

嗜好品摂取スタイルの潜在クラスと社会階層の関連

——嗜好品と豊かさや幸福に関する社会学研究（2）——

公益財団法人たばこ総合研究センター 橋爪裕人

1 目的

P.ブルデューの飲食物の好みに関する議論（Bourdieu 1979=1990）と同様に、嗜好品の摂取についても、社会階層と関連があることが示唆されている（橋爪 2019）。ただし、そこでは嗜好品の多様性については考慮されていないため、ハイカルチャー的嗜好品とローカルチャー的嗜好品が区別できていなかった。そこで本報告では、それらを区別したうえで嗜好品の摂取スタイルを分類し、社会階層との関連を明らかにしたい。

2 方法

2018年に実施した嗜好品と豊かさや幸福に関する調査（量的調査）のデータでは、様々な嗜好品の摂取状況を聞いている。文化威信スコア（小林 2018）を参考に、これらをハイカルチャー的なものと、ローカルチャー的なものに分類したうえで潜在クラス分析を適用し、摂取スタイルの類型化を行うと同時に、得られた潜在クラスを従属変数とする多項ロジットモデルを組み合わせた。潜在クラスの構造及び、社会階層との関連から、嗜好品摂取においてオムニボア仮説が成り立つか検討した。

3 結果

男女別分析の結果、男性は3クラスモデルが、女性は2クラスモデルが最適であることが示唆された。男性においてはローカルチャーユニボアクラス、たばこを除くオムニボアクラス、コーヒー・茶・菓子ユニボアクラスが得られ、社会階層との関連については、高学歴層ほどオムニボアクラスとコーヒー・茶・菓子ユニボアクラスに所属しやすいことが明らかになった。

一方、女性においてはオムニボアクラスと、コーヒー・茶・菓子ユニボアクラスが得られた。また、女性においては高学歴層と高収入層ほどオムニボアクラスに所属しやすいことが明らかになった。

4 結論

男女とも、嗜好品の好みにおいてオムニボアである潜在クラスとコーヒー・茶・菓子ユニボアクラスが得られる点は共通していた。しかし男性においてのみローカルチャーユニボアクラスが得られ、これに比べてオムニボアクラスとコーヒー・茶・菓子ユニボアクラスは高学歴であった。これに対して女性においては、コーヒー・茶・菓子ユニボアクラスに比べてオムニボアクラスが高学歴・高収入であり、男性の方が文化的オムニボアに関する先行研究（Peterson and Simkus 1992; 片岡 2000; 中井 2011）に近い結果であることが確認された。

文献

- Bourdieu, Pierre, 1979, *La Distinction: Critique Sociale du jugement*, Paris: ?ditions de Minuit. (石井洋二郎訳, 1990, 『ディスタクシオン—社会的判断力批判1, 2』藤原書店.)
- 橋爪裕人, 2019, 「消費・文化としての嗜好品摂取」『社会と調査』22: 65-78.
- 片岡栄美, 2000, 「文化的寛容性と象徴的境界——現代の文化資本と階層再生産」
- 今田高俊編『日本の階層システム5 社会階層のポストモダン』東京大学出版会, 181-220.
- 小林盾, 2018, 「21世紀の文化評価——48活動の文化威信スコアを測定する」『成蹊人文研究』26: 63-82.
- 中井美樹, 2011, 「消費から見るライフスタイル格差の諸相」
- 佐藤嘉倫・尾嶋史章編『現代の社会階層1 格差と多様性』東京大学出版会, 221-236.
- Peterson, R. A. and A. Simkus, 1992, "How Musical Taste Mark Occupational Status Groups," M. Lamont and M. Fournier eds., *Cultivating Differences: Symbolic boundaries and the making of inequality*, Chicago, 152-186.