

Title	グローバル・マーケティングと消費者の価値観：世界価値観調査の分析から(後篇)
Sub Title	Global marketing and consumer value : an analysis of world value survey data II
Author	池田, 泰成(Ikeda, Yasunari) 廖, 舒忻(Liao, Shuxin) 石井, 隆太(Ishii, Ryuta) 馮, 昕(Feng, Xin) 庄, 映琮(Zhuang, Yingcong) 多田, 伶(Tada, Rei) 張, しん妍(Zhang, Xinyan) 濱岡, 豊(Hamaoka, Yutaka)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2017
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.60, No.3 (2017. 8) ,p.87- 118
JaLC DOI	
Abstract	本研究では, 世界60カ国の消費者を対象として行われてきた世界価値観調査および, それを用いた研究を概観する。本稿では, 前篇に引き続いて, 「政治分野における オピニオン・リーダー度の規定要因の6カ国国際比較」「政治体制の変化と解放的 価値観の規定要因の変化: ドイツの分析から」「不安が消費者の支出・貯蓄意識 に及ぼす影響の4カ国(日米印, イラク)比較」「物質主義-脱物質主義概念測定の問題」について報告する。
Notes	資料
Genre	Journal Article
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20170800-0087">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20170800-0087</a>

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.

資 料

## グローバル・マーケティングと消費者の価値観

—— 世界価値観調査の分析から（後篇） ——

池 田 泰 成 庄 映 琮  
廖 舒 忻 多 田 伶  
石 井 隆 太 張 しん妍  
馮 昕 濱 岡 豊

### <要 約>

本研究では、世界60カ国の消費者を対象として行われてきた世界価値観調査および、それを用いた研究を概観する。本稿では、前篇に引き続いて、「政治分野におけるオピニオン・リーダー度の規定要因の6カ国国際比較」「政治体制の変化と解放的価値観の規定要因の変化：ドイツの分析から」「不安が消費者の支出・貯蓄意識に及ぼす影響の4カ国（日米印、イラク）比較」「物質主義—脱物質主義概念測定の問題」について報告する。

### <キーワード>

世界価値観調査, オピニオン・リーダー, 民主化, 不安, 物質主義—脱物質主義, 多母集団構造方程式モデル

### 7 政治分野におけるオピニオン・リーダー度の規定要因の6カ国国際比較<sup>1)</sup>

近年のインターネットの普及に合わせて、現在のマーケティングはそのターゲットを変化させている。インターネットが発展する以前は、他者との意見交換の手段は、パーソナル・コミュニケーションであればface-to-faceコミュニケーションか、電話などの通信機器を通じた個人間のやり取

りであった。マス・コミュニケーションでは、テレビや広告を使用した、不特定多数に対する一方的な情報共有が一般的であった。しかし近年では、オンラインの掲示板や動画配信サービス、製品レビューなどを通じて、多数の消費者が多数の対象に対して意見を発信できる状況となっている。このような流れを受け、ビジネスの対象も個々の国々の中で完結せず、その対象は世界へと変化している。

しかし、eコマースをはじめとする各種オンラインサービスの普及に対して、オピニオン・リーダー研究は特定の製品やサービス、コミュニティ

1) この章は池田が担当した。

を対象としているものが多く見られる。例えばこれまでの研究では、消費者がとる行動の国家間の違いについては詳しく言及されていない。理想的には、サービスの対象範囲が拡大することに合わせて、それに対応する消費者の行動に関する研究分野の1つである、オピニオン・リーダー研究の対象範囲も拡大されることが望ましい。

この観点から、本研究ではオピニオン・リーダーとなる者がもつ特徴の、国家間での差異に注目する。世界中からメッセージやレビューが投稿されるようなサービスにおいては、様々な国からのアクセスがあると考えられる。この際、どのような消費者はオピニオン・リーダーとなりやすいのか？そして、どういった点を刺激すると、消費者は意見の共有を行うのか？といった点について、国ごとに異なる点や共通点を明らかにすることは、今後さらなる発展が予想される国境を越えたビジネスにおいて、有用な知見になると考えられる。ただし、後述するように分析で利用可能な項目の限界により、本研究では政治分野におけるオピニオン・リーダーを分析する。

### 1) 仮説

オピニオン・リーダーは、自身が得た情報を発信し、他者に影響を与える力をもつ者とされる(Lazarsfeld et al. 1968)。これまでの研究ではオピニオン・リーダーの行動を分析しているが、その分析はある製品の採用者や、特定のコミュニティを対象として行われている。しかし、国家間には文化的な差異やコミュニケーション方法の差異がある(平田 2012)ことから、オピニオン・リーダー度 (opinion leadership) にも、国家間で差異が存在すると考えられる。このことから、次の仮説を設定する。

H1：オピニオン・リーダー度の規定要因には、国家間で差異が存在する。

政治分野におけるオピニオン・リーダーとなるためには、政治に関する情報を収集し、他者に拡散することが必要となる。このことから、政治に対する関心と、オピニオン・リーダー度との間には相関性があると考え、以下の仮説を設定する。

H2：政治への関心とオピニオン・リーダー度には正の相関がある。

オピニオン・リーダーは Lazarsfeld et al. (1968) においても、マス・コミュニケーション、パーソナル・コミュニケーションを問わず情報を集め、その情報を用いて他者の意思決定に影響を与える者であると定義されている。またこのようなユーザーは、製品普及に関して研究した Rogers (2003) で示された分類の1つである、早期採用者となる可能性が高いことも明らかとなっている。このことからオピニオン・リーダーは、新たな情報を早期に取り入れ、また新たな製品を早期に採用するような自由な発想をもつ者であり、新たなものや価値観への寛容性が高いと考えられる。そして、このように自由な発想をもつオピニオン・リーダーは伝統的な価値観にとらわれない可能性が高いと考えた。君塚 (2003) によれば、Inglehart が行った世界価値観調査を用いた分析において、伝統的権威に負荷する項目は、「宗教重要」「神重要」「家庭教育の重点 (信仰心)」「同 (従順)」「今後望まれること (権威を尊ぶ)」「自国への誇り」「家族重要」「仕事重要」「望む子供数」「善悪の区別は明白」「親を尊敬」であり、宗教が非常に重要な意味をもつことがわかる。このことから、宗教観とオピニオン・リーダー度の相関性に関する以下の仮説を設定する。

H3：宗教への関心とオピニオン・リーダー度には負の相関がある。

### 2) 分析方針

#### (1) 分析対象国

本研究では、設定した仮説について WVS データを使用した分析を行う。現在の社会状況に合わせた測定をするためには、本来 Wave6 などの比較的近年に測定されたデータを研究に使用することが望ましい。しかし、これまでに実施された WVS の中でオピニオン・リーダー度を測定するために使用する変数 A062 と E055 が測定されているものは Wave2 のみであるため、本章では Wave2、つまり 1990 年から 1994 年の間に測定されたデータを使用する。

表22 オピニオン・リーダーの操作化に使用した項目

	項目番号	質問項目
オピニオン・リーダー度	A062 政治に関して友人と話す頻度	質問文：How often discusses political matters with friends 選択肢：(1) Frequently, (2) Occasionally, (3) Never
	E055 政治に関して他者にアドバイスをしたか否か	質問文：Personal characteristics: I often give others advice 選択肢：(0) Not mentioned, (1) Mentioned

分析対象国については、以下のように設定した。Weve2では18カ国に対して調査が行われていた。それらのうち、表にある項目が全て測定されていた6つの国に限定する。つまり、本章で分析の対象とする国家は、日本、スペイン、アルゼンチン、ブラジル、チリ、メキシコとする。南米に属する地域の割合が高くなっているが、過去の研究では主にアメリカや欧州が研究対象となっていたことから考えると、改めて南米にも焦点をあてて分析を行うことは有意であると考えられる。

### (2) オピニオン・リーダーの定義

Lazarsfeld et al. (1968) では、「自分の政治的見解を誰かに納得させようとしたことがあるか?」「政治問題について助言を求められたことがあるか?」という質問に対して、片方または両方に「Yes」と回答した者をオピニオン・リーダーとしている。

本研究では、この質問に近い意味をもつ質問を代わりに使用することで、オピニオン・リーダーを定義する。ここで対象とした変数は、A062およびE055である。これら2つの変数の詳細を以下で説明する(表22)。

質問A062は政治に関する質問である。マーケティング研究においては、質問は本来、より製品の購買に関係のある質問が使用されることが多い。しかしここでは、WVSに含まれているデータを使用してオピニオン・リーダーがとる行動の国家間での違いに着目するため、質問項目自体はLazarsfeld et al. (1968)に近いものとした。この質問は回答者に対してどのような頻度で政治的問題について議論しているかを問うており、回答は

頻繁、まあまあ、全くしていない、の3種類である。これに加え、無回答は負数で表現されている。

質問E055もA062と同様に、政治に関する質問カテゴリに含まれる項目である。Lazarsfeld et al. (1968) では、他者とのつながりを定義するために、回答者が他者から助言を求められたかどうかという質問を使用していた。これは、自身が情報を提供する形で他者とコミュニケーションをとったか、つまりパーソナル・コミュニケーションを行ったかということを表している。これを参考として、ここでは回答者が他者に対して情報を提供するかたちでのパーソナル・コミュニケーションを行ったかがわかる質問を選択した。この設問では回答者が一定期間内に他者に助言をしたか否かを質問している。これに対する回答は、行ったか、行っていないかである。これについても、無回答に関しては負数で表現されている。

これら2つの変数について、A062は(1) Frequently又は(2) Occasionallyを選択し、E055に関しては(1) Mentionedを選択した者を表すダミー変数を作成し、これをオピニオン・リーダー度と操作化した。欠損データがあった場合にはこれらの項目に回答していないとみなし、オピニオン・リーダーではないとした。オピニオン・リーダーは問題領域によって異なることが見いだされているが(Lazarsfeld et al. 1968)、本研究ではA062を用いるため政治分野におけるオピニオン・リーダーとなる。

### (3) オピニオン・リーダーの割合

本研究におけるオピニオン・リーダーの定義は、これまでに述べた通りである。この定義に従って計算したオピニオン・リーダーの割合を、単純集計した(表23)。南米の国家(アルゼンチン・ブ

2) 世界価値観調査における項目番号。

表23 各国におけるオピニオン・リーダーの割合

国名	サンプルサイズ 全体（欠損を除いた分析対象数）	A062 政治に関して友人と話す頻度が高い者の割合（%）	E055 アドバイスする割合（%）	オピニオン・リーダー（%）	非オピニオン・リーダー（%）
Argentina	1,002 (994)	66.3	50.0	33.6	66.4
Brazil	1,782 (1,754)	54.8	49.9	27.4	72.6
Chile	1,500 (1,481)	59.1	52.8	31.1	68.9
Mexico	1,531 (1,489)	71.9	47.7	34.9	65.1
Japan	1,011 (993)	65.1	27.3	20.7	79.3
Spain	1,510 (1,494)	49.5	25.4	12.8	87.2

注) オピニオン・リーダー：A062は（1）又は（2）を選択し、E055にアドバイスする者をオピニオン・リーダーとした。

ラジル・チリ・メキシコ）はオピニオン・リーダー度が高い者が多い傾向があるのに対して、それ以外の地域ではオピニオン・リーダーの比率がそれほど高いわけではないことがわかる。これはH1の仮説を直接、支持するものではないが、南米国家とそれ以外の国家の間に何らかの差異があることをうかがわせる結果である。

#### （4）分析に使用する項目

本章で調査対象とするWave2では、世界価値観調査の管理用項目などを除くと、8種類のカテゴリでアンケート調査が行われている。カテゴリには、人生観（Perceptions of life）、環境（Environment）、仕事（Work）、家庭（Family）、政治と社会（Politics and Society）、宗教とモラル（Religion and Morale）、国のアイデンティティ（National Identity）、デモグラフィクス属性（Socio-demographics）が含まれている。本研究ではオピニオン・リーダーがとる行動の差異と、宗教との関係に着目しているため、ここでは政治と社会および宗教とモラルに関する項目に注目する。

政治と社会に関する項目は、政治に興味があるか否か（E023）でオピニオン・リーダーとなる確率に国家間の違いがあるか否かを確認する。また、自由と平等に関する項目（E032）では、その判断がオピニオン・リーダーの規定要因にどのように影響するのかを確認する。この項目は、例えば米国のような個人の自由を重視する国家と、日本のように社会的には平等を重視する国家ではその思考が異なる可能性が高い。右派か左派か、という項目（E033）に関しても分析を行う。こ

れを国家間で比較することで、国家により右派と左派どちらがオピニオン・リーダーとなる可能性が高いかを比較することが可能であると考えられる。競争を良いとするか否かの指標（E039）についても分析を行う。自由と平等に関する項目E032でも述べたように、競争を受け入れるか否かは国家による違いの大きな項目である。この点を分析することで、競争を受け入れるか否かがオピニオン・リーダーへの成長に及ぼす影響を比較することが可能となる。最後に、E069では、回答者が政治的な行動を行う団体に所属しているか否かを表している。この項目を調査することは、グループに所属している者の情報発信可能性が多いのか、又はグループに所属していない方が情報発信をするのか、その傾向に国家間で違いはあるのか、という点を明らかにすることにつながる。

宗教とモラルに関しては、3つの質問を使用して分析を行う。3つの質問は人生の中での宗教の重要性に関するもの（A006）、神を信じているか否かに関するもの（F050）、神が人生においてどれほど重要と考えているかを調査するもの（F063）である。宗教が重要か、という項目は、本研究で最も重要な項目の1つである。本章では政治における意見の発信と宗教観との関係性に注目しているため、この項目は本研究における疑問に直接答えるものとなる。この項目に関して分析を行うことで、各国で宗教へのこだわりがどのように意見発信に影響を及ぼすのかを確認することができる。神を信じているか、という質問は、A006が宗教の重要性について質問したもので



表 24 分析に使用する項目と回答形式の一覧

項目名	質問項目	回答	処理した後の回答データ
E023 政治への関心	Interest in politics	1: Very interested 2: Somewhat interested 3: Not very interested 4: Not at all interested	逆順となっている指標を正順とするため、回答データを1→4, 2→3, 3→2, 4→1と変換。
E032 自由か平等か（自由より平等重視）	Freedom or equality	1: Freedom above equality 2: Neither 3: Equality above freedom	なし
E033 左派か右派か（右派度）	Self positioning in political scale	左派から右派までを10段階で選択	なし
E039 競争は良いか	Competition good or harmful	Good から Harmful までを10段階で選択	逆順となっている指標を正順とするため、回答データを1→4, 2→3, 3→2, 4→1と変換。
E069 政治団体への所属	Member: Belong to local political actions	0: Not mentioned 1: Belong	なし
A006 宗教は人生に重要か	Important in life: Religion	1: Very important 2: Rather important 3: Not very important 4: Not at all important	逆順となっている指標を正順とするため、回答データを1→4, 2→3, 3→2, 4→1と変換。
F050 神は存在する	Believe in: God	0: No 1: Yes	なし
F063 神は重要である	How important is God in your life	重要ではないから重要であるまでを10段階で選択	なし
X001 性別（女性タミー）	Sex	1: Male 2: Female	なし
X003 年齢	Age	年齢を入力	なし
X046 経済的地位	Socio-economic status of respondent	高い地位から低い地位までを4段階で選択	逆順となっている指標を正順とするため、回答データを1→4, 2→3, 3→2, 4→1と変換。
X047 収入	Scale of incomes	Lower step から Highest step までを11段階で選択	なし

