

(報告書)

嗜好品摂取の心理的・対人関係的機能に関する社会生態学的モデルからの検討

助成研究者 森泉 哲 ((南山大学短期大学部) 社会心理学)

1. 研究目的

嗜好品摂取の理由およびその効果として様々な要因が指摘されているが(高田, 2008)、社会と個人の相互作用による人間のこころや行動を研究する社会心理学的研究においては、コーヒーを飲んでリラックスしたいというような心理的安寧を希求する目的(心理的機能)の他に、同僚と酒を飲みながら会議で立場の違いによる衝突を修復するなどの目的(対人関係的機能)という2側面が主にあると考えられる。例えば、前者の心理的機能に焦点を当てた研究では、嗜好品を摂取する理由として気分転換やストレス発散に役に立つといったストレスコーピングの目的があり(Carver, 1989)、それが心理的ウェルビーイングに貢献するという(中谷, 2012)。一方、対人関係的機能に関しては、嗜好品を摂取しながら他者と会話することによって、対人関係を深めるという効果も指摘されている(Cooper, 1994)。

これまで、嗜好品摂取の機能的要因に関しては、心理的機能と対人関係的機能は別々に論じられてきたが、対人関係がストレスの原因になる可能性、またストレスを感じるから対人的サポートを受けるといった可能性もあり、両者は密接な関係があることも考えられる。これまで両者を一つのモデルとして扱っている研究は少ないことから、両者を同一モデルとして扱い、その相対的影響度の違いについて検討することも必要とされよう。

両者の視点を考慮した数少ない研究の1つとしてCooper(1994)がある。この研究では、飲酒行動をとりあげて、その動機について「心理的—対人関係的」という軸と、飲酒に対する態度を表す「積極性—否定回避」という軸から、動機を「高揚」「ストレス対処」「社会的」「同調」という4要因に分類している。その結果、飲酒頻度・量は全要因と正の関連を見出しており、特に高揚動機との影響が強いことが明らかとなっている。

Cooper(1994)の飲酒に関する研究を喫煙等の嗜好品全般の摂取行動に援用すると、図1に示すとおり、以下の4要因に分類できると思われる。まず、「それが好きだから」「気分がよくなりたいたい」という個人的かつ快感情を積極的に希求するという特徴を保持する「愉しみ」の目的に関連した動機が挙げられる。第2に、「気分転換をする」「嫌な気分をよくする」という個人的動機かつ否定的な感情を避けようとする動機から生じる「ストレス対処」の目的が考えられる。第3に、「見知らぬ人と話を円滑にしたい」「友人とその場を楽しくしたい」という社会的・対人的に動機づけられ、嗜好品摂取を積極的に希求する動機である「社交」という要因も考えられる。最後に、「友人から勧められたから」「周囲の人々

との雰囲気大切にしたいから」という社会的動機かつその場の雰囲気や相手に合わせて否定的な雰囲気を回避しようという「同調」のために行われるという要因がある。以上の4つの分類が理論的に可能であるように思われる。

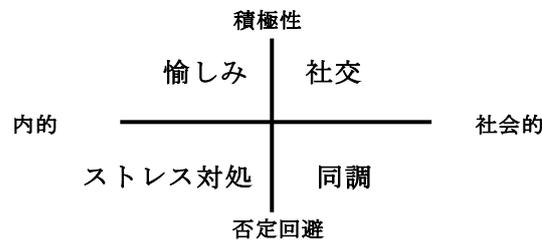


図1 嗜好品摂取の動機モデル

嗜好品摂取の要因としては個人の内的要因（動機、嗜好、性格特性等）も当然考えられようが、家族や職場の同僚と一緒に嗜むという社会的影響により嗜好品摂取行動がとられるということもできよう。しかしながら、現在まで行われている心理学的研究はその規定因をストレス等の個人要因に帰属させてしまっている傾向にある。社会環境との関連性に着目することによって、個人行動の予測の精度が上がるだけでなく、社会との関連性がより明らかになるであろう。

そこで本研究では、「個人行動は社会との相互作用である」という前提に依拠する「社会生態学的モデル」を援用して研究を行う。社会生態学モデルでは、個人行動に対して、「友人」「家族」というマイクロレベル、「組織」「地域」というメゾレベル、「国」というマクロレベルが影響を及ぼし、及ぼされるという社会環境と個人の相互作用を説明する理論的モデルである (Bronfenbrenner, 1979)。本モデルは、特に近年レジリエンス (Ungar, 2012)、健康行動 (Glanz, Rimer, & Viswanath, 2008)、葛藤コミュニケーション (Oetzel et al., 2006) 等から検討されてきている。

社会生態学的モデルとの関連から、喫煙行動の理由として、特に青年期においては友人からの勧めや友人の喫煙行動と相関があるという「ピア効果 (peer effect)」が知られている (Branstetter, Low, & Furman, 2011; Leatherdale, McDonald, Cameron et al., 2006)。例えば、青年期の喫煙は、周囲の友人の喫煙者の人数や頻度に影響がみられるという結果が報告されている (Branstetter et al., 2011)。本研究では、成人を迎えた大学生以上を対象としたものであるが、青年期は自己のアイデンティティ確立の模索期であり両親より身近な友人からの影響を強く受けやすい傾向が高いこと (佐藤, 2010)、また近年はその青年期が長期化し 20 歳台は成人形成期であるという議論も見られることから (Arnett, 2000)、酒、コーヒーなどの他の嗜好品に関しても、成人になった大学生に対しても家族や友人ら、また職場環境からの影響がみられる可能性がある。

これまでの研究では、未成年の喫煙行動や飲酒に関する未成年を対象としたもの、または喫煙が健康に害を及ぼすという健康行動からの観点からのものが多く (例えば瀬戸・高

田・小川・上里,1998)、嗜好品摂取プロセスを肯定的な心理的効果の視点を含めて検討した研究はまだ散見される程度である。成人を対象として嗜好品一般と関連させて、嗜好品摂取の主要な目的とされる「ほんのちょっとした余剰、だからこそ、嗜みとして、それを楽しむ」(雑賀, 2010, p.245) ことと関連づけて、人生の質を豊かにするために嗜好品を摂取するといった心理的・対人関係的側面に肯定的に作用する視点の研究も望まれる。

そこで、本研究では、代表的な嗜好品であるたばこ、酒、コーヒーの摂取に関して、社会生態学的モデルの観点から、嗜好品摂取の心理的・対人関係的機能について検討を行う。社会生態学的モデルのうち、本研究ではミクロレベルの友人・家族関係と、メゾレベルである職場環境に限定して研究を行う。本モデルを嗜好品摂取行動に援用すると、個人の嗜好品摂取行動は個人要因だけでなく、複数レベルの影響も見られ、嗜好品摂取によって、心理的安寧や対人関係の満足度につながっているのではないかと予測する (図 2)。

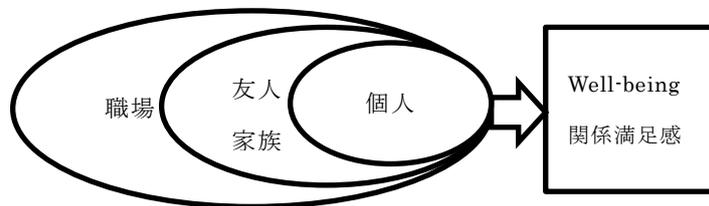


図 2 嗜好品摂取の社会生態学的モデル

具体的には、研究 1 では、大学生を対象として、友人・家族関係の要因（摂取量、関係の質）が大学生の嗜好品摂取の動機ならびに摂取量や心理的健康にどのように影響を及ぼしているのかを明らかにする。以下の研究課題に対して検討を行う。

- RQ1：嗜好品摂取動機と嗜好品摂取頻度ならびに量とどのような関連がみられるのか？
- RQ2：友人だけでなく家族関係の影響という複数の関係性からの影響は見られるのか？
- RQ3：友人や家族との関係性は、嗜好品摂取動機ならびに主観的幸福感とどのように影響を及ぼすのか？
- RQ4：嗜好品の違いによって、嗜好品摂取プロセスに違いがみられるのか？

研究 2 では、社会人を対象として、職場環境・家族関係の要因がどのように嗜好品摂取の動機や摂取量、職場や日常生活における満足感に影響を及ぼしているのかを検討する。

- RQ5：大学生と同様、社会人においても「ピア効果」のような家族や職場の人々の嗜好品摂取の量や頻度の影響がみられるのか？
- RQ6：嗜好品に対する職場環境は職場ストレスの程度や職場満足感に影響を及ぼすのか？
- RQ7：職場や家族の関係性は、嗜好品摂取動機ならびに主観的幸福感にどのように影響を及ぼすのか？

