

共同研究に寄せて

所 管：商学研究所

研究期間：平成27年度～平成28年度

研究テーマ：現代社会における消費生活の課題と展望

研究代表者：安田 武彦（本学教授）

研究分担者：関谷 喜三郎（本学教授），藤谷 裕子（本学非常勤講師），

河口 雄司（本学非常勤講師：平成27年度），

松本 竜一（本学非常勤講師：平成28年度）

研究の目的・概要

日本経済は大きな転換点にある。少子高齢化が問題となってきたが、2020年以降には人口が急速に減少していく人口減少社会が到来する。国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」における出生中位(死亡中位)推計を基に見てみると、総人口は、2030年(平成42年)の1億1,662万人を経て、2048年(平成60年)には1億人を割って9,913万人となり、2060年(平成72年)には8,674万人になるものと見込まれている。また、生産年齢人口(15～64歳の人口)は2010年(平成22年)の63.8%から減少を続け、2017年(平成29年)には60%台を割った後、2060年(平成72年)には50.9%になるとなるのに対し、高齢人口(65歳以上の人口)は、2010年(平成22年)の2,948万人から、第二次ベビーブーム世代が高齢人口に入った後の2042年(平成54年)に3,878万人とピークを迎え、その後は一貫して減少に転じ、2060年(平成72年)には3,464万人となる。そのため、高齢化率(高齢人口の総人口に対する割合)は2010年(平成22年)の23.0%から、2013年(平成25年)には25.1%で4人に1人を上回り、50年後の2060年(平成72年)には39.9%、すなわち2.5人に1人が65歳以上となることが見込まれている。(平成24年度情報通信白書より)

このように、日本では、今後、人口減少と少子高齢化の急速な進展が現実のものとなり、この中で新たな経済成長に向けた取組が不可欠となる。少子高齢化による人口減少により、消費生活は大きな影響を受けることが予想される。ライフステージごとに消費構造が変化していき、結果的には市場は縮小化し、多くの産業や企業に影響を及ぼす。消費支出項目別で見れば、団塊ジュニアが子育てを終える20年以降、教育費が最も激減していくことがわかる。あわせて消費を牽引してきた30代前半までの人口が減少し、逆に消費支出に占める割合の低い高齢者人口が増加する。外食、通信、運輸といった産業での支出減少が顕著となっていく。

高齢化が進行することにより、医療、介護、ヘルスケア関連の需要は増加する。マンション建設などの住宅関連産業は大きな影響を受けるが、住宅設備の維持・修繕などは増加が見込まれている。このような高齢者向けの市場も、高齢者人口の増加が落ち着き、減少に転じ始める25年から30年あたりまでがピークとなる。それ以降は、すべての消費項目が減少する。結果として消費支出全体は20年を境に減少に転じると予想されている。

さらに消費生活は経済のグローバル化の中で大きな影響を受けている。消費生活を支え

る所得の不平等化が進行しており、他の先進国同様に、中間所得層が没落し始めている。格差の拡大は、生活保護受給者・受給世帯の増加、相対的貧困率の上昇などからもみることができるといえる。また従来はアッパーミドルに位置していた弁護士や公認会計士といった「士族」も所得の減少に苛まれている。

このように日本の消費生活を取り巻く環境は激変しており、この変化は今後、むしろ加速して行くと予測されている。そこで本研究では、このような消費生活の現状を多面的に調査し、課題点を明らかにして、消費経済を改善していくことを目的とする。

研究の結果

①研究の総括

研究目的を達成するために、研究代表者と分担者が、それぞれの専門分野から平成27年度と28年度に調査・研究を行った。各年度の研究活動を研究者ごとに総括する。

平成27年度において、研究代表者の安田武彦と分担者関谷喜三郎は「消費需要の低迷と所得変化」に関する研究を行った。関谷はマクロ経済学の視点から、安田はミクロ経済学の視点から、雇用形態の変化にもとづく賃金の二極化や高齢者の消費動向を調査し、経済活動の安定化を左右する消費需要の動きを分析した。分担者河口雄司は「増加する外国人観光客の消費問題」を調査し、訪日外国人の特性を分析した。分担者藤谷裕子は「地球温暖化が消費生活に及ぼす影響」に関する調査を行い、消費生活に及ぼす影響とそれを解決するための方策について考察を行った。

平成28年度は、研究代表者安田は「文化の消費需要と過疎地コミュニティ再生」というテーマに関する調査を行い、現代アートによる地域再生について考察した。高齢化し過疎化する農村や漁村の再生にアートプロジェクトを活用する試みが地域再生という点で成功した要因を分析した。分担者関谷は消費需要の動向を適切に把握するために、年代別の消費動向に着目して消費需要の構造的変化の分析を行なった。分担者藤谷は北九州スマートコミュニティ創造事業を調査し、「消費生活とエネルギー問題」の研究を行った。分担者松本竜一は「芸術と消費生活」に関する研究を行った。アート・マネジメントにおける創造的な消費者という視点から、現代社会の消費生活における芸術と消費の関係性について考察した。

平成27年度、28年度ともに研究代表者と分担者は、日本消費経済学会の研究大会において報告を行い、商学部商学研究所共同研究における研究成果の一部を全員が公表した。

②研究テーマと各論文の位置づけ

代表者安田は、知識経済化、情報経済化が急速に進展しているなかで、消費経済の発展における文化産業の役割に着目した。現代の消費の動きを捉えるには、年代別の消費動向に注目する必要がある。モノに対する消費が低迷するなかで、全体としては消費需要の安定化が見られることから、人々の消費の焦点がモノ以外のものに移っているといえる。そこで、注目すべきは、モノからコトへの消費構造の変化の可能性である。特に消費が旺盛な若年層において、芸術・文化への消費が増加していることが分析された。経験経済を発展させるためには、コトを創造する文化産業の発展が不可欠である。この文化産業の発展には、所得を生み出し経済を成長させる経済資本、コミュニティの維持形成にかかわるソー

