

生活価値クラスター

1.1 生活価値の捉え方

1.1.1 家族や仕事に対する考え方

価値意識が多様化したことにより、生活者はさまざまな選択肢から、自分の価値意識にもとづいた生活イメージをもち、選択肢のいずれかを選ぶことになる。

価値意識の多様化は、たとえば結婚について顕著になる。結婚年齢を迎える団塊Jr.はどのような結婚を選ぶのだろうか。結婚を選んでいる人もいれば、そうでない人もいるだろう。

団塊Jr.の親たちは「適齢期」という共通意識を持ち、結婚し子どもを持った。しかし、その子どもたちは「適齢期」という意識を持たず、今度は結婚を選ぶ人とそうでない人が散在することになる。

子どもを持つか持たないかの選択もこの世代のそれぞれの価値意識によって違おうだろう。家族の形態においても求めるイメージは分化する

またたとえば、価値意識の多様化は、仕事やビジネスに対するスタンスによっても促進される。年功序列の給与体系が実績主義に変わるということは、古い過去の実績は考慮されないということである。業績主義とは、今という時間を今という時間のうちに評価し、それなりの報酬を手に入れることである。業績主義をチャンスとして捉える人もいるし、競争的な在り方を避けようとし、仕事に対して距離感を保とうとする人もうまれる。仕事に対するスタンスでも生活イメージは分化するのである。

1.1 生活価値の捉え方

1.1.2 価値意識のフレーム

ここでは価値意識の分化による生活イメージを捉えるために、大きく次の2次元を考えることにする。X軸とY軸がつくる価値意識であらわされる各象限の基本的な生活イメージは次のようになる。

[X軸] 外部他者価値 vs 内部自己価値

⇒ 外部・他者の価値とは、世界や社会の動きに関心をもち、ビジネスのアメリカンスタンダード化などのグローバル化、エコロジー化、あるいは流行などに積極的に関わっていくことの価値である。

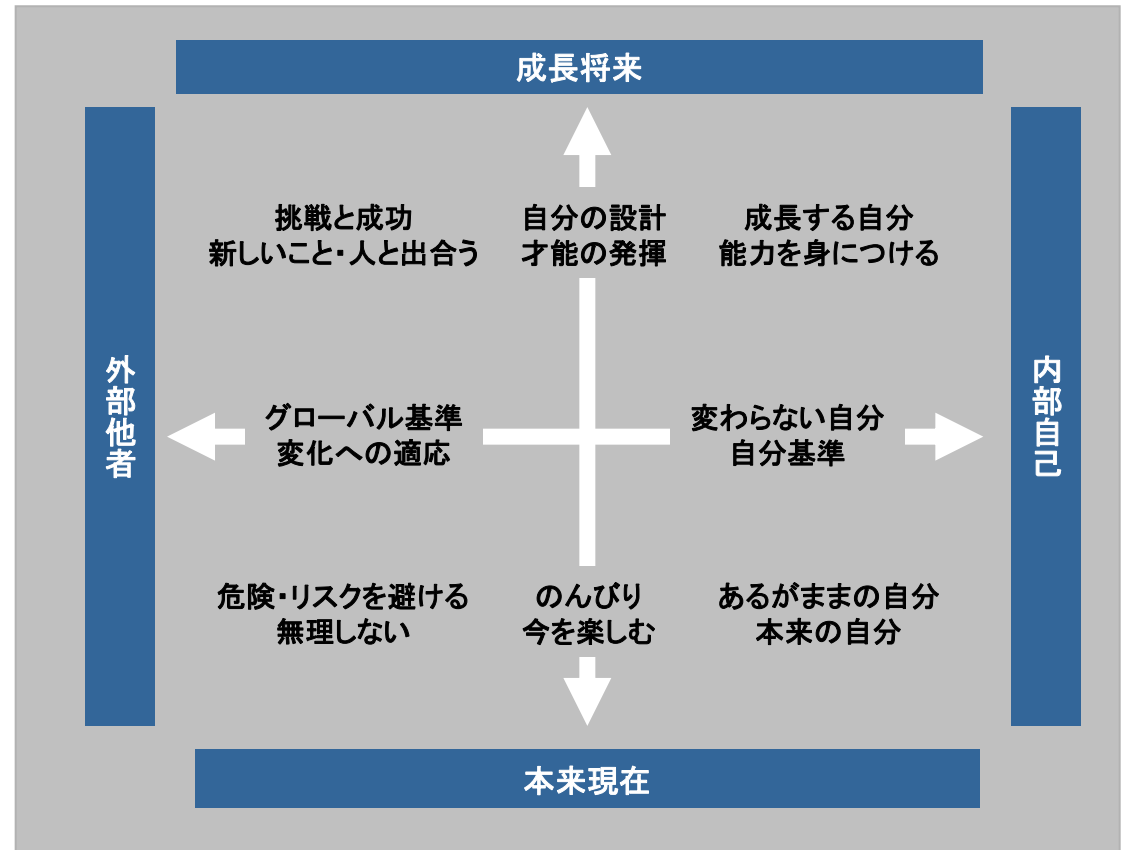
⇒ 反対の方向を表す内部・自己価値とは、そうした世界や社会の変化にとらわれることなく、自分自身の中に基準をもち、他者の評価に左右されない自分を持ちつづけることの価値である。

