

鎌倉市におけるオーバーツーリズムと コミュニティ内反応の差異 —住民の外国人観光者受容と観光振興への支持から オーバーツーリズムを考える—

横浜市立大学都市社会文化研究科博士前期課程

文 迦

(研究目的)

数年ほど前から各地のオーバーツーリズムの問題がマスメディアでも多く取り上げられるようになった。鎌倉市におけるオーバーツーリズムもその典型例である。

オーバーツーリズムの最も一般的な定義は「観光地が耐えられる以上の観光者が押し寄せる状態（過剰な混雑）のこと」である（半井 2019）。日本のオーバーツーリズム研究では、個々の報告がその多くを占め、一方、英語圏の研究は、日本とは異なり、理論モデルの提示が多いことが特徴である。Doxey（1976）はイラダチ度モデル、すなわちIrridex Modelを提示した。その後、Dogan（1989）やAp and Crompton（1993）によってもIrridex Modelと同様に、段階に応じた住民の反応の変化をモデルとして提示した。

日本におけるオーバーツーリズムの研究が用語の定義と事例研究に終始し、理論を踏まえた研究が不十分といえる。それゆえに対策についての学術的な根拠も貧しい状況となっている。そこで、本研究では、日本においてこれらのモデルを考慮し、一地域内における住民の観光に対する反応を分類し、考察することとした。

(研究方法)

本研究では2021年8月27日から8月30日の期間に、鎌倉市の住民（株式会社クロス・マーケティングのモニター）を対象にWebアンケートを実施した。サンプルサイズは300である。なお、本研究では被験者の居住地区を外国人・日本人観光エリア、外国人観光エリア、非観光エリアの3つのエリアにわけた。質問項目は主に先行研究でも調査されてきた「外国人観光者へのイメージ」「環境容量」「イラダチ」「文化の差異」、「観光業の重要性」「属性」についてとした（表1）。

(結 果)

鎌倉市の住民はオーバーツーリズムの状態を認識しており、観光者のマナーに対する不満も多い状態であった。しかし、イラダチの程度は高くなく、比較的中立的な立場を持っているといえる（表2）。これは住民が外国人観光者の行動を文化の違いによるものだと捉えているためだといえる。つまり、観光者のマナーに不満を持ちながらも、仕方がないことだと考えているのである。なお、観光者数が大幅に減少している今日では、住民は現在の日本人観光者数に満足しており、外国人観光者の増加については中立的な立場をとっている。一方、住民は現在の観光政策を改革する必要があると認識している。

表1 アンケート調査における質問項目

調査項目	ねらい	質問内容
外国人観光客イメージ	外国人観光客の全体的なイメージを知る	Q5 鎌倉を訪れていた外国人観光客として最もイメージするのは「どの国籍・地域」 Q10 「マナーが良い」と感じる外国人観光客はどの国籍・地域 Q11 「マナーが悪い」と感じる外国人観光客はどの国籍・地域
環境容量	オーバーツーリズムの状況を知る	Q6 (1) コロナ禍前の鎌倉の外国人観光客数 (2) コロナ禍前の鎌倉の日本人観光客数 (3) 現在(コロナ禍) 鎌倉の外国人観光客数 (4) 現在(コロナ禍) 鎌倉の日本人観光客数
イラダチ	住民のイラダチの程度を知る	Q7 (1) コロナ禍前の外国人観光客の鎌倉での移動・流動 (2) コロナ禍前の外国人観光客のマナー (3) コロナ禍前の外国人観光客数増加によってもたらされた交通状況(道路・鉄道等) (4) コロナ禍前の外国人観光客数増加によってもたらされた文化財保護 (5) コロナウイルスの拡大が収束してもたらさせる外国人観光客数の再増加 Q9 (1) 「外国人観光客数の増加」と「鎌倉の知名度上昇」 (2) 「外国人観光客数の増加」と「鎌倉における犯罪率の上昇」 (3) 「外国人観光客数の増加」と「鎌倉におけるレジャー施設の増加」 (4) 「外国人観光客数の増加」と「鎌倉における騒音問題の増加」
文化の差異	住民と外国人観光客の文化の差異を把握する	Q8 (3) 外国人観光客より日本人観光客が好ましい。 (4) 外国人観光客と日本人観光客の移動・流動は異なる。 (5) 外国人観光客と日本人観光客のマナーは異なる。 (6) 外国人観光客と日本人の平均世帯収入は異なる。 (7) 外国人観光客と自らの文化の差異は大きい。 (8) 外国人観光客と日本人の遊びの仕方は異なる。
観光業の重要性	鎌倉市において観光業の重要性を探る	Q8 (1) もし観光業の発展がなければ、鎌倉市は本来の姿になっている。 (2) 鎌倉市の開発は地元住民より観光客を重視している。 (9) 観光業は鎌倉市において重要である。 (10) 観光業は鎌倉市の持続的な発展にとって重要である。 (11) 鎌倉市の観光政策には大きな変革が必要である。
異性	本人・家族の基本属性を知るとともに分析の軸として活用する	Q2 住所 Q4 勤め先の住所 Q12 性別 Q13 年齢 Q14 学歴 Q15 職業 Q16 観光業の職業、Q17 主たる収入源 Q18 仕事で外国人観光客と触れ合う Q19 ビジネスの変革の必要性 Q20 自身以外、家庭内に観光業の職業の人 Q21 年収 Q22 コロナによって、年収の変化

