

2006 年度 秋学期 卒業制作

再魔術化のポリティクス

— 「エイジェンシー」としてのロハス (LOHAS) 層の考察 —

総合政策学部 4 年 内坂翼

学籍番号 : 70430103

Mail address: uchisaka@sfc.keio.ac.jp

概要

本稿は、「ロハス (LOHAS: Lifestyles Of Health And Sustainability)」を研究対象とし、環境問題における認識と実践との距離を如何に埋めるのか、という問いに関する一考察を試みる研究である。序章では本稿の研究枠組みを提示し、第二章では「再魔術化」の概念を説明する。第三章では、「文化創造者」研究と米国の LOHAS の特徴を概観する。第四章では、日本におけるロハスの受容と流行を「消費手段の再魔術化」という観点から分析する。第五章では、ロハス層のライフストーリーを通して、「再魔術化」への<転機>を探る。第六章では、再魔術化のポリティクスに関する戦略論とその陥穽を提示し、終章で結論を述べる。

キーワード：

再魔術化、ロハス (LOHAS)、身体知、環境リスク

目次

序章 研究の分析枠組み

- 1-1. 問題意識
- 1-2. 研究対象と研究手法
- 1-3. 先行研究の状況
- 1-4. 研究意義

第二章 再魔術化とは

第三章 文化創造者と LOHAS

- 3-1. 伝統主義者
- 3-2. 近代主義者
- 3-3. 文化創造者
- 3-4. 米国における LOHAS の特徴

第四章 日本におけるロハスの受容と流行―「消費手段の再魔術化」

- 4-1. LOHAS 概念の日本への輸入
- 4-2. 『ソトコト』によるロハスの普及と流行化

第五章 ロハス層に関する考察―消費者調査とインタビューを通して

- 5-1. ロハス層に関する消費者調査
- 5-2. ロハス層のライフヒストリー
 - 5-2-1. NPO ローハスクラブ
 - 5-2-2. インフォーマントのライフヒストリー
 - 5-2-3. ライフストーリーに見る再魔術化への<転機>

第六章 再魔術化のポリティクス

- 6-1. 再魔術化のポリティクス―戦略論として
- 6-2. ポリティクスの陥穽と限界

終章 結論

最後に

謝辞

参考文献・資料

第一章 研究の分析枠組み

1-1. 問題意識

本稿は、人間と自然の関係をめぐる社会的な探求の試みである。ベック（Ulrich Beck）は、『危険社会』で人間と自然の関係について次のように述べている。

環境問題は社会の外側の問題ではなく、徹頭徹尾（発生においても結果においても）社会的な問題なのである。そして、また人間の問題でもある。つまり、人間の歴史の問題、人間の生活条件の問題、人間が世界と現実にどうかかわるかという問題であり、経済、文化、政治体制の問題でもある。文明社会において、自然は産業によって変化させられて生じた「社会内部の自然」である¹。

それでは、そもそも人間と自然を対立するものとして認識する発想はいつ生まれたのだろうか。それは17世紀に、デカルト（René Descartes）が物心二元論を唱えることによって、自然現象をすべて「死せる自然」として自我と対置させたことに始まる²。バーマン（Morris Berman）は、こうした「自然をより正確に捉えるために、自分自身を自然から引き離す」態度のことを「参加しない意識」と名付けている³。こうして、デカルト以降、近代人は自然を操作し支配し、自らの目的のために自然を使う能力が自分にあると考えるようになっていった。

19世紀には、自我と自然を対置させる「参加しない意識」を基に、社会と自然を対置させるという考え方が普及していくことになる。こうした考え方は、社会は自然を支配すると同時に無視するという二重の目的を達成した。「自然」という環境からは、「社会」はエネルギーと資源をインプットし、代わりに産業廃棄物をアウトプットする。つまり、近代化とは「自然」を外部的に、「社会」を創造する過程であったといえよう。その副作用に対する自然保護の問題は産業化が始まった以来存在したが、自然保護団体によって掲げられた個々の批判は、ついに進歩史観と時代おくれを理想とする思想以上のものにはならなかった⁴。

日本においては、1960年代の高度経済成長期を通じた産業化の完成を通して、自然の外部性が社会的に明示された。それは、インプットの側では、資源・エネルギー危機が1973年のオイルショックとなって成長の夢を壊し、アウトプットの側では、水俣病などの公害

¹ ウルリッヒ・ベック（1986）（東廉・伊藤美登里訳）『危険社会—新しい近代への道』法政大学出版社、129～130頁。

² 井上義彦（2004）「環境学の基礎学としての環境哲学」『環境と人間』九州大学出版会、19頁。

³ モリス・バーマン（1981）（柴田元幸訳）『デカルトからバイトソンへ—世界の再魔術化』国文社、62頁。

⁴ ウルリッヒ・ベック（1986）前掲書、329頁。

が産業廃棄物公害の恐ろしさを通じて自然の自浄力の限界を示した⁵。これらの問題群は1980年代後半頃から環境問題として認識されるようになっていき、特に地球環境問題として地球温暖化、オゾン層の破壊、熱帯雨林の破壊、酸性雨などが注目を浴びるようになっていった。

これらの環境問題に呼応する形で、ライフスタイルの変革の必要性が度々主張されてきた。そこでは、人間のエゴイズムに基づいた行動が生態系にとって破壊的であり、環境問題を解決するためには、エゴから脱却することが必要であると論じることが多かった⁶。例えば、加藤は、環境問題の解決のためには、①自然の生存権、②世代間の倫理、③地球全体主義を基盤とした環境倫理が必要である、と主張している⁷。また実際に、環境保護運動・エコロジー運動が盛り上がったヨーロッパでは、価格よりも環境に配慮した製品とサービスを選ぶ消費者としてのグリーンコンシューマーと呼ばれる存在が指摘されている。彼らは、価格が安くて質のいい製品やサービスを最優先させる合理的な消費者と対比され、将来世代に対する責任と公共性を意識した成熟した消費者と表象される⁸。

しかし一方で、「日本の消費者は環境意識は高いが行動が伴わない」といった指摘が各種アンケートで浮き彫りにされており、最近の調査でも大きな変化はみられない⁹。実際に、環境省の資料によると、「ごみの分別」等のルール化・義務化された環境配慮行動は比較的よく行われている一方で、環境負荷低減技術および製品の購買額などは、1997年の2256億円から、2000年には1742億円と減少しており、高い環境意識が消費における環境配慮行動につながらない傾向にある。つまり、環境に対する意識が高いにも関わらず、グリーン購入と呼ばれるような消費的環境配慮行動を実践できない消費者像の姿が指摘できるだろう¹⁰。

では、何故環境意識が高いにもかかわらず日常的なライフスタイルにおいてはそれを実践できないのだろうか。この要因としては、主に以下の二つの点を指摘できる。第一に、環境問題を社会の外部の問題として捉えることによって「解決しなければならない問題であるが、自分がやらなくてあまり変わらない」という「社会的ジレンマ」¹¹に陥ってしまうからである。実際に、多くの人々が環境保全や将来世代のためには社会全体での協力が必要だと納得しているにもかかわらず、自分の快適で便利な生活を犠牲にしてまでそれに協力しようとする人は少ない¹²。

第二に、もし環境に配慮した生活をしようとしても、実際にどのような行動をしたらいい

⁵ 上野千鶴子（1990）『家父長制と資本制』岩波書店、8頁。

⁶ 管俊夫（2000）前掲書、142頁。

⁷ 加藤尚武（1991）『環境倫理学のすすめ』丸善、1～12頁。

⁸ 栗田房穂（2002）『「成熟消費社会」の構想』流通経済大学出版、21～22頁。

⁹ エコビジネスネットワーク（2005）『新・地球環境ビジネス 2005-2006』産学社、73頁。

¹⁰ 環境省（2004）『平成16年度版 環境白書』ぎょうせい、26～27頁。

¹¹ 一般的に「個人が自分自身にとって合理的な選択をすると、全体としては非合理的なことになるというメカニズム」のことを指す。鳥越皓之（2004）『環境社会学』東大出版会、93頁。

¹² 広瀬幸雄（1995）『環境と消費の社会心理学』名古屋大学出版会、13頁。

いのかかわらず無力感に苛まれてしまうことが多いからである。もし人々が抽象的に環境問題を認知していたとしても、具体的な消費行動の手続き知識と関連づけられていなければ、消費場面で環境配慮の態度に整合する行動はとりえない¹³。例えば、30ヶ国環境問題国際共同調査によると、日本の消費者が能動的な環境配慮活動をしない要因として、「個人レベルの取り組みでは解決に向けて大した力にならないという意識」が挙げられている¹⁴。

ここで我々は環境問題に関する「認識と行為の距離をどう埋めればいいのか」という問題意識に突き当たる。つまり、環境問題という認識を実践につなげるにはどうすればよいのかという問題意識である。環境問題における社会的ジレンマと無力感を考慮すると、環境問題に関する知識を知らしめるだけでは行為に至らせるには不十分ではないのだろうかという疑問が湧いてくる。したがってここで、「なぜわれわれは環境問題に目を閉ざすのか」と問題を立てるよりも、「いったい彼／彼女たちはなぜそれに目を閉ざさないのか」という問題を立てるもののほうがより適しているのではないだろうかと考えた。

この問題意識に基づき、本稿は環境の持続可能性に配慮したライフスタイルであるロハスを実践している人々に注目することにした。何故ロハスに注目するのかというと、ロハスとは米国生まれの概念であり、合理主義・利己主義・個人主義・快楽主義を肯定する態度を基盤とした何らかの背景があり、社会的ジレンマと無力感を乗り越えられるのではないかと考えたからである。したがって、本稿はロハス層と呼ばれる人々に関する調査を通して、人間と環境との関係における新たな道を描き出すことを目的としている。

1-2. 研究対象と研究手法

本研究の対象は「ロハス」というライフスタイルである。「ロハス (LOHAS)」とは *Lifestyles Of Health And Sustainability* という英語の略語であり、直訳すると「健康で持続可能¹⁵なライフスタイル」である。持続可能性 (Sustainability) は、環境の持続可能性と解釈され、ロハスは「環境と健康にやさしいライフスタイル」と言及される。

第一に、「ロハス」という概念がこれまでどのように生じ、扱われてきたのかに関する言説をロハスに関する本、新聞記事、雑誌、インターネット、消費者調査などの内容を分析の対象としながら整理する。言説分析では、語る内容とともに語る主体の社会的ポジションを重視し、語る主体の隠された利害関心や、言説の政治的効果が問うことを目的とする¹⁶。

第二に、ロハスを実践している人々に対してフィールドワークによる調査を行なった。今回、調査の対象としたのは、「ロハス」に関する活動に関わっていて、自己もロハスを実

¹³ 広瀬幸雄 (1995) 前掲書、6頁。

¹⁴ 環境省 (2004) 『平成15年度 環境白書』ぎょうせい、31頁。

¹⁵ 持続可能性とは「自然資本の賦存量が、最小安全基準に基づく決定的な水準の自然資本量を下回ってはならないという制約条件の下に、世代内公平性に配慮しながら、福祉水準を世代間で一定に保つこと」である。環境の持続可能性と経済・社会の持続可能性を共存させるという意味も持つ。諸富徹 (2003) 『思考のフロンティア 環境』岩波書店

¹⁶ 赤川学 (2001) 「言説分析と構築主義」上野千鶴子編『構築主義とは何か』頸草書房、77頁。

践している人々である。具体的には、NPO ローハスクラブの関係者、ロハスに関する著作を出している著者達にインタビューを行なった。

インタビューは、主にライフストーリー法に基づいて行った。ライフストーリーのインタビューでは、解釈的客観主義アプローチを採用した¹⁷。解釈手客観主義アプローチとは、帰納論的な推論を基本としながら、語りを解釈し、ライフストーリー・インタビューを重ねることによって社会的現実をあきらかにしようとするものである¹⁸。ただ、本稿が目指すのは、多くのサンプルから考察対象の平均像を描こうとする統計的な一般性ではなく、明らかにしたい問題構造全体のなかに自分が扱う事例が占める位置を具体的に示し、そのうえで一般的な観点から吟味可能で多様な類型を導出するという一般性である。

語り手の選択の手法としては、機縁法¹⁹を用いた。これは、最初の語り手によって次の語り手を紹介してもらったり、語り手の語りのなかに出てきた登場人物や語り手から得た情報をもとに、インタビューに応じてくれそうな対象者や関係がありそうな対象者に連絡・接触を試みる手法である。

インタビューを行うのは、第一に、状況の変化による個人のライフヒストリーへの様々な影響を考察するとともにインフォーマントが自己のライフストーリーを語ることを通して表象されるリアリティを描き出すためである。

第二に、インフォーマントを、「エイジェンシー」²⁰として捉えることを目的としている。エイジェンシーとは、無条件に自由で啓蒙主義的「主体 subject」でもなく、かといって既存の構造や言説をただ再生産する「臣民 subject」でもなく、構造内での主体の受動性を克服し、言説の意味をずらしていく人間像である。もし人間が言説を反復し再生産するためだけの存在だとしたら、そこには変革の可能性はないことになる。しかし、自ら社会を変えていくような主体的な人間像として捉えなおすことによって、新たな政治的意味や文脈を開く政治的抵抗の理論化を可能にさせることができるだろう。したがって、インフォーマントを、当該の構造に規定されながらも、日常的に他人または他人による状況の見方を変えるために「競合する価値の優先順位をめぐる交渉過程」²¹に参加していくポスト構造主義的な「政治的人間像」として捉えていく視点が重要であろう。

1-3. 本研究の学問的位置づけと先行研究の批判的検討

社会学やマーケティングの分野において、ライフスタイル研究は多くの蓄積を残している。そもそも「ライフスタイル」の概念は、マックス・ウェーバー (Max Weber) が社会階

¹⁷ インタビューは非常に主観的な手法であるために、考察主体の解釈が、自己の背景、経験、正確、関心、意図によって偏ったものになりうるという「間主観性の問題」は常に考慮しなければならないだろう。渡辺靖 (2004) 『アフターアメリカ』慶應義塾大学出版会、21 頁。

