

## 離島住民の生活意識

——「心豊かさ」の構造分析——

佐古井 貞 行

Sadayuki SAKOI

(消費生活科学選修)

### 1. は じ め に

「豊かさ」をめぐる問題は昭和50年代後半から60年代にかけて、わが国が成熟消費の時代を経験する中でいわれだした。高度経済成長を通じ、家庭における消費は飽和段階に達し、食生活は1億総グルメ時代といわれ、耐久消費財は家庭に物があふれ、消費者はあわてて物を買込む必要がなくなった。

内閣総理大臣官房広報室が昭和47年に、「国民生活に関する世論調査」で初めて、「今後の生活の仕方として、次のような2つの考え方のうち、あなたの考え方に近いのはどちらですか」と「心の豊かさを重視する」、「物の豊かさを重視する」のものとこのころの価値観に関する調査を実施して以来20年余りがすぎたが、「このころの重視」が「ものの重視」を上廻ったのは昭和54年で、「豊かさ」論が議論されだしたのもこのころからである。その後、ものとのころの関係はますますものからこのころへの傾向を大きくし、平成4年5月調査では、「このころの重視」が57.2%、「ものの重視」が27.2%とこのころがものの2倍以上を占めるに到っている。

ところでこのころの重視の内容であるが、今日の消費者の生活満足感をみると、同4年調査で、現在の生活に対する満足度として、満足が7割、不満が3割で、たいていの人は生活に満足しており、しかも電気、家具、自動車などの耐久消費財は7割5分、住生活は6割5分、レジャー・余暇生活でも5割5分の人が満足しており、生活の充実感でも「充実している」が7割を占めている。そして今後の生活の力点をみると、食生活は13%、衣生活1.3%、耐久消費財3.5%で、レジャー・余暇生活が37%を占め、モノをめぐる生活の力点はきわめて低くなっている。

このように、今日のモノからサービスへの生活意識の変化が、日本人の「物の豊かさ」から「心の豊かさ」への生活意識の変化を表わしているのである。とすると、現代の日本人の「物の豊かさ」から「心の豊かさ」への変化は、真に人間的な心の豊かさを求める生活意識の変化ではなく、「ものの商品」から「心の商品」への消費者ニーズの変化ということになる。つまり成熟

消費の時代はこころの時代でもあるが、それはこころの商品、すなわち、モノ=商品からココロ=商品を求める時代と位置づけたい。

ところでモノとココロをめぐる調査を私は鹿児島県の与論島と沖縄県の石垣島で行なった。与論と石垣は日本の行政・文化の中心東京から遠く離れ、いわば現代日本の産業社会の周辺に位置するところといえる。与論と石垣の住民に対するモノとココロをめぐる調査では「心の豊かさ」に重点を置くがともに8割を占めて全国平均の6割を大きく上廻っている。

今日の産業社会を支えているのは成長と生産性であるが、その理由をポール・L・ワクテルは「われわれが成長と生産性を重視するのは〈根〉の感覚が薄れていることと密接な関係がある。自分を確かに包んでくれる共同体が失なわれ、自分の孤独ともろさを思い知らされたとき、われわれはそれを所有で埋め合わせようとする」<sup>1)</sup>といて、人々がモノの所有に走るのは共同体の崩壊、すなわち人と人との連帯の崩壊がモノ社会、すなわち消費社会を生み出しているとの見解に立っている。

つまり共同体への帰属意識の喪失で根と伝統が断ち切れ、安心の対象を失って、安定した居場所と生活方法から得られる安心はますます乏しくなり、それを補うため「より多く」のモノを求めるようになり、その手段こそ生産性と経済効率であるというのである。

今日の産業社会はもう一つの側面としての消費社会によって成り立っているわけであるが、私はかつてこの消費社会を前消費社会、消費社会（平準化消費・成熟消費）、脱消費社会と分けたことがある<sup>2)</sup>。日本の消費社会は今日成熟消費社会といわれる段階である。

そこで私は与論、石垣の調査地域との関係も含めて今回、図1—1のような豊かさをめぐるモノとココロの関係の図式を考えてみた。今や国民の生活意識は「物の豊かさ」より「心の豊かさ」に移っているが、私がすでにのべたように、その豊かさとは商品としてのこころ、つまり「こころの商品」を求める豊かさであった。

そこで同じ「心の豊かさ」でも与論、石垣の豊かさ

はどうか。与論、石垣の消費社会は、私がまえにのべた前消費社会という段階ではなく、それは消費社会の中の一地域としてみるべきであろう。そこで与論、石垣は消費社会の中心から遠く離れた地域ということで周縁消費社会というとらえ方をしてみた。与論・石垣の「心の豊かさ」は全国平均のそれよりはるかに高かった。与論・石垣の「心の豊かさ」は成熟消費社会同様、ココロ＝商品としての豊かさなのか。あるいはワケテルのいう人と人との結びつき、「集団＝連帯」としての豊かさなのか。モノとの関係で与論・石垣の住民の消費行動に焦点をあて、与論・石垣住民の家意識、地域意識との関係で分析してみる。

図 1-1 豊かさをめぐるモノとココロの関係

脱消費社会 連帯強＝欲望小		成熟消費社会 連帯弱＝所有大 (モノ＝商品) (ココロ＝商品)	
IV		III	
前消費社会 連帯強 ＝所有小	I	II	消費社会 連帯弱＝所有大 (モノ＝商品)
	周縁消費社会 連帯＝？ 所有＝？		

## 2. 本調査の概要と調査地域

### (1) 本調査の概要

#### 1) 与論町調査

本調査は鹿児島県大島郡与論町内居住の20～69歳の男女330人を対象につぎの方法で行なった。

##### a. 調査対象抽出方法

調査サンプルの抽出は平成5年2月1日現在の選挙人名簿より20～69歳の男女を母集団に無作為に330人を抽出した（母集団に対する抽出率は約11分の1）。

##### b. 調査の方法

調査は留置記入法によった。調査員が対象者を直接訪問し、調査票への記入依頼と説明を行なって、後日回収した。

##### c. 調査時期

平成5年2月25日～3月10日

##### d. 回収状況

サンプル数 330票  
有効回収数 290票  
有効回収率 88%

#### 2) 石垣市調査

本調査は沖縄県石垣市内居住の20～69歳の男女300名を対象につぎの方法で行なった。

##### a. 調査対象抽出方法

調査サンプルの抽出は平成6年2月1日現在の選挙人名簿より20～69歳の男女を母集団に無作為に300人を抽出した（母集団に対する抽出率は約80分の1）。

##### b. 調査方法

与論調査と同じ方法

##### c. 調査時期

平成6年3月27日～4月6日

##### d. 回収状況

サンプル数 300票  
有効回収数 175票  
有効回収率 58%

### (2) 調査地域の概況

「誠の島」とうたわれ、「東洋の真珠」とたたえられてきた与論島、「詩の国、歌の島」と親しまれてきた石垣島の社会経済構造の概要は表2-1のとおりである。明治以来、一自治体として町村制が施行されてきた与論島は、大正年間から平成まではほぼ7,000人台の人口を維持してきた島しょ部としては特異な地域である。石垣市は昭和39年大浜町を合併し、一島一市になった。合併時人口4万人台であったが、その後昭和50年には減少して3万5,000人を割るに至ったが、60年の国勢調査で再び4万人台に達している。