あったのに対して、神の存在を感じているかを測定する項目である。神が自身の人生にどの程度関係しているか、という質問項目は、他者への干渉に影響する項目であると考えられる。神に関する項目は、その存在を強く信じるのが、宗教上の規則を遵守することにもつながる。このような観点から、宗教に対する姿勢の強弱と、意見発信の間には相関性があるのではないかと考えた。

分析対象とした項目のうち、政治に興味があるか否か（E023）、競争を受け入れるか否か（E039）、人生において宗教は重要であるか

（A006）は、これに賛成する意見ほど高い値となるよう、値を反転させ、正順にして使用した。また、それぞれの項目同士の関係性についても明らかにするため、数値の標準化を行った。欠損値に対しては、平均値を代入した。

#### （5）因子分析

分析に使用する項目間に関係があるか否かを確認するため、ここでは因子分析を実施した（表25）。この結果を見ると、特に宗教に関する項目（A006, F050, F063）の間には、共通の因子が存在することがうかがえる。これらの項目はいずれ

表 25 分析対象項目の因子分析結果

項目名	1 因子解	2 因子解	
	因子 1	因子 1	因子 2
E023 政治への関心	-0.148	-0.119	-0.132
E032 自由か平等か			-0.326
E033 左派か右派か	0.185	0.110	0.326
E039 競争は良いか			0.154
E069 政治団体への所属			
A006 宗教は人生に重要か	0.603	0.594	0.111
F050 神は存在する	0.618	0.588	0.194
F063 神は重要である	0.925	0.899	0.219
因子寄与率	1.669	1.550	0.353
寄与率	0.209	0.194	0.044
累積寄与率	0.209	0.194	0.238

注) 世界価値観調査 (Wave2) の分析対象国のデータを使用した。最尤法による因子分析を行い、プロマックス回転を使用している。サンプル数は8,336。

も宗教に関する項目であることから、2因子解の因子1は、宗教に関する因子であると考えられる。このことから、宗教は人生において重要である (A006)、神は存在する (F050)、神は重要である (F063)、の3項目は、相関が高い。宗教に関係する3つの項目の内的一貫性を確認するため、Cronbach の  $\alpha$  を計算した結果は0.748と高くなった。以上の結果から宗教に関する項目は相関が高いことが確認されたため、本研究では宗教に関する3項目を宗教因子として集約する。この際、宗教因子は、3項目の平均により計算した。

### 3) 分析結果

本節では、目的変数をオピニオン・リーダーか否か、として2項ロジットモデルを使用した分析結果を示す (表26)。国別に分析を行い、標準化係数、z 値、有意水準を示した。

H1 (オピニオン・リーダー度の規定要因には、国家間で差異が存在する。) に関しては、わずかではあるものの国家間での差異があることが確認された。例えば、メキシコでは左派であるほどオピニオン・リーダーとなる可能性が高く、宗教観がオピニオン・リーダー度に影響を及ぼす傾向があることが確認された。日本やチリでは、収入および経済的地位が高いほどオピニオン・リーダーになる可能性が高い傾向が確認されている。これは Lazarsfeld et al. (1968) で発見された、オピニ

オン・リーダーは社会的地位の高い者の中に多く存在するという傾向を再確認できるものである。しかし本研究では、この傾向が明確に表れる日本のような国と、そうでない国が存在することも同時に明らかとなった。

一方、H2 (政治への関心とオピニオン・リーダー度には正の相関がある。) に関しては、E023 (政治への関心) の分析結果により確認することができる。この項目を確認すると、全ての国家で政治への関心とオピニオン・リーダー度は正で有意となっており、仮説 H2 が支持された。

H3 (宗教への関心とオピニオン・リーダー度の間には負の相関がある。) に関しては、メキシコのみ有意に宗教観とオピニオン・リーダー度との正の相関が確認されているなど、一部では宗教観と政治的オピニオン・リーダー度間に相関性があることが確認できる。表にも示した通り、メキシコのオピニオン・リーダーは宗教を重要とする傾向が他国に比較して特に強いことが示唆される。ただし、その他の国ではブラジルを除いて宗教と政治の関係性が見られないことから、国際的には宗教が政治的オピニオン・リーダー度に及ぼす影響力は弱いことがわかる。

Inglehart の研究では、宗教への関心は伝統的価値観を表す指標とされていた。このことから本研究では、宗教への関心とオピニオン・リーダー度は負の相関があると仮定した。しかし実際には、

表26 2項ロジットモデルを使用した分析結果（従属変数：オピニオン・リーダーか否か）

変数名	Argentina	Brazil	Chile	Mexico	Japan	Spain
切片	-0.715*** (-10.314)	-1.079*** (-18.541)	-0.879*** (-14.568)	-0.653*** (-11.82)	-1.573*** (-16.909)	-2.060*** (-23.914)
E023 政治への関心	0.391*** (5.571)	0.652*** (10.676)	0.520*** (8.318)	0.317*** (5.463)	0.660*** (6.893)	0.524*** (6.516)
E032 自由か平等か	0.03 (0.425)	0.113** (1.995)	0.047 (0.792)	-0.023 (-0.4)	0.051 (0.616)	0.033 (0.42)
E033 左派か右派か	0.171** (2.454)	-0.002 (-0.026)	0.058 (0.95)	-0.158*** (-2.758)	-0.096 (-1.23)	-0.029 (-0.353)
E039 競争は良いか	0.059 (0.818)	0.085 (1.45)	-0.044 (-0.741)	0.070 (1.245)	0.069 (0.809)	0.061 (0.764)
E069 政治団体への所属	0.04 (0.613)	0.006 (0.119)	0.048 (0.837)	-0.037 (-0.674)	0.002 (0.035)	0.066 (1.015)
宗教重視度因子	-0.055 (-0.628)	0.110 (1.43)	-0.037 (-0.479)	0.240*** (3.094)	0.203* (1.734)	0.146 (1.328)
X001 性別（女性ダミー）	-0.144** (-2.047)	-0.080 (-1.404)	-0.067 (-1.114)	0.071 (1.255)	-0.253*** (-2.779)	-0.116 (-1.414)
X003 年齢	-0.028 (-0.378)	0.124** (2.092)	-0.113* (-1.811)	0.059 (1.073)	0.095 (1.067)	-0.004 (-0.044)
X046 経済的地位	0.032 (0.399)	0.045 (0.633)	0.142** (1.981)	0.164** (2.13)	0.179** (2.044)	0.055 (0.595)
X047 収入	0.070 (0.875)	-0.017 (-0.247)	0.183** (2.556)	0.032 (0.414)	0.285*** (3.388)	0.144 (1.629)
サンプル数	1002	1782	1500	1531	1011	1510
Nagelkerke $R^2$	0.072	0.125	0.131	0.057	0.172	0.086

注) 上段は係数、下段はz値を表す。

\*\*\*：1%水準で有意，\*\*：5%水準で有意，\*：10%水準で有意。

全ての国家において宗教重視度は無相関又は正で有意となっており、負で有意となった国家は存在しなかった。このことから、オピニオン・リーダーは伝統的、近代的価値観にとらわれず存在することが示唆された。

モデルの当てはまりを表す  $R^2$  に注目すると、調査した国家の中でモデルの当てはまりが良いチリと日本については、デモグラフィクス属性の有意水準が高いことがわかる。これに対して、メキシコでもデモグラフィクス属性以外の項目について他国よりも有意水準の高い項目が存在するにもかかわらず、 $R^2$  の値は低い結果となっている。このことから、宗教観の強い国家では、個人的な属性に関係なくオピニオン・リーダーとなる可能性が高く、結果として本研究で使用したような、

政治に対する態度と宗教に対する態度、デモグラフィクス属性を考慮したモデルの当てはまりは悪くなると考えられる。これに対して、日本をはじめとする、宗教を信仰する習慣のない国家では、デモグラフィクス属性がオピニオン・リーダーの規定要因となる可能性が高く、結果として本研究で採用したモデルの  $R^2$  値が高くなると考えられる。

#### 4) この章のまとめ

本章では、これまでの研究で注目される機会の少なかった、オピニオン・リーダーとなる者の規定要因に関する国際的な比較を実施した。オピニオン・リーダー度の規定要因を国際的に比較した研究はこれまでに報告事例が少ない。これに注目した点が、本研究の新奇性である。分析では特に、



政治的関心と宗教への関心の相関性に着目した。分析の対象国はアルゼンチン、ブラジル、チリ、メキシコを含む南米地域の国家と、スペイン、日本である。分析には、Lazarsfeld et al. (1968) で使用されたオピニオン・リーダーの古典的な定義を参考とした2値情報を目的変数として、2項ロジットモデルを使用した。

この結果、国家間でオピニオン・リーダーとなる者の規定要因にわずかな差異はあるものの、基本的には政治への関心の有無により、オピニオン・リーダーは規定されることが明らかとなった。これは、本研究では「政治分野」におけるオピニオン・リーダーを分析したためであると考えられる。また、宗教観がオピニオン・リーダーの規定要因となる傾向がある国家も存在するものの、国際的には宗教観は政治的オピニオン・リーダー度との相関をもたないことが明らかとなった。このことから、オピニオン・リーダーは伝統的・世俗的などの価値観にとらわれず存在することが示唆された。

今後の課題としては、アンケート調査項目のバージョンによる違いが挙げられる。Wave2 以外にはオピニオン・リーダー度を決定するための項目 (A062, E055) が含まれていなかったため、Wave2 以外を分析対象とすることが不可能であった。仮に統一した項目を毎年調査することが可能となるのであれば、大規模な時系列データの分析により、人々の行動や価値観の変化をより詳細にとらえることが可能となる。

また、今後の研究では、モデルの当てはまりについても考慮していく必要がある。本研究における分析で使用したモデルの $R^2$ 値は低く、現象を充分には説明できていない。これを解決するため、オピニオン・リーダーとなる者を規定する、他の要因を調査することが必要となる。

## 8 政治体制の変化と解放的価値観<sup>3)</sup>の規定要因の変化：ドイツの分析から

社会学では民主主義発生の要因から民主主義の達成まで数多くの研究が行われてきた。いくつか

の分析アプローチがあるが、構造中心のアプローチ (Structure-focused Approaches) では、社会を特徴づける要因とそれらの関係 (構造) を強調している。例えば、Doorenspleet (2005) は、近代化 (Modernization)、収入の平等性 (Income equality)、集団の分化 (Group divisions)、階層の連立 (Class coalition)、宗教の構成 (Religious composition)、植民地時代の遺産 (Colonial heritage)、世界システムにおける位置づけ (World system position) などの特徴を挙げている。これら社会構造に関する条件を満たすことで民主主義が発生するとした。このように、構造中心のアプローチでは民主主義体制への変化の規定要因として社会の民主化の過程を解明している。

これに対して行動中心のアプローチでは、社会のエリート層から大衆までが民主主義を実現することに注目している (Casper and Taylor 1996)。このアプローチでは、民主主義体制への変化の規定要因として市民の行動が民主主義を推進し、実現することを主張する。例えば、このアプローチでは、言論の自由を守る行動、アメリカで行われた男性と女性の平等に関する社会運動などによって社会の民主主義が進歩したと考える。

しかし、構造中心のアプローチと行動中心のアプローチとも説明できない盲点が存在している。民主主義の進展の過程の解明である。民主主義が進展する背後には、構造中心のアプローチから行動中心のアプローチへと移行することが考えられるが、この要因についてはまだ解明されていない。Tarrow (1998) はマス信念 (Mass beliefs) という概念を提唱し、これが中間変数として構造面と集団行動とを連結していると指摘した。このように、人々が民主主義を理解する指標を用いて、民主主義の発生の要因を解明している。

マス信念は、社会の人々が民主主義を信奉することである。民主主義への移行は、社会の多数が共同的価値観を持つてはじめて行うことができる。だが、人々が社会の主流の価値観に反して個人的な価値観を素直に表現することは困難である。例えば、2016年のアメリカ大統領選挙期間中はトランプへの支持を表明する割合は低かったが、実際に彼は当選した。このため、マス信念を確実に測定することが課題となる。

3) この章は庄が担当した。

表27 解放的価値変数 (Emancipative Value Variables)

解放的価値	中分類	変数名	ワーディング
性の平等	仕事における権利	C001	Jobs scarce: Men should have more right to a job than women
	政治リーダー	D059	Men make better political leaders than women do
	大学の重要性	D060	University is more important for a boy than for a girl
服従性	同性関係の正当化	F118	Justifiable: homo-sexuality
	中絶の正当化	F120	Justifiable: abortion
	離婚の正当化	F121	Justifiable: divorce
自治性	独立性	Y003	Autonomy Index
参加度	言論の自由と権利	E1000	Freedom of speech and right of say

注) Inglehart と Welzel の解放的価値の構成指標と、それに該当する世界価値観調査の項目を示した。E1000は E003 (Aims of respondent: first choice) と E004 (Aims of respondent: second choice) によって合成した変数である。

Inglehart and Welzel (2005) は民主主義に関するマス信念を反映する指標として「解放的価値 (Emancipative Value)」を提唱した。これは、性の平等 (Gender Equality over Patriarchy), 服従性 (Tolerance over Conformity), 自治性 (Autonomy over Authority), 参加度 (Participation over Security) という4つの指標に分類できる。これによって、民主主義に対する考え方を測ることを試みた。これらの指標によって人々の民主主義への認知や価値観などを確実に把握することは、国の体制や社会・構造の研究に重要な役割を果たす。

### 1) 仮説

#### (1) 収入と解放的価値

ここでは、解放的価値観を性の平等, 服従性, 自治性, 参加度という4つの側面から測定し、収入との相関関係を検定する。Welzel and Inglehart (2009) は世界の民主主義の発展を考察し、1986年から1995年までの期間において、民主主義を導入した国ないし民主主義を継続している国は中所得水準に達成した国が多いこと明らかにした。また、Inglehart, Norris and Welzel (2004) は女性が男性と同等な公民権を保つことも民主主義の特徴の1つとしている。このことから、以下の仮説を設定する。

