

ライフスタイル運動における選択的誘因： スローフード運動における継続参加意欲の分析

星 敦 士

宮 田 尚 子

1. はじめに

本研究の目的は、日本におけるスローフード運動を例に、集合的アイデンティティに基づく組織的活動という従来の社会運動イメージとは異なる、いわば「ライフスタイル運動」(Haenfler et al. 2012)とも呼ばれる集合行為について、その参加要因を明らかにすることである。

ライフスタイルの選択という一見すると私的領域における個人的行動が、現代社会では公共性を帯びたり、ある種の政治的メッセージをもったりすることは、「lifestyle politics」(Bennett 1998)や「politics in supermarket」(Stolle et al. 2005)といった概念によって示されてきた。ある商品を購入する際に、選択肢が多数あるなかで意識的にフェア・トレード認証があるもの、環境負荷が少ないもの、生産者や生産工程が分かるものなどを選択することは、それ自体が少なからず変革志向性をもった、社会的、政治的な行動としてとらえることができる。このような日常生活における実践は、同じような志向をもった人々を結びつける。ある社会問題に関心をもつ者同士が語り合い、ゆるやかなネットワークを通じて理念を共有し、それが広がることで、時には本研究が対象とするスローフード運動のように社会運動として人々に認知される。Haenfler et al. (2012)はライフスタイル運動の特徴として、運動の理念や目標が日常生活のなかに織り込まれること、そしてデモや投票行動のように一時的、イベント的な行動への参加よりも日常生活における継続性が重視されることを挙げて、従来のような社会運動を組織化され、集合的アイデンティティをもち、政治的な係争課題を掲げて敵手との間に展開される相互作用過程とみる分析枠組みから捉えることは難しいと指摘する。後に述べるように、スローフード運動は工業化された食糧システムに対抗する変革志向性をもった社会運動として出発しているが、主題は常に政治では

なく「食」であり、日常生活における実践が社会を変革していく手段であると考えられる。敵手を設定して抗議行動を展開することよりも、「仲間と豊かな食を楽しむ権利」を行使することを通して地域社会の持続可能性を考えることが推奨される。

ではこのようなライフスタイル運動が集合行為として持続し、流行現象のように個人の一時的な嗜好、消費行動に雲散霧消してしまわない理由は何だろうか。運動に関わり続けようとする動機付けはどのように説明されるのだろうか。本研究では、まずライフスタイル運動としてのスローフード運動の特徴を概観した後、運動への参加によって得られる「楽しさ」と「つながり」という2つの選択的誘因から参加動機を整理し、これらと運動理念や活動内容に対する理解度の関連から複数の分析モデルを設定する。そして、スローフード協会の会員を対象としたアンケート調査によって得られたデータの分析結果に基づき、人々が「抗議しない社会運動」に参加し続ける要因とその背景を考察する。

2. ライフスタイル運動としてのスローフード運動

2.1 日本のスローフード運動

1989年にイタリアのブラを本拠地に左派系文化運動団体から発展する形で生まれたスローフード協会は、同年にパリで「スローフード宣言」を発表して以降、スローフード運動を国際的な広がりの中で展開してきた。具体的な活動内容は、①生物多様性の保護（「味の箱舟」「プレシディオ」といった地域の固有食材や小規模生産者を保護・支援する活動）、②味覚教育（味覚ワークショップなど「食育」を通じた教育活動）、③生産者と消費者を結ぶ（消費者を「共生産者」と位置づけ、生産者との交流事業、国際的な食に関するイベント「サローネ・デル・グスト」「スローフィッシュ」などの開催）という大きく分けて3つのミッションから構成されている（Slow Food 2005）。

イタリアにスローフード協会が設立された当時から、料理人やジャーナリストを中心に日本にもスローフード運動に関心をもつ人々がいたが、2000年頃からBSE問題や食品偽装表示など食をめぐる社会問題に関心を集めたこともあり、各地にコンヴィヴィウム（スローフード運動の活動団体の名称）を立ち上げる動きが見られた¹⁾。以降、各地のコンヴィヴィウムが互いに連絡を取り合い協議するなかで国内の連絡調整機関「スローフードジャパン」が設立されるなど社会運動としてまとまりをもつ動きが進み、2014年時点では38のコンヴィヴィウムに会員1,000人余りが参加している。

日本のスローフード運動の展開とその活動内容からは、社会運動としてこの運動がもつ特徴が見えてくる。運動の成り立ちは、先に述べたように現代社会の過度な効率性の追求、ファストフードを代表とする食のあり方に対するグローバルな平準化の圧力といった生活世界に関する危機感から出発しているが、ではこれらの動きに異議申し立てを行い、対立することが目的かというところではない。だからこそ今一度食料生産と消費のあり方を学ぶ、生産者とつながる、失われつつある地域の伝統文化を見つめ直す、といった身近な日常生活、個人のライフスタイルに関係することが運動実践として掲げられる²⁾。よって政治的に何かに抗議したり、対立・反対したりすることが運動の主題におかれることはない。特に日本のスローフード運動ではそのような傾向が強く、例えば国際運動としてのスローフード運動は遺伝子組み換え作物に対して明確に反対の態度を示しているが、日本における運動展開のなかではそのような政治的メッセージが発信されたことはない。2011年3月の東日本大震災後、12月に開かれたイベント「テラマードレジャパン・イン・雲仙」では「風土的多様性を生かした生物多様性豊かな農林漁業と食、自然と折り合った暮らしを再構築し、いのちのぎわう社会の実現を目指して、具体的な歩みを進めていくことを確認」というメッセージが発信されたが、脱原発・反原発を想起させる表現はみられなかった³⁾。同様にTPP（環太平洋戦略的経済連携協定）についても、スローフード運動は基本的な理念として「地域における食の多様性の保護」「小規模で持続性のある伝統的な生産活動を支援」という考え方をもって、協定の締結そのものに反対の立場を表明しているわけではない⁴⁾。