¹⁸ 桜井厚 (2002) 『インタビューの社会学—ライフストーリーの聞き方』せりか書房、25 頁。

¹⁹ 「雪だるま式サンプリング」とも呼ばれる。桜井厚 (2002) 前掲書、25 頁。

²⁰ 上野千鶴子 (2002) 『構築主義とは何か』頤草書房、298 頁。

²¹ 佐藤仁 (2002) 『稀少資源のポリティクス』東京大学出版会、3 頁。

層を経済的関係とくに生産体制への参与の型からのみ理解するのは不十分であるとして、「階級 class」のほか「地位グループ status group」というコンセプトを提案したことから始まる²²。それは、財の消費様式、職業、養育と教育のパターンによって形成される階層であり、生活様式、生活態度、人生観などの点で類似性があるという意味で、特定の「ライフスタイル life style」を共有していると考えられた²³。つまり、ライフスタイルとは集団に属する人々にとっては同調すべき規範であると同時に、それを代表するシンボルである。本稿ではライフスタイルを「生活態度の類似性を持つ、共通する消費様式によって形成される階層」と定義した上で、ロハス (Lifestyles of Health and Sustainability) を対象として分析する。

本研究に関連する研究としては、環境社会学の分野における蓄積がある。環境社会学とは、自然環境と人間社会の相互作用を、環境問題の相互作用を、環境問題の発生と解決、および、環境共存の実現という二つの文脈に即して、社会の側に焦点をあてながら解明する社会学の一分野である²⁴。本研究は、特に環境社会学における生活環境主義の延長にある。生活環境主義とは、住民の暮らしにおける工夫に論理的整合性をもたせてモデル化したものである。

生活環境主義を提唱した鳥越は「生活環境とライフスタイル」²⁵という論文で、環境問題や資源問題という限界が社会のライフスタイルの変革の必要とする、と論じている。しかし、鳥越は、それに対する施策として公共的領域の強化による市民の自主的な地域計画の必要性という結論に至り、社会的ジレンマを個人レベルで如何に克服するかについては触れていない。

社会心理学における先行研究としては、広瀬の『環境と消費の社会心理学』が挙げられよう。広瀬は、環境問題の認知と実践の距離を生める三要素として、①環境汚染の被害の深刻さとその事態の発生可能性の認知による危機感、②環境汚染や破壊の原因が誰あるいは何にあるかという責任帰属の認知による責任感、③なんらかの対処をすれば環境問題は解決できるであろうという対処有効性の認知による有効感を挙げた。しかし、広瀬は具体的・一般的対策を掲示しているわけではなく、現在これらの危機感・責任感・有効感を消費者が持ち、実践をしているとはいいたい。また、広瀬のモデルは心理的な側面のみを見たモデルであり、社会構造との関連に関してはまったく触れていない。

また、村瀬の「環境配慮型製品を選択するのはどのような人か—情報保有とネットワーク」²⁶が先行研究として挙げられる。村瀬は、①単純に経済的に余裕がある人が、環境を考

²² Max Weber ed (1968) *Economy and Society*, Vedwinster Press, pp. 305-306.

²³ 井関利明 (1979) 「ライフスタイル概念とライフ分析の展開」井関利明・川勝久・村田昭治編『ライフスタイル全書—理論・技法・応用』ダイヤモンド社、9頁。

²⁴ 船橋晴俊 (2004) 『新版 社会学とはわかる』朝日新聞社、44頁。

²⁵ 鳥越皓之 (1998) 「生活環境とライフスタイル」飯島伸子・船橋晴俊編 (1998) 『講座社会学 12 環境』東京大学出版会、75~102頁。

²⁶ 村瀬洋一 (2006) 「環境配慮型製品を選択するのはどのような人か—情報保有とネットワーク」

慮した購買行動をするのではない、②消費文化になじんでいる人ほど、環境配慮という要因も考慮する、③社会について十分な情報を持っていれば、協力行動をとることができる、という三つの結論をアンケート調査によるロジスティック回帰分析から導き出している。しかし、この調査はどのような具体的情報を契機として協力行動をとるようになるのかに言及しておらず、環境配慮行為をするようになるための消費者の主観的契機を把握できていない。よって、本研究では実際に環境配慮方製品を日常的に選択しているロハス層へのインタビューを通して、如何なる情報が有効なのかを探っていく。

本研究の最も重要な先行研究として、レイ (Paul H. Ray) の『文化創造者：どのように5000万人の人々が世界を変えているか (The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World)』を挙げたい²⁷。レイはこの著作によって、文化創造者 (Cultural Creatives) という概念を提唱した。その内容は、文化創造者に関するアンケート・インタビューの調査と分析、歴史的把握などである。そもそも「LOHAS」という用語は文化創造者の消費傾向を表すために生まれたものであり、ロハスの理解のためには本書は欠かせないものである。第三章では、主にこの研究を要約し、米国の文化創造者の特徴について概観する。

1-4. 研究意義

「ロハス」という言葉が日本で始めて紹介されたのは2002年9月21日の日本経済新聞であるが、現在、「ロハス」に関する言説、またロハス層の意識を分析した学術研究は管見の限り存在しない。したがって、この調査の意義としてはロハスに関する総合的な考察と、「ロハス」を実践している人々の多様性と共通性を描き出すことに本研究の第一の意義がある。

第二に、ライフスタイルという観点から「環境問題をどう解決させていけばよいのか」という指針を示すという意義がある。環境問題の解決には、環境配慮型の商品を消費するようなライフスタイルを提示することは重要であろう。もし、すべての商品が、環境負荷が小さいものとなれば、現在の環境問題はかなりの程度、改善されるだろう。したがって、本稿は、環境問題における認識と行動の距離をどう埋めるのかという問いに対する一考察を試みることによって、戦略論を提示するものである。

『社会学研究 No.80』東北社会学研究会 123～144頁。

²⁷ Paul H. Ray and Sherry Ruth Anderson (2000) *The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World*, New York: Three Rivers Press.

第二章 再魔術化とは

本章では、環境問題における認識と行動の距離は人々を再魔術化することによって埋めることができるのではないだろうかという仮説を提示する。「再魔術化」とは、「生命的自然を基盤とする世界に『参加している』という意識の再獲得」である²⁸。バーマン (Morris Berman) によると、「参加する意識」において、主体／客体の二分法が崩壊し、自己の「内側」と「外側」が体験の瞬間において一体感を感じることができ、人は自分を包む環境世界と融合し同一化しようとする。再魔術化によって、「自我」を「自然」から引き離し「自然」と「人間」を対立させてきた「参加しない思考 (醒めた思考)」から解放され、「世界のすべてのものごとの調和的・非調和的な連動性への敏感さや、自己自身をその連動する全自然の一片として感受する平衡感覚」²⁹としての〈感覚としてのエコロジー〉を得ることができる。実際に、このような「自分の運命は他のすべての存在の運命と説きがたく結びついている」という意識と感覚を多くの環境運動家が経験していることを示す実証研究もある³⁰。

再魔術化を定義する上で重要なことは、バーマンの言及する「再魔術化」は一般的に言及されるような「ナショナリズムの勃興」や「宗教への再傾倒」といった非合理的なものへの回帰といったことを意味しない、という点であろう。バーマンが強調するのは、科学的合理性・批判的理性の帰結点として人間と自然を二分する発想がむしろ非合理になっており、自然と人間が一体化した認識論こそが現在では合理的となっている、という点である³¹。ここで、人間を「原子論的自我」ではなく、「関係論的自我」として捉えるポスト構造主義的人間観の発展系として、人間と人間の間関係のみではなく、人間と自然と間関係に目を向ける新しい関係論的自我を見出すべきであろう。

では、社会的ジレンマは如何に再魔術化によって解決されるのだろうか。まず、社会的ジレンマとはこのように「個人的解決と構造的解決をリンクさせることによってはじめて安定解を見出すことができる」³²ものである。したがって、「個人」と「構造 (自然)」の対立の解消としての再魔術化が最適なのである。なぜなら、環境配慮行動をめぐる状況において、実態水準では社会的ジレンマであるが、行為者の状況認知にとっては社会的ジレンマではないという状態を作り出すことが重要であるからだ。もし、認知水準において社会的ジレンマを定義するならば、すべての行為者が「非協力行動」を選択肢、その結果とし

²⁸ モリス・バーマン (1981) 前掲書

²⁹ 真木悠介 (1977) 『気流の鳴る音—交響するコミュニケーション』筑摩書房、43 頁。

³⁰ Lester Milbraith (1984) *Environmentalists: Vanguard for a New Society*, Albany: State University of New York Press, pp. 28.

³¹ 例えば、現代物理学においては、量子力学の発見によって主観を排除しようとするデカルト的企ては棄却され、主観こそ「客観的」知識の土台であることが証明された。量子力学においては、独立した観察者を想定することはできず、常に観察するといった主体的行為自体が観察客体へ影響を与えざるをえない。

³² 土場学 (2006) 「環境配慮行動の規範的構造」『社会学研究 No.80』東北社会学研究会、47 頁。

て欠陥均衡が生じることは当然であり、実体水準で社会的ジレンマを捉えない限り、社会的ジレンマを「解決」することは、定義上、不可能である³³。まさに環境問題とはこの客観的な関係の連鎖と主観的視界の限定性のギャップから生まれているのであって、この関係／視界のギャップを埋めることによってしかそれは解決することはできないのである³⁴。

「自分以外の存在を自我の感覚の中に包容することによって、自然を含めたすべてのものを包容する広がりのある豊かな自我の感覚を培うべきだ」といった主張は、ディープ・エコロジストによって度々なされてきた³⁵。ディープ・エコロジーとは、「自己実現」と「生命中心主義的平等」を二大目標とし、自己の探求や瞑想によって、有機的な生命世界のなかに織り込まれて存在している自己の在り方に目覚めることを目指している思想である³⁶。しかし、ディープ・エコロジストはその帰結として、生態系における生存権の平等を訴えるあまりに、他の生命体を犠牲にした人間の生存権の否定、人間の数の削減などの常識に反する極端なアイデアを主張したために、動員が成功することはなかった。

本稿は、自然と一体感をもつ自己感覚（自我概念）への成熟に環境問題・社会病理現象の解決の道を見出したディープ・エコロジー論を再考することによって、再魔術化という観点から「下からの社会変化」への道を目指すものである。本稿における「ポリティクス」とは、「より多くの人々に自分たちに考え方を支持させ、自分たちが提起したライフスタイルを引き受けさせられるかを競う争い」と定義づけられるだろう³⁷。つまり、他者の「参加しない意識」を「参加する意識」に変容させるという再魔術化のポリティクスを如何に展開すればいいのだろうか、という問題意識を根底に持っているといえよう。この点については、第六章で詳しく検討する。

第三章 文化創造者と LOHAS

本章では、「文化創造者」研究を紹介し、米国の LOHAS の特徴を概観したい。スローライフという用語がヨーロッパから輸入されたように、ロハスも米国から輸入されてきた用語である。前述したように、ロハスという用語はレイによって文化創造者のライフスタイルを示す用語として生まれた。

文化創造者という概念の始まりは、社会学者レイと心理学者シェリー・アンダーソン (Sherry Ruth Anderson) が 1998 年に、アメリカに「文化創造者」という新しい集団が現れ、全人口の 26% を占めているということを指摘したことに端を発する。レイらによると、1995 年から 2000 年までの間にアメリカの全人口の 24% を信心深い保守派である伝統主義者

³³ 海野道郎 (2006) 「誰が社会的ジレンマ状況を定義するのか？」『社会学研究 No.80』東北社会学研究会、11 頁。

³⁴ 見田宗介 (1996) 『現代社会の理論』岩波書店、155 頁。

³⁵ 深井慈子 (2005) 『持続可能な世界論』ナカニシヤ出版、179 頁。

³⁶ 森岡正博 (1994) 前掲書、83 頁。

³⁷ 杉田敦 (2005) 『境界線の政治学』岩波書店、93 頁。

(Traditional) が、48%を民主主義と科学技術を信奉する現代主義者 (Modern) が、残りの26%を文化創造者が占めている。この結果は、1995年に行われたリーバイス社による10万人の成人と500の集団を対象に意識調査から導き出された³⁸。レイによると、これら三つの集団は以下のように分類できる。

3-1. 伝統主義者

伝統主義者 (Traditionalist) とは、家族と宗教に価値を置き、変化に懐疑的な人々であり、その多くが田舎に住む。そのため、現代社会や複雑なことに不適応的である。彼らは、家父長的な価値観を持ち、フェミニズム・開放的な性に批判的である。敬虔なプロテスタントであることが多い彼らは、聖書を規範にして勤勉に行動し、家族・教会というコミュニティを重視する。多くの伝統主義者は外国人に排他的であり、自衛のための武器の所持に賛成である。このような伝統主義者は全人口の24%を占める。伝統主義者にインタビューしたレイは次のように述べている。

調査対象集団のメンバーと何回も話しあっているうちに、伝統主義者の認識スタイルが次第に明らかになってきた。伝統主義者は、できる限り複雑な状況や考え方を避けようとし、変化や当世風な世界に対して感情的に反発する。アメリカの伝統主義が求めているものとは、わかりやすいもの、揺るぎなき伝統、世俗的でないもの、宗教一色の文化、そして国家と民族の統一である。加えて「昔の素朴で敬虔なライフスタイルに立ち帰り、罪を悔い改めよ」というのが共通のレトリックである。一方、伝統主義の影に、憎悪に燃える集団と極右過激派が存在する³⁹。

3-2. 近代主義者

近代主義者 (Modernist) とは近代主義を信奉する人々である。近代主義とは理性によってより良い世界を構築しようとするイデオロギーであり、現代の西洋世界で支配的なサブカルチャーである。近代主義者は、自由・平等・正義・民主主義を信奉し、多くが近代化された都市工業社会に住んでいる。彼らの多くが政治に関心であり、人間関係を軽視している。

近代主義者は普遍性と世俗性に価値を求め、個人の自由と成功をすべてに優先する。近代主義者の30%は信仰を博愛主義と同一視しない。36%は個人の自由と人生の目標を優先させ、地位や生活レベルを向上させ続けることに重きを置いている。82%は金銭的な物質万能主義を信仰している。彼らの主な関心事は、個人的成功や消費者主権主義、科学技術万能主義にある。さらに、近代主義者は産業社会における近代経済理論、合理的経営手法、科学技術の進歩を崇拜しており、現実主義で物質主義的である。レイらがインタビューし

³⁸ Paul H. Ray and Sherry Ruth Anderson (1998) "The Emerging Culture"

³⁹ ibid.

