

戦後日本における世代形成

——消費社会と世代——

岡本 洋一

OKAMOTO Yoichi

0 はじめに

日本社会では戦後 60 余年のなかで、戦争という大きな社会変動を経た世代と、その後に世代現象化された年齢層とは世代のとらえ方や形成のされ方が変化したと考えられる。

世代はある一定の年齢層の集合を指しているのであるが、その集合には多様な視点から意味づけや性格づけがなされている。戦後日本社会での世代現象の端緒は戦後直後の戦争体験にもとづくものであったが、社会が安定化するにしたがって〈世代間には意識の差が存在する〉という前提のみが継続され、個人的に経験された意見や生活意識の違いの原因を年齢差によるものとして曖昧に一般化され、それがマスメディアをとおして社会通念化される傾向がみられる。その結果、指摘された世代の特徴に納得してなんらかの帰属意識が生じる場合もあるし、それが他の年齢層との世代間葛藤を生じさせる場合もある。しかし、それぞれの世代にはそれぞれに共通する特徴があり、ある世代とその年長や年少世代とのあいだには意識の差異があると感じられることも事実である。

このように、世代には一定の特徴があるということが前提されているが、その特徴や他の年齢層との差異はなぜ生じたのかに言及されることは多くはない。世代は当初、歴史形成のひとつの要素として、また、歴史転換の影響を受けて形成されるものとして社会変動との関連で考えられていたのであるが、日本の戦後社会は革命や戦争という

大きな社会変動がみられず変化は徐々に進行し、その結果の積み重なりとして大きな変化がもたらされた時期であった。このような状況のなかで世代の意味も形成のされ方も当初考えられたものとは大きく異なってきたのではないだろうか。内発的な〈われわれ〉世代から、外から名づけられた〈きみたち・かれら〉世代へ変化し、〈きみたち・かれら〉が再帰的に〈われわれ〉世代を形成するようになったとも考えられる。

このような世代形成のメカニズムの変化はどのようにして生じたのであろうか。他者から付与された世代名とその特徴にもとづいたアイデンティティ形成や葛藤ほど不毛なものはないであろう。そのことを戦後 60 余年のあいだにみられた世代現象と社会構造の変化をとおして考えてみたい。

第 1 章で戦後日本社会に顕著であった世代現象を確認し、第 2 章で世代とその意識が形成されるメカニズムを、第 3 章で戦後の世代形成メカニズムの変化を社会構造の変化と関連づけて考えてみる。

1 戦後日本社会の世代と世代論

本章では、日本の戦後社会の顕著な世代現象を 3 つに分けて、世代の特徴とされたこととその世代論について時代にしたがって確認してみる。

1.1 戦後直後の世代

敗戦直後の日本では、戦争と敗戦、占領軍による政治・経済制度の転換がおこなわれ人びとは大

きな社会変動を経験する。この変動にたいする反応が年齢層によってことになったことから世代間論争が活発になり、清水幾太郎『世代の役割』(1952)、日高六郎『世代』(1957)、加藤周一『旧世代と新世代』(1958)、橋川文三『世代論の背景』(1958)『歴史と世代』(1960)など多くの知識人が世代論を著している。自らも新世代の当事者であった日高六郎によると、当時の世代問題は、第1に知識層における戦争責任や転向の問題を軸にした世代間論争、第2に風俗的な世代現象、第3に日常的な生活世界の世代の断絶問題の三つに分類されるとしている(日高1957)。

知識層における世代問題は、荒正人など30歳代の知識人が雑誌『近代文学』を中心に戦後の左翼運動や民主化政策のなかで40歳代の知識人にたいして戦争協力や転向の問題を追求したことはじまる。荒は「40代のひとたちの大多数は常に外部の責任にすりかへてしまふのですね。『外なる権威』の責任に負はしてしまふ……」(近代文学1947:39)として、年長世代はファシズムが主流となったときそのなかに進歩的要素をみつけて肯定的態度をとり、戦後は一転して民主主義的言論を展開したことを糾弾した。

つぎに、風俗的世代現象として顕著であったアプレ・ゲールについて、日高はこの年齢層を2層にわけ、敗戦時に十代後半であった年長のグループは戦前のイデオロギーにだまされた世代であり、その結果として無思想的エネルギーを発露する衝動的行動と受動的適応としての要領主義に特徴があり、十代前半以下であった年少のグループは、思想的道徳的に屈折する必要のなかった世代であり、戦後の大衆社会的状況が進行していくなかで成長した合理主義的な性格に特徴があるととしている(日高1957)。

第3の世代現象としては人びとの家庭や仕事や地域社会における人間関係のなかで年齢層のちが

いによる意識の差が考えられ、これは特定される年齢層としての世代というよりも、老若の意識の差が戦争体験や戦後の占領軍の民主化政策によって一層顕著になったのであり、戦後社会の合理的な考え方という近代化に対する意識の差であり、それは階級差よりも年齢差に顕著にあらわれるとしている(日高1957)。

高度経済成長期にはいり大衆消費社会化が進展すると戦争体験や戦後直後の社会制度の転換による画然とした世代観がうすれ「世代論は、その中から何でも引き出すことのできる近代的批評のモード……」(橋川1958:264)となっていた。そして、細分化され彼我を分ける道具となった世代現象にたいして、「世代を意識し、他の世代とは折り合えないと思いこんでしまうところに、世代論の社会病理的な意味がある」(早坂1967:47)という批判もなされるようになった。

1.2 団塊世代から新人類

団塊と新人類以降の世代は、戦後直後のように時代や他の世代との関係のなかから自らの意識として世代現象が生じたのではなく外から見いだされ名づけられた世代であり、一定の年齢層で切り取った集合を観察することで何らかの意味づけをすることが行われるようになった。

