

〈論文〉

ノマド的ライフスタイル現象に関する所説とその社会構造的な背景

吉 村 純 一

はじめに

1. ノマド概念をめぐる所説の検討

- (1) 一般的ノマド概念
- (2) 現代社会論におけるノマド概念
 - ① ドゥルーズとガタリの知的労働者像
 - ② メルッチの社会運動論
 - ③ アタリによるノマド概念の階層化

2. わが国におけるノマド概念の受容

- (1) 「ノマド」概念の消費
- (2) 実践的ノマド論の生き方論

3. 社会構造的実態からみるノマド的ライフスタイル

- (1) 職業・職種構造の変化
- (2) ノマド的ライフスタイルのインフラストラクチャー

4. ノマド的ライフスタイルが示す時代の転換

おわりに

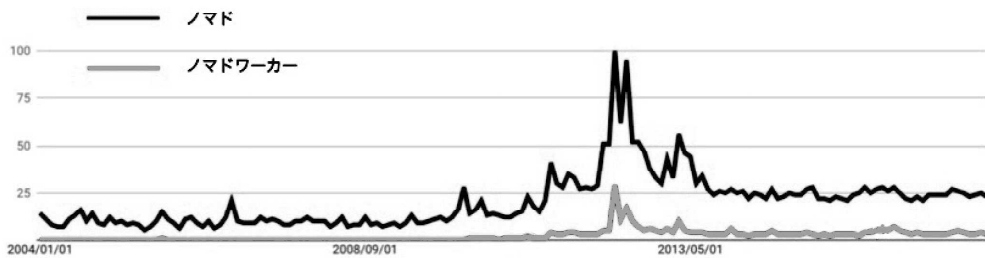
はじめに

本稿の目的は、ノマド的ライフスタイル現象に関する所説を整理し、そのようなライフスタイルが生まれるにいたった社会構造的な背景について実態的な分析も織り交ぜながら明らかにすることである。

もともと「ノマド」という用語は、一般的には定住地を持たず移動生活を送る遊牧民族を指す。現代社会における人々の暮らしのあり方を明らかにするためにこの用語が使われる場合がある。そのような試みの初期の作品にドゥルーズとガタリの『千のプラトー』がある。彼らの議論以降、主としてヨーロッパでは現代社会のあり方やその方向性をめぐる議論において、それは前向きな言葉として用いられてきたといえよう。本稿ではこれらのうち主たるものを紹介する。そしていつものようにその批判的な性質やラディカルな特性を希薄化して、

人畜無害な流行り言葉として消費するわが国における概念の受容プロセスについても紹介したい。

図表1 「ノマド」および「ノマドワーカー」の検索傾向



（出所）Google Trend（2017.8.19 取得）

（注）検索語は、ノマド+ノマドワーカーであり、地域は日本に限定した上で、2004年1月1日～2017年7月19日の期間における傾向を明らかにした。

Googleトレンドで調べてみると¹、ノマドという用語がもっともGoogle上で検索されたのは、2012年4月のことであった。それ以降、ほぼ1年にわたり急速に人々の関心を集め、やがて一般化したように思われる（図表1）。2010年代のわが国において「ノマド」という言葉が消費され、ノマド的なライフスタイルに対して関心が持たれたことは明らかである。もっとも、人々のノマドへの関心が高まったその社会的な背景や構造はいかなるものなのか必ずしも明らかではない。それはまたドゥルーズやガタリが語った現代社会の像とどのように重なりそしてずれているのかといったことが本稿の関心の中心である。

マーケティング論や消費論の文脈においてノマド的ライフスタイルの分析が有している意義について触れておきたい。ノマドあるいはノマドワーカーといったライフスタイルを語る上で、欠かすことができない2つのブランドがある。スターバックスとアップルである。ノマドワーカーという新しい生き方への共感が広がる一方で、やがて「ドヤラー現象」という一部の人々による揶揄的な表現がみられるようになった。そのシンボルとして語られるのが、スターバックスの店内であり、MacBookシリーズ製品である。「スタバでマックを使って仕事する」は、羨望的であると同時に、冷やかして攻撃されるべきスケープとなった。もっとも、その時代的背景はなにか、そしてブランド戦略との関係はどのようになっているのか、そしてそもそも彼らはスタバでなにをしているのか、明らかではない。

1 Googleトレンドとは、Googleの検索データをもとに、特定の言葉がどのように注目されているのか調べることができるツールである。その言葉がもっとも注目された時点を100として視覚化されており、時系列で見ることができるGoogleが提供するサービスである。

したがって本稿は、ノマド的ライフスタイルとマーケティング戦略の関連を明らかにするという構想の中に位置付けられるものであり、「ノマド的ライフスタイルとブランドが交わる空間についての分析～スターバックスにおけるスケープの解説」とでもいうべき、消費文化理論にもとづくカルチュラル・ブランディングに関する事例分析全体の前半部分を構成するものであることを断っておきたい。

1. ノマド概念をめぐる所説の検討

(1) 一般的ノマド概念

いうまでもなくノマドという用語は、一般的に使用されているものである。『ブリタニカ国際大百科事典』（TBS ブリタニカ、1994 年）によれば、遊牧民＝ノマドとは、「定住地をもたず、移動生活をおくっている民族をいう。語源はギリシア語の *nomas* からきており、牧草を求めて徘徊することを意味する」と定義される。

牧畜遊牧民は、かつてユーラシアとアフリカの各地に存在したとされる。また騎馬を用いた機動力を生かして強大な征服国家を形成したこともある。チンギス・カン時代のモンゴル軍は機動性あふれる騎馬兵力、みがき抜かれた馬上からの騎射技術、さらには動く兵站とされた家畜をもち、少数精鋭で何倍という大量の敵を打ち破ったという²。国家統治においては、異文化や異宗教に対する寛容を特徴とした。遊牧民は、その一部が優れた騎馬技術を獲得するようになると、近代的な鉄砲技術が出てくるまで、強い軍事力で活動範囲一帯において支配力を高めていったのである。特定の土地に定着しない暮らしと流動することそのものを最大限生かした軍事力の獲得は、彼らに歴史上特別のポジションを与えることになった。もっとも、灌漑の近代化・拡大、さらには各国の定住化政策によって、いまでは遊牧民の人口は急激に減少しており、遊牧民として残っていたとしても半遊牧的な生活を送っていることが多く、徐々に家畜飼育者などとなり定住生活を送るようになっている。

Google で「ノマド」を画像検索すると、馬やラクダに跨り大地を移動するロマンチックな姿を確認できる。数世紀をかけて現実世界からは姿を消しつつあるノマドではあるが、彼らの機動力のあるライフスタイルとロマンチックなイメージは、転換しつつある現代社会における人々の暮らしを説明するための記号として用いられるようになった。

（2）現代社会論におけるノマド概念

① ドゥルーズとガタリの知的労働者像

いち早く、歴史的かつ地理的に用いられてきた一般的な遊牧民という概念を、現代社会における新しい一群の労働者層の説明に援用したのは、ドゥルーズとガタリによる『千のプラトー』であった。

ドゥルーズとガタリは、ノマドとしての知的労働者の誕生とその国家との対立について「国家はみずからが産み出したこの知的労働者たちの団体とのあいだに軋轢を経験しないわけにはいかない。この団体は新しい遊牧的な政治的主張を持ち出してくれるからである」と論じている。そして、国家がこの一群の新しい労働者を抑圧することを余儀なくされ、彼らの活動の本質的な部分を否定せざるを得ないのは、「遊牧科学の不正確ないし不完全な内容のためでも、その魔術的ないし秘技伝授的な性格のためでもなく、それが国家の分業に対立するような分業をはらんでいる」ためだとしている³。ノマドが移動し立ち寄るすべての地点はすぐに立ち去るべき中継地点でしかありえないと彼らはいう。「遊牧民の生活は間奏曲＝intermezzo」なのであると⁴。しかもノマドは、動いているときにこそ堂々としており、どっしりと腰を据えているという。「遊牧民とは立ち去らない者、立ち去ることを欲しない者であり、森が縮小し草原あるいは砂漠が増大したところに生み出された平滑空間に」こそ生きるものであり、「遊牧生活（ノマデイズム）」を発明し実行するとされた⁵。

