚を磨き、美的体験を積む」「経験の新しさと多様さが感覚の鈍磨を防いでくれるだろう」と指摘する（ibid., 29）。

ほぼ同時期に山崎正和は『柔らかな個人主義の誕生』で、「消費とは（中略）充実した時間の消費こそを真の目的とする行動だ」と指摘した（山崎, 1984: 167）。ワクテルも山崎も、消費の目的を富の蓄積ではなく、人間関係を楽しみ、体験を積むという、充実した時間の使用に見出そうとする。山崎は、2006年に出版した『社交する人間』では、〈社交〉の概念をもとに消費を読み解いている。同書では、1980年代に進行した消費動向の本質的な変化として「時間消費」の高まりがあったこと、それは2000年代に入っても一貫して強まる傾向を変えていないこと、時間消費のな

かで人と人が時間を共有し関係性を結ぶ〈社交〉が、消費の中心に復活⁽²⁾しつつあることが指摘されている（山崎、2006: 354-358）。

2010年前後になると、人と人のつながり、社会的関係を〈豊かさ〉ととらえる考えが多く示されるようになる。例えば、『ソーシャル消費の時代』（上條典夫、2009）、『プレニテュード』（Schor, 2010=2011）、『シェア』（Botsman & Rogers, 2010=2010）、『スPEND・シフト』（Gerzema & D'Antonio, 2010=2011）、『現代日本人の絆』（亀岡誠、2011）、『第四の消費』（三浦展、2012）などが挙げられる。こうした論考では、社会的関係の〈豊かさ〉を重視する傾向とともに、近年広がりつつあるシェア・エコノミーについても言及していることが多い。

シェア消費における人のつながりは、地域社会のコミュニティでの直接のつながりということもあれば、インターネットを利用して結びつく不特定多数によるP2P（ピア・ツー・ピア）の交流やSNS（ソーシャル・ネットワーク・サービス）のネットコミュニティでの間接のつながりということもある。1990年代後半から急速に進む情報通信技術の発展は、インターネットを利用したつながりを促進してきた。近年の〈豊かさ〉の変容には、こうした情報革命の影響を抜きに考えることはできないだろう。

(2) 支出行動の変化 ～所有重視から体験重視へ～

重視する〈豊かさ〉の変化にともない、消費態度・行動にも変化がみられる。所有物として蓄えることや、必要な機能を手に入れることを主目的とする〈モノ支出〉から、社会的な関わりのなかで充実した時間を手に入れることへの欲求を満足させてくれる〈経験支出〉へと、消費の重点が変化している。〈モノ支出〉と〈経験支出〉の対比は、「形の有る物」と「形の無いサービス」の対比ではない。〈経験支出〉は、サービス消費だけでなく、モノ消費を通じた経験を含む概念である。

〈モノ支出〉と〈経験支出〉の比較分析は、より消費者の満足や幸せをもたらす消費行動はどちらなのかという観点から研究されており、2000年代以降、研究例が増えている。研究の多くは、お金を使う目的や意図をもとに区別した支出対象それぞれで、主観的幸福に違いがあるかどうかを定量調査によって分析するものである（例えば、Boven & Gilovich, 2003; Howell & Hill, 2009; Howell, Pchelin, & Iyer, 2012; Caprariello & Reis, 2013）。研究結果から浮かび上がるのは、幸せ感につながる消費が、「経験（エクスペリエンス）」「社交（ソーシャル）」「共有（シェア）」の3つのキーワードでまとめられることだ（佐野、2014: 96）。

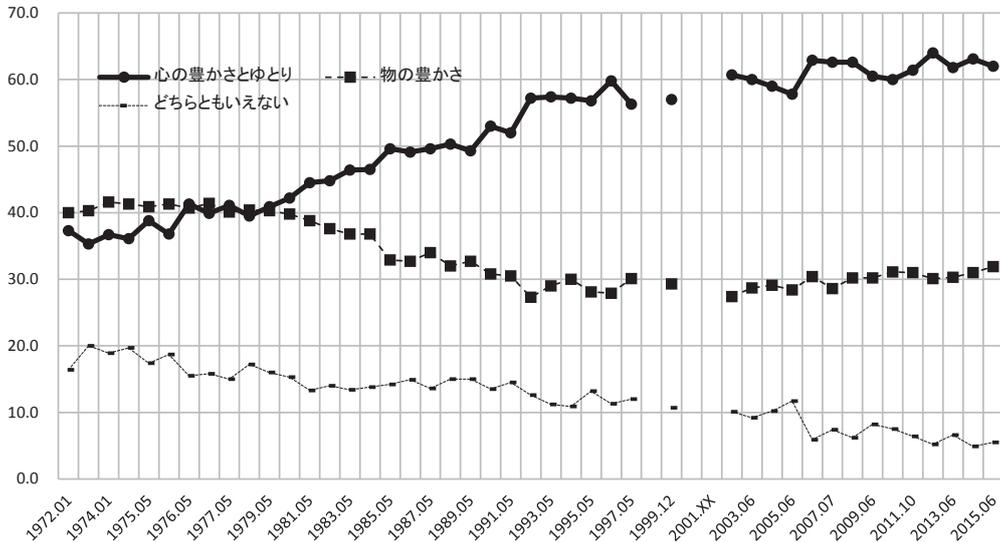
(3) 「ほどほど」の満足を求める生活への転換

豊かな社会とは、消費者の選択の自由が大きな社会であるといわれる（例えば、八代・鈴木、2005: 192）。しかし、選択肢が溢れる世の中で、選択の自由は逆にストレスとなり、「正しい選択をしていないのではないか」という不安を高めることにもなりうる。シュワルツは、「選択のパラドクス」としてこの問題を取り上げる（Schwartz, 2004）。シュワルツは生活の質を向上させたいなら、①自ら選択の自由を制約し、②最高を求める「マキシマイザー」ではなく、「ほどほど」で満足する「サティスファイサー」となり、③結果についての期待を低くし、④決定は変更不能にし、⑤周囲の人がどうしているか気にしない、ことを提案している（ibid., 17）。

溢れる情報がいつでもどこでも入手可能な現代、選択肢が過剰になると、手に入る限りの最高を求めようとする欲求を満たすことは難しい。満足できない状態は、幸福感を損ない、生活の質を低下させる。シュワルツが命名した「マキシマイザー」より、「ほどほど」で良しとする「サティスファイサー」のほうが生活の充足感を得やすいということだ。ガーズマ&ダントニオは、継続調査のデータをもとに、ミレニアル世代⁽³⁾は、必要最小限のシンプルな生活の方が心地よいと考える傾向が強いと指摘している。ミレニアル世代は、「自給自足や持続可能な生活の術を身につけた」祖父母の世代に親近感を抱いているという（Gerzema & D'Antonio, 2010=2011:30）。若い世代を中心に、最高レベルの生活ではなく「ほどほど」の生活を望むサティスファイサーが増えている傾向は、日本にも当てはまるのだろうか。

(4) 世論調査の時系列データにみる変化 —〈豊かさ〉の再調整過程—

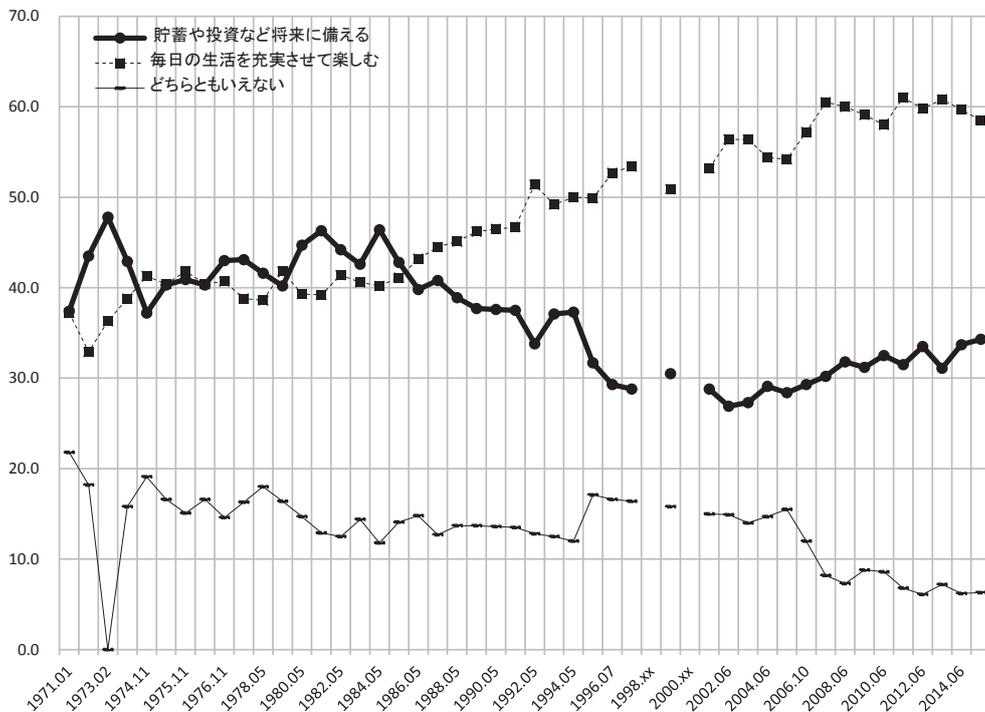
「物質面の豊かさ」から「心の豊かさやゆとり」を重視する方向への変化は、「国民生活に関する世論調査」(内閣府)の時系列データ変化でも確認することができる。ただし、2000年代に入ってから、1980年代、1990年代と継続して減少傾向にあった「物質面の豊かさ」を求める人の割合が、微増ではあるが、増加傾向に転じている⁽⁴⁾(図1)。「物質面の豊かさ」を重視する人が増えているのは、男女ともに40歳台までの、団塊ジュニアとミレニアル世代である。



(出典) 内閣府「国民生活に関する世論調査」

(注) 74年、75年、76年は11月にも調査を実施しているが、グラフには含めていない。98年、00年、01年は調査が実施されていない。

図1 心の豊かさ vs 物の豊かさ



(出典) 内閣府「国民生活に関する世論調査」

(注) 1975年調査以降のデータをグラフ化した。75年、76年は5月と11月に調査を実施しているが、グラフには5月データを用いた。他年では5月に実施する機会が多いことによる。

図2 将来に備える vs 毎日を楽しむ

2000年代に入ってからの物質面の豊かさへのわずかな回帰傾向と符丁を合わせるように、「貯蓄や投資など将来に備えることに力を入れたい」という堅実派の増加傾向も見られる⁽⁵⁾ (図2)。同調査では継続して、「毎日の生活を充実させて楽しむことに力を入れたい」エンジョイ派か、それとも堅実派かを質問している。堅実派の増加は、物質面の豊かさを求める人の増加と同様、男女ともに、団塊ジュニアとミレニアル世代に相当する40歳台までの人に目立つ傾向となっている。

堅実派の増加は、「今後の生活の力点」に関する質問の回答結果からもうかがえる。同調査では2001年以降、「食生活」「衣生活」「自動車、電気製品などの耐久消費財」「住生活」「レジャー・余暇生活」「自己啓発・能力向上」「所得・収入」「資産・貯蓄」の8項目について、「力を入れたい」と思っているものをいくつでも挙げてもらっている。8項目のうち、2001年から2015年までの期間で最も増加幅が大きかったのが、「資産・貯蓄」である。22.1%から32.8%に増加した。「力を入れたい」という人の割合の大きい順に項目を並べると、2001年には8項目中5番目だったのが、2015年には3番目に浮上している。ちなみに、2015年調査で1番だったのが「レジャー・余暇生活」(37.3%)、2番目が「所得・収入」(33.4%)である。両項目は2001年調査以来ずっと1位、2位を維持している。