このようにスローフード運動は、政治的イシューについて係争課題と敵手を設定して問題の存在を告発す

る、抗議活動やデモンストレーションによってアピールすることよりも、スローフードの思想や理念に賛同する人々の間でつながりをもちそれを広げること、食とライフスタイルに関する価値観を共有し、生産と消費の関係や地域の食文化を学ぶ、捉え直す、発見することを運動レパートリーとして採用している。

さらに、強い意志決定プロセスと組織化よりも、活動においては「自由さ」「なんでも言えること」「ヨコのつながり」が重視される傾向にある。コンヴィヴィウムによって活動の内容が様々であったり、目指す方向が多少異なっていたりすることは議論の対象にならず、問題視されることもない。前述したようなスローフード運動の理念や目標をどのように具体化するかは、それぞれのコンヴィヴィウムの自主性に、そして参加者個人の生活実践に委ねられている。

社会運動としてこのような特徴を有することは、運動参加へのハードルを低くし、様々なきっかけで「食」に興味・関心をもつ多様な人々が運動に関わることを可能にする。一方で、社会運動としての集合行動的な側面、「われわれ意識」のような集合的アイデンティティが見えにくく、運動として取り組むべき課題や方向性について曖昧な印象も与える。また様々な動機をもつ多様な参加者たちの期待やリクエストすべてに応えることができるわけではないので、コンヴィヴィウムの活動内容が自分の関心と合わなかったり、興味が薄くなったりすると運動からの離脱にも繋がる。中村（2012）は、雑誌での特集を機に日本で最大の会員規模を集めたコンヴィヴィウムがその後、大きく会員数を減らした事例に触れているが、明確で分かりやすい係争課題や敵手の設定がない場合、メディアへの露出や社会的な関心が少なくなったときに運動の意義を広めたり、賛同者を集めたりすることは難しい。事実、日本のスローフード運動の会員数は長期的にみると減少傾向にある。

では日本のスローフード運動に関わり続ける人々の動機、言い換えるならば、継続的に参加していこうと考えている人々にとってのスローフード運動の魅力とはどのようなものなのだろうか。

2.2 参加動機としての「楽しさ」と「つながり」

ここではスローフード運動への参加動機について、環境ボランティアへの関わりを2つの選択的誘因、精神的価値から説明した長谷川（2003）の議論を参照しながら考えてみたい。まず1つめの誘因となる精神的価値は、活動への参加を通して得られる喜びや生きが

い、達成感などで、「(活動の)目的それ自体と密接に関連して報酬的な意味あいをもつ」(長谷川 2003: 55) 目的的誘因である。従来の社会運動のように係争課題をもたず打倒すべき対象が存在しない、すなわち明確な目標設定とその達成という形では運動の成果がほとんど得られないライフスタイル運動においては、このような参加することを通じて得られる喜び、いわゆる運動参加のコンサマトリーな魅力が報酬的な価値をもつ。それは達成によるやりがいではなく、運動に関わる過程で得られるやりがいと言うこともできる。スローフード運動に置き換えてみると、コンヴィヴィウムでの活動を通して新しい知識を得ること、知らなかった地元食材との出会い、伝統文化の再発見などは、経済的対価には還元できない精神的価値であり、もちろん「美味しさ」も目的的誘因に含まれる。なかには「グルメ志向」「美食への興味」など本来の理念とは異なった価値意識や「新しそう」「最近の流行だから」といった曖昧な動機付けもあるだろう。またコンヴィヴィウムという活動の拠点のなかで運動に貢献することは、自分の役割とそれを果たすことを通してやりがいや居場所感をもたらすと思われる。環境ボランティア団体における活動継続要因を検証した安藤・広瀬(1999)は、団体への帰属意識が強いほど活動継続意図も強くなることを明らかにした。スローフード運動においても、所属するコンヴィヴィウムに対して愛着をもつことは運動に関わり続けることの大きな動機付けになるとと思われる。

2つめの誘因となる精神的価値は、活動への参加を通じた他者とのつながりによってもたらされるものである。同じ考え方、活動への意欲をもった他者との出会い、人間関係の広がり、喜びの分かち合いといった「他者とのかわりのなかで享受できる」(長谷川 2003: 55) 連帯的誘因である。スローフード運動に限らず、今日の社会運動の様相を「関係すること」から読み解く論考は多い。戦後の市民運動の変容を論じた高田(1998)は、運動の担い手層の変質、豊かな社会の実現と「成長」という目標の喪失などによって対立構造の前提条件を失い沈滞化した市民運動が、80年代に「ネットワークング」という新しい概念と出会い、様々な運動体がオルタナティブな社会の構築を目指して連携するようになったと述べている⁹⁾。そしてそのような市民運動の特徴を批判的、闘争型・告発型から生活提案型への変化として捉える(高田 1998: 166)。特に「食と農」の領域では、有機農業運動における農山村(生産者)と都市(消費者)の間の信頼と互助に

