

## 研究ノート

# 心理学的課題としてのモノ探し行動 — “モノ探し行動” についての小考(9) —

佐々木 土師二

An approach to the behavior of “looking-for-something” (Part 9):  
The behavior of “looking for something” as a psychological research problem

Toshiji SASAKI

### Abstract

At the beginning of his professional career, the present writer was engaged in marketing research and had several experiences of studying human behavior in daily living. Thereafter, he focused his work on consumer behavior and was much interested in psychological problem of daily living behavior. In this paper, the behavior of “looking-for-something” is categorized as an activity for retrieving the unusual situation of daily living. In addition, the paper offers an overview of psychological problems in the behavior of “looking-for-something”, and the significance of analysis of these problems is emphasized. Lastly, the concept of the “behavior of daily living” is discussed and the operational definition of the behavior is examined.

Keywords: marketing research, consumer behavior, looking-for-something, daily living behavior, retrieving unusual situation

### 抄 録

人間行動は「心の働き」が介在している限りすべて心理学的課題になるという筆者の考えは、マーケティング・リサーチの実務的経験を通して形成されたが、その後研究テーマを「消費者行動」に特化するなかで「日常生活行動」への心理学的関心が強くなった。このことが「モノ探し行動」へのアプローチに至っている。本稿では「モノ探し行動」に関する具体的研究課題を示すとともに、それを日常生活での機能回復行動に含まれると意味づけ、一般的な機能回復行動を一覧表で示した。あわせて「日常生活行動」の概念を考察し、その操作的把握の方法について検討した。

キーワード：マーケティング・リサーチ、消費者行動、モノ探し行動、日常生活行動、生活機能回復行動。

### はじめに

筆者は、人間の行動は「心の働き」が介在している限りすべて心理学的課題になると考えているが、そこには、過去60余年間の心理学との触れ合いが関連しているだろう。その立場は「日常生活行動」への取り組みの経験から成り立っている。ただ「日常生活行動」という概念は心理学的に明確ではないために、私見を述べるとともに、そこに「モノ探し

行動」を心理学的課題として意義づけようとする筆者の姿勢や検討内容を含ませたいと考えている。

## I 心理学研究への取り組み

### 1. 矢田部達郎監修『心理学初歩』で学ぶ

「心理学は人間の精神的行動についてのその法則に関する体系的知識を獲得しようとする科学である」

この一文は筆者が大学1年次（1954年）で受講した心理学の教科書『心理学初歩』（矢田部達郎監修、創元社、1951年刊）の序論「心理学とは何か」の冒頭に書かれていた矢田部達郎先生（当時、京都大学教授、1958年没）による「心理学の定義」である。

高校生活を終えたばかりであった筆者は、この定義に「精神的行動」という耳慣れない言葉があり、さらにその精神的行動についての「法則」に関する体系的知識を獲得しようとする「科学」というような自然科学的な感じの語句があるのにきわめて斬新な印象をもったことが、心理学に興味を感じた端緒であった。

矢田部先生の筆になる序論には、この点についての明快な説明があった。その要旨は次のようである：

心理学は心その実態においてとらえようとするものではなく、その働き（つまり、機能）においてとらえようとする。いかなる場合にいかなる変化が起るかという関係法則を見出すことはあらゆる科学の目的であるが、この変化を「行動」と名づける。人間はいかなる場合にいかなる行動を示すかということには「身体的」と「精神的」という二つの面があり、身体的行動法則を明らかにしようとするのが生理学で、精神的な行動法則を明らかにしようとするのが心理学である。生理学や心理学ではある刺激が有機体に働くときいかなる反応を示すかということが問題とされ、実際の研究においては、ある一定の条件を組織的に変化して、それに対応して行動（現象）が組織的に変化することが見出されれば、条件と行動（現象）との間を関数関係の式で表すことができる。こういう操作を条件分析法と名づけ、こういう式を法則という。この関係を、ウッドワース（R. S. Woodworth）は $S \rightarrow O \rightarrow R$ で記述し（Sは行動 stimulus、Oは有機体 organism、Rは反応 response を意味する）、またレヴィン（K. Lewin）は $B = f(P, E)$ で表現した（Bは行動 behavior、Pは人 person、Eは環境 environment、fはある関数を意味する）。要するに、心理学の方法は、まず条件分析法による資料的法則の探求から出発して、その事実による検証と、さらにそれらの法則の理論的体系化を行うところにある。

筆者は、こうした実証的方法論で人間の心を研究する心理学に惹かれて、学部と大学院修士課程では「時間知覚」の実験を行うとともに、いろいろな領域（知覚、学習、記憶、思考、感情、人格、態度、集団、コミュニケーションなど）の具体的なテーマに関する実

験・検査の被験者の経験を数多く重ね、統計学や数理解析の技法を学んで、心理学の道を歩むようになった。

## 2. 筆者における心理学研究

### (1) マーケティング・リサーチの実務的経験

大学院修士課程を修了してマーケティング・リサーチの仕事に就くことになった。製品開発、流通、販売、広告、需要予測など幅広いマーケティング課題に関する調査・分析を経験するなかで、現場の業務に大学で学んだ心理学の方法論を適用する分野として最適なのが「消費者の生活・購買行動」であると考えて、受託するリサーチ課題のなかに心理学的問題意識を入れるように努めた。

たとえば、新開発を計画中の大衆車の市場規模の予測、新発売が企画されている小型瓶ビールに対する選好や飲用意欲の把握、各種公共料金の共同収集事業に対する消費者受容の調査、近隣型商業集積の活性化に関する住民の期待の分析、広告の経済効果の行動的側面の実証分析、等々、心理学的アプローチを導入したものは少なくない。

さらに、実経験に加えてアメリカの消費者行動関連の論文や専門書を読み漁り、この領域での心理学的分析が十分に成り立つことを、1965年に著した『消費心理学入門』（講談社ブルーバックス）に書いた。

この本は一般書ではあるが、「消費心理学への期待」という最終章を設け、その役割として二つの方向を述べている。一つは「消費者の購買行動をささえる条件を見出して、その効果を測り、その知識にもとづいて消費者の行動を予測する」（p.226）ことであり、もう一つは「現代に生きる消費者を人間として眺め、その生活について考える」（p.235）ことであった。前者はミクロ的行動分析であり、後者はマクロ的現象分析であるが、その後の筆者の消費心理学研究の枠組みになった。

こうした実務的な調査経験を重ねるなかで、消費者のさまざまな行動に関して心理学的アプローチが成り立つという実感をもち、それを心理学の基本的な方法論にもとづいて実施すればある程度のレベルの研究的成果を得ることができるという認識も生まれてきた。そうした認識は、消費者行動や商品販売活動の特定テーマに関する文献研究に努めたことで補強された（佐々木, 1964, 1965b, 1966, 1967, 1970, 1971）。

### (2) 購買態度の実証的分析

7年間の実務的経験を経て1967年に関西大学に移籍したときにも「消費者行動の心理学

的分析＝消費心理学」の領域で仕事を続けることを考えていた。消費者行動については広範囲で心理学的アプローチが可能であるという“信念”は保っていたものの、研究者としての個性を発揮するためには課題領域を絞ることが必要だと思ふようになり、1970年代には「購買態度の実証的分析」をテーマとした研究発表を行うようになった。購買態度を消費者（ヒト）、商品（モノ）、店舗（ミセ）、商業地域（マチ）の4側面から分析することを主な関心事としたが、その成果を論文にまとめて学位（1985年 京都大学文学博士）を取得し、さらに『購買態度の構造分析』（関西大学出版部、1988年刊）として出版することができた。

しかし筆者が消費者行動に関するテーマで学会発表をしたり論文を書き始めた頃には、この領域で研究する心理学者はごく少数であった。たとえば日本心理学会の大会プログラムで単独の研究部門として扱われていないのが普通であったが、筆者には、まず、消費者行動の心理学研究の意義が広く認知されることが重要であると考え、ワークショップの機会をつくりつつ、購買態度の分析を続けていた。

他方で、わが国での「広告に対する消費者反応」についての分析は1940年代後期にはコピー・テストやリーダーシップ・サーベイをテーマとして盛んに行われるようになり、1950年代には心理学者による実証分析の結果が日本心理学会の大会でも発表されるようになっていた（佐々木、1991）。ただし筆者自身が広告活動や広告表現の受け手である消費者の意見・態度の分析結果の発表を始めたのは1970年代に入ってからであった。

