

食生活の評価の構造

食料威信スコアと飲料威信スコアの測定をとおして

小林 盾

(成蹊大学文学部)

【要旨】

この論文では、食生活への人びとの評価がどのような構造をもつのかを検討する。そのために、代表的な食べ物と飲み物を取りあげて、それらへの評価を威信スコアとして測定する。威信スコアとは、職業威信スコアや文化威信スコアのように、高い低いといった評価を1つの値で表したものである。ランダムサンプリング調査を実施して6つの食べ物と5つの飲み物への評価を測定した。その結果、食料威信スコアは0～100点のうちカップ麺20.3から寿司76.3、飲料威信スコアは焼酎40.6からワイン69.6となった。(性別、年齢などの)下位グループや経験者・非経験者に分けて比較したら、どちらのスコアもグループ間でおおむね一致した。したがって、食料威信スコアと飲料威信スコアは、職業威信スコアや文化威信スコアと同じように人びとに共有されており、安定した構造をもつといえる。

【キーワード】

食生活、評価、食料威信スコア、飲料威信スコア、職業威信スコア、文化威信スコア、社会階層。

1. はじめに

1.1 目的

この論文では、食生活への人びとの評価がどのような構造をもつのかを検討する。人は生きていくために、毎日なにかを食べる必要がある。そのため、食生活はその人の価値観やライフスタイルをよく表すだろう。

そこで、**人びとは食べ物と飲み物をどのように評価しているのかを、威信スコアとして測定する。**威信スコア (prestige score) とは、社会階層研究で用いられてきた。職業や文化活動を人びとがどのように高い、低いと評価しているかを、1次元上の1つの値で表したものである。たしかに、威信スコアを作成すると、1つの値にすることで多くの情報が失われる。とはいえ、比較をしたり分類することが容易になるという利点があり、幅広く利用されてきた。

1.2 職業威信スコア

威信スコアの代表的なものに、職業威信スコアと文化威信スコアがある。職業威信スコアは、職業を単位として、ある職業がどのような威信をもっているのかを、0～100点の1つの値で表す。

1995年SSM調査データで測定したものが、よく知られる（SSM職業威信スコア、詳細は都築編1998）。ここでは、56の職業について「もっとも高い」から「もっとも低い」まで5段階で評価してもらい、もっとも高いと100点、もっとも低いと0点とした。回答者の間の平均値が、その職業についてのスコアとなる。その結果、もっとも威信が高かったのは医師90.1、もっとも低かったのは炭鉱夫36.7であった。したがって、スコアの範囲は53.4である。

職業威信スコアは、職業的地位達成の指標の1つとして利用され、教育達成や年収が、職業威信と関連していることがわかっている（Blau and Duncan 1967、原・盛山1999など）。ただし、教育、職業、収入という3つの地位が、すべて一貫しているとは限らない（今田・原1979）。

1.3 職業威信スコアの特徴

これまで、さまざまな地域や時点で職業威信スコアが測定されてきた。そうした蓄積から、原（1999）は職業威信スコアの特徴として信頼性、安定性、頑健性を挙げる。第一に、スコアは性別、年齢、教育、職業といった下位グループに分けても、おおむね一致している（SSM職業威信スコアについては元治・都築1998）。したがって、職業評価は人びとに共有されており、信頼性が高い。

第二に、異なる社会や異なる時点のスコアと比較しても、差異が少なく安定している（たとえばTreiman 1977は60の社会のスコアを比較した）。1995年SSM職業威信スコアは、1955年と1975年SSM調査データにもとづくものにくらべると、ほぼ一致している（元治・都築1998）。

第三に、スコアをある回答の比率や主成分分析など、平均以外の方法でもとめても、ほぼ同じ結果をえられる。この点で、頑健な構造をもつ（1995年SSM職業威信スコアについては太郎丸1998）。

なお、威信スコアを作成するには、「人びとの評価が一次元の尺度上で行われている」という仮定をおく必要がある。この仮定は一見すると強いようにみえるが、これまでの職業威信スコア研究から、自然な仮定であることがわかっている（直井1979）。また、5段階で評価することが多い（National Opinion Research Center 1947など）が、より細かく9段階でおこなうこともある（Nakao and Treas 1994など）。