以上のような国家とノマドとの対立的な関係において、このたえざる移動を繰り返すノマドという存在は、秩序を破壊したり秩序を形成したりしながら、資本主義的な国家に刺激を与えその変化を促す存在となっていく。国家の側は、このノマドによる揺さぶりを解釈し吸収することによって資本主義活性化のための源泉とするようになる。つまり、資本主義はノマドの存在を飼いならし内在化することによって発展を遂げてきたというのである⁶。とりわけ、分裂症的な差異化の競争を内在化させそのダイナミズムを維持し管理することでしか延命する事ができない現代的な資本主義において、存在そのものが「戦争機械」＝流動的な存在であるノマドの創造力は、資本主義のダイナミズムに不可欠の存在として位置づけられることになった。たとえ、その常に流動的でありマイノリティであろうとする彼らの本質的性質が資本主義社会の本性からすると否定されるべきものであったとしても内包するしかないのである。

3 ドゥルーズ、ガタリ（2010）46-47 ページ。

4 ドゥルーズ、ガタリ（2010）69 ページ。

5 ドゥルーズ、ガタリ（2010）71 ページ。

6 デリダ他（2002）185-186 ページ。

② メルッチの複合社会論

アルベルト・メルッチに1989年に発表された『現在に生きる遊牧民』という論考がある。ドゥルーズとガタリによる『千のプラトー』の原著が1980年に発行されていることからすると、必ずしも両者の理論的交流が認められるものではないが、ヨーロッパにおいてはポストモダンの議論との強い関連性を持ちながら、1980年代には現代社会の諸問題との関連でノマド概念が用いられ始めたといつて良いだろう。

メルッチは、現代社会を複合システム＝高密度ネットワーク社会として位置づけ、そこでの個人の変容プロセスに言及し、「複合社会とは高密度の情報ネットワークなのであり、その構成要素の独立性に依拠している」としており、システムを構成する個人は、その情報生産、収集解読、交換の能力によって力を発揮することができるという⁷。日常生活で対面するさまざまな問題に対応するために個別具体的に経験する相互行為において人々はこのような能力を獲得することになった。つまり、現代の行為者は普遍的な歴史の筋書きにより導かれているのではないとされる。「彼らは『現在に生きる遊牧民』に似ている。理論的な述語で表現すれば、『現在』が今日の紛争の場面なのである」⁸として、個別的で、一時的なものとして繰り返される日常的な紛争に現代社会の可能性を読み取っているといえよう。

現代における社会運動論の展開がメルッチの主題であるが、見られるように、彼にとっては事前に階級的所属などの構造的前提があつて社会運動が展開するとは考えられていない。むしろ、日常的な実践的な行為の中から秩序が形成される側面に、現代的な社会運動の主たる側面を見ているといえよう。そしてそのような運動の中でも強調されるのが、権力とそれに対する敵対的な集合行為とのあいだで生じる文化的コードをめぐる紛争である。現代の遊牧民は、「文化的コードを書き換えることによって自己主張」⁹するのだと論じる。1980年代、集合行為は文化的実験室となったとされる。そして、「ここに参加する者は新しい文化モデルや新しい関係諸形式に向けての、さらには代替的な感覚や世界の意味づけに向けての実験と実践に、個人的投資（＝関与）をするように求められる」¹⁰ようになると述べた。いまではごく当たり前のことのようにも思えるが、その出発点がおよそ1980年代に設定されており、戦後資本主義体制が成熟を迎え始めた時期であることに気づかされる。

おそらくはNPOやNGOなどの草の根的な集団を想定していると思われるが、メルッチは特定問題に関連する小集団が目に見える形で政治的権威に対抗するとき、これらの小集団は

7 メルッチ（1997）43 ページ。

8 メルッチ（1997）58 ページ。

9 メルッチ（1997）59 ページ。

10 メルッチ（1997）64 ページ。

社会システムの問題を顕在化させるという。そしてわれわれの課題であるノマド的ライフスタイルとマーケティングとの相互関係を考える時に興味深いのは、メルッチが、このような新しい社会運動が展開するのにもなってビジネス社会の側に変化がもたらされるとしている点である。「1970年代のヨーロッパでは、集合行為の結果として『情報社会』の鍵となるコミュニケーション・メディアや広告やマーケティングの分野において、新しい技術者集団を出現させた」¹¹という。

複合社会においては、文化的コードの書き換えをめぐる紛争が生じる。諸集団は、その多様性を担保したいという要請によって紛争に参加するのであろうし、権力はそれを管理統制するために紛争に参加する。もっとも紛争に導入される技術そのものが多様性を志向することになり、結果的によりいっそうの多様化を推し進めることになった。人々のライフスタイルが多様化し、同時に、マーケティングなどの多様化を推進するための前提条件が整えられる。このような権力装置の労働者そのものが多様化せざるを得ず、紛争をともないながら生活世界とビジネス世界双方の多様化は推進されていくのである¹²。

③ アタリによる階層的ノマド論

現代および近未来的な社会におけるノマド像について論じているのは、フランスの思想家であり、その政治的活躍がフランスのみならずヨーロッパ全域に及ぶジャック・アタリである。アタリの議論は具体的かつ平易に展開されており、ドゥルーズとガタリあるいはメルッチの議論が抽象的で難解であったのとは対照的である。したがって、わが国における啓蒙的なノマド論においても参照される事が多い。

アタリは、2000年代以降の社会を超帝国が支配するようになる社会と位置づけた。超帝国は、20世紀型のアメリカの帝國的な支配から脱却し、超帝国の新しい支配者は、サーカス型企業や劇場型企業のスターたちからなるとされる。そこには、「サーカス型企業の所有者、ノマドとしての資産を保有する者、金融業や企業の戦略家、保険会社や娯楽産業の経営者、ソフトウェアの設計者、発明者、法律家、金融業者、作家、デザイナー、アーティスト、オブジェ・ノマドを開発するものといった人々」が含まれる。アタリは彼らを<超ノマド>と呼んでいる¹³。ノマド的な個人や企業にとって、国家はもはや一時的な避難場所ではない。超ノマドのわがままな振る舞いによって世界は不安定化し、彼らが文化的尺度を形成し、富

11 メルッチ（1997）84 ページ。

12 このような企業社会と生活世界との相互浸透的關係性を中心にしてマーケティングを論じたものとして、吉村（2004）を参照されたい。

13 アタリ（2008）222 ページ。

とメディアを支配するようになる。みずからの国民性の欠如など顧みられることはなく、政治的・文化的軽薄さについても一顧だにされない¹⁴。

このような超ノマドの追従者として中産階級が位置づけられている。彼らは、超ノマドではないが、「彼らこそが支払い能力のある主な消費者」であるとされ、より具体的には、ホワイトカラー、商人、医者、看護師、裁判官、警察官、行政担当者、教師、デベロッパー、研究所に勤務する研究者、技術者、技術労働者、サービス業で勤務している者などが含まれる。これらの職業に就く人々の現在というよりは近未来的な姿が想定されており、彼らの大部分には決まった勤務地はなく、常呼び出されて仕事をおこなう不安定な身分に置かれ、身体の管理も含むみずからの就労可能性に神経を使わなければならない。その若年層においては旅行の頻度の高さが超ノマドになるための近道とされる¹⁵。

超ノマドと対象に置かれているのが＜下層ノマド＞である。下層ノマドとは、「生き延びるために移動を強いられている」¹⁶ 人々であり、超帝国、超ノマドの出現によって減少するどころか増大し続ける貧困層がこれにあたる。彼らは貧困から脱出するために都市部に集中する。暴動に参加することが多く、紛争が勃発する場合には「最初の犠牲者」になる。

下層ノマドへの転落を恐れながら暮らす人々が＜ヴァーチャル・ノマド＞である。しじゅう自室に閉じこもり、自己監視体制にどっぷりと浸りながら、日本のオタクのようにマニアックな時間を過ごす。彼らは、「音楽に没頭し、偏執的な健康管理体制を築く。また、極度の肥満から運動を拒否する者も現れる」という¹⁷。

