慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	成熟社会における状況対応型消費者行動の分析：重層的非決定型モデルと 双対尺度法の適用
Sub Title	
Author	桑原, 武夫(Kuwahara, Takeo)
Publisher	慶應義塾大学大学院社会学研究科
Publication year	1993
Jtitle	慶応義塾大学大学院社会学研究科紀要：社会学心理学教育学 (Studies in sociology, psychology and education). No.38 (1993.)
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	学事報告：学位授与者氏名及び論文題目：博士
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000038-0095

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

学事報告

学位授与者氏名及び論文題目

修　士（平成5年2月）

社会学修士（社会学専攻のもの）

第 721 号　禅野　美帆　メキシコ・インディオ社会における村落－都市関係の変動過程　―サン・マルティンの事例から―

第 722 号　大野　靖子　文章完成法テスト（SCT）を用いたパーソナリティの評価についての研究

第 723 号　榎田　一恵　現場で働く心理臨床家　―その現状と専門性―

第 724 号　小牧　幸代　インドのムスリム社会における聖者信仰　―ニザームディーン廟を中心に―

第 725 号　鈴木　典子　SELF-ESTEEM についての一考察　―自尊感情尺度と自己受容尺度の実証的研究を通して―

第 726 号　関　　薫子　グローバル時代の開発教育

第 727 号　伊藤　絵美　日常生活場面におけるメンタルヘルス的問題解決スキーマの形成

第 728 号　岡　　弘子　消費者行動における先行知識要因

第 729 号　小川　政英　わが国労働者の「職場と家庭の関係」(Work & Family Interface) に関する基礎的研究

第 730 号　梶原三津子　美容外科患者の心理構造

第 731 号　假屋雄一郎　神社・小祠祭祀と修験道　―岩手県宮古市牛伏の場合―

第 732 号　木島　伸彦　小・中学校教員におけるバーンアウトとソーシャル・サポートの効果に関する研究

第 733 号　柴田　義人　事例研究法による高等学校中途退学者の進路形成過程把握の試み　―大学入学資格検定受験者の場合を中心に―

第 734 号　関口　里華　在日外国人の異文化適応教育の考察　―異文化コミュニケーションギャップとその対応―

第 735 号　福迫　昌之　放送の公共性　―公共概念の新たな視座を求めて―

第 736 号　三島　一郎　セルフ・ヘルプ・グループの機能と役割　―その可能性と限界―

第 737 号　武者根理子　ニュージーランド・マオリの集団形成とアイデンティティの原理

教育学修士（教育学専攻のもの）

第 738 号　塩入　亮一　近代日本の国語・言語教育にみる児童観の変遷

第 739 号　藤野　純子　嘉悦孝子の教育思想とその実践　―日本女子商業学校を中心として―

第 740 号　白　　京姫　日本短期滞在の韓・日二言語併用児における言語特徴

第 741 号　陸　　立群　教育者としての魯迅

博　士（平成4年度）

社会学博士

甲 第　　号　桑 原 武 夫

成熟社会における状況対応型消費者行動の分析
―重層的非決定型モデルと双対尺度法の適用―

〔論文審査担当者〕

主査　慶應義塾大学総合政策学部教授　大学院社会学研究科委員社会学博士　井関　利明

副査　慶應義塾大学環境情境学部教授　大学院社会学研究科委員　高橋潤二郎
副査　慶應義塾大学文学部教授　大学院社会学研究科委員社会学博士　青池　慎一
副査　慶應義塾大学文学部助教授　小林ボオル

内容の要旨

本研究の目的は，近年の社会環境の変化につれて，その様相が変わってきた消費者行動の特徴を記述するとともに，変化の原因を考察することから，計量的に分析する方法を提示することにある。本論文は，序論と8つの章から構成されている。以下に各章の論点と概要を示す。

序論では，これまでに行われてきた消費者行動研究の歴史の中で想定されてきた消費者像の変遷を，それぞれの説明に用いられてきた変数やモデルをあわせてレビューした。この作業を通じて，人間行動としての消費行動を研究する意義を考察するとともに，本研究において消費者行動を考察する際の基本的視点を明らかにした。