2. 研究方法

研究 1、研究 2 とともに質問紙調査を行い、量的データを分析することを通して上記の研究課題を明らかにする。研究 1 では大学生を対象に、研究 2 では社会人を対象に質問紙調査を実施し、嗜好品摂取頻度・量ならびに心理的概念（関係の質、ストレス、幸福感）及び社会生態学的変数（友人、家族、職場）との関連を重回帰分析、共分散構造分析等を通して検討する。

3. 研究計画と実施状況

社会生態学的モデル（Glanz, Rimer, Viswanath, 2008 ; Ungar, 2012）の各レベルについては幾分異なった解釈が含まれるが、マクロ、メゾ、マイクロレベルという自己の直接的影響度の広がりから 3 層以上のレベルが存在する。マクロレベルでは主に国や社会制度上の影響が理論化されているため、当初は社会生態学的モデルの国レベルの比較も想定していたが、国レベルの比較では類似性・相違性が確認された際の根拠を調査する変数を含めると調査項目数が多くなることから本研究では国レベルの分析は対象とはしなかった。本研究では、メゾ、マイクロレベル間での影響度についてのみ注目し、友人、家族、職場の同僚からの影響について検討することとした。また世代によって親密な他者との関係性は異なることが予測できるので、大学生に対しては友人・家族からの影響、社会人に対しては、友人・家族・職場からの影響について検討することとした。調査実施状況については結果と合わせて研究成果のセクションに詳述した。

4. 研究成果

研究 1

大学生を対象とし、大学生の友人・家族関係の観点からの嗜好品摂取に関する調査結果を以下に報告する。

(1) 手続き

調査会社に委託して 2014 年 9 月から 10 月にかけて質問紙調査をウェブ上で実施した。調査にあたって、まず対象者を抽出するスクリーニング調査を実施した。この調査では、20 歳以上 25 歳以下の日本人大学生を対象に、たばこ、酒、コーヒーについていずれか過去 1 か月間の摂取経験を尋ね、経験ありと回答した者を本調査の対象とした。

本調査では、スクリーニング調査の時点で、過去 1 か月に摂取経験があると回答した嗜好品のいずれか 1 品について、摂取頻度、摂取動機等の尺度に回答を求めた。本調査では、以下の項目について回答を求め、すべての項目について回答した調査参加者のデータのみが委託調査会社から提供された。

(2) 対象者

調査対象者は、大学生合計 600 名（男性 311 名、女性 289 名）であり、平均年齢は 22.18

歳 ($SD = 1.53$) であった。その内訳は、コーヒーの摂取に関して 227 名 (男性 115 名、女性 112 名)、喫煙に関して 146 名 (男性 96 名、女性 50 名)、飲酒に関して 227 名 (男性 100 名、女性 127 名) であった。

(3) 質問紙項目

過去 1 か月における嗜好品摂取頻度、摂取量、過剰摂取感 嗜好品摂取の頻度については、7 件法 (1-全く摂取しない、7-毎日摂取する) にて回答を求めた。1 か月の摂取量に関して、コーヒーについてはコーヒーカップに換算しての杯数、たばこについては本数、酒に関しては、公益社団法人アルコール健康医学協会が示している純アルコール摂取量の基準を調査票に示し、純アルコール摂取量をグラムで記入を求めた。過剰摂取の頻度については、飲みすぎ (吸いすぎ) と感じた頻度について 5 件法 (1-全く感じない、5-毎回感じる) で回答を求めた。

親密な他者の嗜好品摂取頻度 父親、母親、同性の親友、恋人の過去 1 か月の嗜好品摂取頻度について 7 件法 (1-全く摂取しない、7-毎日摂取する) で回答を求めた。さらに、親友 5 名のうち嗜好品を摂取している人数について回答を求めた。

嗜好品摂取動機尺度 Cooper (1994) が作成した改訂版飲酒動機尺度 (Drinking Motives Questionnaire-Revised, DMQ-R) を参考に尺度項目を作成し、5 件法 (1-全くない、5-いつも行う) で回答を求めた。飲酒に特定した表現が複数あったため、嗜好品一般の摂取になるような文言に改めた 25 項目である。具体的には、社会的要因の表現がパーティや会合という特定の場面に対する表現になっていたため、初対面の人やその場にいる人との交流という複数の場面での表現になるように改めた。そのほか、「気分が高揚する」という飲酒特有の感情のみが扱われていたため、「気分を落ちつけるため」、「気分転換をするため」という多面的な感情を尋ねる項目を追加した。

関係ネットワーク尺度 両親や友人との関係の質に対して、Furman & Buhrmester (2009) が作成した関係ネットワーク尺度 (Network of Relationship Inventory-Behavioral System Version, NRI-BSV) の短縮版を使用して 5 件法 (1-全くそう思わない、5-とてもそう思う) で測定した。短縮版の使用法については、Furman & Buhrmester によるマニュアルに基づき項目を使用した。本尺度は、「サポート」5 項目と「否定的葛藤」6 項目の 2 次元から構成されている。対人領域別 (父親、母親、友人、恋人) の関係の質について領域別に測定した。

NRI-BSV の短縮版使用に関して本邦で使用例がないと思われたため、対人領域間での等価性を確認することとした。確認的因子分析を行った後に多母集団同時分析を行い、対人領域間の因子負荷量の係数にモデル間で等値制約をおき、モデル間の因子負荷量の不変性について検討した。その結果、以下の 2 因子に基づくモデルは対人領域間で不変であることを確認した ($df = 61$, $\chi^2 = 153.98$, $\chi^2 / df = 2.52$, $GFI = .98$, $CFI = .99$, $RMSEA = .029$)。サポート因子は 4 項目 (「この人はあなたの活動に対してどの程度サポートをしてくれます

か?」「あなたが困っている時、あなたはどの程度この人に慰めやサポートを求めますか?」

「この人の活動に対してどの程度サポートを示しますか?」「この人とどの程度一緒に楽しんだりしますか?」)であり、否定的葛藤因子は4項目(「お互いに気にさわるのがどの程度ありますか?」「どの程度この人とは意見が合わず、けんかをしますか?」「お互いの行動にどの程度イライラしますか?」「お互いに口論にどの程度なりますか?」)であった。

等値制約を置かないモデルと因子負荷量に等値制約を置いた時のモデルの比較では、等値制約を置いたモデルの適合度が最も高かったが($\Delta\chi^2(11) = 10.40, n.s.$)、サポート因子に対する「慰め」項目の因子負荷量が、父親の場合のみ他モデルと比較して負荷量の値が有意に小さくなってしまった。しかし、この項目を除いてしまうと項目数が少なくなるため、そのまま本項目を含めて因子として使用した。なお、各因子の内的一貫性は各対人領域ともに十分に高い値であった($\alpha = .83 \sim .91$)。

主観的幸福感尺度 伊藤ら(2003)が作成した主観的幸福感尺度を使用し、4件法(1-全くそう思わない、4-非常にそう思う)で測定した。「人生に対する前向きな気持ち」「達成感」「自信」「人生に対する失望感のなさ」の4領域から12項目が作成されているが、因子分析によって一因子性が確認されているため、本研究でもそれにならい、12項目の合算得点を算出し項目数で除した平均得点を使用した($\alpha = .91$)。

(4) 結果

嗜好品動機づけ尺度の因子分析結果

Cooper(1994)の作成した改訂版飲酒動機尺度の因子構造を参考にしながらも、未だ本邦で「内的-対人関係的」次元と「積極性-否定回避」次元という心理的及び対人関係的次元から構成された尺度が作成されていないことから、確認的因子分析を行い、嗜好品動機づけ尺度の因子構造の妥当性について検討した結果をまず本セクションで示し、その後各因子と嗜好品摂取の関連について報告する。

嗜好品摂取動機尺度に関して、嗜好品ごとに別々に探索的因子分析(最尤法、プロマックス回転)を行った結果、4因子がそれぞれ抽出され、因子構造には大きな違いがないことが確認できた。そこで嗜好品全体で探索的因子分析を行った。その結果が表1である。予測していた通り、4要因(「社交」「愉しみ」「同調」「ストレス回避」)が抽出された。

社会生態学的影響を嗜好品間で比較検討するためには、嗜好品間での動機に対する因子構造が不変である必要がある。そこで、探索的因子分析の結果因子負荷量の高い項目を選定し、各嗜好品(たばこ、酒、コーヒー)の3モデルの因子負荷量に多母集団同時分析により等値制約を課しながら確認的因子分析を行った。その結果、表1の太字になった項目において、3モデルで4因子の因子負荷量が等しく、適合度が最も高いという結果が得られた($df = 250, \chi^2 = 494.378, \chi^2/df = 1.978, GFI = .903, CFI = .962, RMSEA = .041$)。内的一貫性に関しては、嗜好品ごと、嗜好品全体においても各因子とも、 $\alpha = .79 \sim .92$ と十分高い数値が得られた。よって、嗜好品動機づけ尺度は4因子からなり、因子構造的にも

