

死蔵に関する研究  
—捨てられないものに宿るアイデンティティー—

指導教授 木村純子准教授

2007年度法政大学大学院経営学研究科経営学専攻修士課程修了  
マーケティング・サービスマネジメントコース

白井 明子

本研究では、家庭内にあり使用することなく保管され続けた製品である「死蔵品」を研究対象とする。生活の中で私たちは、多くの死蔵をしているにも関わらず何故死蔵しているのかを明らかにした研究は存在していない。メディアは「死蔵品」の金銭的価値やリサイクル推進活動など表面的な部分にのみ焦点を当てている。本研究では表層的な考えに疑問を呈し、「人間は、何故死蔵するのか」「死蔵品にはどのような意味があるのか」をリサーチクエストとする。

本研究では、死蔵品についてフィールドワークでの参与観察ならびに深層面接法をビデオグラフィーにて実施した後に、Webモチベーションリサーチを実施しその内容を定性的に分析した。その結果について、人を取り巻く二つの関係性である「他人と現在の自分」、「過去の自分と現在の自分」をフレームワークとして考察をおこなった。分析の結果明らかになったのは、「人は死蔵品を通じて、他人がいなくても過去の自分の承認を得ることにより、自分自身でアイデンティティを構築することができる」ことである。「他人と現在の自分」の関係においては、アイデンティティを構成するのに重要な他者の承認が必要とされてきたが必ずしも他者は他人でなくてもよいことが証明できた。「過去の自分と現在の自分」の関係においては、人はアイデンティティを構成するのに過去の自分を重要な他者として捉え、現在の自分を美化する機能を果たすことが証明できた。

本研究の意義は二つある。第一に、表層的に捉えられていた死蔵品について、人が深層心理でどのように捉えているかをビデオグラフィーとWebモチベーションリサーチを用いて提示できたことである。今まで他者の承認を必要だと考えられていたアイデンティティ構築は、他人の承認はなくても過去の自分の承認があれば可能であることが証明できた。第二に、限定的な研究であった消費ステップの廃棄過程において、「死蔵品」という事象をアイデンティティという社会心理学の概念を用いて分析をおこなうことにより新たな消費概念を提示できたことである。