重視する〈豊かさ〉が、“物質的な富の蓄積による豊かさ”から、“新しく多様な経験、人との関わりなど、充実した時間の使い方による心の豊かさ”に変化していく大きな流れは変わらないものの、暮らしの経済基盤として資産・貯蓄の〈金銭資源〉を磐石にしたいという気持ちが強くなっていることがわかる。

堅実派や物質面の豊かさを求める人の増加が目立つ20歳台から40歳台は、団塊ジュニアやミレニアル世代にあたる。情報通信技術が急速に発展する情報革命の進行とともに成長してきた世代である。生活インフラとなったインターネットやモバイルの利用で、時間の使い方や人とのかかわり方が上の世代とは異なる。人との関わりの中で時間を共有し、経験を共有することに幸せを見出し、シェア消費を実践している層だと考えられる。一方で、彼らはバブル崩壊後の低成長期に育った世代である。低成長期しか知らないため、景気や暮らし向き評価の参照点が低いので、現状に対する満足感が高めである(佐野、2005)。満足感は期待と現状のギャップに規定されるからである(例えば、Michalos, 1980; Taylor, 1982; Heath, 1999)。しかし、彼らの経済面の不安は大きい⁽⁶⁾。だから、現在の「ほどほど」に満足な生活を続けるためには、堅実に貯蓄し資産形成に力点をおき、将来にわたって身の丈の生活が維持できるように考えているのではないだろうか。

(5) 本研究の概要

以上、人びとが重視する〈豊かさ〉の内容の移り変わりと、消費態度や行動の変化を概観した。これまでの豊かさ観は、高度経済成長期に多数派だった「物」重視から「心」重視へと大きく変化してきた。1990年代以降は、心の豊かさを重視する人が過半数を占める状態が続く。しかし、2000年代に入ってからは、日本経済の先行き不透明な環境下、物質的な面で生活を豊かにすることを重視する人が微増している。

現在は多様な豊かさ観が併存している。消費者はそれぞれの豊かさ観を背景にした「手に入れたいと望む生活」のイメージを持ち、それが消費態度や行動の違いを生み出していると考えられる。現状について、消費が不活発だと言われるが、活発な消費分野もある。活発な消費分野の主役となっているのは、どのような消費者なのだろうか。重視する〈豊かさ〉や、「手に入れたいと望む生活」が消費行動の目的となり、豊かさ観や望む生活の相違が、活発な消費分野と不活発な消費分野のまだら模様を作り出しているのではないだろうか。

本研究では、以上のような問題意識のもとに実施した質問紙調査によって、まず、多様な豊かさ観を左右する個人差要因について検討する。次に、重視する豊かさとして「手に入れたいと望む生活」のイメージを関連付け、望む生活の違いが消費分野による支出意欲の違いに結びつくことを検証する。

〈豊かさ〉についての考え方や「手に入れたいと望む生活」については、2015年に筆者が実施した半構造化インタビュー調査データを用いたグラウンデッド・セオリー・アプローチ(GTA)による質的研究(佐野、2016)で得た知見を参考にする。同研究では、〈豊かさ〉を構成する概念として[お金に困らないこと][好きに使える時間][人との関わり]を生成した。[お金に困らないこと]は〈豊かさ〉の基本要件であり、それにプラスして、自由な時間や社交が〈豊かさ〉につながる。一方、〈望む生活〉を構成する概念として生成したのは、[安心した生活][身の丈

の暮らし] [充実した生活] である。

GTAによって生成された概念から構成された〈豊かさ〉の内容は、「金資源（収入や貯蓄など）」「時資源（可処分時間、ゆとりの時間）」「人資源（社会関係資本）」という消費者の資源を過不足なくバランスよく持つことが、〈豊かさ〉の核を形成していることを示している。実際の消費者はそれぞれの資源の過不足に応じて、重視する〈豊かさ〉や、「手に入れたいと望む生活」の内容に個人差が生じるのだと考えられる。例えば、〈豊かさ〉を構成する金銭面が重視されたり、時間面が重視されたりといった具合だ。本研究では、重視する〈豊かさ〉の個人差要因として、個人が保有する資源の格差という点から検討していく。

3. 方法

(1) 調査方法

本研究には、2016年6月に実施した「消費マインド調査」⁽⁷⁾のデータを利用する。同調査は、実査を委託したマイボイスコム株式会社のモニターのうち首都圏（1都3県）在住の20～79歳男女（二人以上世帯の世帯主または世帯主の配偶者）を対象に、インターネットで調査したものである。有効回収数は5146⁽⁸⁾となった。

(2) 変数

分析に用いる主な変数は、〈豊かさ〉変数、〈望む生活〉変数、消費者資源として金資源、時資源、人資源の3変数、経済面の不安として、〈最近の経済不安〉、〈老後の経済不安〉の2変数、そして年齢変数である。

① 〈豊かさ〉変数

〈豊かさ〉変数は名義尺度のカテゴリカルデータで、「あなたが最も重視している〈豊かさ〉」について、「金銭面の豊かさ（自由に使えるお金が十分にある）」「物質面の豊かさ（欲しいものを十分に手に入れている）」「時間面の豊かさ（自由に使える時間が十分にある）」「つながりの豊かさ（人との関わりや社会とのつながりが十分にある）」「知識や情報の豊かさ（知識の広さ・深さ、情報接触の機会が十分にある）」の5つのカテゴリから成る。

〈豊かさ〉変数の5カテゴリは、2015年に実施した質的調査結果から得た、〈豊かさ〉を構成する概念〔お金に困らないこと〕〔好きに使える時間〕〔人との関わり〕を参考にするとともに、消費者の意識や行動を規定すると考えられる消費者資源—金資源、時資源、人資源、知資源—に対応させている。金資源は、フローとしての所得、ストックとしての貯蓄といった家計の経済基盤に相当する。時資源は自由裁量時間、人資源は社会関係資本に相当する。知資源は、認知能力に相当し⁽⁹⁾、その人の知識の質・量に関連する。金・時・人・知の4つの消費者資源の多寡は、消費者行動の違いを理解する上で重要な概念であり、消費者が考える〈豊かさ〉に影響を与える概念であると考えた。なお、〈豊かさ〉変数のカテゴリとして「物質面の豊かさ」を設けたのは、1980年代顕著になった「物の豊かさ」から「心の豊かさやゆとり」への大きな変化を念頭においたものである。

② 〈望む生活〉変数

〈望む生活〉変数も、名義尺度のカテゴリカルデータである。2015年実施の質的調査結果から得た、〈望む生活〉を構成する〔安心した生活〕〔身の丈の暮らし〕〔充実した生活〕という3つの概念に加え、統計数理研究所が5年ごとに実施している『国民性調査』の「暮らし方」の質問選択肢⁽¹⁰⁾を参考にした。

設定したカテゴリは次の9つである。「一生けんめい働き、金持ちになりたい（以下では、〔金持ち〕と略記）」「今の生活レベルよりワンランク上を目指す暮らし方をしたい〔ワンランク上〕」「好きなこと、趣味を中心にした暮らし方をしたい〔趣味中心〕」「時間のゆとりがあり、いろいろなことがバランスよくできる暮らし方をしたい〔ゆとりバランス〕」「お金や物だけでは得られないような充実感をもてる暮らし方をしたい〔金物にない充実〕」「人と関わり、社会とのつながりが感じられるような暮らし方をしたい〔つながり〕」「人のために役立つようなことをして暮らしたい〔人のため〕」「多くを求め過ぎず、堅実で安定した暮らしをしたい〔身の丈〕」「その日その日をのんきにクヨクヨしないで暮らしたい〔のんきに〕」。

③消費者資源に関する変数—金資源・時資源・人資源⁽¹⁾

金資源は、世帯年収と貯蓄総額の2種類の変数を用いた。世帯年収⁽²⁾、貯蓄総額ともに、「なし」から「1億円以上」までの39カテゴリで回答してもらったものを、各カテゴリの中央値を用いて金額変換し、比率尺度の数値データとして分析に用いた。

時資源は、時間的ゆとりの度合いを示す順序尺度の変数である。「ふだんの生活は、仕事や家事などで精一杯ですか？それとも、好きなことをしたり、休むゆとりがありますか？」と質問し、時間的ゆとりの度合いを4件尺度で捉えたものである。

人資源は、人的ネットワークの大小を示す順序尺度の変数である。「日頃から何かと頼りにし、親しくしている方(配偶者や自分の子ども以外)は何人くらいでしょうか？」と質問し、回答してもらった人数を5分位(「0人」「1~2人」「3~4人」「5人」「6人以上」)にカテゴリ化したものである。

これまで消費者行動分析では、個人差要因として、収入・貯蓄など金銭面の資源のみ注目することが多かったが、本研究では時間面や社会関係資本面も含めて分析する。このことによって、消費者行動の個人差を多角的に捉えることができる。

④経済面の不安に関する変数

〈最近の経済不安〉、〈老後の経済不安〉の両変数は、不安の程度にかんする4件尺度の順序変数である。「最近の毎日の生活のなかで」あるいは、「定年退職後や老後の生活に」と前提を置いた上で、「経済面の不安を感じるかどうか」を答えてもらっている。

⑤年齢変数

若年層(20~34歳)、壮年層(35~49歳)、中年層(50~64歳)、高年層(65~79歳)の4つに分けた。各年齢層は、ライフステージの特徴と、世代の特徴を反映すると考えた。

例えば、若年層は、子なしステージと学齢前の子どもがいるステージの人が多く、壮年層は学齢期から高校・大学生の子どもがいるステージの人が多く、中年層は子どもが独立し始めるステージの人が多く、高年層は子ども独立後のステージの人が多く、家計消費に関する意識や行動は、ライフステージによる違いが大きいので、年齢層による違いを解釈するにあたって、ライフステージ要因を考慮することは重要である。

また、各年齢層の特徴を世代要因から考察するにあたっては、若年層はミレニアル世代、壮年層は団塊ジュニア世代に対応させた。中年層はバブル世代とポスト団塊世代に、高年層は団塊世代、戦中生まれ、焼け跡世代に対応する。

4. 結果と考察

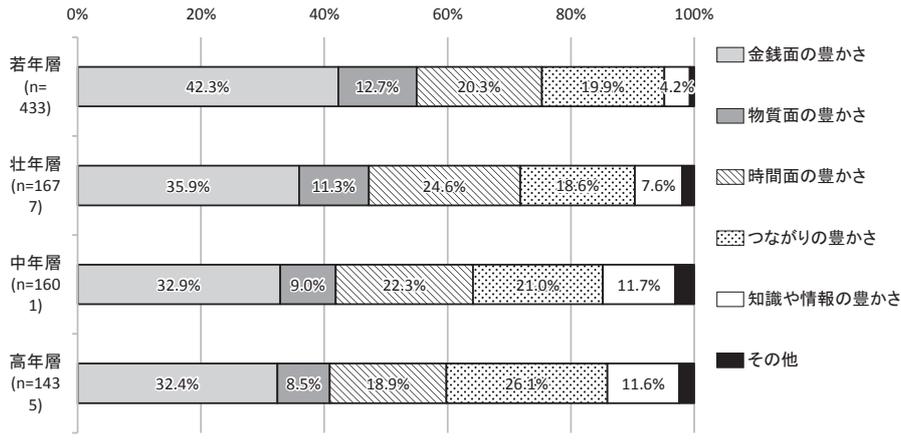
(1) 重視する〈豊かさ〉と消費者の資源

1) 年齢層別にみた豊かさ観と消費者資源

最も重視する豊かさの筆頭に挙げたのは、どの年齢層でも「金銭面の豊かさ」となった。「時間面の豊かさ」「つながりの豊かさ」がこれに続く(図3)。「金銭面の豊かさ」は「物質面の豊かさ」とともに、年齢層が低くなるにつれて、最も重視する人の割合は高まる。他方、「つながりの豊かさ」と「知識や情報の豊かさ」は、年齢層が高くなるにつれて、最も重視する人の割合は高まる。「時間面の豊かさ」を最も重視する人の割合は、壮年層で最高となり、中年層、若年層、高年層の順で低下する。