表2 住民の認識

項目	平均値
コロナ禍前の鎌倉の外国人観光客数	4.08
コロナ禍前の鎌倉の日本人観光客数	4.26
現在(コロナ禍) 鎌倉の外国人観光客数	1.9
現在(コロナ禍) 鎌倉の日本人観光客数	3.01
コロナ禍前の外国人観光客の鎌倉での移動・流動	2.78
コロナ禍前の外国人観光客のマナー	2.67
交通状況	2.45
文化財	2.85
外国人観光客数の再増加	2.9
もし観光業の発展がなければ、鎌倉市は本来の姿になっている	3.02
鎌倉市の開発は地元住民より観光客を重視している	3.26
外国人観光客より日本人観光客が好ましい	3.1
外国人観光客と日本人観光客の移動・流動は異なる	3.25
「外国人観光客数の増加」と「鎌倉の知名度上昇」	3.48
「外国人観光客数の増加」と「鎌倉における犯罪率の上昇」	2.9833
「外国人観光客数の増加」と「鎌倉におけるレジャー施設の増加」	3.18
「外国人観光客数の増加」と「鎌倉における騒音問題の増加」	2.7433
外国人観光客と日本人観光客のマナーは異なる	3.51
外国人観光客と日本人の平均世帯収入は異なる	3.46
外国人観光客と自らの文化の差異は大きい	3.63
外国人観光客と日本人の遊びの仕方は異なる	3.55
観光業は鎌倉市において重要である	3.82
観光業は鎌倉市の持続的な発展にとって重要である	3.69
鎌倉市の観光政策には大きな変革が必要である	3.57

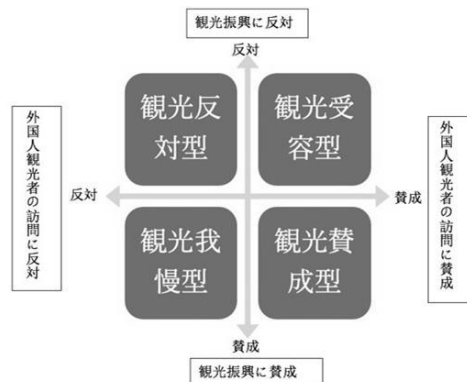


図1 鎌倉市の住民の観光への反応モデル

アンケート調査の結果から、住民の「年齢」「鎌倉での仕事の有無」「勤め先の地域」といった属性が観光に対する各認識と有意な関係があることが明らかとなった。若年層の住民は「文化財の保護への効果」「外国人旅行者数の再増加」「レジャー施設の増加」に対し楽観的な一方、中高年層は否定的であった。また、市内で勤務している住民は「文化財の保護への効果」と「外国人旅行者数の再増加」についてより否定的であった。特に、市内でも非観光エリアで勤務する住民が最も否定的であった。一方で、外国人観光エリアで勤務する住民はこれらに対し肯定的であった。

(成果・考察) 等

本研究では「イラダチ」に関する各項目の数値を用いて、k-means法によるクラスタ分析を行った。そして、【観光受容型】【観光反対型】【観光賛成型】【観光我慢型】の4つタイプに住民を分類した。【観光受容型】は多くの項目に中立的であるが、「知名度上昇」や「レジャー施設の増加」については最も否定的な評価を下している。外国人旅行者自体に特別な不満を感じてはいないが、鎌倉の観光発展には懐疑的なタイプであるといえる。

【観光反対型】は、「外国人観光者の鎌倉での移動・流動」、「外国人観光者のマナー」「交通状況」「文化財保護」「外国人観光者数の再増加」「騒音問題」の6つの項目に対し否定的な評価をしている。外国人観光者の来訪と、彼等がもたらす弊害に強い不満を感じるタイプであるといえる。【観光賛成型】は「外国人観光者の鎌倉での移動・流動」「外国人観光者のマナー」「交通状況」「文化財保護」「外国人観光者数の再増加」「知名度上昇」の6つの項目に対し肯定的な評価をしている。観光産業のさらなる発展を期待している最も肯定的なタイプであるといえる。【観光我慢型】は「レジャー施設の増加」「知名度上昇」に対して肯定的である一方で「交通状況」、「騒音」に対しては否定的である。

【観光我慢型】は観光産業の負の影響を懸念している一方で、観光産業がもたらす利益も評価しているタイプと考えられる。

以上を踏まえ、鎌倉市の住民を事例とした新しいイラダチの分類を考える。鎌倉市内には大きく4つの集団が存在しており、それらは大きく「外国人観光者の訪問」に対する反応と「観光振興に対する反応」の2つの軸を持って表現、分類できる(図1)。今回の調査では「観光受容型」は42%、「観光賛成型」は9%、「観光反対型」は19%、「観光我慢型」は30%であった。つまり、鎌倉市における住民には、外国人観光者に対し中立的な意見を持つものが多いが、観光振興に反対する住民は多い。外国人観光者の訪問と観光振興の双方に賛成の住民は少なく、決して良好的な状態とはいえないであろう。今後、住民負担の軽減と市民の生活改善を目標に施策を取り込むべきだと考えられる。

