HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	地域のカフェにおける交流の実態と今後の役割 : 北海道余市郡余市町を事例として
Author(s)	武山, 灯
Citation	北海道大学. 修士(文学)
Issue Date	2021-03-25
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/80593
Type	theses (master)
File Information	2020Takeyama.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

令和 2 年度修士論文

地域のカフェにおける交流の実態と今後の役割

－北海道余市郡余市町を事例として－

文学院　人間科学専攻

指導教員：宮内　泰介

学生番号：13193093

氏名：武山　灯

目次

1. はじめに 3
1.1. 研究の背景と目的 3
1.2. 先行研究 5
1.2.1. コミュニティカフェの研究 5
1.2.2. 従来のカフェの研究 6
1.3. 本研究の意義 7
1.4. 本研究における「カフェ」の定義 7
2. 調査概要 8
2.1. 研究対象 8
2.1.1. 余市町の概要 8
2.1.2. 調査対象の概要 9
2.2. 研究方法 9
2.2.1. 聞き取り調査 9
2.2.2. 観察調査 10
3. 各調査対象カフェの経緯と概観 12
3.1. カフェ A 12
3.2. カフェ B 14
3.3. カフェ C 16
3.4. カフェ D 18
3.5. カフェ E 20
3.6. カフェ F 21
3.7. 小括 23
4. 余市町の地域のカフェに見られる特徴 25
4.1. 地元の食材を使う 25
4.2. 多様な生産者・製造者との緊密な関係 27
4.3. 地域のカフェの居場所づくり 30
4.4. 地域から離れられる場所 33
4.5. 小括 34
5. 地域のカフェにおける多様な交流 36
5.1. 来店者と来店者 36
5.2. 店主と来店者 38
5.2.1. 店主と常連客 38
5.2.2. おすそ分けのやり取り 41
5.2.3. 安心できる場所 41

5.3. カフェで活動してカフェを支える 42
5.4. 店主の接客 43
5.5. 小括 44
6. 新型コロナと地域のカフェ 46
6.1. 新型コロナの概要 46
6.2. 地域のカフェへの影響 47
6.3. なぜ地域のカフェを訪れるのか 50
6.4. 小括 52
7. 地域のカフェの今後 53
7.1. 地域の産業・経済・食を支える可能性 53
7.2. 地域の人びとに場所を提供する 53
7.3. 逃げ込める場所 54
7.4. 新型コロナの蔓延とオンライン化が進む中でのカフェ 55
8. 結論 56

1. はじめに

1.1. 研究の背景と目的

現在の日本は高度経済成長を経て人々の暮らしが豊かになると同時に、少子高齢化や核家族化、都市への一極集中など早急に対処しなくてはならない問題を抱えている。さらに、これらの社会問題は地域のつながりや人間関係の希薄化を引き起こしており、地域コミュニティに大きな影響を及ぼしている。

図 1 は OECD 加盟国への社会調査の結果である。グラフを見てみると、家族以外の人と交流がない人の割合は、日本が OECD 加盟国 20 か国の中で最も高い。世界的に見ても日本は社会的に孤立している人が多いことがわかる。

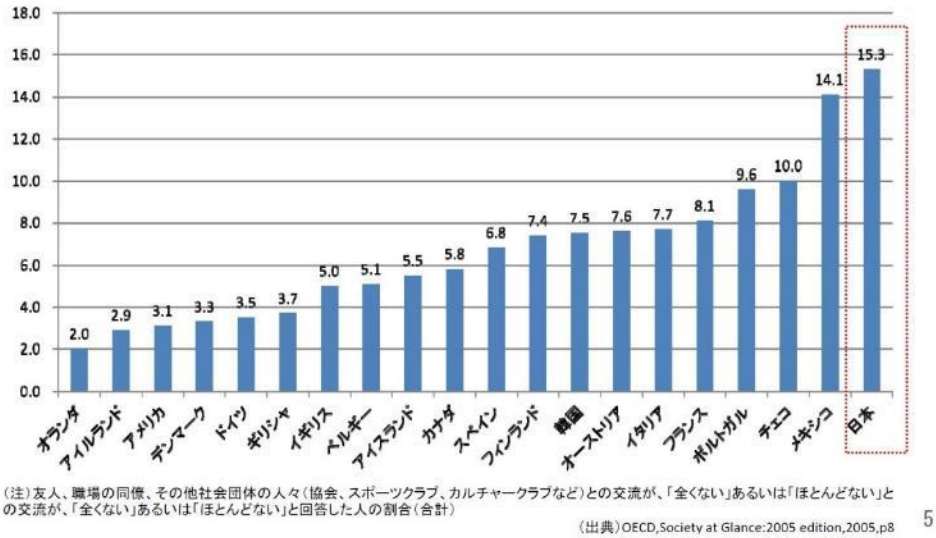

図 1 「家族以外の人」と交流のない人の割合

出典）厚生労働省，生活困窮者・孤立者の現状（PDF）より

また、2004 年の内閣府「安全・安心に関する特別世論調査[1]」の中では、一般的な人間関係について、「難しくなったと感じる」と回答した人が 63.9%いることが明らかとなっており、その原因として最も多くあげられたのが「人びとのモラルの低下（55.6%）」、その次に「地域のつながりの希薄化（54.3%）」となっている（図 2 参照）。

以上から、日本における人間関係の問題は、地域のつながりの希薄化が要因の 1 つであることがわかる。人とのつながりの希薄化は、若者から高齢者まで世代に関係なく見られ、その背景も個人によって異なっているため一概にはいえないが、地域のつながりの希薄化は大きな要因の 1 つであると考えられる。

[1] 調査期間は 2004 年 6 月 10 日～6 月 20 日、全国 20 歳以上の者 3000 人を対象に実施。

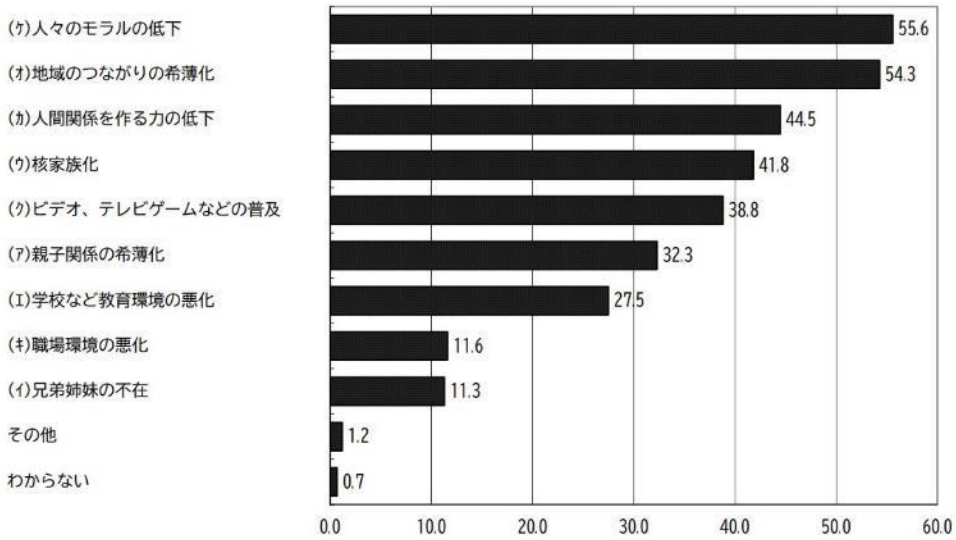

図 2　人間関係が難しくなった原因

出典）内閣府政府広報室,「安全・安心に関する特別世論調査」の概要，P3

さらに、地域のつながりの希薄化の要因の 1 つとして、人と交流できる場所の減少があげられる。地域では社会環境や生活環境の変化とともに、町内会などの既存の地域コミュニティが縮小し、地域の人びとで集まる機会が減少した。また、大型スーパーマーケットや商業施設が急増したことで、人びとの交流の場ともなる従来の地域の店の経営は厳しい状況となっている。このような地域コミュニティの衰退によって、人びとがつながり、交流することができる場所が減少している。

そんな中、既存の地域コミュニティに代わる新たなコミュニティの構築を目指す動きがある。その 1 つとして、コミュニティカフェがあげられる。コミュニティカフェについては明確な定義づけがされていないが、2011 年にコミュニティカフェの運営とスタッフのアプローチについて調査を行った倉持は、コミュニティカフェの定義づけの際、「飲食を共にすること」、「1 人あるいは自分たち（仲間）のみで飲食をする場所ではないこと」、「誰でも、いつでも、気軽に立ち寄れること」の 3 点に注目している。最終的に倉持（2014）は、コミュニティカフェを「飲食を共にすることを基本に、誰もがいつでも気軽に立ち寄り、自由に過ごすことができる場所」と定義している。

一方で、コミュニティカフェのような新たなコミュニティができる前から、従来のカフェなどの「インフォーマルな公共の集いの場」においてはコミュニティが形成されていたという研究蓄積もある。オルデンバーグはカフェなどの「インフォーマルな公共の集いの場」を、第 1 の家、第 2 の職場に続く「第 3 の場所（サードプレイス）」と呼び、地域の中であらゆる人を受け入れ、人びとの交流がある場所と述べている。

このようにコミュニティのあり方が模索される中、コミュニティカフェに関する研究やサードプレイスの概念からみたコミュニティカフェおよび従来のカフェに関する研究が増

えてきている。しかし、その多くは都心部や郊外のカフェを取り上げたものであり、特に少子高齢化や過疎化などが大きな問題となっている中山間地域[2]のカフェに焦点を当てた研究は少ない。既存の地域コミュニティが残っていながらも、少子高齢化や過疎化の影響を大きく受けていると考えられる中山間地域にあるカフェのコミュニティに関する研究も必要である。

また、本研究のさなかに新型コロナウイルス感染症（以下「新型コロナ」と称する）が蔓延し、2020 年 12 月現在においても世界的に大きな影響がある。日本における新型コロナの感染者は 2020 年 12 月 31 日時点で 230304 名確認されており、死亡者は 3414 名となっている。感染力が比較的強いと言われており、対策として外出自粛や人との接触を減らすことが求められ、カフェを含む飲食業への影響は特に大きい。この新型コロナによって、カフェを含む人びとの交流の場のあり方が今後変化することが予測され、サードプレイスとしてのカフェのあり方について再度考える必要がある。

以上より本研究は、今まであまり調査されてこなかった中山間地域である北海道余市郡余市町のカフェを対象として、(1) カフェにおける人びとの交流の実態を明らかにすること、(2) 新型コロナウイルスによる影響も含め、今後のサードプレイスとしてのカフェのあり方を検討することの 2 つを目的とする。

1.2. 先行研究

1.2.1. コミュニティカフェの研究

コミュニティカフェにおける研究については、先ほど挙げた倉持 (2017) より、コミュニティカフェは他者との交流を通じて、地域に多様な人が存在するということを理解する場所になっていることが明らかとなっている。また、カフェ内部のネットワーク構築のみならず、地域住民や地域組織との関係を構築する拠点になりうるという考えが示されている。

また田中・鈴木・松原・奥・木多 (2007) は、コミュニティカフェが親しい関係にある人同士で過ごす場所ではなく、外部の人に対しても「開かれ」た場所となっていることに着目した。コミュニティカフェの主へのインタビューから、事後的に運営内容が形成されていること、関係が固定的ではないこと、多様な社会的接触が許容されていることの 3 つの「開かれ」の側面があることが明らかとなっている。またこの「開かれ」は、コミュニティカフェの主と何らかの関係を築いた人に可能となることも明らかにした。

以上より、コミュニティカフェは多くの人びとに対して開放されており、多様な人が利用できる場所であることがわかる。また、コミュニティカフェの利用者と外部の人及び組織と

[2] 農業地域類型区分のうち、中間農業地域と山間農業地域を合わせた地域を指す。日本の総土地面積の約 7 割を占め、日本の農業においても重要な役割を担っている。

の関係を構築する拠点になりうることが考えられる。

1.2.2. 従来のカフェの研究

従来のカフェにおいては、まずオルデンバーグの 2013 年の著書「サードプレイス－コミュニティの核になる『とびきり居心地よい場所』」があげられる。アメリカ社会で家庭と都市の離反が進んでおり、人びとのコミュニティからの逃避に危機感を持ったオルデンバーグが注目したのが、地元に根付いたカフェなどの「とびきり居心地のよい場所（サードプレイス)」である。あらゆる人を受け入れ、地元密着なインフォーマルな公共の集いの場であるサードプレイスは、人びとをいつでも歓迎し、平等にするものであり、会話が主な行動で、多世代を楽しませる空間であると述べている。

また、日本におけるカフェという場所についてはメリー・ホワイトの「コーヒーと日本人の文化誌」の中で描かれている。オルデンバーグはカフェなどのサードプレイスが会話を中心とした交流の場と述べているが、メリー・ホワイトは日本のカフェの変遷や特徴について取り上げ、日本人は 1 人でカフェを訪れ、1 人きりで利用することがあることを明らかにし、必ずしもコミュニケーションの場となっているわけではないと述べている。

さらに、田中, 梅崎(2013)は東京都新宿区の神楽坂地域における喫茶店を網羅的に調査し、常連客との深い交流によって人的つながりが広がっていること、1 人客が集まって交流しながらソーシャルキャピタルを構築する場としての喫茶店と、知り合い同士がその関係を強化する場としての喫茶店の 2 タイプがあることを明らかにしている。また、カウンター席が多い喫茶店は個人客同士が話すきっかけが生まれやすく、店主がそういった個人客をつなげる役割を果たしていることも確認された。

小林・山田（2014）は非常設型カフェの分析から、交流型のサードプレイスとマイプレイス型のサードプレイスを有機的に結ぶサードプレイス創出モデルについて論じている。非常設型であることと地域資源を提供することは、マイプレイス型の若年層を惹きつける要素であると論じている。さらに、居心地満足度が高い利用者はカフェ運営への参画を希望しやすいことも示された。

松宮(2015)は既存の喫茶店に焦点を当て、愛知県長久手市の喫茶店を対象に行った喫茶店来店調査をもとに、郊外の喫茶店の社会空間において来店者がどのように関係を形成し、その関係がどのような機能を果たしているのかについて論じている。調査によって、喫茶店が単にコーヒーを飲む場所ではなく、情報交換、交流、集いの場として活用されていることを明らかにしている。

以上より、人びとのつながりを構築するカフェと強化するカフェがあり、カフェの店主は個人客をつなげる役割を果たしていることがわかる。また、個人客同士がつながりやすい場所としてカフェ内ではカウンターが取り上げられている。また、非常設型で地域資源を提供するカフェにおいては、若年層の利用が比較的あることが明らかとなっている。さらに、カ

フェはただ単にコーヒーを飲む場所でなく、情報交換や交流、集いの場としても活用されていることが明らかとなった。

1.3. 本研究の意義

改めて本研究の意義であるが、コミュニティカフェにおける交流の実態等についての研究は近年増加しており、多くの先行研究があるが、従来のカフェにおける交流の実態の研究は多くない。とりわけ、中山間地域のカフェについて扱った研究がほとんどないことから、カフェのコミュニティに関する研究蓄積に新たな視座を加えることができると考える。また、新型コロナの蔓延という予期せぬ状況の中、人びとの行動が制限されるなど、通常とは異なる条件下での研究であった。この新型コロナを受けて、人びとの交流の場にも今後変化があることが予測される。こういった状況を踏まえ、今後のサードプレイスとしてのカフェのあり方について改めて検討する必要があるのではないかと考える。

1.4. 本研究における「カフェ」の定義

ここで本研究における「カフェ」の定義について触れておきたい。「カフェ」という言葉と同様の意味で使用されるものとして「喫茶店」があげられるが、この 2 つは明確に区別して使用されているわけではない。ただ、一般的には営業許可によって区別されていることが多い。この場合、「カフェ」とは飲食店営業許可を取得しており、手の込んだ調理が可能な店である。またアルコール提供が可能となっている。一方「喫茶店」は喫茶店営業許可を取得しており、単純な加熱調理のみ可能で、アルコールは提供できない。しかし実際には、飲食店営業許可を取得していても「喫茶店」を名乗っている店もあれば、逆に喫茶店営業許可の取得であっても「カフェ」を名乗っている店もある。

