

現代若者の再帰的ライフスタイルの諸類型とその成立条件の解明

研究課題/領域番号 19H00606

2019～2023 年度 科学研究費 基盤研究 (A) 成果報告書

令和 6 (2024) 年 3 月

研究代表者 浅野智彦 (東京学芸大学)

青少年研究会 (<http://jysg.jp/>) 発行

目次

目次.....	i
序章. 調査概要.....	iii
1. サブカルチャー.....	1
1-1. 音楽と世代差.....	1
1-2. 誰が今どきCDを買うのか?—音楽消費の属人性をめぐって.....	3
1-3. 趣味と性別・地域・学歴.....	5
1-4. 現代女性の憧れとしてのKポップ—趣味と性別の関係に注目して.....	7
1-5. 「洋楽離れ」は起こっているのか.....	10
1-6. 音楽聴取の程度における若者間の差異.....	13
1-7. 音楽による情動のマネジメント.....	15
2. メディア.....	17
2-1. メディア利用の経年比較.....	17
2-2. 全国調査にみる若年層のソーシャルメディアの利用実態.....	19
2-3. 若者はSNSで何をしているのか.....	21
2-4. メディアに支えられる親密性—拡大するマッチングアプリ利用と「リアコ・ガチ恋」.....	26
3. 友人関係.....	28
3-1. 2022年、若者の友人関係はどうなっているのか.....	28
3-2. 友人関係の経年比較.....	32
3-3. 友人に対する満足感.....	34
3-4. 再帰化する現代社会の非再帰化する友人関係—単純集計の経年比較から.....	37
3-5. 友人関係の再帰性は孤独感を高めるのか.....	40
3-6. 若者の友人関係形成のジェンダー差.....	43
3-7. 意見対立を避ける若者たちの増加に対応した育成方法.....	46

4. 恋愛・家族.....	48
4-1. 親密性のリスク—安心感を求める若者たち	48
4-2. 恋愛交際を一度も経験しない若者と自己肯定感	52
4-3. 恋愛の優先順位	54
4-4. 恋愛交際相手不在への焦りと恋愛意識・行動	57
4-5. 恋愛関係にみる性別役割分業規範.....	59
4-6. パートナーとの交際時に重視した点と、結婚後の関係満足度の関連	63
4-7. 家族への再帰的態度	66
5. 社会意識	67
5-1. 若者の権威主義化は再帰性の打ち切りか	67
5-2. 環境配慮行動と個人情報提供の許容—現代社会への再帰的対応として	70
5-3. 転職願望があるのは誰か	73
5-4. 若者たちのサバイバル戦略—〈能力不安〉が変える「私」と「社会」	76
5-5. 経済的成功に対する若者の意識の3時点比較	83
6. 自己意識	86
6-1. 自己実現に対する態度	86
6-2. 自己意識の変化	88
6-3. 自己をめぐる再帰性の規定要因について	92

※JYSG2022 調査の調査票、単純集計結果については、青少年研究会公式 HP (<http://jysg.jp/>) をご参照ください。

序－１．青少年研究会（Japan Youth Study Group）について

本調査報告書は、青少年研究会（以下、本研究会）のメンバーによって行われた調査の結果をまとめたものである。本研究会については、会の公式 HP (<http://jysg.jp/>) にその由来が記されているが、始まりは 1980 年代前半にまでさかのぼる。都市社会学者の高橋勇悦（当時は東京都立大学教授）が代表となってスタートし、2006 年からは藤村正之（上智大学）、2017 年からは浅野智彦（東京学芸大学）がそれぞれ代表を務め、その間の 1992・2002・2012 年と 10 年おきに（それぞれ、JYSG1992・2002・2012 調査と呼ぶ）、大都市部（東京都杉並区と兵庫県神戸市灘区・東灘区）の若者を対象に、科研費による実証的な質問紙調査を継続的に実施してきた。

今回実施した 2022 年調査（JYSG2022 調査）では、こうした過去の調査と同様の方法によって経年比較を行いつつ（以下、②大都市調査）、それと同時にその調査対象を全国規模にも拡大し（以下、①全国調査）、知見のさらなる一般化を図ることにした。

序－２．JYSG2022 調査の目的

今回実施した JYSG2022 調査の主な目的は、若者たちにおける再帰的ライフスタイルの構造と諸類型およびその可能性と問題点を解明することにある。ここでいう、再帰的ライフスタイルとは、外在的・超越的・画一的な価値観や目標に駆動されるというよりも、自己反省的に営まれるライフスタイルのことをいい、後期近代社会へと至るにつれて特徴的にみられるものである。

たとえば明治時代の国士や戦後の政治青年のように、内在的な理想に燃えた若者を見出すことは今日では難しいと言わざるを得ないだろう。むしろ今日においては、先行きの不透明な社会状況の中で、誰しもが自己反省的なライフスタイルを日々営まざるを得ないが、とりわけ若者においてはそれが顕著と思われる。

そこで JYSG2022 調査においては、複数の調査プロジェクトを実施することによって、その実態をより詳細に解明することを試みた。上記の通り、①全国調査を行うことで、その知見のさらなる一般化を図りつつ、同時に本研究会の過去の調査と同様の②大都市調査も行うことで、対象地域は限定されるものの、経年変化にも留意した。さらに、a.若年票（16-29 歳）を中心としつつも、概ね同じ質問項目を用いた、b.中年票（30-59 歳）の調査もそれぞれ実施し、こうした動向の世代的な広まりについても記述することを試みた。

なおこの調査は、2019～2023 年度科学研究費基盤研究（A）「現代若者の再帰的ライフスタイルの諸類型とその成立条件の解明」（研究課題/領域番号 19H00606、研究代表者：東京学芸大学教授 浅野智彦）によるものである¹。

¹ 研究分担者は以下の通り。弘前大学人文社会科学部教授 羽瀨一代、桃山学院大学社会学部教授 岩田考、中央大学文学部教授 辻泉、茨城大学人文社会科学部准教授 寺地幹人、立命館大学立命館グローバル・イノベーション研究機構専門研究員 妹尾麻美（所属は採択当時、現在は追手門学院大学社会学部准教授）、日本女子大学人間社会学部学術研究員 木村絵里子（所属は採択当時、現在は日本女子大学人間社会学部助教）、清泉女学院短期大学幼児教育科講師 二方龍紀（所属は採択当時、現在は常磐大学人間科学部准教授）、桃山学院大学社会学部准教授 木島由晶、日本大学文理学部教授 久保田裕之、昭和女子大学人間社会学部講師 小川豊武（所属は採択当時、現在は日本大学文理学部准教授）、大妻女子大学人間関係学部准教授 牧野智和（肩書は採択

序－3. JYSG2022 調査の概要

今回実施した JYSG2022 調査の概要は表 1 の通りである。

基本的には①全国調査の a 若年票がメインとなるが、経年変化を見ていく上では、JYSG2012 調査までと同様に実施した②大都市調査の結果を用いることとなる²。また、現象の世代的な広がりを見るために、概ね同じ質問項目を用いた b.中年票 (30-59 歳) についても、①全国/②大都市調査ともに実施した。なお中年票調査は JYSG2012 調査から継続して実施している。

以降の各文章においては、特別の断り書きのない限りは、①全国調査の a 若年票の結果が中心となるが、どのデータの分析結果であるかは、適宜ご留意いただきたい。

表 1. JYSG2022①全国調査・②大都市調査の概要

	①全国調査	②大都市調査 (JYSG2012 までと同様)
(1) 調査対象 母集団	日本全国の男女 a.16-29歳/b.30-59歳	東京都杉並区、兵庫県神戸市灘区・東灘区の男女、a.16-29歳/b.30-59歳
(2) 標本数	abともに2,400人	abともに2,400人
(3) 抽出方法	住民基本台帳を用いた層化2段無作為抽出法 (①②とも150地点)	
(4) 調査時期	2022年11月14日(月)～2023年2月20日(月)	
(5) 調査方法	調査員による訪問留置回収法 (一部郵送法併用)	
(6) 調査実施 委託機関	輿論科学協会	
(7) 有効回答 数(率)	a.926人38.6% / b.968人 40.3%	a.635人26.5% / b.691人28.8%

序－4. 本報告書の構成

本報告書は、序章に続き以下のような6部構成からなる。すなわち、「1. サブカルチャー、2. メディア、3. 友人関係、4. 恋愛・家族、5. 社会意識、6. 自己意識」である。詳細な分析結果については、各部の文章をご覧いただきたいが、全体的な結果としては、過渡期における若者たちの再帰的ライフスタイルの諸相がうかがえるといえよう。

研究会公式 HP に掲載した調査結果速報に記したことを再度繰り返せば、全体的には日本社会についての悲観的な意識や、社会より身の回りのことへの関心の高さがうかがえるものの、これをミーイズムの「私生活主義」や「現実逃避」と解釈するのはおそらく早計であり、それは自己意識の不確かさもまた同時にうかがえるがゆえに、今日の日本社会は、若者たちにとって、社会についても自分についても確固たるよりどころが持ちにくい過渡期の状況にあると解釈するのが妥当であろう。

また、よりどころの持ちにくさでいえば、前回調査 (JYSG2012 調査) まで見られていた友人数の増加傾向は減少に転じており、恋愛交際経験のない若者の割合も増加し続け、またテレビ

当時、現在は大妻女子大学人間関係学部教授)。

² ただし調査票の回収方法が、他の調査が調査員を用いた訪問留め置き法 (一部、郵送法を併用) であるのに対して、JYSG1992 調査のみ郵送法である点をご留意いただきたい。詳細については、関連の著作や報告書などを参照いただきたい。

などのマスメディアよりも、スマホを介した SNS 利用など自分の関心に沿ったメディア利用行動が中心となってきていることもうかがえる。音楽については、費やす時間も金額も大きな変化はないものの、趣味全体ではかつて若者文化と思われていたものが中年層にも広がっていることもうかがえる。

このように、社会についても自分についても確固たるよりどころが持ちにくい過渡期の時代において、若者たちがそれぞれのライフスタイルを自己反省的に見つめなおしながら、営んでいく状況を「再帰的ライフスタイル」と呼び表すこととし、その実態について、本報告書や、さらに今後のアウトプットにおいて探求していく予定である。

以上

※過去の調査に関する主な学術出版物は以下の通り。

●1992年調査（JYSG1992）：

高橋勇悦監修・川崎賢一・芳賀学・小川博司編，1995，『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。

富田英典・藤村正之編，1999，『みんなぼっちの世界—若者たちの東京・神戸 90's（展開編）』恒星社厚生閣。

●2002年調査（JYSG2002）：

浅野智彦編，2006，『検証・若者の変貌』勁草書房。

岩田考・羽瀧一代・菊池裕生・苫米地伸編著，2006，『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。

●2012年調査（JYSG2012）：

藤村正之・浅野智彦・羽瀧一代編，2016，『現代若者の幸福—不安感社会を生きる』恒星社厚生閣。

南田勝也・木島由晶・永井純一・小川博司編著，2019，『音楽化社会の現在—統計データで読むポピュラー音楽』新曜社。

1. サブカルチャー

1-1. 音楽と世代差

(南田勝也 武蔵大学)

本調査の主催団体の名称は青少年研究会であるが、調査対象は16歳から59歳までと幅が広く、日本の世代構成で4世代分にまたがる。そこで世代ごとにデータを分けし、音楽の行動・意識・嗜好において差異が見られるかどうかを検討する。分析に用いる世代カテゴリーは以下である。

世代名称	置き換え	生年	特徴
Z世代	Z世代	1995年以降 *調査では~2006	震災、高齢化、働き方改革、SDGsなど、社会変動を幼いころから体験。ダイバーシティネイティブの世代
ゆとり世代	Y世代	1986-1994年	インターネットが急速に拡大してテクノロジーの恩恵を享受。無理をせず、経験を大切にする世代
ロスジェネ世代	X世代	1971-1985年	就職氷河期のおおりの時代。他人とは一定の距離をもち、自分らしさを求める世代
バブル世代	LBB世代(後期ベビーブーマー)	1956-1970年 *調査では1963~	高度経済成長の恩恵を受け、欧米文化やライフスタイルを享受。楽天的で快活な気分と豊かな生活を求める

世代は論者やマーケティングによって区分が異なるが、ここではリスクブランド社の区分け⁽ⁱ⁾を用いる。その理由は、(1)生年区分に隙間がない(2)生年のズレを意識しつつアメリカの世代論を参照している2点による。ただし、日本の世代の呼び名は(アメリカ直輸入の「Z世代」以外)侮蔑的ニュアンスが含まれる⁽ⁱⁱ⁾ので、置き換えた名称で記述を進める。

まず音楽聴取の行動に関する質問については、ほとんどの項目⁽ⁱⁱⁱ⁾でZ世代がもっとも高い肯定率を示しており、しかも上の世代になるにつれて漸減する傾向にあった。これは世代差というよりも単に年齢差であろう。若いころの方が音楽に夢中になり、各種の行動も活発に行うのである。つづいて意識項目については、世代の特徴がよく現れている(表1)。

表1 音楽に関する意識と世代のクロス集計(数字は肯定率の%、 χ^2 検定 ** $p < 0.01$)

	Z	Y	X	LBB	検定
好きな音楽の歴史や背景についてよく知っている	25.2	16.9	14.2	17.6	**
他人の外見を見れば、その人の音楽の好みはだいたい想像できる	16.2	10.9	7.6	6.1	**
ポピュラー音楽のライブにも、公的な助成をすべきだと思う	42.2	35.4	27.9	28.2	**
音楽配信があれば、CDやパッケージはなくてもよいと思う	42.9	51.9	44.1	36.7	**
音楽の選曲を、アプリのおすすめや自動再生機能に任せている	31.0	32.7	21.0	17.6	**
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	58.5	61.1	46.0	39.2	**
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	61.4	56.9	52.7	55.2	**
日本の音楽よりも、海外の音楽の方が進んでいると思う	33.8	36.1	31.1	25.0	**

Z世代は、若さゆえの吸収力の高さを誇り、相対的に、好きな音楽の歴史や背景を知っているし、外見で音楽の好みを判断できると自負する。公的助成の「べき論」にも高い割合で賛成しており、公正を重視する世代の特徴が見える。Y世代はデジタルネイティブなのでCDパッケージ

を不要とする回答が全世代でもっとも多い。また選曲を機械任せにすることにも寛容だ。一方、誰かといるときには場の雰囲気重視を重視して、パーティピープルとされる世代の特徴を指摘することもできる。X 世代は、一般的にネガティブで自信がない。彼らの青年期は音楽がもっとも売れた時代にあたるので、「好きな音楽の歴史や背景についてよく知っている」が最低値なのは意外であった。LBB 世代は新しいテクノロジーにはついていけないし流行音楽に乗ることはもはやないかもしれないが、「日本の音楽よりも、海外の音楽の方が進んでいると思う」にもっとも否定的だったのは印象的である。バブル期には楽観的な日本ナンバーワン論が栄えたこともあり、日本の音楽は海外にひけをとらないという意識が強いのであろう。

最後にジャンルの好みを表示する（表 2）。解説は省略するが、世代の特徴の傾向がよく現れていて、数字を眺めるだけで興味深い、そのような結果となった。

表 2 ジャンル選好と世代のクロス集計（数字は%、 χ^2 検定 ** $p < 0.01$ 、* $p < 0.05$ ）

強い世代	ジャンル	Z	Y	X	LBB	検定
Z 世代	アニメ・声優	36.5	32.0	16.5	15.3	**
	K ポップ	33.3	27.9	19.4	14.9	**
	アイドル	28.4	23.8	14.5	17.2	**
	同人音楽・ボカロ	25.3	15.1	5.3	1.7	**
Y 世代	邦楽ロック	45.3	53.5	48.5	39.4	**
	洋楽ポップ	29.1	38.0	35.8	34.9	**
	洋楽ロック	25.2	34.7	33.5	31.5	**
	ヒップホップ	18.3	20.5	16.6	6.6	**
	ハウス・テクノ・EDM	7.7	13.6	10.3	6.0	**
	ヴィジュアル系	3.6	7.2	4.4	2.6	*
X 世代	R & B	8.3	19.4	19.4	15.3	**
	ジャズ	11.6	18.2	24.1	23.0	**
	パンク・メロコア	3.5	8.7	9.0	4.7	**
LBB 世代	フォーク・ニューミュージック	3.1	7.2	11.3	34.2	**
	クラシック	15.2	23.1	25.9	27.9	**
	演歌・歌謡曲	3.6	4.7	9.4	20.4	**
	ヘヴィメタル	3.1	4.8	6.3	6.6	*

1(i) <https://www.riskybrand.com/research/generation-research/>

(ii) このことの弊害は大きいと考えるので、別稿で詳細に論じ、提案を行いたい。

(iii) 「好きな音楽の CD を購入する」「テレビの音楽番組を視聴する」「音楽のサブスク(定額配信サービス)を利用する」「アーティストグッズを購入する」「月に一回はカラオケで歌う」「年に数回以上はコンサートやライブに行く」「音楽を聴くと体が自然に動き出す」「ヒットチャートの順位を確認する」「感傷にひたるために音楽を聴く」「TikTok 等のショート動画で知った音楽を聴く」「自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く」など。

1-2. 誰が今どきCDを買うのか？——音楽消費の属人性をめぐって

(桃山学院大学 木島 由晶)

CDが売れない時代になって久しい——10年前の報告書ですでに、こうした書き出しで文章がはじめられていた。サブスク全盛の現在では、もはやCDを知らない世代すら台頭しつつある。「月額1000円で音楽が聴き放題」の現状からすれば、「3000円でCDアルバムを1枚買う」感覚など、とうてい理解できないのではあるまいか。

しかしそうは言うものの、今でもCDを買う若者は一定の割合で存在する。1992年の調査で「好きな音楽のテープやCDを購入する」割合は68.2%だった。2002年調査でも「好きな音楽のCDを購入する」割合は65.0%で、3人に2人がCDを買っていた。だが2012年調査では43.5%と半数を切り、2022年調査では18.9%と2割に満たなくなった。

今は別に、CDを買わなくても音楽が聴ける時代である。だがそれにもかかわらず、いまだにCDを買う若者がいるのはなぜなのか。2012年調査を分析した溝尻真也は「お布施」だからだと解釈する。溝尻によれば、もはやCDは音楽を聴くために買われているのではない。「CD購入者層が抱えている思い入れは、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付けられている」（溝尻2016：15）。要はアーティスト＝「推し」への愛着のために買うのだという。

そこでこのセクションでは、溝尻の言うCD＝アーティストへのお布施仮説を、2022年調査をもとに簡単に検討しよう。

はじめに確認したいのは、どういう音楽ジャンルを好む人がCDを購入しているのかである。表1には、好きなジャンルとCD購入との関係を示している（有意差のあったもののみ）。これをみると、属人的消費の典型である「アイドル」が最も強い正の相関を示しており、お布施仮説と相性がよい。

表1 好きな音楽ジャンルとCD購入手続きとの相関

	相関係数	有意差
アイドル	0.286	***
Jポップ	0.124	***
ハウス・テクノ・EDM	0.085	*
パンク・メロコア	0.078	*
フォーク・ニューミュージック	0.075	*
同人音楽・ボカロ	0.072	*
洋楽ロック	-0.074	*

数値は Spearman の順位相関係数（以下同じ） *** $p < 0.001$ * $p < 0.05$

つぎに検討したいのは、「推し活」との関連である。これは「自分のお気に入りのアーティストを様々な形で応援すること」を指す。2021年にユーキャン新語・流行語大賞にノミネートされるまで、この言葉はさほどポピュラーではなかった。もしも現代の若者にとってCDを買うことがお布施の意味をもつのなら、ほかの推し活的な行動とも密接に関連しているはずだ。そう考えて関連項目との相関をみたところ、おおむね支持できる結果となった（表2）。つまり今日の若者にとってCDを買うことは、ライブに行き、グッズを買う……といったファン行動の一環に

位置付けられやすい。おそらく CD は音楽を聴くための道具以上の意味合いを強めているだろう。

表2 「推し活」関連項目とCD購入行動との相関

	相関係数	有意差
アーティストグッズを購入する	0.480	***
年に数回以上はコンサートやライブに行く	0.353	***
同じアーティストを好きでい続けている	0.319	***
年に数回以上は有料の配信ライブを視聴する	0.276	***
テレビの音楽番組を視聴する	0.267	***
アーティストのルックスは重要だと思う	0.143	***

最後に検討したいのは、こうしたファン行動を疑似恋愛ととらえてよいのかという点である。表3には、アーティストや他のファンに対する意識との相関を示している。これをみる限りでは、「同担拒否」といった言葉で想像される排他的な異性愛の規範はさほど感じられない。むしろ、自分の好きなアーティストを周囲と分かちあおうとする協調的な感覚が確認できる。

表3 アーティスト／ファンへのまなざしとCD購入行動との相関

	相関係数	有意差
自分と同じアーティストを応援する他のファンと交流したい	0.263	***
自分のことを、好きなアーティストに気づいてもらいたい	0.186	***
自分の音楽の好みを友人・知人に知ってもらいたい	0.174	***
テレビ・舞台・SNS・ネット配信などで見かける有名人に恋することがある	0.081	*

以上で確認したとおり、2012年調査で溝尻が指摘したお布施仮説は、2022年調査でも依然として妥当性をもつ。というより、ここにみられる傾向は、日本の音楽聴取の特徴を象徴している。すなわち、多くの人が好む音楽には、作品の良し悪しと同じかそれ以上に、アーティストのキャラクター性も重要である。かつて溝尻は、音楽CDのファンアイテム化を指摘していた（溝尻2014）。しかし私たちが検討すべきなのはむしろ、アーティストの人柄やパフォーマンスが人気に直結しやすい傾向、つまり音楽アーティストの芸能人化とでもいうべき現象なのかもしれない。

【参考文献】

- 溝尻真也 2014「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 119-133.
- 2016「コンテンツ消費から『お布施』へ——現代の若者における音楽CD購入の意味」藤村正之編『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』（2011～2013年度文部科学省科学研究費補助金研究成果報告書）15-

1-3. 趣味と性別・地域・学歴

(神田外語大学 知念 渉)

人々が好む趣味は、性別や住んでいる地域（都市度）、学歴によって左右されるのだろうか。本稿では、問9「あなたはどのような趣味をお持ちですか」という項目の男女差や地域差を確認する基礎的な作業を行っていききたい。問9は2022年調査で新設された項目である。「その他」と「趣味はない」を含めると26項目（複数回答）からなり、最後に「1～25の中でもっとも大切な趣味」を尋ねている。以下では、それらの回答における男女差、地域差、学歴差を確認していく。なお、以下の結果は、若年データと壮年データを結合して分析したものである。また、性別については、「答えない」「その他」という選択肢が用意されているが、それらと無回答を合わせても2%程度なので、分析に含めるのが難しい。そこで以下では、それらを除き男女という二つのカテゴリーで分析を行うことにする。

まずは男女差をみてみよう。問9の26項目について男女差を示したものが表1である。図表1に示されているように、ほとんどの項目において有意に男女差がある（差の検定は基本的に χ^2 乗検定を行っているが、カテゴリーの度数が極めて少ない場合にはfisherの正確検定を行った。表2・表3の分析も同様である）。「その他」「趣味はない」を除くと、有意でない項目は「お笑い」と「飲み会・コンパ」だけである。どのような趣味をもつかは、男女によって大きく異なると言えるだろう。

	男	女	男 - 女
音楽鑑賞	53.7	65.4	-11.7 ***
演奏・歌唱・バンド	10.7	14.8	-4.1 **
映画・ドラマ	39.3	57.1	-17.8 ***
舞台・演劇	2.4	12.2	-9.8 ***
マンガ・アニメ	53.5	40.4	13.1 ***
ゲーム	50.1	29.4	20.7 ***
小説・エッセイ	16.5	22.3	-5.8 **
ビジネス書・教養書	10	5.4	4.6 ***
スポーツ観戦	37.9	19.7	18.2 ***
スポーツ	23.3	9.5	13.8 ***
筋トレ・フィットネス	17.4	12.8	4.6 **
お笑い	18	18.4	-0.4
語学	3.8	7.2	-3.4 **
料理	12.7	26.5	-13.8 ***
カフェ巡り・食ベ歩き	12.1	33	-20.9 ***
飲み会・コンパ	10	8	2
旅行	20.2	32.7	-12.5 ***
ファッション	13.4	29.1	-15.7 ***
ダンス	1.4	6.6	-5.2 ***
手芸・工作・園芸	4.2	17.3	-13.1 ***
キャンプ・釣り	15.4	5.6	9.8 ***
車・バイク	23.3	4.4	18.9 ***
麻雀・カジノ・競馬	8.6	1.3	7.3 ***
パチスロ・パチンコ	6.7	1.4	5.3 ***
その他	8.7	7.6	1.1
趣味はない	1.8	2.8	-1

表1. 趣味の男女差

次に地域差をみていききたい。地域差は、「東京都区部」、「人口10万人以上の市」、「人口10万人未満の市・町村」という三つのカテゴリーにした。上述したように男女で大きく結果が異なるので、男女別にして地域差を見ていくことにしたい。その結果を示したのが表2である。

表2をみると、男性では「マンガ・アニメ」（10%水準で有意）、「語学」、「小説・エッセイ」、「キャンプ・釣り」（10%水準）で有意となっているのに対して、女性では、「筋トレ・フィットネス」および「車・バイク」（10%水準）において有意な差が確認できる。男女で有意な差が現れている項目が異なるは興味深い。また、どちらかといえば、女性よりも男性の方に地域差が現れているようにも解釈できる結果である。

最後に、学歴差をみてみよう。ここではシンプルに「大学」に通ったことなる人とない人とに分けて分析をしてみたい。その結果を男女別に示したものが表3になる。男女で共通して有意な差が現れているのは、「音楽鑑賞」、「小説・エッセイ」、「ビジネス書・教養書」、「語学」、「飲み会・コンパ」、「旅行」、「パチンコ・スロット」である。他方、男性においてのみ有意な項目は「映画・ドラマ」、「スポーツ観戦」、「スポーツ」、「車・バイク」であり、女性においてのみ有意な項目は「マンガ・アニメ」、「舞台・演劇」、「筋トレ・フィットネス」、「カフェ巡り・食べ歩き」、「ダンス」である。どちらかといえば、より「男性／女性らしい」とされる趣味において、男／女内部の学歴差がみられることが興味深い。

	男			女			男		女		
	大都市	中都市	小都市	大都市	中都市	小都市	大学	非大学	大学	非大学	
	N=248	N=214	N=381	N=276	N=287	N=457	N=375	N=454	N=375	N=634	
音楽鑑賞	56.7	51.5	53.0	68.1	66.0	63.3	56.7	50.7 +	70.4	62.1 **	
演奏・歌唱・バンド	10.8	10.9	10.4	16.5	16.0	13.1	11.5	9.8	18.9	12.5 **	
映画・ドラマ	40.4	38.6	38.9	57.9	59.9	54.8	43.3	35.0 *	59.0	55.9	
舞台・演劇	2.1	2.0	2.7	12.5	13.9	10.9	2.7	2.1	15.1	10.5 *	
マンガ・アニメ	59.3	52.2	50.4 +	44.7	35.9	40.7	55.9	51.5	44.5	37.5 *	
ゲーム	50.8	51.9	48.6	30.4	26.0	30.8	49.2	51.0	30.6	28.5	
小説・エッセイ	21.2	17.3	12.9 *	24.2	24.4	19.8	23.6	10.3 ***	28.3	18.8 ***	
ビジネス書・教養書	11.7	9.9	9.0	5.1	6.4	4.9	16.7	4.7 ***	8.9	3.4 ***	
スポーツ観戦	37.8	37.1	38.5	19.4	21.0	19.1	43.8	33.6 **	20.2	19.6	
スポーツ	20.8	27.2	22.7	9.2	10.3	9.1	28.4	18.9 **	10.8	8.8	
筋トレ・フィットネス	20.4	15.8	16.2	13.9	16.0	10.2 *	18.9	16.1	18.6	9.5 ***	
お笑い	16.2	21.8	17.0	18.3	19.2	18.0	19.5	16.8	19.4	18.0	
語学	6.2	4.5	1.9 *	8.1	6.8	6.9	7.1	0.9 ***	9.4	5.9 *	
料理	13.8	10.4	13.2	25.6	28.8	25.6	12.9	12.1	26.7	26.5	
カフェ巡り・食べ歩き	10.4	11.3	13.7	37.7	30.5	31.7	13.7	11.2	37.8	30.2 *	
飲み会・コンパ	11.7	10.4	8.8	9.2	9.3	6.4	14.5	5.8 ***	10.0	6.9 +	
旅行	22.1	18.3	20.1	36.9	33.1	29.9	26.0	15.2 ***	44.4	25.7 ***	
ファッション	15.0	12.4	12.8	29.2	29.1	29.0	15.0	11.9	31.0	28.0	
ダンス	0.4	1.0	2.2	7.7	5.3	6.7	1.1	1.4	8.9	5.3 *	
手芸・工作・園芸	3.8	3.5	4.9	18.3	14.2	18.7	4.4	4.2	18.1	16.7	
キャンプ・釣り	11.1	16.7	17.6 +	6.6	5.7	4.9	13.7	16.9	7.0	4.8	
車・バイク	19.9	23.2	25.5	4.8	2.1	5.5 +	19.2	26.0 *	4.9	4.2	
麻雀・カジノ・競馬	8.8	5.9	9.9	2.2	0.7	1.1	9.3	8.2	1.3	1.3	
パチスロ・パチンコ	7.1	6.4	6.6	0.7	1.8	1.6	3.6	9.3 **	0.0	2.3 **	
その他	9.6	10.4	7.1	9.9	6.0	7.1	9.9	7.7	7.0	7.7	
趣味はない	1.6	0.9	2.4	3.3	3.1	2.4	1.6	2.0	2.1	3.3	

表2. 趣味×性別×地域

表3. 趣味×性別×学歴

ここまで、趣味の男女差・地域差・学歴差について単純な分析を行ってきた。明らかになったことは、以下の三点である。1) ほとんどの項目において男女差がみられる、2) どちらかといえば女性よりも男性において地域差がみられる、3) 学歴差は男女で共通している部分もあるが、より「男／女らしい」趣味において学歴による性内分化がみられる。今後、この結果をふまえて、より分析を深めていきたい。

1-4. 現代女性の憧れとしてのKポップ——趣味と性別の関係に注目して

(桃山学院大学 木島 由晶)

20世紀と21世紀で若者の音楽の好みはどう変わったか。いくつか指摘することができるが、大きな変化のひとつにKポップの人気の台頭があげられる。そこで本セクションでは、どういう若者がKポップを好んでいるのかについて、趣味の側面から簡単な分析を試みたい。

表1には、有意差のあったものを正負に分けて示している。正の相関からみると、Kポップは韓国ドラマや韓国ファッションなどに関連して、つまりは韓国という国への文化的な憧れと結びついて好まれていることがうかがえる。係数はさほど強くないが、「旅行」「語学」が正の相関を示しているのも、韓国に旅行し、韓国語を話したいといった願望を表しているように読める。

他方で、負の相関のほうに目を転じてみると、今度はKポップのある種のフェミニンな傾向が浮き彫りになる。つまり、ややオタク的な男性性を感じさせる「ゲーム」「マンガ・アニメ」や、いくらかマッチョな男性性を感じさせる「車・バイク」「麻雀・カジノ・競馬」「スポーツ観戦」といったものから一定の距離をとる傾向が表れているように感じられる。

表1 Kポップ（好きな音楽ジャンル）と趣味との相関

正の相関			負の相関		
	相関係数	有意差		相関係数	有意差
映画・ドラマ	0.236	***	ゲーム	-0.210	***
ファッション	0.232	***	車・バイク	-0.107	**
音楽鑑賞	0.183	***	麻雀・カジノ・競馬	-0.072	*
カフェ巡り・食べ歩き	0.171	***	マンガ・アニメ	-0.070	*
旅行	0.082	*	スポーツ観戦	-0.067	*
語学	0.076	*			

数値は Spearman の順位相関係数 *** $p < 0.001$ ** $p < 0.01$ * $p < 0.05$ (以下同じ)

じっさい、Kポップは女性からの人気が高くて高い。表2は、性別と好きな音楽ジャンルをクロス集計したうえで、有意差のあったものを男女別に並べたものである。2022年の調査では、邦楽ロックにもヒップホップにもJポップにもクラシックにも性差はみられないのだが、性差で好みに分かれる数少ない音楽ジャンルがKポップなのである（女性：47.6%、男性：14.6%）。

表2 性別×好きな音楽ジャンルのクロス表

男性に多いジャンル				女性に多いジャンル			
	男性	女性	有意差		女性	男性	有意差
アニメ・声優	41.8	32.3	**	Kポップ	47.6	14.6	***
洋楽ロック	30.2	23.4	*	アイドル	49.2	11.2	***
レゲエ	9.0	4.7	**	洋楽ポップ	32.3	23.8	**
ヘヴィメタル	4.1	1.8	*	演歌・歌謡曲	4.7	2.2	*

一方、趣味には全般的に性別による好みがかっきりと表れている。表3は、男性に多い趣味と女性に多い趣味を示したものだ。男性に多いのが、マンガ・アニメ・ゲームの ACG (Anime, Comic, Game)、いわゆる「二次元」系の趣味と、スポーツ観戦や実践、キャンプやツーリングのようなアウトドア系の趣味やギャンブルである。一方、女性に多い趣味には音楽鑑賞や映画やドラマの視聴、カフェ巡りや楽しむための外食、ファッション、旅行といったものがある。

表3 性別×趣味のクロス表

男性に多い趣味				女性に多い趣味			
	男性	女性	有意差		女性	男性	有意差
マンガ・アニメ	67.8	52.4	***	音楽鑑賞	74.9	59.1	***
ゲーム	66.4	39.1	***	映画・ドラマ	56.2	37.0	***
スポーツ観戦	35.7	17.7	***	カフェ巡り・食べ歩き	37.7	13.7	***
自分でやるスポーツ	25.8	9.5	***	ファッション	35.0	17.0	***
筋トレ・フィットネス	19.8	11.8	**	旅行	32.6	18.5	***
車・バイク	16.5	3.9	***	小説・エッセイ	25.6	18.5	*
キャンプ・釣り	10.7	3.7	***	料理	22.1	12.9	***
麻雀・カジノ・競馬	8.4	1.4	***	演奏・歌唱・バンド	20.4	12.9	**
パチンコ・パチスロ	3.8	0.8	**	舞台・演劇	13.6	2.3	***
				手芸・工作・園芸	11.8	1.3	***
				ダンス	10.1	2.0	***
				語学	8.2	4.1	*

こうしてみると、K ポップには現代の女性が好きになりやすい要素がすべて含まれているようにも思えてくる。そしてこのことは日本の洋楽受容の歴史と重ね合わせると興味深い。なぜなら、日本はつねに「進んだ西洋／遅れた日本」の図式で文化を摂取しようと努めてきたからである。

「J ポップ」の名称自体が、西洋人に認めてもらいたいのに認めてもらえないので自分で名付けた言葉、つまり「日本人が外国人の視点を借りて考えた自称」（烏賀陽 2005：17）であり、聴衆はもとよりアーティスト自身そのみじめさを何度もパロディ化してきた（木島 2019）。

つまり 20 世紀において、多くの日本人が暗黙のうちに想定していた文化的なヒエラルキーは「欧米>日本>アジア」だったが（南田 2001：135）、K ポップファンはおそらく「韓国≧欧米>日本」といった風に位置付けている。ここにみられる文化的正統性のゆらぎが、21 世紀における日本の音楽文化の大きな特徴と考えられよう。

【参考文献】

- 木島由晶 2019 「ファーザーズサン——加藤典洋と浜田省吾」南田勝也編『私たちは洋楽とどう向き合ってきたのか——日本ポピュラー音楽の洋楽受容史』花伝社 135-166
 南田勝也 2001 『ロックミュージックの社会学』青弓社

烏賀陽弘道 2005 『J ポップとは何か——巨大化する音楽産業』 岩波書店

1-5. 「洋楽離れ」は起きているのか

(関西国際大学 永井純一)

近年、日本のポピュラー音楽をめぐる現象として「洋楽離れ」がしばしば取り沙汰される。ビルボードチャートによると、調査が行われた2022年のトップ100にランクインした海外の楽曲は4曲であり、47位のザ・キッド・ラロイ×ジャスティン・ビーバー「ステイ」を除く3曲はK-Pop、翌2023年は9曲がランクインしいずれもKポップであった²。日本レコード協会によると、音楽ソフト（オーディオ／音楽ビデオ合計）の生産実績における邦楽と洋楽の比率は金額ベースで92：8となっている³。こうした傾向は複数の商業統計から確認することができ、特に2007年以降に顕著である（永井2019）。

ではその実態はどのようなものか。本調査では回答者に「好きな音楽ジャンル」を訪ねている。これを用いてここでは洋楽受容の現状について分析を行う。なお2022年調査では全20ジャンルの選択肢を設けたが、このうち洋楽／邦楽の区分が明確な「洋楽ポップ」、「洋楽ロック」、「Kポップ」、比較対象として「Jポップ」「邦楽ロック」を分析に用いる。