面積は石垣島が与論島の約10倍、与論島が鹿児島県本土から600km、沖縄本島に28kmの位置にあるのに対し、石垣市は八重山群島の首都の性格を有する。

産業構成は全国平均が1次7%、2次33%、3次59%であるのに比べると、与論は1次が4倍強、石垣は1次が2倍強と、きわめて1次が高い。

与論の場合、農業はさとうきびが生産高の半分を占め、ついで畜産が2割、野菜・小麦が約15%、花きが約5%を占めている。商業は零細な食料品製造業、建

表 2-1 与論町・石垣市の社会経済構造

	人 口	面 積	地 理 的 位 置	社会経済 的 位 置	産業構成 就業人口比	事業所数	商 店 数	工業製品 出 荷 額	商店年間 販 売 額	所得格差	観 光 客 入 込 数
与 論 町	6,704人	20.5km <sup>2</sup>	鹿児島県 本土から 南へ600km	鹿児島県 最南端の 離 島	1:2:3次 32:25:43	1,020	128	16億3千 6百万円	31億6千 7百万円	31.6	92,715人
石 垣 市	41,245人	228.8km <sup>2</sup>	沖縄本島 から南へ 411km	八重山群島 の政治・経 済・文化の 中 心 地	1:2:3次 16:20:64	2,923	937	123億 4千万円	593億3千 6百万円	50.0	327,104人

(注) 観光客入込数以外の数字は朝日新聞社編『94民力』による。観光客入込数は与論町・石垣市ともに平成2年の入込数。

設関連業者がほとんどである。

石垣の場合、さとうきび・パイナップル・水稻・葉たばこ・養蚕・そ菜類などほとんどが栽培され、畜産は肉用牛が中心、製造業は食料品のほか、織物・陶器・挽物等の工芸品が主要なものとなっている。

所得は全国平均を100とした場合、1人当り与論は国平均の31.6%、石垣は50%と、3分の1が半分のきわめて低水準である。両島とも観光客入込数にみるように、観光対策に力を入れている。

与論島への交通機関は鹿児島・奄美大島・那覇からそれぞれ1往復の飛行便があり、船は与論を経由して鹿児島と那覇間に上り・下り1日1便が運行している。

石垣島へは那覇～石垣間に平均1日13往復の飛行機があり、さらに東京～石垣間に1日1往復、宮古～石垣間に1日3往復の飛行機がある。船は那覇～石垣間に2社が運行しているが運航日が決っている。

そこで最後に与論・石垣と全国の「心の豊かな生活」「物の豊かな生活」の生活意識の比較を表2-2に掲げておこう。

表2-2 今後の生活で重きを置くもの

	全 体	心の 豊かな 生活	物の 豊かな 生活	どちら ともい えぬ	わ か ら な い
与 論	100.0 (290)	79.8	12.2	7.7	0.3
石 垣	100.0 (175)	79.5	10.2	6.3	4.0
全 国	100.0	57.2	27.3	12.6	2.8

(注) 心の豊かな生活は「心の豊かな生活」+「どちらかといえば心の豊かな生活」。

物の豊かな生活は「物の豊かな生活」+「どちらかといえば物の豊かな生活」

全国は初めからこの二つが一つになった聞き方をしている。

全国は内閣総理大臣官房広報室「国民生活に関する世論調査」平成4年5月。

### 3. 「心の豊かさ」と消費行動

われわれの分析の視点は人と人との結びつき、連帯が弱くなると、人はモノの所有を求めるということであつた。そして今日の社会は、成熟消費社会としてモノよりもココロを求める生活意識が高くなっているが、そのココロは人間の真の心の豊かさを求めるものではなく、レジャー・余暇志向にみるように商品としてのココロと位置づけた。つまり連帯が強くなつての心志向ではないということである。

ところで与論と石垣は所得が全国平均をはるかに下廻っているのに、ココロ志向は全国のそれを大きく上廻った。与論・石垣のココロ志向はモノとの関係にお

いて現代社会でどのような位置を占めるのか。ここでは「心の豊かさ」を志向する人がモノとどのようなかわりを持つかを消費行動においてみる。

表3-1は「心の豊かな生活」(以下「心の生活」)と「物の豊かな生活」(以下「物の生活」)を志向する人の自宅にある耐久消費財をみたものである。表3-1にみるように、与論・石垣とも「物の生活」が「心の生活」の1割程度なので、分析は与論・石垣の「心の生活」の比較を第一義的に、「物の生活」はそれらの比較の判断を補うものと位置づけて分析を試みる。

表3-1でみると、全体として与論が石垣より多い耐久消費財は温風ヒーター・ベッド・じゅうたんの3つである。圧倒的に石垣の方が多い。全国平均でも石垣はガス湯沸し器・ルームエアコン・オープンで上廻る。しかし石垣も与論も他は全国平均を下廻り、特に与論の所有状況は低いものが目につく。「心の生活」、「物の生活」で比べてみると、与論は「物の生活」より「心の生活」での所有が多くを占め、石垣は反対に「心の生活」より「物の生活」での所有が多い。所有状況をおおまかに順位をつけると、1位石垣「物の生活」、2位石垣「心の生活」、3位与論「心の生活」、4位与論「物の生活」となる。

つぎに衣料持点を表3-2にみてみよう。今持っている夏物・冬物・春秋物全てについて聞いたものである。それぞれの衣料の各持点は全体として、与論・石垣でそれほどの差はない。しかし東京都で昭和55年11月に調査した結果と比べると、「10点以上」に大きな差がある。

「心の生活」、「物の生活」で比べると、与論は「心の生活」が「物の生活」を上廻っている。石垣はネクタイ・スカーフで「物の生活」が上廻る。

同じく表3-2にブランド志向をみてみた。全体的には与論・石垣でそれぞれの衣料についてほとんど差がなく、2割5分から1割5分程度の間で高いとはいえない。

「心の生活」、「物の生活」でみると、与論はネクタイ・スカーフで「心の生活」にブランド志向の高さがみられ、石垣は「物の生活」に背広・スーツ、ネクタイ・スカーフでブランド志向の高さがみられる。

衣料持点では与論の「心の生活」に所有の多さが、ブランド志向では石垣の「物の生活」に志向の高さが見られるといえようか。

つぎに、今買いたいものについて表3-3にみてみよう。全体としては洗濯物乾燥機を除いて石垣の方が与論より買いたい希望が高い。「心の生活」、「物の生活」を比べると、与論も石垣も1、2を除いて、いずれも「物の生活」の方が「心の生活」より買いたい希望が高い。順序からいえば、1位が石垣「物の生活」、2位が石垣「心の生活」、与論「物の生活」が同じくらいで、4位が与論の「心の生活」となる。参考までに平成2

表 3-1 心か物か×自宅にある耐久消費財 (MA)