あたかも近未来小説を読んでいるかのようなアタリの記述は、具体的でわかりやすい。しかもかなりの部分ですでに現実化している部分もあり、多くの容易ならざる問題を指摘していながらも親しみやすい内容になっている。なかでもノマドをより具体的に3つの階層に分類している点は、概念をより現実に近いものにしている。つぎのようにいう。「ノマドを大別すると三種類あり、エリートビジネスマン・学者・芸術家・芸能人・スポーツマンなどの＜超ノマド＞、生き延びるために移動を強いられる＜下層ノマド＞、定住民でありながら超ノマドに憧れ、下層ノマドになることを恐れて、ヴァーチャルな世界に浸る＜ヴァーチャル・ノマド＞である。日本のオタクはヴァーチャル・ノマドに属する。2020年ごろには人だけでなく企業もノマドのような存在になる」¹⁸。現代のわが国における人々のラ

14 アタリ（2008）223 ページ。

15 アタリ（2008）225 ページ。

16 アタリ（2008）339 ページ。

17 アタリ（2008）225 ページ。

18 アタリ（2008）339 ページ。

イフスタイルとも直接的な関連を指摘できよう。世界中の都市を移動しながらビジネスを展開するクリエイティブ層は現代資本主義の顔であるが、都市部に滞留し不安定化要素となることもある「下流」や、彼らと隣りあわせにいて趣味的世界に没頭するオタクも現代社会を代表しているのである。

ところでこの後での議論ともかかわって、アタリがノマド・オブジェと呼ぶ商品群についても触れておきたい。ノマド・オブジェとは、「＜ノマド＞が愛する持ち運び可能なグッズ」とされる。お守りや本にはじまり、ウォークマン、携帯電話、ノートパソコン、小型ビデオといったように、時代を代表する大ヒット商品が連なっている。今後もさまざまなノマド・オブジェ・グッズが売れることが予想されこの市場を制する企業が躍進するとして、アップルなどが代表例とされた¹⁹。

2008年のリーマンショックを予言していたとして有名になったアタリの著作であるが、より長期的な視座で書かれていることが伺えよう。また、2010年代以降に登場する日本の「ノマド本」に直接的、間接的な影響を与えた。もっともここで彼が書いている「超ノマド」と私たちが目にする「ノマド」の違いこそが、ノマド消費の興味深い点である。

以上、ドゥルーズとガタリ、メルッチ、そしてアタリの議論を整理してみた。彼らの議論には相違点も多く、並列に論じることが難しい部分もあるが、大枠として以下のようなまとめをすることは許されるであろう。これらは20世紀後半から21世紀にかけてもたらされた情報化社会の進展とネットワーク化、さらにはグローバル化といった現代資本主義のダイナミズムを描くものであった。このような時代の転換の中で、知的労働者をはじめとするノマド達が活躍の場を与えられることになる。もっともノマドの流動的な特徴は既存秩序にとっては必ずしも歓迎される存在ではなかった。文化的コードの書き換えをめぐる紛争などを繰り返しながら、多様な形をとったノマドが出現しやがて階層化することになる。したがって彼らの議論においてノマドの出現は、現代資本主義の転換にとって不可欠の存在として社会歴史的に規定されるものとして描かれていたといえよう。

2. わが国におけるノマド概念の受容

(1) 「ノマド」概念の消費

ドゥルーズとガタリ、メルッチ、そしてアタリが描いたノマド的ライフスタイルは、現在わが国においてもかなりの部分現実のものとなった。

ドゥルーズとガタリがいうように、会社も労働者も流動的な特徴をますます兼ねそなえる

19 アタリ（2008）339ページ。

ようになった。メルッチがいうように、社会運動はかつてのわかりやすい階級対立からではなく、さまざまな問題をめぐる局地的な紛争で多発するようになり、文化的コードの書き換えに動員される人々も増えた。そしてアタリがいうように、「ノマド」は活躍の場を拡大し、彼らの争奪戦を国家や都市が繰り広げている。そしてノマド・オブジェは、私たちの生活を支配するにいたった。

とはいえ、私たちが街で目にする「ノマド」は、ヨーロッパの先人たちが描いたノマドとは少しちがう。2000年代に入って徐々に注目されはじめ、2012年4月にテレビで取り上げられた時期²⁰をピークとしながら注目されるようになった、現代日本におけるノマド（あるいはノマドワーカー）概念の消費について概観しておきたい。

Google について考察した書物を発行するなどしてインターネット社会論を展開していたジャーナリストの佐々木俊尚はいち早くノマド論を展開したひとりであった。佐々木の『仕事をするのにオフィスはいらないーノマドワーキングのすすめ』は、初期のノマド本でありながら、すでに「スタイル」や「心構え」といったノマド本に共通の軸を有しており、ドゥルーズとガタリ、あるいはアタリの議論にも言及するなどバランスが良く、配慮がいき渡った内容となっている。「アテンションのコントロール」という章が設けられ、いかに注意散漫にならず集中できる気持ちを作り出せるかが重要であると述べられている²¹。ノマド・オブジェの紹介や、スタバ、ルノワールといった定番のサードプレイスの紹介もなされていた。

図表2 日本におけるノマド概念の普及プロセス

1970年代	「脱サラ」ブーム
1980年代	「フリーター」ブーム
2009年7月	佐々木俊尚『仕事をするのにオフィスはいらない』光文社
2010年6月	中谷健一『「どこでもオフィス」仕事術』ダイヤモンド社
2012年3月	本田直之『ノマドライフ』朝日新聞出版
2012年4月	安藤美冬が「情熱大陸」に出演
2012年5月	古市憲寿「昔フリーター、今ノマド」『新潮45』に掲載

（出所）常見陽平（2013）13ページなどを参考に著者作成。

佐々木の初期の議論を皮切りにして、2012年のノマドブームにいたる経過の中で、比較的冷静な論調でかつわかりやすくノマド現象を整理して注目されたのが、『新潮45』に掲載された当時博士課程の大学院生であった古市憲寿による小論である²²。「昔フリーター、今ノ

20 TBS「情熱大陸」において、集英社を退職して起業した株式会社スプリー代表取締役の安藤美冬が紹介される。

21 佐々木（2009）57ページ。

22 古市（2012）。

マド」というタイトル自体がキャッチーであり、誰が読んでも理解できる親切さであった。古市は、脱サラやフリーターとノマドのどこが違うのかと問う。1970年代に起こった脱サラブームにおいても「自分らしい生き方」、「会社に頼らない働き方」という言葉が頻出し、「自由」が見果てぬ夢として提示された²³。1985年の労働者派遣法を経て、1987年には、リクルートによる「フリーター」という言葉を拡散するための一大キャンペーンが実施される。その後、「ロスジェネ」への関心の高まり、「勝間和代ブーム」などを経て、ノマドブームにいたると整理される。一貫しているのは、「自分らしい生き方」と「会社に頼らない働き方」の追求であった。

古市は、これらの議論はすべて「スタイル」を示すだけで具体的な仕事の中身を示さないとした。したがって、やがてその主張は「精神的な心構え」²⁴にいたるしかないというのである。古市のいう「スタイル」と「精神的な心構え」こそがわが国におけるノマド論の中心にあるといって良いだろう。

（2）実践的ノマド論の生き方論

ヨーロッパにおいて主として1980年代を中心に展開されたノマド論が現代社会論として展開されていたにもかかわらず抽象的な内容の特徴としたのに対して、わが国におけるそれはきわめて「現実的」で「実践的」な教えとしてのノマド論であったといえよう。

外資系企業を経てコンサルティング会社の取締役社長であり年の半分をハワイで暮らすという本田直之による『ノマドライフ』は、安藤美冬の「情熱大陸」出演の直前に発行されている。冒頭、ステイブ・ジョブズがスタンフォード大学卒業式においておこった演説における有名な一節の引用で始まる。「今日が人生最後の日だとして、今日これからやることは、本当にやりたいことか？何日ものあいだNOという答えが続いた時は、何かを変えなければならない」²⁵。