た近代主義者は以下のように述べている。

かつて人間は、人種・民族・性別・出身地・宗教・職業・教育水準などで一人ひとり細かく分類されたうえで牢獄につながれた。現代文明は、この牢獄からの脱出というシナリオの上に築かれている。中流階級かそれ以上の階級の人間にとって、脱獄のシナリオは現実味を帯びている。現代性により、ついに私たちは伝統の制約から解放され、あこがれと才能に導かれてどこへでも行けるようになった。民主主義のもとでは、もはや特定の宗教を強要されることはないし、無理に教会に所属させようとする聖職者や年長者の言うことを聞く必要もない。無制限ではないが、だいたいは自由に意見を述べることもできる。時間とお金の余裕があればどこへでも好きな土地へ旅行できるし、読みたいものを読み、見たいものを見、望んだ相手と結婚でき、望むなら出身階級から逃れることもできる⁴⁰。

3-3. 文化創造者

文化創造者とは環境維持、自己実現、人間関係に価値を置き、好奇心旺盛で、学識がある人々である。「持続可能な地球環境や経済システムの実現を願い、そのために行動する」、「金銭的、物理的な豊かさを志向せず、社会的成功を最優先しない」、「人間関係を大切にし、自己実現に力を入れる」、「なるべく薬に頼らず、健康的な食生活や代替医療による予防医学に関心がある」などの志向を持つ。これらの価値観は、近代主義に対する反発から生まれたとされる。したがって、文化創造者は既存宗教の不寛容さ、大企業による生態系の破壊などを拒否する。1975年にその他の3%でしかなかった文化創造者は、1995年には23.6%、2000年には29%に増加している。

文化創造者は社会的地位ではなく、自己実現による内面の成長を目指す。しかし、多くの文化創造者にとって内面の成長はキリスト教的な道徳的成長を意味しない。既存の宗教を求める文化創造者は17%にすぎない。85%が外国好きであり、76%が人間関係を大事だと考えている。また、文化的創造者は知識欲が旺盛である。また、文化創造者は集団としてコミュニティの不和と環境問題に関心を寄せている。文化創造者の92%がコミュニティの再建を望み、87%は国連環境開発会議が決定した「持続可能性」を支持している。博愛主義的な割合が近代主義者で51%、伝統主義者で55%であるのに対して、文化創造者は84%である。また、理想社会を作るために活動家でありたいと考えている割合は、近代主義者は29%、伝統主義者が34%であるのに対し、文化創造者は45%である。文化創造者の70%が社会的な成功でなく、創造的な時間を優先する。将来に楽観的な割合は文化創造者が35%であるのに対して、近代主義者は24%、伝統主義者は26%である。

「文化創造者」と呼ばれるこれらの個人は、次のような志向を持つ。それは、精神性と

⁴⁰ ibid.

心理的成長の重視、大組織への反発、物質主義と権威・地位の拒否、健康的な生活の重視、地域社会の再生、異文化への興味、持続可能な地球環境、質素な生活、有意義な人間関係への願望、社会的成功の軽視、女性の視点の重視、利他的行動主義、理想主義、未来への楽観的思考、本物志向、プロセス・経験の重視、グローバル的思考などである。

文化創造者は、全米各地に存在する。彼らの年収の中央値は4万7000ドルであり、年齢の中央値は42歳である。30%は大学卒であり、三つのサブカルチャー集団の中で最も教育レベルが高い。男女比率は4:6で、女性の方が多い。

これらの文化創造者はさらに核的文化創造者と緑の文化創造者の二つのタイプに分けることができる。核的文化創造者は2400万人ほど存在し、「個人の進化」と「緑」の双方に価値を置く。彼らは精神生活の向上や自己実現に取り組む一方で、女性問題や環境問題などの社会問題に関わっている。核的文化創造者は、学歴が高く、上流中産階級が多い。男女の比率は1:3であり、女性が多い。芸術家、作家、音楽家、臨床心理士、環境運動家、フェミニストなどが多い。一方、緑の文化創造者は2600万人ほど存在し、環境問題などに関心は寄せるが、個人的な問題にはあまり興味がない。彼らは中流階級が多く、世俗的であり、核的文化創造者に倣う傾向がある。

文化創造者は以下のようなライフスタイルをもつとされる。①TVよりラジオを好み、本や雑誌をよく買い、よく読む。②ほとんどの文化創造者が芸術や文化活動に熱心で、そのためにお金を惜しまず、自分で実際にやってみることを好む。③プロセスを重視し、「全体像」に関わることを好む傾向がある。④プラスチック製品、模造品、手抜き製品、使い捨て製品、最先端のファッションなどの「偽者」を嫌い「本物」を志向する。⑤ラベルや消費者レポートを見るなどの慎重な消費行動が多い。⑥文化的な分野で最先端に行く人が多い。⑦食へのこだわりが強い。⑧木の多い、静かな、古い住宅街に住むことを好む人が多い。⑨地域の自然環境などの立地条件を重視する。⑩プライバシーを重視し、住まいを「巣」や「隠れ家」的なものだと考える傾向がある。⑪インテリアは芸術作品や工芸品を飾る人が多く、インテリアに自分の趣味やセンスの良さが発揮されると感じている。⑫異国情緒豊かで、冒険的で、体験的で、教育的で、精神的な旅を望む人が多く、エコツーリズムなどを好む。⑬啓発的で、感動的な経験を求め、自己啓発ワークショップ、瞑想や祈りの集まりなどによく行く。⑭代替・補完医療や自然食を志向し、統合的な健康観から予防医療を重視する。

3-4. 米国における LOHAS の特徴

LOHAS という概念は、上記の文化創造者のライフスタイルを示す用語として提唱されることとなった。米国の LOHAS の特徴としては、第一に LOHAS は「新しい社会運動」の結果生まれたとされる点である。レイは、文化創造者の形成は新しい社会運動の価値が社会心理的に拡大したことによる、と指摘している。新しい社会運動とは、議会制度民主主義に代わる直接的民主主義、女性、マイノリティ・グループ、独自の地域文化などアイデン

ティティの自己確認、環境、平和、福祉、人権など、生活水準や経済成長以外の人間的な諸価値を追求する社会運動のことである。山之内は、新しい社会運動を「自らの生活感覚に対する批判的覚醒を自覚化しようとする美意識的・文化的表現運動」と見做しており、広い社会階層に共有される意識改革のプロセスとして、潜在的な意識変化の水準によって評価されるべきであると評している⁴¹。特に核的文化創造者は、新しい社会運動の影響を強く受けており、彼らの活動の結果、LOHAS が拡大していったとされる。

第二に、米国の文化創造者は精神性を重視しており、その結果として LOHAS を実践しているとされる点が特に顕著である。この背景として、米国において精神性は急激に高まっていることが挙げられよう。例えば、1994 年のギャラップ調査で、精神的成長を経験する必要があるかどうか米国人に聞いたところ、「はい」と答えたのが二割だったのに対し、1999 年の調査では 58%増加し、「はい」と答えたのが 78%となっている⁴²。また、会社においても、瞑想やヨガが「集中力が高まり、直感がさえ、疲労がやわらげられ、創造性や組織力を高める」⁴³とされ労働生産性の向上のために奨励されている。パトリシア・アバディーンは、このような精神性の高さから、誠実さや透明性、賢明な統治、そしてより高い社会環境基準を追及しようとする人々の姿勢を「意識の高い資本主義」⁴⁴の到来であるとし、その結果 LOHAS 的消費が増えていると指摘した。

第三に、米国における LOHAS 言説の流布は農業を中心としていることが挙げられる。例えば、「LOHAS JOURNAL」という雑誌は農業雑誌であり、有機食品の特集などを中心としている。

第四に、米国の LOHAS は消費者の間ではあまり一般的な用語ではなく、専門家や企業家の間でマーケティング用語として認知されていない⁴⁵。もともと、LOHAS は「純粋に学問的見地から生まれたカルチュラル・クリエイティブスに対し、LOHAS が学問的な研究調査をベースにしながらも、起業家がビジネスにするにはどうしたらいいかというマーケットの視点から、市民層の価値観をとらえ直したもの」⁴⁶というコンセプトとして生まれた。したがって、米国の LOHAS はビジネス、特に企業の社会的責任（CSR）との関連で論じられることが多い。例えば、ビジネスや専門職中に文化創造者は 1500 万人いるとされ、米国においては彼らがビジネスを積極的に牽引しているとされる。ただ、LOHAS という言葉自

⁴¹山之内靖（2003）『『脱魔術化』した世界の『再魔術化』とどう向き合うか』井上芳保編『「心のケア」を再考する』現代書館、235～236 頁。

⁴²パトリカル・アバドゥーン（2005）（経沢香保子監訳）『メガトレンド 2010—新しい資本主義をつくる 7つのトレンド』ゴマブックス株式会社、44 頁。

⁴³パトリカル・アバドゥーン（2005）前掲書、270 頁。

⁴⁴パトリカル・アバドゥーン（2005）前掲書、78 頁。

⁴⁵米国では LOHAS に関する市場調査が行なわれており、5 つに分類されている。①エコロジカル・ライフスタイル（環境配慮型の家族・オフィス用品、エコツーリズムなど）、②健康的ライフスタイル（有機食品やサプリメントなど）、③持続可能経済への貢献（再生可能エネルギーや社会的責任投資など）、④代替医療（予防法、補助医薬など）、⑤自己啓発（ヨガなど）である。

⁴⁶Peter David Pederson（2006）『LOHAS に暮らす』ビジネス社、54～55 頁。

体はあまり知られておらず LOHAS を実践しているとされる人々のほとんどは「自分が LOHAS である」という認識がないのが実状である。

では、この専門用語としての LOHAS が日本において「ロハス」という一般用語としてどのように普及していったのだろうか。自称では、その過程と変遷を追いたい。

第四章. 日本におけるロハスの受容と流行―「消費手段の再魔術化」

4-1. LOHAS 概念の日本への輸入

ロハス (LOHAS) という言葉を日本で最初に紹介したのは大和田順子である。大和田は、2002 年 9 月 21 日の日本経済新聞で LOHAS を文化創造者のライフスタイルとしてこう紹介している。

健康を重視し持続可能な社会を志向する生活スタイル「LOHAS」(ローハス)が米国で注目されている。……LOHAS とはライフスタイルズ・オブ・サステナビリティの略。……地球温暖化に関する京都議定書を支持していない米国に、持続可能な社会を目指すライフスタイルを持つ消費者が数多く存在するなどには信じがたい。しかし、今年発表された「LOHAS ジャーナル」の消費者調査によれば、米国成人人口の 30%、約五千万人が LOHAS を重視する消費者であるとの結論が出た。まず LOHAS 誕生の経緯をたどってみる。そもそもは 1998 年に社会学者のポール・レイと心理学者のシェリー・アンダーソンが新しいタイプの人々として「カルチャー・クリエイティブ」を提唱したのが始まりだった。これは単に環境への配慮に心を砕くだけではなく、家庭や地球環境、さらには社会の未来像といった個人生活の分野以外にも総合的に深い関心を示す人々のことだ。日本でも知られるグリーンコンシューマーの概念を大きく拡大し、社会への能動性を付与した姿と考えれば良いだろう。

ここで述べられている「グリーンコンシューマー」とは環境にやさしい商品を選んで購入し、そのための情報収集にも積極的で、環境保護意識の高い保護者のことである。つまり、LOHAS における持続可能性、特に環境の持続可能性の部分が中心に解釈され、グリーンコンシューマーの拡大概念とされている。

4-2. 『ソトコト』によるロハスの普及と流行化

「ロハス」を一般用語として普及させたのは、ロハス・ブームの火付け役としてよく言及される『ソトコト』である。『ソトコト』とは、世界初の環境ファッション・マガジンとして創刊された雑誌である。編集者の小黒一三が想定した読者は、「ドイツや北欧に見られ

るような、環境や健康に関心が高く、消費のトレンドに敏感で上昇志向も強い都会人」であった。『ソトコト』はいち早く LOHAS に焦点を当て、ロハスのオピニオンリーダー的代表雑誌となり、現在「ロハスピープルのための快適生活マガジン」⁴⁷と自称している。

『ソトコト』が初めてロハスを取り上げたのは、2003年6月号の「ソトコト特集 LOHAS のためのナチュラルメディスン・ガイド」である。この記事ではナチュラル・メディスンとして、チベット医学、仏教医学、オイル・セラピー、果実健康法、アガリクスなどの紹介がされている。当初、LOHAS は代替医療を重視するライフスタイルとして紹介された。次に、『ソトコト』で LOHAS が紹介されたのは2004年4月号である。そこでは、ロハスな研究、ロハスな住空間、ロハスな仕事、チベット医学、気功などが特集された。初期において、『ソトコト』ではロハスの定義が曖昧であり、健康・環境に関することなら何でも「ロハス」として捉えられていたようだ。これに関し、「『ソトコト』は様々な製品・サービスや団体・個人をロハスであるとしているが、明確な基準を示しておらず、マイナスイオン商品やリサイクル品でもない長靴をロハスプロダクトとしている」⁴⁸などの批判も生まれた。

『ソトコト』が本格的にロハスを扱いだすのは、2005年1月号の「ロハス大予言 2005！」以降である。ここにおいて、2005年は「ロハス元年」と位置づけられ、それ以降、『ソトコト』の販売部数は前年比で4割増えた。それと並行して、「ロハス」に関する定義付けがなされるようになっていく。