使用するデータは2012年と2022年の若年票（16～29歳）と中年票（30～49歳）である。なお、2012年時点の青年層は2022年の中年層と出生年が近いことから、これらを擬似コーホートとみなして分析を行うこととする。以下では1.時系列による比較、2.同時点での青年と中年の比較、3.擬似コーホート分析を行う。

表1. 各調査対象者の出生年

	2012年調査	2022年調査
16～29歳	1996～1983生まれ	2006～1993生まれ
30～49歳	1982～1963生まれ	1992～1973生まれ

表2. 「好きな音楽ジャンル」抜粋

ジャンル	年齢層	2012	2022	有意差（時系列）
洋楽ポップ	16～29歳	34.3%	28.3%	**
	30～49歳	32.7%	34.2%	
洋楽ロック	16～29歳	30.0%	26.5%	**
	30～49歳	31.2%	31.9%	
Jポップ	16～29歳	75.7%	69.3%	***
	30～49歳	67.7%	67.4%	
邦楽ロック	16～29歳	38.2%	45.0%	***
	30～49歳	30.0%	45.8%	***
Kポップ	16～29歳	16.2%	32.5%	***
	30～49歳	9.6%	19.7%	***

² https://www.billboard-japan.com/charts/year¥_end/（2024年2月29日閲覧）

³ <https://www.riaj.or.jp/f/data/annual/ms.html>（2024年2月29日閲覧）

1.時系列比較

2012年と2022年を比較した際、若年票ではいずれのジャンルでも有意差がみられた。予想通り洋楽ポップと洋楽ロックの人気は低下している。とはいえ、それぞれ25%を上回っており、調査項目の全20ジャンル中洋楽ポップは5位、洋楽ロックは8位である。商業統計やチャートよりかはいくぶん「まし」な印象を受ける。

邦楽に関してはJポップと邦楽ロックの人気は高く、それぞれ1位と2位であった。なおJポップの数値は前回調査を下回っている一方、邦楽ロックは7ポイントほど増加し、全ジャンルで最も数字を伸ばしており全体で4位につけた。

中年票では邦楽ロックとKポップがそれぞれ約16ポイント、10ポイントと人気を獲得したほかは有意差は見られなかった。全ジャンル中の順位に関していえば、1位.Jポップ、2位.邦楽ロック、3位.洋楽ポップ、4位.洋楽ロックと洋楽人気は健在といえる。

2.年齢層比較

2022年の結果を年齢層ごとに比較した場合、洋楽2ジャンルはいずれも中年層のほうがファンが多く、Kポップは若年層が多い。Jポップと邦楽ロックについては有意差は見られなかった。

3.近似コーホート分析

洋楽の2ジャンルについては有意差はみられなかった。つまり1996-1983年生まれの2012年調査時点の若年層は、若い頃と同様に洋楽を聴いている可能性が高い。邦楽について、Jポップは減少している一方で邦楽ロックはKポップとともによく聴かれる傾向にある。

自国の音楽への意識

人々は、上記のような邦楽や洋楽K-Popといった際に、どの程度自覚的なのだろうか？国際比較調査では「自分の国の音楽以外に興味はない」かどうかを訪ねている。これによると日本人の肯定的な意見（「そう思う」「ややそう思う」の合計）は48.2%であるが、この数字は2大音楽輸出国である韓国（52.6%）や米国（66.0%）よりも低いものになっている。

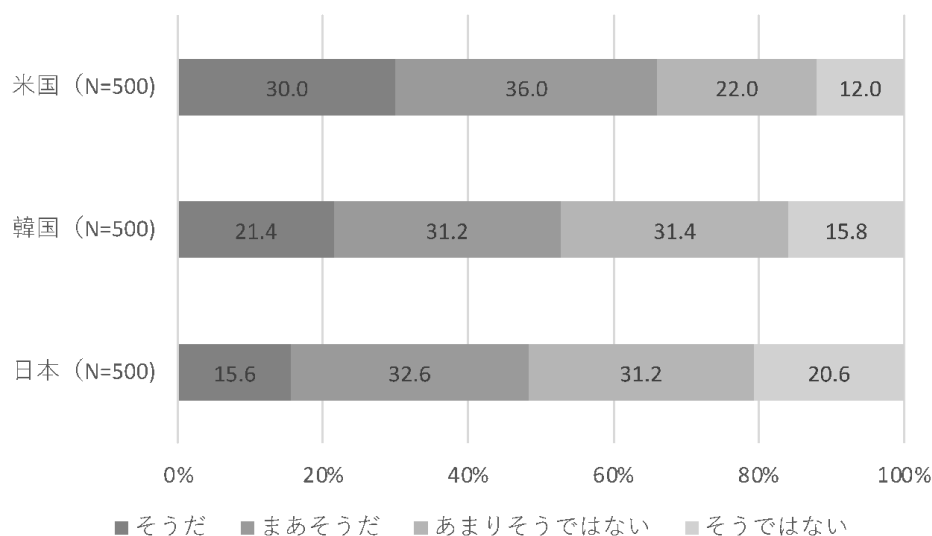


図 1. 自分の国の音楽以外に興味はない

考察

時系列で見た場合、洋楽ポップと洋楽ロックの数値は若年層で低くなっており、まさしく「若者の洋楽離れ」が確認できる。ただし、中年層では変化がなく、疑似コーホートにおいても差はみられなかった。ただし、市場調査やチャートが示すほどの状況ではなく、ジャンルとしてある程度の人気を確保できているともいえるだろう。

若年層に関していえば、J ポップでも数値が低くなっている一方で邦楽ロックと K ポップの人気は高まっている。他のジャンルの数値も高くなっていることとあわせると、音楽の好みが多分化したため、相対的に J ポップの数値が低くなったと考えられる。なお中年層も邦楽ロックと K ポップの人気は高まっているが、J ポップについては変化がない。

以上のことを総括すると、洋楽人気は確かに低下しているものの、邦楽ロックと K ポップの人気上昇がそれを上回っているために、実際よりも大きな変化とみられているのではないかと。とりわけ、変化の少ない中年層には大きなインパクトをもたらしている可能性がある。

本分析ではあくまでも「好きな音楽ジャンル」についての分析に留まっているため、実際の音楽の聴かれ方や意識については引き続き調査・分析を行う必要がある。

【参考文献】

永井 純一 2019「洋楽離れはいつ起こったのか：分水嶺としての 2007 年仮説」神戸山手大学『神戸山手大学紀要』(21)：107-114

1-6. 音楽聴取の程度における若者間の差異

(秋田大学 野村 駿)

本稿では、若年層における音楽聴取の程度に着目して、特により積極的に音楽を消費する層の特徴を明らかにする。使用するデータは、全国調査の若年票（n=926）である。

まず、「あなたは一日に平均して音楽をどのくらい聴きますか」（音楽聴取時間）と「あなたは、月に平均してどれくらい音楽にお金（CD・DVD・サブスク・ライブなど）を使いますか」（音楽支出金額）を用いて類型化を行った。具体的には、音楽聴取時間について、中央値である60分を基準に「長／短」とし、音楽支出金額は0円が半数近くを占めたため、0円かそれ以上かの「有／無」を基準とした。それらを組み合わせて、音楽聴取時間がより長く、かつ音楽にお金をかける「長&有」（34.0%）、反対に音楽をあまり聞かずお金もかけない「短&無」（26.7%）、それ以外の「長&無」と「短&有」を「その他」（39.3%）にまとめて三類型を得た。

表1 音楽聴取時間と音楽支出金額による類型

			音楽支出金額		
			無	有	合計
音楽聴取時間	短	(n=)	306 34.0%	250 27.8%	556 61.8%
	長	(n=)	103 11.5%	240 26.7%	343 38.2%
	合計	(n=)	409 45.5%	490 54.5%	899 100.0%

次に、三つの観点から「長&有」の特徴を検討する。第一に、音楽聴取の行動との関連である[1]。より長く音楽を聴きお金もかける「長&有」は、ある意味当然のこととして、それ以外の者たち以上に幅広い音楽聴取の行動をとる。たとえば、音楽のサブスク利用に加えてCDやアーティストグッズを購入し、有料配信ライブも視聴する。他方で、カラオケで歌い、コンサートやライブに行き、音楽フェスにも参加する。CDから音楽配信へ、ダウンロードからサブスクリプションへ、モノ消費からコト消費へと音楽聴取の仕方に関わるさまざまな変化が指摘されてきたが、最も音楽に親しむ若者たちは、その多くを享受している。一方、音楽をあまり聞かずにお金もまったくかけない「短&無」では、一様にして肯定率が低い。「この中にあてはまるものはない」が54.8%と半数以上になっているのも、他の方法による音楽聴取の可能性を残してなお、そもそも音楽自体に距離があることが指摘できるだろう。

では、音楽により多くの時間とお金をかける若者とはいったいどのような若者なのか。第二に、それを自己意識や友人関係の点から確認したい[2]。明らかになったのは、自己や友人を場面によって柔軟に切り替える意識をより強く持っている点である。たとえば、「意識して自分を使い分けている」の肯定率は、「長&有」が61.2%であるのに対し、「短&無」は44.0%である。

また、「自分にとって何かメリットがある友だちを選ぶようにしている」「遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友だちを使い分けている」も「長&有」で肯定率が高い。そして、さらに興味深いのは、彼らがこうした状況を必ずしもネガティブに捉えていない点である。つまり、「自分がどんな人間かわからなくなることがある」ものの（55.6%）、「今のままの自分でいいと思う」（71.4%）、「自分は友人関係に恵まれている（自己評価）」（68.6%）と考える者が、他の類型に比べて有意に多くなっている。

この背景に迫るために、彼らの音楽の聴き方に着目したい[3]。「自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く」はすべての類型で肯定率が高いが、その中でも「長&有」で有意に高くなっている。あるいは、自身の音楽の好みのセンスの良さに対する自信もうかがえる。だがそれだけでなく、「自分の音楽の好みを友人・知人に知ってもらいたい」や「自分と同じアーティストを応援する他のファンと交流したい」など、積極的に他者と関わっていく志向性が確認できる。単に音楽を個人的に聴取するだけでなく、「音楽はみんなで一緒に楽しむものだと思う」など、集団で享受しようとする志向性が指摘できるのである。

以上を踏まえるならば、音楽により時間とお金をかける若者とは、音楽を「聴く」だけでなく「見る」「参加する」などさまざまな形態で音楽に関わる者たちであり、自己や友人関係を場面に応じて切り替える柔軟性を持ち、音楽を単に個人的に楽しむだけでなく、他者と共有して集団的に享受しようとする志向性を持つ者たちであるといえよう。

表2 音楽聴取の程度類型による特徴（数字は肯定率の%、 χ^2 検定 ** $p < 0.01$ ）

	長&有	その他	短&無	検定	
[1]	好きな音楽のCDを購入する	36.3	27.1	5.7	**
	音楽のサブスク(定額配信サービス)を利用する	74.6	49.6	9.0	**
	年に数回以上は有料の配信ライブを視聴する	17.9	7.7	0.0	**
	アーティストグッズを購入する	43.8	25.4	5.7	**
	月に一回はカラオケで歌う	19.6	15.4	9.4	**
	年に数回以上はコンサートやライブに行く	34.2	20.5	6.4	**
	年に一回は音楽フェスに参加する	10.8	3.1	0.7	**
	この中にあてはまるものはない	5.0	14.8	54.8	**
[2]	場面によってでてくる自分というものは違う	83.1	75.8	70.4	**
	自分がどんな人間かわからなくなることがある	55.6	45.7	41.7	**
	意識して自分を使い分けている	61.2	49.4	44.0	**
	今のままの自分でいいと思う	71.4	58.9	60.9	**
	自分にとって何かメリットがある友だちを選ぶようにしている	42.6	28.2	29.3	**
	遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友だちを使い分けている	73.9	64.5	61.6	**
自分は友人関係に恵まれている（自己評価）	68.6	58.9	53.9	**	
[3]	自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く	88.8	80.7	70.3	**
	自分の音楽の好みは、他の人と比べてセンスが良いと思う	53.0	42.3	33.4	**
	自分の音楽の好みを友人・知人に知ってもらいたい	51.3	39.0	29.4	**
	自分と同じアーティストを応援する他のファンと交流したい	49.8	32.5	21.5	**
	音楽はみんなで一緒に楽しむものだと思う	55.8	45.0	37.6	**

1-7. 音楽による情動のマネジメント

(小川博司)

1. 音楽による情動のマネジメント

若者は音楽をどのような利用しているのだろうか。自己表現、気晴らし、社交など、さまざまな利用目的があるだろう。今日、音楽により情動をマネジメントするという傾向が強くなっている。この傾向はこの20年間で強くなったのだろうか。この傾向は、音楽の趣味、メディア利用、自我のあり方とどのような関連があるのだろうか。

2. マネジメントする割合の増加

音楽による情動のマネジメントの動向を明らかにするために、2002年から毎回「自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く」についてどの程度あてはまるか尋ねている。大都市（東京・神戸）の16歳から29歳を対象とした調査結果の経年変化をみると、2002年から2012年にかけて「そうだ」と強く肯定する割合が大きく伸びた。2012年から2022年にかけては、若年・中年ともに、「まあそうだ」の割合は減るものの、「そうだ」の割合が伸びた。今日、音楽で情動をマネジメントすることは、ありふれた日常の行為として浸透していると見ることができる（表1、表2）。

表1 「自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く」（16～29歳）

調査年	そうだ	まあそうだ	あまりそうではない	そうではない	無回答	計
2002	23.5	39.5	24.8	11.2	1.0	100.0 (N=1100)
2012	42.1	37.7	13.2	6.5	0.5	100.0 (N=1050)
2022	47.6	28.2	13.9	9.8	0.6	100.0 (N=635)

表2 「自分の気持ちを変えるために、曲を選んで聴く」（30～49歳）

調査年	そうだ	まあそうだ	あまりそうではない	そうではない	無回答	計
2012	20.0	42.8	19.7	16.4	1.0	100.0 (N=719)
2022	28.7	39.2	15.3	16.5	0.2	100.0 (N=418)

3. 音楽による情動マネジメントをする人の特性

音楽による情動マネジメントをする人はどのような特性をもっているだろうか。以下、若者（16～29歳）対象の全国調査の結果に基づいて考察する。

まず性別についてみると、「そうだ」と強い肯定をする割合は、女性 50.2%、男性 41.1%と、女性の方がマネジメントする割合が多い。続いて、趣味、音楽の好み、メディア利用、自我のあり方などについての項目との関連から、以下のような特性が浮かび上がってきた。表3～5はクロス集計によるカイ自乗検定の結果を示している。

(1) 音楽消費者、洋楽寄りのポップ音楽が好き

趣味との関連では、音楽鑑賞については強い関連がみられる一方、演奏・歌唱・バンドについては関連があるとはいえず、音楽消費者という性格が見られる（表3）。その他、関連がみられる趣味項目については、身体性との関連で検討する必要があるように思われる。好きな音楽との関連では、ポップとロック、洋楽の要素が強いものが好みであるという傾向が見られる（表4）。

表3 音楽による情動マネジメントと関連がある趣味項目

p<0.001	音楽鑑賞、映画・ドラマ、ゲーム、旅行、ファッション
p<0.05	マンガ・アニメ、筋トレ・フィットネス、お笑い、カフェ巡り・食べ歩き、飲み会・コンパ、ダンス

表4 音楽による情動マネジメントと関連がある好きな音楽

p<0.001	洋楽ポップ
p<0.01	邦楽ロック、洋楽ロック、Jポップ、Kポップ、ヒップホップ、R&B

(2) 新しい音楽メディア利用

音楽メディア利用と音楽行動との関連では、テレビの音楽番組視聴、サブスク利用、カラオケ利用など、メディアを利用して音楽を消費する項目との関連が見られる。他方、バンド活動、音楽フェス参加との関連はあるとはいえない（表5）。

表5 音楽による情動マネジメントと関連があるメディア利用・音楽行動

p<0.001	テレビの音楽番組を視聴する、音楽のサブスク(定額配信サービス)を利用する、アーティストグッズを購入する
p<0.05	月に一回はカラオケで歌う、年に数回以上はコンサートやライブに行く

(3) 多面的自己と音楽による情動マネジメント

自我のあり方との関連では、自己のアイデンティティについて不安を感じつつも、音楽による情動マネジメントと「意識して自分を使い分けている」「場面によってでてくる自分というものは違う」の間には強い関連が見られる（p<0.001）。音楽による情動マネジメントが、多面的な自己を提示していこうと側面と関連していることが伺える。

音楽による情動マネジメントをする人の割合は、ここ20年来、増加傾向にある。音楽メディアを使いこなし、流行しているポップ、ロックに親しみ、多元的な現代社会に軽やかに適応している若者像が浮かび上がってくる。今後、これらと感情労働（Arlie Russell Hochschild）との関連を検討していきたい。

2. メディア

2-1. メディア利用の経年比較

(常磐大学 二方 龍紀)

本稿の目的は、メディア利用に関する質問項目の基礎的な集計の経年比較を通して、若者とメディアの関わりについて、確認することである。まず、2002年・2012年・2022年（大都市調査）の各調査のメディアの利用率・利用時間を比較する（表1・2）。

表1 各メディアの利用率		2002年	2012年		2022年	
			若年票	中年票	若年票	中年票
テレビ	テレビ	91.1%	91.3%	93.5%	70.6%	85.2%
ゲーム	テレビゲーム	30.7%	42.8%	23.8%	51.0%	33.0%
	オンラインゲーム	7.3%	22.4%	15.9%	59.8%	41.4%
電話	固定電話(通話)	42.5%	40.4%	63.3%	25.7%	40.1%
	携帯電話(通話)	77.2%	98.5%	98.1%		
ネット	インターネット	35.4%	95.4%	90.4%		
	スマートフォン		72.4%	48.1%	98.1%	96.8%
表2 利用時間（単位：分）		2002年	2012年		2022年	
			若年票	中年票	若年票	中年票
	テレビ視聴時間（平日）	173.54	117.81	139.39	70.14	112.01
	テレビ視聴時間（休日）		188.54	212.02	108.34	166.10
	携帯・スマホ通話時間	54.64	19.50	17.51		
	インターネット利用時間	78.47	205.54	132.2		
	スマホ利用時間				286.50	173.41

※表1のテレビ利用率の2012年・2022年は平日の利用率、テレビゲームの利用率の2012年は据え置き型。

テレビに関しては、2002年・2012年の調査に比べて2022年調査では、利用率の減少が大きく見られる。また、視聴時間も大きく減少している。オンラインゲームの利用率は、大幅に増加していて、若年層・中年層ともに、ゲームとの接触が増加していることが分かる。固定電話の通話に関しては、若年層・中年層ともに、利用率が著しく減少している。こうした他メディアの利用時間の減少と対照的に、(実質的には2012年調査までのインターネット利用時間の増加とつながる形で) スマホ利用時間が長時間になっていることが分かる。

このように、メディアとの関わりという点で、据え置き型の利用が想定されるメディアの利用時間が減少し、「どこでも利用できるメディア」(携帯電話・スマホ・インターネット)の利用が中心になってきている傾向は、2012年調査の時点から見られたが、テレビの利用率の減少のように、その傾向がよりはっきりしたのが2022年調査の結果だ。それでは、このスマホやインターネットでは、どのような内容の利用が伸びたのか、経年比較可能なサービス・コンテンツ・アプリの利用率から見てみる(表3)。

表3 サービス・コンテンツ利用率	2012年		2022年	
	若年票	中年票	若年票	中年票
動画共有サイト	77.0%	49.0%	87.4%	67.6%
X（調査時点ではTwitter）	45.1%	17.5%	73.4%	39.1%
Facebook	49.1%	30.9%	12.0%	33.1%
SNSへの投稿	33.1%	21.0%	66.9%	37.8%

動画共有サイトの利用率は、若年票ではテレビを超えており、コンテンツ視聴が動画共有サイトによって行われるという傾向が強まっている。また、SNSの利用が大きく伸びている（最も利用率が高いInstagramは若年票78.9%、中年票46.7%）。SNSに投稿する割合も増加していることから、発信型のメディアとして利用する傾向も強まっていることが分かる。

表4 インターネット利用行動・意識等	2002年	2012年		2022年	
		若年票	中年票	若年票	中年票
インターネットで知り合った相手と友達付き合い	11.9%	21.7%	12.4%	26.0%	13.2%
インターネットで知り合った相手と直接会う	15.2%	26.5%	18.2%	26.5%	18.1%
インターネットで知り合った相手に恋愛感情	4.8%	8.0%	5.7%	10.1%	6.4%
ゲームのキャラクターに思い入れ	10.0%	20.4%	3.9%	23.3%	7.1%
生身の人間ではないメディアの登場人物に恋する				6.8%	3.3%
メディア上での有名人に恋する				7.6%	4.6%

※表4の「直接会う」の2022年は「インターネットで知り合った同じ趣味の人と直接会ったことがある」

こうしたSNSをはじめとしたインターネットの上の人間関係のネットワークを若者はどのように構築しているのか（表4）。インターネット上で人間関係を作るという傾向は、着実に増加しているが、その増加の傾向は緩やかになっている（ただし、この結果は2022年調査が直接会うことが難しいコロナ禍の時期に行われたことと関わっている可能性がある）。インターネット上の人間関係作りにかかわる意識として、ネット上の投稿の公開範囲を限定するという回答は、若年票で59.6%、中年票で27.4%見られ、特に若い世代でネット上の人間関係の管理や限定の傾向が確認できた。また、「キャラクターへの思い入れ」などの質問項目の結果からは、メディア上のキャラクターへ親近感を覚える傾向が着実に強まっていることが確認された。表1・2でみたようなゲームやインターネットとの接触の増加と関わる傾向であることが示唆される。

以上の結果をまとめる。経年比較によって、2012年調査の「どこでも利用できるメディア」がメディア利用の中心になる傾向が強まったことが確認された。この背景には、コロナ禍を経て、リモートワークやオンライン授業、オンラインイベントのように、メディア上のコミュニケーションが一般的になったことが関わっていると考えられる。また、インターネットがコンテンツやゲームの利用の前提になり、テレビもその流れに融合する状況が見られる。ただし、この調査はコロナ禍に行われているため、今後もその傾向が継続するのかの確認が必要だ。本稿では、経年比較のため、大都市調査データのみを使用した。全国調査データも使用しながら、特に、メディア上の関わりの増加が、実際の日常生活の人間関係の中にどのように関わっていくのか（例えば「趣味縁」の拡がりの傾向など）、メディア上の「まなざし」をどのように管理し、活用しているのかなどを今回の調査データを通して、引き続き、分析していきたい。

2-2. 全国調査にみる若年層のソーシャルメディアの利用実態

(日本女子大学 木村 絵里子)

若者が使用するメディアは時代とともに変化してきた。2010年代以降の大きな変化としては、多様なソーシャルメディアが普及したことが挙げられるだろう。本論では、青少年研究会による2022年全国調査の若年票を用いて、ソーシャルメディアの利用状況について概観し、ソーシャルメディア利用と基本的属性との関連について確認したい。

本調査のデータによれば、91.6%が何らかのソーシャルメディアを利用している（n=926）。具体的に利用しているソーシャルメディアを複数回答形式でたずねると、Instagram：76.3%、X（旧Twitter）：72.6%、TikTok：39.7%、Facebook：10.5%、その他：1.4%となった（Q5）。さらにこれらのなかから最もよく使うソーシャルメディアを1つだけ選んでもらうと、Instagram：50.2%、X：40.4%、TikTok：7.8%、Facebook：0.9%となる。また、別の質問項目ではあるが、LINEの利用率は97.2%（Q3）、YouTubeの利用率は95.6%である（Q8）。オールメディアとして位置付けられ、マスメディアでもあるテレビ視聴の割合は、平日：75.5%、休日：79.5%である。テレビ視聴の割合も比較的高いものの、YouTubeのほうがよりポピュラーだといえる。

先のQ5のソーシャルメディア利用（複数回答形式）について、もう少し詳しく見ておこう。利用しているソーシャルメディアの平均選択個数は2.18である。2つ選択した者が38.5%と最も多く、3つ選択した者が32.7%、1つのみを選択したのが24.2%となっており、X、Instagram、TikTok、Facebookの4種すべてを利用している者は4.6%に過ぎない。2〜3種類のソーシャルメディアを使い分けしているのが多数派だといえる。

では、具体的にどのソーシャルメディアを組み合わせて使用されているのだろうか。表1に組み合わせのパターンを示した。InstagramとX、InstagramとXとTikTokを同時に使っている者がともに24.5%、次いでXのみの利用が12.1%となっている。ここまでが、ある程度のまとまりが確認されるところであり、それ以下の併用率はそれぞれごく少数である。これまである特定のソーシャルメディアの利用者の特徴など、メディアごとの分析が進められてきたが（木村 2023a）、しかし、実際の利用のされ方に着目してみると、大半は複数のソーシャルメディアを組み合わせて使用していることがわかる。

次に、InstagramとX、InstagramとXとTikTokの併用と基本的属性の関連について確認したい。表2にあるように、InstagramとX

表1. ソーシャルメディアの併用率

	%	度数
Instagram・X	24.5	213
Instagram・X・TikTok	24.5	213
Xのみ	12.1	105
Instagramのみ	9.3	81
Instagram・TikTok	7.7	67
Instagram・X・Facebook	4.5	39
Instagram・X・Facebook・TikTok	4.1	36
X・TikTok	2.0	17
Instagram・Facebook	0.5	4
Instagram・Facebook・TikTok	0.5	4
Facebookのみ	0.3	3
X・Facebook	0.2	2
TikTokのみ	0.2	2
X・Facebook・TikTok	0.2	2
Facebook・TikTok	0.1	1
あてはまるものはない	9.2	80
合計	100.0	869

の併用では年齢のみ有意差がみられた。調整済み残差の値からすると（省略）、10代の割合が低いという特徴がある。

一方、InstagramとXとTikTokの併用では性別、年齢層、雇用形態に有意差がある。女性の割合が高く、（調整済み残差によると）20代後半の割合が低く、かつ10代後半の割合が高い。さらに雇用形態（学生除く）では、非正規雇用の割合が高くなっている。性別と年齢層ではCramer' Vがともに0.186である。各ソーシャルメディアはさまざまな目的に応じて使い分けられていると考えられるが、上記の結果から、InstagramとXとTikTokの組み合わせは、とりわけ若い女性に使用されているといえるだろう。Instagramでは、投稿者自らが写真などを駆使して「舞台」を創造しながらコミュニケーションが行われているように（木村 2023b）、InstagramとXとTikTokの併用では、主に若い女性に特徴的であるヴィジュアルコミュニケーションが活発に実践されている可能性が考えられる。今後、詳細な分析を行いたい。

表2. ソーシャルメディア併用と属性のクロス集計

		Instagram・X	χ^2 (P)	Instagram・X・TikTok	χ^2 (P)
性別	男性	22.9	n.s.	15.5	0.000
	女性	26.3		31.6	
年齢	16～19歳	15.7	0.001	34.3	0.000
	20～24歳	28.8		26.7	
	25～29歳	27.6		14.9	
都市規模	東京都区部	23.0	n.s.	27.0	n.s.
	政令指定都市	26.6		25.0	
	人口10万人以上の市	26.8		24.2	
	人口10万人未満の市	22.1		26.1	
	町村	23.4		15.6	
母学歴	母大卒	26.9	n.s.	24.5	n.s.
	母非大卒	25.7		23.5	
父学歴	父大卒	26.6	n.s.	22.0	n.s.
	父非大卒	24.6		23.8	
暮らし向き	余裕がある	26.0	n.s.	21.9	n.s.
	ふつう	21.2		26.7	
	苦しい	29.1		25.0	
雇用形態	正規	27.1	n.s.	18.3	0.017
	非正規	26.1		28.7	

文献

木村絵里子, 2023a, 「大学生のソーシャルメディア利用の規定要因——Twitter, Instagram, TikTokに着目して」『メディア研究』102号: 21-40.

———, 2023b, 「メディア化された都市の経験と女性文化——雑誌メディアからInstagramへ」

大貫恵佳・木村絵里子・田中大介・塚田修一・中西泰子編『ガールズ・アーバン・スタディーズ——「女子」たちの遊ぶ・つながる・生き抜く』法律文化社: 85-100.

2-3. 若者は SNS で何をしているのか

(中央大学 辻 泉)

(1) SNS の短期間での急速な普及

図1は、総務省情報通信政策研究所が毎年行っている調査結果から、2012（平成24）年～2022（令和4）年の間の主なSNSの利用率の推移を示したもの（20代のみ）である。これを見ると、およそ10年前には利用率が多いものでも約半分程度であったものが、この間に急速に普及したことがわかる。図1からは、LINEはほぼ100%に達し、X（旧Twitter）やInstagramがそれに次いで多いことがわかる。

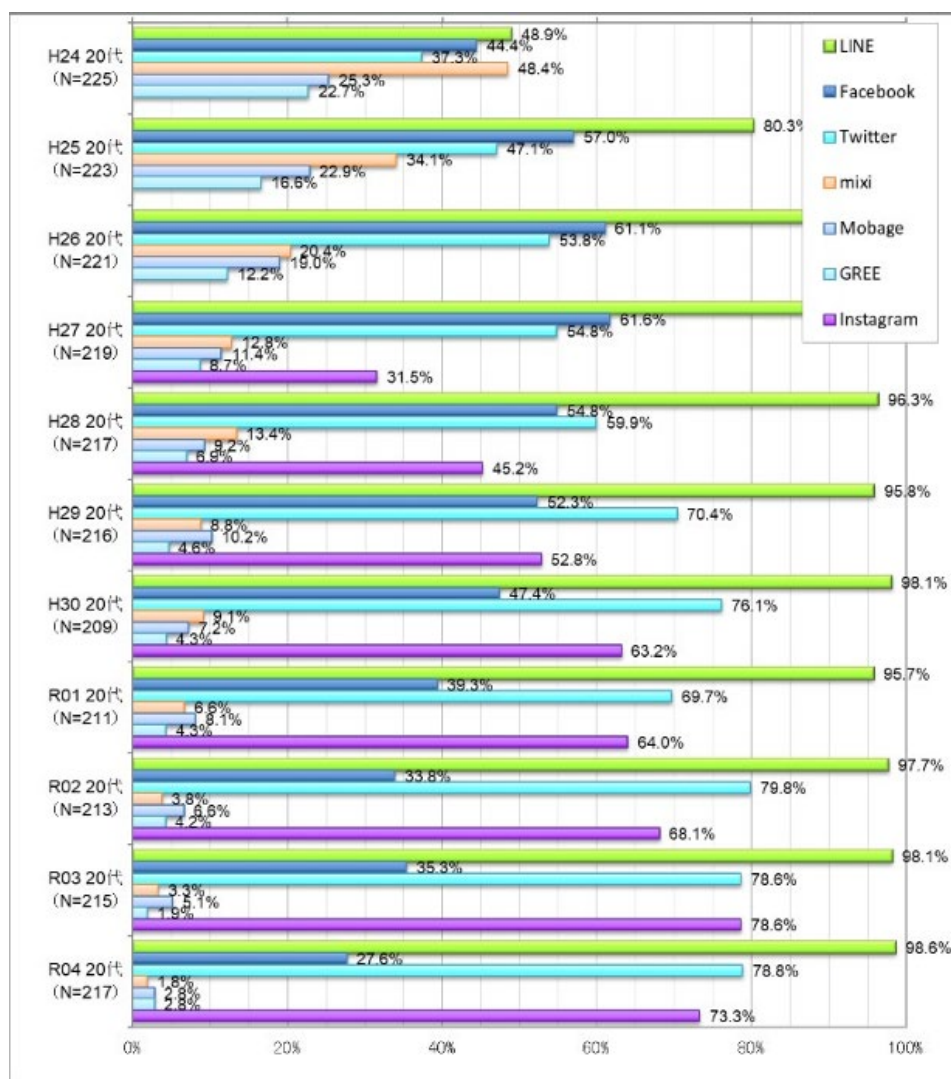


図1. SNS利用率の推移（20代のみ抜粋、総務省情報通信政策研究所2023）

今回行われたJYSG2022全国調査においても（n=926）、ふだん利用するSNS（LINEを除く）として挙げられていたのはInstagramが73.5%、X（旧Twitter）が69.3%であり、概ね同様の傾向がうかがえた。これほどまでに急速かつ広範囲に普及したインフラも他にはないであろうし、今日では「インスタ映え」「〇〇垢」「ファボる」「フォロワー数」といった用語もすでになじみ深いものとなっている。

だがその一方で、いくつかの先駆的な研究は存在するものの、やはりその普及が短期間で急速であったがゆえに、その実態に関する社会学的理解は依然として不十分なのではないだろうか。

ここで求められているのは、SNS に対する単純な善悪二元論的な判断（良い／悪い、現実／虚構、濃密／希薄など）というよりも、むしろ正しい社会学的な理解（調査データに基づく実態把握や、概念に基づいた理解）なのではないだろうか。よってここでは、主に JYSG2022 全国調査のデータを用いつつ、その理解を深めていくこととしたい。

(2) 「終わりなき人生ゲーム」としての SNS

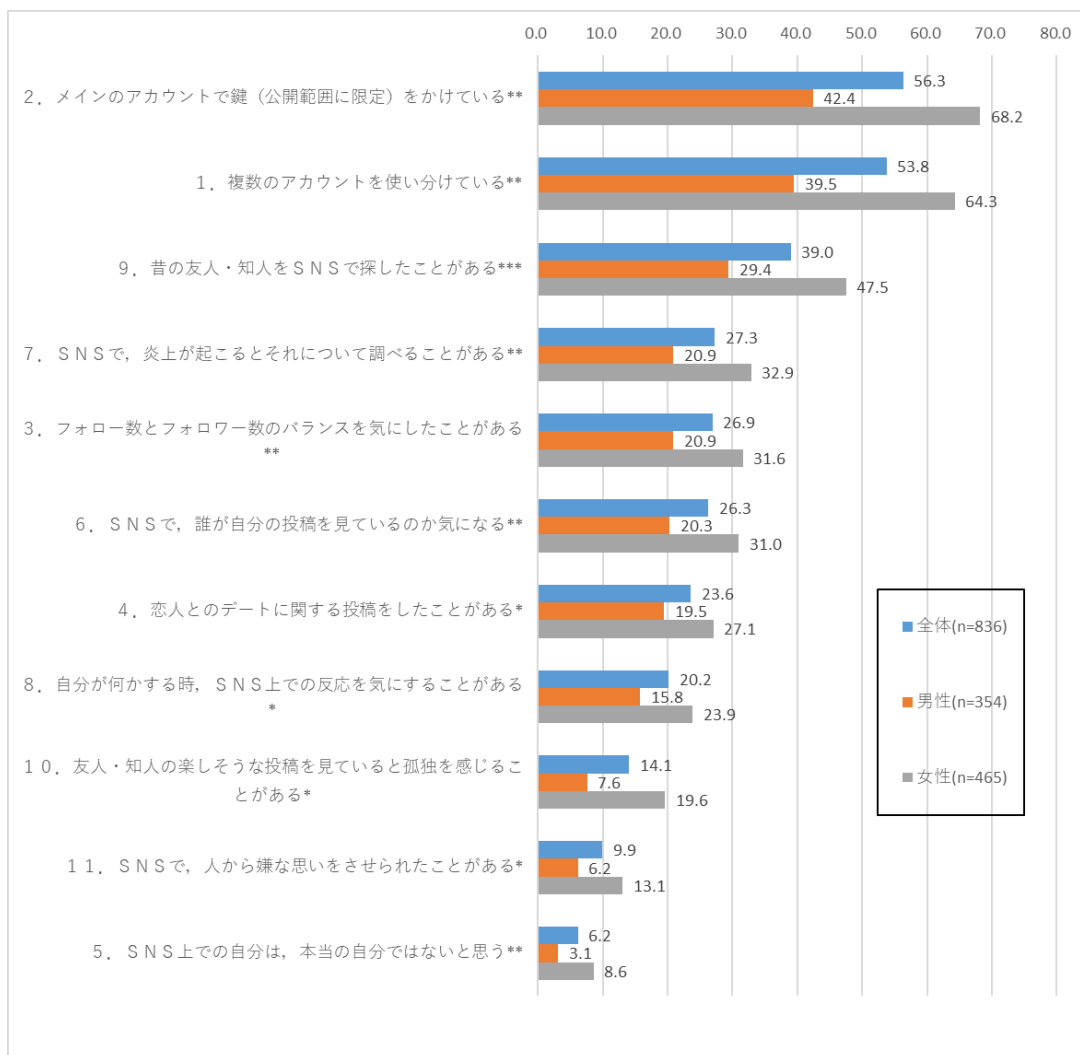


図 2. SNS 利用での経験 (MA、単位%)

図 2 は JYSG2022 年全国調査の結果より、SNS を利用して経験したことがあるものを複数回答形式で尋ね (Q6)、その結果を多いものから順にランキング形式で並び替えたものである。また男女差についての統計的検定結果についても、図中に示してある¹。急速かつ広範囲に普及が進んだものであるだけに、都市規模や暮らし向きといったその他の基本属性についてはあ

¹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 乗検定においては、無回答は除いたりするなどの工夫を行った。