本田の語り口は柔らかい。ノマドライフは、生き方の問題であるという。それは、単なるテクニックや新しい働き方にとどまらず、仕事、休む場所、生活、趣味などを含めた「ライフスタイル全般の話とっていいでしょう」²⁶というのである。ノマドライフの成功者である本田自身が語るノマドライフには説得力があった。そして仕事場と生活の場の境界線がなくなるというポストモダンの教えは、現代社会の解釈を試みる人々や、日々の業務に向かい

23 古市（2012）35 ページ。

24 古市（2012）39 ページ。

25 本田（2012）1 ページ。

26 本田（2012）5 ページ。

合っている人々にとって受け入れやすい教えであったといえよう。

ノマドライフとは、「仕事と遊びの垣根のない、世界中どこでも収入を得られるノマドビジネスを構築し、2箇所以上を移動しながら、快適な場所で生活と仕事をすることで、クリエイティビティや効率性、思考の柔軟性が向上し、それがいいスパイラルになるライフスタイル」²⁷と定義された。

あわせて古市が指摘したように、「精神的な心構え」が語られる。モノ・場所・時間・お金から自由になる必要があり、それらに縛られたスタンダードから脱却する必要があるのだと。「たくさんの“モノ”を所有することが幸せとされたのは、せいぜい90年代までのスタンダードです」というのである²⁸。

興味深いのは、このようなスタイルと「心構え」を実現するノマド・オブジェについて語られていることである。本田は、デスクトップのパソコンは必要ない。ガラケーを捨てiphoneにしようという。「私のメインマシンはMacBook Proで、大きな移動の際には持っていきます。小さい移動はMacBook Air、さらに小さい移動だとiPadもしくはiphoneです」²⁹と。

ノマドライフとは生き方の問題＝ライフスタイルの問題であるとされる。それは、冒頭のジョブズの引用から始まり本田の主張の中で一貫している。そこにある種の「心構え」が求められているのも明らかである。そしてノマドライフという生き方を実現するツールとしてAppleブランドが紹介されていることは、ノマド的ライフスタイルとブランドの関係性を考える上で興味深いといえよう。

『自由な働き方をつくる』を著したのは、リクルート社などでのサラリーマン経験があり人材コンサルタントとして活躍する常見陽平であった。冒頭、芥川龍之介の引用から始まる「自由は山嶺（サンテン）の空気に似ている。どちらも弱いものには堪えることはできない」³⁰。常見は、本田の「ノマドライフ」を知りうる時期に出版をしていることから、芥川の引用は本田によるジョブズの引用を意識したものだと考えられよう。自由を求めるノマド志願者たちに「心構え」を求めているのである。たとえば、「自由な生き方は、孤独な生き方なのだ」、「仕事をつくる人・もらう人、物事をリードする人・リードされる人の主従関係があります」、「制約の中でも自由を極めろ」³¹と矢継ぎ早に心構えを求められる。

27 本田（2012）6 ページ。

28 本田（2012）23 ページ。

29 本田（2012）86 ページ。

30 常見（2013）。原典は、芥川龍之介（1996）。

31 常見（2013）59-82 ページ。

また、常見においては、ノマドを歴史的・評論史的に位置づけようとする試みが見られる。1960年代の起業家に始まり→脱サラ→フリーター→派遣社員→フリーランス→現在のノマドにいたるまでが概観された上で、「ノマドは決してここ10年くらいで生まれた動きではないということ。以前からある『自由な働き方』に現在ついているラベルであり、10年後にはまた違ったラベルがついているかもしれません」と述べている³²。その上で、なぜ今、ノマドが注目されるのかと問い、自由に働きたいと思う人にとって、自由に働くことができる環境が整ったから³³としている。この点は、社会構造的な変化との連動を考えれば当然のことながら、古市以降の一連の論調の中で意外に触れられていない点であろう。

さて、常見においてもノマド・オブジェが紹介されているので確認してみよう。私のカバンとして写真とともに中身の一覧表が掲載されている。パソコンは、MacBook Air とされ、そのスペックも記されており細かい。スマートフォンは、Xperia GX とあり、iphoneではなく、ipod を Wi-Fi で使用しているとある。写真に映し出されたカバンは、Manhattan Portage のアップルストア限定版だという。中身がカバンの外に出されて行儀良く並べられた写真があるが、きわめて実用的であり、スタイルへのこだわりはあまり感じられない。

わが国における近年のノマド論の多くは、実践的なノマド論であり、ノマドとしての成功者がこれからノマドを志そうとする者に、ノウハウを伝授するという形のものが多い。したがって、ドゥルーズとガタリのような従来の国家制度からは対立的に存在する自由な存在としての新しい知的労働者像や、メルッチの複合社会における機動力のある社会運動の姿などとの関連が論じられることはない。むしろアタリ言葉を使えば、超ノマドを視野に入れつつ、下層ノマドにならないためにはどうしたら良いかという「現実的」かつ「実践的」教えがほとんどといえよう。

このような違いはどこにあるのか考えてみると、まず、主として2010年代に出てきたわが国のノマド論は、すでに情報化社会への転換を終えた社会を前提として展開されているというのがその理由として考えられる。したがって、一握りの知的労働者層がノマドとして論じられた時代とは異なり、ほとんどすべての人々がそうなれるかもしれない社会における議論として考えると良いのかもしれない。「スタイル」や「心構え」などが強調されるのも現実的かつ実践的要請に基づくものであろう。

さらに、情報化の中でもインターネット化が著しく進んだ時代のノマド論としてこれらは展開されている。それは、ノマド的ライフスタイルにとってのインフラが整備されているこ

32 常見（2013）44 ページ。

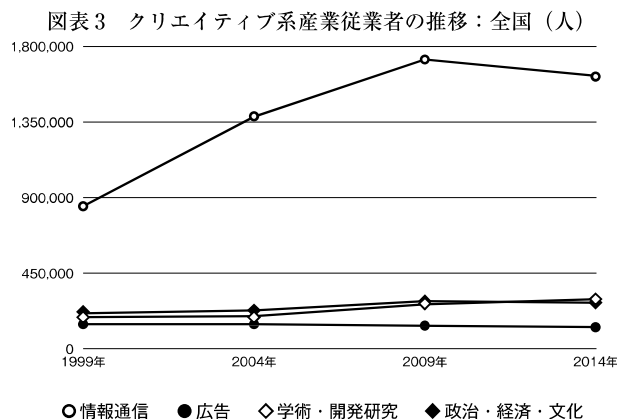
33 常見（2013）49 ページ。

とを前提にしているといっても良い。ノマド・オブジェの紹介やその使用法にページが割かれていることもそのような理由と関連しているものと思われる。ノマドのスタイルへのこだわりは、ノマド・オブジェの使用によって表現されている部分が大い。ノマドとしてのアイデンティティを表現するためにノマド・オブジェがアイコンとして用いられている可能性が強いといえよう。

3. 社会構造的実態からみるノマド的ライフスタイル

(1) 職業・職種構造の変化

つぎにいくつかの統計資料を用いながら、ノマド消費の出現を支えていると思える要因について社会構造的な考察を加えることにしたい。まず、クリエイティブ系の産業従業者数の推移を見てみたい（図表3）。リチャード・フロリダのクリエイティブ・クラスをめぐる議論³⁴は、クリエイティブ・クラスの獲得競争という都市間競争の動態を考える上で参考になる枠組みであると同時に、マーケティング的には、これらクリエイティブ・クラスのライフスタイルと都市間競争を連動させるというこれまでにない視点を提供してくれる。ここでは、「経済センサス」における情報通信、広告、学術・開発研究、ならびに政治・経済・文化に従事する者をクリエイティブ系産業従事者としている。クリエイティブ系産業は、アタリの議論を筆頭に多くのノマド論が前提にしていると思われるノマドワーカーの職業として想定されているものであろう。図から、情報通信に従事している労働者は、2000年代まで一貫して急増し、10年代に入り減少していることがわかる。広告などその他の産業は1990年代以降すでにほぼ横ばいであったといえよう。

