

# 一点豪華主義と平均主義が流行を追う行動へ与える影響

慶應義塾大学 経済学部三年 大垣昌夫研究会

大山桃加林、塩路麻衣、横尾竜太郎

## 要約

本稿では「何か一つのことが秀出ていることをよしとしている一点豪華主義の世界観」を持つ人より、「何か一つのことが秀出ていることよりも、様々なものが平均的である方をよしとしている平均主義の世界観」を持つの方が、より流行を追う行動へ影響していると研究仮説をたて研究を行った。Googleフォームでアンケートを取り、結果を回帰分析したところ、「平均主義の世界観を持つ人は満遍なく様々なものに興味を持つため、流行に左右されやすい」、「一点豪華主義の世界観を持つ人はひとつのことに秀でようとするため、流行に影響を受けにくい」という仮説と整合的で有意な結果が得られた。

キーワード：一点豪華主義、平均主義、流行

## 概要

本研究では、一点豪華主義に比べ、平均主義の世界観を持つの方が流行に左右されやすいという仮説をもとに研究を行った。SNSの普及とともに、このような流行を追う行動が激化している中、この流行を追う現象の背景にはどのような世界観が影響しているのか研究することにより、流行を追う行動に関するメカニズムを探ることができるのではないかと考えた。このことからよりよい消費者行動のあり方と、SNSとの関わり方のヒントを得られるのではないかと考え、本研究に至った。

Google formを使用してアンケートを作成し、LINEやFacebookなどのSNS上で拡散した。集計期間は8月9日から8月11日の3日間であり、138名の有効回答を得た。インスタグラムに関する質問については、インスタグラムの使用の有無を聞く質問で「はい」と回答があった88名を有効回答とした。集計した回答をもとに、平均主義と一点豪華主義の度合いを測る質問を説明変数、流行を追う行動に関する質問を被説明変数とする単回帰分析と、男女のダミー変数を用いた重回帰分析を行った。

本研究によって、平均主義の世界観を持つ人の方が流行に左右されやすく、一点豪華主義の世界観を持つ人は流行に影響を受けにくいことに有意な結果が得られた。これらの結果からここでの流行とは、流行に影響を受ける意味合い以上に流行を自発的に取り入れる流行に有意であると考えに至った。これらの結果が得られたことから、他の行動経済学の研究から得られつつある洞察とあわせれば、企業と顧客の共同体での絆を関係する企業活動一般としてのマーケティングの分野にSNSを通じた広告や発信といった分野の企業活動に関して、本研究から得られた洞察が将来に役立つことが期待する。

## 1. イントロダクション

グローバル化と情報化の影響により、現代の流行は目まぐるしいスピードで移り変わっている。スマートフォン利用者が急増し幅広い世代がインターネットを利用している日本も、その渦中にあると言えるだろう。加えて近年のSNSの急激な普及により、以前では雑誌などでしか目にすることができなかった芸能人の私生活や海外の流行を取り入れることも容易となった。これにより芸能人や海外セレブだけでなく、一般人も流行を作り出すフィクサー、そして拡散するインフルエンサーとなり得るようになった。実際に、SNS上で非日常的な体験の様子や写真映えのするスポットを紹介する写真が投稿されると、それを見た多くの人々が自分も同様の体験しその写真を投稿することが繰り返され、特定のスポットや飲食店などに人が押し寄せ行列ができるといった現象が日本各地でも非常に多く見られる。私たちは今や社会現象にもなりつつあるこの「流行を追う」という経済行動に注目し、世界観を用いて説明することを目標とした。「出る杭は打たれる」ということわざに代表されるように、日本人は他人と比べて抜きん出ていることよりも、他人と足並みが揃っていることを良しとする平均主義の世界観を持つ人が多く見られる。この平均主義とは対照的な世界観としてある特定のもののみを豪華にすることを良しとする一点豪華主義が挙げられる。これらの2つの世界観は、同調行動の一種である「流行を追う行動」に影響を与えるのではないかと考え、研究を行った。

