

申請者: 朴 宰佑

論文題目 自己概念と象徴的消費: 消費による大学生自己アイデンティティ形成の促進

審査員 松井 剛
古川一郎
沼上 幹

本論文は、進学や結婚といった人生の転機において獲得される役割アイデンティティが定着するプロセスにおいて象徴的消費が与える影響について、理論的・実証的に検討した研究である。

本論文の評価できる点は、次の3点である。第1に、消費者行動研究の学説史を踏まえた丹念な文献研究を行うことで、役割アイデンティティの形成プロセスに象徴的消費が与える影響という重要かつ未開拓の研究領域を明確に示した点である。自己概念と象徴的消費をめぐる研究にはラッセル・W・ベルクやマイケル・R・ソロモンらによる先駆的な業績があるものの、未来に開かれた自己概念の形成プロセスに対して象徴的消費が与える影響についての研究は、日本ではもちろんのこと欧米でもほとんど研究がなされていない領域である。

第2に、ドキュメント分析、個人インタビュー、フォーカス・グループ・インタビュー、質問票調査など各種調査技法を組み合わせた立体的な調査がなされている点である。調査対象は本学学部生のみであるものの、各種技法の強みと弱みを理解した上で、象徴的消費をめぐる大学生の意味世界を多面的に描き出すことに成功している。定量的データと定性的データを巧みに組み合わせる分析を展開する技量は、明快な記述とあいまって高く評価されるべきものである。

第3の貢献は、筆者の今後の課題にもつながる点であるが、新たな役割アイデンティティの定着が促進されるメカニズムを理解するための一般的な概念枠組みを提供したことである。これによれば、象徴的消費は新しい役割アイデンティティの形成期においては重要な役割を果たすものの、定着期においてはその影響力が弱まるという。また、形成期に比して定着期においては消費以外の行為が役割アイデンティティの維持に対してより強い影響力を持つことも指摘している。

しかしながら、本論文に問題がないわけではない。第1に、本論文で提示された概念枠組みには改善の余地がある。そのために必要な作業は様々なものがあるだろうが、ここでは2点挙げる。ひとつは、「役割」や「消費」、「象徴的消費」といった鍵概念の適用範囲をより明確にする作業である。例えば、大学生がクレジットカードを象徴的に消費しているという場合の「消費」とはどのような意味なのか。もうひとつは、調査データをより深く読み込み概念枠組みに反映させる作業である。例えば、本論文の調査データによれば、役割アイデンティティの形成期においては過剰な象徴的消費が行われるものの、定着期になるとその過剰さに気づいた本人が消費の水準を落とすという傾向がうかがわれる。こうした象徴的消費のオーバーシュート現象も捉える概念枠組みに改善すべきであろう。

第2に、一つの事例を深掘して調査するという方法を採用したために、役割移行と象徴的消費に関する現象の多様性に対して必ずしも十分な検討がされていない。象徴的消費は、新たな自己アイデンティティを常に円滑に定着させるわけではない。むしろ、象徴的消費が行われるがゆえに定着が阻害されたり、象徴的消費が獲得すべき役割に関する誤解を増幅させたりすることも十分考えられる。こうした現象や、新たな役割を拒否する場合の象徴的役割の意義についての検討が行われるのならば、この問題についてのより深い議論が期待できる。

第3に、本論文が持つマーケティング戦略上のインプリケーションについて十分に検討されていない。本論文の分析結果は、対消費者コミュニケーションをはじめとするマーケティング実務に対して多様な意義があると考えられる。理論的なインプリケーションの豊かさに比して惜まれる点である。

以上のような課題を残しているものの、本論文の貢献はこれらを補ってあまりあるものである。よって、審査員一同は、所定の試験結果をあわせ考慮して、本論文の筆者が一橋大学学位規則第5条第1項の規定により一橋大学博士(商学)の学位を受けるに値するものと判断する。