# 資本主義の上にあるカフェの研究
## ～人と人の関わりに着目して～

社会学部地域社会学科
201c048 本保隼

はじめに ..... 2
第１章 資本主義・脱資本主義的議論 ..... 5
1-1. 行き過ぎた消費至上主義と限界 ..... 5
1-2. 脱成長的議論 ..... 5
1-3.ポスト資本主義社会 ..... 6
第２章 コミュニティカフェの発展と課題 ..... 6
2-1.日本のカフェの遷移 ..... 7
2-2.並行され、注目されるコミュニティ・カフェ ..... 7
2-3. コミュニティカフェの機能と課題 ..... 8
2-4.カフェの機能（パリのカフェを参考に） ..... 9
第３章 クルミドコーヒーの系譜 ..... 10
3-1.クルミドコーヒー店主”影山”の誕生 ..... 10
3-2.クルミドコーヒーの現在までと取組み ..... 11
3-3.影山の提唱する”支援する関係” ..... 13
第４章 クルミドコーヒーのケース分析 ..... 15
4-1.クルミドコーヒーで行われているお手紙コーヒーにおける贈与 ..... 15
4-2.クルミドコーヒーの影響～ヴァリュー分析より～ ..... 18
4-3.クルミドファンドのお金の大体の流れ ..... 19
4-4.国分寺にあるクルミドコーヒー以外の場所 ..... 20
第 5 章 結論 ..... 22
謝辞 ..... 23
【参考文献】 ..... 23

## はじめに

地方コミュニティが嫌で都会へ出た。都会はキラキラしている。高度経済成長期の都会は、地域付き合いなどはほとんどなく夢の様だ。だが、なんだか空虚の様に感じる。

近年、郊外にもファストフード、チェーン店が進出した。その代わりに、長年続いていた個人店が廃業に追い込まれている。あらゆる物が安く簡単に手に入り、便利になった反面、形式的な「いらっしゃいませ、こんにちは」が横行されるようになった。店主や他のお客さんと親しく話すことのない環境があたりまえとされ、「僕らの生活空間は＜非―場所＞にみたされるようになってきている」（山納, 2016, 12）。

企業の目的は利益を得ることであり、利益の追求をしなくては、衰退してしまう。その為、安く良い原料を買ってきて、安く効率よく物を作り、それを売って資本にする。そして、多く物を生産し、多くの利益を得る。その為なら人をも資本にしてしまう。中山の言葉を借りれば、人間の内面的なものすらも資本主義に包摂されてしまう、人間をも資本に見る社会へと変わってきてしまっている。

そんな中、既存企業がなし得なかった、行いすぎた市場主義が生み出してきた不合理、社会問題解決（天明, 2006, 16）を期待として、共生をコンセプトとするコミュニティビジネス、強いて「コミュニティカフェ」に注目が集まる。しかし、利益を得るということを第一にしないカフェの多くは、行政補助がなくては持続ケースが少ない。そのため、補助金をもらうために、目的とは少し違っても、行政に合わせた企画になる。結果、実際のコミュニティカフェの利用者ではなく、行政担当者が顧客となってしまう。また、収益性を追い求めると、地域での必要性や当初のミッションや方向性を見失うケースもある。つまり「誰のための何の事業なのか」わからなくなり、協力も得られないという結果を招く。これらのことから、カフェという場を再認識すると共に、脱資本主義的カフェについてを論じていく。

以上の点から、場から創造されるカフェを信じ、実践的に行っているカフェを対象に、脱資本主義的カフェとは何か、人や場にどのような影響を与えているのかを論究していくとともに、関係性を促進しうる様な経済の創造を検討する。対象とするのは、東京都西国分寺・西国分寺に位置するクルミドコーヒー・胡桃堂喫茶店とその店主影山である。東京都で 15 年目の営利企業でありながら、カフェに来る人を中心に、沢山のファンを持つ飲食店である。

