

第 13 回 (12/19) 現代社会学 2 : 消費文化と郊外社会 (前回の続き)

13. 郊外形成の社会的意味

cf. 「あすみが丘」 (千葉県) の平均購入者像

平均価格 : 5,200 万円 (土地 183 m²、建物 127 m²)

平均年齢 : 43 歳、年収 900 万円

夫婦と子どもの核家族世帯 7 割

平均家族人数 : 3.4 人

通勤先 : 7 割が東京

主婦の有職率 : 2 割弱

＊ 階層的均質性 : 上層のミドルクラス、夫婦と子どもからなる核家族世帯

- ① 異質性排除 e.g. パチンコ店建設反対運動
- ② 階級的排他性
- ③ ジェンダー不平等

14. 郊外社会 : 居住地域としての特性

- ① 住民の均質性 (社会階層)
- ② 住民 : 空間の消費者 (空間全体を支配しているモードを消費)
- ③ 理想的な都市計画 のもたらす歪み
(清潔・安全・便利・快適、緊密な空間設計)
快適性を求める欲望 「あれも欲しい、これも欲しい」

「共通の場」 (コミュニティ?) というものの不在

共同性の不在 (死を共有する場) と、小さな共同性 (家族) の実在

↓

- ④ 抽象的な共同性の感覚?

「…ここでは同じような生活パターンが供与され、それは共通しているのではないかという思うようになる。そして、共通性のなかにぼんやりとふたたび共同性のようなものが見えてくる。同じ共通の運命をここで生きているという共同性に転化していくわけです」 (内田隆三、若林編 2000:199)

- ⑤ 「個人」をベースとした共同性?

15. 郊外の「社会」

＊

「共同体（community）」から「集まり（gathering）」「群衆」へ
血縁や地縁から切り離された新しい生活、自由（互いに見知らぬ関係）
空間（地域）を共有してはいても、互いに孤立して生活

↓

-
-

＊ 移動性の高い生活（ベッドタウンの宿命）

① 移動資源としての電車、バス、車

通勤、通学（学区制のある小中学校以外）、娯楽や「ショッピング」のために都心へ出かける…

② メディア社会の新たな資源：携帯電話、メール、インターネット

↓

生活圈・活動圏を異にする人びと

家庭内の共同性も相対的に希薄（e.g. 家族成員それぞれの生活時間帯がバラバラ）

cf. 隣近所の人よりも、遠くに住んでいる人の方が身近で親しい

↓

必ずしもコミュニティをつくらないで移動を常態として暮らしている場所

（共同性そのものは不変）

16. 郊外社会における規範

「赤の他人」どうしが暮らす社会 ＝ 「世間」のない空間

↓

↓

規範の希薄化

-
-

「友達文明」「子ども中心社会」

- 親や教員（支配 - 被支配関係、上下関係）の権威凋落
- 抑圧的な態度をとって子供に反抗されるより、優しい大人を演じて子供の機嫌をとる方がラク
- 他人の子供を叱らない
- （地域社会によってではなく）ただ親だけによって育てられるようになった子ども

17. 地方社会における郊外化

＜かつての地方社会＞

- 限られた親密な人びとを中心とする共同体（「世間」）
- 商業・娯楽施設の数は限られる、夜間営業の店舗は少ない
- 限られた移動手段 → 個人が行動する時間・空間が狭い

↓

①

- フォーマルな人間関係のもとでの買い物行動
- 全国的に均質化された商品・サービス
- 生活スタイルの夜型化
- 深夜勤務・休日勤務の仕事生活（従業員関係者）

②

- 時間・空間の制約が薄れる
- 人間関係のパーソナル化（コミュニケーションをしているかどうかは当の参加者どうしにしかわからない）

③

- 1 家 1 台から 1 人 1 台へ
- 整備された道路網
- 移動手段のほとんどをマイカーに依存、公共交通機関利用されず
cf. 地方大学の学生生活の実情

↓

-
- 道路の横にも、田んぼの真ん中にも、家の中にも、いつでも匿名空間が出現する
-
- 消費（だけ）に傾斜した生活

18. 「ファスト風土化」

大都市圏だけでなく日本中のどんな田舎にも進出 → 日本人の生活から地域差が縮小

ファストフード：マクドナルド、モスバーガー、ケンタッキー、ミスタードーナツ…

ファミレス：すかいらーく、デニーズ、ロイヤルホスト、サイゼリヤ…

大型スーパー：ジャスコ、ダイエー、イトーヨーカドー、西友…

コンビニ

「ファスト風土化」 (三浦)

