

グリーン・コンシューマリズム——その先にあるもの——

福 士 正 博

I はじめに

グリーン・コンシューマリズムは、記号的消費論とともに、高度消費社会に対する批判的視座を提供するものとして、1980年代以降注目されるようになった新しいタイプの消費者運動である。温暖化をはじめとする地球環境問題が世界的に広がりを見せる中で、環境に優しい財やサービスを積極的に購入することで、持続可能な社会を目指す消費者の運動が市民レベルで活発に行われるようになってきた。消費者のこの動きは一般にグリーン・コンシューマリズムと呼ばれている。ここでは、社会的実践理論の立場からグリーン・コンシューマリズムの問題点と限界を指摘し、そのことを通じて、「その先にあるもの」を展望することを課題としている。社会的実践理論から見た消費社会批判とグリーン・コンシューマリズムによる批判の異同を明らかにすることは、持続可能な社会を、どの立場から、どのような構想として、どのような過程を経て展望するのかを考察する際の重要な視座を提供する。記号的消費論が、大量消費を進める近代の「社会的論理」に取り込まれて身動きがとれなくなった消費者の姿を浮き彫りにしようとしていたのだとすれば、記号的消費社会ばかりでなく、記号的消費論自体を批判する消費者の運動が本質的な限界を抱えている限り、目指そうとしている持続可能な社会もその限界を引き受けてしまうことになる。社会的実践理論は、記号的消費論ばかりでなく、グリーン・コンシューマリズムの問題点と限界を指摘する重要な視座を提供している。

II グリーン・コンシューマリズムの位置

「NPO 環境市民」は、「グリーン・コンシューマーの買い物 10 の原則」をまとめている。この原則から、グリーン・コンシューマリズムの意義と限界がどこにあるのかを確認しよう。

- 1 必要なものを必要なだけ買う
- 2 使い捨て商品ではなく、長く使えるものを選ぶ
- 3 容器や包装がないものを優先し、次に最小限のもの、容器は再使用できるものを選ぶ

- 4 作るとき、買うとき、捨てるときに、資源とエネルギー消費の少ないものを選ぶ
- 5 化学物質による環境汚染と健康の影響の少ないものを選ぶ
- 6 自然と生物多様性をそこなわないものを選ぶ
- 7 近くで生産・製造されたものを選ぶ
- 8 作る人に公正な分配が保証されるものを選ぶ
- 9 リサイクルされたもの、リサイクルシステムのあるものを選ぶ
- 10 環境問題に熱心に取り組み、環境情報を公開しているメーカーや店を選ぶ

買い物原則である以上、ここで述べられている原則が財やサービスの購入という範囲に限定されていることはやむをえないのかもしれない。使い捨てでないもの、容器包装に配慮しているもの、資源やエネルギー消費が少ないもの、化学物質による汚染のないもの、生物多様性をそこなわないものなどを「選ぶ」、そして、これらにあてはまらない必要なものであっても必要なだけ買うという姿勢を持つことが、グリーン・コンシューマーの原則であるという。ここでは、生産と消費の分離を前提とした上で、環境に優しい行動をとるとき的前提となる消費者の態度が問題とされている。この原則が求めているのはこのように、消費者の態度と行動との関係性である。

ガブリエルとラングは、選択者、コミュニケーター、探究者、アイデンティティ追求者、犠牲者、抵抗者、活動家、市民など、多様な顔を見せる消費者のうち、グリーン・コンシューマリズムを、活動家としての消費者のカテゴリーの中に位置づけている (Gabriel and Lang, 1995)。グリーン・コンシューマーは、たんなる購買者ではなく、また、生産者に利益を提供するだけの犠牲者、買い物を通じて自己を確立する探究者などではなく、市場経済のただ中で、自らの要求を主張し、その実現に奔走する活動家としての側面を持っている。その意味でグリーン・コンシューマーは、ガブリエルやラングが言うように、社会と積極的に交わる社会的存在である。その点からすると、グリーン・コンシューマーは、グリーンという言葉で象徴される環境問題と関わりを持つ消費者というより、様々な社会問題との積極的関わりを求める市民－消費者という、より幅の広いカテゴリーに含まれる消費者像と考えることができる。そこには、私的利害を追求する消費者の中に市民という公共性を具体化した、これまでの消費者とは異なる別の顔が存在している。

しかし、グリーン・コンシューマリズムには、主意主義的消費行動論から脱け出し、伝統的な消費者像を一步前進させたという意味で積極的側面を持つと同時に、社会的実践理論から見て、日常的な消費生活が全体的に環境負荷を増進させている構造を解剖することに無力であるという限界を抱えている。強い持続可能な消費の意義を追究するという筆者の関心からすれば、社会的実践理論といっても、弱い持続可能な消費につながる消費分析と、強い持続可能な消費につながる消費分析がある。グリーン・コンシューマリズムは、実践理論を消

費分析の基礎にしているわけではない。そのために、日常生活を分析する点で大きな弱点を抱えているとともに、弱い持続可能な消費といくつかの点で親和性を持っている。グリーン・コンシューマリズムの限界は、この特徴に由来していると言ってよい。

グリーン・コンシューマリズムは主意主義的消費者行動論といくつか共通点を持っている。第1に、どちらも消費者である個人に焦点を当てていることである。様々な環境問題を生み出した責任の一端は消費者にもあるという認識から、グローバルに進行する環境問題へのガバナンス対応のひとつとして個人行動の変革を挙げている。このようにまず問題とされるのは人である。後に述べるように、社会的実践理論が、人ではなく、実践を問題にしているのと比較すると、決定的違いがここにある。しかし、この場合の人は、たんなる個人ではなく、「再帰的主体」(reflexive subject)として現われていることに注意しておかなければならない。市民－消費者は、再帰的近代の時代においてこの概念を具体化した新しい消費者像と見ることができる。クラークらによれば、「市民－消費者は、市場を基礎にした観念、活動が公共空間に浸透し、消費者文化が蔓延する時代に出現した概念である」(Clark et. al. 2007)。市場という本質的に私的な空間に公共性が浸透してきた結果、市場の意味が変化したことを背景に、新しい消費者像として市民－消費者が登場するようになってきた。環境問題の出現に消費が大きく関わっていることが認識されるようになると、本来経済的概念である消費もにわかに政治的色調を帯びようになり、政治的消費者主義という性格を持つようになる。主意主義的消費行動理論も、グリーン・コンシューマリズムも、この動きを背景に、政治的意味を持つようになった消費の変化に関わることを求められるようになった。両者の違いは、その関わり方の程度の違いにある。クラークらは、市民－消費者という新しい消費者像の登場といっても、市場の本質は人々の選択の場、すなわち消費者主権の場であることに変わりではなく、再帰的近代の時代においても、選択者としての消費者のイメージが支配しているために、市民－消費者という概念もこのイメージに導かれたものでしかないことを指摘している (ibid.)。程度の違いというのは、選択の基準に環境が加わっただけにすぎず、選択の構造に大きな変化があったわけではないということを意味している。

