

### 家族消費論：アイデンティティ形成と消費者行動に関する序論的考察(1)

KIMURA, Junko / 木村, 純子

---

(出版者 / Publisher)

法政大学経営学会

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

経営志林 / The Hosei journal of business

(巻 / Volume)

49

(号 / Number)

3

(開始ページ / Start Page)

105

(終了ページ / End Page)

114

(発行年 / Year)

2012-10-30

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00013142>

家族消費論：  
アイデンティティ形成と消費者行動に関する序論的考察（1）

木 村 純 子

〔研究ノート〕

# 家族消費論： アイデンティティ形成と消費者行動に関する序論的考察（1）

木村純子

## はじめに

消費者行動研究分野における消費とアイデンティティ形成との関係については多くの学術的関心を集めてきたが (Belk 1988; Holbrook 1992; Kleine, Schultz Kleine, & Kernan 1992), 消費者の価値観の変化や他者との関係性の変化という視点を持ちながら消費を通じたアイデンティティの形成をとらえることは現代的な研究課題であろう。さらに, 消費者は単にモノを消費することによってアイデンティティを形成するのではなく, 自分自身との相互作用および社会における他者との相互作用の中で形成していることから (Grubb & Grathworhl 1967), アイデンティティ形成をコミュニケーション行為としてとらえ考察していく必要がある。

本研究はこれらの潮流のさらなる発展をめざし, 母親を取り巻く経済的・社会的環境の変化が結果としての消費行動にどのような変容をもたらせるのかについて, 特に家族と社会との関係性というコンテクストの中で明らかにするという全体の目的を持っている。具体的には, イタリアの厳しい経済状況のもと多くの女性が外で働くようになったことで, 子どもを育てる母親が日々の消費行為を通じて母親としての自己アイデンティティをどのように形成しているのかを考察する。調査対象としてイタリアを取り上げる理由は, 日本とイタリアは少子化や長寿革命化という人口革命や, 経済金融危機といった近年の社会の変化によって家族の中でもとりわけ女性に対する変化が求められているという共通点を持ちながらも, 他方では日本とは異なる文化的特徴を有するイタリアの様相を明らかにし比較することによって, 発見事項の一般化を

目指すためである。

まず, 本研究ノートはイタリアで子どもを育てる母親の食に関わる消費行動の主要な要素の抽出と置かれている環境を理解することを目的とする。自己アイデンティティは日常の消費者行動を通じて形成されるものであるが, その中でも特に食に焦点を当てるのは, 食に関わる行為は家族のインタラクションが最も生まれる時間と空間であること (Coupland 2005; Arnould & Price 2006; Cappellini & Parsons forthcoming), および消費者は食に関わる行為によって, よりアイデンティティを形成できることが確認されているからである (Valentine 1999; Philips 2003)。

## 調査概要

要素抽出のために60代主婦Yさんと40代主婦Cさんにそれぞれインタビューを行った。Yさんは1952年10月生まれの60歳で, 筆者が客員教授を務めるヴェネチア大学の職員である。夫はすでに定年退職を迎えた。子どもは2人いる。37歳の長男は妻と1歳半の息子と共にフランスのバリで暮らしている。24歳の長女はヴェネチア大学・東アジア学科研究科2年生に在籍している。Yさんは夫と娘と共にヴェネチアのリド島で暮らしている。本研究の調査対象である30代40代主婦ではなく1世代前の母親にインタビューをするのは, 食に関わるこれまでの規範や価値観を30代40代主婦がもはや持っていない可能性があるからである。インタビューは2012年9月20日に実施された。用いた言語は英語である。インタビューには1時間50分が費やされデータは録音された。補完データを収集するため2012年9月22日にYさんの長女にもヒアリング

を行った。

Cさんは1969年5月生まれの43歳で、大学教員である。夫は大学研究員である。Cさん夫婦には8歳になる娘が1人いる。2012年9月から小学校3年生になった。インタビューは2012年9月7日、9月11日および9月24日の3回に分けて実施された。用いた言語は日本語である。

食に関わる消費行動を1)食料品の購買行動、2)調理行為、3)料理メニュー、および4)飲食行為という4項目に分け、インフォーマントのアイデンティティ形成に関わる質問群とあわせて59個の質問を用意した。インタビューリストは付属資料1のとおりである。

