

2017 年度 中野香織ゼミ卒業論文

成長環境や生活状況で変わる若者の飲酒の思考

～何故「とりあえず生」は減ってきているのか～

駒澤大学経営学部市場戦略学科

坂本 匠

目次

はじめに

1. 若者の特性

1-1 若者の特徴

1-2 若者の個人主義と集団主義

1-3 若者と飲酒

1-4 グループインタビューの結果

2. 飲酒について

2-1 宴会の歴史

2-2 飲酒場所の推移、酒類

2-3 若者の酒の強さ

3. 兄弟・姉妹の性格

3-1 出生順位と性格

3-2 組み合わせで変わる性格

4. 社会問題と飲酒

4-1 飲酒運転

4-2 アルコールハラスメント

4-3 未成年の飲酒

5. ビール離れとビールの流行

5-1 ビール離れの実態

5-2 ビールに関する流行

5-3 ビールの非選択制

6. 仮説と検証

6-1 仮説

6-2 調査概要

6-3 調査結果

7. まとめと今後の展望

7-1 まとめ

7-2 考察

はじめに（問題意識・研究目的）

飲食店のバーテンダーとしてアルバイトをしている中で筆者のお店には多くの年代の方が来店する。そして注文された飲み物を作っている時に気づいたことが2つある。

1つは2名以上の集団で来店した際の飲み物が別々であること。最初の一杯はまずビールという風潮がある中、最近のお客様はほとんどが別々の飲み物を注文する。「とりあえずビール」という飲み会を始める決まり文句が聞かれなくなっているのは昨今、多方面で「若者のビール離れ」が取りざたされているからではないだろうか。これは国産ビールの消費量の減少や、酒類販売の内訳の推移からも見て取れる。国内のビール会社は消費者の動きに合わせ、多様なアルコール類を提供するとともに、ビール離れを食い止める策を講じている。

2つ目は20代、30代、40代のそれぞれのお客様で注文する飲み物のジャンルが異なっているのではないかと感じた。特に20代の若者は多種多様な飲み物を注文するのである。現代の若者は自分の意思を持たず周りに流されやすい傾向があるが、この意識がサークルでのイッキ飲みや自分が飲みたいお酒を注文できない原因の1つになっているのではないかと感じた。しかし、そもそも何故現代の若者は自分の意思を尊重することが出来なくなってしまったのか。それは生まれた成長過程、兄弟構成、自分が属する生活環境が大きく影響していると筆者は考えた。筆者自身普段の生活の中での飲み会での最初の一杯は、ビールを注文することが多いが、ビール以外を注文する若者は年下や、兄弟・姉妹構成の中で出生順位が後の若者が多いのではないかと感じる場面が多かった。また、ビール自体を好まない若者や、サークルなどの飲み会では苦手なお酒をイッキする場面に遭遇していた。そこで本論の研究目的は若者の飲酒に対する考えを明らかにし、若者の飲酒離れ、過剰飲酒、飲酒による社会問題への解決策への糸口を見つけていきたいと考えている。さらには若者の個人意識、集団意識を解明していくことで現代の若者の特性を明らかにしていきたい。

1. 若者の特性

1-1 若者の特徴

現代の若者は「ゆとり世代」または「さとり世代」など言われている。では「さとり世代」とは一体どのようなものなのか。原田（原田 2013）によるとさとりまたはゆとり世代は、2018年現在、入社3～4年目から下の若者を指すことが多く、「これだからゆとり世代は・・・」などといったバッシングを度々受けてきた。彼らは、日本経済が傾き、ケータイやスマホが爆発的に普及、さらに東日本大震災を経て価値観が揺らぐ中を生きてきた世代である。こうした社会環境の大きな変化から自分の身を守るために、過剰に世の中に期待して振り回されないためにある種の处世術として、あくまでクールに、客観的に、さとしたような冷静沈着な態度をとるようになった世代である。次に「さとり世代」の人間関係とはどういったものか。若者が1番望むのは円滑な人間関係。LINEやFacebook、Twitterなどのソーシ

ヤルメディアによって増えすぎてしまった彼らの友人関係は、顔見知りから腹を割って話せる親友まで、全てネットの中に凝縮されている。彼らは、ネットいじめやブログ炎上事件などに直に接してきた世代である。だから、ネット上での人間関係には驚くほど神経を使うといわれている。Twitter の複数アカウントや LINE のグループ作成によって自身のキャラを使い分け、空気を読みながらスムーズな人間関係を持つことを選ぶのである。自分が嫌われることを恐れるため、他人には優しく、飲み会での一気コールや飲酒強制などもしない。親との関係が良好な人が多いのも、さとり世代の傾向である。

1-2 若者の集団主義と個人主義

集団主義とは、森崎（2004）によると親密に結びついた人々、つまり、自分を 1 つ以上の集団、例えば家族や仕事仲間、一族、国の一部とみなし、主に集団の規範や集団から課せられた義務に動機付けられ、自分自身の目標よりも集団の目標を優先させ、また集団においてメンバーの団結を重視する人々が織りなす社会的パターンである。そして、日本人論において集団主義を語る場合には、更に「和の尊重」、「異質分子の排除」、「恥の文化」などの要素が関係してくる。

櫻坂（2005）によると現代の若者の価値観の特徴を「個同保楽」と命名している。これは個人主義を同調しつつも他人と同調することを望み、自分が置かれている現状を大きく変わることを望まない保守性を指している。これらの研究は日本人の特徴として指摘されている典型的な集団主義的傾向と言われている。

個人主義とは、ひとまずは、穏やかに結びついた人々、つまり自分は集団から独立しているとみなし、主に自分の好み・要求・権利・他者との結んだ契約に動機付けられ、他者の目標よりも自分自身の目標を優先させ、他者との関係を持つ際にはまずそうすることの利点・欠点を合理的に判断することが重要と考える人々が織りなす社会的パターンである。

多くの先行研究に従うと日本人は集団主義を反映した社会的行動規範を支持し、海外では個人主義を反映した社会的行動規範を支持した。しかし日本人は集団主義だけでなく、個人主義を反映した社会的行動規範も支持した。これら一連の結果から「日本人は集団主義である」という欧米の結果に一致しなかった。しかし日本の青年層は集団主義ではないか、あるいは状況の変化に伴い個人主義に変化しているのではないかという結果になった。

また森崎（2004）の研究結果を見ると個人主義と集団主義をさらに細かく分類した垂直的個人主義、水平的個人主義、垂直的個人主義、水平的個人主義の 4 つに分類しそれぞれをアメリカ、日本の学生、社会人にアンケート調査をし、属性を調べた。ここで注目したいことは他の項目では様々な差異が出た。しかし垂直的集団主義という点においては日本の学生はアメリカの学生よりも有意に垂直的集団主義が低いことに対し、日本の社会人とアメリカの社会人では有意差が出なかった。この結果からわかることは垂直的集団主義の強い人は、人に対し従順で「人に頼ること」などの他者との協調的な側面と共に「上司への忠誠」「しきたりや社会習慣に従うこと」など「地位による上下関係とその秩序の保持」に対して

積極的な傾向を示した。このような特徴は、かつては日本人の典型的な特徴の一つに見られていたが、近年の日本社会の変化によって以前ほどは強くなってきているのである。これを飲酒に当てはめると日本の若者はしきたりや先輩との上下関係をあまり気にせず自分の頼みたいものを注文するのに対し、日本の社会人は縦、横の繋がりを大切にし、飲酒の場でも場を乱さないように大人らしく飲酒しているのではないかと考えた。