「一点豪華主義よりも平均主義の方が流行を追うという経済行動に影響を与える」という仮説を立てた。一点豪華主義の世界観を持つ人は、何か一つのことが秀出していることをよしとしている。そのため、流行など周りに感化されづらく、人と合わせるよりも自分の個性を大切にしている傾向にあり、流行ではフィクサーになる場合が多い。平均主義の世界観を持つ人は、何か一つのことが秀出していることよりも、様々なものが平均的である方をよしとし、満遍なく色々なものに興味を持つ。故に流行に左右されやすく、SNS

上でみた他者の投稿を参考にし真似をする傾向があり、流行ではインフルエンサーになりやすい。このことから、平均主義の世界観を持っている人は、一点豪華主義の世界観を持っている人と比べ、より流行を追う行動をするという仮説を立てる。トラベルライター兼カメラマンであるかさこ氏は自身のブログ（かさこ（2011））にて、日本社会で生きている上で一番重要なことは、平均を目指すことであると述べている。著者は「平均を目指すこと」について、「一体感からくる、社会の摩擦を最小限にしてスムーズに世渡りができる」という側面と「何か特定のものにベット（賭ける）するより、平均を狙った方が確実にリターンが得られやすい」という2面からできているという。つまり、一部の層をターゲットにするよりも、万人受けした方が、利益が最大化される。これは、日本人が万人受けするものを好む、つまり平均主義的な世界観を持っていることを表していると考えられている。また、世界観の定義については、大垣・田中（2014、第9章）を参照し研究を行った。

## 2. 研究方法

Google form を使用してアンケートを作成し、LINE や Facebook などの SNS 上で拡散した。集計期間は 8 月 9 日から 8 月 11 日の 3 日間であり、138 名の有効回答を得た。Instagram に関する質問については、Instagram の使用の有無を聞く質問で「はい」と回答があった 88 名を有効回答とした。実際のアンケート内容については付録に添付した。質問 3~5 は平均主義と一点豪華主義の度合いを測ることを目的とした内容であり、すべて 1 に近い値ほど一点豪華主義の度合いが高く、6 に近い値ほど平均主義の度合いが高い回答である。質問 7~9 は流行を追うという経済行動に関する内容であり、「全く当てはまらない」から「とてもよく当てはまる」までの 6 段階の回答を 1~6 に数値化した。また、特に Instagram において流行を追う経済行動であると言えるフォトジェニックな写真の投稿行動に関して、質問 9 で Instagram の使用の有無を聞き、質問 10~11 で質問 6~8 と同様に回答を集計した。質問 3~5 を説明変数 1~3、質問 6~8、10~11 を被説明変数 1~3、4~5 として回帰分析をおこなった。

## 3. 結果

表にそれぞれの被説明変数の単回帰分析で、有意な傾きの係数が得られた結果のみをすべて報告する。

【表 1】 被説明変数 1（ファッション雑誌や Instagram を見るなどして、積極的に流行を知ろうとする。）についての単回帰分析

説明変数	係数	P 値
1. あなたは家のリフォームをします。今の家の状態には特に不満はないとします。同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？（選択式） A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B: 家を全体的にグレードアップさせる	0.1435**	0.03619
3. 仕事を選ぶ際、一般に A と B のどちらのように仕事を選ぶのがよりよいと考えますか？あなたの能力や、年収などは考慮しないものとします。（選択式） A: 何か1つ秀でたスキルを養って、それを活かした仕事を選ぶ方が良い。 B: 出来ないことを減らして、総合力を活かした仕事を選ぶ方が良い。	0.1808**	0.02919