上記の各年齢層の特徴は、それぞれの年齢層の資源の保有状況の差を反映していると考えられる(表1)。「金銭面の豊かさ」を最も重視する人の割合は若年層が最も大きい。この年齢層は年収・貯蓄総額ともに低く、金資源が乏しい。家計の経済基盤をこれから固めていこうというライフステージにある若年層にとって、何よりもまず、安心して生活を営むための基盤作りとして「金銭面の豊かさ」を最も重視する人が多いのだと考えられる。

壮年層、中年層になると金資源は増えるが、「金銭面の豊かさ」を最も重視する人の割合は依然として大きい。若年層では4割以上を占めることに比べれば、壮年層や中年層の3割強という割合は小さくなっているとはいえ、依然と



$\chi^2(df=15, N=5146)=99.158 p<.01$

図3 最も重視する〈豊かさ〉

表1 消費者資源 (年齢層別)

	金資源							
	家計年収 (単位: 万円)				家計貯蓄総額 (単位: 万円)			
	平均値	標準偏差	平均値の95%信頼区間		平均値	標準偏差	平均値の95%信頼区間	
		下限	上限			下限	上限	
若年層 (433人)	719	492	672	765	612	911	526	698
壮年層 (1677人)	782	484	759	805	895	1390	828	961
中年層 (1601人)	888	755	851	925	2118	2703	1985	2250
高年層 (1435人)	558	487	533	583	2331	2566	2198	2464
	F(df 3,5142)=83.7 p<.000				F(df 3,5142)=169.0 p<.000			

	時資源					人資源					
	ふだんの生活 好きなことをしたり休むゆとり					日頃から何かと頼りにし、親しくしている人の数 (配偶者や自分の子ども以外)					
	ほとんどゆとりがない	あまりゆとりがない	ある程度ゆとりがある	かなりゆとりがある	合計	0人	1~2人	3~4人	5人	6人以上	合計
若年層 (433人)	15.5%	39.0%	39.3%	6.2%	100%	11.1%	21.9%	27.5%	21.9%	17.6%	100%
壮年層 (1677人)	18.1%	37.3%	39.4%	5.3%	100%	21.3%	26.7%	23.6%	16.2%	12.1%	100%
中年層 (1601人)	10.4%	27.0%	50.9%	11.7%	100%	22.7%	27.1%	24.4%	15.4%	10.5%	100%
高年層 (1435人)	5.4%	17.4%	53.4%	23.8%	100%	20.8%	25.1%	22.9%	17.1%	14.1%	100%
	$\chi^2(df=9, N=5146)=510.2 p<.000$					$\chi^2(df=12, N=5146)=56.0 p<.000$					

して他の豊かさをしのぐ最大の割合を占めている。両年齢層は、金資源が増えても、教育費などの支出が増え、退職後や老後の生活資金面の不安も大きくなるライフステージである。安心して生活していくために、「金銭面の豊かさ」は必要不可欠な基本と考えられているのだろう。

高年層は、年収は低くても貯蓄総額は高く、子供が独立するライフステージで家計支出も減る。しかし、高年層でも「金銭面の豊かさ」を最重視する人の割合は3割強を占める。年金生活者が増える中、医療費の負担なども増え、「先立つものは金」ということだろうか。安心して生活をする上での基礎となる「金銭面の豊かさ」が、まず欠かせないようだ。

「物質面の豊かさ」を最重視する人の割合は、年齢層による差があまりないという点で特徴的である。中・高年層に比べるとわずかに壮年層、さらに若年層のほうが最重視する人の割合が大きい、すべての年齢層で1割前後となっている。

「時間面の豊かさ」を最重視する人の割合は壮年層が最も大きく、高年層が最も小さい。高年層は時資源が最も豊かであるため、重視する豊かさとして時間面が意識されなくなっているのであろう。時間のゆとりという時資源が乏しい年齢層のほうが、「時間面の豊かさ」を重視しているようだ。なお、時資源が乏しいという点では壮年層とあまり変わらない若年層の場合、「金銭面の豊かさ」を重視する人が多いために「時間面の豊かさ」重視が二の次になっ

たとえられる。

「つながりの豊かさ」を重視する人の割合は、若・壮・中年層では20%前後（19～21%）で変わらないが、高年層では26%と大きくなる。高年層における、貯蓄を中心とした金資源と時資源の豊かさを反映していると考えられる。「知識や情報の豊かさ」を最重視する人の割合も、若年層で4%に過ぎなかったものが、壮年層になると8%、中・高年層では12%に高まる。日々の生活で金資源や時資源の豊かさが増すにつれ、社交や自己の成長に関心が向けられるようになるのであろう。なお、人資源については、最も豊かなのが若年層、次いで高年層となった。重視する豊かさは、現実の生活に足りない資源の内容を映し出している面があるが、人資源については資源が豊富であることが、「つながりの豊かさ」を重視することにつながっているようだ。あるいは、「つながりの豊かさ」を重視する態度が、人資源を豊かにしているとみることもできよう。

2) 豊かさ観の違いと消費者資源

重視する〈豊かさ〉の違いが、保有する資源の過不足を反映することを検証するために、一元配置分散分析をおこなった。分析は年齢層ごとに実施した。なお、金資源変数の世帯年収と貯蓄総額は比率尺度であるためF検定を実施し、時資源と人資源の変数は順序尺度であるためクラスカル・ウォリス検定⁽¹³⁾をおこなった。

また、分散分析の結果、有意確率5%水準⁽¹⁴⁾で有意差がある場合には、〈豊かさ〉変数の5カテゴリ間の差を検定するために多重比較を行い、すべてのカテゴリ・ペアについて差の検定を行った（表2）。多重比較を行う場合は、まず、重視する〈豊かさ〉の5つのカテゴリの等分散性（母集団の一様性）についてLevene検定を行った。等分散

表2 一元配置分散分析表〔重視する〈豊かさ〉と個人差要因の関連〕

個人差要因	消費者資源	金資源	世帯年収	F 値	有意確率	平均値					多重比較の結果： 有意確率5%水準で有意差のあるもの		
						金銭面の豊かさ	物質面の豊かさ	時間面の豊かさ	つながりの豊かさ	知識情報の豊かさ			
						金銭面の豊かさ	物質面の豊かさ	時間面の豊かさ	つながりの豊かさ	知識情報の豊かさ			
個人差要因	消費者資源	金資源	若年層	0.073	0.990								
			壮年層	2.079	0.081								
			中年層	2.094	0.079								
			高年層	1.683	0.151								
		貯蓄総額	若年層	0.570	0.685								
			壮年層	2.381	0.050	781.32	875.22	1039.12	911.05	1023.59			
			中年層	3.467	0.008	1780.56	2150.81	2399.28	2150.45	2373.69	金<時		
			高年層	2.885	0.021	2213.12	2408.43	2084.12	2292.72	2880.93	時<知識情報		
	消費者資源	人資源	Kruskal-Wallis 検定統計量		平均ランク					多重比較の結果： 有意確率5%水準で有意差のあるもの			
			若年層	14.532	0.006	205.00	222.35	197.81	257.25	188.36	(時、金)<つながり		
			壮年層	83.751	0.000	751.10	820.48	781.63	1033.95	777.43	(金、知識情報、時、物)<つながり		
			中年層	52.519	0.000	714.39	728.16	730.53	914.40	827.41	(金、物、時)<つながり、金<知識情報		
			高年層	69.813	0.000	624.63	702.16	665.74	841.63	650.02	(金、知識情報、時、物)<つながり		
			時資源	若年層	4.569	0.334							
				壮年層	8.883	0.064							
				中年層	12.170	0.016	727.51	807.72	797.69	789.85	825.49		
高年層	4.492	0.343											
消費者資源	経済面の不安	最近の不安	若年層	16.539	0.002	194.96	256.88	236.85	213.53	202.92	金<(時、物)		
			壮年層	41.746	0.000	733.60	905.18	884.13	847.19	859.30	金<(つながり、知識情報、時、物)		
			中年層	45.759	0.000	684.98	861.53	819.06	785.26	870.89	金<(つながり、時、物、知識情報)		
			高年層	27.012	0.000	629.87	730.80	758.03	720.19	737.46	金<(つながり、知識情報、時)		
		老後の不安	若年層	15.176	0.004	192.63	245.19	238.84	222.81	208.33	金<(時、物)		
			壮年層	28.819	0.000	748.34	900.34	863.83	852.29	850.06	金<(つながり、時、物)		
			中年層	31.040	0.000	697.71	837.81	824.54	787.82	838.45	金<(つながり、時、物、知識情報)		
			高年層	23.652	0.000	633.75	736.57	758.71	713.86	735.57	金<(つながり、知識情報、時)		

(注) 1. 分散分析の結果、有意確率5%水準で有意差がある場合に多重比較をおこない、その結果、有意差なしの帰無仮説が5%水準で棄却された場合は、表の最終列に、有意差が認められたカテゴリ・ペアを掲載した。
 2. F検定における各カテゴリの平均値、クラスカル・ウォリス検定における各カテゴリの平均ランクについては、カテゴリ間で最低の値は斜体に、最高の値は太字にしている。
 3. 〈経済面の不安〉は、スコアが低いほど不安が強いことを示す。

性を仮定できる場合は Sheffe、等分散性が仮定できない場合は Tamhane's T2を用いてカテゴリ間の差を検定した。以下では、5%水準で有意差が認められる結果を中心に検討する。

①人資源の差

金・時・人の3つの資源¹⁵⁾の中では、人資源の差が、各年齢層共通に、重視する〈豊かさ〉の違いに大きく関連することがわかった。また、多重比較の結果から、「つながりの豊かさ」を重視する人と「金銭面の豊かさ」や「時間面の豊かさ」を重視する人との人資源格差が、各年齢層共通に有意となった。人資源を豊富に保有する人は「つながりの豊かさ」を最重視し、人資源が乏しい人は「金銭面の豊かさ」や「時間面の豊かさ」を最重視する。また、若年層では有意にならなかったが、他の年齢層では「つながりの豊かさ」を最重視する人と、「物質面の豊かさ」を最重視する人との人資源格差も有意となっている。

なお、「知識や情報の豊かさ」と「つながりの豊かさ」の間にも、壮年層と高年層では、有意な人資源格差が認められた。「つながりの豊かさ」を最重視する人に比べると、「知識や情報の豊かさ」を最重視する人は、有意に人資源が少ない。

②金資源の差

金資源については、世帯年収より貯蓄総額のほうが、重視する〈豊かさ〉の違いに大きく関連する。若年層では、世帯年収、貯蓄総額とも統計的な有意差は認められなかったが、他の年齢層では、貯蓄総額の格差が重視する〈豊かさ〉の違いに有意に関連する。

多重比較の結果、有意差が認められたのは、中年層の「金銭面の豊かさ」を最重視する人と「時間面の豊かさ」を最重視する人の貯蓄総額の差である。「時間面の豊かさ」を最重視する人は、「金銭面の豊かさ」を最重視する人に比べて、貯蓄総額は有意に高い。金資源に乏しい人ほど「金銭面の豊かさ」を重視し、金資源が豊富な人ほど「時間面の豊かさ」を重視するという傾向は、壮年層でも見られる。壮年層では多重比較の結果有意差は認められなかったが、重視する〈豊かさ〉ごとの貯蓄総額の平均値を見ると、中年層と同様の傾向が見られる。

