

生活意識調査の意義について

堀 啓造 Written by Keizo Hori

行動を明らかにしようとしていることを手がかりに考えてみる。「生活意識」は心理学用語にはない。生活意識と類似する用語をなども肯定的に人をとらえた時の言い方であろう。特の「『生活感覚』が無い」などの言い方はその例である。「生活者」日本人好みらしく肯定的意味でよく使われる。研究者を批判する

生活意識」ということばの、生活」ということばは曖昧であるが、

生活意識と一貫性

る。このようなラインに生活意識という用語もある。うな考えのもとには、「態度」や「ライフスタイル」ということばがある。何か個人の行動に一貫したものがあるという考えである。そのよよりも緩い考え方が一貫性、つまりパターンがあるとするものであいけに対する答えは「本能」であった。「本能」の次に考えられたのがかけに対する答えは「本能」であった。「本能」の次に考えられたのが一九〇〇年頃の人間が、なぜそのように行動するのかという問い

、見つうかを発見しること(1)心理学からのアプローチ

る。故」、を考える時に主として考えられているのは動機づけや欲求であ故」を考える時に主として考えられているのは動機づけや欲求であ間の行動を探求する時に「何故」と質問を発することが多い。「何人間の行動を解明するためにはさまざまなアプローチがある。人

頃に、何でも誉められれば喜んでいるのとは違っている。欠乏欲求がめえば、尊重への欲求は何でもいいわけでなく、その人によって誉めてら何でもいい。しかし、成長欲求は欠けているから、それを満たすものなる。欠乏欲求は食欲のように欠けているから、それを満たすものな面に強い。マズローの考えの中で重要なのは、成長欲求・欠乏欲求であ面に強い。マズローの考えの中で重要なのは、成長欲求・欠乏欲求であ

CEL Sep. 2005

違いである。 個人の発達段階によって欠乏欲求が優位であったり、成長欲求が優 位になったりする。すべての国や個人が同じ段階にいるというのは間 る。人によって欲求を満たすものは異なっている。社会の発達段階、 ある程度満たされている現代において、成長欲求が重要になってい

自己実現欲求 成長欲求 自尊欲求 所属と愛の欲求 安全の欲求 欠乏欲求 生理的欲求 マズローの欲求階層説の概念モデル図

> が喚起されたからであると る。例えば、食べるのは食欲 による回答は同語反復であ る関心の程度をあらわす製 具体的に製品クラスに対す は距離がある。そのために、 消費者行動に関連させるに なっている。また、動機づけを 言われだした。 品関与が一九七〇年代から 何故」に対する動機づけ

りも狭い一貫性を扱うのが 態度である。態度という概 心理学の中で、動機づけよ

念が用いられるようになって社会心理学の多くが態度の研究になっ

(2)マーケティングからのアプローチ

など社会経済学要因もあわせて呼んでいる場合が多い。 る。年齢、性、居住地などが人口統計学要因と言われる。年収、学歴 マーケティングの初期から使われていたのは人口統計学要因であ

者行動の関係はすぐに否定された。 時に、まずパーソナリティにその説明を求めた。パーソナリティと消費 人口統計学要因では、うまく購買行動を説明できないとされた

() A = activity ボーリング、店でのショッピング、電話で話をするなどの行為

Ⅱ= interest ある物、こと、話題に対する特別のそして持続的関心によって生じる興

その他に人口統計学的要因・社会経済学的要因を考える。 O=opinion ある「質問」に対する反応として出てきた「答え」。 奮の程度。

されている。

来行動に焦点を当てたもので、個人の行動間のつながりを探り、 切りをつけた時、ライフスタイル論が生じた。ライフスタイルは本 一九六〇年代、マーケティングにおいてパーソナリティ理論に見

> グラフィック要因を ダ ぜ彼らが買うかを見 因を重点に探るのが である。意識・心理的 ライフスタイル論やサ 理論志向的であり はライフスタイルより る。サイコグラフィッ 抜き出そうとするもの したのがAIO()で イコグラフィックス」 コグラフィックス論や 一貫して生じる行動を

