

食の営みの変化——オルタナティブな食とコミュニティの再生を求めて——

大根 絹代

1. はじめに

霊長類社会の研究者山際寿一は、人類の食生活の顕著な特徴を、わざわざ食物を仲間の元へもってきて食べることでであると指摘している。サルたちは、食物の所有を前提に食べ物を分け合うが、狩猟民族は様々なタブーをつくり、所有という意識を意図的に消去し分け合うという。山際は、サルたちが食物の取り方に互いの社会関係を反映させているのに対し、人類は食物を操作して社会関係をつくると考えている¹。動物行動学の知見は、食べるという行為が単なる個人の肉体的生存を保証するための行為なのではなく、個人と個人との相互行為を媒介するメディアであり、さらに、食べるという行為を通じ、食を育て調理するという行為を含めた「食」の営みから社会の営みへとつながるメディアとしての役割を担っていることを示唆している。

19世紀末のアメリカで協働家事を推進したメアリー・リヴィモアは、「男性のビジネス組織は家庭からきわめて多くの産業的な仕事を奪ってきたが、残りのものまでも奪おうと待ち構えている」と警告した²。120年を経て、デパートの地下食品売り場から高級レストランまでビジネスとしての食は溢れている。私たちはそれらの中から選択することで、好きな時に好きなものを好きなだけ好きな人と食べるという行為を楽しむことができる。しかし、それは貨幣というメディアによる顔の見えない相互行為であり、食べることは、食材を育て調理するといった食の営みから切り離され、市場原理に飲み込まれてしまう。

現在、女性の有職率の上昇、都市化に伴う個人化、さらに高齢社会の到来により、調理の外部依存は無視できない問題となっている。一方で、2005年には小泉政権下で食育基本法が制定された。その前文では、豊かな人間性をはぐくみ、生きる力をつけるための「食」の重要性が強調されている³。制定の背景には、健康増進による医療費削減や食料自給率の向上などきわめて政治的な意図

があったと考えられるが、「食育」という取り組みが多くの人に受け入れられたことは、食に対する安全だけでなく、いわゆる「孤食」といわれる家族ばらばらの子どもだけの食卓の一般化など「食」をめぐる諸問題への危機感が多くの人に共有されていることを示しているといえるだろう。それゆえ、食育においては家族のコミュニケーションの場としての「食」が重視され、ともすれば食生活をめぐる諸問題の起因を明らかにすることよりも、保護者の役割を強調することに終始しがちである。しかし、そもそも食事の時間が家族のコミュニケーションの場として認識された経緯と、戦後の民主的な家族像とは不可分の関係にある。後述するように、公団住宅に主導された戦後のダイニング・キッチンの普及は、女性を暗い北側のつらい台所仕事の担い手ではなく、アメリカのホームドラマに見られるような明るくおしゃれな専業ミセスへと変身させた。南側のダイニング・キッチンとは、家事の省力化や合理化による主婦労働の軽減こそが「家庭の民主化」のために必要であるという戦後の民主主義イデオロギーを具体的に体現する装置であった。そこには、合理性や機能性といった近代的理念が強く打ち出されており、現在の「食」の外部化、簡便化は、その理念の延長線上に浮上する必然とみることができるのである。

本稿では、「一家団らん」に象徴される私的空間である家族内部の「食」が、その成立当初から合理化や効率性を追求し、固有の地域性や世代継承から切り離された画一化、孤立化を内包するものであったことを明らかにしたうえで、「食」の営みが本来もつ他者とをつなぐメディアとしての機能に注目し、市場原理に対抗する場を形成する可能性について考察したい。

2. ダイニング・キッチンの誕生

終戦直後より、第二次大戦の敗因を「科学力の差」とする論調は広く認識されるようになっていたが、やがて婦人雑誌、新聞等において、アメリカとの生活様式の違いを科学という視点から点検し、科学技術を使いこなす教養ある女性を家庭の担い手とした民主的な家庭生活こそが新日本の建設には不可欠であるというスローガンが共有されるようになる。その中で、建築家たちの関心は、いかに、住宅の「封建性」を排除し、「民主性」を体現する小住宅を設計するかに集中した。建築雑誌等のコンペを通じ、家事労働の軽減を図り、女性の地位を向上させ、民主的な家族像を体現する住宅を設計し、社会を家庭という空間から変革していくための新しい間取りに対する共通意識が形成されていった。

