

特集 社会的ジレンマの計量社会学

社会学研究 第八〇号 東北社会学研究会 二〇〇六年 一二月

環境配慮型製品を選択するのはどのような人か

——情報保有とネットワークの効果——

村瀬 洋一

製品購入の際、環境にやさしいという選択基準が、どのような要因によって規定されているかを解明することを目的として計量分析を行った。三つの市における調査データを用いて、洗剤という日用品と、洗濯機という頻繁に買うことはない製品の二つについて、選択基準に関する問を分析した。環境にやさしいという基準を重視するかどうかを被説明変数として、ロジスティック回帰分析をした結果、収入や学歴、権威主義的態度の他、環境問題に関する情報保有や、関係的资源保有、新製品への態度などが関連を持つことが分かった。この結果から、人々は、社会について十分な情報を持っていれば、協力行動をとる傾向がある、という重要な原則を指摘できる。これを「情報保有と協力行動の法則」とする。逆に言えば、社会状況に関する情報がない場合、人々は利己的行動をとるのである。また、各種の社会的資源の中でも、有力者との人間関係を保有することが、製品購入の規定要因として重要なことが解明された。これを「関係的资源保有と協力行動の法則」とする。日本社会の特徴として、急激な産業化と都市化のため、人間関係を多く持つ古くからの住民、いわゆる旧住民と、持たない新住民の間の違いが、大きいと解釈できる。

「キーワード」商品選択基準 関係的资源 情報保有量

一 問題の所在

1 研究目的

環境問題の解決には様々な方策が必要だが、環境配慮型製品（エコプロダクツ）の開発と販売も重要である。すべての製品（商品）が、環境負荷が小さいものとなれば、現在の環境問題はかなりの程度、改善されるだろう。近年、経営学や消費行動研究でも環境という要素が注目され、商品開発や消費において、企業も個人も重視するようになってきた。環境に配慮した商品に表示されるエコマーク（日本環境協会による制度）や、自動車の星マークステッカー（低排出ガス車認定制度）、自動車燃費性能表示制度のステッカー、家電リサイクルや自動車リサイクルなどの制度も（運営組織が役人の天下り先になっている側面はあるが）既に日本に導入されている。その他にも、ハイブリッド自動車や無リン洗剤、家電や各種のリサイクル商品等、環境にやさしいことを重視した商品開発も盛んに行われるようになってきた。しかし、どのような個人が、環境にやさしい製品を選択するのだろうか。選択基準を規定する要因については必ずしも解明されていない。おおむね、環境にやさしい製品は、値段がやや高い、機能が劣るなど、個人にとっては不利益もあることが多い。それにも関わらず、環境にやさしい製品をあえて購入するのは、どのような人々だろうか。本研究の目的は「環境にやさしい」という選択基準が、どのような要因によって規定されているかを、調査データの分析によって解明することである。具体的には、洗剤という日用品と、洗濯機という頻繁に買うことはない製品の二つについて、選択基準に関する問を分析する。

2 先行研究の問題点

現代の先進諸国における環境問題の一つの背景として、大量生産と大量消費という社会構造がある。物を大量に消費す

れば、大規模な工場での生産や、各種の資源の大量消費が必須となり、様々な環境問題や、使い捨て商品によるごみ問題、環境汚染が必ず起こると言って良い。かといって生産規模を落とせば、経済規模が低下し、経済効率の低下や、不況や失業増、生活苦につながってしまう。今さら原始的な農村社会に逆戻りすることは難しい。消費社会学は、主として消費による喜び（効用）増加や、高級ブランド購入（記号消費）へのあこがれなどについての研究が、このところは盛んだったが、近年は、環境に配慮した消費者（グリーン・コンシューマー）についても、研究関心が高まっている。間々田（二〇〇〇）は、グリーンコンシューマーズの課題として、その理念と、理念を実現するための戦略が、まだ確立されていないことを指摘している（二四五頁）。実際のところ、完全に環境に負荷をかけない消費スタイルは、実現が難しいだろう。しかし近年は、多くの企業が環境にやさしいイメージを重視していることも事実である。スターバックスコーヒーのような世界規模のチェーン企業も、さまざまな社会貢献や環境への配慮を宣伝し、先進的な企業イメージを高めるようにしている。また筑紫（二〇〇六）は、スローライフや、ロハス（Lifestyles of Health and Sustainability: 健康で持続可能性のある生活スタイル）、ケニアのワンガリ・マタイ女史によるMottainai運動などを紹介している。しかし、これらが社会の多数派の生活スタイルとなるための、具体的な方策は、現状ではとくにないのである。

自由主義経済システムや市場原理を軽視すれば、経済効率が落ち好景気を維持できないため、多数の消費者には支持されないという事実も存在する。つまり、環境配慮行動に対して、自由主義経済という視点からの批判も大きいし、保守的政権への支持も強い。何もかもを環境に結びつけるのはおかししいし、経済成長や好景気を維持することも大切だという意見が存在するのだ。日本も米国も、現在は保守政党が与党であり、経済成長を環境よりも優先する傾向がある。環境保護への反発、つまり、自由主義経済を否定することへの反発もある。「環境ファシスト」という言葉も存在する（間々田二〇〇〇などを参照）。米国人はリサイクルにあまり積極的ではないし、相変わらずの自動車大国で、公共交通機関や鉄

道は盛んではない。ただ、『ニューズウィーク日本版』二〇〇六年八月二日号によれば、最近の原油価格高騰や、二〇〇五年のハリケーンカトリナの影響のためか、米国でも環境への関心は高まっている。ウォルマートのような利益第一の企業も、オーガニックコットンを使った商品を販売するなどの努力を始めているし、ハリウッドスター達が、高級車でなくハイブリッドカーでアカデミー賞受賞会場に現れたことが話題にもなっている。トウモロコシから抽出したエタノールなどバイオ燃料の生産も増えている。そして、「環境志向の製品は、「ロハス」を支持する新しい裕福な消費者層にも歓迎されている」(五五頁)。先進的だが不自然で奇妙なデザインの環境対応住宅を作るようなやり方でなく、豊かな消費スタイルを好む裕福な階層も味方につけなければ、環境問題への対応は成功しそうにないということである。これは、グリーンコンシューマリズムを実現するための一つの戦略だろう。しかし、ハイブリッド車の二〇〇五年の販売台数は二〇万台だが、大型で燃費の悪いSUV(スポーツ・ユーティリティ・ビークル)は「その二三倍売れている」(五六頁)。つまり四百万台以上である。日米とも、年間一千万台を超える四輪車を生産しており、ハイブリッドカーはそのごく一部にすぎない。「急成長中の中国やインドが公害大国になろうとしている今、地球環境の壊滅的な破壊は避けられそうもない」(五〇頁)という指摘もある。米国では環境問題以前に、貧困問題や犯罪問題など深刻な社会問題が多く、環境への関心が高まりにくいという事実もある。