市民－消費者は消費者を市民という言葉で形容した概念である。公共空間としての市場を優先するのであれば、そこでの消費者像は消費者－市民というように、市民を消費者によって形容した言葉になる。この場合、一義の意味は市民にある。市場が選択の場である限り、この認識が、主意主義的消費者行動理論にも、グリーン・コンシューマリズムにも浸透することはまずないと言わなければならない。グリーン・コンシューマリズムが主意主義的消費者行動理論から一歩抜け出す積極的側面を持っているという指摘は、環境問題を初めとする様々な社会問題を強く意識し、その政治性に積極的に関わろうとする姿勢にある。主意主義的消費者行動理論が、消費者の態度と行動とのずれを問題にしているかぎり、そのずれを解消するために必要とされる政策介入は、情報提供、環境教育、環境に優しい行動プログラム

の推進など、選択の幅を広げる手法が中心となる。グリーン・コンシューマリズムも、主意主義的消費者行動理論のこの特徴を引き継いだ上で、政治的消費者主義という性格を加えているだけにすぎない。

主意主義的消費者行動理論とグリーン・コンシューマリズムの違いを程度の問題と位置づけるのは、市民－消費者が、たんなる近代から再帰的近代へ転換する時代状況の中で、新自由主義が台頭してきた1980年代に登場してきた新しい消費者像でもあるからである。グリーン・コンシューマリズムと新自由主義が親和的であることについての理解がなければ、グリーン・コンシューマリズムを進歩的な消費者像として前向きに評価するだけで終わってしまうことになる。消費者という経済的構築物に市民という政治的構築物が居心地の悪い状態で共存するようになった意味を探るには、再帰的近代と新自由主義という二つの時代文脈との関係を問うことが重要となる。消費は本来、市場を舞台に、所有論的個人主義に由来した自らの財産を処理する自由を行使した行為であり、全ての人が何を買うのかを自由かつ平等に選択することができるという意味で近代に対応した行為である。他方、市民という政治的概念は、他者を尊重し、その絆の中で形成される互惠主義に基づいた市民同士の水平的関係と、市民の権利と責任を担保する国家との垂直的關係によって成立している。両者の併存は、再帰的近代という、「市場を基礎にした観念や活動が公共空間に浸透し、消費者文化が蔓延する時代」だからこそ可能になる。持続可能な発展が持続可能な成長に読み替えられ、環境が経済成長の跳躍台と評価される時代文脈と、グリーン・コンシューマリズムが再帰的近代に相応しい消費者像として注目されるようになってきた時代背景が重なり合う根拠はここにある。

Ⅲ 社会的実践理論から見たグリーン・コンシューマリズム

さて、先に引用した買い物原則によって、私たちは、消費を契機とした日常生活の全体を展望できる広がりを持つことができるだろうか。杵本育生は、『グリーン・コンシューマー世界をエコにする買い物のススメ』の中で、「グリーン・コンシューマーはライフスタイルの根源的な改革を行うひとつの方法で、買い物を变えることで生活を変えるものであり、さらに社会経済システムを変えることにもつながるものです」（杵本、2006）と述べている。しかし、グリーン・コンシューマリズムによって日常生活全体をグリーン化する内在的論理が切り開かれたと言うことは到底できない。日常生活とは実践の束であるとする社会的実践理論からすれば、先に述べた買い物原則や杵本の指摘にもかかわらず、ライフスタイルという日常生活の深層に迫ることができるなどと言うことはできないからである。掃除、洗濯、入浴、睡眠、車の運転など、私たちの日常生活を形作っているほとんどの実践は、実践を構成する要素の組織化によって成り立っている。買い物というパフォーマンスの変革を求めた

だけでは、その陰に隠されている実践を構成する要素の組織化に迫ることはできない。グリーン・コンシューマリズムの「その先にあるもの」を追究するという関心は、そこに迫ることのできないグリーン・コンシューマリズムの方法論上の不十分さと反省から出発している。

ヨランダ・ストレンジャーズらは、「“ゴーイング・グリーン (Going Green) ?” エスカレートする資源消費への政策対応としての行動変化プログラムの限界」と題した論文の中で、論文執筆の理由を次のように説明している。

「「容易に行うことのできる」持続性行動に参加しようとする、個人を対象とした「ゴーイング・グリーン (Going Green)」言説が、日常実践の中に意味づけられている大多数の消費をどのように見落としてしまっているのかを明らかにしてみたい。この言説は、我々の生活がますます資源集約的になっている複雑な様式を不問にしている」(Moloney and Strengers, 2014)。

環境に優しい行動は、待機電力を使用しない、シャワーで使用した水を庭の水やりに使う、シャワーの使用時間を制限する、歯磨き時に水道を止める、照明不必要時には消灯する、暖房機器の使用の代わりに上着を着用するなど、容易にできる「小さな」行動から、水タンクの設置、ソーラーパネルの設置、冷蔵庫、TV、食洗機、ヒーター、空調機などエネルギー効率的な機器の購入など「大がかりな」行動まで、様々な範囲に及んでいる。このような活動を奨励する「ゴーイング・グリーン」言説はグリーン・コンシューマリズムとほぼ同義と考えてよい。ストレンジャーズらがこの論文を書いたのは、この言説に含まれる活動を進めるだけでは、ますます資源集約的になってきている日常生活のあり様を根本的に取り上げることはできないという問題意識からである。この指摘に対してグリーン・コンシューマーであれば、資源集約的になってきている日常生活を少しでも変えるために、買い物を含め、消費者行動の一つひとつを点検し、少しでも環境に優しい行動に近づくよう配慮することが、ライフスタイルの変革につながることになるのではないかと反論するだろう。こうした配慮が消費活動を改める上で必要であることは言うまでもない。グリーン・コンシューマリズムを評価する場合、ここに挙げられた多様な活動が持つ可能性や意義を少しでも損なうようなことがあってはならない。しかしその一方、このような配慮だけでは取り上げることのできない問題群があるのであれば、それを抉り出し、グリーン・コンシューマリズムの「先にあるもの」を展望してみることも必要となる。社会的実践理論とグリーン・コンシューマリズムの問題意識のずれを明らかにするという課題はこの必要性から生まれている。ストレンジャーズらの次の指摘はこの点で決定的に重要である。

「ゴーイング・グリーン (Going Green) 言説は、彼らが行っているものが、どのように、またどのような理由で行われているのか、実践やルーティンがどのように「ノーマル」となっているのかを無視している。我々には、そうした問題が考慮すべき追加「要素」として既存の言説の中に合体する必要があるということを提案する意図はない。むしろ、必要とされ

