View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk brought to you by CORE

学苑・近代文化研究所紀要　No. 923　1～14（2017・9）

1970 年代以降の日本社会（5）

――社会的事例を中心に――

西　脇　和　彦

The Society of Japan since the 1970's (5)
—What the Social Phenomena Tell Us—

Kazuhiko Nishiwaki

Abstract

The purpose of this paper is to examine sociologically the society of Japan since the 1970s. Inspired by Zygmunt Bauman's characterization of what he called "liquid modernity," the author describes the post-70s era as being in the 2nd Stage of Modernity. The features of the era among advanced nations are thought to be individualization, diversification, and higher value-added industries.

Using as his source materials newspaper articles and advertisements from the 70s and 80s the author attempted to determine whether these features characterized the era. The pages of the Asahi, Mainichi and Yomiuri newspapers provided evidence of these features, and also of another phenomenon: a sort of contradiction between what people were thought to want and what they actually welcomed. One example is the phenomenon of family stability being acquired in the absence of a family member who works apart from the family. Another example is children becoming less interested in the sweets they were thought to desire than the "free" toys included with those sweets. Thus, mass decomposition happened (as can be seen in coinages such as *bunshu* or *shoshu*). Also, nuclear fission families increased, and higher value-added products became more common. The author concludes that the 70s and 80s were the dawn of Japanese people's diversification and also the time when feeling displaced reason as the source of behavioral standards.

Key words: *newspaper article*（新聞記事），*individualization*（個人化），*diversification*（多様化），*higher value-added industry*（高度付加価値的な産業），*nuclear fission family*（核分裂家族）

1. はじめに

筆者は拙稿「1970 年代以降の日本社会（1～4）」（『学苑』昭和女子大学近代文化研究所，No. 829，865，881，922，2009 年～2017 年）において，日本の社会が 70 年代以降，戦後近代化の第 2 ステージに入ったこと，多様化・個人化がその顕著な特徴であることを指摘してきた。本稿では先進国に共通とされるこれらの特徴が，わが国では具体的にどのような様相を示したかを検証し，社会のトレンドを抽象的に列挙するだけではなく，現実の生活にみられる現象として確認する。通常は意識していないが半ば常識化されている現象も，社会学的に考察すると，可視化され，one of them（選択肢の一つ）として再認識することができる。「所変われば品変わる」の卑近な例で考える。

観光バスには各号車ナンバーがフロントガラス上部に貼付されている。関東ではバスが隊列を組んで走行する場合，1号車から順に走行することが多く，最後尾にはその号車番号のほか，㊺シールが貼付される。これに対して関西では，号車番号の大きい方からスタートし，最後尾が1号車となる。1号車は最後尾と決まっているから，㊺シールは使用しない。両者は，カウントアップとカウントダウン，真逆の方式である。隊列自体よりも，周囲との関係性を考えるとき，それは有意味的となる。例えば，その隊列とすれ違うドライバー，あるいは，パーキングの誘導係からみれば，カウントダウン方式が一見して全体を把握しやすく，対応しやすい。逆転の発想は思考の幅を拡げ，次のステップを導く契機となる。

これは一例にすぎないが，一つのことに固執するのではなく，one of them の思考とそれに基づいた社会的行為が不可避となると筆者は考える。通俗的にいうと，マンネリズムから脱却すると，私たちの視野が拡大する。本稿では Zygmunt Bauman（1925-2017）が論じたリキッド・モダニティ（liquid modernity）といわれる第2ステージに不可欠な柔軟な発想を追体験する。

2. 大衆の分解

中世から解放された近代人は，封建的遺制に縛られることなく，個性豊かな人間性（近代的自我）を希求するはずであった。しかし，大量生産・大量消費社会は豊かな社会をもたらしはしたが，実際には画一的，他人指向型の大衆を大量に発生させた（David Riesman. *The Lonely Crowd.* Yale University Press, 1961.『孤独な群衆』加藤秀俊訳，1964年，第1刷)。しかもその大衆が，1970年代後半から分解しはじめ，いわゆる近代の第2ステージを現出させた。経済的には，少品種大量生産から多品種少量生産へ，政治的には，自由民主党の圧倒的優位から多党化や支持政党をもたない無党派層の増大へ，社会的には，サービス化社会の拡大やニーズの多様化といった変容をもたらした。

音楽バンドでも，メンバー内有志での活動やソロ活動が適時行われ，最後にはバンドが解散し，純然たる個人活動になる。あるいは同一嗜好の仲間と新バンドを結成する。受け手側においても，各人の嗜好するジャンルへの分解が促進された。全世代に共有され記憶されるようなヒット曲が誕生しにくくなった背景には，このような送り手・受け手双方の分解や多様化がある。1970年に始まった日本歌謡大賞が93年をもって終了したことも，大衆の嗜好やメディアの多様化の反映と考えられる。一方現在でもなお継続はしているものの，年末のNHK紅白歌合戦や日本レコード大賞もかつてほどのパワーが感じられない。

また家庭でも個室化が顕著となり，ライフサイクルの相違も相乗し，家人同士が顔を合わせない，ホテル化した家族，すれ違い家族が日常化した（小此木啓吾『家庭のない家族の時代』「第二章家庭の中の山アラシ・ジレンマ」〈ホテル家族〉，ABC出版，1983年，第1刷，集英社文庫，1986年)。夕食のあと，各々が自分の部屋に戻りながらも，同一のテレビ番組を視聴していたという「孤視」のエピソードを聞いたことがあるが，時を同じくして，「核分裂家族」「個食」「孤食」という用語も流布しだした。以下，摘記してその例を示す。