まり差が見られなかったが、いずれの項目においても、女性の方があてはまる割合が多くなっているのが特徴的である。ではさらに、社会学的な概念を導入しながら理解を深めてみよう。

・「人生ゲーム」としてのSNS

個別の項目の結果は後述するが、図2で挙げられているような項目の内容からしても、若者たちにとってのSNSとは、総じて「印象管理」(ゴフマン、中河・小島訳 2023)を行う場と理解することが可能であろう。いわゆる就活の時期に、大学生が突然ボランティア活動にいそしんで、その様子をSNSにアップロードして自分をよく見せようとするような、「ソー活」などといった現象もその典型といえるだろう。

あるいは換言すれば、それは「人生をゲーム化し、可視化する」ようなものであり、すなわち「人生のゲーミフィケーション」といってもよいのかもしれない。すなわち、どれだけ「映え」を投稿できるか、どれだけファボ(いいね)がつくか、フォロワーがつくかを競い合うような「ゲーム」のようなものだという事である。

いわば「印象管理」というふるまいそれ自体がゲームのプレイ(演技)に近いものであるがゆえに、先にも述べた通り、やはり単純な善悪二元論的判断(良い/悪い、現実/虚構、濃密/希薄など)は不毛だと言わざるを得ないだろう。むしろ重要なのは、それがどのような「ゲーム」なのかという理解を深めていくことである。

ここで参考になるのは、イスラエルの社会学者カブランが述べている通り、SNS上における「自己呈示」が、より正確には「自己呈示/関係性呈示」の二種類に分かれるという指摘である(Kaplan2023)。

・「自己呈示ゲーム」としてのSNS

カブラン(2023)によれば、SNSにおいては自己それ自体の呈示が行われるが、いわゆる「インスタ映え」や「盛り」といったふるまいはその典型例と言えるだろうし、先の図2でも上位2位を占めていた、「2. メインのアカウントで鍵(公開範囲に限定)をかけている」56.3%、「1. 複数のアカウントを使い分けている」53.8%などといったふるまいもこれにあたるだろう。例えば後者についていえば、趣味用の、所属集団用の・・・といったように、SNS上でいくつものアカウントを持ち、さらにそれぞれに「鍵」をかけることで、限られた範囲に向けて、それぞれ呈示する自己を使い分けるといった現象はよく見られるものであろう。

・「関係性呈示ゲーム」としてのSNS

一方で、カブラン(2023)の指摘がさらに興味深いのは、SNS上では、自己それ自体のみならず、いわば、どれだけどのような関係性を有しているかといったような、関係性の呈示も行われているという点である。この点では、「いいね」や「フォロワー数」を気にするようなふるまいはその典型例であろうし、やや割合は少なくなるものの、「3. フォロワー数とフォロワー数のバランスを気にしたことがある」26.9%、「6. SNSで、誰が自分の投稿を見ているのか気になる」26.3%、「8. 自分が何かする時、SNS上での反応を気にすることがある」20.2%などといった項目はこれに関わってくると言えるだろう。

(3) 「人生ゲーム」のゆくえ

さて、ではSNSが「人生のゲーミフィケーション」であり、「自己呈示／関係性呈示」のゲームであるとしたら、そのゆくえはどのようなのだろうか。一つの可能性としては、ゴフマンの概念に倣えば、自己だけでなく関係性も呈示するということは、いわば「表領域」だけでなく、「裏領域」までも呈示していることになり、いわばそれは「ゲーミフィケーション」の全面化であって、終わりなき果てしないゲームとなってしまふことが見込まれよう。

あるいは、もう一つの可能性として、自己呈示であるとともに関係性呈示のゲームであるがゆえに、一見すると「(自分だけの) 個性的なこと」を追求しているようであり、結局は「みんなと同じようなこと」をしているという矛盾めいた結果になることもありえるのではないだろうか。例えば、「インスタ映え」「盛り」などといった現象が広範囲に及んだことなどはその典型的なものではないだろうか。

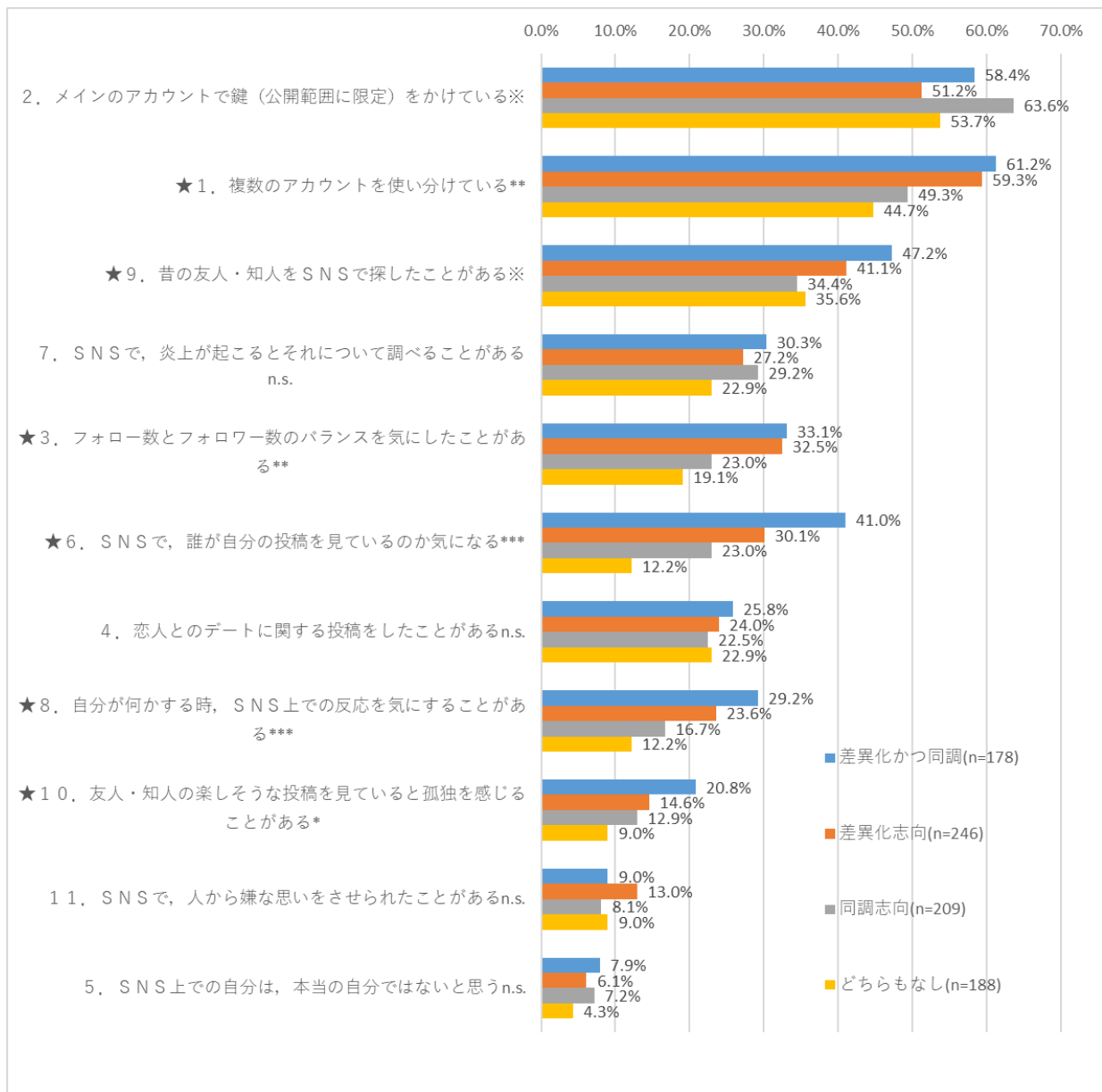


図3. SNS利用での経験と「差異化／同調志向」(MA、単位%)

これに関連した分析結果を示したものが図3である。ここでは、まず回答者を Q34c「他人とは違った、自分らしさを出すことが好きだ（差異化志向）」と Q34e「自分らしさを強調するより、他人と同じことをしていると安心だ（同調志向）」のそれぞれの結果にもとづき、「そう思う」「ややそう思う」と「あまりそう思わない」「そう思わない」の二群にわけ、「差異化志向群／それ以外」「同調志向群／それ以外」に分けたうえで、さらにこれを掛け合わせて、「差異化志向かつ同調志向群／差異化志向群／同調志向群／どちらもなし」の四群にわけて、SNS 利用上の経験との関連を示した。

結論から言えば、自己呈示でありながら関係性呈示のゲームとして、一見すると相反するような差異化志向と同調志向を同時に持ち合わせたようなものが最も高い割合を示した項目が、図中の半数以上を占めていたのである。具体的には、図中に★で示した「1. 複数のアカウントを使い分けている」「9. 昔の友人・知人を SNS で探したことがある」「3. フォロー数とフォロー数のバランスを気にしたことがある」「6. SNS で、誰が自分の投稿を見ているのか気になる」「8. 自分が何かする時、SNS 上での反応を気にすることがある」「10. 友人・知人の楽しそうな投稿を見ていると孤独を感じることもある」などがそれにあたるといえよう。

このように、若者にとっての SNS とは、「自己呈示／関係性呈示」のゲームを行う場であり、換言すれば、一見すると相反する差異化志向と同調志向が同時に満たされるような場であると考えられよう。だが、そこにはさらにいくつかのパターンも見られるようだ。

たとえば海外での研究事例などを紐解くと、欧米圏では「自己呈示ゲーム（の過激化）」が問題視され、フランスの社会学者マフェゾリの「集会的ナルシシズム」（Maffesoli 2022）概念などがそれに適用されたりもするが、むしろ日本社会では、どちらかといえば「関係性呈示ゲーム（への疲れ）」のほうが問題視されているのではないだろうか。

いずれにせよ、SNS 利用をめぐるのは、今後においても単純な判断に陥ることなく、実証的な調査データと概念的な理解に基づいた、社会学的な理解を積み重ねていくことが求められていると言えるだろう。

文献

ゴフマン, E. 中河伸俊・小島奈名子訳 (2023) 『日常生活における自己呈示』筑摩書房

Kaplan, D. (2023) *Performing Identity or Performing Relationships?: Rethinking Performance Theory in Social Media Studies*, *Cultural Sociology*, Sage, 1-23.

Maffesoli, M. (2022) *Collective narcissism: some basics of neo-tribal sociality*, Schiermer, B., Gook, B. and Cuzzocrea, V. eds., *Youth Collectivities: Cultures and Objects*, Routledge, 215-221.

三浦展・天笠邦一 (2019) 『露出する女子、覗き見る女子—SNS とアプリに現れる新階層』筑摩書房

総務省情報通信政策研究所 (2023) 『令和4年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査』

2-4. メディアに支えられる親密性—拡大するマッチングアプリ利用と「リアコ・ガチ恋」—

(弘前大学 羽渕 一代)

2007年にアップル社が開発したiPhoneの登場以降、親密な人間関係の探索、維持などの形式は激変したといっても過言ではない。スマートフォンをデバイスとして利用するソーシャルメディアは、2010年代以降の非常に短い間で流行り廃りを経験した。とくに2020年代になると、マッチングアプリ利用の拡大が人口に膾炙した。ただし2021年に実施された全国調査（モバイル・コミュニケーション研究会）によれば、恋愛や結婚を目的としたマッチングアプリは20歳代のうち5.8%しか利用していなかった（羽渕 2023）。

このようにマッチングアプリについて、2021年段階の利用者は非常に少なかった。しかし、たった1年で急激に利用者が増加している。本研究会の調査では、対象者の年齢層が16歳から29歳と10歳代後半の若者も含まれていることや質問方法の違いに注意しなければならないが、全国の若者のうち17.1%がマッチングアプリを利用したことがあると回答している（表）。また大都市の若者での利用経験率は、23.9%と高い数値を示している。

表1 メディア利用と親密性 (%)

	大都市				全国	
	12年若者	12年中年	22年若者	22年中年	22年若者	22年中年
インターネット やスマートフォン等で知り合った相手に恋愛感情をもったことがある	8.0	5.7	10.1	6.4	8.2	4.4
出会い系サイト やマッチングアプリを利用したことがある			23.9	10.3	17.1	5.7
出会い系サイト やマッチングアプリで知り合った相手と直接会ったことがある			19.4	8.4	13.4	5.0
テレビ・舞台・SNS・ネット配信などで見かける有名人に恋をすることがある			7.6	4.6	7.6	3.5
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	20.4	3.9	23.3	7.1	22.5	8.4

マッチングアプリの利用が1年間で急激に拡大したいっぽうで、インターネットやスマートフォン等で知り合った相手に恋愛感情をもったことがある若者は10年間で微増であり、対照的な結果であった。12年調査の際には、大都市の若者の8.0%であったものが、22年調査では10.1%と増えてはいる。しかしマッチングアプリの利用者が3倍近く増加したのに比するとその変化は小さい。当然のことであるが、マッチングアプリを利用することにより、すぐさま、恋愛感情を経験するわけではない。

いっぽうで、身近な人間関係のなかで形成する親密性ではなく、「推し活」といわれるファン活動、「リアコ・ガチ恋」と呼ばれる「推し」に対する恋愛感情が近年話題になっている。2012年調査の際には、このような用語はなかった。このメディアに支えられた親密性についても確認している。その結果、テレビ・舞台・SNS・ネット配信などで見かける有名人に恋をすることがある若者は7.6%であった。また、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若者は、大都市の若者の20.4%（12年調査）から23.3%（22年調査）へと微増してい

る。

本稿では、上述の結果をふまえて、急増したマッチングアプリ利用者と「リアコ・ガチ恋」の現状について紹介していこう。

1 マッチングアプリ利用者は誰か

普及初期のマッチングアプリの利用者は、①都市在住、②リスクテイクできる（「自身の他者を見る目（選別能力）に自信をもっている」）、③若者である（羽渕 2023）。そこで、今回調査（2022年調査）においても「出会い系サイト・マッチングアプリを利用したことがある」若者の属性を分析してみよう。まず冒頭で示したとおり、大都市在住者のほうが全国と比較して利用者が多い。また中年は若者よりも利用経験率は低い（表1）。大都市の中年利用者は10.3%、全国では5.7%と若者の利用者より少ない。

本調査でもマッチングアプリ利用者の特性は、都市在住、若者であることがわかった。ただしリスクテイクについての項目がないため、こちらは確認できなかった。

2 「リアコ・ガチ恋」

テレビ・舞台・SNS・ネット配信などで見かける有名人に恋をすることがある「リアコ・ガチ恋」は、中年よりも若者に多い（表1）。在住の地域規模には統計的な有意な差はなかった。またジェンダー化された文化行動であることもわかった。女性のうち「リアコ・ガチ恋」は10.8%であり、女性以外では4.2%であった。

この結果は、一般的な「推し活」に関するイメージと一致するものであり、さほど珍しいことではない。しかし「リアコ・ガチ恋」経験について若年女性の1割を超えるという結果は興味深い。少子化の要因として、晩婚化や草食化が指摘されている。日本性教育協会の調査によれば、性行動の不活発化が顕著なのは、女性である（林 2019）。若年女性の親密な人間関係に異変が起きていることには間違いがない。また若年女性の性行動の不活発化とメディアに支えられるファン文化である「推し活」との関連もちろほら指摘されはじめている。今後、このような親密性文化が定着していくのか、そして、その影響の行方について注視が必要である。

文献

羽渕一代 2023「マッチングアプリ利用の現在-アーリーアダプタの属性とその傾向」『メディア研究』第102号 日本メディア学会

林雄亮 2019「変化する性行動の発達プロセスと青少年層の分極化」日本性教育協会『「若者の性」白書—第8回青少年の性行動全国調査報告』小学館

3. 友人関係

3-1. 2022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)

(1) それは希薄化論と選択化論から始まった。

近年の若者の友人関係をめぐる議論は、その関係性を「希薄化している」として批判的に論じる、いわゆる「希薄化論」というような主張が1990年代半ば頃から数多くなされたことに端を発している。例えば、心理学者の久世敏雄（久世 1994:113-117）や諸井克英など（諸井ほか 1999:180-215）は、親密な関係を構築するための対人スキルの低下を指摘し、松井豊（松井 1996:19-54）は、若者の友人関係には友人との全人格的な融合を避けて距離を保ち、一面的で部分的な関係にとどめようとする態度が見られると述べている。また倫理学者の小原信は、若者の人間関係の特徴を「とことん真剣につきあったりはしない希薄な関わりが主流を占めるようになったこと」（小原 2002:226）だと論じている。

一方、希薄化論に少し遅れて登場した議論が「選択化論」である。選択化論の端緒としてよく言及されるのが、浅野智彦の議論（浅野 1999:41-57）である。浅野は、1992年に実施された青少年研究会の調査データを分析する中で、若者の友人との関わり方が〈包括的コミットメント〉から〈選択的コミットメント〉に変化してきているということを指摘している。浅野によれば、従来、親密な関係が取り結ばれる場になっていたのは、主として家族や夫婦、恋人などといった生活の広範な文脈を共有するような包括的な関係の場に限られていたが、近年では、それは参入・離脱の比較的容易な関係にとって代わりつつあるという。参入・離脱が比較的容易な関係においては、生活の文脈を限定的・選択的にのみ共有するような関係が、親密な関係として成り立つようになるというのである。

(2) 友人関係をどうとらえるか——実態の把握とその評価

こうした若者の友人関係の選択化論は、松田美佐（2000）が「関係希薄化論から関係選択化論へ」と述べているように、希薄化論を否定する議論として多くの人に理解されていった。ただ、この理解は正しいのだろうか。希薄化論の内容をさきの松井のように「一面的で部分的な関係にとどめようとする態度」と考えるなら、それは浅野の言う「生活の文脈を限定的・選択的にのみ共有するような関係」とさして変わらないだろう。

希薄化論に関して言えば、その多くは、「全人格的」あるいは「包括的」というような関係が解体することを批判することに主眼が置かれ、関係の実態がどう変化しているかについては曖昧なものが多い。他方、選択化論は関係の実態の変化を説明しているものであり、そこに価値的な評価は入っていない。要はどちらの議論も内容的には友人関係の選択化を述べているにも関わらず、希薄化論は「希薄化」という否定的なレッテルでこれを批判するということに終始しているのである。両者の奇妙なすれ違いは、実態の把握かその評価かという点に起因していると考えられる。

友人関係の変化をとらえるという点からすれば、重要なのは〈包括的コミットメント〉から〈選択的コミットメント〉への変化という指摘である。友人関係の研究の課題は、友人関係の実態がどうなっており、それがどのようなメカニズムの中で成り立っているのかを考えることである。

このような点から若者の友人関係の変化を論じた議論としては、浅野による多チャンネル化と多様化、さらに繊細化というような指摘を挙げることができる(浅野 2006:236-240)。浅野は青少年研究会の 2002 年の調査データを分析する中で、友人との出会いの場として「インターネットや携帯電話のサイト」を挙げる人が一定数いることを指摘し、友人との出会いの場が学校以外の場へと多チャンネル化しつつあることを指摘した。

友人関係が築かれるチャンネルが多チャンネル化することで生じるのは、まず友人関係が多様化するということである。それまでの主流であった学校で築かれる友人関係というのは、一緒に過ごす時間が長いこともあって「全人格的」で「包括的」な関係になりやすかったと言える。他方、学校以外の場で築かれる友人関係というのは、一緒に過ごす時間が相対的に少ないこともあって、かかわりは「部分的」で「断片的」になり、学校でできる友人とは異質なものになる。それはいわば「知り合い程度の友だち」ということになるのかもしれない。ただ重要なことは、そうであってもそれらはいずれも「友だち」として理解されているという点である。これは「友人」、「友だち」の概念が拡大しているとも言えるし、それは結果として友人関係を多様なものとする「多様化」を帰結する。

さらに、友人関係が多様なものを含むようになったとするなら、今度はそれをいかに選択的に使い分けるかという、ある種のマネジメント力が求められることになる。これをいわゆる「コミュニケーション力」とみなすこともできるだろう。そこでは「友人関係をうまくマネジメントし、関係を維持していくためには、今おかれている関係がどのようなものであるのか、そこで共有されている情報は何か、そこで前提になっている文脈はどのようなものであるのか等々といったことをたえず慎重に見きわめていかなければならない」(浅野 2006:241)と浅野は言う。こうした変化は「繊細化」と言うべきものである。

友人関係が多様なものになることに伴って、友人関係をいかにマネジメントするかが重要になってくる。友人関係をマネジメントする能力に長けている者は、友人関係をより豊かにし、その能力に長けていない者の友人関係は貧弱なものとなる。このような様相を経済学的な「市場」のメカニズムに模して論じたのが、辻泉による友人関係の「自由市場化」論である(辻 2006:17-29)。

このメカニズムは、当事者である若者にとっては厳しいプレッシャーとなる。友人関係をマネジメントすることに失敗すれば、地獄のような日々が待っているからだ。そのような状況を論じたのが、土井隆義の「友だち地獄」論である(土井 2008)。

(3) 友人概念の拡大傾向からの反転——友人の数に関する分析から

では、今日の若者の友人関係の実態は、どうなっているのか。これを 2022 年の調査の結果から考えてみることにする。なお、2022 年の青少年研究会の調査では、1992 年以来行われてきた東京都杉並区・兵庫県神戸市灘区・東灘区の 16～29 歳(若年)を対象にした調査(以下、大都

表1 友人の人数の平均値と基本統計量、性別、年齢等との関連

	親友の人数	仲のよい友だちの人数	知り合い程度の友だちの人数
N	626	620	612
平均値	4.1	13.9	53.9
中央値	3.0	10.0	25.0
標準偏差	5.1	15.5	94.6
変動係数	1.2	1.1	1.8
最小値	0.0	0.0	0.0
最大値	50.0	120.0	1000.0
男性	4.9	15.3	52.7
女性	3.5	12.9	55.6
検定	**	ns	ns
η^2	0.018	0.006	0.000
学生	4.8	16.6	56.0
社会人	3.5	11.6	52.2
検定	**	**	ns
η^2	0.015	0.025	0.000
年齢との相関係数	-0.144	-0.202	-0.038
	**	**	ns
2002年	3.9	14.7	37.0
2012年	4.5	22.3	74.5

※検定はF検定(相関はt検定)による **…p<0.01 *…p<0.05 ns…有意でない

市若年調査とする)の他に、同対象地の30~49歳(中年)までを対象とした調査(以下、大都市中年調査)、さらに対象地を全国に広げた若年と中年の調査(それぞれ全国若年調査、全国中年調査とする)も合わせて実施している。本章での考察は、前回(2012年)、前々回(2002年)の調査データとの比較も行っているため、大都市若年調査のデータで分析を行っている。

まずは、表1の友人の人数についてである。この項目に関しては2002年の調査以来、友人を「親友」と「仲のよい友だち」、「知り合い程度の友だち」に分けて質問している。今回の結果で興味深いのは、いずれの友人に関しても、人数の平均値が減少しているということである。2002年から2012年にかけては、いずれの友人に関しても人数の平均が増大していた。このことから、前回の調査の分析では、友人概念の拡大と友人関係の多様化を予想した。今回は、その傾向が一転して友人数は減少している。これはどう解釈したらよいのだろうか。

ひとつの仮説としては、友人概念の拡大傾向が臨界点に達したということが考えられるだろう。友人概念の拡大傾向の背景には、友人との出会いのチャンネルが拡大したということがあった。とするなら、友人数が減少しているということは、友人概念も縮小し、友人と出会うチャンネルも減少したということが言えるのかもしれない。

(4) 友人関係のさらなる繊細化——友人とのつきあい方に関する項目の分析から

次に友人とのつきあい方に関する項目についてみてみよう。

表2は、人とのつきあい方および友人とのつきあいを感じることに「そうだ」、「どちらかといえばそうだ」と回答した割合の合計を分析したものである。これを見ると、「友だちとの関係はあっさりしてお互いに深入りしない」の割合は一貫して増加し、「友だちをたくさん作るように心がけている」、「初対面の人とでもすぐに友だちになる」、「いつも友だちと連絡をとっていいと不安になる」、「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」という人の割合は一貫して減少している。そして、今回初めて質問した「友だちに負担をかけるぐらいなら悩みを打ち明けたくない」については、半数近くが肯定している。

表2 友人とのつきあい方および友人とのつきあいを感じること(肯定的回答の割合%)

	N	全体	男性(269)	女性(358)	検定	V	学生(286)	社会人(348)	検定	V	2002年	2012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	632	73.7%	71.4%	76.5%	ns	0.058	68.7%	78.4%	**	0.110	65.9%	70.3%
友だちをたくさん作るように心がけている	632	30.4%	34.8%	27.7%	ns	0.076	37.1%	25.3%	**	0.128	52.3%	43.6%
初対面の人とでもすぐに友だちになる	631	40.9%	45.3%	39.0%	ns	0.063	46.1%	37.0%	*	0.092	50.2%	47.2%
友だちとの関係はあっさりして、お互いに深入りしない	629	57.3%	56.4%	59.2%	ns	0.028	55.1%	60.0%	ns	0.049	46.3%	51.5%
友だちといふより、ひとりであるほうが気持ちが落ち着く	631	64.9%	62.5%	66.9%	ns	0.045	67.6%	63.3%	ns	0.045	46.0%	71.1%
いつも友だちと連絡をとっていないと不安になる	632	11.3%	17.2%	7.3%	**	0.154	13.7%	9.5%	ns	0.065	19.1%	15.4%
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	632	32.0%	34.6%	30.2%	ns	0.047	36.3%	28.5%	*	0.083	50.2%	36.3%
友だちは、困ったときには、助け合わなければならない	633	71.0%	67.8%	74.9%	ns	0.078	74.3%	68.7%	ns	0.062		
友だちに負担をかけるぐらいなら、悩みを打ち明けたくない	634	44.1%	37.3%	49.4%	**	0.121	42.5%	45.7%	ns	0.032		

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

これらの結果からうかがえるのは、友人関係を無自覚に増大させることへの忌避感である。これは量的にも質的にもそうであるようである。そこには、友人関係は無自覚に増大させて良いようなものではなく、徹底的に自覚的にマネージされなければならないという強烈な規範意識があるように思われる。「友だちに負担をかけるぐらいなら悩みを打ち明けたくない」という質問に半数近くが肯定している点(さらに男女で見ると女性が有意に多い)は、このことをよく表わしているのではないだろうか。

これは言い方を変えれば、一連の先行研究でも指摘されてきた繊細化がより一層進行したということでもある。こうした繊細さは、おそらく当人たちにとっては、友人に対しては「思いやり」

をもって接しなければならないという形で意識されているのかもしれない。しかし、こうした「思いやり」は、裏を返せば徹底した「忖度」を要請することでもある。忖度とは他人の心の内を推しはかることだ。それを完全に行うことは現実には不可能である。そんな困難なことが現代の若者の友人関係に求められているとするなら、それは極めて生きづらい社会だと言うことができるだろう。

【参考文献】

- 浅野智彦 1999 「親密性の新しい形へ」 富田英典・藤村正之編 『みんなぼっちの世界——若者たちの東京・神戸 90's・展開編一』 恒星社厚生閣 :41-57
- 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』 勁草書房 :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
- 久世 敏雄 1994 『現代青年の心理と病理』 福村出版
- 松田美佐 2000 「若者の友人関係と携帯電話利用—関係希薄化論から関係選択化論へ」 『社会情報学研究』 4:111-122
- 松井豊 1996 「親離れから異性との親密な関係の成立まで」 斎藤誠一編 『青年期の間人間関係 人間関係の発達心理学 4』 培風館 :19-54
- 諸井克英・和田実・中村雅彦 1999 『親しさが伝わるコミュニケーション—出会い・深まり・別れ—』 金子書房
- 小原信 2002 『i モード社会の「われとわれわれ」——情報倫理学の試み』 中央公論新社
- 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・羽瀨一代・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—』 :17-29

3-2. 友人関係の経年比較

(中央大学 辻 泉)

(1) 取り巻く社会状況の変容

本稿では、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。主として大都市調査の結果を用い、あわせて全国調査の結果についても触れていく。

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。前々回2002年調査から前回2012年調査にかけて部活加入率の低下が目立っていたが、ややそれは下げ止まったかのようである（F12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%→23.8%→15.7%と変化、なお2022年全国調査では19.4%）。

一方で、引き続きコミュニケーションツールとしてのメディアの存在感は強まっている。Q19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、「テレビ番組の話題」のようなマスメディアに関するものは減少が目立ったものの（48.9%→38.0%→15.4%/14.7%、

2002→2012→2022/2022全国の順、以下同様）、それ以外のインターネットに関するものはおおむね増加傾向にあり、「SNSの利用¹」も12.4%→44.5%→46.8%/45.4%と変化していた。

(2) 減少に転じた友人数

前回の2012年調査では、文字通りの「友だち100人の時代」に突入した友人数であったが、今回の2022調査からは減少に転じている。友人数合計で見ると、51.73人→100.91人→71.64人/61.91人と変化しており、大都市だけでなく全国でも同様の傾向が見られた。さらに、親しさの度合いに分けてみると、図1にもあるように、特に「知り合い程度の友だち」での減少が大きいようである。もちろんこれらの点については、コロナ禍の影響も考えられるため、今後も引き続き注視していく必要があるだろう。

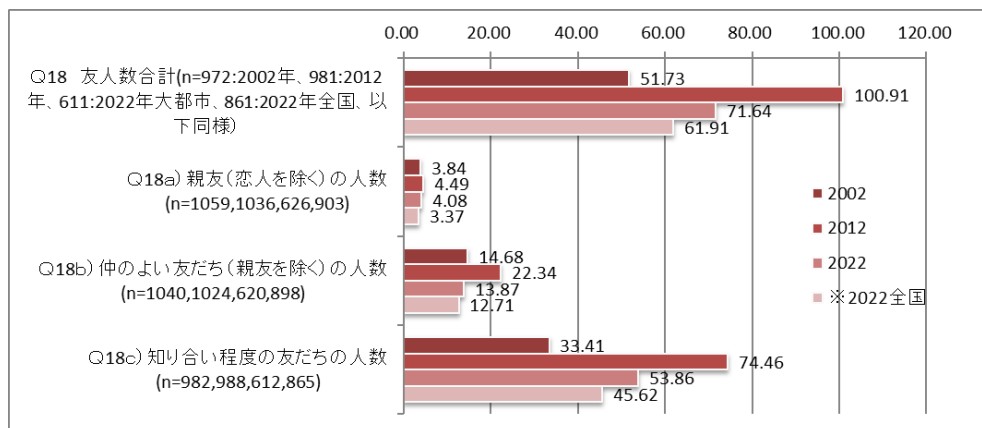


図1. 友人数の経年変化 (単位:人)

(3) 友人関係の質的変容

人数という量的変容において減少が見られた一方で、それ以外の点ではどのような特徴が見ら

¹ ただし、「SNSの利用」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たものを、2022年調査では「2. SNSの利用」という項目への回答割合を、それぞれ比較しているため、厳密には項目が異なることに留意が必要である。

れたらどうか。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」と呼び表した上で、日本の若者においては、それが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、むしろ特定の空間内に限られた「制限付きの自由市場化」のような状況なのだと述べたことがあるが、この傾向はさらに強まったようだ。

「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（Q18）、「学校²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%→96.1%/94.3%）、他は「インターネットで」がやや増加した（4.6%→6.8%→8.7%/9.7%）以外、いずれも減少傾向が続いていた。

ではそのように、学校空間を中心としてSNSで出会うような「制限付きの自由市場化」の傾向が強まると、友人それ自体が持つ意味や機能はどうなるのだろうか。この点について複数回答形式で尋ねたところ、これまで大きな割合を占めていた「一緒にいると楽しい（好感・親密感①）」や（83.6%→87.4%→73.7%/69.0%）、「自分の弱みをさらけ出せる（尊敬・肯定的評価②）」において（60.7%→57.8%→52.3%/42.9%）、それぞれ減少傾向が見られた。同様に、「親友」が果たしている社会化機能についても、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）」も57.8%→63.2%→60.3%/54.9%と横ばいか微減であり、社会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）。

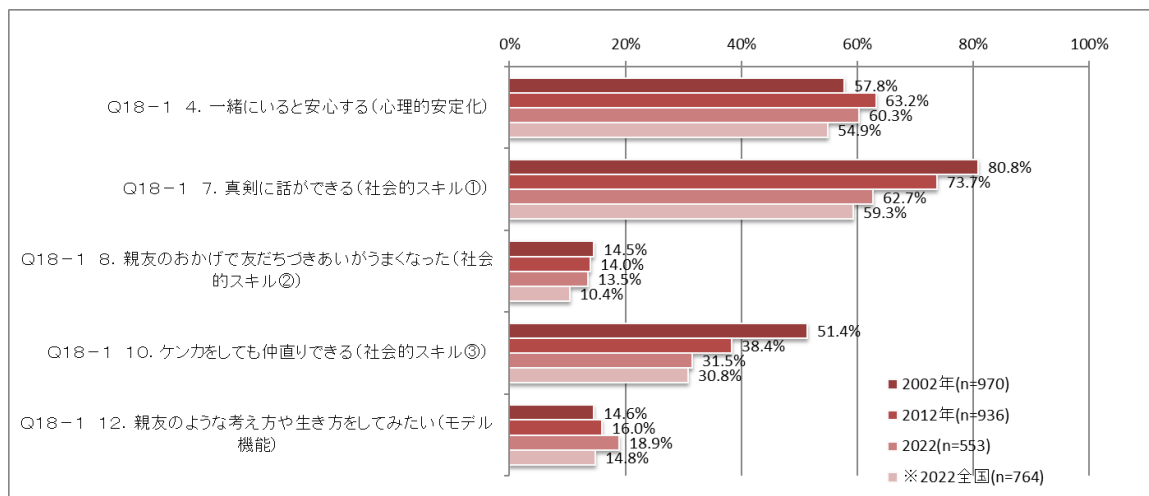


図2. 「親友」の社会化機能の内訳の経年変化

(4) 今後の課題

ここまで大都市調査の結果を中心に、全国調査の結果にも触れながら、経年変化について素描してきたが、2022年調査では明らかにそれまでと異なる傾向が表れていたと言えるだろう。総じて言えば、人数のような量的側面だけでなく様々な質的側面においても、「友人関係の不活発化」とでも解釈したくなるような傾向が見られたが、果たしてこれが長期的な新たな傾向となるのか、コロナ禍による一時的なものであるのかは、今後の検討課題と言えるだろう。

² 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・2022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。

3-3. 友人に対する満足感

(茨城大学 加藤篤志)

(0) はじめに

本稿では、2022年度調査の若年票における、「Q22 あなたは、友だち全般との関係に満足していますか、それとも不満ですか」の結果を中心に、若者の友人関係全般に対する満足感に関連する分析をおこなう。なお、友人との間の満足感に関しては2012年度調査から質問の構成を大幅に変更しており、単純な経年比較は困難であるため、さしあたって2022年度調査における分析結果のみを記すことにする。

なお、表中の検定結果に関しては、下記のように記述した。

*** : 0.1%水準で有意、** : 1%水準で有意、* : 5%水準で有意、+ : 10%水準で有意

(1) 友人数の平均値の比較

まず、Q22の選択肢ごとにQ18における友人数の平均値を比較する。ただし、Q22については「5. わからない」という回答と無回答のケースは除外して分析した。結果は表1のとおりであるが、これを見ると友人全般に対する満足度が高いほど、どの友人関係のカテゴリにおいても友人数の平均値が高いことが分かる。特に、「親友」および「仲のよい友だち」の人数の平均値の差が大きいようであり、友人数が多いかどうか満足感に関連している可能性が伺えよう。

ただし後述するように、Q20における「a) 友だちをたくさん作るように心がけている」に関しては、満足感との有意な関連を見出すことができなかった。

表1 友人数の平均値 (単位: 人)

		Q18a			Q18b	Q18c	友人数 の合計
		親友	同性の 親友	異性の 親友	仲のよい 友だち	知り合い程 度の友だち	
Q22 あなたは、友だち全般との関係に満足していますか、それとも不満ですか。	満足	4.29	3.99	0.61	15.193	55.84	75.32
	やや満足	3.35	3.48	0.46	12.665	48.18	64.40
	やや不満	2.88	2.41	0.70	8.547	28.33	38.83
	不満	1.27	3.60	0.00	4.133	18.80	24.20
	合計	3.80	3.72	0.55	13.725	51.00	68.56
分散分析		***	**	n.s.	***	+	*

(2) 友人関係全般に関する質問項目との関連

次に、Q18-1、Q18-2、Q20、Q21の回答結果と、Q22の回答結果のクロス集計を行う。なお、Q22の回答については回答の偏りが大きいこともあり、「1 満足」と「2 やや満足」を合わせた回答者数の割合を分析に利用する(「5 わからない」および無回答のケースは分析から除外した)。また、Q20およびQ21の回答についても、「そうだ」と「どちらかといえばそうだ」を「肯定的回答」、「どちらかといえばそうではない」と「そうではない」を「否定的回答」としてまとめた