<u>研究の対象・方法</u>

本研究の位置付けは、「社会構造（贈与）」「経営学」「経済学」

研究の方法は、参与観察半構造化インタビューを主軸におこなう

・文献調査「ゆっくり、いそげ」「続、ゆっくり、いそげ」

・参与観察『クルミドコーヒー/胡桃堂喫茶店』

・半構造化インタビュー『クルミドコーヒー/胡桃堂喫茶店 店主、影山明知』

<u>本論の構成</u>

本文の講成は以下の通りである。まず、はじめにとし、その後、第１章、第２章、第３章、第４章から構成され、第５章を結論とし、まとめを行う。第１章では、資本主義における議論また、脱資本主義的議論を検討し、第２章では、コミュニティカフェの発展と課題を展開、第３章ではクルミドコーヒーを対象に、クルミドコーヒーの系譜と、第４章ではクルミドコーヒーの実践として、お手紙コーヒー、バリューチェーン分析を行い、クルミドコーヒーが人や場にどのような影響を与えているのか検討する。

# 第１章 資本主義・脱資本主義的議論

## 1-1. 行き過ぎた消費至上主義と限界

アダムスミスが 1776 年「国富論」において、個人の利益追求に基づく労働が「見えざる手」に導かれて秩序をうみ、国の富を増大し、社会全体の幸福の実現にもつながると、提唱されて以降、お金やモノが国を越えて流通するようになり、資本主義を推し進める国同士の競争が激化していった。

日本においても、グローバル化する市場への国家の介入をなるべく少なく「小さな政府」であるべきで、なるべく多くの資本を集めることを第一とした資本第一の考え方、つまり民営化を進め、個人や企業の自由な選択に任せる新自由主義（ネオリベラリズム）の影響が色濃く影響を受けている。

結果、誰でも自由にお金を稼げ、企業は他社と競争し、より迅速に、より差別化を図り今まで発展してきた。しかし失敗すると自己責任とされ、「個人だけで完結欲望へ」（中山,2023,76）と変わってしまったという側面はぬぐいきれない。カフェにおいて現在では、形式的な「いらっしゃいませ、こんにちは」があたりまえとされ、店主や他のお客さんと親しく話す場は間違いなく減ってきている。山納（2016）の言葉を借りれば。「僕らの生活空間は＜非―場所＞にみたされるようになってきている」。

そもそも、資本主義とは中心と周辺を作り出し、「周辺（フロンティア）を広げることにより、中心が利潤率を高め、資本の自己増殖を推進していくシステム（水野,2014.3）であった。しかし、現代において資本の再生産があまりなされていないのが現実としてある。少しでも利潤を大きくするためには、自国のみではもはや賄いきれず、第三国、つまり途上国へと、労働力、資本の搾取を行い資本の再生産を図ったが、それも限界がきており、「グローバリゼーション」と「金融空間」で、資本の再生産を図ろうとして崩壊を隠そうとしている。しかしそれも、もはや限界がきつつある。水野（2014）は、利益を上げる空間がないところで無理矢理利潤を追求すれば、そのしわ寄せは格差や貧困という形をとって弱者に集中し、「圧倒的多数の中間層を没落する形」になることを指摘している。つまり、貧富格差は今後さらに広がることは容易に予想ができる。そして、低利子率の成長の少ない資本主義は、もはや終焉しつつあるのだ。

企業の目的は、利益を得ることである。資本主義社会において、資本の成長、つまり、利益の追求をし続けなくては、衰退してしまう。そのため安く良い原料を買ってきて、安く人を雇い、安く効率よくものを作って、売り利益を得る。そして、多くのものを生産し、多くの利益を得る。しかし、地理的にも利益を上げることができなくなり、金融空間に逃げ、ものを生み出すのが生産主体から資本そのものへと変わってきた。結果として、労働力すらも資本と扱われ、形式的な「いらっしゃいませ、こんにちは」が生まれてしまった。中山の言葉を借りれば、人間の内面的なものすらも資本主義に包摂されてしまう“人間”をも資本に見る世界（中山,2023,23）へと変わっていってしまっている。