以上を踏まえて、本研究では「カフェ」という言葉に統一する。理由としては、調査対象が店名に「カフェ（cafe)」を使用している店が多いことと、調査対象が比較的最近できたカフェが多いため、「カフェ」が持つ現代的な空間のイメージと合うと考えたことの 2 点をあげる。ただし、引用・参考文献および語りの中で「喫茶店」が使用されていた場合はそれに従う。

また本研究における調査対象である「地域のカフェ」は、飲料の提供をしていること、週の半分以上営業していること、飲食のできるスペースがあることの 3 つの条件を満たしている、チェーン店以外のカフェとする。

2. 調査概要

2.1. 研究対象

2.1.1. 余市町の概要

まず、本研究の対象地である余市町について簡単に紹介する。

余市町は、北海道西部の積丹半島基部に位置する。行政面積は 140.59 ㎢、人口は 18352 人（2020 年 10 月 1 日現在）で高齢化率[3]は 39.94%である。

図 3　余市町の位置

出典）Google マップ

ニシン漁により発展して町の基礎を築き、現在もエビやイカ、カレイなどの漁が盛んに行われている。また、北海道における果物栽培の中心地でもある。リンゴやブドウは収穫量全道一で、観光農園も数多く存在する。海の幸と山の幸のどちらにも恵まれた、食資源の豊富な町である。さらにウイスキーやワインなどの醸造業においても余市ブランドを確立している。2014 年には NHK の連続テレビ小説「マッサン」[4]が放送され、ニッカウヰスキーをはじめ、舞台になった場所として注目を集めた。

---

[3] 65 歳以上の高齢者人口が総人口に占める割合。日本全体では 28.4%（2019 年 10 月 1 日現在)、北海道全体では 31.7%（2020 年 1 月 1 日現在）となっている。

[4] 放送期間は 2014 年 9 月 29 日～2015 年 3 月 28 日

2018 年には後志自動車道余市インターチェンジが開通。札幌－余市間を約 1 時間、小樽－余市間を約 30 分で移動することが可能となっている。

2.1.2. 調査対象の概要

本研究では余市町にあるカフェ 6 店舗で調査を行った。カフェの選定は、飲料のみの利用が可能であること、飲食ができるスペースがあること、週の半分以上営業していることを基準とした。インターネットで余市町のカフェを調べ、Web サイト上の口コミ等を参考にしながら、実際に筆者自身が各店舗を訪れ、店の雰囲気や店主と来店者の行動を観察し、10 店舗を選定した。調査依頼をしたところ、このうち 6 店舗で調査の許可を得ることができた。表 1 はカフェの概要を示したものである。

各カフェの店主 1 人に聞き取り調査を行ったが、カフェ B は夫婦で経営しているため、２名に聞き取りを行っている。

表 1 調査対象の一覧

店舗仮名	店主仮名	性別	年代	開業年	営業時間	定休日
カフェ A	T 氏	女性	40 代	2006 年	11:00~16:00	（土）日月火
カフェ B	U 氏	男性	50 代	2018 年	7:00~15:00	月火水
	V 氏	女性	40 代			
カフェ C	W 氏	男性	30 代	2009 年	9:30~17:30	土日祝
カフェ D	X 氏	女性	60 代	2008 年	11:00~17:00	火水木
カフェ E	Y 氏	男性	30 代	2015 年	10:30~21:00	不定休
カフェ F	Z 氏	男性	30 代	2017 年	10:00~18:00	水

2.2. 研究方法

2.2.1. 聞き取り調査

聞き取り調査は調査対象である 6 店舗すべての店主に行った。実施日は 2020 年 6 月 29 日、7 月 6 日、7 月 7 日、7 月 8 日、8 月 20 日、8 月 21 日、10 月 16 日である。また、T 氏、W 氏、X 氏にはそれぞれ 2020 年 10 月 16 日、10 月 17 日、11 月 20 日に追加の聞き取り調査を行っている。詳細は表 2 に記載している。

事前に質問項目を設け、聞き取りを行いながら各質問にまつわる情報も引き出す半構造化インタビューで行った。通常であれば対面で行うが、2020 年は新型コロナにより研究活動においても様々な制限があった。本研究は本学の「新型コロナウイルス感染拡大防止のための北海道大学の行動指針（BCP）」に従い、オンラインでの半構造化インタビューと対面

での半構造化インタビューの 2 つの方法で行った。

オンラインでの半構造化インタビューを行ったのは、T 氏、U 氏、W 氏、X 氏の 4 名である。Web 会議ツール「ZOOM」とソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）「LINE」のビデオ通話の 2 つを用いて行った。カフェ B の U 氏については調査時間が十分に確保できなかったため、事前に送付した調査票に回答していただき、それをもとに詳しい内容を聞き取りでうかがった。対面での半構造化インタビューを行ったのは、V 氏、Y 氏、Z 氏の 3 名である。3 名とも店内で聞き取りを行っている。

聞き取り調査の内容は、オンラインと対面のどちらにおいても IC レコーダーを用いて録音させていただき、文字に起こした。ただ、カフェ F の Z 氏においては IC レコーダーを使用せず、カフェ内での筆者との会話をメモし、その日のうちにできるだけ文字に起こす方法で内容を記録している。

聞き取りの内容は主に、店舗の基本情報、カフェをはじめたきっかけ、店舗の空間について、新型コロナウイルスの影響、来店者・常連客について、余市町についてなどである。

表 2　聞き取り調査対象と日時及び方法

店舗仮名	店主仮名	聞き取り方法	聞き取り日時	追加調査日時
カフェ A	T 氏	LINE	2020/6/29	2020/10/16（対面）
カフェ B	U 氏	ZOOM	2020/7/6	－
	V 氏	対面	2020/10/16	－
カフェ C	W 氏	ZOOM	2020/7/7	2020/11/20（ZOOM）
カフェ D	X 氏	ZOOM	2020/7/8	2020/10/17（対面）
カフェ E	Y 氏	対面	2020/8/20	－
カフェ F	Z 氏	対面	2020/8/21	－

2.2.2.　観察調査

観察調査は 6 店舗中 4 店舗（カフェ A,D,E,F）で行った。実施日は 2020 年 10 月 16 日、10 月 17 日、10 月 31 日、11 月 1 日である。残りの 2 店舗（カフェ B,C）は、北海道における新型コロナウイルスの感染者が増加傾向な時期であったことや、店内での長時間滞在が不可であることから、観察調査を断念した。詳細は表 3 に記載している。

観察調査は、主に店主と来店者の間にどのような交流があるのかという点に着目して行った。具体的には、来店者の大まかな年代、滞在時間、過ごし方、店主との会話、来店者同士の会話を記録した。また、来店者から話を聞くことが可能な場合は、来店者からも話をうかがった。

調査の時間帯は昼から午後の時間を基本に行った。この時間帯が比較的来店者が多い時間帯のためである。また、所要時間は各店舗 2 時間～3 時間程度となっている。

表 3　観察調査対象と日時

店舗仮名	観察調査	観察日	観察時間帯
カフェ A	○	2020/10/16	11:25-13:30
カフェ B	×	—	—
		—	—
カフェ C	×	—	—
カフェ D	○	2020/10/17	12:50-14:50
カフェ E	○	2020/10/31	12:15-15:15
カフェ F	○	2020/11/1	12:50-16:00

3. 各調査対象カフェの経緯と概観

本研究における調査対象カフェは 6 店舗であるが、はじめにそれぞれのカフェがどのような経緯でカフェをはじめるに至ったのか、またどういった人が訪れているのか、どのようなカフェを目指しているのかなどの概観について、本章では 1 店舗ずつ紹介していく。

3.1. カフェ A

カフェ A は余市町黒川町の閑静な住宅街の中にあり、店主である T 氏が 1 人で経営している。来店者の年代は幅広いが、30〜50 代で女性の方が訪れることが多い。基本は地元の人が訪れているが、札幌など近郊からの観光客も来店している。友人などと共に来店して会話を楽しむ人と 1 人で過ごす人の割合はだいたい 1：1 で、1 人で来店する人は読書や作業などをして自分の時間を過ごしている人が多い。定番メニューは自家焙煎のコーヒーと自家製のパニーニやケーキである。

とにかくコーヒーが大好きだという T 氏は、10 年ほど働いていた博物館の学芸員の仕事を辞め、余市町でカフェをはじめた。

> とにかくコーヒーが好きすぎて、で、やっぱり仕事の疲れを癒してくれる大事なものだったんですよね。最初はただ好きっていう感じだったんですけど、ほんとにこういう職業ってすごくいいなって。自分が自分がって出ていかなくても、その人のその時の気分で自分のところのコーヒーを飲んでもらえたらいいなっていう感じがして、だんだんこの職業にひかれていきましたね[5]。

カフェの内装及び外装にも、コーヒー好きが表れている。カフェ A は中も外も焦げ茶色に統一されており、これはコーヒー色にしたいという T 氏の思いを反映させたものである。2 階建ての建物の入口を開けると、まず大きな焙煎機が目に入る。T 氏のこだわりの 1 つである、コーヒーの自家焙煎を行うものだ。1 階には窓の外を眺めながら過ごすことができる席があり、2 階には 2 人掛けのテーブル席がいくつかある。

> お店はやっぱりくつろげる場所にしたいです。日常からかけ離れて。家でも結構コーヒータイム設けている方も多いと思うんですけど、家だといろんな雑念が入ってきちゃうので、もうここはリセットできるような場所になってほしいなっていうのはありますね[6]。

---

[5] 2020 年 6 月 29 日、T 氏（カフェ A）へのインタビューより

[6] 同上

以上の語りから、カフェ A は忙しい日常から離れ、自分のための時間を過ごすことができる場所を目指していることがわかる。カフェ A では、来店者同士および店主と来店者の交流に関する話を多数聞くことができた一方で、1 人で来店して自分の時間を過ごす人も多いことが聞き取り調査からも明らかとなっている。また、T 氏はイタリアのカフェに憧れを持っており、女性が 1 人でも気軽にふらっと入ることができるようなイタリアのカフェも意識してつくったと語っている。

カフェ A の 1 階レジ横には近隣で活動する手作り雑貨の製造者の作品が販売されている（図 4)。主にカフェ A を訪れたことで知り合い、取引していると T 氏は語る。

図 4　カフェ A のレジ横の様子

出典）筆者が撮影

以上のように、カフェ A は日常から離れることができる場所を目指しており、地域の人びとの交流の場としても、1 人で訪れる人が思い思いに過ごすことができる場所としても利用されていることがわかる。また、自家焙煎のコーヒー及び自家製のパニーニやケーキ、さらに手作り雑貨なども訪れる人を楽しませている。

3.2.　カフェ B

カフェ B は余市町入舟町の国道沿いにあり、夫婦 2 人で経営している。接客は主に V 氏が担当している。来店者は若者から高齢者まで幅広く、オーガニックの商品（図 5）を置いているため、妊娠中の方や子連れの方も来店している。新型コロナウイルスが蔓延する前は、外国人観光客も訪れていた。

お 2 人は 8 年間札幌でカフェバーを経営していたが、田舎暮らしを求めて黒松内町に移住した。黒松内町では 8 年間移動販売車を使用して、道の駅や町の中心部でコーヒーやお弁当のテイクアウト販売を行っていた。その後、子どもの学校卒業のタイミングで余市町に移住し、現在のカフェ B を経営している。

以上のような経緯もあって、カフェ B は店内にイートインのスペースがありながら、テイクアウトでの利用が多い。また、来店者が日常的に口にするパンやコーヒー豆の販売を行っているため、常連客が多いと V 氏は語っている。

図 5　カフェ B のオーガニック商品等の陳列棚

出典）筆者が撮影

自家製パンや焼き菓子はレストランとかに勤めてて、そこで（学んだ）。レストランは札幌のレストランです[7]。

若い時からそういう食べ歩いたりするのも好きだけども、アルバイトしたりするのも飲食店が多かった。そういう感じで、何をっていうよりも、なんかこう導かれて、気が付いたらやっていたみたいなね[8]。

以上のU氏、V氏の語りから、もともと飲食店で働いていたことが、現在のカフェ経営につながっており、またパンおよび焼き菓子作りについても、飲食店での経験が活かされていることがわかる。定番のメニューは自家焙煎のコーヒーや自家製食パン、焼き菓子、サンドイッチなどである。

カフェBは入り口横にテラス席があり、お店に入ると正面にレジカウンターと焼き菓子などが陳列されている。入って左手の壁側にはイートインとして利用できる席が2席あり、右手には店主がコーヒーを淹れる様子を見ることができるカウンター席が2席ある。店内には大きな仕切りがなく、店主と来店者が基本的に顔を合わせて会話ができる空間となっている。

また、V氏にとってカフェは自分のアイデアを表現する場所であることが語られた。若いころからおしゃれや旅行など、楽しいことが好きだったV氏は、自分の経験の中で集めたものやアイデアを表現する場所としてカフェが好きであると語る。その中でも自分のアイデアを表現するものとして焼き菓子づくりを挙げている。

これ（プライスカード）、半年くらいの間につくったお菓子たちね。同じもの1つもないの。組み合わせによって全然ニュアンスが変わるのさ。－（中略）－そういうふうに自分の中で、お化粧とおんなじ。化粧だってもう365日おんなじメイクなんてしないでしょ、口紅何本も欲しくなるしさ、そういうような気分でお菓子もつくっています[9]。

以上の語りの際に見せていただいた焼き菓子のプライスカードは何十枚もあり、V氏のたくさんのアイデアが焼き菓子として表れていることがわかる。

さらにV氏はカフェBについて、以下のように語っている。

カフェB大好きってみんながいう店にしたい。それだけ。あそこのお店に行ったら

---

[7] 2020年7月6日、U氏（カフェB）へのインタビューより

[8] 2020年10月16日、V氏（カフェB）へのインタビューより

[9] 同上

> 食べ物もおいしいのがあるし、なんか雑貨もアイデアがわくようなものがあったよとか、そういうふうにいってもらえる店づくりをしたい。でも、それをかなえるにはあと 60 年くらい生きていかなきゃいけないと思うから、まだまだですけど、でもそういうお店づくりができたらいいなと思っています[10]。

以上より、カフェ B は地域の人びとが日常的に訪れてパンやコーヒーを購入する場所であり、また V 氏が自分のアイデアをカフェの中で表現することで、来店者にそのアイデアや楽しさも提供している。

3.3. カフェ C

カフェ C は余市町入舟町の住宅街の中にある。福祉の障がいを持った方々の事業所に併設したカフェであり、職員 3 名を中心に福祉施設の利用者も関わりながら経営している。来店者の年代は 50〜60 代で女性が多い。また、周りを気にせず過ごすことができるため、子連れの母親が来店することも多い。観光客が訪れることはほとんどなく、地域の人びとに利用されている。メニューはモーニングとランチ（カレーライス、ハヤシライス、ピザ）提供、またパンや菓子類、惣菜品などの販売を行っている。

もともと倶知安町にあった会社であるが、余市町に養護学校があることや、障がいを持った方々の働く場所や暮らす場所が欲しいという要望があり、障がい者支援の事業所とともにカフェ C もつくられた。W 氏はこのカフェ C を、食を通して障がいを持った方とそうじゃない方がつながれる場所にしたいと語る。カフェの中では、隣の作業棟でものづくりをしている障がいを持った方々の羊毛クラフトの作品やマスクなどが販売されている（図 6）。

> 結構手先が器用な方たちが多かったり、感性が豊かな障がいを持った方たちが多いので、そういった方たちの作品を実際に手に取って、届けられる場っていうのがなかなかないので、カフェ C に置いてお客さんに売るというかたちをとってます[11]。

