

松 山 大 学 論 集  
第 22 卷 第 1 号 抜 刷  
2 0 1 0 年 4 月 発 行

## 地方の若者・都市の若者

—— 愛媛県松山市・東京都杉並区 2 地点比較調査の結果から ——

辻

泉

# 地方の若者・都市の若者

—— 愛媛県松山市・東京都杉並区 2 地点比較調査の結果から ——

辻

泉

## 1. は じ め に

### 1.1. 本論文の目的

今日において、私たちは「若者文化」という言葉で何を論じているのだろうか。まずは、このことから考えてみたい。いわば、「若者文化のとらえ方」ととらえなおすということである。というのも、これまでの「若者文化」のとらえ方は、いささか場当たりのでなおかつ一元的であったように思われるからである。

例えば、フリーターが問題化すればフリーターを、ケータイ（携帯電話）が問題化すればケータイを、秋葉原のオタクならオタクを、といったように、その場その場の状況において目立った現象だけを取りあげ、その特徴をあたかも若者全般のものであるかのように一般化してきたのではないだろうか。つまり、多くの「若者文化」論は、いわばそれらが論じている現象とまったく同じに、一時の流行のようなものとして現れては消えて行ったのではないだろうか。

しかし、これでは理解が深まるはずもないだろう。「若者文化」が底の浅いものだと思われがちなのは、むしろ「若者文化」論のほうに原因があると言ったら言いすぎだろうか。そこで、本論文では若者文化の多元的な理解可能性を探ることを目的とする。とりわけ、ここでは若者文化と都市との結びつきを再考してみたい。その上で、実証的な質問紙調査の結果に基づき、都市と地方の若者文化の実態を比較検討していくこととする。

## 1.2. 「若者文化」の「文脈化」した理解へ

さて、「若者文化のとらえ方」をとらえなおすのであれば、どういったとらえ方が必要だろうか。「近頃の若いものは…」といった決まり文句に回収されることなく、論ずるたびに新たな知見がもたらされ、それとともに理解を深めていくには、どのようなとらえ方が必要だろうか。

そのために、ここで提示したいのは「文脈化」というとらえ方である。いわば論ずるための土台をしっかりと整えるということである。何を基準にしてそのような論じ方が可能になるのか、それに十二分に自覚的であれば、場当たり的に一元化することもなくなるはずである。

そのための「文脈化」にも2つの方向がありえよう。いわば「タテの文脈化（歴史的な理解）」と「ヨコの文脈化（同時代的な比較）」である。「若者文化」についていえば、前者に関して重要な取り組みがいくつかなされており、過去と比べて、「若者文化」がどのように変化してきたか、いくつかの検討が重ねられている。

例えば、社会学者の岩間夏樹は著書『戦後若者文化の光芒』の中で、団塊世代、新人類世代、団塊ジュニア世代と続く若者文化の特徴について、世代ごとの「差異化コード」を取り出しながら、社会環境の変化に適應するための「コミュニケーションの進化史」として描き出している。いわば団塊世代においては、「戦前／戦後」といった価値観の相違が明確化する中で「大人／若者」といった「(世代間分化に関する) 差異化コード」が中心的であったのが、消費社会を生きる新人類世代にいたると、同じ若者の間での「流行に敏感な新人類／そうでないオタク」といった「(世代内分化に関する) 差異化コード」が中心化してきたのだという（岩間 1995）。

あるいは社会学者の難波功士は、『族の系譜学』（青弓社）において、太陽族、みゆき族や暴走族といった、それこそ「若者文化」を場当たり的にとらえてきた「〇〇族」といった呼称を、系譜学的に体系立てて整理し直している（難波 2007）。

あるいは「若者文化」を実証的に把握する、大規模な統計プロジェクトには、数十年前から続けられているものもある。国が実施したもので言えば、1970～1990年にかけて5年おきに行われた『青少年の連帯感に関する調査』は、その後『青少年の生活と意識に関する基本調査』に多くの内容が引き継がれているし、あるいは『世界青年意識調査』も1972年から5年ごとに行われている。さらに地方自治体の実施したものとして、1976～1997年にかけて行われた『東京都青少年基本調査』などもあげられよう。

だがその一方で、「ヨコの文脈化（同時代的な比較）」の取り組みはまだ十二分に深められてきてはいないようだ。

一口に「若者」といっても、内実は多様である。よくある話として、大学の講義の中でいわゆる「若者文化」論を紹介すると、あたかも他人事のような感想が返ってくることがある。「若者はケータイの危険性に十二分に自覚的でなければならなかった」「フリーターは自分の将来についてしっかりとした考えを持つべきだと思った」といったように。

彼らには共感的な理解力や想像力が欠けている、と嘆くことも可能だが、それ以上に、多様な実態を描ききれていないとらえ方にも問題があるのだろう。彼らのメッセージを好意的に解釈するならば、「そういう若者もいるかもしれないけど自分は違いますよ」とか「そういう若者だけが全てじゃありませんよ」ということではないだろうか。

例えばケータイでいえば、頻繁にメールをするのはどちらかといえば若い女性たちだといわれている。それをすべからく「若者文化」としてひとくくりにされたくはないのだろう。もしかすると、そうした一元化された理解の陰で、何がしか参考になるような変化が見落とされている可能性もある。いわば私たちは、「若者文化」のとらえ方をとらえなおさなければならないタイミングにあるのだ。

では今、何が必要だろうか。さしあたり多様な「若者文化」の実態を、多様なままに描き続けていくことではないだろうか。ケータイにはまる若者がいれ

ばそうでない若者もいる。フリーターの若者もいれば、堅実な「資格志向」の若者もいる。果たしてそこにはどんな違いがあるのか。ジェンダーによっても異なるだろうし、居住地域によっても異なるだろう。これらを比較して「ヨコの文脈化」を図っていくことで、現状の理解をより深めることができよう。