> 夫と妻と子供達だけで独占的，排他的に結びついていた「核家族の時代」はすぎ，親族や友人などに開かれた新しい家族
>
> サービス経済社会に適応する家族（菅原眞理子『新・家族の時代』中公新書，1987年　pp. 8-9）

上述の家族の状況は，まさに「核分裂家族」であろう。

（略）家族の食卓のあり方も大きく変化した。1980 年代に指摘された家族内での子どもの〈孤食〉（一人食べ）や家族の〈個食〉（同席しながら各自，別種の料理を食べる）もその特徴の一つとして挙げられる（比較家族史学会編『現代家族ペディア』弘文堂，2015 年，p. 58 古家晴美 担当）。

このように大衆が細分化される過程が進行している。これらはマスコミュニケーションやマスソサエティと総括的に使用できる第 1 ステージではなく，第 2 ステージの事象といえる。この過程に，「核分裂家族」「個食」「孤食」と称されるタームも位置づけられる。別言するならば，集団に帰属しているはずの人間が，次第にその帰属性から遊離していく，あるいは，集団性が弱体化していくプロセスにほかならない。パースナル化による集団帰属性の弱体化，その範囲の狭小化，他者存在感の希薄化，これらを特徴とする生活世界を「みんなぼっちの世界」と捉えることができる（富田英典・藤村正之 編『みんなぼっちの世界』恒星社厚生閣，1999 年）。

現代の若者たちが示す＜みんなぼっち＞という行動様式には 2 つの側面があろう。コミュニケーションを一定程度良好にとることができる，あるまとまりがあるのだが，そのまとまりの外とはうまくいかないし，うまくいかせようともしない。しかも，そのようにコミュニケーションをうまくとれる内部の範囲が狭くなってきていることもつけ加えなければならない。コミュニケーションを円滑に進められる内部とそうではない外部をもつということ自身は，いつでもどこでも，どの世代にとってもあることだろうが，その内部の範囲が狭くなってきていることに現代的な特徴があるといえる（同書，p. 6）。

女性雑誌の世界でも，専業主婦向けから働く女性向けへのシフトが生じた。細分化された事情が次のように述べられている。

女性誌は「個」の時代　少量生産，少量販売で
（略）この春に七誌が創刊されるが，いずれも読者を絞り込んだ編集方針で，独自のカラーを出している。働く女性の増加などで読者が多様化したことと情報過剰が相まって，ニーズに合わせた情報整理が進んできたからだ。（略）専業主婦を対象とした「婦人生活」が一昨年，「婦人倶楽部」がこの三月号で廃刊になるのも象徴的だ。（毎日新聞，1988. 3. 2 付　抜粋）

大衆が細分化されることによりそれまでのワンパターンが解体された。次に，大衆の分解した姿を「分衆」と捉えた『「分衆」の誕生』（博報堂生活総合研究所編，日本経済新聞社，1985 年）を手がかりに，この細分化の過程を考察する。

3.「分衆」と「少衆」の誕生

当時大手広告代理店電通の PR 局長であった藤岡和賀夫は「少衆論」を展開し，（『さよなら，大衆。』PHP 研究所，1984 年），一方博報堂は「分衆」概念を創出した。両者とも意味的には同一の概念である。そもそもの発端は，「大流行・大ヒットの減少，万人受け商品の衰退，特定ニーズに応えた商品の健闘，消費行動の二極化など，いずれも「ポスト大衆社会」へと，時代が転換しつつあることを示している」ことにあった（『「分衆」の誕生』p. 1）。大衆現象の末期，飽和状態が，「分衆」の出現と軌を一にする。筆者は，主として量的充足がテーマの時代を近代の第 1 ステージ，量的充足よりも質的

充足をテーマとする時代を第２ステージと諒解しているが，「分衆」は後者に属するタームと考えている。したがって，前者が金太郎飴的画一性を志向するのに対し，後者はアンチ画一性＝異質性を志向する。この経緯を同書では次のように説明する。

> 大衆王朝といったものを想定するならば，いまや，その全盛期は過ぎ去り，崩壊の過程にある。画一性を特徴とする大衆は，差異性を軸にうごめく細分化された人々へと分化してしまった。私たちは，こうした状況を「分割された大衆」ということで，「分衆」と呼んでいる（同書，p. 3）。

> 均質的な大衆社会は，次第に崩壊し，個性的，多様的な価値観を尊ぶ個別な集団が生まれつつあった。「分衆」社会の出現である（同書，p. 30）。

> 要するに，ある人にとっては，非常に価値のあるもの，言い換えれば，別の人にとっては全く意味をもたないものが，単発的に，短期的にヒットしているというのが，分衆社会におけるヒットの特徴ということだろう（同書，p. 184）。

同書では「分衆」現象について，次のような特徴的な項目を立てている。

> 差異化がテーマになる　生活目標は，人それぞれ違う　多品種を少量ずつつくる社会だ
> 「他人並み」から「自分並み」へ（同書，目次から）

これらは，飽和状態における多様性の特徴，すなわち，近代の第２ステージのそれにほかならない。先に紹介した藤岡の『さよなら，大衆。』でも事情は同様で，個人化が進行した現象を「少衆」とネーミングし，次のように述べる。