- 地方農村部の郊外化
- 中心市街地の没落
-
- (ファストフードに象徴されるような)

↓

日本全国の地方の生活が均質化。その地方の独自性、固有の性格が消失
昔からのコミュニティや街並みが崩壊
人びとの生活、家族のあり方、人間関係のあり方がことごとく変質

19. 「マイルド・ヤンキー」というライフスタイル

20. 引用・参考文献

- 倉沢進・浅川達人編、2004、『新編 東京圏の社会地図：1975-90』 東京大学出版会
小田光雄、1997、『＜郊外＞の誕生と死』 青弓社
宮台真司、1997、『まぼろしの郊外——成熟社会を生きる若者たちの行方』 朝日新聞社
三浦展、1999、『「家族」と「幸福」の戦後史——郊外の夢と現実』 講談社現代新書
三浦展、2004、『ファスト風土化する日本：郊外化とその病理』 洋泉社新書 y
若林幹夫ほか 2000、『「郊外」と現代社会』 青弓社、第 5 章
若林幹夫、2007、『郊外の社会学：現代を生きる形』 ちくま新書
原田曜平、2014、『ヤンキー経済 ——消費の主役、新保守層の正体』 幻冬舎新書
原田曜平、2016、『パリビ経済 ——パーティーピープルが市場を動かす』 新潮新書
東浩紀・北田暁大、2007、「青葉台から郊外を考える」『東京から考える： 格差・郊外・ナショナリズム』 NHK ブックス
布野修司、2006、「nLDK の誕生：近代日本の都市住宅事情」新谷尚紀・岩本通弥編『都市の暮らしの民俗学 3 都市の生活リズム』 吉川弘文館
上野千鶴子、2002、『家族を容れるハコ家族を超えるハコ』 平凡社
阿部謹也、1995、『「世間」とは何か』 講談社現代新書

以 上

【授業 HP】 <http://t-enomoto.la.coocan.jp/komajo/>



郊外の「社会」

郊外という問題

* 共同性の欠如

「共同体」から「集まり」「群衆」へ
血縁や地縁から切り離された新しい生活、自由
空間を共有してはいても、互いに孤立して生活



- 「赤の他人」どうしが、たまたま同じ地域で隣り
合わせに暮らす社会
- 地域の共同性が形成されにくい

* 移動性の高い生活 (ベッドタウンの宿命)

- ① 移動資源としての電車、バス、車
通勤、通学(学区制のある小中学校以外)、娯楽や「ショッピング」のために都心へ出かける…
- ② メディア社会の新たな資源：携帯電話、メール、インターネット

郊外の「社会」

- 空間の共有と、時間の共有との分離・不連続
- 「共有」感覚を成立させる空間・時間意識の改編
- （共同性そのものは不変）

郊外社会における規範

「赤の他人」どうしが暮らす社会 = 「世間」のない空間



「世間」の目を意識しない



規範の希薄化

- いつ、どこで、誰と、何を、どのようにしようが勝手
- 他人のことに口出ししない

地方社会における郊外化

- ① 郊外のショッピングセンター、深夜営業・24時間営業
- ② 携帯電話とインターネットの普及
- ③ マイカーの普及

地方社会における郊外化

- 人びとの人間関係に匿名性が加わる
- 道路の横にも、田んぼの真ん中にも、家の中にも、いつでも匿名空間が出現する
- 誰にも知られずに、いつでもどこでも誰とでも出会うことが可能に
- 消費(だけ)に傾斜した生活

「ファスト風土化」

(三浦展『ファスト風土化する日本』)

- 地方農村部の郊外化
- 中心市街地の没落
- 地域固有の歴史・伝統・価値観・生活様式をもったコミュニティが崩壊
- (ファストフードに象徴されるような) 全国一律の均質な生活環境が拡大

マイルドヤンキーというライフスタイル

- 地元志向、地元消費
 - 都心には行かない
 - ショッピング・モール、IKEA、コストコ...
- ツールとしてのクルマ
- 仲間意識
 - 小学・中学時代(校区内)つながり
- SNSつながり
- 上昇志向うすい