

持続可能な消費と社会的実践：序論

福 士 正 博

I 問題の所在

「持続可能な消費」(sustainable consumption)の社会的意義はどこにあるのだろうか。1992年ブラジル地球サミットで採択された『アジェンダ21』が持続可能な消費を初めて本格的に提唱して以来、様々な国際機関がこの概念の定義を試みてきた。その中で最も引用されているのは、「オスロ持続可能な消費シンポジウム」(1994年)で採択された定義である。本論文でも、この定義をもとに、持続可能な消費を、「環境負荷の軽減と生活の質の向上を同時に追求する消費概念」と定義する。この定義を式で表すと、次のようになる。

$$\text{持続可能な消費} = \frac{\text{ニーズの実現}}{\text{資源利用}} \quad \text{或いは,} \quad \frac{\text{人間福利}}{\text{資源利用}}$$

この式に見るように、持続可能な消費とは、資源利用を可能なかぎり抑制しながら、ヒューマン・ニーズの実現、或いは人間福利 (human wellbeing) の向上を目指した新しい消費型式である。先の定義では、この式の分母にある資源利用が環境負荷の軽減に、分子にあるニーズの実現や人間福利が生活の質の向上に置き換えられ、両者を同時に追求することが強調されている。資源利用が抑制されたとしても、それがニーズの実現や福利の向上につながらなければ、持続可能な消費を達成したことにはならない。強調すべきは、両者を同時に実現することにある。とくに経済学に見られるように、これまでの消費論では、消費水準が上がることによって生活水準も上昇すると考えられてきた。一人当たり GDP が豊かさの指標として用いられてきたのは、諸個人の効用極大化行動が社会福祉の最適化につながると認識され、それを前提に、総支出が効用の代用物として用いられてきたからである。しかも、それは、個人の効用の総和が社会的福祉という社会的選択の認識にもつながっていた。この認識に対して、先の持続可能な消費の定義には、これまで伝統的に考えられてきた消費水準の上昇と生活水準の向上というつながりを断ち、消費水準が上昇しなくても生活の質（生活水準ではない）を向上させる可能性を追求するという意味も含まれている。持続可能な消費概念には、効率的な消費 (efficient consumption) にとどまらず、それを通過する中で、消費の抑制につながる、「もうこれで十分だ」、「もったいない」という充足性 (sufficiency) 概

念まで展望した内容が含まれている。このように、持続可能な消費には、効率性と充足性という二つの理念の協調と対立が含まれている。

イギリス・サリィー大学のティム・ジャクソンは、「消費の削減によってより良い生活を」と題した論文の中で、消費の削減と生活の質的改善が同時に達成されるウィン・ウィンの関係を「二重配当」(double dividend)と呼んでいる。持続可能な消費が目指しているのは、この「二重配当」である。

「いくつかのアプローチでは、消費の増大は多かれ少なかれ福利の改善に等しい、すなわち多く消費すればするほど生活は良くなると考えられている。別のアプローチでは、現代社会における消費の規模は、環境にも、心理的にもダメージを与えている一方、我々の生活の質を脅威にさらすことなく消費を劇的に減らすことが可能であると論じている。第2の視点によって、持続可能な消費では、ある種の「二重配当」が本質的であること、すなわち消費の削減によって生活を改善することができると同時に、その過程で環境負荷を削減することも可能であるという提案が行われている¹⁾」。

この引用文にある第1のアプローチが、伝統的な経済理論が追求してきたこれまでの消費論、第2のアプローチが、持続可能な消費が追求する、「二重配当」につながる新しい方向性である。第2のアプローチが登場してきた背景には、イースターリン・パラドックスに見られるように、個人消費が拡大しても、必ずしも生活の質的向上につながらず、しかもその消費形式が非持続的 (unsustainable consumption) となっている現代社会が持つ再帰的關係に対する反省と批判がある。ヴェブレンに見られる顕示的消費論や、それを基礎に記号的消費論を展開したボードリヤールの消費社会批判も、現代社会における消費が抱える問題点を鋭く描き出すことに一部成功したとはいえ、そこから反転して、どのような新しい消費形式を展望すべきなのかという問いに答えることができず、議論が途中で終わってしまっている。そうした状況にとどまってしまったのは、彼らの消費論に根本的な欠陥があったからである。ボードリヤールが主張する、消費が拡大していく「社会的論理」を炙り出す作業も、記号に翻弄され、消費意欲を無理やり駆り立てられる消費者像を描き出す展望を切り開くことはできても、日常の消費生活自体が非持続的になっている現状とそれを無意識に受け入れている消費者の心性まで解剖することに成功していたわけではなかった。

本稿は、持続可能な消費を進める上で、社会的実践理論がどのような貢献をするのかを明らかにした序論である。社会的実践の概要は、Ⅲ節、Ⅳ節で述べられている。

Ⅱ 顕示的消費と記号的消費社会論

「産業システムの生産活動は産業システムの外部に所与として存在する欲求に奉仕するのではなく、産業システム自らがそのような欲求を自分の相関項として生産し、操作するよう

になる²⁾。消費社会とは、産業システムが消費をビルド・インすることで、「自己準拠の構造」を持つことが出来るようになった段階を指している。本論文では、消費社会の誕生をフォーディズムが確立した時期に求めている。その意味で、フォーディズム確立後の 20 世紀は消費社会の時代とすることができる。フォーディズムに代表される大量生産システムは、優れた生産性を実現し、そのことによって得た利潤の一部を労働者に還元することによって、高価な T 型フォードすら購入することのできる豊かな労働者を創出することができた。フォーディズムは、高い賃金支払いを可能にすることによって、労働者を豊かな消費者と位置づけることに成功したのである。

フォーディズムを支える消費理論が、ヴェブレンの『有閑階級の理論』に見られる顕示的消費論であった。顕示的閑暇（「働かなくても生きていける」という見せびらかし）から顕示的消費への移行を取り上げたこの書物は、浪費することの意義を次のように訴える。

「顕示的消費の進化の全体を貫いている明白な含意は、浪費主体の名声を効果的に上昇させるためには、それは過剰な支出でなければならない、ということである。名声に値するものであるためには、浪費的でなければならない³⁾」。

「社会的に認知された消費の規範体系は、顕示的消費の法則の監視の下で淘汰的に出来上がるが、その役割は、財の消費や時間と努力の重要性をめぐって、高価さと浪費性の点で消費者を標準に達するようにすることである⁴⁾」。

ヴェブレンは最初、有閑階級の顕示的消費を取り上げていたが、その議論を発展させ、全ての社会階層の消費行動を決定する際の重要なモメントとして、見せびらかす行為の果たす役割を強調するようになった。ヴェブレンは、「その結果、それぞれの階層の構成員は体面の理想として、次のより高い階層において流行している生活体系を受け入れる。そしてその理想にふさわしい暮らしをするために全力を注ぐ⁵⁾」と述べ、有閑階級から一般大衆へ浪費が浸透していくトリクルダウンを主張した。

ここで大事なことは、禁欲的に働くプロテスタンティズムを具現した労働者と、浪費に走る節約心を持たない消費者の共存を明らかにしたことである。ウェーバーが言う「資本主義の精神」としてのプロテスタンティズムは、本来、勤勉と節約を労働者の心性として勤めていたはずである。消費社会は、勤勉と浪費の共存を追求するという点で、プロテスタンティズムからの逸脱を意味していた。ジュリエット・ショアが『働きすぎのアメリカ人』と同時に『浪費するアメリカ人』を発表したのも、勤勉と浪費が共存する消費社会を批判するためであった。勤勉に働き、そこで得た所得を貯蓄に回さず、浪費してもらわなければ現代社会は成立しない。顕示的消費とは、見せびらかしではなく、浪費することを厭わない労働者＝消費者の内的心性である。こうしたヴェブレンの消費社会論は、ボードリヤールの記号的消費社会論として受け継がれた。