また、この時期から TV やラジオにおいてもロハスは取り上げられるようになっていく。マイボイスコムが2005年12月に実施した調査によると、LOHAS という言葉の内容・意味を知っている人は13.1%で、言葉を聞いたことはあるという人の25.3%を合わせると、認知度は4割弱となっている。

ここで、主に2005年に月刊ソトコト編集部と電通 LOHAS プロジェクトによって出版された『Lohas/book』を参照しながら、『ソトコト』の述べる「ロハス」の特徴について整理しよう。

第一に、ロハスの特徴で最も重要なのは、ロハスが「健康」と「環境」というキーワードを結びつけることによって、「健康で持続可能な暮らし方」という一つの新しいライフスタイルの概念としているところである。「まず、自分自身の心とカラダが『健康』であること、そのうえで人間社会や自然環境の状況が『持続可能』であること」⁴⁹が重要視される。

第二に、上記と関連するが、ロハスはエコロジー言説に付与されてきた禁欲主義志向ではなく、快樂主義志向を特徴とする概念であるとされる。例えば、エコロジー＝「つらくてたいへんなので、長続きしない」というイメージがあるのに対して、ロハスは「楽しく、スタイリッシュに、長続きさせる」というイメージを重要視している⁵⁰。つまり、エコロジ

⁴⁷ 『ソトコト』が「ロハスピープルのための快適生活マガジン」を名乗るようになったのは創刊6周年である2005年6月号からである。

⁴⁸ Wikipedia「LOHAS」(<http://ja.wikipedia.org/wiki/LOHAS>)

⁴⁹ 月刊ソトコト編集部・電通 LOHAS プロジェクト (2005) 『Lohas/book』木楽舎、6頁。

⁵⁰ 月刊ソトコト編集部・電通 LOHAS プロジェクト (2005) 前掲書、7頁。

一が環境によい／よくないという境界を規定しそれまでのライフスタイルの否定するのに対し、ロハスは「こうじゃなければダメ」という難しいルールはなく、より緩やかでオープンな形での提案型の概念である。

第三に、ロハスは都市型生活をしている人でも実践できるとされる。ヨーロッパから輸入された概念であるスローライフが田舎での閉鎖的な生活をイメージさせるのに対し、ロハスのターゲットは都市移住者であることが多い。例えば、「都市居住者、忙しい人たちにとって難しく、スローライフを諦めていた人たちが、今の暮らしのなかで実現できる方法を考え、実行しようとする動きが『ロハス』を牽引している」⁵¹と言及されている。

第四に、ロハスの中・上流階級の文化であるとする言説がある。「あなたは二割高くてもオーガニック製品を買いますか」という質問に象徴されるように、『ソトコト』の提供する商品はそうでない商品に比べて高く、生活に余裕がない人には買いにくいものであろう。『ソトコト』では、ロハスの中・上流階級のものではないのか、という質問に対して以下のように答えている。

環境に配慮された商品は、そうでない商品に比べ、価格が高いことも多いですし、健康的な生活を送るには、時間的にも余裕が必要です。富裕層とまではいかなくても、ある程度所得に余裕のある層のライフスタイルといわれれば、そうなのかもしれません。・・・ただ、所得の少ない人たちが無関係かという、決してそうではない。ロハス的な価値観を持つ人が増え、社会の仕組み自体が変われば、ロハスな生活を享受できる層は、どんどん拡大していくのだと思います⁵²。

第五に、ロハスはエコ・ファッションというおしゃれなライフスタイルのイメージとして定着していったといえよう。大和田順子は「ソトコト」によるロハス・ブームについて以下のように述べている。

数年前から、これも仕掛け人は『SOTOKOTO』だが、スローフードやスローライフが流行り、エコライフの素地はできつつあった。そこに、ヨガブームやマクロビオティック（スローフードも含めた自然食、有機野菜など）、『SOTOKOTO』の坂本龍一さんなどの象徴的な存在で、エコ関係の商品やサービス、ショップ、ライフスタイルが「LOHAS」というキーワードでオシャレを出すことに成功した。『SOTOKOTO』が丸ビル内にオープンした「ソトコト LOHAS キッチン&バー」カフェ&ショップも、LOHAS グッズの具体的なプレゼンテーションとなった。一般女性誌にも LOHAS 特集が組まれるようになっており、オシャレなちよっとエ

⁵¹ 月刊ソトコト編集部・電通 LOHAS プロジェクト（2005）前掲書、7頁。

⁵² 『ソトコト』2005年1月号、50頁。

コといったイメージで流行したと見ている⁵³。

しかし、これらの『ソトコト』誌のロハスに関する批判として、第一にその商業主義的な手法に対しての不信感が挙げられる。朝日新聞の記事で亀和田は以下のように述べている。

『ソトコト』は事あるごとにロハスを取り上げてきた雑誌です。ビジュアル処理がすぐれているため目立ちませんが、大手企業の広告がめじろ押しです。・・・一見それとわからない、洗練された広告ページの集積を眺めるうち、ロハスの実体も見えてきました。(機能)を強調するだけでは、もはや商品は売れない。それに気づいた21世紀の資本主義が、総力で開発した“人と地球にやさしい”商品という巨大プロジェクトがロハスです。ただ便利な物を売るのではなく、「ココロの健康」を標的にしている点が、従来のビジネスとの最大の違いです。⁵⁴

第二に、『ソトコト』誌の同系列の株式会社トド・プレスが「ロハス」を商標として登録していたことに対する批判が挙げられる。2004年12月に三井物産と共に商標登録したトド・プレスは、2006年春より2社の商標を一括管理しライセンスビジネスを始めると発表した。しかし、大手企業の多くは実際には広告に「ロハス」を使うのを敬遠するようになった。これは、「ロハスの種、入っています シャープの家電」というポスターの文句を、三井・トド側が警告をしたことがきっかけである。そして、企業が使わないためにロハスの世間への露出は限られることとなった。2006年5月、三井物産とトド・プレス両社は、商標使用料をとるのをあきらめ、他社が使っても抗議しないと決めた。これは、ロハスというライフスタイルをあらゆる一般用語として紹介されてきたものを商標として登録しライセンスビジネスを企てていたことが「結果的に世間や多くの企業から反感を買ってしまった」⁵⁵と反省したからだ。

こうして、米国から輸入されてきた概念である「ロハス」は、『ソトコト』誌によってエコロジーにおける消費的快楽の追求を肯定する言葉として多用されてきたといえよう。それらの言説の裏には、富裕層への消費を活性化させる商業主義や、「ロハス」をライセンスビジネスとして扱おうとする意図などがあつた。

「ロハス」は新たな「記号」として、差異を創出することによって、演出され、流行になっていったといえるだろう。ボードリヤール (Jean Baudrillard) は、人々を「消費」に向わせている心性の内に、日常生活の中で奇蹟を待望する未開社会の魔術的な心性と同質の

⁵³ 大和田 (2005) 「LOHAS (ロハス) のすすめ」 (<http://www.owadajunko.com/>)

⁵⁴ 朝日新聞 2005/11/13/26面 「あっちでもこっちでもロハス」

⁵⁵ 朝日新聞 2006/06/14/12面

ものが潜んでいるということを指摘する⁵⁶。消費社会においては、一定の様式のもとに「記号」として配置することによって、我々の欲望が刺激され、我々は新たな消費活動へと誘われるようになる。そこでは、「価値はないが、他との差異をもつ社会的記号である商品」である「ガジェット」が出現する。

リッツァー (George Ritzer) は、このような消費手段のコントロールによる搾取が資本主義によってなされていると論じ、それを「消費手段の再魔術化」⁵⁷と呼んだ。(バーマンの提唱した再魔術化と区別するためにリッツァーの提唱した再魔術化を「消費手段の再魔術化」と表記する)。「消費手段の再魔術化」とは、豪華さや華麗さによって自発的な消費を誘い込み、魅了 (enchant) することである。消費社会では、消費過程は財の実質性から乖離してスペクタクル化するのである。ロハスの一般用語としての普及は、ライフスタイルを消費手段の再魔術化によって変容させようとする試みの中で生まれてきたものであったと結論付けることができるだろう。

第五章 ロハス層に関する考察—消費者調査とインタビューを通して

本章では、まずロハスに関する消費者調査を考察することによって、日本におけるロハス層が如何に定義されているかを概観する。次に、インタビューを通して、ロハス層と呼ばれる人々がどのようなライフストーリーを歩んできており、何を<転機>として現在のライフスタイルを実践するようになったのかに関する考察をする。

5-1. ロハス層に関する消費者調査

米国では2002年からNMI (Natural Marketing Institute) によって、2000人以上の成人を対象にロハス消費者調査が開始されていた。日本でも2005年2月に株式会社イースクエアによるロハス消費者に関するインターネット調査が行われた⁵⁸。調査対象は20歳から69歳の男女であり、サンプル数は2,115人であった。

同調査は、以下の四つの消費者層を指摘している。①環境・健康に対する関心が高く実際に行動に移し、社会的課題・自己啓発、精神性の向上に関心が高いロハス層が29%を占める。ロハス層は、上昇志向、購買欲も強く、気に入った商品を家族や友人などに薦めるなど情報発信力が高い。②環境・健康に関心は高いもののコストパフォーマンスを重視し、実際の行動にまではいたらない生活堅実層が27%を占める。生活堅実層の内、女性が58.4%を占め、専業主婦が多い。③特に突出した意見を持たず、環境・健康への関心の低い中庸

⁵⁶ ジャン・ボードリヤール (1995) (=今村仁司・塚原史訳) 『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店

⁵⁷ George Ritzer (1999) *Enchanting a disenchanted world : revolutionizing the means of consumption*, Pine Forge Press.

⁵⁸ イースクエア (2005) (<http://www.e-squareinc.com>)

無難層が 28%を占める。中庸無難層は、商品の選択基準は有名メーカーであるかどうかや CM で知っているかなど無難な理由となる傾向が多い。④利便性の高いものを好み、環境・健康に対してほとんど興味を示さない個人便利層が 16%を占める。個人便利層の内、男性が 57.4%と多く、年代は 30 代以下が半数以上を占めている。この調査では、環境意識や健康意識が高い集団の中で、実際に消費をするかどうかでロハス層と生活堅実層を区別している。

ロハス層の意識を健康意識・環境意識・社会的課題への関心に関して調査した結果、ロハス層と全体では以下のような項目で開きがあった。健康意識では、「自分や家族の健康にはいつも注意している」、「自分や家族の健康のため、環境への配慮をする必要がある」、「健康によりと言われると何でも試してたくなる」、「健康により生活をしたが、商品が少なすぎる」などである。環境意識に関しては、「環境問題に関心がある」、「環境によいことやモノを試したい」、「環境によいことをした後は、自分としても気持ちがよい」などで、社会的課題への関心としては「再生エネルギー」、「持続可能な農業」、「社会正義、社会的課題」、「生物多様性」などである。

ロハス層は、性別に偏りがなく、年配層が多く、学歴・年収が高い。総合すると、LOHAS 層の特徴として述べられていたことは、主に以下の四つである。第一に、ロハス層は自分の健康のために環境へ配慮するという特徴が強調される。第二に、彼らは「環境に良いことを行うこと＝自分にとっても気持ちのいいこと」と捉え、実際に行動をとっている。第三に、情報の収集は、新聞、専門家の話、そして非営利団体からの情報を重視してなされており、第四に社会的課題に対する問題意識が高いということが挙げられる。また、ロハス層は性別には偏りがなく、年配層が多くて、学歴・年収が高いという属性を持つとされている。

また「生活実態に関するアンケート」⁵⁹における調査によると、「ロハス (LOHAS) と聞いて、あなたがイメージしたり、感じたりすることは、どんなことですか」という質問に対する答えは、「地球環境に配慮する (27.8%)」、「健康に配慮する (14.6%)」、「『ロハス』という言葉だけ先行してしまっている (11.5%)」、「エコロジー (11.3%)」であった。また、「LOHAS な生活スタイルをしている」と答えた 17.4%の人々は実際の生活の中で、「リサイクルを心がけている」(25.5%)、「環境には配慮した商品を購入するよう心がけている」(19.6%)、「生産者が表示されている商品を購入するよう心がけている」(11.5%)、「アロマや漢方を取り入れている」(8.0%)、「ヨガなどを取り入れて健康作りに励んでいる」(7.2%)などの回答があった。

5-2. ロハス層のライフヒストリー

本節では、ロハス層と呼ばれる人々のライフストーリーから、現在のライフスタイルへの<転機>を描き出すことを目的としている。今回、調査の対象としたのは、「ロハス」に

⁵⁹ (<http://www.toku-chi2.com/enq/instant/vol22.html>)

関する活動に関わっていて、自己もロハスを実践している人々である。具体的には、NPO ローハスクラブの関係者、ロハスに関する著作を出している著者達にインタビューを行なった。

5-2-1. NPO ローハスクラブ

ここではまず、インフォーマントの多くが活動に関わっている NPO ローハスクラブについて紹介しよう。「NPO ローハスクラブ」⁶⁰は 2004 年 3 月に設立された非営利団体である。この NPO は、健康ですこやかに暮らしたいと願う人々に対して、ロハス（環境と人間の健康を優先した持続可能な社会のあり方を模索する）という志向を普及・促進するために調査・研究および情報のネットワーク化に関する事業を行い、人々の健康や社会活動、経済、環境の保全に寄与することを目的としている。そして、主な活動は、①保健、医療又は福祉の増進を図る活動、②学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動、③環境の保全を図る活動、④経済活動の活性化を図る活動であり、事業としてはセミナー、視察会の開催、調査研究活動、情報の収集・提供、書籍出版物の刊行、情報交換、協力体制作り、用品および活動に対する LOHAS 認定、企業等に対するコンサルタントをしている。NPO ローハスクラブは、2006 年 1 月 19 日には『日本を LOHAS に変える 30 の方法』を出版し、ロハス企業 40 社を紹介している。