$H_{si,ge}$ : 収入と性の平等には正の相関がある。

$H_{si,cf}$ : 収入と服従性には正の相関がある。

$H_{si,at}$ : 収入と自治性には正の相関がある。

$H_{si,ps}$ : 収入と参加度には正の相関がある。

#### (2) 学歴と解放的価値

世界価値観調査によると、イスラム教国では解放的価値観が非常に低い水準になっている。ただし、ムスリムの若い世代のうち、特に学歴が高水準の女性は解放的価値に対して非ムスリム人と同じ傾向があることがわかった。すなわち、一般的に学歴が高ければ、解放的価値に対する態度とも正の相関があると考えられる。このことから、学歴と性の平等, 服従性, 自治性, 参加度といった解放的価値観の4つの側面との相関関係について、以下の仮説を設定する。

$H_{el,ge}$ : 学歴と性の平等には正の相関がある。

$H_{el,cf}$ : 学歴と服従性には正の相関がある。

$H_{el,at}$ : 学歴と自治性には正の相関がある。

$H_{el,ps}$ : 学歴と参加度には正の相関がある。

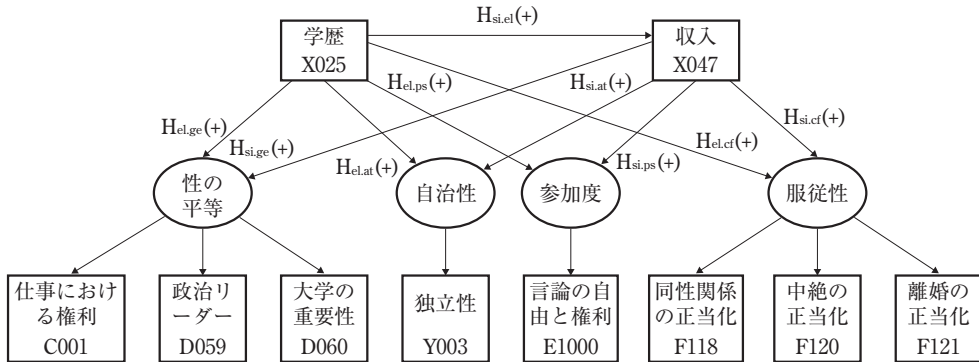
#### (3) 学歴と収入

Glick and Miller (1956) は、学歴が現代の工業化された社会における仕事と収入に対して最も重要な影響を与えていると指摘している。学歴が高い人は低い人より収入が多い傾向がある。このことから、以下の仮説を設定する。

$H_{si,ei}$ : 学歴と収入には正の相関がある。

4) <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSCContents.jsp?CMSID = Findings>

図7 仮説のパス図



これら仮説を図7のパス図にまとめる。

## 2) データ

### (1) 使用する変数と対象国

第二次世界大戦直後の1945年、ドイツは東ドイツ、西ドイツに分割されたが1990年に再統一された。資本主義の旧西ドイツと社会主義の旧東ドイツは異なる経済体制のため、大きな経済格差がドイツ再統一の問題点となっていた。Siemienska (2002) は社会主義国が民主主義国へ変革してからの最初の10年は脱社会主義のため、明らかな体制の変化が見えず、社会主義の特徴も存在することを指摘した。本研究では、分割時期に最も近いWave3 (1997年) とWave6 (2013年) のWVSデータを分析する。これによって、Wave3 (脱社会主義) の東ドイツ、Wave3 (民主主義) の西ドイツ、Wave6 (民主主義) の東西ドイツ間での変化の有無を比較する。

Inglehart and Welzel (2005) が提唱した解放的価値観指標を参考とし、2調査時点のデータに基づいて、最も指標の意味に近い調査項目を選んだ(表28)。有効回答以外の項目(未回答、未設置、欠損値など)は平均値に置換した。

### (2) 単純集計

これら変数について、調査時期×国別に単純集計した(表29)。まず、異なる時期において東ドイツと西ドイツの自律性・独立性は、それぞれ2.31から1.97、2.32から1.89へと低下した。他の変数では、大幅な変化が見られない。同一の時期の東、西ドイツの数値には、大きな違いは見られな

い。

性の平等の測定項目である、仕事における権利の平均値は全て2.4を超えており、平等性を重視する傾向がある。同様に、政治リーダーと大学の重要性でも、全ての平均値は3を超えており、性の平等性を重視することがわかった。服従性の分野では、Wave6の平均値はWave3よりやや低下している。同性関係、中絶、離婚の3つの正当化は、10段階で測定されているが、平均値は低下している。自律性と参加度も服従性の分野と類似する変化が見られ、民主主義に移行すると低水準になるようにみえる。

以上から、Wave3からWave6にかけて、東西ドイツは民主主義への価値観が低下している傾向にある。なお、収入と学歴も低下している。

### (3) 探索的因子分析

東ドイツと西ドイツに分けて、Wave3とWave6それぞれについて探索的因子分析を行った(表30)。4因子では、自律性と参加度についての潜在変数が抽出できなかった。このため、問題となった変数を除き、2因子としたところ、性の平等と服従性という2つの因子が抽出された。この分類は解放的価値観変数の指標と一致するため、2因子モデルについて、異なるWaveを用いた複数母集団の確認的因子分析を行う。

## 3) 分析

### (1) 複数母集団確認的因子分析(MGCFA)

本研究は社会主義から民主主義への体制変化にともなう、価値観(構造)の変化に注目するため、

表28 世界価値観調査データを使用する変数

	質問項目	回答	処理した後の回答データ
仕事における権利 C001	Men should have more right to a job than women	1: Agree 2: Disagree 3: Neither - 5: Missing; Unknown - 4: Not asked in survey - 3: Not applicable - 2: No answer - 1: Don't know	1: Agree 2: Neither 3: Disagree 全て負の回答項目と欠損値を有効回答の平均値に置換する。
政治リーダー D059	Men make better political leaders than women do	1: Agree strongly 2: Agree 3: Disagree 4: Strongly disagree 欠損は C001と同じ。	全て負の回答項目と欠損値を有効回答の平均値に置換する。
大学の重要性 D060	University is more important for a boy	同上	同上
同性関係の正当化 F118	Justifiable: homo-sexuality	1: Never justifiable 2: 2 ~ 9: 9 10: Always justifiable 欠損は C001と同じ。	1: Never justifiable 2: 2 ~ 9: 9 10: Always justifiable 全て負の回答項目と欠損値を有効回答の平均値に置換する。
中絶の正当化 F120	Justifiable: abortion	同上	同上
離婚の正当化 F121	Justifiable: divorce	同上	同上
独立性 Y003	Autonomy Index	- 2: Obedience/Religious Faith - 1: - 1 0: 0 1: 1 2: Determination, perseverance/ Independence - 5: Missing - 3: Not applicable	1: Obedience/Religious Faith 2: 2 3: 3 4: 4 5: Determination, perseverance/Independence - 2から2を, 0から4とする。 欠損値を有効回答の平均値に置換する。
言論の自由と権利 E1000	Protecting freedom of speech or give people more say as priority	1: Not agree 2: Neither 3: Agree	処理なし。
学歴 X025	Highest educational level attained	1: Inadequately completed elementary education 2: Completed (compulsory) elementary education ~ 8: University with degree/Higher education - upper-level tertiary certificate 欠損は C001と同じ。	左と同じ。ただし、全て負の回答項目と欠損値を有効回答の平均値に置換する。
収入尺度 X047	Scale of incomes	1: Lower step 2: Second step ~ 9: Ninth step 10: Tenth step 11: Highest step 欠損は C001と同じ。	左と同じ。ただし、全て負の回答項目と欠損値を有効回答の平均値に置換する。

表29 単純集計

分類	平均値	東ドイツ		西ドイツ	
	細目	Wave3	Wave6	Wave3	Wave6
性の平等					
	仕事における権利	2.42	2.50	2.41	2.49
	政治リーダー	3.03	3.17	3.23	3.19
	大学の重要性	3.21	3.36	3.32	3.36
服従性					
	同性関係の正当化	5.89	5.74	7.15	6.42
	中絶の正当化	5.71	4.94	5.37	4.60
	離婚の正当化	6.62	6.44	7.17	6.56
自治性					
	独立性	2.31	1.97	2.32	1.89
参加度					
	言論の自由と権利	2.15	2.02	2.05	2.02
収入		4.83	4.55	5.77	5.09
学歴		4.60	4.14	4.58	4.17

表30 探索的因子分析の結果

分類	細目	東ドイツ				西ドイツ			
		Wave3		Wave6		Wave3		Wave6	
		2 因子解		2 因子解		2 因子解		2 因子解	
		因子 1	因子 2	因子 1	因子 2	因子 1	因子 2	因子 1	因子 2
性の平等	政治リーダー	-0.08	0.54	-0.03	0.55	-0.02	0.57	-0.03	0.68
	大学の重要性	-0.03	0.63	-0.04	0.80	-0.05	0.67	0.01	0.70
服従性	同性関係の正当化	0.61	0.14	0.57	0.14	0.64	0.15	0.69	0.11
	中絶の正当化	0.75	0.02	0.72	-0.03	0.71	-0.02	0.78	-0.06
	離婚の正当化	0.93	-0.08	0.85	-0.07	0.91	-0.06	0.84	-0.01
固有値		1.78	0.70	1.56	0.96	1.73	0.80	1.81	0.97
寄与率		0.72	0.28	0.62	0.38	0.68	0.32	0.65	0.35
累積寄与率		0.72	1.00	0.62	1.00	0.68	1.00	0.65	1.00

東ドイツ、西ドイツそれぞれについて Wave3 と Wave6 に分けて 4 母集団モデルを推定する。

まず、確認的因子分析について、測定の不変性を確認する。探索的因子分析の結果をもとに、性別の平等と服従性からなるモデルで分析を行う。なお、東ドイツ、西ドイツと、それぞれ Wave3 と Wave6 を組み合わせた 4 グループ母集団確認的因子分析を行い、測定の不変性を検討する (表31)。

4 つのグループについて、「因子負荷量等値」としたモデルが AIC、BIC、RMSEA と最も良となった。東ドイツは Wave3 の脱社会主義から Wave6 の民主主義へと体制が大きく変わったのにもかかわらず、因子構造は変わっていないことになる。西ドイツにおいても Wave3 と 6 では因子構造は同一であり、価値観の変化の程度は少ないことがわかる。



表31 複数母集団（2 Wave × 東西ドイツ = 4 グループ）の測定不変性の推定結果

モデル	Df	AIC	BIC	CFI	RMSEA	$\chi^2$	$\Delta\chi^2$	$\Delta$ Df	P 値
配置不変	16	81249	81653	0.986	0.067	88.592			
因子負荷量等値	25	81248	81595	0.984	0.056	105.291	16.699	9	0.05365
切片等値	34	81428	81718	0.947	0.088	303.012	197.721	9	2.20E-16***
残差等値	49	81505	81700	0.929	0.085	409.686	106.675	15	6.9E-16***
因子平均等値	55	81625	81782	0.905	0.093	541.661	131.975	6	2.20E-07***

注) 2 因子モデルで 4 母集団の確認的因子分析の結果, Wave3 西ドイツの N = 1,009, Wave6 西ドイツの N = 1,012, Wave3 東ドイツの N = 1,017, Wave6 東ドイツの N = 1,034。

表32 複数母集団共分散構造方程式モデルの異なる等値関係

モデル	AIC	BIC	CFI	RMSEA
等値制約なし	119237	119843	0.937	0.090
因子負荷量等値	119237	119786	0.935	0.083
因子間パス等値	119345	119800	0.914	0.085

注) 2 因子モデルで 4 母集団の確認的因子分析の結果, Wave3 西ドイツの N = 1,009, Wave6 西ドイツの N = 1,012, Wave3 東ドイツの N = 1,017, Wave6 東ドイツの N = 1,034。

(2) 複数母集団共分散構造方程式モデルの分析

前項の分析によって、測定方程式においては、測定の弱不変性が確認できた。これを前提として、ここでは、性の平等、服従性、収入 (X047)、学歴 (X025) 間に想定した仮説どおりのパスを導入したモデルを推定する。

等値制約なし、因子負荷量等値、因子間パス等値制約という 3 つのモデルの適合度を示す (表 32)。因子負荷量等値モデルの AIC, BIC, RMSEA が最良となった。つまり、因子負荷量は同じだが、概念間の係数は同じではないのである。そこで、さらに東西ドイツでのパス係数が異なるというモデルを推定する。なお、東西ドイツが統合されたことを考慮して次の 4 種類のモデルを推定する。

モデル 1) 概念間のパスに等値制約を課さないモデル

2 ヶ国、2 時点で概念間の関係が異なるというモデル。

モデル 2) 概念間のパスに等値制約を課すモデル

2 ヶ国、2 時点で概念間の関係がまったく同じ、つまり 2 時点間、2 ヶ国間ともに概念間には同じ関係があるというモデル。

モデル 3) Wave3, Wave6 とともに、東西で異なり、東、西それぞれは Wave3, Wave6 で等値制約を課すモデル<sup>5)</sup>

東西ドイツで概念間の関係が異なるが、東、西それぞれの国での変数間の関係は統一後も変わっていない。

モデル 4) Wave3 では東西で等値制約を課さないが、Wave6 では等値制約を課すモデル

5) lavaan の関連する部分のスク립トを示す。なお、パラメータについては、下記のように命名した。

Wave3 の東ドイツ: 3\_East Wave3 の西ドイツ: 3\_West

Wave6 の東ドイツ: 6\_East Wave6 の西ドイツ: 6\_West

モデル 3)

Fmat1 ~ c (b1\_3\_West, b1\_6\_East, b1\_3\_West, b1\_6\_East) X047 + c (b2\_3\_West, b2\_6\_East, b2\_3\_West, b2\_6\_East) X025

Fmat2 ~ c (b3\_3\_West, b3\_6\_East, b3\_3\_West, b3\_6\_East) X047 + c (b4\_3\_West, b4\_6\_East, b4\_3\_West, b4\_6\_East) X025

X047 ~ (b5\_3\_West, b5\_6\_East, b5\_3\_West, b5\_6\_East) X025

Wave3 (統合後7年)の東西ドイツ間では差異があるが、Wave6 (統合後23年)のドイツでは変数間の関係が同じ、つまり差異がなくなっていないことを意味する。

これら4つのモデルの適合度を示す(表33)。

モデルの適合度をみると、モデル4のBIC(119786)が最良であった。つまり、Wave3(統合後7年)の東西ドイツ間では差異があったが、Wave6(統合後23年)のドイツでは変数間の関係が同じ、つまり差異がなくなったことを意味する。