ているのは、代わりとなる言説、つまり、別の生産実践的リアリティとか「実在論的政治学」である。我々は、ABCを越えた先にある政治的問題の枠組を形成する社会理論の役割を論じてきたショブの中にその手がかりがあると考えている」(ibid.)。

筆者がこれまでショブの社会的実践理論や強い持続可能な消費を取り上げてきたのも、ストレンジャーズらと同じ問題意識からである。グリーン・コンシューマリズムが取り上げることができないのは、日常生活の大半を構成している非顕示的消費が「ノーマル化」し、それを当然のことと受け止めてしまっている現実についてである。環境に配慮するのであれば、資源節約的な冷暖房機器、ハイブリッドカーや電気自動車、節水につながるシャワーヘッドなどを買求めたり、買い物袋の持参、公共交通機関の利用、ゴミの分別などを積極的に行うことは当たり前の行動となる。しかし、ここでストレンジャーズらが指摘しているのは、このような環境に優しい行動をとる一方、快適性、清潔、利便性を求めてきた結果、資源やエネルギーの大量消費につながっている消費者の行動については取り上げようとはしないグリーン・コンシューマリズムが持つ本質的限界である。この限界を克服するには、既存の言説と合体すればすむという問題ではなく、それを抜本的に批判することのできる新たな言説を必要とする。ストランジャーズらが求めた代替言説こそ、ショブを中心とした強い持続可能な消費につながる社会的実践理論であった。

それでは、社会的実践理論から見てグリーン・コンシューマリズムの限界はどこにあるのだろうか。この課題に接近する上で注意しておかなければならないことは、弱い持続可能な消費分析とグリーン・コンシューマリズムの親和性を、強い持続可能な消費の立場から批判的に取り上げることである。

第1に、買い物に重心を置いていることの意味である。グリーン・コンシューマリズムと弱い持続可能な消費分析との親和性は、買い物活動を通じた政治的消費者主義の具体化という点に色濃く現われている。シュパルガレンの消費分析はギデنزの構造化理論を下敷きに、規則と資源から構成される構造と行動主体の二重性を分析基礎としている。シュパルガレンはこの方法論に基づいて、掃除、洗濯、調理、入浴などの具体的な実践を仲立ちに構造と行動主体が関係していることを明らかにした。買い物に重心を置いた原則も、この分析枠組を踏襲するところから生まれている。構造と行動主体の関係は、生産様式、調達様式、アクセス様式、利用様式といった一連のつながりの中で相互に規定し合う二重性として現われる。このつながりの中で最も大事なものは、構造と行動主体を仲立ちする調達様式である。シュパルガレンの消費分析が、財やサービスをどのように利用するのか、それにどのようにアクセスするのかということへの関心より、生産された(所与の)財やサービスをどのように手に入れる(購入する、調達する)のかに関心を寄せているのは、構造化理論における社会的実践の位置に基礎づけられているからである。ショブは、強い持続可能な消費の立場から、シュパルガレンの消費分析の特徴を次のように批判している。

「ゲルト・シュバルガレンが展開しているような弱い解釈では、実践領域は、消費者と調達様式が相互に作用する場 (sites) として扱われている。このアプローチでは明確に行動を社会的、制度的文脈の中に位置づけているものの、社会的実践自体をダイナミックスな全体として扱うようなことにはなっていない」(Shove, 2010)。

ここにある「行動を社会的、制度的文脈の中に位置づけている」という指摘は、社会的実践が構造と行動主体を仲立ちしているという意味を表現したものである。ショブは、このような分析枠組みでは社会的実践のダイナミックスを扱うことができないということを指摘している。すなわち、消費は利用、アクセス、調達、廃棄の全てを含んだ過程であり、一部に特化した分析では、消費の全体像を明らかにすることはできない。求められているのは、それを可能にする方法論である。社会的実践理論にその可能性が秘められているにもかかわらず、シュバルガレンの消費分析はその可能性を狭く限定してしまっているというのが、ショブがシュバルガレンを批判する要点であった。調達様式に重心を置いたシュバルガレンの消費分析がグリーン・コンシューマリズムによる買い物を通じた政治性の発揮と近くなっているのは、こうした社会的実践の位置による。

第2に、消費分析の重心が調達様式や購買活動に置かれてしまっているために、消費の一連の過程で最も重要な専有過程の分析を行うことを難しくしていることである。専有とは、獲得した財やサービスを我がものとして自由に使用することである。人々は、使用価値を求め、それを専有するために消費活動を行っている。調達や購買はそのための必要な手続きでしかない。手続きに重心を置いた消費分析には、消費の本質を見失う危険性をともなっている。ここで重要なのは、この点と関連して、サービス概念を正確に理解することである。私たちが日常生活で求めているのは、暖房、照明、シャワー、調理、テレビ鑑賞、コンピューター操作など、日常生活を営む上で必要なサービスであって、財そのものでも、資源やエネルギーを消費することではない。資源やエネルギーは、これらの実践を行うために必要なかぎりでは消費しているにすぎない。しかし、現代社会が資源やエネルギーを大量に消費する社会であることを理由に、私たちは、この理解を逆転し、その削減の必要を直接求めるという誤りにしばしば陥っている。資源やエネルギーの大量消費の原因は実践にあるという認識に立つならば、問題とされなければならないのは、実践自体を変革することである。社会的実践理論のすごさは、ショブが言うように、「実践理論がエネルギーとは何のためにあるのかという本質的問題に光を当てている」ことにある (Shove, 2018)。グリーン・コンシューマリズムの弱点のひとつは、エネルギーを抽象的にしか理解していないために、その基礎にある実践の変革、したがってライフスタイルの変革にまでつなげられないという点にある。買い物活動の変革がライフスタイルの変革につながるという錯覚は、専有過程やサービス概念の理解の甘さから生まれている。

第3に、グリーン・コンシューマリズムの限界は、政治的消費者主義という、消費者やエ

イジェンシーの評価と関係している。シュバルガレンのように社会的実践を主体と構造を仲立ちする位置に置くならば、消費者は構造の側にいる生産者に資源効率的な製品やサービスの生産を求めることになる。買い物原則のひとつに、資源やエネルギー消費が少ないものを選ぶことが含まれているのも、消費者が持つエイジェンシーを発揮することで、生産者に効率的生産を求めていることの具体的な現われである。これが、資源やエネルギー消費の削減につながるのであれば、その意義は非常に大きいと言わなければならない。しかしこの効果は、単位当たりの製品やサービスの効率性上昇というミクロレベルで現れるだけで、日常的な消費生活のあり様が資源やエネルギーの使用を増大させている構造自体に切り込んでいるわけではない。大事なことは、消費者が持つエイジェンシーの理解からこの違いが生まれているという点にある。社会的実践理論からすれば、消費者のエイジェンシーは、政治的消費者主義に現れるのではなく、実践を構成する要素を組織する能力の点で発揮されるものである。日常的消費生活が資源やエネルギー浪費的になっている現状は、そのことをノーマルなものとして受け止める消費者の共有理解に裏づけられている。しかも、こうした日常生活のあり様は消費者の共有理解に裏づけられているとはいえ、理解の変化があれば日常生活も必然的に変化するというものでもない。共有理解は実践を構成する要素の一つにすぎず、他の要素との相互関係の中で日常生活は成り立っている。ショプの社会的実践理論が、日常生活の変化のために、技術的イノベーションと社会的イノベーションの共進化を求めているのはそのためである。グリーン・コンシューマリズムも、シュバルガレンのエイジェンシー理解をそのまま受け継ぎ、環境負荷を増大させている日常生活の構造に切り込むことができていない。