> 以前は隣が買ったからうちも買おうとか，みんなが買ったから自分も買おうといったのが，いまはまるで逆になりました。みんなが買うなら自分はいやだと，流行しているなら自分はいやだと（同書，p. 19）。

> 同じ物はいやだ。自分の好みを生かしたい。自分の個性を表現したい。これは感性欲求の基本です。また，そうした感性欲求を押し殺すほどの社会的障壁も倫理的障壁も極端に減ってきた（同書，p. 47）。

> この波が社会現象として私たちの目の前に現わしている姿といったら，目下のところ，大衆化時代に私たちが作り出したもろもろの現象をひとつひとつ裏返しにする営みにしか過ぎません（同書，p. 41）。

なお，当初「少衆論」が批判的に捉えられたことに対し，藤岡は，新聞紙上で次のようにコメントする。

> 「少衆論」の波紋に答える
> 感性世代の新しい波を直視　成熟社会に必ずインパクト
> （略）「大衆」という言葉だけでは社会現象の理解が進まないという企業の痛切な現場感覚の上で，「少衆化」を提示した。
> そのインパクトのひとつが「感性化」であり，「感性化」は「少衆化」を促すというのが私の見方である。
> クリエイターやアーティストたちは，私の知る限り，「感性化」や「少衆化」は当然のこととして仕事をしているように見える。ただ言挙げしないだけだと思うがどうだろう。（朝日新聞，1985. 12. 19 付夕刊　抜粋）

「分衆」や「少衆」は，近代の第２ステージを考察するうえで適切なキーワーズであったと筆者は考えている。以下では，さらにこれらの社会的事例を考察する。

4. 1975年の事例から

作家の林真理子は『the Chronicle―ザ・クロニクル戦後日本の70年―7 1975-79 価値観の転換』（共同通信社，2015年）の「巻頭言」で当時を振り返り，こう述べている。

> 私を縛りつけていた古くさいものが，じわじわと壊れていくのを感じていた。しかしまだうまく表現出来てはいない。私も世の中も（同書，p. 3）。

書名にある「価値観の転換」を視座とし，記憶に残る事象を想起すると，その嚆矢に当たるのが，ハウス食品のCM内の台詞「わたしつくる人，ボク食べる人」に対する女性団体からのクレームであった。その理由は，男女の役割固定化を危惧するものであったが，国際婦人年の1975年を価値観のターニングポイントとみなすことができる。同社は結局このCMを２か月ほど放映したが，その後中止した。その経緯を新聞記事にみる。

> 「私たちやめさせる人」女性の気勢に　「作る人」「食べる人」CM中止決める
>
> （略）「国際婦人年をきっかけとして行動を起こす女たちの会」から「女性差別」だと抗議を受けていたハウス食品工業会社（略）は，問題のコマーシャルを今月いっぱいで中止することを決めた。
>
> （略）同会から「女性差別につながるコマーシャルなので，すぐに中止して。もしやめなければ，しかるべき手を打つ」と抗議されていた。
>
> 中止の理由について同社では「女性差別かどうかの結論はさておいて，世間の話題となり，消費者たちの声を無視できないから」といい，結果的には，会社側が〝降伏〟した形になった。（読売新聞，1975. 10. 28付夕刊　抜粋）

時すでに高度経済成長が終焉し，低成長の時代を迎えていた。日本の社会は第３次産業中心へとシフトし（表１参照），女性就業者が増加する時代となった。また，転勤や単身赴任も増加するなか，必然的に従来の役割分担パターンでは対応しきれず，パターンの修整が要求されることになった。

表１　産業別就業者数の推移 構成比（%）

西暦年	第１次産業	第２次産業	第３次産業
1970	19	34	47
1975	14	34	52
1980	11	34	55
1985	9	33	57
1990	7	33	59
1995	6	32	62

総務省統計局の国勢調査2005年「Ⅲ　変化する産業・職業構造」表3-1のデータをもとに筆者作成。（http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/sokuhou/03.htm）合計が100%にならない年次もある。

筆者は，このCM放映中止は近代の第２ステージの幕開けの典型的事象であったと考えている。暗黙の了解事項であった性的役割分担が俎上に載せられたのである。現在であれば，家事労働は多様な役割分担の一例，one of themとして理解することができるが，ジェンダー的には男女を問わず，先ず最低限の自活が要請され，その後，臨機応変な役割分担が要請されるようになった。ここにあらわれた柔軟な対応こそ時代にとって不可欠な選択であり，リキッド・モダニティといわれる理由もここにある。

こうした事象を先がけとし，その特徴はこの後次第に顕著となっていく。

5. 1980年の事例から

高度経済成長が終焉したにもかかわらず教育熱は高まる一方で，高等教育への進学は大衆化の段階にシフトした（表2参照）。親世代は，子世代に自分たち以上の学歴を付与したいと思念する。小此木啓吾を嚆矢とし，数々のモラトリアム論が台頭したが，「早く一人前になる」あるいは「大人になる」ことは先延ばしにされ，あるいは，忌避されるようになった。子どもは，将来の労働予備軍から，消費的な存在のみに転化し，その程度もより深化した。

表2　大学・短大への進学率（%）

西暦年	大学（4大）	短期大学	合計
1970	17.1	6.5	23.6
1975	27.2	11.2	38.4
1980	26.1	11.3	37.4
1985	26.5	11.1	37.6
1990	24.6	11.7	36.3
1995	32.1	13.1	45.2