[Y軸] 成長将来価値 vs 本来現在価値

⇒ 成長・将来の価値とは、自分を成長させ、今の自分よりもより良い自分を目指すことを志向する価値である。

⇒ 反対の方向を表す本来・現在の価値とは、成長し変化するよりも、本来の自分、あるいは現在の自分を大切にする価値であり、これまで捨ててきた自分を拾いなおすという志向性もここに含まれる。

価値意識の基本的な次元



1.2 生活価値意識のクラスター分析

1.2.1 クラスター分析の方法

生活価値意識に関する32のステートメントを変数にして因子分析を行い10の因子を抽出し、10の因子をもとにクラスター分析を行い、5つのクラスターを抽出した。

■ 因子分析に使用した変数：生活イメージ

■ 抽出した因子

調査概要

調査地域：東京30Km圏
対象者：15～59歳の男女個人
サンプル数：有効回収 630人
クラスター分析対象サンプル数 322人
※ 2005年に向けての生活イメージを明確に持っている層を描くため、各サンプルごとに生活イメージ全項目への回答を点数化し、点数の高い約半数のサンプルを抽出した
標本抽出法：住民基本台帳より2段階無作為抽出
調査時期：1999年7月

- 14 経済的には多少苦しくても、心に豊かさを実感できる生活
- 13 金銭的な報酬よりも、社会のためになる、人の役に立つことに喜びを見いだす生活
- 17 地域に根付いて、地域のために生きる生活
- 24 田舎で自然と親しむことを中心にした生活
- 27 家族でできるだけたくさんの子供を育てる生活

Factor 1 心の豊かさ/地域志向

- 29 子育てにわずらわされることのない夫婦だけの生活
- 30 ハソコ一台あれば、会社に行かなくても自宅で仕事ができる生活
- 25 まわりと接触を絶った静かな生活
- 28 一人の子供を手間ひまかけて育てる生活

Factor 2 夫婦・少子/家族中心志向

- 19 常に新しいことや変化を求める都市型の生活
- 20 新しい人と知り合ったり、人間関係をひろげること力を入れる生活
- 18 海外でその地域の人々に貢献する生活

Factor 3 世界拡大/体験志向

- 12 家族の絆を深めるために、家族全員で共有できる楽しみに力を入れる生活
- 9 家族の幸せ、家族生活の充実を第一に考え、そのために自分のできることに力を注ぐ生活

Factor 4 家族の幸せ/共有志向

- 22 自分らしさを第一に考え、マイペースを大事にする生活
- 11 家族のみんながそれぞれ自分のやりたいことをやりながら、楽しく暮らす生活
- 8 他人からの評価を気にするより、自分自身の達成感を重視してベストを尽くす生活
- 21 会社や家族などの帰属集団より、自分の個人としての自立を大切にする生活
- 10 家族のためというよりは、自分自身の時間を楽しんだり充実させることを優先する生活

Factor 5 自分らしさ/自立志向

- 4 専門家・エキスパートとしての自分の才能を活かして会社には頼らず自分の腕や力で生きる生活
- 5 自分の才能や自分らしさを発揮できる領域を探すことに力を入れる生活
- 7 世の中の変化に対応できるよう、資格を取ったり手に職をつけるなど、自分の力を高めることに重点を置く生活

Factor 6 才能発揮/目標実現志向

- 1 仕事で大きな成功をおさめて経済的な報酬を手に入れるために多少のことは後まわしにしても、仕事に全力投球する生活
- 16 独立して事業を起こしたり店を始めるなど、自分の可能性にチャレンジすることに力を入れる生活