筆者が調査対象選定のためにカフェ C を訪れた際にも、近隣住民と思われる女性の来店者 2 名とカフェ内で作業する福祉施設利用者が会話する様子が見られた。以上からも、カフェ C が地域の人びとと施設の利用者の交流の場となっていることがうかがえる。

また、カフェ C での売り上げは施設の利用者にとってもモチベーションとなっており、実際に売れたという喜びがあると W 氏は語る。好きなことや得意なことをただ活動として行うというよりも、やりがいを持って作業していると考えられる。

---

[10] 2020 年 10 月 16 日、V 氏（カフェ B）へのインタビューより

[11] 2020 年 7 月 7 日、W 氏（カフェ C）へのインタビューより

図 6　施設の利用者が制作した作品

出典）筆者が撮影

さらに、カフェ C の場所は誰にでも開放されており、地域の人びとが様々な活動に使用している。コーラスの練習場所となっていたり、町内会の行事の懇親会などで使用されていたり、飲み会の会場となっていると W 氏は語る。

以上より、カフェ C は遠方からの来店者に対してというよりは、地域の人びと、特に町

内の人びとをターゲットに経営および活動を行っているといえる。カフェ C は地域の人びとが会話を楽しむことから、各々の活動を行うことまで自由に使用することができる一方で、福祉施設の利用者の方々がカフェでの仕事やものづくりおよびその販売を通して、地域の人びとと交流したり、やりがいを持って作業できる場所にもなっている。

3.4. カフェ D

カフェ D は余市町黒川町の住宅街の中にある。店主は X 氏で、スタッフが数名働いている。来店者の年代は様々であるが、60～70 代の来店者が少し多い。地域の人が来店することが多いが、余市駅から近いこともあり観光客も訪れることがある。

カフェ D は 1 階がカフェスペース、2 階は B&B (Bed&Breakfast[12]) で宿泊と朝食 (図 7) の提供を行っている。カフェのメニューはランチ提供がメインだが、曜日によってはお弁当の販売も行っており、プリンやアップルパイなどの菓子類も販売している。また、自然食品を仕入れて来店者に対して販売を行っている。

図 7　B&B で提供される朝食

出典）筆者が撮影

[12] 宿泊と朝食をセットにした簡素なタイプの宿。

X 氏がカフェ D をはじめたのはコミュニティ・レストランに出会ったためである。それまでは社会保険労務士をしており、飲食の職に就くことは考えたことがなかったと X 氏は語る。ただ、コミュニティ・レストランを知り、飲食業を通じて社会問題に関わることに興味を持つようになる。

20 代のころからすでに食には関心を持っており、子どもを産んだことをきっかけに、当時暮らしていた札幌で生活クラブに加入する。その後コミュニティ・レストランに出会い、地域の人が気軽に集まれる場所をつくりたいと考えるようになる。生活クラブの班の人びとにも話をしたところ、周りの人びともおもしろそうと関心を持つようになったと語る。

> たまたま、その共同購入の人の仲間で、食品雑貨店を開いている人がいたんですよね。そしたらその食品雑貨店を開いている方が、とてもお話好きの人で、みんなそこのお店に買い物に来ては、立ち話をするっていう、そういうお店だったんですよね。－（中略）－その方の人柄もあって、常に人が来ては立ち話をするようなそういう場所だったんですよね。その方はいつも立って話してもらうのはもったいないから、イスかテーブルでも置いて、ちょっとおしゃべりしてもらえるような場所にしたらいいんじゃないかなっていうふうに考えていたんですって、前々から[13]。

以上のように生活クラブの班の人の食品雑貨店を営む方の存在もあり、その方のお店を改装して札幌でカフェをはじめる。その後、X 氏は高齢となった両親のサポートのために出身地である余市町に戻り、そこでカフェ D をはじめ、現在に至るまで経営している。

> もっともっと地域の様々な世代の人たちが集まれるような場所にしたい。コンセプトは変わらないですね。地域の茶の間、台所、そして学びの場とかコミュニティセンターとか、そういうものは変わらないけども、もっともっといろんな人たちが入ってくれるような場所があるといいかなと思いますよね[14]。

以上のように、カフェ D は地域の様々な世代の人々が集まり、交流できる場所をつくることを目的としていることがわかる。

また、カフェ D は食についてもこだわっており、できる限り地域の食材を使うことで、来店者に安心安全な食を提供している。食や社会問題を題材とした活動もカフェ D という場所を利用して盛んに行っており、学びの場として講演会や勉強会を行っていたり、料理教室やコンサートなども開催している。

---

[13] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

[14] 同上

カフェ D は余市町において、地域の人びとが地域の食材を楽しむことができるカフェでありながら、自前のコミュニティーセンターとしての機能も有している。

3.5. カフェ E

カフェ E は余市町登町の山の中にあり、店主である Y 氏が 1 人で経営している。来店者の年代は様々であるが、主に 50 代以上の女性および夫婦が多い。また、カフェ E の建物は近所の方の空き家を使用したもので 2 階建てとなっており、和室（図 8）などの広い部屋が個室としてあることから、子連れの方が家族でゆっくりしたいと訪れる。余市駅から車を使えば 10 分ほどの距離ではあるが、山の中にあるため基本車で行かなくてはならない。そのため、来店者のうち地域の人は 2 割ほどで、半分以上が小樽や札幌などの近郊から訪れている。また、常連客に関しては、余市町外から訪れる人がほとんどであるという。

図 8　和室の個室

出典）筆者が撮影

自分でお店をやりたかったのもあるし、結局自分は農家なので、自分の作った野菜を

そのまますぐお客さんに食べてもらえること、あと料理が好きだったのも[15]。

カフェ E の 1 番の特徴は、Y 氏自身が農業に携わっており、自身で育てた野菜を使った料理を中心に提供していることである。Y 氏の実家が農家であることや、もともと自分でお店を経営したいと考えていたこともあり、1 年間飲食関係の会社に勤めた後、静岡県で農業を行いながらフレンチのお店を経営している人のもとで農業と料理の修行を経て、現在カフェ E を経営している。提供しているメニューは野菜をふんだんに使用したパスタやピザ、ハヤシライス、ハンバーガーなどをメインに、飲料も豊富に用意されている。

> 僕は別にお店にこだわってないですね。なんだろう、それこそ人の集まるコミュニケーションの場所をつくろうとしているんで。このお店自体は 1 つのきっかけとしか思ってないです。ざっくりとしたものはありますけど、明確にこうしたいってものはないです[16]。

以上の Y 氏の語りから、カフェ E はあくまでも人が集まるコミュニケーションの場をつくることが 1 つの目的となっていることがわかる。また、カフェというかたちを選んだ理由としては、コーヒーさえあればそれでなんとかなるためと語っている。さらに余市町でカフェをはじめた理由に関して Y 氏は、地元であるため人とのつながりが強いこと、食資源が豊富なこと、札幌市から近いことの 3 つを挙げている。

カフェ E は、主に札幌や小樽などの近郊の人びとが訪れ、都市から少し離れた山の中で、とれたての新鮮な野菜を楽しむことができる場所となっているおり、人びとのコミュニケーションの場としてもしつらえられている。

3.6. カフェ F

カフェ F は余市町黒川町の国道沿いにあり、店主である Z 氏が 1 人で経営している。余市駅から徒歩 5 分ほどの場所にあるため、地域の人と観光客のどちらの利用もみられる。来店者の割合は余市町外から来る人が 6 割、地域の人が 4 割程度である。

Z 氏はもともと大阪府で美容師として働いていたが、地域おこし協力隊で活動することをきっかけに、後志のとある町に移住する。そこでできた仲間 2 人と現在のカフェ F をつくる話が持ち上がるが、完成前に仲間 2 人は抜けてしまい、残った Z 氏はそのまま現在までカフェ F を経営している。

Z 氏はカフェ F を通して場づくりをしたいと考えていると語る。基本的に食べ物は販売

---

[15] 2020 年 8 月 20 日、Y 氏（カフェ E）へのインタビューより

[16] 同上

しておらず、コーヒーを中心とした飲料の提供がメインであるが、このコーヒーもあくまで人とコミュニケーションをとるための媒介物であると語る。

カフェ F は入口を入るとすぐにレジカウンターがあり、注文をすると頼んだものが用意される様子を見ながら待つことができる。Z 氏の気さくな人柄もあり、来店者は待つ間 Z 氏と会話をしていることが多い。観察調査などの様子から、Z 氏と話をするために訪れている人が多いことも推測される。カフェ F は開店当初カウンターのみで、コーヒーを受け渡すだけのつくりであったが、来店者のニーズがあることから店を拡張して席（図 9）をつくり、現在は店の奥に座ってコーヒーを飲むことができる場所がある。

図 9　カフェ F の店内の様子

出典）筆者が撮影

また、Z 氏は地域とは適度な距離感が必要であるという考えのもと、地域とあえて深く関わらない。これにより、地域の人でもよそ（余市町外）から来た移住者がよく来店しているという。このような Z 氏の考えは、先ほど述べた拡張して設けた席にも表れている。図 9 を見るとわかるように、席の横に壁（図 9 の赤丸）が設置されている。壁を挟んで反対には Z 氏が提供を行うカウンターがあり、さらにその先には国道に面した窓がある。このような壁であえて外から見えない席を設けることで、通りがかった人が外から店内を見た際に、自分がいることがわからないようなつくりになっている。これにより、「〇〇さんあそこにいた

よ」というような自分の場所が他者に知られてしまうことを防いでいると Z 氏は語る。都心部に比べて匿名性の低い余市町のような場所で、以上のような工夫によって地域のしがらみから離れることができる場所にもしつらえられていた。

カフェ F は観光客も地域の人びとも訪れ、コーヒーという媒介物を通して人びとがコミュニケーションをとることができる場であり、余市町にいながらも地域や日常のしがらみから離れることができる場でもある。

3.7. 小括

本章では、調査対象であるカフェ 6 店舗の概観を述べてきたが、同じ余市町にありながら、様々な違いがカフェの間で見られた。表 4 は主な特徴についてまとめたものである。

来店者に関しては、ほとんどが地域の人であるカフェ C、主な来店者は地域の人であるが、観光等で町外の人も訪れるカフェ A,B,D、町外からの来店者が多いカフェ E,F の 3 つに分類することができる。また、年代に関してはどのカフェも幅広い世代に利用されていることがわかるが、特に訪れる年代はカフェごとに違いが見られた。カフェ A やカフェ D では、特に訪れる年代が店主の年代と重なっていることから、来店者の年代は店主の年代に寄っていることも推測される。

カフェをはじめた経緯について、カフェ A の T 氏は、コーヒーがとても好きなことを背景にカフェのような場所を経営したいという思いを実現している。カフェ B においても V 氏の語りより、飲食店での接客等の楽しさからカフェをはじめていることがわかる。この 2 店舗は他の店舗に比べて「カフェ」を経営したいという思いが強いことがうかがえる。一方で、X 氏の語りから、カフェ C は障がいを持った人びとの働く場所としてカフェが選択されている。またカフェ D の Y 氏も、コミュニティレストランに出会うまでは飲食業に就くことを考えたことがなかったと語っている。この 2 店舗はそれぞれの目的に合うものとしてカフェが選択されているといえる。さらにカフェ E とカフェ F は特にコミュニケーションの場としてカフェが選択されている。Y 氏及び Z 氏の語りから、今は「カフェ」というかたちでコミュニケーションの場を形成しているが、必ずしも「カフェ」でなくてはならないわけではないことも語られた。

また、カフェという場所について、カフェ A は日常から離れ、自分自身のために使うことができる場所と位置づけている。カフェ B は来店者が日常的に利用するものの販売を通して、楽しさやアイデアを提供できる場所としていた。さらに、他の 4 つのカフェは主にコミュニケーションの場所と位置づけていることが明らかとなった。ただ、「コミュニケーション」に関しても、カフェごとに違いが見られた。カフェ C の W 氏は障がいを持った人とそうでない人との交流について語り、カフェ D の X 氏は地域の様々な世代の人びととの交流について詳しく語っている。

本章も踏まえて次章では、余市町における地域のカフェに見られる特徴について詳しく

見ていく。

表 4　各調査対象の立地と来店者の特徴

店舗仮名	周辺環境	余市駅からの時間	来店者の特徴
カフェ A	閑静な住宅街	車　10 分弱 徒歩　30 分弱	幅広いが 30~50 代が多い 女性・夫婦が多い 地元客が多い（町外の人も訪れることがある）
カフェ B	国道沿い	車　5 分 徒歩　15 分	幅広い世代 地元客が多い（観光客等も訪れる）
カフェ C	住宅街	車　5 分 徒歩　20 分	女性・子連れが多い ほとんどが地元客
カフェ D	住宅街	車　5 分 徒歩　10 分弱	幅広いが 60~70 代が多い 女性が多い 地元客が多い（観光客も訪れる）
カフェ E	山の中	車　10 分 徒歩　1 時間	幅広い世代 女性・家族連れが多い 町外から訪れる人が 8 割ほど
カフェ F	国道沿い	車　1 分 徒歩 5 分	余市町外から来る人が 6 割

4. 余市町の地域のカフェに見られる特徴

3. では各調査対象カフェの概観について述べてきた。そこから見える余市町の地域のカフェに共通した特徴はどういうものだろうか。本章では、前章を受けて、特に見られた 4 つの特徴について議論したい。

4.1. 地元の食材を使う

余市町における地域のカフェの 1 番の特徴としてあげられるのが、「地元の食材を使う」点である。コーヒードリンクのみの販売であるカフェ F 以外の全ての調査対象カフェが、余市町および近隣地域の食材や名産品を使用し、スイーツや食事を提供していることが明らかとなった。

> 地元の食材を使いたいっていうのがあって、それを使ったスイーツが結構多いかな。なので、それをいろいろ試作して、自分で食べておいしいと思わないと（お店で）出せないっていうような感じで、いつも思っていますね。余市で有名なものだとりんごとか、あとぶどうとか、ブルーベリーとかいちごなんかもおいしいので、もうケーキには欠かせない存在ですよね。余市は果物が有名なので[17]。

> ウイスキーのスイーツをつくるきっかけはテレビの影響もありますね。やっぱりせっかくの特産物というか、そういうものを何かにしてかたちにしたいなと思ったのでちょっとつくってみました。余市のものを使うというところは今後もこだわっていきたいと思っています[18]。

以上の T 氏の語りから、スイーツをつくる上で余市町の名産品である様々な果物を使用することにこだわっていることがわかる。コーヒーなどの飲料とともに楽しむことの多いスイーツは多くのカフェで扱われており、果物を中心に余市町でとれたものを使用していることがわかった。

また、他のカフェでは「地元の食材を使う」という語りとともに、「安心安全」な食ということについても語られた。

> 安心安全っていうのは、自分たちも結局それをまかないとして食べたりだとかすることもあるので、そういった面で自分たちが食べれるような、まあ食べられないもの

---

[17] 2020 年 6 月 29 日、T 氏（カフェ A）へのインタビューより

[18] 同上

はないんですけど、あんまり冷凍の食品ですとか、そういったものはやっぱり添加物がすごいので[19]。

余市でとれたもので使っているのは果物ですかね。まあ魚介系もタイミングが合えば、サンドイッチの具材として使うときもありますけども、主にはやっぱり果物ですかね。パンとか焼き菓子に使います[20]。

以上のＵ氏の語りから、カフェＢも自らが安心して食べることができるものをつくり、販売していることがわかる。冷凍食品などの生産先が遠いものや不明なものではなく、地元のものや生産先がわかるものを使用することが「安心安全」につながると考えられる。

カフェＣのＷ氏からも同じような話をうかがうことができた。

徹底的に今でもこだわっているのが安心安全で、口に入るものなので、それはもう素材にこだわってというところですね。そういうところとか、すべて手作りにしてあったりですとか、あと地元の仁木とか余市は果物とか野菜が多いので、地元の食材を積極的に使ったりですとか、あとはその、パンとかお菓子も作っているので、それは道産の小麦とかを使うようにしてますね[21]。