ボードリヤールによれば、近代以前のモノ＝物質、近代初期の経済世界におけるモノ＝物

質＋使用価値（交換価値）に対して、現代の消費概念は、モノ＝物質＋使用価値（交換価値）＋社会的（象徴的）意味へと変わってきている。その上で彼は、象徴的意味が記号で表示されることを明らかにした。

「消費というものは、まずはじめに個人的欲求を持った個人を中心に秩序づけられ、ついでこの欲求が権威ないし順応の要請に応じて集団の文脈の上に指数化される、といったものではないことを知るべきだ。実際には、まず最初に差異化の構造的論理が存在し、この論理が諸個人を「個性化された」ものとして、つまり互いに異なるものとして生産する。だがこのことは、自分を個性的なものとする行為においてさえも個々人が自分を順応させる一般的モデルとひとつのコードにしたがって行われる。個人という項目についての独自性／順応主義の図式は本質的なものではなく、体験的レベルの問題なのである。コードに支配された差異化／個性化の図式の論理、これこそ根本的な論理である⁶⁾」。

ここに見るように、現代社会では、消費を個人とモノとの関係、或いは個人の欲求充足を集計すれば社会の規範が生まれるなどと考えることはできなくなっている。現代社会で求められているのは、差異化＝個性化の論理という社会的論理の検出である。差異が他者との比較の上で生み出されるかぎり、欲求が完全に満たされることはありえず、差異を絶えず拡大再生産していくことになる。稀少性は人間と自然との関係ばかりでなく、個人と社会との関係の問題としても広くとらえなければならない。差異を表現するのが記号である。記号には、外示の意味（デノテーション）、すなわち表層に現れる意味と、内示の意味（コノテーション）、すなわち深層に現れる意味の二つの意味を持つ。広告や文化産業は、内示の意味（コノテーション）を操作することによって差別化を図ろうとする。そのことによって、無意識に了解され、慣習化された規則＝コードへと仕立てられていく⁷⁾。フランクフルト学派が、文化産業の役割を強調したのも、差異を記号化する資本の機能を批判するためであった。

記号とは、価格、機能、デザイン（意匠）などの商品属性を消費者に伝達する媒体である。ボードリヤールの記号的消費社会論は、記号によって社会的意味が生み出されること、更にそれを操作することによって、財やサービスの機能から遊離して、記号自体が独り歩きするようになることを明らかにした。例えば、財の機能を表現するデザインが独り歩きし、デザインの優秀さが商品の機能より勝ったものとして市場化される。また、商品より、それに付随する「おまけ」の方に魅力を感じる消費者が生まれるようになる。このような記号の役割は現代社会にとって決定的意味を持っている。近代初期に成立していた「供給はそれ自身の需要を創造する」（セーの法則）という命題は、現代社会では「作ったものは売れなければならない」という論理に代わり、そのために、「必要」という制約を突破し、社会生産力の拡大に備えなければならなかった。大恐慌以後、ケインズのな有効需要創出政策が求められたのはそのためである。

ボードリヤールの消費社会論は、消費が他者との関係に組み込まれた社会関係の中で行わ

れていること、したがって新古典派経済学が想定する諸個人の効用から出発するという方法的個人主義から脱け出す必要があること、そのため消費者は、財の交換を通じて自己の意味を産出しなければならないことを明らかにした。ここで言う自己の意味とは、消費を通じて社会の中に自己を定位するということである。社会的事実（デュルケム）としての消費と呼んでもよいかもしれない。消費者は、社会が形成する「信念、傾向、慣習」に拘束されながら消費を行っており、効用の極大化を目指して合理的に行動するアトム化された主体ではない。記号的消費社会論は、このように、消費を関係概念として認識するという積極的側面を持つと同時に、それにとらわれるばかりに、消費社会の欠陥を質す展望を持ちえなくなってしまうている。消費が拡大していく「社会的論理」を、文化産業の発展、消費者のアイデンティティ、他者比較などに求めても、必ずしも現代消費社会の全体像が明らかになるわけではない。記号的消費論では、記号に翻弄されている消費者を問題にすることはできても、記号にがんじがらめにされている消費者の実態とそれを自ら受け入れる消費者の内的心性を明らかにし、消費社会から脱け出す論理を発見することができなければ、持続可能な消費へ転換する道筋が視野に入ってくることはない。

そのため、ボードリヤールの消費社会論は、晩年に行き場をなくし、破綻せざるをえなかった。ボードリヤールは、記号化が進めばシュミュラクルの世界に辿り着き、人間はそこから脱け出すことが出来なくなるという議論を展開している。『消費社会の神話と構造』の段階では、財やサービスの現実をかりうじて反映した形で記号の役割が議論されていたが、晩年の『シュミュラクルとシミュレーション』の段階では、現実を反映する必要のないものとして記号が独り歩きし始めるようになることを主張していた。個人的消費というプライベートな世界であっても、それが持つ公共的性格を掬い上げることが重要であるにもかかわらず、ボードリヤールの消費社会論では、最後に自己崩壊してしまうという議論にしかならなくなっていた。

ボードリヤールが『消費社会の神話と構造』を発表して以来、わが国でも一時興隆した消費者会批判論が急速に下火になり、その後全くと言ってよいほど新しい展開を見る事がなかったのも、記号的消費論が抱える根本的欠陥を指摘し、それを批判する新しい視座を発見することができなかったからである。その意味で、わが国の消費論は記号的消費論からいまだに脱け出すことができていない状況にある。本稿の課題は、記号的消費論に代わる新しい視座を社会的実践理論が提示することができるかどうかを確かめることにある。

Ⅲ 社会的実践理論

持続可能な消費は、現代社会の消費のあり方を批判する新しい消費型式である。それでは、ここで言う実践とはどのようなものだろうか。アンドリース・レックヴィッツは、実践を次

のように定義している。

「実践とは、身体活動、精神活動、「モノ」とその利用、理解、ノウハウ、感情状態、動機づけ知識といった、相互に結びついたりいくつかの要素からなるルーティン化された行動である。実践では、その存在がこれらの要素の存在と具体的な相互の関係に依拠しているつながり、そしてどの単一要素にも還元しえない、必然的に依存している「ブロック」が形成されている⁸⁾」。

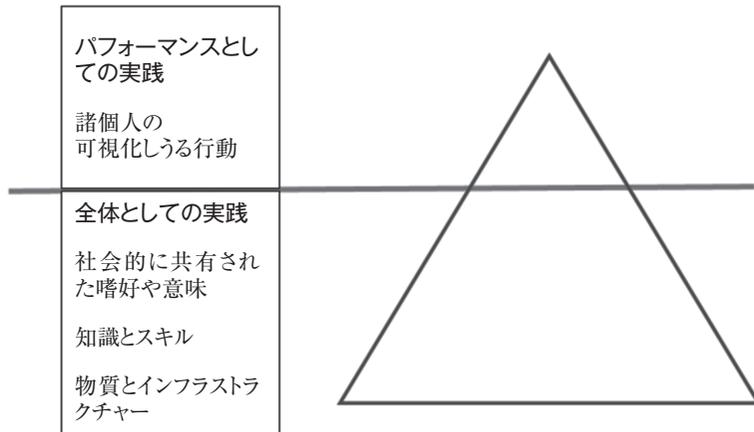
エリザベス・ショブは、実践が物質、コンピテンス、意味の三つの要素から構成されていることを提唱している。それぞれの要素の意味は次のとおりである⁹⁾。

- ・物質：対象物が作られることがら、テクノロジー、有形の物的全体、モノ
- ・コンピテンス：スキル、ノウハウ、テクニク
- ・意味：象徴的意味、観念、アスピレーション