国民生活白書（平成19年版，内閣府編，2007年）p. 257（5）教育 ①就学率・進学率の推移のデータをもとに筆者作成。

このような状況下で人々に衝撃を与えたのが，金属バット事件（1980年11月29日）であった。進学をめぐる両親と息子との不和や葛藤が主因となり，息子が両親を金属バットで撲殺した悲惨な事件であった。外見的には裕福で成功者一家にみえた家庭に起こった残虐な犯罪行為であるだけに，その意外性が周囲を驚かせた。それまでは，家庭で生じる事件の主因は経済的貧困によると人々は考え，したがって事件の捜査は，当初生活苦の人物が対象となった。犯行の原因として，貧乏や生活苦を多くの人が暗黙の前提（先入観）としていただけに，虚を衝かれた感があった。豊かさを目標とする第1ステージからは想定外の事象であった。（典型的な極貧が主因と考えられる第1ステージの凶悪事件は，1968年に社会を震撼させた連続射殺魔N事件であった。）

しかし，この豊かさが意味するものが物的なそれであったことに気づくのは，第2ステージに移行したからこそであった。

金属バット事件の経過を当時の新聞報道で確認する。

> 高級住宅地で夫婦惨殺
>
> 二十九日朝，川崎市高津区の住宅街で一流会社の支店長夫婦が就寝中に鈍器のようなもので殴られ，殺される事件があった。室内のタンスなどが荒らされており，神奈川県警捜査一課と高津署は強盗殺人事件の疑いがこいとみて緊急配備，捜査にのり出した。
>
> （略）現場は東急・田園都市線宮前平駅の北三百メートルほどで，一昨年地価上昇率が全国一となって話題になった高級住宅街。東急が土地を分譲，数年前からしょうしゃな住宅が立ち並び，一戸一億円程度といわれる。（朝日新聞，1980.11.29付夕刊　抜粋）

ところが，同居していた次男が犯行を自供するに及び，周囲には驚きの反応が生じた。

> 川崎の両親惨殺　孤独な次男「ひけ目」暴発　入試に敗れ落差感　エリート家族内で屈折
>
> 二浪中の次男が犯人だった。（略）受験戦争のゆがみ，家庭内暴力問題といった今日の日本が抱える病理をさらにどぎつく世間に露出してみせたといえそうだ。
>
> （略）高級住宅街のエリート家庭に突然起こった悲劇。庶民から見ればうらやましいほどの環境からは，理解しにくい犯行だ。（朝日新聞，1980.12.1付　抜粋）

ここでは事件を「日本が抱える病理」の露出と見る一方，渦中の家庭は「庶民から見ればうらやましいほどの環境」にあり，周囲には問題があるとは想像がつかず，次男の犯行は「理解しにくい犯行」であるとしている。これは明らかに第 1 ステージからみてのコメントである。

引用した新聞記事の言説は，幸せを絵にかいたような家族でどうしてこのような事件が生じたのか，不思議でならないというニュアンスに満ちている。第 1 ステージが目標としてきた幸福な近代家族，その成功者とみえる高学歴エリート社員の家庭で，一体何があったのか。いみじくも三浦展が『「家族」と「幸福」の戦後史』（講談社現代新書，1999 年）で剔抉したマイホーム神話がその正体であった。第 2 ステージからすれば，集団維持に不可欠な instrumental（道具的）な役割と expressive（感情表出的）な役割のバランスの悪さが，メンバーにも集団にも見出せるが，核家族が理想形であった当時からすれば，核家族がさらに「核分裂家族」に細分化するとは想像もできないことであった。ちなみに，「核分裂家族」が指摘されるのは，金属バット事件の数年後である（たとえば森田芳光監督『家族ゲーム』（1983 年，原作: 本間洋平『家族ゲーム』）父親役の台詞にも金属バット事件の話が登場する）。

記事の前提にある家族観が第 1 ステージの近代家族であることは明白で，コミュニケーションがよくとれ，一緒に過ごすことや一家団らんを重視していることは，次の記述からも読み取れる。

> 二十歳の≪狂気≫　両親殺害事件
> 郷里が遠のいた夫婦　息子の受験失敗気にし
> （略）見合いをきっかけに急速に恋愛，結婚に発展した二人の仲は，やがて冷えきった関係になっていった。
> （略）「一家四人で談笑する光景は，あまりみられなかった」と隣人。子も，父も孤独だったようにみえる。
> （朝日新聞，1980.12.6 付　抜粋）

第 2 ステージの現在からすれば，夫婦とはいえ個人化が進行し，一心同体では必ずしもなく，浪人生活やモラトリアムを社会が許容するに至って，この記事言説にそれ程の違和感は覚えない。住宅事情や経済状況もかなり向上している。豊かさは，個人化を促進する。しかし，1980 年当時からすれば，この事件を第 1 ステージ側から捉えるか，あるいは，第 2 ステージ側から捉えるか，まだ判然としないところがあった。

> 検証 両親殺し
> 恵まれた家庭　その陰の「もろさ」が…
> （略）高学歴の両親，経済的な余裕。子育てに献身的な母親はしつけもなおざりにはしていない。むしろ，多くの人が理想として願っているような家庭である。それにもかかわらず，これ以上考えようもない悲劇が起きた。「にもかかわらず」なのか「それだからこそ」なのか――いずれにせよ，私たち自身が，この悲劇のいく分かを〝共有〟していることを認めないわけにはいかない。（毎日新聞，1980.12.27 付　抜粋）