表1 AIUを構成9	る語安囚		
活動 (activity)	興味 (interest)	意見 (opinion)	人口統計学 (demographics)
仕事 趣味 社会イベント 休暇 娯ラブ会員 地域 買物 スポーツ	家族 家庭 仕事 地域活動 レクリエーション ファッション 食事 メディア 達成の段階	自分たち 社会問題 政治事済育 経済育品 将来 文化	年齢 教収職 業族人数 居理 地理 都市規模 ライフサイクル

日本ではライフスタイルという名のもとにさまざまな結果が発表bi.com/programs/vals/index.html)もある。	が出ている。日本版のJapan VA-	訂版のVALS2(http://www.sric-bi.com/VALS/types.shtml)	米国でもっとも有名なライフスタイル分類は>	近い概念である。	生活意識は、この三つのタイプのうちサイコグラフィックスにもっとも	フスタイルと言っている。	とが多く、まとめてライ	〇を区別せずに使うこ	サイコグラフィックス、AI	一般にはライフスダイル	る。	したのがAIO()であ する	グラフィック要因を統合 要	コグラフィックス論やデモ	ライフスタイル論やサイ	ぜ彼らが買うかを見る。	理論志向的であり、な	はライフスタイルよりも	る。サイコグラフィックス	イコグラフィックス」であ	因を重点に探るのが、サ	である。意識・心理的要
もあ	S	oi.co	ル分類		イコ				s動 activ	/ity)			興味 inte	rest)		意見 opir	nion))			統計学 nogra _l
!さまざまな結果が発表る。	∢പഗ(http://www.tokyo.sric-	m/VALS/types.shtml)	類はVALSである。 改		グラフィックスにもっとも			超れ付換ク牡買	事味会暇楽ラ域物ポージ はっぱん		`	1 1	家家士也ノフ食メ産族庭事域クァ事デ成って	エー ション ア		1 1 1 4 4 4 4	自姓政士圣教製务文 分会治事済育品来化				年教収職家居地都ラ齢育入業族住理市イ	

心を持たない人がいる。

ことを前提に研究しなければならない。 Japan

現代日本の生活者意識から社会を捉える

(3)一貫性の否定

い。そして、理論が排除される傾向にある。 アジア圏では思考・態度と行動の一貫性は大して重要な問題ではな への志向性の違いを欧米圏とアジア圏の文化差としている。つまり、 モニタリングにおける高セルフ・モニタリングである。北山忍(『自己と 部指向型に対する外部指向型、またスナイダー(『カメレオン人間の 独な群衆』みすず書房、一九六四)の社会的性格の伝統指向型・内 求められている。ところが日本では、その場に合わせた態度をとるこ とが求められる。これと類似した点に注目したものにリースマン(『孤 欧米系では、自我を中心として一貫した行動や意見を持つことが セルフ・モニタリングの心理学』川島書店、一九九八)のセルフ・ 文化心理学による問いかけ』共立出版、一九九八)は、一貫性

が求められているかもしれない。 る。 ただし、北山の言うように、東洋において西洋とは異なる一貫性 として成り立つのであり、何かを取り上げて語る意味があるのであ て行動は変わる」と言ってしまわず、何らかの一般性があるから学問 場での処理が重要なのである。「人さまざま」「その時、その時によっ 生活という発想は、現実べったり。領域固有どころか、その場その

主要な価値志向(生命保険文化センター,2002)

集団志向	「社会への関わり」や「伝統的な家族」といった集団に対して責任と自覚を 持って関わっていこうとする。
自立志向	リスクをとってでも積極的に努力・挑戦する意識を持ち、家族に対しても独立した個人としての対等な関係を重視する。
快楽志向	「現在の楽しみ」や「責任や努力を回避」することを重視し、「利己的な人 間関係」を構築する。
自適志向	「気のあった仲間」と「自分のセンス」で「現在を楽しく」暮らすことを重視する。
安直志向	努力や苦労を避け、他人の意見に同調し、依存することを重視する。