一家団欒の場としての食事の場と台所という空間を一体化した家族のための間取りを持つ小住宅が求められたのである。

1955年、深刻な住宅不足の解消を目的に、日本住宅公団（現・住宅都市整備公団。以下公団とする）が設立された。公団は、入居者の想定対象を若い夫婦からなるサラリーマン家族に限定し、規格化された標準設計の間取りを採用することで、8ヶ月で23,000戸という住宅の大量発注に成功した。この際、採用されたプランが2DKの間取りであり、「ダイニング・キッチン」という言葉は、公団設計課によって「ダイニングルーム」と「キッチン」を組み合わせた「ダイニング・キッチン」という和製英語として考案された⁴。差別化を図るため公営住宅より1坪広くなったとはいえ、13坪という狭小な公団の間取りの中で、その1坪という余裕を、椅子式の食卓のあるダイニング・キッチンのスペースとして充てることは最優先事項と考えられた⁵。

このキッチンの設計に携わったのが女性建築家第一号の浜口ミホである。浜口の執筆した『日本住宅の封建制』は、当時の若い建築家の必読書であったという⁶。浜口夫妻と交流のあった北川恵子によれば、1941年に浜口ミホ自ら設計した15坪ほどの自邸の台所は、「ヴォーン・キューッヘ」を範としたものであった⁷。「ヴォーン・キューッヘ」とは、ドイツ語の居間（Wohnraum）と台所（Küche）の合体語で、第一次大戦後のドイツに生まれた食堂と居間を兼ねた室の一部を台所とした住形式である。ドイツでは、第一次大戦の敗北による貧困対策と産業復興を目的としたフランクフルト都市計画が構想された。貧民を対象としたジードルング（公営集合住宅）には、経済的な負担に耐えうる低家賃の、小さくても健全で住み心地が良い「生活最小限住居」が求められた。ジョン・ヘスケットは、この「生活最小限住居」を目指す合理化運動においては、クリスティーヌ・フレデリックの『新しい家事管理』が「バイブル」だったと指摘している⁸。ジードルングのために提案された4つの台所のうちの一つを、浜口は「ヴォーン・キューッヘ」として自宅の設計に採用したのであった。

『新しい家事管理』の著者クリスティーヌ・フレデリックは、20世紀初頭のアメリカでフレデリック・テイラーによって唱導された「科学的管理法」を家事の分野に導入した女性である。周知のように、工業生産の能率向上とコスト削減を目指し、労働者の作業工程と時間の計測を行い、従業員一人一労働日あたりの標準作業量を「科学的に」決定する「科学的管理法」は、フォード社のT型モデルの規格化と大量生産を可能とした。C. フレデリックは、フォード社

で行われた作業の分節化と同様に、台所での作業を徹底して計測分析し、分節化し、再構成することで家事の合理化、組織化、標準化を目指し、主婦を「家庭のエンジニア」と位置づけた。浜口自身も、公団キッチンの配列を決定する際、手順を計測し、数値化し、比較する実験を行っている。

ところで、ジードルングでは、実際にはキッチンダイニングから独立した空間装置とする案が採用されているが、それは、まるで、主婦を壁で囲われたキッチンという装置の中で働く「家庭のエンジニア」として家事労働の空間に閉じ込めるものであった。これに対し、浜口の自邸の「ヴォーン・キューヘ」は、居間空間にキッチンを配置したものとなっている。それは、浜口が、従来の都市住宅の台所を「召使の場所」「封建遺制」と考え、それを「正しく導くことは建築にたずさわる者の義務」と考えていたからに他ならない⁹。規格化、標準化された台所が南側にオープンなスペースとして設けられた公団のダイニング・キッチンとは、民主的な夫婦関係のための女性の地位の向上と量産化という浜口らの二大目標を空間構成と標準化によって実現した間取りだったのである。