\*\*\*は 10%有意、\*\*は 5%有意、\*は 1%有意を示す。

—【表 2】 被説明変数 2（自分の好みではない服でも、流行のものであると買うことがある）についての単回帰分析

説明変数	係数	P 値
2. 一般に A と B どちらの方がより良いと考えますか？（選択式） A: 人より際立って優れている所もあるが悪い所もいくつかある。 B: 人より際立っては優れている所はないが特に悪い所もなく、平均的である。	0.10288*	0.0995

【表 3】 被説明変数 3（テレビや SNS、芸能人などによって紹介されている流行のスポットや店に積極的に行こうとする）についての単回帰分析

説明変数	係数	P 値
1. あなたは家のリフォームをします。今の家の状態には特に不満はないとします。同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？（選択式） A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B: 家を全体的にグレードアップさせる	0.1755***	0.00788

【表 4】 被説明変数 4（フォトジェニックな体験をして、インスタグラムに積極的に投稿しようと思う。）についての単回帰分析

説明変数	係数	P 値
1. あなたは家のリフォームをします。今の家の状態には特に不満はないとします。同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？（選択式） A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B: 家を全体的にグレードアップさせる	0.1504**	0.03848

表 1~3 より、一点豪華主義と平均主義が流行を追うという経済行動に与える影響について仮説が正しいという有意な結果が得られた。また、表 4 よりインスタグラムにおけ

る流行を追う行動であるフォトジェニックな写真の投稿行動においても仮説が正しいという有意な結果が得られた。

**b.ダミー変数を用いた重回帰分析結果**

上の回帰分析結果についてさらに考察を深めるために、質問 1、2 のデータよりそれぞれ女、学生年齢をダミーとして以下のように重回帰分析を行った。

被説明変数  $Y_i$ ：回答者  $i$  の流行を追う行動を測る変数

説明変数  $X_i$ ：回答者  $i$  の一点豪華主義と平均主義の世界観を測る変数

ダミー変数  $D_i$ ：男女のダミー変数。回答者  $i$  が男性なら 0、女性なら 1 を割り振ってある。

もっとも一般的なモデル： $Y_i = a + bD_i + cX_i + dX_iD$

モデル選択： $a=c=0 \Rightarrow Y_i = bD_i + dX_iD$

以下の表 5～7 の通り、女、学生の方が相関性は強いという有意な結果が得られた。

**【表 5】 被説明変数 1 (ファッション雑誌やインスタグラムを見るなどして、積極的に流行を知ろうとする。) についての重回帰分析**

説明変数	ダミー変数	係数	P 値
1. あなたは家のリフォームをします。今の家の状態には特に不満はないとします。同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？(選択式) A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B: 家を全体的にグレードアップさせる	女:1 男:0	0.1396**	0.01735
3. 仕事を選ぶ際、一般に A と B のどちらのように仕事を選ぶのがよりよいと考えますか？あなたの能力や、年収などは考慮しないものとします。(選択式) A: 何か 1 つ秀でたスキルを養って、それを活かした仕事を選ぶ方が良い。 B: 出来ないことを減らして、総合力を活かした仕事を選ぶ方が良い。	女:1 男:0	0.2685***	0.00015
3. 仕事を選ぶ際、一般に A と B のどちらのように仕事を選ぶのがよりよいと考えますか？あなたの能力や、年収などは考慮しないものとします。(選択式) A: 何か 1 つ秀でたスキルを養って、それを活かした仕事を選ぶ方が良い。 B: 出来ないことを減らして、総合力を活かした仕事を選ぶ方が良い。	学生:1 社会人:0	0.1995***	0.00766

**【表 6】 被説明変数 2 (自分の好みではない服でも、流行のものであると買うことがある) についての重回帰分析**

説明変数	ダミー変数	係数	P 値
1. あなたは家のリフォームをします。今の家の状態には特に不満はないとしま	女:1	0.1529***	0.00694

す。同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？（選択式） A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B: 家を全体的にグレードアップさせる	男:0		
1. あなたは家のリフォームをするとします。今の家の状態には特に不満はないとします。同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？（選択式） A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B: 家を全体的にグレードアップさせる	学生:1 社会人:0	0.2186***	0.00013