上で分析した。

分析結果のうち、 χ^2 検定により有意差が認められた項目のみを表2に記した。

表2 Q22 と他項目の関連（有意差があった項目のみ）

			友人関係に 満足 ^(注)	χ^2 検 定
Q18-1	14. 生活レベルがよく似ている	あてはまる	98.6%	**
		あてはまらない	95.1%	
Q18-2	1. 幼稚園・保育園・小中学校で	あてはまる	95.3%	+
		あてはまらない	93.1%	
Q20	b) 初対面の人とでもすぐに友だちになる	肯定的	98.5%	**
		否定的	93.1%	
	c) 自分にとって何かメリットがある友だちを選ぶようにしている	肯定的	92.1%	**
		否定的	95.6%	
	d) 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	肯定的	93.6%	*
		否定的	95.9%	
	g) 友だちとは、困ったときに助け合うようにしている	肯定的	95.7%	***
		否定的	85.2%	
	h) 友だちの意見で自分の考えや行動を見直すことがある	肯定的	95.2%	**
		否定的	90.3%	
i) コロナ禍になって、友だちとの関係が以前より疎遠になった	肯定的	92.1%	***	
	否定的	96.8%		
Q21	a) 友だちというより、ひとりであるほうが気持ちが落ち着く	肯定的	92.7%	***
		否定的	97.5%	
	c) 自分が友だちと思っていても、相手は自分のことを友だちと思っていないかもしれない	肯定的	89.3%	***
		否定的	97.4%	
	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	肯定的	90.3%	***
		否定的	96.7%	
	e) LINE や通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	肯定的	92.2%	**
		否定的	95.5%	
	f) 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	肯定的	88.5%	***
		否定的	95.3%	
h) 友だちに負担をかけるぐらいなら、悩みを打ち明けたくない	肯定的	91.5%	***	
	否定的	96.9%		

(注) Q22 において「満足」あるいは「やや満足」と回答した回答者の割合。

この結果から、いくつかの知見を見出すことができる。

まず、友人関係全般に関する質問である Q20 および Q21 については、多くの項目において満

足感との関連を見出すことができた。特に、「お互いに深入りしない」に対しては否定的な回答が、「困った時に助け合うようにしている」「友だちの意見で自分の考えや行動を見直すことがある」等については肯定的な回答が満足感の増大と関連していると考えられ、友人間での積極的なコミットメントが満足感と関連していることが伺える。また、「一人でいるほうが気持ちが落ち着く」「自分が友だちと違っていても、相手は自分のことを友だちとっていないかもしれない」「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」などについては否定的な回答が満足感の増大と関連していると考えられるが、この点については、友人との関係に伴う負担感が少ないことや、「この人と自分は確かに友人である」といった、友人関係に関する再帰的な認識が存在することが、満足感と関連していると考えられるだろう。

(3) 親友に関する質問項目との関連

一方、親友に関連する質問である Q18-1 および Q18-2 に関しては、「生活レベルがよく似ている」こと、および「親友や仲のよい友だち」と「幼稚園・保育園・小中学校で」知り合ったこと以外、友人関係全般に対する満足感との関連は見られなかった。

いずれも、親友との間におけるある種の「同質性」との関連を思わせる項目となっているが、「趣味や関心が近い」や「考え方に共感できる」などについては関連が見られなかったことを考えると、「同質性」の中でも内面的な要素ではなく、主に生活環境の類似性がポイントになっているようにも思われる。

しかしそれ以上に興味深いのは、他のほとんどの質問項目において、Q22 との関連が見られなかったことである。親友との間に趣味や価値観の類似があっても、また真剣に話ができるような関係にあっても、友人関係全般に対する満足感とは特に関連がないということなのだろうか。

(4) 小括

Q20 においても、「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」という項目については、特に満足感との関連が見出されなかった。他方、Q18-1 においては「困ったときに助け合う」に相当する選択肢は存在しておらず、現在の若者の満足感と結びつくような選択肢が特に存在しなかったとも考えられる（ただし、「悩みを相談できる」や「お金やものの貸し借りができる」が特に満足感との関連を示さなかったことを考えると、「助け合い」の内容については一考の余地があるようにも思われる）。その意味では、Q18-1 の中に、Q22 との関連性が見られる選択肢が少ないのも、それほど奇妙なことではないのかもしれない。

また、Q22 で訊ねているのはあくまでも「友だち全般との関係」に対する満足感であり、「親友」に対する満足感とは別の問題であることにも注意は必要であろう。

とはいえ、親友との関係における趣味や価値観の類似性や、親友に対する自己開示に関する要素が、少なくとも友人関係全般に関する満足感と関連していないことは、やはり無視できないようにも思われる。

今回は紙面の制約もあり、分析はここまでとなるが、今回の分析結果からは、若者における「親しさ」のあり方について、いくつか新たな視点が必要となることが示唆されたように思われる。この点については、今後の課題としたい。

3-4. 再帰化する現代社会の非再帰化する友人関係 ～単純集計の経年比較から～

(筑波大学 土井隆義)

(1) 再帰的近代における友人関係

近代化とは再帰化が進行する過程でもある。多くの社会学者がそのように指摘してきた。A・ギデンズらハイ・モダニティの論者たちは文字通りに「再帰的近代化」(1997)という概念を提起しているし、たとえばZ・バウマンの「液状化」(2001)も、あるいはU・ベックの「リスク化」(1998)も、その再帰化の一断面を示そうとしたものだといえる。それはまた、自己認識や人間関係といった私的領域においても同様に見られる現象である。ギデンズは、前者を「自己の再帰的プロジェクト」(1993)、後者を「純粋な関係」(1995)といった用語で概念化している。

そこで本稿では、比較が可能なものについては1992年、2002年、2012年、2022年の4時点で得られた本調査の具体的なデータから、またそれが不可能なものについても出来るだけ時代を遡り、社会が前期近代から後期近代へと移行するにつれて、とりわけ友人関係という局面において、再帰化をめぐる現象にどのような特徴が見られるのかを検討したい。なお、2012年以前の本調査は都市部の青少年を対象に実施されていたが、2022年の本調査は全国規模で実施された。そこで、ここでは経年比較を行なうため、2022年についても都市部の青少年のデータのみを抽出して、分析対象として扱うことにしたい。

(2) 再帰化が進行する自己意識

再帰的近代化がどのように進んできたのかについて、まず自己認識の側面から確認しておこう。もとより再帰化とは、組織、制度、政策など、近代社会の諸側面において見受けられる現象である。しかし、後ほど友人関係を検討するにあたり、それとの関連性がきわめて強く、そのため比較検討も容易な対象の一つが自己認識だといってよいだろう。

再帰的近代化とは、組織や制度などにおいて現状が自己参照されながら軌道修正が繰り返されていく不断の過程である。そのメカニズムは、私的な集まりや個人の人生においてもまったく同様に見受けられる。外在する絶対的で固定的な教義や規則に従うのではなく、自らの生き方を絶えず振り返りながら、必要に応じて修正を加えていこうとするのが私たち近代人の生き方である。このように再帰的近代における個人とは、自己の振り返りとそれに基づいた自己修正の営みによって特徴づけられるものである。それが冒頭で触れた「自己の再帰的プロジェクト」の含意であり、本調査のデータからもその具体的な様相の一端をうかがい知ることができる。

本研究会の調査結果によれば、「場面によって出てくる自分というものは違う」と回答した者の割合は、1992年：74.9%、2002年：77.6%、2012年：79.3%、2022年：81.1%である。同様に、「自分がどんな人間かわからなくなることがある」と回答した者の割合も、1992年：42.8%、2002年：45.4%、2012年：48.8%、2022年：51.5%である。また、「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」と回答した者の割合は、2002年：48.9%、2012年：53.1%、2022年：64.3%、「他人からみると、私は好みや考え方にまとまりがない人間のような」と回答した者の割合も、2002年：35.9%、2012年：37.9%、2022年：39.3%と、いずれも上昇傾向にある。逆に、「自分には自分らしさというものがあると思う」と回答した者の割合は、1992年：89.0%、2002年：85.3%、2012年：76.9%、2022年：76.3%と、ずっと減少傾向にある。

これらのデータは、自己意識の再帰化の一断面を示したものといえるだろう。再帰化とは、自己認識における外在的で明確な準拠枠が弱体化し、行為基準の内在化とその不明瞭化が進んでいく過程ともいえるからである。絶対的かつ固定的な基準のない世界において自己の準拠化が進めば、それは状況依存性を強めていかざるをえない。これらのデータには、その様子が具体的によく表われている。

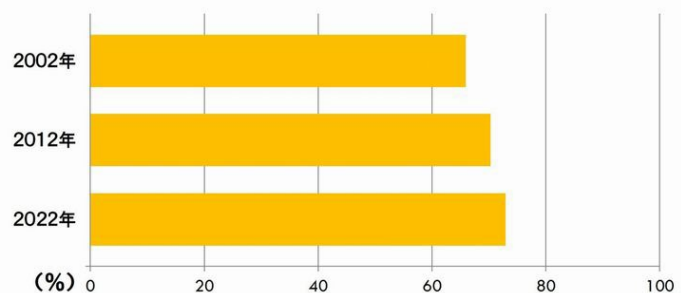
(3) 非再帰化が進行する友人関係

先述したようにギデンズは、再帰的な自己同士が主体的に出会い、内発的な志向によってのみ結びつけられる関係性を「純粋な関係」と呼んでいる。彼によれば、相互の感情的関与がその中心を成しており、そこではつねに親密さが追求され続けていく。したがって、それは努力して獲得される相互信頼に依拠する関係だともいえる（2021）。

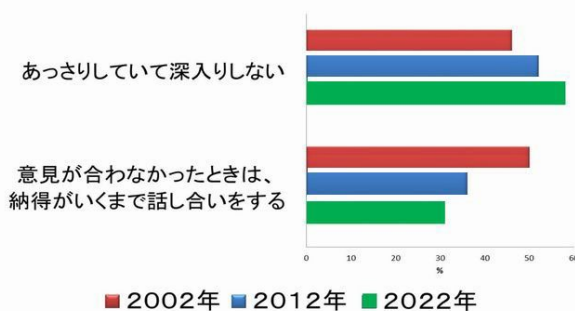
このような再帰性の進んだ人間関係が浸透している様子は、本調査結果の一端からもうかがえる。「遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友だちを使い分けている」と回答した者は、2002年：64.9%、2012年：69.9%、2022年：73.7%と増えている（図1）。

「純粋な関係」とは、外的な規準や枠組みに依存せず、したがって自由自在に築かれる関係だからである。

ところが、では友人関係がいかに親密化しているのかを確認しようとすると、じつは調査データの意外な数値に戸惑ってしまう。「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」と回答した者は、2002年：45.7%、2012年：51.1%、2022年：57.4%と上昇傾向にあるし、「友だちと意見が合わなかったときは、納得がいくまで話し合いをする」と回答した者は、2002年：49.7%、2012年：36.1%、2022年：32.0%と逆に減少傾向を示しているのである（図2）。再帰化とともに「純粋な関係」が広がっているのだとすれば、双方とも本来は逆の傾向を示すはずではないだろうか。



【図1】 遊ぶ内容によって、一緒に遊ぶ友だちを使い分けている



【図2】 友だちとの付き合い方

もともと、これだけなら、外的な規準や枠組みに依存しない関係の浸透によって、そもそも友だちと認識される範囲が広がってきた結果とってよいかもかもしれない。関係の流動化によって知り合い程度の友だちが増加しているのなら、このような傾向が見られることにも納得がいく。しかし、知り合い程度の友だちの数の平均は、確かに2002年から2012年にかけては約37人から約75人へと増えていたものの、その後の2022年には逆転して約54人へと減少している。また、知り合い程度を超えた「親友と真剣に話ができる」と回答した者も、2002年：72.3%、2012年：65.7%、2022年：62.7%と減少し

ているし、同様に「親友とケンカしても仲直りできる」と回答した者も、2002年：46.0%、2012年：34.2%、2022年：31.5%と減少している。

これらの調査データから推察すれば、自己意識においては再帰化が進んでいるにもかかわらず、友人関係においては逆に非再帰化が進んでいるといえそうである。では、友人関係においてこのように逆説的な傾向が生じているのはいったい何故だろうか。

(4) 関係不安と同調圧力の増大へ

再帰化が進む後期近代において、友人関係に非再帰化が見られるのは何故なのか。いまのところ2時点での比較しかできないが、この謎を解くために示唆を与えてくれる調査データがある。「仲のよい友人でも私のことをわかっていない」と回答した者は、2012年には27.8%だったものが、2022年には33.7%へと増えている。そのためか、「他人とは違った自分らしさを出すことが好きだ」と回答した者は、2012年の56.3%から2022年の52.6%へと減少し、逆に「自分らしさを強調するより他人と同じことをしていると安心だ」と回答した者は、2012年の34.9%から2022年の45.8%へと増加しているのである。

自己の再帰化が進めば、他者との相違点は増大して同じ地平に立っていると感じられにくくなる。また関係を規定する外在的な枠組みが弱まれば、関係の自由度と同時にその不安定さも強まることになる。ここから生ずる関係への不安感が、かえって友人間での同調圧力を高めているのではないだろうか。外在的な枠組みには依拠しないため、外見的には「純粋な関係」のように見えながら、じつは感情的関与も親密さも追求されず、あたかも保険をかけあうかのように表層的な友人関係が広がっているのは、おそらくそのためではないだろうか。

ギデنزが描いた「自己の再帰的プロジェクト」も「純粋な関係」も、あまりに楽観的すぎるものだったのかもしれない。事実、本調査によれば、大切なことを決めるときの判断材料として「好き・嫌いなど自分の感覚や直感」を挙げた者は、2002年：55.7%、2012年：64.9%、2022年：67.2%と増加しているが、他方で「世間の評価や道徳」を挙げた者も、2002年：22.0%、2012年：29.5%、2022年：37.8%と、また同時に増加している。このアンビバレンスは、これもまたギデنزの用語を借りるなら、「脱埋め込み」と「再埋め込み」(2021)が同時進行している様子を物語っているともいえる。

もっとも、自己の再帰化と関係の非再帰化との間にこのような因果関係を見出すためには、さらなる分析が必要である。再帰的近代化と一口にいっても、その進み具合には個人差もある。そこで、自己の再帰化の度合いが強い者ほど関係不安も強くなっているといえるのかどうか、そして関係の非再帰化の度合いも強くなっているといえるのかどうか、まずはそれらの相関関係を確認してみる作業が必要である。しかし、もはや紙幅は残されていない。ここでは全体的な傾向の可能性を指摘するだけにとどめ、その詳細な分析はまた別の機会へと譲ることにしたい。

文献(初出順)

- U・ベック、A・ギデنز、S・ラッシュ／松尾精文、小幡正敏、叶堂隆三(訳)、1997年、『再帰的近代化：近現代における政治、伝統、美的原理』而立書房。
- Z・バウマン／森田典正(訳)、2001年、『リキッド・モダニティ：液化化する社会』大月書店。
- U・ベック／東廉、伊藤美登里(訳)、1998年、『危険社会：新しい近代への道』法政大学出版局。
- A・ギデنز／松尾精文、小幡正敏(訳)、1993年、『近代とはいかなる時代か？：モダニティの帰結』而立書房。
- A・ギデنز／松尾精文、松川昭子(訳)、1995年、『親密性の変容：近代社会におけるセクシュアリティ、愛情、エロティシズム』而立書房。
- A・ギデنز／秋吉美都、安藤太郎、筒井淳也(訳)、2021年、『モダニティと自己アイデンティティ：後期近代における自己と社会』ちくま学芸文庫。

3-5. 友人関係の再帰性は孤独感を高めるのか

(日本大学 小川豊武)

(1) 若者の孤独の社会問題化

2010年代以降、「若者の孤独」が再び社会問題化されるようになってきた。若者の孤独問題については1990年代以降、携帯電話の普及による友人関係の希薄化という観点でたびたび議論されてきた。それが近年になって、例えば、2018年のNHK『クローズアップ現代+』では、SNSで多くの人とつながっているのに孤独感を抱いている「つながり孤独」の若者たちの姿が報じられた。2020年の新型コロナウイルスのパンデミック以降は、対面状況で人と接する機会が制限され、オンラインでのコミュニケーションの重要性が増したことにより、この傾向はさらに強まっている。小中高大で授業がオンライン化され、友人と接したり、部活やサークル活動が制限されたりすることで、「奪われた青春」という指摘もされた。

これらすべての問題化に通底しているのは、「メディアによって対面コミュニケーションが不足すると孤独になる」という見方である。しかし、果たして、若者の孤独感是对面コミュニケーションの不足だけによるものなのだろうか。若者の孤独問題の実践家である大空幸星は、客観的な社会関係が不足している状態である「孤立」と、主観的なひとりであるという苦痛をともなう感覚である「孤独」を分けたうえで、若年層は家族や学校等のコミュニティに所属していて「孤立」していないがゆえに、「孤独」の問題が見過ごされやすいと指摘している(『望まない孤独』扶桑社、2022年)。この観点からすれば、若者の孤独感には、対面コミュニケーションの多寡という客観的な関係の状態の他にも別の要因が影響を与えているのではないか。

若者の友人関係と孤独・孤立の関連についてはこれまで数多くの研究が蓄積されてきた。各研究の知見は様々ではあるが、社会学的研究の傾向としては、主観的な孤独感よりも客観的な関係の性質に注目し、友人関係の希薄化を反証したうえで、選択化・多元化・濃密化などの新たな側面を見いだすというものであった。社会心理学的研究の傾向としては、メディア利用の多寡が孤独や孤独不安に与える影響などについて検討されてきた。しかしながら、これらの研究の中で、若者の主観的な孤独の、対面コミュニケーションの多寡以外の要因には、必ずしも焦点が当てられてこなかった。

以上のことから、本報告では、本調査全体のテーマである「再帰的ライフスタイル」を踏まえて、若者の友人関係における再帰性の増進が主観的な孤独感を高めているという仮説を検証する。そもそも孤独感とは「自分はひとりである」という感覚であり、必ずしも人間関係から隔絶した孤立状態ではなくても抱かれる感情であることは先述した通りである。この「自分はひとりである」という感情は、「自分と他者とは異なる」という認識を強く持った時に抱かれる感情であるといえる。そして、そのような「自分と他者とは異なる」という認識は、自己や他者との関係が多元化している状態を、再帰的にモニタリングすることによって得られると考えられるのである。

(2) 主観的な孤独感の傾向

以上を踏まえて、まず2022年全国調査の若年層における主観的な孤独感の傾向を見ておく。まず、主観的な孤独感を最も直接的に尋ねた「ひとりであると孤独を感じる」では、「よくある」と「ときどきある」の合計が34%、「あまりない」と「まったくない」の合計が64.9%で、3割以上の若年層が孤独を感じていることが分かった。しかしながら、本報告では「ひとりでない

時にも抱かれる孤独感」も対象にしていることから、友人関係の要素を含んだ孤独感項目として、①「仲のよい友だちでも私のことをわかっていない」（相互理解困難型孤独）、②「自分が友だちと思っけていても、相手は自分のことを友だちと思っけていないかもしれない」（共通理解困難型孤独）として分析を行うことにする。それぞれの回答傾向は以下の通りである。これを見ると、いずれも3割程度はあてはまる方向の回答をしていることが分かる。本論の問題関心からすれば、孤立していることから生じる孤独感というよりも、友人との関係性の中から生じている孤独感を抱いている若年層が一定数存在するといえる。

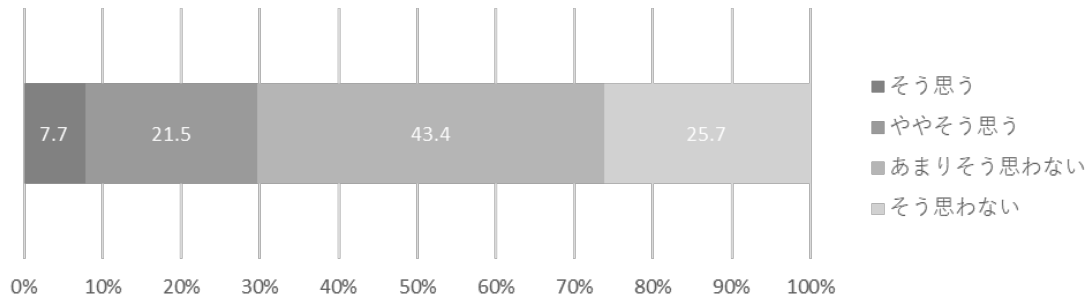


図1 「仲のよい友だちでも私のことをわかっていない」（相互理解困難型孤独）の回答傾向

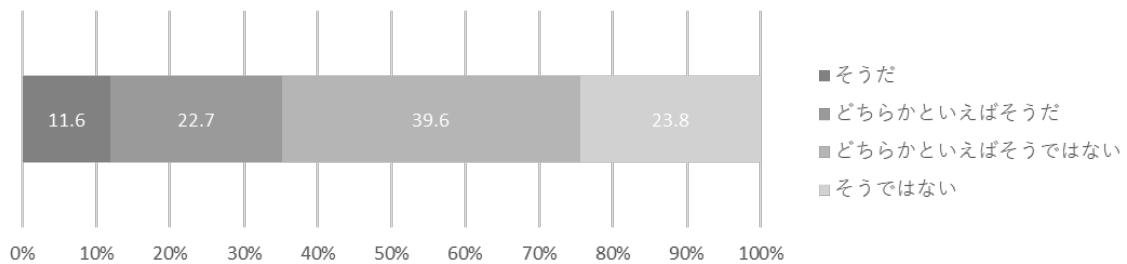


図2 「自分が友だちと思っけていても、相手は自分のことを友だちと思っけていないかもしれない」（共通理解困難型孤独）の回答傾向

(3) 主観的孤独の規定要因

前項の結果を踏まえて、2つの主観的な孤独感の規定要因について検討する。独立変数としては、モデル1に「友人関係の希薄性」に関する項目として、友人数、連絡頻度（LINE）、「友だちとの関係はあっさりして、お互いに深入りしない」を投入する。モデル2に「友人関係の再帰性」と、再帰的モニタリングの前提となりうる多元性に関する項目として、「遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友だちを使い分けている」「自分にとって何かメリットがある友だちを選ぶようにしている」「友だちの意見で自分の考えや行動を見直すことがある」「場面によってでてくる自分というものは違う」「意識して自分を使い分けている」を投入した。各従属変数の重回帰分析の結果は以下の通りである。

表1 主観的孤独の規定要因：①「相互理解困難型」孤独の重回帰分析

	モデル1		モデル2	
	標準化係数 ベータ	有意確率	標準化係数 ベータ	有意確率
(定数)		0		0
男性ダミー	0.007	0.846	0.006	0.866
F 1 年齢	-0.02	0.659	-0.012	0.79
親同居ダミー	0.015	0.721	0.031	0.432
実家の暮らし向き	-0.124	0.001	-0.109	0.002
F 7 あなたご自身が1ヶ月間に自由に使えるお金(おこづかい)は総額でどれくらいですか。	0.017	0.666	-0.004	0.921
Q 1 8 a 親友(恋人を除く)の人数	-0.146	0	-0.143	0
Q 1 8 b 仲のよい友だちの人数	0.01	0.807	0.014	0.723
Q 1 8 c 知り合い程度の友だちの人数	0.083	0.04	0.067	0.088
Q 3 あなたは、LINEで一日に何通くらいメッセージ(スタンプも含む)を送信しますか。	-0.072	0.048	-0.088	0.012
Q20 d) 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	0.173	0	0.159	0
Q20 f) 遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友だちを使い分けている			0.027	0.468
Q20 c) 自分にとって何かメリットがある友だちを選ぶようにしている			0.057	0.126
Q20 h) 友だちの意見で自分の考えや行動を見直すことがある			-0.032	0.368
Q31a 場面によってでてくる自分というものは違う			0.159	0
Q31d 意識して自分を使い分けている			0.148	0
調整済R2乗	0.084	0	0.162	
n	756		756	

表2 主観的孤独の規定要因：②「共通理解困難型」孤独の重回帰分析

	モデル1		モデル2	
	標準化係数 ベータ	有意確率	標準化係数 ベータ	有意確率
(定数)		0		0
男性ダミー	-0.059	0.109	-0.052	0.144
F 1 年齢	-0.065	0.155	-0.062	0.169
親同居ダミー	0.07	0.093	0.078	0.055
実家の暮らし向き	-0.101	0.006	-0.09	0.012
F 7 あなたご自身が1ヶ月間に自由に使えるお金(おこづかい)は総額でどれくらいですか。	-0.014	0.718	-0.027	0.472
Q 1 8 a 親友(恋人を除く)の人数	-0.057	0.157	-0.061	0.124
Q 1 8 b 仲のよい友だちの人数	-0.092	0.034	-0.095	0.024
Q 1 8 c 知り合い程度の友だちの人数	0.077	0.061	0.063	0.117
Q 3 あなたは、LINEで一日に何通くらいメッセージ(スタンプも含む)を送信しますか。【通数	-0.002	0.966	-0.02	0.582
Q20 d) 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	0.145	0	0.131	0
Q20 f) 遊ぶ内容によって一緒に遊ぶ友だちを使い分けている			0.081	0.033
Q20 c) 自分にとって何かメリットがある友だちを選ぶようにしている			0.028	0.466
Q20 h) 友だちの意見で自分の考えや行動を見直すことがある			0.032	0.377
Q31a 場面によってでてくる自分というものは違う			0.027	0.494
Q31d 意識して自分を使い分けている			0.162	0
調整済R2乗	0.048	0	0.093	0
n	752		752	

まず、表1では、友人数では「親友」の数が孤独感とマイナスの関連がある。希薄性項目の「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」は孤独感とプラスの関連がある。自己再帰性項目の「場面によってでてくる自分というものは違う」「意識して自分を使い分けている」は孤独感とプラスの関連がある。次に、表2では、友人数では「仲のよい友だち」が孤独感とマイナスの関連がある。希薄性項目の「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」は孤独感とプラスの関連がある。友人関係の多元性と・自己再帰性項目で孤独感プラスの関連がある。以上このことから、仮説どおり、友人関係の希薄性のみならず、再帰性とそれに関連した多元性が孤独感を高めている可能性が一定程度示された。それに加えて、「親友」や「仲のよい友人」といった親密性の高い友人関係が孤独感を低減させる効果を持つことも改めて示された。今後は先行世代との比較等も行いながら、若者の友人関係の再帰性と多元性の関連の構造について、さらなる研究が求められる。

3-6. 若者の友人関係形成のジェンダー差

(大阪大学 辻 大介)

16～29歳の若年層を対象とした今回2022年調査では、「Q19 あなたが新しく友だちを作るときに、次にあげるメディアの利用やコンテンツの話題が役に立ったことはありますか」という質問を設けている。ここでは、その設問への回答データをもとに、友人関係形成の局面における男女差について分析する。表1がその回答分布を、都市部調査と全国調査、および全国調査の男女回答者別に、それぞれ分けて示したものである（いずれの選択肢も選ばなかったケースは無回答欠損値とみなして分析から除外した）。

表1 新しく友だちを作るときに役に立ったもの（nはそれぞれ無回答ケースを除く）

	都市部	全国	男性		女性
1. LINE や通話の利用	47.7%	46.4%	43.0%	(<)	49.3%
2. SNS の利用 (Twitter, Instagram など)	47.1%	46.2%	33.2%	<<<	57.2%
3. 動画サイトの話題 (YouTube など)	26.8%	22.3%	21.9%	≒	23.1%
4. アニメの話題	34.1%	35.4%	41.8%	>>>	30.8%
5. マンガの話題	29.2%	31.0%	37.6%	>>>	26.4%
6. ゲームの話題	27.6%	31.6%	44.2%	>>>	21.8%
7. 音楽の話題	42.3%	38.1%	33.2%	<<	43.0%
8. スポーツの話題	23.3%	18.9%	29.7%	>>>	10.0%
9. ファッションの話題	13.5%	11.2%	6.9%	<<<	15.2%
10. テレビ番組の話題	15.5%	15.0%	12.3%	<	17.5%
11. 有名人・芸能人・アーティストの話題	30.9%	29.2%	17.7%	<<<	38.9%
12. この中に役に立ったものはない	11.4%	15.6%	16.2%	≒	14.6%
(n=)	(631)	(909)	(407)		(481)

>>> $p<.001$, >> $p<.01$, > $p<.05$, (>) $p<.10$ の有意差を表す

まずは男女差に入る前に、全体的な基本傾向を押さえておこう。都市部調査と全国調査で大きな違いはみられず、最大でも「3.動画サイトの話題」での4.5%ポイントの差にとどまる。いずれの調査でも「1.LINE や通話の利用」「2.SNS の利用」が上位に位置し、やはり現在の若者の友人形成にはソーシャルメディアが大きな役割を果たしていることがうかがえる。

前回2012年調査と対象地域の同じ今回の都市部調査を比較すると、選択肢に異同がある点に留意しなくてはならないが、前回「ブログやSNSの利用」33.7%が今回「SNSの利用」47.1%に、「携帯電話等での通話やメール」32.2%が「LINE や通話の利用」47.7%へと伸長している。また、「動画サイトにおける作品の話題」16.2%も「動画サイトの話題」26.8%に増えているが、対照的に、「テレビ番組の話題」は38.0%から15.5%にまで減少しており、この間のメディア環境の変化が如実に反映されている。その他の経年比較可能な選択肢では、「マンガの話題」が36.5%から29.2%へ、「テレビゲームの話題」21.8%から「ゲームの話題」27.6%へ、「音楽の話題」が47.9%から42.3%へと増加もしくは減少しているが、相対的には小幅な変化にとどまる。

次に、今回 2022 年全国調査におけるジェンダー差について。回答率がより女性で高いのは「2.SNS の利用」(男性と 24.0%ポイント差)、「11.有名人・芸能人・アーティストの話題」(21.2%ポイント差)、「7.音楽の話題」(9.8%ポイント差)、「9.ファッションの話題」(8.3%ポイント差)、「10.テレビ番組の話題」(5.2%ポイント)である。一方、男性で高いのは、「6.ゲームの話題」(女性と 22.4%ポイント差)、「8.スポーツの話題」(19.7%ポイント差)、「4.アニメの話題」(11.0%ポイント差)、「5.マンガの話題」(10.2%ポイント差)となっている。スポーツを除くと、男性の場合はいわゆる“オタク”的な趣味縁によって友人関係を形成する傾向が強いようだ。それに比して女性は、趣味縁にしても音楽やファッション、テレビ番組など、旧来の“マスカルチャー”媒介型と言えようか。

こうした友人関係形成のありようがどのような類型に分けられるか、1.~11.の選択肢をもとに潜在クラスモデルによって分析した結果が表 2 である。クラス数を 1~4 として探索的に分析をおこない、AIC・BIC とともに最小であった 4 クラスモデルを採用した(尤度比検定 $\chi^2=989.745$, $p=1.000$: なおクラス数 5 では不適解となったため、4 クラスまでで探索を打ち切った)。

表 2 潜在クラス分析の結果 (数値は条件付き応答確率)

	class1	class2	class3	class4
1. LINE や通話の利用	0.346	0.662	0.378	0.781
2. SNS の利用 (Twitter, Instagram など)	0.328	0.737	0.325	0.821
3. 動画サイトの話題 (YouTube など)	0.037	0.355	0.255	0.667
4. アニメの話題	0.025	0.104	0.900	0.909
5. マンガの話題	0.006	0.012	0.802	0.955
6. ゲームの話題	0.092	0.100	0.713	0.710
7. 音楽の話題	0.095	0.755	0.378	0.893
8. スポーツの話題	0.106	0.269	0.185	0.393
9. ファッションの話題	0.000	0.324	0.034	0.369
10. テレビ番組の話題	0.024	0.317	0.096	0.479
11. 有名人・芸能人・アーティストの話題	0.069	0.728	0.121	0.805
全体における構成比 (n=909)	46.9%	18.0%	23.2%	11.9%
男性における構成比 (n=407)	45.2%	10.8%	33.2%	10.8%
女性における構成比 (n=481)	47.4%	23.9%	15.6%	13.1%

青は応答確率が相対的に低いセル、赤は高いセル

回答者をそれぞれ最も所属確率の高いクラスに割り当てると、男女ともに構成比が最も多いのは class1 であり、全体の半数弱を占める。3.~11.のような何かしらの話題で友だちになることは少なく、1.LINE や通話、2.SNS の利用も応答確率は低めである。たまたま気が合って交友が始まる〈偶会型〉といったところだろうか。男女間で構成比の差はみられないが、この class1 では他のクラスに比べて有職者が多く (62.3%: 他は 44.5~49.5%)、生徒・学生が少ない (31.1%: 他は 47.7~49.4%)。このことが友人関係形成項目全般の応答確率の低さにつながっていると思われる。

次いで全体での構成比が高いのは class3 であり、4.アニメ、5.マンガ、6.ゲームの話題の応答確率が顕著に高い。〈オタク型〉の友人関係形成と名づけてよいだろう。男性の 3 人に 1 人はこの

類型にあたり、女性の場合よりも顕著に構成比が高い。

それとは逆に、class2 は女性において顕著に構成比が高く、4 人に 1 人がこれに該当する（男性では 10 人に 1 人程度）。このクラスでは、オタク系（4.~6.）で友だちになることは少なく、7.音楽、9.ファッション、10.テレビ番組、11.有名人・芸能人・アーティストの話題で友だちになることが多い。さしあたり〈マスカルチャー媒介型〉の関係形成と名づけておこう。このクラスは 1.LINE や通話、2.SNS の利用の応答確率が高いことも特徴のひとつである。

class4 はすべての項目で応答確率が高いことが特徴であり、〈全方位積極型〉の関係形成とも呼べるだろうか。このクラスに関しては class1 同様、男女間で構成比に差はない。

以上の 4 つのクラスをもとにして、現在の若者における友人関係形成のありようを模式化したものが、図 1 である。

話題の共有にもとづく趣味縁は、潜在クラス分析から導かれた類型のうえでもオタク的／マス（カルチャー）的なものの 2 軸に大別することができ、各クラスはそれら 2 軸からなる 4 象限に対応づけることができる。また、それら 2 軸にそれぞれ男／女のジェンダー軸が射影されてもいることが、今回の分析から得られた発見であった。

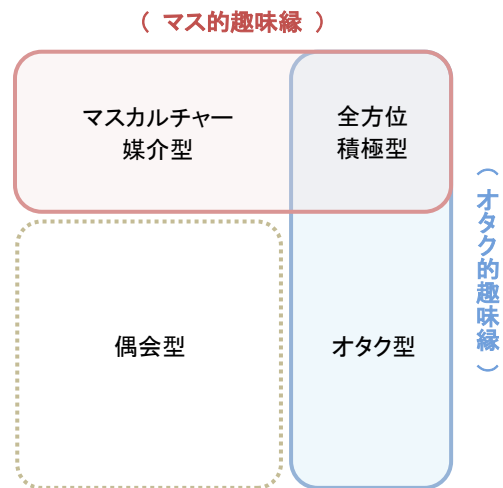


図1 友人関係形成の類型

3-7. 意見対立を避ける若者たちの増加に対応した育成方法

(若者文化研究所 西村美東士)

若者を見るためには独特の方法論がある。まずは個人差を見る必要がある。その前提の上で、第一に、青年期特有の不変の課題を見いだす。これは、育成者自身の青年期を振り返れば、それなりに理解できよう。第二に、時代の変化を見る。育成者も同時代を生きる者として、一定の理解はできよう。第三に、世代としての変化（コーホート効果と呼ぶ）を把握する。同年齢のときに同じ時代を経験してきた者としての共通する特徴を見いだす必要がある。

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）と、「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）が増えているが、2002年調査から増加してきた「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、逆に減少した。（表1「非交渉型及びの状況対応型の若者の増減傾向」）。「あなたはあなたのままでいい」というメッセージが浸透しつつあるのだろうか。

表1 非交渉型及びの状況対応型の若者の増減傾向

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	増減率
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%
	2022年	13.2%	44.6%	32.6%	9.6%	2.39	0.833	628	6.3%
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%
	2022年	21.2%	46.6%	26.5%	5.7%	2.17	0.824	631	4.1%
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%
	2022年	8.1%	36.5%	41.4%	14.1%	2.61	0.826	631	-3.8%

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)%。

上述の交渉と非交渉、貫徹志向と状況対応の2軸から4タイプを設定し、20年間の量的変化を調べた。貫徹志向非交渉型が増え、状況対応交渉型が減った。2012年に10ポイント以上減った貫徹志向交渉型は、減少傾向は続いたものの、1ポイント減にとどまった。(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から、●1%有意、○5%有意の特徴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以上にまで増えた「貫徹志向非交渉型」については、○自らの将来は明るいと思う