### (3) 旅行者行動

『旅行者行動の心理学』（関西大学出版部刊）を2000年に上梓した。その執筆動機は、わが国では観光旅行が盛んに行われているが、観光旅行者の行動に関する心理学的研究は未開拓に近い状況にあると考えたからである。1995年1月～3月の在外研究でオーストラリアのジェームス・クック大学に滞在した機会に欧米諸国のツーリズム研究に関する資料を収集し、帰国後にそれらの論文や図書を整理し、心理学的な領域設定を検討しながら、1996年3月から『関西大学社会学部紀要』に8編の展望論文を発表した。これらの一連の論文に旅行者行動研究の枠組みを述べた終章を補足して体系的体裁をととのえたのが上記書であるが、この領域の心理学研究は馴染み薄いにもかかわらず、発展可能性が大きいことを強く意識した内容になっている。ただ、同書が研究者向きの学術書であるという評価を受けることが多かったので、この領域に関心を寄せる学生・院生を中心に多くの読者からの一般的理解を得たいと考えて、その後『観光旅行の心理学』（北大路書房、2007

年刊、2021年に電子書籍化）を著している。

#### (4) 振り返ると

筆者は、大学で心理学研究の基礎的訓練を受けたのち、マーケティング・リサーチの実務のなかで雑多な課題への心理学的アプローチを試みたが、その後の大学生活のなかで取り組んだ消費者行動や旅行者行動に関する心理学研究は未開拓な領域での仕事であった。

この経歴が、心理学研究としては新規な課題に取り組むことに躊躇や抵抗を感じないセンチメントを作っている。「モノ探し行動」を課題とすることについても、その分析の心理学的意義をまったく疑っていないし、むしろ、思うまま自由に取り組めることに面白さを覚えている。

### 3. 「モノ探し行動」に関する小論の方法論的立場

#### (1) 心理学的知見としての位置づけ

人間行動に関する心理学的知見には多様な内容があるが、その知見の心理学的研究における位置づけや評価に関する視点や分類軸も様々である。「モノ探し行動」という新規なテーマを取り上げる場合にまず注目されるのは、その知見が「理論的か、実践的か」という視点であろう。つまり、

理論的＝知識として論理的で整合性を持ち演繹的に適用できる、

実践的＝具体的な状況での行動への指針となり問題解決に役立つ、

という点でどちらの内容かという問題である。もちろん「理論的、かつ実践的」という知見もある。

また「記述的か、説明的か」ということも一般的な問題になる。それは、

記述的＝実証的分析や合理的考察にもとづき行動現象を描写・記録・体系化する、

説明的＝何らかの心理学的理論にもとづいて行動現象を分析・理解・評価する、

という論述のどちらの傾向にあるかを指している。

そして、これら二つの視点を組み合わせると、知見の特徴として次の4タイプが成り立つ：

I：理論的 x 記述的

II：理論的 x 説明的

III：実践的 x 説明的

IV：実践的 x 記述的

「モノ探し行動」に関して筆者が述べてきた8編の小論（佐々木、2018, 2019a, b, 2020a, b, 2021a, b, 2022）の性格を見てみると、「I：理論的 x 記述的」のタイプに該当すると考えられる。つまり、

- ① 理論的か、実践的か……「モノ探し行動」について多面的な考察を行い、その行動の体系的把握のための枠組みをモデル化しているところから「理論的」ではあるが、それを現実的な生活技術として役立てることは意図していないので「実践的」とは言えない。
- ② 記述的か、説明的か……「モノ探し行動」に関する諸行為を体系的に関連づけたモデルを構成し、その行動の全体像を描写しているところから「記述的」であるが、その行動を何らかの心理学的理論にもとづいて合理的に理解することを意図していないので「説明的」とは言えない。

## (2) 筆者の研究スタイルの延長

「理論的 x 記述的」という方法論は、筆者が長年取り組んできた心理学研究のスタイルでもある。

筆者の研究の中心的課題である「購買態度の構造分析」では実証的な作業に力を注いでいるが、その主テーマである「購買態度の基本的次元」の抽出は現実的な購買態度の特性を実証的に体系化したもので、既存の心理学的理論に依拠するものではなく、また、その基本的次元の測定尺度として構成した「REC スケール」は消費者行動研究の一技法として利用されることを期待しているが、現実の消費者の購買行動の改善に資することを意図しておらず、生活実践上の貢献については不確かである。

さらに後年取り組んだ「旅行者行動」はいわゆる文献研究であって、内外の実証分析や考察内容を総覧して観光旅行者の行動に関する包括的モデルを提示しているが（佐々木、2000, 2007）、その過程で種々の心理学理論を参照したものの特定の心理学理論によって説明したものではない。むしろ、観光旅行者の行動に関する独自の概念を導入し、既成の心理学理論の適用を避けようとしている。しかし、その試みが、新しい心理学理論を構築するというレベルに達していないのは否定できない。他方で、その知見がそのまま旅行者の実践的要求に応えられる部分は限られている。

「モノ探し行動」に関する筆者の小論は、こうした研究スタイルを踏襲している。

## Ⅱ 「モノ探し行動」の心理学的研究の展望

### 1. 「モノ探し行動」に関する心理学的研究の枠組み

#### (1) 心理学的方法論の適用

「モノ探し行動」の心理学的研究の意義は、この問題への取り組みでいかなる心理学的方法論が適用されるかということが基本になる。ここで「方法論」というのは、本稿の冒頭で引用した矢田部先生の『心理学初歩』序論の趣旨に即したアプローチのことである。その際のデータ収集や解析などに関する具体的技法の高度化や緻密度は副次的な問題である。データの収集や解析を実際に行う“現場”の研究的条件はさまざまであるので、その“現場”に最適で最善のアプローチをすることを心がけ、そこで心理学的方法論の“基本”に沿った手続きを踏むことが重要であると考えてきた。

筆者の経験では、マーケティング・リサーチに取り組み始めた初期には、データ収集では「聞き取り」に努め、データの分析では回答の頻度比較やクロス分析に終わることが稀ではなかった。統計分析の理論は学んでいたが、計算ツールはそろばんや計算尺が主で、せいぜい手回し計算機を使うことができるだけの“現場”では、高度な検定理論を活用することは難しかった。そのレベルの作業でも、人間行動に関する意味のある情報を得て、仮説を示すことができ、具体的なマーケティング・アクションを提案することもできた。たとえば、1960年代初期に行ったものとして「メラミン化粧板の家具・壁材など家庭利用への可能性」「ドイツ製超小型手動計算機クルタの日本市場での実用性」「板材に代わる塩化ビニール硬板の市場性」などが記憶に残っている。他方で「建築資材のコンクリート・パイルの需要予測」を依頼された場合には、経済統計学的手法により、大型建築や土木工事の着工統計にもとづき多次元回帰方程式を作ったこともあった。

「モノ探し行動」についての心理学的研究でも、採られる心理学的方法論のレベルは多様だろう。筆者としては、どのような形でも調査・研究の結果が具体的に発表されることを期待している。その分析のために、なんらかの手がかりを示すことが必要だと考えるので、筆者が本誌『関西大学社会学部紀要』に発表してきた「モノ探し行動についての小考（第1～8稿）」を総括する意味で第8稿（佐々木，2022）に示した“包括的モデル [改訂版]”を再掲した図1にもとづき、考察を進めたい。

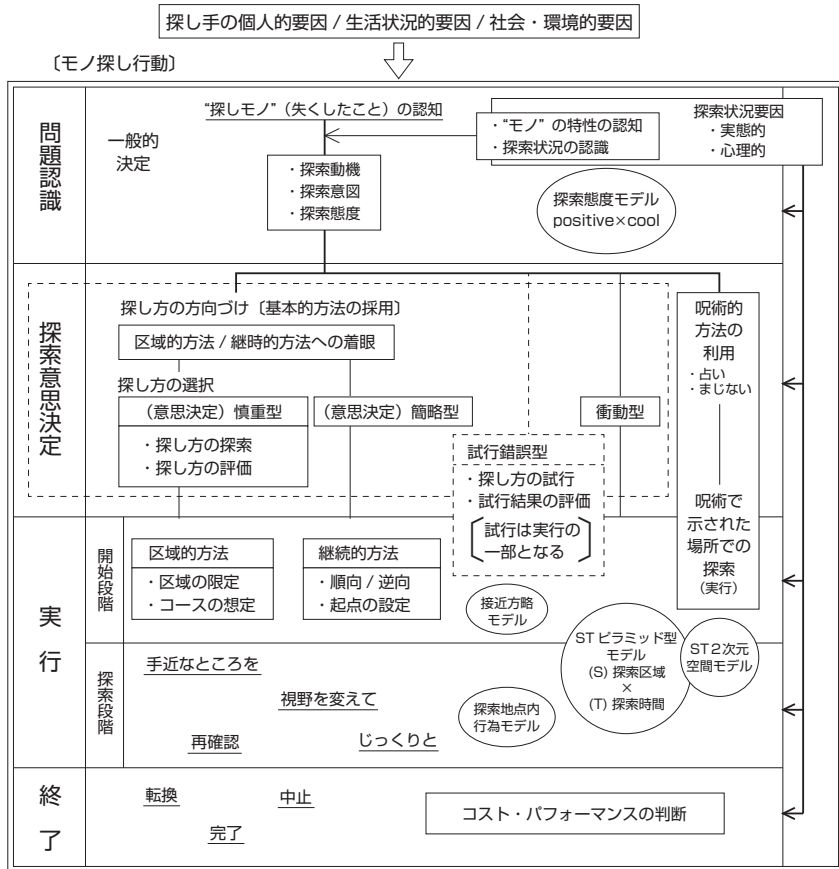


図1 モノ探し行動の包括的モデル [改訂版]