### (3) Wald 検定による詳細なパス関係の確認

前項で示したように、モデル4の適合度が最良となった。ただし、これらは構造方程式がすべて上記の傾向であることを仮定している。例えば、性の平等 =  $\beta_1$  収入 +  $\beta_2$  学歴という仮説を設定し、 $\beta_1$ 、 $\beta_2$ ともにWave3では東西で異なっていたが、Wave6では東西ともに同一となったというモデルである。しかし、 $\beta_2$ については変化があるが、 $\beta_1$ については2カ国、2時点ともに同一という可能性もある。推定結果をみると、等値制約しないパラメータは類似する値であった。これを踏まえて、モデル4については、Wald 検定で詳細な因子間のパスの強さの等値関係を検定した(モデル4'<sup>6)</sup>)。この結果からモデル4の制約を変更して推定したモデルを(モデル4'<sup>7)</sup>)とする。

表33の結果によると、Wald 検定で確認したパスの等値関係で推定したモデルによって、あてはまりが改善された。

### (4) 仮説の検定結果

最終的なモデル4'のパラメータの推定結果を

示す(図8)。Wave3については、東西ドイツの等値制約は課さない(図8-(1))。まず、学歴→性の平等、学歴→服従性への係数は東西とも正で有意となった。次に、収入→性の平等への係数は東ドイツが正で有意、西ドイツが負で有意。収入→服従性、学歴→収入は東西とも有意ではなかった。

東西ドイツ(図8-(2))の2つの時期ともに等値制約をしたパスモデルの場合、学歴→性の平等、学歴→服従性への係数は正で有意となった。収入→性の平等への係数は東ドイツは正で有意、西ドイツは負で有意となった。収入→服従性への係数は有意ではない。学歴→収入への係数は正で有意であった。

これら仮説の検定結果を以下にまとめる。

なお、前述のように自治と(社会的)参加については、因子を抽出できなかったため、検定できなかった。

$H_{si,ge}$ : 収入と性の平等には正の相関がある。

(Wave3,6とも東では支持、西では棄却)

$H_{si,cf}$ : 収入と服従性には正の相関がある。

(Wave3,6,東西とも棄却)

$H_{si,at}$ : 収入と自治性には正の相関がある。(推定できず)

$H_{si,ps}$ : 収入と参加度には正の相関がある。(推定できず)

$H_{el,ge}$ : 学歴と性の平等には正の相関がある。

(Wave3,6,東西とも支持)

$H_{el,cf}$ : 学歴と服従性には正の相関がある。(同上)

$H_{el,at}$ : 学歴と自治性には正の相関がある。(推定できず)

6) b1\_3\_West-b1\_3\_East (p=0.008) -> 不等値  
b1\_3\_West-b1\_6\_West (p=0.660) -> 等値  
b2\_3\_West-b2\_3\_East (p=0.014) -> 等値  
b2\_3\_West-b2\_6\_West (p=0.358) -> 等値  
b3\_3\_West-b3\_3\_East (p=0.738) -> 等値  
b3\_3\_West-b3\_6\_West (p=0.854) -> 等値  
b4\_3\_West-b4\_3\_East (p=0.738) -> 等値  
b4\_3\_West-b4\_6\_West (p=0.265) -> 等値  
b5\_3\_West-b5\_3\_East (p=0.803) -> 等値  
b5\_3\_West-b5\_6\_West (p=0.000) -> 不等値

7) lavaan のスクリプト(構造方程式部分)は以下の通り。

Fmat1 ~ c (b1\_3\_West, b1\_3\_East, b1\_3\_West, b1\_3\_West) X047 + c (b2\_3\_West, b2\_3\_West, b2\_3\_West, b2\_3\_West) X025

Fmat2 ~ c (b3\_3\_West, b3\_3\_West, b3\_3\_West, b3\_3\_West) X047 + c (b4\_3\_West, b4\_3\_West, b4\_3\_West, b4\_3\_West) X025

X047 ~ (b5\_3\_West, b5\_3\_West, b5\_6\_West, b5\_6\_West) X025

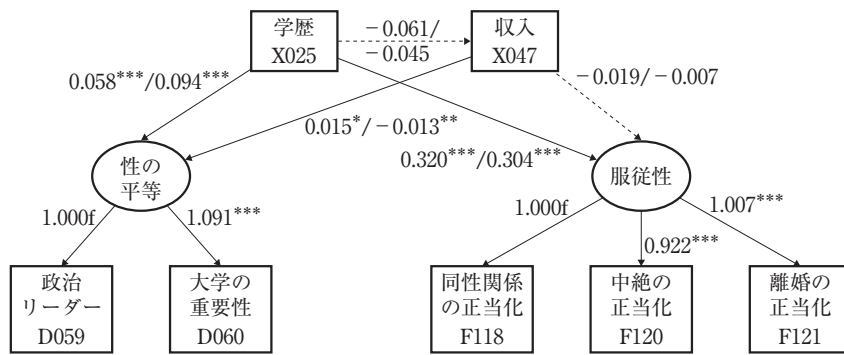
表33 複数母集団共分散構造方程式モデル (因子負荷量等値)

モデル	AIC	BIC	GFI	AGFI	RMSEA
1) 因子間のパス係数に等値制約なし	119237	119843	0.996	0.988	0.090
2) 因子間のパス係数に等値制約あり	119237	119786	0.996	0.989	0.083
3) モデル 3	119343	119829	0.995	0.988	0.087
4) モデル 4	119268	119786	0.996	0.989	0.083
4') モデル 4 について Wald 検定に基づいて制約をはずした	119261	119728	0.995	0.990	0.078

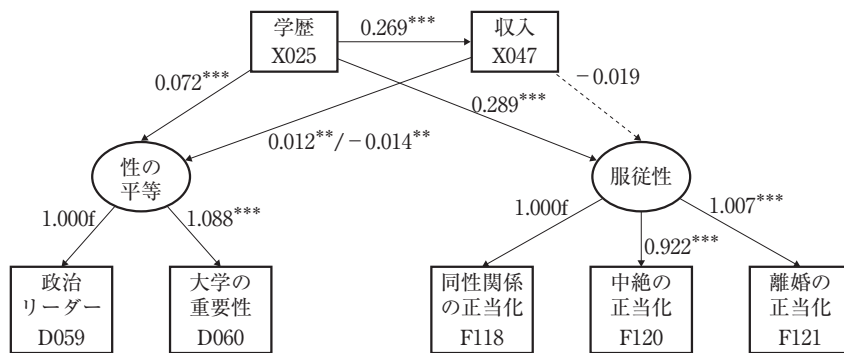
注) 測定方程式については、「因子負荷量」を等値制約した。

図 8 推定結果

(1) Wave3 東ドイツ/西ドイツ等値制約なし (モデル 4)



(2) Wave6 東ドイツ/西ドイツ等値制約あり, Wald 検定で制約を検定 (モデル 4')



注) fは固定したパス, \*\*\*: 1%有意, \*\*: 5%有意, \*: 10%有意を示す。実線は10%有意水準となったパス, 点線は10%水準でも有意水準とならなかったパスを意味する。東西ドイツで等値誓約なしの場合, 推定値を“東ドイツ/西ドイツ”のように示している。

H<sub>el,ps</sub>: 学歴と参加度には正の相関がある。(推定できず)

H<sub>is,et</sub>: 学歴と収入には正の相関がある。(Wave3で東西とも棄却, Wave6で東西とも支持)

4) 本章のまとめ

本研究は, 1986年から1995年までの世界民主主義体制への変化の潮流に基づき, 1990年に統一された東ドイツと西ドイツにおける, 民主主義への価値観の変化を分析した。世界価値観調査のWave3 (1997) と Wave6 (2013) の東西ドイツ

のデータをもとに、16年間の民主主義への構造上の変化について仮説を設定し、検定した。

1989年時点で、民主主義体制であった西ドイツと、東ドイツには大きな経済格差が存在していた。国の経済水準や収入などの指標は民主主義への変化の重要な条件だと考えられる。1986年から1995年の期間に民主主義へ移行した国は全て中所得水準を達成した国であり、これらの国の民主主義の発展について失敗例も存在していないことから、社会学視点から民主主義を研究する上で収入は重要な要素となる。よって、収入を反映する変数を利用し、解放的価値観と相関があるという仮説を設定した。同様に学歴についての仮説も設定した。

推定の結果、Wave3（統合後7年）の東西ドイツ間では差異があるが、Wave6（統合後23年）のドイツでは収入→性の平等以外の変数間の関係が同じ、つまり差異がなくなっていることがわかった。学歴の高さは性の平等、服従性と正の相関関係があることがわかった。

なお、自治性と社会的参加に関する仮説については、因子を抽出できなかったため、推定ができなかった。今後、性の平等、服従性と合わせて完全な解放的価値観の指標に基づいて再分析を行う予定である。

## 9 不安が消費者の支出・貯蓄意識に及ぼす影響の4ヵ国（日米印、イラク）比較

企業や政府の支出と同様に、個人消費の動向は景気動向の重要な要素であるため、その動きが研究者および実務家に注目されている。家計支出には様々な種類があるが、家計支出は基礎的支出と選択的支出に大きく分けることができる。具体的には、基礎的支出には、食品、家賃、光熱費、保険医療サービスなど含まれている。一方、選択的支出には、教育費、教養娯楽用耐久財（パーソナルコンピューターなど）、月謝類などが含まれている。

消費支出に注目してきた調査や既存研究は数多く存在している。少し古いデータであるが、経済

企画庁が昭和55年に公開した年次経済報告（経済企画庁1970）は、家計消費の規定要因として、所得要因（実質可処分所得）、習慣要因（1期前の実質消費支出）、金融資産の減価要因（消費者物価上昇率と金融資産利回り）、雇用情勢要因（有効求人倍率）などを挙げた。また、消費者の労働時間に焦点を合わせて、労働時間が長いほど、消費支出が少なくなると主張した既存研究も存在している。

消費者の可処分所得から消費支出をひいた部分は、貯蓄と呼ばれている。消費者がなぜ貯蓄をするのかについては、欲しいものを買うため、お金を貯めるなどという明確な理由以外に、手に入れたものははっきりしていないが、将来の「万一」に備えるために、お金を準備しておくという理由で、貯蓄を行う人も多く存在している。

消費支出と同様に、研究者および実務家も消費者の貯蓄行動をめぐって議論している。例えば、財務省が平成13年に行った「21世紀の資金の流れの構造変革に関する研究会」報告書（財務省2001）は、家計貯蓄率に影響を与える要因に関して分析した。この報告書によると、少子高齢化社会の進展、社会保障制度のあり方、雇用・賃金システムの変化などが、家計貯蓄率に影響を与える重要な要因として挙げられるという。

このように、消費者の支出および貯蓄に関する研究が多く存在しているが、それらの研究は、社会のマクロ経済動向に焦点を合わせてきたが、消費者個人の心理メカニズムおよび価値観などのミクロの要因に関しては注目されていない。また、既存研究は、定量データを用いるものの、比較的小規模なサンプルを用い、国際比較を行っていないという限界を抱えている。

そこで、本研究は、消費者の価値観という視点から、世界価値観調査による大規模なデータを用いて、消費者の支出・貯蓄意識に影響を及ぼす要因を探究する。

### 1) 支出・貯蓄の規定要因に関する既存研究

村田（2003）は、日本の30歳代を中心とした家計のミクロ・データを用いて、予備的貯蓄の実証分析を行った。彼女は不確実性の主観的指標を用いることにより、景気見通しや公的年金制度に関

8) この章は廖が担当した。

して家計の抱く不安が貯蓄行動に影響を及ぼすことを実証した。また、飛田・別所（2003）は雇用不安と家計の消費・貯蓄行動に関して、雇用リスクが高いほど、消費者の予備的貯蓄意識が高まるということを示した。

## 2) 仮説設定

前述のとおり、財務省の調査および飛田・別所（2003）が行った実証分析は、共に雇用リスク、すなわち職業に就けない、または仕事を失うという失業に対する「不安」が、消費者の予備的貯蓄意識を高めるという結果を示した。それらの議論を踏まえて、以下の仮説を提唱する：

H<sub>1</sub>：失業に対する不安と消費者の貯蓄意識には正の相関がある。

雇用リスクが高まっているこの時代における、職に就くのに重要な要因の1つは、学歴である。学歴は就職の規定要因の1つになるため、高い学歴を達成するためには高品質の教育を受けなければならないと言えるだろう。このように、得られる教育水準が雇用機会と強くかかわっているため、教育資金の不備は不安を招くと考えられるだろう。以上の議論を踏まえて、以下の仮説を提唱する：

H<sub>2</sub>：子供の教育資金に対する不安と消費者の貯蓄意識には正の相関がある。

第二次世界大戦以降、世界は概して平和な時代であるが、国際紛争に巻き込まれて、戦争に苦しんでいる国や地域も存在している。また、宗教上の衝突などによるテロ事件などが、近年多発している。テロは予測のできない事件であるため、安全だけではなく、世界の経済動向にも大きく影響を与えている。戦争とテロ事件は消費者の不安感を高め、万一に備えるという意識を高める要因であると推測する。以上の議論を踏まえて、本研究は以下の仮説を提唱する：

H<sub>3</sub>：戦争に対する不安と消費者の貯蓄意識には正の相関がある。

H<sub>4</sub>：テロに対する不安と消費者の貯蓄意識には正の相関がある。

## 3) 分析

### (1) 分析対象

前節において提唱した仮説のとおり、本研究は「失業に対する不安」「子供の教育資金に対する不安」「戦争に対する不安」および「テロに対する不安」がそれぞれ、消費者の貯蓄意識に及ぼす影響に関する仮説の経験的妥当性を吟味する。「消費者の貯蓄意識」を従属変数にして、「失業に対する不安」、「子供の教育資金に対する不安」、「戦争に対する不安」および「テロに対する不安」を独立変数にする。

世界価値観調査データのうち、Wave6（2010年～2014年）においてのみ、「消費者の貯蓄意識」と「失業に対する不安」「子供の教育資金に対する不安」「戦争に対する不安」および「テロに対する不安」に関するデータを収集している。そのため、本研究では、Wave6のデータを用いる。

また、分析対象国として、日本、アメリカ、イラクおよびインド、合計4カ国を比較する。日本とアメリカを研究対象国にする理由は、「貯蓄好きの日本人、消費好きの米国人」というイメージがあるが、(株)東京スター銀行が2011年に、日本、アメリカおよび中国在住の20～40代のビジネスパーソン900人を対象に行った調査では、このイメージを覆す結果が得られているからである。つまり、「定期的に貯蓄している」と答えた割合は日本が一番低く4割程度なのに対して、米国では7割近くに達していた。日本人の8割が「特に明確な目的や使用用途がなく念のために貯蓄」、4割が「人生設計（ライフプラン）を持っていない」と回答していた。さらに米国人の8割近くが、貯蓄のために「欲しいものがあっても我慢している」、「生活を切り詰めるなどの努力をしている」と回答した。このように、日本とアメリカの貯蓄は、我々のイメージと逆の結果であり、それを確認する必要がある。

また、同調査の結果によると、日本人の9割以上が将来のお金についての不安を感じている。アメリカでは、「自分の将来が今より良くなる」と回答した人が7～8割を超えているのに対して、日本人は将来に対して非常に悲観的である。この点からも、日本とアメリカを対象にして、不安が貯蓄意識に及ぼす影響を探究すると、意味深い結