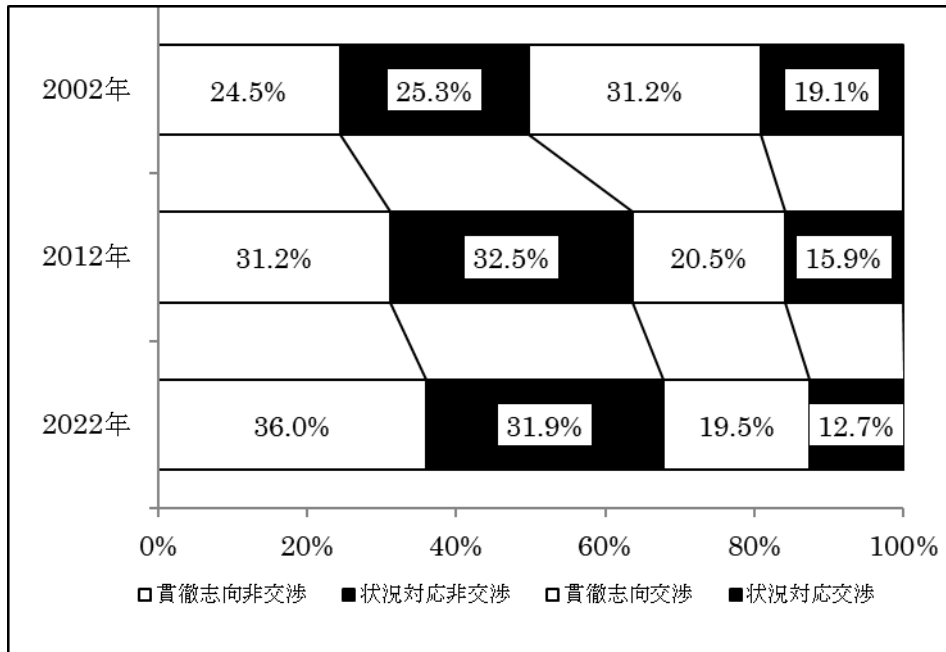


図1 4タイプの量的変化

としつつも、「●選挙に行くべきとは思わない」と言う。彼らに対しては、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る。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において、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。

②「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、2012年調査と同様に、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。●今の自分が好きとは思わないのほか、●自分も親のような家族を持ちたいとは思わない、●子どもの頃、家でクラシック音楽のレコードやCD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りしなかったなど、成育歴やこれまでの文化資本の格差の問題を感じさせる。彼らの言う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。

③「貫徹志向交渉型」は、●自らの将来は明るいと思う、●親友とはケンカをしても仲直りできる、●自分には自分らしさというものがある、●人の話の内容が間違いだと思ったときには自分の考えを述べるなど、以前の結果と同様の積極性が多く見られた。しかし、○恋愛交際をするなら結婚を考えるべきなどの「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、「生きづらさ」にもつながりかねない。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發揮するのか、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「状況対応交渉型」については、前回までは、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のだが、今回は●自らの将来は明るいと思わない、○いつも友だちと連絡をとっていないと不安になる(個人化の未達の表れか)などの消極面が現れた。個人化の進む今日において、このタイプの減少とともに、「交渉型」の難しさを示す一端と思われる。

2003年の「青少年育成施策大綱」では、「自分の意見を持ち、自己を表現し、他者を理解し、他者に働きかけ、家庭や社会のために自ら行動する、積極的、能動的な側面を併せもつ新たな青少年観への転換」が提唱された。しかし、まちづくりなどに関わる稀少な若者においても、意見が合わない人と「納得がいくまで話し合う」ことをスルーする者が多いと筆者は体験的に感じている。交渉型の生き方は困難を極めているといえよう。このような状況にある若者に対して、上に挙げた「将来に向けての」社会化支援、個人化支援だけでなく、居場所において「そっと肩を押す」ような「今ここでの」第三の支援が求められていると筆者は考える。

4. 恋愛・家族関係

4-1. 親密性のリスク—安心感を求める若者たち

(弘前大学 羽瀬 一代)

2000年代に入って性行動の不活発化が指摘され、その原因についてさまざまな仮説が提唱された。これまで最も長期にわたって経時的に若者の恋愛や性行動についてデータを採取し、実証してきた日本性教育協会の調査研究では、性行動のリスク化、性イメージの悪化といった要因が検討されてきた(高橋 2013, 針原 2018, 片瀬 2019)。若者の性行動の対象となる相手は、「好きな人」であることが指摘されてきたことからいっても、性行動は恋愛に支えられている(石川 2013)。性行動がリスク化しているのであれば、恋愛もリスク化している。

しかし、この恋愛のリスクの内容については、十分に検討されてきたとはいえない。性感染症や自己意識に及ぼす負の影響などのリスクが考えられるが、そもそも若者はどのような目的で恋愛交際をするのだろうか。ジェンダー権力的な関係であるロマンチッククラブにかわって、後期近代の親密性の特徴として関係性そのものが目的となるような「純粋な関係性」の拡大をギデنزが予想した。しかし、昨今のソーシャルメディアの発達、とくにマッチングアプリ利用の様相を観察していても、現代日本社会においては「純粋な関係性」の拡大とはいえない状況がある。本稿では、2012年調査と2022年調査を比較し時代効果を確認し、さらに中年との比較において年齢効果を確認し、若者が恋愛交際相手に求めることを確認してみたい。また同時に、恋愛に関わる経験の推移も確認していく。その際に、地域差についても留意してすすめていきたい。

(1) 恋愛交際相手に求めること

まず、恋愛交際相手に求めることは「一緒にいる時の安心感」と回答する割合は約7割前後である。そして12年調査よりも22年調査の大都市の若者において、微増している。さらに、12年調査、22年調査においても、中年よりも「一緒にいる時の安心感」を求める若者のほうが多い。

いっぽうで、文化作品などに恋愛の要素として登場するような「非日常感(ときめき)」を回答する割合は1割前後であり、12年調査よりも22年調査の若者において微減している。若者は恋愛交際相手に非日常感(ときめき)よりも安心感を求めている。この結果のみでも、若者はリスク回避の傾向を示していることがわかる。

それでは安心感とは、どのようなものなのかだろうか。交際相手に求めることを少し詳しくみれば、浮かび上がってくる条件がみえる。まず経済力が16.6%(12年調査)から31.8%(22年調査)を挙げる若者が劇的に増大し、中年よりも上まわっている。交際相手に「自分の気持ちを理解してくれる」や「趣味に理解がある」という理解を求める若者は半数以上いる。また「浮気をしない」ことを求める若者が、38.5%(12年調査)から56.5%(22年調査)に激増していることも興味深い。

表1. 恋愛交際相手に求めること（求めたこと）%

	大都市				全国	
	12年若者	12年中年	22年若者	22年中年	22年若者	22年中年
学歴	11.0	8.5	13.4	11.7	9.1	7.3
経済力	16.6	22.6	31.8	30.1	20.7	30.8
おもしろさ	51.1	38.6	44.7	31.8	42.9	28.3
趣味に理解がある	49.6	38.3	56.4	37.1	54.9	41.0
容姿			40.2	29.2	37.1	25.9
ファッションセンス	23.0	12.7	21.7	11.1	18.7	9.6
浮気をしない	38.5	26.0	56.5	37.8	52.6	34.3
友人からの信頼がある	33.0	21.9	36.9	23.8	34.3	22.6
自分の家族に気に入られる			23.6	24.0	21.8	19.9
連絡の頻度やタイミング			34.5	16.1	26.6	13.1
非日常感（ときめき）	13.2	7.8	11.5	8.0	10.7	7.9
一緒にいる時の安心感	73.9	69.4	79.2	76.4	77.8	74.3
自分の能力・努力を認めてくれる			43.9	28.4	42.0	37.2
自分の気持ちを理解してくれる			63.3	58.8	65.0	59.9

（2）さまざまな恋愛の不活発化

上述の性行動の不活発化、リスク化については、本調査においても確認できる。「好きな人と性交渉したことがある」若者は、43.1%（12年調査）から35.3%（22年調査）と減っている。また2002年調査では2割程度いた複数の相手と同時に恋愛交際したことがある若者は、5.9%（12年調査）から3.3%（22年調査）にまで激減し、ほとんど観察できないレベルにまで減っている。先に示した「浮気をしない」ことに重点あることから、不倫禁忌や複数恋愛禁忌の規範意識が強まっていることがわかる。マッチングアプリ利用の普及が拡大するなかで、こういった規範意識が高まるということは興味深い。マッチングアプリ利用者は、パートナーを探す、という目的が前提としてあるため複数相手との同時進行は常識であり、忌避する場合にはその旨をプロフィールに記すことが多いからである。

またこれまで、セクシュアリティの多様化や二次元恋愛などの別の恋愛形態へと変化したという仮説もある。しかし「同性を好きになったことがある」という項目については、中年よりも若者のほうが多いようであるが、1割を超えていない。また「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」若者も、10.5%（12年調査）から6.8%（22年調査）にまで減少している。2023年には、二次元恋愛やフィクトセクシュアリティなどが話題になっていたことに反して、このような恋愛形態も不活発化している。そして恋愛結婚信仰については、若者の半数は支持していないことがわかる。反対に「恋愛感情をもったことがない」若者は、4.9%（12年調査）から6.3%（22年調査）へと微増している。これらのことから若者は、恋愛に関わる親密性すべての形態において不活発化の傾向があるということができよう。

表2. 恋愛の経験・意識

	大都市				全国	
	12年若者	12年中年	22年若者	22年中年	22年若者	22年中年
結婚するなら好きな人としなければ幸せに ないと思う	49.8	56.1	45.2	39.5	42.4	37.0
好きな人と性交渉をしたことがある	43.1	55.7	35.3	55.9	32.0	48.9
複数の相手と同時に恋愛交際したことがある	5.9	9.9	3.3	12.0	3.5	9.9
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	10.5	7.0	6.8	3.1	6.8	3.1
恋愛感情をもったことがない	4.9	0.7	6.3	0.7	4.6	0.7

(3) 理解や安心を求める若者

上述したように、現代の若者は、親密な人間関係においても安心、安全を求めていることがわかる。子ども期から青年期にかけて大人になるということは、定位家族から離れて自身で親密な人間関係を形成していくことを意味する。その際には、親密なパートナー候補者もつ異なる価値観や習慣といった異文化に接する。そして、その際に必ずといってよいほどコンフリクトが発生し、自身の態度を変化させたり、相手と交渉したりすることが関係形成には重要であることはよく知られている。

このような面倒なコンフリクトを避けて、親密なパートナーとの関係構築を望まない若者が増加しているとみてよいのではないだろうか。そして恋愛リスクとは、おそらく性行動のリスク化と関わっているが少し異なっている。恋愛リスクは若者の自己意識や感情に関わるリスクであると考えられる。自身を認めてもらえないことや理解してもらえないことに恐れをもっている。浮気に対する忌避感もこれにかかわっているだろう。

また経済的にも保守的な態度がみられる。経済的な問題を抱えずに済む相手と親密な関係を築きたいという若者は増加しているようである。趣味や考え方を理解してくれて、経済的にも問題がなく、浮気をしない相手、つまり一緒にいて安心できる相手を若者たちは恋愛交際の条件としているのだ。いっぽうで、恋愛やセクシュアリティの多様化が喧伝されるなか、この10年間でそのように変化してきたと一言でいうことはできないことも確認できた。ある意味では、若者の親密性の保守化が進んだと結論できるだろう。

【文献】

- 原素子 2018「性に対する否定的イメージの増加とその背景」林雄亮編『青少年の性行動はどう変わってきたか—全国調査にみる40年間—』ミネルヴァ書房
- 林雄亮 2018「青少年の性行動・性意識の趨勢」林雄亮編『青少年の性行動はどう変わってきたか—全国調査にみる40年間—』ミネルヴァ書房
- 片瀬一男 2001「性行動の低年齢化がもつ意味」日本性教育協会編『「若者の性」白書—第5回青少年の性行動全国調査報告』小学館 pp.23-46.
- 片瀬一男 2007「青少年の生活環境と性行動の変容—生活構造の多チャンネル化のなかで—」日

本性教育協会編 『「若者の性」白書－第6回青少年の性行動全国調査報告』小学館
高橋征仁 2013 「欲望の時代からリスクの時代へ－性の自己決定をめぐるパラドクス－」日本性
教育協会編 『「若者の性」白書－第7回青少年の性行動全国調査報告』小学館
苦米地なつ帆 2018 「青少年をとりまく家庭内・家庭外の環境とデート環境」林雄亮編 『青少年
の性行動はどう変わってきたか－全国調査にみる40年間－』ミネルヴァ書房

4-2. 恋愛交際を一度も経験しない若者と自己肯定感

(日本大学 久保田 裕之)

若者の草食化や恋愛離れが議論されるなか(深澤 2007, 森岡 2008, 牛窪 2014)、実証的なデータからは若者の恋愛・性行動の不活発化・リスク化が議論されるようになってきている(林 2018, 小林 2019)。では、こうした若者の恋愛からの撤退は、若者本人にとってどのような意味をもっているのか、とりわけジェンダー差着目して検討する。

(1) 恋愛交際経験率の性差

まず、2022年全国調査データから概観すると、全国の未婚の若者(16-29歳)のうち恋愛交際を一度も経験したことがない割合は、37.8%(男42.7%:女33.7%)であった。これまでの調査からも示唆されているように、男性が自分より若い女性を交際相手として選びやすいため、男性よりも女性の方が恋愛交際経験しやすいことが両者の差に表れている。

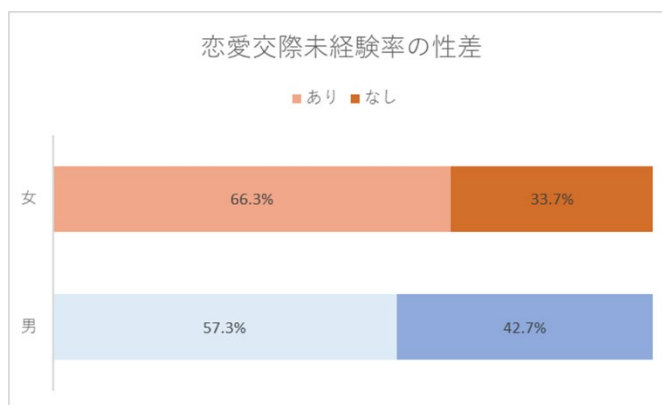


図1 若者の恋愛交際未経験割合(全国・未婚者)

(2) 恋愛交際未経験率と推移

次に、経年比較のために10年ごとの大都市調査(杉並区・東灘区)を参照すると、同じ2022年の未婚の若者全体の恋愛交際未経験割合は35.6%と、若干低くみえるが大きく変わらない

(都市の効果かもしれない)。その上で、大都市調査の経年変化をみていくと、全体では2002年に一端落ち込んでから2022年に向けて増加しており、男女の恋愛交際未経験の差が大きくなっている(2012年、2022年は5%水準で有意)ことと、男性のみ1992年を超えて40%に近い水準に達していることが分かる。

ただし、2022年度は新型コロナウイルス禍で未婚者の割合が大きく変化している可能性も否定できない。

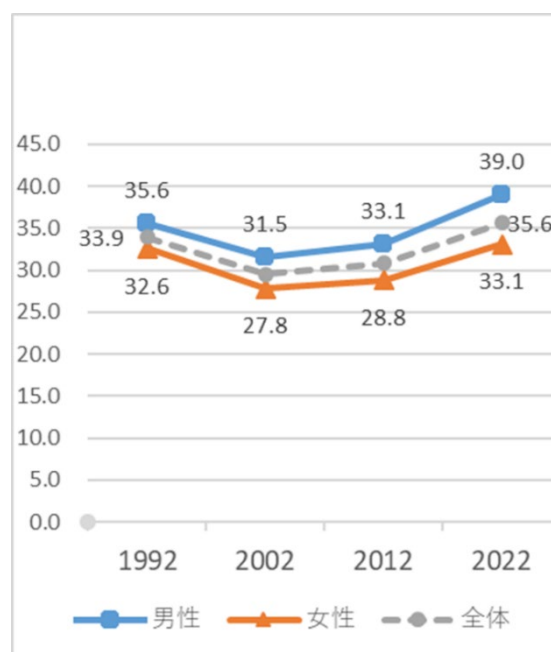


図2 恋愛交際未経験割合の推移(都市部・未婚者)

(3) 恋愛交際未経験と自己肯定感

さらに、全国調査に視点を戻して、恋愛交際経験を一度ももたない若者の自己肯定感を検討してみると、恋愛交際未経験は若者の自己肯定感の低さと関連があることが分かる（5%水準で有意）。ここでは、自己肯定感は、「あなたは今の自分が好きですか。それとも嫌いですか」という質問に対する四件法の回答のうち「大嫌い」と「やや嫌い」、「概ね好き」と「大好き」をまとめて二値としている。

表 1 恋愛交際経験と自己肯定感

	自己肯定感（2値）		合計
	嫌い	好き	
恋愛交際 ある	117 (27.7%)	306 (72.3%)	423
恋愛交際 ない	95 (36.5%)	165 (63.5%)	260
合計	212	471	683

その上で、多の変数を統制して恋愛交際未経験と自己肯定感の関係を詳しく見てみると、1) 現在の暮らし向きを統制しても、恋愛交際未経験は自己肯定感を下げるが、主に男性での効果が大きいこと、2) 自己評価項目（「性格は悪くない方だ」「自分には他の人にない特技・才能がある」「ルックスは人並み以上だ」「勉強は得意な方だ」）を統制しても、恋愛交際未経験は自己肯定感を下げるが、これは専ら男性の効果であること、3) 代替資源項目（親ロールモデル意識／友人関係の量と質／フィクションなど擬似的恋愛経験）を統制すると、恋愛交際未経験は女性で効果を持たなくなるが、依然として男性の自己肯定感を下げることなどが明らかになった。

(4) 恋愛交際未経験が自己評価の低さと関係するのは、男性特有の現象か

以上ように、大都市調査の経年比較から 30 年間で恋愛交際未経験の男女差が広がってきていること、全国調査からは恋愛交際未経験が自己肯定感に負の効果を与えることが示唆されるとしても、現在の暮らし向きや、自己評価のあり方、恋愛以外の親・友人・フィクションなどの代替資源を統制すると、こうした負の影響は男性特有のものにみえる。先行研究からも、主に若年女性において性・線愛からの撤退が示されているように、恋愛交際は若い女性にとっては選択科目になりつつある反面、若い男性にとっては依然として自己を賭けた必修科目であり続けており、そのハードルはますます高くなっているのかもしれない。

【文献】

- 深澤真紀, 2007, 『平成男子図鑑』日経BP社.
- 林雄亮, 2018, 「青少年の性行動の不活発化と多様性「第 8 回青少年の性行動全国調査」からみえてくる若者像」『青少年の性はどう変わってきたか—全国調査にみる 40 年間』ミネルヴァ書房
- 加藤秀一, 2004, 『<恋愛結婚>は何をもたらしたか』ちくま新書.
- 小林盾, 2019, 「若者の恋愛—誰が草食化したのか」小林盾・川端健嗣編『変貌する恋愛と結婚—データで読む平成』新曜社:13-29.
- 森岡正博, 2008 『草食系男子の恋愛学』メディアファクトリー.
- 小此木啓吾, 2000, 『「ケータイ・ネット人間」の精神分析—少年も大人もひきこもりの時代』飛鳥新社.
- 牛窪恵, 2015, 『恋愛しない若者たち』ディスカヴァー携書.

4-3. 恋愛の優先順位

(大倉 韻)

若者の性行動を分析する際の課題のひとつに、彼らの恋愛や性行為に対する熱意や積極性をどう数値化するか、という点が挙げられる。そうした指標のひとつとして交際人数や交際期間、恋愛至上主義的価値観への賛否などが用いられることもあるが、それらは必ずしも本人の恋愛交際への意欲を反映しているとはいえない。前二者については本人に熱意がないにも関わらず頻繁にアプローチを受けた結果として交際人数が多くなっているケースや、情性で交際を続けた結果として交際期間が長期化したケースが考えられる。また「恋愛はなにごとにも替えがたい」という価値観への賛否は、恋愛を他の要素で代替しうるか否かを問うているにすぎないと捉えることも可能（代替不可能だが価値がない）であり、さらに代替可能かどうかと実際に恋愛交際を行なうかどうかは必ずしも一致しているとはかぎらない。実際、今回の調査でも恋愛至上主義的価値観に肯定的な回答をした者は29.7%だった一方で、恋愛交際経験のある若者は64.3%いた。

また若者への聞き取りでは、交際経験のない者の多くから「いつかは恋愛したいが今はいい」といった語りが聞かれる。彼らは恋愛を至上のものとは考えていないものの今なお重要事項であるとは考えており、自身の人生や日々の生活にかかわる他の要素（仕事、勉強、趣味、友人関係など）と比較した上で恋愛をどの程度優先すべきかをその都度判断していると考えられる。

そこで本稿では全国調査の若者票を中心に用い、彼らが恋愛をどの程度優先しているかに着目する。具体的には「恋愛より〇〇（仕事や勉強、趣味の活動、家族、友だちづきあい）を優先している」という項目への回答を使用する。集計の結果、若者のうち恋愛より「仕事や勉強」を優先している者は26.0%、同様に「趣味」34.2%、「家族」15.8%、「友だちづきあい」25.0%、「あてはまるものはない」40.0%であり、若者のうち6割が恋愛よりも優先する項目があることがわかった（表1）¹。

表1 恋愛より〇〇を優先項目

	全国	大都市	検定	大学生	非大学生	検定	男性	女性	検定
恋愛より仕事や勉強	26.0%	28.5%		35.4%	23.8%	**	22.4%	29.2%	*
恋愛より趣味の活動	34.2%	33.1%		43.3%	32.1%	*	29.2%	38.8%	**
恋愛より家族	15.8%	16.9%		17.3%	15.4%		6.5%	23.2%	***
恋愛より友だちづきあい	25.0%	25.6%		26.8%	24.6%		18.5%	30.6%	***
あてはまるものはない	40.0%	39.8%		33.1%	41.6%	+	46.4%	34.2%	**
N	685	480		127	558		308	366	

この結果を属性ごとに検討すると、全国調査と大都市調査では有意な差がみられず、大学生の方が仕事や勉強、また趣味を恋愛よりも優先している傾向がみられた。性自認（男女）とのクロスでは、女性の方が恋愛よりも他の要素を優先する傾向が強く、特に家族を優先する傾向が極めて顕著だった。

¹ 既婚者および無回答を除外して集計。近刊本とは割合が大きく異なるが、これは質問および選択肢の違いに起因する。また分析結果の表記について、Nはケース数を表し、統計的検定の結果として***は0.1%水準で有意、**は1%水準で有意、*は5%水準で有意、+は10%水準で有意を表すものとする。

次に上記 4 項目を合成して恋愛の優先順位（1~5 位）をはかる変数を作成したところ、1 位 39.8%、2 位 33.8%、3 位 15.7%、4 位 6.8%、5 位 3.9%となった（表 2）。これと恋愛至上主義的価値観との関連をみると、1 位グループであっても恋愛至上主義を肯定する者は 34.7%と約 1/3 にとどまっていた。また性自認（男女）とのクロスをみると男性の方が順位が高いものが多く、男性の方が恋愛を優先している様子が再確認できた。

表 2 恋愛優先順位と恋愛至上主義、性自認

	1位	2位	3位	4位	5位	検定
全国	39.8%	33.8%	15.7%	6.8%	3.9%	
恋愛至上主義肯定	34.7%	29.3%	22.4%	13.0%	25.9%	*
男性	46.4%	38.6%	9.7%	2.3%	2.9%	***
女性	34.2%	29.8%	20.8%	10.7%	4.6%	

次に恋愛優先順位の規定要因を検討したところ²、特に全国調査と大都市調査との比較において興味深い差異が確認された（表 3）。

表 3 恋愛優先順位の規定要因

		1位	2位	3~5位	検定
趣味選択数 (0~25)	全国	5.05	5.1	5.42	
	大都市	4.88	4.8	6.01	**
有名人に 恋する経験	全国	17.9%	46.4%	35.7%	**
	大都市	29.5%	29.5%	40.9%	
ゲームキャラ に思い入れ	全国	33.7%	35.5%	30.8%	
	大都市	33.1%	23.7%	43.2%	***
デートは男性 がリード	全国	38.5%	37.9%	23.6%	+
	大都市	40.3%	32.9%	26.8%	
家事育児は 妻が中心	全国	41.9%	35.2%	22.9%	
	大都市	43.2%	45.5%	11.4%	***
家計は男が 支える	全国	41.9%	37.3%	20.8%	*
	大都市	39.1%	41.1%	19.9%	**
他人より自分 (強く肯定)	全国	38.7%	30.6%	30.6%	
	大都市	31.1%	32.3%	36.6%	**

趣味選択数はより多い方が恋愛の優先順位が下がると想定されるものの、全国調査では有意差がみられず大都市でのみ優先順位を下げる働きをしていた。また直接会うことのない存在に対する恋愛感情について、実在するテレビや SNS などの有名人への感情は全国でのみ、実在しないキャラクターに対する感情は大都市でのみ恋愛の優先順位を低下させる効果を持っていた。またジェンダー観についても一面的でない関係が見いだされ、恋愛交際におけるジェンダー規範は全国調査で優先順位を押し上げる効果を持つ一方で、結婚後の家事や稼働能力に関する規範は大都市でのみ優先順位を上昇させる効果を持っていた。さらに他者との関わりについて、「社会や他

²ただし 4・5 位の割合が少ないため、分析が不安定になることを避けるために 3・4・5 位を統合した新変数をもとに分析を行った。検定は趣味選択数については分散分析、それ以外は全国／大都市ごとに選択または肯定と非選択または否定の間で行った。

人のことより、まず自分の生活を大事にしたい」という項目に「そう思う」と強い肯定を示したもののについて、全国調査では有意差がみられなかったものの、大都市では恋愛の優先順位を低下させる効果を持っていた。

以上をまとめると、大都市においては恋愛は趣味など他の要素と並列に評価され、また虚構で代替可能と考えられる傾向があると同時に、結婚の前段階として、また自分に利益をもたらすかどうかで有用性を判断されるものとみなされている可能性がある。かたや全国では対象の実在性が求められ、交際においてもより実際的な行動が志向されるなど、従来の恋愛イメージが残存している可能性があると考えられる。より詳細な分析をおこなう必要があるものの、大都市の若者のみに着目して恋愛交際のあり方を考察するのではなく、より広い視野からデータを集め分析することが重要であろう。

【文献】

大倉韻、forthcoming、「若者の恋愛の優先順位—質問紙調査の結果から」高橋幸・永田夏来編『恋愛社会学（仮）』ナカニシヤ出版.

4-4. 恋愛交際相手不在への焦りと恋愛意識・行動

(小野寺 薫)

本節ではICTの浸透より友人の恋愛交際の様子が画像とともに確認できたり、見知らぬ人の恋愛交際意識に触れたりする機会が増えている中で、若者における恋愛交際相手がいないことへの焦りが恋愛に関する意識および経験とどのように関係があるのかを2022年全国調査の若年票より明らかにする。

まず、恋愛交際相手不在への焦りと性別や居住地、恋愛交際経験、マッチングアプリ利用を確認する(表1)。性別にみると男性は焦りを持つ人が少なく、反対に女性では焦りを持つ人が多いことが確認できた。続いて、居住地については東京都や政令指定都市のような都市部やそれ以外の地方部のどちらにおいても焦りによる有意な差は見られなかった。恋愛交際経験については焦りの有無によって交際経験の差は確認できない。男女の出会いを求めのために利用されるマッチングアプリの利用を比較すると、焦りを持つ人の利用が有意に高いことがわかる。

若年票(16~29歳)全国調査	恋愛交際相手不在への焦りあり	交恋愛交際相手不在への焦りなし	検定
性別(男性)	33.6%(80)	48.8%(327)	**
性別(女性)	65.5%(156)	48.7%(326)	**
居住地(東京都23区、政令指定都市)	34.0%(81)	28.7%(192)	
居住地(東京都23区、政令指定都市以外)	66.0%(157)	71.3%(478)	
恋愛交際経験あり	29.7%(70)	35.7%(235)	
マッチングアプリ利用あり	35.5%(83)	11.6%(75)	**

(**=1%水準で有意、*=5%水準で有意)

次に恋愛交際相手不在への焦りが恋愛意識とどのように関係があるかを明らかにするため、恋愛交際相手不在への焦りと恋愛意識項目についてクロス集計を行った(表2)。

若年票(16~29歳)全国調査	恋愛交際相手不在への焦りあり	交恋愛交際相手不在への焦りなし	検定
恋愛交際をするなら結婚を考えるべきだ	32.4%(77)	24.9%(166)	*
恋愛交際は、お金がかかると思う	59.2%(141)	38.4%(256)	**
配偶者以外に好きな人ができて離婚するべきではない	11.3%(27)	7.5%(50)	
結婚するなら好きな人としなければ幸せになれないと思う	53.8%(128)	39.2%(261)	**
異性に好かれる自信がない	38.7%(92)	21.3%(142)	**
恋愛交際のやり方が分からない	30.3%(72)	17.3%(115)	**
恋愛交際は、疲れると思う	39.9%(95)	33.0%(220)	

(**=1%水準で有意、*=5%水準で有意)

恋愛意識における回答では、離婚への意識と恋愛交際が疲れる意識について、焦りの有無による差が見られず、その他の項目については差が有意に見られた。恋愛はお金がかかり、やり方がわからず、異性に好かれる自信もないといった恋愛ネガティブな意識は、焦りの意識とより関係性があることが確認できる。また結婚するには恋愛感情が必要といったロマンティック・マリッ

ジ・イデオロギーの意識も、焦りを覚える人ほど関係する。

次に恋愛交際相手不在への焦りと恋愛経験項目に関するクロス集計は以下の通りである（表3）。

若年票（16～29歳）全国調査	恋愛交際相手不在への焦りあり	交恋愛交際相手不在への焦りなし	検定
好きな相手に自分の気持ちを告白したことがある	56.3%(134)	45.1%(302)	**
だれかから好きだと告白されたことがある	72.3%(172)	60.1%(403)	**
それほど好きでもない人とも恋愛交際したことがある	34.0%(81)	22.7%(152)	**
複数の相手と同時に恋愛交際したことがある	4.6%(11)	3.1%(21)	
友人・知人から恋人候補を紹介されたことがある	29.4%(70)	16.1%(108)	**
友人・知人に恋人候補を紹介したことがある	17.6%(42)	12.2%(82)	*
同性を好きになったことがある	4.2%(10)	3.1%(21)	
恋愛感情をもったことがない	2.9%(7)	5.4%(36)	
好きな人と性交渉をしたことがある	40.8%(97)	29.7%(199)	**
婚活をしたことがある	6.3%(15)	1.3%(9)	**

(**=1%水準で有意、*=5%水準で有意)

恋愛経験に関しては、複数交際経験、同性への好意経験、アセクシュアル経験において、焦りの有無による差は確認できなかった。特に告白をする／される、婚活をするといった、新たな恋愛交際につなげる機会に関与する比率は焦りを持つ人の方が高い。加えて、それほど好きでもない人との恋愛交際経験や好きな人との性交渉経験比率も、焦りを抱く人の方が有意に高い。

以上、恋愛交際相手がないことへの焦りは男女で差があるものの、地域によって異なるわけではない。また恋愛交際経験があろうとなかろうと焦りの意識が生まれている。恋愛意識項目においては離婚意識・恋愛への疲れ意識を除き、焦りが恋愛へのネガティブ意識およびロマンティック・マリッジ・イデオロギーの意識に強く関連している。恋愛経験項目において、主体的／受動的な告白の場や恋人候補の紹介する／されるといった新たな恋愛交際契機の際の経験は、焦りを抱く人の方が有意に高い。また恋愛交際相手不在の状況から脱するために、それほど好きでもない人と恋愛交際をした経験を持つ人も、焦りを抱く人の方が有意に高いことが確認できた。

現代の若者が恋愛交際をするにあたり、SNS やチャットツールなどの ICT と関わりを持つことはほとんど不可分である。それに伴い自身の恋愛のうまくいかなさがネガティブな恋愛意識と結びつく一方で、他者の恋愛交際の行動や意識をより内面化したり再帰的な行動、それは負の方向にも正の方向にもつながると想定される。恋愛交際相手不在による焦りが、結婚を視野に入れた恋愛交際への関心を強め、恋愛交際に関わる行動変容をもたらしていることが示唆できる。

【文献】

大森美佐, 2022, 『現代日本の若者はいかに「恋愛」しているのか 愛・性・結婚の解体と結合をめぐる意味づけ』晃洋書房。

4-5. 恋愛関係にみる性別役割分業規範³

(日本女子大学 木村 絵里子)

(1) 恋愛関係にある性別役割規範

「男性は仕事、女性は家庭」という性別役割分業意識は、さまざまな調査のなかで、賛成派から反対派が多数を占めるようになるという大きな変化が報告されてきた。これまで主に性別役割分業意識がたとえば愛情などの規範といかに関連しているのかという多次元性や、妻の教育年数が長いほど、あるいは妻の収入が高いほど否定的であるというような規定要因に関する知見が蓄積されてきている。ただし、性別役割分業意識がどのようなプロセスを経て内面化されるのかという問いを立てたとき、親密な関係性のあり方に着目する議論は少ない。性別役割分業規範意識は、稼得役割とケア役割をめぐる規範と関連するが、こうした役割は、結婚や子育てのライフステージになってはじめてそれに従って行動するようになるわけではないだろう。とくに現在でも多くの結婚が恋愛を前提にしているのであるならば、この意識は、恋愛関係における役割や規範の延長上にあると考えることもできる。

恋愛関係における性別役割について、永田夏来(2013)が青少年の性行動全国調査データを用いて分析を行っている。高校生と大学生では、男性が性交時など際に自分から行動するというイニシアチブを一貫してとり続けており、また、男性が女性をリードすべきというリーダーシップ(規範)や家事育児規範についてもイニシアチブを指向する男性ほどジェンダーロールに適應しているという傾向があるという。また、弘前大学(2024)によれば、恋愛場面の性別役割規範(男性がデート代を多く支払うべきだ、男性が女性に交際を申し込むべきだなど)に否定的であるにも関わらず、実際には、デート代を支払ったり、告白をしたりという性別役割行動を取る男性が一定数おり、規範意識と行動の関係はそれほど単純ではないことがわかる。

上記の研究が示すように、恋愛関係における性別役割規範とは、主に「デート」という場における遂行と結びついている。拙論(2021, 2024 近刊)では、1980年代に(恋愛)結婚から切り離されつつあった恋愛において、恋愛関係を続けていくための相手に対するコミットメントとして、若者向けの雑誌メディアなどが執拗に説いた、いわゆる恋愛マニュアルについて分析を行った。女性(の役割)は、主に外見的要素が性的魅力と結びつけられて語られ、一方、男性に課されていた役割は「デートや二人の関係をリードすること」である。男性のリードのなかには、男性がデート費用を「奢る」ことも含まれている。それは男性側が奢ることのできる関係というのが、性交渉の可能性をも含む親密な関係にあることを裏付け、「ワリカン」は親密ではない距離のある関係を示すものであり、デート代の「奢り/ワリカン」とは、男性側がリードしてふたりの関係を先に進めようとするときに用いられる、女性側の意思確認のための符牒のようなものである。こうした男性側の思惑が、男性誌ではなく女性誌のほうで詳細に語られているのも、相互行為儀礼として、女性側の判断やその表出が重要になるからだ。男性の「奢り」は贈与として、あるいは「カネと女性身体」の交換として位置付けられる。

男性側が「女性をリードする」ことは、1980年代に限らず、現代でも「男性の魅力」となっ

³ 本論は、関東社会学会 2023 年度第 2 回研究例会「『社会規範』の〈変化〉をどう捉えるか?」における「恋愛関係にみる性別役割分業規範——男性の『リード規範』に着目して」の報告内容の一部を加筆・修正したものである。

ている。女性の魅力は、外見的要素に加えて、「控えめ」「男性を立ててくれる」「弱々しく」「か
いがいしく」など、ケア役割も含む「女性的美点」が挙げられる（谷本 2008:139, 147）。異性
愛を中心とする恋愛関係は、ジェンダーの非対称性が露呈する場である。男性側が求め、女性側
がそれに応じるという、性別役割に基づくある種の分業体制になっていると捉えることができ
だろう。

（2）「リード規範」の実態

次に、2022年全国調査の16～39歳までの独身者のデータを用いてこの恋愛関係にあると考え
られる性別役割分業規範意識の実態を確認しよう（有効回答数：781）。本論で用いるのは、主に
男性側に課せられている性別役割を示す「デートは男性がリードすべきだ」という項目である
（以下、「リード規範」と呼ぶ）。「そう思う+ややそう思う」の支持率は、46.8%（表1）。補足
として家庭内の性別役割分業規範意識についても確認すると、ケア役割規範である「家事や育児
は、夫ではなく妻が中心的に担うほうがよい」の支持が最も低く（15.6%）、次に稼働役割規範
である「一家の家計を支えるのはやはり男性の役割だ」の支持が36.7%となっている。やはり家
庭内の性別役割分業規範では、否定派が多数を占めているが、恋愛関係における性別役割分業規
範では、賛成／反対がちょうど半数程度となっており、意見が割れている。家庭内の規範と比べ
ると偏りがなく、「リード規範」は、PC的、社会的望ましさの影響が（まだ）及んでいない規範
意識であると考えられる。

では、どのような人が、この恋愛関係内性別役割分業規範を支持しているのだろうか。表2に、
リード規範と基本的属性・恋愛行動のクロス集計、表3にリード規範と文化資本得点⁴、可処分
所得（千円）、恋愛交際人数（恋愛経験者のみ）の平均値を示した。表2のクロス集計によれば、
関連が見られたのは、母親の学歴と恋愛経験である。10%水準の有意差であれば、雇用形態も関
連がある。表3によると、恋愛交際人数のみ有意差が見られた。まず母親の学歴では、調整済み
残差の値からすると（表は省略）、「ややそう思う」が、母親が非大卒である場合に高く（2.4）、
大卒である場合に低い（-2.4）。10%水準であるものの、雇用形態では「ややそう思う」が正規
雇用の場合に高く（2.5）、非正規雇用の場合に低い（-2.5）。雇用形態を性別ごとに分析したと
ころ、女性のみ、10%水準でほぼ同様の傾向が見られた。大まかな傾向としては、「階層の低さ
／高さ」が「リード規範」と関連しているという、はっきりとした傾向あるわけではない。恋愛
交際経験と恋愛交際人数はいずれも有意差が見られたが、恋愛交際は、当然「リード規範」の目
的にもなるであろうし、または、規範に従わなかった場合には恋愛経験が得られないというある
種の「制裁」にもなるものである。

⁴文化資本得点は、「子どもの頃、家族の誰かがあなたに本を読んでもらった」、「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」、
「子どもの頃、家族につれられて美術展や博物館に行った」、「子どもの頃、家族と歌舞伎や能
などの伝統芸能を見に行った」の4項目を用いた。これら4項目のクロンバックの α 係数は
0.812であり、因子分析（最小二乗法、1因子、寄与率67.48%）で得た因子を文化資本得点と
した。

表1. 性別役割分業規範の単純集計 (2022, 10~30代の独身者⁵, %)

	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	n
デートは男性がリードすべきだ	7.9	38.9	37.2	16.0	771
一家の家計を支えるのはやはり男の役割だ	7.4	27.7	34.9	30.0	769
家事や育児は、夫ではなく妻が中心的に担うほうがよい	3.1	12.5	41.9	42.5	770

表2. リード規範と基本的属性・恋愛経験のクロス集計

	男性がリードすべき				χ^2 (P)	Cramer'V
	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		
男性	9.9	40.8	34.6	14.7	0.183	
女性	6.4	37.8	39.1	16.7		
10代	9.4	33.9	41.2	15.5	0.571	
20代	7.2	41.4	35.2	16.2		
30代	7.2	39.1	37.7	15.9		
母大卒	6.8	34.4	39.4	19.4	0.029	0.118
母非大卒	8.5	43.8	34.5	13.2		
父大卒	5.8	37.3	40.0	16.9	0.221	
父非大卒	8.9	41.5	35.1	14.5		
本人大卒	8.1	43.7	34.0	14.2	0.221	
本人非大卒	8.3	35.4	35.9	20.3		
正規雇用	7.9	46.4	31.3	14.3	0.088	0.139
非正規雇用	7.9	31.5	40.4	20.2		
恋愛経験有	9.0	44.6	35.1	11.3	0.000	0.194
恋愛経験無	6.4	29.9	40.5	23.1		

表3. リード規範と文化資本得点の平均値の比較

	男性がリードすべき	度数	平均値	標準偏差	平均値の標準誤差	有意確率
文化資本 得点	思う	361	0.043	0.699	0.037	0.705
	思わない	410	0.023	0.799	0.039	
可処分 所得	思う	320	43.531	42.260	2.362	0.223
	思わない	359	39.476	44.136	2.329	
交際人数	思う	254	3.467	3.180	0.200	0.006
	思わない	214	2.785	2.178	0.149	

⁵ 10代は16歳から19歳である。なお、10代から30代までの既婚率は25.5%である。

(3) 考察

1980年代の雑誌メディアに書かれていたように「奢り＝男性のリードに身を任せる（関係を進展させる）」という論理は、「奢ってもらうけれど身を任せない（関係を進展させない）」という状況が度々引き起こされると破綻する。近年、「なぜ男性がおごらなければならないのか、奢る必要はないのではないか」、「でも女性としてはやっぱり奢ってほしい……」という「奢り／奢られ論争」が、度々、主にネット上で繰り広げられているが、それはこの論理が破綻し、「奢ること」の意味論が成立しなくなりつつあることを示すものでもある。依然として男女間の賃金格差が大きいのも確かであるが、一方で旧来の性役割規範の変化と恋愛関係の再帰的問い直しが生じている可能性もあるのだろう。

冒頭で述べたように家庭内の性別役割分業規範意識は、社会的な望ましさとして反対派が多数を占めるようになってきているが、しかし、家事育児時間などの行動面においては、いまだ性別役割分業が是正されているとは言い難い状況にある。つまり、性別役割分業意識自体への賛成／反対の数値は、現在、おそらくそれほど特別な意味を持たない。

こうしたなかで、本論で取り上げたリード規範は、親密な関係性における性別役割（男性性と女性性）を（一部形骸化しつつも）現在でもある程度担保するものになっている。と同時に、恋愛関係内における性別役割が結婚後も家庭内にそのままスライドし、持ち込まれていることを想定するならば、家事育児等の担い手の不均衡を示す行動面の性別役割分業が維持された状況にもある程度納得がいく⁶。残念ながら、1時点の調査データでは、恋愛内性別役割分業と（結婚後の）家庭内性別役割分業の相関を確かめることができないため、この分析は今後の課題としたい。

【文献】

赤澤淳子, 2009, 「青年期後期における恋愛行動の規定因について ― 関係進展度, 恋愛意識, 性別役割の自己認知が恋愛行動の遂行度に及ぼす影響青年期後期における恋愛行動の規定因について」『仁愛大学研究紀要』(5).