基づく「有機的な関係」(提携)に着目した研究(松村(2002)、榊湯(2008)など)や、伊藤(2002)が述べたように、消費者としての立場から批判し要求するだけではなく、生活者として他者と協同しつつ新しい生き方をつくることを目指した生活クラブ生協運動、生活者運動に関する研究(佐藤編(1988)、佐藤ほか編(1995)、天野(2012)など)が数多く生み出された。また「社会を創り出す運動」という概念を用いて社会運動の変容を論じた伊藤(2012)は、運動の本質が抗議・告発により社会の変革を主張することからネットワークング、すなわち関係しあうことによって新しい何かを創り出すことへシフトしてきた歴史的経緯に言及している。生産者と消費者を結びつけることをはじめとして、「つながる」「食の喜びを分かち合う」「豊かな食卓を共にする」といったキーワードで自らの運動を自己提示するスローフード運動にとっても、垂直的な組織化ではなく「ヨコのつながり」がもたらす連帯的誘因は大きな参加動機になるのではないだろうか。

3. 分析モデル

前節の議論より、スローフード運動に継続的に参加しようと考えている人々の動機として、①目的的誘因[楽しさ]: 運動への参加によって得られる楽しさややりがい、そして②連帯的誘因[意識の共有]: 他者とのつながりによってもたらされる連帯感、考え方の共有という2つの精神的価値の存在が導き出された。本研究では、これらに加え、かつこれらに先行する要因として、「運動理念・目標の理解」、すなわちスローフード運動の理念や目標についての理解度を設定して、図1のような3つの分析モデルを構成した。

モデルAは、3つの要因それぞれがスローフード運動への継続的な参加に影響を与えることを想定している。また運動の理念や目標を理解することによって、楽しさややりがい、他者とのつながり、連帯感をもたらされるとする。モデルBは、運動の理念や目標を理解することは継続的な参加意欲に対して直接的には影響しないことを想定している。つまり、スローフード運動がどのようなものなのかを理解することだけでは参加の動機付けにはならないと考える。運動の理念や目標を理解することの効果は、理解すれば楽しみややりがいも増える、理解すれば他の参加者との間に連帯感も生まれる、その結果として継続的に参加しようとするという間接的な影響とするモデルである。

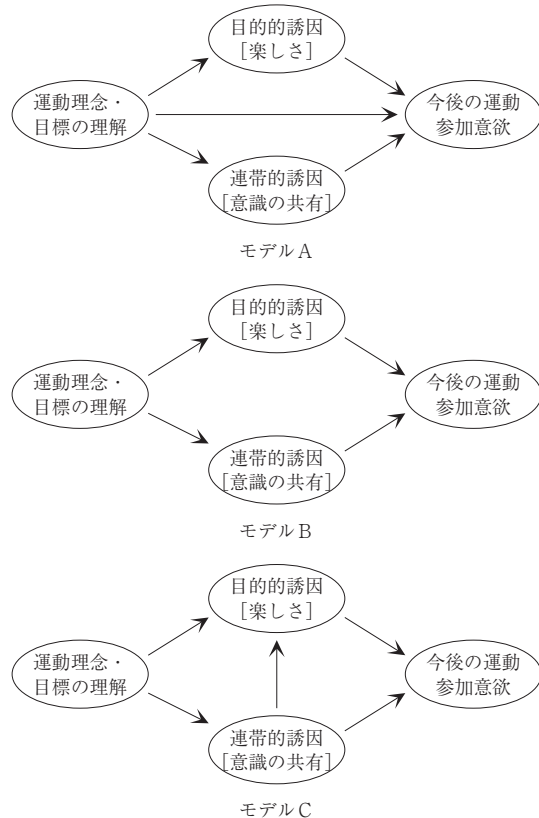


図1 分析モデル

最後のモデルCは、2つの精神的価値、目的誘因と連带的誘因の関係について、他者とのつながりや同意、考え方の共有があることによって、楽しさややりがいをもたらされるという因果関係をモデルBに加える形で想定したものである。両者の間に関連が見られれば、つながること自体が運動の目標であり、他の参加者との共感や共有（共に楽しむこと）が運動参加から得られる充実感ややりがいをもたらすというスローフード運動の特徴が表されることになる。

2つの選択的誘因の他に運動理念や目標の理解を分析モデルに含めた含意は以下のとおりである。スローフード運動に参加することによって得られる楽しさ、やりがいや運動の理念に対する共感や活動内容の理解に起因するのであれば、そこに社会運動としての共同性を見ることができる。逆に運動の理念や目標、活動内容を理解すること、参加によって得られる楽しさややりがいに関連しないならば、参加者たちが感じるスローフードの魅力とは、理念や目標といった運動をまとめる思想的背景とは関係がない個人的でまとまりのないものとして理解しなければならない。他者とのつながりについても同様に、運動の理念や目標を理解すること、運動のなかで他者に共感したり、考え方を共有したりすることが関連しないのであれば、その