Factor 7 チャレンジ/仕事志向

- 32 自分の興味・関心のあることを、一から勉強し直す生活
- 31 困っている人を「お互い様」と助けあうような伝統的日本人のこころを持った生活
- 23 地球環境や環境保全のために努力する地球にやさしい生活

Factor 8 日本人の心/回帰志向

- 2 仕事の業績に追われるよりは、職場での上司や同僚との人間関係を大事にして、楽しみながら仕事をする生活
- 3 仕事や経済的な成功よりも、趣味や友人関係などの充実力を入れ、今という時間を楽しむ生活

Factor 9 今を楽しむ/関係志向

- 26 いやな家事は、できるだけ男女平等に分担する生活

Factor 10 家事分担/均等志向

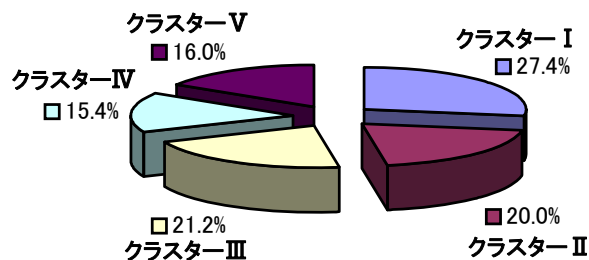
- 6 世の中の流れに身をまかせて、その時々で対処の方法を考える生活
- 15 プライベートの充実を第一に考え、無理せずのんびりと自然体で楽しむ生活

■ 抽出した因子

クラスタの因子得点平均値

Factor 1	心の豊かさ/地域志向	○○○	××			×
Factor 2	夫婦・少子/家族中心志向	○○				
Factor 3	世界拡大/体験志向		××	○	×××	○○○
Factor 4	家族の幸せ/共有志向					
Factor 5	自分らしさ/自立志向		○	×		
Factor 6	才能発揮/目標実現志向	○○○		○	×××	
Factor 7	チャレンジ/仕事志向			○○○		×××
Factor 8	日本人の心/回帰志向	○	○	×	××	
Factor 9	今を楽しむ/関係志向		○○		○	×
Factor 10	家事分担/均等志向	○	××		○	