一方、高年層では「時間面の豊かさ」と「知識や情報の豊かさ」の間に有意差が認められた。「知識や情報の豊かさ」を最重視する人は、「時間面の豊かさ」を最重視する人に比べて貯蓄総額は有意に高いという結果である。高年層で貯蓄総額の平均値が最も低いのは、「時間面の豊かさ」を最重視する人であり、壮年や中年層の結果とは大きく異なる。高年層では他の年齢層に比べて時資源を豊富にもつ人が多い。時間のゆとりがある人が多い高年層の中で「時間面の豊かさ」を最重視する人は、壮年や中年層で「時間面の豊かさ」を重視する人とは異なり、金資源に恵まれていないという特徴がある。

③時資源の差

時資源については、有意差が認められたのは中年層のみである。中年層での多重比較の結果をみると、有意差が認められたものはなかったが、〈豊かさ〉別の時資源平均ランクを見ると、「知識や情報の豊かさ」を最重視する人の平均ランクが最も高いことがわかる。平均ランクが最も低いのは、「金銭面の豊かさ」を最重視する人である。統計的に有意な差ではないものの、時資源が豊かな人が重視するのは「知識や情報の豊かさ」であり、時資源が乏しい人が重視するのは「金銭面の豊かさ」だといえるだろう。

3) 経済面の不安との関係

重視する〈豊かさ〉と資源保有状況の関連を分析すると同時に、〈経済面の不安〉という意識の差についても分析した。毎年実施される世論調査の結果をみると2000年代以降、物質的豊かさを重視する人や、堅実な生活態度を持つ人が微増し、蓄財に力点を置く人が増えるという傾向が見られる。こうした変化が、経済不安をより強く持つ20歳台から40歳台までの層に目立つことから、重視する〈豊かさ〉と経済不安の関連についても検証する必要があると考えた。

〈最近の経済不安〉〈老後の経済不安〉の両変数は順序尺度なので、クラスカル・ウォリス検定による分散分析を行い、差の検定を行った。有意確率5%水準で差が認められた場合は、〈豊かさ〉変数のカテゴリ間の多重比較をおこなった。

〈最近の経済不安〉と〈老後の経済不安〉は、ともに、重視する〈豊かさ〉の違いに大きく関連することがわかった。すべての年齢層で、統計的に有意な差が認められた。

多重比較の結果、すべての年齢層で「金銭面の豊かさ」と「時間面の豊かさ」の間で有意な差があった。経済不安の強い人は「金銭面の豊かさ」を最重視し、経済不安の弱い人は「時間面の豊かさ」を最重視する。また、高年齢層以外では、「金銭面の豊かさ」と「物質面の豊かさ」の間で有意な差があった。経済不安の弱い人は「物質面の豊かさ」を最重視し、経済不安の強い人は「金銭面の豊かさ」を最重視する。

また、若年齢層以外では、「つながりの豊かさ」や「知識や情報の豊かさ」と、「金銭面の豊かさ」の間で有意差があった。経済不安の弱い人は「つながりの豊かさ」や「知識や情報の豊かさ」を最重視する。若年齢層では「物質面の豊かさ」や「時間面の豊かさ」と、「金銭面の豊かさ」の間には有意に大きな差があるが、「つながりの豊かさ」や「知識や情報の豊かさ」と、「金銭面の豊かさ」の間には大きな差がない。

なお、若年齢層と壮年齢層では、「物質面の豊かさ」を最重視する人が、最も経済不安が弱い。若年齢層や壮年齢層で、「物質面の豊かさ」を最重視する人に経済不安が弱いのはなぜだろう。「物質面の豊かさ」を最重視する人は、他の豊かさを最重視する人に比べて、金資源が乏しいという傾向も認められない。「金銭面の豊かさ」は、欠乏動機や経済不安が左右する豊かさ観だが、若・壮年齢層での「物質面の豊かさ」は、欠乏動機や経済不安とは関係ないようだ。「物質面ではまだ十分に豊かではないからもっと多くを求める」というよりは、“現在の水準を維持したい”という意味で、「物質面の豊かさ」を重視していると考えられるのではないだろうか。若・壮年齢層における「物質面の豊かさ」の意味を検討することは、今後の課題である。

(2) 重視する豊かさと〈望む生活〉の関連

1) 望む生活

「望ましい生活、暮らし方」として、各年齢層通じて最も多くの人があげたのは、[身の丈]（多くを求め過ぎず、堅実で安定した暮らし方をしたい）である（図4）。2番目に多くの人があげたのは、[趣味中心]（好きなこと、趣味を中心にした暮らし方をしたい）であり、3番目が[ゆとりバランス]（時間のゆとりがあり、いろいろなことがバランスよくできる暮らし方をしたい）である。

4番目に多くの人があげたものは、年齢層により異なる。若・壮年齢層では[金持ち]（一生けんめい働き、金持ちになりたい）、中・高年齢層では、[金物にない充実]（お金や物だけでは得られないような充実感をもてる暮らし方をしたい）となった。

[身の丈]の暮らしを望む人の割合は、年齢層が上がるにつれて高くなる。[趣味中心]は中年層や壮年齢層にやや多い。[ゆとりバランス]は、高年齢層でやや少ないという特徴がある。

年齢層が上がるほど増える傾向は、[金物にない充実]のほかに、[つながり]（人と関わり、社会とのつながりが感じられるような暮らし方をしたい）にも当てはまる。逆に、年齢層が下がるほど増える傾向は、[金持ち]のほかに、[ワンランク上]（今の生活レベルよりワンランク上を目指す暮らし方をしたい）にも当てはまる。年齢が下がるほど、暮らしの面で上昇志向を持つ人が多くなり、年齢層が上がるほど、充実感やつながりを志向する人が多くなることわかる。

さて、身の丈志向は若い人の消費態度として注目されることが多いが、年齢層別に比較すると、年齢が上になるほど身の丈の暮らしを望む人の割合は大きくなることが本調査結果からわかった。本稿第2節で紹介したように、[身の丈]の暮らし方は、団塊ジュニアやミレニアル世代を中心とする40歳台までの若い人を中心に広がっていることが指摘され、注目されてきた。従来に比べると若い人の消費が不活発で、消費意欲も低いという指摘と同じ文脈で、「身の丈」志向が取りざたされることが多かった。

しかし、本調査結果によると、[身の丈]を望ましいと考えるのは、若年齢層より、むしろ高年齢層に多く見られる。

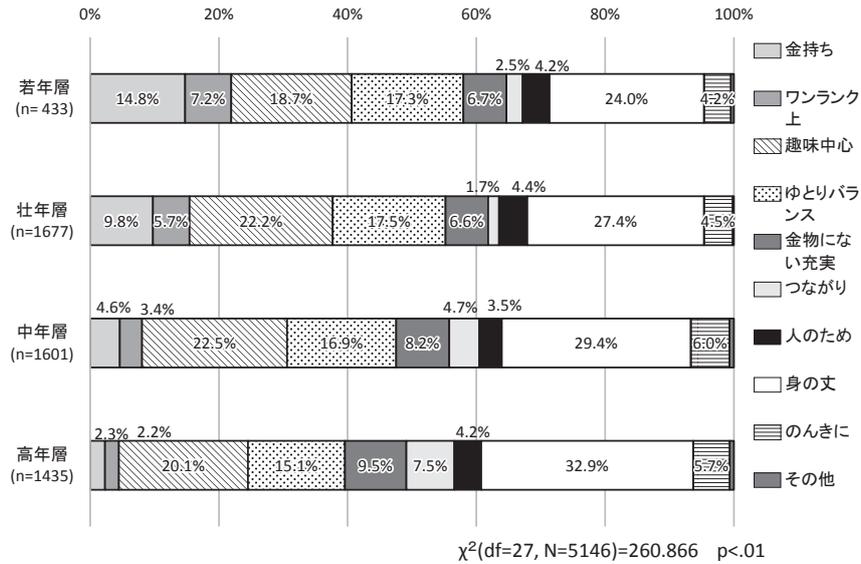


図4 望ましい生活、暮らし方

高年層になると、収入が減り、子供が独立して家計支出も減る中で、安定した老後生活を念頭に置くことが望ましい暮らし方になるのであろう。

これまで、若い人は、これから収入が増え消費支出も増えていく中で、今よりもいい生活を目指し、消費願望は強いと考えられてきた。過去、様々なデータが、若い人の消費意欲の高さ、活発な消費行動を実証してきた。現在、若い人の身の丈志向が注目されているのは、上昇志向を持つと考えられてきた若い人が、ランクアップを望まず、堅実・安定・身の丈を望むようになったからだといえよう。本調査結果からは、若年層の4人に1人が身の丈の生活を望み、ランクアップを望む人より多い。

2) 重視する豊かさと望む生活の対応関係

最も重視する豊かさの内容と、手に入れたいと望む生活の内容の対応関係を検討する。〈豊かさ〉変数と〈望む生活〉変数はともに名義尺度であるため、2変数の関係を分析するために、対応分析（コレスポネンス分析）を行った。分析にはχ²距離を利用し、対称的正規化の手法を用いた。この手法は、2変数の相違や類似を検討する際に利用されるもので、一変数のカテゴリ間の距離に意味は無く、異なる変数のカテゴリ間の距離には意味がある。

2次元空間に位置するポイントとして各変数のカテゴリを表示することによって、2つのカテゴリカル変数の関連を分析する。カテゴリ間に関連があれば、ポイントは空間内の近い位置に表示され、関連が薄ければ離れて表示される。年齢層ごとにおこなった分析結果を図5～図8に示す。いずれの年齢層でも、分析の結果、次元1と次元2でイナーシャ¹⁶⁾の約9割を説明しているため、この2つの次元で構成する空間でのポイント表示とした。なお、付表として、両変数のポイントに対する記述統計量を年齢層に分けて掲載した。

各年齢層とも、〈豊かさ〉変数の5つのカテゴリのうち、「金銭面の豊かさ」を示す[金]、「時間面の豊かさ」を示す[時]、「つながりの豊かさ」を示す[人]の3つのポイントが、座標軸の原点を中心とする三角形を形成している。この3つの豊かさ観は互いに原点をはさんで相対する位置にあり、それぞれの近くに位置する〈望む生活〉のポイントとともに、対立的な豊かさ観とそれに関連する〈望む生活〉であることを示している。また、「物質面の豊かさ」を示す[物]は、各年齢層とも、原点に近いところに位置している。次元1に対しても次元2に対しても寄与率が小さいポイントになっている。

以下に、重視する〈豊かさ〉ごとに、対応する〈望む生活〉の関係をまとめる。

① 「金銭面の豊かさ[金]」重視に対応する〈望む生活〉—上昇願望

すべての年齢層で[金]と近い位置にあるのは、[金持ち]や[ワンランク上]である。金銭面の豊かさを最重視する

「スベンドシフト」の背景を探る

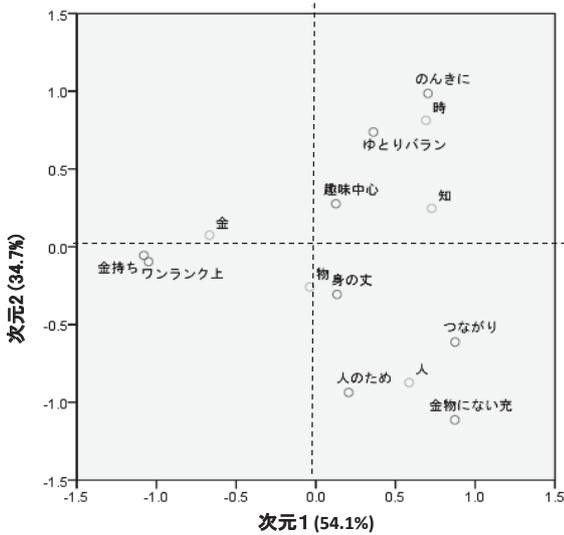


図5 重視する〈豊かさ〉と〈望む生活〉の対応分析[若年層]