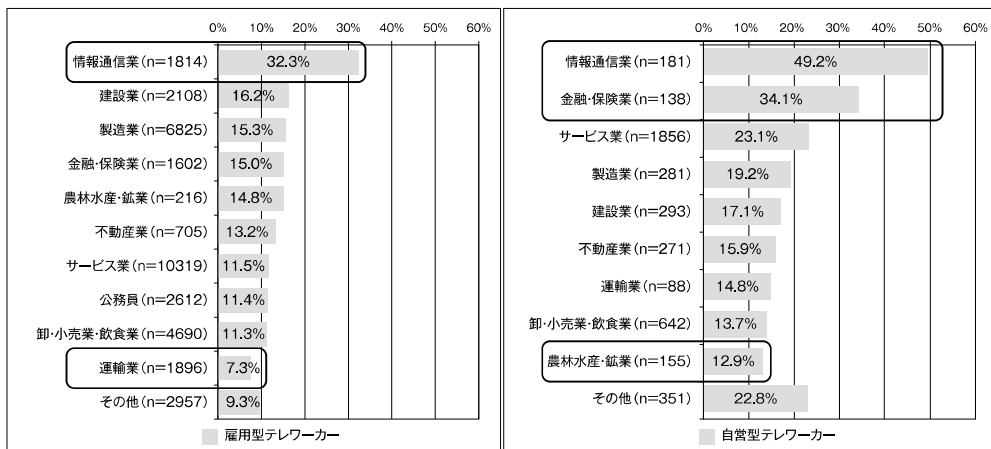


（出所）『事業所・企業統計調査』および『経済センサス』各年版より作成。

34 フロリダ（2007）（2010）などを参照。

補足的な資料として、国土交通省が「テレワーク」³⁵について調査している資料がある（図表4）。テレワーカーに該当する者を業種別に見たものである。図では情報通信関係の業種においてテレワーカーの比率が高くなっている。しかし、雇用型のテレワーカーにおいて第2位が建設業、第3位が製造業であることから従来型の産業においてもテレワーカーが多く存在することがわかる。同調査においては、職種別にも調査をおこなっており、そこでは、雇用型において研究開発・技術（ソフトウェア）、クリエイティブデザインが多くなっており、自営型においては、ライティングやプログラマーが多くなった。ちなみに同調査で雇用型の第3位は営業職であった。これらのことから伺えることは、産業としては情報通信産業に従事する者が多くなっているが、情報を取り扱う業務は、狭義の情報通信産業だけに存在するのではなく、さまざまな形をとってほとんどすべての業種において存在するのであり、たとえばいわば古典的な職種とでもいえる営業職においても情報の取り扱いは急速に増大しており、彼らにテレワークの機会を増やしているといえよう。

図表4 業種別テレワーカーの割合
業種別 雇用型テレワーカーの割合 業種別 自営型テレワーカーの割合



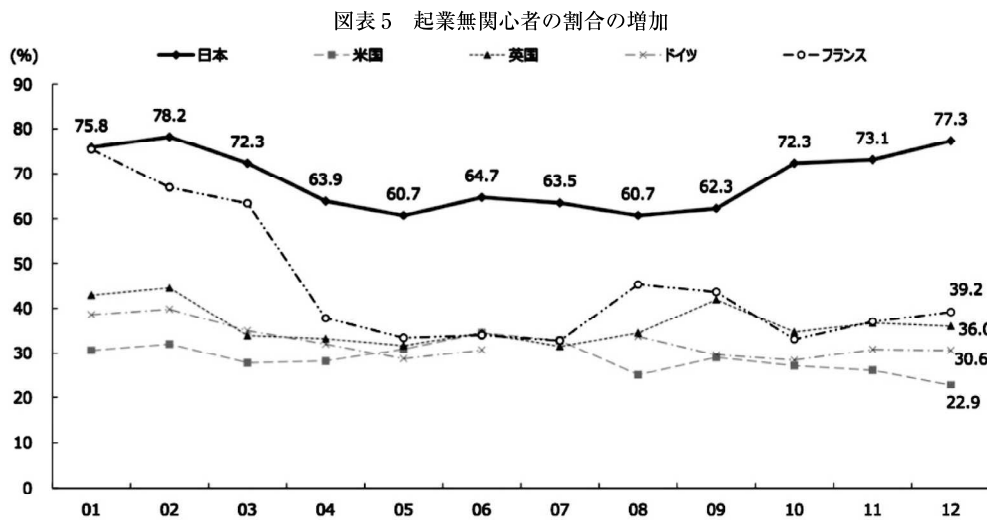
（出所）国土交通省（2017）14 ページ。

（注）テレワーカーとは、ICT 等を活用し、普段仕事を行う事業所・仕事場とは違う場所で仕事をする人。雇用型とは、正社員、パート、アルバイトなどを本業としていた人、自営型とは、自営業、自由業、内職などを本業としていた人。

つぎに、さきの議論の中で出てきたように日本においてはノマドの先祖ともいえるべき「脱

35 テレワークとは、国土交通省（2017）によれば、ICT（情報通信技術）等を活用し、普段仕事をおこなう事業所・仕事場とは違う場所で仕事をするのであり、テレワーカーとは、普段仕事をおこなう場所とは異なる場所で仕事をしたことがあるとした者である。在宅型、サテライト型、モバイル型などに分類されるという。

サラ」の時代から自分らしい生き方や組織にとらわれない生き方を標榜する人たちが目指したはずの起業はどのような状態にあるのか確認しておきたい。図表5は、欧米4カ国と日本における「起業に無関心な者」の割合の推移を示したものである。日本だけ突出して高い数値を示しているといえよう。ゼロ年代にいったん下降したものの、10年代に入り上昇を続けた。これに対して、欧米4カ国の数値は全体として下降傾向にあり、2001年に日本と同じパーセンテージであったフランスは、当時から35ポイント近く下降した。



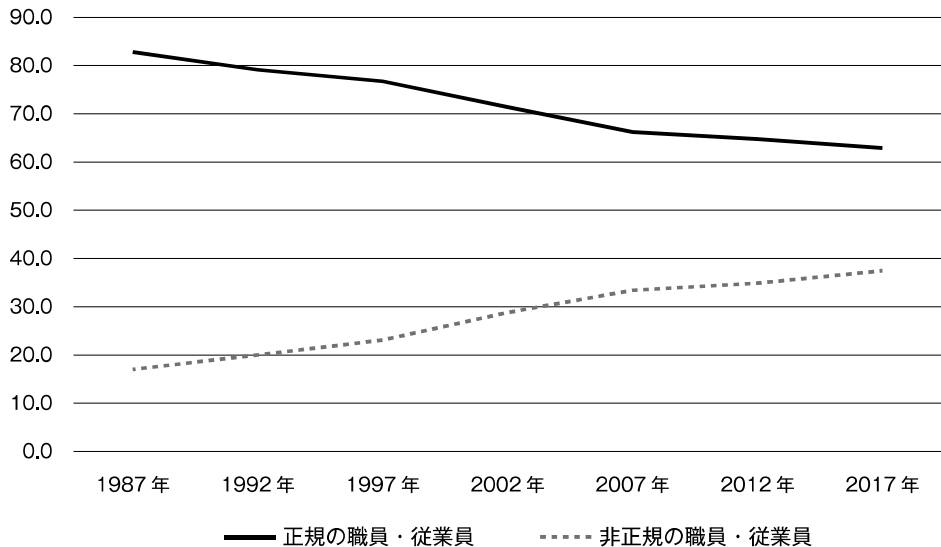
（出所）中小企業庁（2017）108 ページ。

日本において多くの人々は起業に対して及び腰であるといえよう。しかも及び腰の人の割合が、ノマドブームを迎える2012年へ向けて増えていっていたことも興味深い。少なくとも、起業して組織を離れた人々が街に流れるといった状況にはないことは明らかである。