果が得られるだろう。

イラクは2003年から2011年まで、イラク戦争に巻き込まれ、その後も軍事衝突やテロ事件などに巻き込まれている。イラク国民は戦争やテロの間の中に生活を送っていると言える。イラクを含めれば、不安が貯蓄意識に及ぼす影響を探究するために、意味深い結果が得られることを期待する。

2016年度の世界人口白書が発表したデータによると、インドは、12億5970万人で、世界人口ランキングの2位を占めている。また、2017年Worldometersが発表した世界人口ランキングによると、インドの人口総数は約13億4200万人で、世界2位を占めている。このため失業も重要な問題だと考えられる。

## (2) 測定項目と尺度

本研究で用いる、「消費者の貯蓄意識」「失業に対する不安」「子供の教育資金に対する不安」「戦争に対する不安」および「テロに対する不安」について、Wave6から質問項目を抽出した(表34)。

不安は、失業、子供の教育資金、戦争およびテロ事件に対して、それぞれ、どの程度、心配しているのかを表している(H006\_01~H006\_04)。この変数の尺度は、「1：非常に心配している」、「2：かなり心配している」、「3：やや心配している」、「4：全く心配していない」である。

この他に、コントロール変数として「健康状態」および「教育水準」を導入した。前川(2010)によると、家計の貯蓄を決定する主要な要因としては、所得要因、金利要因、不確実性に関する要因があると言える。さらに、前川は不確実性の中に、健康や寿命に関する不確実性があると指摘したため、本研究は「健康状態」をコントロール変数として用いた。また、前川は、消費者の教育水準と消費者の収入には正の相関があることを示した。このため、「教育水準」もコントロール変数として用いた。

「健康状態」は、「あなたの現在の健康状態(A009)」という質問項目によって測定される。この変数の尺度は、「1：非常に健康」「2：やや健康」「3：普通」「4：やや悪い」「5：非常に悪い」である。「教育水準」は、「あなたが得た最終学歴(H025)」という質問項目によって測定される。この変数の尺度は、「1：就学前教育レベ

ル」「2：小学校卒業レベル」から「8：大学卒業レベル」で測定されている。

従属変数は、「去年における、あなたの家計支出の状況(貯蓄意識)(X044)」という質問項目によって測定される。これは、「1：貯蓄できる」「2：収支が均衡(つまり貯蓄はほとんどできない)」「3：貯金を少し使って、借金もしている」「4：貯金を取り崩して、借金もしている」である。

失業、子供の教育資金、戦争およびテロ、家庭の家計支出の状況(貯蓄意識)は反転尺度で測定されているが、解釈を容易にするために逆転させた。

## (3) 単純集計

単純集計の結果(図9)から見ると、日本とインドの国民の年間家庭の家計支出は低く、貯蓄意識も低い。次いでイラク、アメリカの順で高くなり、アメリカの貯蓄意識は、4カ国のうち最も高い。日本とインドでは、失業および子供の教育資金に対する不安が、イラク、アメリカよりも高くなっている。戦争およびテロに関して、日本は、戦争やテロ事件に巻き込まれていないものの、戦争やテロに対する意識と不安は、他の国より高い。

## 4) 仮説の検定

「消費者の貯蓄意識」を従属変数、「失業に対する不安」「子供の教育資金に対する不安」「戦争に対する不安」および「テロに対する不安」を独立変数にした重回帰分析の結果を示す(表35)。

### (1) 失業に対する不安

「失業に対する不安」に関して、日本、アメリカおよびイラク3カ国では有意な結果となった。ただし、「失業に対する不安」は、「消費者の貯蓄意識」と負の相関になった。すなわち、消費者の失業に対する不安が高いほど、貯蓄意識が弱まる。したがって、仮説H<sub>1</sub>は棄却された。

(棄却) H<sub>1</sub>: 失業に対する不安と消費者の貯蓄意識には正の相関がある。

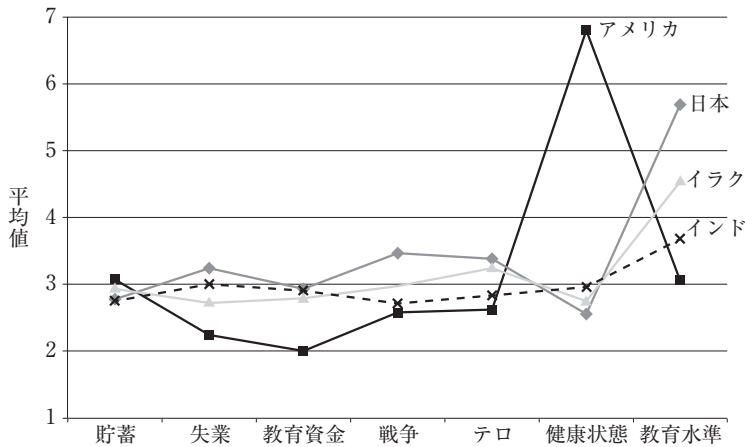
### (2) 子供の教育資金に対する不安

「子供の教育資金に対する不安」に関して、日本およびアメリカ2カ国は負で有意な結果となった。すなわち、消費者の子供の教育資金に対する不安が高いほど、貯蓄意識が弱まることを意味し、

表34 用いる変数

変数	質問項目	尺度	処理後の尺度
消費者の貯蓄意識 X044	Family savings during past year	1 : Save money 2 : Just get by 3 : Spent some savings and borrowed money 4 : Spent savings and borrowed money - 5 : Missing; Unknown - 4 : Not asked in survey - 3 : Not applicable - 2 : No answer - 1 : Don't know	1 : Spent savings and borrowed money 2 : Spent some savings and borrowed money 3 : Just get by 4 : Save money 全ての負値の尺度と欠損値を有効回答の平均値に置換する。
失業に対する不安 H006_01	Worries: Losing my job or not finding a job	1 : Very much 2 : A great deal 3 : Not much 4 : Not at all - 5 : Missing; Unknown - 4 : Not asked in survey - 3 : Not applicable - 2 : No answer - 1 : Don't know	1 : Not at all very much 2 : Not much 3 : A great deal 4 : Very much 全ての負値の尺度と欠損値を有効回答の平均値に置換する。
子供の教育資金に対する不安 H006_02	Worries: Not being able to give one's children a good education	同上	同上
戦争に対する不安 H006_03	Worries: A war involving my country	同上	同上
テロに対する不安 H006_04	Worries: A terrorist attack	同上	同上
健康状態 A009	State of health (subjective)	1 : Very good 2 : Good 3 : Fair 4 : Poor 5 : Very poor - 5 : Missing; Unknown - 4 : Not asked in survey - 3 : Not applicable - 2 : No answer - 1 : Don't know	1 : Very poor 2 : Poor 3 : Fair 4 : Good 5 : Very good 全ての負値の尺度と欠損値を有効回答の平均値に置換する。
教育水準 H025	Highest educational level attained	1 : Inadequately completed elementary education 2 : Completed (compulsory) elementary education ~ 8 : University with degree/Higher education - upper-level tertiary certificate - 5 : Missing; Unknown - 4 : Not asked in survey - 3 : Not applicable; No formal education - 2 : No answer - 1 : Don't know	全ての負値の尺度と欠損値を有効回答の平均値に置換する。

図9 各変数の平均値



仮説 H<sub>2</sub>も棄却された。

(棄却) H<sub>2</sub>: 子供の教育資金に対する不安と消費者の貯蓄意識には正の相関がある。

### (3) 戦争に対する不安

「戦争に対する不安」に関して、インドのみ、正で有意となった。すなわち、消費者の戦争に対する不安が高いほど、貯蓄意識が強まる。したがって、インドのみ仮説 H<sub>3</sub>が支持された。

(支持) H<sub>3</sub>: 戦争に対する不安と消費者の貯蓄意識には正の相関がある。

### (4) テロに対する不安

「テロに対する不安」に関して、日本およびアメリカの2カ国は有意な結果が得られた。ただし、日本は負、アメリカは正の相関となった。日本の消費者は、テロに対する不安が高いほど、貯蓄意識が弱まる一方、アメリカの消費者は、テロに対する不安が高いほど、貯蓄意識が強まる。したがって、仮説 H<sub>4</sub>がアメリカのみ支持された。

(一部支持) H<sub>4</sub>: テロに対する不安と消費者の貯蓄意識には正の相関がある。

## 5) 本章のまとめ

本研究は、消費者の価値観という視点から、世界価値観調査による大規模なデータを用いて、消

費者の支出・貯蓄意識に影響を及ぼす要因を探究した。本研究は既存研究および諸調査を踏まえて、「失業に対する不安」「子供の教育資金に対する不安」「戦争に対する不安」および「テロに対する不安」がそれぞれ、消費者の貯蓄意識に及ぼす影響に関する仮説を提唱した。分析の結果、戦争に対する不安およびテロに対する不安に関する仮説は正で有意な結果が得られた(ただし、テロに対する不安に関する仮説は、部分支持された)。一方、失業に対する不安および子供の教育資金に対する不安に関する仮説は、負で有意な結果が得られたため棄却された。消費者が戦争およびテロ事件が発生するのではないかと心配している時、万一の備えのために、貯蓄する傾向がある一方、消費者が職を失うかもしれない、子供が進学するための資金が足りないかと心配している時、消費者はより消費を行う傾向がある。

本研究は消費者の価値観という視点から、貯蓄意識の規定要因を探究し、有意な結果を得たが、まだいくつかの課題が残っている。

まず、日本、アメリカ、イラクおよびインドという4カ国を対象にして分析したが、世界価値観調査の全ての対象国のデータを分析できなかった。研究対象国を増加して、貯蓄意識の規定要因の国際間比較を行う必要がある。また、本研究では、日本、アメリカ、イラクおよびインドという4カ国で、それぞれ違う結果が得られた。その原因と

表35 各国の重回帰分析結果（従属変数：消費者の貯蓄意識）

	日本	アメリカ	イラク	インド
失業に対する不安（+）	-0.146*** (-6.435)	-0.146*** (-6.727)	-0.051* (-1.75)	-0.006 (-0.224)
子供の教育資金に対する不安（+）	-0.006*** (-0.262)	-0.092*** (-4.201)	0.029 (0.895)	0.011 (0.422)
戦争に対する不安（+）	0.011 (0.422)	-0.024 (-0.789)	0.037 (1.009)	0.108**** (4.066)
テロに対する不安（+）	-0.006*** (-0.176)	0.058* (1.946)	-0.010 (-0.267)	-0.023 (-0.823)
健康状態	0.106*** (5.062)	0.161*** (6.073)	0.256*** (7.326)	0.165*** (5.900)
教育水準	0.060*** (5.931)	0.077*** (4.803)	0.097*** (8.236)	-0.001 (-0.094)
Multiple R-squared	0.058	0.093	0.119	0.040
Adjusted R-squared	0.054	0.089	0.113	0.034

注) 表の数値は、推定値 (t 値) 有意水準を示す。

\*\*\* : 1%水準で有意, \*\* : 5%水準で有意, \* : 10%水準で有意。

して、国の経済、治安などの変数が統制されていないため、バイアスが生じたことが考えられる。これらを統制する必要がある。

最後に、本研究は貯蓄意識の規定要因として、「失業に対する不安」「子供の教育資金に対する不安」「戦争に対する不安」「テロに対する不安」という4つの変数を考慮したが、各モデルの $R^2$ は低いため、他の要因があると考えられる。より多くの要因を考慮に入れる必要がある。

## 10 物質主義—脱物質主義概念測定の問題<sup>9)</sup>

Inglehart (1971) は「物質主義—脱物質主義 (materialism-post-materialism)」に注目し、これを転換させる要因についての仮説を設定した。そして、設定した概念を欧州で測定し実証した。この項目は世界価値観調査にも導入されたが、参加国が増えたことによって、近代化—ポスト近代化 (modernization-postmodernization) へと視点を拡大していった。さらに調査、分析方法についても、事前に設定した仮説に基づいて仮説を検証する「演繹法」から、(ポスト) 近代化に関連する

と考えられる多数の項目から主成分分析もしくは探索的因子分析によって軸を抽出するという「帰納法」へと方法を変化させてきた (君塚 2003)。

このように重要な調査ではあるが、批判も存在する。例えば、君塚 (2003) は、文化地図の2軸について、特に中国の解釈が妥当ではないと批判している。また、Lakatos (2015) は主成分分析、因子分析等の分析方法に問題があるとして、多重コレスポンデンス分析を行うことを提案している。

もっとも重要であると考えられる、文化地図や分析手法が詳細に説明されている Inglehart (1997) をみるだけでも、(1) いくつかの重要な概念が規定され操作化されているが、表面妥当性が低い項目が多いこと、(2) 測定には順序尺度が用いられているが、妥当な分析がされていないこと、(3) 用いられているのは探索的手法であり、仮説検定されていないこと、(4) 個人レベルのデータを国レベルに集計した分析が行われており、個人レベルでの分析と結果は大きくはかわらないとされているが、情報の損失が大きいこと、(5) 回答者×国×時期というデータ構造を考慮した分析とはなっていないこと、などの問題を指摘できる。

これらに関して、本章では、この調査のもっと

9) この章は濱岡が担当した。

も古いキー概念である「物質主義—脱物質主義 (materialism vs post-materialism)」に関する問題点を論ずる。

### 1) 世界価値観調査における物質主義—脱物質主義の問題点

#### (1) 表面妥当性

測定の妥当性には、表面妥当性 face validity, 収束妥当性 convergent validity, 弁別妥当性 discriminant validity などがある。Inglehart (1997, ch. 4) は、この項目の測定について、批判も含めて詳細に説明している。この概念は1970年代以降、他の研究 (Inglehart 1971) などでも測定されてきたが、測定方法や次元についての様々な議論がある (Inglehart 1997, p. 108)。これらの議論はあったが、世界価値観調査でも、表36の4項目、Wave2からはさらに8項目を追加した12項目でも測定されている。

4項目のうち「国の秩序の維持」「物価上昇と戦う」が物質主義に関する項目であり、「政府の重要な意思決定に国民の意見を反映させる」「言論の自由を守る」が非物質主義に関する項目である。前者については、政治的な視点と経済的な視点が混在している。これに関して、Flanagan (1982a, b) は、Inglehart の尺度は「権威—自由主義 (authoritarian-liberalitarian)」「経済優先—非経済優先 (economic-noneconomic)」の2次元からなると批判した。そして、この2次元を測定するための尺度を開発し、日本の投票行動のデータで実証した。

#### (2) 測定の尺度と分析方法

表36にあるように、これら項目の中から、重視するもの上位2位までを選ばせている。つまり、測定の尺度として、4項目のうち最大2位までの「(不完全) 順序尺度」で測定していることになる。順序尺度の場合、平均値や分散などが算出できず、これらを用いる多くの手法を適用できない。また、最も重視している項目しか選ばなかった者の扱いなどの問題もある。