居住地域と各タイプの間関係をみると、《外国人観光エリア》では【観光反対型】と【観光賛成型】が他のエリアよりも多くなっている。したがって、外国人観光エリアは外国人観光者のマナーに不満を持つ住民が多いといえる。《外国人・日本人観光エリア》では【観光反対型】【観光賛成型】【観光受容型】に関しては平均的であるが、【観光我慢型】の割合が低い。この地域の住民は、外国人観光者を比較的受け入れているとみられる。《非観光エリア》では、【観光受容型】【観光我慢型】の割合が高く、【観光反対型】【観光賛成型】の割合が低い。《非観光エリア》の住民はあまり外国人観光者と観光産業に興味を示していないといえる。

また勤務地域でみると、鎌倉市内に勤務する住民に【観光反対型】の割合が圧倒的に高く、逆に【観光賛成型】の割合が圧倒的に低い。また、先述の《非観光エリア》に勤務している住民の【観光賛成型】の割合は0%であった。《非観光エリア》で働いている住民は観光産業の恩恵を感じていないため、このような結果となった可能性が大きい。

最後に、年齢との関係を見ると、50代と80代以上の住民に【観光反対型】の割合が高く、60代と70代の住民に【観光反対型】の割合が低い。本調査における50代と80代以上は《非観光エリア》の住民が多いことから、このような結果が生じたといえる。中高年層の住民は若年層の住民より外国人観光者にイラダチを感じやすいと考察したが、これが年齢そのものに起因するのか、居住地の影響が起因するのかは今後考察すべき課題となった。

最後に、本研究で分類したタイプごとに実施すべき施策を提言し、むすびとする。【観光受容型】の住民に対しては、行政の分かりやすい観光産業へのサポートが必要と考えている。税金減免・起業補助的な施策は、観光収入の増加、観光環境の最適化、住民の熱意向上だけでなく、高齢化が年々進む中、若い人材の確保にもつながる。行政は観光客への情報発信は重視するが、地元住民への情報発信はおろそかにすることが多い。各観光事業の目標の明確化、観光収入の透明化の大事な一環でもある。具体的には、地元メディアや公共施設などで観光業と市民還元の計画について広報し、観光をめぐる住民環境の理解と意識の向上を行うべきである。【観光賛成型】は、鎌倉における観光活動を円滑に行うための重要な力となる可能性がある。地域住民の多様な集まりを構築するシステムなどを導入し、新しい視点や解決策を生み出す源泉とすることも良いかもしれない。【観光反対型】の住民に対しては、観光産業への悪いイメージを払拭する必要がある。地域の税収や雇用にあまり貢献しない日帰り観光を制限したり、外国や他地域の資本による参入を制限したりするなどがあり得る。一時的な観光収入の増加よりも、地域社会の環境作りの方が大切であろう。最後に、【観光我慢型】の住民に対しては、間接的なものではあるが、観光者への教育が必要といえる。海外メディアなどにおいて多言語で情報を発信し、鎌倉の観光情報を紹介しながら現地の習慣や文化も伝えることが理想的である。異文化理解を促進し、観光者と地元住民のトラブルを防止するソフトな取り組みが求められる。

なお、本研究に関連して、研究期間内に以下の発表を行った。

文迦「鎌倉のオーバーツーリズムに対する Irridex Modelの援用」日本地理学会発表要旨集 2021a (0), 51-, 2021 公益社団法人 日本地理学会

(参考文献)

- 半井明大 2019. 『オーバーツーリズム——溢れる観光者と求められる全体最適化』 KDDI総合研究所フューチャーデザイン
- Ap J. and Crompton J. L. 1993. Residents' strategies for responding to tourism impacts. *Journal of Travel Research* 32(1) : 47-50.
- Dogan, H. Z. 1989. Forms of adjustment: Sociocultural impacts of tourism. *Annals of Tourism Research* 16(2) : 216-236.
- Doxey, G. V. 1976. When enough's enough : the natives are restless in Old Niagara. *Heritage Canada* 2: 26-27.

日本の家計の消費行動：民間消費パネルを用いた分析

横浜市立大学国際マネジメント研究科国際マネジメント専攻博士前期課程1年

丹後 健人

（研究目的）

本研究は、ビッグデータを用いて家計の消費の実態を明らかにすることを目的としている。家計の行動については近年、強い関心が寄せられている。背景として、少子高齢化の進展により「標準的な」夫婦2人に子ども2人といった世帯が少数派になったこと、またいわゆる「二極化」の進展によって経済格差が広がってきたこと、新型コロナウイルスの蔓延が消費者の消費行動を大きく変化させたことが挙げられる。これまで均質的な消費者を想定して分析されてきた標準的な経済理論の妥当性について、詳細なデータを用いた再検討が要請されている。そこで、本研究は、ビッグデータを用いて家計の強い異質性を前提とした分析を行うことで、（1）少子高齢化が進展する中でデータの制約から必ずしも詳細に分析がなされてこなかった高齢者についてその消費の実態を明らかにする。また、（2）コロナ禍がもたらした消費者に対する予期せぬショックが消費に与えた異質的な影響を定量化し、感染症が蔓延した場合の適切な政策対応に資する議論できる研究成果を得る事を目的とする。