また、こうしたとらえ方を継続的に積み重ねていくことで、将来的には「ヨコの文脈化」と「タテの文脈化」を組み合わせることも可能なはずだ。そうすれば、やすやすと「近頃の若いものは…」と断じてしまうことは防げよう。なぜなら、それが過去の時点と比べて果たして本当に新しい現象なのか、それとも本当はあまり変わっていないのか、あるいは若者全体の特徴として断言してよいのか、といった点が検討可能になるからである。

そのためにも、私たちは「若者文化」を一元化しようとするのではなく、そこに潜む思い込みを一つずつ解きほぐしていかなければならない。そうした思い込みには、知らぬ間に再考が必要になったものも多いはずである。

## 2. 「若者文化」論再考

### 2.1. 「若者文化＝都市文化」というとらえ方

さて、ここで本論文が注目したいのは、「若者文化」をイコール「都市文化」とみなすという考え方である。例えば私たちは、次のような思い込みを抱いてはいないだろうか。すなわち、大都市の「若者文化」は常に消費をリードし流行を発信し続けており、それゆえに地方の若者たちは、日々不満を募らせながらいつか上京することを夢見ている…といったように。

もちろん、こうしたとらえ方にはそれなりの理由がある。戦後の日本社会において、「若者文化」は都市から始まったからである。岩間によれば、およそ1950～60年代に団塊世代が上京し始めた頃がそれにあたる（岩間1995）。当時の「若者文化」に関する議論としては、例えば社会学者の見田宗介による「まなざしの地獄」が知られていよう。見田は同論文において、上京した若者たちの都市における存在の不安感と、それを犯罪によってしか埋め合わせようが無

かった死刑囚 N・N の様子を的確に描き出している（見田 1979）。

あるいは都市社会学者の高橋勇悦は、東京を、ある時期まで常に年齢構成において若者のしめる割合が高かったことから「青年都市」と呼び表し、さらに都市の若者たちの特性を「マージナル・マン」という概念を用いて論じている。「マージナル・マン」とは、狭間に位置づけられて存在の不安感を抱えた人々という意味だが、都市の若者たちは、大人と子どもとの狭間だけでなく、出身地方と都市との狭間にも置かれていて、二重の意味での「マージナル・マン」なのだという（高橋 2005）。

やがて高度経済成長期を過ぎて消費社会が到来すると、集団就職のような大規模な移動はなくなるものの、今度は都市が「若者文化」の最先端になる。いわば 1980 年代から 90 年代にかけての渋谷などは、まさにそうした例といえるだろう。このようにして、戦後の日本における「若者文化」は、長きに渡って都市と強い結びつきを持ってきた。

そしてそのことは「若者文化」のとらえ方にも大きな影響を及ぼしてきた。先に紹介した高橋を代表に結成された青少年研究会は、1992 年と 2002 年に大規模な統計調査を実施したが、これらはいずれも大都市部に居住する若者を対象としたものであった（高橋監修 1995、富田・藤村編 1999、浅野編 2006、岩田ほか編 2006 などを参照）。

さらに社会学者の宮台真司や先に紹介した岩間を中心とするグループが、1980 年代末～90 年代にかけて若者たちの消費行動を把握するために実施した統計調査も、大都市部の大学生を対象としていた（宮台ほか 1992、宮台・石原・大塚 1993 などを参照）。このように「若者文化」の実態調査は、特別な目的のない限り、大都市部を対象にしてなされることが多かったように思われる。

## 2.2. 「若者文化＝都市文化」という一元化論への疑問

しかしながら時代がたつにつれ、こうした見方に疑問が提示されるように

なってきたのも事実である。その骨子をまとめるならば、本当に、都市の最先端とされる若者だけを若者として理解してよいのか、あるいはそこから「若者文化」を一元化して理解してよいのかというものである。

例えば社会学者の新井克弥は、先の宮台らの調査を批判して「なんで君らの仲間が若者の全体像になるの？ 地方の、都会の“ボンクラ”な大多数の若者はどうなるの？」（小谷敏編 1993：200）と述べている。また社会学者の伊奈正人は、著書『サブカルチャーの社会学』において、地方都市における「若者文化」の丹念なフィールドワークの成果を紹介したうえで、こうした「サブカルチャー」の存在意義を強く主張している（伊奈 1999）。

また近年では、マーケッターの立場からこれまでのとらえ方に疑問を唱えるものもいる。いわゆる「下流社会」論などで知られる三浦展は、著書『ファスト風土化する日本』において次のように述べている。

「地方が消費をリードしている…（中略）…いまはむしろ地方に住む「中の中」の階層の、ごく平均的な人々が何を買い、何をするかが、都市に住む人々の消費や生活のスタイルを規定するという時代になった」（三浦 2004：146-147）

すなわち三浦は、100円ショップやユニクロといった近年注目される動向がみな地方発であり、そうした事実に基づき、すでに地方も消費社会化が進んでおり、むしろ昨今の消費行動は地方発信になりつつあるのではないかと指摘するのである。

たしかに、かえって地方の実態を一元化してしまっては問題があるかもしれないが、これらの指摘は十二分に検討に値するものだといえるのではないだろうか。では次に、こうした論点を元にして、実際の調査結果に基づきながら、都市と地方の「若者文化」の実態比較を試みよう。そこから「ヨコの文脈化」を広げていこう。