1.4 文化威信スコア

文化威信スコアは、コンサートやカラオケなどの文化活動を単位として、その威信を0～100点の1つの値で表す。ブルデューらの文化資本論のアイデア（Bourdieu 1979、Bourdieu and Passeron 1970）にもとづいており、よく知られるのは1995年SSM調査データで測定したものである（SSM文化威信スコア、詳細は片岡編1998、他に宮島・藤田編1991によるスコアもある）。12の文化活動について、職業威信スコアと同じように5段階で評価して、平均値がその文化活動のスコアとなる。社会的活動が68.4でもっとも高く、パチンコが27.7でもっとも低かった。スコアの範囲は40.7である。文化威信スコアも職業威信スコアどうよう、さまざまな下位グループ間でお

おむね一致しており、安定した構造をもっている（片岡 1998）。

文化威信スコアは、文化活動をハイカルチャー、中間文化、大衆文化などへと分類するのに役立つ。このスコアを応用して、これまで女性ほどハイカルチャーを実行したり、階層が高い人ほどオムニボア（雑食）的であることが明らかにされてきた（片岡 2000、中井 2008）。

ただし、食生活がどのような威信をもつのかは、まだわかっていない。現代のように食生活が多様化すると、それに応じて威信の高い食べ物、低い食べ物という評価が、人びとの間に生れている可能性がある。その結果、ともすれば社会的格差が食生活を通して再生産されているかもしれない（小林 2010）。ここでは、食べ物や飲み物へのそうした評価を、職業威信や文化威信のように「食料威信」「飲料威信」とよぶ。

1.5 仮説

そこで、食料威信スコアと飲料威信スコアを測定したうえで、その構造について以下の仮説を検証する。まず、食生活への評価は、人びとの間で一致しているだろうか。食生活が多様になった結果、イメージも多様化しているかもしれない。そのいっぽうで、職業威信スコアと文化威信スコアがきわめて頑健な構造をもつことから、食べ物と飲み物の評価も人びとに共有されており、安定していると予想できる。

仮説 1（下位グループ一致仮説）：性別、年齢、婚姻状態といった属性や、教育、職業、収入といった社会階層によって下位グループに分けても、食べ物と飲み物への評価はグループ間で一致するだろう。

つぎに、自分で食べたり飲んだりしている人と、そうでない人をくらべると、評価に違いはあるのだろうか。経験があったり、げんざい実行している人は、その食生活に親近感をもって、いわば身内びいきをすると予想できる。

仮説 2（経験の影響仮説）：自分で食べたり飲んだりしている人ほど、その食べ物や飲み物を高く評価するだろう。

2. データと測定

2.1 データ

データとして、2010年地域と生活についての武蔵野市民調査（2010年武蔵野市調査）を用いる。この調査は、はじめて食料威信スコアと飲料威信スコアを測定した。調査期間は2010年7～8月で、二段無作為抽出にもとづく郵送調査である。母集団は東京都武蔵野市在住の22～69歳男女個

人であり、計画標本 300 人、有効回収数 188 人（有効回収率 62.7 %）であった。成蹊大学の社会調査実習という授業の一環として、実施された（詳細は小林・渡邊編 2011）。

2.2 測定方法

スコアを測定するために、代表的な 6 つの食べ物と 5 つの飲み物について、以下の質問をした。食べ物には、それだけで一食となるような完結したものを選んだ。飲み物はアルコール飲料に絞った。

ここにいろいろな食べ物、飲み物を書いてあります。世間では一般に、これらを上品とか上品でないとか言うことがあります。いま仮にこれらを分けるとしたら、あなたはどのように分類しますか（ はそれぞれ 1 つ）

| | 上品 | やや上品 | ふつう | やや上品でない | 上品でない |
|----------------|----|------|-----|---------|-------|
| ア) 寿司 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| イ) カップ麺 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ウ) ハンバーガー | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| エ) 焼き肉 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| オ) サンドイッチ | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| カ) 手打ちそば・うどん | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| キ) ビール | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ク) 焼酎 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| ケ) 日本酒 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| コ) ワイン | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| サ) ウイスキー・ブランデー | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

なお、職業威信スコアと文化威信スコアは、1995 年 SSM 調査で以下のように質問して測定されていた。

（職業威信）ここにいろいろの職業名をかいた用紙があります。世間では一般に、これらの職業を高いとか低いとかいうふうに区別することもあるようですが、いまかりにこれらの職業を高いものから低いものへの順に 5 段階に分けるとしたら、これらの職業はどのように分類されるでしょうか。それぞれの職業について、「最も高い」「やや高い」「ふつう」「やや低い」「最も低い」のどれか 1 つを選んでください。（選択肢）最も高い、やや高い、ふつう、やや低い、最も低い。