1-3 若者と飲酒

私たち日本人は 20 歳を超えると法律的に飲酒が許される。飲酒とは大人の象徴であり、さらに日本人の考え方として「少しぐらい害はない」「酒は万病の薬」などの価値観、自動販売機などで気軽に購入できることから飲酒できる環境が整い、飲酒の低年齢化が進行している。それでは現代の若者はどのような人たちと飲酒をし、さらにはどの程度の飲酒量なのか、アルコール依存度について調べてみた。桜井（1993）による飲酒利用尺度のアンケート結果のストレス尺度、いい気分尺度、酒好き尺度、健康尺度、大人らしく尺度、社交尺度の 6 尺度に分類した。結果はいい気分尺度と社交尺度が高く、大人らしく尺度と健康尺度は低かった。また飲酒スタイル（誰と飲酒するか）においては同性または男女混同での場面が多く。一人で飲む場合では男女共にストレス発散、酒好きが主な理由であった。また、恋人と飲む場合男性は大人らしく飲むに正、女性は負の結果となった。

大学生の総飲酒量は酒好きという理由が強いと増大し、大人らしく見られたいという理由が強いと低減した。よって「大人らしく」飲酒している人は量的には心配がないのである。ここで言う「大人らしい」とは現代の大学生の飲み会や宴会などで見られるゲームをして飲む人を決めたり、ピッチャーイッキや、テキーラなどのスピリタスをショットで何杯も飲むことではなく、社会人が楽しく会話や話し合いをしながらビールやワインを自分のペースで飲み、程よく飲酒することである。

以上のことから男性の場合は、酒好きという理由が飲酒量を増大させ、女性の場合はいい気分、酒好きという理由が飲酒量を増大させることが分かった。

1-4 グループインタビューの結果

11 月 24 日に大学内のビール好き 3 人、ビールに苦手意識をもつ 3 人にそれぞれ定性調査を行った。

図 1

ビール好き派	好きになったきっかけ	何故ビールを飲むか
22 歳 男性	一杯目を生って言ってみたかった	友達の影響
22 歳 女性	ストレス解消になるから	周りの風潮的にビールを飲む
22 歳 女性	元々、甘いものが好きではなく姉とキリンシティに行って	周りの大人が飲んでてカクテルが恥ずかしいから。

ビール苦手派	嫌いな理由	ビールに対する考え
20 歳 女性	美味しくない、飲む機会がない	将来的は付き合い程度に飲めるようになりたい
21 歳 女性	親父臭い、他の酒類なら飲める	風潮に従ったら飲む、美味しく飲めるようになりたい
20 歳 女性	美味しさを感じない、飲酒自体避けたい	ストレス発散系、飲めるようにもなりたくない。

筆者作成

ビール好き派は好奇心や周りの人間の影響がきっかけになり飲み始めた人が多く、普段の飲み会でも第三者に合わせたり、味覚の変化によりビールを注文する人が多かった。また自分から飲むのではなく、ある程度年上の大学生は自分がカクテルを飲むことに対して恥ずかしいやダサいといった感情を抱くことも分かった。

ビール苦手派はビールに興味があるものの、飲酒機会がなく一歩踏み出せない人やビール自体に良いイメージを持っておらず何故美味しいのか、何故わざわざ苦いビールを飲まなければならないのかなどの意見があった。しかし、将来の付き合いのためにある程度は飲めるようになっておきたい若者や、ビールを美味しく飲んでみたいなどのビールに対するあこがれのような感情を抱いてることも分かった。このことから 20 歳の若者はまだ先輩や年上との接点が少ないことや、ビールに対するイメージが元々マイナスな印象を持っている若者が多いことが分かった。逆に先輩などの接点にあこがれを持つ若者はビールに対してある程度の興味を示した。ビール好き派の 22 歳の若者は社会的な接点や、味覚の変化から飲めるようになった若者が多い印象があり、さらには第三者の目を気にすることがきっかけでビールを飲みはじめ、結果的に飲めるようになった若者がいることも判明した。

2. 飲酒について

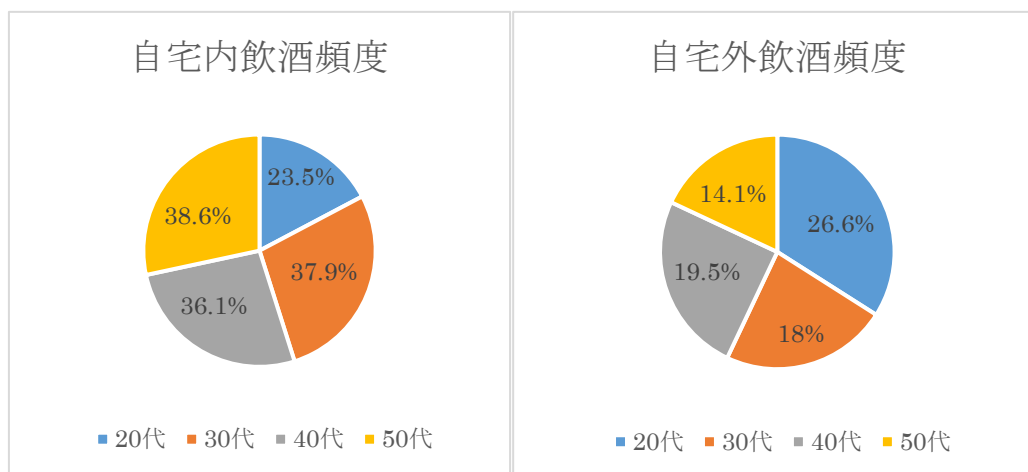
2-1 宴会の歴史

宴会文化の歴史は平安時代に遡る。柳田（1979）によると、宴会の目的とは、神と人、また人間相互に繋がりを持つたに「同じ物」を食べることにある。宴会には、目的や主催者などの観点から様々な形態分類があるが、人間が神を接待するためにも行うものが期限とされている。その他、便宜を図ってもらう目的で、権限を持つ人々を接待する目的や、年中行事の際に開かれるものがあった。現代においても前者は接待や賄賂、歓迎会などに表れ、後者も忘年会や新年会といった季節ごとに開かれる飲み会に通ずる。