共感や共有は運動全体を方向付けている理念とは別のローカルな、断片的な合意である可能性が示唆される。これらの関連が明らかになることで、スローフード運動における「楽しさ」や「つながり」の意味、ライフスタイル運動において参加者が理念や目標を理解することと運動の継続性の関係が示される。

4. データと測定

4.1 データ

本研究で用いるデータは、日本のスローフード運動において会員登録や管理、ニューズレターの発行を担っているナショナルオフィス「スローフードジャパン」の協力を得て2013年7月から8月にかけて実施した郵送法によるアンケート調査から得られたものである。調査では、会員としての資格有効期限が2012年1月1日以降の日付になっている1,176人を対象とした。調査実施時点において有効期限が切れている会員も含まれているが、正式に退会申請がされていない場合は本人の継続参加意思の有無にかかわらず更新保留の扱いとなっており、スローフードジャパン、コンヴィヴィウム、会員本人の間で退会意思の確認をとることに時間がかかるケースもあることから、おおよその猶予期間として調査前年までは資格を有していた会員も含めることとした。

調査対象とした1,176人のうち、現在の居所が不明で調査期間中に新たな送付先を確認できなかったケース、会員名簿には掲載されていたものの既に退会したことが確認されたケースなどが15件あった。これらを除いた調査対象者数は1,161人である。調査ではこのうち424人から調査票の返送があり、白紙等の理由で無効にすべき調査票はなかったことから、有効回収票数は424件、有効回収率は36.5%となった。

図2は回答者の男女別にみた年齢分布である。男女とも50歳代、60歳代の割合が最も高い。なお回答者全

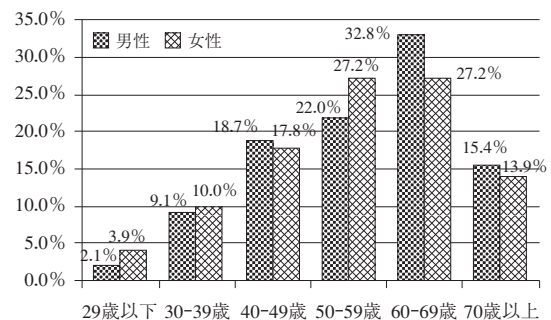


図2 回答者の男女別にみた年齢分布

体における会員継続年数は6.6年，スローフード運動に参加したきっかけを尋ねた質問において最も多く選ばれた選択肢は「友人・知人からスローフード運動のことを紹介されたこと」で58.7%，次いで「イベントに参加したこと」(11.2%)，「運動に関する書籍を読んだこと」(10.4%)であった。

4.2 測定

本研究の分析モデルを構成する概念は「運動理念・目標の理解」，「目的的誘因」，「連带的誘因」，「今後の運動参加意欲」である。それぞれ調査票における以下のような質問項目を用いて操作化した。なお提示文，質問文の後の記号はモデル分析における変数名を表す。

運動理念・目標の理解 「「おいしい・きれい・ただし」という言葉に表されているスローフード運動の理念に共感している (Q6A)」「スローフード運動のミッション (使命) や取り組みの内容について理解している (Q6B)」の2つの提示文に対する「あてはまる／ややあてはまる／あまりあてはまらない／あてはまらない」の肯定の程度を表す4段階尺度による回答を，数値が大きいほど共感，理解が高くなるように変換した⁶⁾。

目的的誘因[楽しさ] 「スローフード運動への参加を通して得られる体験に満足している (Q6C)」「コンヴィヴィウムでの活動にやりがいを感じている (Q6D)」「コンヴィヴィウムは自分にとって大切な居場所の一つだと感じている (Q6E)」の3つの提示文に対する「あてはまる／ややあてはまる／あまりあてはまらない／あてはまらない」の肯定の程度を表す4段階尺度による回答を，数値が大きいほどそのように感じているように変換した。

連带的誘因[意識の共有] 所属しているコンヴィヴィウムのメンバーについて，「今日の社会における食のあり方について，自分と考え方が似ている人が多いと感じること (Q9B)」「「スローフード運動とはどのよ

うなものか」ということについて，自分と考え方が似ている人が多いと感じること (Q9C)」「コンヴィヴィウムの運営方法について，自分と意見が一致している人が多いと感じること (Q9D)」「今後，コンヴィヴィウムとしてどのような活動をしていったらよいかについて，自分と意見が一致している人が多いと感じること (Q9E)」の4つの提示文に対する「よくある／ときどきある／あまりない／まったくない」の頻度を表す4段階尺度による回答を，数値が大きいほどそのような経験をしているように変換した。

今後の運動参加意欲 本研究では運動参加の継続性に焦点を当てるため，調査時点における参加の程度ではなく，今後の参加意欲を分析に用いる。「あなたは今後もスローフード運動に参加し続けようと思っていますか。(Q8)」という質問に対する「積極的に関わっていこうと思っている／気軽に参加できる範囲で関わっていこうと思っている／今後も参加し続けるか分からない／会員をやめるつもりでいる」という4つの選択肢による回答を，数値が大きいほど継続的な参加意欲が高くなるように変換した。