寄本(二〇〇三)は、古紙、容器包装、生ごみ、自動車、家電、パソコン、衣料品などのリサイクルについて簡潔に解説している。寄本(二〇〇三、一五〇―一五四頁)によれば、グリーン・コンシューマード度(環境に配慮した製品選択)についてみると、ドイツの消費者が日本の消費者よりも実行度が高い。この理由として寄本は、家庭教育、責任感、ごみ収集の有料制とそれによる負担感の高さをあげている。ただ、これらはどれも、多変量解析にもとづいて関連を説明した結果ではなく、寄本の推測である。ドイツの消費者の方が生活に余裕があり、財の蓄積も多いという社会背景も考えられ

る。日本人の方が、生活に余裕がなく、安い製品を選びたいという志向がより強いため、環境に悪いが安い製品を選ぶという理由もありうるだろう。

3 社会階層構造と環境配慮型製品

現実の社会には貧しい人も豊かな人もいるし、収入が高く生活に余裕がある人の方が、値段の高い環境配慮製品や有機食品などを買う余裕があることは、論理的には予測できる。ただ、貧富の差や生活の余裕の違いなど社会階層や社会構造は、これまでの研究では、実はあまり考慮されていない。例えば広瀬（一九九四）による、環境配慮行動の規定因のモデルは、この分野でのモデルとしてよく引用されているが、心理的な側面のみを見たモデルであり、社会構造や貧富の差などについてはまったく触れていない。実際のところ、このようなモデルは、現実の社会における人々の環境配慮行動や各種の協力的行動を説明するために十分とは言えない。社会的ジレンマ研究は、環境問題に限らず、様々な協力的行動（利他的行動、愛他的行動、向社会的行動）の発生、つまり社会秩序の発生と維持に関する研究である。ただこの研究は、個人行動の集積と、その結果として起こる問題に、とくに着目したものである。これらのごとく以外にはあまり考慮しないし、手法としては社会心理学的か、実験室内のもの、あるいは、ごく限られた事例の記述が多いという問題がある。例えば杉浦（二〇〇三）は、環境配慮製品に関する大学生を対象とした実験結果について述べている。しかし学生対象の研究で、年齢や学歴に多様性はないし、やはり格差や階層、社会構造という視点ははない。ただ広瀬（一九九五）は、粉せっけん使用の規定因について重回帰分析を行い、居住年数、粉石けんの長所や短所の評価、汚染への責任感などが、使用と正の関連を持つことを明らかにしている。しかし年齢や居住年数だけでなく、学歴や収入、その他の生活の余裕や、各種の社会的資源と、行動との関連については、どの分野の研究者であれ、基礎的な分析として行うことは可能はずである。

Turner, Pearce and Bateman (1994)、植田 (一九九六)、Field (1997)、Hanley, Shogren and White (1997)、Kolstad (2000)、日引・有村 (二〇〇二) など、環境経済学に関する各種文献も、企業の取り組みに関するいくつかの記述や、持続可能な発展 (sustainable development) に関する考察はある。しかし消費者行動や製品選択基準について調査データを分析したものはない。環境経営学に関する文献も、グリーン・コンシューマーに関する記述が少しあるが行動に関する分析は少ない。長沢・蔡 (二〇〇三) は、いくつかの商品に関して意識や行動の分析をしているが、データは大学生や主婦など限られた対象のものである。ただ、所 (二〇〇五、三七頁) は環境省の調査を紹介した上で、「環境意識の高まりが必ずしも実際の購買行動に結びついていない」ことを指摘している。そしてその理由として、「環境配慮型製品の場合、現状ではどうしても価格や品質の点でそれ以外の製品に比べて劣る」ことと、「環境にやさしい」という環境ラベルをつけた製品は多数あり、このラベルが、どこまで信用できるか消費者には分からない、という二点を挙げている。一九八九年以来、ごみ問題調査を行ってきた生活環境研究会のこれまでの分析にも、エコマークや環境配慮型製品についての間が一九九三年調査にあるものの、分析は多くはない。環境省は、『平成一八年版 環境白書』で「環境配慮型製品の普及等」(二四〇―二四一頁) という項目を設け、環境ラベリングやライフサイクルアセスメント等について簡略な記述を行っている。だが個人の消費行動に関する記述は、これまであまりない。ただし平成一五年版で、『環境にやさしいライフスタイル実態調査』をもとに、環境情報の情報源の数と、実施している環境保全行動の数についてクロス集計を行い (三四頁)、情報源が多いほど行動が多いという結果を図にしているのが注目に値する。

4 分析枠組みと仮説

社会的資源が不平等に分配されている構造を、社会階層構造という。情報や収入だけでなく、人々は各種の社会的資源

を保有する。社会的資源とは、人々の欲求の対象となり、かつ十分にはないものである。富永（一九七九、一九八六、二七一頁）は、社会的資源を、物的資源、関係的资源、文化的資源の3つに分類している。関係的资源とは、本論の定義としては、有力者との人脈や権力などとする。ただ、環境にやさしい製品と社会的資源保有の関連は、必ずしも明確にはなっていない。本論では、以下で仮説を立て計量分析を行う。

仮説1 高収入で生活に余裕がある人ほど、「環境にやさしい」という基準を製品選択において考慮する

仮説2 収入とは無関係に、教育を受け意識が高い人ほど、環境配慮行動が多い。環境への配慮には、生活水準の高さだけでなく、人々の関心の高さや、社会的な問題への協力意思が、より重要と考えられるからである。