2-2 飲酒場所の推移、酒類

菅原（1986）が調べた 20 代～50 代の飲酒実態について明らかになった事 1 つに自宅内飲酒と自宅外飲酒の割合がある。

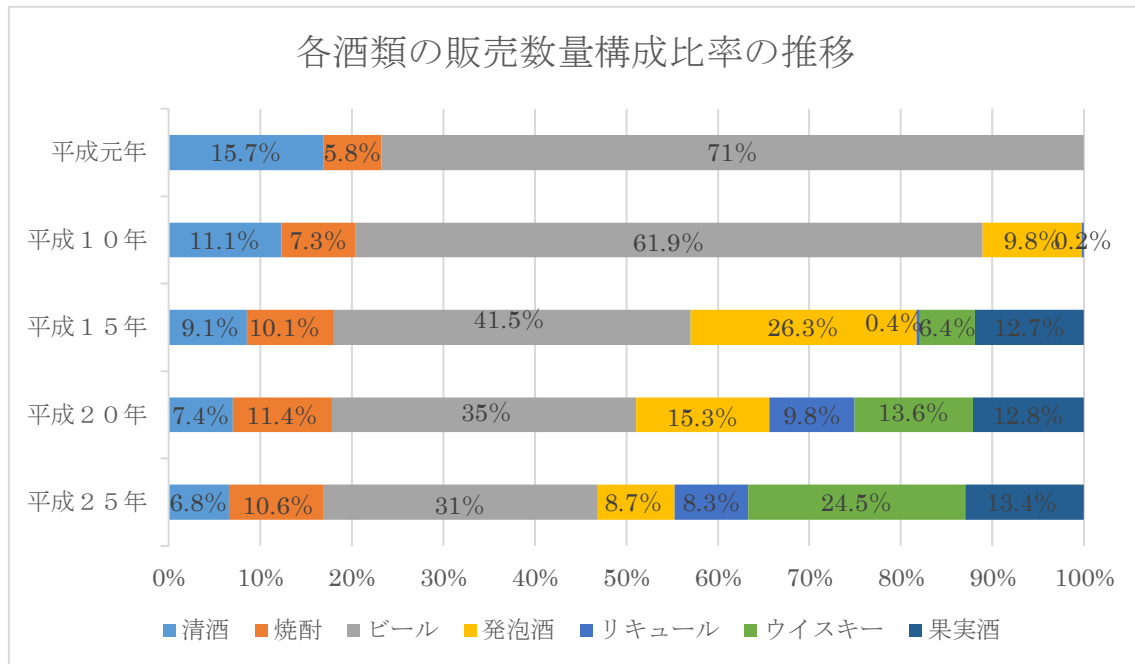
図 2



菅原（1986）より筆者作成

自宅内飲酒の割合は 20 代から 50 代の週 3 回以上の自宅内飲酒頻度の割合である。グラフを見ると 20 代が一番低く逆に 50 代の割合が一番多くなっている。このことから現代の若者は室内よりも屋外に出て楽しく飲酒している傾向があるということがわかる。また週 1 回以上の自宅外飲酒の割合は 20 代が一番高い。さらに菅原（1996）によると同性で比較した場合でも 20 代の男女の相対的な飲酒頻度が高いことがわかっており、特に 20 代女性は他の年代に比べて自宅外飲酒頻度は高くなっていた。

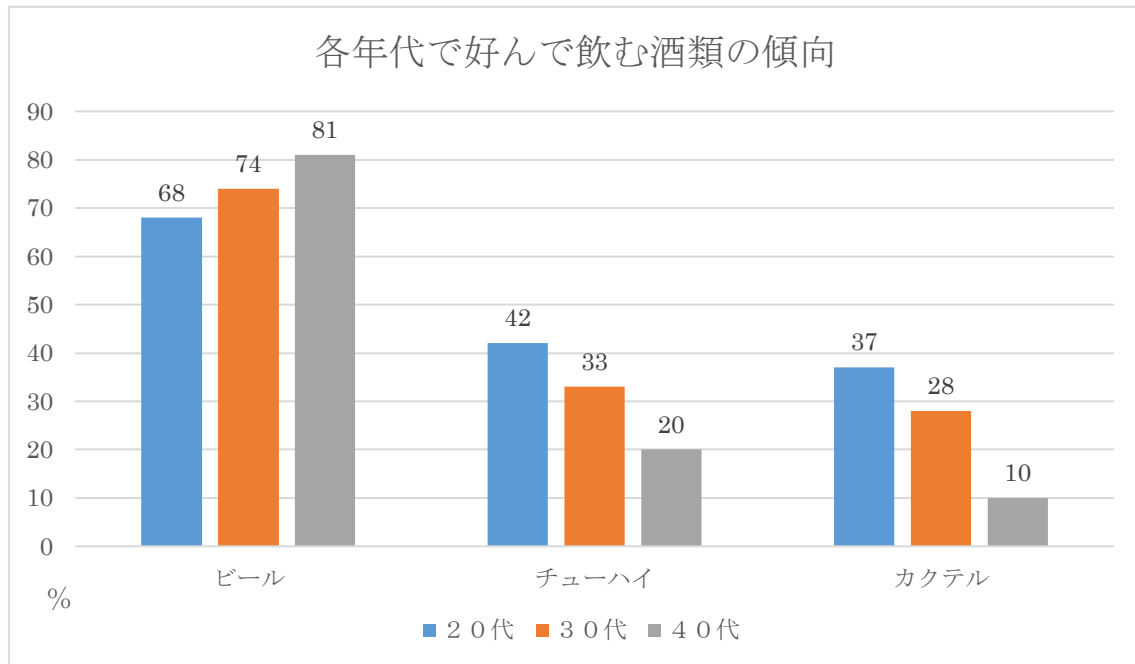
図 3



緒方 (2015) より筆者作成

国内の各酒類の販売数量構成比率の推移によると、酒類販売におけるビール系飲料の占める割合の推移は平成10年、15年、25年の順に減少傾向にある。一方チューハイを含むリキュールの割合は平成元年には1%にも満たなかったものの、平成15年には6.4%、25年には24.5%と急増しており、時代を経るごとにビール以外の選択肢が支持されていることがわかる。

図 4



緒方 (2015) より筆者作成

次に消費者の嗜好の変化を見ていく。上図の M1・F 総研のレポートによると好んでビールを飲む割合は 40 代が最も高く、20 代が最も低い。一方、チューハイ・サワーやカクテルを好んで飲む人の割合は 20 代が最も高い。この結果から、各世代間にもビールに対する意識の差が見て取れ、個人の嗜好・意識からも若者のビール離れは確実に起きてるといえる。

2-3 若者の酒の強さ

現在の健康づくりは積極的な一次予防の推進が重視されている。日本においては未成年者の飲酒は法律により禁止されているにも関わらず、飲酒の風習は社交の面でも、儀式的面でも、社会生活を営むうえで切り離せないものとなっている。未成年者の飲酒に対する保護者の態度として「絶対に飲ませない」は 7.1%であり、「少しだけなら良い」、「大人と同様に良い」と考えている保護者が 77.3%であることが報告されており、飲酒における寛容さが示唆されている。日本の高校生対象の全国調査における飲酒経験者は男子 85.6%、女子 80.9%と報告されている。体内に入ったアルコールは、肝臓でアルコール脱水素酵素 (ADH) によってアセトアルデヒドに変えられ、アセトアルデヒドは、さらにアセトアルデヒド脱水素酵素 (ALDH) によって酢酸に変化する。ALDH には種類あり、反応速度が遅いものと、アルデヒド濃度の高い条件により、反応速度が速く、処理能力の高くなるものがある。ALDH は、すべての人が持っているが、ALDH11 は持っている人と持っていない人がいる

(アジア系はALDH11を持たない率が高く、ヨーロッパ系は持っている) ALDH11を持たない場合には、体内にアセトアルデヒドが溜まるため、少量の酒を飲んだだけでも顔が赤くなったり、吐き気や頭痛などの症状が現れる。したがって、このような人は酒に弱いということになる。

3. 兄弟、姉妹の性格

3-1 出生順位と性格について

本論の研究において重要な条件として出生順位で変わる性格があげられる。子供の性格を規定する要因として、兄弟関係が上げられる。そして、兄弟関係が子供の性格形成に大きな関わりを持つとされてきた。兄弟関係は子供と子供の間であり、情緒的な結びつきの強い関係である。兄弟関係は、弟妹にとって兄姉が目標や同一視の対象になったり、兄姉が弟妹を指導することもある。このことから、縦の関係であることが言える。そしてまた、兄弟喧嘩など、お互いを同じ次元において平等の立場で張り合っている。また、友達同士のよう

にふるまうこともあり、横の関係でもある。

依田(1963)では性格特性に影響を与えると考えられる諸条件として、兄弟の性別構成、年齢差などについて調査し、その結果をまとめた。

図 5

	良い点	悪い点
長子(長男、長女)	仕事が丁寧、几帳面、聞き上手	めんどくさがり、困難な物事に消極的、
次子、中間子(次男、次女)	行動的、外交的、	依存的、強情、気性が激しい
一人っ子	一生懸命、物事に慎重	困難を避ける、口ごたえが多い

筆者作成

3-2 組み合わせで変わる性格

図 6

	良い点	悪い点
弟を持つ姉の性格	お調子者、ムードメーカー的な存在	遠慮がち、やや消極的
妹を持つ姉の性格	人まねが上手い、言いつけを守る、負けず嫌い	面倒嫌い、ずるがしこい
兄を持つ妹の性格	物事に積極的	嫉妬深い、わがまま、
姉を持つ妹の性格	遠慮がち	好き嫌いが多く、神経質、落ち着きがない