### 3. 比較実態調査の試み

#### 3.1. 調査概要・目的

本論文で結果を検討するのは、2005年11月2日～16日（のち25日まで延長）に、東京都杉並区及び愛媛県松山市に在住する20歳の男女各1,000名（選挙人名簿を元にした層化二段無作為抽出法）を対象として行われた「若者の生活と文化に関する調査」である。調査主体は松山大学人文学部社会調査室（社会調査室長：辻 泉）であり、配布・回収とも郵送法を用い、有効回答数（率）は、東京都杉並区266名（26.6%）、愛媛県松山市249名（24.9%）であった。

調査地域の選定については、大都市圏と地方都市の比較という観点からこの2地域を選定したが、なお東京都内について杉並区（以下、文脈に応じて“東京”と略記することがある）を対象としたのは、平均的な住宅地の集まった地域であるということ、人口規模が松山市と近いということ、「若者文化」を対象とした先行の調査でも対象地になっていることなどによる。愛媛県松山市（同様に以下、“松山”）については、調査主体である松山大学の所在地ということもさることながら、はるか明治期、夏目漱石の『坊っちゃん』の昔から、代表的な地方都市として取りあげられてきたということによる。

また、対象者を20歳の若者に限定したのは、第一に年齢による差をなくすことで、若者の中のタイプごとの対比を明確にさせるためであり、第二に若者として平均的な年齢であるという理由による（現役で進学した大学生なら2年生、高卒で就職した場合には社会人2年目にあたる）。

#### 3.2. 主な質問項目など

質問項目の内容については、大きく2つに分かれている。まずそれぞれの地域の「若者文化」の全体的な特徴を捉えるための、(1)全般的な意識と行動の実態に関する項目があり、加えて、注目すべきテーマとして、(2)文化的な活動の実態に関する項目を設けた。前者に該当するのは、①パーソナリティー・自己



意識、②対人関係（友人数など）、③社会意識（生活全般の満足度、居住地域への愛着など）に関するものであり、後者に該当するのは、①メディア接触や②趣味活動などに関するものである。

なお、質問項目の作成に当たって心がけたことも記しておきたい。この調査では、なるべく関連する過去の調査の質問項目を参照したり、踏襲したりすることを心がけた。これには次のような積極的な目的があるからである。

すなわち、新たな調査プロジェクトが立ち上がった時、つい、質問項目を最初から作り出そうとしがちであるが、調査のテーマがある程度固まってきたなら、まずは関連する調査から質問項目を参照したほうが効率がよいものと思われる。

またこれは、単に効率化のためだけに言っているのではなく、まさしく、先に述べた文脈化した理解を深めるための工夫でもあるのだ。参照した調査が過去に実施されたものなら、項目の文言をそろえて比較することで、果たしてその現象が増加傾向にあるのか減少傾向にあるのかといった「タテの文脈化（歴史的な理解）」が可能になるし、あるいは、異なった地域や対象者に実施されたものなら、地域間や複数の対象者間での同時代的な比較、すなわち「ヨコの文脈化」が可能になるのである。

特に「若者文化」に関しては、個々の現象が新奇にとらえられるため、場当たり的な調査がその都度繰り返されてきたきらいがある。しかしながら、すでにいくつもの調査が積み上げられてきた今日においては、関連しそうな過去の調査をまず探し出すことを優先したほうがよいのではないだろうか（そもそも、あわてて捻り出した質問項目よりも、ある程度定評のある調査の質問項目のほうが、よほど文章もこなれていて使いやすいといことが多い）。

今回の調査について言えば、先に紹介した宮台・岩間グループが1990年に大都市の大学生を対象に行った調査（以下、「90年調査」）の項目を中心に、場合に依じて、青少年研究会が1992年および2002年に大都市の若者を対象に行った調査（以下、「青少年研調査」）の項目などを参照した<sup>1)</sup>

なお、クロス表分析や平均値の比較などにあたっては、その結果について、適宜、統計的検定を行った。またその結果については、図表中にアスタリスクを用いて以下のように記すこととする。すなわち、\*\*\*=0.1%水準で有意 ( $\alpha < .001$ )，\*\*=1%水準で有意 ( $\alpha < .010$ )，\*=5%水準で有意 ( $\alpha < .050$ )，※=10%水準で有意 ( $\alpha < .100$ )，n. s. =有意差なし，である。また、 $\chi^2$ 乗検定については、クロス表のセルの期待値が5以下になるのを防ぐため、適宜、カテゴリーを統合したり無回答を除いたりし、t検定については極端に大きい値を除いたりした。

### 3.3. 回答者の主要属性

各地域の回答者の主要な属性に関する傾向は次の図表1～図表3の通りである。図表1にあるように、性別については、いずれの地域も、女性の割合がやや高い（東京：松山=142名53.4%：148名59.4%）。またほとんどが結婚しておらず、親と同居している若者も多い。

図表1. 主要属性①（性別・結婚・同居）

	東京 (n=266)		松山 (n=249)	
	度数	%	度数	%
F1①. 性別				
1. 男性	123	46.2	100	40.2
2. 女性	142	53.4	148	59.4
9. 無回答	1	0.4	1	0.4
F1②. 結婚	度数	%	度数	%
1. 結婚していない	258	97.0	239	96.0
2. 結婚している	5	1.9	9	3.6
9. 無回答	3	1.1	1	0.4
F1③. 親との同居	度数	%	度数	%
1. 同居している	190	71.4	142	57.0
2. 同居していない	71	26.7	102	41.0
9. 無回答	5	1.9	5	2.0
合計	266	100.0	249	100.0

また図表2にあるように、学歴としては大学生が最も多く、職業については、多くを「生徒・学生」が占めている。

さらに図表3にあるように、暮らし向きはいずれも「中の上」と答える割合が高く、また一ヶ月間の可処分所得については、いずれも「50,000円以内」が答えたものの割合が高かった。