（研究方法）

本研究では、ビッグデータ（数十億件に及ぶ5万人規模の日時購買データ）を活用することで、（1）高齢者の消費の実態、（2）コロナ禍がもたらした消費者に対する予期せぬショックが消費に与えた異質的な影響を明らかにする。具体的な方法は下記のとおりである。まず（1）高齢者の消費の実態については、家計の退職前後の消費行動の変化を分析する。日本全国の家計約5万人を対象とした民間の家計簿調査（パネルデータ）を活用し、消費の標準的な理論の予測と実証的な発見が整合的かどうかを確認する（いわゆる「退職消費パズル」の検証）。（2）コロナ化がもたらした消費者に対する予期せぬショックが消費に与えた異質的な影響については、緊急事態宣言中の失業や所得の減少に関して質問を行ったコロナ禍の生活に対する調査を民間の家計簿調査と接続し、消費支出に対するショックへの反応を分析する。更にショックによって外食や家出の調理時間のような生活行動がどのように変化するかを分析しつつ、消費行動の特徴を明らかにする。

（結果）

高齢者の消費の実態についての主な結果は3点である。具体的には、（1）退職後に消費支出が減少していたこと、（2）退職後の消費支出が減少する要因として教育年数が重要であること、そして（3）医薬品の消費支出の減少が顕著であったことである。

表 1：属性ごとの退職後の消費支出変化

	全サンプル	「低学歴」	「低所得」	「高所得&低学歴」	「低所得&高学歴」
		高校卒業以下	世帯年収 400万円以下	700万円以上 高校卒業以下	400万円以下 大学卒業以上
全カテゴリー	▲ 2.4%*	▲ 2.7%*	▲ 2.2%*	▲ 3.3%*	▲ 0.7%
食品	▲ 2.0%*	▲ 2.6%*	▲ 1.8%*	▲ 3.0%*	+0.8%
医薬品	▲ 6.2%*	▲ 7.2%*	▲ 3.7%*	▲ 12.4%*	▲ 1.2%

※「*」は10%水準で有意であることを示す。

表 1 は退職後の家計の消費支出の変化を表す推計結果である。全サンプルでは、退職後に約 2%消費支出が有意に減少していることが分かる。さらに本研究では、属性ごとに分けて退職後の消費行動の検証を行った。また、消費支出も全カテゴリーだけでなく、カテゴリーごとに分けて推計を行った。表 1 は「全カテゴリー」、「食品」、「医薬品」への消費支出の推計結果を表している。表 1 から退職後の消費支出が減少する要因として「教育年数」が重要であることが分かる。なぜなら、属性ごとに分けて推計を行った際に、「高校卒業以下」のグループが必ず消費支出が有意に減少している為である。「高校卒業以下」のグループは約 2.7%、「高校卒業以下」且つ「高所得」のグループは約 3.3%消費支出が有意に減少している。一方、「低所得」且つ「大学卒業以上」のグループは消費支出が有意に減少していない。したがって、高所得でも低所得でも消費支出は有意に減少し、「高校卒業以下」では有意に消費支出が減少していたのに対し「大学卒業以上」では消費支出が減少していなかったことから、教育水準が退職後の消費行動に影響を与える重要な要因であると考えられる。表 1 では「医薬品」のカテゴリーが「食品」のカテゴリーより大きく消費支出が減少していることが分かる（全サンプルで約 6.2%、「高所得」且つ「高校卒業以下」のグループは約 12%消費支出が減少している）。

表 2：医療用医薬品と市販品 (OTC 医薬品) の比較

種 類	医療用医薬品			OTC 医薬品
	薬価	3 割負担 (現役)	1 割負担 (高齢者)	価格
湿布	320 円	96 円	32 円	2,551 円
ビタミン剤	520 円	156 円	52 円	3,974 円
漢方薬	1,010 円	303 円	101 円	4,644 円
皮ふ湿布剤	1,100 円	330 円	110 円	2,448 円

本研究は退職後の医薬品への消費支出の減少が顕著な原因に対して、新たな仮説を立てて追加分析を行った。それは「退職すると通院に対する機会費用が減る」という仮説である。表 2 は、医療用医薬品と市販品 (OTC 医薬品) の価格の比較を表す。表 2 から、医師に

よる処方薬の方が、市販の薬より大幅に安く購入できることがわかる。したがって、退職後は医薬品への支出を抑制するために病院へ行く頻度が増加する可能性がある。この仮説を検証するために追加分析を行った。本研究では、民間の家計簿調査と同じ調査対象者に独自の調査を行った。具体的には、家計の病院の利用頻度（通院回数等）を調査した。追加的な調査を民間の家計簿調査と接続することで退職前後の消費と病院の利用頻度の関係、退職による医薬品の支出の影響を分析する事ができる。

追加分析の結果、通院回数が増加すると医薬品への支出が減少することが判明した。具体的には、月ごとの通院回数が1回以上の人はそうでない家計より約7%消費支出に差が生じていた。したがって、退職後に通院回数を増加させ医薬品への支出を抑制していることが分かった。

コロナ禍がもたらした消費者に対する予期せぬショックが消費に与えた異質的な影響についての主な結果は3点である。具体的には、（1）予期せぬ所得の減少が家計の消費支出を押し下げていたこと、（2）予期せぬ所得減少に対し、家計は「バーゲンハント」を行っていること、（3）予期せぬショックは家計内で波及していることである。