図 7

	良い点	悪い点
兄を持つ弟	慎重、自制的、指導的	のんき、意志薄弱、逃避的
弟を持つ兄	従属的、一部控えめ	我儘、ひねくれ

筆者作成

上の図は平林（1998）を参考に作成したものである。今回は依田（1963）が行った調査をもとに、本人の性別を女性と限定し、出生順位から兄弟関係による性格的特性について知らべた結果である。

以上の事をまとめると今回の出生順位から見る性格特性は時代に関係なく、また年齢にも関係なく固定化され、不変なものだった。①長子は長子ということ意識しすぎ、かなりの重荷になっている②中間子は上と下に挟まれているため横の関係に慣れている。そのため周囲との調和を保っている。③末っ子はみんなから甘やかされた育てるため、甘えん坊でわがまま④一人っ子は家の中で横の関係を経験できない分、それを自主的に外で経験しようとする傾向がある。

過去に 1963 年、1980 年、1998 年と調査結果に大きな変化が見られないことから出生順位からみる性格特性についてはほぼ固定化されていると考えても良いと言える。

4. 社会問題と飲酒

4-1 飲酒運転

飲酒運転とはその名の通り、飲酒にそのアルコールの影響がある状態で車両などを運転する行為である。一般的には、交通法規などとの関係により、飲酒等により血中または呼気中のアルコール濃度が一定の数値以上の状態で運転することを特に飲酒運転という。日本における飲酒運転の種類は酒酔い運転と酒気帯運転の 2 種類に分類されている。近年では平成 14 年と平成 19 年に道路交通法が改正され、日本国内における行政処分は酒酔い、酒気帯びともに非常に厳しくなっている。特に平成 19 年より飲酒運転をするおそれのある者に車両を提供した者、並びに酒類を提供した者、及び飲酒運転の車両に同乗し、または運送を依頼した者、これらも別個に処罰されることが明確化された。

4-2 アルコール・ハラスメント

アルコール・ハラスメント（通称アルハラ）とはアルコール飲料に嫌がらせ全般を指す言葉で、アルコール類の多量摂取の強要など対人関係の問題や、泥酔状態に陥った者が行う各種迷惑行為などの社会的なトラブルを含む。日本では、アルコール・ハラスメントが原因での死亡者がでたことをきっかけとして 1980 年代以降に急速に問題視されはじめた。この問題は特に、同年以降に急性アルコール中毒で死亡する 20 代の若者が続出した事からさら

に注目され、なおアルコール・ハラスメントとは、「セクシャルハラスメント」が日本で一般的に用いられるようになって以降、用いられるようになった造語・和製英語である。さらに、同時期から大学生などのイッキ飲みが急性アルコール中毒死の原因として注目され、社会問題として取り沙汰されるようになると、死亡した大学生の遺族らによる呼びかけにより、社会運動のキーワードとしてこの言葉は広まっている。

アルコール・ハラスメントの定義はイッキ飲み防止連絡協議会によるとアルハラとは、「相手の望まない飲酒に関する言動であり、行為者が意図したか否かに関わらず、それによって相手に何らかの不利益または不快感を与えることを言う。アルハラは、地位の上下関係や所属意識などを利用して行われるさまざまな人の交流の中で生じる。アルコール・ハラスメントの具体的な例としてイッキ飲み防止連絡協議会は、以下の 6 つの行為を挙げている。

飲酒の強要	上下関係、所属組織の伝統やしきたり、通過儀礼などとした形で高圧的な圧力をかけ、暗黙のうちに、またははっきりとした言動によって、飲まざるをえない状況に追い込むこと。
イッキ飲ませ	飲酒の強要の 1 つであるが、場を盛り上げるために、イッキ飲みや早飲み競争・罰ゲームなどをさせること。
酔いつぶし	あらかじめ酔いつぶすための用意をして飲み会を行うこと。逃れられない状況を設定して、何度も飲ませること。または、大量もしくは度の高いアルコールを早飲みさせること。酔いつぶすとは、相手を急性アルコール中毒に陥らせ、生命の危機にさらす行為である。
飲めない人への配慮を欠くこと	本人の体質や健康状態、意向を無視して、しつこく飲み会に誘うこと、飲酒をすすめること、飲めないことを侮辱すること。
酔った上での迷惑行為	酔ってセクハラ行為をする、しつこくからむ、暴言を吐く、暴力をふるう、騒音をたてるなど。
未成年者に飲酒を進めること	酔ってセクハラ行為をする、しつこくからむ、暴言を吐く、暴力をふるう、騒音をたてるなど。

図 6 筆者作成

飲酒の強要を行う行為者からしたら、「その場を盛り上げたい」とか「より親密になりたい」といった気持から、強要を行うのかもしれないが、飲酒の強要を受ける方は非常に迷惑な行為なのである。このように行為者と強要を受ける人との間に意識の差があり、こういったところからアルコール・ハラスメントは生まれていると考える。

4-3 未成年大学生の飲酒

笠巻（2012）によると未成年大学生の飲酒には友達との付き合いではなく、自身の性格

特性としての外向性と部活・サークル等の所属が関係していることになる。未成年大学生は飲酒に対して付き合いだから仕方ないと考え、気の合う人と飲酒する傾向が強いといわれている。清水（2003）では大学入試により独居等の新たな生活環境になるため、飲酒頻度が18歳に多いと見られる。飲酒量は年齢が上がるとともに増える傾向にあり、性格特性では外向性のみが関連した。以上のことから未成年大学生は外向的な組織に所属する環境が飲酒のきっかけや多量飲酒に影響していると考えられる。冷泉（2006）では人数が3人以上の「場の空気」というものはある種の権力になる。と言われており、所属による付き合いを断ることができず飲酒を始めている未成年大学生がいることを示唆している。

5. ビール離れとビールの流行

5-1 ビール離れの実態

ビールの生産量・消費量の低下が顕著ではあるが、アルコール全体の消費量の低下も指摘されており、それが「ビール離れ」の根拠とはなりがたい。そのため本論では、「ビール離れ」を「酒類を飲む際に好んでビールを選ばない、または、ビール以外の飲み物を積極的に選ぶ」現象を示す言葉として定義する。