つぎの図表6は、雇用形態別の雇用者数の割合を示している。正規労働者と非正規労働者の割合の推移を示している。かつて雇用の内8割を超えていた正規雇用は、いまでは6割近くまで落ち込んだ。これに対して、かつては2割程度しかなかった非正規雇用がいまでは4割近くになるまでに増加した。正規と非正規の労働者を分ける基準は、パートタイムというだけではない。しかし、非正規の労働者が正規のそれに比べて同一の会社内に拘束される時間は相対的に少ないと言えよう。前述したテレワークの調査における「役職別のテレワーカーの割合」では、派遣、契約、パート労働者の割合がもっとも低いという結果が出ているが、有職者の階層別に見ると多数派を形成するにいたっていると思われるこの非正規労働者が実数ではノマドの多くを占めている可能性は否定できないし、これらの人々が、空いた時

間の消費をノマド消費者として過ごしていると考えられるのではないだろうか。

図表6 雇用形態別の雇用者割合（％）



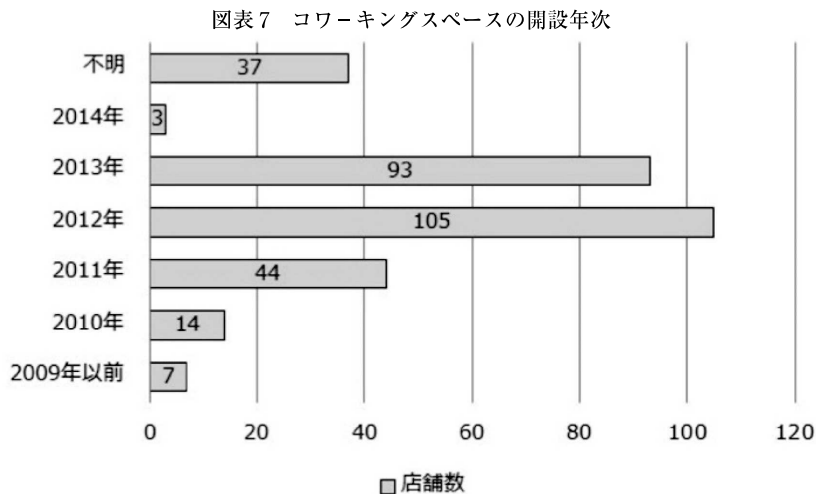
（出所）総務省統計局（2017）より作成。

以上の社会構造的な実態を示すいくつかの資料からつぎのようなことがいえる。第1に、情報通信系の産業を中心にした職業の人々がノマドである可能性は高い。しかし、情報通信系の職業についている人の数は以前に比べて急速な増大を見せているわけではない。あわせて考えておく必要があるのは、職種にかかわらず情報に関係せざるをえない人が増大しておりそれがノマドである可能性が高いということであろう。第2に、脱サラをして意識的に組織から自由になり、起業をした人や、そうなりたいと思う人の数は少なく、わが国においてそれがノマドに占める割合は限られているといえよう。第3に、非正規雇用者の割合が増大しており、彼らの動向がノマドワークやノマド消費に影響している可能性があるといえよう。

（2）ノマド的ライフスタイルのインフラストラクチャー

統計資料を用いて社会構造的な変化を概観してきたが、ここでは少し焦点をノマド的ライフスタイルに根拠を与えていると思われるいわばノマド的ライフスタイルのインフラストラクチャーに着目してみたい。まず図表7は、近年大都市圏を中心に拡大したコワーキングスペースの開設年を示している。ここでも注目されるのは、2012年に開設が急増しその後開設数は減少しているという点である。埴淵（2014）によれば、その大半が大都市圏に集中して

おり、2014年時点で、コワーキングスペースの総数は303店舗であり、その内東京都に存在する店舗が112店舗であった³⁶。宇田、阿部（2015）は、コワークを、「働く個人がある場を集い、コミュニケーションを通じて情報や知恵を共有し、状況に応じて協同しながら価値を創出していく働き方」とし、コワーキングスペースを、彼らが物理的に共有するワークスペースであると定義した³⁷。



（出所）埴淵智哉（2014）16 ページ。

定義に見られるように、コワーキングスペースの利用者は、みずからの意思で協働をおこなおうとする人たちであるといえよう。他の利用者との関係でいえば、コワーキングスペースにおける他者との関係性は、近接性が確保されており、交流もあり、多様な他者と交わることが可能であるとされる³⁸。

同じく他の利用者との関係で、コワーキングスペースに比較的近い特性を有するのが、スターバックスなどのカフェであるといえよう。他者との交流は制限されるとはいえ、近接性は高く、多様な利用者が存在している。また居心地の良いスペースであることや、Wi-Fi 環境や電源の確保などが容易な店舗も多く、ノマドにとっては欠かすことができないインフラであるといえよう。スターバックスなどのカフェチェーンは、多くのノマド本において常にその環境の良さと手頃さに言及されてきた。

36 埴淵（2014）26 ページ。

37 宇田、阿部（2015）67 ページ。

38 埴淵（2014）9 ページ。

図表8 Wi-Fiの提供事業者の例

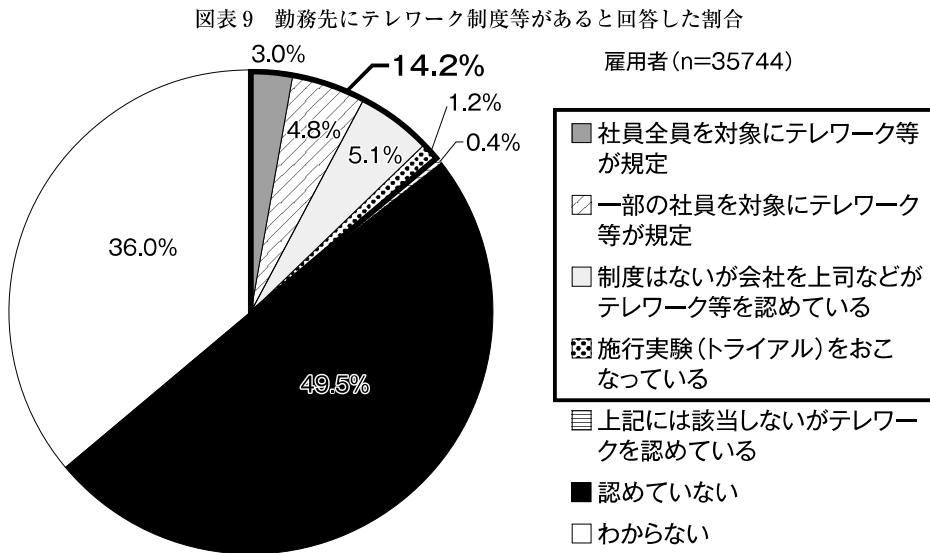
類型	サービス内容	提供箇所（例）
通信事業者	光ステーション（NTT 東日本）	NTT 東日本管内各所 ※外国人旅行者向け「Free Wi-Fi JAPAN」は14日間利用可能なIDカードを配布
	Do SPOT（NTT 西日本）	NTT 西日本管内各所
携帯 キャリア	docomo Wi-Fi（NTT ドコモ）	カフェ、主要駅、ホテルなど
	au Wi-Fi SPOT（au）	
	ソフトバンクWi-Fiスポット（ソフトバンク）	
小売店舗等	7SPOT（セブン&アイ HD）	セブンイレブン、イトーヨーカドー、そごう、西武等
	ローソン Wi-Fi（ローソン）	ローソン
飲食店・ レジャー施設等	at_STARBUCKS_wi2（スターバックス）	スターバックス（全国1,004店舗中約940店舗（2013年12月末現在））
	Lions-Wi-Fi（西武ライオンズ）	西武ドーム
公共交通機関	Metro_Free_Wi-Fi（東京メトロ）	和光市駅、目黒駅、北千住駅、渋谷駅（副都心線ホーム）を除く全駅
	JR EAST Free_Wi-Fi（JR 東日本）	在来線 13 駅
	JR-Central_FREE（JR 東海）	のぞみ停車駅
	Haneda Free Wi-Fi（日本空港ビルデング）	羽田空港
	JAL SKY Wi-Fi（日本航空）	国際線の機内
自動販売機	FREE MOBILE（タケショー）	対象のアサヒ系飲料自動販売機に無線 LAN 機能を付加