5. 分析結果

前節で設定した分析モデルに従って各パス係数を推定した後，それぞれのモデルの含意に影響しない範囲でモデルの修正を行った⁷⁾。表1はそれぞれのモデルの適合度指標をまとめたものである。

いずれのモデルもカイ二乗検定では1%水準で有意となり，この場合モデルがデータに適合しないことを意味するが，本分析の標本数 (n=375) を考慮して，他の適合度指標に基づき採用するモデルを選択する⁸⁾。いずれのモデルも GFI は0.95を上回っていることから，AIC を参照したところ，モデルCが最も低い値 (117.156) だったので，本分析ではモデルCがもっともデータに適合したモデルと判断した⁹⁾。

次にモデルCの各パス係数に着目して分析結果をみていく。図3に示したように「連带的誘因」から

表1 各モデルの適合度指標

モデル	カイ二乗検定		GFI	AGFI	AIC	RMSEA
	$\chi^2(df)$	p				
A	83.97 (30)	>0.01	0.956	0.920	133.974	0.069
B	85.46 (31)	>0.01	0.955	0.921	133.461	0.069
C	67.16 (30)	>0.01	0.966	0.937	117.156	0.058

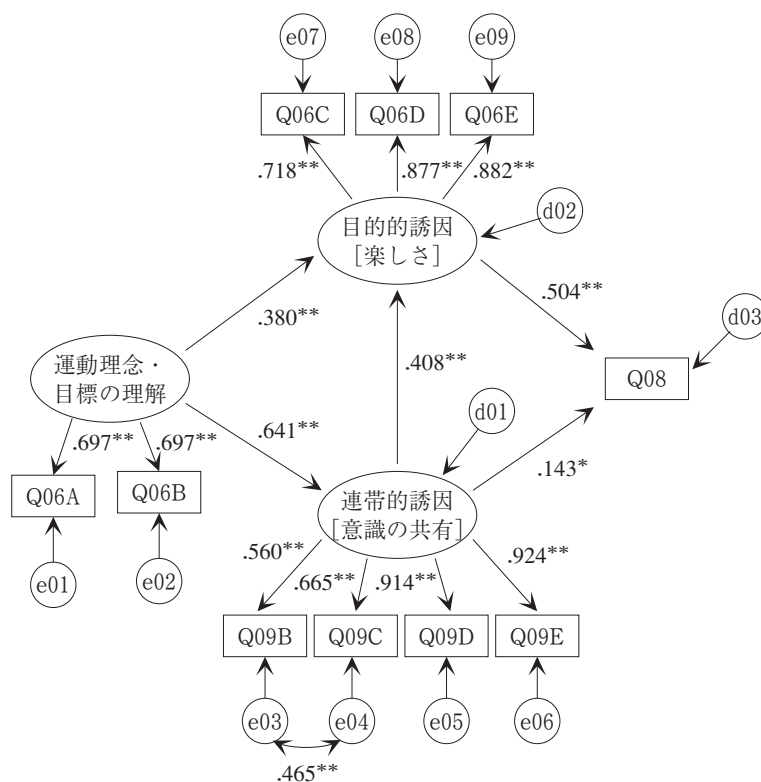


図3 モデルCの共分散構造分析の結果 (数値はすべて標準化係数, **: $p < .01$ *: $p < .05$)

「Q08」すなわち、今後の運動参加意欲に対するパス係数の有意確率が $p=0.022$ だった以外は、すべてのパス係数が1%水準で有意であった。本研究では、分析モデルの設定にあたって長谷川 (2003) が社会運動、特に環境分野のボランティア・市民活動への参加要因としてあげた「報酬的な意味あいをもつ精神的価値 (目的誘因)」と「他者とのかわりのなかで享受できる精神的価値 (連带的誘因)」に先行する要因として運動の理念や目標に対する理解度をおき、運動への参加をもたらす楽しさややりがい、他者とのつながりがどのような性質のものなのかを検証することを試みた。分析の結果、スローフード運動の理念に共感し、どのような目標のもと、どのような活動をする運動なのかを理解していることは、運動参加によって得られる満足感ややりがい、活動の場に対する居場所感といった目的誘因を高める ($\beta=.380$) とともに、現代社会における食のあり方やスローフード運動とはどのようなものか、活動の場であるコンヴィヴィウムの運営はどうあるべきか、といった運動をめぐる様々な論点に関する他の参加者との意識の共有感覚も高める ($\beta=.641$) ことが示された。係数の大きさを比較すると、特に後者の連帯感、周囲の人々が同じような感覚、気持ちで運動に参加していると感じる背景として、運動の理念や目標の理解が重要な役割を担っているといえ

る。次に、目的誘因に対するパスをみると、運動理念や目標の理解とともに、連带的誘因も同じ程度の大きさで有意な正の効果 ($\beta=.408$) を示している。スローフード運動における満足感ややりがい、居場所感、運動を理解することともに、他の参加者との考え方の共有を通じた、いわばつながりの感覚によってもたらされている。ではこれらの要因によって今後の運動参加意欲はどのような影響を受けているのだろうか。適合度指標の比較 (表1) から採用したモデルCは、運動理念や目標の理解は直接的には今後の参加意欲には影響を与えないことを想定している。残り2要因の効果をみると、目的誘因の直接効果 ($\beta=.504$) は連带的誘因の直接効果 ($\beta=.143$) よりも大きく、今後も運動に参加し続けようという意識は参加を通して得られる楽しさややりがいを感じるができるかどうかにも大きく影響されている。連带的誘因も直接効果を示しているが、目的誘因を高めることによる間接効果 ($0.408 \times 0.504 = 0.206$) の方が大きい。