		全 体	ガス 湯沸し 器	エル ア ー コン ム	オ ー プ ン	ス テ レ オ	ビ ア ノ	応 接 セ ット	ゴ ル フ セ ット	ミ シ ン	温 風 ヒ ー タ ー	電 子 レ ン ジ	V T R	カ メ ラ	ベ ッ ド	じ ゅ う た ん	乗 用 車	電 気 掃 除 機
与 論	全 体	100.0 (290)	39.0 (113)	25.9 ( 75)	46.2 (134)	42.8 (124)	12.1 ( 35)	26.2 ( 76)	5.9 ( 17)	60.7 (176)	17.9 ( 52)	42.1 (122)	41.7 (121)	66.2 (192)	47.2 (137)	40.3 (117)	73.8 (214)	85.5 (248)
	心の豊かな生活	100.0 (229)	38.4	26.2	48.5	47.6	14.0	26.2	7.0	62.9	19.2	43.2	44.5	67.7	46.7	42.4	76.9	87.3
	物の豊かな生活	100.0 ( 35)	40.0	25.7	37.1	25.7	2.9	31.4	2.9	48.6	17.1	51.4	25.7	62.9	51.4	31.4	60.0	77.1
石 垣	全 体	100.0 (175)	74.9 (131)	76.6 (134)	62.3 (109)	47.4 ( 83)	17.7 ( 31)	26.3 ( 46)	21.1 ( 37)	63.4 (111)	17.7 ( 31)	61.7 (108)	62.3 (109)	68.0 (119)	44.6 ( 78)	25.7 ( 45)	84.0 (147)	89.1 (156)
	心の豊かな生活	100.0 (139)	74.8	80.6	64.0	48.2	18.7	27.3	22.3	66.9	20.9	63.3	61.9	69.8	46.8	25.2	87.8	92.1
	物の豊かな生活	100.0 ( 18)	94.4	83.3	66.7	61.1	22.2	22.2	27.8	50.0	11.1	66.7	83.3	72.2	38.9	38.9	88.9	94.4
全 (平成 5 年消費動向調査)		国	58.4	72.3	57.4 (H3)	61.3	22.2	37.6	38.9	80.2	63.4	81.3	75.1	87.3	53.0	60.5	80.0	98.4

(注) 消費動向調査は経企庁実施。オープンは平成 3 年の数字。

表 3-2 心か物か×衣料持点・ブランド志向

		全 体	衣 料 持 点									ブランドを気にするか					
			背広・スーツ			ワイシャツ・ フ ラ ウ ズ			ネ ス ク タ イ ・ フ			背 広 ・ ス ー ツ		ワイシャツ・ ブ ラ ウ ズ		ネ ク タ イ ・ フ	
			1 5 点	6 9 点	10 点 以上	1 5 点	6 9 点	10 点 以上	1 5 点	6 9 点	10 点 以上	は い	い え	は い	い え	は い	い え
与 論	全 体	100.0 (290)	70.7 (205)	15.2 ( 44)	6.2 ( 18)	37.6 (109)	29.0 ( 84)	24.5 ( 71)	51.0 (148)	18.6 ( 54)	15.5 ( 45)	24.1 ( 70)	70.0 (203)	15.5 ( 45)	76.6 (222)	15.5 ( 45)	73.8 (214)
	心の豊かな生活	100.0 (229)	67.7	17.5	7.0	33.6	29.7	27.9	48.9	20.5	17.5	24.9	68.6	15.7	76.9	16.6	72.5
	物の豊かな生活	100.0 ( 35)	82.9	5.7	2.9	54.3	20.0	14.3	62.9	11.4	8.6	25.7	71.4	14.3	71.4	8.6	77.1
石 垣	全 体	100.0 (175)	68.6 (120)	10.3 ( 18)	7.4 ( 13)	36.6 ( 64)	31.4 ( 55)	21.1 ( 37)	54.3 ( 95)	18.3 ( 32)	12.0 ( 21)	24.0 ( 42)	72.6 (127)	17.1 ( 30)	77.1 (135)	13.7 ( 24)	80.6 (141)
	心の豊かな生活	100.0 (139)	71.2	10.8	7.9	38.8	29.5	24.5	58.3	16.5	12.2	21.6	75.5	17.3	77.7	13.7	81.3
	物の豊かな生活	100.0 ( 18)	77.8	11.1	5.6	27.8	55.6	11.1	38.9	38.9	16.7	33.3	66.7	16.7	83.3	22.2	77.8
東 京 都 (昭和 55 年 11 月 調査)		都	54.5	24.0	16.2	16.8	27.3	54.1	39.0	22.7	34.6						

(注) 東京都の衣料持点は国民生活センターの調査による。

表 3-3 心か物か×今買いたいもの・購買行動

		全  体	今、あなたが買いたいもの (MA)												購 買 行 動					
			高 級 衣 料	高級 アクセ サリー	靴	家具・ インテ リア	洗濯 物乾 燥機	ワー プロ・ パソ コン	宝 石・ 貴金 属	レ ジャ ー・ 旅行	自 家 用 車	家  地	土  地	特  に な し	買いたい が高額		買いた いが周 りが いない			
															無理 しても 買う	別 段の 手ご ろな の	すぐ に買 って 着る	誰か が着 てい るの を見 てか ら	いろ んな 人が 着て から	
与 論	全 体	100.0 (290)	7.5 ( 22)	5.2 ( 15)	12.1 ( 35)	25.2 ( 73)	13.4 ( 39)	14.8 ( 43)	9.3 ( 27)	20.3 ( 59)	13.4 ( 39)	13.8 ( 40)	19.3 ( 56)	18.6 ( 54)	13.4 ( 39)	81.7 (237)	42.4 (123)	19.0 ( 55)	25.2 ( 73)	
	心の豊かな生活	100.0 (229)	7.4	3.9	9.6	23.6	10.0	14.4	8.7	19.7	10.9	12.2	14.4	20.5	14.4	79.9	43.2	17.5	25.8	
	物の豊かな生活	100.0 ( 35)	5.7	8.6	25.7	25.7	17.1	17.1	8.6	20.0	11.4	14.3	42.9	8.6	14.3	82.6	31.4	25.7	25.7	
石 垣	全 体	100.0 (175)	10.9 ( 19)	10.9 ( 19)	20.0 ( 35)	30.3 ( 53)	12.6 ( 22)	16.0 ( 28)	9.7 ( 17)	26.3 ( 46)	22.3 ( 39)	26.3 ( 46)	25.1 ( 44)	14.9 ( 26)	13.7 ( 24)	82.9 (145)	53.1 ( 93)	19.4 ( 34)	16.0 ( 28)	
	心の豊かな生活	100.0 (139)	10.1	9.4	20.9	28.8	10.8	15.8	15.8	27.3	23.0	23.7	25.2	14.4	11.5	84.9	52.5	20.9	16.5	
	物の豊かな生活	100.0 ( 18)	16.7	22.2	16.7	44.4	11.1	22.2	38.9	27.8	27.8	44.4	38.9	11.1	27.8	72.2	72.2	5.6	11.1	
鹿児島市主婦調査			17.4	11.5	24.4	35.5	7.3	8.4	15.3	33.1	9.8	19.2	17.4			16.8	80.8	50.7	16.4	22.7

(注) 鹿児島市調査は平成 2 年 10 月鹿児島経済大学が実施。

年に鹿児島市で主婦を対象に行なった調査と比べると、洗濯物乾燥機、ワープロ・パソコン、自家用車、家、土地は与論や石垣の方が高いが、その他の高級品、奢侈品、レジャー・旅行などの購入希望は鹿児島の主婦の方が高い。

