

はしがき

江上 哲

平成 27 年度の日本大学経済学部産業経営研究所プロジェクト（産業経営一般研究）として「格差社会における消費行動と雇用問題」をテーマに取り組んだ。2 年間の研究期間を終えてその成果として、以下のメンバーによる 5 本の論文を公表したい。

- ①江上 哲（日本大学経済学部教授）「格差社会における階層意識の内実」
- ②大澤秀雄（日本大学経済学部教授）「属性に付随する資源量の変動分析についての考察」
- ③森 博英（東京女子大学教授）「日本における英語学習機会の格差問題への対応」
- ④中西大輔（岐阜経済大学准教授）「格差社会と消費者の意識」
- ⑤河田祐也（旭川大学助教）「創造的適応としてのマーケティングと内閉的な『個性』」

各論文はテーマに沿って「格差社会」のそれぞれの局面における重要なトピックを論じている。それは、経済的問題、消費者問題、雇用問題、教育問題にそれぞれ焦点を絞りながら展開されている。①の論文は、日本の階層問題の研究で、資本家階級、新中間階級、労働者階級、旧中間階級と分類されて論じられていることを踏まえ、そこから特に格差が固定化する問題を、雇用現場の最近の動きと共に新中間階級の意識性を軸に論じている。分析視角として「抽象的労働の空虚さ」からミドルクラス（新中間階級）の生活意識の問題点を展開している。

②の論文は、非正規雇用の拡大を問題意識として、雇用問題を産業部門別に分析している。具体的には新規求人データ（政府データ）を活用し、製造業における新規求人の変動を分析し、「石油・石炭製品」部門の特異性を分析している。

③の論文では、教育問題から格差問題に取り組んでいる。格差問題は今日では教育面における「下流化」とともに論じられている。そこで特に英語教育における格差問題への対応を論じている。特に、世帯収入と学力の関係を論じた研究を参考に諸外国の実情も取り上げ国際的に外国語教育について論じている。特に文化資本と経済資本の両面から英語教育の問題を分析している。

④の論文は、消費者意識を内田樹氏らの「下流化社会」論を踏まえ、「消費の無時間性」をキーワードに、ギャンブル、喫煙など嗜癖的消費論から、さらに消費問題の分析を進め消費者行動における「他者性」の重要性を論理的に明らかにしている。この問題は③の教育的分野における格差論と繋がっている。③の論文との関係性を意識して読んでいただければ幸いである。

⑤の論文では、④の論文で展開された消費問題を格差社会における日常生活における「個性」の問題として発展させて論じている。そこでの論点はまず消費生活における消費者の「閉鎖性」を今日のマーケティング研究を踏まえ分析している。特にマーケティング戦略に

における「創造的対応」に苛まれる消費者を論じ、これまでのマーケティング戦略の限界を論じている。特に、格差社会の消費生活において社会的な見地が欠如し、そのことが、いわゆる狭隘な「個性」に拘る消費者意識を生んでいると考察している。それは今の格差社会を社会的問題として捉える方向性が生じない温床となっているといえる。消費者自身が自省する問題でもあることをこの論文によって理解してもらえと思う。

以上のように、各論文が「格差社会」の問題点を「格差の固定化」「教育面の格差問題」「消費者の非他者性」など重要な論点に絞り、今日的な社会的動きを射程に入れて論じている。そこでは格差社会における「暗い」問題点の所在を示すだけでなく、格差社会を超えてゆく知見が示されていると思う。忌憚ない批判をいただければ幸いです。