Inglehart (1997, ch. 4) では、間隔尺度ではなく順序尺度で測定する理由として、挙げられている項目はいずれも重要なものであり、間隔尺度で回答させると項目間での差がでないという

Rokeach (1973) の主張を挙げている。このように「(不完全) 順序尺度」で測定した2項目を、次のように指標化している (表37)。つまり、上位2位とも物質主義項目を選んだ場合には1、上位2位とも脱物質主義項目を選んだ場合には3、それ以外の場合には2となるように指標化している。このような方法は、物質主義と脱物質主義が一次元の両極であることを仮定していることになるが、その妥当性を検証する必要がある。また、上述のようにランキングで回答させる理由として、項目間の差を期待するとしているにもかかわらず、同じ概念に含まれる項目1と3、項目2と4での回答順位の差を無視している。

さらに、例えば物質主義である項目1を1位、脱物質主義である項目2を2位で選んだ者、物質主義である項目1のみを選んで、2位は無回答の者、さらには2位とも無回答の者をいずれも中間としていることも問題である。

#### (3) 国際比較における問題

Steenkamp and Baumgartner (1998) は、国際比較を行う際は、次の手順で測定の不変性 (measurement invariance) を検証することを提案している。

- ・観測された共分散行列が等しいか否かについての検定。
- ・配置不変性 configural invariance が成立しているかの検定。
- ・尺度不変性 (潜在変数から観測変数へのパスが母集団間で等しい) が成立しているかの検定。
- ・スカラー不変性 (観測変数の平均値が母集団間で等しい)。
- ・潜在変数間の共分散の不変性の検定。
- ・潜在変数の分散の不変性の検定。
- ・誤差の不変性の検定。

WVS データでは、前述の指標化を参加国に対して行っている。これはすべての国で、これら項目の構造が共通であり、項目間の重みも同一であることを仮定していることになる。構造方程式モデルでいえば、複数の国という「複数母集団で配置不変性 (configural invariance)」および「測定不変性 (measurement invariance)」が成立していることが前提となっている。しかし、Inglehart



表36 物質主義—脱物質主義の測定項目（4項目版）

V62 (E003). If you had to choose, which one of the things on this card would you say is most important? (Code one answer only under "first choice"):		
V63 (E004). And which would be the next most important? (Code one answer only under "second choice"):		
	V62 (E003)	V63 (E004)
	First choice	Second choice
[m] 〈秩序〉 Maintaining order in the nation	1	1
[p] 〈参加〉 Giving people more to say in important government decisions	2	2
[m] 〈価格〉 Fighting rising prices	3	3
[p] 〈言論〉 Protecting freedom of speech	4	4

出所) World Values Survey Wave6 (2010-2014) Questionnaire に加筆。

http://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV6.jsp (2016年11月9日アクセス)

( ) の変数名は時系列データコード・ブックにおける変数名。[m] は物質主義, [p] は脱物質主義の項目とされている。以下では、〈 〉内の変数名を用いる。

表37 Inglehart (1997) の物質主義—脱物質主義の指標化

# 初期値設定
V1000 < - 2
# 物質主義: 選択肢 1 → 3 もしくは 3 → 1 と選んだ場合には V1000 を 1 とする
V1000 [(E003 = 1 & E004 = 3)   (E003 = 3 & E004 = 1)] < - 1
# 脱物質主義: 選択肢 2 → 4 もしくは 4 → 2 と選んだ場合には V1000 を 3 とする
V1000 [(E003 = 2) & (E004 = 4)   ((E003 = 4) & (E004 = 2))] < - 3

注) Inglehart (1997) 掲載の SPSS 用スクリプトを R 用書き直したものの。変数名は時系列データ・コードブックのもの。

(1997) を見る限り、このことは確認されていない。Coromina and Davidov (2013) は、4時点での European Social Survey (ESS), 7カ国のデータに対して、この手順で複数母集団分析を適用し、国、時系列での測定不変性を検討している。WVS データでも、これらの手順に則って、上述の仮定が成立しているか否かを検討すべきである。

2) 世界価値観調査における物質主義—脱物質主義の再分析

(1) 分析対象

世界価値観調査は6回にわたって、参加国を増やしながら行われてきた。前述のように、本稿では多母集団構造方程式モデルを適用する。このため、すべての国×回を分析することは非現実的である。このため、米中が参加した Wave3 以降のすべての Wave に参加した国に限定する。この結果、分析対象は12カ国となった。これには、Spain, United States という欧米の国だけでなく、Argentina, Chile, Mexico, Peru という南米諸国、

China, India, Japan, South Korea というアジア諸国, South Africa, Turkey という多様な国々が含まれている (図10)。

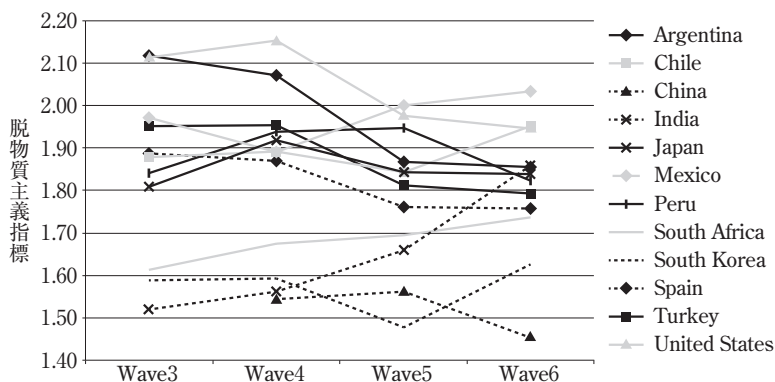
(2) 単純集計

これらの国について、Inglehart (1997) の定義による物質主義—脱物質主義の値を示す (図10)。China, India, South Africa といった新興国, South Korea では脱物質主義指標が低くなっている。近代化が進んでいると考えられる、United States はもっとも脱物質主義指標が高かったが、年と共に低下している。

この指標は前述のように、もっとも重視する点次に重視する点を設問 E003, E004 で回答させている。この2つの変数のクロス集計表を示す (表38)。日本の Wave6 に限定した結果 (表38-(a)) をみると、物質主義の項目である「1: 〈秩序〉 [m]」を1位に選んだ者のうち41%が、脱物質主

10) 時系列データの変数 "Y002: Post-Materialist index 4-item"。欠損値は平均値置換した。

図10 脱物質主義指標の推移



注) China は Wave3 では「[p] Protecting freedom of speech」が設定されなかった。

表38 物質主義—脱物質主義測定のための項目の集計表

(a) 日本・Wave6

1st Choice (E0004)	2nd Choice (E0003)								うちNA など	N	うちNA など	
	- 3	- 2	- 1	1	2	3	4	N				
- 1 : Don't know	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	(100%)	249	249
1 : 〈秩序〉 [m] Maintaining order in the nation	0%	1%	10%	0%	41%	33%	15%	100%	(11%)	1038	118	
2 : 〈参加〉 [p] Give people more say	0%	1%	10%	41%	0%	31%	16%	100%	(11%)	727	79	
3 : 〈価格〉 [m] Fighting rising prices	0%	2%	16%	41%	29%	0%	12%	100%	(18%)	319	57	
4 : 〈言論〉 [p] Protecting freedom of speech	0%	2%	6%	42%	39%	11%	0%	100%	(8%)	110	9	
合計	10%	1%	10%	20%	23%	24%	13%	100%	(21%)	2443	512	
うち NA など	(100%)	(0%)	(0%)	(0%)	(0%)	(0%)	(0%)	(100%)	(100%)	(249)	(249)	

(b) 12カ国・Wave3-6をプール

1st Choice (E0004)	2nd Choice (E0003)								うちNA など	N	うちNA など	
	- 5	- 3	- 2	- 1	1	2	3	4				N
- 5 : Missing; Unknown	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	(100%)	17	17
- 2 : No answer	0%	37%	61%	0%	0%	0%	1%	0%	100%	(98%)	403	396
- 1 : Don't know	0%	19%	1%	77%	0%	1%	1%	0%	100%	(98%)	2456	2405
1 : 〈秩序〉 [m] Maintaining order in the nation	0%	0%	1%	1%	0%	30%	48%	20%	100%	(2%)	28580	643
2 : 〈参加〉 [p] Give people more say	0%	0%	1%	1%	30%	0%	37%	30%	100%	(2%)	17989	413
3 : 〈価格〉 [m] Fighting rising prices	0%	0%	1%	3%	48%	28%	0%	20%	100%	(4%)	20718	762
4 : 〈言論〉 [p] Protecting freedom of speech	0%	0%	1%	1%	34%	40%	23%	0%	100%	(2%)	8273	201
合計	0%	1%	1%	4%	23%	23%	28%	19%	100%	(6%)	78436	4837
うち NA など	(22%)	(10%)	(66%)	(0%)	(1%)	(1%)	(0%)	(100%)	(4%)	(2876)	(2818)	

注) [m] は物質主義, [p] は脱物質主義の項目とされている。

義の項目である「2:〈参加〉[p]」を選んでいる。同様に「2:〈参加〉[p]」を1位に選んだ者のうち41%が、物質主義の項目である「1:〈秩序〉[m]」を2位に選んでいる。また、脱物質主義で

ある「4:〈言論〉[p]」を1位に選んだ者のうち、42%が物質主義である「1:〈秩序〉[m]」を選んでいる。表面妥当性が高い項目であれば、物質主義項目から2つ、もしくは脱物質主義から2つを

表39 探索的因子分析の結果（日本，Wave6）

	1 因子解		2 因子解		3 因子解	
	因子 1	因子 1	因子 2	因子 1	因子 2	因子 3
1:〈秩序〉[m]	-0.26	-0.08	<u>1.26</u>	0.26	-0.23	<u>0.97</u>
2:〈参加〉[p]	<u>1.46</u>	-0.21	-0.33	<u>-0.97</u>	-0.23	-0.30
3:〈価格〉[m]	-0.17	<u>1.45</u>	-0.07	0.48	-0.47	-0.40
4:〈言論〉[p]	-0.05	-0.24	-0.13	0.24	<u>0.97</u>	-0.27
固有値	2.23	2.22	1.73	1.20	1.14	1.15
寄与率	56.0%	56.0%	43.0%	30.0%	29.0%	29.0%
累積寄与率	56.0%	56.0%	99.0%	30.0%	59.0%	87.0%

注) 順序尺度のポリコリック相関係数を因子分析した結果 (promax 回転後)。

因子負荷量の絶対値が0.6を超えるものに下線を引いた。

選ぶ者の割合が高くなるべきだが、ここでの結果はそうなっていない。

表38-(b) には12カ国・Wave3-6をプールして同様に集計した結果を示す。この結果でも、物質主義の項目である「1:〈秩序〉[m]」を1位に選んだ者のうち30%が、脱物質主義の項目である「2:〈参加〉[p]」を選んでいる。同様に「2:〈参加〉[p]」を1位に選んだ者のうち37%が、物質主義の項目である「3:〈価格〉[m]」を2位に選んでいる。このように表面的妥当性を満たしていないため、取束妥当性も満たされていないことがわかる。

### (3) 探索的因子分析

1次元尺度とすることが妥当かを検討するため、これら指標を1位に選べば1、2位に選べば2、それ以外(無回答なども含む)を3とした変数を作成した。この4つの変数を探索的因子分析することによって1因子が抽出されるかを確認した。なお、これは順序尺度であるためポリコリック(polycorric)相関係数を算出し、それを因子分析した。それぞれ統計パッケージRのライブラリ polycor と psych を用いた<sup>11)</sup>。

表39には日本のWave6を用いて因子数1-3まで指定した結果を示す。1次元で物質主義-脱物質主義という意味をもつ尺度であれば、1因子解

としたときに、すべての項目の因子負荷量が大きくなり、物質主義に関する項目1,3と脱物質主義に関する項目2,4の符号は反転しているはずである。しかし、表39にあるように因子負荷量が大いなのは「2:〈参加〉[p]」のみであった。寄与率も低いため、2因子としたところ、因子1については「3:〈価格〉[m]」、因子2には「1:〈秩序〉[m]」と、同じ物質主義にまとまるべき変数が分かれた。参考までに3因子としたが、意図した因子構造は得られなかった。

12カ国のWave6データについて、各国別に2因子として分析したところ、4種類の因子構造が抽出された(表40)。パターンaには、表39の日本が含まれ、因子1については「3:〈価格〉[m]」、因子2には「1:〈秩序〉[m]」と、同じ物質主義にまとまるべき変数が分かれている。このパターンには Argentina, Chile, Japan, Peru, United States が含まれる(表40-a)。

パターンbはaとは逆に、因子1に「1:〈秩序〉[m]」、因子2に「3:〈価格〉[m]」の因子負荷量が大きくなった。抽出された2因子間の相関が高くなければ、パターンaとbは同じ因子構造であるといえる。

パターンcは因子1には「2:〈参加〉[p]」、因子2では「1:〈秩序〉[m]」の因子負荷量が大きくなっており、物質、脱物質主義の各1項目が2因子に分離している。

パターンdも物質、脱物質主義の各1項目が2因子に分離しているが、因子1には「2:〈参加〉[p]」、因子2には「3:〈価格〉[m]」の因子

11) 統計パッケージRにはデフォルトで因子分析 (factanal) が利用できるが、尤度法によるため、例えば4変数から2因子を抽出することができない。このため、ここではライブラリ psych の fa 関数を用いた。

表40 探索的因子分析の結果（2因子解。12カ国，Wave6）

パターン a) 物質主義の2項目が2因子に分離

	因子1	因子2	h <sup>2</sup>	u <sup>2</sup>	共通性
1:〈秩序〉[m]	-0.08	<u>1.26</u>	1.61	-0.61	1.00
2:〈参加〉[p]	-0.21	-0.33	0.15	0.85	1.70
3:〈価格〉[m]	<u>1.45</u>	-0.07	2.12	-1.12	1.00
4:〈言論〉[p]	-0.24	-0.13	0.07	0.93	1.50

注) Argentina, Chile, Japan, Peru, United States。表は Japan の結果。

パターン b) 物質主義の2項目が2因子に分離（aと因子が逆転）

	因子1	因子2	h <sup>2</sup>	u <sup>2</sup>	共通性
1:〈秩序〉[m]	<u>1.42</u>	-0.10	2.03	-1.03	1.00
2:〈参加〉[p]	-0.28	-0.26	0.15	0.85	2.00
3:〈価格〉[m]	-0.10	<u>1.30</u>	1.69	-0.69	1.00
4:〈言論〉[p]	-0.27	-0.20	0.11	0.89	1.80