図表2. 主要属性②（学歴・職業）

	東京 (n=266)		松山 (n=249)	
	度数	%	度数	%
F3. 最終学歴				
1. 中学校	6	2.3	4	1.6
2. 高校	21	7.9	59	23.7
3. 専門・各種学校	37	13.9	44	17.7
4. 短大・高専	12	4.5	28	11.2
5. 大学・大学院	183	68.8	113	45.4
6. その他	3	1.1	0	0.0
9. 無回答	4	1.5	1	0.4
F4. 職業	度数	%	度数	%
1. 生徒・学生	233	87.6	182	73.1
2. 常勤の会社員・団体職員	7	2.6	25	10.0
3. 公務員	1	0.4	1	0.4
4. 契約社員・嘱託	0	0.0	5	2.0
5. 派遣社員	0	0.0	3	1.2
6. パート・アルバイト	14	5.3	15	6.0
7. 自営業主・家事手伝い	1	0.4	2	0.8
8. 自由業者	1	0.4	0	0.0
9. 専業主婦（主夫）	0	0.0	3	1.2
10. 無職	3	1.1	6	2.4
11. その他	3	1.1	5	2.0
99. 無回答	3	1.1	2	0.8
合計	266	100.0	249	100.0

図表 3. 主要属性③（暮らし向き・所得）

	東京（n=266）		松山（n=249）	
F10. 実家の暮らし向き	度数	%	度数	%
1. 上	23	8.6	13	5.2
2. 中の上	167	62.8	124	49.8
3. 中の下	61	22.9	97	39.0
4. 下	12	4.5	9	3.6
9. 無回答	3	1.1	6	2.4
F11. 一ヶ月の可処分所得	度数	%	度数	%
1. 10,000円以内	29	10.9	42	16.9
2. 20,000円以内	41	15.4	51	20.5
3. 30,000円以内	63	23.7	43	17.3
4. 50,000円以内	69	25.9	52	20.9
5. 70,000円以内	35	13.2	34	13.7
6. 100,000円以内	18	6.8	8	3.2
7. 100,001円以上	10	3.8	18	7.2
9. 無回答	1	0.4	1	0.4
合計	266	100.0	249	100.0

## 4. 調査結果

次に、調査結果について、(1)全般的な意識と行動の実態に関する項目と、(2)文化的な活動の実態に関する項目に大きく分けながら、特に地域差に注目して検討を進めていくことにしよう。

### 4.1. 全般的な意識と行動の実態に関するもの

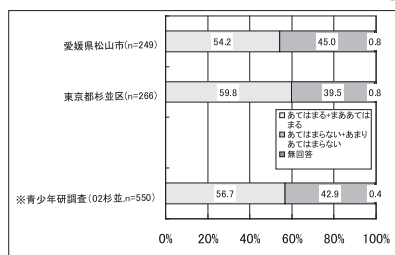
#### 4.1.1. 生活全般の満足度と居住地域への愛着

まず私たちの思い込みと違って、差が見られなかった項目から紹介したい。一つ目は生活満足度である。「現在の生活には満足している」という項目に対して、「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものの割合を合計すると、東京では59.8%、松山では54.2%となり差が見られなかった。またこの結果については、青少年研究会が同じく東京都杉並区で2002年に実施した調査でも

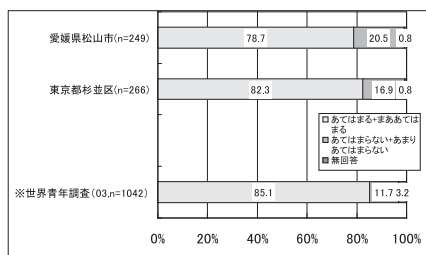
56.7%という結果が得られており、少なくとも近年において若者たちの生活満足度は、6割近くという比較的高い水準で推移し、都市や地方の差が見られないということがわかる（図表4）。

二つ目に、居住地域への愛着にも差が見られなかった。「今、住んでいるまちが好きだ」という項目に対して、「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものの割合を合計すると、東京では82.3%，松山では78.7%と差が見られなかった。これもまた、世界青年意識調査が全国の若者を対象に2003年に実施した際も、85.1%という結果が得られており、若者たちの居住地域への愛着は8割前後のかなり高い水準で推移し、都市と地方の差が見られないことがわかる（図表5）。

図表4. 「現在の生活には満足している」  
n. s



図表5. 「今、住んでいるまちが好きだ」 n. s.



またその他にも、こうした結果と関連してか、「地方よりも東京のにぎやかな暮らしのほうが好きだ」という項目に対して、「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものの割合を合計すると、東京では59.0%に対し、松山では20.5%と、むしろ東京のほうが高くなっていた（0.1%水準で有意）。このような傾向からすると、「地方の若者は現状に不満を覚え上京したがっている…」といった「上京志向」はあまり見られないことがわかる。むしろ、都市の若者も地方の若者も、それぞれの居住地域に愛着を覚え、なおかつ高い生活満足度を持っている。ここからは、いわば「地元志向」のようなものの高まりがうかがえ、これまでに私たちが思い込んでいたのとは、ずいぶんと異なった実態が見られよう。

#### 4.1.2. 対人関係の実態と自己意識

しかしだからといって、都市と地方の「若者文化」がまったく同じになるわけでもないようだ。例えば対人関係の実態について、友人数を親しさの度合い別に見てみると、いずれにおいても、東京のほうが松山を上回っていることが分かる（図表6）。