Ⅳ 日常の実践共同管理

それでは、グリーン・コンシューマリズムの限界を克服した先に、私たちは何を展望することができるだろうか。

資源やエネルギーの大量消費に歯止めをかけるには、供給面と需要面の双方から効果的に対応することが求められる。ストレンジャーズによれば、需要面での対応には、現在支配的に行われている需要管理プログラムと、それに批判的な日常の実践の共同管理プログラムの二つがある (Strengers, 2009, 2011)。この二つのプログラムと資源の共同管理プログラムを組み合わせることで二つの政策系列が現われる。

A 系列：資源の共同管理プログラム + 需要管理プログラム（需要面）

B 系列：資源の共同管理プログラム + 日常の実践共同プログラム（需要面）

ストレンジャーズが追究しているのは B 系列である。この系列は、A 系列の批判と反省の上に成り立っている。その批判は、需要管理プログラムが抱えている問題点に根差しているが、同時に、需要管理プログラムと一体となって行われることによる資源の共同管理プログラムの問題点にも向けられている。資源の共同管理プログラムは、需要面での対応措置との組み合わせで、その機能を十分に発揮する場合とそうでない場合の二つに分かれることになる。資源の共同管理プログラムとは、資源供給と需要に対する相互の責任を明確にし、資源の供給（生産）と需要（消費）が一体となって需給調整を行うことである。このように共同管理とは、地域の中で活動している社会的主体による交渉を通じて、資源やエネルギーの管理、権限、責任が明確になっている状況を指している。すなわち資源やエネルギーの集団的供給管理体制の構築と、需要面からの管理を指す。資源の大量消費によって資源の枯渇が課題となっている場合、資源の消費抑制を需要面ばかりでなく、供給面の取り組みと一体となって行うプログラムである。生産領域と消費領域の取り組みが分断されていれば、資源消費を抑制するという課題に効果的に取り組むことはできない。需要面での取り組みである需要管理プログラムも、日常的実践共同プログラムも、供給面での取り組みと一体となることができるかどうかで、評価は大きく分かれることになる。

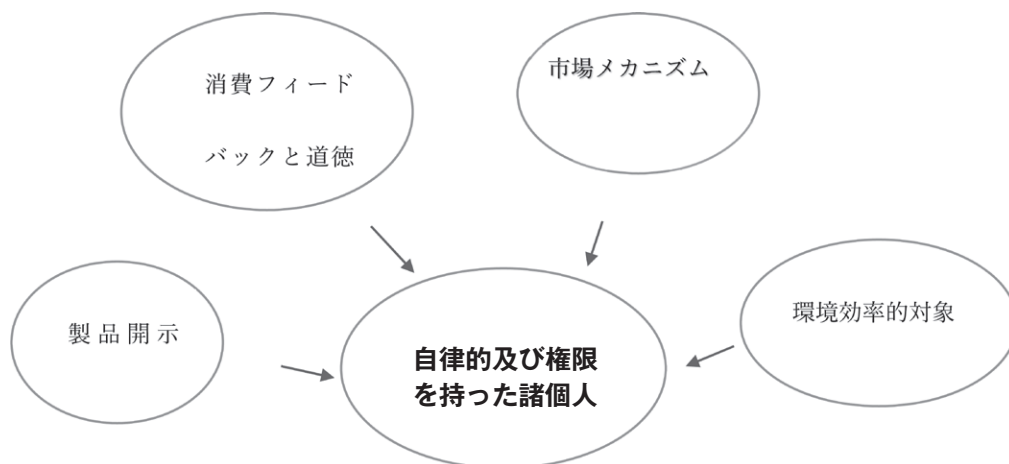
(1) 需要管理プログラム

資源やエネルギーの大量消費が進んでいる現実を深刻に受け止めるならば、消費者による需要管理を、解決策のひとつとして試みるようになるのは当然なのかもしれない。需要管理は、増大する資源消費、グローバルに進行する気候変動、大規模なインフラ投資の対費用効果の減少、増大する資源やエネルギー需要にうまく対応することができない供給サイドの事情などを背景に、多くの先進国が試みてきた中心的プログラムである。

先進国で支配的に行われている需要管理プログラムの特徴は、生産領域と消費領域の分離を前提に、それぞれの領域で独自のプログラムが追求されていることである。A 系列のように、一見すると、供給面と需要面が一体となったプログラムが実施されているように見えても、需要管理プログラムは供給プログラムがうまく機能していない現実に対する補完的措置となっている場合が殆どである。

需要管理プログラムは、需要自体を本質的に否定したり、反対しているのではなく、資源供給を維持するという供給サイドの課題と並行して登場した措置である。ストレンジャーズが指摘しているように、「このパラダイムの前提となっているのは、需要が非交渉的であるという仮説である」（Strengers, 2009）。問題とされているのは、需要の本質的性格ではなく、需要を「管理」することにある。既存のエネルギー政策で強調されているのは、「提供されているサービスに影響を及ぼすことなく」、「快適性やライフスタイルに重大な影響を与えることの無いやり方で」、需要の削減や抑制に取り組むことにある。

図-1 支配的需要管理プログラム



(出所) Strengers, Y. (2009), *Bridging the divide between resource management and everyday life smart metering, comfort and cleanliness*, RMIT University, chap. 7 より作成

需要管理プログラムにおいて需要を管理する主体は、「ミクロな資源管理者」と呼ばれる自律した選択権限を持つ諸個人である。需要管理プログラムの目的は、諸個人に、自らの選好、態度、意見、信念に基づいて、「正しい」資源の選択的利用を求めることにある。この点からすると、需要管理プログラムの構造は、ショブが批判した ABC モデルの構造とほぼ変わらない。ストレンジャーズは、このモデルに需要 (D) という文脈を加え、ABCD モデルと呼んでいる (Strengers, 2011)。需要管理者が、増大する資源やエネルギー消費の抑制を「選択」しようとするのであれば、その選択を妨げる障害物の除去や、教育や情報開示などの措置がとられることになる。このプログラムで重要なのは、合理的選択理論に基づいた個人の位置にある。需要管理プログラムにおいて諸個人は生産領域から独立した存在であり、生産と消費の分離を前提に、消費を合理的に行う「顧客」として位置づけられている。ストレンジャーズは、「需要管理戦略は、資源の消費と生産を概念的かつ実践的に分けているパラダイムの中に位置づけられている」と述べている。このような需要管理プログラムにおける諸個人の位置づけからすると、「選択が生産領域に埋め込まれ、そこから生まれたものである」という考えが顧みられることはない (ibid.)。