表3：夫婦2人世帯のショックに対する消費支出・インフレ率の反応

$$\Delta \ln c_{i,t} = \beta_1 D_{i,t}^{NegativeIncome} + \mathbf{X}\gamma + \varepsilon_{i,t}$$

$$\pi_{i,t} = \beta_2 D_{i,t}^{NegativeIncome} + \mathbf{X}\gamma + \varepsilon_{i,t}$$

説明変数	消費支出		インフレ率	
	男性	女性	男性	女性
収入減少 (本人のショック)	-0.055* (0.028)	-0.001 (0.013)	-0.667* (0.347)	-0.338 (0.271)
配偶者の収入減少 (配偶者のショック)	0.037 (0.033)	-0.031** (0.016)	-0.917** (0.446)	-0.540* (0.290)
観測数	9,983	21,155	9,983	20,928

本研究では、夫婦2人世帯のショックに対する消費支出の反応を検証した。分析の結果、夫の予期せぬ収入減少に対して本人（夫自身）と配偶者（妻）の消費支出が有意に減少していた。一方で妻の予期せぬ収入減少に対しては、本人（妻自身）と配偶者（夫）の消費支出は有意に減少していなかった。本研究ではさらに家計ごとのインフレ率を計算し予期せぬ収入減少に対して家計のインフレ率がどう反応するかを検証した。結果として、消費支出の反応と同様であった。つまり、夫の予期せぬ収入減少に対して本人（夫自身）と配偶者（妻）のインフレ率が有意に減少していた。したがって、予期せぬ収入減少に対して家計は安い財を購入する、いわゆるバーゲンハントを行っていることが示唆される。予期せぬ収入減少に対して、家計の消費支出とインフレ率の反応は家計内で波及していることが分かる。なぜなら、本人の予期せぬ収入減少に対してではなく配偶者の予期せぬ収

入減少に対して消費支出やインフレ率を減少させている。したがって、家計内でショックが波及するとショックを緩和させるために本人だけでなく配偶者も消費支出やインフレ率が変化することが判明した。

(成果・考察) 等

研究成果として査読付きの国内学術誌に採択され刊行された。また、以下の学会で発表を行った。

【論文】

「日本における退職消費パズルの検証」『経済研究』 第73号、2022年1月

【学会発表】(すべて本人発表分)

- ・丹後健人、中園善行「Consumption Expenditure and Income Shocks during COVID-19」、統計関連学会連合大会、オンライン 2021年9月
- ・丹後健人、中園善行「Consumption Expenditure and Income Shocks during COVID-19」、日本経済学会秋季大会、大阪大学 2021年10月
- ・丹後健人、中園善行「Time to See a Doctor: Expenditure at Retirement in Japan」、Computational and Financial Econometrics, King' s College London 2021年12月

電子商取引の利用実態の分析

横浜市立大学国際マネジメント研究科博士前期課程

三浦 結太

(研究概要)

本研究では、2012年以降の日本の家計消費に関する大規模調査を用いて、オンライン消費比率を推計した。その結果は約13%であることがわかった。6年で電子商取引の割合は1%程度増加しており、高齢者の利用割合が高いことが明らかになった。

財の種類別では食品と化粧品の割合が大きいことが分かった。また、電子商取引と実店舗の割合は類似していることも分かった。

個人属性に回帰した結果は高齢者と自家用車の有無が説明力をもつことも明らかになった。

COVID-19の大流行時においても、その比率は徐々に上昇し、15%を超えることはないことがわかった。

(研究目的)

電子商取引は誰がどの程度利用しているのかを明らかにすることである。

電子商取引とは「インターネットを利用して、受発注がコンピュータネットワークシステム上で行われる」ことを要件とする取引である。

本研究では、実店舗での販売や訪問販売ではなく、(一部)コンピュータネットワークシステム上で行われる商取引である。(Amazon、楽天、ネットスーパーを含む)

先行研究では電子商取引の市場規模の推定や価格変化分析等が行われてきた。

経済産業省によると、電子商取引の市場規模は19.3兆円程度である。また、電子商取引価格の変化は対面での価格の変化と類似しているという研究結果も存在している。近年ではコロナ禍での社会的距離や消費バスケットの変化を用いた電子商取引の研究も行われている。

本研究はどんな属性の人が何を買っているのかという電子商取引の規模を家計側(需要側)からのデータで分析した初めての研究である。

(データ)

インテージ社のSCIデータを用いて行った。

日本の家計5万人を対象に「いつ、どこで、誰が、何を買ったか?」の日次データを月次に集計したものを利用した。

対象期間は2012年1月から2020年12月である。

電子商取引の割合の特徴は

- ① 日頃よく買う財に占める電子商取引の割合は13%前後である
- ② 6年で電子商取引割合は1%増加した
- ③ 高齢者の利用割合が高い

以上の三点が示唆される。

・次に財の種類別に確認する。

	電子商取引	実店舗
食品	42.3%	48.0%
飲料	21.6%	24.5%
雑貨	14.4%	13.2%
化粧品	13.6%	4.6%
ヘルスケア	8.1%	4.1%
その他（たばこ）	0.1%	5.6%
合計	100%	100%

大分類割合

	電子商取引	実店舗
主食	8.0%	11.7%
調味料	5.2%	7.1%
加工食品	22.6%	16.0%
嗜好品	6.5%	13.2%
乳飲料	6.5%	4.3%
嗜好飲料	2.3%	1.9%
清涼飲料	7.0%	9.3%
アルコール飲料	5.8%	9.1%
オーラルケア	0.9%	5.6%
パーソナルケア	4.6%	3.6%
ハウスホールド	2.9%	4.1%

