（要約版）

若者の飲酒経験に関する研究
―ライフステージごとの歩みと動機に注目した質的研究―

滝口　沙也加（宮城大学食産業学群）

1. 研究目的

わが国における酒類の消費量は平成 8 年をピークに減少傾向にある。年代別ではとくに 20～30 代の若者ほど飲酒行動の定着がなされていない。

若者の飲酒に関するこれまでの研究としては、飲酒行動との関連要因を定量的に明らかにする分析がなされてきた。しかし、若者において飲酒行動がどのように定着していくのか、そのプロセスに注目し分析した研究は行われていない。若者における飲酒行動の定着がみられない状況をふまえれば、どのような過程のなかでどういった変化が生じ飲酒行動の定着がなされるのか（否か）といったプロセスの把握が重要となる。

本研究では、質的研究というアプローチを用いて、若者がどのような過程を経ることで飲酒行動が定着していくのか（しないのか）という視点から、若者の飲酒経験について時間経過をふまえて明らかにすることを目的とする。このことにより、現代における若者の飲酒行動の定着を促進あるいは阻害する社会的な要因を考察し、今後の消費のあり方の検討に貢献することが本研究における社会的意義である。

2. 研究方法

人間の経験を時間経過との関係の中で捉え、当事者の行動選択や意思決定の径路をモデル化する複線径路等至性モデリング（Trajectory Equifinality Modeling）を用いる。

調査は 2022 年 8～9 月にオンライン上で 90 分程度のパーソナルインタビューを行った。インタビューでは、「初めてお酒を飲んだ頃」から「現在」における状況やその時の心情について質問をすることを事前に伝えたうえで、インタビューを行った。なお、被験者は首都圏在住で学生を除く 20～30 代の有職者 12 名で、リサーチ会社（(株）ドゥ・ハウス）所有のリストから抽出した。いずれも飲酒経験者であり、現在の状況として「習慣的にお酒を飲んでいる」（継続者）か、「ほとんどお酒を飲んでいない」（中止者）か、という 2 つの属性の比較を通じ飲酒経験の特徴を分析していく。

3. 研究成果

継続者と中止者の飲酒経験を比較すると、いずれの属性においても親の飲酒状況や幼少期の飲酒に対する印象は様々であったこと、そして学生時代から社会人時代にお

ける友人や同僚との場に飲酒が密接に関わっていたことは共通している。中止者のなかには、幼少期に抱いていた飲酒の良い印象が学生時代の飲み会によって悪い印象へと変わる人も確認されたが、そうした場合でも、その後の新たな対人関係を築く場での飲酒機会を受け入れ飲酒している。加えて、中止者であっても職場の飲み会が定期的に開催されることで、飲酒習慣が身に付き自宅においてひとりで飲酒するケースも見受けられた。

社会人以降の飲酒経験に注目すると、継続者においては、経済的な余裕や自宅においてひとりで飲酒することへの許容、そして、自宅で過ごす時間の増加により、飲酒頻度が増える。それに対し中止者では、家族構成や友人関係の変化により非飲酒者と時間をともに過ごすようになることや、転職等により職場や部署が変わることで仕事終わりに飲みに行かなくなることを経験し、飲酒頻度が減る。

そして、飲酒に対する意味づけは、継続者および中止者共に、飲酒頻度が変化した後に創造されていく。継続者では“誰かと出会いわいわい飲む”ことや“ひとりの時間は癒しやご褒美”、“味を楽しむ”といった印象が飲酒に対して抱かれる。特に、職場の飲み会を否定的に捉えるほど、友人や自分だけの空間における飲酒の良さに気づき、職場以外の場で飲酒するようになる。一方、中止者では飲酒頻度が減った後に、“お酒の味を楽しみたい”や“お酒は自分の世界を広げてくれるもの”と捉え、“適量を誰かと一緒に飲みたい”という経験に至る。両者いずれも初めて飲酒した際は味を美味しくないと捉えていたものの、継続することで“味を楽しむ”といった変化が生じる。

4. 結論

本研究では、若者の飲酒経験について時間経過をふまえて明らかにした。

習慣的に飲酒している人とほとんど飲酒をしていない人との飲酒経験を比較した結果、次の 2 点が明らかになった。

1 つは、社会人以降における飲酒経験が現在の飲酒状況に影響を及ぼすということである。幼少期や大学生の飲酒経験に大きな違いはみられなかった。むしろ、社会人以降において、経済的な余裕や、ひとりでの飲酒を許容すること、そして、自宅で過ごす時間が増える等の要因によって飲酒頻度が増える。一方、家族構成や友人関係の変化により非飲酒者と共に過ごすようになることや、職場や部署が変わることで仕事終わりに飲酒することがなくなること等の要因により飲酒頻度が減る。

2 つ目は、飲酒に対する印象や評価はその時々によって変化していくということである。飲酒を続けることで、初めて飲酒した際には評価されなかった味を“楽しむ”ものとして捉える。そして、誰とどこで飲酒するのかにより、各人の飲酒への印象や評価が創造されていく。