需要管理プログラムは、図-1 に見るように、消費領域にいる需要者に、製品の情報開示、消費行動が持つ社会的影響の消費者へのフィードバック、市場メカニズムの活用、環境効率的機器の使用促進など、消費者に需要抑制に努めるよう促す政策である。ここでは、需要管理プログラムの事例のひとつとして、スマートメーターの家庭への導入について見てみよう。

スマートメーターの設置は、21 世紀に入ってから、スマートシティやスマートコミュニティ建設を背景に、スマートグリッド構築の一環として主要先進国で進められてきた構想で

ある。日本でも東日本大震災や電力の自由化を背景に、電力の需給バランスをとる喫緊の課題から、2020 年代早期にスマートメーターを全世帯・全事業所に導入することが閣議決定され、各種実験事業が行われている。スマートメーターの機能は各国の状況に応じて異なることから、ここでは、日本で想定することのできる機能に限定して論じることとする。

スマートグリッドやスマートメーターの機能を考察する場合、デマンド・レスポンスの可能性という視点から、狭義のスマートメーターと広義のスマートメーターに分けた方が理解しやすい。スマートグリッドとは、「情報技術と制御技術を使い、電力の供給量に応じて需要を調整することのできる送電網」を指している（家入，2013）。肝心なことは、電力の需給調整を、通信ネットワークを通じて行うことができるようにすることである。スマートメーターはこの構想の一環として、家庭やオフィス、工場などに設置し、状況に応じた電力需要の調整を迅速に行うことができるよう、電力の消費状況を可視化する検針装置である。家庭に設置されるスマートメーターに限定した場合、狭義と広義の違いは、HEMS（家庭内ネットワーク）と接続しているかどうかにある。狭義のスマートメーターは、アナログ式の検針機器ではできなかった、消費者にリアルな電力使用状況を知らせることで、無駄な電力消費を抑えんとか、ピーク時の電力消費を抑えるよう情報を伝達する機能を持っている。それに対して、住宅用エネルギー管理システムの一つである HEMS 構築を前提とした広義のスマートメーターは、電力消費の見える化ばかりでなく、省電、創電、蓄電や、デマンド・レスポンス（DR）など、相当の広がりを持つことになる。とくに時間帯によって変動する電気料金に対応した自主的節電行動とか、節電分で報酬を受けられるようになる（ネガワット取引）、ピーク時に自動的に家電機器を制御することもできるようになる。狭義のスマートメーター（或いはスマートグリッド）は、逼迫した電力需要時のピークカットに代表されるように、緊急避難的な危機管理の性格が強く、電力消費を増大させている日常生活のあり様を根本的に見直す視点が薄く、長期的に有効な施策と言うことはできない。狭義のスマートメーターでは、遠隔検針、緊急時の遠隔開閉制御、電力消費の見える化を通じた電力の使用抑制など、電力供給者のコスト削減の要請から、電力需要者に協力を求める傾向が強く、電力供給者と電力需要者が資源の使用を削減するために共同で管理するという機能が薄くなっている（スマートグリッド編集委員会，2016）。

それでは、広義のスマートメーターの導入やスマートグリッド構築は、増大する資源やエネルギー消費に対してどこまで有効なのだろうか。評価の中心にあるのは、HEMS の構築によるデマンド・レスポンスと、それが長期的な資源やエネルギーの使用削減につながるかどうかにある。

ストレンジジャーズは、広義のスマートメーターや HEMS の構築を、可能性と限界の両面から考察している。限界は、スマートメーターの導入や HEMS が構築された場合でも、「変化する需要の性格に関する重要な問いを未回答のまま放置してしまっている」というように、

狭義の需要管理プログラムの本質的欠陥を引き継いでいる点にある (Strengers, 2009)。ピーク時の高騰する電気料金に対応した節電効果 (ダイナミック・ピーク・プライシング) も、リアルな電力使用量の情報開示も、「何のために」、「どのような理由で」資源を使用するのかという問いに答えることがないまま、不必要な照明や待機電力をオフにするとか、家電機器の効率的利用による節電効果を個々の世帯に訴えているだけで、快適性を求める消費者心理の深層にまで行き届くプログラムとなっていない。その限りでは、狭義のスマートメーターとあまり違いがない。この傾向が続くならば、電力供給者と需要者が分断されているという構図に変化はなく、資源を共同で管理するという視点は依然として薄いと言わなければならない。

他方、ストレンジャーズは、広義のスマートメーターと HEMS の構築に可能性も見出していた。エアコン、テレビ、洗濯機、冷蔵庫など、日常生活を営む上で不可欠な電気機器とスマートメーターが接続し、電力の需給状況に応じて、その使用を自動的に、または消費者の判断で抑制する機能を HEMS が持つようになるからである。ストレンジャーズは、スマートメーターが生産と消費の分断を強め、直接的負荷コントロール (DLC) を通じて消費者を管理するだけに終わってしまう危険性を指摘する一方、「スマートメーターは、実践を基礎にした共同管理の試みを行うことのできる斬新な拠り所となるかもしれない」 (Strengers, 2009) と述べ、需要管理とは異なる技術的發展の可能性を示唆していた。両者の分岐点は、スマートメーターが「利用者主導の戦略」 (user-led strategy)、すなわち電力供給者と需要者が協力しつつ、電力の「共同供給者」となる可能性を切り開く装置として活用するのか、それとも狭義のスマートメーターのように、「供給者主導の戦略」 (provider-led strategy) に依然としてとどまる装置であり続けるのかという点にある。気候変動問題を背景に、再生可能エネルギーなど、分散型エネルギー供給の可能性が追求されている時代に、スマートグリッドやスマートメーターは、電力の需要者であると同時に、電力の効率的使用によって、供給者としての側面を併せ持つことが指摘されている。ストレンジャーズは、こうした限界と可能性の両面から分析した上で、結論を次のように述べている。

「スマートメーターは、支配的な (需要管理) パラダイムから日常実践の共同管理への転換につながるとは考えにくい。しかし、このテクノロジーが日常実践の共同管理を潜在的に可能にする利用者主導の技術的な発展の方向に基づいた斬新なイノベーションの泉の中に意味づけることは可能である」 (Strengers, 2011)。

(2) 日常的共同実践プログラム

しかし、広義の需要管理プログラムに利用者主導の戦略につながる可能性を秘めているといっても、人を対象としたプログラムである限り、供給者主導の戦略から脱け出すことは難しい。ストレンジャーズが B 系列に求めたのは、人ではなく、日常実践を対象とした資