社会がその豊かさを増してくる過程において，消費者は，受動的な姿から，自律的な消費者像へ，さらには，価値観や嗜好を消費に反映させて，多様化変化・個性化の度合いを深めてきたこと。こうした変化に対応して，その説明のための理論も経済学的な図式から，行動諸科学を援用したアプローチを展開，さらには，複数の説明図式の並存を積極的にみとめるセグメンテーション，中でも，心理的変数を重視したライフスタイル分析が提案，多用されるに至った流れを整理した。

第1章においては，本論文において検討する問題の所在について述べた。序章で検討したライフスタイル分析に対して，近年，少なからぬ批判が寄せられていることを出発点とする。

そうした批判が，以下に述べる2つに分類できること，そして，それらが，一方の解決のための努力が，他方の問題の度合いを深めるといった関係にあり，閉塞状況にある点を指摘した。第1の批判は，ライフスタイル分析を適用した調査研究の扱う被説明要因ごとに，独自の説明類型が構成される傾向が強まっており，相互の参照性と分析の安定性の低下を招いている。したがって，消費者の総合的な理解につながる情報をもたらさないということに対する批判である。しかしながら，調査研究間の参照性を確保するために，共通の汎用的な類型による説明によっていては，十分な説明力がえられなくなってきた，というのが2つめの批判である。こうした検討を通じ，消費者行動研究において，この2つの批判による要求を同時に満たす分析の枠組みと方法が求められている点を示した。また，本研究とは，別の枠組みから，上記の問題の解決をめざしたと考えられるいくつかの試みについても概観するとともに，それらのいずれもが十分な成果をあげえていない点についても言及した。

第2章では，本研究における目的を整理して述べた。

第3章では，第2章において述べた目的のために，本論文においてとる方法を示した。

第4章では，前半において，かつては，有能に機能してきたライフスタイル分析が，第1章で述べたような批判を受けるようになった原因が，分析方法自体の不備にあるのではなく，説明対象である消費者の行動が変化し，そのもつ前提や，分析手続きが，適合しなくなったことにあると主張した。そして，この点を具体的に明らかにするため，近年の日本の消費者をめぐる環境の変化を整理した。文献研究と調査データの分析によった。

産業化のさらなる進展と，それによってもたらされる豊かさを背景として，都市化，社会の共通目標と生活設計のためのモデルの喪失，中心の分散と個別化の進行，婦属集団の多様化，余暇時間の増大，市場に供給される商品の増加・差別化の極限化と消費者によるニーズの無自覚化，規範の緩みなどといった変化が引き起こされ，それらが相俟って，人々の行動の一貫性を低下させる方向に作用してきている点について述べた。これとともに，このような変化が，近年の日本における消費者行動の観察結果とも符合しており，状況や生活場面，あるいは，選択する商品やサービスによって，その行動様式，選択原理を変えるといった傾向が強まっていること，すなわち，井関（1991）が重層的非決定型モデルとして提唱した消費者像に結びつくことを論証した。

第4章の後半においては，前半において得られた知見と，ライフスタイル分析の方法を詳細に照合することによって，上記のような消費者の分析に，ライフスタイル分析のもつ前提や分析手続きが不適合であることを具体的に示した。同時に，第1章で検討した2つの批判が，ここに起因することを論証した。このような検討を通じて，状況対応型の行動をとっている消費者を記述し分析するための方法がもつべき必要条件を明らかにした。

第5章では，第4章において提示された要件を満たす方法についての，いくつかのアイデアを提示し，その得失を論理的に比較検討した。これによって，本研究において提示する，双対尺度法を活用した度数表分析が，第4章の前半において見いだした，近年に特徴的な重層的