○:0.30~0.49 ○○:0.50~0.69 ○○○:0.80以上、
×: -0.30~-0.49 ××: -0.50~-0.69 ×××: -0.80以下



クラスタの構成比

クラスタ I
Public Family

クラスタ II
Myself Being

クラスタ III
New Japanese Dream

クラスタ IV
Out of Trend

クラスタ V
Expanding World

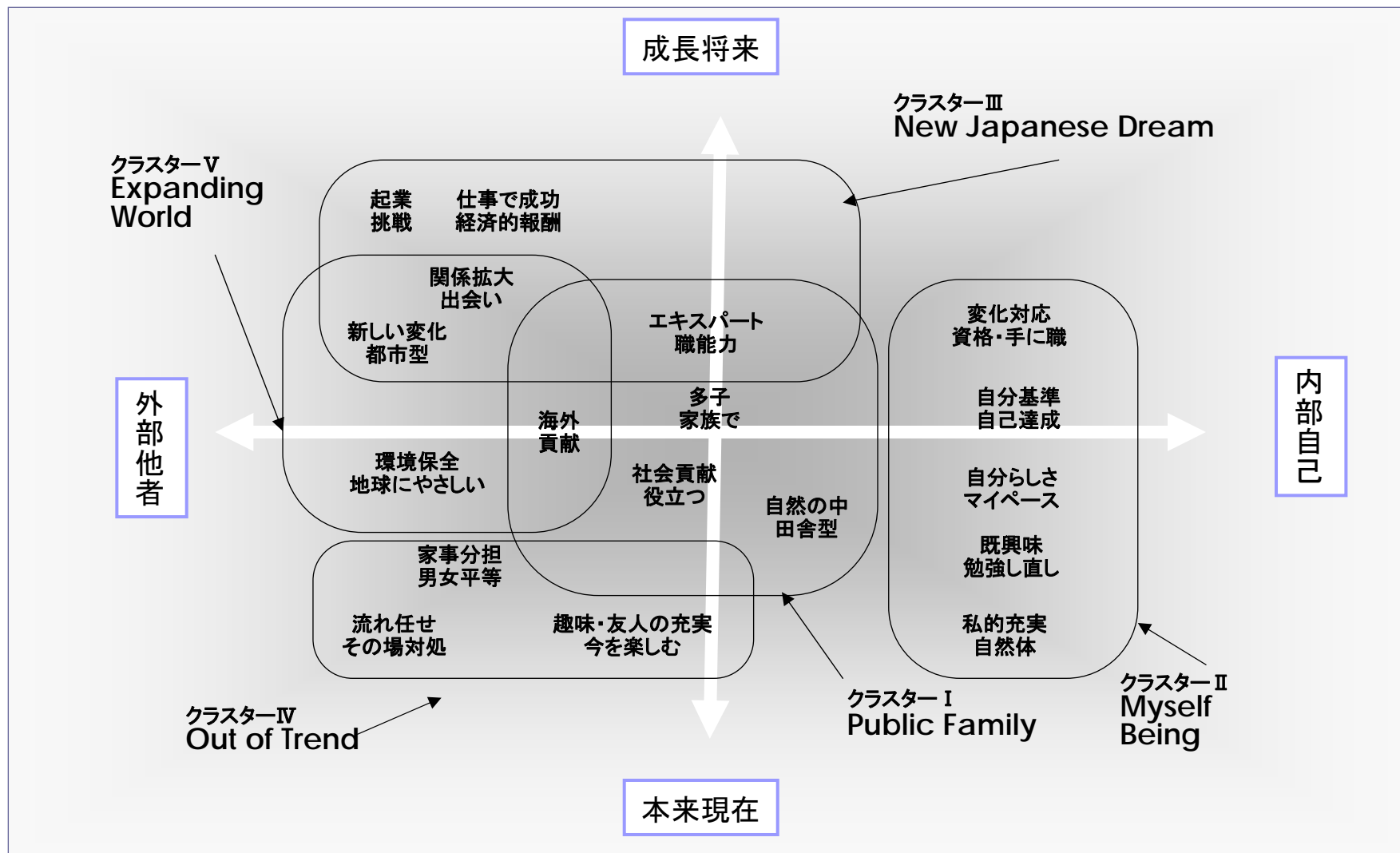
1.2.2 生活価値意識クラスターの特性

抽出した5つのクラスターを、クラスター分析に使用した32の生活イメージに関わる変数から特徴付けると次のようになる。

<p>クラスターⅠ</p> <p>Public Family</p>	<p>X軸とY軸では中心に位置付けられるクラスターである。社会貢献などの公共性を志向し、同時に自然と親しむ田舎の生活も志向する。また、子どもを中心とした生活像をもつ唯一のクラスターである。</p>	<p>クラスターⅡ</p> <p>Myself Being</p>	<p>X軸では内部・自己志向で、Y軸では本来・現在志向に位置付けられるクラスターである。自然体で生活するプライベートの充実や自分らしいマイペースの生活を志向する。社会的な評価より自分の基準を重視する。</p>
<p>クラスターⅢ</p> <p>New Japanese Dream</p>	<p>X軸では外部・他者志向で、Y軸では成長・将来志向に位置付けられるクラスターである。起業などで挑戦し、仕事での成功とそれに見合った経済的な報酬を求める。また、新たな人間関係を求め、都市的な変化を志向する。</p>	<p>クラスターⅣ</p> <p>Out of Trend</p>	<p>X軸では外部・他者志向で、Y軸では本来・現在志向に位置付けられるクラスターである。外部・他者に関してリスクを回避し挑戦を避け、流れに身を任せるというスタンスをとる。仕事での成功よりも趣味や友人の充実を志向する。</p>
<p>クラスターⅤ</p> <p>Expanding World</p>		<p>X軸の外部・他者志向に位置付けられるクラスターである。外部・他者のうち、新たな人間関係や都市的な変化を強く志向する。また、環境保全や海外での貢献などにも価値を見出す。</p>	