(注記) このモデル [改訂版] は、佐々木 (2021a) が提示した最初のモデルを部分的に補完したものである。つまり、終了段階での「コスト・パフォーマンスの判断」が佐々木 (2021b) の考察にもとづいて加えられ、問題認識段階での「探索状況要因」とその影響を示す矢印が佐々木 (2022) による検討をふまえて加えられている。

(2) モノ探し行動における心理学的課題

この包括的モデルは問題解決過程の“流れ”に沿って構成されているが、その各段階での探し手の行為を中心とし、その行為の特徴を把握するための部分モデルも併記している。そのなかから取り出される心理学的課題を以下の6分野で概観したい。



## ① 問題解決過程、意思決定過程

「モノ探し行動」は問題解決行動の一種に他ならない。『新版 心理学事典』（平凡社、1981年刊）は、問題解決を「知覚の再体制化」とする見解、「刺激と反応の連合の階層構造が変化し、ある特定の反応が起こりやすくなること」とする見解に加えて、「探索の過程」とする見解があると述べ、その過程を次のように説明している（p.790）。

問題解決を「探索の過程」であるという見解に立てば、「問題」とは、既に存在している状態と、要求されている状態との差異のことであり、すでに存在している状態からいくつかの変換を繰り返すことによって、要求されている状態にたどりつくことが問題の解決である。その途中の段階では、いくつかの選択の可能性がある「問題空間 problem space」はいわば情報処理の迷路のような構造になっているが、その迷路を探索し、選択し、評価する過程を明らかにすることが問題解決の研究であると考えられる。

「モノ探し行動」は、まさに、この「探索の過程と見る問題解決」に該当する現象である。そして、問題の解決にたどりつく途中の段階にはいくつかの行為選択の可能性があるため、成功の可能性の高い選択肢（行為）を探索し、選択し、評価する段階を通過することが心理的機能の中核を占めているが、この機能は意思決定過程ということができる。

つまり「モノ探し行動」の基本的性質は、全体的には問題解決過程であり、その中核的機能は意思決定過程である。こうした理解にもとづいて図1の包括的モデルは構成されている。

## ② 認知、情報処理

問題解決行動や意思決定の基礎になる心理的機能は「認知」であり、モノ探し行動の遂行でもその機能が多段階的かつ多面的に働いている。ここで「多段階的かつ多面的」というのは、「認知」という機能には広範囲の知的活動が含まれており、それらが統合された情報処理活動としてモノ探し行動をとらえることができからである。

『新版 心理学事典』では「認知」が次のように説明されている（p.657）。

認知とは知覚、判断、決定、記憶、推論、課題の発見と解決、言語理解と言語使用のように、生体が自らの生得的または経験的に獲得している既存の情報にもとづいて、外界の事物に関する情報を選択的にとり入れ、それによって事物の相互関係、一貫性、真実性などに関する新しい情報を生体内に生成・蓄積したり、外部へ伝達したり、あるいはこのような情報を用いて適切な行為選択を行ったり適切な技能を行使するための生体の能動的な情報収集・処理活動を総称するという言葉である。

モノ探し行動は身近で具体的な認知心理学的課題とすることができる。特に、「モノ探しの現場」での記憶再生や注意力などは、その手がかりとの関連を含めて、実際のテーマになるだろう。

### ③ 動機・意図・態度

これらの心理的要因は、人が行為やその対象物に対して形成する内的選好性であるので、あらゆる人間行動で機能するものと考えられる。これらの要因に関する心理学的研究では、いかなる特性がどのように影響するかという疑問について、広範囲で多種類の特性について仮説検証的なアプローチをすることが多いが、モノ探し行動に関しては、その範囲や種類が比較的限定的で、それだけに具体的な課題設定につながるのではないと思われる。「動機」については、経済的損失の回避が主たるものであり、付带的に社会的損失や心理的ダメージの軽減を考えることが多いのではなからうか。「意図」については、その探索行為に対して積極的か消極的かという側面が中心になり、それが失くしたモノの発見可能性の「見通し expectation」に関係しているという筋書きを描くことができる。「態度」については、さまざまな特性の関連を予想することができるが、図1の包括的モデルでサブモデルとして示している「探索態度モデル」を初めとする種々の部分モデル（円形で示している。）の2次元構造は実態的な裏付けを得やすいだろう。

### ④ 行動領域の内部要因と外部要因

心理学研究で分析対象となる行動の範囲には単一行為から関連行動領域までの幅があるが、その行動範囲を限定する必要がある。筆者のモノ探し行動へのアプローチでは、図1の包括的モデルで二重線で囲まれた比較的広い範囲が該当するが、その領域の内部には具体的な行為や心理的現象に影響する要因など多様な要素がある。それらは、大別すれば、その領域内で影響を及ぼす「内部要因」と領域外から影響する「外部要因」になる。前者は、探索動機・意図・態度や探索意思決定の方略などであり、後者は、二重線の外にある探し手の個人的要因、生活状況的要因、社会・環境的要因などである。さらに、本来ならば外部要因である環境的条件や個人的条件の一部が、行為者の認知を経てその行動に独特のかかわり方をする内部要因になる場合もある。この種の内部要因には、モノ探し行動の場合、包括的モデルで「探索状況要因」と呼んでいるものが主に該当するが（佐々木, 2022）、外部要因が実質的に影響する場合にはこの種の認知的変換によって内部化する機能を想定することができる。

### ⑤ 行為選択とその成果の判断

人が能動的に行動する場合には、たいてい、目的達成につながる可能性が高という“見通し”を伴っている行為を選択する。モノ探し行動における行為選択の成果は「失くしたモノを発見する」ことに集約されるので、それにつながる行為選択や影響要因に関する認知の機能は限定的であり、比較的シンプルなコスト・パフォーマンスの原理にもとづいて

いるのではないかと思われる。

### ⑥ 心理学的モデルの構成

行動現象の心理学的理解のためにはなんらかの理論的モデルを構成することが有効であると考えているため、筆者は「モノ探し行動」の考察にあたって種々の図式モデルを提示してきた。その行動の全体的理解のためには「包括的モデル」を、その内部に関しては部分モデルを構成している。これらのモデルの当否を検証することは具体的な課題になるが、「モノ探し行動」の心理学的分析に可視的な貢献を果たすことができている。

### (3) 生活心理的経験

「モノ探し行動」への心理学的アプローチは、筆者の包括的モデルが描いているような“合理的問題解決過程”という観点からだけでは不十分であろう。それは、この行動には次のような特徴があると思うからである：

- ・誰もが経験することである。
- ・多様な情緒的経験を伴っている。
- ・その行動には“負の感情”が伴うことが多い。
- ・対人関係に影響する場合もある。
- ・呪術的方法の利用もありうる。
- ・「終わり良ければすべて良し」でもある。

これらの点について以下で考えてみたい。

#### 誰もが経験する

程度の違いはあるだろうが、老若男女を問わず誰もが経験する行動である。日常生活を維持するために避けられないことであるが、“生産的”とは言えないためか、むしろ目立たないように行われることが多いと思われる。その行動的意味の特異さにはかえって興味をひかれるのではなかろうか。

#### 多様な情緒的経験

モノ探し行動では、探し手はさまざまな“感じ”にとらわれる。不安、あせり、いらだち、後悔、あきらめ、迷い、失望、安堵、確信、喜び、達成感など、多様である。対象物の特性や探索状況の様子によって異なるとはいえ、探索の問題認識から終了までに経験する感情や印象は単純ではない。その情緒的経験が合理的問題解決行動と共存し影響し合っていると思われるので、人間行動の成り立ちを具体的に考えることができよう。

### 負の感情が伴う行動

モノ探し行動は“なんとかしなければならぬ行動”である。その行動は、探し手にとって短期的には必要度・緊急度の高い場合が多いが、代替手段があることもある。その行動は、探し手には重要であっても、他者には共感できないこともあるため、探し手には「こっそり行いたい」という気持ちも生じ、「恥ずかしい」という負の感情が伴うこともある。“時間の無駄づかい”とか“うまくいっても元にもどるだけ”というような非生産的心情がつきまとう行動でもある。

### 対人関係

対人関係に関連して、成功しなければ困ったことになる場合がある。その行為を「こっそり行いたい」というのは、他人に迷惑をかけたか、責められたり、信用失墜を招いたりすることと無縁ではない。そうした“負の関係”を回避することが必要なことが多い。