非決定型の消費者モデルに適合し，それを記述し，理解するために有効である点を示した。

第6章においては，第5章で提示した度数表分析の有効性を，調査データを用い，ライフスタイル分析による結果と比較検討してゆくことによって，実証的に確認した。

食生活，衣生活，および，金融機関の利用と金融商品の選択についての3種類の消費者調査データを用いて，それぞれに数種類の被説明要因を設定し，それを，従来のライフスタイル分析と，度数表分析の双方で分析し，その結果もたらされる情報について組織的に比較するという方法によった。これらの作業を通じて，選択する商品やサービス，選択場面によって，その行動基準を変えているという重層的非決定型の消費行動が実際に観察されること，度数表分析は，それに対応し，いずれの被説明変数に対しても，寄与する説明変数の部分集合と，その関係がもたらす情報を柔軟に変更することによって記述，説明することが可能である点を見いだした。これに対し，従来のライフスタイル分析による説明が有効であったものは，類型構成に用いた因子が，当該被説明要因に寄与する変数であった場合に限られることも明らかとなった。これにより，ライフスタイル分析が，個々人が確固としたスタイルをもっており，どのような生活場面においてもそれが反映されるような状況において有効であった方法であると位置づけられ，第4章における検討を考え合わせれば，次第にその重要性を減じてゆくと考えられる点についても言及した。

さらに，経験的調査データに，度数表分析を適用してみるという作業を通じて，ライフスタイル変数だけでなく人口統計学的な変数をはじめとする個人属性変数もまったく等価に組み込むことができること，説明変数と被説明変数の非線形的対応関係も表現できること，比較的少数のサンプル数でも分析が安定すること，といった運用上のいくつか利点を見いだした。

第7章においては，第6章における結果の検討をふまえて，総合的な討論を行った。第4章で指摘したような状況対応型の消費者行動を記述，説明できる仕組みを度数表分析が備えており，第1章においてみた，ライフスタイル分析に対する2つの批判に答えうるものであり，第2章において述べた目的を達成している点について確認した。それとともに，度数表分析の，消費者個人を分析の単位をしないという特徴が，これまでの分析枠組みとは異なっており，第4章において検討した消費者の構造的な変化と対応していることを示した。このような論点を通じて，本研究の役割および将来の展望について述べた。

第8章には，本論文の作成に用いた参考文献を示した。

論文審査の要旨

1. 本論文の主旨

学位請求者桑原武夫君は，消費者行動研究の分野では，すでに新進気鋭の革新的研究者として広く知られている。今回提出された学位請求論文「成熟社会における状況対応型消費者行動の分析——重層的非決定型モデルと双対尺度法の適用——」は，同君の約8年にわたる膨大な研究成果を集大成したものであり，革新的かつ意欲的な試みを数多く含んでいる。

1960年代以降の経済成長にともない，日本社会はさまざまな側面において，急激な変貌をとげてきた。それに呼応して，人々の価値観，意識，態度・行動パタンもまた急速に変化してきた。とりわけ，価値意識の変化が集約的に表現される消費者行動の面では，いくつかの段階を経て，行動パタンの質的転換がきわめて明瞭な形で観察されるようになった。こうした消費者行動の質的変化のため，研究者たちの間では，従来からの理論モデル，説明原理，分析技法の有効性をめぐって活発な議論がかわされ，新しいより有効なモデルや技法を模索する試みがおこなわれつつある。

本論文は，そうした新しいより有効なモデルと技法を求める試みの一つである。著者は，従来からの消費者行動研究をレビューし，とりわけ近年盛んにおこなわれたライフスタイル・アプローチをとりあげ，その限界を理論的および経験的に詳細に検討する作業から本研究を始めている。本論文の主要部分においては，成熟段階における消費者行動の顕著な変化，なかでも個人の自我や行動型における一貫性・統合性の喪失に着目し，新しいモデルとして「重層的非決定型」消費者が定式化される。そしてそのモデルが示唆する多様かつ複雑な態度・行動特性を，効果的かつ効率的に分析するために，新たに「度数表分析」という「双対尺度法」を活用した手法を開発・提案する。さらにその手法を，食料品，衣料品，金融機関の選択行動などをめぐる消費者行動調査のデータ分析に適用し，その有効性が実証的に検討されている。