1.2.3 生活価値意識クラスターの特性

クラスターの価値意識ワード



1.3 クラスターから捉えた生活価値意識

1.3.1 クラスターの価値意識の特性

クラスター分析に使用した変数のいくつかをとりあげ、各クラスターの価値意識の特徴を捉える。

- 内部・自己志向が強い**クラスターⅡ Myself Being**は、他人の評価を気にしない自分の基準をもち、組織から与えられた業績を目指す仕事よりも、楽しめる仕事を独力で行うことを志向している。このクラスターは仕事よりもプライベートを優先し、自分のペースでの生活の志向性が強い。
- クラスターⅡ Myself Being**の対極に位置するのが外部・他者志向が強く、かつ成長・将来志向が強い**クラスターⅢ New Japanese Dream**である。スタンダード化された業績の評価を重視し、高く評価される能力を志向している。プライベートの充実はとりあえず考えていない。
- クラスターⅢ New Japanese Dream**のような競争的なシステムに背を向けているのが**クラスターⅣ Out of Trend**であるが、このクラスターは余暇や遊びでの意欲や向上心は低い。
- クラスターⅤ Expanding World**は、仕事への志向性は低く、プライベートの充実を志向している。ただ、**クラスターⅡ Myself Being**とは違ってマイペースなのんびりさよりも、変化し次々に更新される都市的なスピード感を志向する。

社会的価値志向と自分価値志向

自分自身の基準にもとづいて達成感を重視する自分価値志向と起業などにより自分の可能性にチャレンジする社会的価値志向は相容れない関係にある。

起業などにより可能性にチャレンジする志向が強いのは**クラスターⅢ New Japanese Dream**で、社会的な価値の中での自分のポジポジョニングを志向している。また、**クラスターⅠ Public Family**も社会的価値志向性をもつ。

一方、社会的な価値や他人の評価を気にしないで自分自身の基準による達成感を志向しているのは**クラスターⅡ Myself Being**である。また、**クラスターⅤ Expanding World**も自分価値志向性をもつ。

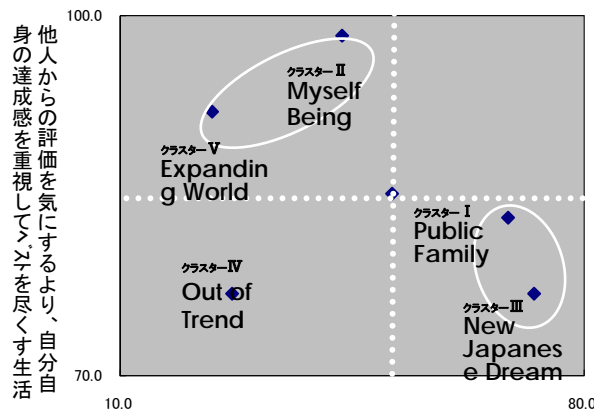
楽しみ志向 vs 独力志向

手に職や資格など自分自身の力を重視しようとする独力志向と業績を気にしないで楽しみながら仕事をするという楽しみ志向では、独力志向と楽しみ志向がともに高く、好きなことを自営業な形で気楽にやるような業績主義を否定した独力志向をもつのが**クラスターⅡ Myself Being**である。

そして、気楽さよりも成功を重視し、楽しみよりも業績を優先したなかで独力志向を持つのが **クラスターⅢ New Japanese Dream**である。

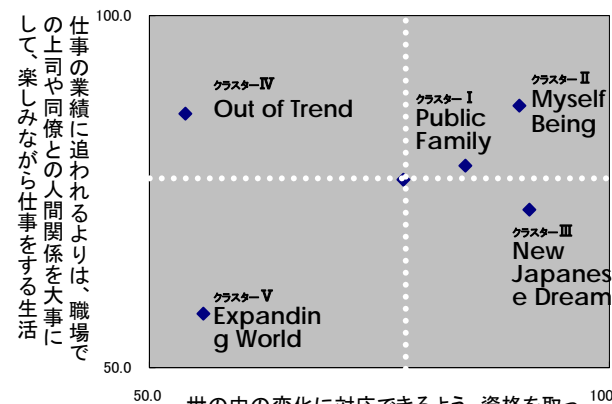
独力志向がなく、しかも同僚との人間関係を大事にし楽しみながら仕事をしようとしている温情的な会社を志向するのが**クラスターⅣ Out of Trend**である。そして、両方の志向性がとも低く、仕事への関心が全般的に低いのは**クラスターⅤ Expanding World**である。