以上の語りから、手作りのものを提供するということも「安心安全」につながることがわかる。できるだけ生産先がわかるものを使用し、それらを自らで製造販売することは、来店者に対して「安心安全」を提供する上で重要であると考える。さらに、W 氏は以下のように語る。

余市のもので使用している具体的なものはですね、焼きドーナツで今りんご味を出しているので、りんごを地元のもの使ってたりとか、ブルーベリーを使ってたりとか、あとトマトとか地元でとれたやつを使っていたりとか、あとちょっと前まで作ってたコロッケのじゃこ味、じゃこ入りコロッケっていうのを作っていたので、地元の水産加工会社さんから買わせていただいて、じゃこ使ったりとかしてますね。トマトなどは料理のほうで使っていました[22]。

カフェＣでは果物はもちろん、魚介類についても余市町で獲れたものを使用しており、

---

[19] 2020 年 7 月 6 日、U 氏（カフェ B）へのインタビューより

[20] 同上

[21] 2020 年 7 月 7 日、W 氏（カフェ C）へのインタビューより

[22] 同上

魚介類を地元の水産加工会社から購入していることがわかる。以上より、カフェの仕入れが地域経済の循環にも寄与していることが推測される。また、カフェ A においても週に 1 回、隣の古平町で育てられた平飼いの卵を配達してもらい、その卵を使用してスイーツなどをつくっていることが明らかとなっている。スーパーなどで卵を購入して使用するのではなく、地域の生産者から直接購入することで、顔の見える関係性を築き、地域経済の循環に寄与していると考えられる。

さらに、地元のものを使うことと地域経済の循環については、カフェ D の X 氏からも話をうかがった。

> （地元のもので使うのは）まずお米とか野菜ですよね。で、どうして地産地消がいいかって言うと、まず地域のものが、地域でお金を循環できるっていうか。だから、うちのすぐ隣コープさっぽろなんですけど、例えば埼玉産のキャベツだとか、熊本産のなんとかとか、あるんですよね。まあそれは流通の都合だと思うけど、でもわざわざガソリン代かけてね、よそから持ってこなくたって、地元にすぐあるわけじゃないですか。だからそういうことを大事にしたいと思う[23]。

地域経済の疲弊は、大きなスーパーマーケットや商業施設による影響が大きく、そういった場所で使われたお金が地域に還元されないことが問題の 1 つとしてあげられる。地域の中でお金を循環させることが地域経済を強くすることにつながるが、余市町における地域のカフェは、地域内で経済を循環させる一端を担っていることが推測される。特にカフェ D は「地産地消」を 1 つのテーマとしており、カフェの中で食に関する勉強会や講演会を積極的に行うなど、地産地消などの周知にも寄与していると考えられる。

地域のカフェが地元の食材を使うということは、地域の特色を出すことである。これにより、地域のカフェの来店者は地域のものを安心安全に楽しむことができる。さらに、地域のカフェが地域の生産者から食材を仕入れることで、地域経済が循環することにつながることも推測される。地域内での経済循環に関しては、各カフェが取引をしている生産者に話をうかがっていないため実情は明らかでないが、地域のカフェにおいてはその地域の生産者とつながりを持って取引が行われていることが多いといえる。以上より、余市町の地域のカフェは地元のものをカフェのメニューに使用していることが多く、来店者に余市らしさや安心安全を提供している。また、地域内の経済循環を支える役割を持つ可能性も示唆した。

4.2. 多様な生産者・製造者との緊密な関係

4.1. で地域のカフェの特徴の 1 つとして地元の食材を使うという点を挙げた。その中で

---

[23] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

生産者とのつながりについても少し述べたが、何名かのカフェの店主から、生産者や製造者との緊密な関係についても詳しく語られた。

カフェ D の X 氏は、生産者は来店者でもあり、仲間でもあると語っている。

> 食べ物に関しては、たとえばコミュニティ・レストランの本読んでいただければわかるんですけど、まあ特に地産地消っていうことにこだわっていて、地域のものを使うというか。だから使っている素材は、全部じゃないけどほとんどはこの地域から来ているものなんですよね。その生産者、お野菜つくったり、平飼いの卵つくってたり、果物つくってたりする人はうちのお客さんでもあるっていうか、まあ仲間っていうか[24]。

カフェ D ではランチの提供があるため、米や野菜などをよく使用する。その際に使う食材はできるだけ地域のものを使用するようにしていることがわかる。こういった地域の生産者との関係は少しずつ広がっていった。余市町でカフェ D を始める前から「コミュニティ・レストラン」の活動に携わっていた X 氏は、カフェ D を始める際に地方紙で取り上げられ、それを見た地域の農家が来店し、そこから関係が築かれていった。また、カフェ D をはじめた際に手伝っていたスタッフが養鶏や野菜づくりをしており、そのスタッフが所属していたグループで自然農業や有機農業に関心のある人びとが活動していたため、スタッフを通してそういった人びととも関わるようになった。

カフェ B では店内にオーガニックの商品などが陳列しているが、その商品の生産者との関係も様々な経緯で築かれていた。店主の友人がつくっているものを置いていたり、生産者のほうからアプローチがあって置いている商品もある。

> スパイス系のものは、もうちょっとしたらカレーパンが始まるのね、寒くなってきたら、そのカレーパンのカレーをつくるのに、スパイス屋さんとつながっているんだけど、そのスパイス屋さんが余市にあってね、それでみんなが使えそうなスパイス置いてみたりとか[25]。

さらに以上の V 氏の語りから、カフェ B で製造する商品の材料を購入している店の商品を、来店者に対してもカフェ内で販売していることがわかる。こういったカフェ内での他店や他の製造者のものの販売は、他の調査対象カフェでも見ることができる。

カフェ D においても自然食品を仕入れて、来店者に対し販売を行っている。

---

[24] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

[25] 2020 年 10 月 16 日、V 氏（カフェ B）へのインタビューより

（棚の商品は）もともと何かしら置いていたんですよね。例えば卵だとか切り干し大根だとか、生産者がきちっとつくっている、まさに素性のわかるものっていうのを。で、S さんはもともと自然食品店で仕事していた人なので、ガイアっていう仕入れ先があって、そこからいろんなものを。－（中略）－そういう添加物の入らない自然なもの、そういうきちっとした材料を使った商品をつくっている。そういうものを仕入れてる、皆さんの健康のために[26]。

S 氏というのは、カフェ D で現在 X 氏を手伝っているスタッフの 1 人である。2020 年 10 月 17 日、追加の聞き取り調査および観察調査のためにカフェ D へうかがった際、S 氏にも自然食品の仕入れについて少しお話をうかがった。先ほどの語りの中で出てきた「ガイア」とは、大量生産・大量消費によって破壊されつつある自然環境を、新たな経済活動によって改善していこうという考えのもと、適合する商品の開発・流通・販売を行う仲卸業者である。通常、大手メーカーなどと仕入れの取引を行う場合、1 か月に 3 万円以上注文しなくてはならないなどの取引条件がある。地域のカフェなど個人で経営する店にとって 1 メーカーに毎月 3 万円払い、仕入れた商品を店で販売して採算を合わせることはなかなか難しい。ただ、ガイアのような仲卸業者からは、個々のメーカーの商品を 1 つからでも仕入れることが可能である。ガイアのコンセプトは X 氏の考えにも合っており、来店者が少しでも食について関心を持てるように様々な自然食品が販売されていた。

また、カフェ A では他の製造者の手づくり雑貨を仕入れて販売している。

レジ横の雑貨などは、別の方がつくっているものが多いですね。あと仕入れたものもあるんですけど、製品ですね。手作りのものもお願いしてつくってもらっています。知り合うきっかけはお客さんからが多いですね。結構素敵なバッグを持ってらっしゃったりとか、ちょっとこういうものをつくっているんですっていう話から、どっかに卸してるんですかみたいな感じで盛り上がって。そういう会話からが多いかもしれないですね[27]。

以上の T 氏の語りから、カフェに来店者として訪れたことがきっかけで、手作り雑貨の製造者とつながりができ、手作り雑貨の製造者がつくったものを置いていることがわかる。カフェ A で現在置いている手づくり雑貨の製造者は小樽市と倶知安町の方であり、こういった地域で個人的に活動をしている製造者の販売場所にもカフェが選ばれていることが明らかとなった。

以上より、地域のカフェにはカフェごとに様々な生産者および製造者とのつながりがあ

[26] 2020 年 10 月 17 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

[27] 2020 年 6 月 29 日、T 氏（カフェ A）へのインタビューより

り、相互に支えあって成り立っていることがわかる。また、カフェ D の X 氏および S 氏の語りから、大手メーカーとの取引は地域のカフェにとって負担が大きく、仲卸業者から欲しいものを必要な分だけ購入するなどの小規模な取引が地域のカフェには合っていることも明らかとなった。4.1. で記述した生産者から直接食材を仕入れることも、地域のカフェに合った小規模な取引の 1 つと言える。地域のカフェはその経営に合った小規模な取引を主に地域内で行っており、それぞれのカフェで各々のコミュニティが形成されている。

4.3. 地域のカフェの居場所づくり

余市町における地域のカフェの特徴の 3 つ目は、カフェという場所を使用して様々な活動が行われている点である。この活動が主に見られたのはカフェ C,D である。

カフェ C はカフェの場所をいろいろな人に開放しているため、放課後に子どもたちが集まることができる居場所活動を行っていたり、ママさんコーラスの練習場所となっていたり、研修会や町内会の行事にも使用されていると W 氏は語る。今回の聞き取り調査の中では、特に居場所活動とママさんコーラスについて詳しくうかがった。

> 居場所活動は（カフェ C が）できてから 4〜5 年ぐらい経った時からやってて、一応子どもフリーカフェっていう名前でやってて、毎週月曜日だけなんですよね。毎日開けているわけじゃなくて、毎週月曜日にそういった対象の子どもたちが自由に集って、あと高校が近くにあるので、ボランティア部のお兄さんお姉さんが来て、一緒に宿題やったりとか遊んだりとか、そういったかたちで[28]。

以上の W 氏の語りから、毎週月曜日に子どもたちが自由に過ごすことができる場所としてカフェ C を開放し、高校生のボランティアとともに活動していることがわかる。特に対象は設定しておらず、小中高誰でも参加することができる。多い時には参加者が 4~5 人集まっていたが、現在参加している人はいない。この活動を始めたきっかけについて W 氏は以下のように語っている。

> 子どもの支援っていうところが倶知安のほうでも元からしていて、今余市にカフェ C ができて、やっぱ子どもたちと関わっていく中で、障がいを持ったお子さんとかだと行く場所がちゃんと福祉の制度であったりとかするんですけど、どうしても支援の届かないっていうお子さんたちに何かこう、居場所を提供できないかなとか、まあ積極的にお友達同士で遊びに行ける方とか、学童保育とか使われている方はもうそういったかたちでつながっているんですけど、そうじゃないお子さんたちをどうにか

[28] 2020 年 7 月 7 日、W 氏（カフェ C）へのインタビューより

拾いたいなというところで、学校とかにチラシを持って行って、活動をちょっと紹介して、対象のお子さんがいたら紹介してくださいってかたちで[29]。

以上より、制度などからこぼれ落ちてしまう子どもたちに向けて居場所を提供していることがわかる。積極的に遊びに行ける子どもや施設や制度によって居場所のある子ども以外の子どもたちが放課後自由に遊べる空間をカフェでつくっている。居場所活動は 19 時までやっているため、両親が夜まで家にいないという子どもがカフェ C で時間を過ごすこともあったという。

また、カフェ C はママさんコーラスの練習場所としても使用されている。カフェ C の運営を行う法人が手がける、余市の障がい者グループホームの関係者にコーラス部の指導者がいたことがきっかけである。その指導者から、練習場所がなかなかないという相談を受け、カフェ C の場所を提供している。新型コロナ蔓延前は月 1 回程度、カフェ C を利用して練習を行っていたという。

20 人くらいわっと来て、昼のこのくらいの時間（13〜14 時頃）から 1〜2 時間くらい練習してるので、私たちもお仕事しながら美声が喫茶から聞こえてきて。なんか、定期的にそういう発表の場があるみたいで、それに向けての練習だそうです[30]。

以上から、カフェ C はカフェという場所を多くの人に開放しており、子どもたちに居場所を提供したり、コーラスの練習場所となっていることが明らかとなった。

カフェ D においても、カフェという場所を利用して様々な人が活動していることがわかった。X 氏はカフェ D の目指すべき姿としてコミュニティ・レストランを挙げており、以下のように語っている。

私はコミュニティ・レストランっていうことを目指しているんですけど、まあそれだけじゃ、コミュニティ・レストランってなあにってなっちゃうので、もうちょっと具体的な言葉でいうと、まあ地域のお茶の間、それから地域の台所、それと地域のいろんな講座とかサロン活動もしているので、学びの場って言ってもいいのかな。あとは例えばコンサート開くとか、そういうことで、なんていうのかな、いわゆる自前のコミュニティセンターみたいな。地域の人たちが、お互いに知り合っていく、みんな楽しく暮らしていくっていうか、そういう場、それかな[31]。

---

[29] 2020 年 7 月 7 日、W 氏（カフェ C）へのインタビューより

[30] 同上

[31] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

以上から、X 氏はカフェ D を地域の人びとの交流および学びの場にすることを目指していることがわかる。実際、今回の調査において、カフェの場所を使ったイベントなどの活動数はカフェ D が 1 番多かった。筆者が調査の中で確認できた活動について、以下でいくつか紹介する。

聞き取り調査ではカフェでの映画の上映会について話をうかがった。これは、小樽や赤井川でひとり CSA[32]（Community Supported Agriculture）という活動を行っている女性と共催で行っている。その女性が自主上映会や勉強会などを実施しているため、カフェ D でも月 1 回程度で映画の上映会を行っていると X 氏は語る。扱う題材は気候変動や食品ロスなどについてで、学びのあるものを上映していることがうかがえる。

また、2020 年 10 月 17 日に行った追加の聞き取り調査の際にも、前日に行った地元の水産加工会社の販売会について、お話をうかがった。この販売会はぬかにしんという商品を地域の人に味わってもらい、販売する目的で行われた。

> 昨日はね、地元の水産加工品をつくっている人が、ぬかにしんってあるんですけど、そのぬかにしんの販売会、販売会とはいえ、そのぬかにしんにまつわるお話とかして、で、それを使って三平汁っていうのをつくったんですよね[33]。

新型コロナの感染予防のため、人数制限を設けて行ったイベントであるが、参加した高齢者からは好評だったと X 氏は語る。

> 結構高齢の人は喜んでくれて、なつかしいねっていう。やっぱり今、みんな外食も意外と控えているところがあるし、どっかで何かは食べたいと思うけど、なんとなく積極的には出かけられない、でも、たまーには行ってみようかっていう感じで、昨日何人かそういうかたちで来ていた人がいたから、やっぱり楽しい。おいしいもの食べて、ちょっとおしゃべりができて、楽しかったと思いますね[34]。

新型コロナにより、外出することや外で飲食をすることになかなか積極的になれない状況下ではあるが、参加者にとっては、ぬかにしんについて学び、実際に食べて、地域の人と交流することができる貴重な機会であったことがうかがえる。また、今回商品の販売を行った地元の水産加工会社にとっても、貴重な機会であったことが明らかとなった。ぬかにしん

---

[32] 地域支援型農業のこと。特定の消費者が、生産者と農産物の種類、生産量、価格、分配方法等について、代金前払い契約を結ぶ農業のこと。地域が支える新たな農業の一形態。（農業と IT の未来メディア「SMART AGRI」，CSA より引用）

[33] 2020 年 10 月 17 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

[34] 同上

を販売している地元の水産加工会社は、新型コロナの影響でスーパーなどへの流通が止まってしまっていたとX氏は語る。そういった中、カフェDで地域の人びとに直接販売できた今回のイベントは水産加工会社にとっても良い機会であったことがうかがえる。