同じく表3-3に購買行動をみてみよう。ほしい洋服を買おうと思ったが値段が高額、そのときどう対応するかを聞いてみると、「無理しても買う」は与論、石垣ともに差はないが、石垣の「物の生活」で高い。同じくすてきな洋服が目にとまったが周りはまだ着ていない場合、「すぐ買って着る」は与論より石垣の方が高いが、与論では「心の生活」に、石垣では「物の生活」で高い。

以上「心の豊かさ」と消費行動をみてきたが、物の所有という面では与論より石垣での所有の高さが見られ、「心の生活」、「物の生活」に分けてみると、与論の場合は「心の生活」で、石垣の場合は「物の生活」で所有が高くなる。ブランド・買いたいもの・購買行動という欲望の面でみると、ブランド・購買行動では与論と石垣でそれほど欲望の違いはみられないが、中では石垣の「物の生活」に欲望の高さが見られる。買いたいものは与論より石垣で多く、中でも石垣の「物の生活」で多く、とりわけ高級品・奢侈品での高さが目につく。所有の面で与論の「心の生活」に、欲望の面で石垣の「物の生活」に注目しなければならない。

#### 4. 「心の豊かさ」と家・地域意識

人と人との結びつきが物の所有と関連があるとする、与論・石垣の人と人との結びつきの実態をみてみなければならない。そこでここでは与論・石垣住民の家意識・地域連帯・地域評価・地域参加・生活経験について聞いてみた。

表4-1は家意識・地域連帯についてみたものである。まず家意識の先祖意識では、「いつまでも先祖を守る」が、与論の「心の生活」、「物の生活」、石垣の「心の生活」、「物の生活」の順になり、与論はモノ、ココロを問わず先祖意識が石垣より高い。

参考までに鹿児島県第3位の人口を持つ川内市農村部の世帯主を対象とした調査は、「いつまでも先祖を守る」が52.4%で、与論・石垣の先祖意識が他と比べて特に高いとはいえないようだ。

つぎに家の継承をみると、「子供に住んでもらいたい」は与論の方が石垣より高いが、順序は与論「心の生活」、石垣「物の生活」、与論「物の生活」、石垣「心の生活」の順となり、石垣の「物の生活」が高いのが特徴である。川内市の家の継承は66.3%だが、川内市が世帯主ということを考えれば、与論・石垣の家意識はそれほど低くないといえようか。

つぎに地域連帯をみてみよう。地域の人々のつながりやまとまりは薄れたかとの問いに「そうは感じない」

は、与論が石垣の2倍を占める。また与論は「心の生活」が「物の生活」の2倍を占めるのに対し、石垣は「心の生活」より「物の生活」の方が連帯意識は高い。川内市との比較でいえば石垣はかなり地域連帯感ほうすれているのではないか。

そこで具体的に近所づきあいでこれをみると、与論が石垣よりいずれのつきあいでも上廻っている。また「心の生活」、「物の生活」でいえば与論、石垣とも「心の生活」が1、2を除いて高い。川内市と比べてみると、石垣はここでもあまり地域連帯は高くない。

そこでつぎに地域評価を表4-2にみてみよう。

まず地区の生活環境であるが、プラス評価の「自然に恵まれ健康的」、「潤いがある」、「人間味あふれる社会」についてみると、自然評価は与論と石垣に差はないが、「潤い」は石垣に、「人間味」は与論に高い。とくに「潤い」は石垣「心の生活」、石垣「物の生活」、与論「心の生活」、与論「物の生活」の順になる。参考に川内市の調査では「潤い」はわずか0.6%である。「人間味」は与論の「心の生活」が高いが、あとはその半分程度で差はない。ここでも川内市を参考にせば「人間味」は5.3%である。与論・石垣で評価の違いはあるが、「潤い」、「人間味」は島社会特有の要素になっているのではないか。マイナス面は全体的には与論、石垣で同じ程度の評価になっている。

つぎに島内の生活の雰囲気を見てみよう。ここでは「統一性がとれている」、「平和である」、「ゆとりがある」、「健全である」、「連帯感がある」、「活力がある」をプラス評価、それ以外をマイナス評価とする。

プラス評価を全体的にみると、「ゆとり」は石垣で、「連帯感」は与論で高いが、他はそんなに差がない。「心の生活」、「物の生活」でみると、与論はいずれもプラス評価は「心の生活」で高い。石垣は「ゆとり」を除いて「心の生活」にプラス評価が高い。心の豊かさをめざす人は雰囲気をプラス評価している。

しかしこれを全国平均と比較すると、「統一性」や「平和」で全国平均を下廻っているのは興味深い。「連帯感」と「活力」は全国平均を大きく上廻る。

マイナス評価は「自分本位」で石垣が高いのを除けば、他は与論・石垣でそれほど差はない。「自分本位」の全国平均57.5%に比べれば、与論・石垣は「自分本位」が非常に低い。

つぎに地域参加・生活経験を表4-3にみてみよう。

伝統行事に対する態度は、与論の方が石垣より参加意欲が高い。また与論・石垣とも「参加している」のは「心の生活」の方が「物の生活」より高い。参考までに川内市と比較すると、「参加」は与論・石垣とも川内市より低く、参加意欲は高くないようだ。

つぎに東京や大阪のような大都市で生活してみたいかと聞いたら、「住みたい」は与論・石垣とも4割で「心の生活」、「物の生活」での差はなかった。

表4-1 心か物か×先祖意識・家の継承・地域連帯・近所付き合い

		全 体	先祖に対する気持		家の継承		地 域 連 帯 は		隣近所との付き合い方 (MA)									
			い先祖 つづ まを で守 もる	で先祖 をを だ守 ける	先こ 祖と は守 る要	子も らに 住ん でい	子・ 供思 のわ 自な 由い	そ感 のよ じう にる	そ感 じう ない はい	わか らな い	気話 兼 なく す	子見 ても らう をう	留声 守を のか とけ さる	立替 を頼 む	病面 気倒 のみ さる	旅す 行・ 観劇 る	心相 配談 事す のる	つた きく 合な いい
与 論	全 体	100.0 (290)	50.0 (145)	22.1 (64)	24.5 (71)	70.0 (203)	20.7 (60)	31.0 (90)	61.7 (179)	6.9 (20)	88.3 (256)	20.0 (58)	31.0 (90)	14.5 (42)	28.3 (82)	12.4 (36)	40.3 (117)	2.1 (6)
	心の豊かな生活	100.0 (229)	50.7	21.8	24.0	73.4	19.7	29.7	65.1	4.8	88.6	21.0	34.5	14.4	30.1	13.1	43.2	1.7
	物の豊かな生活	100.0 (35)	45.7	25.7	22.9	62.9	22.9	54.3	31.4	14.3	85.7	14.3	20.0	17.1	20.0	14.3	25.7	2.9
石 垣	全 体	100.0 (175)	34.9 (61)	22.3 (39)	36.0 (63)	63.4 (111)	28.0 (49)	57.7 (101)	29.7 (52)	11.4 (20)	85.1 (149)	14.3 (25)	27.4 (48)	5.7 (10)	9.1 (16)	9.1 (16)	26.9 (47)	8.0 (14)
	心の豊かな生活	100.0 (139)	36.7	21.6	35.3	61.9	30.9	61.2	27.3	10.8	87.1	14.4	30.2	6.5	8.6	9.4	28.8	6.5
	物の豊かな生活	100.0 (18)	22.2	38.9	27.8	72.2	11.1	44.4	38.9	16.7	77.8	16.7	16.7	5.6	—	5.6	5.6	11.1
川内市農村調査			52.4	29.4	16.5	66.3	29.8	46.5	46.2	5.8	89.7	10.3	49.3	19.5	25.1	18.7	36.5	2.5