源の共同管理であった。こうした問題関心から、ストレンジャーズが提案しているのが、「資源の共同管理と社会的実践理論の概念的構成要素を統合した代替的資源管理パラダイム」である。需要管理プログラムが生産と消費の分離を前提としているのに対して、日常的実践共同管理プログラムは、日常的実践を対象とし、その変革過程に資源の共同管理を組み入れることで、生産領域と消費領域の統合を目指している。ストレンジャーは、「日常的実践に焦点をあてることは、需要管理パラダイムと統合した生産－消費分割を突き破り、その中で実践の構成要素（物的インフラ、共通理解、規則、実践知）は、日常生活の構成や再生産とかなりかけ離れたものと見なされ、新しい変化の道を切り開くことになる」と述べている（ibid.）。

新しいプログラムがこの方向を追求するのは、日常的実践の変革という視点がなければ、家庭用空調機器、セントラルヒーティング、冷房、多様なシャワーヘッドなど、新製品の普及と需要管理をうたい文句に宣伝活動を強める商業利害の圧力に押され、日常生活自体がますます資源集約的になる傾向に反撃できないからである。問題は、環境意識の高い消費者のニーズと、その動きに呼応して環境に優しい製品やサービスの普及に努める商業利害が交差する中で、効率的な製品が受け入れられる土壌が徐々に形成されていくことである。消費者が求める快適性や、清潔、利便性は、人々の生活を豊かにする一面を持つものの、そのことによって資源やエネルギーの需要は確実に増大するという二面性を持っている。後者の動きを遮断するには、日常的実践を再検討する以外方法はない。需要管理が人々をミクロな資源管理者と位置づけているのに対して、日常的実践共同管理プログラムは、人々を日常的実践の担い手として位置づけ、実践主体を再概念化するところから始まっている。

日常的実践の共同管理は、「資源管理と日常生活とが分離している状況を架橋する可能性を秘めた新しいパラダイム」である。何故なのだろうか。この問いに対する解答は社会的実践理論の構造そのものにある。ショプ、ウォーデ、レクビッツらの社会的実践理論の特徴は、アクターネットワーク理論の影響を受け、テクノロジーや供給システムも実践の構成要素のひとつであること、人ばかりでなく、モノにもエイジェンシーがあると認識していることにある。社会的実践理論からすれば、生産領域と消費領域を区分し、その上で需要の削減に取り組むという政策はそもそもありえない。生産領域に属する資源供給も実践を構成する要素なのであり、そういうものとして需要の削減に取り組むことが社会的実践理論の基本的立場である。ストレンジャーズは、「実践の一要素として物的インフラを含めることはエネルギーセクターに浸透している供給と需要の分断からの重大な離脱を刻印している」と述べている（Strengers, 2009）。ソーラーパネルの設置も、HEMSの構築も、エネルギー需要者が供給者として位置づけられる、資源の共同管理に関わることを意味している。それだけに、日常生活には、日々人々が営む、予期することが難しい雑多な要素が無数に含まれていることになる。だからこそ、日常的実践の共同管理には、その保証を担保するだけの論点や条件が

明確になっていなければならない。この点を明確化にし、確実に実施することが、資源の共同管理の成否を握っている。

それでは、日常的実践共同管理プログラムは需要管理プログラムをどの点で凌駕していると言えるのだろうか。表-1は、需要管理パラダイムと日常的実践共同管理パラダイムの違いをまとめたものである。この表から、日常的実践共同管理パラダイムの意義と資源の共同管理がどのように展望されているのかを確認してみよう。

第1に、資源を共同して供給する主体と、需要の側の共同管理者との責任を明確にすることである。日常的実践と結びついた資源の共同管理には、資源の供給者が持っていた権限の一部を需要者が担うことで責任の分担と所在を明確にし、それぞれの立場で資源の大量消費に歯止めをかける努力が想定されている。ストレンジャーズが提案する日常的実践の集団的管理は、資源提供者（ファシリテーター）が資源、インフラ、テクノロジーの提供を通じて実践を形成する役割を果たす一方、日々の実践を管理するために家庭やコミュニティにコントロールを譲渡することで成立する。消費の本質が専有、すなわち財やサービスの消費者による自由な利用にあるように、資源供給者が提供した資源やエネルギーを消費者（需要者）が思うが儘に使用する裁量を与えることである。セルトーがいう利用を通じた抵抗といってもよい。資源の共同管理とは、管理を共同で行うというより、日常生活という実践の場で消費者が果たすべき責任を明確にすることで、資源の利用実態を変えていくことである。第2に、その責任は、たんなるエイジェンシーの行使というより、テクノロジー、インフラ、調達システム、規則、共通理解、実践知など、実践を構成する要素を媒介に、実践を通じてでしか果たすことができない。責任は実践に組み込まれ、内在化したものでなければならない。しかもその責任は、第3に、実践主体が持つスキル、経験知、専門知識、状況への適応力などの動員によって行使されることになる。実践を経由するということは、実践を動員する要素の力を借りなければ、責任を果たせないということである。そして第4に最も重要なのは、この責任を果たす主体が資源やエネルギー消費の抑制に積極的に関わる意思を持つことである。ストレンジャーズが消費者の実践的関与（engagement）を強く主張するのはこのためである。

ここで注意しておかなければならないのは、上記1〜4の論点を与件と考えることはできないことである。資源供給者の需要者への権限移譲による責任分担の場合でも、水面下では権限委譲をめぐる複雑な交渉が行われており、それ自体変化するものである。また、資源需要者の責任を明確にするといっても、理念的にそう言えるだけで、実際に彼らがその責任を自覚し、日常生活の変化を促そうとするかは別の問題である。既存の快適性や、清潔、利便性に慣れ親しんでいる者にとって、資源消費の抑制を内在化した新しい体制を築くには相当の負担を招くだろう。いずれにせよ大事なことは、「戦略及びアプローチ」にあるように、新しい、「資源集約的でない再生産過程を促す方法で、実践構成要素（規則、物的インフラ、