また、本分析からは運動の理念や目標、活動内容の理解がもつ間接効果の存在が示された。目的誘因を経由した効果は $0.380 \times 0.504 = 0.192$ 、連带的誘因を経由した効果は $0.641 \times 0.143 = 0.092$ 、さらにこれらに2つの要因を経由した効果 $0.641 \times 0.408 \times 0.504 = 0.132$ を加えると、運動の理念や目標、活動内容を理解する

ことは今後の運動参加意欲に対して0.416の間接効果をもつ。

本分析の結果は以下のようにまとめることができる。(1)スローフード運動への参加を通して得られる満足度ややりがい、居場所感といったいわゆる目的誘因は、これからも継続して運動に参加していこうという意欲に強く影響する。(2)他の参加者との食のあり方や運動の方向性、活動をめぐる意見・考え方の一致といった「つながり」に起因する連带的誘因も継続的な参加意欲を高める。(3)このように参加意欲に強く影響する目的誘因は、運動の理念や目標、活動に対する理解と、他の参加者との考え方・意見の一致によって強く規定されている。(4)運動理念・目標の理解は目的誘因や他者との考え方の共有を涵養することを通して、間接的にはあるが今後の参加意欲に比較的強い影響を与える。

言い換えるならば、楽しさややりがいといった不定形で流動的な意識が強く運動参加に影響しているように見えるが、それらの意識は個人化された断片的で一時的なものというよりは、運動理念の理解や参加者間のつながり、意識の共有に裏付けられた運動へのコミットメントと呼ぶことができるものである。運動の理念や目標を理解しないと面白さには気づかないし、他の参加者との相互理解も生まれにくい。その意味では、スローフード運動は社会運動としてライフスタイル運動の特徴を有してはいるものの、従来の社会運動論において提起されてきた運動理念や目標の受容（例えばフレーミング分析）や、参加者間のつながりを介した運動の広がり（例えば資源動員論におけるネットワーク概念、動員構造論）といった運動参加の認知的、構造的要因からアプローチすることも有効であることが示された。

6. 考察

集合的アイデンティティに基づく組織的動員という形態をとらないライフスタイル運動においては、抗議行動に参加したり会合を開いたりすることよりも、それぞれの参加者が日常生活における自分の行い、自分が選択したライフスタイルに意味を見いだすことが重要とされる（Haenfler et al. 2012: 9）。政治的メッセージを掲げてデモに参加するのではなく、フェア・トレードの商品を選ぶ、地域の生産者や食材に関心をもつといった日々の生活が運動参加のレパートリーとなる。よって極端に言うならば、運動の成果は集合行為とし

てではなく、参加者それぞれの生活のなかでの充足感ややりがいとして表出される。本研究では、運動参加の要因とともに、そのような充足感ややりがいが運動の理念や目標の理解、他の参加者とのつながりとどのように関連しているのか、特にスローフード運動のように参加者の期待や目的が多様な運動における選択的誘因の役割と性質を検証した。スローフード運動参加者を対象としたアンケート調査データの分析から、以下のようなライフスタイル運動の特徴と今後の研究課題が示された。

まず運動への継続参加要因として連带的誘因よりも目的誘因の効果が強いことは、ライフスタイル運動としての特徴、すなわち日常生活における実践に対する喜びややりがい、言い換えるならば、そのような実践が社会を良い方向に変えていく、身近なところからもう一つの社会をつくっていくというある種の信念が重要であることを表している。運動を広めていくという観点から考えると、参加すると楽しく、やりがいを感じる運動であること、そして具体的に参加者の満足感ややりがいを高めるライフスタイル選択とはどのようなものかを提示することが求められる。

では楽しければどんな動機付けでも継続的に参加し続けるかというところではない。目的誘因は運動理念・目標の理解と連带的誘因に強く規定されていた。これは、スローフード運動の理念や目標、どのような活動をするのか、といったことを理解しないと、楽しさややりがいは生まれにくいことを意味する。珍しさや流行、グルメへの興味といった動機付けで参加しても継続的な参加に繋がらないのは、このようにスローフード運動の理念や活動内容に対する理解がないと活動に参加しても楽しさややりがいを感じにくいという構造に起因すると思われる。また連带的誘因の影響については、日常生活における実践を重視するライフスタイル運動においても、他者とのつながりによって得られる共感や考え方の共有が、楽しみややりがいに繋がることを示している。生産者と交流すること、地域の食材について知ることを楽しむややりがいを感じるのは、他の運動参加者たちと食のあり方などについて考え方が共有されてこそと言える。よって運動展開の戦略として、「つながること（つなげること）」、その機会を増やすことは、参加による楽しさややりがいを高め、運動自体を活性化する重要なきっかけとなる。ライフスタイル運動に関する議論では、運動組織が果たす役割を旧来の社会運動論の視座として等閑視する傾向が見られるが、運動参加者たちのネットワークやそ