NPO ローハスクラブの活動の歴史を振り返ると、活動開始の当初一年間は、CO2 の排出量の調査に基づいて、各都道府県別の環境家計簿を発表していた。しかし、「表を使ってもらうだけで、さっぱりお金にならないし、NPO としてやっていくのも大変」であったために、LOHAS アカデミーを始めることにした。LOHAS アカデミーはホームページを通じて日時・場所を発表し、募集したところ、受講料が 7 万 7 千円（五回／一年）とかなり高額だったにも関わらず、募集人数の 50 人が集まることとなった。LOHAS アカデミーはその後も六本木ヒルズにて定期的で開催されている。また、この LOHAS アカデミーの講座を履修し、米国のボルドーへの海外研修を終えた人のことを「LOHAS コンシェルジュ」と呼ぶ。

インフォーマントとしては、この LOHAS コンシェルジュの方から三人、NPO ローハスクラブの理事の方とその友人の三人、他にロハスに関する著作を発表している方の一人、合わせて七人と話すことができた。インフォーマントは生活の中でロハス的な生活をしていることを中心的な条件として選んだ。インタビューは主に、仕事場、近くの喫茶店などで行なった。質問形式は主に「現在のようなライフスタイルに至ったきっかけをライフストーリーとして話してください」という主旨の質問から始められ、その後はソクラテス問答法で行なった。各インタビューは一時間から二時間続いた。多くの場合、インフォーマントの方は快く承諾してくださり、スムーズにインタビューをすすめることができた。

⁶⁰ ローハスクラブ (<http://www.lohasclub.org/>)

5-2-2. インフォーマントのライフストーリー

ここで、七人のインタビューのケースを取り上げ、個人のライフストーリーとそれに現在のライフスタイルの形成が如何に関わってきたかを概観したい。

平岡淳子さん（女性：30代）は LOHAS コンシェルジェであり、現在、料理コーディネーターをしている方である。彼女は母親が「しっかりした考えを基に……いまロハスと呼ばれるような暮らし」をしていた。例えば、食事はこだわりの食材による手作りであったり、リサイクルの牛乳パック・トイレットペーパーなどを使用していた。しかし、当時の再生素材技術が劣っていたために牛乳パックが茶色であったりなど、「いかにもリサイクル」なライフスタイルに対して、彼女は子供のころは恥ずかしく、嫌だと感じていた。また、そのために自分の家が貧乏であるとも思っていた。そのような生活に反発するかたちで、「自分のお金や時間を持てるようになると、ファーストフードに行きまくるようになった」と述べている。

平岡さんは大学を卒業し、百貨店に就職した後も、そのような「奔放」な生活を続けていたのだが、徐々に「体調が悪くなった」「体力・免疫力が落ちた」「腰が悪くなった」「冬になると風邪をひくようになった」などの自覚症状を持つようになった。その結果、働き続けることも難しくなり、その原因が「ライフスタイルや食生活をちゃんとしていないことであったりすることに気づいた」という。そして、その頃結婚した彼女は、無添加のシャンプーなどの「身体にいいものや環境にいいもの」を購入するようになったという。「何で（母親がそのようなことを）やってたのかが今になってわかった」と彼女は昔を振り返って述べている。彼女に、「健康意識と環境意識とどちらの意識を持ってロハスに取り組んでいますか」と尋ねたところ、「両方を区別したことはあまりない。主に健康意識から（ロハスを）する機会が多いかもしれないが、それらは厳密に区別できないのではないか。」と述べていた。

現在、彼女は、職場でいかにロハスを広めるかについて悩んでいるらしい。なぜなら、料理コーディネーターという仕事では、料理の写真を撮ることが主な作業であるために、写真を撮り終わった料理は捨ててしまうことが多く、それがロハス的でないからだ。ただ、自分の価値観を周りの人々に押し付けようとするのではなく、自分がまずそれらの料理をできるだけ持って帰ることなどを通して、周りの人にも料理のもったいなさに気づいてもらえればよい、と考えているようだ。

鳥居美百子さん（女性：30代）も LOHAS コンシェルジェの方であり、現在は主婦の傍ら、自分の畑を持って野菜を育てている。鳥居さんは学生時代までは特に環境や健康に対する気遣いというものはない。そして、卒業後に住宅関連の会社に勤め始めたが、仕事上の事故で手が動かなくなってしまい、またその会社から保険がおりず訴訟問題になったということもあり、体の健康を壊すとともに、精神の健康も損なってしまった。

その後、結婚すると同時に、「らでいっしゅぼーや」⁶¹や「生協」から有機食品や環境に配慮した商品などを買うようになったと述べている。ロハスを始めるようになった契機として「身体を健康を害した」「結婚して自分で何かを選べるようになった」⁶²ことなどを挙げている。その後、ご主人の転勤で筑波へ移住し、地元の人との繋がりを持って何かをしたいと思い、近隣の主婦などを誘い、合同で畑を始めたそう。 「ロハス」というキーワードを聞いたときは、「これはまさに私が追い求めていたものだ。」と思い、ロハス・アカデミーに参加したそう。現在は、自分のできる範囲でロハスを広めていかなければならないという義務感を持っている、と述べていた。

藤崎健吉さん（男性：40代）は、NPO ローハスクラブのスーパーバイザーであり、『日本をロハスに変える30の方法』の著者でもある。現在、プランナーとして行政や民間企業の各種プロジェクトに参画し、「食と農」「健康と環境」「地域と世界」を結ぶ、さまざまなコミュニケーション装置、仕組みづくりを行っている。週末はよく座間（神奈川県）にある自分の畑に野菜を育てるために出かけている。彼は、もともと子供の頃から体が弱かった。例えば、生まれてすぐ喘息になり、酸素テントで過ごしていた。その後も、アトピーや喘息、アレルギー鼻炎などの症状がずっと繰り返していた。その影響で子供の頃から食べ物や農業・生き物などに強い興味があったと述べている。しかし、東京の世田谷区に住んでいたために、あまり自然に触れることができなかった。また、弟や姉の死があり、「生命の秘密みたいにも探してみたいな」と考え、都内の農学部に進学した。「そこで土や野菜に触れているうちに、環境のことに興味が沸いてきた。」と述べている。

大学を卒業後は就職せず、卒業一年後に『科学なるほど読本』を出版し、その後、バイオに関するコピーライター・プランナーとして、「都市環境」「ヘルスマュージウム」などの各種催事、文化施設のコンセプト立案・企画制作、商品やブランドの開発等に携わるようになっていき、その過程で現在の健康観・環境観が形成されたと述べている。現在、講演・プロジェクトなどを通して、自分の価値観を周りに拡大していく試みを続けている。

井出敏和さん（男性：40代）は、『いきいきロハスライフ!』、『いきいきロハスライフ!のすごし方』の著者であり、日本でもロハス（LOHAS）にいち早く注目し実践した人物である。例えば、彼は5時に起床し、ヨガと瞑想で一日を始め、サプリメントを欠かさず、マクロビオティック的食生活などを行っている⁶³。また、「ロハスライフのすごし方～今日から始めるLOHAS生活～」というタイトルのメールマガジンを毎週しており、日本におけるロハスのオピニオンリーダー的存在の一人である。井出さんは自己のロハスの原点とし

⁶¹ 「らでいっしゅぼーや」とは、1988年より有機・低農薬野菜と無添加食品や環境に配慮した日用品などの会員制宅配サービスを行っている団体である。（<http://www.radishbo-ya.co.jp/>）

⁶² 鳥居さんはそれ以前には実家暮らしをしていた。

⁶³ （<http://www.kouenirai.com/profile/1992.htm>）

て、『POPEYE』⁶⁴の創刊を挙げている。そこで取り上げられている「輝く太陽の下で、ペリエ飲んでジョギングしよう」という西海岸のライフスタイルを「かっこいい」と思い憧れ始め、ビタミンを飲んだり、ジョギングしたりという生活を日本にいる頃からしていた。

そして、1987年の29歳の時に音楽製作ソフトの開発のために渡米し、シリコンバレーに居住するようになった。シリコンバレーで井出さんが感じたことは、まず米国人の健康志向の強さであった。その理由として、米国には公的な健康保険がないために、「自分の健康は自分で守る」「おちおち病気になっていられない」と考える人が多いのではないかと述べている。また、いっしょに仕事をする人の中には、ヒッピーやニューエイジ、東洋思想に触れたことがある人が多く、日本人よりも「スピリチュアリティ」や「自己開発」をとっても重視する傾向があると感じたそうだ。「20年前には（米国では）太っていて、煙草をやっている人は出世できなかった」が、現在では、「瞑想やって、ヨガをやっている人のほうが知的労働者としての生産性が高い」と述べ、仕事をしているときに実際に瞑想やヨガが役立っていることを実感している。また、『ハイ・コンセプト』に言及し、知的労働者の中でも右脳的な要素を持った人が現代では価値を持っており、そういう人々は瞑想やヨガをやっているだろうと述べ、そのような人々にとっても共感すると述べている。現在は、ブログ・メールマガジン・著作活動などを通じて、ロハスの普及を熱心に行なっている。

津野智子さん（女性：30代）はLOHAS コンシェルジュの方である。津野さんは帰国子女であり、米国に居住していた。有機食品やリサイクル製品、自然化粧品を購入するようお願いされる「ロハス」と呼ばれるライフスタイルに関しては、米国に住んでいた頃から「特に意識しないでやっていた」ということだ。なぜなら、周りのみんながやっていたからである。しかし、米国でもそのようなライフスタイルは中・上流階級のものであり、「中の下より下の人々には難しい」と感じた。日本に帰ってきた後、周りの人との価値観との違いが「息苦しい」と感じたり、満員電車が「ストレスフル」と感じているらしいが、現在も生活の中でロハスを「できるだけやる」ことを心掛けている。ロハス・コンシェルジュとして、ロハスの普及活動の義務感はある程度持っているが、「職場などではあまりそういう話をしない」と述べていた。

國田薫さん（女性：20代）は、現在松下政経塾に在籍しており、『日本をロハスに変える30の方法』の著者でもある方である。國田さんは、小学生の頃に米国の東海岸に居住していた。小三になった時に日本に帰国するが、日本の空港に着いた時に「空気が苦しい」と感じたそうだ。愛媛の小学校に通っていた時に、「地球の温暖化」について夏休みの自由研究で調べたという。國田さんは高校の時に、オーストラリアに留学し、本格的に環境問題

⁶⁴ POPEYE(ポパイ)は1976年にマガジンハウスから創刊された日本の男性誌である。アメリカ西海岸のスタイルを日本に初めて紹介したことでも知られ、当時の男性誌の世界を一新する、新たな世界観を若者に植え付けた雑誌として現在でも知名度の高い雑誌である。

(<http://ja.wikipedia.org/wiki/POPEYE>)

に関心を持つようになった、と述べている。その背景として、当時オーストラリアではフロンガスによる紫外線が問題となっていたことがある。こうして、國田さんは、環境と生活のつながりを意識して生活することが習慣づいたという。大学三年生の時に、環境法のゼミに入り、公害訴訟などについて勉強した國田さんは、「ガスは電気より環境にいい」と考え、東京ガスに就職するが、「営利企業」的なところが肌に合わずやめてしまう。その後、京都の大学院の地球環境学科の一期生として、環境省や NPO を研修しながら、「排出権取引の制度設計」について研究する。そこで、自然エネルギーへの転換は費用対効果が悪いということに気づき、ライフスタイルの変革に興味を持ち始める。同時期に、松下幸之助の思想に触れて共感をした國田さんは、松下成蹊塾に入塾し、今に至る。現在、環境問題に関する論文執筆、講演などを通して、「自覚的生活者」としてのロハスを広めようとしている。國田さんいわく、自覚的生活者とは、「自分の周りの人々や環境とのつながりや責任を意識する人」のことである。「私は安すぎる製品は買わない。なぜなら、安すぎるものを作ろうとしている裏には必ず搾取や犠牲があるからだ。」と述べていたのが印象だった。「自分が説明できないことを減らす」ことが自覚のための一歩だとして勉強を続けている。

二木秀幸さん（男性：20代）は、現在ペットボトルを作る会社に勤めており、國田さんの友人である。彼は Wikipedia の LOHAS の項目の作成者でもある。二木さんは小学生の時にドイツに居住していた。二木さんは、日本に帰国後、ダイオキシン問題に興味を持ち始める。それは、「当時のメディアでドイツのゴミ処理方法が賞賛されていた」、「日本のモラルが低い」と感じたからであった。その後、「学校の先生に聞いてもわからない」ことを「おもしろい」と感じるようになり、それを「ドライビング・フォース」に環境問題に興味を持ってきた。大学在学時に、環境問題に関するシンポジウムなどで勉強をするうちに、「ゴミ拾いをしている人が気になり始める」。その後、愛知万博などでゴミ拾いをしているうちに、國田さんと出会い、「LOHAS な人」に関わるようになった。二木さんは、「自分はロハスではない」と述べているが、ロハスの友達が多く、環境問題などのエコロジー自体に興味はあるが、健康に関してはあまり興味がないためにそのように述べているのだろう。現在、二木さんはゴミ拾いの NPO や様々な講演などを通じて、環境問題をより知ろうとしていると述べていた。

5-2-3. ライフストーリーから見る再魔術化への〈転機〉

ライフストーリーを分析する前に、第二章で提唱された「環境問題における認識と行動の距離は人々を再魔術化することによって埋めることができるのではないだろうか」という仮説を検証することにしよう。本稿で採用した「再魔術化」の定義とは、「生命的自然を基盤とする世界に『参加している』という意識の再獲得」であった⁶⁵。そして、インタビューを通して、インフォーマントは共通して「参加する意識」を持っており、だからこそ