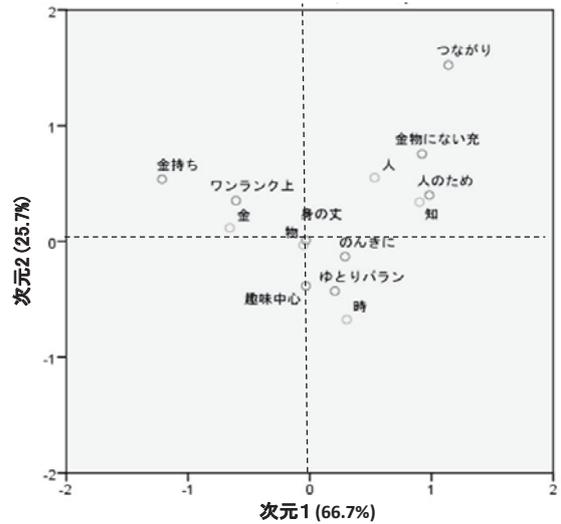


図6 重視する〈豊かさ〉と〈望む生活〉の対応分析[壮年層]

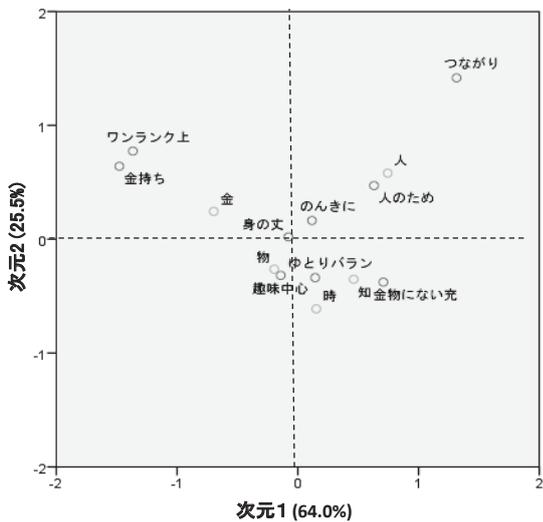


図7 重視する〈豊かさ〉と〈望む生活〉の対応分析[中年層]

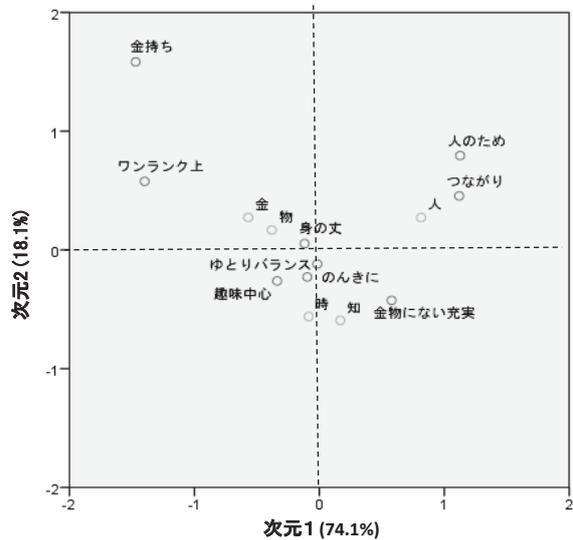


図8 重視する〈豊かさ〉と〈望む生活〉の対応分析[高年層]

ことは、「一生けんめい働き、金持ちになりたい」とか、「今の生活レベルよりワンランク上を目指す暮らし方をしたい」という〈上昇願望〉と関連することを示している。

② 「時間面の豊かさ^時」重視に対応する〈望む生活〉—個人生活志向と充実願望

若・壮年層では^時と近い位置にあるのは [ゆとり balan] [趣味中心] と [のんきに] である。時間面の豊かさを最重視することは、「時間のゆとりがあり、いろいろなことがバランスよくできる暮らし方をしたい」「好きなこと、趣味を中心にした暮らしをしたい」「その日その日をのんきにクヨクヨしないで暮らしたい」という〈個人生活志向〉と関連することを示している。

中年層で^時と近い位置にあるのは、[ゆとり balan] [趣味中心] [金・物にない充実] である。高年層では [ゆとり balan] [趣味中心] [金・物にない充実] [のんきに] となる。[金・物にない充実] と^時の位置が近接するのは中・高年層の特徴である。若・壮年層に比べると、中・高年層は貯蓄を中心に金資源が豊かになり、時資源も豊かになる。そうした資源保有の違いが背景となり、時間面の豊かさを最重視することと、「お金や物だけでは得られないような充実感をもてる暮らし方をしたい」という〈充実願望〉とが結びつくのだと考えられる。

中・高年層では、[金・物にない充実] は、「知識や情報の豊かさ」を示す^知とも近接する。この年齢層には、金資

源と時資源の両方でゆとりが生じてくるライフステージの人が多い。知識の広さ・深さ、情報接触の機会が十分にあるという意味での「知識や情報の豊かさ」を最重視することは、「お金や物だけでは得られないような充実感をもてる暮らし方をしたい」という願望と結びついている。自己の成長や知識欲を満たすための学び直しニーズが高まっている現状と符合する結果といえよう。

なお、[金・物にない充実]は、若・壮年層では、「つながりの豊かさ」を示す[人]と近い位置にある。若・壮年層は「つながりの豊かさ」を最重視することが充実につながり、中・高年層では「時間面の豊かさ」や「知識や情報の豊かさ」を最重視することが充実に関連するようだ。若・壮年層と中・高年層の相違は、資源保有状況が異なるライフステージの違いを反映していると考えられる。同時に、若・壮年層の中心がミレニアル世代と団塊ジュニア世代、中・高年層の中心がバブル世代や団塊世代以上という、世代の違いを反映しているとも考えられる。今回のクロスセクションデータによる分析では、どちらの効果によるものなのか判別するのは難しい。今後の課題として、時系列調査データの利用を含めて、考えていきたい。

③「つながりの豊かさ[人]」重視に対応する〈望む生活〉—社会志向

若・壮年層では、[人]と近い位置にあるのは[つながり][人のため][金・物にない充実]である。中・高年層では、[金・物にない充実]と[人]が離れ、[知]に近くなるが、[つながり]と[人のため]が[人]と近い位置にあるのは若・壮年層と同じである。つながりの豊かさを最重視することは、「人と関わり、社会とのつながりが感じられるような暮らし方をしたい」とか「人のために役立つようなことをして暮らしたい」という〈社会志向〉と関連する。

④「物質面の豊かさ[物]」重視に対応する〈望む生活〉—堅実安定願望

すべての年齢層で[物]と近い位置にあるのは[身の丈]である。物質面の豊かさを重視することは「多くを求め過ぎず、堅実で安定した暮らし方をしたい」という〈堅実安定願望〉と関連することを示している。前項(1)の分析結果で示したように、物質面の豊かさを最重視する人は、金資源が乏しいわけではなく、経済面の不安も強くない。「欲しいものを十分に手に入れる」という物質面の豊かさを最重視する態度は、「もっとたくさん」という際限ない欲求を意味するのではなく、「もう十分」と満足すればそれ以上は求めない“サティスファイサー”が求める豊かさなのではないだろうか。

なお、中年層では、[身の丈]よりさらに[物]に近い位置にあるのは[趣味中心]である。[趣味中心]は若・壮年層や高年層では、[物]と[時]から同程度の近さに位置する。「好きなこと、趣味を中心にした暮らしをしたい」という願望が、物質面の豊かさにも、時間面の豊かさにも関連することがわかる。

⑤「知識や情報の豊かさ[知]」重視に対応する〈望む生活〉—充実願望

若年層では、[知]と近い位置にあるのは[趣味中心]や[ゆとりバランス]である。[時]と関連する内容と重なる。若年層では、知識や情報の豊かさを最重視することは、時間面の豊かさを最重視することと同様、「好きなこと、趣味を中心にした暮らしをしたい」「時間のゆとりがあり、いろいろなことがバランスよくできる暮らしをしたい」という〈個人生活志向〉に関連する。

壮年層では、[知]と近い位置にあるのは[人のため]や[金・物にない充実]である。[人]と関連する内容と重なる。壮年層では、知識や情報の豊かさを最重視することは、つながりを最重視することと同様、「人のために役立つようなことをして暮らしたい」「お金や物だけでは得られないような充実感をもてる暮らし方をしたい」という〈充実願望〉につながる。

中・高年層では、[知]と近い位置にあるのは[金・物にない充実]である。②で指摘したように、中・高年層では知識や情報の豊かさを最重視することは、時間面の豊かさを最重視することと同様、「お金や物だけでは得られないような充実感をもてる暮らし方をしたい」という願望につながることをわかる。

(3) 望む生活と分野別消費意欲

〈望む生活〉と消費分野ごとの支出意欲との関連については、2015年に実施したGTAによる質的調査の結果をもとに、次のような2つの作業仮説をたてた。

(a) 人と関わり、好きに使える時間を持ち、充実した生活を望むアスピレーション（願望）は、旅行・レジャー・つきあいや、趣味・自己投資の消費につながる。

(b) 身の丈の安心な生活を望む願望は、持続可能な生活運営を志向するので、抑制的な消費態度につながる。

仮説検証にあたって、分野別の支出意欲をたずねた質問¹⁷⁾から、《内食》《外食》《衣料》《インテリア・エクステリア》《趣味・習い事》《健康・スポーツ・美容》《レジャー》《つきあい・交際》の8変数を利用する。これら8変数は、「控える」「特に変えない」「充実させる」の3つのカテゴリを持つ順序尺度である。目的変数は〈望む生活〉変数で、9カテゴリの名義尺度である。順序変数の差の検定をおこなうので、一元配置分散分析のクラスカル・ウォリス検定を用いた。以下では、5%水準で有意差が認められた関連を中心に記述する（表3）。

1) 全体的な傾向

8分野の消費意欲変数のうち、《内食》については、全年齢層で、〈望む生活〉の違いによる消費意欲の有意差は認められなかった。他の分野については、有意差が認められなかったのは、若年層で《インテリア・エクステリア》《趣味・習い事》《レジャー》《つきあい・交際》の4分野にのぼる。逆にいえば、若年層で〈望む生活〉の違いによって消費意欲に有意差が出るのは、《外食》《衣料》《健康・スポーツ・美容》の3分野である。また、壮年層では《衣料》について、有意差が認められなかった。