しかし、公団自身、「公団の割り切り方は『非情』とさえいえただであろう。それは要するに一般的な水準が低いときにそれを超えて進もうとする場合、広範な大衆の使用にはともかくも応え得る『必要にして十分な』最小限度を押さええて、それを実用化してゆくという態度であり・・・」¹⁰と振り返っているように、大量生産を前提とし、規格化標準化された台所は、実際は多様な方法でなされていた調理を切り捨てることであった。それは、多様な身体行為を設備に合わせるということである。

いつの時代の台所にも、使い勝手よくという意識はあった。しかし、それはあくまでも、その「イエ」の規範や慣習に従って女から女へと世代継承されていくきわめて生活文化的な行為であったはずである。そこには、地域の産物や気候といった特色に応じた多様な台所があった。「イエ」にまつわる人を養う経済があった。それゆえ、一家の主婦であることは、それらを采配し、そこに自らの個性を加えていく一過程であり、主婦権を譲ることは「へらわたし」という象徴性を必要としたのだと考えられる。もちろん、台所の合理化とは、誰でも、男でも女でも、使うことのできる標準装置とすることであり、女性を解放する可能性を持っている。浜口自身の意図はそこにあったといえるだろう。しかし、公団住宅の南側の台所に立つ主婦が民主的な家族の象徴となった時、女

性は「イエの主婦」から「専業ミセス」となり、上の世代からの文化継承や地域の営みから孤立することにもなったのである。そして、合理性を重視したダイニング・キッチンの誕生は、効率の名のもとに市場原理を容易に受容するという価値観の変容をもたらしたのである。

3. 「調理をすること」と「食事をする事」

団塊世代の結婚、出産時期にあたる1970年代は、もともと専業主婦化、核家族化が進んだ時期であるといわれている。

1960年代、公団住宅が「あこがれの団地族」といわれた頃には、「小さなスペースに閉じ込められて格闘を強いられる感じです。おくどさん（かまどのこと）のある・・・半田の家の広々とした土間の台所がつくづく懐かしくなりました」¹¹という不満や、「団地住戸のベランダにズラリと沢庵漬け用の大根が秋の陽を浴びている風景」¹²など、公団のDKというハード面にはおさまらない調理行為や調理への思いがあった。しかし、1970年代にはそれらは郊外住宅のシステム・キッチンと外食産業へと回収されていくのである。

1970年代の郊外住宅化とは、賃貸住宅から住宅の私的所有への転換期であり、これまで住宅モデルを先導してきた公社公団に代わり、民間マンションや分譲住宅企業等が、より多く売れる「商品」をモデルとして提案していくことを意味した。商品住宅は、個人のライフスタイルと家族の団欒をテーマに、ドアで閉じられる個室群とダイニングや台所との一体感を考慮したリビングからなるnLDK住居としてモデル化され、家族の形を一元化していった。さらに、個室のドアがプライバシーを重視するものであると同様に、一戸建てであれば垣根や塀を巡らせ、集合住宅であれば鉄のドアや防音壁などを売り物に、住居そのものも家族のプライバシーへの要求を配慮したつくりとなっており、外部への閉鎖性を強調している。一方、画一化されたプランとは対照的に、住宅メーカーはシステム・キッチンの導入や多様な外観によって他社との差異を打ち出し、個人のライフスタイルを重視するニューファミリーを魅了した¹³。

1968年には、冷凍室が独立した2ドア式冷蔵庫が発売された。1970年には、味の素が冷凍食品生産会社「味の素レストラン食品」を設立するなど、冷凍食品の家庭への普及率も上昇した。岩村暢子は、食に関する詳細な対面調査の結果から、1960年代後半から70年代にかけて、インスタント食品、料理の「素」や「ルー」などが次々に発売され、「作り方も知らなかった料理が『素』がある

から作れるようになった」当時の若い主婦を「昔ながらの料理を否定し、新しい料理を次々と取り込むとともに、調理の簡便化も推し進めた、史上類を見ない革新的な人々だった」と指摘している⁴。

