



クリスマス消費の変容に関する研究 : 構築主義的アプローチによる理解

木村, 純子

(Degree)

博士 (商学)

(Date of Degree)

2001-03-31

(Date of Publication)

2008-09-08

(Resource Type)

doctoral thesis

(Report Number)

甲2293

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/D1002293>

※ 当コンテンツは神戸大学の学術成果です。無断複製・不正使用等を禁じます。著作権法で認められている範囲内で、適切にご利用ください。



【53】

氏 名・(本 籍) 木村 純子 (大阪府)

博士の専攻分野の名称 博 士 (商 学)

学 位 記 番 号 博い第24号

学位授与の 要 件 学位規則第4条第1項該当

学位授与の 日 付 平成13年3月31日

【学位論文題目】

クリスマス消費の変容に関する研究

-構築主義的アプローチによる理解-

審 査 委 員

主査 教授 石井 淳蔵

教授 吉田 順一 教授 金井 壽宏

論文内容の要旨

本研究の目的は、クリスマス消費を研究テーマにして、＜実践＞概念を軸とする構築主義的アプローチに依拠しながら、クリスマス消費に関する因果関係的な把握を計る従来の研究を批判的に再検討することである。

クリスマス消費に関しては、すでに多くの研究が試みられている。しかし、そのほとんどは、特定要因にその原因を還元して理解する分析枠組みに依拠するものである。その議論の限界を明らかにしつつ、＜実践＞概念を中心とする構築主義的アプローチを用いて、消費と消費を支えるとされる価値観やルールとの関係を理解するための分析枠組みを提案することを試みる。本論文が依拠する構築主義的アプローチとは、人類学、言語学、そして社会学において、最近注目されているアプローチである。それは、従来の研究がもっぱら「場がそこで行われる行為を一方向的に制約する」ことを前提としたのに対抗し、「主体が自ら現実を構築する＜場＞を作り出す」という新しいコンテクスト観を提唱するものである。

以上の目的と方法論をベースに、クリスマス消費と共有される信念との関係を明らかにする。本論文各章の構成は以下の通りである。

第1章では、これまでのクリスマス消費の研究を整理し批判的に検討することにより、クリスマスの信念が、歴史的・空間的・社会的作用の中で共有されるプロセス、つまり、その形成と変容を説明するためのモデルを提唱する。第2章では、方法論としての構築主義的アプローチが説明される。アプローチの概要を説明しつつ、その射程と有効性が論じられる。第3章は、クリスマス消費のいわゆる常識的歴史観を概観し、その限界を指摘する。第4章は、本研究の視点と枠組みに従い、クリスマスの共有される信念を捉え直す。具体的な事例を取り上げ、クリスマスの共有される信念がどのように変容するのか、そこに人々はどのように関わるのか、どのような力がはたらくのかを描き出す。それを通じて、＜実践＞概念の有効性が確認される。終章は、本研究の議論をまとめ、理論的含意に言及しながら本研究の貢献を明らかにし、今後の課題を整理する。

以上の分析から明らかにされた発見物は、以下の3点に整理できる。第1。既存のクリスマス研究においては、クリスマス消費をある特定の価値観によって規定されるものとして捉えられていることを明らかにしたこと。第2。クリスマス消費は、社会の構造やクリスマス消費に内在する機能によって、その生成要因を説明できると考えられてきたが、既存の伝統的アプローチを検討したところ、それらは時間を切り取った上のアド・ホックな説明でしかなく、クリスマス消費の変容を説明できるものではないことを明らかにしたこと。そして第3。クリスマス消費を支えている共有される信念は、クリスマス消費の外部にある実体ではな

く、クリスマス消費の＜実践＞が入れ替わり立ち代りすることで中味を換えながら継続しているプロセスとして捉えられることを明らかにしたこと、である。

本論文の結論は、以下のとおりである。クリスマス消費と共有される信念との関係を互いが互いを根拠として存在する相互参照的關係として捉え、共有される信念がクリスマス消費の外部にはなく、かといってクリスマス消費の内部にあらかじめ存在しているのでもなく、＜実践＞の内に構築されるプロセスであることを主張する。言い換えると、クリスマス消費は、そうすることの目的がそうすること自体にあり、自らが変容を可能とする「自己目的的」活動であることを明らかにする。クリスマス消費を規定する外部はないことを主張するこの結論は、これまでの何ものかが消費を一方的に規定するという従来の消費の捉え方を相対化するものである。

論文審査の結果の要旨

本研究の理論的意図は、自己目的的活動としての消費概念を取りあげ、従来の消費概念における還元論的性格を克服し、マーケティングと消費とのダイナミックな関係を把握するための枠組みを明らかにしようとするものである。

本研究の重要な貢献点は、以下の3点に整理できる。

第1に、提案される自己目的的活動としての消費概念は、プロセスとしての<実践>という枠組みによって、すなわち「無限の変化に開かれるプロセス」と「内部からのあらたな正当性の生成」という理論的枠組みによって、マーケティングと消費とのダイナミックな関係を理解する重要な手がかりを与えること。

第2に、マーケティング研究分野では先駆的な試みとして構築主義アプローチの妥当性を確認すると共にそれを採用し、正当性それ自体が内部で能動的に構築される消費プロセスの解明という動態的消費理解の可能性を開いたこと。

第3に、クリスマス消費に関する圧倒的な量の資史料を内外から精力的に収集し整理したことで、今後の追試や理論発展に貢献するだろうことである。

しかし、問題点もないわけではない。第1は、消費分析に向ける理論課題に関係する。本研究は、研究対象を歴史的・空間的・社会的作用から切り取ったわけではないが、あくまでもクリスマス消費という1つの消費機会に限定した議論であった。個々の実践から共有される信念へといたる道筋を示したとはいえ、まだ細い道でしかない。したがって、本研究の理論的適応性を他の現象において確認しない限り、クリスマス消費という特殊性を前提とした理論ではないのかという批判をはねのけることはできない。第2に、方法論的課題がある。構築主義的アプローチは各研究分野で広まりはしているが、その流れは多様でしかも確固たる手続きは不在であることも指摘されている。その点で、自らの方法論的立場を鮮明にすると共に、自らの分析手続きの正当性を論じる必要がある。

問題点は残されるとはいえ、それは本研究の成果がなければ見えてこない問題点であったという点で、本研究の功績を貶めるものではないことは明らかである。

以上の理由から、審査委員は、本論文の著者が、博士（商学）の学位を授与されるに十分な資質をもつものと判断する。

平成13年3月7日

審査委員 主査 教授 石井淳蔵
教授 吉田順一
教授 金井壽宏