## 1-2. 脱成長的議論

人間をも資本蓄積のための道具として扱う資本主義は、自然もまた単なる略奪の対象とみなされる。消費社会は経済成長社会の当然の帰結であり、三つの無制限の上に成立する。

１際限のない生産～再生可能な資源と再生不可能な資源の際限のない搾取～

２ニーズの際限のない生産～薄っぺらい生産物の生産～

３ゴミの際限のない生産～廃棄物と汚染の際限のない発生～（中野,2020,32）

経済思想家である斉藤幸平は、「SDGS は大衆のアヘン」であるとし、環境的視点から資本主義の限界を示し、環境問題をも資本を獲得するためのビジネスにしようとする経済に対し警笛を鳴らしている。中心と周辺を作る資本主義は、自然資源の負荷を外部に転嫁す

ることで、つまり先進国はグローバル・サウスから労働力の搾取・自然資本の搾取を行うことで経済成長を続けていく。例えば、パーム油の場合、安いだけではなく、酸化がしにくいため、ファストフードをはじめ沢山の食べ物に使用されている。その背景には、マレーシアやインドネシアで、油やしの栽培を莫大に行っている現状があり、栽培面積は、今世紀に入ってから更に増加している。そのため、熱帯雨林の生態系の破壊だけではなく、大規模開発により、自然に依拠しながらそこに住む人々の暮らしにも破滅的な影響を与えている。

電気自動車はガソリン自動車に比べ、環境に良いと謳われているものの、大きなバッテリーが必要不可欠であり、バッテリーを生成するためのリチウムの原料採掘でも石油燃料が使用され、二酸化炭素を排出、電気を補うために、太陽光パネルや風力発電の設置が必要となる。その為、資源の発掘により発電装置の製造により、さらなる二酸化炭素が排出されている。

結局のところ、問題の表層部分のみが、解決したような気になるだけで、根本的な問題の部分は解決されていない。それどころか結局、環境問題すらも資本主義に包括され、お金儲けに利用されてしまうだけなのだ。

この、いきすぎたまでの資本主義システムこそが、ここまで環境危機を深刻化させたとし、中野（2020）は、有限な世界において無限の経済成長は不可能とし、経済を生物圏の中で考察する必要性を提示している。しかし、経済成長のない世界に繁栄などありえるのだろうか。そもそも、今まで資本主義の中、経済成長の中生きてきた我々に「脱成長」の選択肢がありえるのだろうか。資本主義の代替作を考えていくべきなのだろうか、それとも資本主義の構造の中で策を考えていく必要性があるべきなのだろうか。

## 第２章　コミュニティカフェの発展と課題

現代において、環境問題、ジェンダー問題、少子高齢化問題、格差問題などの様々な問題が複雑に絡まり合っている。その中でコミュニティビジネスという概念が、行きすぎた資本主義の問題を解決しようとする期待的概念としても度々使用される。その中でも、人々が集う場として極めてコミュニティカフェを使われることが多々ある。しかし、コミュニティカフェには、さまざまな課題がある。本章では、コミュニティカフェの機能と実際にいかなる研究がされてきたか検討すると共に、日本国内外のカフェの歴史と、クルミドコーヒーの立ち位置を検討していきたい。

### 2-1. 日本のカフェの遷移

実在が確認されている日本最初のカフェとして、鄭永慶（ていえいけい）が 1888 年に東京で開店した「可否茶館」がある。庶民にも手の届く価格、一銭五厘（現在の価格：200～250 円）で珈琲を飲むだけではなく、「店内には、トランプやクリケット、ビリヤード、碁、将棋などの娯楽品、国内外の新聞、書籍。化粧室やシャワー室まで設置されていた」（高井, 2014, 26）。学校にしたかったがカフェにせざるを得なかった鄭は「コーヒーを飲みながら知識を吸収し、文化交流をする場」と考え運営していたが、わずか 4 年で可否茶館は閉店。「当時、コーヒーを飲みながら交流するスタイルを定着させるのは難しいことだった」（高井, 2014）。そして、皮肉なことに現在は、日本最初のカフェと書かれた石碑と共に、ローソンになってしまった。

戦後の喫茶業界としては、高度経済成長期～80 年代ごろは、西ドイツ、フランス、イタリアに学びながら、各地の店主が日本流にアレンジを始めた。そして、80 年代後半からドトールの店舗が急速に拡大し、セルフカフェに注目が集まった。150 円という驚き価格でドトールが価格破壊を起こし、より身近で使い勝手のよい存在にした反面、ドトール創業者、鳥羽博道氏は「ウチが一軒出店すれば周辺の喫茶店 100 軒に影響が出る」