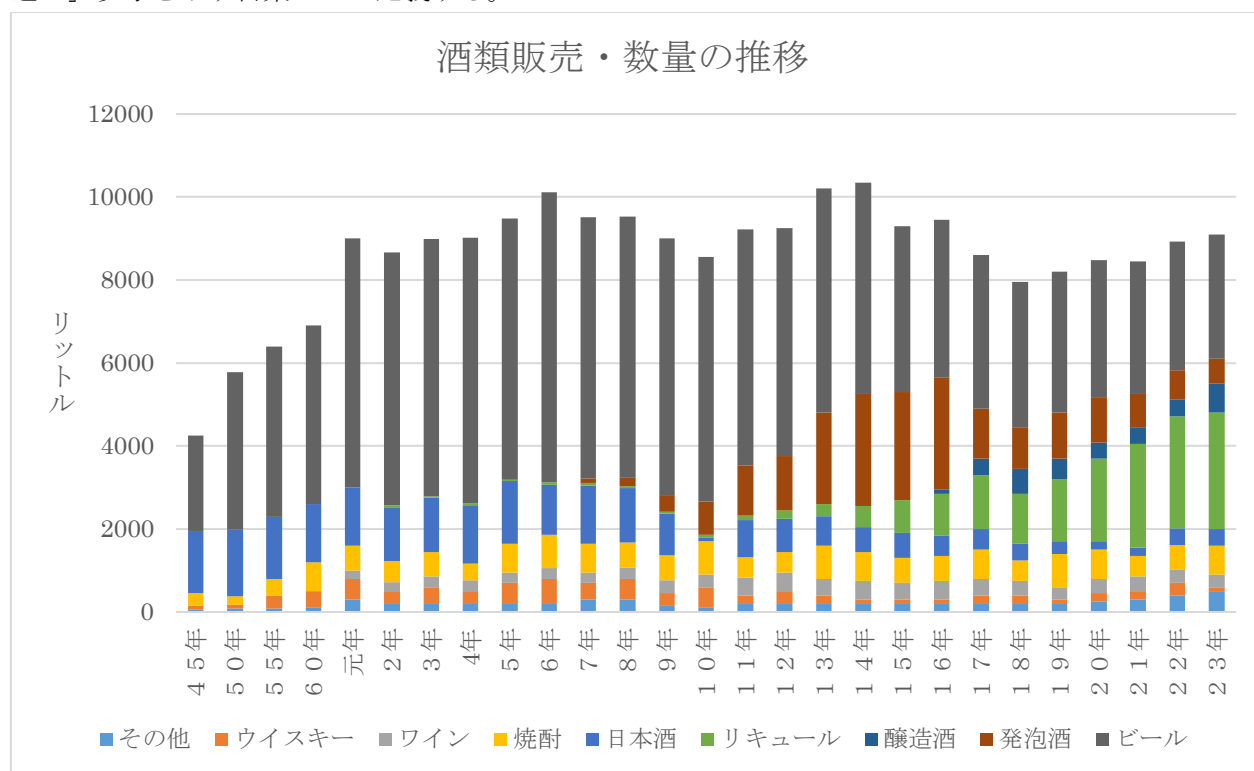


図7 国税庁「酒のしおり」より筆者作成

図7から日本人の飲酒事情は年々お酒の種類が細分化されてきているのがわかる。現在最も売れているのはビールだがピークの平成6年の売り上げを見てみると今より大幅に減

少している。その代わりに売上が伸びているのが発泡酒である。麦芽の使用料を抑えることで低価格で消費者に提供することが出来、ビールに近い味を出せることから消費者のニーズを掴むことが出来た。ウイスキー、ブランデーも平成 10 年のハイボールブームにより反転増加が見られる。ワインは最近減少傾向にあるが近年はペットボトルワインなど日本の食文化になじみ、家庭での飲酒の数量が増加している。

5-2 ビールに関する流行

ビールを好んで選ぶ人の割合が減少する一方で、ビール関連イベントは増加し、クラフトビールの流行も盛り上がりを見せている。

ビール関連イベントの代表例がオクトーバーフェストである。オクトーバーフェストとは、1810 年のドイツのミュンヘンに端を発するビールの祭典である。日本では 2002 年に横浜赤レンガ倉庫前広場で行われた大規模なオクトーバーフェスト以降、各地で時期を問わず行われるようになった。客層は幅広いが、オクトーバーフェスト主催団体による来場者アンケートによると、来場者のメインの層は 20 代から 30 代であり、来場のきっかけの大半はロコミや twitter、Facebook だという。屋外での開催であることに加えて、ドイツ楽団による観客を巻き込んでのライブ演奏があり、場所を替えながら期間限定で開催される等の特徴が挙げられる。これらの要素が、居酒屋やビアガーデンでの飲み会とは異なる非日常の感覚を引き起こすと言える。

次に、クラフトビールとは小規模な醸造所で丹精こめて作られたビールを指し、地ビールブームに端を発する。1994 年にビールにおける酒税法の改正があり基準が 2000kl から 60kl に引き下げられたことで、地域密着型の小規模醸造所が急増した。これがいわゆる地ビールブームである。しかし、町おこしの側面が強く、醸造技術が未熟で、品質と価格とが釣り合っていなかったことが主な理由となりブームは鎮静化した。ところが、2004 年頃から小規模生産ビールは売上を増やしていった。品質を重視し、技術力を向上させたことや、高品質なビールに対して対価を払おうという市場の変化が理由である。そして、地ビールの中には、品質へのこだわりと職人による手仕事を連想させる。規制緩和から生じたこうした地場系のクラフトビールの台頭は、画一的だった日本のビール業界に「多様性」をもたらしたと言える。大手ビール会社もこの動きに着目し、キリンビール社やサッポロビール社はクラフトビール専門の子会社を新設したり、アサヒビール社やサントリー社も新しくクラフトビールブランドを立ち上げたりと、ブームが広がりを見せている。このビール関連イベントの流行とクラフトビールの台頭から推測されることは、ビールを飲むシチュエーションやビールの「多様化」が進み、若者は「選ばなくてよい」容易さよりも、「選びとる」ことへの喜びを見出しはじめたのではないかということである。

5-3 ビールの非選択制

飯野（2014）によると宴会で長い間ビールが選ばれてきた理由は、「選ばなくてよい」こ

とにあると考えられる。1000 年あまり、人々の飲酒文化において日本酒が中心となってきた中で、ビールが台頭してきたのは明治時代のことである。

明治時代に入り、1884 年に日本初のビール醸造所であるスプリング・バレー・ブルワリーが創設された。また、政府が欧化政策の一環として洋酒にあたるビールやワインには日本酒ほどの重い課税を行わなかったことも、戦後ビールが大衆若者のビール離れ化する布石となったと考えられる。そして、他の洋酒ではなくビールが飲酒文化の中心となってきた理由こそ、ビールの「非選択性」にあると推測する。

日本のビール業界は、長年 5 社以下の寡占状態が続いてきた。これは、酒税法と免許制によってビール産業が明治時代以降手厚く保護されていたことが一因として挙げられる。更には、宴会の場で日本酒やワインとは異なる均一性がビールにあったことが、集団主義的な日本の宴会によく合い、ビールが選ばれてきたと考えられる。日本酒は主に日本各地に酒造があり、ワインは世界各地に有名なワイナリーがある。それぞれの酒造やワイナリーが出す日本酒、ワインは非常に個性に富み好みが分かれるために、「選ぶ」必要性が生じる。逆にビールは、日本では一定の品質を保ちやすく、味も万人受けする、ラガータイプを大手ビールメーカーはこぞって生産したため、各社で味に大きな差が生じなかった。

集団の一体感や和を重んじる日本人にとって「皆で一緒に飲む」ものとしてビールが選ばれていた理由は、この種類の少なさと、味の均一性から生じる「非選択性」にあると言える。

6. 仮説と検証

6-1 仮説

仮説 1 の導出 先行研究に日本の集団主義の社会人は人に対し従順で他者との協調的な側面と共に、「上司への忠誠」「しきたりや社会習慣に従う」など「地位による上下関係とその秩序の保持」に対して積極的な傾向が強いという結果が出た。これは若者が普段生活してきた環境に差があるのではないかと考えた。これは学生にも適応できるのではないかと考え、以下の仮説を立てた。

仮説 1 個人主義の若者は集団主義の若者よりも大人らしく飲酒する。

仮説 2 の導出 日本酒造組合（2017）によると若者の飲酒場所は 1988 年の調査と比較すると自宅内、もしくは友人宅内での飲酒は減少しているのに対し、居酒屋や Bar といった自宅外飲酒は増加していることが分かった。このことから若者は自宅外で楽しく飲酒をしてそれが過剰飲酒などに繋がるのではないかと考えた。また 40 代 50 代の飲酒を嗜む世代は自宅内飲酒が多いことから以下の仮説を立てた。

仮説 2 自宅内飲酒頻度の高い若者は自宅外飲酒頻度の高い若者よりも大人らしく飲酒する。

仮説 3 の導出 宴会で最初の一杯にビールを注文できる若者と注文できない若者とでは育ってきた環境が作用するのではないかと考えた。第十三回の出生動向基本調査の結婚と出産に関する全国調査によると全国の家族構成の中での 2 人兄弟・姉妹の構成率は全体の 56%、夫婦の完結出生児童数は 2.09 人のため仮説 1 の調査対象は 2 人兄弟・姉妹に限定する。また一人っ子の割合は 11.7%と少なく調査が難しいため今回の研究では除外する。仮説 3 長子、次子の性格を明らかにしたとき長子は次子よりも、ビールに対する態度はポジティブである。