図表6. 「あなたが知っている人のなかで、以下のそれぞれにあたる人は、何人ずついますか。具体的な人数を記入してください。」（「青少年研調査」から）

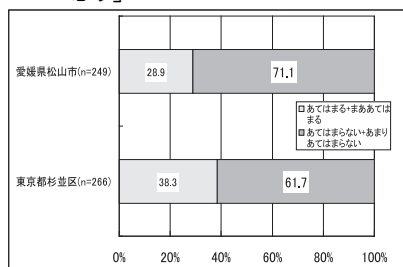
	地 域	n	平均値	標準偏差	最頻値	最小値	最大値
q40.1. 親友の人数※	愛媛県松山市	244	3.5	2.4	2	0	14
	東京都杉並区	264	4.0	3.7	2	0	30
q40.1sa. 同性の親友の人数*	愛媛県松山市	229	3.2	2.1	2	0	11
	東京都杉並区	232	3.8	3.0	2	0	25
q40.1di. 異性の親友の人数**	愛媛県松山市	229	0.4	0.9	0	0	5
	東京都杉並区	232	0.7	1.4	0	0	13
q40.2. 仲のよい友人の人数*	愛媛県松山市	235	14.9	14.2	10	0	151
	東京都杉並区	262	18.5	17.7	10	0	100
q40.3. 知り合い程度の友人の人数***	愛媛県松山市	229	44.8	54.5	20	0	300
	東京都杉並区	252	64.5	68.0	20	0	350

だが、さらに重要なのは、こうした対人関係に培われる考え方や態度に見られるようだ。そしてそこには新たな差異も生じつつあるようだ。

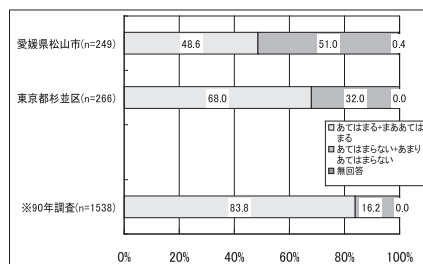
例えば、「「自分のことをもう大人だ」と思う」という項目に対して、「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものの割合を合計すると、東京では38.3%と4割近かったが、松山では28.9%と3割程度で、やや差が開いていた（図表7）。また「一般に自分の感覚に自信がある」という項目に対して、「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものの割合は、東京で68.0%と7割近くに達したのに、松山では48.6%と半数弱に留まっていた（図表8）。

さらにこれと関連してか、「差異化志向（自分らしさを出すことが好き）」については、東京のほうが割合が高く（図表9）、逆に「同調志向（他人と同じことをしていると安心）」については松山のほうが割合が高いという結果が出

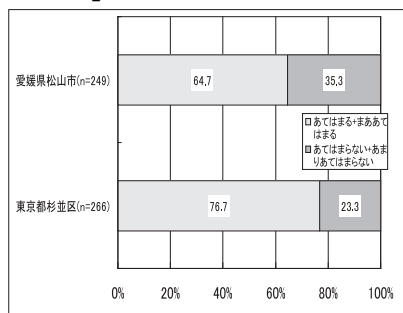
図表7. 「自分のことを「もう大人だ」と思う」\*



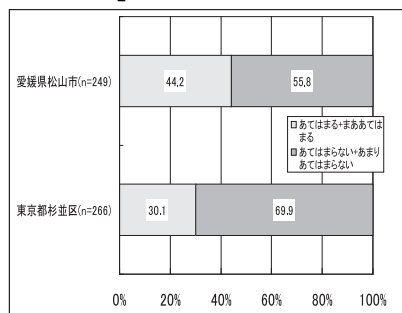
図表8. 「一般に自分の感覚に自信がある」\*\*\*



図表9. 「自分らしさを出すことが好きだ」\*\*



図表10. 「他人と同じことをしていると安心だ」\*\*



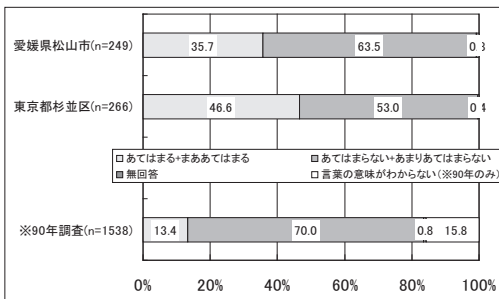
た(図表10)。ここからは、東京の若者のほうがあたかも「自信に溢れた大人派」であり、松山のほうが「遠慮気味な群れたがり派」とでもいうべき傾向がうかがえよう。

たしかに、大都市のほうが人口も多く密度も高い分、接触頻度が増し、結果的に友人数が多くなることは想像に難くない。しかしながら、だからといって東京の若者のほうが、より多くの友人と「和」を保っているというわけでもないようである。むしろ、ここでの結果からするならば、東京のほうが接触頻度の高い分だけ、その中で「他人とは違った自分」というものを意識せざるを得ない環境におかれているのだと考えることができよう。

## 4.2. 文化的な活動の実態について

こうしたものの考え方や態度の違いは、日常の文化的な活動に関する違いにも現れているようだ。いささか極端な例かもしれないが、「自分には「オタク」っぽいところがあると思う」という項目に対して、「あてはまる」「まああてはまる」と答えたものの割合を合計すると、東京では46.6%と5割近かったが、松山では35.7%と4割程度に留まっていた(図表11)。この項目は宮台・岩間グループが「90年調査」で用いたものであり、当時はわずか1割程度しかいなかったことからすると、「オタク」という存在の増加傾向がうかがえると同時に、そこには都市と地方の明確な差が認められよう。やはり都市の若者のほうが、自分の世界観を持ち、その分だけ個別に分散しやすいのかもしれない。

図表 11. 「自分には「オタク」っぽいところがあると思う」\*



### 4.2.1. 趣味活動など

よって地方の若者のほうが、逆に群れ集うタイプの趣味を好む傾向にあるようだ。例えば「あなたの現在の趣味は何ですか」という項目について(図表12)、どちらも1位は「音楽鑑賞・オーディオ」で東京45.9%に対し松山49.4%と差がなかったが、「カラオケ」については、東京8.3%に対して松山20.1%と倍近く割合が異なり、逆に「読書」については、東京24.8%に対して松山12.0%とこれまた倍近く異なっていた(いずれも0.1%水準で有意)。群れ集



