

日本におけるライフスタイル形成とコミュニティスペースに関する事例研究

Case study of the lifestyle formation
and relations of the regional community space in Japan

大西 一也¹, 林原 泰子¹, 大塚 泰子², 児玉 理恵³
Kazuya Ohnishi¹, Yasuko Hayashibara¹, Yasuko Ohtsuka², and Rie Kodama³

¹大妻女子大学家政学部ライフデザイン学科, ²ノアノア設計工房主宰, ³カフェリズム主宰

キーワード : ライフスタイル, 地域コミュニティ, コミュニティスペース

Key words : Lifestyle, Regional community, Community space

1. 研究目的

高度消費社会である現代, 多くの日本人が経済的な豊かさを享受しながらも, 「豊かな暮らし」を実感できない状況である。経済的豊かさと引き換えに, 「人間疎外」が進展していることが要因の一つと考えられる。豊かで持続可能な社会の実現においても, 環境に優しく, 情報に振り回されず, 自分らしい生活を楽しむこと, これらを個人ではなく, 地域社会とのつながりの中で実現していくことが求められる。

本研究では, さまざまなライフスタイル意識について, 文献や関連雑誌より抽出し, カテゴリー分類を行い, アンケート調査によって, ライフスタイルの意識と行動の状況を明らかにする。また, 日本におけるライフスタイル形成に関わるコミュニティスペースにおける交流をベースとしたライフスタイル形成の事例を調査し, 地域社会におけるクリエイティブ活動が, 豊かなライフスタイルの共生を実現するための役割や効果を明らかにすることを研究目的とする。

2. 研究実施内容

2-1. ライフスタイル意識のアンケート調査

2-1-1. 調査方法

ライフスタイルの意識・行動に関する調査として, 「環境に配慮した生活」などの 27 項目のライフスタイルと, 「家族や友人と直接話すことで新しい情報を入手する」などの 13 項目の生活情報の入手方法と「家族や友人と直接話すことで新しい情報を共有する」などの 13 項目の生活情報の共有方法について, 5 段階評価で設問した。

2018 年 1 月 18 日から 24 日の期間に, ウェブを

利用したアンケート調査を行った。

2-1-2. 回答者の属性

東京都と北海道釧路市に在住の男女を対象とし, 年代は 20 代, 30 代, 40 代, 50 代, 60 代以上の 5 区分とし, 東京都では性別・年代別に各 52 人の合計 520 人, 北海道釧路市では性別・年代別に各 21 人の合計 210 人から回答を得られ, 回収総数は 730 人である。

2-1-3. ライフスタイル意識

ライフスタイル意識に関する 27 項目のうち, 尺度評価として検討し妥当と思われる 22 項目の得られた回答に対して, 因子分析を行った。主因子法によって因子を抽出し, スクリーンプロット及び固有値から判断し, バリマックス回転を用いて決定した。その結果, 「環境に配慮」「共同活動」「創造的生活」「他者との共生」「居住地評価」の 5 つの因子が得られた。

第 1 因子は, 「環境に配慮」と命名し, 「環境に配慮した生活」「直販所やファーマーズマーケットで野菜を購入」「運動や食事など健康に気遣う」など 6 項目で構成されている。「環境に配慮した生活」「運動や食事など健康に気遣う」「直販所やファーマーズマーケットで野菜を購入」「地元の食品を購入」などのライフスタイルについては, 年代が高くなるほど高い結果となっている。「環境に配慮」の意識は, 東京都在住が少し高めであるが, 「地元の食品を購入」については北海道釧路市在住が高く, 水産物など購入機会があるためと考えられる。

第 2 因子は, 「共同活動」と命名し, 「グループ集会に参加」「お気に入りのカフェ」「ボランティア活動」など 6 項目で構成されている。「グループ

集会に参加」「お気に入りのカフェ」「ボランティア活動」「アウトドア活動」などの活動的なライフスタイルについては、若い年代ほど高い結果となっており、地域差はほとんど見られない。