⁶⁵ モリス・バーマン（1981）前掲書

環境問題への積極的な参加をしていることがわかった。「参加する意識」とは「自己」と「自然」の対立を超えて、自我の延長として自然を捉え一体感を得る意識であり、再魔術化した意識である。具体的には、インフォーマントは、それらのエコロジックな感覚を「地球・他者への配慮へのより大きな理解」（井出）、「意識を発展させていく」（藤崎）、「自覚的生活者として、つながりを意識する」（國田）などの言葉で表現している。そして、このような「参加する意識」の気付きによって、ロハスを実践するようになり始めたのである。実際に、ほとんどのインフォーマントはロハスを広めようという政治的努力をしていたし、かなり高い公共意識を持っていた。具体的には、環境問題、環境リスク、貧困、フェアトレード、健康格差問題などの公共的話題には関心を持っていたが、憲法問題や靖国問題などの公共問題には言及することはほとんどなかった。このように、再魔術化による私的関心の公的なものへの移行もある特定の公共性を前提としているようであった。

では、インフォーマントが再魔術化した<転機>は何だったのだろうか。<転機>とは、ライフストーリーにおける、ある体験をもとにした主観的リアリティの変化のことであり、新しい意味体系の獲得過程のことである⁶⁶。

第一に、多くのインフォーマントが自己の身体の問題を<転機>としていることが挙げられる。例えば、平岡さん、鳥居さん、藤崎さんは健康に何らかの問題を抱えることによって、現在のライフスタイルへの転換へと至っている。

では、何故健康の問題が環境に配慮した製品を重視するライフスタイルと関係を持つのだろうか。それは、食品添加物や農薬、遺伝子組み換え食品などの日常生活に偏在する個人にとっての「環境リスク」⁶⁷として環境問題を個人の問題と捉えることによる。環境リスクとは、自然に存在しない化学物質を合成し、農薬や食品添加物、そのほかの工業製品を利用することで、自己の健康が飲食物や大気に含まれる有害物質のために損なわれる問題である。平岡さんや藤崎さんはまさにこのケースに該当する。これはこれまでの産業公害や都市環境汚染問題が対処してきた「多量、集中、短期、直接」的な影響に加えて「少量多種、広域、長期、複合」的な影響を課題とする新しいタイプの環境及び生態系汚染や人の健康影響の問題が浮上してきたということであろう⁶⁸。この結果として、「異常の消去運動」⁶⁹という健康観のもと、インフォーマントは「体に悪いモノ」である環境リスクを避け、「体に良いモノ」を求めるようになるという構図である。例えば、ダイオキシンやアスベスト、残留農薬やBSEなどといった化学物質を危険であるとして、それを避けることが人々自身の健康にとっての利益になるために安全・安心なものを買う。また、自然志向のもの

⁶⁶ 桜井厚（2002）前掲書、236頁。

⁶⁷ 環境リスクは、人の活動によって環境に加えられる影響への負荷が環境中の経路を通じ、ある条件のもとで、健康や生態系に影響を及ぼす可能性（おそれ）を示す概念である。日本では、もともと、「リスク」は保険、金融、貿易業界を中心に使用されてきたが、最近では健康に対しての「リスク」として普及した。環境庁リスク対策研究会（1997）『化学物質と環境リスク—これからの環境保健を考える—』化学工業日報社、11頁。

⁶⁸ 環境庁リスク対策研究会（1997）前掲書、81頁。

⁶⁹ 上杉正幸（2002）『健康病—健康社会はわれわれを不幸にする』洋泉社、65頁。

は人間の手が加わっていないから安心、安全とされる⁷⁰。したがって、自分の健康に対する脅威を「環境リスク」と捉え、自然なものは自分の健康にとってよいとされる。平岡さんも、有機食品や無添加製品を買う場合に、「環境意識というよりは健康意識からそうしている」と答えている。

こうして、環境リスクという認識によって、「環境」という外部が人々の自己利益に内部化され、社会的ジレンマが解決される素地がある。つまり、「健康によい」と「環境によい」という認識が同一化されるのだ。こうして、自己の健康を求めるという私的行動の結果としての公的問題である環境問題解決への貢献という図式が「環境リスク」という認識によってなされるようになる。ここで、環境リスクを媒介として、合理主義の帰結としての再魔術化が生まれていることが考察できるだろう。つまり、自分の身体を健康に管理しようとする合理的・規律的態度をとろうとすると、環境問題への関心が不可欠となってくるのだ。まさに、ウェーバーのプロテスタンティズムの精神や、フーコーの規律的人間像のアンチとしてではなく、その延長にこそロハスは位置しているのである。

また、リスクに対するこれらのライフスタイルの変化は、リスクの個人化を象徴している。例えば、鳥居さんは会社の事故による健康被害に対する保険が会社からおりなかったことにより、自己の健康に関する責任は自分でとるようになったと考えられる。井出氏も米国の LOHAS の要因としての、公的健康保険の不在を指摘している。保険とは、人々の安全への欲求を充たすだけでなくリスクの社会化という一種の社会協定を通じて、自由な個人の契約関係から成る新しい連帯社会の形成に寄与する「道徳技術」であった⁷¹。しかし、不確実なリスクの増大は、保険による被害の補償の失効をもたらし、リスク管理の個人化を推し進める。その結果、リスクを日常生活の中で、主体的に管理するライフスタイルが生じてくるのだ。こうして、「リスクの選択といかに生きるかの選択は一体のものとして行なわれる」⁷²のである。

第二に、ロハスを実践するようになる<転機>として、異文化との接触が挙げられる。例えば、井出さんや鳥居さんにとっては、米国における文化創造者との接触が大きなく転機>となっている。レイの分類に沿うと、井出さんは自己実現と環境問題の双方に関わる「核的文化創造者」との文化交流によって、彼らの価値を内面化している。一方、鳥居さんは環境問題などに関心は寄せるが、精神的な問題にはあまり興味がない「緑の文化創造者」の中で育ち、彼らの価値を内面化している。

また、米国でなくても、異世界と接触し、そこでの生活になじむことによって、自文化が何を抑圧することにより我々の合理化された日常性が成り立っているかに気づく場合がある。例えば、國田さんは「自分の周りにいた人はロハス的な人でなかった」と述べているが、同時に「日本の空港に着いた時に空気が苦しいと感じた」と述べている。そ

⁷⁰ 野村一夫 (2003) 「メディア仕掛けの『健康』」『健康ブームを読み解く』青弓社、37 頁。

⁷¹ 山口節郎 (2002) 『現代社会のゆらぎとリスク』新曜社、158 頁。

⁷² 山口節郎 (2002) 前掲書、197 頁。

これは、「空気のきれいな」場所で育ったために、身体知によって環境汚染を知ることができたからであると考えられる。

総合すると、異文化の他者の文化を内面化した例を除き、自主的・個人的に現在のライフスタイルへと転換しているインフォーマントにとっては、〈身体〉が既存のライフスタイルへの批判の立脚点となっているといえる。つまり、既存の構造にただ縛られていた「臣民 (subject)」から、自己のライフスタイルを決定する「エイジェンシー」へと変容するためには、〈身体〉という準拠点の存在があるといえる。再魔術化するためには、「身体が、自然的フレームと社会・文化的フレームとの転換スイッチをなす」⁷³のである。生命とは、言説の秩序としての政治性を侵食し、それによって秩序そのものを構成する外部にほかならないのである⁷⁴。こうして、現代社会では当たり前とされているものによる抑圧からの反抗は身体領域から創発される。まさに、「身体的欲求は、人間がその一部でしかありえない自然への本源的な帰属を確認しようとする美的要請の泉でもある」⁷⁵のだ。そして、システムへの反抗は、初発には身体レベルに発するのために、感覚的なものなのである。山之内はこの点を以下のように論じている。

外的世界と内的世界のあいだに横たわるさまざまな境界のスイッチを切り替えることによって始めて人々はコミュニケーションを円滑におこなうことができるのであるが、その場合に、『身体はあらゆるコミュニケーションの本源的な媒体』として機能する。諸個人は、常に、一方においては外部とのコミュニケーションと社会的時間ルールへの適応に向う運動の担い手であると同時に、他方においては秘密の言葉で語りかける内部の声に向かう運動の担い手でなければならない⁷⁶。

本節で考察してきたのは、「再魔術化」、つまり自己が自然を基盤とする世界に参加しているという意識がどのようなプロセスで個人の意識として形成されてきたのかというプロセスである。そこでは、身体への〈反自然〉(＝環境リスクなど)の侵食が身体知による「気づき」として〈転機〉になり、人々の意識及びライフスタイルを変容させてきたといえる。

⁷³ 油井清光 (2006) 「パーソンズ・ベイトソン・再魔術化—脱パラドクスと身体—」『社会学研究 No.79』東北社会学研究会、31 頁。

⁷⁴ 真木悠介 (1977) 『気流の鳴る音』筑摩書房、26 頁。

⁷⁵ 檜垣立哉 (2006) 『生と権力の哲学』ちくま新書、233 頁。

⁷⁶ 山之内靖 (2003) 「『脱魔術化』した世界の『再魔術化』とどう向き合うか」井上芳保編『「心のケア」を再考する』現代書館、243 頁。

⁷⁷ 山之内靖 (1996) 『システム社会の現代的位相』岩波書店、328 頁。

第六章 再魔術化のポリティクス

6-1. 再魔術化のポリティクス—戦略論として

市民社会の存立の原理としての利害の普遍的相克性は、欲求の禁圧と制約によってではなく、欲求の開放と豊富化によってはじめて原理的にのりこえられうる。……解放されたゆたかな欲求を、これらの人びとの目にさえ魅惑的なものとして具体的に提示すること。生き方の魅力性によって敵対者たちを解放し、エゴイズムの体系としての市民社会の自明の前提をつぎつぎとつきくずすこと⁷⁷。

次に検討しなければならないのは、健康問題や異文化接触などの身体知による再魔術化は「参加する意識」を持たない他者に対して実際に有効であるのか、という問題だ。例えば、LOHAS アカデミーでは米国のボルドーでの研修を経ることによって、卒業資格であるLOHAS コンシェルジュを得る制度になっている。しかし、健康問題はおろか異文化接触による環境道徳の内面化は一般的な戦略論としては限定的な意味しか持たないと考えざるを得ない。身体レベルに発する反抗が一定の社会的レベルに達したときには、新たな主体によるポリティクスの在り方が要請され、模索されなければならないだろう⁷⁸。それでは、「参加する意識」を持たない人間に関して我々は如何に働きかけていけばよいのだろうか。

インフォーマントが共有していた問題意識は、「如何に他者のライフスタイルを変容させるか」であった。ここで問題となるのは、自分のライフスタイルが如何に「再魔術化したのか」ではなく、「如何に他者を再魔術化させるか」といったポリティクスの問題である。

見田は、主観／客観のズレを克服し、他者における「外部問題」を内部化する手段として、情報の三つの様相を挙げている⁷⁹。情報の三つの様相とは、①認識情報（認知情報。知識としての情報）、②設計情報（指令情報。プログラムとしての情報）、③美としての情報（充足情報。喜びとしての情報）である。

まず第一に、認識情報として、環境リスクを伝達することが必要であろう。地球環境問題を認識情報としてインプットしても、社会的ジレンマから環境配慮的行動へとつながらないのに対し、環境リスクという認識によって、環境問題を個人にとって自己の健康の問題として内部化することができるだろう。実際に、インフォーマントも「ロハスの大きな方向性」として「安全・安心な社会」を挙げている。

第二に、設計情報として、「ロハス」というライフスタイルを伝達することが重要であろう。設計情報とは、現代社会に対する対抗的な形態を、個々の製品から全社会的、全世界

⁷⁷ 真木悠介（1977）前掲書、26頁。

⁷⁸ 山之内靖（2004）『再魔術化する世界』御茶の水書房、43～44頁。

⁷⁹ 見田宗介（1996）『現代社会の理論』岩波新書、151～152頁。

的なシステムの構想に至るさまざまな水準で、設計するための情報である⁸⁰。インフォーマントはロハスの用語の意義として、「ライフスタイル自体をまわりに広めることができるようになった」（二木）と述べている。

ここで、「ロハス」を一義的に定義するのではなく、空虚なシニフィアンとして扱うことの意義がある。「空虚なシニフィアン」とは、差異のシステムとしての意味作用全体の限界を指し示すようなシニフィアンなのであり、それ自体は何の意味も持ちえないシニフィアンである⁸¹。世俗化した現在において、空虚なシニフィアンを最終的に埋めるものが決して現れず、ヘゲモニー競争が無限に続くが、シニフィアンに代表されることによって、初めて断片化されたアイデンティティがつながり、政治的な力を持ちうる側面もあるのだ⁸²。インフォーマントも、「LOHASは十人十色の解釈」（平岡）、「人によって全体的に変わる」（藤崎）と述べている。

ライフスタイルは個々人の選択といっても、それは社会システムのなかに埋め込まれているのであり、そのため純粹の個人の選択肢が存在するのではない。ライフスタイルの転換のためには、いま構造化された選択肢を構成している社会システムそのものの変革に変わる対抗的ライフスタイルを総合的な構想として提示する必要があるだろう⁸³。

また、この意味で、再魔術化のポリティクスは、境界線の政治ではなく、包括の政治を目指すものである。インフォーマントに共通して見られた意見として、「エコロジーはこうしなきゃいけないというイメージ（鳥居）」、「エコロジーのあれがいい／これがいけないという発想は意味がない」（藤崎）、「エコばかり考えると生活が大変」（平岡）などの従来型のエコロジーへの反発があった。それに対して、ロハスとは、「より緩やかでオープンな形での提案型」のポリティクスを目指すものとしてイメージされる。インフォーマントの意見として、「できることからやって、目標を高く設定するよりも徐々に広めていく」（平岡）、「ロハスを伝える時に、『それって疲れない？』と、思われたらダメで、手軽さが重要」（平岡）、「LOHASは、現実的に何をやれるのかを考える」（藤崎）などの話が聞かれた。つまり、ライフスタイルという統合認識として、「健康と持続可能性を志向するライフスタイル」に向けた日常的ポリティクスを展開するために、「ロハス」の意義を見出すことができるだろう。