食品中分類割合

	電子商取引	実店舗
紙製品	2.2%	2.6%
ペット関連	3.6%	1.5%
その他雑貨	0.2%	0.3%
基礎化粧品	10.0%	2.5%
メイクアップ化粧品	2.3%	1.3%
その他化粧品	0.2%	0.1%
その他化粧雑貨品	1.0%	0.8%
医薬品	1.4%	2.7%
健康関連品	6.4%	1.2%
ベビー関連品	0.2%	0.3%
その他	0.1%	5.6%

化粧品中分類割合

大分類、中分類割合から食品と化粧品の割合が大きいことがわかる。

また、電子商取引と実店舗の割合が類似していることも特徴といえる。

・電子商取引を個人属性に回帰させた結果が以下である。

個人属性	全体	生協除く
女性	0.0202***	0.00160
20代	-0.0724***	-0.0135***
30代	-0.0564***	-0.0144***
40代	-0.0470***	-0.0111***
50代	-0.0282***	-0.00906***
高所得世帯（世帯年収700万以上）	-0.00824***	-0.00708***
自家用車所有	-0.0170***	-0.0161***
2013年ダミー	0.00653***	0.00754***
2014年ダミー	0.0119***	0.0130***
2015年ダミー	0.0138***	0.0142***
2016年ダミー	0.0163***	0.0194***
2017年ダミー	0.0164***	0.0203***
2018年ダミー	0.0167***	0.0220***
定数項	0.209***	0.151***
観測数	214,299	123,922

この結果から電子商取引の利用者の特徴として高齢者、自家用車非保有が挙げられる。

・最後にコロナ禍における電子商取引についての結果が以下である。

	2019	2020		全体	生協除く
全体	13.5%	13.6%	個人属性		
女性	15.0%	15.0%	女性	0.0109***	-0.00476**
男性	9.7%	10.0%	20代	-0.0791***	-0.0252***
高卒未満	13.1%	13.1%	30代	-0.0584***	-0.0234***
大卒以上	14.2%	14.5%	40代	-0.0546***	-0.0224***
低所得世帯（世帯年収400万円未満）	12.6%	12.7%	50代	-0.0424***	-0.0197***
高所得世帯（世帯年収700万円以上）	14.9%	15.0%	高所得世帯（世帯年収700万円以上）	-0.0107***	-0.00995***
20-29	7.8%	8.0%	自家用車所有	-0.0218***	-0.0211***
30-39	11.6%	11.4%	2020年ダミー	0.00177	-0.000216
40-49	12.4%	12.3%	定数項	0.237***	0.186***
50-59	14.4%	14.6%			
60-	17.7%	18.6%	観測数	61,026	35,995

電子商取引の割合 2019, 2020年（生協含む）

2019年以降の属性回帰

電子商取引の全体割合は13.6%と微増であった。また、属性においてもコロナ禍の前後で劇的な変化は確認されなかった。

（成果・考察）

本研究は需要側のデータを用いて電子商取引の割合を推定した初めての研究である。

その結果以下の3点が明らかになった。

- ① 電子商取引割合は「日頃よく購入する財」の13%、生協を除くと8%であった。
- ② 基本属性（年齢、自家用車の有無）に説明力があることが示唆された。
- ③ コロナ禍においても電子商取引の割合は微増にとどまった。

今後の課題としては、消費Basketの異質性、コロナ禍における消費Basket、家計ごとのインフレ率を考慮した分析が挙げられる。

V. フルッサー写真論に基づいた 現代日本写真文化のメディア社会論的読解

横浜市立大学国際教養学部 准教授
角田 隆一

(研究目的)

現代社会に生きるわれわれは、写真というメディアの文化実践を通して、どのように〈世界〉と関係を取り結び、どのような「生」を紡いでいるのだろうか。本研究は、このような大きな問題意識のもとで、現代日本の写真文化状況とも照らし合わせしながら、V. フルッサーの写真論において現代写真文化のメディア社会論的な考察可能性を今後向上させてくれるような有意義なポイントを拾い上げ、ヒントとなる重要な視座を獲得する。

(研究方法)

フルッサー写真論を、その現代的意義を見極めながら整理し、この理論的発見と具体的な現代日本写真文化（とりわけ90年代以降）を往還しながらさらに丁寧に照合していくことで、そのポイントを洗練させて明確化していく。

なぜいまフルッサー写真論に着目するのか。第一に、フルッサー写真論には根本的な問題意識として人間の生と自由をめぐる探究が含まれていること。第二に、現代の再帰的社会化やますます不確実性が高まる社会背景、そしてこれとも連動したデジタル・ネットワーク化する情報メディア環境下での写真文化というものが、先見性豊かなフルッサーの理論と対応しており、精度高い考察をおこなう枠組として適しているからである。スマートフォンというカメラとインターネットが装備された機器を常時携帯する今日の人間像はまさに、〈世界〉と再帰的に関わる「生」のためのメディアとして写真を捉えたフルッサーと通じ、またフルッサー亡き後に近い問題意識のもとで現代情報環境まで視野に入れて考察を広げたN. ボルツの理論を組み合わせて援用するとさらに見通しが良くなるだろう。さらに第三には、フルッサーの理論が、現代写真文化状況の「問題性」を単に指摘するだけでなく、それを乗り越えていく「可能性」のほうも、あくまで同一枠組の中から捉えようとしており、大変触発的な枠組でもあるからである。