表-1 需要管理と日常の実践共同管理パラダイム

特徴	需要管理パラダイム	日常の実践共同管理パラダイム
選択概念	選択は一個人 選好、態度、意見・信念に基づいた自律 のかつ計算された過程	選択は実践知、共通理解、規則、物的イン フラを参照したダイナミックかつ柔軟 な実践の構成から生まれる。
変化の概念	変化は技術的、経済的効率性、及び行動 「障害」の除去に基づく直線的過程	変化は実践構成要素の複雑かつ変化する 構成及び、それらを「行う」人々が形成 する実践の再生産過程を通じて行われる。
方法	上記の概念的文脈の中で人々がどのよう に、そしてどのような理由で変化するの かを理解することに関心が当てられてい る。消費者や彼らの消費に焦点が当てら れている。資源問題や資源制約を管理す る際の、技術的、経済的専門家の最良の 情報源を確認するとともに、最も費用効 果的な解決策を優先する。社会的、技術 的文脈とは 行動障害を目標にする。	上記の概念的文脈に基づいて実践がどの ように、またどのような理由で変化する のかを理解することに関心が当てられて いる。新しい再生産形態が出現すること を通じて実践構成要素の再編成に焦点が 当てられている。新しい実践のリクルー トを引き付ける（或いは減じる）ことが 目指されている。ルーティンの転換を促 そうとする。日常の実践の担い手（世帯 者）の専門性やスキルを認識、優先する。
関係と役割	供給者－消費者関係が支配している。供 給者の役割はエネルギーや水の中央集権 的で、安定した供給を行い、資源制約に 直面して、消費者の需要を削減するよう 、消費者を教育、情報提供、奨励すること にある。消費者の役割は彼らが消費する 資源に対して公平な価格を支払うこと、 資源制約の時期に、資源を効率的に使用 することにある。	共同管理関係が支配しており、そのこと で日常の実践の担い手やファシリテー ターは相互かつ集団的に日常生活の構成 や実施に責任を持っている。柔軟かつ相 互交換可能な役割が多様な規模で出現す る。世帯者やコミュニティは他者との相 互交流を通じて、また公益事業社、政府、 物的インフラを参照しながら、家庭の文 脈で実践を共同管理している。
戦略及びア プローチ	価格体制、消費フィードバック、資源教 育、用法提供、効率的、コントロールさ れたテクノロジーや機器など狭義の戦略 が主。	新しい、資源集約的でない再生産過程を 促す方法で実践構成要素（規則、物的イン フラ、実践知、共通理解）を再編成す る、適切なアプローチが多様な規模（世 帯、コミュニティ、司法、国家、地方な ど）で出現する。

（出所）Strengers, Y. (2009), *Bridging the divide between resource management and everyday life smart metering, comfort and cleanliness*, RMIT University, p. 212.

実践知、共通理解）を再編成する、適切なアプローチが多様な規模（世帯、コミュニティ、司法、国家、地方など）で出現」させることである。ここで言う実践とは個人的現象ではなく、集団的なものである。例えば、日本で進められているクールビズキャンペーンは、着衣の集団的変更を促すと同時に、オフィスビルの温度設定というインフラの変更をとまなっている。また、スマートメーターの導入や HEMS の構築を地域開発の一環として行ったり、

コミュニティ単位で実施することで、例えば DPP に、世帯ごとではなく、集団的に対応することも可能となる。

V 結び

ライフスタイルとはそもそも何だろうか。ライフスタイルは何によって構成され、それを変更するために何が求められているのだろうか。使用する車をガソリン車から電気自動車や燃料電池車など環境に優しい車に変更したとしても、移動手段に変化はあったものの、車依存文化に変化があったと果たして言えるのだろうか。室内温度を下げる努力によって一定の節電効果はあるとしても、空調管理された状況の下で暮らしたいと願うライフスタイルにどのような変更が期待されるのだろうか。環境に優しい食材を求めるという場合でも、外食が多くなっている食文化をどこまで変更することができるのだろうか。グリーン・コンシューマリズムが IPAT 式の要因のひとつである生活の豊かさ (A) の影響を減らし、そのことで全体の環境影響を下げる効果を持つよう、ライフスタイルの変更を求めようというのであれば、ライフスタイルのどの部分を変更し、残された課題は何か、それは一過性の変更に終わってはいないかなどの問いに明確に答えるものでなければならない。

社会的実践理論の立場からすれば、生活様式とは実践の束である。シャツキの言葉を借りれば、歯を磨く、掃除をする、通勤する、入浴する、食事をする、旅行する、睡眠するなど、我々が自明なこととして、日々繰り返し行っている統合的実践によって日常生活は構成されている。生活様式はこれらの実践が束ねられることで作られる全体である。実践は、その中に集団的アイデンティティを持ち、社会的接着剤として機能し、日常生活のあり方を決定する非交渉的なことがらとして受け止められている。一つひとつの実践は、歯を磨く行為、入浴する行為といったパフォーマンスとしての実践だけではなく、実践を構成している要素のつながりによって成立している。パフォーマンスを取り上げるだけならば、実践は行為や行動と変わりがなく、行動理論として構成すればよいだけのこととなる。しかし、実践を、実践を構成する諸要素のつながりによって成立する具体的行為であると理解するならば、パフォーマンスの変更や、実践を構成する諸要素の一部だけを取り換えても、実践全体の変更につながることはなく、生活様式の変更にもつながらないことになる。

ショブによれば、実践を構成する要素は、実践において使用される物質 (モノ)、実践を行うことのできる能力、すなわちコンピテンス、実践を行うことの意味理解、の三つのカテゴリーに分けられる。実践は、三つのカテゴリーがまとまり始める初期段階から、つながりが安定する段階、そしてつながりが崩れ始める消滅段階というように、生成、発展、消滅の過程をたどることで変化する。しかもそれは、地域性やグローバル化の影響を受け、時代の変化を受けとめることで、常に時空間の動きに合わせて変化していかざるをえない。例えば

空調による室温管理やシャワー施設が世界中に広がり、有機農産物の基準が文化や国境を越えて標準化の動きを見せるのはそのためである。

グリーン・コンシューマリズムの限界は、生活様式の変更を求めながら、生活様式を作り上げている実践に対する関心が薄いために、実践を構成している要素の一部だけを取り出し、それに安住してしまっていることにある。「環境に優しい」、「省エネにつながる」、「健康に優しい」といったことがらが喧伝されるモノの購入や使用によって、あたかも生活様式自体が変更されるかのような錯覚を抱えてしまっている。「環境に優しい」、「節電効果がある」などと喧伝されているモノは、IPAT 式の環境技術 (T) に属するモノ、すなわち企業の研究・開発努力によって新しく市場に登場することになったモノがほとんどである。ライフスタイルの変更は、そうした環境技術 (T) に属するモノを、消費者でもある生活主体が積極的に購入、使用することで生活の豊かさ (A) へとつなげようとする期待に裏づけられている。しかし、生活様式が実践の束によって成り立っている限り、環境に優しい製品が日常生活の中に浸透したからといって、それだけで生活様式が環境に優しくなるわけではない。むしろ逆の場合になることの方が多い。ショブの次の指摘は、問題の所在がどこにあるのかを端的に表している。

「一方における効率性／技術デザインと、他方の消費とを明確に区別するということは間違いではないだろうか。より効率的なテクノロジーがしばしばわずかな資源で同じサービスを提供するということはあるとしても、必ずそうなるという保証があるわけではない。より広い視野に立つならば、問題は、テクノロジーシステムや機械と、ルーティン、習慣、プラクティスの共進化関係にある」(Shove, 2004a)。