1966年からコールドチェーン化を推し進めた科学技術庁（現・文部科学省）による翌年の『科学技術白書』は、「食生活の合理化やその調理面の合理化は関連科学の進展により一層急速に進みつつある」という認識を示したうえで、これは四季の変化にかかわらず、さまざまな材料を提供し、「国民の食卓をより豊かにする」と同時に、「価格変動を抑え」、「主婦の家事労働の省力」に役立っていると高く評価している⁵。このように、戦後の「家事の合理化」への志向は技術によって後押しされ、継承される知識や経験としての調理から、どの消費財を購入するかを選択し、いかに「手間暇かけず」合理化するかという延長線上に浮上するものとなったのである。1975年、性別役割分業を固定するものとして女性団体から非難を浴び放送自粛となった即席めんのコマーシャルは「ワタシつくる人、ボク食べる人」というコピーであったが、このころすでに、お湯を注ぐだけという行為さえも調理の範疇になったといえることができるのかもしれない。

このように、調理の合理化が進められる一方、食べる営みはどのように変化したのだろうか。石毛直道は、聞き取り調査の結果から、1971年を「チャブ台ライフ」から「テーブル・ライフ」への転換点と位置づけている。「テーブル・ライフ」時代の到来によって、会話の中心が子どもと母親になり、テレビを見ながら食事をする、豊かな副食を大皿で提供することなどとともに、「食事中のおしゃべりは解禁され」た。「食事のときは、家族そろって、だんらんするとの認識が一般化した」と指摘している⁶。

1970年は、外食産業元年と言われる。前年の第二次資本自由化政策により、外国資本の参入と技術提携が認められた。これを機に、マクドナルド、ケンタッキー・フライド・チキン（以下 KFT）等アメリカ資本のファスト・フードの対日進出が進められた。KFTは、日本万国博覧会のアメリカ館に試験的に出店し、一日平均160万円という驚異的な売り上げを達成し、三菱商事との日米合弁会社を設立した。一方、マクドナルドは、翌71年、銀座に一号店をオープンし、5年後には100号店、10年後には300号店を開店した。

当時、米国におけるマクドナルドは2000店を超える急成長のファスト・フードチェーンであった。当時は、米国においてもサービス・マーケティングは確

立していなかった。しかし、「米国マクドナルドはサービス・マーケティングのパイオニアとして、早くからそのノウハウを蓄積してきた。それらの情報をできる限り収集し、手探りで新しい日本のマーケティングシステムをゼロから作り上げていく以外に方法はなかった」と当時の日本マクドナルドのマーケティング部長佐藤昂はいう¹⁷。その戦略とは、ブランド戦略と、キッズ・マーケティングであった。キッズ・マーケティングとは、「マクドナルドは楽しい場所 (Fun Place to Go)」をキーワードに、早い時期にマクドナルドに親しむことで、将来の優良顧客として子どもを位置づけ、子ども自身を対象とした広告を展開する戦略であり、米国の方法を踏襲している。一方、ブランド戦略は、米国のマクドナルドが郊外住宅をターゲットとしたのに対し、「外資の高級イメージ」という日本独自の付加価値をつけることで三越、大丸、伊勢丹などデパートの百貨店を中心に展開した¹⁸。前述の岩村の聞き取りにも、「子供が小さかった頃 (70年代前半) は、子供と私だけで昼間マクドナルドや不二家に行くことが私の『息抜き』になっていました」という述懐がある¹⁹。

地域の営みから孤立した住宅の中で、食の営みは、合理的な消費活動としての調理する行為と、娯楽の場 (Fun Place to Go) である消費活動としての食べる行為という二つのフェーズに分断されてしまったのである。それだけでなく、家事労働の簡略化によってもたらされた時間は、それらの消費活動をまかなうための主婦の就労に充てられた。その多くは、低賃金のパートタイマーのサービス業であり、企業の論理によって私的生活そのものが切り崩されていったのである²⁰。

4. 生活者として社会に関わりたい

「手を伸ばすと、そこに新しいぼくたちがいた」。これは、1975年の西武百貨店池袋店の9月改装完成時のキャンペーン広告である。当時のセゾングループ代表辻井喬は、「そのころの私の考え方として、消費者として自立することは、社会を構成する人間として自立することにつながる、そういう思想があったことは事実ですね。」と回想している。辻井は、団塊世代の成熟マーケットをターゲットに、核家族化が進むニューファミリー像を積極的に打ち出し、「自立した消費者たれ」というメッセージを送ったと語っている²¹。