（文化威信）ここにいろいろな文化活動がかいてあります。世間では一般に、これらの活動を高いとか低いとかいうふうに評価することもあるようですが、いまかりにこれらが高いとか、低いとか、区別をつけて順に分けるとしたら、どのように分類されるでしょうか。A から I のそれぞれの

活動について、あてはまると思われるものをお答えください。(選択肢) 最も高い、やや高い、ふつう、やや低い、最も低い。

できるだけ表現を同じようにしたが、「高い」「低い」で評価すると、食べ物や飲み物の場合値段を連想させる。そこで、プレテストで「高級かそうでないか」「上品かそうでないか」を試した結果、「上品」のほう分散が大きかったため採用した。また、個人の評価であることを明確にするために、「あなたは」という主語を用いた。

回答は、職業威信スコアや文化威信スコアと同じく、上品ではない0点、やや上品でない25点、ふつう50点、やや上品75点、上品100点とした。その平均値が、たとえば寿司のスコアとなる(範囲0～100点)。

以下の分析では、ア～サのすべての食べ物と飲み物に回答した186人を対象とする。内訳は、男性76ケース、女性108、20代24、30代42、40代41、50代41、60代37、未婚63、既婚123、中卒3、高卒50、短大卒21、大学・大学院卒108、専門職44、管理職12、事務職33、サービス・販売職26、現場職7、農林水産業2、無職58、世帯収入0～499万円54、500～999万円64、1000～1499万円35、1500万以上25であった(不明があるため合計186とまらない)。

3 記述統計

3.1 食料威信スコアの測定結果

6つの食べ物についての食料威信スコアは、寿司がもっとも高く76.3、つづいて手打ちそば・うどん55.8、サンドイッチ53.9、焼き肉49.7、ハンバーガー33.7、そしてカップ麺がもっとも低く20.3であった(表1、図1)。スコアの範囲は56.0で、職業威信スコアの53.4や文化威信スコアの40.7より大きかった。

各食べ物の分布の範囲をみると、もっとも高い寿司を「上品でない」と評価した人がいなかった。たほう、ハンバーガーを上品と評価した人がゼロ、カップ麺を上品またはやや上品と考えた人もゼロだった。

3.2 飲料威信スコアの測定結果

5つの飲み物についてのスコアを測定した結果、ワインがもっとも高く69.6、以下ウイスキー・ブランデー66.8、日本酒53.5、ビール46.4、焼酎40.6であった。スコアの範囲は29.0と、食料威信スコアの56.0より狭かった。

各飲み物の分布では、焼酎で「上品」がゼロだった。それ以外の飲み物では、5つのすべての評価が与えられていた。

表1 記述統計

| | 度数 | | | | | | 平均 (威信 スコア) | 標準 偏差 |
|-------------|-----|----------------|-------------------|-----------|------------|-----------|-------------------|----------|
| | 合計 | 0 上品 でない | 25 やや上品 でない | 50 ふつう | 75 やや上品 | 100 上品 | | |
| 食料 | | | | | | | | |
| 寿司 | 186 | 0 | 1 | 57 | 59 | 69 | 76.34 | 20.91 |
| 手打ちそば・うどん | 186 | 2 | 10 | 126 | 39 | 9 | 55.78 | 16.75 |
| サンドイッチ | 186 | 4 | 7 | 134 | 38 | 3 | 53.90 | 15.21 |
| 焼き肉 | 186 | 10 | 16 | 132 | 22 | 6 | 49.73 | 18.56 |
| ハンバーガー | 186 | 36 | 50 | 99 | 1 | 0 | 33.74 | 19.82 |
| カップ麺 | 186 | 81 | 59 | 46 | 0 | 0 | 20.30 | 20.17 |
| 飲料 | | | | | | | | |
| ワイン | 186 | 2 | 1 | 59 | 97 | 27 | 69.62 | 18.32 |
| ウイスキー・ブランデー | 186 | 1 | 3 | 78 | 78 | 26 | 66.80 | 18.83 |
| 日本酒 | 186 | 9 | 7 | 123 | 43 | 4 | 53.49 | 18.23 |
| ビール | 186 | 12 | 15 | 149 | 8 | 2 | 46.37 | 15.93 |
| 焼酎 | 186 | 17 | 46 | 113 | 10 | 0 | 40.59 | 18.16 |