(成果・考察)

再帰的な〈世界〉に対する写真文化——「気楽な撮影者」／「写真家」というモデル

「気楽な撮影者」／「写真家」という目をひく独特な概念のモデルは、現代写真文化の理解可能性を向上させるためにフルッサー写真論が示唆してくれる重要なヒントの一つである。この区別は、「再帰性」がますます進行する現代社会において、写真文化の問題性と可能性がどこにあるのかをクリアに指し示してくれる。

フルッサー（1999）によれば、「気楽な撮影者」とは、ただパチパチとシャッターを押すだけで、被写体を画像へと自動的に変換する装置によるプログラムにただ従っているだけの存在である。自らが〈世界〉に対する情報に関わっているという態度を備えておら

ず、単なる「装置の付属品」とまで痛烈に表現されるのだが、しかしこのモデルは今日の写真文化でわれわれが陥っている批判すべき状況の具現化されたイメージなのである。

「再帰性 (reflexivity) 」 (ギデンズ 2005) とは、あらゆる事柄が相対的なものとして捉えられて、他を選択できる可能性に開かれるとともに、より合理的な選択に向けて自らによる際限のない検討と改善が求められてくるような、近代社会の根幹に潜む原理のことである。現代社会はそれがさらに徹底的に進行しているのであり、あらゆる局面で個人にその判断の負荷をかけて、その選択の根拠や責任を当人自身に迫ってくる。すなわち、状況や文脈に応じて、その都度その都度〈世界〉を自ら再帰的にコミットしていくことが求められてくるのが、現代の「生」なのである。

しかしながら、昨今のグローバルな情報社会においては、テクノロジーの発達と浸透から、この再帰性の内実が変化してきている (ラッシュ 2006) 。われわれの「テクノロジー的生活」に伴う平準化・非線形性・離昇という性格が、価値順列の無効化、時間の無効化、空間の無効化を着実に進行させ、物事に対しての反省的判断や美学的判断を可能にする時間的／空間的距離を失わせ、「再帰性」はむしろ「反射 (reflex) 」に近くなった。自身の触覚を頼りにひたすら対象を「触知」的に探り、ただただ無媒介的に経験することが、今日の物事に対する経験のあり様となってきたのである。

この傾向は、近年の写真文化に見出されるソフトでふわっとしたトーンが強調された、いわゆる「エモ (い) 写真」の動向とも見事に符合する。「エモ」とはエモーショナルの略なのだが、ここで対象の価値を決める最重要な判断基準となるのは、当人の“感じる”感覚のみなのである (激しい感情の揺れ動きではなく、微弱だが当人にとっては愛着を抱く感触としてちょっとしたテクスチャを与えてくれる程度に“感情や気持ちが動く”こと) 。さらにはこの写真文化が、SNSというコミュニケーション・テクノロジーを主要なプラットフォームにして展開していることにも留意する必要があるだろう。N. ボルツ

(2002) は、知覚の対象が「世界」ではなく「コミュニケーション」になった今日の事態を「世界コミュニケーション」と呼んだ。その中心舞台であるインターネットとスマートフォンの空間で切実に求められていることは“つながる”ことそのもので、つながらないことは個人にとっては、世界と自分との端的な断絶すなわち存在の不安に直結する。そういったコミュニケーションそれ自体の獲得が至上命題となって常時携帯するスマートフォンでそれを実現するわれわれの生のあり方は「世界内存在」ならぬ「世界コミュニケーション内存在」とも呼べるだろう。そうであるならば、ここで求められるSNS写真は、特異性が低く記号的できわめてコミュニケーション志向性の高いものとなる。換言すればこれは、「エモ」の集合的共振でもある“共感”を養分とした“あるある写真”にほかならず、これによって、再帰化する〈世界〉に対し、感覚的な“あるある”でさしあたりピン留めして覆って対処していく営みとも捉えられるのだ。

これら「気楽な撮影者」文化の覆い尽くしによって閉塞していく状況に風穴をあける存在こそ、フルッサーが希望を寄せる「写真家」なのである。かつてG. ドゥルーズ (1996) も鋭く警戒した、「創造性」を脅かすようなコミュニケーションへの強迫的な囚われを「写真家」は脱しており、常に〈世界〉を新しい仕方で見ると＝情報を与え、新しい〈世界〉の意味を産み出すことを至上命題とする。ここに人間の自由の構図が重ね合わされて賭けられているのが分かるだろう。われわれの生を強固な自動性の中でプログラム化する

（「私たちの思考、感情、希望、行為がロボット化する」）動向の中で、「写真家」は、自身も写真装置によってプログラム化されながらも——あくまでその“中”から——、「記号と戯れ『第三次産業』で活動し、情報に関わり、事物としての価値を失ったものを作り出す。「意識的に、予見されない情報を作りだそうと、つまり装置からそのプログラムにないものを取り出し、画像化しようと努力」する。この「写真の実践のなかでポスト産業時代の文脈の中での自由のモデルが現れる」のである（フルッサー 1999:109）。