資源を節約する効率的技術の開発成果が日常生活に浸透してきたとしても、それだけで増大するエネルギー使用を食い止めることはできない。何故なら、実践の束によって成立している日常的な消費生活は、ショブが指摘するように、快適性、清潔性、利便性を追求するといった独自のメカニズムによっても動いており、効率的テクノロジーはその一環として取り入れられているだけで、エネルギー需要が拡大していく動きを阻止する論理の全てを備えているわけではない。問題とされなければならないのは、引用文にもあるように、効率的テクノロジー、それが具体化された効率的機器と、日常生活を束ねている実践との共進化 (co-evolution) との関係を明らかにすること、そのことを通じてエネルギー需要が増大してしまうダイナミックスを明らかにすることにある。私たちは、暖房、照明、シャワー、調理、テレビ鑑賞、コンピューター操作のためにエネルギーを消費している。しかし、我々が欲しているのはエネルギーではなく、暖をとる、調理をするなどの実践であり、実践に必要な限りでの効率的機器が提供するサービスである。エネルギーは実践のために必要とされるひとつの要素にしかすぎない。需要は変化する社会的実践の兆候或いは副産物でしかない。そのために、エネルギーの効率的使用の重要性は理解していても、そうした実践によってエ

エネルギー需要が増大していくメカニズムを理解しようというところまで目が届かない。何故なら、消費者は歯を磨く、洗濯をする、掃除をするなどの一つひとつの実践を日常的な自明の集团的慣行として受け止め、その意味について疑うことをする機会自体を持とうとしないからである。自明であるとは、理解の不足というより、理解の外にあるために、問題群として意識しないということである。シャワーを頻繁に浴びることで水の使用が大幅に増えていることに疑問を感じても、清潔（或いは逆に不潔）に対する社会通念の変化を背景に、「清潔でいたい」、「あの人は不潔だと思われたくない」という生活感覚がその意識を個人のうちにとどめ、加害者意識を閉じ込めてしまっている。室温管理されたオフィスで仕事をするのが膨大なエネルギー消費につながっていることがわかっているにもかかわらず、季節が変化しているにもかかわらず、1年中同じ温度が保たれている室内環境で仕事をする快適性を捨て去ろうとする意識はどこかに飛んでしまっている。このことは、清潔性、快適性といった身体化された感覚が実践の構成要素のひとつとして棲みついており、効率的機器の使用だけでは既存の生活様式の変更につながらないということを意味している。

例えば洗濯と冷蔵庫である。今では、殆どの家庭が洗濯を毎日のように行っている。そのために、使用する水の量は劇的に増加している。節水や節電を考えるならば、洗濯頻度が高くなることは環境的によいとは言えない。そのために、ゆすぎ回数を減らしたり、洗剤使用量や洗濯時間を削減する洗濯機をねらって多くの家電メーカーが競争するようになっている。ライフスタイルにとって、節電、節水につながる洗濯機の使用が広がることは、旧式の洗濯機を使用して行う洗濯より一歩前進である。しかし、そのことで、洗濯頻度が減るということは考えられるだろうか。シャワーと同様に、洗濯頻度が増えている背景には、人々の清潔感の変化がある。以前なら煮沸消毒することが当たり前であった洗濯は、冷水による洗濯を可能にした洗濯機の開発によって、簡単に、しかも自動（洗濯機）で行うことができるようになってきている。清潔感の変化を前にして、水使用の増大は問題とさえならなくなってしまっている。

冷蔵庫のサイズも以前と比較して非常に大きくなり、電気使用量も大幅に増えている。節電意識を持つならば、冷蔵庫のサイズが大きくなることはけっしてよいことだとは言えない。しかし、節電を理由に、冷蔵庫のサイズを小さくすることは現実的に可能だろうか。冷蔵庫のサイズが大きくなったのは、人々の生活様式が大きく変化したからである。なかでも、女性の社会進出が強まり、食生活が変化してきたことが大きい。週末に大量の食材を購入し、冷蔵庫に貯蔵する、とくに簡単に調理することが可能な冷凍食品を冷凍庫に貯蔵することによって労働と消費、食生活との調整を図ることは、現代人の知恵と言ってもよいだろう。仕事や時間に追われて生活をする現代人にとって、短時間に調理し、時間をかけずに食事をすることは生活様式を規定する大事なことがらである。ジュリエット・ショアが指摘しているように、たんなる近代における「労働すること（すなわち所得を得る）ことで消費する」連

鎖から、再帰的近代における「消費するために勤勉に働く」連鎖へという目的と手段の逆転した構造は、生活様式の大きな変更につながっている（ショア, 1993, 2011）。

これまでの消費研究は、大量生産－大量消費という近代の特性によって、環境負荷が増大する相互依存関係を問題にする論調が主流となっていた。ライフスタイルを含む環境主義者の論調は、環境悪化を、大量消費を促す消費者文化による帰結としてしかとらえられず、環境に焦点が当たった消費分析の意義が強調しすぎているために、肝心の需要が増大するメカニズムに対する関心が薄くなってしまっていた。忘れてならないのは、消費の増大による環境悪化を消費者文化と結びつける議論が、「環境の商品化」を、環境対策の戦略のひとつとして登場させる一因となっていることである。排出権取引、環境ラベリングなどは市場メカニズムの活用した共通戦略の一例である。この戦略にも、個人消費者に、①環境に対する関心を促すと同時に、②環境に優しい製品の購入を促すという、孤立した個人主義が反映している。環境効率性の高い製品の購入とその使用を促す環境技術の役割がことさら強調され、そこに議論が集中してしまうのは、こうした動きが背景にあることを忘れてはならない。

参 考 文 献

- Clark, John et. al. (2007), *Creating Citizen-Consumers*, Sage.
- Gabriel, Y. and Lang, T (1995), *The Unmanageable Consumer*, Sage.
- Moloney, S. and Strengers, Y. (2014), 'Going Green'?: The Limitations of Behaviour Change Programmes as a Policy response to escalating Resources Consumption, *Environmental Policy and Governance*, 24.
- Shove, E. (2004a) Efficiency and Consumption: Technology and Practice, *Energy & Environment*, vol. 5, no. 6.
- Shove, E. (2010), Beyond the ABC: climate change policy and theories of social change, *Environment and Planning A*, vol. 42.
- Strengers, Y. (2009), *Bridging the divide between resource management and everyday life smart metering, comfort and cleanliness*, RMIT University.
- 家入龍太 (2013) 『スマートハウス』 翔泳社
- ショア, ジュリエット (1993) 『働きすぎのアメリカ人』 (森岡孝二訳), 窓社
- 同 (2011) 『浪費するアメリカ人』 (森岡孝二他訳), 岩波現代新書
- スマートグリッド編集委員会編 (2016) 『スマートコミュニティのためのエネルギーマネジメント』 大河出版

(本論文は、2018 年度共同研究助成費 (研究番号: D18-02) による研究成果の一部である)