弘前大学人文社会科学部地域行動コース 2023 年度社会調査実習 恋愛・ジェンダー班, 2024, 「大学生の恋愛とジェンダーの意識・行動に関する調査」

木村絵里子, 2021, 「1980年代、『non-no』の恋愛文化―現在を対象化するために」『現代思想』2021年9月号 (特集=〈恋愛〉の現在) 青土社: 91-100

―――, 2024 近刊「1980年代における『non-no』と『POPEYE』の恋愛至上主義」高橋幸・永田夏来編『恋愛社会学』ナカニシヤ出版.

永田夏来, 2013, 「青少年にみるカップル関係のイニシアチブと規範意識」, 日本性教育協会／編, 『「若者の性」白書 第7回青少年の性行動全国調査報告』小学館.

谷本奈穂, 2008, 『恋愛の社会学―「遊び」とロマンティック・ラブの変容』青弓社.

⁶青年期の恋愛関係の規定要因を検討した赤澤淳子(2009)によると、男女ともに結婚を意識するようになると、性別役割行動の遂行率を高めており、青年期の恋愛関係にも「男は仕事、女は家庭」という固定的な性別役割分業観が影響を及ぼしている可能性について指摘する。

4-6. パートナーとの交際時に重視した点と、結婚後の関係満足度の関連

(目白大学 井口 尚樹)

(1) 目的

結婚関係満足度は、幸福度等と関連しており重要である。本稿はパートナーとの交際時に重視した点が、結婚後の関係満足度とどのように関連するかを、男女別で明らかにしようとする。

結婚後の関係満足度については、一部のカップルの影響で、結婚後の経過年数とともに平均として低下することが明らかにされてきた (Anderson et al. 2010)。日本の研究では、満足度を高める要因として、情緒的サポートや会話時間が多いこと (永瀬 2021; 山口 2006; 大和 2001)、男性の家事・育児参加の程度が (特に女性側がそれを期待する場合に) 高いこと (李 2008; 鈴木 2021 大和 2001)、夫の収入が高いこと (山口 2006)、(女性の場合) 結婚前の交際年数が長いこと (渡辺 2020)、があることが明らかにされている。一方で、パートナーとの交際時に重視した点との関連は明らかにされておらず、本稿ではこれを明らかにすることで、満足度の高いパートナー選びを合理的に行うことができるのかを考えるとともに、日本における夫婦関係の質の情緒的側面に迫ろうとする。

(2) 主な仮説と用いる変数

本稿では、パートナーとの交際時に重視した点のうち、特に夫婦関係の質との関連が考えられる「一緒にいる時の安心感」、「経済力」、「自分の能力や努力を認めてくれる」と、結婚後の関係満足度の関連を探る。特に夫と妻での関連の仕方の違いに注目する。主な仮説は以下の通りだ。

仮説1. 「一緒にいる時の安心感」を重視してパートナーを選んだという者は、男女ともに満足度が高い (情緒的サポートの先行研究より)

仮説2. 「経済力」を重視してパートナーを選んだという者は、女性の場合は関係満足度が高くなるが、男性の場合は関係満足度が高くない (夫の収入が重要という先行研究より)

仮説3. 「自分の能力や努力を認めてくれる」ことを重視してパートナーを選んだ者は、女性の場合は関係満足度が高くなるが、男性の場合は関係満足度が高くない (職業領域での承認のジェンダー不平等を背景として。つまり女性の方がキャリアを断念せざるを得なくなることによる葛藤が生じやすく、夫側の能力・努力の承認がキャリア継続の上でも重要となるのに対し、男性はそれが生じにくい。また妻がキャリアよりも家庭を優先する志向が強い場合も、家庭での夫による承認の重要性がより高くなるため)。

交絡要因を統制するため、関係満足度を従属変数として順序ロジスティック分析を行う。なお若年調査と中年調査をマージし、既婚者のデータのみ (男性 425 件、女性 616 件) を用いた。

なお、統制変数として、結婚時に確定している可能性が高い、結婚時年齢、本人教育歴 (大学に通ったことがあることのダミー変数)、親教育歴 (本人と同様のダミー変数)、および、変化が一定である結婚後の経過年数を投入する。一方、結婚後に変化すると考えられる、現在の暮らし向き、子供の有無、本人や配偶者の就業形態は、パートナーに重視した項目による効果を媒介してしまう可能性があることから、統制しない (渡辺 2020 と同様)。

各変数の基本統計量は表1の通りである。従属変数である結婚後の関係満足度については4件法で尋ねており、男性の平均値の方がやや高かった。また既婚者にサンプルを限定している影響もあり、男性の方が大学に在学した経験がある者が多くなった。

表1 用いる変数の基本統計量

	男性					女性				
	mean	s.d.	min	max	n	mean	s.d.	min	max	n
結婚満足度	2.58	0.71	0	3	425	2.34	0.83	0	3	616
結婚後経過年数	14.43	9.40	0	38	425	14.51	10.26	0	39	616
結婚時年齢	30.04	5.75	18	54	425	28.14	4.84	18	56	616
本人大学在学歴ダミー	0.58	0.49	0	1	425	0.48	0.50	0	1	616
母大学在学歴ダミー	0.15	0.36	0	1	425	0.13	0.34	0	1	616
父大学在学歴ダミー	0.38	0.49	0	1	425	0.39	0.49	0	1	616
パートナー選択重視項目										
一緒にいる時の安心感	0.81	0.39	0	1	425	0.77	0.42	0	1	616
経済力	0.08	0.28	0	1	425	0.50	0.50	0	1	616
自分の能力・努力を承認してくれる	0.32	0.47	0	1	425	0.38	0.49	0	1	616

(3) 結果

順序ロジスティック分析の結果は表2の通りである。

表2 結婚満足度を従属変数とした順序ロジスティック分析

	男性		女性	
	Coef.	S.E.	Coef.	S.E.
結婚後経過年数	-0.04 ***	0.01	結婚後経過年数	-0.04 *** 0.01
結婚時年齢	-0.04 *	0.02	結婚時年齢	0.00 0.02
本人大学在学歴ダミー	-0.15	0.23	本人大学在学歴ダミー	0.16 0.18
母大学在学歴ダミー	-0.28	0.34	母大学在学歴ダミー	-0.13 0.26
父大学在学歴ダミー	0.23	0.26	父大学在学歴ダミー	-0.01 0.19
パートナー重視項目			パートナー重視項目	
一緒にいるときの安心感	1.15 ***	0.26	一緒にいるときの安心感	0.82 *** 0.19
経済力	-0.45	0.37	経済力	-0.64 *** 0.16
自分の能力・努力を認めてくれる	-0.05	0.25	自分の能力・努力を認めてくれる	0.31 † 0.18
切片1	-5.11	0.78	切片1	-3.41 0.61
切片2	-3.59	0.72	切片2	-2.16 0.60
切片3	-1.93	0.71	切片3	-0.27 0.59
LogLikelihood	-341.43		LogLikelihood	-617.84
Pseudo R squared	0.05		Pseudo R squared	0.06

***: p<.001, *: p<.05, †: p<.10

男性は、他の変数をすべて統制した時、結婚後経過年数が短く、結婚時年齢が低く、パートナー選択で、一緒にいるときの安心感を重視した場合の方が、結婚満足度が高いという関連がみられた。女性は、結婚後経過年数が短く、パートナー選択で、一緒にいるときの安心感を重視し、

経済力を重視せず、自分の能力・努力を認めてくれることを重視した場合の方が、結婚満足度が高いという関連がみられた（「自分の能力・努力を認めてくれる」は、10%水準）。

（3）考察

仮説1は支持され、男女ともに、パートナー選択で、一緒にいる時の安心感を重視した方が満足度が高かった。

仮説2は特に女性について、仮説と逆に、経済力を重視した方が満足度が低かった。この解釈としては、男性のその後の経済力が交際時点では十分予測しづらく、期待が高かった女性の方が、その後の現実とのギャップで不満が生じやすい可能性、あるいは予測は成功しても、経済力は家庭で過ごしたり家事・育児にコミットしたりする時間とトレードオフの関係にある場合が多いため不満が生じやすいことが考えられる。

仮説3は、10%水準であるが、支持され、女性のみ、パートナー選択で、「自分の能力や努力を認めてくれる」ことを重視した方が満足度が高かった。

ただし本分析は、一時点データを使用していることで、「パートナーを選ぶ際に重視した点」が、懐古的であることによるバイアスがありうる点に注意が必要である。その意味で、本稿の結果は、純粋に過去の選択の影響のみではなく、現在の結婚生活で重要と考えている点についての考えも含んでいる可能性があるものとして、解釈するのが妥当だろう。

【文献】

Anderson, J. R., M. J. Van Ryzin & W. J. Doherty, 2010, “Developmental Trajectories of Marital Happiness in Continuously Married Individuals: A Group-based Modeling Approach,”

Journal of Family Psychology, 24(5), 587-96.

永瀬圭, 2021, 「夫婦の勢力関係および夫婦関係満足度の規定要因——夫婦の社会経済的地位のバランスに注目して」松田茂樹・筒井淳也編『第4回全国家族調査(NFRJ18)第2次報告書 第1巻 夫婦関係』12-26.

李基平, 2008, 「夫の家事参加と妻の夫婦関係満足度——妻の夫への家事参加期待とその充足度に注目して」『家族社会学研究』20(1): 70-80.

鈴木富美子「夫の家事・子育て関与が夫の夫婦関係満足度にもたらす意味の変容——「家計の共同性」と「家庭の共同性」のバランスに着目して」松田茂樹・筒井淳也編『第4回全国家族調査(NFRJ18)第2次報告書 第1巻 夫婦関係』91-106.

渡辺泰正, 2020, 「配偶者との交際期間と同棲経験が結婚満足度に及ぼす影響」『家族社会学研究』32(2): 131-42.

山口一男, 2006, 『夫婦関係満足度とワーク・ライフ・バランス——少子化対策の欠かせない視点 RIETI Discussion Paper Series 06-J-054』経済産業研究所.

大和礼子, 2001, 「夫の家事参加は妻の結婚満足感を高めるか？——妻の世帯収入貢献度による比較」『ソシオロジ』46(1): 3-20.

4-7. 家族への再帰的態度

(兵庫教育大学 永田 夏来)

(1) 若者と家族への再帰的態度

家族への再帰的態度とは、個人が自己と家族の関係を積極的に形成したうえで再評価するプロセスを指す。これは、「家族」という概念を伝統や社会的な規範としてただ受け入れるのではなく、流動性の高まる社会をモニタリングしながら個人の選択、価値観、経験に基づいて家族関係を選択し直し続けることを意味している。最近の若者は親子関係が良好であり、親に対する評価が高く、家族との絆を大切にする傾向にあることが指摘されている（NHK 文化研究所 2022）。家族への再帰的態度という観点で考えるならば、今般の若者世代にみられる「良好な」親子関係は個人が自己と家族の関係を積極的に形成して再評価する姿勢のあらわれであり、自分の価値観やニーズに基づいて家族との関係を構築・調整することが可能になった時代状況の反映と言えるかもしれない。一方で、若者が家族価値を重んじ、伝統的な家族構造や親子関係のモデルを受け入れ、それを維持しようとする態度が親子関係の安定性や良好さに寄与していると考えられる。そこで本稿では「家族はかけがえのない存在である（規範との親和性）」「自分の親の元に生まれてよかったと思う（肯定感）」「親からの期待が重荷だ（子役割との距離）」「自分も親のような家族を持ちたい（再現性）」「家族にはいつも悩まされている（セルフモニタリング）」の5項目について若年票（16～29歳）全国調査の単純集計を中心に検討し、現代の若者における親子関係の「良好さ」が再帰性の高まりの帰結であるのか、それとも保守性の表れであるのかについて分析する基盤づくりを行いたい。

(2) 家族への再帰的態度の単純集計

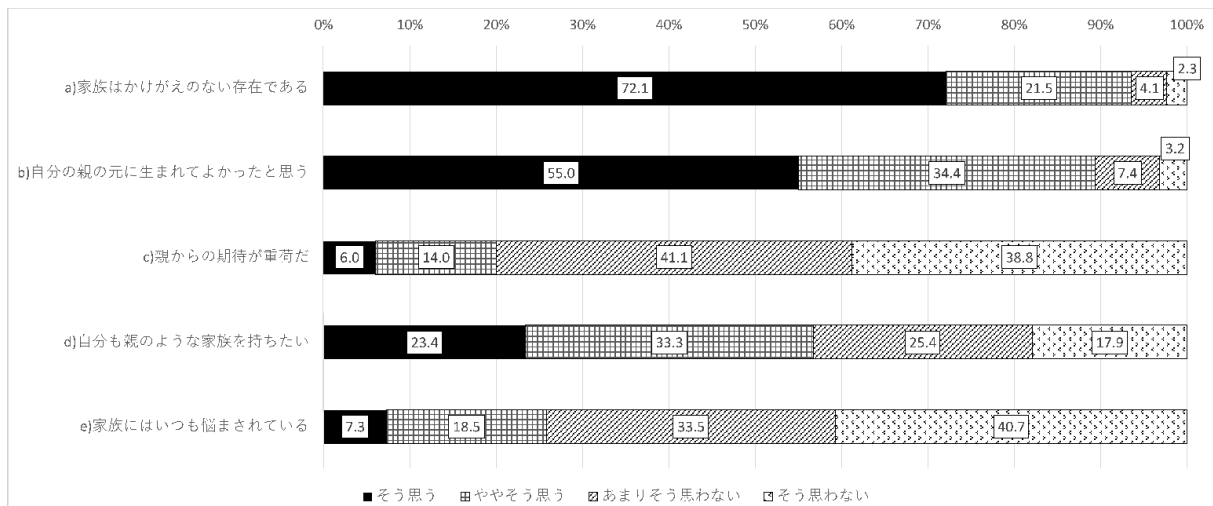


図1：家族への再帰的態度の単純集計（n=926）

図1に示した家族への再帰的態度の単純集計によれば「家族はかけがえのない存在である」は「そう思う」72.1%、「ややそう思う」21.5%であり、9割以上が肯定的な評価を示していた。「自分の親の元に生まれてよかった」も「そう思う」55.0%「ややそう思う」34.4%と9割程度が肯定的であった。家族という概念や親子関係を大切にする姿勢について強い親和性と肯定感が保持されていることから、情緒的絆を重視する近代家族規範が依然として若者の間で重要視されていることが示唆される。一方、「自分も親のような家族を持ちたい」は「そう思う」23.4%

「ややそう思う」33.3%「あまりそう思わない」25.4%「そう思わない」17.9%と評価が分かれており、若者自身が作る創設家族の姿が多様化している可能性が示された。また、「家族にはいつも悩まされている」については「そう思う」7.3%「ややそう思う」18.5%と回答者の4分の1が賛同していた。「親からの期待が重荷だ」は「そう思う」6.0%、「ややそう思う」14.0%となっており、2割程度が賛同を示している。期待を重荷に感じたりいつも悩んでいたりする者が一定数いることから、近代家族規範を重視すると同時に親世代と距離をとろうとする再帰的な態度が生まれている様子を伺うことができる。

表1：家族に対する再帰的態度と暮らし向き

		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	p値	
a) 家族はかけがえのない存在である	余裕あり(n=323)	74.6	19.5	4.0	1.9	0.231	
	普通(n=397)	70.8	23.9	3.0	2.3		
	余裕なし(n=181)	70.7	19.3	7.2	2.8		
b) 自分の親の元に生まれてよかったと思う	余裕あり(n=322)	64.9	28.3	5.6	1.2	0.000	***
	普通(n=402)	51.0	40.0	7.2	1.7		
	余裕なし(n=183)	48.1	32.2	11.5	8.2		
c) 親からの期待が重荷だ	余裕あり(n=322)	7.1	13.4	40.7	38.8	0.034	*
	普通(n=402)	4.0	15.2	45.3	35.6		
	余裕なし(n=182)	8.8	12.6	33.5	45.1		
d) 自分も親のような家族を持ちたい	余裕あり(n=323)	33.7	33.1	20.1	13.0	0.000	***
	普通(n=403)	19.6	37.5	29.0	13.9		
	余裕なし(n=183)	14.2	24.0	27.3	34.4		
e) 家族にはいつも悩まされている	余裕あり(n=324)	5.2	14.2	32.7	47.8	0.000	***
	普通(n=403)	6.0	19.4	33.3	41.4		
	余裕なし(n=183)	14.2	24.0	36.1	25.7		

(3) 家族への再帰的態度とジェンダー、ライフイベント、経済状況

再帰的態度5項目を従属変数とし、性別、就業状況、本人学歴、婚姻状況、親学歴についてクロス表で検討をおこなった。紙幅の関係で本稿では「親からの期待が重荷だ」と関連があった婚姻状況と親学歴について記述する。「結婚経験している」58.0%、「結婚経験したことはない」36.9%が「そう思わない」と回答しており(p<.001)結婚や妊娠・出産等のライフイベントを通じて新たな役割を獲得することが子役割との距離と生んでいる可能性が示唆された。今後中高年など対象を広げて分析を深めたい。「親からの期待が重荷だ」は父親学歴が上昇するほどに「そう思う」が増える傾向がある(p<.01)一方で、母学歴との関連は見られなかった。ロールモデルとしての親との距離とジェンダーについては、本人学歴や性別も加えて検討する必要がある。

最後に示しておきたいのは再帰的態度と暮らし向きへの評価との関係だ。表1に示したように、生活に「余裕がある」としている者は「自分の親の元に生まれてよかった」「自分も親のような家族を持ちたい」に肯定的であるのに対し、「余裕がない」とした者は「いつも悩まされている」に肯定的である。これは経済状況が家族に対する再帰的態度に影響を与える大きな要因の一つであることを示しているが、両者が直接的な因果関係にあると結論づけるには早計だろう。本稿では家族に対する再帰的態度が単一の要因によって形成されるのではなく、性別、教育水準、経済状況、ライフイベントなど、多様な要因の相互作用によって形成される複雑な現象であることが確認できた。これらの要因がどのように相互に影響し合うのか、さらに詳細な検討を加えたい。

【文献】

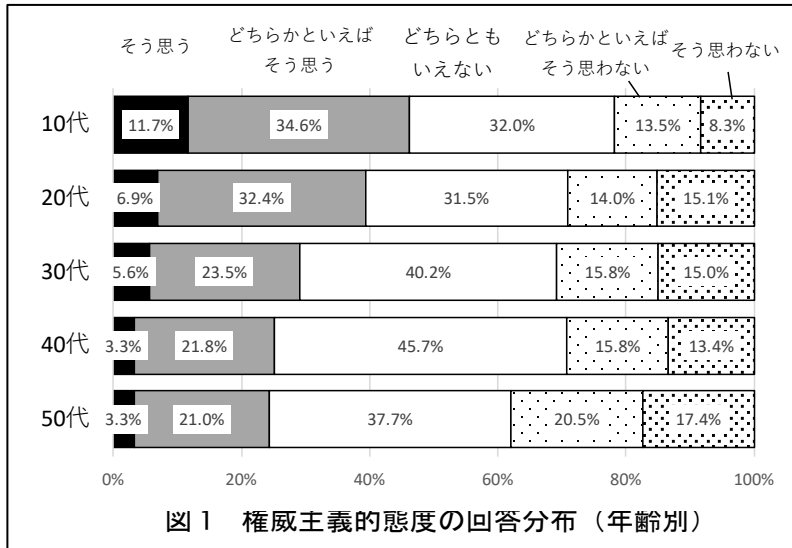
NHK 放送文化研究所,2022,「中学生・高校生の生活と意識調査 2022 単純集計結果」(2024年2月29日取得 https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/pdf/20221216_1.pdf) .

5. 社会意識

5-1. 若者の権威主義化は再帰性の打ち切りか

(南山大学 狭間諒多朗)

5-1-1. 若者の権威主義的態度はやはり強い



若者の権威主義化が指摘されている。かつては若者よりも中高年層のほうが強い権威主義的態度を持っていたが、現在の日本社会では、若者のほうが強い権威主義的態度を持っているという逆転現象が起きている(濱田 2019)。まずは全国調査の若年票と中年票を合わせた結果から、権威主義的態度の回答分布を年齢別に確認する。今回の調査で

は、権威主義的態度を「権威のある人々にはつねに敬意を払わなければならない」と思うか否かという項目で測定した。図1の結果から、「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」という回答を合わせた数字をみると、10代の権威主義的態度が一番強く(46.3%)、20代(39.3%)、30代(29.1%)、40代(25.1%)、50代(24.3%)と年齢が高くなるにつれて弱くなっている。本調査でも若者のほうが強い権威主義的態度を持っているという状況がはっきりとみてとれる。

5-1-2. 権威主義的態度が強い若者ほど自分自身についてじっくり考える

権威主義的態度は何かの判断を下す際に、権威のある人々という自己の「外部」を基準にする態度であり、その対極には自己の「内部」を基準にする態度が想定されている。こちらの態度は「自己指令性(セルフディレクション)」とよばれる。そして近代化が進むにつれて次第に権威主義的態度は薄れ、自己指令性のほうが優勢になるということが予想されていた。ましてや、後期近代に入った現代社会は、常に自己のあり方をモニタリングし自ら修正していかなければならない社会、すなわち再帰性が高い社会だとされている。であるならば、そのような社会で生まれ育った今の若者の権威主義的態度は弱まるはずだが、実際には強くなっている。この一見不可解な現象はどのように説明することができるだろうか。

可能性の1つとして、次のような説明が考えられる。再帰性が高まった社会では常に自らの行いを反省しながら修正しなければならず、この状況は人々にとって重い負担となる。権威のある人々に従っていれば、そのような負担を軽減することが可能なので、あえて権威主義的態度を持つことで再帰性を打ち切っている――。

表1 「自分自身についてじっくり考えることがある」の規定要因 (20代)

	B	SE	β
定数	2.504	.519	
性別 (ref: 男性)	.066	.079	.035
年齢	-.004	.017	-.013
教育年数	.030	.019	.068
正規職 (ref)			
非正規職	.057	.112	.022
無職	.144	.104	.068
暮らし向き	-.044	.038	-.049
有配偶者	-.212 *	.107	-.091
権威主義的態度	.114 **	.037	.142
同調性	-.101 *	.040	-.116
調整済みR ²		.031**	
N		575	

注1) B: 偏回帰係数 SE: 標準誤差 β : 標準化偏回帰係数
 注2) * p<0.05, ** p<0.01

以下では権威主義的態度の強い若者がどのような考えを持っているのか分析することで、このような説明が妥当かどうか検証していきたい。なお、以下では、若年票のうち、20代の若者に限定し分析を行う。

本稿では再帰的に自分について考えているかを示す指標として「自分自身についてじっくり考えることがある」か否かを尋ねた項目を取り上げる。この項目を従属変数とし、権威主義的態度を独立変数とした重回帰分析を行った。また、独立変数には、権威主義的態度と同様、現在の若者において強まっているとされ、かつ自己の

外部に判断基準を置く「同調性」についても投入した。同調性は「自分の意見と違っても、多数派の人々の意見には従う方が無難である」と思うか否かを尋ねた項目で測定した²⁾。表1をみると、まず、権威主義的態度に有意な結果がでてきている (B=.110**)。偏回帰係数が正の値となっているため、権威主義的態度の強い若者ほど自分自身についてじっくり考えることがあるということがわかる。一方、同調性についても有意な結果がでてきている (B=-.101**)。偏回帰係数は負の値となっているため、同調性の強い若者ほど自分自身についてじっくり考えないということがわかった。

以上の結果から、若者の権威主義的態度は再帰性の打ち切りにつながっているとはいえない。権威主義的態度が再帰性の打ち切りにつながるのであれば、権威主義的態度の強い若者ほど自分自身について考えなくてよくなるはずだが、分析結果は真逆の関係を示している。再帰性が高まった社会では権威ある人々も人々に再帰的に考えることを要請する。それゆえに権威主義的な若者ほど自分自身についてじっくり考えるのかもしれない。むしろ、再帰性の打ち切りにつながっているのは、多数派の人々への同調性であった。同じく自己の外部に判断基準を置く態度でありながら、再帰性への影響が真逆であるこの2つの態度から、若者の再帰的ライフスタイルを検討していくことが今後の課題である。

【注釈】

- 1) 権威主義的態度は社会階層との関係が指摘されている (濱田 2019 など)。そのため、本稿でも独立変数に階層変数を含む属性変数を投入する。しかしながら10代の場合、学生も多く、本人の階層が測定できないため本稿では分析の対象としなかった。10代の若者については、別の枠組みを用いて分析していく必要がある。

2) 従属変数、権威主義的態度、同調性いずれも数値が高いほど肯定していることを示すように変数を加工している。また、独立変数として、性別、年齢、教育年数、従業上の地位、暮らし向き、配偶者の有無といった基礎的な属性変数も投入した。

【参考文献】

濱田国佑，2019，「若者の従順さはどのようにして生み出されるのか——不透明な時代における権威主義的態度の構造」吉川徹・狭間諒多朗編『分断社会と若者の今』大阪大学出版会，57-90.

5-2. 環境配慮行動と個人情報提供の許容—現代社会への再帰的対応として

(上智大学 藤村正之)

現代社会に対して再帰性を有する人々の行動や意識の一端をとらえる設問として、本調査では、環境に配慮した行動と、個人情報提供への許容意識を問うてみた。具体的な設問としては、前者が「生活の中で環境に配慮した行動をしている」であり、後者が「社会のリスク回避のため、個人情報の提供はやむをえない」となり、共に4件法にて回答を求めた。本調査全体の再帰性という主題に関連づけると、前者は社会問題の解決に向けた再帰的な行動をしているかであり、後者は再帰性を含む社会のリスク回避反応をどう評価するかへの再びの再帰的認識と位置づけられる。

5-2-1. 環境配慮行動と個人情報提供の許容についての単純集計結果

若者層（全国）におけるこれらの設問への回答結果は、「生活の中で環境に配慮した行動をしている」について、「あてはまる」11.4%、「ややあてはまる」50.3%、「あまりあてはまらない」29.3%、「あてはまらない」7.3%となり、前二者の環境配慮行動をしているものは61.7%と6割、後二者の行動していないものは36.6%と4割弱となった。「社会のリスク回避のため、個人情報の提供はやむをえない」については、「賛成する」8.0%、「まあ賛成する」35.2%、「あまり賛成しない」41.9%、「賛成しない」13.5%となり、前二者の賛成する派は43.2%と4割、後二者の賛成しない派は55.4%と5割強であった。環境問題へ対応する行動の必要性はほぼ6割の人たちによって行動に移され、他方、個人情報の提供は社会のリスク回避のためとはいえ、抵抗感のある人たちが半数をこえていることになる。

5-2-2. 環境配慮行動と個人情報提供の許容について影響をおよぼしている要因

上記2つの現代への再帰的対応に関し、どのような要因がどの程度影響をおよぼしているのか。そのため、独立変数の従属変数への影響の程度を考察することを主眼に重回帰分析を用い、その程度の検討をおこなうことにする。環境配慮行動と個人情報提供許容の各々を点数化し、前者の例では「賛成する」～「賛成しない」の順に3～0点を与え従属変数とする。これに対し、性別、年齢、教育年数、暮らし向き、文化資本得点、権威主義得点、生活保守得点、生活満足度を独立変数として、強制投入法により2つの設問各々に重回帰分析をおこなった結果が表1となる。

表1 若年層（全国）・「環境配慮行動」と「個人情報提供の許容」に関する重回帰分析

変数	環境配慮行動			個人情報提供の許容		
	B	β	有意水準	B	β	有意水準
(定数)	2.143			1.955		
性別	0.074	0.047		-0.176	-0.108	***
年齢	-0.015	-0.078	*	-0.013	-0.063	
教育年数	0.019	0.049		0.030	0.072	*
暮らし向き	-0.020	-0.025		0.083	0.103	***
文化資本得点	0.039	0.133	***	0.019	0.061	
権威主義得点	0.014	0.056		0.041	0.158	***
生活保守得点	0.005	0.010		0.012	0.024	
生活満足度	0.088	0.094	**	-0.053	-0.054	
R ²		0.043			0.064	
調整済みR ²		0.034			0.055	
N		853			854	

(変数設定の説明：性別は男1/女2、年齢はそのままの実数、教育年数は「これまで通ったことのある学校」から最終学歴と判断されるものを、9,12,14,16,18と数値化した。暮らし向きは「余裕がある」～「苦しい」の5件法を4~0点とし、文化資本得点（F9a~dの4項目）、権威主義得点（Q44a~dの4項目）、生活保守得点（Q37c~eの3項目）は4件法の各設問を3~0点として、それらを単純加点して作成した。生活満足度は「現在の生活に満足している」の「そうだ」～「そうではない」を3~0点として用いている。)

重回帰分析の結果、環境配慮行動では、文化資本得点、生活満足度の影響程度が高く、年齢は負の影響程度が一定程度あり、より若い層で行動が多いことになる。日常生活での環境配慮であることもあってか、小さい時からの文化環境が本人の態度形成にかかわったり、現状生活への満足度が生活の見直しへの関心を醸成しているといえようか。他方、個人情報提供への許容意識では、権威主義得点、暮らし向き得点、教育年数の影響が大きく、性別は負の影響となり、男性のほうで許容意識が高いことになる。権威を尊重する、経済状況の良い、男性の層で、個人情報の提供をやむをえないものと考えていることになる。現代社会への2つの再帰的反応に着目したわけだが、それらに影響をおよぼす要因が異なるものとなっている点が注目される。

5-2-3. 環境配慮行動と個人情報提供の許容の変数同士の関係から

つづく分析として、2つの異なる要因の影響下にあるといえる環境配慮行動と個人情報提供への許容意識の2つの設問をクロスしてみるとどうか。4件法で尋ねた各設問を肯定—否定の2択に変え、それらのクロスにより分けられる4つのグループを作成し、それらを、環境配慮行動をし、個人情報の提供も許容する「社会への順応タイプ」、環境配慮行動をするが、個人情報の提供には慎重な「自己尊重タイプ」、環境配慮行動をしないが、個人情報の提供は許容する「管理受容タイプ」、環境配慮行動をせず、個人情報の提供も慎重な「社会への距離タイプ」としてみる。若者層全体の集計の結果は、「社会への順応タイプ」29.0%、「自己尊重タイプ」33.7%、「管理受容タイプ」14.8%、「社会への距離タイプ」22.5%となった。「自己尊重タイプ」が3人に1人ともっとも多くなっているが、他のタイプも各々一定数存在することがわかる。比較のため、同様のことを、中年層（30歳～59歳）の全体で確認すると、「社会への順応タイプ」

27.7%、「自己尊重タイプ」40.9%、「管理受容タイプ」13.1%、「社会への距離タイプ」18.3%となった。中年層で、個人情報提供に慎重な「自己尊重タイプ」が増え、「社会との距離タイプ」が減少する。環境配慮には取り組んでいるが、個人情報提供にはリスクを感じる中年像が浮かんでこよう。

これら社会への反応の4タイプと主な社会意識変数とをクロスさせてみる。結果は表2となる。

表2 若年層（全国）・社会への反応の4タイプと主な社会意識変数とのクロス集計表
(%)

タイプ	全体	性別		生活満足度	政治に関心	人助けの循環	未来社会役立ち	日本は平等な社会
		男性	女性	満足	肯定	肯定	肯定	肯定
社会への順応	29.0	31.6	27.0	82.4	50.3	69.2	86.5	40.8
自己尊重	33.7	27.4	38.4	76.5	34.4	60.0	77.7	17.3
管理受容	14.8	17.8	12.4	66.7	32.6	45.7	65.1	32.6
社会への距離	22.5	23.2	22.2	70.9	19.3	44.4	51.1	17.8
χ二乗検定		**		**	***	***	***	***

