

生活戦略論

勝ち組・負け組論



大阪ガス(株) エネルギー・文化研究所 主席研究員

豊田 尚吾 | Toyota Shogo

■大阪大学経済学部卒。1985年大阪ガス(株)入社。(社)日本経済研究センター、コロンビア大学東アジア研究所、経営調査部等を経て、98年10月より現職。2002～03年度学習院大学経済学部特別客員教授(出向)。博士(国際公共政策)。研究領域は主にエネルギーと環境問題、生活経済、消費者行動論、マーケティング・コミュニケーション。主な著作に「真のグローバル・スタンダードとは」(1998年、東洋経済高橋亀吉記念賞優秀賞)、「地域通貨制度が拓く情報多消費型取引の可能性」(1999年、第5回読売論壇新人賞佳作)など。

1. はじめに

生活に戦略は必要であろうか。ここで言う戦略とは、生活に特定の「目的」を設定し、それを達成するために、個々の施策(戦術)を統合的に管理、運営する姿勢と定義しておこう。ケ・セラ・セラで何とかするのが生活で、企業経営で取り組むような戦略性は必要ないという見方もある。一方で、異なる意見もある。実際、日本経済の成熟化とグローバル化を背景に、雇用にも不安定性が増し、「年収300万円時代の…」とか「金持ち父さんの…」とかいう人生設計、その中でも特にお金に関するノウハウ情報が巷に溢れている。

このような状況の下、本連載における問題意識と仮説は以下のとおりである。“現在、私たちを取り巻く生活のリスクが大きくなりつつあり、このままでは生活の満足感が低下していく恐れがある。生活も目標を持ち、戦略的にその達成を目指すことに意味がある。”

ただし、いきなり生活戦略とは何かといった、迂遠な話をしても面白くない。従って、

まずは生活向上に関わる、本誌の趣旨に合うような統計的なテーマについて、取り上げ、考察していきたい。そのような中で徐々に生活戦略のコンセプトが明らかになってくればよいと考えている。ということで、今回は、少し句を過ぎた感はあるものの、巷の「勝ち組・負け組」論を取り上げてみよう。

本稿のポイントは以下のとおりである。第2節では、考察の切り口を提供する。すなわち、勝ち組・負け組論を、「分類する行為」と位置付け、それ以降の議論を方向付ける。第3節で、分類の可能性と限界、そして必要とされる前提を明らかにする。第4節で、人生の勝ち組・負け組論がその前提を満たしていないことを主張する。そして最後にまとめの考察として、それまでの議論が生活向上にいかに関用可能かについて、多様な情報の整理技術という視点を提供する。

2. 勝ち組・負け組論=データの「分類」

勝ち組・負け組論は、文字どおり対象を勝

ち組と負け組に二分するものである。例えば、企業の業績を基に、好調な勝ち組企業と、将来不安のある負け組企業に分けているものが目に付く。実際、企業は競争環境下におり、生き残れるかどうかは切実な問題である。従って、評価方法の妥当性は別として、勝ち負けを議論することにそれほど違和感はない。

しかし、勝ち組・負け組の面白おかしい部分が一人歩きしてしまい、本来勝ち負けを云々することに疑問があるような対象にまで議論が広がってしまっている。端的なのが、人に対する勝ち組・負け組論だ。「勝ち組になるための何ヶ条」とか「アンタは負け組で私は勝ち組」（某芸能人が元恋人に送ったと言われるメール）といったものから、果ては「モーニング娘。」のメンバーで誰が勝ち組で、誰が負け組かといったネット上の議論までである。

勝ち組・負け組に限らず、物事を二分法で捉えようという試みは、今までにも何度も繰り返されてきている。最近でも「金持ち〇〇、貧乏××」や「〇〇する人、しない人」、古い話で言えば、マル金、マルビというのもあった。二分法は分かりやすいというメリットを持っている。それでこのように多用されていることは間違いない。