第三に、美としての情報として「ロハス」を提示するという戦略が考えられよう。美としての情報とは、自己目的的に幸福の形態としてあるものである⁸⁴。「環境危機の唯一の解決策は、環境破壊的でない生活の仕方をとおして、自分たちは今よりも幸せになるのだ」という洞察を、人びとがわけもつこと⁸⁵なのである。それは、環境配慮消費が、「消費者行

⁸⁰ 見田宗介（1996）前掲書、151頁。

⁸¹ 杉田敦（2005）前掲書、103～104頁。

⁸² 杉田敦（2005）前掲書、105～106頁。

⁸³ 鳥越皓之（1998）前掲書、98頁。

⁸⁴ 見田宗介（1996）前掲書、151頁。

⁸⁵ 見田宗介（1996）前掲書、163頁。

動を通じて、当人にとって望ましい感情を経験する「快楽消費」⁸⁶とならなければならないということである。「消費社会を……何度も危機から救い出すのは、美学であって倫理ではない。」⁸⁷のだ。

ここで、消費手段の再魔術化を再評価する必要性が出てくるだろう。第四章で見てきたように、消費手段の再魔術化は、卓越性の感じられるような豪華なスペクタクルによって購買意欲をかきたて、それによって実現される消費者がパフォーマーの魅力に身を委ねさせることに成功させることができた。『ソトコト』誌による環境ファッションとしてのライフスタイルの提案とは、「記号」の卓越性を得られるような美的で魅力的なものであったといえよう。この点で、インフォーマントは『ソトコト』を中心とした「ロハス」の普及に対して、否定的態度をとるのではなく、承認し積極的に活用しようとしている面もある。実際にインフォーマントの中には、「ソトコトががんばってくれないと盛り上がらない」（山口）、「ロハスは、違いが強さになるライフスタイルだ」（山口）、「（ロハス・アカデミーが）六本木だから来たという主婦もいる」（國田）、「ヤッピー⁸⁸は虚しいから、ヤッピーの次はロハスが（流行として）くる」（井出）、「初めての人は楽しく、が重要」（國田）などの声も聞かれた。消費手段の再魔術化とは、「合理化し無意味化し無価値化した世界の中で再び意味と価値を求めてさまよう大衆に対して、消費を通じて繰り返し繰り返し意味と価値を与え続けていくことであり、さらにより強い意味と価値を与えるために『魔術の世界』を創造し、そこに住まわせ、そこに閉じ込めて消費をさせ続けること」⁸⁹であり、記号による意味的創造の過程なのである。

このように、ロハスを「かっこいい」ファッションであり、それ自体が自己目的化した「幸福」であるものとして提示していくことは、他者にライフスタイルを拡大するために重要な要素となるであろう。ただここで、「記号の差異」の追求から生じる快楽の創造だけでは、長期的にロハスをライフスタイルとして定着させることはできないだろう。なぜなら、消費者は「消費手段の再魔術化」が演出するスペクタクル化された記号にすぐに慣れて飽きを感じてしまうものだからである。ある流行が「定着的流行」となるためには、消費者が理性的判断により、「商品の意味性、記号性の中に含まれた品質内容に対して満足する」ことが必要なのだ⁹⁰。インフォーマントも、「（最初は楽しいことが重要だが）これがずっとだと困る。知っている人に対しては深く教えていきたい」（國田）と述べている。手段としての再魔術化を用いながら人々を惹きつけるだけでなく、そこに如何に新たな合理性を付与していきけるのか、に再魔術化のポリティクスの是非が問われているだろう。

⁸⁶ 堀内圭子（2004）『〈快楽消費〉する社会』中公新書、40頁。

⁸⁷ ジークムント・バウマン（1998）「労働倫理から消費の美学へ」山之内靖・酒井直樹編『総力戦体制からグローバリゼーションへ』平凡社、217頁。

⁸⁸ 「ヤッピー」とは、高級ファッションを消費する層である。現在の日本では、六本木ヒルズ族などがそれに当たるだろう。

⁸⁹ 三浦展編著（2006）『下流同盟』朝日選書、23頁。

⁹⁰ 藤竹暁〔2000〕『消費としてのライフスタイル』至分堂、33頁。

私は日本のバブル経済崩壊後の10年は「失われた10年」ではなく、新しい生活価値探求の10年だったと考える。「ボランティア」や「グリーン購入」「スロー」などのキーワードから新しい価値観が生まれ、それを結ぶ形でロハスという大陸が形成された。「私が求めていたのはロハスだったと、やっと分かった」という人とよく出会う。従来の環境保護活動は「〇〇をしてはいけない」という制約的な側面があったが、ロハスは美や健康、家族の幸せなど利己的なところから始まる。しかし、ある人も言っていたが、社会を持続可能な方向に転換するには、1人のエコロジストを作るより100人のロハス層を作るほうが効果が大きいかもしい。⁹¹

6-2. ポリティクスの陥穽と限界

ここで、再魔術化のポリティクスが如何なる陥穽と限界を持っているかについて論じたい。

第一に、「政治に参入できる人々の限定性」という限界がある。政治において、「勝負が可能なのは、文化資本、情報資本など、ゲーム参入のチケットが最初から与えられている者に限定される」⁹²のである。ベック (Ulrich Beck) は『反科学製品』は『食事に対して敏感な』高学歴で高所得の層の生活を、食事形態から居住形態に至るまで、また病気や余暇の過ごし方まで根本的にことごとく変えてしまうだろう⁹³と述べているが、特に初期にロハスを実行できるのでは高学歴・高所得層になるだろう。実際に、インフォーマントは「米国において、(ロハスを) 中・下流の人がやることは難しい」(津田) と述べている。前述したように、現在、『ソトコト』誌によるロハスも主に都市上流階級をターゲットとしている。よって、我々は「健康と持続可能性」を志向するというスタイルはすべての階層に開かれたものにしていくことがこれから必要とされていくだろう。

第二に、ロハスの提案に関して、商業主義が自己目的化してしまうという陥穽がある。インフォーマントの中でも、「商標問題などごたごたあって、脱ロハス宣言をしようとした」(國田) などと答えた人や、「(ロハスが商業主義と見られることによって) 別のところでロハスをやっている人が危ないと感じて、Wikipedia に批判を書き込んだ」(二木) 人もいた。ここにおいて、インフォーマントは一般的なロハス言説を受け入れるだけでなく、批判的に解釈し、自己の意見を新たに展開している。リツァーの指摘するような「新たな記号の創造による消費者の搾取」にならないためにも、言説の裏にある意図に常に気を配っていかなければならないだろう。

第三に、健康や環境に強迫的「嗜癖」を持つことの陥穽である。「嗜癖」とは、「単なる

⁹¹ 朝日新聞/2005/11/14/東京朝刊/26面

⁹² 杉田 (2005) 前掲書、110頁。

⁹³ ウルリッヒ・ベック (1986) 前掲書、50頁。

日常の行動様式の繰り返しとは異なり、自分自身で制御しがたい強迫行動が、様式化されて実行されるような種類の行為⁹⁴である。インフォーマントも、「健康のための健康ではなく、なりたい自分になるための健康である」と述べている。今よりさらに「健康」になりたいという人々の思いが、適切なレベルを越え半ば強迫観念する「フード・ファディズム」に陥るのではなく、そこから一定の距離を保つことが重要であろう。

そのためにも、「健康によい／悪い」、「環境によい／悪い」「安全／危険」といった二項対立によって生み出される区別は本質主義的なものではなく、社会構築主義的なものにすぎないという視点を持つことが必要である。これは、「健康・環境によいもの」の客観的存在を否定するものではなく、それが文化的バイアスによって構成され、選択されていることを指摘するものである。つまり、社会構築に関わる権威や権力の存在に目を向けることが重要なのである。そうすることによって、商業主義的に創造された「ガジェット」や健康ブームに踊らされる消費者から逃れ、健康・環境によい商品を自主的に選ぶ消費者へと転換することができるだろう。

終章 結論

再魔術化は、身体知を批判的準拠点によって創発し、再魔術化の技法（消費手段の再魔術化）によって拡大・発展する、というのが本稿の結論である。再魔術化のポリティクスとは、再魔術化させるポリティクスであり、再魔術化によるポリティクスでもあるのだ。

(1) 環境問題における認識と実践の距離を埋めるためには、再魔術化が有効である。これによって、環境意識の高さのみから消費を行う「グリーンコンシューマー」という概念では捉えられなかった新たな合理的人間像を捉えることができる。再魔術化によって、「環境」を「自我」に内部化することによって「参加する意識」を得ることができる。そして、認知情報としては自己の利益のためにしていることが、状態としては社会的ジレンマを克服し、環境配慮行動になるのである。

(2) 再魔術化が身体知によって創発される。第五章で見てきたように、インフォーマントは「健康に問題を抱える」「異文化と接触する」といった身体知によって、「参加する意識」に目覚め、「健康と持続可能性を志向するライフスタイル」を始めていた。

(3) そして、ライフスタイルを拡大するために、手段の再魔術化によってライフスタイルをそれ自体が幸福であるような魅力的なものにする試み（美としての情報の付与）が有効的な手段となる。

(4) 「記号」の氾濫による流行によって廃れないために、ライフスタイル自体に新たな合理性がそこに付与する必要がある。それは、「自然」と「自我」を統合的に捉える再魔術化

⁹⁴ 鈴木健介（2005）『カーニヴァル化する社会』講談社現代新書、116頁。

によって得られる合理性としての環境リスクの認識情報（我々は如何に危険な社会で生きているのか）の伝達によってなされる。

最後に、なぜ本稿が生産の問題ではなく、消費の問題に注目しているのかを述べたい。人は生活において、労働者としての側面と、消費者としての側面を持っている。例えば、企業が社会的に害毒になることをやっても、労働者がそれを制止することはできない。なぜなら、生産過程においては、労働者は資本に従属的であるほかはないからだ⁹⁵。一方、消費者としての側面であるライフスタイルにおいては、資本は消費者に従属的でなければならない。市場の需要に応えることによって、資本はその拡大的再生産の使命を遂げることができるからだ。したがって、消費によってこそ人は自由に政治を行なうことができ、社会を変革することができるのである。

再魔術化した消費者は、社会的ジレンマを克服することによって環境問題を一步解決に近づけることができるだろう。これを本稿は新たな進歩として捉えている。環境社会学では、近年「エコロジー的近代化」の議論が旺盛である。エコロジー的近代化とは「経済発展がある段階を超えると、一人あたりの収入がかなりの高水準に達し、企業や市民の環境が高まり、それにつれて、技術革新や環境意識の向上による省エネ・省資源化が進み、環境コストや環境リスクを下げようとする生産と消費のあり方が模索されるようになる」⁹⁶近代化の在り方である。こうした新たな進歩のあり方を日常的に実践できるライフスタイルというかたちで模索する、それこそが本稿の目的であったといえよう。

「われわれは右でも左でもない。前にいるのだ。」（ドイツ緑の党）

最後に

ロハスはこれから如何なる展開を辿っていくのだろうか。米国に比べ、日本のロハスはスピリチュアリティの要素が少なく、エコロジー的言説への反発の中で、健康的合理性と結びついて発展してきた。現在、医療政策として、メタボリックシンドロームなどに見られるように、健康の自己管理化と予防医療化が進んでいる。この中で、健康という言説を強調することによって、ロハスは一定の影響力を保ち続ける可能性はあるだろう。また、マーケティング用語としての普及から、NPO や地域コミュニティなどへ転回しているという側面も日本では見られる。しかし、もしロハスという用語自体がこれからまったく消滅したとしても、環境リスクの増大、リスクの自己管理化が進む中で、「ロハス的な」ライフスタイルの重要性は変わらないのではないだろうか。

⁹⁵ 柄谷行人（2006）『世界共和国へ』岩波新書、155頁。

⁹⁶ 満田久義（2005）『環境社会学への招待』朝日新聞社、181頁。

謝辞

本稿の執筆にあたって、多くの方からご指導・ご助力を頂いたことを真に感謝している。卒論に丁寧かつ熱心に指導していただいた、梅垣理郎先生、小熊英二先生、土屋大洋先生、渡辺靖先生にはこの場で深い感謝の思いを示したい。また、調査にあたっては、多くのインフォーマントを紹介して頂いた山口弘一さん、快くインタビューを受けてくださったインフォーマントの方々の暖かい態度は、研究を進めるうえで大きな励みとなった。研究に関して、鋭くも暖かいコメントをくれた研究会の先輩・同輩・後輩の方々にも深く感謝している。最後に、ロハスの研究を始めるきっかけとなったロハスな両親の様々な援助に感謝の意を表したい。

2007年6月9日 内坂翼

参考文献・資料

- ・ Patricia Aburdene (2005) *Megatrends 2010*, Virginia: Hampton Roads Publishing Company (=2006、経沢香保子監訳『メガトレンド 2010—新しい資本主義をつくる 7つのトレンド』ゴマブックス株式会社)
- ・ Zygmunt Bauman (1998) *Work, Consumerism and the New Poor*, Open University (=2003、渋谷望訳「労働倫理から消費の美学へ」山之内靖・酒井直樹編『総力戦体制からグローバリゼーションへ』平凡社、203～234頁。)
- ・ Zygmunt Bauman (2000) *Liquid Modernity*, Polity Press (=2001、森田典正訳『リキッド・モダニティ』大月書店)
- ・ Jean Baudrillard (1970) *La Societe De Consommation: Ses Mythes, Ses Structures*, Editions Denoel. (=1995、今村仁司・塚原史訳『消費社会の神話と構造』紀伊国屋書店)
- ・ Ulrich Beck (1986) *Risikogesellschaft: Auf dem Weg in eine andere Moderne*, Suhrkamp (=1998、東廉・伊藤美登里訳『危険社会—新しい近代への道』法政大学出版局)
- ・ Ulrich Beck, Anthony Giddens and Scott Lash (1994) *Reflexive Modernization-Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*, Polity Press (=1997、松尾精文・小幡正敏・叶堂隆三訳『再帰的近代化—近現代における政治、伝統、美的原理』而立書房)
- ・ Morris Berman (1981) *The Reenchantment of the World*, Cornell University Press, N.Y. (=1989、柴田元幸訳『デカルトからベイトソンへ—世界の再魔術化』国文社)
- ・ Saul D. Feldman & Gerald W. Thielbar (1975) *Lifestyles: Diversity in American Society*, Littler Brouwn & Co. Boston.
- ・ John D.Graham & Jonathan Baert Wiener (1995) *Risk Vs. Risk*: Harvard University Press (=1998、菅原努監訳『リスク対リスク—環境と健康のリスクを減らすために—』昭和堂)
- ・ Bernard A. Lietaer (2000) *Mysterium Geld*, (=2001、堤大介訳『マネー—なぜ人はおカネに