「それだからこそ」の第 2 ステージに生きる私たちは，社会現象の観察者であるだけでなく，当事者として，自分にも関わりがあるものとして認識する必要がある。社会的存在としての人間は客体だけではなく，主体としても理解する必要がある。もはや，対岸の火事では済まされないのである。

6. 1980年代のキーワーズから

次に80年代に流布した<キーワーズ>を取り上げ，第2ステージとの関連を考察する。温度差はあるにしても，現代人が社会生活のなかで実際に影響を受け，反応している進行形の現象である。

<クリスタル族>

1980年度の文藝賞を受賞した田中康夫の『なんとなく，クリスタル』（河出書房新社，1981年）は，小説の本文に442項目もの注釈が付加され，その多くが衣食住や人名と地名の説明となっている。別言すると，ブランドやキャラクターの解説集とも読める。これらを志向する人々を「クリスタル族」と呼ぶようになったが，当初はこの作品にも「クリスタル族」にも若干の揶揄的，批判的ニュアンスがあった。しかし，現在ではそれらは払拭され享受されている。第2ステージは，高度付加価値の時代である。このタームは，ブランドというシンボルを顕在化させ，気分という情緒的要素が特に，高度消費社会では看過できない必須の要件となることを私たちに示した。

> 記者の目
> 「なんとなく，クリスタル」な新入社員考　なんといっても，苦離子タル
> （略）かつての貧乏時代，モーレツに働き，豊かになっても止まらない世代が，あたかも昆虫の変態のように，豊かさに倦（う）む世代を生み出しているのは皮肉なことである。しかし，その問題は基本的にはいつの時代にもある〝揺れ現象〟と割り切って理解していいのではないか。バランス回復の努力が必要となる。
> （毎日新聞，1981.5.9付　抜粋）

第1ステージがあってこその，あるいは，第1ステージが生み出した「クリスタル族」といえる。田中も文庫版「著者ノート」で次のように述べている。

> 豊かな日本に育ってきた世代が，気分よく暮らすことを，生活のメジャーにしている現象を描いている小説（略）僕が，そうした小説を書いてみよう，感覚で行動する世代が登場していることを（田中康夫『なんとなく，クリスタル』「著者ノート 「なんとなく，クリスタル」を書いた頃」河出文庫，1983年，p. 230）。

<温水洗浄便座>

「おしりだって，洗ってほしい」（TOTO 1982年）のテレビCMが茶の間に流れたときは，かなりの衝撃を受けた。なぜなら憚られるものが公衆の面前に堂々と登場したこと，拭くという概念に対して洗浄するという概念を提起したこと，温水がコントロールできること，これらがその理由と考えられ，トイレに付随するネガティヴなイメージを刷新，清潔でポジティヴなそれに変えてしまった。そこには価値観の逆転が複数仕組まれていた。筆者は本稿を書くなかで，日本で働くロシア人が，母国へのお土産に温水洗浄便座を選ぶシーンをテレビで視聴する機会があった（TBS「メイドインジャパン」2017年1月4日)。これはクールジャパンの好例といえる。また，この清潔志向は除菌・抗菌へとつながり，便座クリーナーや各種消臭剤も含めた清潔志向は現在までも継続する高度付加価値の一つとなっている。

新聞に掲載された当時のコピーは以下の通りである。

> 毎朝，顔を洗うでしょ。／紙で拭く人っていないよね。どうして。／紙じゃ，きれいにならないものね。／

おしりだって，洗ってほしい。

◎洗う，乾かす，暖める。3つの機能をICが管理。（中略）スイッチひとつで，38℃の洗浄水と50℃の温風で，おしりを洗い乾かします。（読売新聞，1982.10.23付　抜粋）

第2ステージの特徴は，第1ステージと主客が逆転するところにある。これまでも「〇〇のおまけ」はあったが，おまけはおまけ，〇〇があくまで主役であった。しかし，第2ステージではこの関係は逆転する。高度な付加価値が当初のオリジナルを規定してしまう。人間の感性を刺激する付加価値が関心を集め重視されるようになると，この逆転現象も必然となる。sub（副）であったurbia（都市）がsuburbia（郊外）のポジションや評価を獲得したように，付加価値の増殖は高度付加価値の充満につながり，質的に転化をもたらす。したがって，第1ステージの論理や文脈が機能不全を生じたかのような社会現象が第2ステージで誕生する。その事例にはこと欠かない。しかし，まだ高度付加価値それ自体が独り歩きをする段階ではなく，あくまで第1ステージのオリジナルにも訴求力が残存し，初期差異化の時代といえる。それを表出するキーワードには以下のようなものがある。（項目名に続く←は，それまでの慣習や生活様式を示す。）

＜マタニティ・ウエディングドレス＞　←妊娠は結婚後

結婚式用マタニティーいかが!!　東京の百貨店 反響は好意的

身重の花嫁のためのウエディングドレスが，都内のデパートで初めて売り出された。ひと昔ならずとも，最近まで周囲から冷ややかな目で見られていた花嫁の妊娠。しかし，そんな受け取り方も，急速に進む女性たちの「意識革命」の前に色あせてしまったらしい。買い手はまだ現れないものの，お客の反応はおおむね好意的で，「早すぎるのでは」とのデパート側の心配を吹き飛ばした。（朝日新聞，1980.12.15付夕刊　抜粋）