【表 7】被説明変数 4（フォトジェニックな体験をして、インスタグラムに積極的に投稿しようと思う。）についての重回帰分析）

説明変数	ダミー変数	係数	P 値
1. あなたは家のリフォームをするとします。今の家の状態には特に不満はないとします。同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？（選択式） A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B: 家を全体的にグレードアップさせる	女:1 男:0	0.1041*	0.09889
1. あなたは家のリフォームをするとします。今の家の状態には特に不満はないとします。同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？（選択式） A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B: 家を全体的にグレードアップさせる	学生:1 社会人:0	0.1419**	0.03011

c.記述統計量（説明変数）

アンケート結果から記述統計量を計算した。

	ファッション雑誌やInstagramを見るなどして、積極的に流行を知ろうとする。	自分の好みではない服でも、流行のものであると買うことがある。	テレビやSNS、芸能人などによって紹介されている流行のスポットや店に積極的に行こうとする。(実際に行く場合も、行かない場合も含まれます)	フォトジェニックな体験をして、Instagramに積極的に投稿しようと思う。
平均値	2.072463768	2.97826087	3.152173913	3.670454545
標準偏差	1.183446705	1.576399269	1.527061087	1.32905974
最小値	1	1	1	1
最大値	6	6	6	6

d.記述統計量（被説明変数）

アンケート結果から記述統計量を計算した。

#### 4. 考察

##### (1) 流行

相関分析により、「平均主義の世界観を持つ人は満遍なく様々なものに興味を持つため、流行に左右されやすい」、「一点豪華主義の世界観を持つ人はひとつのことに秀でようとするため、流行に影響を受けにくい」という仮説が立証された。3つの被説明変数はそれぞれ趣向の異なる流行についての質問であるが、いずれも有意な組み合わせを持った。被説明変数1の「ファッション雑誌やInstagramを見るなどして、積極的に流行を

	あなたは家のリフォームをしますとします。今の家の状態には特に不満はないとします。同じ予算ならA、Bどちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？ A:キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる B:家を全体的にグレードアップさせる	一般にAとBどちらの方がより良いと考えますか？ A:人より際立って優れている所もあるが悪い所もいくつかある。 B:人より際立っては優れている所はないが特に悪い所もなく、平均的である。	仕事を選ぶ際、一般にAとBのどちらのようにより仕事を選ぶのがよりよいと考えますか？あなたの能力や、年収などは考慮しないものとします。A:何か1つ秀でたスキルを養って、それを活かした仕事を選ぶ方が良い。 B:出来ないことを減らして、総合力を活かした仕事を選ぶ方が良い。
平均値	3.376811594	2.775362319	2.804347826
標準偏差	1.960489803	1.619707059	1.618993674
最小値	1	1	1
最大値	6	6	6

知ろうとする。」はトレンド情報に対する積極性を問う質問、被説明変数2の「自分の好みではない服でも、流行のものであると買うことがある。」は流行ファッションに限

定した意識の質問、被説明変数 3 の「テレビや SNS、芸能人などによって紹介されている流行のスポットや店に積極的に行こうとする。」はトレンドに対する反応を問う質問と分類すると、世界観と流行行動の関係性をより詳しく知ることができる。ここで、被説明変数 1 が唯一 2 つの組み合わせで 5% 有意を持ち、3 つの被説明変数の中で最も正の相関を説明できていることについて考察したい。被説明変数 1 をトレンド情報に対する積極性を問う質問と分類したが、これはつまり流行に影響を受ける受けないというよりも、自ら流行を取り入れようと自発的に行動しているかという意味合いが強い。現在日本において、様々なメディアを通し流行を取り入れる目的でなくとも、つまり例を挙げると、ただテレビを見ているだけでもトレンド情報は目に耳に入ってくるので、流行に左右されやすい人が流行を積極的に取り入れようとするとは限らない。その中で被説明変数 1 が最も正の相関を説明できたということは、平均主義の世界観を持つ人ほど流行の情報を自発的に取り入れようとするということである。これらのことから、一点豪華主義の人は自分の趣味など何か一つのものに興味を持つためそもそも流行を自ら知ろうとはしないが、平均主義の世界観を持つ人は流行を含め満遍なく色々なものに興味を持つので流行を自発的に取り入れることから始めていると考えられる。すなわちここでの流行とは、流行に影響を受ける意味合い以上に流行を自発的に取り入れる流行との相関性が強いことが分かった。