3 嗜好品で共通な構造が確認されたと考えられる。

表1. 嗜好品摂取動機尺度の因子分析結果

| 項目 | 因子 | | | |
|--------------------------------------|------|------|------|------|
| | I | II | III | IV |
| 社交 | | | | |
| 3.他人との集まりを楽しめるから | .99 | -.08 | -.12 | .00 |
| 16.他人ともっとコミュニケーションすることができるから | .90 | -.03 | -.07 | .11 |
| 11.それをすると、集まりがもっと楽しくなるから | .76 | .29 | -.05 | -.15 |
| 14.お互いにもっと親しくなれるから | .74 | .18 | .00 | .01 |
| 5.社交的になるため | .73 | -.08 | .03 | .23 |
| 23.他人との付き合いは大切だから | .73 | -.01 | .22 | -.07 |
| 21.初対面の人と交流するため | .62 | -.03 | .23 | .05 |
| 愉しみ | | | | |
| 13.気分が良くなるから | .02 | .81 | -.12 | .05 |
| 25.ポジティブな感情になれるから | -.01 | .78 | .10 | -.01 |
| 10.気分がハイになるから | .18 | .66 | .06 | .00 |
| 9.わくわくするような気持ちなるから | .11 | .62 | .21 | -.03 |
| 24.リラックスできるから | -.20 | .62 | -.12 | .12 |
| 22.ゆとりを愉しむことができるから | -.01 | .53 | .07 | .08 |
| 7.それをしている時の気持ちが好きだから | .16 | .53 | -.15 | .20 |
| 同調 | | | | |
| 19.親しい人(友人、家族、恋人等)から好かれるため | -.10 | .12 | .92 | -.07 |
| 8.それをしないと、親しい人(友人、家族、恋人等)からなにか言われるから | -.21 | .02 | .86 | .09 |
| 20.周りの人間関係から取り残されないようにするため | .14 | -.10 | .83 | -.06 |
| 2.そうするように親しい人(友人、家族、恋人等)から勧められたから | .19 | -.11 | .57 | .04 |
| ストレス対処 | | | | |
| 4.気分が落ち込んだり、心配ごとがある時、気分を和らげるため | .05 | .04 | -.12 | .88 |
| 1.心配事を忘れるため | .04 | -.06 | .09 | .76 |
| 17.自分に起こっている問題を忘れるため | -.03 | .12 | .11 | .68 |
| 6.気分が乗らない時に元気づけてくれるため | -.02 | .30 | -.03 | .61 |
| 残余項目 | | | | |
| 12.周りの人たちに合わせるため | .51 | -.20 | .50 | .00 |
| 18.たのしいから | .41 | .61 | -.07 | -.20 |
| 15.自分にもっと自信をもつため | .01 | .35 | .36 | .21 |
| 因子間相関 | | | | |
| | II | .67 | | |
| | III | .64 | .41 | |
| | IV | .46 | .63 | .38 |

嗜好品摂取動機と嗜好品摂取量・摂取頻度との関連

RQ1に関連して、上記で確認した嗜好品摂取動機4要因を説明変数とし、嗜好品摂取量ならびに摂取頻度をそれぞれ目的変数とする重回帰分析(強制投入法)を各嗜好品に関し

て行ったところ、以下の表 2 の結果が得られた。

表 2. 嗜好品摂取動機と嗜好品摂取の頻度、量、過剰摂取頻度との関連

| | たばこ | | | | 酒 | | | | コーヒー | | | |
|-------------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|
| | 頻度 | 量 | 過剰摂取 | Mean (SD) | 頻度 | 量 | 過剰摂取 | Mean (SD) | 頻度 | 量 | 過剰摂取 | Mean (SD) |
| 社交 | -.15 | .07 | -.03 | 2.36 (1.16) | -.18† | -.02 | .14 | 3.14 (1.18) | .03 | -.07 | -.13 | 1.74 (0.92) |
| 愉しみ | .33** | .19 | -.13 | 2.89 (1.01) | .37*** | .14 | .00 | 3.11 (1.11) | .16† | .04 | -.04 | 2.67 (1.10) |
| 同調 | .01 | -.16 | .09 | 1.63 (0.89) | -.03 | -.06 | .04 | 2.07 (1.00) | -.05 | .03 | .05 | 1.50 (0.74) |
| ストレス対処 | -.01 | -.07 | .13 | 2.68 (1.13) | -.05 | .02 | .17* | 2.40 (1.10) | .00 | .11 | .32*** | 1.84 (0.93) |
| Mean (SD) | 5.85 (1.43) | 147.82 (173.84) | 2.42 (1.41) | | 3.89 (1.09) | 310.71 (514.09) | 2.00 (1.01) | | 5.32 (1.42) | 24.43 (27.04) | 1.65 (1.10) | |
| Adjusted R ² | .05** | .02 | .00 | | .05** | .01 | .07*** | | .03 | .02 | .05** | |

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, † $p < .10$

Cooper (1994) の先行研究と比べて、全体的に嗜好品摂取動機は摂取量、頻度、過剰摂取頻度へ大きな影響を及ぼしておらず、影響は比較的小さいものと考えられる。しかし有意な影響が見られた個所に関しては、ほぼ予測どおりの結果であった。具体的には、内的な心理的安定を積極的に求めて行う「愉しみ」動機による摂取は、3 嗜好品において摂取頻度と正の関連が見られた。また過剰摂取と関連した項目として、コーヒーならびに酒においてストレス対処的な摂取と正の関連が見られ、ストレス対処に動機づけられた摂取は過剰摂取の感覚と関連があることが見出された。しかしながら、対人関係を促進すると考えられる「社交」要因とはコーヒーとたばこでは関連が見出されず、むしろ飲酒においては、社交的要因は飲酒頻度を低下させるという一見説明がつかない効果も見られた。本結果の理由としては、個人が快適に飲める量は個人差が大きいため、欧米の研究と比較して明確な結果が見出されなかったという可能性が考えられる。

嗜好品摂取の友人・家族要因との影響（社会生態学的モデルからの検討）

本セクションでは、親密な他者からの嗜好品摂取の影響について検討した結果を示す。具体的には、(1) 親密な他者の嗜好品摂取経験が大学生の嗜好品摂取の頻度及び量に及ぼす影響について、(2) 親密な他者との関係性、嗜好品摂取動機、主観的に感じる幸福感（主観的幸福感）との関連について、(3) それらの嗜好品による違いについて明らかにする。

まず、友人や家族などの親密な他者の嗜好品摂取頻度が大学生の嗜好品摂取の頻度や量に及ぼす影響について検討する。対人領域別の嗜好品摂取頻度（父親、母親、親友、恋人）ならびにその嗜好品摂取をしている親友の人数を説明変数とし、嗜好品摂取頻度及び量を目的変数とする重回帰分析（強制投入法）を行ったところ、表 3 の結果が得られた。

対人領域別の嗜好品摂取頻度の影響度は比較的低い値であるが関連は見られ、特に親友と恋人からの影響が見られた。具体的には、喫煙については、親友や恋人との喫煙頻度と正の関連がみられた。飲酒に関しては、恋人の飲酒頻度と調査参加者の頻度及び量と正の

関連がみられ、また父親の飲酒頻度は、調査参加者の飲酒量と正の関連が見出された。コーヒーについては、親友の人数と摂取頻度は正の関連が見られた。このように、全体的な結果は「ピア効果」として知られているように、親密な他者からの影響による効果とほぼ一致している。特に、家族というよりは、親友や恋人からの影響を相対的に強く受けており、その傾向はコーヒーと比較して、喫煙や飲酒において顕著に表れる傾向がみられた。

さて、友人・家族の関係の質という関係的な心理的要因は嗜好品摂取動機、心理的健康にどのように影響するだろうか。本分析にあたっては、共分散構造分析に基づくパス解析を使用して検討を行った。嗜好品の違い（たばこ、酒、コーヒー）によってパス図が異なる可能性もあることから多母集団同時分析によりパス係数に等値制約を課し、パス係数の値の強弱の有意差についての検討も行った。