注) China, Mexico, South Korea, Spain。表は China の結果。

パターン c) 物質, 脱物質主義の各1項目が2因子に分離（India\_6）

	因子1	因子2	h <sup>2</sup>	u <sup>2</sup>	共通性
1:〈秩序〉[m]	-0.08	<u>1.48</u>	2.19	-1.19	1.00
2:〈参加〉[p]	<u>1.54</u>	-0.08	2.37	-1.37	1.00
3:〈価格〉[m]	-0.23	-0.30	0.14	0.86	1.90
4:〈言論〉[p]	-0.25	-0.18	0.10	0.90	1.80

パターン d) 物質, 脱物質主義の各1項目が2因子に分離（South Africa）

	因子1	因子2	h <sup>2</sup>	u <sup>2</sup>	共通性
1:〈秩序〉[m]	-0.36	-0.25	0.18	0.8	1.8
2:〈参加〉[p]	<u>1.46</u>	-0.08	2.14	-1.1	1.0
3:〈価格〉[m]	-0.09	<u>1.45</u>	2.12	-1.1	1.0
4:〈言論〉[p]	-0.15	-0.18	0.05	1.0	2.0

注) 表39の注参照。

負荷量が大きくなっている。

このように、探索的因子分析の結果から、国によって因子構造が異なることが示唆された。

#### (4) 複数母集団確認的因子分析 (Multi Group Confirmatory Factor Analysis)

ここでは、Steenkamp and Baumgartner (1998) の手順に則って、MGCF A を行い、12カ国の Wave6 のデータを用いて、スカラー不変性が成立しているかを確認する。Steenkamp and

Baumgartner (1998) は、国際比較を行うためには、測定の弱不変性が成立していなければ意味がないとしている。つまり測定方程式の係数（因子負荷量に相当）が国によらず同じならば、同じ概念を測定していることになり、比較できる。そうでなければ、異なる概念であり、比較すること自体に意味がないのである。

まず日本について、因子数を1, 2として確認的因子分析を行った(表41)。1因子モデルの

CFIは0.941, RMSEAも0.050と、あてはまりは比較的良好である。ただし、測定方程式の推定値をみると、物質主義と脱物質主義を測定する変数では、符号が逆転すべきだが、すべて正となっており、物質主義—脱物質主義という尺度となっていない。

2因子モデルについては、探索的因子分析で得られた構造よりも、物質主義（「1:〈秩序〉[m]」「3:〈価格〉[m]」）、脱物質主義（「2:〈参加〉[p]」「4:〈言論〉[p]」）の2因子とした方が適合度は良好であったため、その結果を示す。2因子モデルの方がCFI = 0.962, RMSEA = 0.044と適合度は良好である。 $\chi^2$ 検定でも適合度は有意に改善されている（ $\Delta\chi^2 = 13.8$ ,  $\Delta df = 1$ ,  $p < 0.01$ ）。それぞれの因子に含まれる変数の符号はそれぞれ正であり、これら2つの相関は負となっており、物質主義—脱物質主義の尺度といえるが、相関は-1ではないため1次元の両極ではない。

このように日本のWave6の分析だけでも、物質主義、脱物質主義が1次元ではないことが示された。さらに、日本を含めた12カ国について、Wave6のデータを用いて、1因子および2因子とした12母集団の確認的因子分析を行った（表42）。それぞれについて、パラメータの制約なし、因子負荷量を等値としたモデルを推定した<sup>12)</sup>。

1因子モデルについて、制約なしのモデルのCFIは0.956, RMSEAは0.059であるのに対して、因子負荷量等値と制約したモデルでは、それぞれ0.939, 0.057と適合度が悪化している。 $\chi^2$ 検定でも有意に悪化している（ $\Delta\chi^2 = 205.99$ ,  $\Delta df = 33$ ,  $p < 0.01$ ）。このように12カ国だけを見ても1因子モデルの「測定不変性」は満たされておらず、これらの国々を比較することには意味がないことになる。

参考までに、2因子モデルで因子負荷量を等値

制約したモデルも推定した。なお、探索的因子分析では2因子解について、4種類の因子構造が抽出されたが、簡単化のため、確認的因子分析では、前述の日本と同様、物質主義（「1:〈秩序〉[m]」「3:〈価格〉[m]」）、脱物質主義（「2:〈参加〉[p]」「4:〈言論〉[p]」）の2因子が共通するとして推定した。このモデルのCFI = 0.973, RMSEA = 0.043となっており、適合度は良好であることから物質主義—脱物質主義の1次元を想定することは不適切であることが確認できる。

### 3) この章のまとめ

本章では、世界価値観調査のもっとも古く重要な「物質主義—脱物質主義（4項目測定バージョン）」に注目して、その課題として、（1）表面妥当性、（2）測定の尺度と分析方法、（3）国際比較における問題を指摘した。

世界調査データのうち、Wave3以降調査されている12カ国のWave6のデータを用いて、探索的因子分析、確認的因子分析を行うことによって、1因子モデルよりも2因子モデルの方が適切であること、測定の不変性が確保されていないため、国際比較は不適切であることを示した。

本稿では「物質主義—脱物質主義（4項目測定バージョン）」に注目したが、この指標は、これらに8項目を加えた12項目バージョンでも測定されている。さらに、より広い視点から「近代化—脱近代化」、さらには「分化地図」の軸としての「生存—自己表現価値観（survival vs self-expression value）」「伝統—合理的価値観（traditional vs secular rational values）」も、探索的方法で分析されている。ただし、国際比較可能性の検討も行われていないようである。それらの分析については稿を改めて議論したい。

## 11. おわりに

本研究は、世界価値観調査（World Value Survey）のデータを用いて、「エコロジー行動」「消費者のメディア利用行動パターン」「幸福度」「環境増税価値観」「政治分野におけるオピニオン・リーダー度」「政治体制の変化と解放的価値観」「不安と消費者の支出・貯蓄」「物質主義—脱

12) RのsemToolsのmeasurementinvariance関数は、複数母集団に関して、因子の配置不変、

(これに)測定方程式の係数(因子負荷量)、観測方程式の切片、さらに残差、因子平均を順に等値制約したモデルを推定し、その適合度指標を出力する(豊田2014)。このモデルでは切片を等値制約するとエラーとなるため、このルーチン是用いなかった。



表41 確認的因子分析の結果（日本，Wave6）

	1 因子	2 因子
$\chi^2$ (df)	42.5 (6)	28.7 (5)
CFI	0.941	0.962
RMSEA	0.050	0.044
測定方程式の推定結果	1:〈秩序〉[m] 1.000 2:〈参加〉[p] 1.067 (11.53) 3:〈価格〉[m] 0.966 (13.91) 4:〈言論〉[p] 0.770 (16.25)	因子1 (物質主義) 1:〈秩序〉[m] 1.000 3:〈価格〉[m] 0.997 (15.57)  因子2 (脱物質主義) 2:〈参加〉[p] 1.000 4:〈言論〉[p] 0.813 (18.75)  Cov (因子1, 因子2) = -0.38 (-19.031)

注) モデルの適合度指標は、いずれも Robust 推定値。

順序尺度として推定したため、測定方程式では、閾値も推定されるが省略した。Cov は共分散。測定方程式の ( ) 内は z 値。

表42 確認的因子分析の結果（12カ国，Wave6）

	1 因子		2 因子
	等値制約なし	因子負荷量等値	因子負荷量等値
$\chi^2$ (df)	513.30 (72)	719.29 (105)	353.10 (82)
CFI	0.956	0.939	0.973
RMSEA	0.059	0.057	0.043
測定方程式の推定結果	(日本の推定値) 1:〈秩序〉[m] 1.000 2:〈参加〉[p] 1.067 (11.53) 3:〈価格〉[m] 0.966 (13.91) 4:〈言論〉[p] 0.770 (16.25)	(12カ国等値とした推定値) 1:〈秩序〉[m] 1.000 2:〈参加〉[p] 0.998 (77.94) 3:〈価格〉[m] 0.894 (74.62) 4:〈言論〉[p] 0.759 (93.39)	(12カ国等値とした推定値) 因子1 (物質主義) 1:〈秩序〉[m] 1.000 3:〈価格〉[m] 0.915 (83.37)  因子2 (脱物質主義) 2:〈参加〉[p] 1.000 4:〈言論〉[p] 0.813 (114.85)  Cov (因子1, 因子2) = -0.394 (-23.87)

注) 表41の注と同じ。

物質主義概念測定」という多様な問題について分析を行った。このように、世界価値観調査は、多様な調査項目を含む重要なデータである。ただし、マーケティング研究からみると、いくつかの問題もある。

まずは、消費に関する調査項目の不足である。前篇にまとめたように、世界価値観調査では多くの項目が設定されているものの、政治観、社会観、

国家・国際社会観などが中心となっており、消費に関する項目はほぼ設定されていない。各国では官庁統計として、例えば日本の家計調査のように消費に関する統計が整備されており、国レベルに集計すれば WVS データと連結させて国際比較することも可能である。ただし、個票レベルでの分析は、官庁統計の個票データが公開されておらず、WVS データとマッチングすることは不可能であ

る。情報源、主要な支出など、WVSにおける消費関連の項目の充実を望みたい。

2点目は、調査項目の安定性である。本研究で注目した「メディア利用」はWave6、「政治に関するオピニオン・リーダー（アドバイス）」は、Wave2のみでしか測定されていない。このような重要な項目については、継続的に調査すべきであろう。

このような課題はあるものの、WVSは1981年から60カ国へと調査対象を拡大しつつ6回行われ、国際比較や時系列比較が可能な貴重なデータである。消費者行動を深く理解するために、今後も分

析を進めたい。

### Acknowledgement

World Value Survey データを収集、公開されている関係者に感謝する。

本研究は2015-2018年度科学研究費基盤研究(C)「オープン化時代の研究開発・製品開発に関する継続調査 III (課題番号 JP15K03674)」および平成28年度・慶應義塾大学学事振興資金(研究科分)を受けて行われた。

### 参 照 文 献

- Aristotle, *Nicomachean Ethics* (廖申白(訳)『ニコマコス倫理学』商務印書館出版, 2003年).
- Arndt, Johan (1967), "Role of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Product," *Journal of Marketing Research*, 4 (3), 291-295. <https://doi.org/10.2307/3149462>
- Australia Bureau of Statistics (2012), "Environmental Issues: Water use and Conservation," [http://www.abs.gov.au/ \(2017/2/1アクセス\)](http://www.abs.gov.au/ (2017/2/1アクセス))
- Berger, Ida E. (1997), "The Demographics of Recycling and the Structure of Environmental Behavior," *Environment and Behavior*, 29 (4), 515-531.
- Bjørnskov, Christian (2006), "The Multiple Facets of Social Capital," *European Journal of Political Economy*, 22 (1), 22-40.
- Brough, Aaron R., James E. B. Wilkie, Jingjing Ma, Mathew S. Isaac, and David Gal (2016), "Is Eco-Friendly Unmanly? The Green-Feminine Stereotype and Its Effect on Sustainable Consumption," *Journal of Consumer Research*, 43 (4), 567-582.
- Carman, James M. (1978), "Values and Consumption Patterns: A Closed Loop," *Advances in Consumer Research*, 5 (1), 403-407.
- Casper, Gretchen and Michelle M. Taylor (1996), *Negotiating Democracy: Transitions from Authoritarian Rule*, University of Pittsburgh Press.
- Coleman, James S., E. Katz, and H. Menzel (1966), *Medical Innovation: A Diffusion Study*, Bobbs-Merrill (小口一元, 宮本史郎(訳)『販売戦略と意思決定』ラテイス, 1970年).
- Contributors, semTools (2016), "Semtools: Useful Tools for Structural Equation Modeling," Vol. R package version 0.4-1.
- Coromina, Lluís and Eldad Davidov (2013), "Evaluating Measurement Invariance for Social and Political Trust in Western Europe over Four Measurement Time Points (2002-2008)," *Research & Methods*, 22 (1), 37-54.
- Doorenspleet, Renske (2005), *Democratic Transitions: Exploring the Structural Sources during the Fourth Wave*, Boulder, Lynne Rienner Publishers.
- Duesenberry, James S. (1949), *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, Cambridge, Harvard University Press.
- Easterlin, Richard A. (1974), "Does Economic Growth Improve the Human Lot? Some Empirical Evidence," *Nations and Household in Economic Growth*, 89-125, New York, Academic Press.
- Elkington, John and Julia Hailes (1989), *The Green Consumer Guide*, Penguin.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard (1990), *Consumer Behavior* (6th eds.), Dryden Press.
- Erikson, Erik H. (1959), *Identity and the Life Cycle*, New York, International Universities Press.
- (1963), *Youth: Change and Challenge*, New York, Basic Books.
- Feick, Lawrence F. and L. L. Price (1987), "The Market Maven: A Diffuser of Information Marketplace," *Journal of Marketing*, 51 (1), 83-97. <https://doi.org/10.2307/1251146>
- Ferre-i-Carbonell, Ada (2005), "Income and Well-Being: An Empirical Analysis of the Comparison Income Effect," *Journal of Public Economics*, 89, 997-1019.
- Flanagan, Scott C. (1982a), "Changing Values in Advanced Industrial Societies," *Comparative Political Studies*, 14 (4), 403-44.
- (1982b), "Measuring Value Change in Advanced Industrial Societies," *Comparative Political Studies*, 15 (1), 99-128.
- Gergen, Kenneth J. (1971), *The Concept of Self*, New