一方で、分かりやすすぎて、そこには落とし穴があることも多くの者は理解している。それを反映してか、マル金、マルビにしても、既にそれは死語となっている。大概の二分法的流行語は、すぐに廃れ、それらがスタンダードな用語になることはない。そして、また違った形で現れては短い春を謳歌するといったことの繰り返しになる。そこで本稿では、そのメリット、デメリットを少し変わった切り口で理解してみようと考えている。そして、

どのような示唆を得られるかを探ってみたい。

本稿の勝ち組・負け組論に対する基本的な姿勢は以下のように要約することができる。すなわち、勝ち組・負け組論は、いわゆる対象を勝ち組（グループA）と負け組（グループB）に「分類」する行為である。それは、分類されるべき対象が持つ複数の属性情報を多変量解析という形で処理し、2つの集合にまとめてしまうことである。

そう考えると、幾つかの示唆を得ることができる。それは第1に、勝ち組・負け組を論じる場合に満たすべき前提があるということ。第2に、人生の勝ち負けは、グループ化することが不適切なテーマであること。第3に、勝ち組・負け組論を分類の例題と考えることをきっかけに、その便益と弊害を理解できる。これは生活向上の技術として利用可能だ、ということである。次節以降で、これらについて論じていく。

3. クラスタ分析としての勝ち組・負け組論

複数の属性を持った対象（企業、人など）を、幾つかのグループに分類する手法として代表的なものがクラスタ分析である。勝ち組・負け組のようにグループが2つであると議論は簡単になるが、3つ以上のグループ化においても基本的な考え方は同じである。すなわち、複数の属性、つまり多変量データを基に多次元の空間を作り、そこに個別の主体を「配置」する。そして各主体間の「距離」を測定し、近い者を同じグループに入れていけばよいのである。

本誌の読者に対しては釈迦に説法の感もあるがお許しいただきたい。例えば、仮に「M

娘。」といった名前の芸能人のグループがおり、そのメンバーが、卒業した（脱退）者も含め21人いるとしよう。彼女らを勝ち組と負け組に分けるためには、当然判断の材料が必要になる。それが例えば、「歌唱力」という、1つの基準しかないのならば話は簡単である。各メンバーの歌唱力に関する評価を点数として表す。そして点数の高いものから順番に並べ、適当なところで仕切れば、勝ち組と負け組を作ることができる。

仕切り方には、いろいろな方法がある。例えば高得点グループと低得点グループを端から作っていき、真ん中のメンバーは各グループの平均点に近いグループに属するというルールを作れば仕切りを特定することができる。これはクラスター分析の方法論とは異なるが、分かりやすいという意味では採用可能なルールと言えよう。

ただ、これでは特に勝ち組、負け組と名前付けする必要はないのであって、文字どおり

表1 M娘。メンバーの評価基準とスコア

名前	歌唱力	メディア登場	人気	CD売上	事務所力	演技力
A	4	3	3	4	2	4
B	6	2	1	7	1	2
C	7	3	2	7	3	6
D	7	6	6	8	2	3
E	8	10	10	9	10	3
F	5	7	8	8	7	6
G	3	1	2	4	1	5
H	9	1	1	4	1	3
I	1	8	10	5	10	6
J	10	8	8	4	9	7
K	2	5	7	3	5	2
L	5	9	9	10	8	7
M	6	4	6	2	4	1
N	3	3	3	2	3	8
O	2	6	8	5	8	1
P	4	3	4	4	4	8
Q	1	6	9	6	7	1
R	3	3	3	3	2	8
S	5	2	2	1	3	9
T	2	3	3	8	9	7
U	8	4	4	5	8	10

歌唱力があるメンバーとないメンバーを2グループに分けたに過ぎない。

勝ち組・負け組のようなあいまいな分類が意味を持つのは、表1のように、その評価基準が2つ以上ある場合だ（勿論表1は全くの架空の数値である）。例えば、評価基準が人気とメディア露出度だとするならば、2次元平面に各メンバーを配置することができる（図1）。分類するためには、前述のように距離の概念を用いて判断する。2次元平面（人気とメディア露出度をx y平面として考える）ならば、2点間(A(x₁, y₁)とB(x₂, y₂)の距離は $\sqrt{(x_1-x_2)^2+(y_1-y_2)^2}$ で表現できる。