仮説3 時間に余裕がある人ほど、環境配慮行動が多い。本調査では、仕事時間という質問項目を設けているので、時間と環境配慮の関連も検討する。

仮説4 人間関係を多く保有し、近所づきあいに熱心な、積極的な人ほど、環境配慮行動が多い。これは、一つの解釈としては、古くからその土地に住む、いわゆる旧住民の方が役所の方針に従うという意味である。この原因として、お上意識（権威主義的服従）と、行政への信頼と、二つの解釈が考えられる。役所内部の公務員も旧住民が多いため、旧住民同士で仲間意識を持っていることもありうる。仲間意識が強ければ、信頼感が高く、協力しようという意思は発生しやすいだろう。だがそれだけでなく、旧住民は伝統的な価値観が強く、権威に従うべきという価値のために、行政の方針に従うかもしれない。そのような上下関係を重視する価値観とは別に、行政への信頼感の効果も考えられる。ただその一方、新住民の方が、いわゆる「意識が高い人々」であり、環境問題に対して積極的にとり組む傾向があるとも考えられる。この解釈だと人間関係の効果ではなく、結局のところ、意識の高さや学歴の問題と言える。

Coleman (1988, 1990) や Putnam and Nanetti (1993) 以降、盛んになった社会関係資本 (social capital) の議論は、

曖昧で多義的だが、人間関係と信頼という、二つの要素を含んでいることは確かである。本論では、なるべくシンプルな関係的資源の変数として、後述の人間関係を保有しているかどうかについての問を分析に用いる。この他に、転居経験という変数も、新住民の指標として用いる。

仮説5 消費文化へのなじみ（物質主義志向や物欲）がある人は、消費による効用や個人的便利さを優先し、環境配慮行動が少ない。インゲルハートの脱物質主義の研究以降、このことについても様々な議論があるが、環境配慮製品の選択や購買行動との関連は、あまり実証研究がない。

仮説6 情報を持つ人ほど、協力行動が可能であり、環境を配慮する。これは本研究における主要仮説である。人々は、周囲の状況について十分に情報を持ち、何が協力行動として有効なのか知っているならば、社会への協力意思をより持つようになるだろう。逆に情報が十分でない場合、利己的行動をとらざるを得ない。何が利他的行動になるのか分からないからである。これは認知能力（情報処理能力）の問題ではなく、情報保有量の問題である。しかしこれまで、実験室実験による協力行動研究や、ゲーム理論的な社会的ジレンマ研究は、情報保有量に関する検討は、ほとんどなかった。具体的な変数について詳しくは、以下の分析の項で説明する。

二 データ

われわれが二〇〇五年に水俣、仙台、名古屋で行ったGOMI二〇〇五調査データを使用。調査について詳しくは本特集冒頭の解説を参照。本論の分析では、製品選択基準の複数回答（問一九AまたはB）において、○をつけた個数が0の人は無回答として除いた。また性別無回答もデータから削除し、結果として一七〇三人（水俣男九一、水俣女五二〇、仙

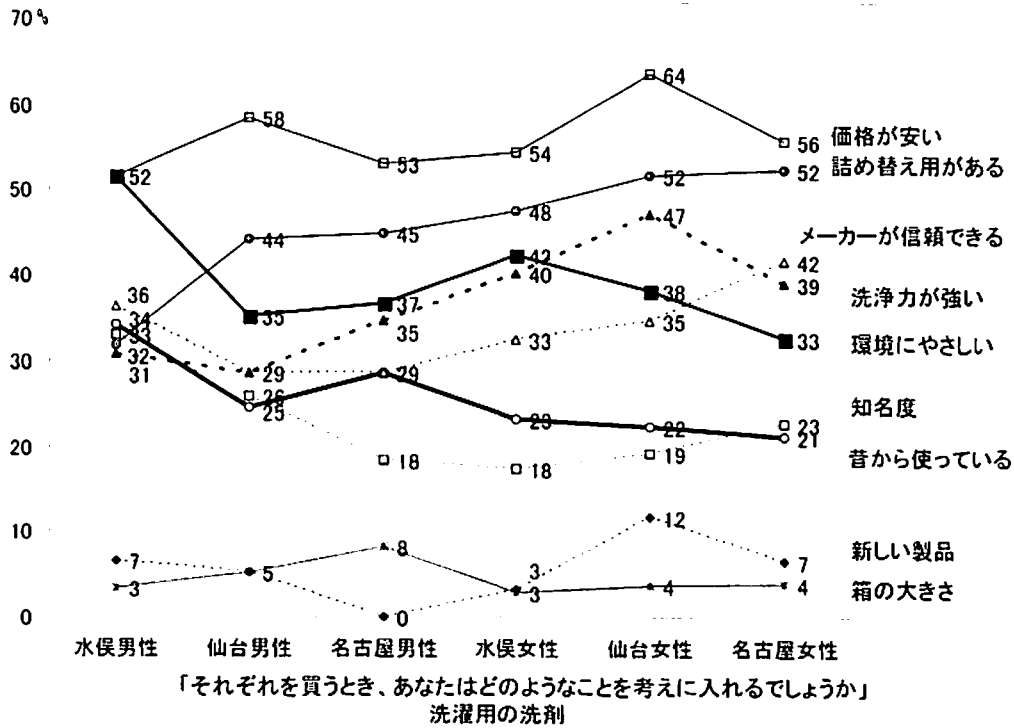


図 1

台男七七、仙台女五四四、名古屋男四九、名古屋女四二二)を分析に用いた。回帰分析においては、説明変数に無回答があるものはさらに除かれているので、より人数が少ない。

三 分析結果

1 製品選択の基準 地域別

洗濯用の洗剤について、どの基準を考慮するかを地域別に%を出した結果が図1である。どの地域でも、価格が安いことがもつとも考慮されている。また、詰め替え用があることも、多くの地域で五割前後の人が考慮すると答えている。ただ多くの粉の洗剤は、詰め替え用は販売されていないので、これは液体洗剤などを想定した回答かもしれない。環境にやさしいという基準は、水俣男性の五割以上、水俣女性の四割以上が、考慮すると答えている。水俣では環境への関心が強いことの反映かもしれない。女性の場合、水俣、仙台、名古屋の順で%が低くなっていく。名古屋でなぜ、環境を考慮する人が少ないのかは、今後分析すべき課題と言える。大都市では、環境への関心が低いのか、あるいは環境以外

