

# 調査設計と結果の概要

——「21世紀の消費生活に関する調査」を通して(1)——

立教大学 間々田孝夫

## 1 目的

消費社会という研究領域は、1980年代以降注目されたが、欧米の理論的枠組が紹介されたにとどまり、思弁的な命題群（命題と呼べるかどうかとも疑問であるが）が無根拠のまま唱えられるばかりであった。報告者は、このような状況に対して、理論的枠組の見直しを主張するとともに、研究協力者たちと消費社会の実状を直接社会調査を通して分析してきた。

これらの社会調査は、調査の範囲やサンプルサイズはさまざまであったが、2004年、2005年、2007年、2010年、2016年とすでに5回を数えている。また、日本だけではなくアジアにも目を向け、2014年には上海で同様の調査を試みた。

本報告は、2016年に実施された、われわれ研究グループが行なう国内調査としては5回目となる調査について、調査の背景となる日本消費社会の現状、研究課題、調査設計の方針、調査項目などを説明した上で、基礎的な集計結果等調査結果の概要を説明することを目的とする。

## 2 方法

今回の調査は、「21世紀の消費生活に関する調査」と称する（ただし調査票の表題としてはより親しみやすい表現で「21世紀の消費とくらしに関する調査」とした）。

調査内容としては、従来通り消費に対するさまざまな考え方を訊ねる質問を中心とし、現代の消費者の意識構造を解明することを目指した。また、消費と関連の深い環境配慮に関する質問、健康やリスク回避に関する質問も引き続き充実させた。そのほか、伝統的な生活様式、田園的な生活様式、サードプレイス、清潔志向、幸福感、メディア接触等、消費に関連し、近年注目されるテーマについても訊ねた。また、消費主義との関連が注目される政治意識についての質問も適宜含めている。

調査方法については、母集団は首都圏40キロ圏（新宿駅を起点とする）の市区町に居住する15～69歳の男女個人とした。設計標本数は4000、調査対象者は市区町の人口に応じて確率比例抽出法によって抽出した200の地点で、住民基本台帳から系統抽出法により各20名の調査対象者を選んだ。実査は2016年の9月から10月にかけて、郵送法を用いて行われた。

以上の調査方法については、基本的に前回調査（2010年調査）を踏襲している。

調査資金としては、2016年度（平成28年度）文部科学省科学研究費基盤研究(B)の補助金をあてた（グローバル消費文化研究会、研究代表者：間々田孝夫）。

## 3 結果

実査は日本リサーチセンターに委託し、調査期間を長めにとり適宜再依頼を行なった結果、有効回収率は目標の40%を上回る41.3%、有効回収数1609を確保することができた。データクリーニング上特に大きな問題は無く、現代の消費者意識を把握するに十分な質のデータが得られた。

## 4 結論

2010年調査と比較可能な項目の集計結果を見ると、報告者が唱える「第三の消費文化」的消費の傾向、すなわちエシカル消費、オーガニック消費、環境配慮消費、こだわり消費などの傾向は、調査対象者全体としては必ずしも強まっていないことがわかった。

文献 間々田孝夫、2016、『21世紀の消費——無謀、絶望、そして希望』 ミネルヴァ書房。