紙幅の関係上、言及済み事例に関連づけて一例だけ取り上げると、上で批判的に描かれた「エモ写真」文化の最初期の提案者として牽引した奥山由之は、デジタル写真文化全盛の〈世界〉状況にあって、“あえて”「再帰」的に、「写ルンです」を“実験”的に用いながら、画一的で味気ない風景に「エモ」いテクスチャを導入したのである。引き続いて彼は、今度はファッション写真の閉塞的なあり様に対して問い直しを喚起する「メタ・ファッション写真」論＝作品をファッション写真雑誌“中”で発表するなど、写真によって〈世界〉を新しい仕方で見ることへ食欲な優れた現代「写真家」の一人といえるのだ。

不確実な〈世界〉に対する写真文化——「グラフ」／「プロジェクト」という志向性

くわえてフルッサー写真論は、「グラフ」／「プロジェクト」という区別も導入してわれわれの現代写真文化の理解可能性をさらに意義深く向上させてくれる。これは、あらゆる不確実性が高まった現代社会において望まれる、写真文化のオルタナティブな実践的態度の提案でもあり、「写真家」に象徴的に見出されるものでもある。

困難な課題ではあるのだが、現代社会に生きる「われわれは、不確実な可能性に向けて自己を投企〔デザイン〕」（ボルツ 2002:217）し続けなければならない。とはいっても、誘惑的なプログラム化社会の閉塞性に閉じ込められてもならない。この意味で「写真家」というのは、既存のプログラムを食い破って新しい画像＝世界像を“投げかけ”、新たな想像をわれわれに引き起こす存在として、人間性を取り戻すための救世主的モデルなのである。するとこの「写真家」は「フォト・グラファー」というよりはむしろ、「フォト・プロジェクト」と表現することもできるかもしれない（深川 2007）。“photo-graph（光-描く）”の綴り通り、かつてのフィルム写真の原理と深く結びついた「グラフ」はしかし、今も有力な方向性であり、もちろんこの写真の力を捨て去る必要は全くないのだが、とはいえ、これに縛られ過ぎて閉塞していく必要もない。フルッサー（1996）は、「プロジェクト」という魅力的な概念とともに、もっと開放／解放的なオルタナティブな写真文化もあり得ることを示唆してくれているのだ。

「グラフ」／「プロジェクト」志向性の差異を明確化するために、メジャーな作品で一例だけ挙げておこう。ここに、長島有里枝の写真集『家族』（1998年）と、そこからちょうど10年隔たった浅田政志の写真集『浅田家』（2008年）がある。ともに「家族」について問い直しを投げかけた「メタ・家族写真」論＝作品という点では共通する。しかし長島は、“自分にとってこの家族とはどのようなもの（だった）か”ということについて、写真を使って対象と対峙し、そのリアリティを描き出そう（「グラフ」）としているのだが、対して浅田のほうは、写真家本人も交えて家族と演技しながら“遊戯的”にコスプレ写真作品を制作するのであり、はなからそのリアリズムがずらされている。長島と同様に決して順風満帆ではなかった家族との関係性という現実を、描き掴まえる（「グラフ」）

どころか、この独特な写真撮影プロセスを通じてむしろ変容していってしまう。むしろ、その新しい現実の構築を自ら招き入れていくような「実験」的企てでもあるのだ。

今日の社会では「主体／客体」という二元論的枠組をはじめ〈世界〉との関係の確実性の根拠が激しく揺らいでおり、これに応じて近代的な認識枠組を再構築していく必要性も出てきた。そうすると、「来るべき写真は、(……)『主体／客体』という構造の外に出て、自らの画像制作システムを有効に機能させるために、いかなるプログラムを組み込むのかということ巡って視覚システムを考案し、自らを「前に投げ出す」(プロ＝前に、ジェクト＝投げる)人間として姿を現す。すみずみまでプログラム化が進んだ高度情報化社会で、写真家が人間性を取り戻すためのいわば救世主的モデルとして考察の中心に置かれたのは、「投企」という仕方で、既存のプログラムを食い破って新たな創造を引き起こす存在の可能性をもつからである」(深川 2007:303-4)。このような新しい写真文化と結びついたオルタナティブな生のモデルがここでは“プロジェクト”されている。

これらフルッサー写真論の魅惑的な誘いに、われわれが写真論／作品として具体的にどのように応えていくことができるかということが、次に真に問われていることである。



図1：長島有里枝『家族』光琳社（1998年）



図2：浅田政志『浅田家』赤々舎（2008年）

【参考文献】

ボルツ, ノルベルト, 2002, 『世界コミュニケーション』村上淳一訳, 東京大学出版会.

ドゥルーズ, ジル, 1996, 『記号と事件——1972-1990年の対話』宮林寛訳, 河出書房新社.

フルッサー, ヴィレム, 1996, 『サブジェクトからプロジェクトへ』村上淳一訳, 東京大学出版会.

——, 1999, 『写真の哲学のために——テクノロジーとヴィジュアルカルチャー』深川雅文訳, 勁草書房.

深川雅文, 2007, 『光のプロジェクト——写真、モダニズムを超えて』青弓社.

ギデンズ, アンソニー, 2005, 『モダニティと自己アイデンティティ——後期近代における自己と社会』秋吉美都・安藤太郎・筒井淳也訳, ハーベスト社.

ラッシュ, スコット, 2006, 『情報批判論——情報社会における批判理論は可能か』相田敏彦訳, NTT出版.