（高井,2014,17）と豪語。街の個人喫茶店が一気に激減していった。そして「店でまったりする居心地は失われた」（高井,2014,17）。1996 年になると、スターバックスが日本に進出し、男性のイメージであったカフェや喫茶店に、メニューバリエーションの増加、苦味を甘味でカバーしたミルク系コーヒーの販売で、女性客の増加をもたらした。

店の外観や内装も一律ではなく、ブランドのイメージ低下させることなく見事なまでに地方に浸透し「飲料の味と明るくフレンドリーな接客と自分たちの世界でくつろげる雰囲気」として、スターバックスは「サードプレイス」と呼ばれる様になった。

テラス席には、自分がどう見られるかも意識する女性がそこに座り、おしゃれなカフェを作っていったスターバックスは、「表参道や青山のようにビルの脇に並木が続く街、渋谷や六本木のように若者や欧米人が目立つ繁華街ならいいが、風俗店や消費者金融の店が多い、競馬の場外場の近くやパチンコ店が並ぶ一角では成り立ちにくい」（高井,2014,7）。高井（2014）によると、外資系カフェが持つ、外観や内装、店内の雰囲気が現在の日本におけるカフェの基準となった。

## 2-2.並行され、注目されるコミュニティ・カフェ

日本において、現在様々な分野で用いられている言葉「コミュニティ」は、日頃さまざまなところで耳にするが、もともとは専門家用語として使われていた。1970 年に、自治省（当時）が主導して、「国民生活審議会コミュニティ問題小委員会が伝統的な地域共同体の崩壊、急激な都市化など背景として問題が提起」（渡邉,2015,233）された報告書を要網発表した。官僚と研究者となる構成員達は、自治省コミュニティ研究会の設置や自治省モデル・コミュニティ事業、一連の制作が計画、実施された。そして、渡邉（2017）によると、そのコミュニティの多くは期待概念として肯定的にコミュニティを捉えていた。このようにコミュニティという言葉は、学者と官僚によって使われていた言葉であったのだ。

後の 1994 年、法人格、資格登録がない、そして細かい線引きはない「コミュニティビジネス」という造語が作られた。それは、「1 つの考え方で「先行」していることば」（大川 コミュニティビジネス研究会,2005,20）であった。

その背景として、景気悪化により、雇用が生まれない税収圧迫や様々な価値観など自治体が提供する公共サービスだけでの限界があり、住民主導で人間性、社会性、経済性のバランスのもとに「コミュニティを元気にすることを目的に行う地域密着の事業」（細内,2010,16）は、市民が自立する市民社会をつくりたい（共生）コンセプトと、NPO や市民と公供サービスをシェア（共働）という考え方で手を結ぶパートナーとして注目されたためであった。そこには、コミュニティビジネスの期待として、「既存企業がなし得なかった、行いすぎた市場主義が生み出してきた不合理、社会問題解決」（天明,2006,16）があった。

事業コンセプトは、従来の競争ではなく、「共生」とされ、意味や意義を求め、地域の活動や事業を展開（細内,2010,16）していったのだ。さらに財政悪化、価値観の多様化などから、2001～2002 年に行政がコミュニティビジネスに敏感に関心を持ち始め、急激に普及（大川 コミュニティビジネス研究会,2005,34）していった。もちろんこの頃からコミュ二ティと言う言葉は研究者や行政だけではなく、我々にも頻繁に使われていったわけである。そして、「地域コミュニティの活性化の活動拠点となる場が必要であり、数あるコミュニティビジネスの中でも、そのような住民主体の地域活動の拠点として、「コミュニティカフェが注目されている」（今瀬 松行,2015,151）。

これは、飲食を第一の目的とせず、地域住民が集い、交流し、情報交換することに重きを置く。再度言うが、コミュニティ・ビジネスは従来の競合ではなく、共生を目的としている。そのため利益を得ることを第一にしない傾向が強くある。