他にもカフェDでは、カフェCと同様に子どもの居場所づくり活動を行っていたり、料理教室や講演会なども行われている。

以上のカフェC,Dの例から、地域のカフェはその場所を様々な人に提供し、時には子どもたちの居場所になり、社会問題について学ぶ場になり、地域の食に触れることができる場所となっていることが明らかとなった。

4.4. 地域から離れられる場所

最後に余市町における地域のカフェの特徴として挙げるのは、地域から離れるために来店する人が、いくつかのカフェで見られる点である。この特徴は特にカフェ E,F で見られる。この 2 つのカフェは町外からの来店者が他の調査対象カフェより多いが、必ずしも自分の暮らす地域から離れるために、他の市町村から余市町のカフェを訪れているというわけではない。

まずカフェ E であるが、こちらのカフェには町外の人が各々の地域から離れるために訪れていた。ここでいう町外の人というのは、必ずしも観光客ではない。カフェ E は余市町の市街地から少し離れた場所にあり、車で来店する人が多い。Y 氏への聞き取り調査から、来店者は近隣地域の人が 2 割、半分以上は札幌市や小樽市から来店していることが明らかである。

> 常連のお客さんは何名かいらっしゃいます。割と手稲[35]ぐらいから、ちょっとドライブがてら来る人がパターンとしては多いです。なんか地元であんまりゆっくりしたいなって思わなくないですか。ちょっと出かけて自分の行きつけの場所があるみたいな、そういうニュアンスの人が手稲とか小樽とか。余市の人であんまり常連っていないかもしれないです[36]。

以上の Y 氏の語りから、常連客で余市町の人はほとんどおらず、札幌市や小樽市から訪れている人が多いことがわかる。また、その理由について Y 氏は、地元から離れてゆっくりしたいからなのではと語る。

一方カフェFでは、余市町内の人が地域から離れるためにカフェFを訪れていることが、Z 氏への聞き取り調査からわかる。カフェ F には町外の人が 6 割、地域の人が 4 割で訪れ

---

[35] 札幌市の北西部に位置する区。小樽市と接している。

[36] 2020 年 8 月 20 日、Y 氏（カフェ E）へのインタビューより

ており、Z 氏を中心に人びとの交流が盛んに見られたカフェであるが、Z 氏からは地域の人でも愚痴をこぼしに来店することが多いという話をうかがった。これは Z 氏の地域との関わり方が関係していると考える。

Z 氏は自分自身の地域への関わり方について、適度な距離間で、あえて深く関わらないと語る。以前は大阪で暮らしており、後志の地域おこし協力隊を経て、余市町でカフェ F を経営している Z 氏は移住者である。移住者と地域住民がなんでも一緒にやろうとすると上手くいかないという考えから、地域と深く関わらないようにしていると語る。一見、地域との関わりを断ってしまっているようにみえるが、Z 氏がこのようにあえて地域から距離を置くことで、余市町に移住してきた人を中心に Z 氏に愚痴をこぼしにカフェ F を訪れていることが明らかとなった。地域の中で生活をしていれば、不満や愚痴が出てくるものであるが、それらを吐き出す場所というのは少ない。地域のカフェにおいても、地域の人びとが多く訪れるため、あまりネガティブな話題が人びとの間で上がらない。2020 年 10 月 17 日にカフェ D で観察調査をさせていただいた際も、来店者の間で地域の人びとの様々な話がされていたが、悪口のようなものは出てこなかった。これについてカフェ D の X 氏は、顔見知りの人がよく訪れるため、そういったネガティブな話はすぐに知られてしまう可能性があると語った。しかし、カフェ F では Z 氏自身が地域から適度に距離をとっているため、愚痴をこぼしても地域に広がる可能性が低いと予測される。カフェ F は地域の中にありながら、地域から離れることのできる場所となっていると考えられる。

4.5. 小括

この章では、余市町の地域のカフェにおいて見られた 4 つの特徴について記述した。表 5 に概要を示している。

地元の食材を使うことについては、コーヒードリンクのみの販売を行うカフェ F 以外の全ての調査対象カフェで見られた。地元の食材を使うことは、地域のカフェにとってその地域の特色を出すことができ、地域の生産者から直接購入することで、安心安全な食べ物を来店者に提供できる。また、地域経済の循環に寄与する可能性についても示唆された。

地域の生産者はもちろん、地域で活動する製造者や地域の店との関係についてもカフェごとに多様なつながりがあった。カフェに来店者として訪れて知り合うケースが多く、各カフェの雰囲気やコンセプトに合った人びとが、各カフェで自身の商品販売等などを行っていた。また、地域の生産者や製造者との直接的な取引や仲卸業者から欲しいものを欲しい分だけ購入するなどの小規模の取引は、地域のカフェにも合った商売であることが明らかとなった。

また、カフェ C,D の例から、カフェという場所を使用して様々な活動が行われていることも明らかとなった。カフェ C,D のどちらでも行っていた子どもの居場所づくりは制度などからもこぼれ落ちてしまう子どもたちにとって大切な場所になっていると考えられる。

また、映画の上映会を通して社会問題について考える機会を地域の人びとに提供していた。さらに、地元の会社とともにイベントを行うことで、地域の人びとに地域の食を楽しんでもらいながら、地元の会社に販売の機会も提供していた。

表 5 の「カフェ以外の活動」におけるカフェ B の△は、U 氏が行っているデザイン活動を反映させたものである。本章で扱ったような居場所づくりではないが、U 氏はポスターやパンフレットなどのデザイン活動を通して地域の広報活動などに携わっている。

さらに、カフェ E,F の例から、地域のカフェが地域から離れるための場所として利用されていることも明らかとなった。カフェ E は主に町外の人が各々の地域から離れるために訪れ、カフェ F は主に余市町の人が地域から離れるために訪れていた。地域で暮らす中で出てくる不満や愚痴をカフェに訪れることで解消している人がおり、カフェは地域のガス抜きの役割も担っていると考えられる。

表 5 の「地域から離れる」におけるカフェ A の△は、T 氏が語る日常からかけ離れ、自分のために時間を過ごすことができる場所にしたいという思いを反映させたものである。日常の様々なしがらみから離れ、自分の時間を過ごすことは、地域を離れることに通じると考える。カフェに訪れ、物理的に地域から離れたり、店主に愚痴をこぼしたり、自分のために時間を使うことは、気持ちの整理や切り替え、リフレッシュにつながると考える。

表 5　各調査対象の特徴　概要

店舗仮名	地元食材を使う	生産者等との関係	カフェ以外の活動	地域から離れる
カフェ A	○	○		△
カフェ B	○	○	△	
カフェ C	○	○	○	
カフェ D	○	○	○	
カフェ E	○	○		○
カフェ F				○

5. 地域のカフェにおける多様な交流

カフェはただ単にコーヒーを飲む場所ではないということは先行研究から明らかとなっている。松宮（2015）はコーヒーを飲む場所という位置づけ以外に、情報交換の場、交流の場、集いの場の 3 つを挙げている。

では、地域のカフェでの交流は実際どのようなものになっているのだろうか。本章は、今回の調査で見られた余市町における地域のカフェの交流を見ていく。

5.1. 来店者と来店者

まず、来店者同士の交流について紹介する。今回の調査対象である 6 店舗の中で、初対面の来店者同士での交流の話を店主からうかがった、または観察調査でそういった場面が見られたのは、カフェ A,D,F の 3 店舗である。このカフェにおける初対面の来店者同士の交流というのは、オルデンバーグのサードプレイスのあり方に近いものである。オルデンバーグ（2013）は、サードプレイスとは中立の領域に存在し、来店者の差別をなくして社会的平等の状態にする役目を果たしているとまとめている。また、こうした場所の中では、会話がおもな活動であるとともに、人柄や個性を披露し理解するための重要な手段となると述べている。

カフェ A の T 氏は初対面の来店者同士での交流について以下のように語っている。

> 初対面の方同士での交流は数々あるんですけど、例えば雑貨をちょうど納めに来た方と別のお客さんがその方の作品を手に取って、実は作っているんですよっていう会話が生まれていたりとか。あとはお子さん連れで来た方と孫くらいの感じに見えてしまうくらいのおばあちゃん世代の方が、やー自分にもいてねみたいな感じの会話でほっこりしたりとか、そういうのもありますし。すごいアットホームな会話が生まれるとこっちもにこやかになるというか、すごいうれしいですね。特に私がアプローチしなくてもそういう会話は生まれてますね[37]。

T 氏の語りから、カフェ A では置いている雑貨や来店していた子どもをきっかけに来店者の間で会話が発生していることがわかる。特に T 氏が話すきっかけをつくらなくても、こういった初対面の来店者同士の交流があるようだ。

また、カフェ D でも初対面の来店者同士の交流が見られる。

> ほんとに、ここでいろんな人たちと知り合いになる人っていうのは多くって、横浜か

[37] 2020 年 6 月 29 日、T 氏（カフェ A）へのインタビューより

ら移住してきた女性がいるんですよね。で、ここに来て、結構いろんな人たちと知り合ったんですよね。だから会うたびに、「いやー、ここの店があったからいろんな人と知り合いになれた」って言ってくれるっていうかね[38]。

以上の X 氏の語りから、カフェDでは余市町外から余市町に移住してきた人が、新しい人間関係をつくることができる場となっていることがわかる。カフェ D は今回調査したカフェの中でも特に地域住民同士の交流が見られた場所である。

また X 氏への聞き取り調査からも、来店者の中で知り合うと良いのではないかと思った人を紹介することがあるとうかがった。

お店にいろんな人たちが来ますよね、で、この人とこの人知り合ったら楽しいなって思うと、自然にそっちに紹介したりだとか。だからよくうちのお店来てびっくりする人がいるんだけど、来た人と来た人同士、初めてここで会ったのに、そこから会話が始まるっていうこともあるんですよ。だから、いろんな人たちが交流できるような、そういう雰囲気づくりっていうのは心がけているかな[39]。

以上より、X 氏の紹介を通して来店者同士の交流が積極的に生まれていることがわかる。また、雑貨などをきっかけに会話が生まれているカフェ A や、移住者が地域住民とフラットに交流しているカフェ D はまさにサードプレイスとしての役割を担っているといえる。

カフェ F は、調査を行う前に筆者が一来店者として訪れた際、筆者自身も初対面の来店者同士の交流を体験した場所である。カフェ F の Z 氏は来店者と積極的に会話をし、コミュニケーションをとっている。また、来店者も会話を楽しむためにカフェ F を訪れている様子がうかがえる。2020 年 11 月 1 日に行った観察調査では、来店者はカフェ F を訪れると基本は Z 氏と会話をしているが、そういった中でも Z 氏は冗談などを交えながら自然と他の来店者も巻き込んで会話をしている様子が何度も見られた。また、筆者も観察調査をさせていただく中で、Z 氏から「あの人面白いから話聞いた方がいいと思って」と来店者と話ができるよう紹介していただいた場面があった。

以上より、店主が会話のきっかけをつくる場合や、店主を交えながら会話が広がる場合に初対面同士の来店者で会話が生まれることが多いことが明らかとなった。

---

[38] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

[39] 同上

5.2. 店主と来店者

5.2.1. 店主と常連客

常連客に関しては、オルデンバーグ (2013) もサードプレイスにおけるキーパーソンとして取り上げている。固定客をサードプレイスに引き寄せるものは、店側が提供するのではなく、客仲間が提供すると述べている（オルデンバーグ，2013：85)。また、常連客はその場所に特色を与え、いつ訪れても誰かしら仲間がいることを確約してくれる存在であると述べている。

今回の調査対象カフェにおいては、特徴的な常連客と店主との関係が見られた。

カフェ A では、コーヒーやスイーツ、パニーニなど、それぞれにファンがいると T 氏は語る。各々のファンは、カフェ A のコーヒーやスイーツが気に入り、カフェ A のものでなくてはならないと定期的に訪れている。

> 常連さんは、コーヒー豆の定期的なお客さんがすごく印象的なんですけども、奥様が買いにいらっしゃるんですけど、たまにこう、コーヒー豆を変えた時があったらしいんですよ。そしたらそこのご主人が、いつものと違うっていってすぐばれちゃったっていう話をされたのがすごくうれしくって。やっぱりここのじゃなきゃだめっていう感じでいってくださったのが本当にうれしいですね[40]。

T 氏はこういった常連客の存在によってモチベーションも上がり、1 つ 1 つの商品に手を抜けないと語る。

また、パニーニは小学生に人気があるという話もうかがった。

> パニーニは小学生にすごい人気ですね。放課後、たぶん自分のおこづかいで買いに来てくれると思うんですけど、おこづかいにしてはちょっと高くて申し訳ないなと思うんですけど。－（中略）－たぶん 1 人で給食からちょっと時間が経っておなかが空いたっていう感じで、テイクアウトで買っていってくれるんですけど、それがもうすごいかわいくて。うれしいですね[41]。

以上のように、カフェ A では小学生が 1 人で訪れ、パニーニを購入することがあり、小学生にもカフェが日常的に利用されていることがわかる。通常、カフェというと小学生が 1 人で頻繁に訪れる場所ではない。カフェ A も、小学生のみの中での飲食は断っているが、

---

[40] 2020 年 6 月 29 日、T 氏（カフェ A）へのインタビューより

[41] 同上

テイクアウトでの利用は可能となっている。コミュニティカフェなどでは、小学生のような子どもが気軽に訪れることができる場所もあるが、カフェ A のような一般的なカフェにおいても、そういった利用があることがわかった。また訪れる小学生は代替わりしており、進学してカフェ A を訪れなくなっても、また新しい小学生がパニーニを求めて訪れている。

> 小学生の子は結構代替わりしていまして、最初のころ、たぶん 4、5 年生くらいのころ来てくれていた子が、もう就職してっていう感じでこの前すごく久しぶりに来てくれて。あー素敵なお姉さんになってって。結構その時代で、あーこの子どうしてるかなっていう子はいますね、何人か[42]。

以上の T 氏の語りから、以前パニーニを購入していた小学生が、大人になって久しぶりにカフェ A に訪れることもあることがわかる。カフェ A で定期的にパニーニを購入することを通じて、T 氏と小学生の間につながりが生まれ、小学生にとってカフェが思い出の場所となっていることがうかがえる。

また、カフェ D においてはカフェを訪れるということが親から子に受け継がれている様子が語られた。

> 常連さんで今思い浮かぶっていうと、どうしても亡くなっちゃった方のことを思い出すんですよね。しょっちゅう来てて、亡くなっちゃって、高校の先生だったんですけど、柔道とかやっている方で、すごいオープンで面白い方だったんですよね。で、しょっちゅううちにお茶のみに来てくれてて、おっきな声で「たのもー！」とか言って入ってくるんですよ。－（中略）－でも今、その方も今度は息子さんの世代になって、その息子さんとか息子さんのお嫁さんとかが遊びに来てくれたりしているので、そういう風に世代は変わっているのかなって思いますけどね[43]。

以上の X 氏の語りから、常連客として訪れていた人が亡くなるなど訪れることができなくなっても、その子どもや家族がカフェを訪れることで、そのカフェを訪れることが受け継がれていることがわかる。1 人の常連客を通じて、家族などにつながりが広がっているといえる。

Y 氏と Z 氏からは、常連客が店主の相談相手でもあることが語られた。カフェ E の Y 氏は、常連客のことを気心知れた友達に近い存在であり、常連客との交流は励まされると語る。

> （常連さんはメニューを）いろいろ試すのもあるし、ハンバーガー好きでハンバーガ

---

[42] 2020 年 6 月 29 日、T 氏（カフェ A）へのインタビューより

[43] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

ー頼む人もいるし、あとはただ単にここの空間が好きだからっていうことでコーヒー飲んでずっと僕としゃべってる、なんか僕としゃべっている人のほうが多いかも。話す内容は、逆に僕が相談にのってもらったりして、なんか気心知れた友達に近いかもしれないですね。まああとは、こういうお店に来る人は、割と常連さんはアウトサイダーっていうか、変わっている人が多いので、こういうコロナの状況をどういうふうに見てますかとか、ちょっと一般的なとらえ方とは違うとらえ方の人が多いので、そういうちょっとスピリチュアルチックな人もいるんで、そういう話で盛り上がったり[44]。