### 食をめぐる価値

文書化したインタビューデータの解釈を通じて、食に関わる価値として手作り、世代間伝承、共食という3つの要素が浮かび上がった。

#### 【手作り】

Yさんは料理好きだが、兼業主婦なので平日は家族のために昼食を作ることができない。時間に余裕がある週末は夕食を午後6時ごろから2時間ほどかけて調理する。料理のメニューが1種類だけということはない。1皿目 (primo piatto) と2皿目 (secondo piatto) とフルーツとチーズといったように複数の料理を作るようにしている。Yさんは手作り料理には象徴的な意味があると述べていた。彼女によると手作り料理は家族のために作られるものであり、料理を囲んで家族が顔を合わせてその日どのような1日を過ごしたかを話す時間を持つことができる。Yさんは手作り料理には家族をつなぐ機能があり、家族への愛 (love for your relatives) の表現手段となる<sup>1)</sup>。

他方、Cさんの頭を最も悩ませるのは「今日のメニューは何にしよう」と考えなければいけないことだという。その日の夕食メニューはスーパーマーケットに着いてから考える。売場をパッと見て「今日は〇〇を作ろう」と決めている。帰宅後、大急ぎで作る夕食の調理時間はだいたい30分である。調理には冷凍食品も使っている。「Bofrost (筆者注：冷凍食品ブランド) が

ないとやっていけない」と言う。冷凍食品を使う時に罪悪感を抱くことはない。娘には手作り料理を作ってあげたいとも思うが、たとえ冷凍食品だとしても原材料を確認してへんなものが入っていなければそれを信頼して購入する。冷凍食品でも質が高くできたてをテーブルに並べられるのであれば、手作り料理である必要は格段ないと考えている。

#### 【世代間伝承】

Yさんが誰かとつながることができる食べ物が2つある。いずれも世代間伝承された料理メニューである。1つはイル・フロタン (*il flottante*) というケーキである。母親が父親の誕生日に必ず作っていたケーキで、家族の中ではスノーボール (*Palle di neve*) と呼ばれていた。レシピブックに載っている *Palle di neve* ではなく、家族の口承レシピであり勝手にそういう言い方をしていた。このイル・フロタンは自分と自分の両親をつないでくれる。なぜならばこのお菓子は父の好物であり、もともとは祖母 (父の母親) が父の誕生日に必ず作っていたものを母親が受け継いだからである。もう1つは復活祭 (カルニバーレ) の時に食べるお菓子フリットレ (*frittelle*) である。祖母から受け継いだレシピで父が家族のために作ってくれていた<sup>2)</sup>。

料理メニューの世代間伝承は、Yさんの母親の世代から自分の世代では行われたが、自分の世代から子どもの世代ではいまだ行っていない。Yさんの母親は北イタリアのエミリア=ロマーニャ州の出身である。ボローニャ、フェッラーラ、パルマ、モデナなど美食の町が集まる地域である。母親が作ってくれていた料理メニューはトルテリーニやカッペレッティ (*cappelletti*) やボローネーゼのラザニアやコテキノであった。[写真1] Yさんは母親が料理をしている姿をいつも見ていた。自分が料理をするようになってからは母親に作り方を聞いたり、料理をしながら自分で作り方を学んでいった。今、娘が同じように私が料理をしている姿を見ている。しかし料理を伝承するという意味ではうまくできなかった。自分はいつもせわしい生活を送っているし、娘も忙しくしている。娘は料理をできないことを母親の私のせいにするが、せつかく作

写真1 世代間伝承された料理



Yさんが作ったコテキノ

っても娘が不在だったり、逆に娘が家にいるときには自分が忙しく作る時間がなかったりするので、世代間伝承の失敗の責任は半分半分だと述べた。娘は料理をしないわけではないし、いくつかの簡単なメニューも作れるし、自分が料理している姿を見ているから、自分が母親の姿を見て料理を覚えたように娘も自分の姿を見て料理を覚えてくれることを期待している。

他方、Cさんに母親から伝承されたレシピがあるかどうかを尋ねたところ、笑いながら「ありません」と答えた。Cさんは18歳の時に家を出たので、母親から学ぶ機会が少なかったことが理由の1つであろう。あえて挙げるならミートソースと豚のローストだが、作るのはせいぜい月に1回程度である。普段はレシピブックを見ることなく頭の中にある料理メニューを作っている。よく作るメニューはパスタ、ミネストローネ、リゾット、ラビオリである。メニューそのものよりもタンパク質、炭水化物、ビタミン、ミネラルといった料理の栄養バランスを考えている。