図表 12. 「あなたの現在の趣味は何ですか。」(1 番目～3 番目までの合計)

	愛媛県松山市 (n=249)	東京都杉並区 (n=266)
1. 音楽鑑賞・オーディオ	49.4	45.9
2. 楽器演奏	6.0	14.3
3. 映画や演劇	19.3	18.8
4. スポーツ観戦	6.8	9.0
5. 自分でやるスポーツ	16.5	24.1
6. マンガ	20.5	17.3
7. アニメ	3.6	6.8
8. ゲーム	24.5	16.9
9. カラオケ	20.1	8.3
10. ポエム・エッセイ	0.8	1.1
11. ライトノベルの読書	1.2	3.8
12. 小説・文学・哲学の読書	12.0	24.8
13. 囲碁・将棋・チェス・トランプ	0.8	0.0
14. 鉄道関係	0.0	1.5
15. プラモデル・ラジコン・工作	2.0	1.5
16. グッズのコレクション	0.0	0.0
17. 麻雀・パチンコ・パチスロ	6.8	2.3
18. 競輪・競馬・オートレース	0.8	1.5
19. 釣り	3.2	0.0
20. ガーデニング	0.8	0.0
21. 料理作り	7.6	4.1
22. 食べ歩き	4.0	5.6
23. ウィンドーショッピング	14.9	13.9
24. ファッション	21.3	21.1
25. 写真撮影	1.2	1.9
26. ドライブ・ツーリング	15.7	4.9
27. 国内旅行	4.4	3.0
28. 海外旅行	0.0	1.9
29. アイドルやタレントのおっかけ	0.8	1.9
30. インターネット	18.5	24.8
31. その他	8.8	12.4

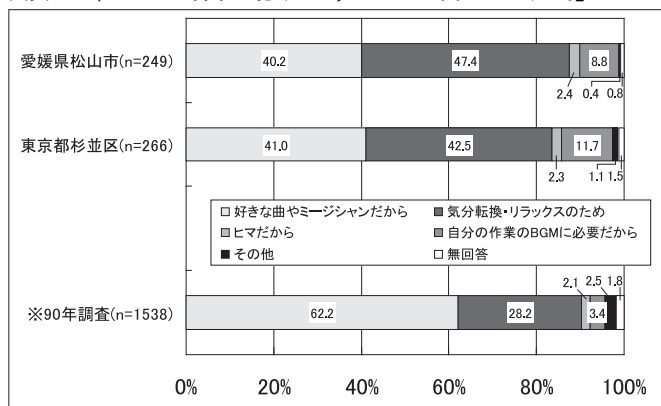
うタイプの趣味が松山で好まれ、逆に一人で楽しむタイプの趣味が東京で好まれていることがわかる。

さらにそれと関連してか、好きなアーティストでも違いが見られた。東京では、1位「Mr. children」、2位「aiko」3位「BUMP OF CHICKEN」と続き、比較的分散していて、まとまった傾向が見られなかったが、松山では1位「ORANGE RANGE」、2位「倅田來未」、3位「ケツメイシ」「浜崎あゆみ」と続き、とりわけ1位と2位は過去3年間の日本ゴールドディスク大賞の受賞アーティストであり、まさしくヒットチャートをそのままなぞったような結果となった（図表13）。しかしながら、音楽それ自体を聴く理由については目立った差が見られなかった（図表14）。

図表13. 「あなたが好きな音楽家（歌手，グループ，バンド，演奏家，作曲家，プロデューサー等）をご記入ください。」

愛媛県松山市 (n=249)				東京都杉並区 (n=266)	
1位	ORANGE RANGE	6.4	1位	Mr. children	6.0
2位	倅田來未	5.6	2位	aiko	3.4
3位	ケツメイシ	4.8	3位	BUMP OF CHICKEN	3.0
3位	浜崎あゆみ	4.8	4位	ゆず	2.6
5位	Mr. children	4.0	5位	ケツメイシ	2.3
6位	B'z	3.2	5位	スピッツ	2.3
7位	ゆず	2.4	7位	B'z	1.9
8位	KAT-TUN	2.0	7位	サザン・オールスターズ	1.9
8位	大塚愛	2.0	9位	JUDY AND MARY	1.5
10位	aiko	1.6	9位	ORANGE RANGE	1.5
10位	BUMP OF CHICKEN	1.6	9位	レミオロメン	1.5
10位	EXILE	1.6	9位	安室奈美恵	1.5

図表 14. 「あなたが音楽を聴くのは、どんな理由からですか。」 n. s.



#### 4.2.2. メディア利用について

次に、メディアの利用実態について見てみよう。図表 15 は、主なメディア（テレビ、テレビゲーム、固定電話、携帯電話、インターネット）の利用実態について、それぞれの利用時間を比較したものである（携帯電話だけ、メールやメモリーの登録件数についても比較した）。

全体を通して、目立った差が見られないという点がまず特徴的であるが、その中で、東京のほうが多いものとしては、携帯電話の利用時間やメモリーの登録件数が挙げられる。これは友人数の多さなどに関連したものと考えられよう。また逆に、テレビの利用時間は松山のほうが多くなっているのが分かる。

携帯電話というメディアが、きわめて個人的に利用されやすいものであり、一方でテレビが、ほかの若者の視聴を前提に楽しむようなメディアであるとするならば、先に指摘した、群れ集うタイプの文化的活動が松山で好まれ、逆に一人で楽しむタイプのものが東京で好まれているという傾向が、ここからもうかがえるのではないだろうか。なお、そのほかのメディア利用の実態として、購読雑誌についても尋ねたが、この点については、特に目立った差は見られなかった（図表 16）。