(なお、「生活満足度」の「不満足」、「政治に関心」から「日本は平等な社会である」の設問までの「肯定しない」の比率は割愛している。)

先に性別と4つのタイプの分布をみると、男性のほうで「社会への順応タイプ」「管理受容タイプ」が多く、女性のほうで「自己尊重タイプ」が多いことがわかる。個人情報提供への態度の違いが反映されていると考えられる。次に、社会意識としての生活満足度、政治に関心、人助けの循環、未来の社会に役立つことの設問とのクロス集計において、一部を除き、「満足」「肯定」の比率が「社会への順応タイプ」「自己尊重タイプ」「管理受容タイプ」「社会への距離タイプ」の順番で多くなっている。前二者は環境配慮行動に取り組む人たちとなるので、それらに取り組む人たちが、上記の社会意識においても肯定的な回答をする、言わば前向き認識と行動が関連しているといえるだろう。他方、日本社会は平等かどうかの評価とのクロス集計では、「社会への順応タイプ」と「管理受容タイプ」の比率が高く、逆に「自己尊重タイプ」「社会への距離タイプ」では比率がきわめて低い。ここでの前二者は事情があれば個人情報提供もやむをえないとする人たちであり、それらの人たちは日本社会の評価に平等な側面をみており、そのような社会への肯定的な評価が社会のリスク回避の方法をまかせられるというふう位置づけているとも考えられる。それらの集計を通じて、特に「社会順応タイプ」は生活満足度や相対的な平等認識が他タイプより高く、人助けが回り回って自分たちに返ってくると考え、未来の社会に役立ちたいこともあり、相対的に政治にも関心をもつ人たちという像がうかびあがってくる。

以上、環境に配慮した行動と個人情報提供への許容意識について分析をしてきた。ともに現代社会への再帰的対応といえようが、それらに影響する要因は各々異なっており、環境配慮では文化的な経験・習慣の側面が、個人情報提供では権威を尊重する意識と関連する側面が確認された。この2変数の組合せから作られる4タイプと社会意識の関係では、環境配慮行動にたずさわる人たち、特に「社会への順応タイプ」の社会意識の諸側面での肯定的認識の強さが確認された。

(本稿での有意水準：* = 5%水準、** = 1%水準、*** = 0.1%水準)

5-3. 転職願望があるのは誰か

(追手門学院大学 妹尾麻美)

5-3-1. はじめに

本稿は若者の転職願望について考えるものである。具体的には「転職をする」(今後したいか「したい」「したくない」)に関する回答を分析し、転職願望を持つ者の特徴を素描したい。

5-3-2. 単純集計

単純集計を確認する。全国調査の若年で、生徒・学生の者を除く有職、専業主婦、無職の者を主な分析対象とした。「転職をする」について経験の有無は「あり」が37.5%、「なし」が61.5%、無回答が1.1%、今後したいかは「したい」が56.9%、「したくない」が41.6%、無回答が1.5%であった。なお、大都市調査では「転職をする」経験の有無は「あり」が32.8%、「なし」が65.8%、無回答が1.4%、今後したいかは「したい」が57.8%、「したくない」が39.4%、無回答が2.9%であった。全国と大都市で経験・願望ともに統計的な有意差はみられない。2022年現在、若者の半数以上が今後転職「したい」と考えている。

5-3-3. 属性項目との関連

次に性別、年齢、雇用形態、学歴と当該項目との関連をみてみたい。

・性別との関連

性別別に転職願望をみてみた。男性において転職「したい」49.6%「したくない」50.4%、女性において転職「したい」63.4%「したくない」36.6%と、女性の方が転職願望を有する者の割合が高い($\chi^2=10.142$, $p<.01$)。

・年齢との関連

年齢別(24歳以下、25歳以上)に転職願望を分析した。24歳以下において転職「したい」57.1%「したくない」42.9%、25歳以上において「したい」58.2%「したくない」41.8%であり、有意差はみられない。

・都市規模との関連

在住先の都市規模別(人口10万人以上、未満)に転職願望を分析した。都市部では転職「したい」63.0%「したくない」37.0%、小規模地域では「したい」51.0%「したくない」49.0%と都市在住の方が転職願望を有する($\chi^2=7.873$, $p<.01$)。

・雇用形態との関連

雇用形態を3カテゴリー(経営者・正社員、パート・アルバイト、その他)に分けて転職願望を分析した。順に「したい」59.0%「したくない」41.0%、「したい」58.0%「したくない」42.0%、「したい」59.6%「したくない」40.4%と、割合もほぼ変わらず有意差はみられない。

・学歴との関連

大卒/非大卒の違いによって転職願望は異なるのか。大卒において転職「したい」60.2%「したくない」39.8%、非大卒において転職「したい」56.0%「したくない」44.0%と学歴別による有意な差はみられない。

ここまでの分析から、女性・都市部在住の者が転職願望を有することがわかる。

5-3-4. スキル獲得経験・将来志向との関連

続けて、具体的なスキルの獲得経験や自己意識・社会意識と転職の関係について確認する。

・資格取得経験との関連

資格取得経験と転職願望の関連をみた。資格取得経験有りの者は「したい」62.2%「したくない」37.8%、無しの者は「したい」45.3%「したくない」54.7%と資格取得有りの者の方が転職に積極的である ($\chi^2=12.049$, $p<.001$)。

・自己啓発経験との関連

自己啓発の経験と転職願望の関連をみた。有りの者は「したい」65.0%「したくない」35.0%、無しの者は「したい」53.7%「したくない」46.3%と、自己啓発経験が有る者の方が転職に積極的である ($\chi^2=6.642$, $p<.01$)。

・将来志向との関連

「なりたい自分になるために努力することが大切だ」「自分にしかできないような仕事や活動がしたい」「自らの将来は明るいと思う」「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」「生活ができるのならば定職に就(つ)く必要はない」の5項目(肯定/否定)と転職願望の関係について分析を行った。結果は以下の通りとなっており、自分にしかできない仕事を望みつつも、自身の将来が暗く、定職志向の薄い者に転職願望がみられた。

表1 自己意識・社会意識と転職願望の関連

下記の意識について・・・	転職したい割合		χ^2	有意差
	肯定	否定		
なりたい自分になるために努力することが大切だ	59.0%	52.0%	1.285	n.s.
自分にしかできないような仕事や活動がしたい	64.1%	48.6%	12.711	***
自らの将来は明るいと思う	53.0%	62.7%	5.168	*
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	58.6%	54.0%	0.827	n.s.
生活ができるのならば定職に就(つ)く必要はない	66.2%	49.3%	15.731	***

5-3-5. まとめ

本稿は転職願望について素描してきた。ここまでの分析から、女性・都市部在住である方が転職願望は高い。能力向上経験との関連において、資格取得や自己啓発の経験を持つ方が転職願望を有することがわかる。加えて、現代の若者において「自分にしかできない仕事」を望む者は転職願望を持っている。仕事による自己実現を望んでいる者の方が将来の職に対し、今と異なる選択肢を念頭に置いているといえそうである。ただしそれは生活の安定を否定してまで行われるものではない。定職に就くことよりも現実的に「生活ができる」ことを望んでいるようにもみえる。

詳細な分析は今後の課題としたいが、上記から見えてくるのは転職願望の陰陽だと推測できる。大都市という職の選択が可能な条件のもと、資格取得や自己啓発経験、自己実現願望により転職への積極性はみられる。他方、男性に比べると市場で置かれた立場が弱い女性に、将来が明るくはない者に、(定職であろうがなかろうが)生活の維持を望む者に転職願望がみられた。ここには生活上の必要から転職「したくない」と答えられない状況があるのかもしれない。

5-4. 若者たちのサバイバル戦略—〈能力不安〉が変える「私」と「社会」

(桃山学院大学 岩田考)

5-4-1. 再帰的ライフスタイルにおける〈能力不安〉

「AIによってなくなる仕事」というような記事をネットなどで目にしたことがある方は多いのではないかと不安な気持ちになった方もいるだろう。

教育社会学者の中村高康（2018:143-4）は、「近代社会に生きる人々に共通する不安」として、〈能力不安〉の存在を指摘している。近代社会においては、伝統的な身分によって自身の社会的位置の正当性を主張することができなくなり、自分の能力を社会的に示すことが必要になる。そのような中で、「自分には能力がないんじゃないか」と常に自身の能力が再帰的に問い直されるようになる。

こうした〈能力不安〉は、中村が指摘するように、個人レベルでは通塾の増加・過熱化など様々な教育現象と結びついている。また、制度レベルでは入試改革や教育改革とも関連していると言える。しかし、能力に対する不安は、教育領域のみに影響を与えるわけではないだろう。本稿では、〈能力不安〉に人々がどのように対処しているかということデータを可能なかぎり検討してみたい。そして、その対処の方法が、今後の日本社会にどのような影響をもたらしているのかを考えてみたい。

社会学者の古市憲寿は、2011年に出版した『絶望の国の幸福な若者たち』において、将来に希望がもてないような状況に置かれながらも、日本の若者たちの生活満足度が高いことを指摘した。この出版を一つの契機として、若者の生活満足度や幸福度の高さが盛んに議論された。筆者も同時期に、我々の研究会が行った大学生を対象とした調査に基づいて、若者の生活満足度の高さについて検討している（岩田 2011）。

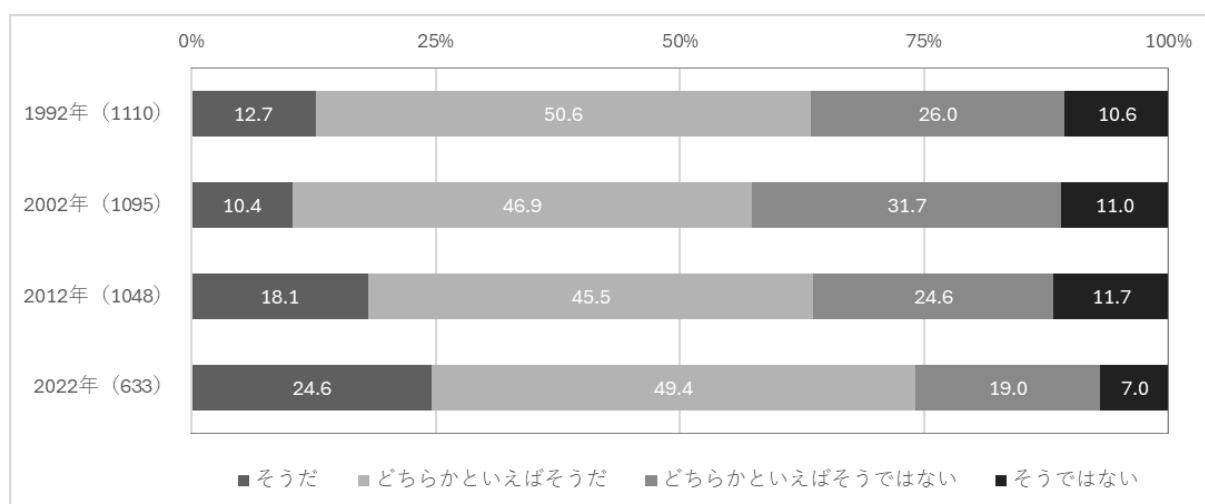


図1 生活満足度の経年比較（大都市・若年調査）

注）（ ）は実数。無回答を除いた割合。1992年と2002年は選択が異なる（1992年：そう思う・まあそう思う・あまり思わない・そう思わない／2002年：そうだ・まあそうだ・あまりそうではない・そうではない）。

図1に示したように、若者の生活満足度は高まる傾向にある。2022年調査（大都市若年層）においては、74.0%もの若者が「現在の生活に満足している」と回答している。

しかしながら他方で、若者たちは様々な不安や悩みも抱えている。図2のように、「現在、不安や心配を抱えている」と回答した者は全国調査では6割を超えている。さらに、大都市調査においては67.5%となっており、7割近い若者が、何らかの不安や心配を抱えている。

本稿で着目する〈能力不安〉も、大都市調査では66.3%、全国調査でも60.9%の若者が感じることがあると回答している。半数以上の若者が〈能力不安〉を感じていることになる。

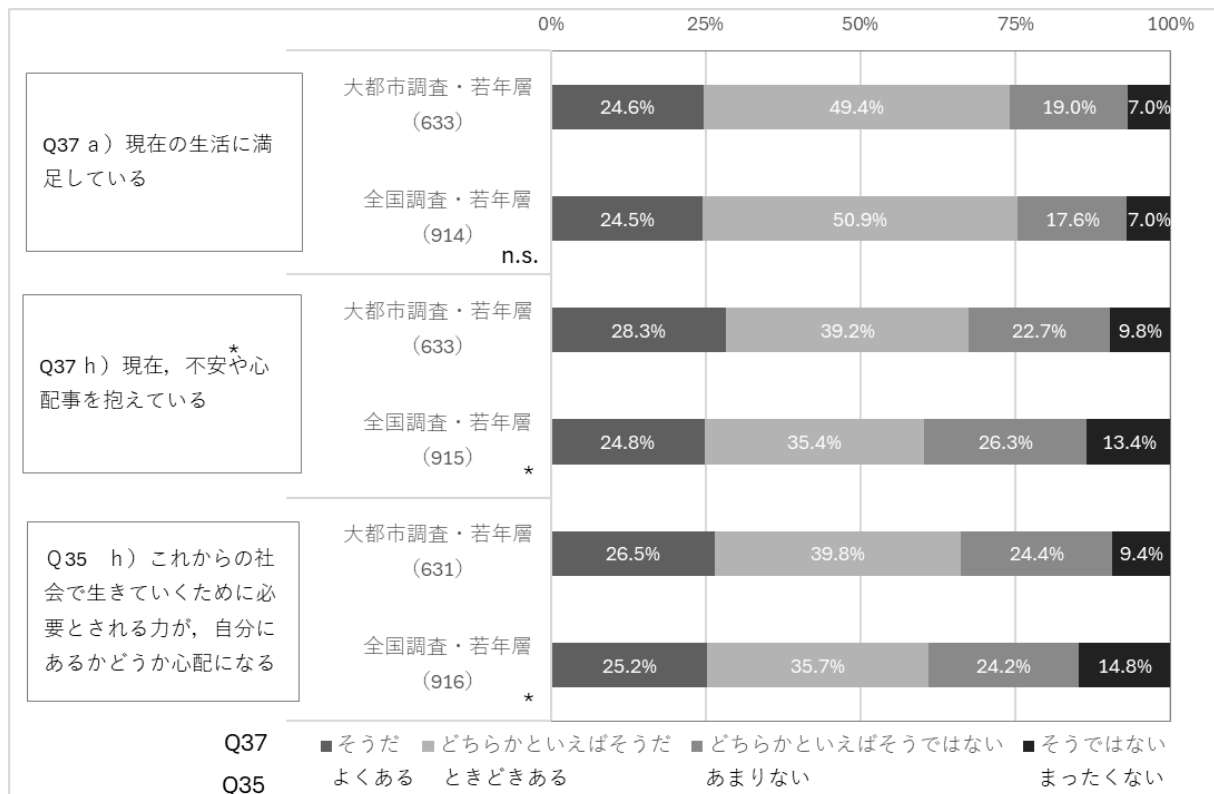


図2 生活満足度・不満や心配事・〈能力不安〉(全国調査・若年層／大都市調査・若年層)

注) () は実数。無回答を含めた割合については、各単純集計結果を参照。

**：p<0.01, *：p<0.05, +：p<0.10, n.s.：Not significant at 0.10 level (chi-square test)

大都市調査と全国調査を比較すると、大都市の若者のほうが、〈能力不安〉を感じる頻度がやや高い傾向にある。大都市調査で〈能力不安〉を感じることもある（「よくある」＋「ときどきある」）割合が66.3%なのに対して、全国調査では60.9%となっている。ただし、単純に人口規模に比例して〈能力不安〉を感じる頻度が高くなるわけではないようである。図3に示したように、東京都区部や政令指定都市など大都市で、〈能力不安〉を感じる頻度が特に高くなっている。

近年、地域活性化との関連で地方への移住がマスコミなどで盛んに取り上げられたりする中、地方の若者に関する注目度が高まっている。社会学においても、響田竜蔵（2017）など地方の若者に関する議論が多くなされている。そのような議論においては、これまでの社会的な若者論が大都市の若者の調査に基づいて行われてきたことがしばしば批判されている。我々の研究会

も例外ではない。今回、従来から実施してきた大都市での調査だけでなく、全国調査を実施したことも、このような点が少なからず影響している（2002年調査時から地方での実施は検討されてきた）。ただし、近年の地方の若者に関する議論は、その特異性を逆に強調しすぎているくらいがある。生活満足度において地域差がみられないように、地方の若者について、その特異性だけでなく、大都市の若者との共通点も含めより詳細にみていく必要があると思われる。

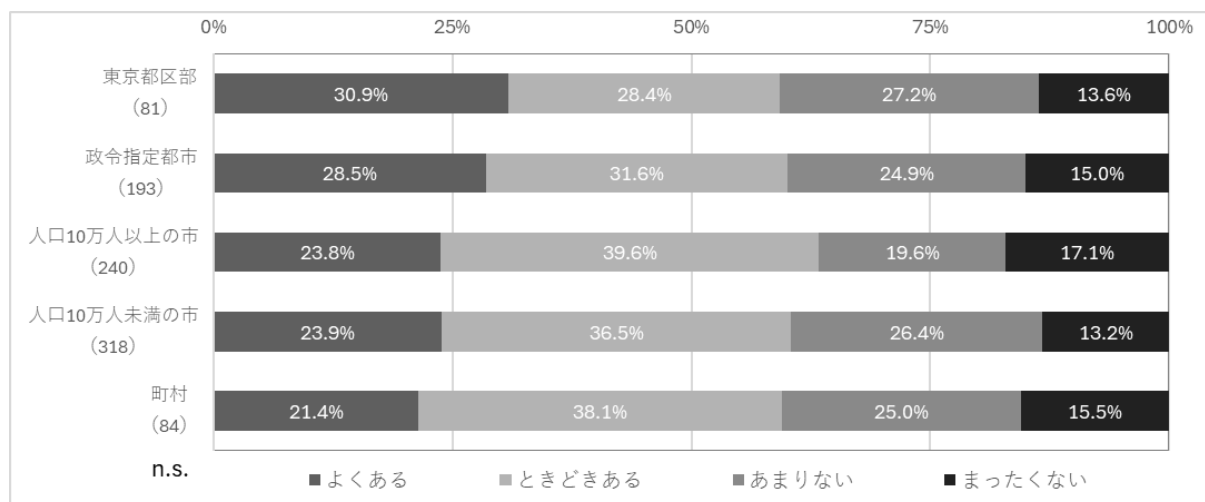


図3 人口規模別に見た〈能力不安〉(全国調査・若年層)

注) () は実数。 **: $p < 0.01$, * : $p < 0.05$, + : $p < 0.10$, n.s.: Not significant at 0.10 level (chi-square test)

5-4-2. 誰が〈能力不安〉を抱いているのか

前節では、大都市の若者のほうが〈能力不安〉を感じる頻度が高い傾向にあることが示された。本節では、性別や年齢など基本的な属性から、〈能力不安〉をどのような人が抱えているのかをさらに見てよることにしよう。

図4に示したように、性別、年齢階級別、学歴別に〈能力不安〉をみると、性別のみで統計的に有意な差がみられた。男性よりも女性のほうが〈能力不安〉を感じている割合が高くなっている。

また、図5は、〈能力不安〉と社会経済的な格差との関係を見たものである。「暮らし向き」と「階層帰属意識」(「かりに現在の日本の社会全体を、以下の5つの層にわけるとすれば、あなた自身はどれに入りますか」)で、上の層よりも下の層で〈能力不安〉を感じる割合が高いという傾向は共通している。ただし、統計的に有意なのは「階層帰属意識」のみとなっている。〈能力不安〉は、社会経済的な格差と関連があるものの、単純に経済的な状況に規定されているわけではようである。

以上のことから、〈能力不安〉を若者が一様に抱えているわけではないことがわかる。また、社会の中でおかれた位置によって異なることが示唆されている。どのような若者が〈能力不安〉を抱えているのかについては、多変量解析なども用いてさらに詳細に検討する必要がある。

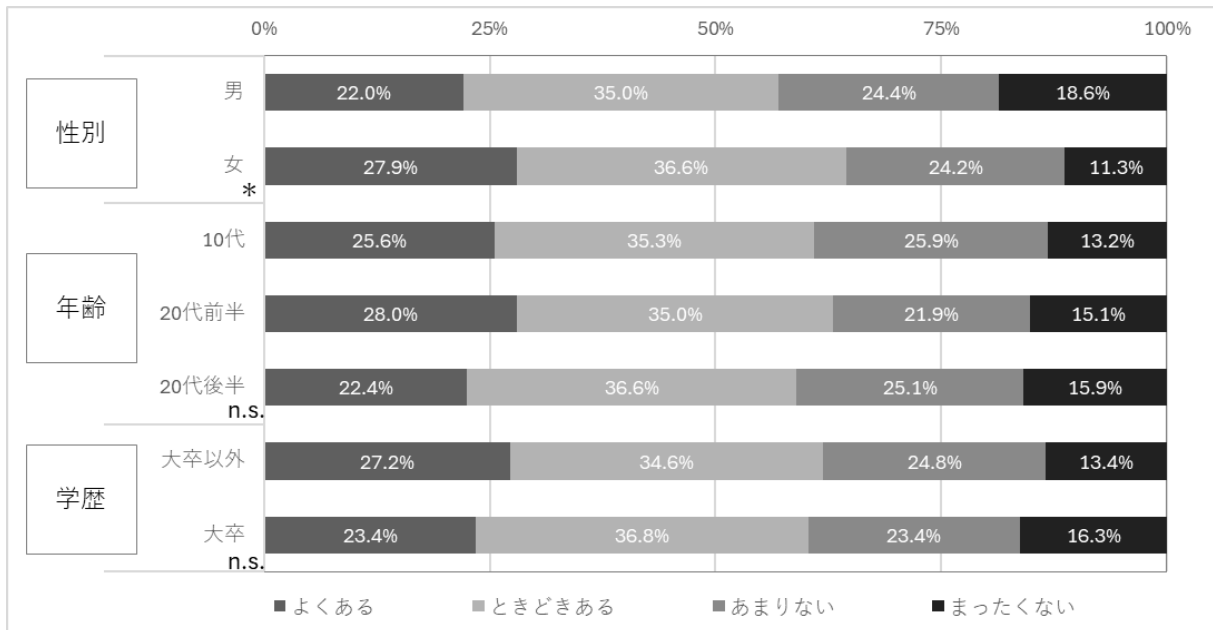


図4 属性別にみた〈能力不安〉(全国調査・若年層)

注) () は実数。 **: p<0.01, *:p<0.05, +:p<0.10, n.s.: Not significant at 0.10 level (chi-square test)

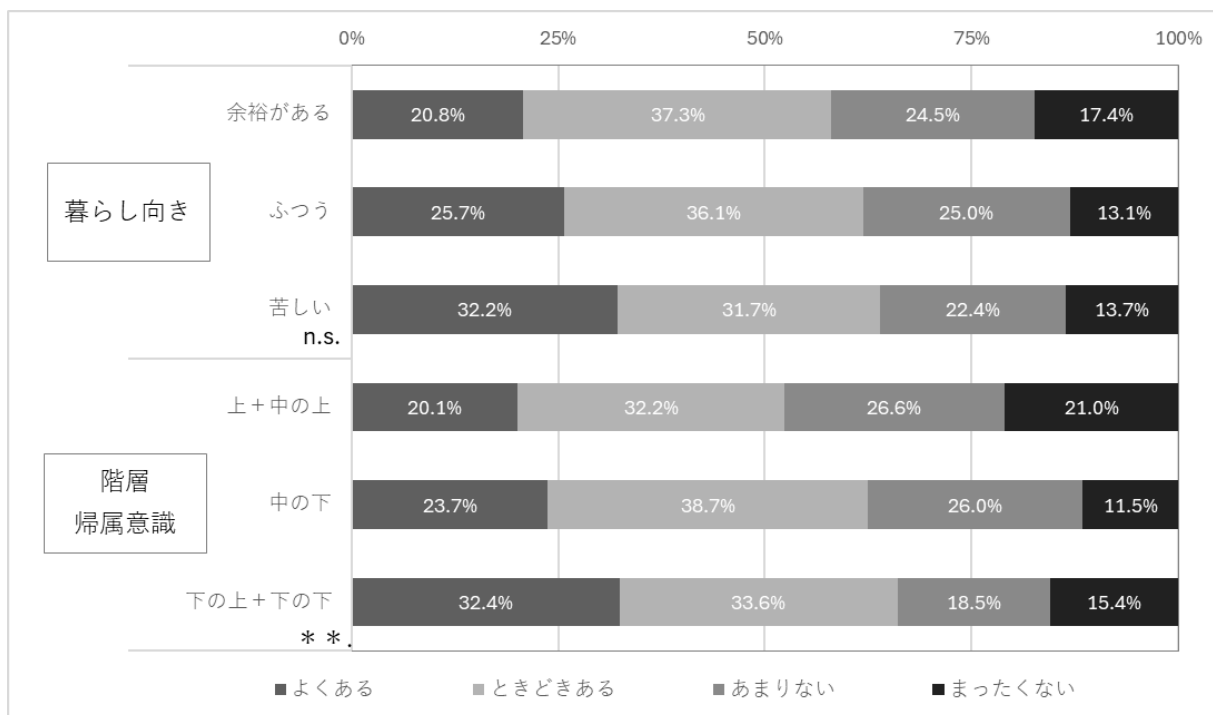


図5 暮らし向き・階層帰属意識別にみた〈能力不安〉(全国調査・若年層)

注) () は実数。 **: p<0.01, *:p<0.05, +:p<0.10, n.s.: Not significant at 0.10 level (chi-square test)

5-4-3. 若者たちのサバイバル戦略—〈能力不安〉が変える「私」

次に、〈能力不安〉を抱える若者が、どのような行動をとっているのかをみてみよう。残念ながら、今回の調査では〈能力不安〉に対して、具体的にどのような対処をしているのかをたずね

ているわけではない。今回の調査でたずねたいいくつかの経験の有無と今後の意向との関連をみてみたい。

〈能力不安〉と三つのタイプの経験との関係は、図6のようになっている。三つのタイプとは、自身の能力を高めようとする〈自己変革行動・志向〉、不安を取り除くことを目的するような〈不安解消行動・志向〉、社会に働きかけ変化させるような〈社会変革行動・志向〉である。

図6の左側、経験の有無をみると、経験率では「資格をとる」や「選挙（国政選挙・地方選挙）で投票する」が高いが、〈能力不安〉と関連がみられるのは〈不安解消行動〉である。〈能力不安〉を感じることもある若者のほうが、「カウンセリングを受ける」や「ヒーリング（癒し）グッズを身につけたり使ったりする」の経験率が高くなっている。すなわち、〈能力不安〉の高まりは、〈自己変革行動〉や〈社会変革行動〉よりも、〈不安解消行動〉を活発化することを示唆している。「自分」や「社会」を変えろという対処よりも、心理的、精神的に不安を取り除くことが志向されている。

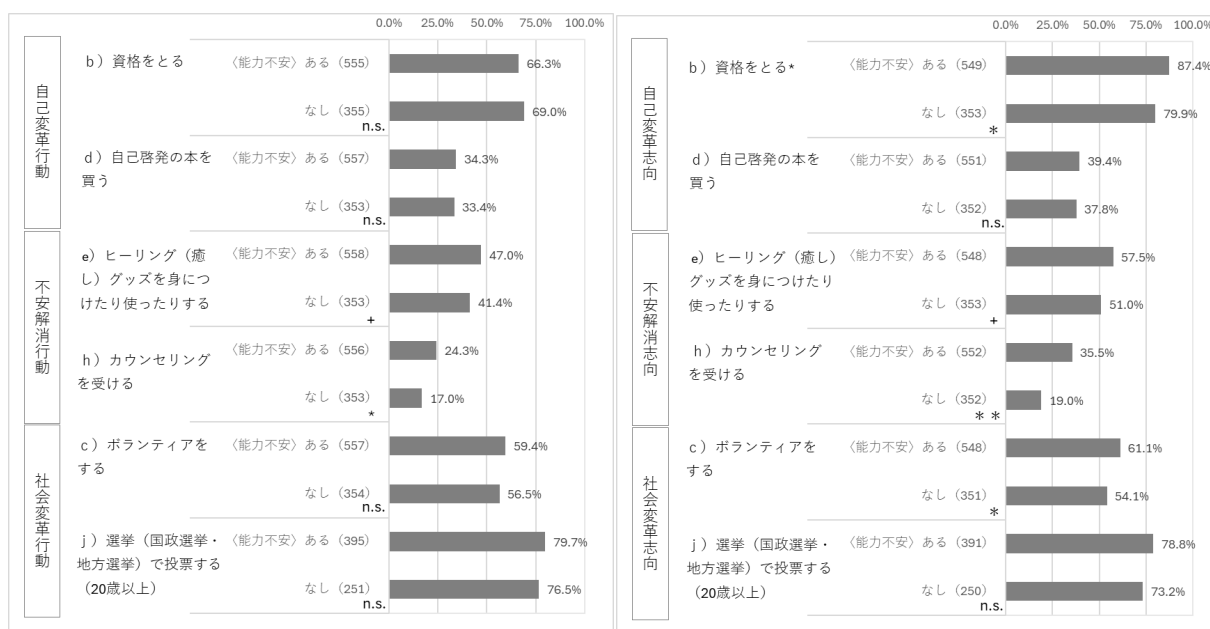


図6 〈能力不安〉と日常的な経験の有無・今後の意向（全国調査・若年層）

注）左側のグラフが経験の有無。右側のグラフが今後の意向。（ ）は実数。

**：p<0.01, *：p<0.05, +：p<0.10, n.s.：Not significant at 0.10 level (chi-square test)

選挙権は18歳以上であるが、実際の投票機会なども考慮して20歳以上に限定している。

しかしながら、図6の右側、今後の意向にはやや異なる傾向もみられる。経験の有無と同様に、〈能力不安〉を感じることもある若者のほうが、「カウンセリングを受ける」や「ヒーリング（癒し）グッズを身につけたり使ったりする」の選択率が高くなっているが、「資格をとる」や「ボランティアをする」の選択率も高くなっている。〈不安解消志向〉が強いものの、〈自己変革志向〉や〈社会変革志向〉もみられる。「ボランティアをする」を〈自己変革〉と位置づけることに違和感をもたれる方もいるかもしれない。確かに、「ボランティアをする」は、社会を変えろというよりも、自身を変えたいという意識の表れという側面が強いかもしれない。しかしながら

ら、統計的に有意ではないものの、「選挙で投票する」も〈能力不安〉を感じることもある若者で選択率が高くなっている。「不安」取り除いたり、「自分」を変えたりすることだけでなく、「社会」のありようを変えるという志向との関連性も見いだすことができる。

5-4-4. 〈能力不安〉は「社会」を変えるか

前節では、〈能力不安〉は〈不安解消行動〉と最も関連が強いことが示唆された。社会学では、社会的な問題や現象を、社会的要因からではなく、個々人の性格や内面など心理的要因から理解する傾向の高まりを心理学化あるいは心理主義化と呼んでいる。そして、そのような傾向が強くなっていることが指摘されてきた（森 2000, 檜村 2003 など）。〈能力不安〉への対処においても、心理学化の傾向が強いといえる。

心理学化の問題点として、社会的な問題や課題を個人化してしまうという点がある。〈能力不安〉についても、社会的な問題としてとらえ、社会を変えることによって対処しようとする傾向は弱いということになる。

しかしながら、前節の最後にみたように、〈能力不安〉が強い場合、「選挙で投票する」割合が高くなっていた。図7は、〈能力不安〉と投票の意向との関係をより詳細にみたものである。〈能力不安〉を感じるものが「よくある」と回答している若者は、「まったくない」若者よりも、今後、選挙で投票したいという意向が約20ポイントも高くなっている。

このように、〈能力不安〉が不安を解消しようとする行動や自身の能力を高めようとする行動だけでなく、社会を変えていくような行動に結びつく可能性があることが示唆されている。

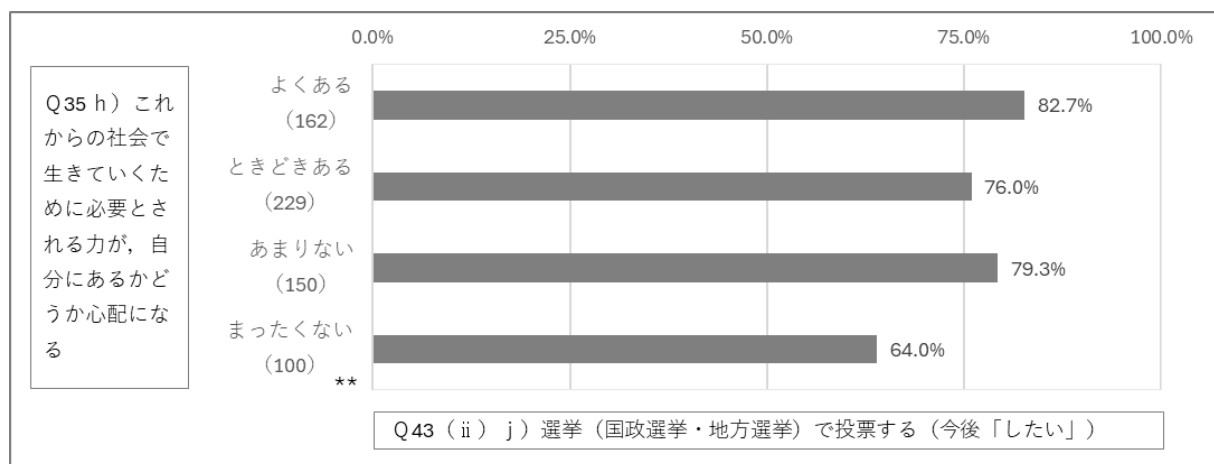


図7 〈能力不安〉と今後の投票行動の意向

注) () は実数。 **: p<0.01, *: p<0.05, +: p<0.10, n.s.: Not significant at 0.10 level (chi-square test)

また、図8をみると、〈能力不安〉を感じている若者のほうが、「税負担が大きくても、福祉などの行政サービスが充実した社会がよい」という意見に賛成する割合が高くなっている。この結果からは、〈能力不安〉を個人が対処すべき問題と見なすだけではなく、社会的な問題として対処するような動きにむすびついていく可能性を、わずかではあるが見いだすことができるのではなか。

AI の発展などにより、〈能力不安〉は今後も高まることが予想される。そのような中で若者たちは、どのようにサバイバルしていくのか。引き続き検討していきたい。

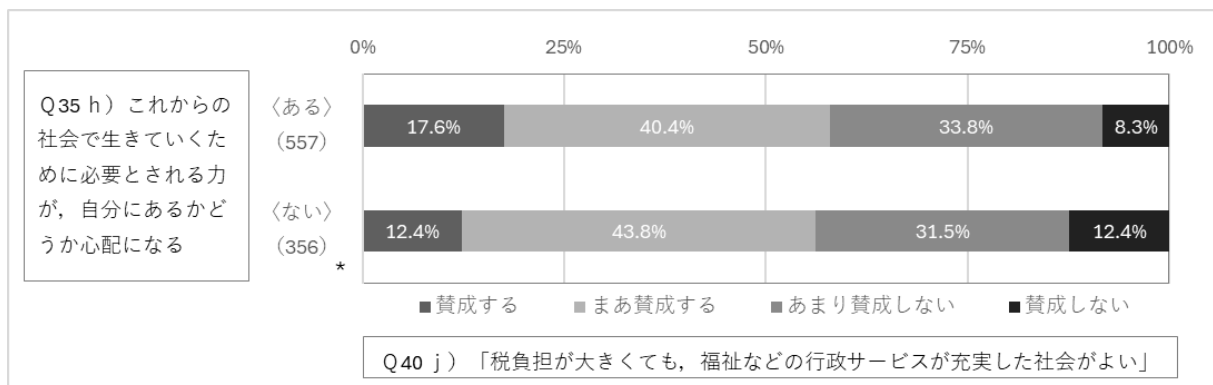


図8 〈能力不安〉と社会のあり方

注) () は実数。 **: $p < 0.01$, *: $p < 0.05$, +: $p < 0.10$, n.s.: Not significant at 0.10 level (chi-square test)

【参考文献】

- 樫村愛子 2003 『「心理学化する社会」の臨床社会学』 世織書房
- 轡田竜蔵 2017 『地方暮らしの幸福と若者』 勁草書房
- 古市憲寿 2011 『絶望の国の幸福な若者たち』 講談社
- 岩田 考 2011 「低成長時代を生きる若者たち—〈満足する若者〉の可能性とその行方」 藤村正之編 『いのちとライフコースの社会学』 弘文堂
- 岩田 考 2015 「大学生の生活満足度の規定要因—全国 26 大学調査から」 『桃山学院大学総合研究所紀要』 40 (2), 67-85.
- 森 真一 2000 『自己コントロールの檻—感情マネジメント社会の現実』 講談社選書メチエ
- 中村高康 2018 『暴走する能力主義』 筑摩書房