### 呪術的方法の利用

「困った時の神頼み」という超人的幸運に希望をつなぐ場合もある。これが、“根拠のない俗信”なのか、“伝統的な信仰”なのか、解釈は分かれるだろうが、日本社会に通底する精神構造と無関係ではないだろう。それだけに“問題解決”の一手段として考慮することが必要ではなからうか。

### 「終わり良ければすべて良し」

モノ探しが成功すれば、それまでのプロセスがどうであれ、「良し」とされることが多い。そのパフォーマンスがコストを帳消しにする行為であるとも言える。

こうしたことは、われわれの経験的事象として興味あることだろう。そのため、生活心理的課題として取り扱う意味がある。

## 2. 「モノ探し行動」の生活機能

「モノ探し行動」の生活機能は、物品の不所持の状態から所持の状態に戻す活動であり、特定の物品の所在が分からなくなった“欠損状態”を正常化することを意図した活動である。一般的に言えば、生活上の機能の弱体化や欠落を補正する「回復活動」に含まれる。こうした回復活動には、環境の機能正常化を図る場合もあれば、身体・生命の機能正常化を行う場合がある。それぞれにおいて、その機能の欠落が生じたための対応策として正常化が必要な事態が発生してから行われることもあれば、その発生を予想して「予防的に」行われる回避行動もある。いずれも生活の安全や快適を保つために必要な活動である。

それらの生活活動の分野は次のように例示することができる：

**a. 機能正常化が必要な事態が発生したために対応策として行う回復活動**

a - 1. 環境の機能正常化を行う場合

モノ探し、借用、購入。  
掃除、洗濯、修理・修繕、ごみ処理。  
庭の手入れ（除草、散水、剪定など）  
仲直り、謝罪・許容、損害弁償。  
名誉回復・地位保全。

a - 2. 身体・生命の機能正常化を行う場合

病気治療、リハビリテーション。  
休憩・休息。  
睡眠、入浴、身体の手入れ、排泄。  
食事・水分摂取、調理。

**b. 機能正常化が必要な事態の発生を予想して予防的に行う回避活動**

b - 1. 環境の機能正常化を予防的に行う場合

整理・整頓、衣替え。  
学習、計画立案。  
防火・防災・警備、保険加入。  
土地整備（宅地・道路・田畑など）。  
人間関係維持、情報交換。

b - 2. 身体・生命の機能正常化を予防的に行う場合

薬剤常備、栄養剤摂取。  
健康管理・健康診断、予防注射。  
節制、規則的生活。  
トレーニング。

これらの行為を“回復・回避活動”と呼んでいるのは、それが行われることによって他の生活行動の正常化が進んだり一般的な生活状態の維持や拡充が促されることがあるという「補完的機能」に注目しているからであるが、それ自体が独自の生活機能をはたしていることは言うまでもない。したがって、その補完的機能だけでなく独自の・本来的機能に

も関心を寄せ、それに対する研究的意義を認めることができる。「モノ探し行動」には補完的機能が求められるが、だからと言って、その研究的意義が変わるものではない。

### Ⅲ 日常生活行動への心理学的アプローチ

#### 1. 「日常生活行動」の語句的理解

筆者は“モノ探し行動”を「日常生活行動」の一つとしてきたが、この「日常生活行動」をどのようにとらえるかについて明確には述べていない。しかし、この行動への心理学的アプローチを行うためには、その行動の性格を検討しておくことが必要だろう。本節Ⅲは、そのための試みである。

(注) 「日常生活行動」についての説明を電子辞書 Ex-word 搭載の『広辞苑』と『日本国語大辞典』に求めてみたが、この語句は見られないだけでなく、「日常生活」という語句もなかった。ただ『広辞苑』は「日常=つねひごろ、ふだん、平生、平常」という説明に加えて、「日常生活動作 activities of daily living」という専門用語が収録されていて、「日常生活に必要な基本的動作。食事・排泄・着脱衣・入浴・移動など。障害者や高齢者の生活の自立度の判定、患者の機能回復段階の評価に用いる。ADL」と説明されている。

ちなみに滋賀県のS病院のリハビリテーション実施計画書に記載されている「日常生活活動(動作)」の項目は、次のように“運動”と“認知”に大別され、中分類6項目、小分類19項目があるが、“運動”に関する機能を注視している：

	<u>中分類</u>	<u>小分類</u>
運動	セルフケア	……食事／整容／清拭・入浴／更衣（上半身）／更衣（下半身）／トイレ、排泄………排尿コントロール／排便コントロール、移乗………ベッド、椅子、車椅子／トイレ／浴槽・シャワー、移動………歩行（杖・装具：                   ）／車椅子／階段。
認知	コミュニケーション	……理解／表出、社会認識………社会的交流／問題解決／記憶。

一般的に「日常生活行動」は「日常的に行われる生活行動」という意味で、「多くの人にとって馴染み深く心理的・身体的負荷の変化が比較的小さい」という性質の行動であると理解できる。それには「ふつう繰り返し行われる」「慣れたやり方で行われる」「心配や苦勞をあまり感じずに行われる」というような特徴があると言えるだろう。そして、基本的には「日常的には行われない生活行動（=非日常的生活行動）」と対比されるものである。したがって、「生活行動」の範囲を明らかにすることがまず必要であり、ついで、「日常的か、非日常的か」を区分することが求められる。

しかし「生活行動」はあまりにも一般的な語句であるためか、それが定義されることは稀のようだが、とにかく「人びとが暮らしのなかで行うこと」と言いかえておきたい。ただ、人びとの「暮らし=生活」をどう見るかによって、生活行動の内容はさまざまな姿をみせることになるだろう。「生活行動」は、具体的には、たとえば「家庭生活か社会生活か」「消費生活か生産生活か」「個人生活か集団生活か」「田舎生活か都会生活か」「国内生活か外国生活か」というような対比的カテゴリーとして示される条件によって、その内容を把握することになるだろう。しかし、この種の“条件”のなかで任意に選定しても、それぞれの条件での生活のごく限定的・個別的な内容を知ることができるだけに終わることが多いような気がする。

他方、「生活行動の体系」について、いわゆる“一般化”を探ることは重要である。その方法として、上記のような多数の“限定的・個別的な生活行動の内容”の共通点を絞り出すことも考えられるが、その範囲は定めることができず、その“共通点”の数や相互関係がどうなるだろうか危惧される。そのような危惧をあまり感じず、また、より生産的になろうとするために「ふだんの暮らし」とか「一般的な生活」という条件設定のもとで「ふだんの生活行動」の体系を描くことはできないだろうか。

筆者は、ここで、二つの試みを考えてみたい。一つは、生活行動をリスト化している既存資料にもとづいて「ふだんの生活行動」を抽出する方法である。もう一つは、あらためて調査を行うことによって「ふだんの生活行動」を把握することである。

## 2. 「日常生活行動」の操作的把握

### (1) 生活行動のリスト

筆者は、かつて、生活時間調査における生活行動の分類に関してレビューしたことがある（佐々木、2003）。外国の調査研究では Szalai, A. (1972) を代表者として1964～66年に実施された国際的タイム・バジェット研究を初めとして、独自に行われた他の11ケースでの行動項目を検討し、国内での仕事ではNHK『国民生活時間調査』や総務庁統計局『社会生活基本調査報告』を中心に多くの取り組みを通覧した。このレビューは、「時間消費」という概念のもとに「自由裁量の時間をどのように使うか（消費するか）」という問題設定の枠内で行ったので、「余暇生活の費やし方」を把握するために余暇（自由裁量的）生活行動の項目リストを提示している調査研究に特に注目していた。その際、余暇生活行動を含む“全体的な生活行動”を把握しているものとして、Szalai, A. (1972) のタイム・バジェット調査のほかNHK『国民生活時間調査』や総務省統計局『社会生活基本調査』な

どによる生活行動に関する分類体系の構成を代表的な調査研究としている。これらのなかで本稿では『社会生活基本調査』を参照する。

他方で、独自の調査で任意に生活行動のリストを作成している場合もある。佐々木(2003)のレビューでは博報堂生活総合研究所(1999)、総理府広報室(2000)、財団法人自由時間デザイン協会(2001)などの行動リストを引用していたが、本稿では、生活行動のイメージの価値評価を行っている根本(1998)の調査結果にもとづいて検討したい。

## (2) 総務省統計局『社会生活基本調査』(調査票B)による「生活行動」分析

### 『社会生活基本調査』の概要

『社会生活基本調査』は、その実施規模が大きいだけでなく、調査している「生活行動」の種類が多い、また、その分析から「ふだんの生活行動」を操作的に導きやすい、という特徴がある。

『社会生活基本調査』は2種類の調査から構成されており、概括的な調査内容にもとづく調査票Aによる大規模な調査と、生活行動を詳細に調べた調査票Bにもとづく小規模な調査がある。2016年(平成28年)実施の場合、この2種類の調査の内容にはともに「1日の生活時間に関する事項」が含まれているが、調べる「行動の種類」に次のような違いがある：