起業・挑戦と自分基準



独立して事業を起したり店を始めるなど、自分の可能性にチャレンジすることに力を入れる生活

手に職・資格と非業績・楽しみ



世の中の変化に対応できるよう、資格を取ったり手に職をつけるなど、自分の力を高めることに重点を置く生活

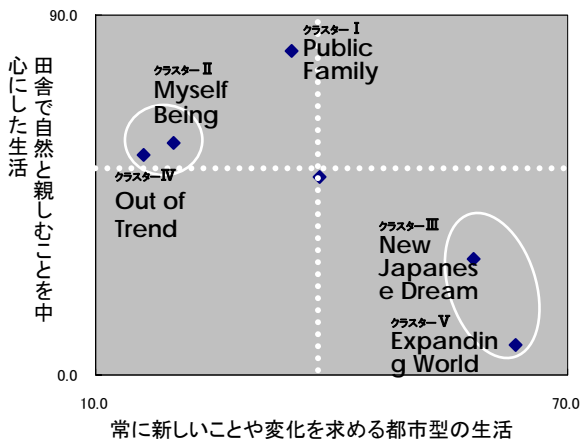
都市志向と田舎志向

変化する都市を志向するか、それとも自然と親しめる田舎を志向するかでクラスターは大きく2分される。

繰り返す時間の流れの中にある自然と親しめる田舎を志向するのはクラスターⅡ **Myself Being** とクラスターⅣ **Out of Trend** である。一方、変化する情報や文化が集積し加速する時間が流れる都市を志向するのはクラスターⅢ **New Japanese Dream** とクラスターⅤ **Expanding World** である。

クラスターⅠ **Public Family** は強く田舎を志向するが同時にある程度の都市志向を持つ。

変化する都市と自然の田舎

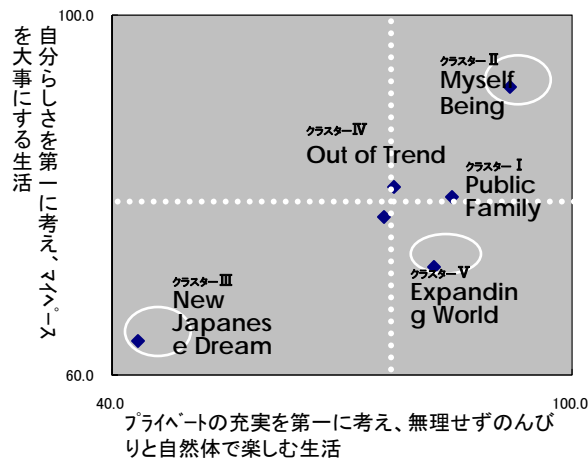


自分志向

プライベートの充実を優先し自然体でのんびりした生活への志向性はクラスターⅢ **New Japanese Dream** 以外のクラスターで高く、多くの人が志向している。

ただ、同じプライベート充実・自然体志向が強いクラスターでもクラスターⅡ **Myself Being** は自分らしさやマイペースという自分価値志向が強く、逆に、都市志向が強いクラスターⅤ **Expanding World** はプライベート志向は強いが、マイペースな自分価値志向は低い。

自然体と自分ペース



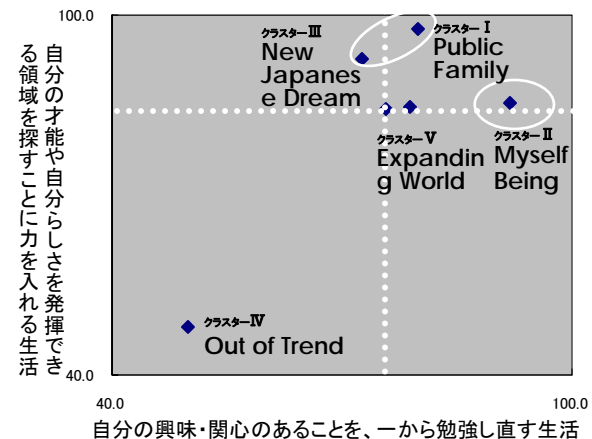
復活志向と未知志向

志向する領域やジャンルは自分が既に興味や関心を持ち、何らかの体験をしたことを勉強し直すという体験・復活志向なのか、それともいまままでに体験したことが無い未知の自分に合う領域やジャンルを求めるのか。

クラスターⅡ **Myself Being** はこれまでに体験したことや関心があったことの勉強し直し志向が強く、逆にクラスターⅢ **New Japanese Dream** は未知の世界の探索志向が強い。