本論文の主要な論点は，以下のようなものである。従来の消費者行動研究やライフスタイル・アプローチにおいては，被説明変数のいかんに関わりなく，説明変数は

一定とされ，また説明要因としてのライフスタイル類型も独立に構成されていた。これは，個人行動の，状況・場面を超えた一貫性ないし統合性を前提として初めて許されることである。しかるに，現代成熟社会の状況は，社会的・文化的規範や拘束の弱まりや，個人の集団への重複所属の増大から，個人の行動パタンは多様化し，状況・場面ごとの行動原理の使い分けが，ごく普通に観察されるようになってきた。こうした消費者の記述・説明には，上記のような従来の分析方法がもつ前提は，明らかに不適合であり，新たな分析枠組みと方法とが求められている。

以上のように，本論文の主意は，成熟社会における多様化した消費者像を前提に，それを状況・場面との関連のもとに分析する新しい手法を考案し，その有効性を実証して，従来の消費者行動研究に軌道修正を迫る意欲的な試みである。

2. 本論文の構成と内容

学位請求論文は，「主論文」，「資料」，「副論文」の3巻からなる大部な労作である。

主論文は，序論と8つの章から構成され，その内容は以下のようである。

序論「消費者行動の変化と人間社会の変化」では，従来の諸研究を論評し，それぞれの研究が暗黙に，あるいは明示的に想定している消費者像の変遷に焦点をあてている。社会・生活環境の変化とともに，消費者は，より能動的に，より多様になってきた。こうした変化に，消費者行動の研究者たちは，その取り扱う変数をふやし，モデルを複雑化するという対応を行ってきており，複数の説明方式の並存を積極的に認めるライフスタイル・アプローチに到達した。著者は，この傾向を説明変数の多様化であると同時に，被説明変数の多様化であると指摘し，この経緯を整理する作業を通じ，本論文において人間行動としての消費者行動を研究する意義と，その基本的視点を明確にしている。

第1章の「問題の所在」では，問題を構成する背景が述べられている。多様化した消費者行動をとらえる枠組みとして提案されたライフスタイル・アプローチに対し，近年，その有効性に疑問が呈示されつつあることを出発点としている。問題点は以下の2種に大別される。第1は，調査や研究ごとに，独自のライフスタイル変数群を用い，独自のライフスタイル類型を構成する傾向が強まっていること。これに対し著者は，研究間の相互参照性と分析の安定性を低下させ，消費社会の総合的理解につながる情報をもたらしにくいと指摘する。この問題を回避するためには，ライフスタイルを判別する変数群を共通化し，汎用の類型による説明を行うことが必要であるが，近年の諸研究の結果は，そうした説明法によっても，十分は説明力が得られないことを示している。これが，第2の問題点である。第2の問題点を解決しようとする努力が，第1の問題点を深刻化させ，逆に，第1の問題点の解決策は，第2の問題点の原因となるという関係があり，消費者行動研究が閉塞状況にあると指摘している。同時に，この状況を打開するための試みは，現在のところいずれも成功しておらず，新しい枠組と分析方法が必要である点を主張している。

第2章の「本論文の目的」では，本論文の狙いが次のように整理される。第1章において検討された2重の問題点は，いずれも重要であり同時に解決する必要がある。すなわち，消費者を有効に記述でき，かつ，総合的な消費社会の理解にもつながるように，消費者行動をとらえる視点とそれを実現する方法論の開発をめざすことである。

第3章の「方法」では，上記の目的のために，以下の4段階の方法をとるべきことが述べられる。第1は，これまで有効に機能してきたライフスタイル分析が，批判を受けるようになった理由を，文献研究と消費者調査データの分析によって追求する。第2は，従来の分析モデルや分析手続きのもつ前提や仕組みのうち，現在の消費社会の実態に照らして，どの部分が不適合であるかを検討することによって，新しいモデルや分析手続きが備えるべき条件を明らかにする。第3は，上の条件を満たす方法を考察し，その長短を比較検討する。第4は，上の条件を満たすものとして提案される「度数表分析」とよぶ方法を，その前提とする消費者像とともに定式化する。同時に，消費者調査データを用い，同じ被説明要因に対して，従来のライフスタイルアプローチによる結果と新しい分析法による結果とを比較することによって，その有効性ならびに分析上の特徴を実証的に検討する。また，方法論が，第2章で述べた目的を達成できているかの検討を行う，としている。