団塊世代は戦後直後の復員兵の婚姻による出生数の増加と1948年に制定され52年にかけて順次改定された優生保護法による人口抑制策のはざまに誕生し、前後の年齢層に比べて突出した出生数を示した年齢層を指している。狭義では、1947～49年の3年間に出生した集合でその数は806万人であり、合計特殊出生率でも47年4.54、48年4.40、49年4.32と戦後のピークであり、50年に3.65、52年には2.98となり以降3.0を上回ることはなくなる(総務省統計局2006 2-34表)。また、1950年の国勢調査では735万人となっており新生児・

乳児期に約 71 万人が死亡したことになる。2008 年時点では 669 万人となっている（総務省統計局 2010）。彼らは、堺屋太一の小説『団塊の世代』（1975）において名づけられる以前は、人口の多い「戦後っ子」であり「ヤング」という青少年層として認識されていた。ただ、この人口の多さは成長期にあった戦後社会の経済や産業にとって労働力としてまた消費者として積極的な役割を担った。第 2 次産業を中心にした産業政策によって農業や自営業に従事する人口が減少し、長期雇用と賃金やポストの年功制を基盤とした雇用形態が定着しこの世代の多くは被雇用者となった。また、そのことによって高校進学率も 1959 年の 55.4% から、49 年生が高校進学期にあたる 64 年には 69.3% に達している（総務省統計局 2006 25-1 表）。この世代は、戦後の復興期から高度成長・安定成長期、バブルからその崩壊、その後の「失われた 10 年」から現在にいたるまで、日本の戦後の経済成長段階をとおしてその時々年齢に応じた中心的な役割を当事者として経験することになる。

新人類世代は、団塊世代より 10～20 年前後年少の年齢層の集合としてとらえられ、団塊世代ほど明白な年齢区分はない。命名は 1984 年のマーケティング情報誌『アクロス』とされ、1986 年には「新語流行語大賞」を得ている。この世代は 1964 年以降に誕生した年齢層となっているが（アクロス 1985）、幅をとって 1961～70 年生の年齢層とすると、出生数は 1700 万人となる。この世代のまんなかにあたる 1965 年生の集合でみると、1980 年の高校進学率は 94.2% に達し、大学進学率も 35% 台になっており団塊世代の 16～19% を大きく上回っている（総務省統計局 2006 25-12 表）。この世代にとって日本社会は、1968 年に当時の西ドイツを抜いて GDP で 2 位となり 79 年にはジャパンアズ NO 1 とよばれた経済大国・消費社会であることは所与のことであった。団塊世

代が 30 歳代に達したときに、新しい若者市場を創り出すために見いだされ名づけられたといえる。またバブル崩壊後の景気後退期においては 30 歳代であり、40 歳代であった団塊世代とは異なった立場で迎えることになった。

1.3 団塊ジュニア世代からロストジェネレーションへ

団塊ジュニア世代とロストジェネレーションは一部重複しているが、この世代も外から見いだされ名づけられたものである。観察された時期と社会での位置づけによって名称が使い分けられている。団塊ジュニアは文字通り団塊世代の子ども層を想定しているのにたいして、ロストジェネレーションは雇用構造の変化のなかで不利を被った若者たちをさしている。

団塊ジュニアはほぼ 1970 年代前半に生まれた年齢層とされ出生数が 1971～74 年にかけて毎年 200 万人を上回り第 2 次ベビーブームといわれたが、純粋に団塊世代の子どもだけとは限らない。この世代を見いだして名づけたのはマーケティング会社の経営者とされ、この世代が 15 歳前後に達したとき「15（イチゴ）世代」と命名され『団塊ジュニア——15 世代白書』（辻中俊樹 1985）として出版されている。バブル期の最中であり親の所得が増加し潤沢な「お小遣い」をもった新しい消費者としてとらえられている。かれらの高校進学率は 1990 年で 94.4%、大学進学率は 1993 年に 40.9% となり以降 40% を下回ることはなくなる（総務省統計局 2006 25-12 表）。しかし、彼らの一部が大学や高校を卒業して就職する時期はバブル崩壊による「就職氷河期」と呼ばれた就職難の時代であり、正規雇用ではなく非正規雇用についた割合が多かったことから 2007 年に朝日新聞によって「ロストジェネレーション」と名づけられた。

この「ロストジェネレーション」は当時 25～35

歳の年齢層の集合であり、2007年元旦から朝日新聞がキャンペーンをしたことで一気に社会で認知された。その後単行本として同年の7月に出版された。それによると25～35歳の人口は2000万人で、4人に1人が非正社員であるとしている(朝日新聞社2007)。2005年の国勢調査の結果からみると上記年齢層の合計は1991万人であり(2005年国勢調査報告書)、この年の総務省の労働力調査をみると年齢階級は25～34歳と1年異なるが非正規雇用率の年平均は24.3%と4人に1人が非正規雇用である。詳しくみると男性が12.9%、女性が40.7%であり主婦のパートタイム雇用が含まれている可能性がみえる。しかし、男性で上の年齢階級である35～44歳の非正規雇用率が6.9%であることをみるとほぼ倍の比率であることは確かである(総務省2011)。バブル崩壊後の不況に対処するために1999年に規制緩和の一環として労働者派遣法が改定されたことが影響しているとの論調が感じられる。

この年齢層の前後については雇用の視点から「フリーター」、家族関係の視点から「パラサイト」などさまざまな名づけがなされマスメディアをとおして流行語化していった。

1.4 世代をとらえる視点の変化

前節までにみた日本の戦後社会の世代現象を振り返ると世代をとらえる視点の変化がみえる。

まず、世代で共有される社会的な経験をみると、戦後直後の世代は戦争と敗戦とそれがもたらした社会変動という極めて大きな出来事の直接的な体験が影響している。団塊世代以降は、政治的には55年体制が定着し1960年の安保闘争や1968年前後の学園闘争などがあったが政治体制自体が転換されることはなく画然とした変動を経験するという事はなくなった。しかし、経済や産業の発展にともなって社会は確実に変化してい