〈望む生活〉の違いによって消費意欲に有意な差がある場合には、〈望む生活〉変数のカテゴリ間の差を多重比較により調べた。その結果から得られた知見を以下に列挙する。

- ・若年層では、《衣料》分野のみ、[身の丈]と[趣味中心]の間に有意差が認められた。[身の丈]の暮らしを望む人に比べて、[趣味中心]の暮らしを望む人のほうが、衣料品の消費意欲は有意に高いという結果である。
- ・壮年層では、《インテリア・エクステリア》《趣味・習い事》《レジャー》分野で、[身の丈]と[趣味中心]の間に有意差が認められた。いずれの分野でも、[身の丈]の暮らしを望む人に比べて、[趣味中心]の暮らしを望む人のほうが、消費意欲は有意に高い。なお、《レジャー》分野については、[金・物にない充実]と比べても[身の丈]の消費意欲は有意に低い。また、[趣味中心][金・物にない充実]に比べて消費意欲が有意に低いのは、[身の丈]だけでなく、[金持ち]の暮らしを望む人にもあてはまる。
- ・中・高年層では、《内食》以外のすべての分野で、〈望む生活〉カテゴリ間に有意な差が認められた。特に、中年層では《趣味・習い事》《レジャー》分野で、高年層は《健康・スポーツ・美容》《つきあい・交際》分野で、多くのカテゴリ間で有意差が出ている。
- ・多くの消費分野や年齢層に該当する全般的な特徴として、次の2点を挙げることができるだろう。① [趣味中心][金物にない充実][つながり]の暮らしを望む人は消費意欲が高い。② 一方、[身の丈][金持ち][ワンランク上]の暮らしを望む人は消費意欲が低い。

2) 望む生活と分野別消費意欲に関する仮説の検証結果

①仮説(a)の検証

仮説(a)に対して、《レジャー》《つきあい・交際》《趣味・習い事》《健康・スポーツ・美容》の分野で、〈望む生活〉カテゴリ間の多重比較により、消費意欲の有意な差について検討した。

《レジャー》分野では、壮・中年層で、[趣味中心][金・物にない充実]の暮らしを望む人の消費意欲が、[身の丈]や[金持ち]の暮らしを望む人に比べて有意に高い。中年層では、[ワンランク上]の暮らしを望む人との比較においても、[趣味中心][金・物にない充実]を望む人のほうが、有意に消費意欲が高い。高年層でも、[趣味中心]の人は、[身の丈]の人に比べて消費意欲は有意に高い。

《つきあい・交際》分野では、中年層と高年層ともに、[身の丈][金持ち][ワンランク上]を望む人に比べて、[つ

表3 一元配置分散分析表〔〈望む生活〉と消費分野別支出意欲の関連〕

消費分野	年齢層	Kruskal-Wallis 検定統計量	有意確率	平均ランク									多重比較の結果： 有意確率5%水準で 有意差のあるもの	
				金持ち	ワン ランク上	趣味中心	ゆとり バランス	金物に ない充実	つながり	人のため	身の丈	のんきに		
内食	若年層	13.652	0.135											
	壮年層	4.565	0.870											
	中年層	15.368	0.081											
	高年層	4.927	0.841											
外食	若年層	21.900	0.009	243.71	236.06	241.66	214.35	201.34	149.09	233.28	192.60	192.47		
	壮年層	16.942	0.050	860.94	768.16	899.63	811.67	854.55	834.71	866.03	810.23	801.03		
	中年層	24.203	0.004	715.19	721.58	870.65	781.22	830.67	833.59	797.32	760.49	846.38	身の丈<趣味中心	
	高年層	23.081	0.006	701.35	638.45	772.51	778.01	662.18	700.42	709.96	681.05	748.51	身の丈<趣味中心	
衣料	若年層	19.213	0.023	227.81	223.87	248.85	196.08	231.09	244.09	245.75	192.22	189.22	身の丈<趣味中心	
	壮年層	9.094	0.429											
	中年層	18.015	0.035	806.61	778.72	849.07	787.60	815.85	806.18	884.90	755.51	835.68	身の丈<趣味中心	
	高年層	17.138	0.047	729.06	699.40	740.32	780.33	722.85	753.37	702.86	673.35	690.50	身の丈<ゆとりバランス	
インテリア・ エクステリア	若年層	16.556	0.056											
	壮年層	24.551	0.004	794.33	801.08	892.84	811.35	913.58	875.89	935.34	793.31	874.98	身の丈<趣味中心	
	中年層	20.726	0.014	767.80	697.22	850.85	796.75	858.40	856.05	826.71	756.90	805.08	身の丈<趣味中心	
	高年層	30.596	0.000	704.36	648.15	761.98	780.27	710.80	778.56	686.88	654.32	743.84	身の丈<(趣味中心、ゆとりバランス)	
趣味・ 習い事	若年層	12.447	0.189											
	壮年層	25.147	0.003	797.75	815.13	894.15	834.04	911.09	886.27	908.12	798.30	815.27	(身の丈、金持ち)<趣味中心	
	中年層	54.133	0.000	672.34	746.23	867.42	818.99	907.24	904.02	818.38	730.69	731.02	身の丈<(趣味中心、金物にない充実、つながり)	
	高年層	57.439	0.000	627.03	659.45	794.97	722.22	772.97	844.16	697.02	643.94	673.38	金持ち<(趣味中心、金物にない充実、つながり)	
健康・ スポーツ・ 美容	若年層	17.160	0.046	200.05	244.21	241.91	226.55	222.19	261.05	213.08	190.15	208.47		
	壮年層	19.730	0.020	787.00	878.91	880.76	799.10	886.07	912.07	914.66	809.19	848.39		
	中年層	23.544	0.005	741.85	718.69	856.86	804.78	845.89	843.47	864.77	765.38	724.46	身の丈<趣味中心	
	高年層	45.221	0.000	524.47	622.11	777.95	742.90	722.67	828.21	779.78	675.35	621.55	身の丈<(趣味中心、つながり)	
レジャー	若年層	12.923	0.166											
	壮年層	28.825	0.001	771.26	815.65	899.14	807.92	949.88	857.52	887.13	800.07	846.71	身の丈<(趣味中心、金物にない充実)	
	中年層	51.287	0.000	663.65	653.91	882.52	829.62	873.42	846.55	790.07	738.20	813.88	金持ち<(趣味中心、金物にない充実)	
	高年層	43.509	0.000	614.36	679.16	811.62	744.63	764.34	757.93	695.60	649.40	659.37	身の丈<(趣味中心、金物にない充実)	
つきあい・ 交際	若年層	12.814	0.171											
	壮年層	18.009	0.035	770.79	814.37	867.68	838.98	915.24	850.79	926.24	816.60	804.75		
	中年層	28.937	0.001	714.78	688.33	831.07	814.29	851.01	919.15	828.92	759.21	803.38	(身の丈、金持ち、ワンランク上)<つながり	
	高年層	41.581	0.000	717.45	528.42	718.14	749.08	733.00	846.73	776.50	682.58	692.23	(身の丈、金持ち、ワンランク上、のんき、人のため、趣味中心)<つながり	

なかり]を望む人は、消費意欲が有意に高い。また、《趣味・習い事》分野では、壮年層、中年層、高年層ともに、[身の丈]を望む人に比べて、[趣味中心]を望む人の消費意欲は有意に高い。さらに中・高年層だけで見ると、[金・物にない充実]や[つながり]を望む人の消費意欲も、[身の丈]を望む人より有意に高い。

自己投資のための消費分野である《健康・スポーツ・美容》では、中・高年層で[身の丈]を望む人に比べて[趣味中心]を望む人の消費意欲は有意に高い。また、高年層だけで見ると、[つながり]を望む人も、[身の丈]を望む人より有意に消費意欲が高い。また、[趣味中心]あるいは[つながり]を望む人の消費意欲は、[金持ち]や[のん

きに] 暮らすことを望む人に比べても、有意に高い。

以上の結果から、仮説(a)については、少なくとも、壮・中・高年層では当てはまるといえるだろう。レジャー、趣味、交際、自己投資など時間消費型分野では、「好きなこと、趣味を中心にした暮らし方」「お金や物だけでは得られないような充実感をもてる暮らし方」「人と関わり、社会とのつながりが感じられるような暮らし方」を望む人は、「多くを求め過ぎず、堅実で安定した暮らし方」を望む人や、「今の生活レベルよりワンランク上を目指す暮らし方」を望む人、「一生けんめい働き、金持ちになりたい」と望む人に比べて、消費意欲は高い。

趣味やレジャー、つきあいや自己投資の消費分野は、時間消費型で、「経験」「社交」「共有」というこれからの消費市場拡大に資する要素を持つ分野である。上述の結果が示唆するのは、そうした市場をリードするのは、壮年以上で、時間の使い方や人とのつきあいにバランスのとれた充実した生活を望む人だということであろう。

②仮説(b)の検証

仮説(b)に対しては、仮説(a)で検討した余暇に関わる時間消費型分野に加えて、《内食》《外食》《衣料》《インテリア・エクステリア》という、日常的な消費や物消費を中心とした分野についても検討する。〈望む生活〉による消費意欲の差が有意になった分野について、〈望む生活〉カテゴリ間の多重比較を行った。消費意欲の有意な差が認められたカテゴリ・ペアについて、以下、検討する。

多重比較の結果、有意差が認められたカテゴリ・ペアのすべては、[身の丈]を望む人の消費意欲が他に比べて有意に低いというものである。余暇に関わる時間消費の分野でも、日常的な消費や物消費の分野でも変わらない。

中・高年層では《外食》《衣料》《インテリア・エクステリア》で、[身の丈]を望む人の消費意欲が有意に低い。また、《衣料》については、若年層でも[身の丈]を望む人の消費意欲が有意に低く、《インテリア・エクステリア》については、壮年層でも[身の丈]を望む人の消費意欲が有意に低い。[身の丈]を望む人の消費意欲は全般的に低く、消費に慎重な態度がうかがえる。

調査では、貯蓄態度や生活態度に関する質問もおこなっているため、それらの回答結果からも、[身の丈]を望む人の消費意識について検討しよう。

まず、[身の丈]を望む人には、「今後の生活において貯蓄や投資など将来に備えることに力を入れたい」という人が多い⁽⁸⁾。若・壮年層であれば、教育費や住宅費（新規取得や増改築の費用）の大型支出への備え、中・高年層であれば、退職後や老後生活への備え、身の丈の生活を持続するために、先行きに備えた家計運営をする必要があるのだろう。

次に、[身の丈]を望む人は、それ以外の人と比べて、経済面の不安が強いわけではない。金資源に乏しいわけでもない。また、暮らし向きに対する満足度を尋ねる質問の回答をみると、どちらかといえば満足派が多い。特に若・壮年層で、[身の丈]を望む人に満足傾向が目立った。幸福度を尋ねる質問の回答からも、若・壮年層で[身の丈]を望む人は、相対的に幸福度が高い⁽⁹⁾という特徴もみられた。

[身の丈]を望む人は、他に比べると「物質面の豊かさ」を重視する人が多いが、消費意欲は全般的に低い。物質面で豊かな生活を送ることを重視するので、今の幸せな生活を続けるためには、家計圧迫が想定される大きな支出（教育費や住居費など）に対して事前に備える堅実な消費・貯蓄態度をとるのだろう。その態度は、不安だから備えるというより、今ある身の丈の安心と満足の生活を持続させるために備えるといったほうがよさそうだ。

以上のことから、仮説(b)については、すべての年齢層で当てはまると考えられる。身の丈の暮らしを望む人は、「ほどこほど」で満足するサティスファイサーだといえるのではないだろうか。

5. 総合的考察と今後の課題

先行研究からは、消費の目的が富の蓄積ではなく、人間関係を楽しみ、体験を積むという、充実した時間を過ごすことに変化していることが示された。消費行動の目的は、豊かさがもたらす幸せを求めることにあると考えられる。その〈豊かさ〉の意味が変化していることが、手に入れたい望む生活の内容を変え、消費行動を変えているのである。