実践とは、相互に結びついた異質な要素の集合（レックヴィッツが「ブロック」と呼ぶもの）からなる身体化されたルーティンの行動である。ルーティンとは日常的に再生産されているという意味である。セオドール・シャツキは、こうした要素集合を全体としての実践（practice as entity）と呼び、それを行うことをパフォーマンスとしての実践（practice as performance）と呼んでいる¹⁰⁾。シャツキによれば、「実践とは活動の束、すなわち行為の組織化されたつながりである。その結果、どの実践にも、活動と組織化という、二つの領域が含まれている¹¹⁾」。

これを図示したのが第1図である。実践は、表面的には、諸個人が行う可視化する行動である（パフォーマンスとしての実践）。図では、三角形の上部に描かれている。しかし、これは一部（氷山の一角）でしかない。その下には、目に見えない全体としての実践が隠されている。図の説明にもあるように、社会的に共有された嗜好や意味、知識やスキル、モノやインフラが実践を構成する諸要素（パフォーマンスも要素のひとつ）として組み合わさっており、そのことで全体としての実践が成立している。実践がルーティン化されているということは、諸要素のつながりが再生産され、日常的に安定しているという意味である。したがって、この実践を持続可能な方向に転換していくためには、パフォーマンスとしての実践という氷山の一角だけを対象とするだけでは不十分であり、その下にある可視化されていない全体としての実践をも対象とした要素間のつながりを再編制する必要がある。この図を描いたスパーリングは、健康に優しいという理由で5%のベジタリアンを取り上げ（氷山の一角だけを取り上げ）、そこに将来の食生活のあり方を見出したとしても、肉を食べ、野菜を食べ、炭水化物を摂取することを正しい食生活と考えている95%の人々の共有した理解や、文化的慣行を無視するのであれば、将来の食生活を展望することができないと述べている¹²⁾。このことは95%が大多数を占めるからという意味で大事だということではない。ベジタリアンでない者が多数派となっている背景には、全体としての実践を構成する諸要素の

第 1 図 「パフォーマンスとしての実践」と「全体としての実践」



(出所) Nicola Spurling et. al, *Interventions in practice: re-framing policy approaches to consumer behaviour*, Sustainable Practices Research Group, 2013, p. 8.

つながりに正当性があり、そのつながりにほころびが生まれなければ、食生活の改革はありえないということである。「食」が食べるという実践である以上、健康志向という目的だけでは、諸要素のつながりによって成立している多数派を占める食生活を変えることは難しい。

レックヴィッツは、実践を構成する要素一つひとつに詳細な検討を加えている。

第1に、実践を行う主体の位置である。実践を行う主体は人間ばかりではない。全ての要素が、実践を構成する主体であり、それぞれが役割を持っている。実践理論には、主体と客体といった二分法は存在しない。レックヴィッツは、実践理論では、「各個人は、身体的、精神的な実践の「担い手」(carriers)として行為する。このように、彼／彼女は、身体的行動パターンの「担い手」であるばかりか、理解、ノウハウの認知、欲求の一定のルーティン化された方法の担い手でもある」と述べている¹³⁾。古典的な行為理論では、ホモエコノミカスにしても、ホモソシオロジカスにしても、主体が行為の中心に位置づけられている。それに対して、実践理論では、「主体とは、社会的実践を担い、行う、身体／精神である」。エリザベス・ショブは、主体を担い手として位置づけることについて、「理解、ノウハウ、意味、目的を個人の属性と受け止めている伝統的アプローチからの劇的な離脱である」と述べている¹⁴⁾。「担い手」とは、実践を構成する多くの要素のうちのひとつにすぎず、諸要素をつなぐ媒介的機能を果たしているという意味である。したがって、諸個人だけが実践の中心にいるわけではない。「主体とはいわば、実践の実行を構成する実践の担い手として、自律しているわけでもなく、規範に従うだけの愚鈍な存在でもない。彼らは、世界や自分自身を知っており、特定の実践にしたがって、ノウハウや動機知識を活用している。実践理論には、主体と区別された「個人」に相応しい場所がある。多様な社会的実践があり、全ての主

体が多様な社会的実践に関わる以上、諸個人は、実践や、身体／精神的ルーティンの斬新な交差点である¹⁵⁾。このように、諸個人は各要素を束ねる交差点にいる存在である。パフォーマンスを行う諸個人は、パフォーマンスを行うがゆえに主体となっているのではなく、諸要素をつなぐ担い手として、交差点の中心にいる。

第2に、その場合の個人は言うまでもなく、身体と精神を持つ存在である以上、実践はルーティン化された身体的活動であり、ルーティン化された精神的かつ感情的行動でもある。レックヴィッツは、この点について、「実践が社会的なるもの場であるならば、ルーティン化された身体的パフォーマンスは社会的なるもの、言わば「社会秩序」の場である。実践が人間の世界に可視的な秩序性を与える」と述べている¹⁶⁾。実践は、このように一過的な行為ではなく、ブルデューが言うハビトゥスのように、身体化されることによって日常生活の中でルーティン化されている。こうした実践は、ルーティン化されるといっても、無意識に繰り返されるだけの反復行為という意味ではない。フットボールが身体的パフォーマンスであるといっても、そこには、「一定のノウハウ、(他のプレイヤーの行動の)特定の解釈方法、(ゲームに勝つための)一定の目的、感情レベル(緊張感)とのつながりがある。誰かが実践を「行う」という場合、彼或いは彼女は実践を構成する身体的、精神的型式の両方を引き受けなければならない。こうした精神的型式は、ある個人の「深層」にある所有物ではなく、社会的実践の一部である¹⁷⁾」。社会的実践が精神活動でもあるのは、知識に裏付けられた「世界を理解し、何かを欲求したり、どのように行うかを知る、ルーティン化された方法である¹⁸⁾」からである。知識はこのように、自らの実践の意味を問い、解釈するうえで決定的な役割を果たしており、しかも実践が日常的に再生産されるという意味で知識は集団的でなければならない。

第3に、「モノ」についてである。ここで言う「モノ」とは、フットボールを行う際、プレイヤーの他に、ボールとかゴールポストといったものを必要とするということである。シャツキは、「具体的な実践を理解するには常に物質的配置への配慮が必要である」と述べている。ここでの配慮とは、どのような実践を行うにしても、人間が利用する客観的的事物を必要とするという道具的理解ではない。繰り返し指摘してきたように、実践は多様な要素のつながりによって構成されており、モノも、そのうちのひとつとして、独自の要素分析を必要とする。ギデンズの場合も、ブルデューの場合も、実践理論の第1波では、必ずしもモノの役割が明確ではなかった。ショブが、「我々のアプローチの中心的特徴は、日常生活においてモノや物質の構成的役割を強調していることである」と述べているように¹⁹⁾、伝統的な社会理論にはなかったモノの役割を再認識し、その位置を確定する必要がある。その場合、レックヴィッツが、実践を構成する要素として、モノの他に、理解、ノウハウ、動機づけ知識を挙げていたことに、あらためて注意しておかなければならない。シャツキは、実践を構成する要素を、(1)何を述べるか、何をするかに関する理解を通じたもの、(2)明確な規則、

原理、指針を通じたもの、(3) 目的、プロジェクト、タスク、目的、信念、感情、ムードなど、私が「目的論的」構造と呼ぶものを通じたもの、の三つに分類している²⁰⁾。ショブは、これらの要素を簡単に、モノ、意味、コンピテンスの三つにまとめている。モノを、諸個人の目的に照らして、どのように使いこなすかという、意味とコンピテンスとの関係が重要となる。