った。団塊以降の世代がそれぞれ共有する経験を再確認すると、団塊世代は戦後の経済復興とともに成長し社会人となったのであり、1950年代の日本がまだ貧しい時代から初期的産業社会を経て豊かな消費社会に転換していく持続的な経済成長過程を経験し、バブル崩壊期の不況を経てリタイアの時期にいたっている。新人類世代や団塊ジュニア世代は高度経済成長期が終わり安定成長期以降の総中流時代とよばれた消費社会が所与の時期に成長している。現在、新人類世代は40歳代後半から50歳代の円熟期をむかえグローバル化した社会の中核となっている。ロストジェネレーションとよばれる非正規雇用者が多いとされる世代と一部が重複する団塊ジュニア世代は現在30歳代でありバブル崩壊による不況によって就職難と社会全体の雇用構造の転換期に遭遇している。団塊世代以降のそれぞれの世代の共有体験は経済や産業社会の変化に原因するものが中心であるといえる。

つぎに、世代形成の過程をみると、戦後直後は内発的な世代形成がなされたといえる。自ら世代を形成して年長の世代と向きあうことが顕著であり、これは政治的な傾向に限らず風俗的な「アプレゲール」であっても同様である。しかし、団塊世代以降は、外から観察され名づけられ結果としてそれを受け入れることによって世代が形成されたといえる。

団塊以降の世代が外からの名づけや特徴づけがなされた視点を考えてみると、団塊世代は常にその人口の多さに影響されている。小説『団塊の世代』は近未来の企業の雇用や人員構成の問題と高齢化する社会がテーマであったが、それ以降は順調に推移する経済環境のなかで巨大で一定の嗜好をもった消費者の集合としてとらえられ続けられてきた。新人類世代は団塊世代が30歳代に入った時期に新しい20歳代の若い消費者像として名

づけられ、団塊ジュニア世代も第2次ベビーブームの子どもたちが15歳前後となり新人類世代より若い年齢層の消費者として対象化された世代である。朝日新聞が命名したロストジェネレーションは雇用構造の変化という視点で見いだされた。団塊世代以降はロストジェネレーションを除いて社会調査というよりマーケティング調査とその消費性向をみる目的で世代化されてきたのではないだろうか。しかし、この外からの視点も社会構造が生産中心の社会から消費社会へ変化したことの反映であるとも考えられる。

2 世代形成とそのメカニズム ——歴史との関係

第1章では、戦後日本社会における世代とそのとらえ方の変化をみた。本章では、世代概念が考えられた当初の目的は社会変動としての歴史解明であり、そのために考察された世代の構図を確認し、その構図と現在の世代現象との関連について考えてみる。

2.1 世代はどのような意味をもっていたのか

18世紀以降のヨーロッパでは産業革命や政治革命、戦争による大きな社会変動が生じ、それを読み解くひとつの鍵として世代が論じられた。

マンハイムによると、19世紀のフランスにおいて論じられた実証主義的な世代概念は、人間の精神活動による社会変動や歴史転換の一般的法則を世代交代という生物学的法則によって説明しようとし、啓蒙主義的な「進歩の観念」によって進歩を促進する要因として世代交代がとらえられていたとしている。しかし、「進歩の観念」から老人はいつも保守的で青年は革新的であるという図式的な心理学や、世代継起の開始点をどこに見出すのかという基本的な問題を解決することが困難であったとされる (Mannheim 1928 = 1976)。

ドイツにおいては、ディルタイが実証的に計量可能な時間の観念と、質的に把握できる内面的な体験の時間を対照させるという世代に関する新しい考察をした。ディルタイによれば、世代は諸個人が同時代的な関係にあることを示す特徴として、共通の幼年期と青年期という多感な年頃に同一の感化を受けた人々であり、その多感な時期に起った同一の大きな事実や変化に左右されることで一つの等質な全体に結びつけられているとしている (Dilthey 1875 = 2006)。

スペインのオルテガは「歴史において決定的な意味をもつものは生の感性の変化であって、それは世代の形式をとって現われ」、「世代は大衆と個人との動的な合体である。そしてこれが歴史における最も重要な概念であり、いうなれば、歴史が回転する枢軸なのである」(Ortega 1923 = 1969 : 184-5)として、歴史的過程における世代の役割を重視している。世代形成のメカニズムとしては、大衆と共通基盤をもった卓越した個人が大衆に影響を及ぼすことで形成されるとするが、前の世代から相続したものにたいして同質化し「累積の時期」の世代となるか、前の世代に異質性を感じて「排除と論争の時期」の世代となるかのいずれかであるとしている (Ortega 1923 = 1969)。

戦後日本においても敗戦直後には歴史形成との関連で世代が論じられ、1章1節でみたように世代間論争から世代をとらえる試みがなされた。清水幾太郎は世代が歴史的側面をもつことを認識したうえでディルタイの世代観を知識人に限定されたものとして批判し、大衆のなかで共通の公共的問題に関心がなければ世代は形成されず、逆に世代を形成して公共的問題を論ずることが戦後日本にとって重要であるとしている (清水 [1952] 1953)。また、岡和田常忠は、幕末から明治維新という歴史変動期に、黒船や一揆の多発に危機感をもった維新の実行者であった大久保利通など天

保期（1830～44）生まれの世代と、維新が成立したのちに青年期をむかえた徳富蘇峰など「政治評論家や壮士」的な世代の意識の差を、存命する社会変動の体験者と維新を神話化し追体験しようとした年少世代との葛藤としてとらえ、それが明治中期以降の社会形成に影響したとしている（岡和田 1967）。

2.2 マンハイムの世代概念——世代形成のメカニズム

では、歴史に関連して世代が考えられたときにその形成のメカニズムはどのように考えられたのであろうか。

現在でも世代を考えるとときに参照されるのはマンハイムの『世代の問題』である。マンハイムは彼以前の世代のとりえ方であるフランスの実証主義的世代論と、ドイツのロマン主義的・歴史主義的世代論の両者を比較・批判しながらも、それらを統合して知識層だけでなく大衆も含めた世代をとらえる概念を構築した。以下、『世代の問題』（Mannheim 1928 = 1976）に依拠して世代のとりえ方を概観してみる。