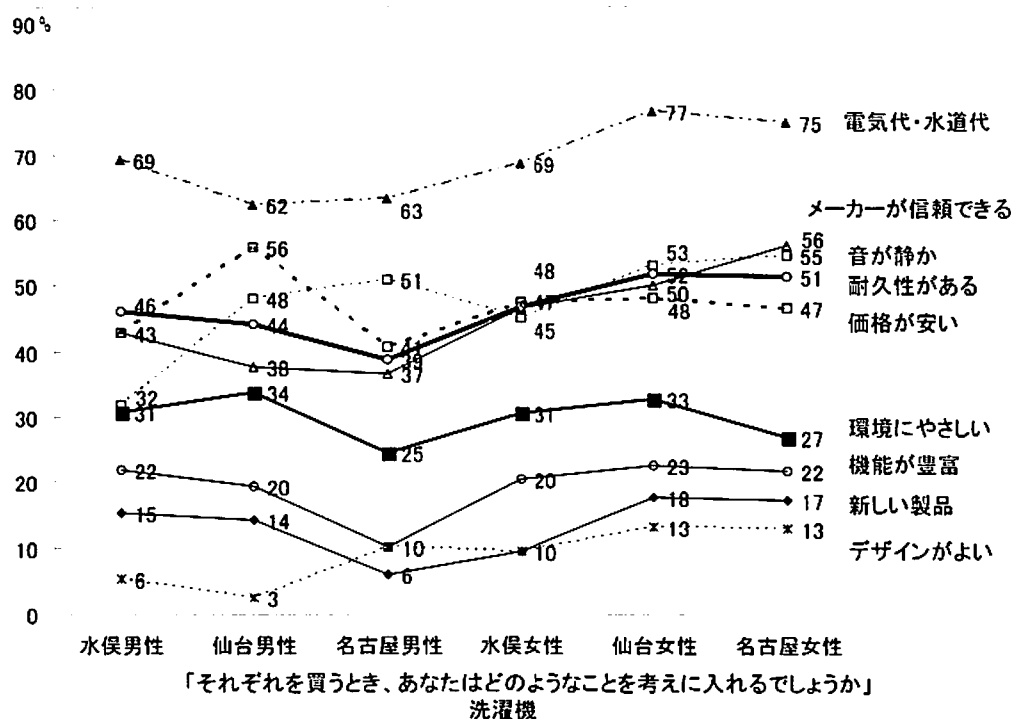


図 2

の様々な問題があるため、人々が他のことを考慮するのかもしれない。メーカーが信頼できることは、この逆の順である。洗浄力は、三〇四割の地域で考慮されているが、仙台の女性だけは、五割近くが重視している。昔から使っているもの、知名度、という基準の考慮は、二割程度である。新しい製品や箱の大きさは、考慮が少ない。新製品を出しても、もはや目新しいことはないし、あまり消費者の関心を引かないのかもしれない。

洗濯機購入のさいの基準が図2である。電気代や水道代が、もっとも考慮するという回答が多く、とくに仙台と名古屋の女性は七五％前後が考慮している。メーカーの信頼、音が静か、耐久性、価格が安いは、五割前後が考慮である。環境にやさしいという基準は、三割前後が考慮しているが、他の基準と比べてとくに多いとは言えない。機能、デザイン、新しい製品という基準は、あまり考慮されていない。

2 製品選択の基準と収入

収入が多く、生活に余裕がある人ほど、「環境にやさしい」という基準を重視することが予想される。そこで、この基準と、回

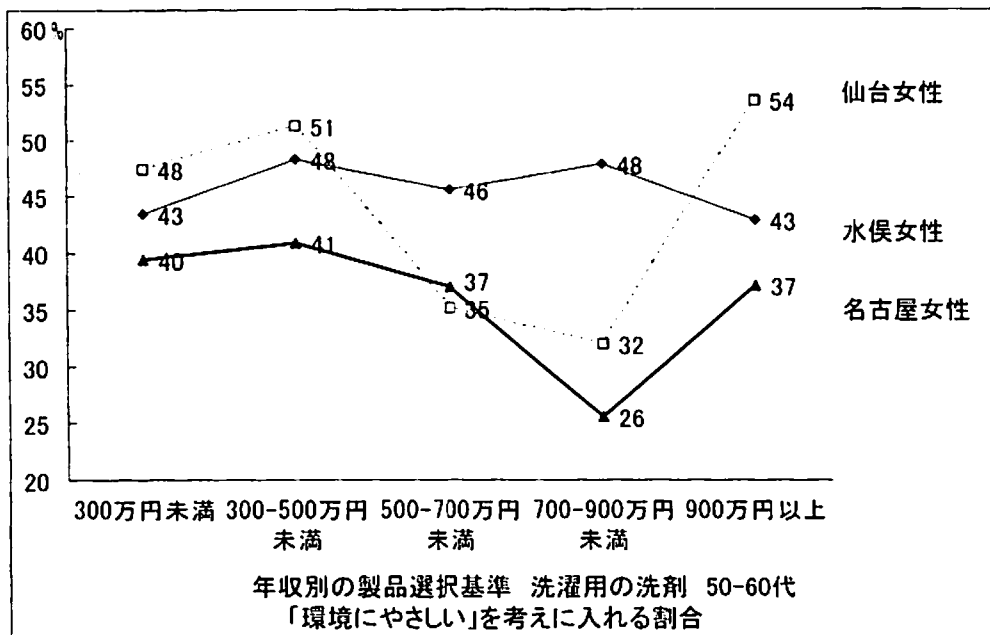


図3

答者の世帯年収の関連について分析した。ただし男性は人数が少ないため女性にしぼり、年齢の効果を除くため、年齢は五〇歳〜六九歳までにしぼった。四〇歳代までは子育てや住宅ローンなどの費用がかかり、年収が多くても生活に余裕がない世帯も多く、単純に年収の効果を見ることは難しいからである。年収は単純化のために五カテゴリーとした。洗剤に関する結果が図3である。どの地域でも、高収入ほど「環境にやさしい」という基準を考慮する人が増えるような、単調増加の関連は見られない。仙台では、年収九〇〇万円以上の人は、他よりも環境を配慮する割合が多いが、年収五〇〇万円未満と比べれば数%の違いであり、統計的に有意な差があるとは言えない。収入と製品選択基準には、このように表面的な二変数の関連を見る限り、とくに関連がないと言って良い。図4の洗濯機でも同様である。ただどちらの図も、七〇〇万円以上九〇〇万円未満の部分など、割合の低い部分が存在することは、注目に値する。年齢はしぼっているが、年収はある程度あっても、何らかの理由で生活に余裕がない世帯が存在し、環境を考慮しないのかもしれない。