らすると、先端の人たちの多様な関心に対して、いかなることにも関 注目すべき結果を得ている。衣食住どれでも三割程度は無関心の 層がいるということである。どんなことにも関心を持たない人がいる 膏、一九九九)は精力的にライフスタイル研究をしているが、そこから 飽戸弘(『売れ筋の法則)ライフスタイル戦略の再構築』ちくま新 VALSか

(1)無関心

ライフスタイル研究から言えること

考えるべきである。 生活者として一括して考えるより、積極的に生きている人をまず

(2)ライフスタイルか人口統計学要因か

代高卒、四〇代後半大卒、四〇代後半高卒、四〇代前半大卒、四〇 い)、ゆうゆうクラシー 型夫婦(豊かにリッチな気分が宿るか)、そこそ 見ると、(夫の)年齢や学歴でだいたい分かれている。それぞれ、五〇 夫婦(マイホームを夢みて、今は我慢)の五つである。 その特徴づけを ライフスタイルが出されている。 ほのぼのフルムーン型夫婦(典型的な 日本の夫婦)、いきいきクリエイティブ型夫婦(おしゃ れな生活がした こマイペース型夫婦(かけがえのない平凡さ)、こつこつサステイナー型 一九八七年の新聞六社調査報告書において、新・夫婦五型という

代前半高卒となる。つまり、

これはライフスタイルでは がある程度以上になれば サイクルが年齢と関係が強 らといってライフスタイルが 能性がある。ただし、所得 も年齢効果が強く出る可 いので、ライフスタイルより い。日本では、所得やライフ 楽になるのはいうまでもな 区分できるほうが、対応が モグラフィック要 因によって 万能というわけでない。デ スタイルが言われているか 高卒が和風となる。 ライフ けである。また、大卒が洋風 因で切り取られるタイプ分 なくて、デモグラフィック要

ライフスタイルのほうが有 力な因子になるであろう。

(3)生命保険文化センターの価値観の研究から

じ項目を使いながら、毎回因子分析を行い、因子の違いを考察してい (前ページの表2)は価値的なものとなっている。この調査では、ほぼ同 ルギー・文化研究所の生活意識調査に近い部分がある。因子の命名 press/archive/NWtx/h13/nw12.html)。この調査は大阪ガスエネ る。そして、因子構造の変遷を明らかにしている。 回:100二年三月)という調査を行っている(http://www.jili.or.jp/ 生命保険文化センターが「生活者の価値観に関する調査」(第五

尺度構成·測定

(1)尺度(一項目·複数項目)

いう考え方にまとめられる。 尺度を作るための基準がいくつか提案されていて、妥当性、信頼性と 心理学では、一項目だけで尺度とすることはほとんどない。よい

じ被験者に対して測定すると異なる結果となる被験者が出てくる。 が低いという難点がある。同じ人に複数回測った時に、同じ結果が出 する確率を高めていることに注意を払うべきである。 心理的項目は複数の項目を使って、より安定した結果を得るように る確率を考える。学歴のような客観的なものでさえ、一ヶ月後に同 を調べることはいいことだが、たまたま関連性があったりなかったり して成り立つような扱いを多くしている。探索的に一項目で関連性 する配慮が必要である。生活意識の調査では一項目だけで尺度と 同様の項目が並ぶことによって間違いなく意味をとることができる。 まず信頼性について説明する。一項目だけの尺度は、まず信頼性

で測ると、知能とは関係ない余計な側面も含まれるが、複数項目を 合、妥当性のチョクはかなり難しくなる。知能テストなどでも一項目 思っていることを測っているかということである。一項目で測定した場 妥当性にはいろいろな側面があるが、一番大事なのは、測っていると