4. 下位グループ一致仮説の検証

4.1 食料威信スコアでの検証

では、このスコアは下位グループの間でも一致しているのだろうか。仮説1で「下位グループ間で一致するだろう」と予想した。

そこで、性別、10歳ごとの年齢、未婚既婚、教育（中高卒、短大卒、大学・大学院卒）、有職無職、500万円ごとの世帯収入でグループに分けて、食べ物への評価の平均をもとめた（表2、図2）。その結果、グループごとの評価はおおむね一致していた。とくに、寿司がもっとも高く、ハンバーガーが5位、カップ麺がもっとも低いという順序は、どのグループでも一貫していた。

ただし、手打ちそば・うどん、サンドイッチ、焼き肉の順序が入れかわることがある。たとえば、全体では焼き肉は4位だが、男性では3位、20代と中高卒では2位であった。

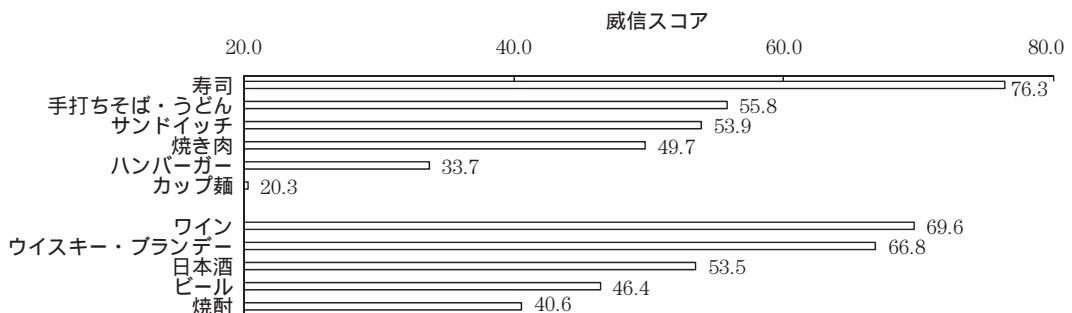


図1 食料威信スコアと飲料威信スコア

表2 グループ別の威信スコア

| | 男性 (76) | 女性 (108) | 20代 (24) | 30代 (42) | 40代 (41) | 50代 (40) | 60代 (37) | 未婚 (63) | 既婚 (123) |
|---------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|
| 食料 | | | | | | | | | |
| 寿司 | 75.99 | 76.62 | 80.21 | 78.57 | 78.66 | 75.00 | 70.27 | 75.00 | 77.03 |
| 手打ちそば・うどん | 56.58 | 54.86 | 53.13 | 55.95 | 55.49 | 54.38 | 58.78 | 58.33 | 54.47 |
| サンドイッチ | 53.29 | 54.40 | 46.88 | 51.19 | 54.27 | 54.38 | 60.81 | 53.17 | 54.27 |
| 焼き肉 | 53.62 | 46.99 | 55.21 | 47.62 | 48.17 | 48.75 | 52.70 | 50.79 | 49.19 |
| ハンバーガー | 35.86 | 31.94 | 27.08 | 29.76 | 31.71 | 36.88 | 41.22 | 33.33 | 33.94 |
| カップ麺 | 23.03 | 18.29 | 11.46 | 17.26 | 20.73 | 20.00 | 29.05 | 19.84 | 20.53 |
| 範囲(寿司 - カップ麺) | 52.96 | 58.33 | 68.75** | 61.31 | 57.93 | 55.00 | 41.22 | 55.16 | 56.50 |
| 飲料 | | | | | | | | | |
| ワイン | 68.09 | 70.83 | 81.25 | 70.83 | 66.46 | 67.50 | 65.54 | 73.02 | 67.89 |
| ウイスキー・ブランデー | 64.47 | 68.29 | 75.00 | 66.07 | 67.07 | 67.50 | 60.14 | 69.84 | 65.24 |
| 日本酒 | 54.61 | 52.55 | 54.17 | 54.76 | 50.61 | 55.00 | 52.03 | 55.16 | 52.64 |
| ビール | 48.68 | 44.68 | 40.63 | 42.86 | 45.12 | 48.75 | 52.70 | 46.03 | 46.54 |
| 焼酎 | 43.75 | 37.96 | 40.63 | 38.69 | 39.63 | 40.63 | 43.92 | 43.25 | 39.23 |
| 範囲(ワイン - 焼酎) | 24.34 | 32.87* | 40.63** | 32.14 | 26.83 | 26.88 | 21.62 | 29.76 | 28.66 |
| 食料 | | | | | | | | | |
| 寿司 | 74.06 | 75.00 | 78.24 | 76.18 | 77.16 | 72.22 | 82.03 | 72.86 | 77.00 |
| 手打ちそば・うどん | 51.89 | 60.71 | 56.48 | 54.92 | 57.76 | 60.65 | 55.08 | 51.43 | 55.00 |
| サンドイッチ | 51.89 | 59.52 | 53.94 | 53.94 | 53.88 | 57.41 | 53.13 | 50.71 | 54.00 |
| 焼き肉 | 54.25 | 46.43 | 48.15 | 50.20 | 48.71 | 47.69 | 52.34 | 49.29 | 52.00 |
| ハンバーガー | 37.74 | 34.52 | 31.25 | 33.86 | 33.19 | 31.94 | 33.98 | 32.86 | 37.00 |
| カップ麺 | 25.94 | 17.86 | 17.82 | 20.67 | 18.97 | 20.37 | 19.92 | 21.43 | 18.00 |
| 範囲(寿司 - カップ麺) | 48.11 | 57.14 | 60.42* | 55.51 | 58.19 | 51.85 | 62.11 | 51.43 | 59.00 |
| 飲料 | | | | | | | | | |
| ワイン | 71.70 | 70.24 | 68.52 | 69.69 | 69.40 | 69.91 | 71.48 | 67.86 | 68.00 |
| ウイスキー・ブランデー | 71.23 | 66.67 | 64.81 | 69.09 | 61.21 | 66.20 | 71.48 | 65.71 | 59.00 |
| 日本酒 | 53.77 | 55.95 | 52.31 | 54.13 | 51.72 | 52.31 | 55.86 | 51.43 | 52.00 |
| ビール | 46.23 | 48.81 | 45.83 | 46.46 | 46.12 | 47.22 | 48.05 | 42.14 | 47.00 |
| 焼酎 | 41.98 | 40.48 | 39.12 | 41.34 | 38.36 | 42.13 | 41.80 | 35.71 | 42.00 |
| 範囲(ワイン - 焼酎) | 29.72 | 29.76 | 29.40 | 28.35 | 31.03 | 27.78 | 29.69 | 32.14 | 26.00 |