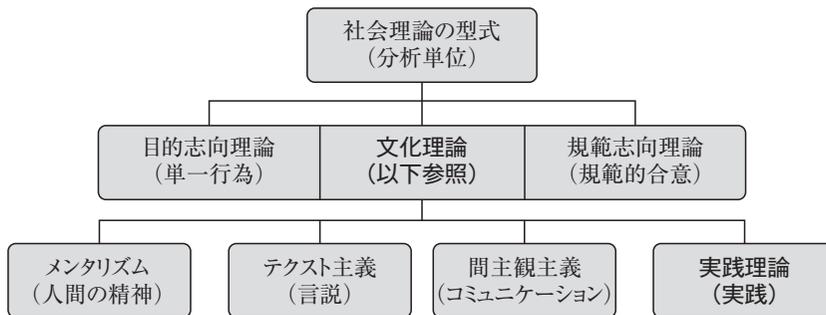
モノの役割が重要視されるようになった背景には、後述するように、実践理論がアクター・ネットワーク理論の影響を受け、実践を行う上で必要な客観的事物、すなわちたんなるボールやゴールポストではなく、それ自体が主体として自己主張するようになってきたからである。

IV 文化的転回と社会的実践

社会的実践の視座から消費について本格的に検討されるようになったのは、セオドール・シャツキ、アンドリース・レクヴィッツを嚆矢とした「現代社会理論の実践論的転回」（言語論的転回から実践論的転回へ）を受け、1990年代後半以降、アラン・ウォード、エリザベス・ショブ、ベンテ・ハルキア、デヴィッド・デビスなどによる優れた消費研究が次々と発表されるようになってからである。こうした実践への注目は、アンソニー・ギデンズの構造化理論やブルデューのハビトゥス論を土台に、更に対象を拡大した第2波というべきものであるが、その背景には文化理論の大きな転回が行われていた。持続可能な消費研究は、この転回の影響を大きく受けている。

第3図は、レクビッツの社会理論の分類にしたがって、文化理論における実践理論の位置を明らかにしたものである。レクビッツに従えば、社会理論は、目的志向理論 (purpose-oriented theories)、規範志向理論 (norm-oriented theories)、文化理論 (cultural theories)

第3図 現代社会理論の実践論的転回



(出所) Semke Cornelia Kuijer, *Implications of Social Practice Theory for Sustainable Design*, 2014, p. 25.

の三つに分けられる。目的志向理論では、諸個人が持つ目的、意思、関心の点から行動が説明される（お金を節約するために電気を小まめに消すなど）。それに対して規範志向理論では、集団の規範や構造の観点から行動が説明される。社会組織は集団の合意の結果であり、したがって分析単位は、価値や社会的規則といった規範的構造にある。文化理論は、こうした二分法を拒否し、社会的なるものを、知識の集団的な象徴的認識構造に求めている。レクビッツは文化理論の特徴について次のように述べている。

「文化理論の新しさは、主体が、一定の型式にしたがって世界を解釈したり、それにともなうやり方で振る舞うことを可能にし、制約する知識の象徴的構造の再構築によって行為を説明、理解しようとしていることにある。社会秩序はその場合、相互の規範的期待の応諾物として現れるのではなく、集団的認識構造や象徴構造の中や、意味を世界に帰す社会的に共有した方法を可能にする「共有知識」に埋め込まれたものとなっている²¹⁾」。

文化理論の特徴は、目的志向理論に見られる個人主義（ホモエコノミカス）と規範志向理論（ホモソシオロジカス）に見られる全体主義の両方を批判する中間的位置にある。文化理論を中間的に位置づけることは、持続可能な消費の意義を分析する場合でも、規範と行動の乖離、態度と行為のずれを問題にする消費社会学を批判する上で重要な意味を持っている。

レクビッツの指摘にあるように、文化理論は、世界を解釈し、それを基礎にした行為を支える「共有知識」にある。問題は、知識の集団的な象徴的認識構造といっても、社会的なるものの根拠をどこに求めるかによって、更に細分化されることである。レクビッツは、その根拠を人間の精神に求めるメンタリズム（精神は知識や意味構造の場）、言説に求めるテキスト主義、コミュニケーションに求める間主観主義（社会的なるものは日常言語の使用による相互行為から生まれる）、そして実践に求める実践理論の4つに分類している。

それでは、消費研究に果たす実践理論の役割はどこにあるのだろうか。アラン・ウォードは、社会的実践理論が登場するまでの文化理論の弱点について次のように述べている。

「消費の文化的分析には、行為の一般理論に内在する理論的弱点が深く刻まれている。内部の多様性や、重要な例外があるにもかかわらず、個人的アイデンティティや流行ライフスタイルの関心に動機づけられた消費者を選ぶことで、ますます自発的行為理論に依拠した議論が行われている。意識的、意図的決定が消費者行動を舵取りし、その意味と方向性を説明することを意味することで、能動的で、内省的な主体モデルが支配していた。そのモデルは、中心的な論点において、新古典派経済学の主権を持つ消費者と殆ど変るところはなかった²²⁾」。

実践理論が登場するまで、文化理論は、自発的行為を出発点とする一般的行為理論の理論的弱点を引き継いでしまっていた、そのために選択や決定が理論的出发点となってしまっている。その結果、どのような状況が消費分析に生まれただろうか。アラン・ウォードは更に次のように指摘している。

「消費の文化的分析が議論を呼ぶ特徴の一つは、個人的アイデンティティや流行のライフスタイルに動機づけられた消費者選択のための象徴的資源を構成した、文化的意味の網の目によって文脈化されている個人の自発的の行為モデルに理論的に基づいていたことである。意識的、意図的決定が消費行動の方向性を決定し、その意味や方向を説明するという、能動的、再帰的主体モデルが支配していた。これは、1990年代の社会学の内部で成熟し、依然多くの研究の枠組みとなっている、非常に影響力のある個人化命題の中で明らかである。消費のルーティンかつ通常の、そして非顕示的側面が、コミュニケーションに焦点を当てたことによってぼかされてしまった。そのモデルに対する不安が再帰的個人を脱中心化した理論的対案を生み出した²³⁾」。

この指摘に見るように、個人的アイデンティティとか流行に動機づけられた個人的選択を消費分析の中心に置くならば、どうしても他者比較を前提にしたコミュニケーションの役割に焦点が絞られてしまう。確かに、「他者より自分をよく見せたい」、「流行を先取りしたい」、「自分らしさを発揮したい」というのは人間が持つ普通の心性かもしれない。しかし、21世紀に入った今日、消費が抱える様々な問題を探る分析方法は、コミュニケーションによる相互行為分析で十分だと言えるだろうか。ウォードは、コミュニケーションに焦点を当てたことで、消費の非顕示的側面という重要な問題がぼかされてしまったと述べている。ぼかされてしまった問題群を立て直す役割を担うのが実践理論であった。実践理論を消費分析に導いたのがアクター・ネットワーク理論 (actor network theory) である。実践理論はその影響を受け、これまでの文化理論とは違った角度から消費分析を行おうとしていた。

アクター・ネットワーク理論の特徴は、エイジェンシーを人間主体ばかりでなく、非人間にまで拡張し、人間、モノ、技術、自然、言語のネットワークによって取り結ばれる関係性の中で、それぞれのアクター (アクタント) がエイジェンシーを発揮すると考えるところにある。したがって消費研究にアクター・ネットワーク理論を当てはめた場合、消費者という人間主体だけを取り上げるだけではエイジェンシーは明らかにならないことから、モノ (消費対象) の持つ意味、イノベーションが果たす役割、自然の機能、日常的な生活慣行など、全ての要素を人間主体と同じレベルで取り上げることが求められる。人間は、消費実践を行う唯一の主体ではなく、担い手にすぎない。それに代わって重視されるのが「モノ」である。ウォードは、先の引用文に続けて、次のように述べている。

「そうした対案の一つがアクター・ネットワーク理論であった。アクター・ネットワーク理論は、協調行動を生むネットワーク内のアクタントとしての人々や組織と並んでモノを考えていることから、非常に興味深い可能性を提供している。テクノロジーと人間との関係を扱う特定の方法としてのアクター・ネットワーク理論は、消費過程の物質性と人間的つながりを結びつける可能性な手段を調整する²⁴⁾」。