#### 【共食】

飲食行為については、Yさんは共食の重要性を強調していた。家族は絶対に一緒に食事をとるべきだと思っている。2つの機能を挙げていた。1つ目に、家族にとって共食はコミュニケーションの時間であり空間となる。それぞれが日々忙しくして顔色を揃えるのは食べるときだけである。自分が子どもの頃は、昼食時に父

親が帰宅して家族と一緒に昼食を食べていたので、1日2回家族が揃うチャンスがあった。有職主婦が増えたことから、現代は夕食だけが家族と一緒に食べられる機会となっている。Yさんの場合も、24歳の長女は大学とアルバイトと友人とのお出かけに忙しい毎日を送っている。忙しい娘も夕食時には両親と共に料理を食べながら抱えている悩みや困難を話し、自分や夫にアドバイスを仰いでくる。自分の機嫌が悪い時には父親に話している。その光景は素敵だと思ふ。

共食の2つ目の機能として、食物の正しい選択力の育成という機能がある。長男には1歳半の息子がいる。Yさんにとっての孫である。昼食は保育園の給食を食べるかベビーシッターと一緒に食べているが、夕食は息子夫婦と家族で食べる。孫は両親がそばにいとたくさん食べる。Yさんはそのことを素晴らしいと述べた。親と共食すると孫は良いものを食べるようになる(eat better)。なぜならば、孫は両親が食べているものを食べたがるからである。親の食事を真似ることで食べるべきものと食べ方を学んでいる。今年6月に3世代でレストランに行ったときもYさんの長男がポレンタとタラを食べているのを見て孫も食べたがっていた。Yさんは孫息子がなんでも食べようとトライするのはいいことだと思っている。

一方のCさんも家族との共食は大切だと考えている。なぜならば家族3人が揃う時間は夕食どきしかないからである。自宅にはテレビを置いていないのでテレビを観ながら夕食を食べるということではなく、3人が今日何をしたかを話す貴重な時間である。

Cさんはできれば昼食も娘と一緒にとりたいたいと考えている。娘さんの学校が終わる12時30分に迎えに行きたいがなかなか行けないという悩みを持っていた。9月第2週に新学期が始まった小学校は9月末まで毎日12時30分には授業が終了するが、自分は仕事があるため娘を迎えに行けないので雇っているベビーシッターがお迎えをして家で昼食を食べさせている。10月からは給食が週に3回提供され、12時30分に終わるのは週2日となるのでなんとか1日だけは自分

が迎えに行くつもりである。Cさんは単に娘を迎えに行きたいのではなく娘と一緒に食事を取りたがっているのである。

### 自己犠牲

インタビューを通じて食に関わるイタリア人の消費行為には手作り、世代間伝承、共食に価値が置かれていること、および3つの価値に沿った消費を実践することで母親としてのアイデンティティを形成できるということが明らかになった。価値に沿った消費実践と関連する概念の1つとして母親の自己犠牲を挙げることができるだろう。人類学の研究分野における犠牲とはより大きな利を得るために価値ある何かを放棄し譲る事である (Hubert & Mauss 1964)。消費者行動論の研究では自己犠牲には聖なる側面 (Belk et al. 1989)、ギフト行為としての側面 (Miller 1998)、あるいはシェアリングという側面 (Belk 2010) があるだけではなく、自己犠牲によって自己アイデンティティを形成することが可能となることが明らかにされている。たとえば、Cappellini & Parsons (forthcoming) によると母親は家族の利益のために自分を犠牲にすることによって母親アイデンティティ (maternal identity) を形成することができる。

Yさんは、イタリア人家族を食で支えてきたマンマ (お母さん) の世代と、現在小さな子どもを育てながらフルタイムで働いている30代40代の母親世代のはざまに生きた世代 (in-between generation) の女性である。現代的なイタリアの食文化への移行を経験しながらも昔の価値観を背負い実践してきた世代とも言える。

Yさんの1世代前の母親には自己犠牲という概念が見受けられない。男性は外で働き女性は家にいた世代である。Yさんの母親も専業主婦だったのでいつも家にいて多くの時間を家族の食事に費やすことができた。食料品は毎日その日の分を購入する。鮮度の高い野菜を毎日手に入れられて、外での仕事に追われてもおらず、冷凍野菜を買うこともなかった。昼には本格的な料理を調理し夜も軽い食事を作る。家族は1日に2回昼食と夕食に一堂に集まり賑やかに母