注意：カッコ内は度数。収入は世帯収入。平均の差の検定は男性と女性、20代と60代、中高卒と大学・院卒でおこなった。*5%、**1%水準で有意。

「寿司のスコア - カップ麺のスコア」という評価の範囲は、若い人ほど、教育が高い人ほど、広がっていた。全体で56.0、20代68.8、大学・院卒60.4だった(20代と60代の差が1%水準で、中高卒と大学・院卒が5%水準で有意)。

そこでつぎに、6つの食べ物をケースとして、グループ別のスコアの相関係数をもとめた。その結果、中高卒と短大卒でもっとも相関係数が低く0.945であり、他のペアはそれ以上であった(すべて0.1%水準で有意)。順位相関をもとめると、20代と60代でもっとも乖離して順位相関係数0.771だった(10%水準で有意)。他のペアの順位相関係数はそれ以上で、すべて5%水準がそれ以上

下で有意だった。とくに、婚姻状態、有職無職、収入の下位グループ間では、順序がかんぜんに一致した。

4.2 飲料威信スコアでの検証

同じように、飲料威信スコアを下位グループごとにもとめた(表2、図2)。その結果、順序が全体とくらべて入れかわることは、ほぼなかった。異なったのは2つのグループのみで、ウイスキー・ブランデーが全体で2位だが、40代で1位だった。ビールは全体で4位だったが、60代で3位となっていた。

「ワインのスコア - 焼酎のスコア」という評価の範囲は、女性ほど、また若い人ほど広がっていた。全体で29.0、女性32.9、20代40.6だった(男女の差が5%水準で、20代と60代が1%水準で有意)。

グループ別の相関係数をもとめると、20代と60代でもっとも低く相関係数0.915だった(5%水準で有意)。順位相関では、30代と40代でもっとも異なり順位相関係数0.900だった(5%水準で有意)。性別、婚姻状態、教育の下位グループ間では、まったく同じ順位で飲み物を評価していた。

以上から、「評価は下位グループ間で共有されているだろう」という下位グループ一致仮説は、いくつかの例外はあるが、おおむね支持されたといえるだろう。したがって、**食料威信スコアと飲料威信スコアは、下位グループに分けても安定した構造をもつ**といえる。