(注) 川内市農村調査は平成3年11月に世帯主を対象に鹿児島経済大学が実施。

表4-2 心か物か×地区の生活環境・島内の生活の雰囲気

		全  体	地区の生活環境 (MA)							島 内 の 生 活 の 雰 囲 気 (MA)											
			自然に健康 に恵まれた	生活に不便	取り残されてる	潤いがある	生煩わしい 生活がい	人間的な 生活があふ	プライバシー が守れない	統一性 とれている	平和である	ゆとりがある	健全である	連帯感がある	活力がある	自分本位	変化が早い	競争が激しい	不安なことが多い	いろいろな ことがある	無気力である
与 論	全 体	100.0 (290)	78.3 (227)	15.9 (46)	20.7 (60)	21.4 (62)	11.0 (32)	39.0 (113)	7.6 (22)	13.1 (38)	62.8 (182)	16.9 (49)	30.3 (88)	36.6 (106)	15.2 (44)	15.2 (44)	4.1 (12)	13.8 (40)	12.1 (35)	6.6 (19)	8.6 (25)
	心の豊かな生活	100.0 (229)	79.0	15.3	20.5	24.5	10.5	43.2	7.7	15.7	66.4	19.2	33.6	40.6	17.5	14.0	2.6	12.7	11.4	7.0	9.6
	物の豊かな生活	100.0 (35)	80.0	17.1	28.6	11.4	11.4	20.0	8.6	5.7	48.6	1.3	28.6	28.6	11.4	17.1	2.9	17.1	14.3	2.9	2.9
石 垣	全 体	100.0 (175)	76.0 (133)	14.3 (25)	20.6 (36)	42.3 (74)	10.3 (18)	20.6 (36)	8.0 (14)	10.3 (18)	60.6 (106)	26.9 (47)	31.4 (55)	20.0 (35)	16.0 (28)	24.0 (42)	8.6 (15)	10.9 (19)	10.3 (18)	12.0 (21)	10.9 (19)
	心の豊かな生活	100.0 (139)	79.1	12.2	33.8	43.2	9.4	20.9	5.0	10.1	61.2	25.2	30.9	19.4	17.3	23.7	9.4	10.1	9.4	9.4	12.2
	物の豊かな生活	100.0 (18)	72.2	27.8	33.3	33.3	5.6	22.2	16.7	5.6	55.6	33.3	27.8	16.7	11.1	27.8	—	5.6	16.7	22.2	5.6
生活環境(川内市調査) 生活の雰囲気(社会意識調査)			54.3	7.0	19.9	0.6	5.6	5.3	2.1	27.7	70.6	12.1	3.3	6.2	57.5	—	—	17.3		6.9	

(注) 「社会意識に関する調査」は平成4年12月総理府広報室実施。現在の世相について聞いた全国調査。

最後に島外での生活経験をみると、島外経験は与論・石垣ともほぼ7割5分と高く、与論では「心の生活」に、石垣では「物の生活」に高い。

これまでみた家・地域意識をまとめてみると、家意識・地域連帯は与論が石垣よりかなり高く、地域評価・地域参加を含めて、連帯・プラス評価・参加は「心の生活」が「物の生活」を上廻るといえる。

## 5. 地域意識と消費行動

これまで「心の豊かな生活」、「物の豊かな生活」を基軸に消費行動と家・地域意識をみてきた。ここでは直接に地域意識と消費行動の関係を分析し、「心の生活」、「物の生活」にみる所有と連帯の分析結果を補完する判断材料として活用してみよう。

ここでは地域評価のプラス評価とマイナス評価が消費行動の所有と欲望にどのような関係を持つか。大都市希望と島外生活経験が所有と欲望にどのような影響を与えているかをみる。

表4-3 心か物か×伝統行動に対する態度・大都市で住みたいか・島外での生活経験

		全 体	伝統行事に対する態度			大都市で住みたいか		島外での生活経験	
			伝関 統関 心心 行心 事事 に事 は事 い事 は事 い	関 心 あ る が 参 加 し る	参 加 し て い る	住 み た い い	住 み た く な い	あ り	な し
与 論	全 体	100.0 (290)	15.5 (45)	37.6 (109)	41.0 (119)	40.7 (118)	57.2 (166)	73.4 (213)	25.2 (73)
	心の豊かな生活	100.0 (229)	15.3	34.9	43.7	40.2	58.1	76.0	23.1
	物の豊かな生活	100.0 (35)	5.7	57.1	28.6	40.0	54.3	62.9	31.4
石 垣	全 体	100.0 (175)	18.9 (33)	44.6 (78)	30.9 (54)	38.3 (67)	57.1 (100)	74.9 (131)	20.0 (35)
	心の豊かな生活	100.0 (139)	18.7	44.6	31.7	40.3	57.6	75.5	19.4
	物の豊かな生活	100.0 (18)	11.1	61.1	22.2	38.9	50.0	88.9	11.1
川内市調査			8.1	31.5	57.9	—	—	—	—

まず地域評価の生活環境と自宅にある耐久消費財の関係を表5-1にみてみよう。環境プラス評価は、地

表5-1 生活環境 (MA)×自宅にある耐久消費財 (MA)

		全 体	ガ ス 湯 沸 し 器	ル ーム エ ア コ ン	オ ー ブ ン	ス テ レ オ	ピ ア ノ	応 接 セ ッ ト	ゴ ル フ セ ッ ト	ミ シ ン	温 風 ヒ ー タ ー	電 子 レ ン ジ	V T R	カ メ ラ	ベ ッ ド	じ ゅう たん	乗 用 車	電 気 掃 除 機
与 論	全 体	100.0 (290)	39.0 (113)	25.9 ( 75)	46.2 (134)	42.8 (124)	12.1 ( 35)	26.2 ( 76)	5.9 ( 17)	60.7 (176)	17.9 ( 52)	42.1 (122)	41.7 (121)	66.2 (192)	47.2 (137)	40.3 (117)	73.8 (214)	85.5 (248)
	環境プラス評価	100.0 (402)	40.0	27.6	48.3	42.3	4.9	27.6	7.2	65.7	18.4	43.5	43.3	69.2	51.5	41.8	75.1	87.1
	環境マイナス評価	100.0 (160)	38.8	29.4	44.4	43.1	10.0	29.4	13.8	58.8	20.0	40.0	38.1	66.3	47.5	43.1	71.3	86.3
石 垣	全 体	100.0 (175)	74.9 (131)	76.6 (134)	62.3 (109)	47.4 ( 83)	17.7 ( 31)	26.3 ( 46)	21.1 ( 37)	63.4 (111)	17.7 ( 31)	61.7 (108)	62.3 (109)	68.0 (119)	44.6 ( 78)	25.7 ( 45)	84.0 (147)	89.1 (156)
	環境プラス評価	100.0 (243)	72.8	79.4	63.8	53.1	21.4	27.2	26.3	66.3	19.8	64.2	63.8	71.6	47.3	28.4	86.8	93.4
	環境マイナス評価	100.0 ( 93)	78.5	71.0	57.0	47.3	12.9	24.7	26.9	49.5	7.5	58.1	64.5	68.8	33.3	26.9	86.0	90.3