> ることがすすめられる。 合計することによって純粋に知能を測るようになってくるのである。 信頼性・妥当性を高めるためには、一つの尺度に複数項目使用す

きちんとした尺度にする時、因子分析や信頼性分析を行う。

(1)有意差・有意な連関

統計処理

ているのに、全体として考えていかほどの意味があるのだろうか。 必要がある。せっかくきちんとサンプリングして多くのサンプルをとっ 本とすべきであろう。つまり性差があるなら男と女を別々に考える 定をしよう。有意な連関や有意差がある場合は、クロス集計表を基 を調べる方法として統計的検定がある。頻度データであるなら、カイ ングによる誤差(標本誤差)のため生じた差かもしれない。そのこと 小だけで違いがあるものと思ってしまうのは間違いである。サンプリ または有意な連関を確認している報告は少ない。しかし、数字の大 度やパーセンテージを示すだけという場合が多く、その頻度の有意差 二乗検定がよく使われる。最低限、クロス集計表などのカイ二乗検 世論調査などのきちんとサンプリングした調査においては、単に頻

って考えていく。 そこで、統計的検定をいかに使っていくかをクロス集計表を例にと

(2)クロス集計表をカイ二乗検定する

ることはできない。 このようにパーセンテージのデータは一見違いがあ 乗値= 三・三○七、自由度= 四、p値= ○・五○八と全く違いを認め える。統計学的にはどうだろう。カイ二乗検定をしてみると、カイニ サンプルを使ったデータである。満足は近畿二府四県において四一・ いると言えるだろうか。きちんとしたサンプリングをした比較的多い 一パーセント、その他の地域三四・七パーセントと違っているように見 表3から食生活満足度は、近畿二府四県とその他の地域で違って

表3 食生活全般への満足度と地域のクロス表

地域 合計 近畿2府4県 その他の地域 度数 76 294 370 満足 地域の% 41.1% 34.7% 35.9% 食生活全般への満足度 345 度数 66 411 やや満足 地域の% 35.7% 40.7% 39.8% 度数 34 160 194 どちらともいえない 18.4% 18.9% 地域の% 18.8% 8 38 46 度数 やや不満 地域の% 4.3% 4.5% 4.5% 度数 10 11 不満 地域の% 0.5% 1.2% 1.1% 185 847 1032 度数 合計 地域の% 100.0% 100.0% 100.0%

る。この数値は2分布の一・九六と同じである。もしも、多重検定が きいと高頻度のセル、マイナスニ・〇より小さいと低頻度のセルとな 小を確定する(残差分析)。調整済み残差の値がプラスニ・〇より大 このような時は調整済み残差というものを使用して個々のセルの大 ス集計表では、個々のセルの大小について言及するのは早計である。 になれば個々のセルの大小について言及できるが、例えば二×三のクロ 二×二のクロス集計表の場合、カイ二乗検定によって統計的に有意 気になる場合は、有意

ーセント近くになるほど有意にならないことが多い。

(3)クロス集計表の調整済み残差

るように見えても、統計的に有意とならないことが多い。特に五〇パ

る必要はない。 で、あまり神経質にな はなく、平均値との差 をとっているので十分 ればいい。調整済み残 ンユローニの調整をす 度の決め方についてボ コンサバティブであるの 差は他のセルとの差で

がある。違いを探るのに、 の満足度が異なってい り年代によって食生活 残差を使う(表4)。 よくパーセンテージを るということに有意差 と年代の関連性、つま 調整済み残差の絶対 計学的には調整済み 見て解釈している。統 食生活への満足度

表4 食生活への満足度と年代のクロス表

				A+1				
			20代	30代	40代	50代	60代	合計
		度数	49	63	78	83	97	370
	満足	年代の%	40.2%	27.0%	34.4%	34.9%	45.8%	35.9%
		調整済み残差	1.1	-3.2	-0.5	-0.4	3.4	
		度数	42	98	98	98	75	411
	やや満足	年代の%	34.4%	42.1%	43.2%	41.2%	35.4%	39.8%
食		調整済み残差	-1.3	0.8	1.2	0.5	-1.5	
生		度数	20	52	40	48	34	194
	どちらともいえない	年代の%	16.4%	22.3%	17.6%	20.2%	16.0%	18.8%
満		調整済み残差	-0.7	1.6	-0.5	0.6	-1.2	
食生活への満足度		度数	7	16	9	9	5	46
	やや不満	年代の%	5.7%	6.9%	4.0%	3.8%	2.4%	4.5%
		調整済み残差	0.7	2.0	-0.4	-0.6	-1.7	
		度数	4	4	2	0	1	11
	不満	年代の%	3.3%	1.7%	0.9%	0%	0.5%	1.1%
		調整済み残差	2.5	1.1	-0.3	-1.8	-0.9	
	合計	度数	122	233	227	238	212	1032
	口前	年代の%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