以上より、Y氏は常連客への相談などの会話を通じて、新型コロナなどの問題を多様な視点から意見交換ができていることがうかがえる。さらにY氏は常連客との交流について、歳が全く違う人と深い話ができることは、普通の人にはあまりないことなのではないかと語る。

なんか全然歳の違う人とこう、心を分け入って話し合うっていうのは、普通の人は、ある人はあるんだろうけど、なさそうじゃないですか、年代が（違う人と）。今の時代ってあんまり人と深く話すっていうのがだんだん薄らいできているから。だからそういうのが僕は身近な人達とあるんで。そういうのが印象に残るっていうか、そういう人たちが周りにいるのは面白いです[45]。

Y氏にとって常連客は、相談相手でもあり、新たな視点や考え方を知ることのできる存在であることがわかった。

また、カフェFのZ氏からも、常連客に相談するという話をうかがった。カフェFは新型コロナの影響により、一時来店者が急激に減少した。その際訪れていた常連客に、来店者の減少について話すと、今来てくれている来店者を大切にしていつも通りカフェをやることが大事であるとアドバイスをもらったと語る。その後、カフェFは徐々に来店者が増加し、通常よりも来店者が多い時期もあった。

以上のように、店主にとって常連客は良き相談相手であり、多様な人が訪れるカフェだからこそ、店主も様々な考え方に触れることができる場所であることが明らかとなった。

常連客は、新しい来店者を呼び込む力があり、また、カフェの店主にとってモチベーションの向上につながることや、相談相手となること、新しい視点や考えを提供する存在であると考えられる。

---

[44] 2020年8月20日、Y氏（カフェE）へのインタビューより

[45] 同上

5.2.2. おすそ分けのやり取り

さらに、店主と来店者および店主と生産者との関係はただの商売上成り立っているものではないことが観察調査を通じて明らかになった。

カフェ A では 2020 年 10 月 16 日に観察調査を行ったが、その際に来店した人の中で野菜をおすそ分けに持ってきた人が 2 人もいた。1 人はカフェ A で知り合った来店者ではなかったが、2 人とも来店してテイクアウトで商品を購入するついでに T 氏に野菜を差し入れている様子が観察できた。T 氏に話をうかがったところ、農家の人や知り合いに農家のいる人が多いため、よくハネ[46]をおすそ分けでもらうことがあるという。

また、2020 年 10 月 17 日のカフェ D への観察調査の中でも、豆腐を届けてもらっている人から、農家でもらった野菜のおすそ分けをもらうことが語られた。またこれに対し、カフェ D からも余ったごはんなどを逆におすそ分けしているということがわかった。

以上のように、来店者や生産者は単なる商売相手ではなく、時には商売とは別におすそ分けをする関係性であることが明らかとなった。おすそ分けとは基本的にそのものに対価を払う必要がなく、相手に見返りを求めないものである。カフェ A やカフェ D ではそういった思いやりのやり取りが日常的にあったといえる。

5.2.3. 安心できる場所

カフェ D の X 氏からは記憶に残っている出来事として、東日本大震災の際にカフェ D を訪れた人の話をうかがった。当時、X 氏自身もテレビで災害の様子を見て唖然としていたが、その時にカフェ D の来店者の 1 人で、生まれてすぐの子どもがいた女性がその子どもを連れて突然来店したという。

> どうしたのっていったら、たまたまその日はご主人が出張でいなかったんですよね。それで家でお子さんと 2 人でいて、そしたらテレビかけるともう悲惨な震災の津波のあとの映像ばっかりでしょ。そしたらなんかね、気持ちがおかしくなっちゃった。それでっていってわっと駆け込んできた時があって、ちょうどまだうちの夫が生きていた時ですからね、ちょっとゆっくりしていきなさいっていって、ここで一緒にご飯食べようって晩ごはん食べて、そしたら安心したんでしょうね、で、泊ってってもいいんだよっていったんだけど、宿もやっているので。でも帰る帰るって、でもねなんかすごい安心したわっていって帰っていった時があって[47]。

---

[46] 色や大きさが規格外であったり、傷や虫食いなどがあることで市場に売り出せないもののこと。

[47] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

以上から、その日来店した女性にとって、カフェ D が家以外で安心できる場所であったことがうかがえる。夫のいない家で小さな子どもとともに震災の様子をテレビで見ることは精神的につらいことであり、助けを求めた先がカフェ D であった。こういった話は他にもあり、何か問題が起こった時に解決する手助けができればと X 氏は語っている。

以上から、カフェ D は来店者が何かしらの問題や不安を抱えて来店することがあり、X 氏はそういった問題などの解決のきっかけをつくりたいと考えていることが明らかとなった。来店者にとってカフェ D は時には自宅よりも安心できる場所であるといえる。

5.3. カフェで活動してカフェを支える

さらにカフェ D では、他のカフェでは見られなかった独自の運営方法があることが明らかとなった。X 氏はカフェ D の経営について、スタッフに給料を払いながらカフェを続けていくことが難しくなってきたと語る。

> 私たちがお店始めた頃に比べたらお客さんの数も、常連さんなんかでも高齢になって来れなくなっちゃった人とか、やっぱりちょっとお客さんの数が減っちゃってるっていうようなことで、私もちょっとお給料を払っていくのが大変かなっていう。そういう状況だったんですが、そんな時にどうしようかっていうふうにして、スタッフの人とかいろんな人と話をした時に、でもやっぱりここで仕事をしていきたいし、例えばコロナ後は今までのように雇用されて仕事をするってことじゃなくて、やっぱり自分たちで仕事をつくっていくというか、小さな仕事を、っていうふうに理解を示してくれて[48]。

そこで、X 氏はスタッフをただ雇用して働いてもらうのではなく、それぞれがカフェ D の中で自分の仕事をするというかたちにしている。例えば、金曜日にお弁当を売っている女性スタッフは、その売り上げを全て自分で管理している。たくさん売れればその利益は全て彼女のものになるが、逆にあまり売れなくても彼女の責任になる。お弁当販売を行う女性スタッフは X 氏には水道光熱費を支払い、あとは基本的に自分の責任で商売を行っているという。また別のスタッフにおいても、カフェ D の設備は自由に使うことができるが、つくったものは自分自身で販売するようになっている。

> で、そうすれば私もずっと長くやっていけるかなっていうふうに。－（中略）－私もどんどん歳とっていくし、そんなにあれもこれもはできないので。ただ、せっかくみ

[48] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

んなが集まれる場所があって、手前味噌だけど、結構素敵な雰囲気なんですよ。せっかくこういう場所があって、そしてここに集まってくる人もいる。そしたらやっぱりそれを活かして末永く、お店を続けていけたらいいかなっていうかたちで、そういうふうにみんなが動いていますね[49]。

以上のように、カフェ D ではカフェを長く続けていくために、カフェの場所や設備を個人に貸し出し、各々で商売をしていることがわかった。これにより、X 氏の負担も減っていることがわかる。店主がカフェを経営し、スタッフは雇用されて働くのではなく、それぞれのスタッフがそれぞれの仕事をしながら、カフェという場所を支えている様子が明らかとなった。

5.4. 店主の接客

これまでカフェにおける来店者同士および店主と来店者の多様な交流について見てきたが、店主の接客はどのカフェにおいても交流を見ていくうえで重要であることがわかる。ここでは店主の来店者への接客や行動について見ていく。

カフェ B は調査対象カフェの中でも特に接客に力を入れていることが V 氏への聞き取り調査でわかった。V 氏は、カフェに楽しい気持ちで来店する人がいる一方で、誰にも相談できないような悩みを抱えて来店する人もいると語る。そういった様々な背景を持って訪れる人にロボットのように同じ接客をするのではなく、来店した人 1 人 1 人に合った、ホスピタリティのある接客をすることが大切であるという。

ただ、1 人 1 人に合った接客をするには、来店者が訪れた時点でその人のことをある程度理解する必要がある。V 氏は幼いころから人間観察が好きだったため、それまでの経験から得た来店者の様々な背景を読み取る力を接客にも活かしている。

私占い師みたいだよ。だから来たらね、ほんとに職業もわかるし、なんとなくね、爪がどんな感じだとか、髪型とか服装の趣味とか、そういうのを見るのが好きだった小さいときからね、どんな人なんだろうこの人って想像するのが好きなタイプだったから、だから私はこの仕事がすごく好きです[50]。

以上のように、カフェ B では V 氏が、来店者 1 人 1 人に合った接客をすることを心がけていることがわかった。

一方、カフェ E,F ではカフェ B とは違った接客であることが明らかとなった。違いとは、

---

[49] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

[50] 2020 年 10 月 16 日、V 氏（カフェ B）へのインタビューより

店主が合わない思う来店者とそうでない来店者で接客を変えているということである。

> 接客は、もちろん人によりますけど、まあ大前提で来てくださってありがとうございますっていう。ちょっと不謹慎かもしれませんけど、僕人によってはちょっと、このお客さんうちに向いてないなっていうお客さんもいるんで、そういう場合は、なんでしょうね、断ることはしないですけど、もてなすっていうことはしないかもしれないです[51]。

以上のＹ氏の語りから、Ｙ氏がカフェ E に合わないと思う来店者に対しては、接客を変えていることがわかる。

カフェ F のＺ氏も、合わないと思う来店者には 2 割の接客をすると語る。Ｚ氏はそうすることによって、だんだんとカフェ F に合わない来店者が訪れなくなると語る。また、2020 年 11 月 1 日に行った観察調査の際にも、いろんなことに力を注ぐと全てがおろそかになってしまうため、合わないと思った人には力を注がないと語っていた。

以上の 2 人の語りから、Ｙ氏及びＺ氏は来店者を選んでいることがうかがえる。カフェなどの飲食業において、より多くの人に自分のお店を選んでもらうことおよび来店してもらうことは重要なことであるが、カフェ E,F は逆にそれぞれのカフェに合う人に来店してもらうことが重要であることがわかる。また、たくさんの人に来店してもらうのではなく、各々のカフェが好きな人に何度も来店してもらうことが、カフェをしつらえることにもつながると考える。カフェ E,F は場づくりを 1 つの目的としており、そういった場合には場をしつらえるということもより重要となってくると考えられる。

以上のように、カフェごとに接客の違いがあり、それぞれの目的に合った接客をしていることが明らかとなった。

5.5. 小括

本章では、余市町の地域のカフェにおいて見られた人びとの交流について述べた。

カフェ A,D,F では、オルデンバーグ（2013）が述べているようなサードプレイスで見られる、初対面の来店者同士での交流があった。交流のきっかけなどはカフェごとに異なるが、店主の働きかけが重要であることが明らかとなった。

店主と来店者の交流についても、各カフェで多様な交流が見られた。特に常連客は、店主にとっても、カフェにとっても重要な存在であることが明らかとなった。常連客の存在が店主のモチベーションとなっている様子や、常連客から世代をこえて新たな来店者につながっていることが店主の語りからうかがえた。また、店主の相談相手としても常連客があげら

[51] 2020 年 8 月 20 日、Ｙ氏（カフェ E）へのインタビューより

れ、多様な人びとが訪れるカフェだからこそ得られる新たな視点や考え方もあると考えられる。

また、来店者や取引相手との商売上のやり取り以外の関係も見られた。カフェ A やカフェ D の例から、来店者が農家であったり、知り合いに農家の人がいることが多く、商品にならない野菜のハネなどをおすそ分けとしてもらっていることがわかった。このようなやり取りは見返りなどを求めない思いやりのやり取りであるといえる。1 次産業の盛んな余市町だからこそ見られる交流であると考えられる。

さらにカフェ D では、スタッフをただ雇用して働いてもらうのではなく、それぞれがカフェ D で仕事をするというかたちで運営している。一緒に働くスタッフは、X 氏に水道光熱費を支払うことでカフェ D の場所や設備を自由に使うことができるが、自分自身で販売を行い、その利益は全て自身で管理することになる。このようにカフェ D の中でスタッフが各々の商売をすることで、店主の負担も減り、カフェを長く続けられるような仕組みになっていた。

店主の接客についてもカフェごとに異なっていた。カフェ B の V 氏は幼いころから人間観察が好きだったこともあり、来店者が訪れた時点でできるだけその人がどういった人なのかを理解できるようにし、その人に合った接客をすることを心がけていた。一方で、カフェ E の Y 氏やカフェ F の Z 氏の語りからは、カフェに合わないと思った来店者に対しては、接客を変えていることが明らかとなった。Z 氏はいろんなことに力を注ぐと全てがおろそかになってしまうため、合わないと思った人には力を注がず、そうすることでカフェ F に合わない来店者が訪れなくなると語っていた。このように来店者に対して接客を変えることで、カフェという場所をしつらえているカフェがあることも明らかとなった。

6. 新型コロナと地域のカフェ

本研究の調査において、大きな影響を与えたものの 1 つに新型コロナがある。調査日程の見直しやオンラインによる調査に切り替えるなど、研究を進めるうえで様々な悪影響を及ぼしたが、一方でこういった状況下だからこそ見えてくるカフェの役割もあった。本章では新型コロナの状況を通して見える地域のカフェについて記述する。

6.1. 新型コロナの概要

新型コロナとは、COVID-19（coronavirus disease 2019）とも呼ばれ、2019 年に発生した新型コロナウイルス感染症のことである。SARS-CoV-2 と呼ばれるウイルスが原因で起きる感染症であり、2019 年 12 月に中国の湖北省武漢市で発生が確認されてから瞬く間に世界中に感染が拡大した。日本でも 2020 年 1 月 16 日に初めて感染者が確認され、徐々に感染が拡大する。2020 年 4 月 7 日には特に感染拡大の見られる 7 都府県で「緊急事態宣言」が出され、さらに 2020 年 4 月 16 日にはその範囲が全国に拡大。政府は人との接触機会を最低 7 割削減することを求め、外出自粛を呼びかけた。その後、感染者数の増加は少し落ち着くが、8 月ごろに「第 2 波」、また 11 月にも感染者数が急増し、「第 3 波」が到来している。感染拡大と抑制を繰り返しながら、2020 年 12 月現在も収束の見込みがない。

北海道においては、2020 年 1 月 28 日に初めて感染者が確認され、全国に先駆けて感染が拡大した。2020 年 2 月 28 日には北海道独自の緊急事態宣言が発表され、週末の外出自粛が要請された。その後しばらく感染者数に大きな変動がなかったが、11 月に入ると北海道においても感染者が急増。再び不要不急の外出自粛が求められ、2020 年 12 月下旬には感染者数が減少傾向に転じている。