表5-2 心か物か×地区の生活環境・島内の雰囲気 (プラス・マイナス評価)

		全 体	生活環境(MA)		雰 囲 気(MA)	
			プ 評 ラ ス 価	マ 評 イ ナ ス 価	プ 評 ラ ス 価	マ 評 イ ナ ス 価
与 論	全 体	100.0 (290)	46.2	13.8	29.2	10.1
	心の豊かな生活	100.0 (229)	48.9	13.5	32.2	9.6
	物の豊かな生活	100.0 ( 35)	37.1	16.4	20.7	9.5
石 垣	全 体	100.0 (175)	46.3	13.3	27.5	12.8
	心の豊かな生活	100.0 (139)	47.7	15.1	27.4	12.4
	物の豊かな生活	100.0 ( 18)	42.6	20.9	25.0	13.0

区の生活環境の「自然に恵まれ健康的」、「潤いがある」、「人間味あふれる社会」である。マイナス評価は「生活に不便」、「とり残されている」、「生活が煩わしい」、「プライバシーが守られない」である。

表5-1をみると、与論の場合は環境プラス評価でやや所有の多さがみられるが、石垣の場合は環境プラス評価に所有が多い。

「心の生活」、「物の生活」とプラス評価、マイナス評価は、表5-2にみるように、与論・石垣とも「心の生活」にプラス評価が高く、与論でより高い。

つぎに生活環境と今買いたいものを表5-3にみてみよう。与論では高級衣料を除いて、石垣では全ての商品で、環境マイナス評価が、「買いたい」でプラス評価を上廻る。同じく表5-3にブランド志向をみてみると、与論・石垣ともに環境マイナス評価でブランド志向が高い。

つぎに表5-4に島内の生活の雰囲気と自宅にある耐久消費財の関係をみてみよう。雰囲気プラス評価は「統一性がとれている」、「平和である」、「ゆとりがある」、「健全である」、「連帯感がある」、「活力がある」の6項目である。マイナス評価は「自分本位である」、「不安なことが多い」、「競争が激しい」、「変化が早い」、「いらいらすることが多い」、「無気力である」の6項目である。

表5-4にみると、与論・石垣とも、所有はそれぞれ2つの品目を除けば、雰囲気プラスが雰囲気マイナスを上廻る。プラス評価は与論・石垣とも所有が多いということである。

表5-3 生活環境 (MA)×今買いたいもの・ブランド志向

		全  体	今あなたが買いたいもの (MA)												ブランドを気にするか					
			高級 衣料	高セ 級サ リク	靴	家イン テリ ー 具・ア	洗乾 濯機	ワパ ーソ ブコ ン	宝貴 金 石・ 属	レ旅 ジャ ー・ 行	自家 用車	家  地	特 に な し	背広・ スーツ		ワイシャツ ・ブラウス		ネクタイ・ スカーフ		
														は い	いい え	は い	いい え	は い	いい え	
与 論	全 体	100.0 (290)	7.6 ( 22)	5.2 ( 15)	12.1 ( 35)	25.2 ( 73)	13.4 ( 39)	14.8 ( 43)	9.3 ( 27)	20.3 ( 59)	13.4 ( 39)	13.8 ( 40)	19.3 ( 56)	18.6 ( 54)	24.1 ( 70)	70.0 (203)	15.5 ( 45)	76.6 (222)	15.5 ( 45)	73.8 (214)
	環境プラス 評価	100.0 (402)	10.2	5.0	11.0	24.6	11.4	14.9	9.0	20.9	14.7	10.7	20.1	18.2	20.6	73.1	11.9	80.1	13.7	76.1
	環境マイ ナス評価	100.0 (160)	8.8	7.5	15.0	32.5	16.3	16.9	13.8	27.5	18.1	15.6	21.9	12.5	24.4	71.3	15.0	78.8	20.0	73.1
石 垣	全 体	100.0 (175)	10.9 ( 19)	10.9 ( 19)	20.0 ( 35)	30.3 ( 53)	12.6 ( 22)	16.0 ( 28)	9.7 ( 17)	26.3 ( 46)	22.3 ( 39)	26.3 ( 46)	25.1 ( 44)	14.9 ( 26)	24.0 ( 42)	72.6 (127)	17.1 ( 30)	77.1 (135)	13.7 ( 24)	80.6 (141)
	環境プラス 評価	100.0 (243)	10.3	11.1	21.8	33.7	16.5	16.0	9.5	25.5	22.6	27.2	25.5	15.2	25.1	72.4	16.0	79.4	13.2	82.3
	環境マイ ナス評価	100.0 ( 93)	21.5	12.9	24.7	49.5	17.2	20.4	11.8	28.0	33.3	39.8	36.6	14.0	26.9	68.8	22.6	71.0	14.0	80.6

表5-4 島内の雰囲気 (MA) × 自宅にある耐久消費財 (MA)

		全 体	ガ ス 湯 沸 し 器	ル エ ア ー コ ム ン	オ ー ブ ン	ス テ レ オ	ピ ア ノ	応 接 セ ット	ゴ ル フ セ ット	ミ シ ン	温 風 ヒ ー タ ー	電 子 レ ン ジ	V T R	カ メ ラ	ベ ッ ド	じ ゆう たん	乗 用 車	電 気 掃 除 機
与 論	全 体	100.0 (290)	39.0 (113)	25.9 (75)	46.2 (134)	42.8 (124)	12.1 (35)	26.2 (76)	5.9 (17)	60.7 (176)	17.9 (52)	42.1 (122)	41.7 (121)	66.2 (192)	47.2 (137)	40.3 (117)	73.8 (214)	85.5 (248)
	雰囲気プラス評価	100.0 (507)	41.8	27.6	49.5	48.9	12.2	26.8	5.5	68.8	18.1	42.4	40.6	69.8	52.3	40.6	78.5	87.4
	雰囲気マイナス評価	100.0 (175)	40.0	28.6	40.0	38.9	13.1	21.7	2.3	51.4	10.3	40.6	38.9	57.7	42.3	42.9	64.0	77.1
石 垣	全 体	100.0 (175)	74.9 (131)	76.6 (134)	62.3 (109)	47.4 (83)	17.7 (31)	26.3 (46)	21.1 (37)	63.4 (111)	17.7 (31)	61.7 (108)	62.3 (109)	68.0 (119)	44.6 (78)	25.7 (45)	84.0 (147)	89.1 (156)
	雰囲気プラス評価	100.0 (289)	72.3	79.2	64.4	56.1	19.0	29.4	25.6	64.7	19.0	64.0	64.0	75.1	47.8	33.6	87.2	93.1
	雰囲気マイナス評価	100.0 (134)	79.1	78.4	55.2	50.7	11.9	27.6	14.2	60.4	13.4	55.2	64.9	69.4	39.6	26.1	80.6	86.6

「心の生活」と「物の生活」との関係を表5-2にみると、与論は「心の生活」がプラス評価で「物の生活」を12%ほど上廻るが、石垣は「心の生活」、「物の生活」でプラス評価の差はほとんどない。