魅入られるのか』ダイヤモンド社)

- ・ Karl Heinrich Marx (1845) *Okonomisch-philosophische Manuskripte* (=1964、城塚登・田中吉六訳『経済学・哲学草稿』岩波文庫)
- ・ Eckhard Meinberg (1995) *Homo Oecologicus: Das neue Menschenbild im Zeichen der ökologischen Krise* (=2001、壽福眞美・後藤浩子訳『エコロジー人間学 ホモ・エコロギクスー共生の人間像を描く』新評論)
- ・ Lester Milbraith (1984) *Environmentalists: Vanguard for a New Society*, Albany: State University of New York Press.
- ・ Arne Naess (1989) *Ecology, Community and Lifestyle : Outline of an Ecosophy* (=1989、齊藤直輔・関龍美訳『ディープ・エコロジーとは何かーエコロジー・共同体・ライフスタイルー』文化書房博文社)
- ・ Peter David Pederson (2006) 『LOHAS に暮らす』ビジネス社
- ・ Paul H. Ray and Sherry Ruth Anderson (1998) *The Emerging Culture*, New York: “American Demographics” Vol, No.2.
- ・ Paul H. Ray and Sherry Ruth Anderson (2000) *The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing the World*, New York: Three Rivers Press.
- ・ George Ritzer (1993) *The Mcdonaldization Of Society*, United States: Pine Forge Press (=1999、正岡寛司監訳『マクドナルド化する社会』早稲田大学出版部)
- ・ George Ritzer (1999) *Enchanting a disenchanted world : revolutionizing the means of consumption*, London : Pine Forge Press.
- ・ George Ritzer (2003) *Mcdonaldization and Japanese Society*: Japan MINERVA Shobo Ltd. (2003、=丸山哲央訳『マクドナルド化と日本』早稲田大学出版部)
- ・ James Gsutave Speth (2004) *Red Sky at Morning: America and the Crisi of the Global Enviroment, A Citizen's Agenda for Action*, Yale University Press. (=2004、浜中浩徳訳『地球環境危機を前に市民は何をすべきか』中央法規)
- ・ Thorstein B.Veblen (1899) *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study in the Evolution of Institution*, (=1997、高哲男訳『有閑階級の理論ー制度の進化に関する経済学的研究』ちくま学芸文庫)
- ・ Max Weber (1920) *Die Protestantische Ethik Und Der Geis Des Kapit Alismus*, (=1989、大塚久雄訳『プロテスタンティズムの倫理と資本主義の精神』岩波文庫)
- ・ Max Weber ed (1968) *Economy and Society*, Vedwinster Press, N.Y.
- ・ NPO ローハスクラブ (2006) 『日本をロハスに変える 30 の方法』講談社
- ・ 月刊ソトコト編集部・電通 LOHAS プロジェクト (2005) 『Lohas/book』木楽社
- ・ 相原正道 (2006) 『ロハス・マーケティングのススメ』ソトコト新書
- ・ 飽戸弘 (1987) 『新しい消費者のパラダイム』中央経済社
- ・ 荒川敏彦 (2002) 「脱魔術化と再魔術化ー創造と排除のポリティクス」『社会思想史研究

No.26』藤原書店、49～61 頁。

- ・飯島伸子編（1993）『環境社会学』有斐閣ブックス
- ・飯島伸子・船橋晴俊編（1998）『講座社会学 12 環境』東京大学出版会
- ・飯島伸子（2000）『環境問題の社会史』有斐閣アルマ
- ・飯島伸子・鳥越皓之・長谷川公一・船橋晴俊編（2001）『環境社会学の視点—講座環境社会学第一巻』有斐閣
- ・飯島伸子（2003）『環境社会学のすすめ』丸善株式会社
- ・井関利明（1979）「ライフスタイル概念とライフ分析の展開」井関利明・川勝久・村田昭治編（1979）『ライフスタイル全書—理論・技法・応用』ダイヤモンド社、3～41 頁。
- ・市野川容孝（2000）『身体／生命』岩波書店
- ・井出敏和（2005）『いきいきロハスライフ！LOHAS—ココロとカラダと地球にやさしい生き方』ゴマブックス株式会社
- ・井出敏和（2006）『いきいきロハスライフ！のすごし方』ゴマブックス株式会社
- ・今田高俊編著（2003）『産業化と環境共生』ミネルヴァ書房
- ・岩根邦雄（1993）『新しい社会運動の四半世紀』協同図書サービス
- ・上杉正幸（2002）『健康病—健康社会はわれわれを不幸にする』洋泉社
- ・上野千鶴子（1990）『家父長制と資本制』岩波書店
- ・上野千鶴子編（2001）『構築主義とは何か』頤草書房
- ・内田隆三（2005）『社会学を学ぶ』ちくま新書
- ・海野道郎（2006）「誰が社会的ジレンマ状況を定義するのか？—社会的ジレンマ状況の定義と人々の行動—」『社会学研究 No.80』東北社会学研究会、7～28 頁。
- ・エコビジネスネットワーク編（2005）『新・地球環境ビジネス 2005-2006』産学社
- ・大畑祐嗣・成元哲・道場親信・樋口直人編（2004）『社会運動の社会学』有斐閣選書
- ・大野道邦・油井清光・竹中克久編（2005）『身体社会学』世界思想社
- ・尾崎和彦（2006）『ディープ・エコロジーの原郷』東海大学出版会
- ・落合洋文（1996）『環境とは何か』ナカニシヤ
- ・加藤尚武（1991）『環境倫理学のすすめ』丸善
- ・環境庁リスク対策研究会監修（1997）『化学物質と環境リスク—これからの環境保健を考える—』化学工業日報社
- ・神里達博（2002）「社会はリスクをどう捉えるか」『科学 vol.72』2002 年 10 月号、1015～1021 頁。
- ・柄谷行人（2006）『世界共和国へ—資本＝ネーション＝国家を超えて』岩波新書
- ・管俊夫（2000）『環境心理の諸相』八千代出版
- ・菊池理夫（2007）『日本を甦らせる政治思想』講談社現代新書
- ・木村麻紀（2006）『ロハス・ワールドレポート』ソトコト新書
- ・栗田房穂（2002）『「成熟消費社会」の構想』流通経済大学出版会

- ・榎本妙子（2006）『健康社会学への誘い』世界思想社
- ・環境省編『環境白書 平成12年～18年版』ぎょうせい
- ・吉川肇子（1999）『リスク・コミュニケーション』福村出版株式会社
- ・月刊ソトコト編集部・電通 LOHAS プロジェクト（2005）『Lohas/book』木楽舎
- ・桜井厚（2002）『インタビューの社会学—ライフストーリーの聞き方』せりか書房
- ・桜井厚・好井裕明編（2003）『差別と環境問題の社会学』新曜社
- ・桜井厚・小林多寿子編著（2005）『ライフストーリー・インタビュー』せりか書房
- ・佐倉統（1992）『現代思想としての環境問題—脳と遺伝子の共生』中公新書
- ・佐藤郁哉（1992）『フィールドワーク—書を持って街へ出よう』新曜社
- ・佐藤郁哉（2002）『フィールドワークの技法—問いを育てる、仮説をきたえる』新曜社
- ・佐藤仁（2002）『稀少資源のポリティクス—タイ農村にみる開発と環境のはざま』東京大学出版会
- ・佐和隆光（1993）『成熟化社会の経済倫理』岩波書店
- ・渋谷望（2003）『魂の労働—ネオリベラリズムの権力論』青土社
- ・鈴木健介（2005）『カーニヴァル化する社会』講談社現代新書
- ・関礼子（2001）「環境権の思想と運動—＜抵抗する環境権＞から＜参加する自治の環境権＞へ」『環境運動と政策のダイナミズム』有斐閣、211～236頁。
- ・杉浦淳吉（2003）『環境配慮の社会心理学』ナカニシヤ出版
- ・杉田敦（2005）『境界線の政治学』岩波書店
- ・杉田肇・田村貞雄（1995）『ヘルスエコノミクス』成文堂
- ・田中久美子（2005）『ロハスな人の株式投資入門—人生を豊かにするお金の殖やし方』太陽企画出版
- ・竹田青嗣（1992）『現代思想の冒険』ちくま学芸文庫
- ・土場学（2006）「環境配慮行動の規範的構造—『社会的ジレンマの解決』という観点から—」『社会学研究 No.80』東北社会学研究会、29～52頁。
- ・所伸之（2005）『進化する環境経営』税務経理協会
- ・鳥越皓之（1998）「生活環境とライフスタイル」飯島伸子・船橋晴俊編（1998）『講座社会学 12 環境』東京大学出版会、75～102頁。
- ・鳥越皓之（2004）『環境社会学』東大出版会
- ・長崎大学環境科学部編（2004）『環境と人間』九州大学出版会
- ・中谷内一也（2003）『環境リスク心理学』ナカニシヤ出版
- ・中西準子（1995）『環境リスク論』岩波書店
- ・中西準子（2002）『環境リスク学』日本評論社
- ・仲正昌樹（2002）『ポスト・モダンの左旋回』情況出版
- ・仲正昌樹（2006）『日本の現代思想—ポストモダンとは何だったのか』日本放送出版協会
- ・農林水産省編（2006）『食料・農業・農村白書』農林水産省

- ・野村一夫・北澤一利・田中聡・高岡裕之・柄本三代子（2003）『健康ブームを読み解く』青弓社
- ・深井慈子（2005）『持続可能な世界論』ナカニシヤ出版
- ・福岡伸一（2006）『ロハスの思考』ソトコト新書
- ・長谷川公一（1993）「環境問題と社会運動」『環境社会学』有斐閣ブックス、101～122 頁。
- ・長谷川公一（2001）『環境運動と政策のダイナミズム—講座環境社会学第四巻』有斐閣
- ・檜垣立哉（2006）『生と権力の哲学』ちくま新書
- ・広井良典（2006）『持続可能な福祉社会—「もうひとつの日本」の構想』ちくま新書
- ・広瀬幸雄（1995）『環境と消費の社会心理学』名古屋大学出版会
- ・藤竹暁 [2000] 『消費としてのライフスタイル』至分堂
- ・船橋晴俊・古川彰編著（1999）『環境社会学入門—環境問題研究の理論と技法』文化書房博文社
- ・堀内圭子（2004）『〈快樂消費〉する社会—消費者が求めているものはなにか』中公新書
- ・真木悠介（1977）『気流の鳴る音—交響するコミュニケーション』筑摩書房
- ・的場昭弘（2004）『マルクスを再読する』五月書房
- ・松原純子（1992）『いのちのネットワーク—環境と健康のリスク科学』丸善ライブラリ
- ・松葉口玲子（2000）『持続可能な社会のための消費者教育—環境・消費・ジェンダー』近代文芸社
- ・三浦展（2005）『下流社会—新たな階層集団の出現』光文社新書
- ・三浦展編著（2006）『下流同盟』朝日選書
- ・見田宗介（1996）『現代社会の理論—情報化・消費化社会の現在と未来—』岩波新書
- ・南博文編著（2006）『環境心理学の新しいかたち』誠信書房
- ・箕浦康子編著（1999）『フィールドワークの技法と実際—マイクロ・エスノグラフィー入門』ミネルヴァ書房
- ・箕輪弥生（2006）『LOHAS で行こう！』ヴィレッジブックス
- ・村瀬洋一（2006）「環境配慮型製品を選択するのはどのような人か—情報保有とネットワーク」『社会学研究 No.80』東北社会学研究会、123～144 頁。
- ・盛山和夫・海野道郎編（1991）『秩序問題と社会的ジレンマ』双文社
- ・森岡正博（1994）『生命観を問いなおす—エコロジーから脳死まで』ちくま新書
- ・諸富徹（2003）『思考のフロンティア 環境』岩波書店
- ・山口節郎（2002）『現代社会のゆらぎとリスク』新曜社
- ・山之内靖（1996）『システム社会の現代的位相』岩波書店
- ・山之内靖（1999）『日本の社会科学とヴェーバー体験』筑摩書房
- ・山之内靖（2002）「再魔術化する世界」『現代思想 2003.vol.31-6』青土社、134～141 頁。
- ・山之内靖（2003）『「脱魔術化」した世界の「再魔術化」とどう向き合うか—グローバリゼーション時代の「心のケア」を考える』井上芳保編『「心のケア」を再考する』現代書館、

216～244 頁。

・山之内靖（2004）『『再魔術化』する世界をめぐって—ヴェーバーからパーソンズへ、そして再びヴェーバーへ—』富永健一・徳安彰編『パーソンズ・ルネッサンスへの招待』頸草書房、125～138 頁。

・山之内靖（2004）『受苦者のまなざし—初期マルクス再興』青土社

・山之内靖・伊豫谷登士翁・成田龍一編著（2004）『再魔術化する世界—総力戦・〈帝国〉・グローバリゼーション』御茶の水書房

・油井清光（2006）「パーソンズ・ベイトソン・再魔術化—脱パラドクスと身体—」『社会学研究 No.79』東北社会学研究会、5～34 頁。

・渡辺靖（2004）『アフター・アメリカーポストニアンの軌跡と〈文化の政治学〉』慶應義塾大出版会

・『ソトコト』2003 年 6 月号—2007 年 1 月号、木楽舎

・朝日新聞

・日本経済新聞