**調査票A**……1日の行動を20種類に分類し時間帯(15分単位)別の行動状況(同時に2種類以上の行動をした場合は、主なもの1つ)を調査した。20種類の行動を大きく3つの活動にまとめ、睡眠、食事など生理的に必要な活動を「1次活動」、仕事、家事など社会生活を営む上で義務的な性格の強い活動を「2次活動」、これ以外の各人が自由に使える時間における活動を「3次活動」としている。

**調査票B**……1日の行動を15分ごとの時間帯別に(同時に2種類以上の行動をした場合は、主行動と同時行動のそれぞれについて)調査した。行動を大分類6種類、中分類22種類、小分類90種類に分類している。この分類は表1「調査票Bにおける詳細行動分類一覧」に示している。

(注) ちなみに「モノ探し」は、調査票Aの20種類の行動では項目が見当たらずどこに分類されるのか不明であるが、調査票Bでは、次のように、小分類の内容例示のなかに記されている：

2 無償労働→21 家事→214 住まいの手入れ・整理→⑤自宅等における様々な種類の事柄の調整(内容例示：探し物をする、カーテンをつるす、雨戸を閉める、引越、花瓶の水替え)。



「ふだんの暮らし」での生活行動：「ふだん度」（筆者の造語）の設定

『社会生活基本調査』では集計区分に「ふだんの日」を設けている。その区分方法は、生活時間の調査日の状況について次の9カテゴリでの記入報告を求め、「その他」および「(有業者では)在宅勤務」にのみ記入のある日を「ふだんの日」と規定するというものである：

- a. 旅行・行楽、 b. 行事または冠婚葬祭（半日以上参加）、 c. 出張・研修など、 d. 在宅勤務、療養、 e. 休みの日（休暇・休日など）、 f. 育児休業・子の介護休暇、 g. 介護休業・介護休暇、 h. その他。

つまり、a. ～ g. に記入のある人は、その仕事や活動によって「ふだんの日ではない（＝非日常的な日である）」ことを示す特徴があるとするのである。（ただし、有業者では「d. 在宅勤務」のみに記入している場合は、「h. その他」にのみ記入しているのと同様に、「ふだんの日」としている。）

この調査日状況の区分に着目すれば、「非日常的な日」に多くなり「ふだんの日」に少なくなる行動は「ふだん度」（＝日常的に行われる程度）が低くなり、逆に「非日常的な日」には少なく「ふだんの日」に多い行動は「ふだん度」が高いと見ることができよう。言うまでもなく、「非日常的な日」に増加する行動はその日が「ふだんの日でない（その他）」と規定された行動や行事を原因とすることが多いと推測されるが、「ふだんの日」の行動にただ追加されるだけということもあって“多忙さ”を意味するとも考えられる。ただ、この“多忙さ”は「ふだん」からの乖離であるとも言えるので、やはり「ふだん度」の“低下”を表していると解釈できよう。

結果数値から「ふだん度」を推量

『社会生活基本調査』の膨大な集計結果のなかの基本的数値として、行動の種類別の「行動者数」「行動者率」「ひとり1日当たりの平均行動時間（総平均、行動者平均、曜日別平均、週全体平均）」がある。

これらからそれぞれの生活行動の「ふだん度」へ接近することを考えてみたい：

**行動者数**……調査日に当該行動をした人の数。

⇒この人数が多いほど「ふだん度」は高い。

**行動者率**……属性別の〔行動者数÷総人数×100〕（％）

⇒この率が高いほど「ふだん度」は高い。

**平均行動時間**……ひとり1日当たりの当該行動の平均時間数。

表1 2016年(平成28年)社会生活基本調査(調査票B)における詳細行動分類一覧

(注) 行動の種類の前に付されている数字が1桁のものは大分類、2桁のものは中分類、3桁のものは小分類である。報告書には小分類の内容例示がある。

1 有償労働	3 学業・学習・自己啓発・訓練	53 教養・趣味・娯楽
11 主な仕事関連	31 学業	531 教養・娯楽
111 主な仕事	311 学校での授業・その他学校での行動	532 創作
112 主な仕事中の移動	312 学校の宿題	533 趣味としての菓子作り
12 副業関連	313 家庭教師による勉強・学習塾・予備校での勉強等	534 成果物を得る趣味・娯楽
121 副業	314 学校での学習(学業)中の休憩	535 趣味としての園芸
122 副業中の移動	315 通学	536 ペットの世話
13 通勤	32 学習・自己啓発・訓練(学業以外)	537 犬の散歩等
131 通勤	321 学習・自己啓発・訓練(学業以外)	538 趣味としての衣類等の作製
14 その他の仕事関連	4 個人的ケア	539 趣味
141 仕事中の休憩	41 睡眠関連	53D コンピュータの使用
142 求職活動	411 睡眠	53A ゲーム
2 無償労働	412 うたたね	53B ドライブ
21 家事	413 療養	53C 他に分類されない趣味・娯楽
211 食事の管理	42 身体的ケア	54 スポーツ
212 菓子作り	421 受診	541 エアロビクス系スポーツ
213 園芸	422 入浴(自分自身や家族等が行うもの)	542 球技
214 住まいの手入れ・整理	423 身の回りの用事(自分自身や家族等が行うもの)	543 ウォーター系スポーツ
215 衣類等の手入れ	424 身の回りの用事(個人サービスの利用)	544 成果物を得るスポーツ
216 衣類等の作製	425 療養のための世話(自分自身や家族等が行うもの)	545 他に分類されないスポーツ
217 建築・修繕	43 食事	55 マスメディア利用
218 乗り物の手入れ	431 朝食	551 読書
219 世帯管理	432 昼食	552 新聞・雑誌
21D 子供(乳幼児以外)の介護・看護	433 夕食	553 テレビ
21E 家族(子供以外)の介護・看護	434 夜食	554 ビデオ・DVD
21F 子供(乳幼児以外)の身の回りの世話	435 軽飲食	555 ラジオ
21G 家族(子供以外)の身の回りの世話	5 自由時間	556 CD・音声ファイル
21C その他の家事	51 社会参加・宗教活動	56 休養・くつろぎ
22 育児	511 社会参加活動	561 休養・くつろぎ
221 乳幼児の介護・看護	512 礼拝・読経	6 その他
222 乳幼児の身体の手話と監督	52 交際	61 移動
223 乳幼児と遊ぶ	521 冠婚葬祭	611 家事的趣味に伴う移動
224 子供の付き添い等	522 人と会って行う交際・付き合い	612 その他の移動
225 子供(乳幼児以外)の教育	523 家族とのコミュニケーション	62 調査・その他
226 子供の送迎移動	524 電話による交際・付き合い	621 社会生活基本調査に関連する行動
227 子供(乳幼児以外)と遊ぶ	525 電子メール等による交際・付き合い	622 他に分類されない行動
23 買い物・サービスの利用	526 手紙等による交際・付き合い	
231 買い物		
232 公的サービスの利用		
233 商業的サービスの利用		
24 家事関連に伴う移動		
241 家事関連に伴う移動		
25 ボランティア活動関連		
251 ボランティア活動		
252 ボランティア活動に伴う移動		

1. 総平均……該当する種類の行動をしなかった人を含む全員についての平均。
2. 行動者平均……該当する種類の行動をした人のみについての平均。  
⇒平均行動時間については解釈がむずかしい。「ひとり1日当たりの平均時間」は行動回数に依存すると考えられるので、「ひとり1日当たりの行動回数」で情報を補うのがよい。この「行動回数」が少ないことは「ふだん度」が低いことを推察させる。また「平均時間÷行動回数」によって「ひとり1日の1回当たり平均時間」を算出することも考えられ、その値が極端に大きい場合は「時間をかけて稀に行う行動」の可能性があり「ふだん度」は低いと推察される。
3. 曜日別平均……調査の曜日ごとに平均値を算出したもの。平日平均（月～金曜日の平均値）、土曜日平均および日曜日平均がある。  
⇒平日平均より日曜日平均の値が高い行動は「ふだん度」が低い。
4. 週全体平均……月曜日平均～日曜日平均の7曜日別結果を平均して算出。

この調査資料の膨大な情報から目的に適う内容を取り出すことに意味はあるが、上述の試みは“隔靴搔痒”の感じがすることは否定できない。ただ、「ふだん度」の高い生活行動に目星をつけるための準備作業としての情動的価値はある。

### (3) 生活行動のイメージの価値調査：根本（1998）によるデータ

「ふだんの暮らし」とか「ふだんの行動」という語句は馴染み深いものであるが、「ふだん」を操作的に規定するために前項で導入した「ふだん度」は統計数理的結果によるとらえ方を示したもので、実質的な内容はなかった。そこで、生活行動の実情や印象・評価を調べるという直接的接近によって「ふだん度」をとらえることも考えられる。そのデータを筆者は持ち合わせていないが、その手法としては根本（1998）による「生活行動のイメージ評価の分析」が参考になる。