表3. 重要な他者の嗜好品摂取の頻度と大学生の過剰摂取頻度、量との関連

| | たばこ (N=87) | | | 酒 (N=106) | | | コーヒー (N=67) | | |
|-------------------------------|------------|-------|----------------|-----------|-------|----------------|-------------|------|----------------|
| | 頻度 | 量 | Mean (SD) | 頻度 | 量 | Mean (SD) | 頻度 | 量 | Mean (SD) |
| 父親 | .14 | -.03 | 3.33 (2.75) | .00 | .24 † | 3.75 (2.56) | -.17 | .00 | 4.12 (2.09) |
| 母親 | .01 | -.05 | 1.91 (1.99) | .07 | -.22* | 2.75 (1.89) | .28 | -.20 | 4.31 (2.13) |
| 親友 | .31** | -.02 | 4.37 (2.38) | .15 | .10 | 3.56 (1.36) | .06 | .07 | 3.73 (1.83) |
| 恋人 | .21* | .23* | 2.48 (2.43) | .22 † | .25* | 3.04 (1.63) | .04 | .06 | 3.34 (1.91) |
| 親友の人数 | -.13 | .26* | 3.06 (1.44) | -.06 | -.04 | 4.06 (1.39) | .24 † | .08 | 3.07 (1.37) |
| <i>Adjusted R²</i> | .10* | .06 † | | .08* | .12** | | .06 † | -.04 | |

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, † $p < .10$

本モデルでは、恋人との関係を除き、父、母、親友との関係性の質を扱うこととした。なぜなら、恋人との関係性をモデルに投入すると、調査参加者数が限定されてしまうことにより、統計的検定力が低下してしまうからである。次に、変数間の関係については以下のように仮定した。他者との関係の質と嗜好品摂取動機との関連について、私たちの日常生活では、他者との関係性を維持・発展するために嗜好品を摂取し、また逆に他者との良好な関係により嗜好品を愉しむという相互に影響を及ぼす関係が想定される。しかし、本研究では、嗜好品摂取が私たちの日常生活をより豊かなものにするという嗜好品に対する積極的価値を前提にした研究であることから、対人関係の質からの影響を嗜好品摂取動機が主観的幸福感に媒介するというモデルを想定した。つまり、関係の質と主観的幸福感とは当初から関連があることは予測できるが、変数間に嗜好品摂取動機を介在させることにより、関係の質からの直接的な影響というより、嗜好品摂取動機の媒介効果を期待し、それ

が確認できれば、嗜好品摂取に対してより積極的な価値が与えられるであろうと考えたからである。

分析の結果、父親との関係の質（サポート、葛藤）からの影響は有意ではなく、また母との否定的な葛藤からの影響も見られなかった。母親からのサポート、親友（サポート、葛藤）が嗜好品摂取動機に影響を及ぼし、同調を除いた摂取動機が主観的幸福感のパスが有意であった。等値制約を課さない初期モデルとして適合度は十分であった（ $df = 33$, $\chi^2 = 40.45$, $\chi^2/df = 1.23$, $GFI = .986$, $CFI = .995$, $RMSEA = .019$, $AIC = 190.45$ ）（図 3 参照）。

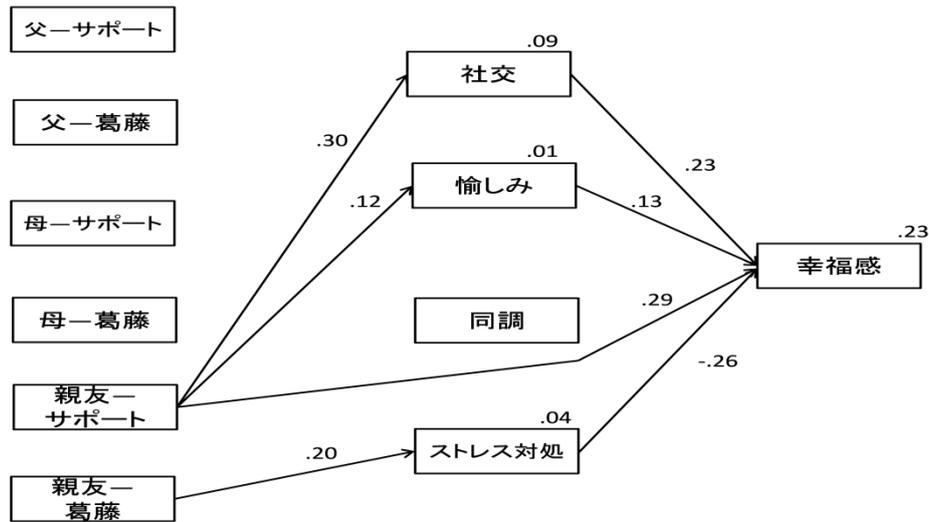


図 3 関係の質、嗜好品摂取動機、主観的幸福感の関連（飲酒に関するモデル）

そこで、それぞれのパスに対して等値制約を課し、嗜好品ごとに異なるプロセスが存在するか確認したところ、以下の 3 パスのみがモデル間で有意であった。換言すると、モデル間で有意差があった 3 パス以外は嗜好品の違いによるパス係数の強弱の違いは見られず、モデル間で不変として扱うことができた。嗜好品による違いが見られたパスは、(1) 親友からのサポート→社交、(2) 親友との否定的葛藤→ストレス対処、(3) 母からのサポート→ストレス対処であり、いずれも関係性の質から嗜好品摂取動機のパスである（表 4 参照）。

表 4. 嗜好品の違いによる関係の質から嗜好品摂取動機のパス係数の違い

| | たばこ | 酒 | コーヒー |
|------------------|-------|-------|------|
| 親友からのサポート→社交 | .15* | .30** | .18* |
| 親友との否定的葛藤→ストレス対処 | .01 | .20** | .01 |
| 母からのサポート→ストレス対処 | .21** | -.05 | -.06 |

** $p < .01$, * $p < .05$

以上の 3 つのパス係数以外に等値制約をかけたモデルは最も適合度が高く（ $df = 43$, $\chi^2 = 48.12$, $\chi^2/df = 1.12$, $GFI = .985$, $CFI = .996$, $RMSEA = .014$, $AIC = 178.12$ ）、等値制約を課さない初期モデルと最終モデルの適合度の有意な差は見られず（ $\Delta\chi^2(10) = 7.67$, $n.s.$ ）、

AIC の値も最も低下した。

本モデルを要約すると以下ようになる。まず、父親と母親との関係性は相対的に嗜好品摂取動機に影響を及ぼさず、むしろ親友の関係性が影響を及ぼすことが示された。特に親友とのポジティブな関係性は、嗜好品摂取動機の社交、愉しみという積極的な次元に影響を及ぼしていた。一方で、親友との否定的な関係性は、特に飲酒に対するストレス対処動機に対して正の影響を与えていたことが明らかとなった。主観的幸福感との関連では、社交、愉しみとは正の関連があり、ストレス対処とは負の関連が見られた。つまり、親友とのポジティブな関係が嗜好品摂取の積極的動機に影響し、それが主観的幸福感に対してもポジティブな影響を及ぼしていた。しかし一方、親友とのネガティブな関係性は嗜好品摂取に対しても、ストレス対処のためと動機づけられ、それが結局主観的幸福感にもネガティブな影響を及ぼしていた。友人以外の関係の質と摂取動機との関連において、母親からのサポートのみが喫煙のストレス対処動機への正の影響を及ぼしていた。これは一見すると予測とは異なるように思われるが、母からのサポートを過剰なサポートとして認知している可能性も否定できず、それがストレスの原因となり、喫煙動機を高めるという結果になっていたのかもしれない。

以上の結果から、研究 1 の結論として、大学生に関しては、ピア効果として知られているように、親密な他者（特に友人）の摂取行動が自身の嗜好品摂取量・頻度に影響を与えている。さらに摂取量・頻度は嗜好品摂取の愉しみ動機と主観的幸福感を高めると解釈できよう。一方で、対人関係（特に友人関係）が良好でないと、ストレス対処型の嗜好品摂取動機となり、それが過剰摂取感にもつながり、主観的幸福感に対しても否定的な影響を及ぼすこととなる。嗜好品の違いについて目立った傾向は見られず、どの嗜好品に対しても、友人関係の影響により、嗜好品摂取頻度および肯定的な内的・社会的動機を高める傾向があると考えられる。

研究 2

研究 2 では社会人を対象に、嗜好品に対する対人関係、職場環境、嗜好品摂取量・頻度、嗜好品摂取動機、職場満足感、主観的幸福感との関連について調査を行う。

(1) 手続き

研究 1 とは別の調査会社に委託し、2015 年 1 月にウェブ上で質問紙調査を実施した。対象者は、主にデスクワーク（内勤）を中心とする仕事内容に従事しており、定職に就いている 25 歳以上 65 歳までの既婚社会人であった。研究 1 と同様、たばこ、酒、コーヒーの過去 1 か月間の摂取経験を尋ねるスクリーニング調査を実施し、経験ありと答えた者を本調査の対象とした。