- York, Holt, Rinehart and Winston.
- Glick, Paul C. and Herman P. Miller (1956), "Education Level and Potential Income," *American Sociological Review*, 21 (3), 307-312.
- Hines, Jody M., Harold R. Hungerford, and Audrey N. Tomera (1987), "Analysis and Synthesis of Research on Responsible Environmental Behavior: A Meta-Analysis," *The Journal of Environmental Education*, 18 (2), 1-8.
- Hoerner, Andrew and Benoît Bosquet (2001), *Environmental Tax Reform: The European Experience*, Center for Sustainable Economy, Washington, DC.
- Hofstede, Geert (1980), *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*, Beverly Hills, CA: Sage.
- (1991), *Cultures and Organizations: Software of Mind*, McGraw-Hill (岩井紀子, 岩井八郎 (訳) 『多文化社会』 有斐閣, 1995年).
- Inglehart, Ronald (1971), "The Silent Revolution in Europe: Intergenerational Change in Six Countries," *American Political Science Review*, 65, 991-1017.
- (1997), *Modernization and Postmodernization*, Princeton, NJ: Princeton University Press.
- and Wayne E. Baker (2000), "Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values," *American Sociological Review*, 65 (1), 19-51.
- and Christian Welzel (2005), *Modernization, Cultural Change and Democracy*, New York, Cambridge University Press.
- , Pippa Norris, and Christian Welzel (2004), "Gender Equality Democracy," *Comparative Sociology*, 1 (3-4), 321-346.
- Islam, Gazi, Eduardo Wills, and Marilyn Hamilton (2009), "Objective and Subjective Indicators of Happiness in Brazil: The Mediating Role of Social Class," *Journal of Social Psychology*, 149 (2), 267-271.
- Katz, Elihu and P. Lazarsfeld (1955), *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*, Free Press.
- Kim, Yeonshin and Sejung Marina Choi (2005), "Antecedents of Green Purchase Behavior: An Examination of Collectivism, Environmental Concern, and PCE," *Advances in Consumer Research*, 32 (1), 592-599.
- King, Charles W. and J. O. Summers (1970), "Overlap of Opinion Leadership Across Consumer Product Categories," *Journal of Marketing*, VII (February), 43-50. <https://doi.org/10.2307/3149505>
- Kotler, Philip and Kevin L. Keller (2006), *Marketing Management* (12th ed.), New Jersey, Prentice Hall.
- Lakatos, Z. (2015), "Traditional Values and the Inglehart Constructs," *Public Opinion Quarterly*, 79 (S1), 291-324.
- Lazarsfeld, Paul F., B. Berelson, and H. Gaudet (1968), *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign* (3rd ed.), Columbia University Press (有吉広介 (監訳) 『ビープルズ・チョイス』 芦書房, 1987年).
- Luchs, Michael G., Rebecca Walker Naylor, Julie R. Irwin, and Rajagopal Raghunathan (2010), "The Sustainability Liability: Potential Negative Effects of Ethicality on Product Preference," *Journal of Marketing*, 74 (5), 18-31.
- Oates, Wallace (1995), "Green Taxes: Can We Protect the Environment and Improve the Tax System at the Same Time?" *Southern Economic Journal*, 61, 915-922.
- Peattie, Ken (1992), *Green Marketing*, London, Pitman Publishing.
- Peterson, Robert A., Sridhar Balasubramanian, and Bart J. Bronnenberg (1997), "Exploring the Implications of the Internet for Consumer Marketing," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25 (4), 329-346.
- Pigou, Arthur (1920), *The Economics of Welfare*, London, McMillan.
- Prahalad, C. K. (2004), *The Fortune at the Bottom of the Pyramid: Eradicating Poverty through Profits*, Wharton School Publishing (スカイライト コンサルティング (訳) 『ネクスト・マーケット「貧困層」を「顧客」に変える次世代ビジネス戦略』 英治出版, 2005年).
- Prothero, Andrea (1990), "Green Consumerism and the Societal Marketing Concept: Marketing Strategies for the 1990's," *Journal of Marketing Management*, 6 (2), 87-103.
- Putnam, Robert D., Robert Leonardi, and Raffaella Y. Nanetti (1994), *Marking Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press.
- R Core Team (2016), "R: A Language and Environment for Statistical Computing," *R Foundation for Statistical Computing*, Vienna, Austria.
- Rogers, Everett M. (2003), *Diffusion of Innovations* (5th ed.), Free Press (三籾利雄 (訳) 『イノベーションの普及』 翔泳社, 2007年).
- Rokeach, Milton (1973), *The Nature of Human Values*, New York, Free Press.
- Rosseel, Yves (2012), "Lavaan: An R Package for Structural Equation Modeling," *Journal of Statistical Software*, 48 (2), 1-36.
- Schultz, P. Wesley and Lynnette C. Zelezny (1998), "Values and Proenvironmental Behavior: A Five-Country Survey," *Journal of Cross-Cultural*

- Psychology*, 29 (4), 540-558.
- Schwartz, Shalom H. (1992), "Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries," *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Sheth, Jagdish N. (1971), "Word-of-Mouth in Low-Risk Innovations," *Journal of Advertising Research*, 11 (3), 15-18.
- Siemianska, Renata (2002), "Intergenerational Differences in Political Values and Attitudes in Stable and New Democracies," *International Journal of Comparative Sociology*, 43 (3-5).
- Solomon, Michael R. (1999), *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (4th ed.) New Jersey Prentice Hall.
- Steenkamp, Jan-Benedict E. M. and Hans Baumgartner (1998), "Assessing Measurement Invariance in Cross-National Consumer Research," *Journal of Consumer Research*, 25 (1), 78-90.
- Steenkamp, Jan-Benedict E. M., F. Hofstede, and M. Wedel (1999), "A Cross-National Investigation into the Individual and National Cultural Antecedents of Consumer Innovativeness," *Journal of Marketing*, 63.
- Steinberg, Laurence (1995), "Commentary: On Developmental Pathways and Social Contexts in Adolescence," in Lisa J. Crockett and Ann C. Crouter eds., *Pathways through Adolescence in Relation to Social Contexts*, Mahwah, Lawrence Erlbaum.
- Swenson, Michael R. and William D. Wells (1997), "Useful Correlates of Pro-Environmental Behavior," in Marvin E. Goldberg, Martin Fishbein and Susan M. Middlestadt eds., *Social Marketing: The Theoretical and Practical Perspectives*, London, Lawrence Erlbaum.
- Swiebel, Joke (2006), "Declaration of Montréal," <http://www.declarationofmontreal.org/>
- Tarrow, Sidney (1998), *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics*, Cambridge University Press.
- Triandis, H. C. (1977), *Interpersonal Behavior*, Monterey, CA: Brooks.
- (1995), *Individualism and Collectivism*, Westview Press.
- Trudel, Remi and Jennifer J. Argo (2013), "The Effect of Product Size and Form Distortion on Consumer Recycling Behavior," *Journal of Consumer Research*, 40 (4), 632-643.
- Weimann, Gabriel (1991), "The Influentials: Back to the Concept of Opinion Leaders?" *Public Opinion Quarterly*, 55 (2), 267-279. <https://doi.org/10.1086/269257>
- Welzel, Christian and Ronald Inglehart (2009), "Political Culture, Mass Beliefs, and Value Change," *The Oxford Handbook of Comparative Politics*, Oxford University Press.
- Williams, R. M., Jr. (1979), "Change and Stability in Values and Value Perspectives: A Sociological Perspectives," in M. Rokeach, ed., *Understanding Human Values: Individual and Societal*, New York, Free Press.
- Worldometers (2017), "Countries in the world by population," <http://www.worldometers.info/world-population/population-by-country/>
- 赤松直樹, 邱騰箴, 韓貞烈, 劉蜀ミン, 蒲英, 末野正訓, 竹内亮介, 濱岡豊 (2015), "セネガルにおけるモバイルコミュニケーション: 先行研究のサーベイとセネガル概観," *三田商学研究*, 58 (1), 83-102.
- 池田謙一 (編著) (2016), 『日本人の考え方 世界の人の考え方』勁草書房.
- 石崎徹 (2014a), "オーディエンスによるメディア分類とクラスター別メディア評価 (上)," *専修経営学論集*, 98, 21-34.
- (2014b), "オーディエンスによるメディア分類とクラスター別メディア評価 (下)," *専修経営学論集*, 99, 1-8.
- 浦川邦夫 (2011), "幸福度研究の現状——将来不安への処方箋 (特集 不安の時代と労働)," *日本労働研究雑誌*, 53 (7), 4-15.
- 袁正夏 (2012), "信用と幸福," *中国経済問題 (Economic Issues in China)*, 6, 65-74.
- 王皓莹, 廖舒忻, 丁建平, 濱岡豊 (2016), "エジプト企業のイノベーションと生産性の規定要因: 世界銀行企業データの分析より," *三田商学研究*, 59 (2), 51-73.
- 大澤豊編 (1992), 『マーケティングと消費者行動 マーケティング・サイエンスの新展開』有斐閣.
- 大山耕輔 (2010), "行政信頼の政府側と市民側の要因: 世界価値観調査2005年のデータを中心に," *年報政治学*, 61 (1), 31-48.
- 小塩隆士 (2016), "ソーシャル・キャピタルと幸福度: 理解をさらに深めるために," *ソーシャル・ウェルビーイング研究論集*, 2, 19-33.
- 艾洪山, 袁艳梅 (2015), "社会ネットワークと国民の幸福感—2012年の世界価値観調査 WVS のミクロデータから—," *调研世界*, 12.
- 川北博史 (2011), "経済成長をもたらす価値観の考察: 経済成長要因に寄与する住民意識群の形成とその分析 世界価値観調査の統計分析より," *龍谷大学経済学論集*, 51 (2), 1-30.
- 君塚大学 (2003), "Inglehart 版「文化地図」について: 測定尺度の検討," *社会学部論集*, 36, 15-34.
- 栗田真樹 (2012), "物質主義から脱物質主義へ—「世界価値観調査データ」による検証—," *流通科学大学論集—人間・社会・自然編*, 25 (1), 19-35.
- 経済企画庁 (1970), "昭和55年年次経済報告—先進国



- 日本の試練と課題一,” <http://www5.cao.go.jp/keizai3/keizaiwp/wp-je80/wp-je80-01203.html> (2017/2/5アクセス).
- 厚生労働省, “資料7 ソーシャル・キャピタル,” <http://www.mhlw.go.jp/stf/shingi/2r98520000011w0l-att/2r98520000011w95.pdf> (2017/2/5アクセス).
- 近藤克則 (2010), “幸福・健康の社会的決定要因—社会疫学の視点から,” 科学特集幸福の感じ方・測り方, 80 (3), 290-294.
- 齊藤嘉一 (2015), 『ネットワークと消費者行動』千倉書房.
- 財務省 (2001), “家計の貯蓄率と金融資産選択行動の変化及びそれらの我が国の資金の流れの影響について,” [http://www.mof.go.jp/about\\_mof/councils/henkaku/report/hk007b1.htm](http://www.mof.go.jp/about_mof/councils/henkaku/report/hk007b1.htm) (2017/2/5アクセス).
- 清水聡 (2013), 『日本発のマーケティング』千倉書房.
- 袖川芳之, 田邊健 (2007), “幸福度に関する研究—経済的ゆたかさは幸福と関係があるのか—,” ESRI Discussion Paper Series, 182.
- 田口誠, 坂上雅治 (2000), “コンジョイント分析による潜在的グリーンコンシューマーに関する研究環境にやさしい紙の購入行動を例として,” 環境科学会誌, 13 (2), 181-192.
- 田辺和俊, 鈴木孝弘 (2014), “サポートベクターマシンを用いた世界各国の幸福度の決定要因の実証分析,” 経済分析, 188, 44-67.
- 田村啓子 (2003), “マイクロデータによる家計行動分析—将来不安と予備的貯蓄—,” IMES Discussion Paper Series, 2003-J-9.
- 筒井淳也 (2012), “公的セクターへの信頼の分析: 世界価値観調査による国際比較を通じた日本の特徴,” 立命館産業社会論集, 47 (4), 47-67.
- 電通総研, 日本リサーチセンター編 (2004), 『世界60カ国: 価値観データブック』同友館.
- (2008), 『世界主要国価値観データブック』同友館.
- 東京スター銀行, “日本, 中国, 米国の貯蓄に対する意識調査,” <http://www.tokyoustarbank.co.jp/profile/pdf/110217.pdf> (2017/2/5アクセス).
- 飛田英子, 別所俊一郎 (2003), “雇用不安と家計の消費・貯蓄行動—雇用リスクと予備的貯蓄の実証分析—,” *Japan Research Review*, 2003.4, 35-61.
- 豊田秀樹 (2014), 『共分散構造分析 (R編)』東京図書.
- 中川正悦郎 (2013), “情報源としてのインターネットと消費者情報源選好,” マーケティング・ジャーナル, 33 (2), 80-93.
- 日本貿易振興機構 (2011a), “米国の環境に対する市民意識と環境関連政策,” <https://www.jetro.go.jp/> (2017/2/1アクセス).
- (2011b), “オーストラリアの環境に対する市民意識と環境関連政策,” <https://www.jetro.go.jp/> (2017/2/1アクセス).
- 西尾チヅル (1999), 『エコロジカル・マーケティングの構図: 環境共生の戦略と実践』有斐閣.
- (2005), “消費者のゴミ減量行動の規定要因,” 消費者行動研究, 11 (1-2), 1-18.
- 西出優子 (2005), “ソーシャル・キャピタル形成政策の国民比較,” 日本財政学会第62回大会.
- 濱岡豊, 里村卓也 (2009), 『消費者間の相互作用についての基礎研究—クチコミ, eクチコミを中心に』慶應義塾大学出版会.
- 濱岡豊, 赤松直樹, 竹内亮介, 末野正訓, 劉蜀ミン, 蒲英, 韓貞烈, 邱騰箴 (2015), “モバイル通話データによる異常検知: セネガルにおけるインフラ整備への示唆,” 第十四回 FIT 情報科学技術フォーラム, 愛媛大学.
- 平田オリザ (2012), 『わかりあえないことから』講談社.
- 広瀬雄一 (2015), “日本における環境税の有効性: 価格弾力性とシグナリング効果を用いて,” *KGPS Review: Kwansei Gakuin Policy Studies Review*, (21), 45-48.
- 前川聰子 (2010), “日本における家計貯蓄行動の要因分析,” 信託研究奨励金論集, 31.
- 松枝法道 (2005), “不完全競争市場での環境税に関する基礎理論,” 経済学論究, 58 (4), 73-88.
- 間淵領吾 (2002), “二次分析による日本人同質論の検証 (〈特集〉二次分析の新たな展開を求めて),” 理論と方法, 17 (1), 3-22.
- 真鍋一史 (2013), “価値観の研究の視座: 経緯・課題・展望,” 法學研究, 86 (7), 440 (15)-454 (1).
- 村田啓子 (2003) “マイクロデータによる家計行動分析: 将来不安と予備的貯蓄,” 金融研究, 22 (3), 23-58.
- 村本由紀子 (1989), “アイデンティティ確立の発達段階の違いが社会的比較に及ぼす効果,” 社会心理学研究, 4 (1), 1-10.
- 諸富徹 (1998), 環境税の理論と実際 (Doctoral dissertation, 京都大学).
- 米田幸弘 (2014), “労働倫理の階層化の検証: 労働義務感に着目して,” 和光大学現代人間学部紀要, 7, 41-54.
- 翟一達 (2015), “1 中国人の社会意識の変遷: 世界価値観調査を用いた1990年から2012年にかけての時系列的变化の検討,” *ICCS 現代中国学ジャーナル*, 8 (2), 1-19.
- 吉沢伸一 (2005), “大学生を対象とした「自己と社会的内的関係」の探索: 青年期のアイデンティティ発達における「心的リアリティとしての社会」の意味,” 青山心理学研究, 5, 63-79.
- 李建軍, 黄健 (2015), “高等教育と幸福—中日両国マイクロデータに基づき,” 北京大学教育評論, 13 (1) (李建軍, 黄健 (2015) “高等教育与幸福—基于中日两国微观数据的研究” 北京大学教育评论, Vol.13, No. 1).
- 池田泰成, 庄映琮, 廖舒忻, 多田伶, 石井隆太, 張しん妍, 馮昕 [商学研究科博士前期課程(執筆時)]