これは一般生活上の距離概念（長さ）と同じであり、直感的に理解可能である。M娘の例（図1）で考えてみよう。実際のクラスター分析においては、距離の取り方や、グループの重心の定義には様々なものがあるが、それを本稿で詳述する紙幅はない。ここでは標準的な方法を用いてクラスター分析を行った。その結果、図2のような、2つの円で囲まれたグループが算出された。図で描くことのできる2指標ならば、その結果の妥当性も直感的に理解できる。

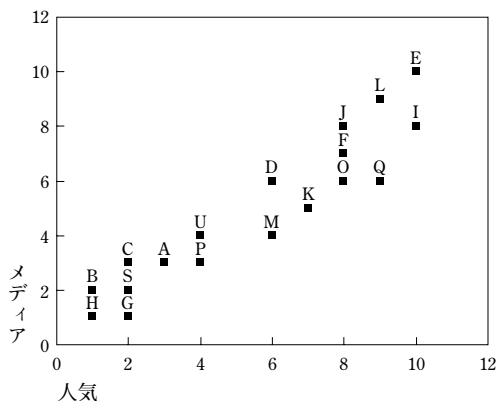


図1 M娘。メンバーの配置

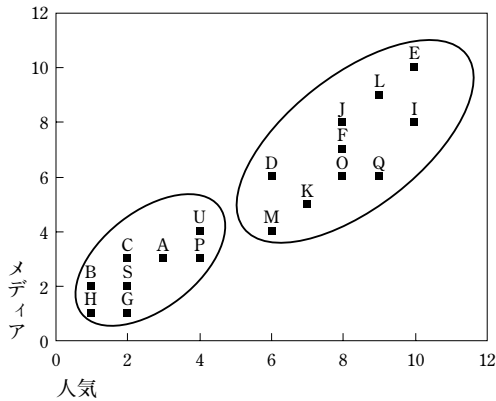


図2 2指標で計算した勝ち組と負け組

3次元以上になると、図示することは難しくなるものの、基本的な考え方は同じである。多次元空間での距離を定義し、その近いもの同士をグループ化していくことだと理解すればよい。世に氾濫する二分法も、厳密ではないにしろ、各人の頭の中でこのような情報処理が行われて、誰が勝ったの負けたのと議論しているのだと本稿は意味付ける。

M娘。の例でも、6つの指標をすべて用いた場合、その結果は表2の3列目（6指標）で表されているようなグループ分けとなる。評価基準が1つのとき、2つのとき、6つのときで、一貫して同じグループに属しているのは21人中、8人だけである。当然の結果とも言えるが、そこに本質的な意味がある。つまり、勝ち組、負け組の議論が意味を持つためには、次の2つの事項に関する合意がある程度成立していないと意味をなさないということである。第1は、その評価基準を何にするかということ。第2は、その評価基準に基づき各主体がどのようなスコアを持っているかということである。そして、当然その評価基準は、勝ち組・負け組を定義付けるのにふ

表2 利用指標ごとの勝ち組と負け組

名前	1指標	2指標	6指標
A	負	負	負
B	勝	負	負
C	勝	負	負
D	勝	勝	負
E	勝	勝	勝
F	負	勝	勝
G	負	負	負
H	勝	負	負
I	負	勝	勝
J	勝	勝	勝
K	負	勝	負
L	負	勝	勝
M	勝	勝	負
N	負	負	負
O	負	勝	勝
P	負	負	負
Q	負	勝	勝
R	負	負	負
S	負	負	負
T	負	負	勝
U	勝	負	勝