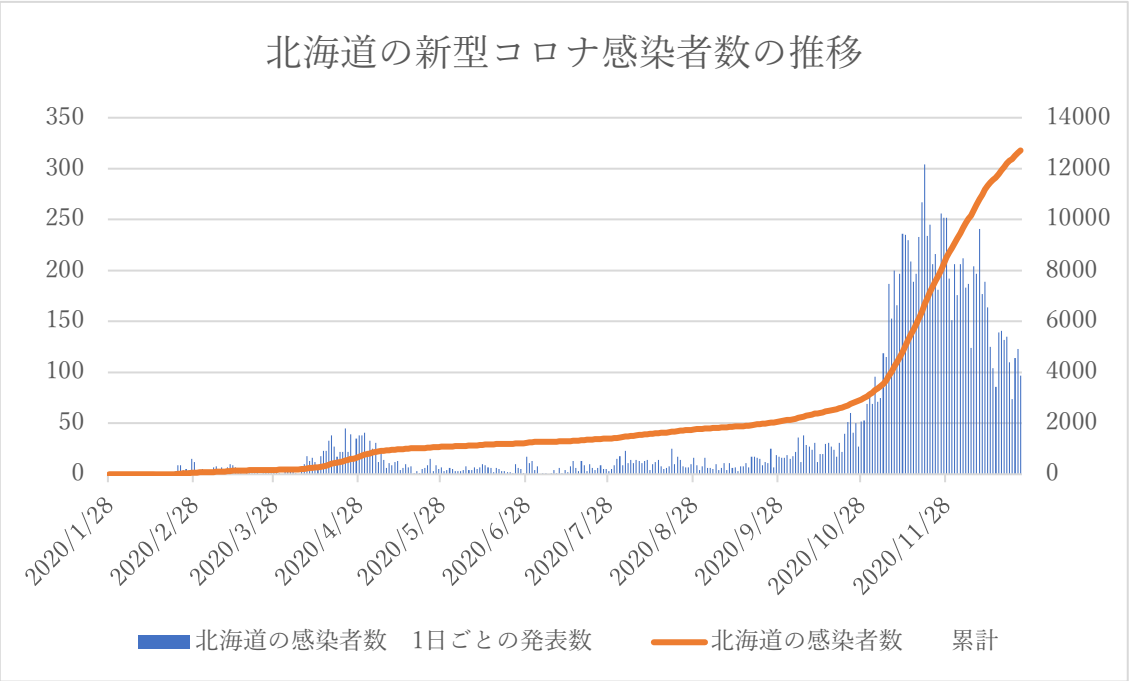

図 10　北海道の新型コロナ感染者数の推移

出典：NHK 特設サイト新型コロナウイルス,都道府県ごとの感染者数の推移（NHK まとめ）のデータ（2020 年 1 月 28 日から 12 月 25 日）より、筆者が作成

6.2.　地域のカフェへの影響

2020 年 12 月現在も世界中で猛威を振るう新型コロナであるが、地域のカフェにも様々な影響を及ぼしている。

まず各調査対象カフェの新型コロナ対策を表 6 に示す。各調査対象にどのような対策を行っているか質問し、回答されたものに〇を記入している。「密を避ける」というのは、店内利用を予約制にする、来店者間の距離をできるだけ空けるなどが含まれている。また、カフェ A,B,D は一時的に休業していた。

表 6　各調査対象の新型コロナ対策

店舗仮名	マスク着用	店内消毒	密を避ける	営業時間の変更	その他
カフェ A	〇	〇	〇	〇	
カフェ B	〇	〇		〇	
カフェ C		〇	〇		陳列商品の個別包装
カフェ D		〇	〇		
カフェ E			〇		換気
カフェ F					

次に来店者数の変化であるが、これも店舗によって異なる。カフェ A,D,E,F は一時的または継続的に来店者が減少した。特に 3〜4 月は急激に減少したというカフェが多い。これは 2020 年 2 月 28 日に北海道で独自に発表された「緊急事態宣言」および全国的に感染が拡大し始めている時期であったことが影響していると考えられる。新型コロナに関する情報が錯綜し、外出自粛の要請が強く出されていたことが、カフェを訪れるという一見不要不急の外出行為を制限していたことがうかがえる。ただ、その後は徐々に客足が戻ってきているというカフェが多い。特にカフェ F は例年であれば比較的来店者が少ない 9〜11 月の来店者が今年は多く、シーズンが長かったと Z 氏は語る。これは 2020 年 7 月から実施された「Go To Travel キャンペーン[52]」および 2020 年 10 月から実施された「Go To Eat キャンペーン[53]」による旅行者等の増加が要因の 1 つとしてあげられる。余市町外からの来店者が他のカフェより多いカフェ F は、これらのキャンペーンの実施により外出自粛の雰囲気が少しずつやわらいだことで、来店者が継続的に増加したと考えられる。また、Z 氏の語りから、特に札幌市からの来店者が多かったことも明らかとなった。これは余市町が札幌市から車で 1 時間程の距離にあり、ドライブがてら気軽に立ち寄ることができる場所であることが要因の 1 つとして考えられる。北海道を出るような遠出の旅行はできないが、近場で気分転換をしたいという人にとって、余市町はちょうどいい場所であったことが推測できる。

一方で、カフェ B,C は来店者数が新型コロナによって基本変化していない。カフェ C の W 氏の語りから、カフェ C はもともとの来店者数がそこまで多くないため、新型コロナによる変動が小さかったことがわかる。また、カフェ C の来店者は近隣住民が多いことも要因としてあげられる。

> 新型コロナの影響は、お客さんの数自体はですね、普段そんなにお客さんの来るカフェではないので、お客さんの数は変わってないんですけども、その分こちらから外へ出向いて外販とか行くので、その販売、病院とか学校とか行ってたので、そういったところが今でも行けてないので、そういった部分での収入は落ちてますね。外販はパンとかお菓子とか、あとここで作った惣菜品とかをちょっと席を設けさせていただいて、販売をさせていただいてたんですよね今まで[54]。

---

[52] 2020 年 7 月 22 日より実施された、外出自粛や休業の要請によって疲弊した経済を再興させることが目的の事業。宿泊を伴う、または日帰りの国内旅行の代金総額の 1／2 相当額を国が支援する。

[53] 2020 年 10 月より各地で実施された、新型コロナの感染拡大に伴う外出自粛等の影響により、甚大な影響を受けている飲食業に対し、期間を限定して需要喚起を図る官民一体型の事業。該当する食事券やオンライン飲食予約サイトを利用することで、通常より安く飲食ができる。

[54] 2020 年 7 月 7 日、W 氏（カフェ C）へのインタビューより

ただ、以上のＷ氏の語りから、カフェで製造しているパンや菓子、惣菜類を他の公共施設などで販売する外販は、新型コロナの影響によって一時的に行くことができなかったことがわかる。外販はもともと来店者数が伸び悩んでいることがきっかけで始めた活動である。様々な人が利用する病院や役場など、カフェ以外の場所で販売することによって、その販売先でカフェ C を知ったという来店者がカフェに訪れることもあり、宣伝効果もあるものだった。2020 年 11 月 20 日の追加の聞き取り調査の際には、医療機関以外で外販を再開しており、以前行っていた時と変わらず売り上げがあることが明らかとなった。

カフェＢのＶ氏の語りからも、近隣住民の日常的な利用が大きな割合を占めているため、新型コロナによる来店者の変動が小さかったことがわかる。

> あのね、何も変わらないかも。結局近所の方がメインのお店なので、もうあんまり変わらないっていうのが現状ですね。ただ食パンのニーズが上がったっていうのはありました。やっぱり家に子どもがずっといるから、でもお母さんは働かなきゃいけない、看護師さんとかね、介護員さんとかは休めないでしょう。だから家にずっと子どもを置きっぱなしの人は、食パンがあるとうれしいんだろうね[55]。

さらに以上の Ｖ 氏の語りから、食パンの需要が増えたことがわかる。もともと黒松内町でテイクアウトによる販売を行っていた経歴があるカフェ B は、現在の余市町のカフェの中でもテイクアウトの来店者が比較的多い。新型コロナによって一時学校が休校したため、家にいる時間が長い子どもが手軽に食べることができる食パンを販売しているカフェ B では、さらに需要が増加した。

こういった食パンなど手軽に食べることができるものの需要が増加した様子はカフェ D でも見られた。カフェ D は来店者の年齢層が 60〜70 代と高いことから、特に新型コロナによる来店者数の減少がうかがえたカフェである。

> 新型コロナでお客さんは減りました。常連のお客さんでももう、そうですねやっぱり緊急事態宣言が出たころなんかはだれも来なかったっていうか。来づらいっていうかみんなもう出ないっていうかね[56]。

> うち結構年齢上の方多いので、特にそうじゃないかな。ごめんねって、なんか行きたいと思うんだけど、いろいろねちょっと考えるとこがあってっていう感じで[57]。

---

[55] 2020 年 10 月 16 日、Ｖ氏（カフェ B）へのインタビューより

[56] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

[57] 2020 年 10 月 17 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

カフェ D は様々なイベントを頻繁にカフェで開催していたが、新型コロナによってそれらの中止も余儀なくされている。

そんな中、月曜日に設けている「お惣菜の日」での惣菜販売は新型コロナを受けて売り上げが少し上がった。「お惣菜の日」とは X 氏とスタッフ数名で、主に単身世帯をターゲットに惣菜を販売している日である。1 人暮らしだと揚げ物など手の込んだ料理をしなくなるという声を受け、できる人で料理を作り、提供しようということではじめた。

> やっぱり今家族が変わってきているから、だから揚げ物みんなしなくなるとか、手の込んだものしなくなっちゃう。それだったらさっきお店のコンセプトで地域の台所っていうふうに言ったけど、じゃあできる人が何人かで作ろうよって、お料理ね。そして、それをみんなに食べてもらう、それは販売なんだけど、そういう風にしていけば材料もある程度吟味して、自分たちで安心安全っていうか、そういうものを食べれるよねっていうことで作っています。それはコロナ前からもそうだったし、コロナ中もお惣菜の売り上げだけは変わらなかったです。で、コロナ後は（売り上げが）ちょっと上がっているかな[58]。

以上の V 氏および X 氏の語りから、地域のカフェの新たな役割が 1 つ見えてくる。それはカフェという場所以外で、地域の人びとの日常的な食を支えるという役割である。カフェとは基本的に飲食物と共に場所を提供している。そこでコーヒーを飲んだり、食事をすることが主な使い方となっていたが、新型コロナによる外出自粛や人との接触を避ける風潮は、テイクアウトの需要を増加させた。これはカフェに限らず、飲食業全体に言えることであるが、スーパーなどでパンや惣菜を買うのではなく、飲食店の商品をテイクアウトすることが生活の中で選択肢として入ってきているといえる。もともとテイクアウト商品（主に食べ物）を扱っていたカフェは、新型コロナによって家での食事を支えるという役割が見えてきた。

6.3. なぜ地域のカフェを訪れるのか

6.2 では、新型コロナ蔓延によって見えてきたカフェの新たな役割の 1 つであるテイクアウトについて述べた。テイクアウトは新型コロナの感染拡大を抑制するために要請された外出自粛や人との接触を控えることに応じて需要が増加したものである。一方で、カフェを訪れ、その場を利用し交流することの重要性についても何名かの店主の語りから確認することができた。

カフェ B では一時期席をしまい、テイクアウトのみの利用にしていたが、その際来店者

[58] 2020 年 7 月 8 日、X 氏（カフェ D）へのインタビューより

の多くが会話を求めてカフェに訪れている様子が語りからうかがえた。

> （お店に来ることで来店者は気晴らしになっていると感じた？）もちろん、それはもう120%みんなそうだよ。そうそうそう、コロナ中は特に。だから、ここの席も全部取っ払って、もう持ち帰りだけの状態にしていたんだけど、しゃべりたくてしゃべりたくてしょうがないみんな。ここ（カウンター前）に立って、持ち帰りのコーヒーを持って、しゃべるみたいな。意味ないじゃん、イスないし、意味ないじゃんと思うんだけど、でもそれがしたいんだよね。でも最後に自分でも、だめだってわかるでしょ、それやっちゃってるなってわかるでしょ、（だから）ごめんねごめんねって言いながら帰っていくの[59]。

以上のV氏の語りから、来店者が新型コロナ感染予防のために会話を控えようという意識を持ちながらも、V氏と会話をしたいという葛藤があることがわかる。また、外出自粛などが要請される中で、カフェが数少ない交流の場となっていたことも考えられる。

またT氏の語りから、カフェAにおいてもカフェを訪れてその空間を利用することで、気分転換になる様子や切り替えて作業に取り組める様子がうかがえる。

> お茶をする時間って家でもできますし、たぶんこのコロナがあって、みんなそれぞれに工夫して、なんとかこう味気ない感じでも楽しくできるように工夫されていたと思うんですけど、やっぱり普段使っていない食器だったりとか、音楽だったりとか、その空間で過ごすことで、ちょっとリフレッシュできる時間っていうものの大切さを再確認したっていうか。やっぱり家にいるとその仕事ができないけど、それだけを持って、雑念がないところでやるっていう目的で来られる方もいて、絶対家でできないのに終わったっていって[60]。

新型コロナの感染拡大を受けて「おうち時間」という言葉が流行り、家での時間を充実させる方法やアイデアがたくさん出されたが、あくまで家はプライベートな空間である。家の外に出ることで家族と離れて気分転換をしていた人や、日々会社で仕事をこなし、家はくつろぐ場所としていた人などにとって、家にすべてが集約されると息苦しく感じることがあると考えられる。家でも会社でもない、日々何気なく利用していたカフェが、生活の中で大事な場所であり、大切な時間となっていたことを人びとが再認識したといえる。

---

[59] 2020年10月16日、V氏（カフェB）へのインタビューより

[60] 2020年10月16日、T氏（カフェA）へのインタビューより

6.4. 小括

地域のカフェは新型コロナの蔓延によって、外出自粛などで来店者数や経営に影響を受けるとともに、マスクの着用やアルコール消毒など、今までなかった制限や仕事の負担が増加した。一方で、新しく需要の増加したテイクアウトにより、カフェという場所以外でも地域の人びとの食を支えているカフェがあることが明らかとなった。日常的に人びとが口にするものを販売していたカフェでは、そういった商品のテイクアウトの需要が増加している。カフェなどの飲食店でテイクアウトをするという選択肢が人びとにとって身近なものになったことで、今後も一定の需要があると推測される。

また、カフェを訪れるという行為についても、日々の生活の中で人びとに交流や気分転換となる空間を提供していることが再確認されたといえる。新型コロナの蔓延によって、多くの人びとがストレスや不安を抱えている状況が続いている。2021 年 1 月 22 日の日本経済新聞によると、2020 年の自殺者数は前年比 750 人増（3.7%増）の 20919 人であることが明らかとなった。記事によると、10 年連続で減少していた数字がリーマンショック直後の 2009 年以来 11 年ぶりに増加に転じたという。自殺者増加には様々な要因が考えられ、一概には言えないが、新型コロナ蔓延に伴う外出自粛や生活環境の変化などが影響している可能性がある。生活をする中で常に感染のリスクがあり、また 1 つ 1 つの行動に今まで以上に制限と責任が伴っている。外出自粛は人との交流の機会を減少させており、今まで自由に行えた友人などとの交流が気軽にできない状況である。

そういった中で、日常から少しだけ離れることができる場所であるカフェは、今後も人びとに求められていくことが考えられる。たとえ友人などと訪れることができなくても、パンやコーヒーを購入して店主と軽く会話をすることや、日常から少しでも離れることができる空間であるカフェは、人びとに息抜きを提供することができると考える。

7. 地域のカフェの今後

これまで地域のカフェにおける交流の実態を明らかにし、地域のカフェの持つ役割についてもいくつか見てきた。本章では改めて、新型コロナによる人びとの生活の変化なども含めて、今後の地域のカフェの役割とあり方について考えたい。

7.1. 地域の産業・経済・食を支える可能性

まず 1 つ目にあげるのは、地域の産業、経済、食を支えるという役割を持つ可能性についてである。4.1. で記述したように、今回調査した地域のカフェのほとんどが地元の食材を使用して、スイーツや食事の提供を行っていた。これは余市町の主要な産業である農業および漁業を支えることにつながると考える。今回の調査で、各カフェの来店者やつながりのある生産者などに詳しく話を聞くことができなかったため明らかにはできなかったが、地域のカフェが地元の食材を使用することは、地域の特色を出し、町内外の来店者に余市町の食の魅力を伝えることにつながると考える。

また、地域の生産者から直接食材を仕入れることは、地域経済の循環にも寄与する可能性が示唆された。近年増加している大型のスーパーマーケットや商業施設で食材を購入しても、そこで出た利益は地域経済にあまり還元されない。一方、地域の生産者から食材を仕入れることは、地域内で経済の循環を生みだしている可能性がある。このようなカフェと生産者の緊密な関係による小規模な取引は、大規模な仕入れをすることが難しい地域のカフェにとって大きな利点があることも明らかとなった。

生産者と直接取引することは、来店者に地域の食を楽しんでもらえるだけでなく、食の安心安全も提供することができる。提供する側の店主が、直接取引をして仕入れた食材を使用するため、素性のはっきりした食を提供することができる。