また、クラスターⅣ **Out of Trend** をはいずれにも関心は低い。

勉強し直しと領域探索



1.3.2 家族意識の特性 — 子供・夫婦・人間関係 —

ここでは子どもや家族、人間関係に関わる変数を取りあげ、各クラスターの家族に関する価値意識の特徴を捉える。

<p>《子ども中心家族》を志向する クラスターⅠ Public Family</p>	<p>クラスターⅠ Public Familyは、家族でできるだけ多くの子どもを育てるという多子志向性が強いが、同時に一人の子どもを手間暇かけて育てるという少子志向も強い。他のクラスターの家族像での子どもの存在は薄弱で、このクラスターだけが子どもを中心とした家族イメージを持つ。</p>
<p>《自律家族》を志向する クラスターⅡ Myself Being</p>	<p>クラスターⅡ Myself Beingは子ども志向性は低いが、家族の幸せや家庭生活の充実を志向する。だが同時に、このクラスターは家族それぞれは自分のやりたいことをやるという個別志向も強く、自律した個人で作られた家族像を持つ。</p>
<p>《都市的關係》を志向する クラスターⅤ Expanding World クラスターⅢ New Japanese Dream</p>	<p>クラスターⅤ Expanding WorldとクラスターⅢ New Japanese Dreamは、子ども志向性も家族の幸せや家庭生活の充実の志向も低く、子どもや家族以外の他者への志向性が強い。新しい人と知り合ったり人間関係を広げることを志向する。</p>
<p>《孤立》する クラスターⅣ Out of Trend</p>	<p>クラスターⅣ Out of Trendは、子ども志向性も家族の幸せや家庭生活充実の志向も低く、また、新しい人と知り合ったり人間関係を広げることも志向していない。家族を含めた他者との関係を志向しないで、一人で楽しく暮らすことを求める。</p>

□ 子供志向 (&家族志向)



クラスターⅠ
Public Family

多子志向
&少子志向

子供
中心家族

□ 非子供志向 ⇒ 家族志向



クラスターⅡ
Myself Being

家族幸せ志向
&個別志向

自律家族

□ 非子供志向&非家族志向 ⇒ 他者志向



クラスターⅤ
Expanding World
クラスターⅢ
New Japanese
Dream

他者志向
&非地域志向

都市的關係

□ 非子供志向&非家族志向&非他者志向 ⇒ 個別志向

クラスターⅣ
Out of Trend

個別志向

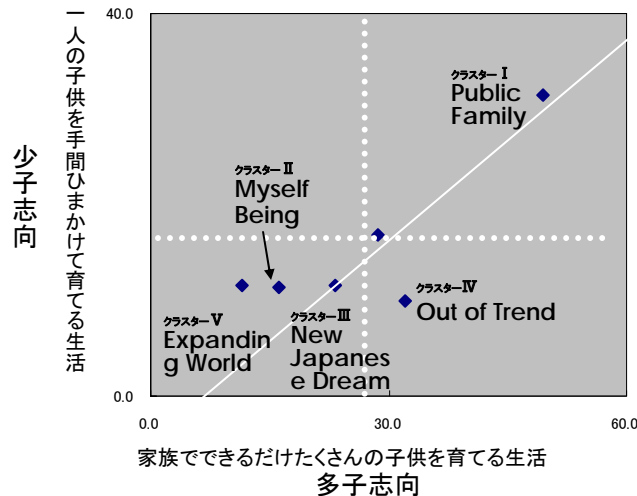
孤立

子ども志向は少数派

生活イメージに、多少に関わらず子どもを重視しているのは**クラスターⅠ Public Family**だけで、その他の4つのクラスターはいずれも子どもを中心とした生活を志向していない。

子どもに対する日本人の意識は「少ない子ども」かそれとも「たくさん子ども」という選択ではなく、多少に関わらず子どもを自分の将来の生活像の視野に入れるかどうかである。そして、将来の生活像の多くには、子どもは中心にはいない。