6-2 調査概要

図 8

調査方法	Google フォームによるアンケートを無作為に配布
調査対象	成人大学生 63 名
個人主義・集団主義の若者	63 名
自宅内・自宅外飲酒頻度の高い若者	63 名
長子・次子の若者	63 名
調査期間	2017 年 12 月 4 日～12 月 9 日
調査目的	仮説の検証

筆者作成

調査表の概要は図表の図 8 の通りになっている。調査目的として、アンケートは各質問に対して「5. 当てはまる」から「1. 当てはまらない」までの 5 点尺度で評価してもらい比較する。調査表作成にあたり、森崎 (2004) の「個人主義／集団主義的価値観」、桜井 (1993) の「飲酒理由尺度の下位尺度と因子負荷量」と飽戸 (2003) の「新聞広告評価」を参考にし、新たな項目を設定した。さらに本論文では新たに作成した質問項目と、本研究においても適応すると判断した質問項目を設けた。また今回の調査では、飲酒が関係するため、調査の対象者を成人している 20 歳以上の大学生とする。

仮説 1 は、個人主義的な思考を持つ若者と集団主義的な思考を持つ若者とでグループ分けを行い、桜井 (1993) の大人らしさ尺度を用い、比較と検証を行った。仮説 2 では自宅内飲酒頻度の高い若者と自宅外飲酒頻度の高い若者をグループ分けし、こちらも桜井 (1993) の大人らしさ尺度を用い、比較と検証を行った。仮説 3 では長子（長男、長女）と次子（次男、次女）でグループ分けをし、どちらがビールに対しての好感度が高いかを飽戸 (2003) の「新聞広告評価」を本論の仮説に合うように質問項目を変化させ、比較と検証を行った。

6-3 検証結果

仮説 1 を検証する。図表 9 は、仮説 1 の検証結果をまとめたものである。それぞれのグループの被験者に①を個人主義的な若者と②に集団主義的な若者の 2 グループに分け、ど

ちらが大人らしく飲酒しているかに関して 7 項目の質問を 5 段階で評価した。桜井 (1993) の「飲酒理由尺度の下位尺度と因子負荷量」を参考に、「大人らしさ尺度」に關与する 7 つの項目で比較した。その結果、「好奇心から」、「大人のふりをするため」、「大人になった気分になれるから」、「お酒を飲むための練習」、「飲めないとかっこ悪いから」の 5 つの項目で一部支持となった。またこの結果から分かったことは現代の若者は集団主義の若者が飲酒する傾向が多くみられたが、個人主義の考えをもつ若者は大人らしく飲酒するときは周りに左右されることなく自分の飲みたいお酒を自分のペースで飲むことができるので量的には問題がないことが分かった。

図 9 仮説 1 の検証結果 p<0.05

質問項目	平均値		t 値	自由度	有意確率
	個人主義	集団主義			
好奇心から	3. 92	2. 72	3. 414	61	0. 001
大人のふりをするため	3. 21	2. 21	3. 11	61	0. 003
大人になった気分になれるから	3. 42	2. 67	2. 148	61	0. 036
お酒を飲むための練習	3. 29	2. 41	2. 572	61	0. 013
飲めないとかっこ悪いから	2. 92	2. 41	1. 466	58. 211	0. 148
美味しいから	3. 79	4	-0.627	55. 876	0. 533
風潮的に	3. 79	3. 26	1. 8	60. 736	0. 077

筆者作成

続いて仮説 2 を検証する。図 10 は仮説 2 の検証結果をまとめたものである。ここでは「好奇心から」、「大人のふりをするため」、「大人になった気分になれるから」、「お酒を飲むための練習」の 4 つの項目で有意差が見られた。このことから自宅内で飲酒する若者は自宅外の別空間で飲酒する若者よりも大人らしく飲酒することが仮説の一部支持の結果から分かった。「美味しいから」、「風潮的に」などの項目で有意差が見られなかったのは自宅で飲酒する若者にとってお酒を飲むことに対し、美味しいから、美味しくないからという前提はなく、飲みたいから飲むのではないかと考えた。また「風潮的に」という項目に関しては一人で飲むので全く関係ないことから有意差が出なかったと筆者は考える。

図 10 仮説 2 の検証結果 p<0.05

質問項目	平均値		t 値	自由度	有意確率
	自宅内飲酒	自宅外飲酒			
好奇心から	3. 92	2. 72	3. 414	61	0. 001

大人のふりをするため	3. 21	2. 21	3. 11	61	0. 003
大人になった気分になれるから	3. 42	2. 67	2. 148	61	0. 036
お酒を飲むための練習	3. 29	2. 41	2. 572	61	0. 013
飲めないとカッコ悪いから	2. 92	2. 41	1. 466	58. 211	0. 148
美味しいから	3. 79	4	-0. 627	55. 876	0. 533
風潮的	3. 79	3. 26	1. 8	60. 736	0. 077

筆者作成

続いて仮説 3 を検証する。図 11 は仮説 3 の検証結果をまとめたものである。ここでは「ワクワクする」、「ビールが話題になりそう」、「ビールに需要を感じる」、「みんなが関心を持ちそうだ」、「みんなが使ってみたくなりそうだ」、「アイデアが新鮮だ」、「若者に受けそうだ」13 項目のうち 7 項目で有意差が見られ仮説は一部支持となった。兄弟・姉妹の関係性として、先に生まれた長子は仕事が丁寧で聞き上手という特性があるので飲み会でも上司や先輩との飲み会ではしきたりや習慣を大切にすることが分かった。逆に次子は行動的だったり強気といった特性が見られるので先輩や上司との飲み会でも地位による秩序の保持という部分ではある程度気にしつつも自分の飲みたい物を頼むという結果になった。

図 11 仮説 3 の検証結果

p<0.05

質問項目	平均値		t 値	自由度	有意確率
	長子	次子			
ワクワクする	3. 43	2. 48	3. 212	61	0. 02
良い気分になる	3. 37	2. 82	1. 924	61	0. 059
ビールが話題になりそう	3. 83	2. 64	5. 36	61	0
ビールに需要を感じる	3. 67	2. 97	2. 14	61	0. 036
みんなが関心を持ちそうだ	3. 53	2. 79	2. 779	61	0. 007
みんなが使ってみたくなりそうだ	3. 5	2. 7	3. 197	61	0. 002
アイデアが新鮮だ	2. 87	1. 94	3. 352	61	0. 001
ちょっと気になるクーポンだ	3. 33	3. 33	0	61	1
ちょっと変わってて面白い	2. 5	2. 21	0. 978	61	0. 332
若者に受けそうだ	3. 4	2. 82	1. 919	61	0. 05
使ってみようと思う	3. 27	3. 48	0. 526	50. 381	0. 601
幅広い層に受けそうだ	3. 2	3. 48	-0. 905	61	0. 369
センスが良い	2. 67	2. 88	-0. 643	61	0. 522

筆者作成

7. まとめと考察

7-1 まとめ

今回の研究は現代の若者にみられる特性や、自宅内で飲酒するか自宅外で飲酒するかなどの生活環境で飲酒に対する意識を比較、検証した。また、全く別の観点である長子、次子による成長環境も現代減ってきている「とりあえず生」に関係しているのか調べた。

仮説 1 で個人主義の若者は互いに自分の意見や感情をはっきりと表現し、自己の利益を最大にしようとするので人は人間関係維持にかかるコストに対して、その関係から得られる利益をできる限り大きくし、利益が見込まれる限りにおいてその関係を維持しようとするが、集団主義の若者は他者との調和を重視し、直接的な衝突を避け、自分の利益よりも他者の利益を優先することがわかり、これは飲酒に当てはめると、飲み会などではノリや場の雰囲気優先し、飲めないお酒やイッキなどをしてしまう集団主義の若者よりも、個人主義の若者は自分のペースで飲酒をすることができ、場の空気にも左右されなく、安定した飲み方ができることが分かった。