違ってくるので、見かけのパーセンテージだけで判断するのは間違って は見えない。このようにサンプルサイズによって有意になるかどうか 代に満足が多いように見える。また、二〇代の不満は特に多いように 的に言えることである。パーセンテージだけを見ていると、例えば二〇 二・五と高く、三〇代のやや不満が二・〇と高い。この四点が統計学 と高く、三〇代の満足はマイナス三・二と低い。次に二〇代の不満が 値が二・〇以上のところをチェックすればよい。六〇代の満足が三・四

(4)効果量

PSS 出力 は ら (ファイ)係数そのもの、それ以外ならクレーマーの>またはカイ この点を判定するのが効果量である。クロス集計表の場合、二×二な |乗値を使って求める。SPSSでは||×||のクロス集計表以外でも が出力されるのでそれを使う。前ページの表4のデータに対するS 有意な連関があったとしても十分に連関があるとはかぎらない。 係数= ○・一八一である。

というところか 研究の発表論文においては小が多いことをまず考慮すればよい。こ きレベルのものとは言えないが、主張を引っ込める程度とも言えない こでの効果量も小である。効果量が小さいのであまり強く主張すべ るかということは分野によって異なる。その目安がない場合、心理学 し、この効果量は小ということになる。どの程度の効果量が求められ 効果量≥は、小 ○・一以上、中 ○・三以上、大 ○・五以上と解釈

効果量を同時に考えることによって実質的な意味なく、有意になっ た場合を排除できる。 サンプルサイズが大きいと、カイ二乗検定は有意になりやすいが、

(**5)高次のクロス集計表および探察(** catdap02)

する方法を説明する。 形モデルを使うことになる。ここでは、catdap02を使って関連を探索 常のカイ二乗検定とは別の手法を使う必要がある。例えば対数線 二元クロス集計表より高次のクロス集計表の連関を知るには、通

男女に違いあり、年齢差があると分かっている時、男女差と年齢差

う。 年齢ではどちらのほうがその項目 分析』共立出版、一九八五)が役に 元慶行。カテゴリカルデータのモデル **うなことを考える時、catdap02(** 坂 に関連しているのだろうか。このよ さらに交互作用がないなら、男女と 作用を考慮しなくても十分なのか。 よくデータを説明できるのか、交互 交互作用を考慮したほうが、より 問を持たないだろうか。つまり男女 はどういう関係なのだろうかと疑 ×年齢において交互作用があるのか。

を計算する。AICのもっとも小さ catdap02はAIC(赤池情報量)

ので是非一読をおすすめする。 ゼロ以下の変数および変数の組み合わせに注目すればいいので、多 ICが小さい場合は、二変数同時にクロス集計表に使ったほうがいい る。AICは自由度が大きい場合にペナルティを与えるようにしてい いモデルが最適モデルである。クロス集計表の分析の時は、AICがマ くの変数があっても目的変数と関連のある変数をすぐに割り出す るので、説明変数二変数を使って、そのうちの一変数の場合よりもA と説明変数を一〜三使った場合のクロス集計表のAICが出力され イナスになる変数の組み合わせが、連関があるものである。目的変数 カニズムは違うが、カイ二乗検定の結果と似た結果をだす。AICが ことができる。坂元(一九八五)を読めば、いかに便利な道具か分かる ことになる。つまり高次交互作用が有意となる。カイ二乗検定とメ