子供に関する志向性



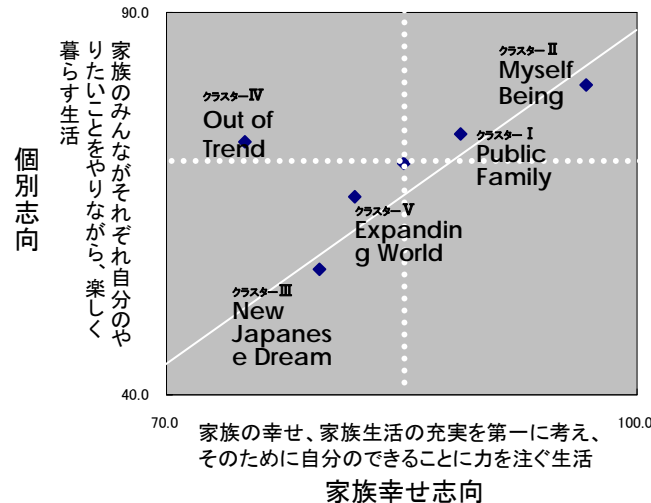
家族の幸せ志向と個別志向の両立

家族の幸せや家庭生活の充実を志向することは、必ずしも個人の生きがいややりたいことを犠牲にするわけではない。

家族の幸せ・家庭生活の充実志向と家族がそれぞれやりたいことをするという個別志向は相関関係にあり、**クラスターⅡ Myself Being**は、両方が共に高く、家族の幸せと個別志向を両立させている。

ただ、**クラスターⅣ Out of Trend**は家族の幸せ・家庭生活の充実志向が低く、家族がそれぞれやりたいことをするという個別志向だけが低い。このクラスターでは家族と個人は相反するものとなる。

家族に関する志向性



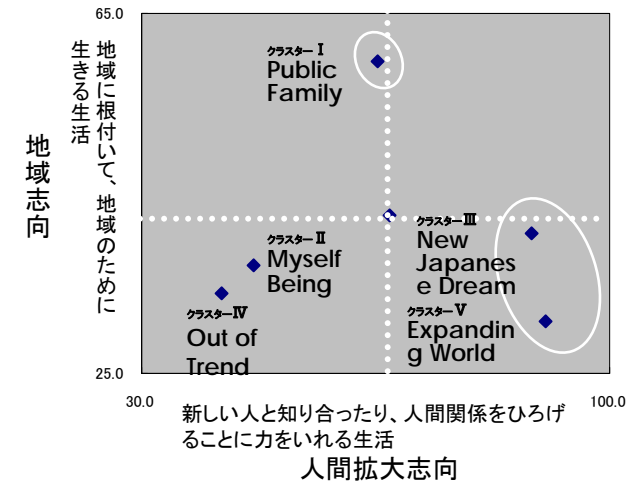
都市的な人間関係の志向

新しい人間関係や広い人間関係を志向することと地域に根付いて生活することは別の志向である。

新しく広い人間関係を志向する**クラスターⅤ Expanding World**と**クラスターⅢ New Japanese Dream**は、ともに地域志向が低い。幅広い関係を志向するがプライベートには立ち入らず深い付き合いをしない都市的な人間関係を求めていると言える。

地域志向が強い**クラスターⅠ Public Family**は、都市的な新しい人間関係や広い人間関係の志向性はほどほどである。

人間関係に関する志向性



1.4.1 生活イメージ・クラスターの生活と消費

5つのクラスターが、生活で関心を持つ商品やサービス、あるいは生活分野などは次のようになる。

クラスターⅠ

Public Family

関心がある商品はホームシアターやゲームソフト、それにアンティーク家具。サービスは語学を学んだり、楽器を習うこと。また、生活分野では友人との付き合いや社会に役立つ行動を志向する。

クラスターⅢ

New Japanese Dream

関心ある商品は携帯情報端末やDVDなどの情報機器で、サービスはインターネットでのショッピング。生活分野では株・土地などの財産や仕事の勉強などで、財産や自分自身の市場価値の向上に関心を持つ。

クラスターⅡ

Myself Being

関心ある商品やサービスはとくになく、せいぜい家庭用生ごみ処理機。生活分野では住まいの質や自由時間への関心が高く、ゆったりした空間と時間を志向する。また健康や体力の維持など体のケアも志向する。

クラスターⅣ

Out of Trend

関心ある商品は有機野菜や安全性の高い無添加食品。自分に関係が無い話題には関心がないという態度をもってのように、安心・安全性を志向しているのは、自分へのリスクを回避するためである。

クラスターⅤ

Expanding World

関心あるのは海外旅行やカルチャーセンター、語学を学ぶこと。生活分野ではファッションや食生活、友人との付き合いに関心がある。新しい動きや情報には敏感なアンテナをもち、採用や適応も早い。

1.4.2 生活イメージ・クラスターの生活と消費

クラスターの消費と生活の志向性の特性

※図中の言葉は、○商品、□サービス、◆分野、×態度のそれぞれで、各クラスターの全体との差が大きなベスト3、で、かつ5%以上の差があるもの。