親の手料理を食べる (池上 2011)。調理をする母親は家庭内での存在感が大きく、家族を愛しケアする母親というアイデンティティを手に入れることができた (Moisio et al. 2004; 高橋 2008)。

Yさんは外で働き家でも家族に尽くしてきた世代である。自分と家族のために夫の協力が不可欠だと思うが、自分の世代の男性に協力を仰ぐことは難しい。Yさんも食に関しては夫からの手助けを受けられなかった<sup>3)</sup>。自分には買い物する時間がないから野菜を買ってきてほしいが夫はどれを選べばいいかわからないから頼めず冷凍野菜を使ったりしている。夫が買えるのは毎朝必ず買いに行くパンだけである。自分が家にいないときには夫はラザニアなどの惣菜をスーパーマーケットで買って食べている。Yさんはこれまで自分のための時間がなかったのもうそろそろ自分がしたいことに時間を費やしていきたいと述べており、自分を犠牲にしながら母親アイデンティティを形成してきた。

次の世代である30代40代の母親については、家族のために自己を犠牲にすることとは少なくなってきたとYさんは考える。なぜならば妻が仕事と家庭を両立できるように夫が協力してくれるからである。Yさんの息子は妻と家事を分担し、子育ても積極的に手伝っている。この変化はすべてではないが起こっているとYさんは感じている。むしろ日本人の若い母親の方が自己を犠牲にしながら家族に尽くしているように思えると言う。娘が日本に留学していた時、日本人家族の家に3ヶ月間ホームステイした。ホストファミリーは両親が30代で5歳と幼少の子供がいる4人家族だった。若い母親は毎朝早起きして夫のために弁当を作り、夕食も家族のために作っていた。自己を犠牲にしながら家族のために尽くす母親イメージは自分の世代とは重なるが、現代の若いイタリア人主婦が自己を犠牲にすることはもうないかもしれないとYさんは言う<sup>4)</sup>。

Yさん世代が母親アイデンティティを形成するには上述の3つの要素を実践する必要がある、そのためには自己を犠牲にしなければいけなかった。次の世代の母親は夫 (父親) の協力によ

って3つの要素を実践しやすくなっているとYさんは述べる。彼女の目には現代の若いイタリア人主婦は自己を犠牲にする必要がないように映るようである。たしかに、40代主婦のCさんは3つの要素を実践していなかった。ということは、Cさんは自己を犠牲にすることなく母親アイデンティティを形成しているのであろうか。

Cさんの母親アイデンティティはYさん世代とは異なるタイプの自己犠牲によってその形成を阻まれているようである。より複雑な自己犠牲だったのである。Cさんの母親、妻、働く女性という3つの自己アイデンティティの比率は理想としては母親としての自分が30%、妻としての自分が25%、働く女性としての自分が45%だが、現実には母親としての自分は15%、妻としての自分は5%、働く女性としての自分が80%を占めている。

だからといって単純に母親としての自分の比率を増やしたいというわけでもないと言っている。たしかに、仕事の負担がなければ子どもと一緒にいられる時間が増えるので、仕事のために母親としての自分を犠牲にしていると感じる。しかしながら同時に、もし自分に子どもがいなければ自分がしたい仕事を好きにだけできるので、子育てのために働く女性としての自分を犠牲にしていると思う。

このように、1世代前の母親にとっての自己犠牲とは家族に尽くすことを意味していたが、現代の若い母親にとっての自己犠牲はそれほど単純なものではない。母親アイデンティティと働く女性アイデンティティを獲得したいのだが両立は難しく、それぞれがお互いを犠牲にしあうものである。Cさんの心も揺れ動きながら最適なバランスを探っていて「日々、気持ちが変わる」と述べるとおりその時々で自己犠牲のしかたは変わっている。

### 社会が押しつける母親イメージと現実とのギャップ

Cさんが吐露した母親アイデンティティ形成の悩みから、「家庭は依然として女性にとって

情動的な満足を得る源であると同時に自分たちの生活を束縛し制約する場でもあるアンビバレントな場」(Lupton 1996)であることが明らかになった。

母親を束縛する現代的な要因の1つとして社会が作る母親イメージが挙げられる。「女性が社会進出し公的な活動をする権利と自由を主張できるようになった現代でも女性を家庭に閉じ込めるイメージがまだまだ流通している」(池上2011)と言われるとおり、母親アイデンティティ形成の阻害要因は社会からのプレッシャーである。Cさんは「自分は母親として自信を持っていない」と述べる。社会から非常に大きいプレッシャーを感じるからである。