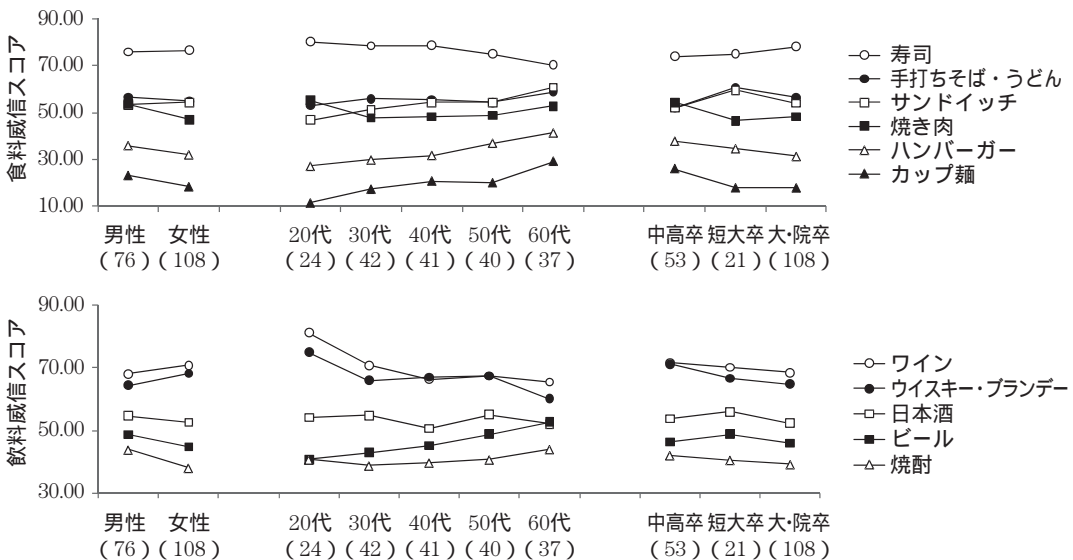


図2 グループ別の食料威信スコア、飲料威信スコア

表3 行動者と非行動者における威信スコア

| | 行動者率 | 非行動者 におけるスコア | 行動者 におけるスコア | 行動者 - 非行動者 |
|-------------|-------|-----------------|----------------|------------|
| 食料 | | | | |
| 寿司 | 75.8% | 79.55 | 75.53 | -4.01 |
| 手打ちそば・うどん | 86.6% | 55.00 | 55.90 | 0.90 |
| サンドイッチ | 77.4% | 53.57 | 53.99 | 0.42 |
| 焼き肉 | 46.2% | 46.50 | 53.49 | 6.99† |
| ハンバーガー | 45.7% | 31.44 | 36.47 | 5.03† |
| カップ麺 | 47.3% | 17.09 | 23.86 | 6.77* |
| 寿司 - カップ麺 | | 62.45 | 51.67 | |
| 飲料 | | | | |
| ワイン | 41.4% | 71.56 | 66.88 | -4.68† |
| ウイスキー・ブランデー | 15.1% | 67.56 | 62.50 | -5.06 |
| 日本酒 | 24.2% | 51.77 | 58.89 | 7.12* |
| ビール | 60.2% | 44.26 | 47.77 | 3.51 |
| 焼酎 | 26.9% | 38.42 | 46.50 | 8.08** |
| ワイン - 焼酎 | | 33.14 | 20.38 | |

注意：食料の行動者は月1回以上食べる、飲料の行動者はふだん飲む。†10%、*5%、**1% 水準で有意。

5. 経験の影響仮説の検証

5.1 食料威信スコアでの検証

それでは、食生活への評価は、経験することに影響をうけないのだろうか。仮説2で「自分で食べたり飲んだりしている人ほど、その食べ物や飲み物を高く評価するだろう」と予想した。

そこで、行動者と非行動者のグループに分けて、食べ物への評価の平均をもとめた（表3、図3）。ここで行動者とは、その食べ物を月に1回以上食べる人とする（行動者の比率の分散がもっとも大きかったため）。その結果、非行動者でも行動者でも全体の順序と一致した。

評価の範囲（寿司のスコア - カップ麺のスコア）は、非行動者において62.5だったのが、行動者では51.7へと狭くなった。行動者は非行動者とくらべて、寿司や手打ちそば・うどんなど威信の高い食べ物を低く評価し、ハンバーガーやカップ麺など低いものを高く評価している。