こでの語り合い、学び合いを通じた理念の共有、共感の体験と、それらが運動の継続性に与える影響を「動員」という論理以外で位置づける意義はあるだろう。

分析結果にあるように、運動の理念や目標を理解したからといって直接的に継続的な参加意欲をもつようになるわけではない。しかし目的誘因、連带的誘因いずれも運動理念の理解によって影響を受けており、何をする運動なのか、何のための運動なのかを理解してもらうことは継続的な参加者を増やすうえで重要な課題といえる。スローフード運動の国際的な展開には創設者であり現在のリーダーでもあるカルロ・ペトリニの発信力、表現力に負うところが大きい。フェア・トレード、環境保護、食育、地産地消など多様な要素を含んだ運動ではあるが、日常生活において何を実践する運動なのか、どのようなライフスタイルを志向する運動なのか発信すること、そして参加者のネットワークのなかで運動の理念と個人の関心や期待を「調整」(Snow et al. 1986) していくことは、日本の運動展開においても求められよう。

最後に今後の課題として、運動参加者の性別や年齢といった属性別に分けた分析が挙げられる。伊藤(2012)は反原発デモの参加者を年齢や社会的属性で分けてみたときに、それぞれの世代で参加の形態も動機も異なっている点に着目して、社会運動がもつ意味や性質の歴史的变化を論じた。運動参加要因に性別や世代の影響を含めて分析することによって、社会運動に対するイメージやライフスタイルと運動参加の関わり方に関する性差、世代差が析出されるものと思われる。

付記：本研究は JSPS 科研費 23530635 の助成を受けて行われた。

注

1) スローフード運動は「コンヴィヴィウム」と呼ばれるグループが活動単位となる。新たに運動に参加する際は、既存のコンヴィヴィウムに加入するか、あるいは自分たちで新しいコンヴィヴィウムを立ち上げるかのどちらかを選択する(日本では近年、コンヴィヴィウムに所属しない形で会員として運動に参加する制度も設けられた)。コンヴィヴィウムの設立方法や活動内容、運営方針を定めた「スローフード・プロトコル(議定書)」では、「(コンヴィヴィウムは)各地域においてスローフードインターナショナルの全体的な理念や目的を実現するようなプロジェクトや活動を行うべきである」(金丸・石田 2004:201)としてコンヴィヴィウムをスローフード運動の活動拠点と位置づけ、

年間に行うべきイベントの内容や回数、プロジェクト促進活動にも言及しているが、筆者がこれまでに行ったいくつかのコンヴィヴィウムにおける聞き取りからは、あまり厳密に運用されているわけではないと思われる。なお日本のコンヴィヴィウムの活動分野とその特徴については碓井・星(2013)がコンヴィヴィウムを調査単位としたアンケート調査を行っている。

2) スローフード協会の創設者であり現在もスローフードインターナショナルの会長を務めるカルロ・ペトリニは、運動の目標をローカル経済の振興を通してグローバル化した経済と戦うことだとしている。ローカル経済を「人々のライフスタイルに対する体系的な取り組みに基づくもので、再生可能エネルギーの追求や環境の保全、廃棄物の利用、このプロセスに人々がさらに民主的な形で参加できるようになること」と位置づけており、その実現を日常的な実践のなかで目指す活動をスローフード運動と捉えている(Fraser and Rimas 2010=2013:266-267)。

3) 「テッラマードレジャパン・イン・雲仙」で表明された宣言文「いのちのにぎわいのある社会の実現を目指して：雲仙からのメッセージ」の全文はスローフードジャパンのホームページから読むことができる(URL: <http://www.slowfoodjapan.net/blog/2011/12/13/2235/>)。

4) スローフードジャパンとしては反対を表明していないが、個々のコンヴィヴィウムでは反対を明確に表明しているところ、あるいは勉強会や講演会を積極的に開いているところもある。これらの問題以外についても、政治的イシューに対する姿勢や距離の取り方はコンヴィヴィウムによって大きな違いがある。

5) 高田(1998)は「ネットワーキング」の概念が日本の市民運動に広まった契機として、リップナックとスタンプスの『ネットワーキング：ヨコ型情報社会への潮流』翻訳書出版を挙げている。

6) 質問文中の「おいしい、きれい、ただし」とは、スローフード運動の理念をもっとも簡単に表現したものである。「おいしい」とは「地域の中で守られてきた味」、「きれい」とは「環境にいい」、「ただし」とは「生産者に対しての公正な評価」とされている(スローフードジャパン 2014)。

7) 分析には Amos 22 を用いた。また係数の推定は最尤法によって行った。モデルの改善は、相関やパスを想定していない変数間に相関やパスを設定することでカイ二乗値の有意な減少箇所を示す修正指標に基づき、いずれのモデルにおいても誤差項 e3 と e4 の間に相関を設定することで適合度指標が改善したことから(かつモデルの含意に影響しないため)、これらの間に相関を設定したうえでモデル間の適合度指標を比較した。

8) Kelloway(1998)は標本数が200を超えると適合度の高いモデルでもカイ二乗検定では棄却されにくいとしている。また狩野・三浦(1997)では、サンプル数が500前後以上であれば他の適合度指標を用いるのが妥当としている。本分析の標本数は100未満の小標本