世代が形成される大きな構図として、第一には生物学的事実である特定の年次に誕生したこと、第二に彼らの人間形成期に政治や経済などの社会的状況や精神文化の面から共通の著しい影響を受け、その影響が統一的であることと拘束性をもつことによって、彼らは一つの世代、一つの同時代性を構成するとされる。また、同時代的なものの非同時性、つまり同じ現実的時間のなかに多世代が共存することで同一の時代がそれぞれの世代によって相異なる時代となることも指摘している。

マンハイムは世代現象を「世代状態」「世代連関」「世代統一」という三つの形式に分けている。「世代状態」は、同一の出生年次に属する人びとが、その社会に生じる歴史的な出来事

で経験の可能性が一定範囲内に限定されることから思考と行為の様式が類似の状態になるとしている。「世代連関」は、類似の状態にある同一の世代状態におかれた人びとが共通して経験する社会的事象にたいして能動的・受動的を問わず関心や関与の意識をもち、またそのことが可能な社会のなかでの位置にあるときにこの現象が生じるとされる。世代統一は、同一の世代連関のなかで、社会的事象や潮流にたいする意識の内容が著しく類似した人びとの集合状態であり、意識内容の違いから複数形成されることもあるとされる。

重要なことは、青少年期に所与の社会のなかで同じような経験を積み重ねそれが定着した結果「経験の基本在庫」が形成されることと、つぎに、政治や経済や文化などの社会事象と「新たな接触」をすることが可能になった年齢や社会での位置に達したとき、その社会事象への評価や反応は潜在的な「経験の基本在庫」による判断によって生じるとしたことである。また、同じ社会事象にたいして異なる世代状態の人びと、つまり年齢層によっては全く違った関与や反応がありうることである。くわえて、伝統社会のような社会変動が緩慢な時代や逆に変化の速度が速すぎる時期には世代状態にある人びとが必ずしも世代連関や世代統一を形成するとはかぎらないとしている。以上のことから、世代現象を生じさせる要素として「経験の基本在庫」を形成する年少期の社会の状態と「新たな接触」という社会変化との関わりが観察の対象となると考えられる。

2.3 世代形成メカニズムの変化

以上でみたように、当初、世代は大きな社会変動という歴史生成と密接に関連したものとしてとらえられてきた。マンハイムは世代形成の例として、ドイツの青年が19世紀初頭のナポレオン戦争の経験をとおして世代連関を形成し結果として

ロマン主義的傾向と自由主義的傾向のふたつの世代統一が形成されたことを示している。

このマンハイムの世代形成の構図から1章でみた戦後日本の世代を考えると、戦後直後の世代では日高が分析した知識層、風俗、民衆の3つ領域で世代間に生じた問題は、すべて戦争と戦後社会の転換に求められるであろう。第一次大戦への参加はあったが比較的平和であった大正期、世界恐慌と社会統制が強まった昭和初期、満州事変(1932年)から敗戦までの戦時体制期の概ね3つに分けられる時期にそれぞれ青少年期をおくり「経験の基本在庫」を形成した各年齢層が、敗戦という「新たな接触」をとおしてそれぞれこととなった反応——「同時代的なものの非同時性」——を示したと説明することが可能である。

では、戦後生まれの団塊世代以降はどのようにとらえることができるのであろうか。1章でみたように、第1には、これらの世代が経験した変化は戦争のような画然としたものではなく徐々に進展した変化であり、その主要な領域は経済や産業の成長であった。ゼロに近い状態から1968年に世界第2位のGDPに達した以降も経済成長を維持し、戦後生まれの人びとはそれぞれの経済成長の段階から生じる社会変化——例えば、産業構造の変化にともなう雇用、家族形態、高校や大学への進学率の増加、余暇の多様化など——を経験しながら成長することになった。第2には、団塊世代以降は、内発的に形成されたものではなく外から見いだされて名づけられた世代であったことにある。世代として共通する意識の傾向に自ら気づいて連結したのではなく、人口の多さや調査の結果から類似の意識を指摘され名づけられた結果を受け入れた世代現象であった。マーケティング目的で調査されネーミングされた世代がマスメディアをとおして一般化されたといえる。

以上のようにマンハイムが想定したと考えられ

る内発的な世代形成と戦後日本の世代形成の契機は異なるが、前述の第1の視点ではマンハイムの世代形成の構図である「経験の基本在庫」と「新たな接触」という要素を、政治思想や精神的思潮という範疇から経済や産業の成長段階のそれぞれの社会構造に置き換えることは可能であろう。しかし、いちばん顕著な変化は第2の世代形成の契機である。この変化はどのようにして生じたのであろうか。このことを経済発展がもたらす生産から消費へと転換されてきた社会構造に求めてみることはできるのではないだろうか。第1と第2の視点を含めて次章において考えてみる。

3 戦後世代と消費社会

3.1 戦後社会の変化——生産の拡大から消費社会へ

世代形成やその意識には社会構造が反映するとしてきた。本節では、戦後の時代区分とその間の社会構造の変化をどのようにとらえることができるのかを考えてみる。

見田宗介は、1945～60年頃までを「理想の時代」、1960～70年代前半までを「夢の時代」、1970年代中葉～90年までを「虚構の時代」と区分し、経済成長の視点からそれぞれ「プレ高度成長期」「高度成長期」「ポスト高度成長期」に当たるとしている(見田1995)。また、格差問題の議論の始点となる「総中流」現象を述べた村上泰亮は、日本政治の歴史区分として敗戦～1955年の戦争直後の変動期を「第1期」、1955年～70年代後半までの55年体制の時期を「第2期」、1970年代後半以降(から執筆時期の1980年代中葉まで)の保守支持復活現象の時期を「第3期」としてとらえている(村上1984)。教育の視点からは、久富善之が進学競争を対象に1959年までを第1期「抑制された競争」の時期、1960～74年を第2期「開かれた競争」の時期、1975年以降を第3期