個人的には料理が手作りである必要はないし、母親から伝えられた料理メニューを娘にも伝えていかなければならないとは特に思っていない<sup>5)</sup>。しかし社会が押しつけてくる理想的な母親イメージによって「もっと手作り料理を作らなければいけない」「私は悪い母親だ」という引け目や負い目を感じさせられている。「食品のテレビCMも母親が料理を作るシーンではなく父親が作るシーンにすれば、働きながら子育てをしている母親のプレッシャーは軽減されるだろう」と述べるように、社会が押しつけてくる理想の母親イメージが変わればもっと自信を持るとCさんは思っている。

では、Cさんは社会が押しつける母親イメージを実践すれば母親アイデンティティを形成でき自分に自信も持てるのであろうか。Cさんは現代のイタリアの若い夫婦を取り巻く経済的環境下で社会が押しつける母親イメージを母親が実践することは不可能だと断言する。経済状況が厳しくなり夫婦は共働きをしなければいけなくなった。母親にとっては自分が家族だけに尽くすことは不可能となっているので、社会が押しつける母親イメージを受け入れられない。男性にとっても社会が押しつける母親イメージと現実すなわち自分自身の妻とのギャップが大きすぎると感じている。子育てをしながら働く若い夫婦にとって、社会が押しつける理想的な母親イメージは実現可能な範囲を超えてしまっているのである。

インタビューで60代主婦Yさんは、現代の若い夫婦は父親が育児に参加してくれるので母親は自己を犠牲にすることなく母親アイデンティティを形成できると考えていたが、男性は「育児参加をしたくない」とは言っていられない状況に置かれているのである。ヴェネチアでも男性が育児に参加して平日に子どもを学校に迎えに行ったり週末に他の夫婦と公園で立ち話をしている姿を見かけるが〔写真2と写真3〕、育児に参加したいからではなくそうせざるをえないからである。

### おわりに

本研究の全体的な目的は、イタリアの厳しい経済状況のもと多くの女性が外で働くようになったことで、子どもを持つ母親が日々の消費実

践を通じて母親としての自己アイデンティティをどのように形成しているのかを明らかにすることであった。40代主婦は自身の価値観、および社会から押しつけられる母親イメージとその実現を阻む厳しい経済状況との間にはさまれて葛藤しながら母親アイデンティティ形成のための消費行為を実践していた。

今後、社会が押しつけるイメージを認識しつつも相反する消費行為をせざるをえない30代40代主婦が「自身の消費行為の正統性をどのように他者に説明するのか(宇田川 2006)」, すなわちどのように自分自身を内的に納得させ、なおかつ他者に対して望ましい反応を得ているのかを記述することで、母親アイデンティティを形成していくプロセスを明らかにしていく。

### 【注】

- 1) 手作りの定義についてYさんはそれほど厳格ではない。トマトソースは昔ながらのイタリアのお母さんのように生のトマトを大量に買ってきて家族総出で作るといったことはしていない。スーパーマーケットで工業製品の瓶詰トマトソースを買うし、野菜も冷凍野菜を買うことが多い。魚も市場で買わず冷凍ものを購入している。
- 2) Yさんの父親は料理作りが好きだった。家事として料理していたのではなく、仕事から帰宅し気分転換するために料理を作っていた。
- 3) Yさん自身は自己犠牲という感覚を持っていなかった。たしかに自分のためにやってみたいことはたくさんあるし自分のための時間をもっと必要だとは思いますが、自分は外で働くことが好きだし、家事についても義務(duty)としてとらえていない。気を持ちようとしていやいやながらすると楽しみながらあるいは喜びとしてするのは結果が変わってくると思っているからである。
- 4) これから母親になる若い世代には別の問題があるとYさんは心配していた。Yさんの息子は若いころからさまざまな困難を乗り越えながら成長し成功した。他方、娘はスムーズな人生を送っている。両親と同居し、快適な部屋と料理(comfortable nest)がいつも彼女を待っている。フランスや日本に留学することができたし、今夏は10日間友人とスコットランドに旅行に行った。娘は自由(freedom)と快適(comfort)の両方を手に入れている。Yさんが若いころには自由はなかった。自由を手に入れるためには家を出て自立しな