図表 15.「あなたはこの一ヶ月の間に、次にあげるメディアを使っていましたか。使っていた方は、一日平均でどれくらい使っていましたか。具体的な数字をご記入ください。」

	地 域	n	平均値	標準偏差	最頻値	最小値	最大値
q34.1sum. テレビの合計利用時間（分）*	愛媛県松山市	238	190.5	136.0	120	0	720
	東京都杉並区	259	153.1	117.6	120	0	720
q34.2sum. テレビゲームの合計利用時間（分）n. s.	愛媛県松山市	180	45.2	86.7	0	0	600
	東京都杉並区	202	33.7	72.5	0	0	480
q34.3sum. 固定電話の合計利用時間（分）n. s.	愛媛県松山市	176	6.6	27.8	0	0	240
	東京都杉並区	213	6.9	19.3	0	0	150
q34.4sum. 携帯電話の合計利用時間（分）※	愛媛県松山市	241	42.3	86.5	10	0	720
	東京都杉並区	261	30.2	48.4	10	0	400
q34sq1.2. 携帯メールの送受信数 n. s.	愛媛県松山市	242	23.6	28.1	10	0	200
	東京都杉並区	262	21.1	23.7	10	0	200
q34.sq2.1.2. 携帯メモリーの登録件数***	愛媛県松山市	237	106.7	71.0	100	0	350
	東京都杉並区	260	140.8	94.1	100	0	600
q34.sq2.2.2. 携帯メモリーのグループ分け数 n. s.	愛媛県松山市	232	6.3	4.8	0	0	20
	東京都杉並区	254	6.6	4.8	0	0	27
q35sum. インターネットの合計利用時間（分）n. s.	愛媛県松山市	232	83.5	104.7	60	0	720
	東京都杉並区	258	84.7	92.7	60	0	720

図表 16. 「あなたが現在読んでいる雑誌を、ご記入ください」

愛媛県松山市 (n=249)			東京都杉並区 (n=266)		
1 位	週刊少年ジャンプ	12.9	1 位	週刊少年ジャンプ	11.7
2 位	non・no	11.6	2 位	non・no	7.9
3 位	Can Cam	3.6	3 位	mina	4.9
3 位	mina	3.6	4 位	Can Cam	4.5
3 位	週刊少年マガジン	3.6	5 位	週刊少年マガジン	2.6
6 位	ViVi	3.2	6 位	PS	2.3
7 位	JJ	2.0	7 位	MEN'S NON・NO	1.5
7 位	MEN'S NON・NO	2.0	7 位	Number	1.5
7 位	タウン情報まつやま	2.0	7 位	R25	1.5
			7 位	SEDA	1.5
			7 位	Soup	1.5

## 5. まとめ・今後の課題

### 5.1. まとめ

ここまでの調査結果をまとめると、大きく分けて、東京と松山の間で差の見られなかった項目と差が目立った項目があったといえるだろう。

前者に該当するのは、生活全般の満足度や居住地域への愛着である。これらに差が見られなかったことから、いわゆる「上京志向」が終焉に向かっている可能性や、もしくは「地元志向」のようなものの高まりがうかがえた。

後者に該当したのは、例えば、対人関係に関する意識でいえば、東京のほうに差異化志向、さらに松山のほうが同調志向が強かったということである。この点は、日常の文化的活動とも関連していた。たとえば東京では、一人で楽しむような趣味の割合が高かったり、あるいはいわゆる「オタク」の割合が高かった。一方、松山のほうが、カラオケのような仲間とともに楽しむタイプの趣味の割合が高くなっていたり、あるいは好きなアーティストでも、誰もが知っているようないわゆる「売れ筋」のアーティストが上位を占めていたりした。

具体的にいえば、好きなアーティストとして挙げられていたのは、松山では1位がORANGE RANGEであり、2位が倅田來未であったが、前者は調査が行われた2005年に、後者もその翌年から2年連続して、「日本ゴールドディスク大賞」を受賞していた。つまり、全国的な「売れ筋」どおりのランキングの結果となっていたのは、むしろ松山のほうであった。

この点を、先に紹介した三浦展の『ファスト風土化する日本』における議論をふりかえりながら、当てはめてみよう。

三浦は「地方が消費をリードしている」と述べた上で、今日ではそうした地方の消費傾向が「都市に住む人の消費や生活のスタイルを規定するという時代になった」（三浦2004：146-7）とまで述べていた。たしかに、ここでの調査結果からしても、同調志向の強さもあり、あるまとまった消費行動、文化的活動は、むしろ地方の「若者文化」において目立つものであったといえ、その点

では「地方が消費をリードしている」という指摘は妥当といえるかもしれない。

しかしながら、それが「都市に住む人の消費や生活のスタイルを規定」しているとまではいえないのではないだろうか。それは、先の好きなアーティストのランキングにおいて、必ずしも、東京の結果が松山と同じになっていないことからもうかがえよう。むしろ都市の「若者文化」は、先にも指摘した通り、差異化志向の強さもあって、かなり細分化が進んでいて、それこそ一元的に「規定」されにくくなっているのではないだろうか。

この点から、さらに一言踏み込むならば、何がしかの流行現象のようなものが見られた場合に、今日では、その拠点を探す発想の転換が必要なのかもしれない。いわば、かつてのように、都市から一方的に発信されてくるのでも、また逆転して地方から一方的に発信されてくるのでもないような、新しい状況が芽生えつつあるのかもしれない。