がないということになる。 と解釈できる。逆に二以下だとどちらのモデルを選んでも大した差 AICに二以上の差があれば、その二つのモデルは有意な差がある

食生活への満足度を目的変数、性と年代を説明変数としてcatdap02

	Subsets of E riable = 食満	Explanatory Varia 足度	ibles
explanatory	variables	number of categories	AIC
年代		5	-0.03
		0	0.00
性		2	4.76
年代	性	10	20.07

図3 catdap02出力

っているが、通常は極めて似た結果が出る。 spss/spss.html#catdap22)処理をすると図3の結果を得た。この な交互作用もチックできるので便利である。なお、SPSSのスクリ 次交互作用もチックできるので便利である。なお、SPSSのスクリ 次交互作用もチックできるので便利である。なお、SPSSのスクリ 次交互作用もチックできるので便利である。なお、SPSSのスクリ 次交互作用もチックできるので便利である。なお、SPSSのスクリ であり、あまり意味がないが、 に高 であり、あまり意味がないが、 に高

生活意識調査の

意義

年同様の項目を使った調査をして変化を見ている。 生活意識調査は、マーケティングのサイフグラフィックスにもっともよく似ている。しかし、生活意識調査はそれよりも刹那的に一回ごとする因子と変化しない因子に注目しているマーケティングの研究は一時的な現象にも注目する。生命保険文化センターのングの研究は一時的な現象にも注目する。生命保険文化センターのからの使い捨て調査のようになっている。それは、継続的に同様の調査をかるうという意志なしに調査を行っていることが多いからである。ただし、JNNデータバンク、http://www.jds.ne.jp/jnnlist.htm)は、毎年同様の項目を使った調査をして変化を見ている。半時の視点がない場でして、JNNデータバンク、http://www.jds.ne.jp/jnnlist.htm)は、毎年同様の項目を使った調査をして変化を見ている。半年の視点がない場というという意志なしに調査を行っていることが多いからである。ただし、JNNデータバンク、http://www.jds.ne.jp/jnnlist.htm)は、毎年同様の項目を使った調査をして変化を見ている。

りできない。研究の一貫性や強固さを尺度構成法や統計学に求め心理学やマーケティングの学問的研究の場合、継続的研究はあま

ることになる。その手法の一部を本稿の後半に紹介した。

をすれば、より有益なものとなる。ですれば、より有益なものとなる。のだから、もう少しの努力なのか、そうかもしれないというレベルで止まるのではないが。探索的も統計学もきちんと使っていない場合どうなるのであろうか。そうこの両者が組み合わさったものが望まれる。一回限りで尺度構成この両者が組み合わさったものが望まれる。一回限りで尺度構成

あろう。あろう。で変わってしまう意識として認識したほうがいいでから、場面、場面で変わってしまう意識として認識したほうがいいで点を持っている。それを生かすべきであろう。さらに生活ということとらえ方は学問的に堅苦しくなく、時代とともに変化するという視どんな一貫性を考えるかがキーポイントである。生活意識という

国 の要があるほうが、意味があると考える。 の要がある。しかし、それでも何も他に調査がなければ実際のデ査では無意識に嘘をついてしまうものだということを頭にいれておは明らかにならない面があることに注意を払うべきである。意識調査では明らかにならない面があることに注意を払うべきである。意識調査でられるものだろうか。他の項目との関係から割り出していくとか、深だろう。しかし、そのような微妙な意識を直接聞いて、ちゃんと答えだろう。しかし、そのような微妙な意識を直接聞いて、ちゃんと答えに通知のように建前的に出てくるものではないものを知りたいの価値観のように建前的に出てくるものではないものを知りたいの

堀 啓造(ほり・けいぞう)

理学』(分担執筆、福村出版)。者行動。最近の関心領域は、因子分析、検定力。著書は、『消費者理解のための心者行動。最近の関心領域は、因子分析、検定力。著書は、『消費者理解のための心香川大学経済学部経営システム学科教授。一九五〇年生まれ。研究領域は消費

CEL Sep. 2005