#### (2) インスタグラムにおける流行を追う行動

昨今のインスタグラムの流行は間違いなくフォトジェニックである。様々な SNS があるなかで特にインスタグラムはフォトジェニック色が強く、これは他にはない特色である。インスタグラムに関して 2 つの質問を設けたが、これらを比較することによって考察してみる。被説明変数 4 「フォトジェニックな体験をして、インスタグラムに積極的に投稿しようと思う。」の回答の平均値は 3.6 でこれは、フォトジェニックな体験をし、投稿することにやや積極的であることをしめす。また、被説明変数 5 「インスタグラムに写真を投稿する場合、フォトジェニックな写真以外は投稿しない。」の回答の平均値は 2.8 であることから、平均的には「フォトジェニックな体験をし、投稿することにやや積極的だが、すべての投稿がフォトジェニックであるわけではない」ことが分かった。被説明変数 4 では説明変数 1 で正の相関で有意な結果を持った。これも自発的に流行であるフォトジェニックを体験しようとしていることから、満遍なく色々なものに興味を持ち、取り入れようとする平均主義であるからこのような結果になったのではないかと考えられる。

#### (3) ダミー変数を用いた重回帰分析結果

表 5,6,7 より女性、学生の方が相関性は強いことを示す有意な結果となった。これらを



考察する。もっとも、現代において女性、そして学生が流行、フォトジェニックに対して敏感であり積極的であるのは、それらの発信源が女性や学生からであることを考えると、イメージとは離れていない。また、平均主義に関しても、男性の方が特定のひとつの趣味を極める傾向や、社会人の方が自由な時間が限られていることも考えると一点豪華主義のイメージがあり、必然的に女性や学生が平均主義となることもイメージとはあまりかけ離れていないように思う。では、それらを踏まえたうえで、女性や学生の方が相関は強かった要因を考える。そもそも一点豪華主義の世界観を持つ人で流行に左右されやすい、または平均主義の世界観を持つが流行には関心がない人はどのような思考によるものだろうか。前者に注目すると、まず被説明変数1のトレンド情報に対する積極性を問う質問に一点豪華主義の人が反応する場合は流行に一点豪華をおいている可能と考えられる。そもそも一点豪華の一点は何にでも当てはまるため、これが流行に当てはまれば正の相関には逆行する。そして被説明変数2の流行ファッションに限定した意識の質問も同様で、ファッションに一点豪華をおいている場合は正の相関に逆行する。被説明変数4でもフォトジェニックの一点豪華主義の場合がある。しかしながら、平均主義で流行に関心がない場合は前者とくらべてイメージしにくい。つまり、このような相関の結果になった要因は、男性、社会人の方が一点豪華主義多いため、逆行の結果が起りえたからであると考察する。

## 5. 結論

今回、回帰分析の結果、平均主義の世界観を持つ人の方が流行に左右されやすく、一点豪華主義の世界観を持つ人は流行に影響を受けにくいことがわかった。また、流行の中でも特に自発的にトレンド情報を得ようとする部分に最も影響があることも考察により結論付けられた。これらを踏まえ、今後国際比較や地域比較などの詳しい分析を行えば、地域の流行のメカニズムやその世界観との関係性の背景を深く知ることができるだろう。