第4章の「成熟社会への移行と消費者行動の変化」では，第1章で指摘した問題点の由来が，従来のライフスタイル・アプローチの分析方法自体の不備にあるのではなく，むしろ説明対象である消費者の行動様式が変化したため，そのもつ前提や手続きが適合しなくなった点が指摘される。これを，近年の消費社会を観察・分析した諸研究の参照と，消費者調査データの分析を通じて，具体的に明らかにしようと試みている。豊かさの増大を基

調とする近年の様々な社会変化が，消費者の一貫性のあるスタイルを希薄化させ，状況や生活場面，選択する商品によって，その行動様式・選択原理を変える傾向を強めていること，すなわち，井関（1991）が「重層的非決定型」モデルとして提唱した消費像に結びつくことが論証される。後半においては，前半に得られた知見と，従来の分析モデル，および分析方法とを詳細に照合することによって，現在の状況対応型消費者行動といかに不適合であるかが具体的に指摘され，第1章において述べられた2つの問題点がここに起因することを確認するとともに，今後の分析モデル，および分析方法がもつべき必要条件を明らかにしている。

第5章の「成熟社会における消費者分析」では，前述の要件を満たす方法として，「重複型クラスタリング」を用いる方法と，著者が考案した方法である「度数表分析法」を提示し，それらの長短を，消費者モデルとの関わりにおいて，比較検討している。ここで，個人単位で測定された調査データを処理し，被説明変数×説明変数群の度数表を作成，これを双対尺度法を用いて，両者の対応関係を見出だしてゆくという度数表分析の仕組みが，「重層的非決定型」の消費者モデルに適合すること，今日の消費者行動を記述・説明してゆくために有効である点を論理的に指摘している。

第6章の「2つの手続きによる有効性の比較」では，前5章で提示された「度数表分析」の有効性が，消費者調査データを用い，従来のライフスタイル分析による結果と比較することによって，実証的に確認されている。食生活，衣生活，および金融機関の利用行動について，それぞれに数種類の被説明要因が設定され，選択する商品やサービス，あるいは場面によって，消費者がその行動基準を変化させているという状況対応型の消費行動が，実際に観察されることが確認されている。さらに「度数表分析」を用いることにより，説明変数のもつ情報が柔軟に組み合わされるため，いずれの説明においても，共通の説明変数群によって，高い説得力が得られることを確認している。この方法によって，それぞれの説明変数のもつ情報だけでなく，被説明変数によって変化する説明変数間の関係もまた情報となることを明らかにしている。ここで，「度数表分析」の方法が，状況対応型の消費者行動を有効に記述・説明し，また，総合的な消費社会の理解につながりうる方法であるとの主張がなされている。あわせて，「度数表分析」を経験的データに適用するという作業を通じて，ライフスタイル変数だけでなく，多様な説明変数を柔軟にモデルによって組み込めること，説明変数と被説明変数の間の非線形的対応関係も表現できること，比較的少数のサンプルでも安定した分析が可能であることなど，運用上の利点も見い出している。

第7章の「討論」では，論文全体のまとめとして，前6章における結果の検討を踏まえ，総合的な議論が展開されている。状況対応型の行動をとる消費者を，重層的非決定型モデルによってとらえようとする視点の有効性を確認し，それを計量的に記述，説明しうる仕組みが「度数表分析」に備わっていることを確認している。さらに，従来の方法に対して提示された2つの批判（第1章）に同時に応えうるものであり，第2章において述べられた目的を達成していると主張している。同時に，この方法を用いることにより，効率的な調査システム構築が可能であることを強調している。

さらに，今後の展望について触れている。まず，「度数表分析」そのものについては，その精密化と，細部にわたる性質を明らかにすることの必要性を挙げている。とくに，度数表を双対尺度法を用いて数量化した結果を読み取るのは，かなり困難な作業であり，現状では熟練を要するため分析者の主観が混入する可能性がある。このため，他のデータ解析法を援用することによって，体系的に考察が進められる方法を考案し改良すべきであるとしている。