写真2 育児に参加する父親1



2012年9月5日筆者撮影

写真3 育児に参加する父親2



2012年9月16日筆者撮影

ければならず、快適を手に入れるためにはさまざまな制約を強いられた。娘の将来に何か困難なことが起こったときそれを彼女が解決し克服できるかどうか心配であると述べていた。

- 5) Cさんは「イタリアではマンマが作った手料理を大家族で賑やかに食べる」というイメージはクリスマスなどの特別な機会ならいいだろうが、「食料品の買い物は女性がする」「皿洗いも女性がする」という固定観念にはひっかかる。自分の娘はまだ小さいけれど、こういった性差別を変えられるような大人になって欲しい」と述べていた。

#### 【参考文献】

- Arnould, Eric J. & Price, Linda L. (2006) "Market-Oriented Ethnography Revisited," *Journal of Advertising Research*, 46 (3), 251-262.
- Belk, Russell W. (1988) "Possessions and the Extended Self," *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.
- Belk, Russell W. (2010) "Sharing," *Journal of Consumer Research*, 36, 715-734.
- Belk Russell W., Wallendorf, M. and Sherry, J.F. (1989) "The Sacred and Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey," *Journal of Consumer Research*, 16, 1-38.
- Cappellini, Benedetta. & Parsons, Elizabeth. (forthcoming) "(Re) Enacting Motherhood," Russell Belk and Ayalla Ruvio (eds.), *Identity and Consumption*, Routledge.
- Coupland, Jennifer C. (2005) "Invisible Brands: An Ethnography of Households and the Brands in Their Kitchen Pantries," *Journal of Consumer Research*, 32 (1), 106-118.
- Grubb, Edward L. and Grathwohl, Harrison I. (1967) "Consumer Self-Concept, Symbolism, and Market Behavior: A Theoretical Approach," *Journal of Marketing*, 31, 22-17.
- Holbrook, Morris B. (1992) "Patterns, Personalities, and Complex Relationships in the Effects of Self on Mundane Everyday Consumption: There Are 495 of My Most and Least Favorite Things," *Advances in Consumer Research*, 19, 417-423.
- Hubert, Henri. & Mauss, Marcel. (1964) *Sacrifice: Its nature and Functions*. Chicago: University of Chicago Press. (小関藤一郎訳 (1993) 『供犠』法政大学出版局.)
- 池上俊一 (2011) 『パスタでたどるイタリア史』岩波書店。
- Kleine III, Robert E., Schultz Kleine, Susan. & Kernan, Jerome B. (1992) "Mundane Everyday Consumption and the Self: A Conceptual Orientation and Prospects for Consumer Research," *Advances in Consumer Research*, 19, 411-415.
- Kleine III, Robert E., Schultz Kleine, Susan. & Kernan, Jerome B. (1993) "Mundane Consumption and the Self: A Social-Identity Perspective," *Journal of Consumer Psychology*, 2 (3), 209-235.
- Lupton, Devorah. (1996) *Food, the Body and the Self*. London: Sage Publications. (無藤隆&佐藤恵理子訳 (1999) 『食べることの社会学：食・身体・自己』新曜社.)
- Miller, Daniel. (1998) *A Theory of Shopping*. New York: Cornell University Press.
- Moisio, Risto., Arnould, Eric J. and Price, Linda A. (2004) "Between Mothers and Markets," *Journal of Consumer Culture*, 4 (3), 361-394.
- Phillips, Catherine. (2003) "How Do Consumers Express Their Identity Through the Choice of Products that They Buy?," Working Paper Series, 17, School of Management, University of Bath.
- 高橋洋子 (2008) 「調理の教育的意義に関する考察：今日における「手作り」の意義」『現代社会文化研究』第42巻, 49-61.
- 永久ひさ子&柏木恵子 (2001) 「中年期の母親における“個人としての生き方”への態度」『発達研究』第16巻, 69-85.
- 宇田川妙子 (1992) 「“スバゲッティ”とイタリア：「食」に関する人類学的考察の試み」『国際関係学部紀要』第9巻, 43-59.
- 宇田川妙子 (2006) 「アイデンティティ概念の再構築の試み：イタリア人アイデンティティという事例とともに」『国立民族学博物館研究報告』30 (4), 455-492.
- 宇田川妙子 (2008) 「イタリアの食をめぐるいくつかの考察：イタリアの食の人類学的序説として」『国立民族学博物館研究報告』33 (1), 1-38.
- Valentine, Gill. (1999) "Eating in: Home, Consumption and Identity," *The Sociological Review*, 47 (3), 491-524.