「閉ざされた競争」の時期としてとらえている(久富 1993)。このような時代区分をまとめると図1のようになる。

考察された時期、経済、社会思想、政治、教育などそれぞれの視点で戦後の時期を区分することを試みているが、要約すると戦後日本の時代区分は、敗戦の1945年から1960年前後までの狭義の戦後期から秩序安定と高度成長への基盤整備がすすんだ時期、1960年前後の高度成長のスタート(GDPが対前年比11.2%と二桁増を記録したのは1959年)からオイルショックによってGDP対前年比が戦後初めてマイナスとなった1974年(GDP前年比-0.5%)の1970年代半ばまでの時期、1970年代半ばからの安定成長とバブル経済を経てその崩壊があった1990年代前半までの時

期、そして1990年代半ばから現在までの4期に分けることができる。

経済の代表的指標としてGDPの推移を確認すると図2のようになり、バブル崩壊までは一貫して成長が持続したことがわかる。見田の「理想の時代・夢の時代・虚構の時代」という3区分は経済成長にもとづいており、村上の区分も経済や産業の状態と不可分である。久富の進学競争という観点での分類も産業が要請する人材の変化として見ることが可能である。戦後60余年は初期的産業社会から高度産業社会を形成していく過程であったといえる。

消費を中心に考えてみるとどのようになるであろうか。ロストウは「西ヨーロッパ(そしてある程度まで日本)は、高度大衆消費の時代にはいり

| | 1945 | 1950 | 1955 | 1960 | 1965 | 1970 | 1975 | 1980 | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 | |
|---------|---------|------|------|------|--------|------|------|---------|------|------|------|------|------|------|--|
| 村上 1984 | 第1期 | | 第2期 | | | | | 第3期 | | | | | | | |
| 見田 1990 | 理想の時代 | | | | 夢の時代 | | | 虚構の時代 | | | | | | | |
| 久富 1993 | 抑制された競争 | | | | 開かれた競争 | | | 閉じられた競争 | | | | | | | |

図1 戦後の時代区分

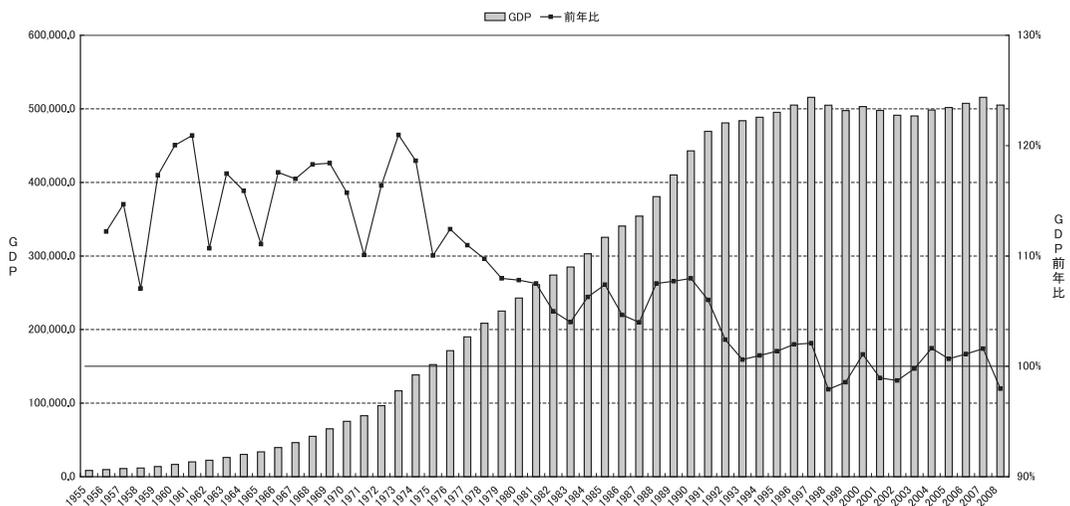


図2 GDP総額と前年比の推移

出典：総務省統計局，2006，『新版 日本長期統計総覧 3-1表』をもとに作成

つつあり…」と1960年の時点で述べている（Rostow 1960=1965：376）。ロストウによると、大戦間時代の欧米において、産業化が高度化し経済が成熟段階に達するとそれがつぎに向かう方向は、福祉社会化、高度大衆消費社会化、他国への進出の3つの選択肢があり、例えばアメリカは1920年代に高度大衆消費社会を選択し大恐慌と第2次世界大戦を経て戦後の回復期に一層この傾向を強めたとしている。高度大衆消費社会とは、単独家族住宅や耐久消費財やサービスなどに拡大された私的消費を大衆に与える方向であり、具体的な現象としては、郊外への移住、自家用車と家庭用機械製品の大衆への普及であるとしている（Rostow 1960=1965）。アナロジーはつつしむべきであるが、ロストウの指摘する高度大衆消費社会の具体的な現象は、戦後日本社会のたどった過程と同じである。

図3は日本の耐久消費財の普及率（全世帯）の

推移である。最初に90%を超えたのは白黒テレビであるが、次に電気洗濯機、電気冷蔵庫と三種の神器といわれた耐久財は飽和状態になり、3Cといわれた耐久財は1975年（昭和50年）にカラーテレビが90%に達して以降、乗用車は1995年、エアコンは1998年に80%となっている。

ロストウが見通した高度大衆消費社会は持ち家と乗用車や家電製品などの耐久消費財、くわえてサービス財までであったが、それらが飽和状態になった以降はデザインやブランドなどの財の本来の機能や性能に関係しない情動的価値を消費するようになる。ボードリヤールが「財や差異化された記号としてのモノの流通・購買・販売・取得は今日ではわれわれの言語活動でありコードであって……これが消費の構造でありその言語である」（Baudrillard 1970=1995：98）とする記号消費の時代となる。