マタニティ・ウエディングドレスの発表により，その順序が可変であることが明示され，「妊娠・出産は結婚してからのこと」と考えている人々の共通理解は，もろくも瓦解した。量の増大が質を変容させた典型例といえる。社会的規範に囚われることなく，自己の感性を優先にすること，つまり自己再帰が特徴の第2ステージでは少しも「体裁の悪い」ことではなく，そもそも社会のなかで禁欲的道徳観は影を潜めてしまった。社会の規制，ルールが弛緩したとみるのが，第1ステージ側であるが，「自由にすれば…」が第2ステージ側の論理である。

さらに，初婚年齢の上昇に伴い，「㊢（マル高）」や「恥かきっ子」が死語となったが，固定観念がもたらす危うさを考慮するとき，多様性や選択肢が増えることは，第2ステージの評価すべき点かもしれない。

＜東京ディズニーランド開園＞　←遊園地

おとぎの国本番　人気者お出迎え

東京ディズニーランドは，東京の都心から約十キロ，江戸川の河口にある。後楽園球場が十五個入るほどの広さで，国内最大規模のレジャー施設だ。本場のディズニーランドとほぼそっくりに再現した。（朝日新聞，1983.4.15付夕刊　抜粋）

1983年浦安市における東京ディズニーランドの開園はそれまでの遊園地の概念を根底から覆した事例で，感性を刺戟する高度付加価値の優先を大規模に空間的に実証した事例であった。飽くなき感

性ニーズに対応し，それを充足するためには絶えざる進化が必要となり，厳しい競争に勝利しなければならない。そのなかで，ふるい落とされるものも多い。その事例は，テーマパークに限らず，ショッピングセンター（モール）やデパートにもみることができる。

＜単身赴任＞　←家族そろっての転居

子どもの教育や学校，妻の仕事，持ち家を理由に，家族全員による父親の勤務地への転居は敬遠されるようになり，父親が単身で赴任することがあたりまえになった。高度成長期にもこの現象は存在したが，企業は家族全員での転居を前提とし，家族の都合で単身赴任するケースは黙認していた。しかし，女性雇用の増加や進学競争の激化を伴う第 2 ステージでは，家族全員での転居は事実上困難となる。また，次第に企業側も単身赴任者への福利厚生を無視できなくなった。この問題は 80 年代から新聞をはじめメディアに取り上げられるようになった。そして，21 世紀の現在では，妻の単身赴任や，外国に家族が居住し日本人の父親が日本国内で単身赴任するケースさえある。もはや単身赴任者は男性とは限らず，また，その実家が日本にあるとも限らない。まさに，単身赴任もグローバルで多様化している。

ここでは当時の単身赴任を反映した記事を 2 本紹介するが，「核分裂家族」のニュアンスを強く感受することができる。

> 余録
>
> 国鉄は三月から，金曜の夕方東京，新大阪を発車する「ひかり」を増発する。もちろん乗客が多いから。（略）乗客は年格好服装からみて単身赴任者がほとんどという。そこで，通称単身赴任者用列車の増発とあいなった。（略）このほどの行政管理庁の調べでは，高校生を持つ父親の転勤先の高校の受け入れ態勢の不備から，転勤者の半数以上が子供と別居，つまり単身赴任を強いられている。家族ともども転勤を，との自然な感情を教育が否定するようなことになっている（毎日新聞，1984.2.13 付　抜粋）

> パパは単身赴任　帰宅しても居場所ない
>
> 「単身赴任がこれだけ長くなってくると，帰っても居心地が悪い。家族との対話が，だんだんとぎれてしまうんだ。だから帰ってもむっつりしてるだけ。別々に暮らしているうちに，＜亭主の座＞っていうのか，自分の立場が空白になっているんだと思う。亭主がいなくても大丈夫な態勢が，いつの間にかでき上がっているということだ」（読売新聞，1982.7.28 付　抜粋）

「亭主がいなくても大丈夫な態勢」が後年人々の笑いを誘った CM「亭主元気で留守がいい」（大日本除虫菊，1986 年）と連関するのは必然であった。「核分裂家族」を夫側から把握するか，妻側から表現するかの違いであった。

＜名水百選〇〇の水＞　←水道水・井戸水

> 名水百選　第 1 次決定
>
> 環境庁は四日，「名水百選」第一次決定分として湧水と地下水に限った三十一選を発表した。
>
> 同庁水質保全局が委託した「名水百選調査検討会」（学識経験者九人で構成）が都道府県からあがった七百五十五件の推薦資料をもとに①水質，水量，景観②地域住民が保全活動をしていること③規模④故事来歴⑤希少性，著名度などを勘案し選考した。（毎日新聞，1985.1.5 付　抜粋）

この名水○○というブランドは，ミネラルウォーター・ブームを誘発し，家庭用浄水器人気へとつながっている。

水グルメ現象　ウケる浄水器

（略）「もっとうまい水が飲みたい」という〝水グルメ〞時代。そんな中で，最近とみに人気の高いのがハイテク繊維を使った家庭用浄水器。（読売新聞，1988.8.10付　抜粋）

＜ANA国際線へ＞　←国内路線のANA

全日空　次は中国進出に照準

全日空の国際定期便進出第一号であるグアム便が三日，就航した。これにより，航空企業の事業範囲を政府が規制する行政方針は，名実ともに変わり，日本の航空業界は，保護から競争の時代に入ろうとしている。（毎日新聞，1986.3.4付　抜粋）