シャル・キャピタル、人々の精神を鼓舞する文化資本の3つを組み合わせることが重要であることが調査によりで判明した。この調査研究による成果をもとにして、文化産業を発展させる文化産業政策の方向性に関して分析を行なった。その成果の一部が、論文「文化産業の発展と文化産業政策の役割」である。

分担者関谷と河口は、2年間のわたる消費経済に関するマクロ経済学からの調査・分析を論文「消費需要のマクロ経済分析」としてまとめた。現代社会における消費生活の課題のひとつは、経済の持続的な成長とそれにもとづく消費需要の安定化にある。マクロ経済の視点から見た場合、景気動向と総需要の間には密接な関係があるが、その総需要のおよそ6割は消費需要が占めている。したがって、消費需要の安定的増加は経済活動の安定化にとってきわめて重要であるといえる。

本論文では、経済の安定的な成長を左右する消費需要の動向に焦点を当てて分析を進めた。そこで注目したのは、雇用と賃金の動向である。消費の動きを左右するのは所得であるが、所得を決める最も重要な要因は雇用と賃金である。通常、景気が上向き雇用が増えるにしたがって賃金も上昇する傾向にある。しかしながら、近年、景気回復に伴って雇用が増えているにもかかわらず、賃金は上昇傾向を示していない。結果として、景気が回復基調にあるにもかかわらず、消費需要は低迷している。

景気が回復している中で賃金が伸びない理由は何か。論文では、この点に注目しながら、賃金が伸びない理由を企業経営の観点から分析した。さらに、消費需要の低迷の要因を家計の将来所得の不確実性にもとづく消費行動と関連させながら、各種の統計資料を用いて解析した。

今日、景気変動に対して家計の経済的耐久力は低下しているように思われる。そのために、国内・国外のさまざまな経済的ショックに対して、家計消費は容易に低迷する傾向にある。こうした消費の不安定化が経済成長を脆弱なものにしていると考えられる。本論文は、こうした問題に対して一定の解答を導き出すことを課題として、マクロ経済の視点から分析を行った。

分担者藤谷は、消費経済を環境問題の視点から2年間研究し、「地球温暖化が消費生活に及ぼす影響」というテーマで研究ノートとしてまとめた。地球温暖化が現代社会の生活者の消費生活に影響を及ぼしている。地球上で生活していく上で温室効果ガスは必要であるが、人為的な活動によって排出される温室効果ガスは高い温室効果があるため、地球温暖化の原因となる。温室効果ガスの9割以上を占める二酸化炭素の排出量を削減するために様々な取り組みが行われている。

現代社会において生活者が生活していくためには、エネルギーを消費することが不可欠である。しかし、そのエネルギーを生み出す際、もしくはエネルギーを使用する際に二酸化炭素(CO₂)が発生し地球環境に負荷を与えて地球温暖化を促進する結果となっている。ただし、日本は人口減社会・高齢社会に入っている。エネルギーを消費する人数が減るので、必要なエネルギー量は減少し発電量も減少していくことが考えられる。

日本の大量生産・消費システムの見直しも必要となるかもしれない。実際に、大量のエネルギーを消費して大量の食品を生産するが、多くの食品が賞味期限切れのため大量のエネルギーを消費して廃棄されている。フードバンクのような試みがなされているが、まだ

一部である。大量生産した食品をいかに合理的に消費していくかということを考えなければならぬ。地球温暖化の影響は、生活者の衣食住すべてに及んでいる。地球温暖化を抑制するためには、地球環境に負荷を与えないエネルギーの生産・消費について考える必要がある。消費者・生活者一人一人だけでなく企業もエネルギー消費量やCO₂の排出量の減少に務め、CO₂排出量の抑制をビジネスと結びつけて考えていくべきである。

分担者松本は28年度に消費経済をアートの視点から調査し、論文「共創されるアートの消費」として発表した。研究は既存のアート・マネジメントを拡張することを目的とした。そこで、消費者がどのようにアートと向き合っているのかについて考察するために、その消費の舞台である日常生活の構造についてシステム論を用いて分析した。そして、日常の動的な構造を明らかにしていくことで、人々の相互作用と日常の構築過程について検討した。また、マーケティングの観点からアートを分析するために、サービスとアートの関係を探り、アートの価値共創について示した。以上を踏まえながら人々がアートを用いて日常を豊かにしていくという実践に着目することがアート・マネジメントにとって重要であることを検討した。そして、アートを共創の概念から捉え、日常の構築とアートの消費の関係性について試論的に考察を行った。

研究課題である現代社会の消費生活なかんずくアートと消費について考察するために、本論文ではアート・マネジメントにおける創造的な消費者という視点から分析を試みた。アートは現代の人々の生活の中のあるあらゆる場面に入り込んでいると言って良いだろう。なぜなら、自らの生活世界を豊かにする手立てとして、人々は自分の可能な範囲でアートを取り入れていくからである。この自らの手立てで生活を作り上げていくプロシューマー的な振る舞いこそが、現代の消費を捉えるために必要な視点であるといえる。本研究を通して得られる示唆は、日常生活の構築とアート消費の相補的な関係である。アートの消費欲求がアートから喚起されるとは限らない。全く違う何かがアートを求める要因になり得る。また、日常という世界の維持のためにアートを取り入れたりもする。すなわち、アートの消費と日常の構築が相互作用しあっているのである。この点から、アートの消費を促進させるためには、消費者の知的ブリコラージュによって構築されていく連想のネットワークに着目する必要があると考えられる。今後の課題は、この構造の詳細を究明することである。