(2) 調査参加者

調査参加者は、合計 575 名（男性 291 名、女性 284 名）であり、平均年齢は 45.15 歳 ($SD = 10.22$) であった。その内訳は、コーヒーの摂取に関して 196 名（男性 98 名、女性 98

名)、喫煙に関して 185 名 (男性 97 名、女性 88 名)、飲酒に関して 194 名 (男性 96 名、女性 98 名) であった。

(3) 質問紙項目

過去 1 か月における嗜好品摂取頻度、摂取量、過剰摂取感 研究 1 と同様、各嗜好品摂取の頻度、摂取量、過剰摂取感について 7 件法で回答を求めた。

親密な他者の嗜好品摂取頻度 配偶者、職場以外の友人、親しい職場の同僚、親しい職場の上司の過去 1 か月の嗜好品摂取頻度について研究 1 と同様、7 件法で尋ねた。

嗜好品摂取動機尺度 研究 1 と同様の 25 項目を 5 件法で測定した。研究 1 による結果の再現性を確認する目的もかねて、研究 1 で使用した項目と因子構造 (表 1) を基に確認的因子分析を行ったところ、まずまずの適合度を得られた ($df = 243$, $\chi^2=545.28$, $\chi^2/df = 2.24$, $GFI=.893$, $CFI=.952$, $RMSEA=.046$)。多母集団同時分析により 3 嗜好品の因子負荷量の不変性について等値制約を課して確認したところ、「愉しみ」因子のうち「リラックスできるから」「ポジティブな感情になれるから」の 2 項目において、等値制約を課すと適合度が有意に下がってしまった。しかしこれを除くと項目数が減少してしまうことがあり、少なくとも研究 1 との因子構造の等価性は担保されていることから、2 項目は本因子に含めた。それ以外の項目においては等値制約モデルにおいても適合度の有意差は見られなかったため ($\Delta \chi^2(20) = 30.40$, $p = .064$)、因子構造は 4 因子からなると判断し、因子ごとに得点を算出した。なお、内的一貫性も各嗜好品とも十分な値を示した ($\alpha = .79 \sim .94$)。

関係ネットワーク尺度 家族、職場の同僚、同性の友人との関係の質を、研究 1 と同様に NRI-BSV (Furman & Buhrmester, 2009) の短縮版を使用して 5 件法で測定した。研究 1 と同一構造を仮定して確認的因子分析を行ったところ、「あなたが困っている時、あなたはどの程度この人に慰めやサポートを求めますか？」の項目を入れると適合度が有意に低下するため、それを除いたサポート 3 項目と葛藤 4 項目の 2 因子に基づくモデルを使用した ($df = 23$, $\chi^2 = 45.87$, $\chi^2/df = 1.99$, $GFI=.993$, $CFI=.995$, $RMSEA=.024$)。さらに、葛藤因子の「お互いに気にさわるのがどの程度ありますか」「お互いに口論にどの程度なりますか」に対する因子負荷量は有意に職場領域に関して高くなってしまったが、因子構造は同一であるという不変性の条件をクリアしていること及び項目数の観点から、本項目を含めて得点化した。なお、各因子の内的一貫性は各対人領域ともに十分であった ($\alpha = .76 \sim .88$)。

嗜好品に対する職場の受容度 職場の勤務時間中や勤務後に嗜好品摂取に対して受容的な雰囲気があるかどうかを尋ねる項目。1 項目で 6 件法 (1-まったく受け入れられていない、6-奨励されている) で測定した。

職場ストレススケール尺度 職場でのストレスの認知度を測定するために、職場ストレススケール改訂版 (小杉他, 2004) を使用し、5 件法 (1-まったくあてはまらない、5-よくあてはまる) で測定した。本尺度は仕事の量に関する「量的負荷によるストレス」の仕事の精神的負担感に関する「質的負荷によるストレス」の 2 要因から構成され

ており、尺度の信頼性ならびに構成概念妥当性が確認されている。そのため本研究では、先行研究で示された因子構造を使用し、下位尺度は項目の合算得点を計算し項目数で除した平均得点を使用した。内的一貫性は十分な値を示した（量的負荷： $\alpha = .82$ ，質的負荷： $\alpha = .89$ ）。

職場満足感尺度 NRI-BSV (Furman & Buhrmester, 2009) に示されている関係満足感に関する尺度を、職場に合う表現に改め日本語に翻訳した。「職場の人との関係はどの程度満足ですか」「職場の人の関係はどの程度良好ですか」「あなたと職場の人との関係の成り行きについてどの程度幸せですか」の3項目について5件法で測定した。得点を合算し、項目数で除した平均得点を使用した（ $\alpha = .96$ ）。

主観的幸福感尺度 研究1と同様、伊藤ら（2003）の主観的幸福感尺度を4件法にて測定した。伊藤ら（2003）および研究1と同様、1因子性を確認した後、合算し平均得点を算出した。内的一貫性も満足した値を示した（ $\alpha = .85$ ）。

(4) 結果

嗜好品摂取動機と嗜好品摂取量・摂取頻度との関連

研究1と同様に、嗜好品摂取動機と嗜好品摂取量および頻度との関連について検討した。嗜好品摂取動機4要因を説明変数とし、嗜好品摂取量ならびに頻度をそれぞれ目的変数とする重回帰分析（強制投入法）を各嗜好品に行ったところ、表5に示す結果が得られた。

表5. 嗜好品摂取動機と嗜好品摂取の頻度、量、過剰摂取頻度との関連

| | たばこ | | | | 酒 | | | | コーヒー | | | |
|-------------------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|-----------------|-------------|-------------|-------------|---------------|-------------|-------------|
| | 頻度 | 量 | 過剰摂取 | Mean (SD) | 頻度 | 量 | 過剰摂取 | Mean (SD) | 頻度 | 量 | 過剰摂取 | Mean (SD) |
| 社交 | .05 | .02 | -.03 | 2.12 (0.99) | -.18† | .10 | -.01 | 3.07 (0.96) | -.08 | -.41*** | -.02 | 2.30 (1.11) |
| 愉しみ | .19* | .09 | -.28*** | 3.00 (0.90) | .35*** | .06 | .11 | 3.23 (0.91) | .39*** | .37*** | .02 | 3.02 (1.03) |
| 同調 | -.13 | -.06 | -.07 | 1.66 (0.84) | -.08 | -.15 | .13 | 2.20 (0.86) | -.07 | .01 | .06 | 1.75 (0.89) |
| ストレス対処 | -.12 | -.02 | .29** | 2.50 (1.00) | .00 | .11 | .05 | 2.35 (0.97) | -.05 | .09 | .16 | 2.14 (0.99) |
| Mean (SD) | 6.55 (0.79) | 282.22 (271.25) | 2.85 (1.38) | | 5.04 (1.24) | 525.76 (675.25) | 2.28 (1.20) | | 6.20 (0.95) | 51.73 (45.16) | 1.74 (1.12) | |
| Adjusted R ² | .02 | .02 | .05** | | .05** | .01 | .03† | | .07** | .07*** | .02 | |

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$, † $p < .10$

嗜好品別に結果を以下記述する。喫煙に関しては、愉しみ動機は喫煙行動の頻度を高めるが、過剰摂取感は愉しみ動機と負の関連が見られ、ストレス対処動機と正の関連があることも見出された。飲酒に関しても、愉しみ動機は飲酒の頻度を高めるが、社交動機ではむしろ頻度は低くなる傾向にあることが見出された。コーヒー摂取に関しては、摂取量及び頻度は愉しみ要因が正の影響を及ぼしていることが見出された。一方、社交動機は摂取量と負の関連が見られた。まとめると、どの嗜好品とも愉しみ動機は嗜好品の摂取頻度な

いしは量と正の関連がみられるが、その他の動機とはあまり関連が見られないこと、また喫煙行動のみ過剰摂取感と摂取動機との関連があることが明らかとなった。

親密な他者の嗜好品摂取頻度が社会人の嗜好品摂取の頻度・量に及ぼす影響

大学生だけでなく社会人に対しても、親密な他者からの嗜好品摂取の影響が見られるのかについて検討する。研究2では、対人領域を配偶者、親しい職場の同僚、親しい職場の上司、職場以外の友人とした。研究1と同様、親密な他者とその嗜好品摂取をしている親友の人数を説明変数とし、嗜好品摂取頻度ならびに量をそれぞれ目的変数とする重回帰分析(強制投入法)を行ったところ、表6の結果が得られた。なお、対人領域のうち、職場の同僚、職場の上司、職場外の友人の3領域において、相関係数がどの嗜好品に関しても.80以上と非常に高く、重回帰分析において多重共線性が生じ、推定値が正確ではなくなる恐れがあったことから、職場の同僚のみを分析対象とすることとした。