現代は、〈豊かさ〉の意味が多様化し、重視する〈豊かさ〉は人によって異なる。本稿では、質問紙調査の定量デー

タを利用して、重視する〈豊かさ〉によって〈望む生活〉が異なり、消費分野による支出意欲の差が生じていることを明らかにした。「時間面の豊かさ」や「つながりの豊かさ」、「知識や情報の豊かさ」を最重視する人は、バランスのとれた充実した暮らしを望み、時間消費型の経験・社交・共有の要素を含む消費を主導する。一方、「金銭面の豊かさ」を最重視する人は、資源が乏しく、がんばって金持ちになることや今の生活レベルよりワンランク上を目指し、禁欲的な消費態度を示す。そして、「物質面の豊かさ」を最重視する人は、多くを求め過ぎず、身の丈で、堅実な安定した暮らしを望み、ほどほどの満足と幸せを持続可能にするため、現在の消費には抑制的態度を示す。

最近の消費動向を説明する内容は、大きく二つに分けられるだろう。一つは、時間を共有し、体験を共有する消費の広がり指摘するもの。もう一つは、将来不安が大きく、消費に抑制的な消費者が増えていることを指摘するものである。本稿の分析では、時間消費を中心に積極的な人たち（タイプⅠ）と、消費全般に抑制的な態度を持つ人たち（タイプⅡ）の2つのタイプを描くことができた。この結果は、最近の消費動向を説明する2種類の内容に合致している。現在の消費の動向は、2つのタイプの人たちが作り出しているものといえるかもしれない。

さらに、本稿の分析は、消費に抑制的なタイプ（タイプⅡ）に2種類あることも示している。“資源が少なく、経済面の不安があって消費に抑制的な人たち（タイプⅡ-1）”と、“資源が少ないわけではなく、経済面の不安が強いわけでもなく、今のほど幸せな身の丈の生活を続けるために、消費に抑制的な人たち（タイプⅡ-2）”という2つのタイプである。

タイプⅡ-1は、「金銭面の豊かさ」を最重視する人であり、「一生けんめい働き、金持ちになりたい」「今の生活レベルよりワンランク上を目指す暮らし方をしたい」人だ。タイプⅡ-2は、「物質面の豊かさ」を最重視する人であり、「多くを求め過ぎず、堅実で安定した暮らし方をしたい」人、シュワルツが言うところの「サティスファイサー」と呼べるだろう。

今後の消費動向にプラスの貢献をすると考えられるのは、タイプⅠであろう。余暇関連の時間消費市場を牽引していくだろう。

一方、堅実志向の強まりがみられる現在、身の丈の暮らしを望ましいと考えるタイプⅡ-2は、これから増加する可能性が大きい。タイプⅡ-2は消費意欲が高くないが、「物質面の豊かさ」を最重視する人である。「もっともっと」という消費意欲は弱いとしても、十分満足できる水準の維持に対する欲求は強いと考えられる。消費を「充実させる」という意識は弱くても、支出行動は堅調におこなう可能性はある。消費意欲の低さが、実際の支出行動の不活発につながるとは限らない。消費意欲と支出実績との関連について、短期パネルの時系列データを利用した研究（佐野、2004: 154-8）によれば、1990年代後半の若年層で、意欲と行動の乖離が見られることが指摘されている。意欲と行動の関連についての検証は、今後の課題としたい。

タイプⅡ-1は、所得や貯蓄など金資源が増加する、あるいは毎日の生活の中で感じる経済面の不安が和らぐことで、抑制的な消費態度が変化する可能性は小さくないと思われる。

本稿の分析には、2015年におこなったインタビュー調査による質的研究結果をもとに設計した質問紙調査のデータを用いた。質的研究と量的研究を組み合わせることにより、多様な豊かさ観、多様な「望む生活」を選択肢として設定することが可能となり、豊かさ観と望む生活、そして、消費態度との関連について、より多角的に検討することができた。また、質的研究から、消費者の資源として、金資源、時資源、人資源（社会関係資本）が重要であることが示唆されたので、本研究では、多様な豊かさ観の個人差を分析するにあたって、金銭以外の資源に注目することができ、複眼的な研究につなげることができた。

今後の課題としては、まず、「物質面の豊かさ」の意味について、身の丈の暮らしを望む心理や、サティスファイサーの「ほどほど」で満足する心理との関係を含めて、詳細に検討することを挙げたい。また、時資源、人資源の測定と、消費意欲の測定に関して、さらに工夫することが課題である。今回調査では時資源、人資源を単一の質問で測定しているが、複数の質問から測定したほうがいだろう。消費意欲についても、必需的消費分野も含め、消費全般にわたり消費態度を調べる必要がある。さらに、消費態度、支出意欲だけでなく、実際に支出したかどうかについても調べたい。パネル調査の実施など、今後の課題としたい。

【謝辞】 本研究はJPSS 科研費 JP15K00732の助成を受けたものである。

本稿査読者の丁寧なコメントにお礼申し上げます。

注

- (1) 人間の知覚は、対象の客観的な特徴によってのみ規定されるのではなく、知覚する人間の期待や思い込みによっても大きく影響される。日常慣れ親しんでいる事象との比較において、新しい事象を体験するので、これまでの経験と期待が人々の内部にひとつの基準を設定する。これが順応水準であり、新しい経験はそれ自体の絶対水準ではなく、この順応水準との比較において満足感や不満をもたらす。
- (2) 山崎は、「工業時代に社交は消費の一形態として疎んじられ、有閑階級の虚飾として非難されることが多かった。いまそれはグローバル化とポスト工業化に乗って、消費の中心のみならず、生産の場にも復活しつつあると見ることができるだろう」と指摘している（山崎、2006: 358）。
- (3) 1980～2000年ごろに生まれた世代、もしくは、2000年代に成人を迎えた世代を指すことが多い。
- (4) 「国民生活に関する世論調査」は内閣府が全国の成人男女1万人対象（層化2段無作為抽出）に毎年実施している。「豊かさ」に関する質問は、今後の生活において「物質的にある程度豊かになったので、これからは心の豊かさやゆとりのある生活をするに重きをおきたい」「まだまだ物質的な面で生活を豊かにすることに重きをおきたい」、どちらの考え方に近いかを問うもの。なお、2000年以降「物質面の豊かさ」を重視する人が微増傾向にある。ただし、「心の豊かさやゆとり」を重視する人に減少傾向は見られない。減っているのは「どちらともいえない」である。
- (5) 質問は、「あなたは、今後の生活において、貯蓄や投資など将来に備えることに力を入れたいと思いますか。それとも毎日の生活を充実させて楽しむことに力を入れたいと思いますか」というもの。
- (6) 「国民生活に関する世論調査」の2016年6月調査結果によると、「日頃の生活の中で『今後の収入や資産の見通し』について、悩みや不安を感じている」人の割合は、20歳台後半から40歳台前半に多く、6割近い。全体では4割である。不安を感じることが多い年齢層には、学齢期の子どもがいるライフステージにいる人が多い。教育など子どもにかかる費用や老後生活を念頭に不安が大きくなっていると考えられる。
- (7) 「消費マインド調査」は、跡見学園女子大学の研究倫理審査委員会の審査（（教）16-001）を経て承認されたものである。
- (8) 「消費マインド調査」は、男女それぞれ20～30歳台、40歳台、50歳台、60歳台、70歳台の回収数が500程度になったところで実査終了とする方法をとった。20歳台と30歳台を合わせたのは、調査対象要件に該当する20歳台モニターが少ないためである。
- (9) Engel, Blackwell, and Miniard (1995: 293-332) は、購買時の商品選択や店舗選択などの意思決定過程に影響する消費者資源 (consumer resources) として、経済資源、時間資源、認知資源 (商品選択にあたっての情報処理能力) をとりあげている。本稿でいう消費者資源は、購買時の意思決定過程だけでなく、消費性向や家計費目配分に関する意思決定にも影響する資源としてとらえている。また、2000年代以降加速度的に進む情報通信技術の革新や、自然災害を含めた社会的な大事件の頻出により、社会関係資本への注目が高まっていることを受け、〈信頼〉〈互酬性〉〈ネットワーク〉といった社会関係に関する資源も、「人資源」として、消費者資源の一つと考えた。特に、2000年代以降に消費の特徴として指摘されることが多い「つながり消費」や「ソーシャル消費」を考察する際に、社会関係資本の概念は重要である。
- (10) 『国民性調査』の「暮らし方」についての質問（「人の暮らし方には、いろいろあるでしょうが、つぎにあげるもののうちで、どれが一番、あなた自身の気持ちに近いものですか？」）は、選択肢として、「一生けんめい働き、金持ちになること」「まじめに勉強して、名をあげること」「金や名誉を考えずに、自分の趣味にあった暮らし方をする事」「その日その日を、のんきにクヨクヨしないでくらすこと」「世の中の正しくないことを押しつけて、どこまでも清く正しくくらすこと」「自分の一身のことを考えずに、社会のためにすべてを捧げてくらすこと」の6つを設けている。
- (11) 調査では、認知能力にかかわる〈知資源〉を調べる質問はしていない。「知識や情報の豊かさ」と消費者資源との関連を検討するさいには、多様な情報へのアクセス機会の豊富さという面から、社会関係資本に相当する《人資源》との関連を考察する。
- (12) 世帯年収については、2015年の年間税込収入について質問した。
- (13) クラスカル・ウォリス検定は、ノンパラメトリックによる差の検定手法である。カテゴリごとの順位 (ランク) 和を利用してカテゴリ間の差を調べる。各カテゴリの平均順位 (ランク) は、順位 (ランク) 和をそれぞれのサンプル数で除したものである。
- (14) 検定結果に対する有意確率は、その値が小さいほど、誤りの危険率が小さいこと（逆に言うと、検定結果の信頼度が高いこと）を意味する。したがって、有意確率の水準が5%より1%のほうが、さらに、1%より0.1%のほうが検定結果の信頼度が高いことを意味する。つまり、より高い信頼度で「有意差あり」と考えることができることを意味する。社会調査データを扱う場合は、5%水準で判断することが多い。
- (15) 3つの消費者資源について、人資源と金資源、時資源と金資源の関連をクロス集計結果から分析すると、以下のような傾向を読み取ることができる。ここでは、金資源として、年収5分位、貯蓄5分位を用いた。
 - ①人資源と金資源の関係…年収、貯蓄ともに、金資源が豊富な人ほど人資源も豊富である。また、中・高年層では、貯蓄のほうが、年収より人資源との関連が大きい。若年層は、年収・貯蓄とも、他の年齢層に比べて人資源との関連は小さい。
 - ②時資源と金資源の関係…年収、貯蓄ともに、金資源が豊富な人ほど時資源も豊富である。全年齢層で、年収より貯蓄の方が時資源との関連は大きくなり、特に中年層では、貯蓄総額が高い人ほど時資源が豊富になるという関連が顕著に見られる。
- (16) イナーシャは分散と同義語として使われる。対応分析では分散概念を、ポイント間の χ^2 距離で考える。
- (17) 「お宅では現在、次のようなものについて、消費を控えようと思っっていますか？それとも充実させようと思っっていますか？」と尋ね、

「家庭での食事」「外食やケータリングサービス（出前をとる、食事の宅配）」「衣料品」「家のインテリアやエクステリア」「レジャー、娯楽」「教養（趣味、鑑賞、習い事など）」「健康・スポーツ・美容（器具の購入やサービスの利用）」「つきあい、交際」それぞれについて、「控える」「特に変えない」「充実させる」の3つの選択肢から1つだけ選んでもらった。