## 付属資料1 インタビューリスト

## 【オープニング・クエスチョン】

1	あなたの好きな食べ物は何か。なぜ好きですか。 What are your favorite foods? Why?
2	あなたが日常的に召し上がっている食べ物は何か。それはなぜですか。 Which foods do you always eat? Why?
3	子どもさんの好きな食べ物は何か。 What are your children's favorite foods?
4	子どもさんの苦手な食べ物は何か。なぜ嫌いですか。 Are there any foods your children do not like? Why?

## 【日々の買い物 daily grocery shopping】

5	食材に関する情報をどこで入手していますか。 Where do you obtain information about foods?
6	食料品をいつもどこで買いますか。買い物の頻度は？ Where do you usually buy foods? How often do you do grocery shopping?
7	普段の買い物で、生鮮(肉・野菜)、日配(牛乳・卵)、冷凍食品、缶詰、瓶詰、できあいのものなどどういった食材を買いますか。 What do you buy for grocery shopping? For example do you buy fresh (meats, vegetables), daily (milk, egg), frozen foods, canned foods, bottled foods, ready-foods, semi-prepared foods?
8	地元生産者の商品かナショナルブランド製品のどちらを買いますか。なぜですか。 Do you buy locally manufactured products or National Brand foods? Why?
9	食料品を買うときに何に気をつけていますか。(価格、鮮度、有機など) What do you try to be careful when you do grocery shopping? (price, freshness, bio)
10	顔なじみになっている食料品店はありますか。店主や店員と何を話しますか。 Do you have any grocery stores or supermarkets you are known as a frequent client? What do you talk with the shop owner or seller?
11	どのようにして食料品の製造・加工工程を知りますか。 How do you get to know manufacturing process of foods?
12	リアルトの魚市場は観光客にとってどういう存在ですか。 What does Rialto fish market mean to tourists?
13	リアルトの魚市場はヴェネチア島住民にとってどういう存在ですか。 What does Rialto fish market mean to people who live in Venezia?
14	リアルトの魚市場の魚は美味しいですか。どうしてそう思いますか。 Do you think fishes at Rialto fish market are better quality? How can you know that?
15	リアルトの魚市場をどれくらいの頻度で利用しますか。 何を買いますか。店主と何か話をしますか。 How often do you shop at Rialto fish market? What do you buy there? Do you have any conversation with the shop owner?
16	サンテラズモ島、キオッジャ、ブラーノについてそれぞれ何か知っていますか。 あなたとの関わりはありますか。 Do you know anything about St.Erasmo, Chioggia, and Brano respectively? Do you have any relations with them?
17	スローフード運動について何か知っていますか。あなたとの関わりはありますか。 Do you know anything about Slow Food movement? Do you have relations with it?

【日々の調理 daily cooking】

18	料理は好きですか。料理は好きであるべきですか。なぜですか。 Do you like cooking? Do you think you should like cooking? Why?
19	朝食, 昼食, 夕食の調理に費やす時間をそれぞれ教えてください。 How much time do you spend for cooking breakfast, lunch and supper respectively?
20	料理はスピード料理がいいですか。時間をかけた方がいいですか。なぜですか。 Which do you prefer, express cooking or time-consuming cooking? Why?
21	料理をするときにどの材料をよく使いますか。 What do you frequently use when you cook?
22	台所にある <u>便利な調理器具</u> ・家電は何ですか。何を作的ために使いますか。 In your kitchen, which kitchen utensils are useful for cooking? For what do you use them?
23	あなたが <u>頻繁に使う</u> 調理器具・家電は何ですか。何を作的ために使いますか。 In your kitchen, which kitchen utensils do you frequently use for cooking?
24	あなたの調理で改善すべきことはありますか。 What do you think you need to improve about your cooking?
25	料理を手作りすることにはどういう意味がありますか。 What is a meaning of homemade food?