それでは、消費分析に果たす社会的実践理論の強みはどこにあるのだろうか。ダニエル・

ウェルチとアラン・ウォードは、持続可能な消費研究に対する社会的実践理論の方法論的貢献について次のように指摘している。

「実践理論は、いくつかの理由で、持続可能な消費分析に貢献している。第1に、日常的なルーティンの仕事を成し遂げる中で、単純な財やサービスの獲得ではなく、それを利用しつつ、エネルギーや資源の非顕示的消費が重大な環境影響を及ぼしている。更にそうした使用は消費者選択モデルに基づいた説明と符合していないし、文化理論に基づいた消費アプローチでも、象徴的ディスプレイ、コミュニケーション、自己プレゼンに対する関心が先行しているために、殆ど手がかりさえつかむことができなくなっている。第2に、エスカレートしている消費の環境影響を説明するために社会的実践のダイナミックスに関心を当てることで、財やサービスは、消費自体というより、社会的実践を完遂させるために利用されている。第3に、実践理論は、持続可能な消費社会学に、「価値－行為」、「態度－行動ギャップ」、すなわち環境価値の支持と非持続可能な行動との不一致現象という袋小路の突破口につながる社会的行為の理解に貢献していることである²⁵⁾」。

この指摘にしたがって、社会的実践理論の役割を、少し敷衍しながら確認しておこう。

第1に、現代の消費理論に求められているのは、ヴェブレンが指摘する「顕示的消費」分析や、それを現代的に解釈した記号的消費論ではなく、日常生活において、習慣化され、身体化され、ルーティン化されている、それ自体非持続的になっている消費活動の解剖である。これまでの消費研究ではこれらの点を解剖することができていない。「毎日欠かさず、入浴したり、シャワーを浴びるようになった理由は何か」、「人工的に作り出された室内環境の中でなければ、我々は生活できないのだろうか」、「どうして我々の食生活は西洋化（とくにアメリカナイズ）されてきたのか」という問いに、顕示的消費論や記号的消費論はどこまで答えることができるだろうか。これらの問いに、社会学や社会心理学ばかりでなく、経済学が前提としてきた消費者選択モデルでは、有効な回答を引き出すことができていない。

第2に、消費をたんに財やサービスの利用ととらえるのではなく、社会的実践の契機と理解することで、消費が環境に及ぼすダイナミックスも視野に入れた分析が可能になることである。言い換えれば、消費は全ての実践につながる通底された社会的行為である。消費を、たんなる財やサービスの利用とか、消費者が主体的に選択した行為ととらえるだけでは、「消費とは何か」、「何故その消費行為が個人の領域を越えて社会的に広がりを持つようになったのか」、「非持続的な消費行為から脱け出すことができない理由は何か」という問いに接近することさえできない。消費を社会的実践と見る視座によって、実践を構成する諸要素の分析を通じて、消費が非持続的に転換していく過程を追跡することができるようになる。

第3に、非持続的消費の理由を、消費社会学がこれまでそうしてきたように、「価値－行為」、「態度－行動」のギャップに求めたとしても、そこからは有効な回答を引き出すことができないという指摘である。この点についてはⅦ節で触れることにする。

V 持続可能な消費と生活の質

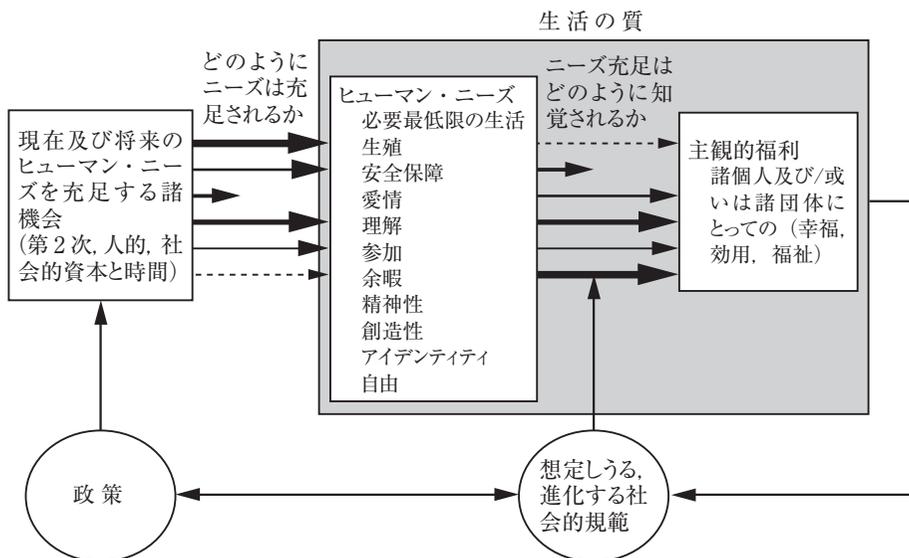
持続可能な消費の目的が消費の抑制と生活の質の向上を同時に達成する「二重配当」にあるとすれば、生活の質の理解が、持続可能な消費論にとって決定的に重要な意味を持つことになる。本論文では、ロバート・コスタンザなどの研究に依拠して、生活の質を、「客観的ヒューマン・ニーズが主観的福利の個人的或いは集団的認識との関係において充足される程度」と理解しておくことにする。コスタンザは、生活の質を測る客観的指標と主観的指標に分かれてしまっている現状を克服するために、「客観的要素と主観的要素を統合する生活の質の定義」を目指していた。問題は統合の仕組みである。コスタンザの主張は、客観か、主観かという単純な二分法ではない。ニーズの実現は客観的に測定することが可能であっても、その相対的貢献度は主観的領域に属し、諸個人によって異なる様相を呈している。コスタンザが主張する統合とは、客観的なヒューマン・ニーズの充足度をベースに、それが当該個人（或いは集団）の福利全体に占める位置を主観的に確定することである。

「ある時点における全体的な生活の質は、個々の確認されたヒューマン・ニーズの充足程度、我々が「実現」と呼んでいるもの (a) と、主観的福利への相対的貢献の点から、回答者或いはグループに対するニーズの重要性 (b) との関数で測定される。最もシンプルな形で戦略を述べるならば、測定はヒューマン・ニーズに関してそれぞれの項目を評価する二つの斬新なスケールからなっている。ひとつは、実現の程度を記録すること、もう一つはニーズの相対的重要性を記録することである²⁶⁾」。

客観的要素と主観的要素のつながりを図示した概念図が第 4 図である。この図に示されているいくつか大事な点を指摘しておこう。

第 1 に、生活の質は、客観的に測定されるヒューマン・ニーズと、個人及び/或いは集団の幸福、効用、福祉といった主観的福利が合わさった統合的概念である。両者は並列されているわけではなく、ヒューマン・ニーズから主観的福利へ矢印が伸びているように、「ニーズの実現はどのように知覚されたか」という視点から見た因果関係にある。その場合、ヒューマン・ニーズから主観的福利へ伸びた矢印は、太い矢印、細い矢印、破線で描かれた矢印など、それぞれのニーズの相対的貢献度がわかるように描かれている。主観が登場するのはこの局面である。諸個人は全て、出自、思想・信条、趣味、年齢、経歴など、無限に広がる要素に影響を受けた主観的領域を持っている。したがって、ニーズの実現といっても、ある人の受け止め方と、別の人のそれとでは全く異なる場合が生じる。効用概念になぞらえて言えば、序数的効用が前提となっている。ここで忘れてならないのは、主観的福利はそれ自体として存在するのではなく、あくまで、ヒューマン・ニーズが客観的に実現される度合いを主観的に引き受けることで成立していることである。先の持続可能な消費の定義にあるニーズと福利の関係は、このような因果的関係であることに注意しておく必要がある。

第4図 生活の質の概念図



(出所) Robert Costanza et. al., Quality of Life: An Approach integrating opportunities, human needs, and subjective well-being, *Ecological Economics*, vol. 61, 2007, p. 269.