仮説 2 では自宅内で飲酒する若者は自宅外で飲酒するよりも大人らしく飲酒することが分かった。これには冷泉（2006）の人数が3人以上の「場の空気」というものは、ある種の権力になるという結果も影響していると考えられる。自宅ですっぽり飲むことで誰にも邪魔されずに自分の時間を楽しむことができるが、自宅外で飲酒する若者は場の空気や家と違った空間であることから多量に飲酒する機会が多くなっているのではないかと考えられる。

仮説 3 では長子と次子ではビールに対する反応は長子の方がポジティブかという点に関して、それぞれの成長環境が関係すると考えた。長子は次子よりも注意深く育てられるため成長した後も周りに同調的になるが次子以降はある程度のマニュアルがあるため自由に育てられるため快活、活動的に成長する。そのため大学生になったあとの飲み会でも長子は周りに合せた注文ができるが、次子は自分が飲みたいお酒を注文する傾向が強いことが分かった。

7-2 考察

本論文では、個人主義の若者と集団主義の若者の飲酒事情、自宅内飲酒頻度の高い若者と自宅外飲酒頻度の高い若者の飲酒事情、長子と次子で成長環境の違いからビールに対する反応はどちらがポジティブか研究してきた。これらを検証して分かったこととして、1つ目に「集団主義の日本」と言われてきた中で、今回のアンケート結果は個人主義の若者が多かったこと、これはSNSが普及し、人間関係に気を遣うようになっている若者の社会でも自分の意見をしっかりとと言える若者が多くいることを示しており、今後も個人主義の若者が増えることで若者同士の飲み会でも場の雰囲気に飲まれずイッキや、飲み慣れないお酒を飲むことなく自分のペースで飲酒をすることでアルコール中毒や多量飲酒による迷惑行為

も減少するのではないかと感じた。仮説は一部支持という結果だったことから若者の飲酒理由の尺度として「大人らしく尺度」を用いたが、これ以外にも多量飲酒を抑制できるであろう「健康志向尺度」や「いい気分尺度」などを用い新たに比較、検証することで新しい発見が見つかるのではないかと考え、今後の展望とする。2 つ目に分かったことは自宅内飲酒頻度の高い若者は自宅外飲酒頻度の高い若者よりも大人らしく飲酒することができるということである。自宅外で飲む若者たちはそこに別空間の雰囲気や出会い、お店の食事を求めて行く若者が多く、それが若者の場合は楽しさや盛り上がりにつながってしまうので多量飲酒の原因になるのではないかと考えた。3 つ目に分かったことは全く別の観点である長子と次子でのビールに対する反応を検証した。この仮説を立てたきっかけとして筆者自身が長子であり、ビールも積極的に頼んだり、飲み会でもとりあえず生に賛成だったが、妹が全く逆の反応だったのがきっかけである。これは出生順位による成長環境の違いが関係すると考え今回の検証を行った。結果が一部支持だったことからやはり出生順位による性格の違いの関係性は認められたが、これはあくまでも学生までの仮説であり、今後社会に出てからの上司との付き合いや味覚の変化により結果はまた変わってくるのではないかと考えたので、今後より詳しく研究していきたい。

本論文では個人主義と集団主義、自宅内飲酒と自宅外飲酒、長子と次子という 3 つの観点から若者のビールと飲酒に対する思考について研究を行ってきた。これらの検証結果を踏まえ、現代の若者の特性から見る飲酒事情と飲酒による社会問題への実務的インプリケーションを提案していきたい。現代の若者の特徴として自分の意見を持ちつつも他人と同調することを望み、自分が置かれている状況を大きく変えることを望まない保守性がある。仮説 1 のインプリケーションとして個人主義の若者は大人らしく飲酒することができ、さらに現代の若者には集団主義者の若者よりも個人主義の若者が多かったことから大人らしく飲酒できる若者が多くいることが分かった。アンケートの結果現代の若者が大人らしいと感じるお酒は 1 位ワイン、2 位ウイスキー、3 位ビールだったので、この 3 つのお酒をより美味しく、そして身近に感じさせることができれば飲酒問題の改善、さらにはテーマの 1 つでもある「とりあえず生」のきっかけになるのではないかと考えた。次に仮説 2 のインプリケーションについて。現代の若者の自宅内飲酒と自宅外飲酒も割合は 3 : 7 の割合で自宅外飲酒が多いことがアンケートの結果からわかった。この結果から筆者が伝えたいことは自宅内での飲酒を推奨したいというわけではなく、自宅内で飲酒をした時の自分で飲酒量をコントロールし、飲みたいお酒を飲んで気持ちよく酔う感覚を自宅外で飲酒したときも同じ感覚で飲酒をすれば仮説 1 に同じくアルコール中毒や多量飲酒を抑制できるのではないかと考えた。近年ではペットボトルワインの登場によりワインは家庭に浸透してきている。今後も大人らしいというイメージのある酒類をより家庭的な酒類へとイメージ転換できれば自宅内で飲酒する若者が増えていくことだろう。仮説 3 のインプリケーションとして長子は次子よりもビールに対する反応はポジティブだという結果が一部支持という形で支持された。これは飲み会の際での接し方に大きく関係してくるのではないかと考えた。長

子の人間は比較的社交的で集団主義的思考の持ち主のため、飲み会でも「とりあえず生」という頼み方もできるが、次子の人間は積極的で強気な人間が多いため、比較的個人主義的思考の持ち主が多い。そのため次子の人間と飲み会に行く際は、むやみに「とりあえず生」と注文するのではなく、相手の頼みたい飲み物を聞いてから注文することで相手にストレスを与えることなく円滑な人間関係を形成できるのではないかと考えた。

今後は検証対象を学生に絞らず、社会人、更には飲み会に誘う側の人間の飲酒に対する思考を研究することでより良い研究ができるだろう。

〈参考文献〉

- ・安藤美華代 (2010)「未成年大学生における飲酒と心理社会的要因の関連」『岡山大学大学院教育学研究科研究集録』第 143 号, 47－55。
- ・飽戸弘 (1993)「新しい広告効果の理論」『日経広告研究所報』第 40 巻, 2－9。
- ・飯野亮一 (2014)『居酒屋の誕生 江戸の呑みだおれ文化』 筑摩書房。
- ・岩井勇児 (1993)「2 人兄弟の出生順位と性格」『愛知教育大学研究報告』第 42 巻, 41－53。
- ・入江智也 (2016)「大学生における飲酒及び喫煙と対人関係が気分状態に与える影響」『北海道医療大学心理科学部研究紀要』第 12 巻, 11－19, 2016。
- ・緒方かすみ (2016)「若者のビール離れと日本的集団主義の変化」『早稲田社会科学総合研究』. 81－90。
- ・北田豊治 (2011)「大学生における飲酒行動と態度に関する研究」『愛知学院大学 教養部紀要』第 59 巻, 81－90。
- ・佐々木定 (2005)「続・これからの酒類需要支出金額から見た酒類嗜好」『日本酒造教会詩』 第 100 巻, 84－91。
- ・作田誠一郎 (2009)「若者の対人関係の特徴と個人主義化の変容」『北九州市立大学文学部』 第 16 巻, 1－16。
- ・桜井茂雄 (1993)「飲酒理由と飲酒スタイル、飲酒量、アルコール依存傾向との関係」『筑波大学心理学系』第 19 巻, 111－128。
- ・桜井茂雄 (1996)「飲酒効果と飲酒量、アルコール依存傾向との関係」『筑波大学心理学系』 第 19 巻, 27－42。
- ・櫻坂英子 (1996)「価値基準に関する交叉的文化研究」『日本大学心理研究』, 第 17 巻, 12－18。
- ・櫻坂英子 (1992)「日・中間における個人主義と集団主義に関する交叉文化的研究」『日本大学心理学研究』, 第 13 巻, 7－22。
- ・櫻坂英子 (2005)「大学生の価値基準と同調行動の検討」『日本大学文理学部人文科学研究所』第 53 巻, 179－189。
- ・菅原光郎 (1986)「現代若者の特徴と飲酒」『日本醸造協会雑誌第』81 巻, 438－445。