（出所）総務省情報流通行政局（2014）5 ページ。

図表8は、Wi-Fi環境を提供している事業者の一覧であるが、無料の安定したWi-Fi環境を提供するスターバックスなどのチェーン店舗は、その知名度とブランド力もあって、ノマドにはもはや不可欠の存在であるといえるだろう。

最後に、制度的なインフラについて確認しておきたい。図表9は、中小企業庁によるテレワーカーに関する実態調査の結果であるが、テレワークを制度として位置づけているか、そうしようと試みようとしている企業は14.2パーセントにのぼった。

現在、インターネットの人口普及率は、2015年末で83パーセントとなっており、過去最高を更新し続けている。またスマートフォンとパソコンの世帯普及率は、それぞれ72パーセントと76.8パーセントになった。このような一般的なインフラの拡充と共に、ノマドに特化されたコワーキングスペースの設立や、カフェチェーンの展開は、ノマド的消費を支えるインフラとして機能してきている。また、企業内の制度として「テレワーク制度」などを導入しようとする動きもあり、会社に出なくても仕事ができる環境は徐々に形成されているといえよう。



（出所）国土交通省（2017）20 ページ。

4. ノマド的ライフスタイルが示す時代の転換

本稿の目的は、ノマド的ライフスタイル現象に関する所説を整理し、そのようなライフスタイルが生まれるにいたった社会構造的な背景について明らかにすることにある。まず、ノマドをめぐる所説の検討から明らかになったことを整理することにしよう。われわれは大きな社会歴史的な転換の存在を確認することができる。それは、20 世紀後半から 21 世紀にかけての情報化とネットワーク化、そしてグローバル化によってもたらされた資本主義の転換である。この転換によって、ノマド達に活躍の場が与えられることになった。換言すれば、資本主義的な生産と消費の仕組みが、差異の生産と消費の仕組みに依存せざるを得なくなったという 20 世紀後半的な転換によって、知的労働者をはじめ流動性を特徴とする人々に一定の権限が与えられるようになったということである。彼らこそがノマドであるというのが、社会理論の先人たちによるノマド論の中心部分を形成しているといってい良いだろう。

そして近年のわが国におけるノマド論の展開を検討した中で明らかになってきたのは、ノマド的ライフスタイルの一般化・大衆化である。誰でもノマドになるかもしれない環境の中で、ノマドになるための「スタイル」や「心構え」を伝授し、その装備品としてのノマド・オブジェについて解説するという啓蒙的なテキストが多く書かれることになった。こうしてみると、20 世紀の後半から始まった社会歴史的転換のライフサイクルは、今や成熟期も後半戦へと向かおうとしているのかもしれない。

このような社会歴史的な転換が実態としてわが国においてどのように進んでいるのか、統

計資料などを使って解明を試みた。まず職業・職種構造に関する資料から、ノマドワーカーが増えたといってもその内実はそれほど自明のことではないことを確認した。長期的な就業者数の推移を見るとたしかに情報通信業などにおいて拡大が見られるものの、かつてのような急速な成長が見られるわけではなく、また起業をおこなう人やおこなおうとしている人の数はわが国においては絶望的に小さな数値を示すに過ぎない。他方で、多様な業界において情報通信にかかわる仕事をしている人が増大している可能性や、非正規雇用者の増大が、ノマドワーカーやノマド消費者を増大させる要因になっている可能性を示した。

ノマドワークやノマド消費をおこなうに当たってのインフラにも目を向けてみた。多様な人々が集い作業をおこなうことができるコワーキングスペースや、インターネットへの接続環境を提供すると同時に彼らの「スタイル」に適応して勢力を拡大しているカフェチェーンや、ノマド的な働き方を促進するための企業による制度的な取り組みも存在していることを確認した。

ところで、「ノマド」や「ノマドワーカー」という言葉がその流行のピークであった2012年以降、ノマドという言葉の消費は減少している。また同時期を境にしてコワーキングスペースの設立件数などにみられるように幾つかの統計資料の数値も下降気味であることは興味深い。揶揄されたり批判されたりしながら、そして短期的な成長と衰退を繰り返しながら定着していくプロセスにあると考えることもできよう。また「ノマド」という用語は流行語として消費されてしまったがゆえに使い勝手の悪い言葉になっているのかもしれない。それにもかかわらず「脱サラ」、「フリーター」そして「ノマド」と若干のニュアンスを変えながら自由を求め、組織に頼らない、独自のライフスタイルを持った生活を送る人とそれに憧れを抱く人々の数は確実に高まってきたといえるであろう。

ノマド的ライフスタイルの発現のあり方は多様でありうる。たとえば、一方でノマド的な職業を有し、ライフスタイルもノマド的な人々がいて、他方でノマド的な職業は有していないが、ライフスタイルはノマド的であるという人々がいる。そしておそらく両者は、それほど明確に整理することができないほどに融合しながらさまざまなパターンを生み出していると思われるのである。その内実の解明のためには彼らのライフスタイルそのものにフォーカスを当てた分析が必要とされよう。

本稿は消費文化理論に基づくカルチュラル・ブランディングの分析における前半部分を構成するものである。消費文化理論においては、4つの研究領域があるとされる³⁹。消費者アイデンティティプロジェクト、消費文化、マスメディアによるイデオロギーと消費者の解釈戦

39 田中、吉村（2017）104 ページなどを参照。

略、そして消費の社会歴史的なパターン化である。本稿での考察は、4つの研究領域のうち、特に消費の社会歴史的なパターン化に焦点を当てるものであった。今後の課題は、ノマド的ライフスタイルの解明へ向けて、消費者アイデンティティプロジェクトおよび消費文化についての定性的な調査に進むことである。さらに、このようなライフスタイルとアタリがノマド・オブジェとして取り上げた製品のブランディングがどのように関連しているのか明らかにしたい。

おわりに

大学前のスターバックスの奥のソファに陣取り、音量が程よく調整された小気味よい音楽を聴きながら店内を見渡すと、実にさまざまな人が話をしたり作業をしていたりする。常連席にはひとりでやってきて慣れた様子でスマートに「仕事」に着手する人が多い。私が素性を把握できるのは、大学図書館の閉館時間後にやってくる真面目そうな大学生と、受験勉強であろうか制服姿の付属高校の生徒達のみだ。あとの老若男女がなにをしているのかまったくわからない。もちろん、私のことも誰も知らないだろう。論文の原稿書きに追われている日、訪問してくれた研究者仲間と団欒している日、一仕事終えた学部や大学院の学生とコーヒーを共にしている日と、さまざまだ。たしかにコーヒーを欲しくなった時もお店に出かけるがしかしすぐに持ち帰るのが常だ。つまりなにかをしようと思わなければ店内に滞在することはない。

店内では、多くの人がパソコンを広げている。ほとんどの人が用いているのは、落ち着いたシルバーに白抜きのリンゴマークがディスプレイ裏の中央に配置されたパソコンだ。Googleで「スターバックス+パソコン」で画像検索をかけてみる。マーケットシェアの数倍、いや画面に映るパソコンのほとんどはMacBookだ。なぜこのようなことになるのだろうか。本稿の企画はそのような疑問から生じたものである。果たしてマーケティング論や消費者行動論は、このような疑問に答えてくれるのであろうか。探して見たけれどもなかなか難しそうだ。

私たちが直面している消費やマーケティングを理解するためには、戦略的な行為や消費者行動のミクロの側面にアプローチしなければならない。したがって本稿の続編の課題も個別の消費者へのアプローチとなる。しかし、ミクロの戦略や行動を理解するためにはマクロの構造の理解が不可欠である。構造と行為が交錯する様子を把握することができる研究へと向かうことにしたい。