- (18) 「あなたは、今後の生活において、貯蓄や投資など将来に備えることに力を入れたいと思いますか？それとも、毎日の生活を楽しむことに力を入れたいと思いますか？」と質問し、「貯蓄や投資など将来に備える」「どちらともいえない」「毎日の生活を楽しむ」から回答を選んでもらった。消費意欲が概して低い〔身の丈〕の暮らしを望む人と、消費意欲が概して高い〔趣味中心〕の暮らしを望む人を比較すると、「将来に備える」と答えた人の割合は、若年層では71%対47%、壮年層では63%対39%、中年層では48%対36%、高年層では29%対17%となった。
- (19) 「あなたはどの程度幸せですか？『とても幸せ』を10点、『とても不幸せ』を0点とすると、何点くらいになると思いますか？」と質問した。若年層では〔身の丈〕の暮らしを望む人の平均点が6.8に対し、全体では6.5となる。壮年層では6.4対6.2、中年層では6.4対6.4、高年層では6.6対6.7となった。

文献

- Botsman, Rachel and Roo Rogers, 2010, *Share: What's Mine Is Yours*, New York: HarperCollins. (=2010, 関美和訳『シェア——〈共有〉からビジネスを生み出す新戦略』日本放送出版協会.)
- Boven, Leaf Van and Thomas Gilovich, 2003, "To Do or to Have? That Is the Question," *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6): 1193-202.
- Caprariello, Peter A. and Harry T. Reis, 2013, "To Do, to Have, or to Share? Valuing Experiences Over Material Possessions Depends on the Involvement of Others," *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(2): 199-215.
- Engel, F. James, Roger D. Blackwell and Paul W. Miniard, 1995, *Consumer Behavior 8th edition*, Dryden Press.
- Gerzema, John, Michael D'Antonio and Philip Kotler, 2010, *Spend Shift: How the Post-Crisis Values Revolution Is Changing the Way We Buy, Sell, and Live*, Jossey-Bass. (=2011, 有賀裕子訳『スベンド・シフト』プレジデント社.)
- Heath, C., 1999, "Goals as Reference Points," *Cognitive Psychology*, 38: 79-109.
- Howell, Ryan T. and Graham Hill (2009) "The Mediators of Experiential Purchases: Determining the Impact of Psychological Needs Satisfaction and Social Comparison," *The Journal of Positive Psychology*, 4(6): 511-22.
- Howell Ryan T., Paulina Pchelin and Ravi Iyer, 2012, "The Preference for Experiences Over Possessions: Measurement and Construct Validation of the Experiential Buying Tendency Scale," *The Journal of Positive Psychology*, 7(1): 57-71.
- 亀岡誠, 2011, 『現代日本人の絆』日本経済新聞出版社.
- 上條典夫, 2009, 『ソーシャル消費の時代——2015年のビジネス・パラダイム』講談社.
- Michalos, A., 1980, "Satisfaction and Happiness," *Social Indicators Research*, 8: 385-422.
- 三浦展, 2012, 『第四の消費——つながりを生み出す社会へ』朝日新聞出版.
- 内閣府, 2016, 「国民生活に関する世論調査（平成27年6月調査）」, (2016年10月20日取得、<http://survey.gov-online.go.jp/h27/h27-life/index.html>).
- Riesman, David, 1957, *Abundance for What? And Other Essays*, New York: Doubleday and Co., 1964. (=1968, 加藤秀俊訳『何のための豊かさ』みすず書房.)
- 佐野美智子, 2004, 『心が消費を変える——消費者心理の変化と消費増減の関係を探る』多賀出版.
- , 2005, 「身の丈消費の団塊ジュニア」『消費&マーケティング』245: 20-27.
- , 2014, 「シナジー消費の時代」今田高俊・館岡康雄編『シナジー社会論』東京大学出版会, 89-106.
- , 2016, 「〈豊かさ〉と〈望む生活〉——現代版消費アスピレーションを考える」『跡見学園女子大学観光コミュニティ学部紀要』1: 25-39.
- Schwartz, B., 2004, *The Paradox of Choice: Why More is Less*, New York: HarperCollins. (=2004, 瑞穂のりこ訳『なぜ選ぶたびに後悔するのか——「選択」の自由の落とし穴』ランダムハウス講談社.)
- Shor, Juliet B., 2010, *PLENITUDE: the New Economics of True Wealth*, The Penguin Press (=2011, 森岡孝二監訳『プレニチュード——新しい〈豊かさ〉の経済学』岩波書店.)
- Taylor, M. C., 1982, "Improved Conditions, Rising Expectations, and Dissatisfaction: A Test of the Past/Present Relative Deprivation Hypothesis," *Social Psychology Quarterly*, 45(1): 24-33.
- 統計数理研究所, 2016, 「日本人の国民性調査」(2016年10月20日取得、<http://www.ism.ac.jp/~taka/kokuminsei/index.html>).
- Wachtel, Paul, 1983, *The Poverty of Affluence: A Psychological Portrait of the American Way of Life*, The Free Press (=1985, 土屋政雄訳『「豊かさ」の貧困——消費社会を超えて』ティビーエス・ブリタニカ.)
- 山崎正和, 1984, 『柔らかい個人主義の誕生 消費社会の美学』中央公論社.
- , 2006, 『社交する人間——ホモ・ソシアビリス』中央公論社.
- 八代尚宏・鈴木玲子, 2005, 『家計の改革と日本経済』日本経済出版社.

「スベンドシフト」の背景を探る

付表 重視する〈豊かさ〉と〈望む生活〉の対応分析 記述統計量

若年層 (n=433)		スコア		要約 イナナーシャ	次元へのポイントの寄与率		ポイントへの次元の寄与率		
		次元1	次元2		次元1	次元2	次元1	次元2	総計
豊かさ	金	-0.667	0.075	0.074	0.501	0.008	0.970	0.010	0.980
	物	-0.039	-0.259	0.022	0.001	0.028	0.003	0.120	0.124
	時	0.691	0.813	0.079	0.260	0.449	0.471	0.522	0.993
	人	0.586	-0.873	0.074	0.183	0.507	0.351	0.624	0.974
	知	0.727	0.247	0.015	0.056	0.008	0.522	0.048	0.570
	合計			0.263	1.000	1.000			
望む生活	金持ち	-1.079	-0.056	0.067	0.462	0.002	0.986	0.002	0.988
	ワンランク上	-1.050	-0.096	0.039	0.212	0.002	0.782	0.005	0.788
	趣味中心	0.126	0.276	0.011	0.008	0.048	0.104	0.400	0.504
	ゆとりバランス	0.361	0.738	0.037	0.059	0.307	0.226	0.755	0.982
	金物にない充実	0.873	-1.113	0.047	0.137	0.278	0.412	0.537	0.949
	つながり	0.874	-0.612	0.014	0.052	0.032	0.542	0.213	0.755
	人のため	0.206	-0.937	0.018	0.005	0.122	0.038	0.621	0.658
	身の丈	0.133	-0.306	0.008	0.011	0.075	0.191	0.806	0.996
	のんきに	0.704	0.986	0.023	0.005	0.135	0.347	0.545	0.892
合計			0.263	1.000	1.000				
壮年層 (n=1642)		スコア		要約 イナナーシャ	次元へのポイントの寄与率		ポイントへの次元の寄与率		
		次元1	次元2		次元1	次元2	次元1	次元2	総計
豊かさ	金	-0.657	0.116	0.049	0.530	0.027	0.972	0.019	0.991
	物	-0.054	-0.033	0.008	0.001	0.001	0.013	0.003	0.016
	時	0.303	-0.675	0.029	0.077	0.616	0.242	0.743	0.985
	人	0.532	0.549	0.027	0.179	0.308	0.584	0.387	0.971
	知	0.901	0.340	0.021	0.212	0.048	0.886	0.078	0.965
	合計			0.134	1.000	1.000			
望む生活	金持ち	-1.214	0.538	0.050	0.493	0.155	0.886	0.108	0.994
	ワンランク上	-0.606	0.352	0.008	0.069	0.037	0.817	0.171	0.988
	趣味中心	-0.032	-0.385	0.007	0.001	0.180	0.010	0.914	0.924
	ゆとりバランス	0.206	-0.431	0.013	0.025	0.174	0.177	0.479	0.655
	金物にない充実	0.922	0.754	0.024	0.184	0.198	0.696	0.290	0.986
	つながり	1.139	1.523	0.015	0.074	0.213	0.444	0.493	0.937
	人のため	0.982	0.399	0.016	0.142	0.038	0.810	0.083	0.893
	身の丈	-0.032	0.008	0.001	0.001	0.000	0.079	0.003	0.082
	のんきに	0.290	-0.133	0.002	0.013	0.004	0.481	0.063	0.544
合計			0.134	1.000	1.000				
中年層 (n=1545)		スコア		要約 イナナーシャ	次元へのポイントの寄与率		ポイントへの次元の寄与率		
		次元1	次元2		次元1	次元2	次元1	次元2	総計
豊かさ	金	-0.696	0.244	0.057	0.513	0.100	0.919	0.072	0.991
	物	-0.195	-0.263	0.009	0.011	0.032	0.124	0.143	0.267
	時	0.152	-0.612	0.021	0.017	0.430	0.083	0.841	0.924
	人	0.744	0.580	0.053	0.378	0.363	0.717	0.275	0.992
	知	0.463	-0.352	0.019	0.081	0.075	0.444	0.162	0.606
	合計			0.159	1.000	1.000			
望む生活	金持ち	-1.478	0.641	0.037	0.328	0.098	0.890	0.106	0.995
	ワンランク上	-1.366	0.774	0.027	0.205	0.104	0.779	0.158	0.937
	趣味中心	-0.142	-0.318	0.010	0.014	0.114	0.148	0.469	0.617
	ゆとりバランス	0.143	-0.338	0.011	0.011	0.095	0.101	0.355	0.456
	金物にない充実	0.708	-0.377	0.018	0.126	0.057	0.698	0.125	0.823
	つながり	1.314	1.417	0.046	0.263	0.484	0.574	0.422	0.996
	人のため	0.631	0.471	0.006	0.044	0.039	0.716	0.252	0.968
	身の丈	-0.079	0.020	0.002	0.006	0.001	0.329	0.014	0.343
	のんきに	0.117	0.164	0.001	0.003	0.008	0.323	0.402	0.726
合計			0.159	1.000	1.000				
高齢層 (n=1393)		スコア		要約 イナナーシャ	次元へのポイントの寄与率		ポイントへの次元の寄与率		
		次元1	次元2		次元1	次元2	次元1	次元2	総計
豊かさ	金	-0.570	0.273	0.037	0.355	0.165	0.873	0.099	0.972
	物	-0.381	0.168	0.009	0.042	0.016	0.448	0.043	0.491
	時	-0.086	-0.561	0.011	0.005	0.406	0.039	0.828	0.866
	人	0.814	0.273	0.057	0.588	0.133	0.947	0.052	1.000
	知	0.167	-0.594	0.010	0.011	0.279	0.099	0.620	0.720
	合計			0.124	1.000	1.000			
望む生活	金持ち	-1.470	1.583	0.027	0.169	0.396	0.580	0.332	0.913
	ワンランク上	-1.399	0.577	0.014	0.139	0.048	0.905	0.076	0.981
	趣味中心	-0.338	-0.262	0.009	0.076	0.093	0.756	0.224	0.981
	ゆとりバランス	-0.097	-0.229	0.002	0.005	0.053	0.188	0.515	0.704
	金物にない充実	0.578	-0.425	0.015	0.105	0.115	0.659	0.175	0.834
	つながり	1.119	0.454	0.032	0.314	0.105	0.909	0.074	0.982
	人のため	1.126	0.794	0.022	0.177	0.178	0.744	0.183	0.927
	身の丈	-0.118	0.053	0.003	0.015	0.006	0.472	0.046	0.519
	のんきに	-0.017	-0.119	0.000	0.000	0.006	0.016	0.381	0.396
合計			0.124	1.000	1.000				