さらに、2020 年に蔓延した新型コロナによって、来店者のテイクアウトの需要が増加したことで、カフェで提供する食がカフェという場所の外でも地域の人びとを支えていることが明らかとなった。外出自粛や人との接触を避けることが求められる中、鬱々とした日常の中でちょっとでもカフェのものを楽しみたい人や、日常的に口にするものを購入したい人がテイクアウトを利用していることがわかる。

今後新型コロナがどのように収束していくのか、予測することは困難であるが、お店の商品を家で楽しむことができるテイクアウトの需要は今後も一定数あることが推測される。

7.2. 地域の人びとに場所を提供する

2 つ目に地域の人びとに場所を提供するという役割をあげる。これは主に 4.3. で扱ったが、カフェの場所を飲食するという目的以外で使用することである。カフェ D が主な例と

してあげられるが、カフェという場所が時には学びの場になり、時には料理教室になり、時には子どもたちの居場所になる。これは、地域の公民館やコミュニティセンターと同じような役割を担っているといえる。ここに、長年カフェが人びとに利用されている強みがあるのではないかと考える。カフェという場所は基本「自由」に使うことができるのだ。店主の合意を得れば、映画の上映会も行える。この利用の仕方はカフェ D がコミュニティレストランというコンセプトのもと積極的に活動を行っているという背景がある。しかし、他の調査対象カフェにおいても、自由度の幅は異なるが、その場所に入ってしまえば飲み物 1 つで自分の思うように過ごすことができる。友人とのおしゃべりに花を咲かせてもよいし、店主に相談事をしてもよい、1 人で訪れて会社から持ち帰った仕事を片付けてもよい。訪れる人によってカフェの空間は変化しているととらえることもできる。

誰でも自由に過ごすことができ、柔軟に姿を変えるカフェは、今後また大きな変化があったとしても、対応できるポテンシャルを持っているおり、人びとに「とびきり居心地の良い場所」を提供し続けると考える。

7.3. 逃げ込める場所

3 つ目にあげるのは、人びとが自身を取り巻く様々な問題から逃げてくることができる場所としての役割である。4.4. で示したように、地域から離れるためにカフェを訪れている人がいることが明らかとなった。カフェ E には主に余市町外の人が、自分自身の暮らす地域から離れて、わざわざカフェ E を訪れていた。オルデンバーグ（2013）は、サードプレイスとは地元に密着していることで、最もコミュニティのためになると述べている。カフェ E はオルデンバーグのサードプレイスとしての条件からは外れているが、少し遠出をして訪れる、自然に囲まれた場所にあるカフェ E は、余市町外からの来店者にとって「とびきり居心地の良い場所」となっていると考える。

カフェ F においては、余市町内の人びとが地域から離れるために訪れていた。これは Z 氏が地域と適度な距離をとっていることが要因の 1 つであった。地域で生活する中で出てくる不満や愚痴をカフェ F は受け止めてくれる場所であることがわかる。

ただ、ここで 1 つの矛盾が生じている。これまで、人びとの「交流の場」として地域のカフェを見てきたが、カフェ E,F の例からはカフェが地域から「離れる場」となっている点である。本研究で対象としたカフェは地域の人びとの利用が多く、地域の人びとを中心とした多様な交流についても述べたが、一方で地域から離れるためにカフェを訪れている人がいることも明らかとなった。

このような矛盾が生じた理由の 1 つとして、カフェという場所では地域のコミュニティとは別のコミュニティが形成されていることがあげられる。地域のカフェは地域の人びとの交流の場でもあるが、7.2. でも述べたように、基本的に飲み物 1 つ頼めば自由に過ごすことができる。カフェを訪れる人は、そこで提供されるコーヒーやスイーツが好きであった

り、その空間で過ごすことが好きであったり、店主と会話をするために訪れていたりと理由は様々である。しかし、少なくとも来店者はそのカフェが好きであるから、そこで時間を過ごしているといえる。このように、カフェとは多様な人が訪れる場所であるが、来店者もカフェを「選択」していることで、地域のコミュニティとは違ったそのカフェの交流が生まれ、それが時には地域のしがらみから離れることにつながると考える。地域のコミュニティは選択することが難しいが、地域のカフェは選択することができる。これにより、地域のカフェは地域の「交流の場」でありながら、地域から「離れる場」ともなっていると考えられる。

また、逃げ込める場所の別の例として、東日本大震災の時に精神的につらくなってカフェ D に駆け込んできた女性もあげられる。この女性は家で感じた孤独や震災の映像を見ることで生まれる不安から逃れるためにカフェ D を訪れていた。X 氏の語りから、女性は日常的にカフェ D を訪れていたことがうかがえる。普段から定期的にカフェなどを利用することは、自分自身の非常事態の際に助けを求めることができる場所が増えるということである。これは必ずしもカフェである必要はないが、人びとが行きたいときに気軽に訪れることができるカフェは、人びとの逃げ場にもなると考えられる。

7.4. 新型コロナの蔓延とオンライン化が進む中でのカフェ

最後に、新型コロナの蔓延とオンライン化が進んでいる状況下において、カフェに求められる役割について考える。

新型コロナの蔓延により、外出自粛や人との接触を減らすことが求められていることについては何度も述べているが、新型コロナは様々なもののオンライン化も推し進めた。新型コロナによって在宅勤務が推奨され、多くの人が様々なことをオンライン上で済ませる術を身につけている。

このようなオンライン化が進む中で、リモートワークが推奨され、一時的または継続的に家に第 1 の場の家と第 2 の場の職場が集約したという人も多い。では、そういった状況の中、第 3 の場であるカフェはどのような場所になるのか。

カフェのようなサードプレイスとオンライン化によって多様なことができるようになった家において、人との交流をする上での最も大きな違いは、ふとした出会いがあるか否かであると筆者は考える。現在、オンラインで友人などと交流をするとなった場合、参加する人を決め、時間を決めて交流することになる。これはすでに交流のある人とであれば比較的気軽にできるやり方であるが、全く知らない人との出会いというのは激減すると考える。

一方カフェでの交流は、その場にいる知らない人とも会話が生まれ、つながりができる可能性がある。今後、オンライン化がどの程度まで人びとに浸透していくかは予測ができないが、少なくとも現時点では、カフェなどのサードプレイスにおける人びとの交流が、地域コミュニティには必要であるといえる。

8. 結論

本研究では、北海道余市郡余市町のカフェ 6 店舗の店主への聞き取り調査及び店内の観察調査から、地域のカフェの特徴と人びとの交流の実態、また新型コロナを受けて見えた今後のカフェのあり方について検討した。

余市町において見られた地域のカフェの特徴は 4 つ挙げられる。まず「地元の食材を使う」点である。余市町は北海道の中でも果物生産が盛んな地域のため、果物を使用したスイーツや、食事を提供しているカフェでは米や野菜などもできるだけ地域のものを使用するようにしていることが明らかとなった。地元の食材を使うことは、地域のカフェにとってその地域の特色を出すことができると同時に、生産者・製造者との緊密な関係にもつながる。

2 つ目は「多様な生産者・製造者との緊密な関係」がある点である。地域の農産物などの生産者はもちろん、手作り雑貨やオーガニック商品を個人で製造し販売している人びととつながりを持っているカフェがあることが明らかとなった。大手のメーカーなどから商品を購入するのではなく、地域の生産者や製造者と個別に、小規模で取引を行う方が地域のカフェに合っていると考えられる。また、カフェにおけるそれぞれの生産者・製造者とのつながりは、そのカフェの特色にもなる。

3 つ目は「地域のカフェの居場所づくり」である。今回はカフェ C,D の活動を取り上げ、地域のカフェが単なる飲食の場となっているだけでなく、子どもたちの居場所となっていたり、社会問題などについて学ぶことができる講演会や勉強会が開かれていることを明らかにした。一方で、こういった居場所づくりの活動だけでなく、カフェ B のデザイン活動など、居場所づくり以外の活動で地域へ貢献している例もある。また、カフェが意図的に居場所づくりの活動をしていなくても、そのカフェ自体が来店者にとっては大切な居場所になっていることも考えられる。

4 つ目が「地域から離れられる場所」である。カフェ E,F を取り上げ、地域から離れる場所としてのカフェについて述べた。地域での生活の中で生まれる不満や愚痴などを吐き出す場所としてカフェが選ばれていることが語りから明らかとなった。カフェ E はまちから離れた山の中にあることで、物理的に地域から離れることができ、カフェ F は店主である Z 氏の考えから、精神的に地域から離れることができる場所となっていた。

また、新型コロナによる地域のカフェへの影響や変化についても議論した。地域のカフェは新型コロナによって、来店者数や経営に少なからず悪影響があった。一方で、テイクアウトの需要増加によって、人びとが日常的に口にするものの需要も増加したことが明らかとなり、カフェ外でも人びとの食を支えていた。さらに、カフェを訪れるということの重要性についても再確認することができた。カフェを訪れ、店主と少しでも会話などの交流をすることや、家とは違う雰囲気の中で過ごすことは、新型コロナ蔓延下で息苦しい生活を送る人びとの息抜きになっていると考えられる。

最後に本研究における課題についてである。議論の及ばなかった点は多々あるが、ここで

は 2 つあげる。まず 1 つ目は地域のカフェを取り巻く人びとへの定量的および質的な調査ができなかった点である。本研究は店主への聞き取り調査を主に、地域のカフェについて議論しているが、利用する側である来店者の動向についても調査することができれば、より厚みのある論文となったと考える。また、地域のカフェの地域内経済循環への貢献に関しては、各カフェとつながりのある生産者や製造者に聞き取り調査を行うことができればより良い議論ができたと考えている。

2 つ目は他の地域のカフェとの比較ができなかった点である。先行研究に本研究で扱った余市町のような中山間地域のカフェに関する研究がほとんど見当たらなかったため、今回地域のカフェの特徴としてあげたものがどの程度普遍的なのか、逆に余市町の地域のカフェだからこそ見られた特徴が何かは明らかにできなかった。

ただ、本研究は今まであまり取り上げられなかった中山間地域のカフェに焦点を当て、人びとの交流の実態や特徴について明らかにすることができた。今後の中山間地域などのカフェにおける研究の発展に貢献できれば幸いである。

謝辞

本研究を進めるにあたり、指導教官の宮内泰介教授からは多大な助言を賜り、最後まで丁寧に指導していただきました。心より感謝申し上げます。また、新型コロナによって例年とは異なる状況でありながら、快く調査に応じてくださった余市町のカフェ 6 店舗の店主の皆様および、突然のインタビューに応じてくださった各カフェの来店者の皆様に心から感謝と御礼を申し上げます。調査時にかけていただいた皆様の言葉は研究を進める中で支えとなっておりました。そして、地域科学研究室のメンバーおよび友人たちにも多くの示唆を頂戴いたしました。本当にありがとうございました。

本研究にご協力いただきました皆様に心より感謝を申し上げます。

参考文献

・レイ・オルデンバーグ　忠平美幸（訳）(2013)，サードプレイス－コミュニティの核になる「とびきり居心地よい場所」－，みすず書房
・Merry White（2012)，COFFEE LIFE IN JAPAN〔メリー・ホワイト　有泉芙美代（訳）(2018)，コーヒーと日本人の文化誌，創元社〕
・世古一穂（2019)，広がる食卓－コミュニティレストラン，梨の木舎
・松宮朝（2015)，結節点としての喫茶店－愛知県長久手市喫茶店来店者調査から－，愛知県立大学教育福祉学部論集（63)，P75－88
・田中瑞季・梅崎修（2013)，地域コミュニティにおけるソーシャルキャピタル－神楽坂地域の喫茶店を事例にして－，地域イノベーション（5)，P9－20
・小林重人・山田広明（2014)，マイプレイス志向と交流志向が共存するサードプレイス形成モデルの研究：石川県能美市の非常設型「ひょっこりカフェを事例として」，地域活性研究，5，P3－12
・倉持香苗（2017)，人の交わりから生まれる地域づくり－地域拠点としてのコミュニティカフェの可能性－，作業科学研究，11（1)，P28-38
・田中康裕・鈴木毅・松原茂樹・奥俊信・木多道宏（2007)，コミュニティ・カフェにおける「開かれ」に関する考察－主（あるじ）の発信の分析を通して－，日本建築学会計画系論文集，614，P113－120

参考 URL

・YAHOO! JAPAN ニュース, 明智カイト, 孤立死の背景には何があるのか？「社会的孤立」の解決に向けた取り組みについて調べました。2018 年 1 月 28 日

https://news.yahoo.co.jp/byline/akechikaito/20180128-00080942/（最終閲覧日：2020 年 1 月 6 日）
・内閣府政府広報室，「安全・安心に関する特別世論調査」の概要，2004 年 7 月
https://survey.gov-online.go.jp/tokubetu/h16/h16-anzen.pdf（最終閲覧日：2021 年 1 月 31 日）
・農林水産省，中山間地域等の振興について，中山間地域等について
https://www.maff.go.jp/j/nousin/tiiki/sesaku.html（最終閲覧日：2020 年 1 月 6 日）
・厚生労働省，新型コロナウイルス感染症の現在の状況と厚生労働省の対応について（令和 2 年 12 月 31 日版）
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_15828.html　（最終閲覧日：2021 年 1 月 23 日）
・Holly's Café，トピックス
https://hollys-corp.jp/about_coffee/20190903850/（最終閲覧日：2020 年 12 月 10 日）
・北海道余市町ホームページ
https://www.town.yoichi.hokkaido.jp/index.html（最終閲覧日：2020 年 12 月 10 日）
・北海道 HP，ほっかいどうくだものマップ
http://www.pref.hokkaido.lg.jp/ns/nsk/kajyu/map.htm（最終閲覧日：2020 年 12 月 10 日）
・北海道 HP，北海道の高齢者人口の状況，2020 年 8 月 12 日
http://www.pref.hokkaido.lg.jp/hf/khf/syuuseir2koureisyazinnkou.pdf（最終閲覧日：2020 年 12 月 10 日）
・内閣府，令和 2 年版高齢社会白書
https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2020/zenbun/pdf/1s1s_01.pdf（最終閲覧日：2020 年 12 月 10 日）
・アップルワールド，ホテリスタ，ホテル用語集，B&B
https://hotelista.jp/concierge/dictionary/1223092.html（最終閲覧日：2021 年 1 月 30 日）
・株式会社がいあプロジェクト,マクロビオティック通販，オーガニックエコ雑貨のセレクト通販 GAIA ネット
http://www.gaia-ochanomizu.co.jp/shop/contents3/concept.aspx（最終閲覧日：2020 年 12 月 31 日）
・YAHOO JAPAN ニュース,世界最初の症状から間もなく 1 年　本当は新型コロナはいつから世界に広がっていたのか，2020 年 12 月 6 日
https://news.yahoo.co.jp/byline/kutsunasatoshi/20201206-00211182/（最終閲覧日：2020 年 12 月 24 日）
・UpToDate,患者教育：新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の概要（簡易），2020 年 11 月 3 日

https://www.uptodate.com/contents/1126696（最終閲覧日：2020 年 12 月 24 日）
・NHK,特設サイト新型コロナウイルス，2020 年 12 月 24 日
https://www3.nhk.or.jp/news/special/coronavirus/data-all/（最終閲覧日：2020 年 12 月 25 日）
・旅行者向け Go To トラベル事業公式サイト，Go To トラベル事業とは
https://goto.jata-net.or.jp/about/（最終閲覧日：2020 年 12 月 26 日）
・農林水産省，Go To Eat キャンペーン
https://gotoeat.maff.go.jp/（最終閲覧日：2020 年 12 月 27 日）
・日本経済新聞，20 年の自殺者 2 万 919 人　11 年ぶり増加、コロナの影響か，2021 年 1 月 22 日
https://www.nikkei.com/article/DGXZQODG05BX30V00C21A1000000/（最終閲覧日：2021 年 2 月 20 日）