＜ 参 考 文 献 ＞

- 芥川龍之介（1996）『芥川龍之介全集第13巻 侏儒の言葉 湖南の扇』岩波書店
- 鯉渕信一（1992）『騎馬民族の心－モンゴルの草原から』日本放送出版協会
- 宇田忠司（2013）「コワーキングの概念規定と理論的展望」北海道大学『経済学研究』第63巻第1号、6月
- 宇田忠司、阿部智和（2015）「コワーキング・スペースの態様：国内市場に関する記述統計分析」北海道大学『経済学論集』第65巻第1号
- 大石哲之（2013）『ノマド化する時代』ディスカヴァー・トゥエンティワン
- 大久保恵司（2016）「『ドヤリング』という言葉を知って『MacBook Air な男性』を調べてみた。－データから見るペルソナ図鑑（43）－」（http://blogs.itmedia.co.jp/keijix/2016/04/macbook_air-43.html）より2017年8月21日取得）
- 大谷直史（1998）「『新しい社会運動』論の社会教育への提起」北海道大学『社会教育研究』第17巻、3月
- 大橋昭一（2010）「モビリティ－パラダイム論の展開－モビリティ－資本主義論の提起－」和歌山大学観光学部紀要『観光学』第3号、7月
- 開沼博（2013）『漂白される社会』ダイヤモンド社
- 黒川紀章（1989）『ノマドの時代』徳間書店
- 玄田有史（2013）『孤立無業（SNEP）』日本経済新聞社
- 小谷敏（2006）「家族・都市・サブカルチャー－ノマド化する若者たち－」『日本都市社会学会年報』第24巻
- 児美川孝一郎（2011）「『日本の雇用』、『新規学卒就職』モデルの崩壊」日本図書センター
- 斉藤日出治（1999）『ノマドの時代』大村書店
- 佐々木俊尚（2009）『仕事するのにオフィスはいらない－ノマドワーキングのすすめ』光文社
- 鈴木規夫（1991）「『歴史の完了』における『平滑空間』－『遊牧民学概論』と中東をめぐる政治的なもの」の思想史的位相」『国際大学中東研究所紀要』第5号
- 高橋千枝子、石浦大毅、黒柳美帆（2005）「賃貸住宅における新たな価値提案－シェアハウスの可能性」『コンサルティングレポート』三菱UFJリサーチ&コンサルティング、1月
- 竹信三恵子（2009）『ルボ雇用劣化不況』岩波書店
- 田中晃子、吉村純一（2017）「日米におけるCCT研究の理論的発展過程に関する考察」『熊本学園商学論集』第21巻第1号、3月
- 谷本寛治（1992）「共生的社会システムの構築」『社会・経済システム』第11巻
- 谷本真由美（2013）『ノマドと社畜－ポスト3.11の働き方を真剣に考える』朝日出版社
- 土谷岳史（2014）「『ノマド』という罪：EUシティズンシップのポリシング」『高崎経済大学論集』第56巻第4号
- 常見陽平（2013）『自由な働き方をつくる』日本実業出版社
- 中村隆志（2011）「恋愛ドラマとケータイのコミュニケーション論－恋愛ドラマの背景に映り込む『ケータイのディスプレイを見る行為』－」『情報文化学会誌』第18巻第1号、7月
- 中谷健一（2010）「『どこでもオフィス』仕事術－効率・集中・アイデアを生む「ノマド・ワーキング」実践法」ダイヤモンド社
- 長谷川啓介（2015）「メルッチ社会理論の再構成－社会認識の『新しいパラダイム』へ」『社会イノベーション研究』第10巻第1号、1月
- 埴淵智也（2014）「都市における『共同空間』の現状と可能性」名古屋都市センター『特別研究報告書』

3月

- ブランド戦略研究所（2007）「第5回：好きなカフェとそのイメージ」（<http://japanbrand.jp/ranking/nandemo/5.html> より 2017 年 10 月 8 日取得）
- 古市憲寿（2012）「昔フリーター、今ノマド」『新潮 45』6月号
- 本田直之（2012）『ノマドライフ』朝日新聞出版
- 本田直之、四角大輔（2017）『モバイルボヘミアン』ライツ社
- 山崎孝史（2001）「グローバル化時代における国民国家とナショナリズム－英語圏の研究動向から－」『地理学研究』Ser. A、第 74 巻第 9 号
- 吉澤保（1983）「『千のプラトール』における『歴史』哲学」『津田塾大学紀要』第 47 号、2015 年
- 吉村純一（2004）『マーケティングと生活世界』ミネルヴァ書房
- アタリ、ジャック（1983）（平田清明、斉藤日出治訳）『情報とエネルギーの人間科学』日本評論社
- アタリ、ジャック（2008）（林昌宏訳）『21 世紀の歴史』作品社
- アタリ、ジャック（2010）（岩澤雅利、木村高子、加藤かおり訳）『いま、目の前で起きていることの意味について』早川書房
- デリダ、J・ドゥルーズ、G・リオタル、J・F・クロウスキー、P（2002）（林好雄、本間邦雄、森本和夫訳）『ニーチェは、今日？』筑摩書房
- ドゥルーズ、G・ガタリ、F（2010）（宇野邦一、小林秋広、田中敏彦、豊崎光一、宮林寛、守中高明訳）『千のプラトール（上・中・下）』河出書房
- ピンク、ダニエル（2002）（池村千秋訳）『フリーエージェント社会の到来～「雇われない生き方」は何を変えるか』ダイヤモンド社
- フロリダ、リチャード（2007）（井口典夫訳）『クリエイティブ・クラスの世紀』ダイヤモンド社
- フロリダ、リチャード（2010）（小長谷一之訳）『クリエイティブ都市経済論』日本評論社
- メルッチ、アルベルト（1997）（山之内靖、貴堂嘉之、宮崎かすみ訳）『現在に生きる遊牧民』岩波書店
- メルッチ、アルベルト（2008）（新原道宣、長谷川啓介、鈴木鉄忠訳）『プレイング・セルフ』ハーベスト社
- Nomads at last, *The Economist*, Apr 10th, 2008 (<http://www.economist.com/node/10950394> 2017 年 12 月 23 日取得)
- 国土交通省（2017）『平成 28 年度テレワーク人口実態調査－調査結果の概要－』
- 国土交通省観光庁（2016）「外国人旅行者の日本の受け入れ環境に対する不便・不満」（<https://www.mlit.go.jp/common/000205584.pdf> より 2017 年 8 月 21 日取得）
- JMR 事例研究チーム、Itmedia（2015）「なぜ今“昭和型”コーヒーチェーンが増えているのか」6月3日（<http://bizmakoto.jp/makoto/articles/1506/03/news048.html> より 2017 年 8 月 21 日取得）
- 総務省情報流通行政局（2014）「Wi-Fi 整備についての現状と課題」11 月（http://www.soumu.go.jp/main_content/000322502.pdf より 2017 年 8 月 21 日取得）
- 総務省統計局（1999）（2004）『事業所・企業統計調査』（<http://www.stat.go.jp/data/guide/1.htm> 2017 年 12 月 30 日取得）
- 総務省統計局（2009）（2014）『経済センサス』（<http://www.stat.go.jp/data/e-census/index.htm> 2017 年 12 月 30 日取得）
- 総務省統計局（2017）『労働力調査結果（長期時系列データ）』（<http://www.stat.go.jp/data/roudou/longtime/03roudou.htm> 2017 年 12 月 27 日取得）
- 中小企業庁（2017）『中小企業白書（2017 年版）』中小企業庁

Discourse and social background about NOMADO lifestyle phenomenon

Junichi Yoshimura

The aim of this article is to get a comprehensive understanding about nomad consumption in the information society.

In Chapter 1, the discourse of nomad by Gilles Deleuze and PierreFélix Guattari is considered. In Chapter 2, the diffusion process of the concept of nomad in Japan is the spotlight. In Chapter 3, the real side of nomad work and nomad consumption is made clear by using several statistical data.

Nomad work and nomad consumption is clearly increasing in Japan. However, the situation in Japan is not as expected by Gilles Deleuze and PierreFélix Guattari. There are several reasons why this is the case. For example, there are not many people who has a desire to become an entrepreneur in Japan. In addition, it is possible that many irregular workers are included as nomad workers.

In the next article, the relationship between nomad work and nomad consumption, as well as the brand strategy for them will be discussed.