また，「度数表分析」に用いる有効な説明変数群の整備が指摘されている。個人内で多様化しつつある，現在の消費者行動を記述するのにとくにふさわしいと考えられる変数群を選び出し，度数表分析とあわせて用いることにより，より有効な知見が得られるのではないかと結んでいる。

第8章は，本論文の作成に用いられた参考文献をリストアップしている。

「資料編」には，主論文で用いた3つの調査データ，すなわち「第23回日経消費者総合調査」，「第24回日経消費者総合調査」および「金融機関のイメージと利用行動調査」の基本集計と，第6章の度数表分析で行った双対尺度法の結果の詳細が収録されている。

「副論文」は，著者が今日までに発表した研究論文や研究報告書のうち，主論文における主張の基礎をなすもの，および主論文において用いた方法を扱ったものから構成されている。主論文では，十分に説明できなかった概念や方法論，および調査データとその分析結果の詳細を示すことにより，主論文の補助となることを目的としている。

それらは，66編からなり，内容に応じて，以下に述べる4つの章に整理され，それぞれと主論文との関わりを記述した序論がつけられている。

第1章の「消費者行動の記述」は，被説明要因である消費者行動の記述と，それに関する消費者行動研究の成果のまとめを中心とした研究からなる。第2章の「有効な説明変数の探索」を構成するのは，第1章で整理された採用プロセスや商品選択場面にあらわれる消費者の個人差を有効に説明するため，変数，ならびにモデルの探索を主眼とした研究からなる。(主論文：第1章において，著者が述べた問題意識の背景をなすものである。)

第3章の「方法論についての研究」は，著者が実証的な消費者行動研究に用いてきた，統計的方法，多変量解析法，データ解析法と，実証的研究における理論構成についての方法論に関する研究からなる。(主論文：第5章，および，第6章において用いた方法と，その考察の基礎となっている。)

第4章の「新しい分析パラダイムを求めて」を構成するのは，近年その行動様式を複雑化させた消費者をとらえるための分析視点を探索した研究である。(主論文：第1章において指摘した問題点の導出や，第4章において，状況対応型の行動をとる消費者を考察する際のデータとして機能している。)

3. 本論文の特徴と貢献

以上のような内容をもつ本論文は，次のような諸点において，高く評価されることになるだろう。

1. 新しい消費者モデル「重層的非決定型」を明示的に定式化したこと。

すべての研究には，暗黙のうちにある種の人間モデルが予定されているものだが，それが明示的に定式化されることはきわめて少ない。従来の諸研究では，一貫した統合性の高い選択主体が想定されており，その行動原理は普遍性をもち，状況と場面をこえて適用されるものと考えられていた。そこでは，現実にみられる多様性は，補助的変数によって処理されるか，逸脱として扱われることが多かった。本論文では，内面に複数の行動可能性を重層的に保持し，状況や場面や対象に応じて，その中の一部を顕在化する主体像が，肯定的，積極的に定式化されている。この種の主体像の設定は，必然的に新しい変数のセット，新しいタイプのデータ，新しい分析技法を要請する。想定された人間モデルと必要とされる技法のタイプとの関連を，論理的につめた研究は，従来の消費者行動研究には，ほとんど見当たらない。

2. 新しい技法として「度数表分析」を導きだしたこと。

著者は，消費者像の変化と，それを記述するための分析方法を論理的に追究したのみならず，そのための必要条件を明示し，それらの条件を充たすアイディアを比較検討する作業の中から，必然的に「度数表分析」なる方法に辿りつくことになった。これは，著者が独自に考案した手続きであり，そのなかで双対尺度法という多変量解析手法を用いているが，単にデータ縮約技術としてだけでなく，「重層的非決定型」モデルのもつ要素を分析技法に反映させ，人間理解のモデルとして積極的に使用することを主張した点が評価に値する。加えて，説明変数そのものだけでなく，それらの取り合わせによって，状況や場面に応じて行動様式の意味づけが変化する，という考え方を構造に反映させた点も新しい。

