

# 自己呈示と消費者の消費行為の関連に ついての分析

## —インフルエンサー経済を中心に—

YAN PEIQI

キーワード: インフルエンサー経済、自己呈示、消費行為、葛藤

本稿では、現代社会の消費は「記号消費」だけではなく、「自己満足感の重視さ」という消費体験をアップすることも含意していると考えられる。

自分のことが大切、モノを通じて「個人性」を表す中で、消費が人の自己表現になりつつある。中国国内消費市場で「夜間経済」は穏やかな成長を続け、サービス消費、ニーズ消費が高まり、ファン経済を踏まえたインフルエンサー経済の出現は、インターネットが時間や空間上の制限を取り払うことで、人の消費手段を拡充して、消費を促進する。

中国は 2000 年～2015 年の 15 年の間で、急速な発展と伴って、「モノがない時代」から「物質主義」への反発する人が増えた。現在中国のライフスタイル時代は、多くの情報がインターネットを經由して受け入れられる。流行っているアプリやウェブサービス、プラットフォームといったものの多くが「生活」をブランドとしてのコピーを取り入れていることは、社会の雰囲気や消費社会が到達し、「自分が好ましいスタイル」という概念の提唱に従って、服の選択を通じて、「自分はどういう人間か」ということを表せ、さらに自分より「他人の視点の下で自分はどのような感じなのか」という思考も内包するようになった。消費社会では、服の変化は個人の価値観の変化の一角に見える。

2014 年後中国の経済成長率に対する最終消費支出の寄与度は資本形成を上回り、経済成長の最大のけん引役となり、「消費高度化」という話題も近年頻繁に提起されるようになった。

2018 年の中国市場を一言で表現するとしたら「新消費時代」という言葉がホットなものである。この新消費時代にヒト、モノ、場が再構築され、オンラインとオフラインの融合が深まり、消費者のライフスタイルも変化した。この「新消費時代」の一つの特徴は、販売路線がインターネットを経て、SNS (タバオライブ配信コマースとウェイボの連携、red というアプリの誕生) 上のソーシャルメディアを

足がかりに多くの新ブランドが成長を続けていることである。

人は何か「価値がある」を感じたら、お金を出してモノを買う。過去の価値は、モノ本体をもたらす機能に基づくことである。現代は「欲しい」という主観的な所有欲の上、このモノから自分は何をもらい、何か求められるということにある。つまり、物質的な消費から精神的な消費への変換は、新消費の中核となっている。

その新消費背景を踏まえ、インフルエンサー経済の影響、消費者の消費行為とインフルエンサーの自己呈示はどのようなつながりがあるのか説明をする。インフルエンサーの自己呈示を通じて、個人で独立したインフルエンサーと会社に所属しているインフルエンサーらの自己呈示の仕方などを明確にし、自己呈示の行い方に伴って、他のことに影響しているかに注目している。そしてなぜ今の中国でインフルエンサー経済は社会現象になったことよりし、インフルエンサーらの自己呈示は消費者の消費行為に何か影響を与えるのかという問題から、インフルエンサー側の自己呈示後の精神的・内面的なことも社会学的視野から分析したい。この分析を行うことで現代中国のインフルエンサー熱・インフルエンサー経済の背景を把握することが可能になると考えられる。

本稿で、インフルエンサー経済を代表できる例を挙げて、中国インフルエンサー熱の端を開く第一人者とみなす張氏大奕を分析する。中国若者の自己形成とファッション意識の関連やインフルエンサー自己呈示と消費者消費行為の関連など問題に対してもっと深く理解ができる。半構造化インタビューを利用して、調査対象の意見や感想を記録する。その中で、調査対象のことを理解し、共感し、新たな発見に出会う可能性がある。そして、インフルエンサーらが自己呈示について行っていることを深く理解でき、インフルエンサー側がどうやって消費者に影響を与えるのかという問題の分析と検討もできる。

以上の研究過程を踏まえて、本稿の結論として次のことが言える。

第1に、インフルエンサー経済と消費行為の関連について、インフルエンサーからの評価・勧誘など感情的に刺激があるので、消費者の消費行為に対して促進効果を果たした。

第2に、インフルエンサー経済のなかのインフルエンサーらは自己呈示を行うことが不可欠である。

第3に、「買い物依存症」のような消費を熱中している人がいる。インフルエンサー経済を中心に躍進する中国で、消費者の中に、「消費依存」ということ存在が明らかになった。

その上に、本稿には、現在の中国の若者にある「消費して当然、しなければ貧困や病」という価値観からもたらされる過度な消費の実態を明らかにすることである。