3 製品選択基準に関するロジスティック回帰分析

「環境にやさしい」という製品選択基準の規定要因を解明するため、

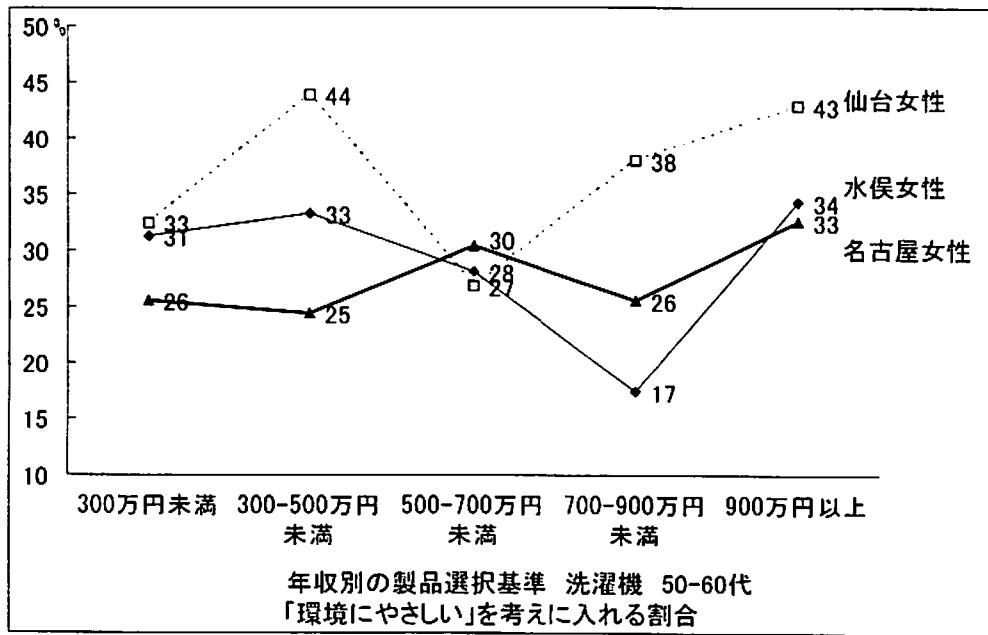


図 4

ロジスティック回帰分析を行う⁽⁵⁾。被説明変数は、この基準を考慮に入れるを1、入れないを0としたとしたダミー変数である。説明変数として、年齢、教育年数、年収、持ち家ダミー変数、単身者ダミー変数、自営業ダミー変数(一・〇型の変数)という基本属性項目の他、仮説にもとづき、仕事時間、情報保有(ごみ問題に関するニュースへの接触)、関係的資源保有(問二九の、議員と管理職公務員とのつきあい保有の合計得点)、権威主義的態度、また、消費文化へのなじみの指標として、新製品考慮(洗剤と洗濯機の両方について、新製品かどうかを考慮するならば一として、二つの合計得点)を用いた。新住民と旧住民に関する一つの指標として、地域移動経験ダミー変数(問三七をもとに、生まれてからずっと現在の市内に住んでいる場合は〇、そうでなければ一とした変数)を用いた。家事担当者対象の調査のため、データに男性は少ないので、回帰分析では女性のみを分析対象とした。以下で、まず洗濯用洗剤に関する三地域の結果を提示する。

表1の水俣女性の結果を見ると、年齢が正の、収入が負の有意な係数があり、高年齢ほど、また低収入ほど「環境にやさしい」という選択基準を考慮することが分かる。また、情報保有、関係的資源、新製品の考慮も、有意な規定力を持つ。ただ新製品考慮は、仮説と逆に正の規定力

表1 洗剤の選択基準 環境にやさしいもの 水俣女性

	B	標準誤差	Wald	有意確率	Exp (B)
年齢	0.027*	0.012	5.250	0.022	1.027
教育年数	0.069	0.074	0.871	0.351	1.071
世帯年収	-0.001*	0.000	4.647	0.031	0.999
持家タミー	-0.017	0.319	0.003	0.958	0.983
単身者タミー	-0.409	0.476	0.738	0.390	0.664
自営業タミー	0.300	0.360	0.698	0.403	1.350
仕事時間	0.001	0.001	1.256	0.262	1.001
情報保有	0.495**	0.100	24.659	0.000	1.640
関係的資源	0.187*	0.092	4.175	0.041	1.206
権威主義態度	-0.094	0.091	1.069	0.301	0.910
新製品考慮	0.655*	0.299	4.804	0.028	1.925
地域移動経験	0.419	0.241	3.014	0.083	1.520
定数	-6.729	1.508	19.901	0.000	0.001
- 2 対数尤度	Cox & Snell R ²		Nagelkerke R ²		N
450.493	0.153		0.206		375

** 1%水準で有意 * 5%水準で有意

表2 洗剤の選択基準 環境にやさしいもの 仙台女性

	B	標準誤差	Wald	有意確率	Exp (B)
年齢	0.039**	0.010	14.949	0.000	1.039
教育年数	0.184**	0.065	7.937	0.005	1.202
世帯年収	0.000	0.000	0.160	0.69	1.000
持家タミー	-0.250	0.295	0.718	0.397	0.779
単身者タミー	0.702	0.441	2.536	0.111	2.019
自営業タミー	0.448	0.416	1.160	0.281	1.564
仕事時間	0.000	0.000	0.033	0.856	1.000
情報保有	0.287**	0.089	10.328	0.001	1.332
関係的資源	0.159	0.100	2.536	0.111	1.172
権威主義態度	-0.007	0.085	0.007	0.932	0.993
新製品考慮	-0.048	0.196	0.059	0.807	0.953
地域移動経験	-0.087	0.225	0.151	0.698	0.917
定数	-6.914	1.295	28.484	0.000	0.001
- 2 対数尤度	Cox & Snell R ²		Nagelkerke R ²		N
542.453	0.116		0.156		443