国際線はそれまで日本航空の独擅場であったが，以後競合の時代に突入する。消費者には選択肢が与えられ有益であるが，自社の特徴や強みをどのように打ち出すのか，サービス提供側は試練に立たされたのであった。

＜激辛ブーム＞　←味の画一化

激辛カレーは体にどうなの？　極端なものは控えめに　急性胃炎やかいようにも

（略）二，三年前に，スナック菓子やインスタントめんなどで始まった辛口ブームは，辛さの〝本家〞カレーにも及び，一部のカレー専門店などでしか食べられなかったものが，スーパーに登場するまでになっている。（朝日新聞，1987.4.20付　抜粋）

バブル期特有の「なんでもあり」は従来の主流でない文化も許容することになった。「エスニック」ブームもその一例で，民族料理も多様性のなかに包含される。この時期に島倉千代子がヒットさせた「人生いろいろ」（中山大三郎作詞・浜口庫之助作曲　1987年）は男女に共通する様々な生き様を肯定した内容となっており，筆者は多様性ソングと理解している。

＜新人類＞　←○○世代，△△族

根本的に従来とは異なる新しい感性及び価値観をもつ若者がメディアに取り上げられるようになり，「新人類」と称されるようになった。

私的な空間を偏愛する新人類には，わずかでも集団性・共同性を含む行動は，苦痛に満ちた大人の世界に属している。そこに身を置かざるをえない心情を，「たいへんなんだ」「なんだ」「んだ」を使って，語ってみせる（中野収『新人類語』ごま書房，1986年，p.135）。

価値が多元化し，社会的権威が失墜し，規範が弛緩し，役割が不安定になると，個体間の距離を外的に規定し決定する根拠が失われる。距離は，個的な美意識や私的な倫理感で決める，あるいは感性の許容度で決める，しかない（同書，p.163）。

金賞に「新人類」'86新語・流行語大賞決まる

「新人類」は，価値観や行動様式，言葉づかいまで，現代の若者の正体をつかみきれない〝旧人類〞が，

その不気味さをからかい気味に使い出した言葉。（読売新聞，1986.12.2付　抜粋）

＜夫婦別姓＞　← 夫婦同一姓

結婚しても仕事を続ける女性が増え，「夫婦別姓」への要求が高まるようになった。

家庭とくらし＊働く女性

夫婦別姓　〝すすめる会〟が問答集　仕事続ける女性の立場検討

（略）仕事を続けるうえで改姓はやはりわずらわしさがつきまとう。「（略）もっと自由に，夫婦別々の姓を名乗れるようにしたい」と，「夫婦別姓をすすめる会」が結成されて三年。（読売新聞，1987.2.2付　抜粋）

「結婚しても旧姓で」働く女性に広がる　仕事での便利さ守って

結婚即改姓を当たり前と考えない女性が現れ，それを認める社会環境が少しずつ育っているようだ。（読売新聞，1989.2.21付　抜粋）

これらいずれの事例からも，付加価値が選択肢を拡げ，差異化を促進することがわかる。それまでの常識という慣習を相対化し，脱常識化をはかる。まだグローバル化や多様化の初期段階ではあるが，人々のニーズに対応する姿勢がみてとれる。ここに存在するのはもはや大衆ではなく，それが分裂した分衆あるいは少衆となる。彼らは，これまでの通例が先入観となり，われわれの思考や行為を規定していたことにいちはやく気がついた。そして，必然的に時代に適合する付加価値に人々の関心がシフトし，古いオリジナルからは離脱していく。いわゆる「もの・モノ離れ」のプロセスが進展し，付加価値を本体自体よりも重視するようになる。サービス化社会における付加価値は，便利さや快適さという感性を刺戟するものとなるが，万民が同一の感性を共有することは稀であるから，大衆が細分化され，分衆・少衆化されることは必然であった。時はバブル期，これが追い風となったことはいうまでもない。

7. おわりに

松任谷由実は『the Chronicle－ザ・クロニクル戦後日本の70年－9　1985-89　宴の果てに』（共同通信社，2015年）の「巻頭言」で，バブルの時代を振り返りながら，こう述べた。

今はそのアイデンティティが希薄だ。国よりも，生活圏内にある小さなコミュニティの中で生きている人も多い。でも，やっぱり狭いコミュニティに居続けられなくなるだろうし，一生，安全に過ごせるわけじゃない。

ボーダレスな時代だからこそ，日本人としてのアイデンティティはより必要だ。物質的な余裕はなくとも，素晴らしい日本文化に触れ，一流のものを味わうことが日本人としての矜持となり，支えになる（同書，p.3）。

第1ステージは物質的充足がメインテーマであった。しかし，第2ステージでは分衆あるいは少衆のニーズを満たす感性的充足がテーマとなり，それを満たす高度付加価値が要請されようになった。例えば，fun，fashionable，fantastic，futuristicの4Fで示される感性的付加価値である。（T. Hine. *Populuxe*. MJF Books, 1999. p. 38)。「ドキドキ感」「ワクワク感」をもたらす4Fはわが国でも外資系企業から導入されたが，本稿で取りあげた事例にはこれらの要素が多少を問わず内包されている。便利さ以上に感性それ自体に訴求する価値といえる。私たちは社会生活において，instrumentalな論