第2に、生活の質が最終的に主観的福利によって決定されるという場合、ニーズに対する諸個人の受け止め方の違いの他に、社会的規範に対する受け止め方の違いが反映されていることも、主観的福利が重要となっている一因である。コスタンザは、「こうした試みが、その性格上、規範的であるということに注意しておくことが重要である。それらは完全な「客観的」測定ではない、何故なら生活の質は、その性格上、規範的で、主観的概念だからである」と指摘している²⁷⁾。ここでの規範は、消費者が個人的に受け止める消費者倫理というような狭い領域にとどまるものではない。コスタンザは社会的規範と主観的福利の関係について次のように述べている。

「社会的規範は、主観的福利の全体的な個人的もしくは社会的評価にそれらを集計する時、様々なヒューマン・ニーズに与えられる重みや、機会の改善における社会的投資に関する政策決定の両方に影響を及ぼす。社会的規範は集団の人間行為を受けて進化していく。社会的規範の進化は、世界の望ましい状態に関する意識的に共有した見通しから影響を受けている²⁸⁾」(傍点引用者)。

傍点を付した箇所からもわかるように、ここで言う社会的規範は、消費者が個人単位で行う行為から派生したものではなく、集団的行為を土台に、世界の望ましい状態に関する意識的に共有した見通しから生まれる、消費者の心性に根差した意識である。この規範は、社会的に歴史とともに進化するものである以上、常に流動的であり、したがって主観的福利も常に違った顔を見せることになる。主観的福利は、社会規範を取り込んだ「善」にまで昇華さ

れていると見るべきである。コスタンザの主観的福利の主張は、快樂主義的心理に基づくものではなく、幸福論的心理に基づくものであることに注意しておかなければならない。

第3に、コスタンザは、ヒューマン・ニーズを、マックス・ニーフのヒューマン・ニーズマトリックスを参考に、いくつかの項目に分けてリスト化している。このリストにおいてヒューマン・ニーズは、必要最低限の生活、生殖、安全保障、愛情、理解、参加、余暇、精神性、創造性、アイデンティティ、自由の11項目に整理され、それぞれのニーズを実現する直接的充足手段（direct satisfiers）とそれを実現するために必要とされる資本類型が述べられている。リスト化されているヒューマン・ニーズの幅が相当広いことに注意しておきたい。第4図で注目すべきは、「ニーズはどのように実現されるのか」という視点から、「現在及び将来のヒューマン・ニーズを充足する諸機会」の役割が重視されていることである。ここで言う諸機会とは、ヒューマン・ニーズを実現するために必要とされる資本類型（その他に時間も含む）を指している。諸機会とヒューマン・ニーズの関係も、太い矢印、細い矢印、破線で描かれた矢印などで表示され、因果関係であることがわかる。諸機会の提供に重要な役割を果たしているのが政策である。

このような生活の質は、社会的実践としてのライフスタイルとの関係で考察する必要がある。ギデンズが言うように、「ライフスタイルは、単に功利主義的な必要を満たすだけでなく、自己アイデンティティの物語に実質的な形を与えるがゆえに、個人が受け入れている多かれ少なかれ統合された実践（社会的実践）のセットとして定義される²⁹⁾」。実践を構成するモノ、意味、コンピテンスといった要素の統合は、言い換えればライフスタイルそのものである。生活が豊かであることは実践が豊かであること、すなわち生活の質を向上させる実践の中身が充実していることを意味している。消費との関連で言えば、生活の質を低下させている非持続的な消費のあり方を根本的に見直し、ライフスタイルの変更につなげていく必要がある。

VI 市民消費者と消費者市民

持続可能な消費概念の意義を考える場合、IIで論じた労働者＝消費者（勤勉に働き、浪費する）という視点の他に、市民（シチズンシップ）と消費者の関係についても整理しておく必要がある。かねてより消費に関する優れた歴史分析を行ってきたフランク・トレントマンは、「シチズンシップと消費」と題する論文の中で次のように述べている。

「市民と消費者の結びつきのように、近年、政治と消費者文化のつながりが指摘されている。一世代前では、消費とシチズンシップは、内向け、外向けの規範や行為が競合しているものとして結びつけられ、私的領域と公共領域へと対極的に位置づけられていたが、現在では、透過性があり、重なり合う領域として認識されるようになっていく³⁰⁾」。

それでは、これまで対極的位置にあった消費とシチズンシップが相互に浸透し、重なり合うようになった理由は何なのだろうか。その理由は、消費が現代社会で再帰的性格を帯びるようになり、市場を基礎にした消費が公共空間に浸透し、政治概念としてのシチズンシップと融合し始めたことにある。記号的消費論から脱け出すには、消費者が自発的に公共性につながる規範的行動をとる論理を発見することが必要になる。一例を挙げてみよう。以下は、2008年の内閣府『国民生活白書』の一節である。そこでは、市民は生活者として、また、公共空間は生活空間に置き換えられ、両者の融合が展望されている。

「相互依存の中で成り立つ社会において、人々が受け身で生活するか、主体で生活するかによって今後の我が国の社会、そして世界の将来像は大きく変わりうる。欧米において「消費者市民社会」という考えが生まれている。これは、個人が、消費者・生活者としての役割において、社会問題、多様性、世界情勢、将来世代の状況などを考慮することによって、社会の発展と改善に積極的に参加する社会を意味している。つまり、そこで期待される消費者・生活者像は、自分自身の個人的ニーズと幸福を求めるとしても、消費や社会生活、政策形成過程などを通じて地球、世界、国、地域、そして家族の幸せを実現すべく、社会の主役として活躍する人々のことである。そこには豊かな生活を送る「消費者」だけでなく、ゆとりのある生活を送る市民としての「生活者」の立場も重要になっている。そうした人たちのことは「消費者市民」と呼べよう³¹⁾」。

これまで、市民と消費者は、国家－市場、公共－私的、政治的－経済的、集合的－個人的、脱商品化－商品化というように、二項対立でとらえられてきた。しかし、現代社会は、この対立から脱して、両者の融合が図られなければならなくなっている。とはいえ、両者の融合は簡単ではない。公共－私的領域においても同様である。私的領域において、消費者は、市場の場で、予算制約を考慮しながら、自己の効用を極大化すべく合理的行動をとろうとする。市場は、最適性を保証する機能を持ち、公共性が前提とされているわけではない。他方、公共領域では、消費が様々な外部不経済をもたらしてきたことから、個人消費であっても、消費に内在する公共性を視野に入れ、消費と社会規範、或いは個人的選好と社会的選択との関係を視野に入れなければならなくなっている。

このように、対立と融合が入り混じる中で登場してきたのが、私的領域と公共的領域という両義的側面を有する「消費シチズンシップ」という概念である。消費者はこの二つの領域をめぐって常に揺れ動く存在である。私的領域から消費をつかまえようとするれば、市民は消費を形容するだけの市民消費者という位置づけになるだろう。他方、公共的領域から消費をつかまえようとするれば、消費は市民生活を具体的に色づける消費者市民と呼んでもよいかもしれない。現代消費社会は圧倒的に前者の力が強い。

「市民から消費者への転換は、集合的サービスの関係を個人化し、公共領域を私的領域／市場領域における『選択』を構築する市場や経営の論理に従属させることによって、選択を

脱政治化してしまっている³²⁾」。

「この過程は市民が市民生活において創造的、生産的役割から排除することによって市民を政治の受動的な消費へ制限してしまっている。個人化、商品化されたシチズンシップの形態は、コミュニカルで、熟議的な要素が失われる中で足場が築かれている³³⁾」。

ジョン・クラークが「消費者は新自由主義経済学の化身であるかのように扱われる」と述べたように³⁴⁾、前者の立場から、消費の個人化・私的化を進めようとしてきた新自由主義は、こうした方向性を評価・説明する時の重要な参照点であった。

ここで重要なことは、消費領域における公共性を、社会規範を追求するだけのホモソシオロジカスに陥ることなく実現する道を探ることである。繰り返し述べてきたように、社会的実践理論の課題はここにある。社会的実践理論は、その延長線上で、消費シチズンシップをどのように理解しようとしているだろうか。