** 1%水準で有意 * 5%水準で有意

表3 洗剤の選択基準 環境にやさしいもの 名古屋女性

	B	標準誤差	Wald	有意確率	Exp (B)
年齢	0.006	0.011	0.328	0.567	1.006
教育年数	-0.015	0.081	0.036	0.850	0.985
世帯年収	0.000	0.000	0.005	0.944	1.000
持家ダミー	-0.230	0.277	0.685	0.408	0.795
単身者ダミー	0.059	0.541	0.012	0.913	1.061
自営業ダミー	0.269	0.375	0.515	0.473	1.309
仕事時間	-0.001	0.001	1.580	0.209	0.999
情報保有	0.245*	0.103	5.656	0.017	1.277
関係的資源	0.295*	0.127	5.380	0.020	1.343
権威主義態度	-0.201*	0.098	4.245	0.039	0.818
新製品考慮	0.190	0.252	0.569	0.451	1.209
地域移動経験	0.069	0.246	0.078	0.779	1.071
定数	-2.282	1.495	2.330	0.127	0.102
-2対数尤度	Cox & Snell R ²		Nagelkerke R ²		N
412.735	0.066		0.091		341

** 1%水準で有意

* 5%水準で有意

があり、これを考慮する人ほど環境にやさしいことを考慮する。表2の仙台女性では、年齢、学歴と、情報保有が有意な規定力を持つ。情報保有は三地域とも有意な規定力を持っている。情報をもつ人ほど環境にやさしいという基準を考慮しているといえる。表3の名古屋女性では、情報保有と関係的資源が正の効果を持つ。また、権威主義態度が負の効果を持つ。つまり、権威主義的な人ほど、環境にやさしいことを考慮しないという結果になっている。年齢や学歴、収入など基本属性は、名古屋において有意な規定力を持たない。名古屋では、情報保有や関係的資源などにより、選択基準の多くのことを説明できるようだ。Nagelkerke R²は0.1前後だが、社会調査データに関する分析結果としては、問題ない値と言って良いだろう。

地域によって規定要因は異なるが、すべての地域において、情報保有は有意な規定力を持っている。購買行動の規定因として、他の変数の効果を除いても、情報保有は統計的に意味のある関連があり重要なようだ。また、仙台以外の地域では、関係的資源も有意な規定力があり、人間関係を持っている人ほど「環境にやさしい」という選択基準を重視している。これには、い

表4 洗濯機の実験基準 環境にやさしいもの 水俣女性

	B	標準誤差	Wald	有意確率	Exp (B)
年齢	-0.010	0.012	0.725	0.394	0.990
教育年数	0.101	0.076	1.757	0.185	1.106
世帯年収	-0.001	0.000	2.464	0.116	0.999
持家タミー	0.156	0.317	0.241	0.624	1.169
単身者タミー	0.061	0.484	0.016	0.899	1.063
自営業タミー	0.111	0.365	0.092	0.761	1.117
仕事時間	0.000	0.001	0.067	0.796	1.000
情報保有	0.372**	0.101	13.627	0.000	1.450
関係的資源	0.103	0.091	1.292	0.256	1.109
権威主義態度	-0.075	0.094	0.642	0.423	0.928
新製品考慮	0.592*	0.286	4.271	0.039	1.807
地域移動経験	-0.275	0.244	1.266	0.260	0.760
定数	-4.248	1.492	8.108	0.004	0.014
- 2 対数尤度	Cox & Snell R ²		Nagelkerke R ²		N
440.246	0.069		0.097		375

** 1%水準で有意 * 5%水準で有意

表5 洗濯機の実験基準 環境にやさしいもの 仙台女性

	B	標準誤差	Wald	有意確率	Exp (B)
年齢	0.007	0.010	0.603	0.438	1.008
教育年数	0.099	0.066	2.241	0.134	1.104
世帯年収	0.000	0.000	0.001	0.975	1.000
持家タミー	0.148	0.297	0.247	0.619	1.159
単身者タミー	0.171	0.447	0.147	0.701	1.187
自営業タミー	-0.051	0.429	0.014	0.906	0.951
仕事時間	0.000	0.000	0.304	0.581	1.000
情報保有	0.296**	0.089	11.009	0.001	1.345
関係的資源	0.051	0.099	0.263	0.608	1.052
権威主義態度	-0.003	0.084	0.001	0.971	0.997
新製品考慮	0.421*	0.189	4.969	0.026	1.523
地域移動経験	-0.194	0.224	0.749	0.387	0.823
定数	-4.832	1.260	14.716	0.000	0.008
- 2 対数尤度	Cox & Snell R ²		Nagelkerke R ²		N
541.888	0.058		0.081		443

** 1%水準で有意 * 5%水準で有意

表6 洗濯機の選択基準 環境にやさしいもの 名古屋女性

	B	標準誤差	Wald	有意確率	Exp (B)
年齢	-0.010	0.012	0.782	0.377	0.990
教育年数	0.059	0.085	0.477	0.490	1.061
世帯年収	0.000	0.000	0.120	0.729	1.000
持家タミー	0.180	0.294	0.376	0.540	1.197
単身者タミー	0.725	0.537	1.821	0.177	2.064
自営業タミー	0.003	0.397	0.000	0.993	1.003
仕事時間	0.000	0.001	0.318	0.573	1.000
情報保有	0.266*	0.107	6.186	0.013	1.305
関係的資源	0.094	0.130	0.519	0.471	1.098
権威主義態度	0.001	0.103	0.000	0.991	1.001
新製品考慮	0.429	0.249	2.962	0.085	1.536
地域移動経験	0.252	0.258	0.955	0.329	1.287
定数	-3.847	1.591	5.846	0.016	0.021
- 2 対数尤度	Cox & Snell R ²		Nagelkerke R ²		N
385.596	0.046		0.066		341