## 6. 付録

大垣昌夫研究会 2 班アンケート

質問 1. あなたの年齢を教えてください（記述式）

質問 2. あなたの性別を教えてください（選択式）

- ・男
- ・女
- ・その他

質問 3. あなたは家のリフォームをするとします。今の家の状態には特に不満はないとします。

同じ予算なら A、B どちらのリフォームの仕方が良いと思いますか？ (6 段階選択式)

A: キッチンやお風呂など、どこか一部分だけをグレードアップさせる

B: 家を全体的にグレードアップさせる

Aの方が良い：1～6：Bの方が良い

質問 4. 一般に A と B どちらの方がより良いと考えますか？ (6 段階選択式)

A: 人より際立って優れている所もあるが悪い所もいくつかある。

B: 人より際立っては優れている所はないが特に悪い所もなく、平均的である。

Aの方が良い：1～6：Bの方が良い

質問 5. 仕事を選ぶ際、一般に A と B のどちらのように仕事を選ぶのがよりよいと考えますか？

あなたの能力や、年収などは考慮しないものとします。(6 段階選択式)

A: 何か1つ秀でたスキルを養って、それを活かした仕事を選ぶ方が良い。

B: 出来ないことを減らして、総合力を活かした仕事を選ぶ方が良い。

Aの方が良い：1～6：Bの方が良い

\* 以下の質問にどれくらい当てはまるか回答してください。

質問 6. ファッション雑誌やインスタグラムを見るなどして、積極的に流行を知ろうとする。(選択式)

- ・まったく当てはまらない
- ・あまり当てはまらない
- ・やや当てはまらない
- ・やや当てはまる
- ・当てはまる
- ・とてもよく当てはまる

質問 7. 自分の好みではない服でも、流行のものであると買うことがある。(選択式)

- ・まったく当てはまらない
- ・あまり当てはまらない
- ・やや当てはまらない
- ・やや当てはまる
- ・当てはまる
- ・とてもよく当てはまる

質問 8. テレビや SNS、芸能人などによって紹介されている流行のスポットや店に積極的に行こうとする。(実際に行く場合も、行かない場合も含みます)(選択式)

- ・まったく当てはまらない

- ・ あまり当てはまらない
- ・ やや当てはまらない
- ・ やや当てはまる
- ・ 当てはまる
- ・ とてもよく当てはまる

質問 9. あなたはインスタグラムを利用していますか？（選択式）

- ・ はい
- ・ いいえ

\* 以下の質問では、フォトジェニックについて次のように定義します。

フォトジェニックとは、「非日常的で写真写りがいいもの、画面映えのするもの」

またフォトジェニックな体験の例としてはパンケーキ(その他の写真映えするスイーツ)を食べに行く、リムジンパーティ、ハロウィン仮装、野外フェス、ラブホテル女子会、ナイトプール、海外旅行などです。

(ここにあげているのはあくまで例なので、ここに無いものでも大丈夫です。)

\* 以下の質問にどれくらい当てはまるか回答してください。

質問 10. フォトジェニックな体験をして、インスタグラムに積極的に投稿しようと思う。（選択式）

- ・ まったく当てはまらない
- ・ あまり当てはまらない
- ・ やや当てはまらない
- ・ やや当てはまる
- ・ 当てはまる
- ・ とてもよく当てはまる

質問 11. インスタグラムに写真を投稿する場合、フォトジェニックな写真以外は投稿しない。（選択式）

- ・ まったく当てはまらない
- ・ あまり当てはまらない
- ・ やや当てはまらない
- ・ やや当てはまる
- ・ 当てはまる
- ・ とてもよく当てはまる

## 7. 参考文献

かさこ（2011）好きを仕事にする大人塾「かさこ塾」塾長・カメライター・セルフマ

ガジン編集長かさこのブログ<http://kasakoblog.exblog.jp/17016291/>(閲覧日 2017 年 8 月 25 日)

大垣昌夫・田中沙織、2014、行動経済学入門、有斐閣、東京.