#### 根本（1998）の調査の概要

根本は、代表的な生活行動に対するイメージ評価とその要因の把握を目指して、37項目の生活行動について「役に立つ」「魅力がある」「満足である」「やりやすい」という4尺度による評定を京阪神地区の大学生およびその母親（主婦）の各201名から得ている。その結果から生活行動の「ふだん度」に関する示唆を受けたいと思う。この調査は、1997年11月に実施されているが、測定対象とする生活行動には、衣・食・住・遊・情報の5分野と、個人生活と家庭生活をクロスさせて代表的な生活行動をリストアップし、その中から生理的要素の大きいものや社会的義務の性格の強いものを除いて、表2に示す37項目を選んでいる。そして、上記の4尺度によるイメージ測定は、それぞれについての印象を7段階評価（プラス3～ゼロ～マイナス3）するという評定法で行われている。

表2 根本（1998）の生活行動イメージ調査の37項目と2尺度の平均評定値

(注) 表示は主婦201名により7段階評定（プラス3～マイナス3）で行われたもの。平均値以上の数値のみ示す。

	役に立つ	やりやすい
入浴……………	2.53	1.71
調味料の買い足し……………	1.80	1.05
ファッション店の見て歩き……………	1.59	0.29
冷蔵庫の買い替え……………	1.61	-0.15
新聞を読む……………	2.32	0.87
お歳暮……………		
披露宴の準備……………		
ハンバーガーの昼食……………		
家族の健康管理……………	2.30	
家族旅行……………	1.80	
アイロン掛け……………	1.76	0.00
ひとりでの安息時間……………	2.42	0.30
台所の改装……………	2.15	
普段着のおしゃれ……………		0.14
スポーツをする……………	1.60	
母の日のプレゼント……………		0.32
服装のコーディネートに気を配る…	1.59	0.18
子供のしつけ……………	1.98	
家族揃っての夕食……………	2.13	
ボランティア活動への参加……………		
家計簿のチェック……………		
貯金や証券の管理……………	1.63	
友人とお喋り……………	1.84	0.83
冷蔵庫の中身のチェック……………	1.88	-0.01
アクセサリーを楽しむ……………		0.20
毎日のメニューを考える……………		
海外旅行……………		
掃除……………	2.12	
趣味（絵俳句手芸）を楽しむ……………		
夕食の後始末……………		
家族の誕生日のための調理……………	1.61	0.48
趣味の教室へ通う……………		
老後の準備……………	1.86	
お洒落についての情報交換……………		-0.14
植木の世話やガーデニング……………		
家具や食器のデザインに気を配る…		-0.09
お化粧をする……………		0.49
<b>37項目の平均値……………</b>	<b>1.56</b>	<b>-0.18</b>

（注） 根本による37項目の選定は「生活工学」という新しい視点で行われている。「生活工学」とは、消費行動は生活行動の一部であり、生産された財を消費するという受動的な姿勢ではなく、生活価値実現のために商品を選択し、使用し、評価し、供給者との相互作用を行う生活者としての能動的なあり方を重視する立場から、生活の価値体系に対応する、より総合的で、より自由度の高い商品系の進化のための工学の構築を目指すものである。そのため、欠乏充足型あるいは必要充足型の消費行動から、より魅力的な生活を求める消費行動への変化に着目するという観点から、37項目のなかには「時間の自由度の拡大」「自由支出の拡大」「積極的な自己表現」などに関連するものが多く含まれている。

この根本のデータは生活行動の「ふだん度」を直接的には把握していないので、これを筆者（佐々木）の解釈にもとづいて考察してみたい。

#### 根本（1998）の調査データの検討

根本が採用している4尺度のなかで「役に立つ」と「やりやすい」は「ふだんの生活行動」に必要な要素を表していると考えられる。そこで、主婦による結果について、本稿の目的に沿うように、この2尺度の評定結果から、それぞれで全37項目の平均値以上の（全項目の中でより積極的評価を示す）数値を取り出して、表2に示している。

これらの項目のなかには「役に立つ」あるいは「やりやすい」の1尺度で平均値以上の数値を示すものもあれば、両方の尺度で該当するものもあるので、それらを仕分けると次のようになる：

「役に立つ」のみ（9項目）…… 家族の健康管理、家族旅行、台所の改装、スポーツをする、子供のしつけ、家族揃っての夕食、貯金や証券の管理、掃除、老後の準備。

「やりやすい」のみ（6項目）…… 普段着のおしゃれ、母の日のプレゼント、アクセサリーを楽しむ、おしゃれについての情報交換、家具や食器のデザインに気を配る、お化粧品をする。

「役に立つ」と「やりやすい」の両方で（11項目）…… 入浴、調味料の買い足し、ファッション店の見て歩き、冷蔵庫の買い替え、新聞を読む、アイロン掛け、ヒトリでの安息時間、服装のコーディネートに気を配る、友人とのお喋り、冷蔵庫の中身のチェック、家族の誕生日のための調理。

この3タイプに区分された項目群の内容についての直感的な印象では、「役に立つ」では家族・家庭関連の項目が、また「やりやすい」では個人的おしゃれ関連の項目が多く、さらに「役に立つ+やりやすい」では家庭的および個人的ニーズを満たそうとする項目が共存している。

このように理解をすることは「ふだんの生活行動」の“領域”を伺わせるが、その“性質”を意味づけていない。根本（1998）の生活行動イメージ調査は、われわれが考える「ふだんの生活行動」をとらえることを目的にしていないので、その調査結果から得られ

る情報がわれわれの要求に適合しないのはやむを得ないだろう。

#### 根本（1998）の生活行動イメージ調査からの発想

根本の調査方法をふまえて若干の改良を加えた試案を述べてみたい。

まず、測定対象である生活行動については、「現状でのふだんの行動」と「理想とするふだんの行動」が区分できるように選定するのが好ましいと思う。

測定尺度では「日常的な行動——非日常的な行動」が評定できるものにする。そのために、この「日常的——非日常的」を構成する下位的特性を検討し、たとえば「たいていの人が行うこと——一部の人が行うこと」「行う機会（回数）が非常に多い——行う機会（回数）は稀である」「気楽に行える——努力しないと行えない」「日々生活している場所で行うこと——特別の場所で行うこと」というように、「ふだん度」に結びつく尺度を用いることが考えられる。

とくに配慮を要するのが「ふだん＝日常生活」の場面や機会についての理解やイメージの違いがあるのではないかということである。とりわけ、有業者では家庭と職場での「ふだん」意識の差は小さくないだろうし、パートタイマーでも同様ではないだろうか。そのような事情があるので、具体的な調査では「ふだんの家庭生活」に限定し、統一を図るのが実際的だと思われる。

#### (4) 目的に応じたアプローチの選択

特定の生活行動が「ふだんの日」の行動であるのか否かを把握するための試案として述べた二つの方法では、前者（『社会生活基本調査』データの利用）は網羅的な行動目録に関する分析になり、後者（根本の生活行動調査の方式）は選択的な行動メニューに関して分析するである。この二つの分析方法のどちらが有効かは研究目的に応じて決められるが、本稿では「モノ探し行動は日常生活行動（＝ふだんの日）の行動）」であると想定したことに発想の源があって、生活行動の全体を仕分けする意図はなかったもので、後者（根本方式）を踏襲するのが効率的であることは否定できない。そして根本方式でも「モノ探し行動」だけを取り上げるのではなく、より広い範囲の生活行動を計画的に選定することによって、「ふだんの日」の生活行動として、個々の行動を特徴づけるだけでなく、選定された生活行動の全体から判断される“生活行動の体系”を浮かび上がらせることが期待できる。しかし同時に、網羅的な行動目録のなかで「日常的な行動」を浮かび上がらせることも必要である。二つのアプローチをどのように連結するか、また、その意義はどれだけあるのか、検討すべきことである。

### 3. 日常生活行動の体系化の視点

「モノ探し行動」を“日常生活行動”の全体像のなかに位置づけることは、これまでの一連の研究ノートの執筆目的にはなかったことであるが、ここで、その視点についての私見を述べてみたい。

われわれの「ふだんの日」の生活行動には、なんらかの定常的な「流れ」あるいは「パターン」がある。その「流れ＝パターン」は、外部からの必要性によって余儀なく作られている場合があるが、他方で、われわれの“生き方”として自ら選択的に構成している部分も少なくない。その「流れ＝パターン」が硬直的か流動的かの程度に違いはあるが、生活行動の定型的パターン（ルーティン routine）について、時間的単位（1日、1週、1か月、4季、年間、など）をふまえて観察することができないだろうか。生活行動のルーチン化した流れは、周期的な現象になり、「習慣」にもなりうる。

以下では、日々行われている個々の生活行動から生活システムへアプローチするための手がかりを求めてみたい。それは、かつて佐々木（2003）が「生活行動に関する包括的な分類体系をふまえて、個別的行動の位置づけを行い、行動相互間の関連性（補完関係、代替関係、随伴関係など）も知ることが重要であろう」（p.251）と述べていることの延長に当たる。