表 6. 親密な他者の嗜好品摂取の頻度が社会人の過剰摂取頻度・量に及ぼす影響

| | たばこ(N=198) | | | 酒(N=200) | | | コーヒー(N=200) | | |
|-------------------------------|------------|-----|----------------|----------|------|----------------|-------------|------|----------------|
| | 頻度 | 量 | Mean (SD) | 頻度 | 量 | Mean (SD) | 頻度 | 量 | Mean (SD) |
| 配偶者 | .12 | .01 | 3.87 (2.98) | .18* | .14 | 4.12 (2.26) | .17* | .15 | 5.38 (2.02) |
| 親しい職場の 同僚 | .15* | .03 | 5.12 (2.63) | -.01 | -.02 | 4.01 (2.42) | .11 | -.05 | 5.81 (2.16) |
| 友人の人数 | .00 | .00 | 3.39 (1.48) | .14* | .06 | 4.26 (1.42) | .20** | .06 | 3.84 (1.75) |
| <i>Adjusted R²</i> | .03* | .00 | | .03* | .01 | | .09*** | .01. | |

*** $p < .001$, ** $p < .01$, * $p < .05$

嗜好品全体に共通な結果として、親密な他者の摂取頻度は、自身の嗜好品摂取量には影響を及ぼさないが、頻度と正の関連があったことが明らかとなった。対人領域別の嗜好品摂取頻度の影響度は比較的低かったが、たばこに関しては親しい職場の同僚の喫煙頻度と正の関連があり、コーヒーと酒に関しては配偶者の頻度と友人の人数が自身の嗜好品摂取頻度と正の影響を及ぼしていた。このことから、たばこは職場の同僚の影響を受けた行動であることを示唆しているが、コーヒーや酒に関しては、職場というよりは家庭や日常生活において親しい者の影響を受けて行うものであることが見出された。

職場の嗜好品受容度と職場満足感及びストレスとの関連

本セクションでは、職場の嗜好品受け入れ環境と職場満足感及びストレスとの関連について検討する。職場で嗜好品摂取に対して理解があると、職場での嗜好品摂取によって良好な人間関係を築くことにつながり、それが職場の満足感を高めたり、ストレスレベルを低減させたりする効果も想定できよう。まずは嗜好品の違いを考慮にいれず、探索的に嗜好品全体の傾向を検討するために、嗜好品摂取に対する職場の受容度を説明変数として、

職場の関係の質（サポート及び葛藤）を媒介変数とし、さらに目的変数として職場満足感ならびに職場のストレスナーへの認知（質的負荷、量的負荷）とするパス解析を行った。

図4に示すように、職場の嗜好品に対する受容度は、職場の人間関係を良好なものにする効果（職場の同僚からのサポート量を増加させ、同僚との葛藤を軽減させる効果）がみられた。さらに職場のサポート量は職場満足感を高めると同時に質的ストレスナーの程度を軽減するという結果が見出された。本モデルの適合度も十分であった（ $df = 15$, $\chi^2 = 19.70$ *n.s.*, $\chi^2/df = 1.99$, $GFI = .989$, $CFI = .993$, $RMSEA = .023$ ）。

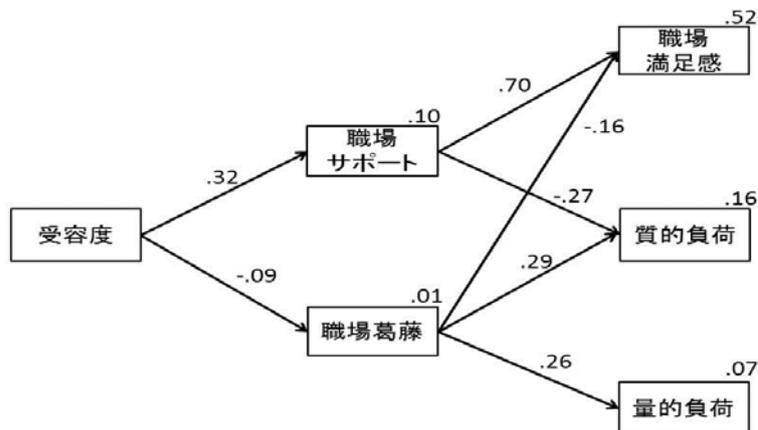


図4 職場の嗜好品に対する受容度、職場の人間関係の質、満足感、ストレスナーの認知との関連（コーヒーに関するモデル）

さらに、嗜好品間での違いについて検討するために、多母集団同時分析により、それぞれのパス係数に等値制約を課し、変数の影響度について検討した。その結果、嗜好品の受容度から職場サポート感へのパス以外は、嗜好品間で異なっておらず、等値制約を課したモデルと初期モデルの適合度には有意な差がみられなかった（ $\Delta\chi^2(12) = 10.32$, *n.s.*）。つまりどの嗜好品においても、職場でその嗜好品摂取が認められている（または奨励されている）という受容感（受容度）は職場の対人関係の質を高め、職場の満足感を高めるとともに仕事に対するストレスナーを軽減する効果があると認知されているということである。本モデルでの嗜好品による違いは、受容度から職場サポートへのパス係数であり、図4に示すようにコーヒーに対する受容感（受容度）は職場のサポート量に強く影響し（ $\beta = .32$ ）、酒に対しても一定の効果を示すが（ $\beta = .15$ ）、タバコに関してはその影響度は有意でない（ $\beta = .08$ ）という結果であった。

受容度から職場葛藤に対するパス係数には嗜好品間での影響度の違いは見られないという結果ではあったが、酒においてのみ、受容度からの職場葛藤への影響度は有意な値であった（ $\beta = -.19$ ）。つまり、嗜好品の受容度が高まると職場葛藤の程度も低減するという効果は酒のみに限られ、その値は嗜好品間で同等であるとみなされる程度に効果は小さいという結果であった。

嗜好品摂取の職場、家族ならびに友人要因との影響（社会生態学的モデル）

職場環境における嗜好品摂取の影響はストレスを低減し、職場満足感を高めるという効果が見られたが、社会生態学的影響が日常生活一般の主観的幸福感に見られるのかを本セクションで検討する。研究1と同様に、親密な他者の影響を、家族、親友、職場の同僚との関連から検討する。肯定的な関係性の指標であるサポートと否定的な関係性の指標である葛藤の両要因からなる各対人領域の関係の質を説明変数とし、嗜好品摂取動機を媒介変数、主観的幸福感を目的変数とする共分散構造分析を、嗜好品の影響を考慮に入れず、社会人全体を対象として行った。その結果、モデルの適合度は十分であった ($df = 26$, $\chi^2 = 27.55$, $p = .381$, $\chi^2 / df = 1.06$, $GFI = .991$, $CFI = .999$, $RMSEA = .010$) (図5参照)。