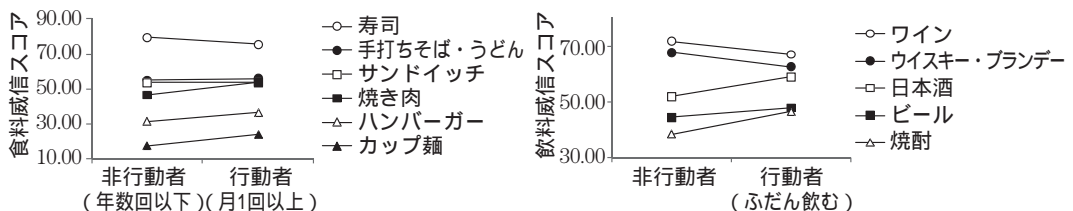


図3 行動者と非行動者における食料威信スコア、飲料威信スコア

では、これらの差は統計的に意味があるのだろうか。そこで、平均の差の検定をおこなったら、焼き肉、ハンバーガー、カップ麺を行動者は非行動者より高く評価しがちであった（焼き肉とハンバーガーは10%水準、カップ麺は5%水準で有意）。なお、非行動者と行動者の相関係数は0.993だった（1%水準で有意）。

5.2 飲料威信スコアでの検証

飲み物への評価でも、順序は全体と一致していた。評価の範囲（ワインのスコア - 焼酎のスコア）は、非行動者33.1から行動者20.4へと狭くなった。食べ物とどうように、ワインとウイスキー・ブランデーという威信の高いものの評価が下がり、それ以外の評価が上がった。

平均の差の検定によれば、行動者は非行動者よりワインを低く評価する傾向があった（10%水準で有意）。いっぽう、日本酒と焼酎は行動者ほど有意に高く評価していた（日本酒は5%水準、焼酎は1%水準で有意）。非行動者と行動者の相関係数は0.959だった（有意ではない）。

以上から、「行動者ほど高く評価するだろう」という経験の影響仮説は、支持されなかった。むしろ、行動者でも非行動者でも、ほぼ同じように順序づけをしていた。したがって、**食料威信スコアと飲料威信スコアは、行動者と非行動者に分けても安定した構造をもっていた**。ただし、行動者ほど評価の分散が小さくなる傾向が観察された。

6. まとめ

6.1 発見

この論文では、職業威信スコアと文化威信スコアにならって、食べ物と飲み物への人びとの評価を威信スコアとして測定した。仮説1（下位グループ一致仮説）の検証から、属性や社会階層といった下位グループの間でおおむね評価が一致しており、下位グループにたいして安定した構造をもっていた。仮説2（経験の影響仮説）の検証から、行動者と非行動者でもおおむね評価が一致していたので、経験の有無にたいして安定していた。したがって、**食料威信スコアと飲料威信スコアは人びとの間で共有されており、食生活の評価として安定した構造をもっている**といえるだろう。

これまで、社会階層と食生活の関係を検討したものはある（Mennell et al. 1993、佐藤・山根2008など）。橋本（2008）は社会階層とアルコール飲料の関連を分析した。しかし、食生活を威信スコアとして測定したのはこの論文がはじめてである。

6.2 先行研究との比較

威信スコアが安定した構造をもつことは、これまでの職業威信スコアや文化威信スコアの研究結果と一致した。ただし、片岡（1998）によればSSM文化威信スコアの範囲に男女差と年齢差はなかったが、食料威信スコアで若い人が、飲料威信スコアで女性と若い人が評価の範囲を拡げていた。

また、元治・都築（1998）によると、女性の多い職業にたいして、女性はSSM職業威信スコアを高くつける傾向があった。身内びいきが起きているといえる。この傾向は、行動者と非行動者をくらべることで、食料威信スコアでも飲料威信スコアでもおおむね確認された。しかし、行動者は非行動者とくらべて高い威信のものをやや低く評価する傾向があり、とくにワインがそうだった。

6.3 今後の課題

第一に、スコアを他の方法で測定することで、安定性や頑健性をさらに確認する必要があるだろう。また、飲料威信スコアとして今回はアルコール飲料に絞ったため、今後はコーヒーや炭酸飲料などの非アルコール飲料も測定すべきだろう。

そのうえで第二に、スコアを応用して社会現象を分析することが期待されている。たとえば、文化威信スコアを応用して、オムニボア仮説が提案されてきた（Peterson and Simkus 1992、Peterson and Kern 1996）。この仮説を食生活に当てはめて、検証することができるだろう

またたとえば、小林（2010）は食生活が健康に影響することを明らかにした。そこで、食料威信スコアや飲料威信スコアが健康とどう関わっているのかを調べることができる。その結果、社会階層と健康との関係に、新しい視点を提供できるかもしれない（社会階層と健康の関連はKawachi and Kennedy 2002、片瀬 2008 などで検討されている）。

【付記】

この論文では、成蹊大学社会調査士課程で収集したデータを使用しました。執筆にあたり、中井美樹氏、渡邊大輔氏、渡邊勲氏から貴重なアドバイスをいただきました。ここに感謝いたします。