・高野陽太郎（2008）『「集団主義」という錯覚 日本人論の思い違いとその由来』 新曜社。

・田中俊介（2011）「大学生における心理的居場所科感と無気力の関連『発達心理臨床研究所』第17巻，25－34。

・西村洋一（2004）「人は人間関係のどのような点を気にしているのかー対人不安との関連の検討」『青山心理学研究』，第4巻，27－36。

・原田曜平（2013）『さとり世代～盗んだバイクで走りださない若者』角川書店。

・平林市進（2002）「出生順位と性別構成による性格について」『名古屋女子大学紀要』第48巻，75－85。

・三木安正（1956）「兄的性格・弟的性格と双生児における兄弟的取扱いについて」『東京大学教育学部紀要』第1巻，60－70。

・森崎誠一 「個人主義／集団主義的価値観に対する比較研究」『ヒューマン・コミュニケーション研究』第32巻，69－92。

・山本航平（2016）「未成年大学生の飲酒と友人関係・性格特性との関係」『日本公衆衛生看護学会誌』第5巻，29－36。

・柳田国男（1979）『木綿以前の事』 岩波文庫。

・依田明（1963）「出生順位と性格」『教心研』，第11巻，239－246。

・横浜オクトーバーフェス

（<https://www.yokohama-akarenga.jp/oktoberfest2017/>）アクセス日時：2017年5月10日

・日本酒造中央組合

（<http://www.japansake.or.jp/>）アクセス日時：2017年9月15日

・博報堂総生活

（<http://seikatsusoken.jp/teiten/answer/542.html>）アクセス日時：2017年9月15日

・国税庁酒のしおり

（<https://www.nta.go.jp/shiraberu/senmonjoho/sake/shiorigaikyo/shiori/2017/index.htm>）アクセス日時：2017年10月17日

・一気飲み防止連絡協会

（<http://www.ask.or.jp/ikkialhara.html>）アクセス日時：2017年10月17日

・第13回出生動向基本調査 結婚と出産に関する全国調査

（http://www.ipss.go.jp/ps-doukou/j/doukou13_s/doukou13_s.asp）
アクセス日時：2017年10月18日

大学生の飲酒に関する意識調査

大変お忙しいことと思いますが、調査へのご協力をお願いいたします。ご記入いただき、得られた調査結果は研究目的以外で使用することはございません。貴重なお時間をいただきますが、よろしくお願いいたします。

駒澤大学経営学部中野香織ゼミ

4年 坂本 匠

Q1 性別をお答えください。

1. 男 2. 女

Q2. 年齢を教えてください

A. _____

Q3. あなたがよく飲むお酒は何ですか

1. ビール 2. ウイスキー 3. カクテル・サワー 4. ワイン 5. 日本酒 6. その他

Q4. あなたに兄弟、姉妹はいますか。いた場合の兄弟・姉妹構成はどこにあたりますか。
いない場合は0と記入してください。

(例) 妹1人、(例) 兄1人、妹1人

A. _____

Q5. 自宅、または友人宅で飲酒する機会と居酒屋や Bar で飲酒する機会はどちらが多いですか。 1. 自宅内または友人宅 2. 居酒屋または Bar

Q6. あなたが大人らしいと思うお酒を1つ選んでください。

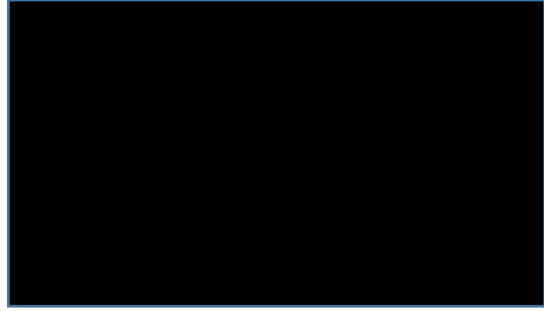
1. ビール 2. ウイスキー 3. カクテル・サワー 4. ワイン 5. 日本酒 6. その他

Q7. あなたはビールに対してどのようなイメージを持っていますか

1. 飲み会ではとりあえずビール 2. その場の空気飲む
3. 飲めないから飲み会では違うものを頼む 4. 先輩に勧められたら飲む
5. 勧められても飲まない 6. その他 _____

Q8・次の文章を読みその現場を想像しながらアンケートに答えてください。

あなたが駅前を歩いていると居酒屋の店員さんがビールのクーポン券を配っていました。あなたはそれを受け取ったときにどのような感情を抱きますか。当てはまるものに丸を付けてください。



	当てはまる	やや当てはまる	どちらとも言えない	あまり当てはまらない	当てはまらない
ワクワクする	5	4	3	2	1
良い気分になる	5	4	3	2	
ビールが話題になりそう	5	4	3	2	1
ビールに勢いを感じる	5	4	3	2	1
みんなが関心を持ちそう	5	4	3	2	1
みんなも使ってみたくなりそう	5	4	3	2	1
アイデアが新鮮だ	5	4	3	2	1
ちょっと気になるクーポンだ	5	4	3	2	1
ちょっと変わっていて面白い	5	4	3	2	1
若者に受けそう	5	4	3	2	1
使ってみようと思う	5	4	3	2	1
幅広い層に受けそう	5	4	3	2	1
センスが良い	5	4	3	2	1

Q9 ビールを飲んだことのある方だけお答えください。

あなたは何故ビールを飲むのですか。当てはまるものに丸を付けてください

	当てはまる	やや当てはまる	どちらとも言えない	あまり当てはまらない	当てはまらない
好奇心から	5	4	3	2	1
大人のふりをするため	5	4	3	2	1
大人になった気分になれるから	5	4	3	2	1
お酒を飲むための練習	5	4	3	2	1
飲めないとカッコ悪いから	5	4	3	2	1
美味しいから	5	4	3	2	1
風潮的に	5	4	3	2	1

Q10・若者の実態調査のためのアンケート

あなたが普段の生活で重要視することを当てはまるものに丸を付けてください。

	当てはまる	やや当てはまる	どちらとも言えない	やや当てはまらない	当てはまらない
責任感	5	4	3	2	1
自制的	5	4	3	2	1
親切	5	4	3	2	1
謙遜	5	4	3	2	1
忍耐	5	4	3	2	1
不正行為に対する抵抗	5	4	3	2	1
思慮分別	5	4	3	2	1
誠実	5	4	3	2	1
自分自身の潔白を守ること	5	4	3	2	1
寛大	5	4	3	2	1

適応性	5	4	3	2	1
親切にもてなす	5	4	3	2	1
世界平和	5	4	3	2	1
社会福祉	5	4	3	2	1
真の友情	5	4	3	2	1
平等	5	4	3	2	1
国家の安全	5	4	3	2	1
自然と調和した生活	5	4	3	2	1
家族の安全	5	4	3	2	1
人との調和	5	4	3	2	1
有能さ	5	4	3	2	1
刺激的な生活	5	4	3	2	1
社会的に認められること	5	4	3	2	1
野心的	5	4	3	2	1
富	5	4	3	2	1
影響力を持つこと	5	4	3	2	1
自立	5	4	3	2	1
達成感	5	4	3	2	1
地位による秩序の関係の保持	5	4	3	2	1
しきたりや社会習慣に従うこと	5	4	3	2	1
従順	5	4	3	2	1
人に頼ること	5	4	3	2	1
上司への忠誠	5	4	3	2	1
伝統への重視	5	4	3	2	1

ご協力ありがとうございました。