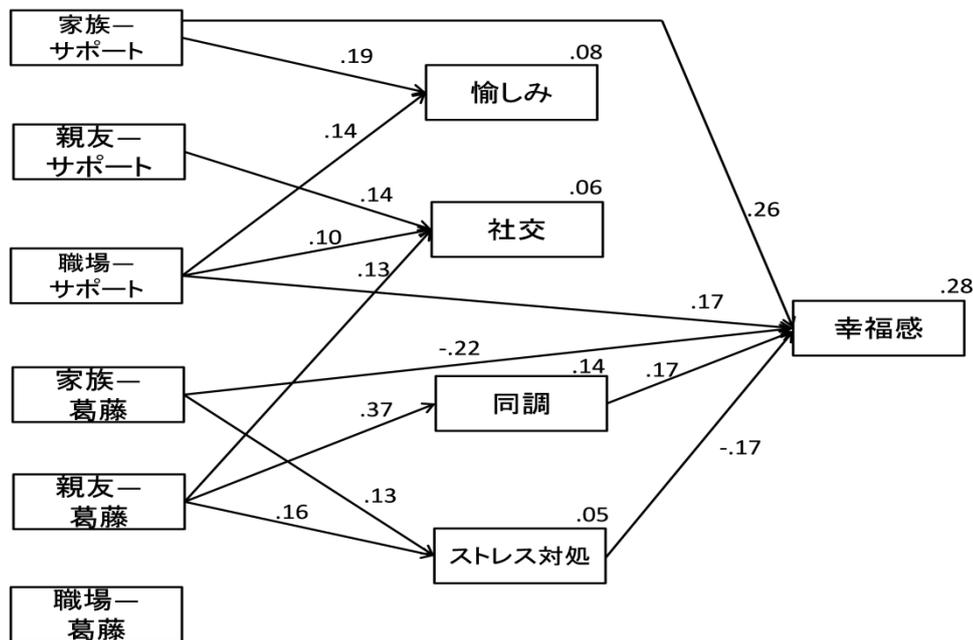


図5 関係の質、嗜好品摂取動機、主観的幸福感の関連（社会人全体に関するモデル）

結果の概要は以下のとおりである。家族、職場、親友という異なったレベルでの関係性の良し悪しは嗜好品摂取動機に影響を及ぼすものの、嗜好品摂取動機と主観的幸福感との関連では同調ならびにストレス対処動機としか影響が見られず、研究1のように嗜好品摂取動機が日常の幸福感受到に及ぼす影響は限定的であった。しかし予測どおり、関係の良し悪しは嗜好品摂取動機には影響を及ぼしている。具体的には、家族、職場、親友からのサポートは、より積極的な嗜好品摂取動機と正の関連を示しており、関係の良好さは、嗜好品を愉しみ、社交するための動機を高めることが見出された。一方、職場葛藤については関連がみられないものの、家族や親友の葛藤は、同調またはストレス対処のためという否定感情の回避を目的とした動機と正の関連が見られた。主観的幸福感とは、ストレス対処動機とは負の関連があり、同調は正の影響を及ぼしている。大学生では楽しみ、社交という積極的な動機と主観的幸福感には関連がみられていたが、社会人ではこのような関係は見

られなかった。

嗜好品ごとの違いをさらに検討するために、多母集団同時分析によって、パス係数に等値制約を課して検討したところ、以下の表7のような結果が得られた。違いが見られたパスの一般的傾向として、たばことそれ以外の嗜好品との間に影響度が異なるということが見出された。具体的には、親友や職場のサポートが増すと、酒ならびにコーヒーの愉しみ、社交動機が高まる傾向があるにもかかわらず、たばこではその傾向が見られないこと、また親友との葛藤が高まると、ストレス対処型の動機も酒、コーヒーでは高まるが、たばこの場合は社交的動機が高まることが見出された。主観的幸福感との関連では、酒のみ同調要因が正の影響を及ぼしており、ストレス対処動機による嗜好品摂取は、そうなればなるほど主観的幸福感を低減させてしまうという結果であった。

表7. 各パスの標準化係数

| パス | たばこ | 酒 | コーヒー | 嗜好品間の差 |
|-------------|------|------|------|--------|
| 家族サポート→愉しみ | .25 | .22 | | なし |
| 親友サポート→社交 | | .16 | .20 | あり |
| 職場サポート→愉しみ | | .18 | .22 | あり |
| 職場サポート→社交 | | .29 | .12 | あり |
| 家族葛藤→ストレス対処 | .19 | .14 | .10 | なし |
| 親友葛藤→社交 | .34 | | | あり |
| 親友葛藤→同調 | .40 | .42 | .39 | なし |
| 親友葛藤→ストレス対処 | | .25 | .21 | あり |
| 同調→幸福感 | | .27 | | あり |
| ストレス対処→幸福感 | -.15 | -.27 | | なし |

5%水準で有意であったパス係数のみを掲載

総合考察

大学生と社会人という異なる世代の調査参加者から得られた両研究結果を、まず嗜好品摂取動機と頻度・量という観点から、本セクションでは考察する。その後、社会生態学的な視点から嗜好品摂取頻度・量への影響に関して、さらに関係性と主観的幸福感や職場満足感などのウェルビーイングとの関連について考察を加える。

まず、嗜好品摂取動機と嗜好品摂取頻度・量との関連に関して、本一連の研究を通してほぼ一致した結果が得られたことは、嗜好品摂取行動は世代間で安定したものと解釈することができる。Cooper (1994) の米国での調査と比較すると、本研究では摂取動機と頻度・量との強い関連はみられないものの、嗜好品摂取は愉しみ、社交的な動機と正の関連があり、これまでの論考どおり、嗜好品摂取は快感情を希求することを主目的としていることが明らかとなった。これは、雑賀 (2010) の指摘する日常生活の中のちょっとした余剰として嗜好品を嗜み、愉しむという目的から嗜好品が摂取されていることを改めて裏付けられたことになろう。一方で、日常的にはストレス発散のために飲酒をしたり喫煙をしたり

するというような言説があるように思われるが、本研究ではストレス対処動機は過剰摂取感に正の影響を及ぼしていることから、必要以上に吸いすぎ・飲みすぎという感覚を助長してしまっているようである。このような過剰摂取感は依存症という良好でない精神的健康との関連も指摘できるかもしれない、ストレス対処のための摂取は注意が必要であろう。

社会生態学的な視点から以下考察を加える。まず全体的な傾向として、嗜好品摂取頻度・量に関する社会生態学的影响については、相対的な影響度は低いものの、友人や家族の摂取頻度と自身の摂取頻度・量にはある程度関連があることから、社会生態学的影响はあると判断できる。特に嗜好品によってその関連は異なっているようである。喫煙に関して、大学生では親友や恋人の頻度と量と明確に関連がみられ、また社会人では職場の同僚の頻度と関連があることから、これは「ピア効果」として知られている親密な他者の行動パターンに影響を受けていることがうかがえる。飲酒に関しては、大学生および社会人ともに、友人というよりは、両親や恋人、配偶者というより親密で私的な空間を共にする人々との相互作用に影響を受けているようである。

さらには、友人の数という友人関係のネットワークサイズに影響を受けていると考えられることから、飲酒は、親密な関係の「幅」と「深さ」の両方から影響を受けやすいと考えられる。コーヒーに関しては、喫煙や飲酒と異なり、ある特定の人々の摂取頻度というよりは、友人の人数や周囲の雰囲気の影響を受けて摂取していると考えられる。以上まとめると、喫煙は特定の他者で行う傾向が強いが、酒ならびにコーヒーを飲むことは特定他者の影響の他、友人のネットワークサイズという関係の広がりという観点から行われている性質の異なるものと解釈可能であろう。

次に、親密な他者との関係性の質と嗜好品摂取動機や幸福感との関連に関して考察する。一連の本研究による結果では、類似点と相違点が見出された。類似点としては、両研究ともに比較的低い影響度ではあるが、親密な他者の嗜好品の摂取頻度と自身の愉しみないしは社交という動機と正の関連がみられたことである。関係性が良好であると、嗜好品に対してもより快感情を積極的に求める動機と正の関連がみられ、嗜好品摂取が日常生活の質を高める効果があるという解釈が可能である。さらに、親友や家族との葛藤という否定的な関係性は、ストレス対処のための摂取動機との正の関連がみられ、さらに日常生活全般の幸福感とは負の関連が見られるという結果となっており、対人葛藤によるストレス対処のための嗜好品摂取は、幸福感を低減させてしまっている。これは過剰摂取感の研究結果と合わせると、ストレス対処のための目的で行う嗜好品摂取は、過剰摂取感を高めると同時に主観的幸福感も低減させてしまうことから、ストレスコーピングの一方略としてあげられているものの (Carver, 1987)、対人葛藤から回避するために行われているその場しのぎの方略であり、あまり心理的安寧には寄与しないと考えられる。対人葛藤によるストレスを低減する目的で嗜好品摂取が行われる効果は、職場環境のストレスへの認知においては肯定的に認められたものの、一般的な幸福感との関連は薄いようである。嗜好品を

摂取する際には動機に対する認知的枠組みを、ストレス対処という否定回避的な動機から、リラックスするためというよりポジティブな感情を持つような愉しみ動機を意識化させ、嗜好品を摂取するような工夫が必要とされるのかもしれない。

両研究の相違点として、大学生と社会人では関係性の質と主観的幸福感との関連は異なっていたことがある。大学生においては、関係性の質と主観的幸福感には直接の関連というよりは、嗜好品動機がそれらを媒介する効果が見られていたのに対して、社会人では職場での嗜好品摂取受容度が大きな影響を及ぼすものの、日常の主観的幸福感には残念ながら嗜好品摂取の動機はあまり関連が見られないという結果であった。この理由としては、酒、たばこは成人になって初めて法律上許容されるものであることから、それを嗜み始めた学生にとっては、その嗜好品摂取が与える心理的・対人的効果が顕著に表れたと考えることができる。一方、社会人では、嗜好品摂取動機によって幸福感が必ずしも影響されなくなっているのは、日常的な習慣としてただなんとなく嗜好品を摂取し、また人生経験が豊かになることによって、主観的幸福感に関連する要因が多岐にわたるようになっていることが考えられる。