理的思考よりも expressive な感性を優先し，さらには，それ以上の刺戟を，もっともっとと欲するようになった。「足ることを知る」という第 1 ステージの道徳観はほぼ消滅した。個人的快楽を拒絶し，禁欲的態度を醸成維持することは，高度消費社会では容易でない。自己の欲望に忠実な，いわゆる再帰的，自己充足型人間が大量発生することになるが，これもまた必然の過程であった。

80 年代の末尾，まさに本末転倒を象徴する現象が起きた。「ビックリマンシール」の大流行である。1 個 30 円のチョコ菓子に添えたおまけシールの収集が子どもたちの間で大流行し，「たかがチョコ，されどチョコ」の状態を呈した。チョコよりもシール（高度付加価値）に彼らの関心が集まった。その事情は次のようなものであった。

> お目当てはこのシール　子らが殺到　売り切れ続出　メーカー当惑？
>
> 「悪魔」と「天使」と「お守り」と。三種類のキャラクターシールをおまけにつけた一個三十円のお菓子が爆発的に売れている。
>
> 「問屋から届いたその場で売り切れてしまう。まとめ買いをさせないよう一人十個以上は売らないようにしています」（千葉県柏市の菓子店）。「シールに夢中で，お菓子はその場で捨ててしまう子供もいるんです」（東京中央区月島の菓子店）。（毎日新聞，1986.12.12 付夕刊　抜粋）

ビックリマンシールの大流行は，付加価値の自立，独り歩きを予兆した現象であったと考えられる。なぜならば，それは究極のモノ離れを示し，情報社会の到来を告げるものであった。第 1 ステージからすると，お菓子本体，チョコ菓子に関心を示さないのは許しがたいことである。しかし，第 2 ステージからすると，高度付加価値であるブランドやキャラクターを優先することに疑いを挟む余地はない。この現象は，前者からすると主客転倒あるいは本末転倒に見え，後者からすると高度付加価値の自立となる。また個人化が進行し，価値観から価値感の時代へと移行する多様性の幕開けということもできる。

このように，第 2 ステージは，高度付加価値の圧倒的優先からその独立独行へと進展し，情報社会がその典型となる。記号という情報環境に浮遊する今日の私たちは，どのような存在であるのか。ここに出現する具体的事象が次の考察対象となるが，これについては今後の課題としたい。

謝　　辞

朝日新聞社，毎日新聞社，読売新聞社から記事の本稿への掲載の許可を頂戴した。感謝申し上げる。

参考資料・文献

新聞縮刷版「朝日新聞」「毎日新聞」「読売新聞」1970 年代，1980 年代

総務省統計局「国勢調査 2005 年」http://www.stat.go.jp/data/kokusei/2005/sokuhou/03.htm　2017 年 7 月 17 日閲覧

内閣府編『国民生活白書　平成 19 年版』2007 年

世相風俗観察会編著『増補新版　現代世相風俗史年表』河出書房新社，2009 年

シリーズ『週刊 YEAR BOOK　日録 20 世紀』全 120 号のうち 1970 年代～1980 年代の号を参考，講談社，1997 年

『the Chronicle－ザ・クロニクル戦後日本の 70 年－7　1975-79　価値観の転換』共同通信社，2015 年

『the Chronicle－ザ・クロニクル戦後日本の 70 年－8　1980-84　繁栄の光と影』共同通信社，2015 年

『the Chronicle－ザ・クロニクル戦後日本の 70 年－9 1985-89 宴の果てに』共同通信社，2015 年
『昭和 55 年　写真生活』ダイアプレス，2017 年

Z. Bauman. *Liquid Modernity*. Polity Press, 2000.
T. Hine. *Populuxe*. MJF Books, 1999.
D. Riesman. *The Lonely Crowd*. Yale University Press, 1961.（邦訳『孤独な群衆』加藤秀俊訳　みすず書房，2006 年（第 1 刷: 1964 年））

田中康夫『なんとなく，クリスタル』河出書房新社，1981 年
田中康夫「著者ノート「なんとなく，クリスタル」を書いた頃」『なんとなく，クリスタル』，河出文庫，1983 年
本間洋平『家族ゲーム』集英社，1982 年（集英社文庫，1984 年）
小此木啓吾『家庭のない家族の時代』ABC 出版，1983 年（集英社文庫，1986 年）
藤岡和賀夫『さよなら，大衆。』PHP 研究所，1984 年
博報堂生活総合研究所編『「分衆」の誕生』日本経済新聞社，1985 年
中野収『新人類語』ごま書房，1986 年
菅原眞理子『新・家族の時代』中公新書，1987 年
岩男寿美子・斉藤浩子・福富護編『単身赴任』有斐閣，1991 年
富田英典・藤村正之編『みんなぼっちの世界』恒星社厚生閣，1999 年
三浦展『「家族」と「幸福」の戦後史』講談社現代新書，1999 年
見田宗介『まなざしの地獄』河出書房新社，2008 年
見田宗介『現代社会はどこに向かうか』弦書房，2012 年
比較家族史学会編『現代家族ペディア』弘文堂，2015 年
山崎達雄『ごみとトイレの近代誌』彩流社，2016 年
屎尿・下水研究会編著『トイレ』ミネルヴァ書房，2016 年

『家族ゲーム』監督・脚本: 森田芳光，原作: 本間洋平，日活／東宝，1983 年

（にしわき　かずひこ　　総合教育センター教授・近代文化研究所所員教授）