** 1%水準で有意

* 5%水準で有意

くつかの解釈がありうるだろう。関係的資源の保有が多く、政治的には上層で上着の人が、生活に余裕があり、環境を考慮する生活の余裕があるということとも考えられる。あるいは日頃からつき合いが多いような、活発な人間が、環境にも興味を持つということかもしれない。

洗濯機に関する結果が表4以降である。すべての地域において、情報保有が正の有意な規定力を持つ。また、名古屋以外の地域では、新製品考慮も有意な規定力を持っている。ただ、他の要因は有意な関連はない。情報保有仮説が、全地域で適切なようだ。

仕事時間は、すべての表において有意にならなかった。本調査は、家事担当者が回答者となる世帯対象の調査であり、専業主婦が多く仕事時間が長くはないし、関連が出にくかったのかもしれない。

四 結論

購買行動において、洗剤も洗濯機も、多くの地域で三割程度

の人が「環境にやさしい」という基準を考慮している。水俣では四割以上が、洗剤の購入において考慮すると答えているのが目立つが、他の基準に比べて、それほど強く考慮されているわけではない。世帯年収は、選択基準と表面的な関連はなく、ロジスティック回帰分析の結果でも、表1において有意な関連があるのみだった。単純に年収が多いほど、環境配慮が多いとは言えないようだ。ただ、収入でなく資産の効果を見るなど、さらなる分析の余地はある。

どのような人が環境を考慮して製品を購入するかについて、ロジスティック回帰分析を行った結果によると、仙台女性の場合、収入は関連がないが、高学歴な人ほど考慮するという結果が出ている。つまり、単純に経済的に余裕がある人が、環境を考慮した購買行動をするのではなく、学歴が高い、つまり知識を持ち意識が高い人が、環境を考慮していると言える。しかし水俣の女性は、収入が有意な関連があり、学歴はない。また名古屋女性では両方とも関連がないという結果になっており、地域によって、環境考慮という基準の原因となっている要因は異なるようだ。ただ、少なくともある地域においては、学歴が関連があるのだから、環境への意識の高さか、あるいは知的水準か、認知能力も、環境配慮と関連していると考えてよいだろう。ただ、それとは別な要因として、その土地に長く住む土着の人かどうか、という要因も重要かもしれない。今後の課題としては、これらを明確に分けて分析することが必要である。少なくとも日本社会の分析においては、関係的資源が重要だということは主張できる。

洗剤の「環境にやさしい」を考慮することの規定因としては、年齢の効果も見られた。これには、いくつかの解釈がありうる。多くの場合、年をとるにつれ社会化が進む。社会化、すなわち社会のルールを受容している程度の効果なのか、それとは別に、何らかの価値観の変化を表しているのか、いくつかの解釈がありうる。あるいは、社会的役割の変化や、ライフステージの変化による行動の変化などの可能性もあるだろう。

新製品考慮は、今回は消費文化へのなじみ（物質主義志向や物欲）の指標として用いたのだが、表1から6の中のいく

つかでは、有意な規定力を持った。ただ係数は正であり、仮説とは逆に、消費文化になじんでいる人ほど、環境配慮という要因も考慮するという結果となった。おそらく、新製品への興味が強く、現代の消費生活に敏感な人は、環境にやさしいという製品の新たな側面にも、強い関心を持つという効果が、表れているのではないだろうか。

今回の回帰分析では、すべての地域において、ごみ問題に関する情報保有が、製品選択の基準に対し有意な影響を及ぼしていた。つまり情報という資源を保有するほど、環境にやさしいという基準を考慮して、製品を購入しているのである。協力的行動や社会秩序は、社会学の主要な課題（秩序問題）だが、これまでその発生要因は、大規模な調査データによって、十分に解明されてきたわけではない。社会心理学的な研究は多かったが、社会的資源保有に関する考慮は少ないという問題もあった。人々は、収入や学歴だけでなく、情報や人間関係など、さまざまな社会的資源を保有する。様々な資源の不平等分配の構造を社会階層構造といい、多く持つ人と持たざる人は行動が違うことは当然、予想される。しかし、これまで実験心理学的な協力的行動研究や、社会的ジレンマ研究では、社会的資源や社会階層、格差の問題などを、十分に考慮してはいない。今回の結果から、人々は、社会について十分な情報を持っていれば、協力的行動をとることができる、という重要な原則を指摘できる。これを「情報保有と協力的行動の法則」と呼ぼう。逆に言えば、社会に関して情報がない場合、人々は利己的行動をとるのである。これは、日本の都会や、アメリカにおいて、環境配慮が少ないことの、一つの説明としても使うことができるだろう。社会が巨大で人口密度が薄い場合は、口コミで社会状況が把握できるような、日本の田舎のような狭い範囲の社会ではない。そのような社会では、社会状況に関する情報が少なく、人々は利己的行動をとるしかなくなる、と解釈できるのではないか。

本研究の結論として、とくに関係的資源保有の持つ効果に注目したい。多変量解析の結果、関係的資源は多くの場合に有意な関連があった。これを「関係的資源保有と協力的行動の法則」とする。おそらく急激な産業化と都市化のため、新住

民と旧住民の違いが大きく、人間関係を保有するかどうかによって行動も異なるのである。関係的資源を多く持つ人ほど、社会的な意思決定の近くに位置するため、社会への協力に肯定的な態度を持つという効果があると解釈できるのではないだろうか。あるいは、このような資源を多く持つということは、何らかの生活の余裕を表しているのかもしれない。

筆者の考えでは、社会学は、秩序問題（協力行動に関する研究）と、社会構造研究の、大きく二分野からなる。実験心理学的な社会的ジレンマ研究は、これまで前者の分野では、ある程度の成果をあげている。しかし社会調査データの計量分析など、大規模社会の研究において、ジレンマ研究やゲーム理論的な説明は、あまり成果を挙げていない。他者行動が、自分の行動に影響を与えないような大規模社会では、ゲーム理論が有効でないということが、一つの理由であろう。取引に参加する人数が限定されている、経済学での取引のゲームや、政治学での議会内の駆け引きに関する分析では、ゲーム理論や合理的選択理論が成果をあげているが、社会学では研究成果が少ない主な理由は、この点にある。もう一つの理由として、持てる者と持たざる者の違い、つまり格差の構造（社会階層構造）を考慮していなかったことが挙げられる。本研究の分析により、環境への配慮と、情報や社会的資源の保有量に、いくつかの有意な関連が見られたということは、今後の研究の発展を考える上でも、大きな意味があると言えるだろう。