注) 網掛けしたメンバーは指標によりグループが変わる者。

さわしいものでなければならない。

モーニング娘。の勝ち負け論に関する、ネット上の掲示板などを見ていると、議論の混乱の原因がそこにあることが分かる。ある者は演技力などの評価を重視し、またある者は事務所の後押しがあるかどうかなどを基に議論しているのだ。このテーマは、モーニング娘。の関係者以外の人にとっては深刻なものではないので、むしろその評価方法の違いを楽しむということでのよいのだと思う。しかし、人を勝ち組、負け組に分けるなどという、当人の尊厳にかかわるような議論を行う場合には注意が必要であろう。特に勝ち組＝とにかく良いと短絡的に理解してしまう場合には、注意が必要である。

4. 勝ち組・負け組論の欺瞞

さて、分類の話から、人生の勝ち組・負け組論に戻ろう。読売新聞の調査（2004/4/28生

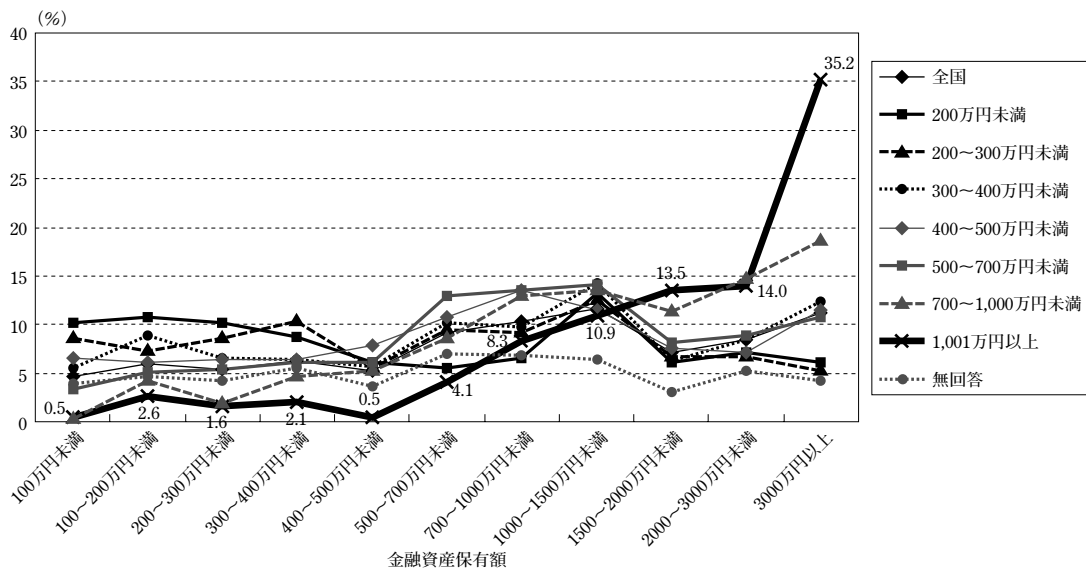
活ふおーらむ 「勝ち組」「負け組」どう思う?)によれば、勝ち組、負け組という言い方に関し、4割は「意味がない」と答え、1割が気になると答えたということである。個人の心の中でも、バカバカしいと思いつつもやはりどこかで気になる。果たして自分は…と思うこともある、というのがよくある姿なのではないだろうか。一方、電通リサーチの調べによれば、「人生の『勝ち組意識』を持つ人の割合が、年収1000万円超の高所得者では過半数と、それ以下の所得層と比べ格段に高い」という結果が出たとのことである。

これに関して論点を3つ挙げるとすると、第1に、人生の勝ち負けを評価するとき、年収、お金という尺度はやはり重要であるということだ。さらに言えば、年収が多い場合には、貯金のような資産も多い傾向がある。

図3は、平成15年「家計の金融資産に関する世論調査」(金融広報中央委員会)のデータである。横軸が資産残高、縦軸がその所得階

層におけるシェアを表す。そこでは年収が多いほど、貯蓄残高が多く、特に年収1000万円以上はその貯蓄も突出している(ただし、年収1000万円「以上」のグループには数億円稼いでいる人もいる可能性があるので、その見方には注意が必要である)。実際、お金は人生における選択肢を増やしてくれるものに違いない。お金持ちと勝ち意識に関係が深いことは容易に理解できる。