生活クラブ生活協同組合 (以下、生活クラブ) 東京理事長折戸進彦の「自分たちの生活を主体的に創造する活動でありたい」という言葉は、辻井の「自立

した消費者たれ」というメッセージとよく似ている²²。生活クラブは、1965年、「新しい社会運動」を目指し、東京世田谷で、折戸進彦、岩根邦雄を始めとする青年活動家が家庭の主婦に働きかけ、牛乳の集団飲用活動を媒介としてスタートした。2年後には、賛同する会員が800人に達し、生活クラブ生活協同組合が設立された。生活クラブは、生産者の顔が見える安全な食を共同購入するために、近隣関係を基礎として組織された班を共同購入の基礎的単位とする。班における活動は、主に専業主婦層の無償労働で支えられてきた。店舗やカタログ注文を展開する他の生活協同組合と異なり、生活クラブが班活動にこだわるのは、班活動を「何かいいものがあるから（と生活クラブに）入ってくる人を、いいものをつくるために協働する人に変えていく、そうした相互の教育活動を組合員の中で緊張を保ちながらやっていく」ための場と考えていたからである²³。佐藤慶幸は、生活クラブが班活動を通して多くの主婦を結集してきた理由を「現代産業社会が生み出してきた生活・生命にとっての危機的位相を消費材を媒介にして主題化できたからである。そしてなによりも、主婦たちが自己表現する機会を与えてきたからである」という²⁴。それは、生産者と購入者との交流から生まれた強い信頼関係のもとで、「消費材」の購入を通して、その背後にある社会に目を向け、さらに他者へと目を向けることである。辻井のメッセージが、いわば貨幣を媒介として選択する消費者の行為を能動的と位置づけているとすれば、生活クラブのメッセージは、「消費材」を媒介として社会や他者と関わる能動性を指しているといえるだろう²⁵。

しかし、前述のように、1970年代半ば以降、多くの主婦はサービス産業部門の低賃金パートタイマーとして社会への再参入を進めてきた。そのような潮流の中で、生活クラブの運動は、「専業主婦」といわれる30代40代の女性のヴォランティアな無償労働を中心とし、産業社会の発展を支えてきた性別役割分業システムを前提にして行われてきたという側面があり、フェミニズムの視点から多くの批判を受けてきた。男性中心の産業社会を批判しながら、「男に依存している」という批判にさらされたのである。生活クラブ生協は、このような内部に抱える矛盾に、私的世界に軸足を置く女の立場から「もうひとつの働き方」を提供するものとして、ワーカーズ・コレクティブ（以下 W.Co）を発足した。1982年のことである。W.Coとは、雇う・雇われるという垂直の関係ではなく、参加者全員が出資者であり、労働者で、経営者という水平の関係による働く場づくりを進めていくものであり、女性だけでなく、ハンディキャップを持った

人々や高齢者など周辺に追いやられた人々誰もが参加者となり、協同で自主管理していこうという労働者協同組合である。それは、「ボランティアに基づきながらも、持続可能な相互に対等な関係を維持するための協同化であり、貨幣はそのような関係を維持するための潤滑メディア」として位置付けられたのである²⁶。W.Co 第 1 号「にんじん」は、生活クラブ神奈川の業務委託を受ける形で、デポー（ミニ店舗）の経営をスタートさせた。その後、全国へと波及し、仕出し弁当、保育、助けあいサービスの提供など幅広い職種に乗り出している。これは、顔の見える消費材やサービスを「使う」という立場に立って「つくる」という発展であり、「使う」人が「つくる」人でもあるという交換可能性は、生活者の論理による自治領域を広げていくことを意味する。生活クラブは、89 年度「ライト・ライブリフッド賞（人類生存のための貢献賞）」を受賞している²⁷。

W.Co 設立から 16 年後の 1998 年、民間非営利組織を支援するために特定非営利活動促進法（通称 NPO 法）が施行され、2009 年現在、認証法人数は 3 万 7 千を数える。これは、生活クラブ等の自主的な活動を通して、地域社会にとって必要なものを考える力を培い、営利活動よりも生活者として、自発的、自立的に、同じ志を持つ人々と協働しようという市民が育ちつつあることを示しているのではないだろうか。