3. 個人単位の分析をこえた方法を確立したこと。

選択場面を限定した「度数表分析」においては，個人単位の分析ではなく，被説明変数と説明変数(さまざまな属性)との対応関係を度数表として表現し分析する。個人を単位とした分析でも，結局は，具体的な個人の類型化が目的ではなく，クラスターに分けられた人々が共通にもつ属性と被説明変数との関わりを明らかにすることになる。「度数表分析」は，このような作業を明示的，直接的かつ効率的にできる仕組みをもっており，個人単位の分析を超えた，新しい地平を拓くものである。

4. 「度数表分析」が運用上の多くのメリットを伴うこと。

「度数表分析」のなかでは，双対尺度法という質的データの数量化を目的とした分析法を用いている。これによって，従来の多くの方法のように，変数間の線形的関係のみを想定した手続きとは異なり，非線形的関係を表現し，あるいは読みとることができる。また，この方法を用いることによって，これまでのライフスタイル変数といって等質な変数群だけでなく，人口統計学的な要因をはじめ，多様な変数を等価に説明変数として組み込むことが可能となる。さらに，度数表の安定が，分析の信頼性の要件となることから，比較的少数のサンプルでも分析が可能となる。また，説明変数群を汎用なものとして共通化できることからは，調査研究を基礎的研究と応用的調査に分割することができ，効率的な調

査システムを構築できる，など運用上さまざまなプラス面があり，こうした諸点は，分析の応用可能性を飛躍的に向上させるものである。

5. 豊富なデータによって，有効性を検証したこと。

本研究では，「度数表分析」という新しい技法の仕組みに，新しい消費者モデルとしての役割をもたせることにほぼ成功しているが，それのみならず，そのアイディアがいかに有効であるかを，信頼すべき豊富な調査データによって実証する機会に恵まれている。活用されたデータは，日本経済新聞社・日本産業消費研究所のおこなった「第23回日経消費者総合調査」，「第24回日経消費者総合調査」および「金融機関のイメージと利用行動調査」である。その結果は，既存データから，まったく新しい情報をとりだし，新しい解釈を加えたものとしても評価されている。

4. 問題点と残された問題

以上のような学問的貢献の反面，本論文には，以下のような問題点が散見され，また残された課題がいくつか見うけられる。

まず第1には，成熟会社の特徴を論じ，従来のライフスタイル・アプローチが有効性を失うに至った理由を解明する際に用いられた社会学的用語のいくつかに（ex. 農村の都市化，コミュニケーションの量的増大，帰属集団の多様化，規範の緩み etc.），厳密性が見られず，恣意的な使い方がされている点である。

第2は，意欲的な狙いと豊富なデータを活用した半面，記述に冗長さと反復がみられ，全体としての理論的緊密性と緊迫性がやや薄れてしまったことは残念である。

第3に，著者が提案する「度数表分析」法にもとづく限り，結果の読みとりの自由度が大きく，主観的解釈の混入が避けられず，総合的手法としては，まだ完成の域には達していないように思われる。この手法のいっそうの整備とシステム化の工夫が今後の課題であろうと思われる。

第4に，本研究は，方法論としての有効性の比較検討に重点がおかれており，「重層的非決定型」の消費者行動を有効に分析するための“説明変数セット”の再検討，整備，確定は十分におこなわれていない。今後に残された大きな課題であろう。

第5に，「度数表分析」の目指すところは，集団的傾向の分析であり，ここに表れる変異を「個人内の多様化」（つまり一人十色）と見なすことは，厳密な意味では不正確かも知れない。本論文の範囲を超えるかも知れないが，より正確にかつ説得的に「個人内の多様化」を表現する他の方法の研究も望まれるところである。

5. 審査結論

桑原武夫君の提出した学位請求論文は，以上のような若干の問題点と残された課題をもつものの，新しいモデルと技法の提案およびその有効性の詳細な実証によって，消費者行動研究の流れに一石を投ずる重要な研究である。また添付された膨大な資料編，および66編からなる副論文は，主論文を効果的に補うものであり，3巻合わせて，ひとりの確立された研究者としての力量を十分に示すものである。よって，われわれ審査員は，桑原君の成果を高く評価し，博士（社会学）（慶應義塾大学）の学位を授与するにふさわしいと判断する。