#### (1) 生活行動の相互連関

モノ探し行動は日常生活行動の一つであり頻繁に行われるものであるが、それがなければ生活が成り立たないという意味での“必須行動（＝不可欠の行動）”とは言えないのではなかろうか。そう考えると、“必須行動”とはどんな行動かを問い、さらに発展させて、それらはなぜ“必須（＝不可欠）”なのか、それら“必須行動”の相互の関連はどうなっているのか、その相互関連から全体的な“生活行動の体系”、ひいては“生活構造”が構築できるか、という問題に結び付けることはできないだろうか。

これは、特定の生活行動が生活構造のなかでいかなる位置を占めるかという問題になる。

たとえば、総務省『社会生活基本調査』において「ふだんの日」が規定された時、前述のように、その調査日に旅行・行楽、行事または冠婚葬祭、出張・研修、在宅勤務、休み（休暇・休日など）、育児休業・子の看護休暇、介護休業・介護休暇などが含まれていないこととしていた。つまり「ふだんの日」は、これらの行動を含まずに成り立つ生活であり、これらの行動は「ふだんの日ではない」ことを示す基本的条件になっている。特定の

行動の有無が「ふだんの日」であるか否かを区分している。

このことは「ふだんの日」を成立させる基本的条件になる生活行動が何かということを考えさせることにもなる。われわれは「ふだんの日」の生活行動について、全体的なイメージを構成している。そのイメージには「安らかな一日」や「忙しかった一日」というような全体印象的なものもあるが、具体的行為に関する評価の統合が全体的印象につながっていることが多いので、結局は、「ふだんの日」を成り立たせている生活行動に着目することが必要になる。そうした生活行動にも「核」になる具体的な行為があり、その特徴が波及して「その日」の全体的印象が成立しているのではなかろうか。

## (2) 生活行動の機能的意味づけ

われわれの生活行動のなかには中核的行為と周辺的行為がある。中核的行為は“必須行動”であり、“基本的条件”になる行動である。他方、目的的行為と手段的行為もある。目的と手段の関係は、一つの目的がより上位の目的の手段になることが多いので、その区分は単純ではないが、概念的な区分は可能である。このような見方は、行為者にとってその行為がいかなる生活的意味をもっているか、という機能的視点を持つことである。特定の行動がどれだけの数の人によって行われたかという見方をする総務省『社会生活基本調査』やNHK『国民生活時間調査』などとは、視点が異なることになる。

生活行動に機能的意味を求める視点から検討するために、とりあえずNHK『国民生活時間調査』をみると、その行動分類での大分類に「必需行動」があるが（他に「拘束行動」「自由行動」がある。）、それは「個体を維持向上させるために行う必要不可欠性の高い行動」と説明され、その中分類（小分類も同じ。）には「睡眠」「食事」「身のまわりの用事」「療養・静養」の4カテゴリーがある。そして、各カテゴリーの具体例として、睡眠では「30分以上の連続した睡眠、仮眠、昼寝」、食事では「朝食、昼食、夕食、夜食、給食」、身のまわりの用事では「洗顔、トイレ、入浴、着替え、化粧、散髪」、療養・静養では「医者に行く、治療を受ける、入院、療養中」が示されている。

これらの「必需行動」の4カテゴリーのなかで、睡眠、食事は誰もが毎日行う不可欠性の高い行動であるが、身のまわりの用事では洗顔、トイレ、着替えなどは不可欠性が高いが化粧、散髪はそれほどではなく、療養・静養は該当者でなければ一般的に行動機会はあまり多くないだろう。したがって、前項の「生活行動の相互連関」を“個人における行動機会の同時的あるいは継時的な生起の程度”ととらえて、それを一日単位で見ると、睡眠と食事の間の連関は非常に高く、それらと療養・静養の間の連関は一般に低く、身の



まわりの用事との連関はその中間に位置づけられるだろう。

この考え方で「拘束行動」や「自由行動」を中分類レベルで見ると、拘束行動の6カテゴリー（仕事関連、学業、家事、通勤、通学、社会参加）や自由行動の4カテゴリー（会話・交際、レジャー活動、マスメディア接触、休息）の間の相互連関を特定化できるケースもあるのではなかろうか。相互連関が特に強いと考えられるケースとして「仕事関連と通勤」、「学業と通学」などがあるが、これは一般に“目的-手段関係”にある。同様の連関的行為には「食事と炊事（＝食事の支度）」「炊事と買い物」を加えることができる。

こうした見方で生活行動の連関を見ると、その強弱によっていくつかの生活行動群が構成されるだろう。それぞれの行動群は何らかの生活目的につながっており、生活遂行のための何らかの役割を担っていることが想定される。

### (3) 「ふだんの日」を成り立たせる生活行動系列

われわれが「ふだんの日」を見ると、起床を起点とし就寝を終点とする時間経過のなかで一種のルーティン（定型的パターン）をもって、さまざまな行為を継続的に行っていることが多い。つまり“行動系列”が構成されているのであるが、前項で述べたような“目的-手段関係”にあるとは思えない場合も含めて、1日のなかでほぼ安定的に位置づけられる行為を見出すことができるのではなかろうか。そのような行為の典型は「食事」のように毎日ほぼ同じ時間軸上に位置づけられるものであるので、この「朝食——昼食——夕食」を基本的な系列として、「朝食——昼食」あるいは「昼食——夕食」の系列内およびその前後にほぼ定期的に位置づけることができる行為が見当たらないか、ということである。そうした行為には、たとえば、前項で述べた「身のまわりの用事」のなかの洗顔、トイレ、入浴、着替えなどが該当するのではなかろうか。「マスメディア接触」のテレビ視聴や新聞閲読でも、各個人では、同様の傾向を伺うことができそうである。「仕事とそのため通勤」や「学業とそのため通学」も、その該当者には、定常性の強い行為になるだろう。

このように「規則性」を求める視点からみれば、モノ探し行動はどのようにとらえられるだろうか。その行動機会はかなり多くて反復的ではあるが、それは必要に応じて突発的に生じるのが通例で、定期的な行為とすることはできないだろう。しかも個人差が大きいと思われ、生活行動の定型的パターンのなかでモノ探し行動を位置づけられるかどうかは疑問であり、一種のハプニングとみなされることが多いのではなかろうか。

#### 4. 異なる視点による生活行動

これまでの論述では「生活行動」の「行動そのもの」を見てきたが、行動現象についての視点を変えると、別の様相を示す「生活行動」にアプローチできる。本稿で資料源として重視してきた「生活時間」はその代表的現象で、時間尺度で見た生活行動である。同様に、経済的（金銭的）側面を見れば「生活経済（主に支出）」があり、物質的側面を見れば「生活財（入手・保有・利用など）」がある。これらは、生活行動を実態的にとらえるものであるが、心理的側面に注目すれば「生活意識」や「生活価値観」を、また総合的見地からは「ライフスタイル（生活様式）」を加えることができる。

以下では、それぞれの“生活行動現象”について、筆者（佐々木）が関心を持つ若干のトピックスについて述べておきたい。

##### 1. 生活時間

現代社会において人びとにとって重要な生活時間に関する問題は、自由裁量的に過ごすことができる時間を作り出すこととその配分ではないかと考えている。筆者は、自由裁量的に生活時間を使うことを「時間消費」という概念で表しているが（佐々木, 2003.p.207）、その日常的な行動現象には、表1に示した『社会生活基本調査』の行動分類のなかの「5. 自由行動」の中分類の51~56に含まれるものが該当する。さらに、重要な領域として、非日常的な生活行動である「観光（観光旅行を含む.）」がある。ちなみに、「観光」の実質的内容は、内閣総理大臣官房審議室（1970）による次の定義が分かりやすい：

観光とは、自己の自由時間（＝余暇）のなかで、鑑賞、知識、体験、活動、休養、参加、精神の鼓舞等、生活の変化を求める人間の基本的欲求を充足するための行為（＝レクリエーション）のうち、日常生活圏を離れて異なった自然、文化等の環境のもとで行おうとする一連の行動をいう。（佐々木, 2007.p.29に引用.）

こうした日常のおよび非日常な生活行動に使う（＝過ごす）時間は、現代人にとって貴重なものである。個人にとって時間資源には限界があるので、そのなかで選択される生活行動の量と質を把握するために、生活時間データはきわめて重要である。

##### 2. 生活経済

家計における収入と支出を把握すること、とくに支出の費目別配分を知ることは、生活行動を“中程度の具体性”で理解するために役立つだろう。よく知られている指標として「エンゲル係数（生活費中に占める食費の割合）」があるが、今日では食事が社