そこでつぎに買いたいものを表5-5にみてみよう。与論は買いたい商品が雰囲気プラスで多いが、石垣は反対に雰囲気マイナスで買いたい商品が多い。同

じく表5-5にブランド志向をみると、与論・石垣ともに雰囲気マイナスで3品目ともブランド志向が雰囲気プラスを上廻っている。

つぎに大都市志向と島外生活経験が消費行動にどのような影響を与えるかをみてみよう。

まず表5-6に大都市志向と今買いたいものとの関係をみてみよう。与論・石垣ともに、洗濯物乾燥機を

表5-5 島内の雰囲気 (MA) × 今買いたいもの・ブランド志向

		全 体	今あなたが買いたいもの (MA)												ブランドを気にするか					
			高 級 衣 料	高 セ 級 サ リ ク ー	靴	家 イ ン テ リ ー ア	洗 乾 濯 機	ワ パ ー ソ プ コ ン	宝 貴 金 石 ・ 属	レ ジ ャ ー ・ 行	自 家 用 車	家 地	特 に な し	背 広 ・ ス ー ツ	ワ イ シ ャ ツ ・ ブ ラ ウ ス	ネ ク タイ ・ ス カ ー フ	はい	いいえ	はい	いいえ
														はい	いいえ	はい	いいえ			
与 論	全 体	100.0 (290)	7.6 (22)	5.2 (15)	12.1 (35)	25.2 (73)	13.4 (39)	14.8 (43)	9.3 (27)	20.3 (59)	13.4 (39)	13.8 (40)	19.3 (56)	18.6 (54)	24.1 (70)	70.0 (203)	15.5 (45)	76.6 (222)	15.5 (45)	73.8 (214)
	雰囲気プラス評価	100.0 (507)	9.7	6.3	12.0	24.7	10.7	16.2	10.8	22.7	15.4	12.2	20.7	18.1	23.3	70.6	13.0	78.7	14.2	74.2
	雰囲気マイナス評価	100.0 (175)	5.1	1.7	9.7	22.9	18.9	10.3	12.6	18.9	11.4	17.7	22.3	18.9	25.7	70.3	20.0	75.4	17.1	74.9
石 垣	全 体	100.0 (175)	10.9 (19)	10.9 (19)	20.0 (35)	30.3 (53)	12.6 (22)	16.0 (28)	9.7 (17)	26.3 (46)	22.3 (39)	26.3 (46)	25.1 (44)	14.9 (26)	24.0 (42)	72.6 (127)	17.1 (30)	77.1 (135)	13.7 (24)	80.6 (141)
	雰囲気プラス評価	100.0 (289)	13.8	13.5	21.1	33.9	12.8	17.3	10.4	25.6	22.1	26.6	24.9	18.0	25.6	69.6	16.6	74.7	10.4	82.7
	雰囲気マイナス評価	100.0 (134)	19.4	10.4	26.1	40.3	12.7	21.6	10.4	25.4	28.4	35.1	38.1	11.2	30.6	58.2	24.6	67.2	17.9	73.1

表5-6 大都市希望×今買いたいもの・購買行動

		全 体	今あなたが買いたいもの (MA)												購 買 行 動					
			高 級 衣 料	高 ア ク セ サ リ 級	靴	家 イ ン テ リ ー ア 具	洗 濯 物 乾 燥 機	ワ パ ー ソ プ コ ン	宝 石 ・ 貴 金 属	レ ジ ャ ー ・ 旅 行	自 家 用 車	家 地	特 に な し	買いたいが高額		買いたいけど着ていない		いい人を見てから着て		
														無 買 理 し て も う の	値 な 段 別 の 手 ご ろ の	す 着 ぐ 買 っ て る	誰 れ か が 着 て か ら			
与 論	全 体	100.0 (290)	7.6 (22)	5.2 (15)	12.1 (35)	25.2 (73)	13.4 (39)	14.8 (43)	9.3 (27)	20.3 (59)	13.4 (39)	13.8 (40)	19.3 (56)	18.6 (54)	13.4 (39)	81.7 (237)	42.4 (123)	19.0 (55)	25.2 (73)	
	希望あり	100.0 (118)	11.0	6.8	17.8	30.5	11.9	20.3	16.1	28.8	18.6	21.2	20.3	5.9	18.6	78.0	50.0	16.9	22.9	
	希望なし	100.0 (166)	5.4	4.2	8.4	21.7	14.5	10.8	4.8	14.5	10.2	9.0	18.7	27.7	10.2	84.9	38.6	19.3	26.5	
石 垣	全 体	100.0 (175)	10.9 (19)	10.9 (19)	20.0 (35)	30.3 (53)	12.6 (22)	16.0 (28)	9.7 (17)	26.3 (46)	22.3 (39)	26.3 (46)	25.1 (44)	14.9 (26)	13.7 (24)	82.9 (145)	53.1 (93)	19.4 (34)	16.0 (28)	
	希望あり	100.0 (67)	16.4	16.4	29.9	38.8	9.0	23.9	13.4	40.3	31.3	41.8	32.8	6.0	16.4	82.1	64.2	17.9	13.4	
	希望なし	100.0 (100)	8.0	8.0	14.0	26.0	14.0	12.0	7.0	18.0	17.0	16.0	20.0	21.0	13.0	83.0	46.0	21.0	19.0	



表5-7 島外生活経験×自宅にある耐久消費財 (MA)

		全 体	ガ ス 湯 沸 し 器	ル ーム エ ア コ ン	オ ー ブ ン	ス テ レ オ	ピ ア ノ	応 接 セ ッ ト	ゴ ル フ セ ッ ト	ミ シ ン	温 風 ヒ ー タ ー	電 子 レ ン ジ	V T R	カ メ ラ	ベ ッ ド	じ ゅ う た ん	乗 用 車	電 気 掃 除 機
与 論	全 体	100.0 (290)	39.0 (113)	25.9 ( 75)	46.2 (134)	42.8 (124)	12.1 ( 35)	26.2 ( 76)	5.9 ( 17)	60.7 (176)	17.9 ( 52)	42.1 (122)	41.7 (121)	66.2 (192)	47.2 (137)	40.3 (117)	73.8 (214)	85.5 (248)
	経験あり	100.0 (213)	41.3	28.6	50.7	43.7	15.0	25.4	7.0	65.3	19.7	41.8	46.0	70.4	49.8	43.7	77.0	90.6
	経験なし	100.0 ( 73)	34.2	17.8	31.5	39.7	4.1	27.4	2.7	47.9	12.3	42.5	30.1	53.4	39.7	31.5	64.4	71.2
石 垣	全 体	100.0 (175)	74.9 (131)	76.6 (134)	62.3 (109)	47.4 ( 83)	17.7 ( 31)	26.3 ( 46)	21.1 ( 37)	63.4 (111)	17.7 ( 31)	61.7 (108)	62.3 (109)	68.0 (119)	44.6 ( 78)	25.7 ( 45)	84.0 (147)	89.1 (156)
	経験あり	100.0 (131)	77.9	80.2	64.9	51.1	20.6	26.7	24.4	63.4	18.3	62.6	69.5	73.3	46.6	26.0	89.3	91.6
	経験なし	100.0 ( 35)	65.7	74.3	57.1	37.1	11.4	20.0	11.4	62.9	14.3	57.1	45.7	54.3	40.0	25.7	71.4	85.7