【文献】

- Blau, P. M. and O. D. Duncan. 1967. *American Occupational Structure*. Wiley.
- Bourdieu, P. 1979. *La Distinction: Critique Social du Jugement*. Minuit. = 1990. 石井洋二郎（訳）『ディスタ
ンクション 社会的判断力批判』I, II. 藤原書店.
- and J. Passeron. 1970. *La Reproduction: Éléments pour une théorie du système d'enseignement*.
Minuit. = 1991. 宮島喬（訳）『再生産 教育・社会・文化』藤原書店.
- 元治恵子・都築一治. 1998. 「職業評定の比較分析 威信スコアの性差と調査時点間の差異」都築一治（編）.
『職業評価の構造と職業威信スコア』1995年SSM調査シリーズ5. 45-68.
- 原純輔. 1999. 「労働市場の変化と職業威信スコア」『日本労働研究雑誌』472: 26-35.
・盛山 和夫. 1999. 『社会階層 豊かさの中の不平等』東京大学出版会.
- 橋本健二. 2008. 『居酒屋ほろ酔い考現学』毎日新聞社.
- 今田高俊・原純輔. 1979. 「社会的地位の一貫性と非一貫性」富永健一（編）『日本の階層構造』東京大学出版
会. 161-197.
- 片岡栄美. 1998. 「文化弁別力と文化威信スコア 文化評価の構造と社会階層」片岡栄美（編）『文化と社会
階層』1995年SSM調査シリーズ18. 249-261.

- ・2000. 「文化的寛容性と象徴的境界 現代の文化資本と階層再生産」 今田高俊(編)『社会階層のポストモダン』東京大学出版会. 181-220.
- (編). 1998. 『文化と社会階層』1995年SSM調査シリーズ18.
- 片瀬一男. 2008. 「学歴階層と健康リスク関連行動」菅野剛(編)『階層と生活格差』2005年SSM調査シリーズ10. 29-41.
- Kawachi, I. and B. P. Kennedy. 2002. *The Health of Nations: Why Inequality Is Harmful to Your Health*. New Press. = 2004. 西信雄・高尾総司・中山健夫(監訳)『不平等が健康を損なう』日本評論社.
- 小林盾. 2010. 「社会階層と食生活 健康への影響の分析」『理論と方法』25: 81-93.
- ・渡邊大輔(編). 2011. 『成蹊大学社会調査実習2010年度報告書 第5回地域と生活についての武蔵野市民調査』.
- Mennell, S., A. Murcott, and A. H. Van Otterloo. 1993. *The Sociology of Food: Eating, Diet and Culture*. Sage.
- 宮島喬・藤田英典(編). 1991. 『文化と社会 差異化・構造化・再生産』有信堂高文社.
- 中井美樹. 2008. 「階層化、ジェンダー化された消費ライフスタイルと文化資本」菅野剛(編)『階層と生活格差』2005年SSM調査シリーズ10. 1-28.
- Nakao, K. and J. Treas. 1994. "Updating Occupational Prestige and Socioeconomic Scores: How the New Measures Measure Up." *Sociological Methodology* 24: 1-72.
- 直井優. 1979. 「職業的地位尺度の構成」富永健一(編)『日本の階層構造』東京大学出版会. 434-472.
- National Opinion Research Center. 1947. "Jobs and Occupations: A Popular Evaluation." *Opinion News* 11: 3-13.
- Peterson, R. A. and R. M. Kern. 1996. "Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore." *American Sociological Review* 61: 900-907.
- Peterson, R. A. and A. Simkus. 1992. "How Musical Tastes Mark Occupational Status Groups." Pp. 152-186 in *Cultivating Differences*, edited by M. Lamont and M. Fournier. University of Chicago Press.
- 佐藤裕子・山根真理. 2008. 「『食』と社会階層に関する研究 高校生に対する『食生活と家族関係』についての調査から」『愛知教育大学家政教育講座研究紀要』38: 83-98.
- 太郎丸博. 1998. 「職業評定値および職業威信スコアの基本的特性」都築一治(編)『職業評価の構造と職業威信スコア』1995年SSM調査シリーズ5. 31-44.
- Treiman, D. J. 1977. *Occupational Prestige in Comparative Perspective*. Academic Press.
- 都築一治. 1998. 「職業評定のモデルと職業威信スコア」都築一治(編)『職業評価の構造と職業威信スコア』1995年SSM調査シリーズ5. 69-106.
- (編). 1998. 『職業評価の構造と職業威信スコア』1995年SSM調査シリーズ5.