第 3 因子は、「創造的生活」と命名し、「創造的な人生」「ユニークなもの」「自分の信念」など 5 項目で構成されている。「創造的な人生」「ユニークなもの」「自分の信念」などのライフスタイルについては、30 代までの若い年代で高い結果となっており、東京都在住が全体的にやや高めである。

第 4 因子は、「他者との共生」と命名し、「他の人々との助け合い」「他者との共感で実現」「心の豊かさ」など 3 項目で構成されている。「他の人々との助け合い」「他者との共感で実現」「心の豊かさ」などのライフスタイルについては、若い年代ほど高い結果となっており、地域差はほとんど見られない。

第 5 因子は、「居住地評価」と命名し、「自分の街でライフスタイル楽しむ」など 2 項目で構成されている。これらは、30 代までの若い年代で高く、東京都在住が 20 ポイント以上高い結果となっている。

2-1-4. 生活情報の入手・共有方法

ライフスタイルに関する生活情報の入手方法については、公的なメディアである「テレビ」が各世代で最も多く、次いで最も私的な「家族や友人と直接会話」が多い結果となり、地域差はほとんど見られない。「新聞」は高い年代で、「雑誌」「駅の広告」は若い年代で多い結果となっている。非対面型のインターネットサービスを利用した各種メディアは、若い世代で多く、個人的な「メール・LINE」と、ブログなどの「その他 SNS」の利用が比較的多い結果となっている。

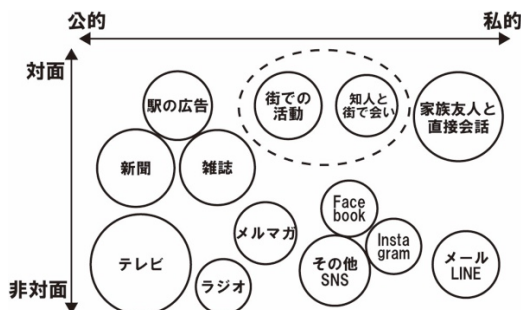


図 1. ライフスタイルに関する情報の入手方法
(○の大きさは利用頻度の多さを示す)

生活情報の共有方法については、公的なメディアである「テレビ」「ラジオ」「新聞」「雑誌」「駅の広告」が、数%とほとんどなくなり、私的な「家族や友人と直接会話」「メール・LINE」が多い結果となっている。

2-2. コミュニティスペースの事例調査

事例調査の対象とした北海道釧路市のカフェ「リズム」は、ギャラリーとカフェスペースからなり、オーナーのライフスタイル意識によって、利用者とともに、生活全般について、さまざまなクリエイティブ活動を繰り広げている。花あそび、ヒンメリ制作、木のうつわ、イギリスヴィンテージ食器、靴下、真鍮アクセサリ、革の手仕事、古い本など幅広い分野に及び、これらの活動を通して、生活を楽しむことを意識し、ここで知り合った市民が情報交換を行うことで、ライフスタイル意識の伝達や行動の実践につながっていると考えられる。釧路市には、他にも「人をつなげる」場所やサービスとして、シェアプレイス「en.shareplace」や市民団体「クスろ」、ゲストハウス「コケッココー」、フリーペーパー「FIELD NOTE」、カフェ「糸」など地元の人々による活動は、横の繋がりを持ちながら展開されている。

3. まとめと今後の課題

本研究では、ライフスタイルの意識と行動についての一端を明らかにすることができた。

アンケート調査で、半公的で対面型の「街での活動」(29.5%)「街で知人と出会い」(23.6%)を通しての情報入手が、豊かなライフスタイルの先進都市アメリカ・ポートランド市での同様の調査結果(各々50.5%, 30.9%)と比較して、少ない結果であった。ポートランド市には、こだわりのカフェやバルが多く、ギャザリング(集会)が日常的に行われるなど、ライフスタイル意識の情報交換を行う「場所」の存在が大きいと考えられる。

日本においても、「人々の出会いの場」としてのカフェや、広告に依らずユニークな活動を伝えるフリーペーパーなどが、これからのライフスタイルを意識だけではなく、実現に導くものと考えられ、今後の研究対象としていきたい。

4. この助成による発表論文等

未定