大学生と社会人との相違性の2点目として、社会人のみ、飲酒に関して同調動機が主観的幸福感に正の影響を及ぼしていた。このことは一見すると解釈しづらいように思われる。しかし、お互いに立場の違いから意見を主張し合わなければならないというような葛藤がある関係性の中で、他者と調和しながら良好な対人関係を築くために相手の勧めに応じて飲酒をするという同調動機から摂取することも重要だとも考えられる。もしかすると欧米のような個人主義社会においては、個人の愉しみとして専ら嗜好品摂取が行われる傾向がある一方、日本のように他者との関係性が重視されるような社会においては、他者との調和を重んじる必要があるからこそ、同調動機として顕著に見られるような傾向なのかもしれない。世代間の違いでは、社会人では、家族や職場のサポートという良好な関係性が主観的幸福感に影響を及ぼすという結果となっていることから、むしろ大学生の個人的要因による快感情の希求という影響の強さが際立った結果となっているとも考えられる。

社会生態学的モデルからの本研究結果の結論として、やや明確な関係が見えづらいものの、大学生及び社会人ともに嗜好品摂取の動機及び頻度は、嗜好品に内在化している効用的な特徴に影響されながらも、嗜好品摂取は個人行動というよりは、親密な他者との関係性の質(関係の良し悪し)、深さ(親密性の程度)、幅(友人の人数)という多面的な影響を受けながら、嗜好品が摂取されていると考えられよう。

このように一定の成果がみられた研究結果ではあるが、限界も存在する。まず大きな限界としては、米国での研究と異なり、嗜好品摂取動機と嗜好品摂取量や頻度との関連ならびに社会生態学的影響の相対的な低さが挙げられる。この限界を克服するためにはより一層精緻な研究手法を使用することが望まれる。例えば、実際の行動の測定に関しては、近年の動向として、ある時刻に研究者が調査参加者に情報通信機器で連絡をし、その瞬間に

行われた行動を記録してもらうという生態学的経時評価法 (Ecological Momentary Assessment) による研究も行われている。また複数の社会生態学的レベルの影響を検討するために、マルチレベルのデータを扱う階層線形モデル等、より精緻な研究方法もとられるようになってきている。このような研究方法を実施することによって嗜好品摂取行動と心理的要因との関連の予測精度を高めることができる。

第2の限界としては、本研究の対象者は、過去1か月に摂取経験のある者を対象としたため、その嗜好品摂取を行わない人々も含めた心理的要因の検討にはなっていないことである。嗜好品を積極的に摂取している人とさほど摂取していない人とではどのような心理的プロセスが異なっているのか比較検討することによって、より詳細な嗜好品をめぐる心理的・対人的機能が明確になった可能性がある。

複数の限界は存在するが、たばこ、酒、コーヒーに代表される嗜好品摂取行動と心理的・対人的機能に関して、本研究結果を受けて、日常生活や嗜好品産業に有効と思われる示唆も可能である。例えば、日常的な嗜好品摂取に対して、ストレス対処のためではなく、愉しみや社交動機による摂取を行うことを奨励するような教育プログラムを作成することが可能かもしれない。また職場においては、嗜好品の受容度を高める工夫をすることによって、ストレスに対する認知を低減し、職場の満足度も高めるような職場づくりを提案できよう。さらに嗜好品摂取の心理的・対人的効果の研究を深化させていくことにより、心理的安寧や生活の質の向上につながるような嗜好品摂取のプロセスが解明されていくことを期待したい。

5. 引用文献

Arnett, J. J. Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 2000, vol. 55, pp. 469-480.

Branstetter, S. A., Low, S., & Furman, W. The influence of parents and friends on adolescent substance use: A multidimensional approach. *Journal of Substance Use*, 2011, vol. 16, pp.150-160.

ブロンフェンブレナー U. 磯貝芳郎・福富護 (訳)、『人間発達の生態学—発達心理学への挑戦—』、川島書店、1996。

Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, J. K. Assessing coping strategies: A theoretically based approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1989, vol. 56, pp.67-283.

Cooper, M.L. Motivations for alcohol use among adolescents: Development and validation of a four-factor-model. *Psychological Assessment*, 1994, vol. 6, pp.117-128.

- Furman, W. & Buhrmester, D. The Network of Relationships Inventory: Behavioral Systems Version. *International Journal of Behavioral Development*, 2009, vol. 33, pp. 470-478.
- Glanz, G., Rimer, B. K., Viswanath, K. Health behavior and health education: Theory, research, and practice (4th ed.) . John Wiley & Sons, 2008.
- グラズ, G.・リマー, B.・ルイス, F. M. (著) 曾根智史・湯浅資之・渡部基・鳩野洋子 (訳)、『健康行動と健康教育—理論、研究、実践—』医学書院、2006。[Glanz, K., Rimer, B. K., & Lewis, F. M. Health behavior and health education: Theory, research and practice (3rd ed.) . John Wiley & Sons, 2002.
- 伊藤裕子・相良順子・池田政子・川浦康至、「主観的幸福感尺度の作成と信頼性・妥当性の検討」、『心理学研究』、2003、74 巻、276-281 頁。
- 小杉正太郎・田中健吾・大塚泰正他、「職場ストレススケール改訂版作成の試み (I) : ストレッサー尺度・ストレス反応尺度・コーピング尺度の改訂」、『産業ストレス研究』、2004、11 巻、175-185 頁。
- Leatherdale, S., McDonald, P. W., Cameron, R., Jolin, M. A., & Brown, K. S. A multi-level analysis examining how smoking friends, parents, and older students in the school environment are risk factors for susceptibility to smoking among non-smoking elementary school youth. *Prevention Science*, 2006, vol. 7, pp. 397-402.
- 中谷素之、「余暇における嗜好品摂取が動機づけ過程および心理学ウェルビーイングに及ぼす影響」、『平成 24 年度公益財団法人たばこ総合研究センター助成研究報告』、2013、145-166 頁。
- Oetzel, J. G., Ting-Toomey, S., Rinderle, S. Conflict communication in contexts: A social ecological perspective. In J. G. Oetzel & S. Ting-Toomey (Eds.) , *The Sage handbook of conflict communication* (pp.727-739) . Sage, 2006.
- 佐藤有耕、「青年期の友人関係」、大野久編著『エピソードでつかむ青年心理学』、ミネルヴァ書房、2010。
- 瀬戸正弘・高田晴香・小川恭子・上里一郎、「喫煙動機評価尺度 (RSAS) の作成ならびにニコチン依存が喫煙のストレスコーピングとしての役割に及ぼす影響」、『人間科学研究』、1998、11 巻、101-108 頁。
- 高田公理・嗜好品文化研究会 (編)、『嗜好品文化を学ぶ人のために』、世界思想社、2008。
- Ungar, M., *The social ecology of resilience: A handbook of theory and practice*. Springer, 2012.
- 雑賀恵子、『快樂の効用—嗜好品をめぐるあれこれ—』、ちくま新書、2010。

6. 英文アブストラクト

Psychological and Interpersonal Functions of the Consumption of Tobacco, Alcohol, and Coffee: A Socio-Ecological Perspective

MORIIZUMI Satoshi (Nanzan Junior College)

The purpose of the current study was to examine multiple socio-ecological influences of interpersonal domains such as friends, family, and co-workers on motivation for the consumption of tobacco, alcohol, and coffee, and its accompanying behavior and feelings related to frequency, amount, and over-consumption. The associations among relationship quality in interpersonal domains, motivation of intaking these substances, and subjective well-being were also investigated. To achieve these goals, two studies were conducted. Collecting data from university students, Study 1 examined how friends and family members' frequency and amount of using these substances influenced the intake of the substances, and how the relationship quality of friends and family members impacted on motivation for intaking the substances, and subjective well-being. Study 2 was conducted with a similar purpose to Study 1 on full-time office workers whose ages ranged between 25 and 64.

The general results revealed that: a) the consumption of tobacco, alcohol, and coffee was motivated by four factors along with the two dimensions of psychological-interpersonal and positivity-negativity avoidance, including enjoyment, social exchange, stress management, and conformity; b) both university students and office workers were motivated to intake these substances for enjoyment and social exchange when those of close relationships are more frequent users; c) friends' use of substances had impact on that of university students while co-workers and family members' use influenced on that of office-workers; d) the relationship quality of friends and co-workers had a relatively strong effect, mediated by the motivation of intaking substances, on subjective well-being for both samples. In particular, office workers' feelings of accepting the use of these substances in the working environment promoted their overall workplace satisfaction, mediated by positive relationship quality in the workplace.