5-5. 経済的成功に対する若者の意識の3時点比較

(茨城大学 寺地幹人)

5-5-1. はじめに

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・2012・2022年(以降、02・12・22年と表記)3時点の調査データを分析し、考察する。この意識についてこれまで、本研究会では、藤村(1995)、浜島(2004)、ハマジ(2006)が分析・考察してきた。そして、それらを踏まえた寺地(2015)(2016)によると、努力重視の価値観は02年と12年で大差はなかった。また、才能(個人・閉鎖性)が重視されつつあるのではないかと02年の傾向と比較すると12年は、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った。こうした傾向は22年でも継続しているか。また、20年間の変容はどのようなものか。検討する。

5-5-2. 分析する質問項目

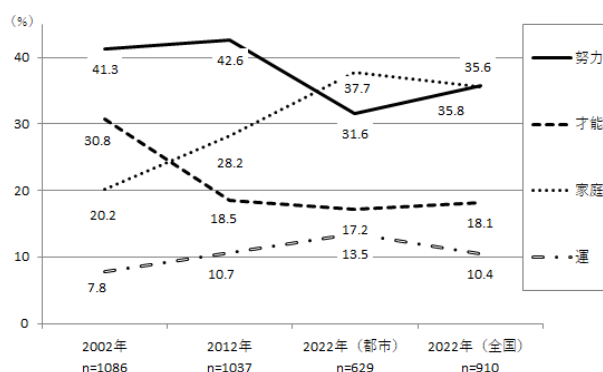
分析する質問項目は、「あなたは、現在の日本の社会で経済的に成功するのに重要なものは何だと思いますか」(02年若年票 Q30、12年若年票 Q49、12年中年票 Q47、22年若年票 Q39、22年中年票 Q39)である。これに対し、「生まれ育った家庭の環境」「個人の才能」「個人の努力」「運や偶然」の選択肢4つ(以降、「家庭」「才能」「努力」「運」と表記)に順位付けする方法で回答が求められている。

5-5-3. 分析(1)

まず、傾向をより簡素に理解するため、1番目に重要視する要因に注目する(図表1)。02年と12年は都市部(杉並区、神戸市灘区・東灘区)の調査だったため、それと比較する22年の値は同じ都市部のものとすが、全国調査の値も参考のために確認する。

12年と22年の比較において、両時点の1位と2位が入れ変わったことが、最も特徴的といえるだろう(ただし、全国調査では両者の値にほぼ差はないものの、入れ替わりはない)。12年には「努力」が02年とほぼ同程度のポイントで1位だったのに対し、22年では10ポイント以上減少して2位になった。対して、12年で28.2%(2位)だった「家庭」が、22年では37.7%で1位になった。また、02年と12年で値が大きく異なった「才能」に関しては、12年と22年の間でさほど値に違いはない。

以上から12年と22年の間で、①努力(個人・開放性)を重視する成功観が衰退しており、②家庭(非個人・閉鎖性)を重視する成功観の台頭がますます顕著になっている。



図表1 経済的成功に重要だと考える要因(1番目)の3時点比較

5-5-4. 分析(2)

次に、重要視する要因1~4番目の回答の組み合わせ24個から、20年間の変容をより詳細に確認する(図表2)。02年と12年は「努力」1番・「才能」2番という組み合わせ(⑮⑯)が24個の中でポイントの大きさ上位2位だったが、22年は「家庭」が1番の組み合わせ(③①)が上位1・2位となった。個人的要因としての「努力」「才能」が上位1・2位である⑨⑩⑮⑯は、この20年で大きくポイントが減少している。他方、非個人的要因としての「家庭」「運」が上位1・2位である⑤⑥⑱⑳は、この20年で一貫してポイントが増加している。

なお、3時点それぞれにおけるポイント間の標準偏差をみると、時代を経るに従ってそれが小さくなってきている。すなわち、組み合わせ24個のうち特定の組み合わせが支持されているのではなく、若者の間での価値観が分散し多様化している様子が見えてくる。このことは、若者全体として考えると、価値観の分断が生じてきている可能性を示唆している。

1番目	2番目	3番目	4番目	2002年16~29歳 (n=1079): %	2002若年と 2012若年との 差	2012年16~29歳 (n=1031): %	2012若年と 2022若年との 差	2022年16~29歳 (n=627): %					
①	才能	努力	運	6.9	9.3	0.7	↓	6.2	8.0	2.2	↑	8.5	12.4
②		運	努力	2.4		0.7	↓	1.7		2.2	↑	4.0	
③	家庭	努力	才能	6.2	7.8	4.3	↑	10.5	14.6	1.7	↓	8.8	14.8
④		運	才能	1.6		2.6	↑	4.2		1.9	↑	6.1	
⑤	運	才能	努力	1.9	2.9	1.2	↑	3.1	5.6	2.0	↑	5.1	10.4
⑥		努力	才能	0.9		1.6	↑	2.5		2.7	↑	5.3	
⑦	家庭	努力	運	3.8	5.7	1.4	↓	2.4	3.7	1.4	↑	3.8	5.4
⑧		運	努力	1.9		0.7	↓	1.3		0.8	↑	1.6	
⑨	才能	努力	家庭	8.2	18.6	2.3	↓	5.8	12.5	1.7	↓	4.1	8.9
⑩		運	家庭	努力		10.5	3.8	↓		6.7	1.9	↓	
⑪	運	家庭	努力	1.6	6.5	1.1	↓	0.5	2.4	0.5	↑	1.0	2.9
⑫		努力	家庭	4.9		3.0	↓	1.9		0.0	↓	1.9	
⑬	家庭	才能	運	5.7	8.1	1.4	↑	7.1	10.1	1.7	↓	5.4	10.0
⑭		運	才能	2.4		0.6	↑	3.0		1.6	↑	4.6	
⑮	努力	才能	家庭	11.9	25.9	0.2	↓	11.6	21.8	4.6	↓	7.0	13.4
⑯		運	家庭	努力		14.0	3.8	↓		10.2	3.8	↓	
⑰	運	家庭	才能	1.3	7.4	2.0	↑	3.3	10.6	1.1	↓	2.2	8.1
⑱		才能	家庭	6.1		1.2	↑	7.3		1.4	↓	5.9	
⑲	家庭	才能	努力	0.9	1.4	0.1	↑	1.1	1.7	1.6	↑	2.7	4.8
⑳		努力	才能	0.5		0.2	↑	0.7		1.4	↑	2.1	
㉑	運	才能	家庭	0.6	3.7	1.5	↑	2.0	4.9	0.8	↓	1.3	3.8
㉒		努力	家庭	3.2		0.2	↓	2.9		0.4	↓	2.6	
㉓	努力	家庭	才能	0.8	2.8	0.1	↑	1.0	4.0	0.1	↑	1.1	4.9
㉔		才能	家庭	1.9		1.1	↑	3.0		0.8	↑	3.8	
標準偏差				3.72	6.80	3.19	5.67	2.20	3.82				

図表2 経済的成功に重要だと考える要因のパターンの3時点比較

5-5-5. 結論

本稿の分析から、経済的成功に対する若者の意識に関して、個人的要因を重視する価値観の衰退と、非個人的要因を重視する価値観の台頭がよりいっそう進んでいることがみえてきた。このことについて、特にどういった属性の若者において今回みえてきた変容が顕著か、都市部以外の若者の傾向としてはどの程度いえるのか、コーホート別の傾向はどうなのか、といった点が、今後の検討課題となる。

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, 191-212.

浜島幸司, 2004, 「経済的に成功する条件—『努力』と『才能』の違い」高橋勇悦編『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』2001-2003年科学研究費補助金研究成果報告書, 大妻女子大学, 375-389.

ハマジ・マツアリーノ・Jr, 2006, 「新 どっちの要因ショー」岩田考・羽瀧一代・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, 149-63.

- 寺地幹人, 2015, 「経済的成功に対する若者の意識—2002年と2012年の比較」藤村正之編『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』2011-2013年度科学研究費補助金研究成果報告書, 上智大学, 79-82.
- , 2016, 「経済的成功に対する若者の意識の変容—個人的な要因の衰退と非個人的な要因の台頭」藤村正之・浅野智彦・羽渕一代編『現代若者の幸福—不安感社会を生きる』恒星社厚生閣, 117-35.

6. 自己意識

6-1. 自己実現に対する態度

(立命館大学 御旅屋 達)

荻谷 (2003) は、日本社会は自己実現規範が大衆化しつつもそのための資源が平等に配分されない「自己実現アノミー」状態にあると指摘した。そのおよそ 10 年後に出版された小説『何者』(朝井 2012) を題材に、櫻村 (2019) は、就職活動が若者のアイデンティティの危機となりうることを指摘する。『何者』からさらに 10 年経った現在、若者はどのように自己実現という規範に向き合っているのだろうか。

図 1 はふだんの生活態度に関する質問への回答の 2022 年調査 (若年・全国) と 2012 年調査 (若年) の比較である。コンサマトリー的な生活態度と自己実現志向的な生活態度が低下する一方で、非再帰的ともいえる「流れるまま日々を暮らしている」若者の増加を確認できる。この間指摘されてきたコンサマトリー化の進行にはブレーキがかかったと見ることができそうだが、その減少はインストゥルメンタル化、自己実現志向の高まりには反映されていない。

一方で少なくない若者が仕事や役割を通じた自己実現を志向しているという結果もある。表 1

¹は自己実現にかかる意識について

「そう思う/ややそう思う」とする回答の世代間比較である。仕事や活動を通じた自己実現志向については、就職前の者が多く含まれる 22 歳までにおいて最も肯定的回答率が高く、約 7 割の肯定的回答が得られている。また、自己実現できているという感覚については、40 歳以降になると低下している。人生について再帰的に問い直す意識は 22 歳以降に高まっている。22-39 歳という時期には多くの若者が就職や結婚といったライフイベントを経験しており、人生に対する振り返りが行われる時期であることを示唆しているといえよう。

このように、非再帰的な態度の高まりと並行して、特に 16-22 歳という年齢層において、仕事や活動を通じた自己実現はいまだに強い規範であり続けていることがわかる。それぞれの意

図 1 生活態度の経年変化

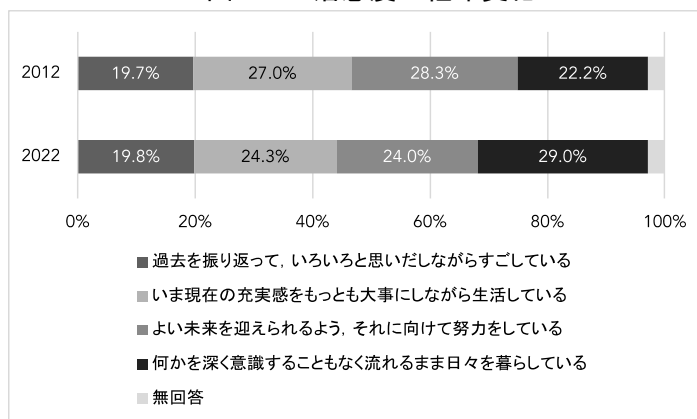


表 1 自己実現にかかる意識の世代間比較

	16-22歳 n=760	22-39歳 n=1220	40-59歳 n=1240
自分にしかできないような仕事や活動をしたい (自己実現志向)	69.7%	63.0%	59.8%
自分なりの生き方を自分自身で選んでいると感じる (自己実現感覚)	70.8%	73.3%	66.1%
今とは違う人生もあったかもしれないと思う (自己実現再帰)	70.8%	75.7%	72.1%

矢印はz検定で有意な差が見られた関係

¹ 本調査では 16-29 歳を若年層調査、30-59 歳を中年層調査としているが、表 1 ではライフコースにおける主要なイベントである就職と結婚の影響を考え、年齢を 22 歳と 39 歳で区切っている。

識を持っているのはどのような若者か。表 2 は、若年層調査における非再帰的生活態度と自己実現志向を従属変数とした分析の結果である。自己実現は社会における自己の位置付けの問題であると考え、独立変数には、社会意識にかかる項目を中心とし、檜村（2019）の就職活動における「意識高い／低い系」「コミュニケーション強者／弱者」の分断にかかる議論を参考に、社会貢献意識、コミュニケーション能力にかかる項目を投入した。

表 2 非再帰的生活態度と自己実現志向の規定要因（2項ロジスティック回帰分析）

	非再帰的生活態度 (流されるままに生きる)		自己実現志向 (自分にしかできない仕事)	
	B	Exp(B)	B	Exp(B)
性別(女性ダミー)	-0.115	0.891	-0.114	0.892
年齢	-0.013	0.987	-0.007	0.993
学生ダミー	-0.013	0.987	0.139	1.149
暮らし向き	-0.037	0.964	-0.030	0.970
父高学歴	-0.189	0.828	0.006	1.006
母高学歴	0.015	1.015	0.101	1.106
友人満足度	-0.205	0.815 *	-0.169	0.844 †
自己肯定感 (今の自分が好き)	-0.094	0.910 †	0.040	1.041
教育不信 (大学で学んだことは社会に出てから役立つ)	0.101	1.106 †	-0.055	0.946
将来への期待 (日本の将来は明るい)	-0.295	0.744 ***	-0.026	0.974
努力主義 (経済的成功のために一番大切なのは努力)	0.227	1.254	0.198	1.219
社会貢献意識 (未来の社会のために何か役立つことをしたい)	-0.325	0.722 ***	0.636	1.888 ***
コミュニケーション能力 (誰とでも友達になれる)	-0.201	0.818 **	0.256	1.292 ***
Nagelkerke R2		0.091	0.123	
尤度比のカイ2乗検定		p=0.000	p=0.000	

檜村の指摘通り、社会貢献意識とコミュニケーション能力が自己実現に対する意識に関係している。イベント化した就活には過剰適応という態度が求められ、そこから取り残されるのは「コミュ障」の若者であるという檜村の指摘と整合的である。また、人生に対する非再帰的態度には（有意確率が10%水準のものも含むが）自己や社会への不信が関係しており、こうした感覚が現状をそのまま受け入れる意識へと接続しているように見える。社会の閉塞感への対応としての若者のコンサマトリー化についてはこれまでも指摘されてきたが、コミュニケーションにかかる規範への適応はまた違った形で、若者の人生への態度と関係しているといえる。自己実現志向には、社会や他者に対する信頼感との間には関連が見られなかった。社会貢献意識と自己実現意識の関係については別途検討が必要であろう。

文献一覧

- 朝井リョウ、2012、『何者』新潮社。
 荻谷剛彦、2003、『なぜ教育論争は不毛なのか』中央公論新社。
 檜村愛子、2019、『この社会で働くのはなぜ苦しいのか』作品社。

6-2. 自己意識の変化

(東京学芸大学 浅野智彦)

(1) 問題設定

本稿の主題は自己意識の変化である。本調査のデータの特性を十分に活かして自己意識の変化の動態をできるかぎり立体的に描いていくことにする。

本調査は、全国調査と杉並区・灘区・東灘区調査の2つからなる。後者の調査は1992年以来継続的に行っているものであり、しかも前回(2012年)および今回(2022年)は追跡調査の意味もかねて中年層の調査も行っている。そのため、図表1に示すように、若年層の動向を時系列に見ることができるのみならず、出生コーホートの内部での変化を追うこともできる。特に10代時点から40代時点まですべての時点において調査対象となっている世代(コーホート2)は、団塊ジュニア、氷河期世代、ロスジェネなどと呼ばれ、しばしば話題になってきた世代である。

	1992年調査	2002年調査	2012年調査		2022年調査	
	若年調査	若年調査	若年調査	中年調査	若年調査	中年調査
コーホート1	20代			40代		50代
コーホート2	10代(16~19歳)	20代		30代		40代
コーホート3		10代(16~19歳)	20代			30代
コーホート4			10代(16~19歳)		20代	
コーホート5					10代(16~19歳)	

図表1 調査時点と調査対象

そこで本稿ではこのようなデータの特性を十分に活かすべく、コーホート2を中心に世代内・世代間の変化・差異を検討していきたい。

そのためにここでは、4時点(1992年、2002年、2012年、2022年)を通して尋ねている質問のうち、以下のものに注目する(分析においては肯定度の高いものから4点~1点を割り当てている)。

あなたは今の自分が好きですか。それとも嫌いですか。(4件法)

場面によってでてくる自分というものは違う。(4件法)

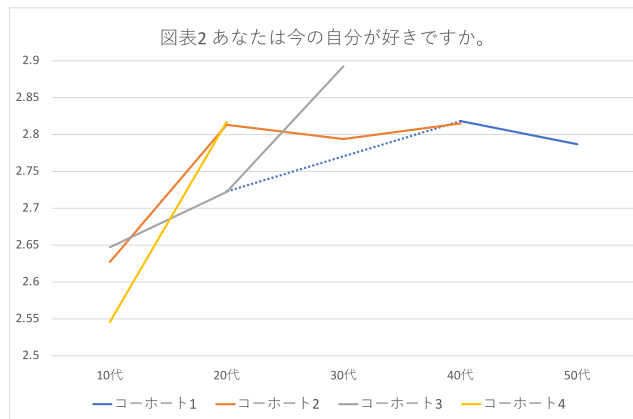
どんな場面でも自分らしさを貫くことが大切だ。(4件法)

具体的には、4時点における若年調査・中年調査のデータをすべてプールしたデータセットを作成し、この3つの項目に関するコーホートの効果と年齢の効果とを確認する。

(2) 自己好悪：あなたは今の自分が好きですか。それとも嫌いですか。

(2-1) コーホート内比較

以下、質問項目ごとに、コーホート内の比較、コーホート間の比較の順番で検討する。



自己好悪については、どのコーホートも10歳刻みの年齢層ごとに有意な差がみられ（分散分析と多重比較）、全体としては10代で低く20代にかけて上昇し、その後比較的安定した推移を示すという傾向がみられる（図表1、なお以下コーホート1については30代時点でのデータが欠けているためその部分を点線で表す）。

（2-2）コーホート間比較

次に各年齢時点においてコーホートの間に違いがあるかどうかみる。

10代	コーホート2 < コーホート5*、コーホート4 < コーホート5***
20代	コーホート1 < コーホート2*、コーホート2 > コーホート3*
30代	n.s.
40代	n.s.
図表3 コーホート間比較	

図表3に示すようにコーホート間に有意な違いが見られるのは10代時点と20代時点である（ただし今後の調査で30代、40代時点で比較できるコーホート数が増大すれば結果は変わる可能性もある）。また注目すべきは、コーホート2（いわゆるロスジェネ世代）が、20代時点でみたときに前後のコーホートよりも（前後のコーホートが20代であったときよりも）自己を好きである度合いが高いということだ。ちなみに生活満足度について同様の分析を行うと（結果表は省略）、コーホート間に優位な差がみられるのはやはり10代と20代時点である。コーホート2は、コーホート1、コーホート3とは有意な差を示さないものの、コーホート4、コーホート5と比較して有意に生活満足度が低くなっている。そして30代、40代ではコーホート間に有意な差がみられなくなる（ただしあとにも触れるように、30代、40代については比較可能なコーホート数が少ないことに注意が必要である）。

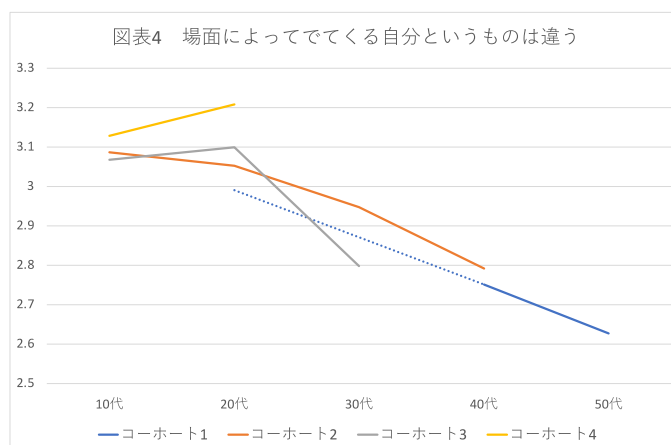
ここで思い出されるのは2008年前後（コーホート2がおおむね20代だった頃）に「ロスジェネ論壇」と呼ばれる言説群が形成され、そこでは生存と承認のふたつの主題が議論の軸をなしていたということだ。生存は生活満足度に、承認は自己好悪に深く関係している。この論壇の形成とについて、この分析結果からは以下のことが示唆される。第一に、承認よりも生存における不満がロスジェネ論壇の原動力になっていたのではないかということ。第二に、ロスジェネ世代（コーホート2）が30代、40代に入るとコーホート間の違いは縮小し（繰り返すがこの判断につい

ては慎重であるべきだが)、その世代に依拠した「論壇」の維持は難しくなったのではないかという
ことである。

(3) 場面性：場面によってでてくる自分というものは違う

(3-1) コーホート内比較

どのコーホートもおおむね 10 代、20 代で場面性が高く、その後有意に低くなる傾向を示す (図表 4、分散分析、多重比較)。年齢とともに自我が統合されていくとするエリクソン等の発達論的な仮説はこの限りにおいて今も有効であるといつてよい。



(3-2) コーホート間比較

次に各年齢時点でのコーホート間の違いを検討する。

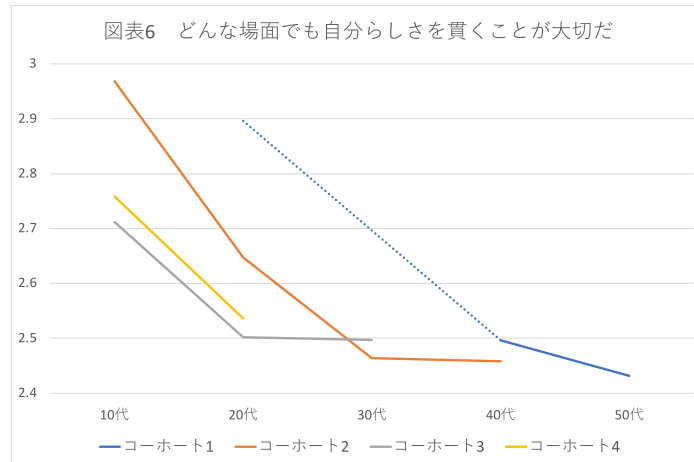
10代	n.s.
20代	ch3 > ch1*, ch4 > ch1***, ch4 > ch2***
30代	n.s.
40代	n.s.
図表5 コーホート間比較	

有意な差が見られたのは 20 代時点のみである (図表 5)。20 代においてはおおむね新しいコーホートほど場面性が高くなる傾向が見られた (分散分析、多重比較)。30 代、40 代についてはコーホート間に有意な差が見出されなかった。ただし 30 代、40 代時点についてはコーホートが 2 つしか確保されない状況であることに注意が必要である。実際、同時期に行われた別の調査 (モバイル・コミュニケーション研究会、近刊) でのデータを用いて 60 代時点までの 6 つのコーホートを比較すると、30 代、50 代、60 代時点において新しいコーホートほど場面性が高くなるという結果が得られている。

(4) 一貫性：どんな場面でも自分らしさを貫くことが大切だ

(4-1) コーホート内比較

どのコーホートも年齢層による有意な違いが見られる (図表 6、分散分析、多重比較)。全体として年齢が上がるほど自分らしさを貫くことへの肯定度合いが下がっていく様子が見られる。



一般的には、しっかりした自我を確立し、いつでもそれに基づいて判断し、行動するというあり方は「大人」のそれとして考えられることが多いように思う。しかし、ここでの分析結果からうかがわれるのは、そのような剛直さはむしろ若者の態度であり、人々は年齢を重ねるにつれてそのような剛直さを矯められていくのではないかということだ。

(4-2) コーホート間比較

ついでコーホート間の違いを確認する。

10代	ch2 > ch3 ** ch2 > ch4*,
20代	ch1 > ch2***, ch2 > ch3 **, ch1 > ch3***, ch1 > ch4***,
30代	n.s.
40代	n.s.
図表7 コーホート間比較	

有意な差が見られたのは10代時点と20代時点である(図表7、分散分析、多重比較)。30代、40代時点ではコーホート間に有意な違いが見出されなかった。10代時点、20代時点で見られた傾向は、コーホートが新しいほど得点が有意に小さくなること、すなわち自分らしさを貫くことを大切だとは思わなくなるということである。

自分らしさを貫こうとする態度は、どのコーホートにおいても加齢によって弱まるのみならず、少なくとも10代、20代においてはコーホートの交代によっても弱まっている。

以上のように同じ母集団に対して繰り返して行う調査のデータは、母集団全体における趨勢を推測することのみならず、コーホート内部の変化やコーホートの間の違いを確認することをも可能にする。これによって自己意識の中長期的な変化の構造を、年齢・世代の両面から(そして間接的には時代の効果も合わせて)立体的に描き出すことができるのである。本稿は、そのような可能性の一端を示そうとする試みである。

6-3. 自己をめぐる再帰性の規定要因について

(大妻女子大学 牧野智和)

(1) 本稿の目的

本調査のもとになっている研究助成「現代若者の再帰的ライフスタイルの諸類型とその成立条件の解明」は、現代における再帰性の高まりを前提に、その展開の諸様態を捉えるべく企画されている。研究計画において再帰性の展開は意識を軸にして、関係性と文化の領域へと展開するというモデルが立てられていたが、そもそもの意識レベルにおける再帰性はどのように存立しているのだろうか。以下では、再帰性に関する項目のなかでも最も基礎的といえる自己をめぐる再帰性について規定要因を探り、その構成について検討する。

(2) 自己再帰性項目について

アンソニー・ギデンズやウルリヒ・ベックのモダニティ論にもとづくと、近代社会における自己の再帰性はまずもって自らを広い社会的文脈のなかでふりかえり、そのあり方を常時吟味・選択していく営みを中核にしているといえる。このような営みに直接関連する項目、およびそのような営みから派生的に生じる意識として、本調査の項目から以下のものを選定することとした。

「自分自身についてじっくり考えることがある」(内省的態度)

「今日は当たり前であることが、明日もそうだと感じないと感じる」(脱慣習的態度)

「なりたい自分になるために努力することが大切だ」(啓発的態度)

「これからの社会で生きていくために必要とされる力が、自分にあるかどうか心配になる」(能力不安)

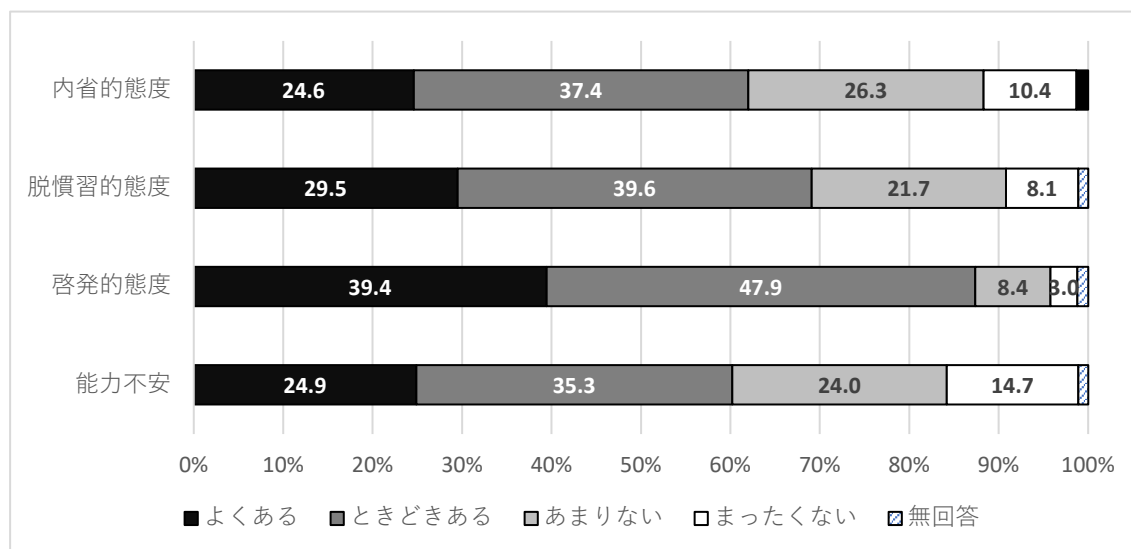


図1 自己再帰性項目の単純集計結果 (全国若者調査)

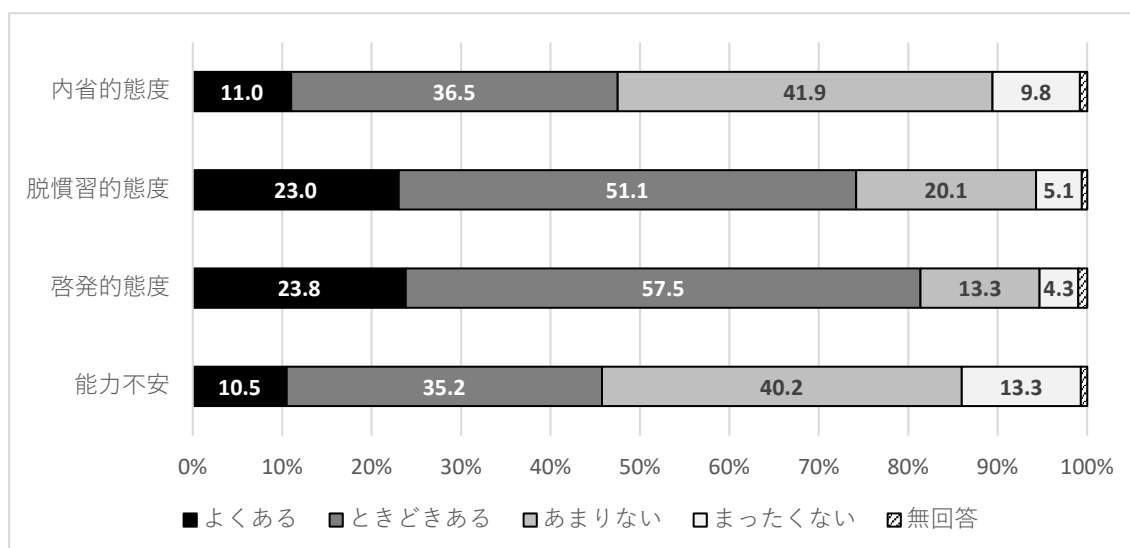


図2 自己再帰性項目の単純集計結果（全国中年調査）

全国若者調査と全国中年調査における自己再帰性項目の単純集計が図1・2である。内省的態度（自分自身についてじっくり考えることがある）については若者の肯定回答率が62.8%に対して中年は47.8%と、若者の方が15%も高い結果になっている。青年期はアイデンティティを試行錯誤的に形成する時期だといわれることもあるが、今日でもそのような傾向はみられるといえる。しかし、中年においても約半数が内省的態度を保持しており、人生を通してアイデンティティが再帰的なプロジェクトとして構成されるとするギデンズの指摘はある程度妥当するといえそうである。

脱慣習的態度（今日は当たり前であることが、明日もそうだとは限らないと感じる）は若者69.9%・中年74.6%と中年の方がやや高い値となっているが、若者の方が「よくある」という回答が多く、中年の方が「ときどきある」という回答が多くなっている。総じていえば年を重ねた方が、さまざまなことからは移り変わっていくものだという態度をとりやすくなるが、より明確な態度については若者の方がとりやすいという傾向になるようだ。

啓発的態度（なりたい自分になるために努力することが大切だ）は若者88.4%・中年82.4%と双方ともに高いが、若者の方がより高く、「よくある」という回答も多くなっている。全体として、今日の社会において啓発的な態度をほとんどの人がとるようになってきているが、上述したようなアイデンティティ形成の途上にある若者の方が、より強くそのような志向をもっているようである。

能力不安（これからの社会で生きていくために必要とされる力が、自分にあるかどうか心配になる）については、若者60.9%・中年46.1%と若者の方が15%ほど高い結果となった。これは、述べてきたようなアイデンティティ形成の途上にあるからこそ若者の方が高くなっているといえるが、社会人として長く過ごしていたとしても今日では能力不安を払拭できない人々が多数いるともいえるだろう。

（3）規定要因の検討

次に、自己再帰性項目について、基本的な属性項目を用いた重回帰分析を行い、その社会的構成のあり方を検討する。独立変数として用いるのは年齢、性別（男性ダミー）、本人教育年数、雇

用形態（正社員ダミー）、暮らし向き（5件法）、居住地（東京特別区・政令指定都市居住ダミー）、親学歴（それぞれ大卒ダミー）、文化資本（4項目の合算値）である。

表1 自己再帰性項目の重回帰分析の結果（全国若者調査）

	内省的態度		脱慣習的態度		啓発的態度		能力不安	
	B		B		B		B	
(定数)	2.062	***	2.495	***	3.067	***	2.801	***
年齢	-.007		.017	†	-.022	**	-.005	
男性ダミー	-.084		-.162	**	-.047	*	-.178	**
本人教育年数	.042	*	.017		.032		.028	
正規雇用ダミー	-.107		-.085		-.042		-.234	**
暮らし向き	-.070	*	-.086	**	.020		-.108	**
政令市以上ダミー	.018		-.025		.029		.012	
父大卒ダミー	.002		-.094		-.180	**	.028	
母大卒ダミー	.072		.111		.038		-.005	
文化資本得点	.063	***	.024		.029	**	.018	
調整済み R ²	.041***		.021**		.029***		.027***	
n	860		862		861		861	

†: p<0.1、*: p<0.05、**: p<0.01、***: p<0.001

表2 自己再帰性項目の重回帰分析の結果（全国中年調査）

	内省的態度		脱慣習的態度		啓発的態度		能力不安	
	B		B		B		B	
(定数)	2.800	***	3.424	***	3.262	***	2.990	***
年齢	-.008	*	.003		-.009	**	-.009	**
男性ダミー	-.038		-.188	**	-.112	*	-.217	***
本人教育年数	.034	*	.003		.029	*	.039	*
正規雇用ダミー	-.026		.085		.035		-.022	
暮らし向き	-.032		-.077	**	.038		-.172	***
政令市以上ダミー	.107	†	.072		.079		.061	
父大卒ダミー	.015		.070		.016		-.011	
母大卒ダミー	.094		.044		-.020		-.106	
文化資本得点	.030	**	.038	***	.030	**	-.005	
調整済み R ²	.034***		.031***		.048***		.055***	
n	874		877		874		876	

†: p<0.1、*: p<0.05、**: p<0.01、***: p<0.001

若者について、まず内省的態度は本人教育年数と文化資本得点が正の効果をもたらし、暮らし向きが負

の効果をもっている。一見すると矛盾するようだが、文化資本は文化的素養を通して内省を促すが、経済資本は現状に安住して内省を阻害するということなのかもしれない。脱慣習的態度については年齢が正の効果、男性ダミーと暮らし向きが負の効果をもっている。10代から20代にかけてさまざまなことを経験していくことが脱慣習性を強めるが、男性であることや暮らし向きなど、社会のなかで相対的に安定した状況にあることがそれを押し留めていると考えられる。啓発的態度については、年齢と男性ダミーと父大卒ダミーが負の効果、文化資本が正の効果をもっている。これについては、啓発的態度もまた文化資本によって育まれる側面があることが分かるものの、学齢期を経て働くようになっていくなかでそのような態度は現実に合わせて減衰していくということかもしれない。父親学歴が効いているのは、ある種の権威主義的態度によって啓発的態度が押し留められている可能性がある。能力不安については、男性ダミー、正規雇用ダミー、暮らし向きがそれぞれ負の効果をもっている。それぞれ、社会的に有利な状況にあることが不安を鎮めているともいえるが、啓発的態度と合わせ、男性の方が自己再帰性が弱い傾向があるといえそうである。

中年については、一部異なりつつも若者と概ね近い傾向がみられる。内省的態度は、本人教育年数と文化資本得点が同様に正の効果をもっている。ここから、内省的態度は身体化された形式、制度化された形式の双方において文化資本との相関物であるといつてよいように思われる。また内省的態度については、年齢が上がると弱まる傾向があるが、これは啓発的態度と能力不安についても同様であった。これが加齢効果なのか、世代効果なのかは分からないが、現在の日本の成人層では、ある年齢を境にして自己再帰性が弱まっていくといえそうである。脱慣習的態度については男性ダミーと暮らし向きの負の効果は同様だったが、中年では文化資本得点に正の効果がみられた。啓発的態度については年齢と男性ダミーの負の効果、文化資本得点の正の効果が同様で、若者と異なるのは本人教育年数の正の効果であった。これらについても、文化資本との相関物という見方ができそうである。能力不安については、男性ダミーと暮らし向きが同様に負の効果をもっており、それに上述した年齢の負の効果、本人教育年数の正の効果がみられた。

(4) 議論

若者と中年では一部異なるところもあったが、ある程度一貫した傾向がみられたといつてよいように思われる。内省的態度と啓発的態度は文化的家庭環境（身体化された文化資本）とそれに媒介された学歴（制度化された文化資本）によって育まれる側面があり、文化資本との相関物という性質が強い。また、内省的態度以外の側面は女性においてより強い側面があり、暮らし向き（経済資本）もいくつかの項目にわたって自己再帰性を弱める傾向がみられた。社会のなかで、相対的に有利な状況にあることが、自己再帰性を弱めるといつてよいだろう。ただ、モデルの説明力は高いものではないので、影響はあるとはいえそれを過大に評価すべきではないだろう。