論点の第2は、その一方で、お金だけでは勝ち意識を説明し尽くすことはできないということである。年収1000万円超で、自分が「勝ち組」と意識している人の割合は約58%。500万円超～1000万円では30%前後、500万円以下では20%前後とのことだが、1000万円を超えていても42%が勝ちを意識していないし、500万円以下でも5人に1人は勝ちを意識している。アンケート回答時の年収と生涯所得は異なるので、これだけでは所得以外の要因の存在証明には不十分だが、やはり世の中金だ



例) 所得1001万円以上世帯の35%が貯蓄3000万円以上。

図3 所得と貯蓄の関係

けじゃないというのが自然であろう。

第3は、ほかに何が価値意識に影響しているのかである。ここでは人間の幸福感につながる、動機付けの理論を取り上げておこう。マズローの欲求階層理論は有名で、誰でも一度は聞いたことがあるはずだ。人間の欲求は階層構造をなしており、まずは生命を維持するための生理的欲求、次に恐怖を避けたいという安全欲求、これらの「欠乏欲求」が満たされると、「成長欲求」としての、所属・愛情、尊厳・自尊、自己実現への欲求が順に現れるというものである。これは有名な説であるものの、欲求が階層構造をしているとのマズローの仮説は、実証分析で否定されているというトリビア的事実もある。ただ、階層構造かどうかは別としても、様々な欲求を満たさなければ人間は幸福であり得ないという見方は妥当であろう。実際、筆者の知人にも、外資系企業に勤め、人もうらやむような所得を得ながら、その仕事内容に自尊心や自己実現の感覚が持てないからという理由で、自分を幸福とは言えないと断言する者がいる。贅沢すぎると思われるかも知れないが、彼の真剣な表情からは、その苦悩が十分に伝わってくるのである。

本節をまとめよう。人には多様な欲求があり、人生の勝ち負けに影響する尺度の公約数を選び出すことは困難である。前節で述べたように、尺度の選択および、ある尺度の個別のスコアに関するコンセンサスを得ることは難しい。従って、人生の勝ち組・負け組を分類する行為は多数の同意を得にくく、生産的ではない。興味をそそられるから食いつきは良いものの、結局納得性が得られないために持続性はない、と結論付けたい。

5. 生活上の応用可能性

さて、本稿の元々の問題意識は、生活の満足度を高めるような方略を考察することにある。勝ち組・負け組論をデータの分類と位置付けて考察することにより、以下のような示唆が得られた。①分類は情報を整理するための便利な技術である。しかし、多変量のデータ、すなわち評価基準を、無理やり1つの評価にまとめてしまう面もある。従って、その特徴を見極め、適切に使いこなすことが必要である。そこでのポイントは、評価基準の選定と、個別の評価そのものが多数の同意を得られるかどうかにある。②人生の勝ち組・負け組論は不適切な分類の例となる。同様な俗説が巷には多くある。分類の視点を持てば、それらに惑わされることが少なくなる。すなわち、議論の前提(評価尺度や個別の評価)と目的の関係を分析することで、不要な不安感を持たずに済む。冷静な判断で、議論の意味を見極めることが、自律した生活実現のための情報管理を行うことにつながる。③勝ち組・負け組論からの、もうひとつの示唆は、年収など、定量的に把握しやすい評価基準が重視されがちになるということである。逆に、合意の得にくい定性情報は軽視されるという歪みを持ちやすい。しかし、実際は両方重要である。従って、必要なことは、自分自身の評価基準を持ち、ぶれないことである。マズローで言う尊厳などは、把握は容易ではないが、今後一層重要になる価値基準であろう。そうすれば、巷の勝ち組・負け組論も客観的かつ冷静に見ることができる。いたずらに不安になったり妄信したりすることなく、必要な便益だけ吸収することができるようになるのである。