見田の分類でいうと、理想の時代は生産と生き

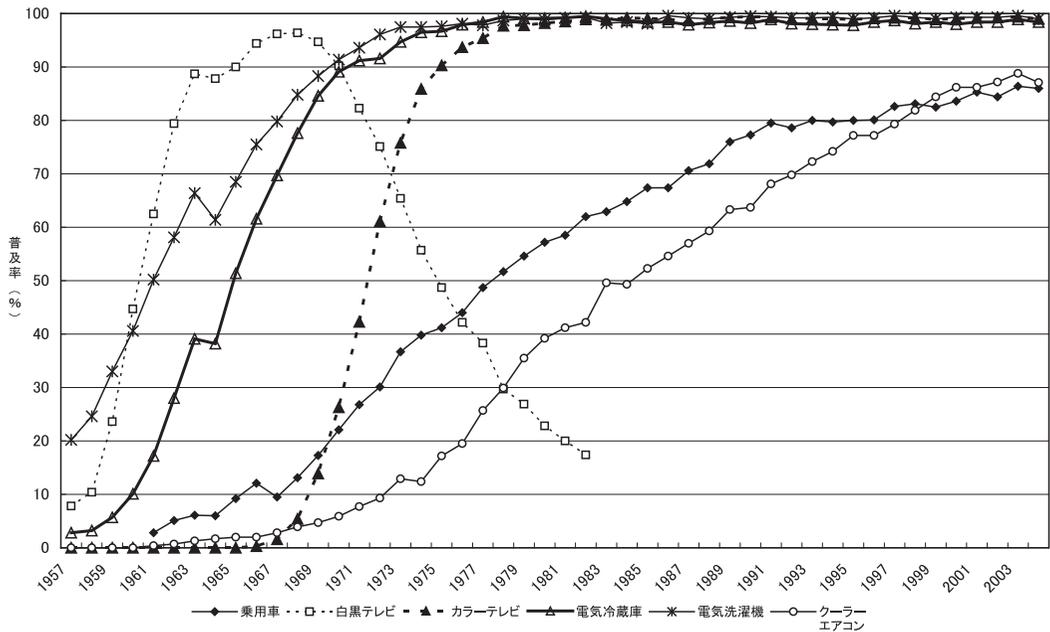


図3 耐久消費財の普及推移

出典：内閣府 2011年消費動向調査より作成

ていくための必需品消費の時代、夢の時代は実質的機能を中心に耐久消費財が普及した時代、虚構の時代は記号を消費した時代といえる。久富の教育からの区分も家計の状態によって競争が抑制された時代から耐久消費財が普及するような状態への変化と将来のより豊かな消費のための競争、学校間の格差の定着と進学ブランド校の定着とみることが可能であろう。村上の『新中間大衆の時代』も日本の消費社会化を示すものといえる。

3.2 消費社会の世代の意識について——NHK調査から

では、消費社会化が進展した戦後社会における世代とその意識の関係はどのようになっているの

表1 意識構造による世代区分

| 生年 | 世代区分 | 2003年時点の年齢 |
|----------|---------|------------|
| ～1928年 | 戦争 | 75歳～ |
| 1929～43年 | 第1戦後 | 60～74歳 |
| 1944～53年 | 団塊 | 50～59歳 |
| 1954～68年 | 新人類 | 35～49歳 |
| 1969～83年 | 団塊ジュニア | 20～34歳 |
| 1984年～ | 新人類ジュニア | ～19歳 |

出典：NHK 放送文化研究所『現代日本人の意識構造 [第6版]』より作成

であろうか。NHK 放送文化研究所が1973年から5年ごとにおこなっている「日本人の意識」調査の結果をまとめた『現代日本人の意識構造 [第6版]』では、1973年から2003年までの7回の調査結果を数量化Ⅲ類の方法によって意識構造の傾向を分析し、表1のように6つ世代を抽出している。

この6つの世代の意識傾向は図4に示されている。横軸は「伝統志向－伝統離脱」の尺度であり「伝統志向」は天皇に対する尊敬、家父長制や性別役割分業などの肯定という戦前的価値意識への方向であり、「伝統離脱」は男女平等、家庭内協力、婚前交渉などの肯定という戦後的価値意識への方向である。また縦軸の「あそび志向」は生活目標が「快」志向¹⁾、仕事と余暇では余暇志向、余暇の過ごし方は好きなこと、仕事では働く時間が短く失業の心配のない仕事への方向性であり、「まじめ志向」は生活目標が「利」志向²⁾、仕事と余暇では仕事志向、余暇の過ごし方は知識の獲得、仕事は専門的、社会へ貢献できる仕事への方向性のことである。

図4からは「伝統志向－伝統離脱」の横軸において、戦争世代、第一戦後の二つの世代と団塊以

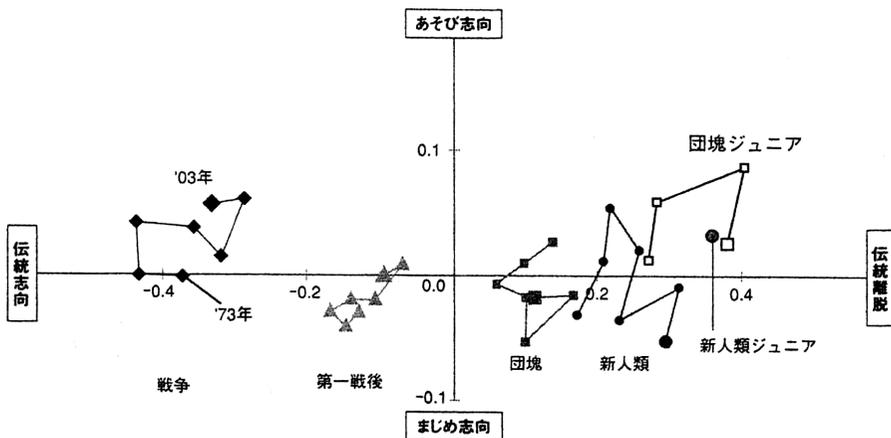


図4 各世代の両軸の平均点の推移

出典：NHK 放送文化研究所『現代日本人の意識構造 [第6版]』：231。

降の戦後生まれの世代とは明白に差がみられる。これは1章1節でみた戦後直後の世代間の差異の様相であり戦前の社会構造から「経験の基本在庫」を形成した世代と戦後世代との戦前的価値意識への反応の差異とみられる。団塊以降の戦後世代間では全体が「伝統離脱」の方向にあるが、それぞれのあいだには小さいながらも差はみられる。この大きな要因は後述するがジェンダー意識の差が大きな要因とされる。縦軸の「まじめ志向-あそび志向」動きは、その世代が社会や企業のなかで占める位置による年齢効果と考えられるが、産業社会化から消費社会化へ向かう段階を反映して微妙に変化している。