注

(1) トヨタのハイブリッド車プリウスが注目された背景については塚本（二〇〇六）に詳しい。

(2) 詳しくは生活環境研究会編（一九九四）参照。

(3) 投資や再生産を重視した場合、資源でなく資本という言葉を使うが、どちらも同じ意味である。財や価値という言葉が用いられることがあるが、内容にとくに違いはない。社会的資源の分類や、社会階層について詳しくは村瀬（二〇〇一、二〇〇六）を参照。関

係的資源の実証分析については、村瀬（一九九八、一九九九）も参照。なお関係的資源の定義は先行研究により多様である。

(4) 脱物質主義について、ここでは詳述しないが、Inglehart (1977, 1990) や Inglehart and Flanagan (1987) などを参照。

(5) ロジスティック回帰分析の使用例については村瀬（一九九九）を参照。

(6) 例えば、大規模な社会においては、近所の人がリサイクル行動を変えようが変えまいが、自分の行動に影響が及ぶことはない。このことは、これまでに筆者が何度か、調査準備中の我々の研究会で指摘していたことである。ただ、人口密度が高く移動が少なく、近所の監視が厳しいような、閉鎖的で圧力の強い社会、いわゆる村社会のようなところでは、近所の人々の行動を気にせずにはいられないようなことも、現実にはあるだろう。また選挙などでは、周囲の人々がみな特定候補に投票するような場合、暗黙の圧力を感じることもあるかもしれない。

引用文献

Coleman, James S. 1988. "Social capital in the creation of human capital." *American Journal of Sociology* 94:95-120.

——— 1990. *Foundations of Social Theory*. Harvard University Press. (久慈利武監訳 二〇〇六『社会理論の基礎』青木書店。)

筑紫哲也 二〇〇六 『スローライフ』岩波書店。

Field, Barry C. 1994. *Environmental economics: an introduction (4th ed=2006)*. McGraw-Hill. (秋田次郎他訳 二〇〇二『環境経済学入門』日本評論社。)

Hanley, Nick, Jason F. Shogren and Ben White. 1997. *Environmental economics: in theory and practice*. Oxford University Press. (政策

科学研究所環境経済学研究会訳 二〇〇五『環境経済学——理論と実践』勁草書房。)

日引聡・有村俊秀 二〇〇二 『入門環境経済学——環境問題解決へのアプローチ』中央公論新社。

- 広瀬幸雄 一九九四 「環境配慮行動の規定因について」『社会心理学研究』一〇、四四―五五頁。
- 一九九五 『環境と消費の社会心理学——共益と私益のジレンマ』名古屋大学出版会。
- Inglehart, Ronald. 1977. *The Silent Revolution*. Princeton University Press. (三宅一郎・金丸輝男・富沢克訳 一九七八『静かなる革命——政治意識と行動様式の変化』東洋経済新報社。)
- Inglehart, Ronald. 1990. *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton University Press. (村山皓・富沢克・武重雅文訳 一九九二『カルチャーシフトと政治変動』東洋経済新報社。)
- Inglehart, Ronald & Scott C Flanagan. 1987. "Value change in industrial societies." *American Political Science Review* 81:1289-1319.
- Kolstad, Charles D. 2000. *Environmental economics*. Oxford University Press. (細江守紀他訳 二〇〇一『環境経済学入門』有斐閣。)
- 間々田孝夫 二〇〇〇 『消費社会論』有斐閣。
- 村瀬洋一 一九九八 「関係的資源保有の格差と規定因——有力者との人間関係を指標とした政治的影響力の階層構造」片瀬一男編『政治意識の現在(一九九五年SSM調査シリーズ七)』一九九五年SSM調査研究会、一三一―一五〇頁。
- 一九九九 「有力者とのネットワーク保有の規定因——関係的資源を指標とした政治的影響力の社会階層構造」『社会学評論』五〇、二二―四〇頁。
- 二〇〇一 「有力者とのネットワーク保有の地域比較」『応用社会学研究』立教大学社会学部、四三、一七―二七頁。
- 二〇〇六 「階級・階層をめぐる社会学」宇都宮京子編『よくわかる社会学』ミネルヴァ書房。
- 長沢伸也・蔡壁如 二〇〇三 『環境対応商品の市場性——「商品企画七つ道具」の活用』晃洋書房。
- Putnam, Robert D., Robert Leonardi and Raffaella Y. Nanetti. 1993. *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press. (河田潤一訳 二〇〇一『哲学する民主主義——伝統と改革の市民的構造』NTT出版。)

Putnam, Robert D. 2000. *Bowling alone: the collapse and revival of American community*. Simon & Schuster. (柴内康文訳 二〇〇六『孤
 独なボウリング——米国コミュニティの崩壊と再生』柏書房。)

生活環境研究会編 一九九四 『生活と環境に関する仙台市民意識調査報告書』仙台市環境局。

杉浦淳吉 二〇〇三 『環境配慮の社会心理学』ナカニシヤ出版。

所伸之 二〇〇五 『進化する環境経営』税務経理協会。

富永健一 一九七九 『日本の階層構造』東京大学出版会。

—— 一九八六 『社会学原理』岩波書店。

塚本潔 二〇〇六 『ハリウッドスターはなぜプリウスに乗るのか——知られざるトヨタの世界戦略』朝日新聞社。

Turner, R. Kerry, David Pearce and Ian Bateman. 1994. *Environmental economics: an elementary introduction*. Harvester Wheatsheaf (大

沼あゆみ訳 二〇〇一 『環境経済学入門』東洋経済新報社。)

植田和弘 一九九六 『環境経済学』岩波書店。

寄本勝美 二〇〇三 『リサイクル社会への道』岩波書店。

(むらせ よういち・立教大学社会学部助教授)