筆者は、なかでも、民間非営利活動団体の共有財産として商標登録された「コミュニティ・レストラン」の活動が、「安全な食」を核として地域社会に開かれた場をつくるという目的を持つだけでなく、働く場や機会の見つけにくい社会的弱者を参加対象として自立支援を目指すプロジェクトである点に注目している。

NPO 研修・情報センター代表理事の世古一穂によれば、コミュニティ・レストランとは、食を核とした、地域の需要を地域で担う循環型社会のひとつのライフスタイルをつくる NPO 事業モデルである。①地産地消を進めます、②健康づくりを応援します、③地域の食卓、地域の居間を目指します、④誰でも安心して利用できます、⑤循環型社会づくりを目指します、の 5 つの実践のうち、ひとつ以上を行っているものをコミュニティ・レストランと呼ぶ²⁸。つまり、レストラン経営においてどこに重点を置くかは、中心となる人々の問題意識や地域の課題により異なるので、「楽しく働き、おいしく食べる、くつろぎの場」を作り出すという目的を共有しながらも多様な形態によって展開される。たとえば、地域の女性の働く場づくりを中心に据えたコミュニティ・レストランや、障害

者、高齢者などの社会就労の場づくりを目指すもの、不登校児の自立支援とたまり場づくり、市街地活性化の拠点づくりなど地域に根差した具体的なテーマを掲げ運営されている。もっとも、同様のテーマを掲げながらも、多くのNPO法人は、講演会を主体とした活動や、リサイクル運動を主体とした活動、デイサービスを主体とした活動などそれぞれのテーマに特化し、コミュニティ・レストランの形態をとっていない。その中で、コミュニティ・レストランが、民間非営利活動として「食」を核とすることの意味とは何であろうか。

「PIKOPOKO」代表宮村貴幸は、「食事を媒体にした気安さが、多くの人をひきつける魅力」であるという²⁹。それは、「気安さ」が生み出す「地域のお茶の間」の顔の見える「おしゃべり」を通して、「今、ここ」で何が必要とされているかを「やりながら考える」（同）場がつくられるということである。さらに、「埋もれている料理自慢の料理を発掘し、世代間で伝わらなくなってきた料理をレシピに残して次の世代に伝えたい」（「浅むし食堂」事務局長）という思いや、「バングラディッシュ出身の英語講師がつくるカレー」（「てまえみそ」管理人）など、食文化の継承の場として、また異文化交流の場として、多様な人々の参加を可能とする。それはまた、「自助やデイサービスを提供するだけの一方的な関係としての顧客ではなく、積極的に参加し、メニューの提供やボランティアとして応援してもらい、関わることで社会参加を促進する方向で考えた」（「浅むし食堂」事務局長）というように、提供する側とされる側の関係ではなく、ある時は食事をつくる側に、ある時は食べる側に、さらに食材を提供する側にと流動的で平等な関係性の中で関わることを意味する。そして、何より、常にそこにあることによって、参加者それぞれが持つネットワークの結節点として機能し、情報発信の物理的な場となるのである。たとえば、2001年に四日市で開業した「こらぼ屋」代表の海山裕之は、「一人のオーナーシェフが毎日シェフをやるよりも、たくさんの人が入れ替わり立ち替わりシェフとなって、自分の得意の料理を提供する方が多様な人たちを巻き込んでいくことができる」という考えからワンデイシェフ・システムを導入している。誰でも会員となりシェフを体験できるシステム作りによって（高校生から70代までがシェフを経験）、参加へのハードルを低くし、体験によって理念に共感、共有する人をふやすことが狙いである。同システムのノウハウを導入する加盟店によるネットワークづくりも積極的に行われ、現在（2009年）13都道府県22店舗がそれぞれの地域でワンデイシェフ・システムを導入し、情報の共有、相互支援が行われてい

る。それは、フランチャイズのような親会社と子会社の固定的で垂直的な関係ではなく、水平で対等的な関係である。また、ワンデИАーティストやワンデイティーチャーなど、さまざまな能力や特技を持った人材の登録を行うことで、音楽ライブやセミナーなどとのコラボレーションによるランチの提供も行っている。このような海山の構想モデルの目的は、コミュニティ・レストランだけでなく、そこに集う個々人をネットワークの結節点とし、彼らの持つ生活者として培ってきたネットワークを取り込み、開かれた関係性を築くことにあるといえるだろう。

