

[博士論文審査要旨]

申請者：織田由美子

論文題目 消費の脱スティグマ化：「婚活」を事例として

審査員 松井 剛
ジェスパー・エドマン
中村 英仁

本論文の目的は、スティグマ化された消費様式が、人々に受け入れられるようになるプロセスを明らかにすることである。本論文によれば、かつて日本では商業的なサービスを使って結婚相手を探すことには、否定的なイメージ（スティグマ）があった。しかし 2000 年代終わりから「婚活」ということばが普及することで、そうしたイメージが払拭された。そのプロセスにおいて観察された様々な利害関係者の行動や認識を、本論文は事例研究を通じて明らかにしている。

本論文には 3 つの貢献がある。

第 1 の貢献は、ある種の消費に与えられたスティグマがどのようにしてなくなるのか、という理論的かつ実務的に興味深い問題設定をしていることである。使うのは恥ずかしいが、必要とされている製品カテゴリーは少なくなく、これを克服するために実務家は苦勞している。このスティグマが払拭されるプロセスを制度変化として捉えることは社会学では一般的ではあるが、マーケティング研究においては理論的も経験的にも必ずしも十分に深掘りされていない。この意味で、本論文の問題設定は、未開拓かつ重要なものである。

第 2 の貢献は、脱スティグマのプロセスを捉えるために、社会学における「翻訳」（translation）という概念を新たに導入していることである。ここで言う「翻訳」とは、普及プロセスにおいて、様々な人々が参入して解釈することにより、意味が再構成されていく現象を説明する概念である。この概念は、近年、消費文化理論において注目され始めたものであり、本論文の事例とフィットするものである。この適切な選択は、制度理論をはじめとする多様な文献を丁寧にレビューした努力の結果である。

第 3 の貢献は、翻訳の概念を鍵として、大量のデータに基づいた丁寧な事例分析が行われていることである。関係者 33 名に対するインタビュー、新聞記事 4,646 件へのテキストマイニング、雑誌記事タイトル 1,797 件へのテキストマイニングおよび記事本文への定性的内容分析を行っている。その結果、婚活の脱スティグマ化のプロセスをダイナミックに描くことに成功している。

しかし課題がないわけではない。第 1 に、本論文の理論的貢献が必ずしも明確にアピールできていない。制度理論や翻訳理論などに現象を当てはめて説明することには成功してい

るものの、これらの理論に対する新たな視点の提示というところまでは至っていない。また第1の点に関連することとして、第2に、「婚活」ブームが、制度変化なのか、それとも単なる脱スティグマ化なのか、あるいは双方を含むプロセスとして捉えているのか、という解釈上のぶれが見られることである。しかし、むしろこうした課題は、今後、展開すべき研究課題が何かということに光を当てていると言え、決して本論文の貢献を損なうものではない。

よって、審査員一同は、所定の試験結果をあわせ考慮して、本論文の筆者が一橋大学学位規則第5条第1項の規定により一橋大学博士（商学）の学位を受けるに値するものと判断する。