見田宗介はこの調査結果を詳しく分析し、図4の横軸における団塊世代以降の戦後生まれの人びとの間の差異をつくりだした大きな要素は〈家族やジェンダー〉に関する意識としている。1973年と2003年の調査時点での20歳代の青年層のあいだで30年を経た意識変化を比較すると、一番大きく変化したのは「愛情を前提としながらも婚前の性関係を可」とする選択肢で1973年の35.4%から2003年の77.0%へ増加しているなど、この項目をはじめ回答選択肢のうち「増加量」が大きく変化したものの上位20位の内容は「〈家族〉のシステムと、関連するジェンダー関係の意識の変容に集中している」（見田2007：83）としている。なかでも73年の青年層は〈男は仕事、女は家庭〉という性別役割分業をもとに核家族を形成し、「73年の青年層にとって『性役割分担』的な家族が40%の支持をあつめて、最も『理想的な』家族像」（見田2007：84）であったが2003年の青年層の支持はわずかに6%に減少している。見田はこの73年の青年層が形成した家族形態を「近代家父長制家族」とよびこれを「『近代』の生産主義的な成長社会を一般にささえてきた性別役割分担的な家族像」であり「人間の生の全領域の生

産主義的な手段化」（見田2007：85）であったと指摘している。

この世代意識の変化を消費社会化の視点でみると、生産のための家族から余暇や趣味を楽しむ消費のための家族へ、また、女性の消費では専業主婦として夫やパートタイム収入を家族のために、つまり再生産を目的とした消費から、自らの収入を自分のために消費することへの変化としてとらえられる。また、性関係の変化は、次世代を育成するという家族形成を目的としたものから、それ自体を目的とした消費的なものへの変化としてとらえることが可能であろう。抽出された戦後の3つの世代のうち、団塊世代が他の2つに比べて生産主義的な特徴を残しているといえる。

3.3 消費社会における世代形成——世代の意味の多様化

消費社会への変化のなかで戦後生まれの世代をマンハイムの構図でみると「経験の基本在庫」が形成される時期は、団塊世代では日本がまだ貧しい時代の記憶を残した「儉約が美德」の初期的産業社会であったが、年少世代になるにしたがい「消費は美德」が定着した消費社会へと徐々に移行していく。「新たな接触」の対象は、団塊世代ではモノの生産と大衆消費が並行する大量生産と大量消費の社会であったが、年少世代になるにしたがい情報の生産と消費という多品種少量生産の消費社会へと移行していった。

団塊世代までは購入される耐久消費財は人の労働を代替するモノとしての機能と、工業的なプロセスで生産されたということが明確であったが、年少世代になるにしたがいデザインや色など情報化され感覚的な付加価値の消費へと移行していった。また、購入された商品は、家族全体でモノとしての機能を共有し利用し楽しむものから、年少世代になるにしたがって個人化する傾向が高まっ

ていった。これは、世代マーケットを作り出す戦略として年齢層別のメディアを通じた情報発信によって同年齢の友人間では共有され消費されるが、歳の離れた層とは共有できない情報消費を作り出してきたといえる。これらのことは、前節でみたように団塊世代が生産主義的な残滓をもっていることと、そうではない年少世代とのあいだに消費の領域で差異を生じさせているのではないか。

では、消費を支える所得はどのように獲得されてきたのであろうか。それは、戦後の産業政策が推し進めた雇用のエンプロイ化が大きな役割を果たしたと考えることができる。農業などの第1次産業と自営業の就業人口が減少し、その分を第2次産業と第3次産業の企業組織が吸収するという雇用構造の変化があった。企業は長期雇用と年功賃金という制度を定着させ、従業員が安定した将来設計をすることを可能にさせたといえる。男性のエンプロイ化率は、1953年には51.3%であったものが1968年に70%となり1989年に80%を超えた（総務省統計局 2006 19-8-a 表）。日本は就業者のエンプロイ化が常態の社会へと変化していったのである。ロストジェネレーションは、〈企業〉へ就職できなかったことであり、起業できなかった若者ではないのである。

リースマンは、このような組織内でエンプロイーとして働く人びとの典型的な社会的性格を「他人指向型」としている。「内部指向型」の自営業や職人である人びとが生産にフロンティアを求めるのにたいし、「他人指向型」の人びとは消費にフロンティアを求めるとされる。「他人指向型」はマスメディアに情報をもとめる傾向がつよく、この情報共有をとおして同質的な大衆文化と大衆消費が形成されるとしている（Riesman 1961 = 1964）。戦後日本の大衆消費社会化もテレビの普及をもって形成されたのでありこの構図にあっては

まるであろう。

しかし、このメカニズムにおけるマスメディアの役割は徐々に減退し、メディアが年齢層別のクラスメディアやコンテンツ、インターネット、ケータイと分化していくなかで、モノ自体から情報の消費社会へと変化していく。「他人指向型」の子どもたちが形成する同質的なピアグループで限界の特殊化されたパーソナリティが重要である（Riesman 1961 = 1964）のと同様に、同じ商品に年齢が離れた人には判別できないほどの限界の特殊化された差異（情報）が付加されることで評価されるようになる。消費社会ではこの現象も世代の特徴として認知されるようになる。