以上のような相互作用を通して、コミュニティ・レストランは、たとえば、安全な食をレストランで提供するだけでなく、食材をまかなう畑の経営や、高齢者の要望にこたえる食事の宅配、さらにそこから家事支援サービスや育児支援へと発展するなど地域コミュニティの核となるだけでなく、雇用創出の場ともなりつつある。しかし、コミュニティ・レストランは、営利を主たる目的としないことや、地域の核となればなるほど対処せねばならない課題が増えることなど、目標の達成度合いを検討するという一般的な評価になじみにくい。それは常に現在進行形の活動である。それゆえ、地域の人々が受益者としてだけでなく、参加し、理念を共有する主体であることが求められる。そのためにも、敷居の低いレストランという場の提供は重要な意味を持つのである。

5. おわりに

トクヴィルは、1830年代のニューイングランドでの観察を通じ、アメリカの民主主義の源泉は、多様なクラブなどのアソシエーションに属し、社交し、共通の願望を成し遂げる独立した市民にあると考えた。「すべての市民はひとりびひとり独立しており、そして一人では弱いのである。・・・すべての市民は自由に助けあうことを学ばなければ、すべて無力に陥ってしまう」とトクヴィルはいう³⁰。パットナムは、それらのアソシエーションから生じる「善意」、「友情」、「共感」、「互酬性」、「信頼性」などを「社会関係資本」と呼び、1960年代に盛んだったアメリカの市民活動は「社会関係資本」を増大させたが、1980年代半ば以降、団体への新規加入者の急減、メンバーの高齢化などで社会的活動への参加を著しく減少させ、その結果、コミュニティの結束力が弱まり、「社会関係資本」の蓄積が減少し、民主主義が衰退していると警告している³¹。

翻って日本においては、戦後の政策課題は公共投資による社会資本の充実に

重点が置かれ、経済活動の基盤である生活基盤投資のひとつとして公団住宅が設立され、また郊外型のニュータウンが建設された。職住の分離した郊外住宅地で規範化された「男は仕事、女は家事」という性別役割分業は、日本の高度成長の原動力となり、女は、家族という私的領域の担当者となった。それは、血縁や地域といった従来の「強い紐帯」を失うことを意味した。しかし、やがて、女たちの中に、専業主婦として、「子どものため」「家族のため」など孤立した家族の私的関心としての「食」を入り口に、社会の在り方へと目を向ける人々が誕生した。なぜなら、安全安心な食への関心を持つということは、その背後にある環境、農業政策、さらに雇用の在り方や福祉など社会の在り方すべてと関わりあい、考えざるを得ないからである。それは、いわば、社会的に孤立した存在であることを逆手に取って、「食」を媒介に共有する価値観を養い、自らを豊かにする「社会関係資本」を蓄積してきたのだといえるだろう。

コミュニティ・レストランは、このような個人が持つ「社会関係資本」を元手に、「食」を核としたネットワークの結節点として作用する。それは、従来の上から下への縦型のピラミッド型の構造ではない。水平的で柔軟なネットワークによる開かれた関係性の場であり、その多元的なネットワークを通じて新たな価値観がフィードバックされる場である²⁾。それは、固有の地域性とヴォランティアなアソシエーションを前提とし、営利セクターの合理的利潤追求論理や政府セクターの公的な権力から独立した市民セクターの場と位置づけることができる。市場原理によって調理することと食べることに分解された食の営みを、協働という視点から問い直すコミュニティ・レストランの試みは、「食」を媒介とした個人と個人との相互行為の場を創出し、個人が生活者として連帯し、自らコントロールできる領域を拡大する試みといえるのではないだろうか。

注

- 1 山際寿一、『暴力はどこからきたか 人間性の起源を探る』日本放送出版協会、2007年、214頁
- 2 ドロレス・ハイデン『家事大革命 アメリカの住宅、近隣都市におけるフェミニスト・デザインの歴史』、勁草書房、1985、410頁
- 3 2005年第162回国会にて成立。同年7月15日施行。
- 4 『日本住宅公団10年史』、日本住宅公団編、日本住宅公団、1965
- 5 公団住宅では、テーブルが高価であることを配慮し、生活様式を主導するために、1957年まで、つくり付けのテーブルが配された。この2年で、椅子式は定着し