社会的実践理論が消費の持つ公共的性格と触れ合うのは、実践を構成する要素のひとつである「意味」との関連である。ジョブは、実践に参加する社会的、象徴的意義を「意味」と呼び、ある実践を行うこと目的こそ、実践の組織化や秩序化にとって重要であると指摘している。シャツキが言う「目的論的構造」、すなわち「何のためにその行動を行うのか」という問いに答える「意味」を、ジョブは実践の一要素として扱っている。消費の公共的性格は、消費者が消費という実践に見出す「意味」とつながっている。

VII ABC モデルと社会的実践

エリザベス・ジョブは、持続可能な消費を社会的実践の視座から検討する必要性を強調している。その理由のひとつに挙げられているのが、所謂 ABC モデルの限界と、それを克服する新しい枠組の必要性である。ABC モデルとは、持続可能な消費行動 (behavior) が、そのことに関心を寄せる態度 (attitude) と、それに基づく選択 (choice) によって進められる、というモデルのことである (ABC モデルは、スターンの態度-行動-文脈のつながりを修正したもの)。行動の「ポートフォリオモデル」と呼ばれるこのモデルに従うならば、諸個人は多かれ少なかれ、価値、態度、規範、関心や欲求に基づいたポートフォリオを持っており、その中から、どのような行動をすべきかを選択している³⁵⁾。人々が価値や規範を持っているのは当然である。しかし、ここで注意しておかなければならないのは、実践がそれらを組織するのであって、逆ではないことである。人々が行う行動の目的は行為者の属性というより、実践の属性と言った方がよいかもしれない。価値や態度、目的は実践の中に埋め込まれ、組織化されているからである。持続可能な消費行動を奨励するには、そうした行動をとる選択を消費者が行うことができるよう、態度の変更につながる動機づけや、それを妨げる障害の除去を行うことが重要となる。ジョブは、気候変動問題を対象に、ABC モデ

ルの問題点を挙げ、次のように批判している。

「こうした支配的な ABC パラダイム（A は態度，B は行動，C は選択を表している）は，持続可能な生活様式を促進する上で，二つの古典的戦略を強化することになっている。第 1 に，気候変動の重要性を人々に説得し，環境へのコミットメントの増加につなげることである。第 2 は，こうした価値を行動へスムーズに転換することを妨げる障害物の除去である。過去数年間，動機づけとか障害といった言葉が増えてきており，行動経済学の台頭や，より全体的なアプローチを求める文献が多くなってきている。しかし，これらのいずれにおいても，行為にしても，変化にしても，完全に個人主義的理解が残っており，その基本的アウトラインに変更はない状態となっている³⁶⁾」。

この指摘で最も重要なのは，後段に書かれている ABC モデルに貫いている個人主義的理解である。合理的選択理論をはじめ，そこから派生した期待価値理論，計画行動理論，理性的行動理論，セルフ・ディスクレパンシー理論など，行動経済学，社会心理学，消費社会学の分野において，個人は選択する主体であるということが想定されている。

第 1 表は，行動理論と実践理論の違いを，行為の基礎，変化の過程，政策の位置，転換可能な学習を基準に整理したものである。行為の基礎について，行動理論では諸個人が行う選択を基礎としているのに対して，実践理論では共有された社会的慣行が想定されている。この違いは，行動理論では選択する個人が主体であるのに対して，実践理論では実践の担い手として登場する違いとなって現われる。すでに述べたように，主体と担い手は同義語ではない。行動理論では，人間主体が事物に働きかけることを通じて行動が生まれ，主体の能動的意思が出発点となるのに対して，実践理論では，実践が個人に先立ち，個人はそれを担うことしかできない立場にある。ロプケはこの点について次のように指摘している。

「実践が論理的かつ歴史的に個人に先立っており，いわば実践が実践者をリクルートする以上，主体が分析の出発点であるわけではない。実践理論家はこのように一方でホモエコノミカスといった自己充足的な諸個人をベースにしたモデルや，他方で，ホモソシオロジカス

第 1 表 行動と実践

	行動理論	実践理論
行為の基礎	個人的選択	共有された，社会的慣行
変化の過程	因果的	創生的 (emergent)
政策の位置	行動要因や担い手に及ぼす外部的影響	影響を及ぼそうとする実践システムに埋め込まれている
転換可能な学習	明確：普遍的法則に基づいて	歴史的，文化的具体性によって制約を受けている

(出所) Elizabeth Shove, Mika Pantzar & Matto Watson, *The Dynamics of Social Practice*, Sage, 2012, p. 143.

といった過度に社会された個人をベースにしたモデルからみずからを解体する。実践理論では、諸個人は「実践の独特な交差点」と見られる。しかしこのことは、どのように実践が実践者をリクルートするのか、また、(個人の視点から)人々は日常生活の実践結合をどのように扱うのかといった問題を提起することになる³⁷⁾」。

行動理論に見られる個人主義に対する批判は、諸個人のエイジェンシー(行為主体性)を否定することではなく、それは社会的実践を経て生まれるものであることに注意しなければならない。

また、行動理論では変化の過程が因果的であるのに対して、実践理論では分析単位としての実践が時間とともに変化し、意味を変えていくことになる。実践が様々な要素のつながりで構成されている以上、それぞれの要素の変容が実践のあり様に大きな影響を及ぼしていくことになる。それは、因果関係から説明できるものではなく、ある時点で輪切りにされた歴史的な顔である。例えば、現代社会では、環境に対する関心が高まっているにも関わらず、多くの人々がますます車を運転するようになってきているという矛盾が見られる。この矛盾は、行動理論では、態度と行動のギャップとして因果的に説明されている。実践理論では、この矛盾を環境認識と豊かさとの関係として理解しようとする。人々は、豊かさの中に環境に対する配慮と、移動の自由の確保という矛盾を抱えたまま、様々な実践の束を繰り返しながら生活を営んでいる。実践理論は、だからこそ、実践を構成する要素分析をもとに、実践と実践とのつながりを問題にするのである。

行動理論と実践理論の違いは政策の果たす役割にも反映している。行動理論は、環境に優しい行動を妨げている障害物の除去、情報提供、助言や奨励策など様々な方法を組み合わせ、外側から介入することで、行動主体に影響を及ぼそうとする。しかし、実践理論では、政策自体が実践を構成する要因のひとつであり、モノ、意味、コンピテンスの要素のつながりを実践の内部から変えていくものでなければならない。ダニエル・ウェルチが指摘しているように、個人(そして彼らの態度や選好)、規範、価値、言説、社会構造といった分析カテゴリーより、実践こそ介入の中心単位である以上、「我々は諸個人の態度をどのように変えるのか」という問いから、「我々は実践と彼らのパフォーマンスをどのように変えるのか」という問いへと再編成し、政策的に介入していかなければならない³⁸⁾。

行動理論に基づいた個人選択モデルを批判するのは、環境に優しい製品を購入する、無駄な電気を使わないようこまめに消す、不必要なものは買わない、といった一見環境にポジティブと思える行動(それ自体否定すべきものではないが)であっても、消費のあり方やその方法に関するより大きな問題を扱う展望を持ちえなければ、いつまでたっても既存の消費型式は残ってしまうからである。ショブは、「ABCの辞書には、重要な社会的転換を議論する上で必要とされるタームや概念が含まれているわけではない」と述べている³⁹⁾。問題は、社会的実践理論が、ここで言う社会的転換を促す上で必要とされるタームや概念を持ちえて