除いて、「買いたい」が「大都市希望あり」に高い。大都市希望者はモノに対する欲望が高いことがはっきりわかる。

同じく表5—6に購買行動をみてみた。気に入った洋服を買い手が値段が高額るとき、「無理しても買う」は与論・石垣とも「大都市希望あり」に高く、また気に入った洋服を買い手が周りはまだ着ていないときに、「すぐ買って着る」は与論・石垣ともに「大都市希望あり」に高い。このように東京や大阪のような大都市にあこがれている人は、消費行動においても非常に欲望が高いことがわかる。

そこでつぎに島外での生活経験が消費行動にどのように反映しているかを表5-7にみてみよう。与論は応接セット・電子レンジを除いて、あとの品目は全て「島外での生活経験あり」に高い。しかもたいていの品目で、「経験あり」は「経験なし」よりかなり多く所有している。また石垣は全ての品目で、「島外での生活経験あり」が「経験なし」を上廻る。与論同様、たいていの品目で大きく上廻る。このように島外経験も消費行動の欲望に非常に大きな影響を与えていることがわかる。つまりここでの所有は生活経験としての欲望の反映を意味しよう。

このように地域評価のプラス評価に所有の多さを、マイナス評価に欲望の強さをみてとることが出来た。また大都市志向・島外経験は欲望の強さを形成する重要な要因になっている。大都市志向者と島外経験者との関係を示せば表5—8のようになり、大都市希望者の島外経験者は与論は8割5分強、石垣も8割5分と高い。

## 6. おわりに

「連帯感が弱くなると所有に走る」。この命題を解くためにわれわれは今日の消費社会の中で、消費の中心地東京から遠く離れた鹿児島県与論島と沖縄県石垣島を周縁消費社会と位置づけ、そこでの所有と連帯の関

表5—8 大都市希望×島外経験

		全 体	島あ 外経 験り	島な 外経 験し
与論	全体	100.0 (290)	73.4	25.2
	大都市希望あり	100.0 (118)	86.4	11.9
	大都市希望なし	100.0 (166)	64.5	35.5
石垣	全体	100.0 (175)	75.3	20.1
	大都市希望あり	100.0 ( 67)	85.1	11.9
	大都市希望なし	100.0 (100)	69.0	27.0

(注) 表側，表頭のNAは省略。

係を分析してきた。これまでの分析結果をまとめると図6-1のようになる。

まず所有をめぐる与論・石垣と「心の生活」・「物の生活」をみると、物の所有、物への欲望は与論より石垣の方がかなり高かった。そして石垣は「物の生活」で所有・欲望の高さが、与論は「心の生活」に所有の高さが、また欲望にも全てではないが高さがみられた。つまり与論に比べると石垣はモノ社会であり、さらに「物の生活」が所有、欲望の両面で「心の生活」を上廻るところにもモノ社会の構造をみてとれる。一方与論は所有は明らかに「心の生活」が「物の生活」を上廻っており、欲望でも「心の生活」が上廻るものがある。

つぎに連帯をめぐってみると、これは与論が石垣よりはるかに連帯の強さがみられた。また与論は連帯でどの項目も明らかに「心の生活」が「物の生活」を上廻っている。これに対し石垣は必ずしも連帯の強さをうんぬん出来るほどでなく、「心の生活」が「物の生活」を全ての項目で上廻っているわけでもない。

そこで「心の生活」、「物の生活」を離れて地域意識と消費行動の関係をみると、生活環境と島内の雰囲気プラス評価する人は与論・石垣とも所有大で、

図6-1 所有と連帯をめぐる分析結果  
所有をめぐる与論・石垣と「心の生活」・「物の生活」

石 垣 > 与 論			
「物の生活」>「心の生活」		「心の生活」>「物の生活」	
耐久消費財	モ ノ>ココロ	耐久消費財	ココロ>モ ノ
衣料持点	ココロ>モノ?	衣料持点	ココロ>モ ノ
ブランド	モ ノ>ココロ	ブランド	ココロ>モノ?
買いたいもの	モ ノ>ココロ	買いたいもの	モ ノ>ココロ
購買行動	モ ノ>ココロ	購買行動	ココロ>モ ノ

連帯をめぐる与論・石垣と「心の生活」・「物の生活」

与 論 > 石 垣			
「心の生活」>「物の生活」		「心の生活」>「物の生活」	
先祖意識	ココロ>モ ノ	先祖意識	ココロ>モ ノ
家の継承	ココロ>モ ノ	家の継承	モ ノ>ココロ
地域連帯	ココロ>モ ノ	地域連帯	モ ノ>ココロ
つきあい	ココロ>モ ノ	つきあい	ココロ>モ ノ
生活環境(+)	ココロ>モ ノ	生活環境(+)	ココロ>モ ノ
雰囲気(+)	ココロ>モ ノ	雰囲気(+)	ココロ>モ ノ
伝統行事	ココロ>モ ノ	伝統行事	ココロ>モ ノ

地域意識と消費行動

与 論		石 垣	
地 域 意 識	消 費 行 動	地 域 意 識	消 費 行 動
生活環境評価 + -	やや所有大 「買いたい」大 ブランド志向大	生活環境評価 + -	所有大 「買いたい」大 ブランド志向大
雰囲気評価 + -	所有大 「買いたい」大 ブランド志向大	雰囲気評価 + -	所有大 「買いたい」大 ブランド志向大
大都市希望 あり なし	「買いたい」大 購買行動欲望大	大都市希望 あり なし	「買いたい」大 購買行動欲望大
島外体験 あり なし	所有大	島外体験 あり なし	所有大

マイナス評価する人は与論の「買いたい」を除けば、与論・石垣とも欲望大である。かつこの欲望は大都市希望ありに高く、島外体験の学習結果が高い欲望を生

み出していることが推察され、島外の生活を経験したり、地域評価にマイナスの人は欲望が高いことがみてとれる。

ここで地域評価のプラス評価を連帯強、マイナス評価を連帯弱とし、また「心の生活」を連帯強、「物の生活」を連帯弱とすると、与論は連帯強が所有大、連帯弱が欲望大となり、石垣は連帯強の側面と連帯弱の「物の生活」で所有大であるが、連帯弱では明らかに欲望大である。

島外生活にみる学習体験の似た両地域でこのような差ができるのは、与論の方が石垣より所得が低いこと、また所得の低いところでは連帯強の層に生活の余裕があることと関係しているのであろう。したがって与論の所有の大きさは連帯が弱くなったからではなく、人とのつながりを問う関係のない社会の低レベルの所有の大きさである。しかしわれわれがここで発見したことは、連帯弱は確実に欲望大であった。つまり与論や石垣のような周縁消費社会でも「連帯が弱くなると所有に走る」傾向を示すものであり、物の所有がけっして心豊かな社会を作るものではないことをわれわれは自覚すべきである。

#### 注

- 1) ポール・L・ワクテル『「豊かさ」の貧困』TBSブリタニカ 1985年12月 78ページ
- 2) 佐古井貞行『消費生活の社会学』筑波書房 1994年5月 136ページ

#### 【付記】

なお、本研究は、平成5年度文部省科学研究費（一般研究C）「村落社会の生活様式にみる豊かさの社会理論」の研究成果である。

（平成7年8月1日受理）