交・娯楽の機能を増しているので余暇的活動に関連することを考慮しなければならない。精神的活動である教育、文化、趣味、娯楽などへの支出にも注目する必要がある。

### 3. 生活財

わが国の家庭電化時代の幕開けは1956年（昭和31年）頃と言われているが、その当時、電気冷蔵庫、電気掃除機、白黒テレビは「三種の神器」と称されて、これらを備えるのが一般家庭の夢であった。そして、1960年代初期には、この「三種の神器」を揃えた家庭の次の目標は「3C」と称されたカラーテレビ、マイカー、ルームクーラーになった。これらの生活財を買い揃えた家庭は、いわゆる「生活革新」の先導者であったが、そうでない家庭が多数を占めていただろう。これら2タイプの家庭の間にはさまざまな生活上の違いがあったというのは筆者の実感でもあるが、近年では情報通信機器のパソコンやスマートフォンの所有・利用の有無によっても家庭的・個人的な生活的差異があることを痛感している。このような差異は食品や衣類などベーシックな生活財の使用でも見られる。生活財のアソートメント（取り揃え）は、家庭的・個人的な生活の特徴を如実に表現している。

### 4. 生活意識、生活価値観

生活行動や生活に関する心理的側面を包括的に表すために「生活意識」という言葉がよく使われる。生活の現状についての感想・感情、過去に関する評価、将来に対する展望や期待、などきわめて広い対象分野における具体的問題や抽象的事象についての心理的現象を含んでおり、当然、あらゆる生活行動も対象になる。

ところが「生活意識」という語句は一般的な日本語辞典（たとえば『広辞苑』『日本国語大辞典』『日本語大辞典』『角川国語中辞典』など）には収録されておらず、また、心理学的な用語であると思われるが専門的な『新版 心理学事典』（平凡社、1981）にも見当たらない。ただし書物・新聞・雑誌や放送や日常会話で頻繁に用いられているのは確かで、「生活に関する“意識”」という意味で日本語として一定の位置を占めていると思われる。しかし、その内容は非常に広範囲に及び、概念として明確でないのかも知れない。そうした言語的理解になるのは「意識」という語句に理由があるのではなかろうか。

そこで「意識」がどのように説明されているかを二つの事典（辞典）でみることにしたい：

- (1) 『新版 心理学事典』では、この項目についての長い説明があるが、その冒頭で「Consciousness（英語） 意識とは、通常われわれが現在直接経験している心的現象の総体をさす」（p.14）と規

定されている。

- (2) 『広辞苑 (第4版)』では、①仏教用語としての「意識」を説明した後に、②「(consciousness) 今していることが自分でわかっている状態。われわれの知識・感情・意志などあらゆる働きを含み、それらの根底にあるもの。」と、心理学的見解を述べている。

つまり、「心的現象の総体」とか「知・情・意のあらゆる働き」と表現されているように、その心理的な現象や機能はほとんどとらえようがないくらいの範囲に及んでいる。そのため、その中核を占めていると考えられる領域として「生活価値観」を設定し、個人的あるいは家庭的な生活や生活行動に関する評価（良い－悪い）、好悪（好ましい－好ましくない）、意欲（したい－したくない）、見通し（楽観的－悲観的）など、より具体的に把握するほうが問題の理解を促進すると言えるだろう。

#### 5. ライフスタイル (生活様式)

生活や生活行動の実態的側面と心理的側面を含む総合的特徴を意味している。『新版心理学事典』には「一般的には、個人の生き方・暮らし方を意味し、衣・食・住のほか消費生活・余暇の過ごし方などの実態にみられる傾向と、それらを規定している個人の価値意識を含む包括的な概念である」(p.806) と、分かりやすい説明がある。また『広辞苑 (第4版)』では「生活様式。特に、趣味・交際などを含めた、その人の個性を表すような生き方」(p.2663) と説明されているが、これら二つの説明を重ねてみると「人の個性的な生き方を全体的に表す概念」と解釈される。

したがって、生活行動は、ライフスタイルを構成する重要な領域であるとともに、ライフスタイルの影響のもとで個性的な特徴を表現する代表的な領域である。生活行動の多面的で多様な現象を、その行動の当事者の個性的な生き方という観点から集約するとき「ライフスタイル (生活様式)」の特徴として理解されるだろう。

生活行動は、そのアプローチの視点や把握方法に応じて、独自の姿を見せる。それぞれのアプローチで生み出される知見を相互に関連づけ体系的に分析することによって、生活行動の総合的理解を深めることができるだろう。

#### あとがき

「モノ探し行動」に関する心理学的研究の意義を認めて、その具体的課題について若干の考察を行ったが、こうした認識と立場は筆者の心理学研究における個人的経歴が深くか

かわっている。心理学に関する筆者の仕事の領域は主に「消費者行動」と「旅行者行動」にあったが、その起点になったのは、大学の修士課程を終えて就いたマーケティング・リサーチの実務的経験であった。そこで、日常生活におけるさまざまな問題を取り扱うなかで、心理学的方法論を導入することが有効であるということを実感し、種々のマーケティング課題の分析で心理学的アプローチを展開するなかで、個人的関心領域を消費者購買態度に特化していった。

「モノ探し行動」というテーマもその延長上にある。ただ、この行動への着目は、筆者自身が日常の生活で「さがしもの」をすることが多くなったと感じたことにあった。しかし、「モノ探し行動」は、日常生活行動における機能回復行動の一種と位置づけられ、人間が自発的な生活を営むことを意図している限り、それを維持するために不可欠なものではないかと思われる。

ただ、筆者は、この行動についての一連の心理学的考察において、この問題に関する文献・資料をほとんど参照せず、もっぱら筆者自身の着想と知識の範囲内で小論を重ねてきたので、論点の偏りや論議の未熟さが目につくのではないかと思っている。そうした弱点が「モノ探し行動」に関心を寄せる論者によって補正され内容が深められることを願っている。

#### 参考文献

- 根本 則明（1998）生活行動のイメージ評価の分析：生活価値実現型消費の基盤。消費者行動研究，第6巻第1号，19-34.
- 佐々木 土師二
- （1964）スーパーマーケットの事例研究：商勢圏と客単価を中心として。（社）流通問題研究協会 モノグラフ2号.
- （1965a）『消費心理学入門』講談社ブルーバックス.
- （1965b）信用購買における消費者行動。（社）流通問題研究協会 モノグラフ8号.
- （1966）クレジットカード。（社）流通問題研究協会 モノグラフ16号.
- （1967）商品類型論。（社）流通問題研究協会 モノグラフ22号.
- （1970）ブランド・ロイヤルティ（上・下）。（社）流通問題研究協会 モノグラフ35・36号.
- （1971）衝動買い。（社）流通問題研究協会 モノグラフ46号.
- （1972a）価格意識。（社）流通問題研究協会 モノグラフ59号.
- （1972b）価格の精神物理学。（社）流通問題研究協会 モノグラフ60号.
- （1979）消費者からみた小売商業集積の魅力。（社）流通問題研究協会 モノグラフ80号.
- （1988）『購買態度の構造分析』関西大学出版部.
- （1991）広告心理学の展開。関西大学社会学部紀要，第22巻第2号，75-107.
- （2000）『旅行者行動の心理学』関西大学出版部.
- （2003）時間使用調査における生活行動の分類：「時間消費の心理学」に向けて(3)。関西大学社会学部

紀要, 第34巻第3号. 205-257.

(2007) 『観光旅行の心理学』北大路書房.

(2018) “モノ探し行動” についての小考: 「ST ピラミッド型モデル」の提案. 関西大学社会学部紀要, 第50巻第1号. 75-88.

(2019a) “小さなモノ探し” の行動論的分析: “モノ探し行動” についての小考(2). 関西大学社会学部紀要, 第50巻第2号. 79-90.

(2019b) モノ探しにおける具体的行為とそのモデル化の試み: “モノ探し行動” についての小考(3). 関西大学社会学部紀要, 第51巻第1号. 31-45.

(2020a) モノ探しにおける呪術的方法: “モノ探し行動” についての小考(4). 関西大学社会学部紀要, 第51巻第2号. 91-108.

(2020b) 進行過程としてみるモノ探し行動: “モノ探し行動” についての小考(5). 関西大学社会学部紀要, 第52巻第1号. 81-91.

(2021a) モノ探し行動の包括的モデルと検討課題: “モノ探し行動” についての小考(6). 関西大学社会学部紀要, 第52巻第2号. 115-132.

(2021b) モノ探し行動における「効率」について: “モノ探し行動” についての小考(7). 関西大学社会学部紀要, 第53巻第1号. 169-184.

(2022) モノ探し行動における状況要因: “モノ探し行動” についての小考(8). 関西大学社会学部紀要, 第53巻第2号. 119-144.

矢田部 達郎 (1951) 『心理学初歩』 創元社

インターネットによる

NHK『国民生活時間調査』(2020年実施) / 総務省統計局『社会生活基本調査』(2016年実施)

他に『新版 心理学事典』(平凡社)、『広辞苑』(岩波書店)、『日本語大辞典』(講談社) 等を参照しました。

—2022.6.22受稿—