以上でみたように、マンハイムや戦後知識人が想定した世代と消費社会で形成された世代では、形成の構図は同じであるが契機と目的が大きく違ってきている。しかし、世代が社会問題としてとりあげられるとき、この両者が混ぜ合わさっており世代の曖昧性を生じさせているのではないだろうか。

4 おわりに

戦後世代は内発的で社会性のある主張にもとづいた世代ではないという可能性をしめした。それは、その時々消費欲求を開発する目的で規定されたものであり、世代間の差は消費性向の差にもとづくものであると考えることができるのである。

しかし、何よりも世代自体が記号化され消費される商品となったことをあげねばならない。本稿でとりあげた世代以外にも多くの〈世代〉が作りだされ実体のない記号として消費されていったが、ここにあげた団塊世代以降の4つの記号としての世代はまだ息をつないでいる。それは、仮説ではあるが団塊世代との対比のなかで登場するからではないだろうか。新人類は団塊世代に対抗す

る世代として、団塊ジュニアはその子ども世代として、ロスジェネレーションは非正規雇用になった原因を中高年になった団塊世代の居座りにもとめた。団塊世代は記号化された部分も大きい。現実には特定される大きな人口の集合として高齢化社会の問題の対象となり実体として明確な集合であるためであろうか。

本稿では、世代が記号化される過程——言説の推移——や、マスメディアの役割まで触れることができなかつたが、世代形成のメカニズムを実証

的に考察するには必須のことであり今後の課題としたい。

〔注〕

- 1) 「快」志向は、生活目標を〈自分本位－社会本位〉と〈現在中心－未来中心〉の2軸で見た場合、「自分本位＋現在中心」の領域にはいる志向（現代日本の意識構造 [2版]：16）。
- 2) 「利」志向は、「自分本位＋未来中心」の領域にはいる志向（現代日本の意識構造 [2版]：16）。

〔文献〕

- 朝日新聞「ロスジェネレーション取材班」, 2007, 『ロスジェネレーション－さまよう2000万人』朝日新聞社。
- 荒正人ほか, 1947, 「座談会 平和革命とインテリゲンチヤ」『近代文學』2(3):28-45。
- Baudrillard, J., 1970, *LA SOCIETE DE CONSOMMATION - Ses Mythes, Ses Structures.* (= 1995, 今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造 (普及版)』紀伊國屋書店。)
- Dilthey, Wilhelm, 1875, *Über das Studium der Geschichte der Wissenschaften vom Menschen der Gesellschaft und dem Staat.* (= 2006, 伊藤直樹訳「人間, 社会, 国家に関する諸学の歴史研究 (2節)」牧野英二編集・校閲, 『ディルタイ全集 第一巻』法政大学出版局, 557-63)
- 月刊アクロス編集室, 1985, 『感性差別化社会へ向けて－新人類がゆく』PARCO 出版局。
- 橋川文三, [1960] 1985, 「歴史と世代」『橋川文三著作集4』筑摩書房, 229-262。
- , [1958] 1985, 「世代論の背景」『橋川文三著作集4』筑摩書房, 262-270。
- 早坂泰次郎編著, 1967, 『世代論』日本YMCA 同盟出版部
- 日高六郎, 1957, 「世代」『岩波講座 現代思想 XI -日本の思想』岩波書店, 127-54。
- 加藤周一, 1958, 「旧世代と新世代」『講座 現代倫理3』筑摩書房。
- 久富善之, 1993, 『競争の教育』労働旬報社。
- Mannheim, Karl, 1928, "Das Problem der Generation," *Kölner Vierteljahrshefte für Soziologie*, 7 Jahrg. Heft 2.~3. (= 1976, 鈴木広訳「世代の問題」榑俊雄監修『マンハイム全集3』潮出版社, 147-232.)
- 見田宗介, 1995, 『現代日本の感覚と思想』講談社。
- , 2007, 「近代矛盾の『解凍』」『思想』1002号。
- 村上泰亮, 1984, 『新中間大衆の時代－戦後日本の解剖学』中央公論社。
- 内閣府, 2011, 「消費動向調査」(2011年3月7日取得, <http://www.esri.cao.go.jp/jp/stat/shouhi/shouhi.html>)。
- NHK 放送文化研究所, 2004, 『現代日本人の意識構造 第6版』日本放送出版協会。
- NHK 世論調査部, 1985, 『現代日本人の意識構造 第2版』日本放送出版協会。
- 岡和田常忠, 1967, 「青年論と世代論－明治期におけるその政治的特質」『思想』1967年4月号, 岩波書店。
- Ortega y Gasset, Jose, 1923, *El tema de nuestro tiempo.* (= 1969, 井上正訳「現代の課題 (1節)」『オルテガ著作集1』白水社, 181-88)
- Riesman, David, 1961, *The Lonely Crowd: A study of changing American character*, New Heaven: Yale University Press. (= 1964, 加藤秀俊訳『孤独な群衆』みすず書房。)
- Rostow, W. W., 1960, *The Process of Economic Growth*, 2nd ed., Oxford University Press. (= 1965, 酒井正三郎・北側一雄訳『経済成長の過程 (増補版)』東洋経済新報社。)
- 堺屋太一, [1976] 2005, 『団塊の世代』文藝春秋。
- 清水幾太郎, 1952, 「世代の役割」『岩波講座 教育』(再録: 1953, 『現代文明論』岩波書店, 52-83.)
- 総務省統計局, 2011, 「労働力調査」(2011年3月7日取得, http://www.stat.go.jp/data/roudou/long_time/03roudou.htm)。

総務省統計局, 2010, 「年齢（各歳）, 男女別人口の計算表」（2011年3月7日取得, <http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001063433>）.

総務省統計局監修, 2006, 『新版 日本長期統計総覧 1-5巻』財団法人日本統計協会.

辻中俊樹, 1988, 『団塊ジュニア-15世代白書』誠文堂新光社.

【執筆者紹介】

岡本 洋一

同志社大学大学院社会学研究科社会学専攻 博士前期課程

okamotoy@pearl.ocn.ne.jp