たとえられる。

- 6 北川圭子、『ダイニング・キッチンはどうして誕生した——女性建築家第一号 浜口ミホが目指したもの——』、技法堂出版、2002、165 頁
- 7 北川圭子、前掲書、168 頁～174 頁
- 8 ジョン・ヘスケット『インダストリアル・デザインの歴史』、晶文社、1985、108 頁
- 9 浜口ミホ、『日本住宅の封建制』、相模書房、1949、33～46 頁
- 10 前掲『日本住宅公団 10 年史』
- 11 津端修一、津端英子、『高蔵寺ニュータウン夫婦物語——花子さんへ、「二人からの手紙」』、ミネルヴァ書房、1997、8 頁
- 12 山口昌伴、『台所空間学〈摘録版〉』、建築資料研究社、2000、205 頁
- 13 1971 年に、井上工業（現クリナップ）は、ドイツのビルトイン・キッチンを導入し、システム・キッチンと命名した。国産第一号は 73 年に売り出されている。
- 14 調査は 2004 年 3 月から 6 月にかけて行われた。調査対象は、昭和 2 年から昭和 25 年生まれ、平均年齢 64.5 歳の女性である。岩村暢子、『〈現代家族〉の誕生 幻想系家族論の死』、勁草書房、2005、111 頁
- 15 『科学技術白書』昭和 42 年版、科学技術庁、1967、
http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpaa196701/index.html
- 16 石毛直道、『食卓文明論——チャブ台はどこへ消えた？』、中央公論新社、2005、208～218 頁
- 17 佐藤昂、『いつからファーストフードを食べてきたか』、日経 BP 出版センター、2003、13 頁
- 18 日本経済新聞社編、『日本の外食産業』、日本経済新聞社、1974、45 頁
- 19 岩村暢子、前掲書、129 頁
- 20 「男女行動参画白書」によれば、1980 年以降、共働き世帯は年々増加し、1992 年には初めて共働き世帯が専業主婦世帯を上回った。
- 21 辻井喬、上野千鶴子、『ポスト消費社会のゆくえ』、文芸春秋、2008、90～93 頁
- 22 佐藤慶幸、『女性たちの生活ネットワーク——生活クラブに集う人びと——』、文眞堂、1988、44 頁
- 23 小田切誠、『ドキュメント生協』、社会思想社、1992、167 頁
- 24 生活クラブでは、商品という言葉は使わず、独自の造語である「消費材」を使用する。佐藤慶幸、『女性と協同組合の社会学——生活クラブからのメッセージ——』文眞堂、1996、22 頁
- 25 筆者は、生活クラブの石鹸を使用した経験がある。家族の安全という私的動機から始めたが、それを使用するうちに、合成洗剤の使用と環境への負荷という視点が生まれ、社会への関心へと広がっていった。
- 26 佐藤慶幸 注 23 前掲書、93 頁
- 27 「ライト・ライブリフッド賞」は、1980 年スウェーデンで創設された。環境保護、貧困、人権問題などへの対処に対し貢献した人物、団体を表彰する。第二のノーベル賞といわれている。<http://www.rightlivelihood.org/>

- 28 世古一穂、『コミュニティ・レストラン』、日本評論社、2007、6頁
- 29 以下、事務局長、代表の言葉は世古一穂著前掲書より抜粋。「こらぼ屋」については2009年7月の筆者によるインタビューをもとにした（2009年7月）。
- 30 アレクシス・トクヴィル、『アメリカの民主政治（下）』、講談社、1987、202頁
- 31 「社会関係資本」については、ロバート・D・パットナム、『孤独なボウリング——米国コミュニティの崩壊と再生』、柏書房、2006に詳しい。
- 32 マーク・グラノヴェダーは、お互いが非常によく知っている「強い紐帯」が同一情報を共有することが多いのに対し、緩やかな繋がり「弱い紐帯」の人からのほうが新しい情報をもたらされる可能性が高いことを発見し、「弱い紐帯の強さ」の重要性を明らかにした。「弱い紐帯の強さ」野沢慎二編、『リーディングス ネットワーク論——家族・コミュニティ・社会関係資本』、勁草書房、2006に詳しい。