ではないので、表中の他の適合度指標からモデル間の優劣を検討した。

9) 複数のモデルから最適なものを選択する手続きとして、GFI の値が0.9以上のものなかから（いずれのモデルも0.9以上ならば0.95以上のものなかから）、AIC の値が最も低いものを選ぶという方法は豊田（1997: 106）で紹介されている。

文 献

天野正子, 2012, 『現代「生活者」論——つながる力を育てる社会へ』有志舎.
 安藤香織・広瀬幸雄, 1999, 「環境ボランティア団体における活動継続意図・積極的活動意図の規定要因」『社会心理学研究』15(2): 90-99.
 Bennett, Lance, 1998, “The UnCivic Culture: Communication, Identity, and the Rise of Lifestyle Politics,” *PS: Political Science and Politics*, 31(4): 741-761.
 Fraser, Evan and Andrew Rimas, 2010, *Empires of Food: Feast, Famine and the Rise and Fall of Civilizations*, New York: Free Press. (=2013, 藤井美佐子訳『食糧の帝国——食物が決定づけた文明の勃興と崩壊』太田出版.)
 Haenfler Ross, Brett Johnson and Ellis Jones, 2012, “Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements,” *Social Movement Studies*, 11(1): 1-20.
 長谷川公一, 2003, 『環境運動と新しい公共圏——環境社会学のパースペクティブ』有斐閣.
 伊藤昌亮, 2012, 『デモのメディア論——社会運動社会のゆくえ』筑摩書房.
 伊藤美登里, 2002, 「消費者運動から生活者運動へ」梶潟俊子・松村和則編『食・農・からだの社会学 シリーズ環境社会学5』新曜社, 80-95.
 金丸弘美・石田雅芳, 2004, 『スローフード・マニフェスト』木楽舎.
 狩野裕・三浦麻子, 1997, 『AMOS, EQS, CALIS によるグラフィカル多変量解析（増補版）——目で見える共分散構造分析』現代数学社.
 Kelloway, E. Kevin, 1998, *Using Lisrel for Structural Equa-*

tion Modeling: A Researcher's Guide, London: Sage.
 松村和則, 2002, 「有機農業を通してみえるくからだ」とくささえあい」梶潟俊子・松村和則編『食・農・からだの社会学 シリーズ環境社会学5』新曜社, 199-216.
 梶潟俊子, 2008, 『有機農業運動とく提携のネットワーク』新曜社.
 中村麻理, 2012, 『シンボル構造と集合行為をめぐるダイナミクス——「食育」とスローフード運動・JAの食農教育から』彩流社.
 佐藤慶幸編, 1988, 『女性たちの生活ネットワーク——生活クラブに集う人々』文眞社.
 佐藤慶幸・天野正子・那須壽編, 1995, 『女性たちの生活者運動——生活クラブを支える人びと』マルジュ社.
 Slow Food, 2005, 『Slow Food OFFICIAL HANDBOOK』Slow Food.
 スローフードジャパン, 2015, 「スローフードとは?」, スローフードジャパンホームページ, (2015年1月12日取得, <http://www.slowfoodjapan.net/rinen/>).
 Snow, David A., E. Burke Rochford, Jr., Steven K. Worden, and Robert D. Benford, 1986, “Frame Alignment Process, Micromobilization, and Movement Participation,” *American Sociological Review*, 51(4): 464-481.
 Stolle, Dietlind, Marc Hooghe and Michele Micheletti, 2005, “Politics in the Supermarket: Political Consumerism as a Form of Political Participation,” *International Political Science Review*, 26(3): 245-269.
 高田昭彦, 1998, 「現代市民社会における市民運動の変容——ネットワークの導入から「市民活動」・NPOへ」青井和夫・高橋徹・庄司興吉編『現代市民社会とアイデンティティ——21世紀の市民社会と共同性：理論と展望』梓出版社.
 豊田秀樹, 1997, 『SASによる共分散構造分析』東京大学出版会.
 碓井崧・星敦士, 2013, 「日本におけるスローフード運動の展開」碓井崧・松宮朝編著『食と農のコミュニティ論——地域活性化の戦略』, 創元社, 162-177.

付表 分析に用いた変数の記述統計量と質問項目

変数	質問項目	平均値	標準偏差
Q6A	「おいしい・きれい・ただし」という言葉に表されているスローフード運動の理念に共感している	2.43	0.70
Q6B	スローフード運動のミッション（使命）や取り組みの内容について理解している	2.22	0.71
Q6C	スローフード運動への参加を通して得られる体験に満足している	1.98	0.86
Q6D	コンヴィヴィウムでの活動にやりがいを感じている	1.53	0.93
Q6E	コンヴィヴィウムは自分にとって大切な居場所の一つだと感じている	1.58	0.96
Q9B	今日の社会における食のあり方について、自分と考え方が似ている人が多い	2.12	0.71
Q9C	「スローフード運動とはどのようなものか」ということについて、自分と考え方が似ている人が多い	2.05	0.70
Q9D	コンヴィヴィウムの運営方法について、自分と意見が一致している人が多い	1.83	0.74
Q9E	今後、コンヴィヴィウムとしてどのような活動をしていったらよいかについて、自分と意見が一致している人が多い	1.89	0.72
Q8	あなたは今後もスローフード運動に参加し続けようと思っていますか	2.11	0.60