【メニュー menu】

26	イタリア料理というものは存在していますか。それは何ですか。5つ挙げてください。 Do you think that there are specific Italian foods? What are they? Tell me five examples.
27	ヴェネチアの地元料理というものは存在していますか。3つ挙げてください。 Do you think that there is local foods/menu in Venice? What is it? Tell me three examples.
28	ベネト州以外のイタリア国内の他の地域の料理に興味がありますか。なぜですか。 Are you interested in Italian recipes outside Veneto? Why?
29	外国料理を作りますか。どのようなメニューですか。5つ挙げてください。 Do you cook foreign menus? Which menu is it? Tell me five examples.
30	あなたがこれまで食べたもっとも美味しかった料理を3つ挙げてください。 自分で作った料理, 外食料理, 買ってきた料理などなんでも構いません。 Please tell the three most delicious meals you have ever had in your life. They can be either your cooking, restaurant menu or meal someone cooked.
31	外国人のわたくしにイタリアで食べてほしい料理を教えてください。3つ挙げてください。 Please tell me menu you think I should eat in Italy. Tell me three examples.
32	料理のつくり方・レシピをどのように調べますか。 How do you find cooking recipes?
33	テレビの料理番組を観ますか。どの番組ですか。なぜ観ますか。 Do you watch cooking programs on TV? Which one? Why do you watch it?
34	他人に自慢できるメニュー・料理は何ですか。なぜですか。 Do you have any boastful dishes or menu? Why can you say so?
35	あなたのお母様から教わったメニュー・料理はありますか。 Which menu did your mother teach you?
36	あなたの料理とあなたのお母さんの料理は何がどのように違いますか。 What are differences of your cooking and your mother's cooking?
37	ママ友が家で作っている料理に興味がありますか。ママ友と料理の話をしますか。 Are you interested in what other mothers at your child's school cook? Do you talk about cooking with other mothers?

## 【日々の食事】

38	朝ご飯にいつも何を食べますか。誰と食べますか。 What do you usually eat for breakfast? With whom do you eat?
39	昼ごはんはどこでどういったものを食べますか。誰と食べますか。 What and where do you eat for lunch? With whom do you eat?
40	夕飯はどこで何を食えることが多いですか。誰と食べますか。 What and where do you usually eat supper? With whom do you eat?
41	食卓に必ず並べる食べ物（調味料含む）は何ですか。それはなぜですか。 Which foods, including spices, do you put on dining table every day? Why?
42	あなたの家族の食習慣で改善すべきことはありますか。 What do you think you need to improve about eating habit of your family?
43	外食をしますか。誰とどういう機会に行きますか。外食で何を食いたいですか。 Do you dine out? With whom and what occasion do you go? What do you like to eat?
44	誰かを家に招待して、料理を振舞うことがありますか。 Do you invite someone home and cook for him/her?
45	誰かの家に招待されて、料理を振舞われることがありますか。 Are you invited to someone's home and treated meals?
46	誰かと食べ物について話すとき、どういった話題を話しますか。 最近の例を3つ教えてください。 When you talk about foods with someone, what is a specific topic? Please tell three recent examples.
47	家族は食事を一緒にとるべきだと思いますか。それはなぜですか。 Do you think family should eat together? Why?
48	あなたと誰かを結ぶ食べ物がありますか。誰とつながることができますか。 Are there any foods which connect you to someone? To whom the food connects you?
49	【イタリアではマンマが作った手料理を大家族で賑やかに食べる】というイメージについてどう思いますか。 What do you think of the image of [the Italian extended family members get together and eat meals mother cooks while cheerfully talking]?
50	食に関連する事柄を、お嬢さんに何をどういう風に教えていますか。 What and how do you teach issues about food (buy, cook, eat) to your daughter?

## 【家族】

51	あなたはどのような人ですか。 What do you answer when you are asked "Who are you?"
52	家族のコミュニケーションは大切ですか。なぜ大切ですか。 Do you think communication with family is important? Why?
53	あなたの中の「母親」「女性」「妻」の比率をパーセンテージで教えてください。 Please tell each percentage of 'mother', 'woman', 'wife' of you.
54	「理想的な母親」とはどういう母親ですか。あなたご自身はいかがですか。 What is your ideal mother like? How about yourself?
55	お嬢さんには将来どうい女性になってもらいたいですか。 What type of woman do you want your daughter become in the future?
56	どうい女性になりたいですか。具体的に何を実践されていますか。 Do you have any image of woman you like to become? Do you make any efforts?
57	あなたは自分に自信がありますか。なぜですか。どうすれば自信を持てますか。 Do you have self-confidence? Why? How can you obtain self-confidence?
58	「母親として自信を持つこと」と「料理」は関係がありますか。どう関係しますか。 Is there relationship between "Having self-confidence as mother" and "cooking"? How?
59	あなたの人生の目標を教えてください。 Please tell your goals/objectives of your life?