## 5.2. 今後の課題

今回の調査結果を振り返ってみると、一見すると、「若者文化」の、あるいはその大きな流行の中心が、あたかも東京ではなくて地方に移ったかのように思わせる点があったのも事実であった。しかしながら、よくよく見直してみると、それは必ずしも妥当ではなかった。いずれにせよ今回の調査結果は、私たちに「若者文化」に対する思い込みをとらえなおしていかなくてはならないことを示していたといえるのではないだろうか。

この点を繰り返せば、先にも触れたように、三浦展が言うような、地方が都市を規定し始めたというような議論はさすがに言い過ぎであろう。いわば、それはまた新たな一元的なとらえ方になってしまいかねないのである。確かに、都市と地方で差がなくなりつつある面が見られたのは事実である。しかしその一方で、依然として差のある項目も多く見られていた。いわば都市の若者は「差異化志向」の文化を、地方の若者は「同調志向」の文化をそれぞれに花開かせていた。これらはそれこそ一元的に、どちらがいいとか悪いとかいうものでも

なく、むしろ今見られるこうした違いが、今後どう変化していくのか、「ヨコの文脈化」とともに「タテの文脈化」を続けていくことが重要なのだろう。

そのためにも、私たちは多元化する「若者文化」に対する場当たりの一元的な思い込みを改めていかななくてはならない。そしてそのためにも、さらに「ヨコの文脈化」を継続しながら、「タテの文脈化」を豊かで実りあるものへとつなげていくことが必要だといえる。

### 注

1) 主に「90年調査」からは、(1)全般的な意識と行動の実態に関するものの中でも、①パーソナリティ・自己意識と③社会意識に関する項目を、さらに(2)文化的な活動の実態に関するもののうち、②趣味活動などに関する項目を参照した。同様に「青少年研調査」からは、(1)全般的な意識と行動の実態に関するもののうち、特に②対人関係(友人数など)に関する項目と、(2)文化的な活動の実態に関するものの中の、①メディア接触に関する項目を参照した。ただし、ワーディングに関しては多少改めたところがある。特に「90年調査」の場合、質問ごとに選択肢が異なっていたが、紙幅の都合上、今回の調査では「あてはまる～あてはまらない」の4つの選択肢で統一し、比較に当たっては、「肯定的／否定的」なカテゴリーを統合した上で行うこととした。

### 参 考 文 献

- 浅野智彦編, 2006, 『検証・若者の変貌』勁草書房。
- クロード・S・フィッシャー著, 松本康・前田雅子訳, 1984=1996『都市的体験—都市生活の社会心理学』未来社。
- 伊奈正人, 1999, 『サブカルチャーの社会学』世界思想社。
- 井上俊, 1977, 『遊びの社会学』世界思想社。
- 井上俊編, 1998, 『新版 現代文化を学ぶ人のために』世界思想社。
- 岩間夏樹, 1995, 『戦後若者文化の光芒—団塊・新人類・団塊ジュニアの軌跡』日本経済新聞社。
- 岩田考ほか編, 2006, 『若者たちのコミュニケーションサバイバル』恒星社厚生閣。
- 北田暁大, 2002, 『広告都市・東京』廣済堂出版。
- 北村三子, 1998, 『青年と近代—青年と青年をめぐる言説の系譜学』世織書房。
- 木村直恵, 1998, 『〈青年〉の誕生—明治日本における政治的実践の転換』新曜社。
- 小谷敏編, 1993, 『若者論を読む』世界思想社。
- クルト・レヴィン著, 猪股佐登留訳, 1951=1956『社会科学における場の理論』誠信書房。

- 見田宗介, 1979, 「まなごしの地獄」『現代社会の社会意識』弘文堂.
- 宮台真司ほか, 1992, 『高度技術社会における若者の対人関係の変容』(平成3年度科学研究費補助金:重点領域研究『高度技術社会のパースペクティブ』研究成果報告書)
- 宮台真司, 1994, 『制服少女たちの選択』講談社.
- 宮台真司・石原英樹・大塚明子, 1993, 『サブカルチャー神話解体』パルコ出版.
- 三浦展, 2004, 『ファスト風土化する日本』洋泉社.
- 森川嘉一郎, 2003, 『趣都の誕生ー萌える都市アキハバラ』幻冬舎.
- 難波功士, 2007, 『族の系譜学』青弓社.
- 内閣府政策統括官, 2004, 『世界の青年との比較からみた日本の青年ー第7回世界青年意識調査報告書』.
- 柴野昌山, 1990, 『現代の青少年ー自立とネットワークの技法』学文社.
- 総合研究開発機構編, 1983a, 『若者の都市ー大都市に生きる若者の意識と行動』学陽書房.
- 総合研究開発機構, 1983b, 『地方都市青年層のライフスタイルと文化行動』総合研究開発機構.
- 高橋勇悦, 1974, 『都市化の社会心理』川島書店.
- 高橋勇悦監修, 川崎賢一ほか編, 1995, 『都市青年の意識と行動』恒星社厚生閣.
- 高橋勇悦, 2005, 『東京人の横顔』恒星社厚生閣.
- 富田英典・藤村正之編, 1999, 『みんなほっちの世界』恒星社厚生閣.
- 辻泉, 2004, 「ポピュラー文化の危機ージャニーズ・ファンは“遊べているのか”」宮台真司・鈴木弘輝編著『21世紀の現実ー社会学の挑戦』ミネルヴァ書房.
- 山田真茂留, 2000, 「若者文化の析出と融解」宮島喬編『講座社会学7 文化』東京大学出版会.
- ロバート・E・パーク著, 町村敬志・好井裕明訳, 1986, 『実験室としての都市ーパーク社会学論文選』御茶の水書房.

(本研究は、平成20年度松山大学特別研究助成による研究成果の一部である。)