いるか、言い換えれば、社会的実践理論のダイナミックスとはどのようなものかを明らかにすることにかかっている。この点は、別の機会に譲りたい。

Ⅷ 若干の展望

本論文では、持続可能な消費と社会的実践理論の関係について、基本的論点を整理してきた。今後の研究のために、残された課題を明らかにし、若干の展望を述べておきたい。

第1に、これまでの分析でも、大量消費を進めている既存の消費型式から持続可能な消費へ転換していく上で、社会的実践の転換がどのようなプロセスを経て行われるのかについては取り上げてこなかった。実践を構成する要素がそれぞれ独立して存在している以上、ある消費実践から別の消費実践へ移行するには、要素の移行についても分析する必要がある。新しい実践型式は、要素の移行が完成してはじめて成立する。持続可能な消費は、こうした実践のダイナミックスを経て、徐々に浸透していくことになる。残された課題のひとつは、持続可能な消費への転換を社会的実践の転換過程として明らかにすることである。

第2に、社会的実践理論は、他の文化理論とは違って、社会的なるものの説明を実践に求める点で共通してはいても、そこから先は、実践の位置、方法論、強調点など大きく分岐し、様々な議論が展開していることである。持続可能な消費研究も同様で、基本的にアラン・ウォード、エリザベス・シヨブに代表される研究と、J・P・モル、ゲルト・シュバルガレンに代表される研究（一般的に環境近代化論と呼ばれる）とに二分される状況にある。このことから、社会的実践理論の立場から持続可能な消費研究を進める場合でも、両者の異同に注意しながら、その成果を慎重にくみ取らなければならない。

第3に、社会的実践理論の日常生活への関心である。本論文でも少し触れたように、社会的実践理論が有効な理由のひとつとして、これまでの消費研究の主流を占めていた顕示的消費への関心から、日常生活で多くの人々が普通に行っている非顕示的消費へ関心を移し、その実態に接近しようとしていることが挙げられる。顕示的消費が非持続的であると同時に、非顕示的消費も非持続的であるのなら、その転換を進める論理を新たに発見しなければならない。その論理のひとつが社会的実践理論である。社会的実践理論は、持続可能な消費という視角から、食事、空調、入浴、車の運転など、日常的に行っている具体的行為を取り上げ、分析してみる必要がある。

第4に、社会的実践理論と充足性の論理や脱経済成長論との関係を整理する必要があることである。この点の分析は、これまでの社会的実践理論でも全く手がつけられておらず、消費分析に適用されることもなかった。しかし、持続可能な消費が、効率性の論理にとどまらず、充足性の論理まで視野に入れていることや、経済成長論との親和性から脱け出そうとしていることを考えるならば、これらの論点は持続可能な消費研究にとって重要な意味を持つ

ている。消費の拡大が生活水準の上昇につながるというこれまでの伝統的な消費研究が主張してきたことがらを崩すためには、充足性と脱経済成長論との関係を構築する必要がある。

第5に、社会的実践理論からあらためて消費者の行動変化の分析を進めることである。とくに、実践を構成する要素の一つである「意味」から、持続可能な消費に向けた消費者の心性の変化を明らかにする必要がある。態度－行動のギャップに関心を集中させてきた伝統的な行動理論から離れて、実践理論は、新たな視点で消費者の行動変化をとらえようとしている。

注

- 1) Tim Jackson, Live Better by Consuming Less? Is There a “Double Dividend” in Sustainable Consumption?, *Journal of Industrial Ecology*, 2005, p. 19.
- 2) 内田隆三『消費社会と権力』岩波書店, 1987年, 7頁。
- 3) ソースティン・ヴェブレレン『有閑階級の理論』（高哲男訳）, ちくま学芸文庫, 1998年, 112頁。
- 4) 同上, 133頁。
- 5) 同上, 99頁。
- 6) ボードリヤール『消費社会の神話と構造』（今村仁司, 塚原史訳）, 紀伊國屋書店, 119～120頁。
- 7) 石田英敬『現代思想の教科書』（ちくま学芸文庫）, 2010年, 6「欲望とは何か－欲望と主体」130～149頁参照。
- 8) Andreas Reckwitz, Toward a Theory of Social Practices A Development in Culturalist Theorizing, *European Journal of Social Theory*, 5 (2), 2002, pp. 249.
- 9) Elizabeth Shove, Mika Pantzar & Matto Watson, *The Dynamics of Social Practice*, Sage, 2012, pp. 22-23.
- 10) Theodore R. Schatzki, *Social Practices A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*, Cambridge UP, 1996, p. 90.
- 11) Theodore R. Schatzki, *The Site of the Social*, Pennsylvania State University Press, 2002, p. 71.
- 12) Nicola Spurling et al., *Interventions in practice: re-framing policy approaches to consumer behavior*, Sustainable Practices Research Group, 2013, p. 8.
- 13) Andreas Reckwitz, Toward a Theory of Social Practices A Development in Culturalist Theorizing, *European Journal of Social Theory*, 5 (2), 2002, pp. 249-250.
- 14) Elizabeth Shove, Mika Pantzar & Matto Watson, *The Dynamics of Social Practice*, Sage, 2012, p. 7.
- 15) Andreas Reckwitz, Toward a Theory of Social Practices A Development in Culturalist Theorizing, *European Journal of Social Theory*, 5 (2), 2002, p. 256.
- 16) *ibid.*, p. 251.
- 17) *ibid.*, p. 252.
- 18) *ibid.*, p. 251.
- 19) Elizabeth Shove, Mika Pantzar & Matto Watson, *The Dynamics of Social Practice*, Sage,

- 2012, p. 9.
- 20) Theodore R. Schatzki, *Social Practices A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*, Cambridge UP, 1996, p. 89.
 - 21) Andreas Reckwitz, Toward a Theory of Social Practices A Development in Culturalist Theorizing, *European Journal of Social Theory*, 5 (2), 2002, pp. 245-246.
 - 22) Alan Ward, After taste: Culture, consumption and theories of practice, *Journal of Consumer Culture*, vol. 14, no. 3, p. 283.
 - 23) Alan Warde, The Sociology of Consumption: Its Recent Development, *Annual Review of Sociology*, vol. 41, 2015, p. 124.
 - 24) *ibid.*, p. 124.
 - 25) Daniel Welch and Alan Warde, Theories of Practice and Sustainable Consumption, Lucia Reisch (ed.), *Handbook of research on sustainable consumption*, 2015, p. 88.
 - 26) Robert Costanza et. al., Quality of Life: An Approach integrating opportunities, human needs, and subjective well-being, *Ecological Economics*, vol. 61, 2007, p. 272.
 - 27) *ibid.*, p. 271.
 - 28) *ibid.*, p. 269.
 - 29) アンソニー・ギデンズ『モダニティと自己アイデンティティ』（秋吉美都・安藤太郎・筒井淳也訳），ハーベスト社，2005年，89～90頁。
 - 30) Frank Trentmann, Citizenship and Consumption, *Journal of Consumer Culture*, vol. 7 (2), 2007, p. 147.
 - 31) 内閣府『平成20年版国民生活白書』，2008年，2頁。
 - 32) John Clark, et. al., *Creating Citizen-Consumers*, Sage, 2007, p. 16.
 - 33) *ibid.*, p. 17.
 - 34) *ibid.*, p. 17.
 - 35) Daniel Welch, Social practices and behavior change, Fiona Spotswood (ed.), *Beyond Behaviour Change*, Policy Press, 2016, p. 240.
 - 36) Elizabeth Shove, Mika Pantzar & Matto Watson, *The Dynamics of Social Practice*, Sage, 2012, p. 142.
 - 37) Inge Ropke, Theories of practice—New inspiration for ecological economic studies on consumption, *Ecological Economics*, vol. 68, 2009, p. 2493.
 - 38) Daniel Welch, Social practices and behavior change, Fiona Spotswood (ed.), *Beyond Behaviour Change*, Policy Press, 2016, p. 238.
 - 39) Elizabeth Shove, Beyond the ABC: climate change policy and theories of social change, *Environment and Planning A*, 2010, vol. 42, p. 1277.

* 本稿は，2016年度個人研究助成費による研究成果の一部である。