## 2-3. コミュニティカフェの機能と課題

コミュニティカフェとは、一つの言葉で先行している言葉のものの、様々な定義がなされている。「飲食業より人の集まりやネットワークを重視しているカフェ」というニュアンスの物が多い。また、ソーシャルビジネス研究の菅原は、コミュニティカフェは自治会単位の圏域における 生活支援サービスの１つとして位置づけられており、地域に対して担うべき役割として、より高い社会的有効性の実現、とりわけ（1）高齢者福祉,（2）子育て支援,（3）まちづくり,（4）ワンデイシェフ,コミュニティ・レストラン,（5）スローカフェ,オーガニックカフェ,フェアトレード,（6）障がい者福祉,（7）コミュニティ・スペース,レンタルスペース,（8）国際交流,（9）若者の自立支援など、活動目的や活動領域によって様々なカテゴリーに分けられている。

現時点ではコミュニティカフェという呼称が統一的に用いられているわけではないが、飲食を第一とせず、人の集まりやネットワーク、情報交換に重きを置くコミュニティカフェは 、「まちの縁側戸」「交流の場」「街角の居場所」「まちなかの居場所」「移住福祉資源」など（田中 鈴木 松原 奥 木多 2007,113）としての役割を目的とされているケースが多い。菅原（2017）によると「人や情報が集まりやすい「拠点」である特性」としての機能があるコミュニティカフェは、より価値観の多様化、移住空間の選択の自由化、グローバル経済の発展、地域コミュニティが求心力を失いつつある現在、存在意義が今後高まっていくだろうと予想される。

また、過ごし方が決められていなく、対象者が限定されていなく、予約せずとも訪れることのできるカフェは、開かれの場として、場づくりに軸足を置いた「出会い、気づき、学びの場」を創出する試みが活発的に行われてきた。「親しい関係にある人同士で過ごすだけの場所でも人々が互いに何の関わりももたずに過ごす場所でもない」（田中,鈴木,松原,奥,木多 2007,113）とされてはいるが、山納（2016）によると、実際には、名の通ったコミュニティカフェでも、「一人のお客さんの場合もスタッフが僕に意識を向けることがなかった」「一人で食事をしていたおじいさんが他の人に話しかけると、他の人はギョッとした様子でおじいさんを無視。別室にいるオーナーはその事に気づかないことなど」場づくりのリテラシーの低さを指摘している。

さらに、（コミュニティ・カフェに関するアンケート調査の結果）によると、コミュニティカフェの４割強が赤字であり、補助金を除くと７割近くが赤字という現状がある。

コミュニティビジネスのコンセプトである地域課題やニーズに対応するためのミッションとする「社会性」と、採算をとって持続可能な事業モデルとするための「事業性」のバランスを取ることは非常に難しいのである。資金不足が深刻であると、人材はボランティアの定着が求められざるを得ない。

利益の追求を第一としないコミュニティカフェの運営状況は極めて厳しい為しばしば、行政の財政的支援をうけるカフェが多くできる。更に競争ではなく、共生を目的とする為、珈琲もインスタントでててきたりするケースが沢山ある。そのため、コーヒーを飲みにくる一般のお客さんは来るはずがない。ただでさえ経営することが難しいとされるカフェは、行政への依存することでしか周らないところが多いのだ。今瀬,松行(2015）は、「負の持続可能性」の指摘をしている。また、木下（2019）によると、社会的目的に沿って税金が支給される行政の予算は、明確な目的や目標がない限り降りない。そのため、行政の目的になるべく近しいカフェを運営せざるを得ない。つまり、起案者にとって日々のコミュニティカフェの利用者ではなく、行政担当者が最大の顧客となってしまう。そこで、そこそこな事業予算策定や資金調達、補助金頼みの依存的な運営、代表者の無理な出資が往々にしてある。また、収益性を追い求めると、地域での必要性や当初のミッションや方向性を見失い「誰」のための「何」の事業なのかわからなくなり、誰にも協力も得られないという結果を招く。結果として、数年で経営が立ち行かなくなるケースが往々にしてある。

### 2-4. カフェの機能（パリのカフェを参考に）

上記でも述べた通り、現代において日本のカフェのイメージとして、若者の間を中心に飲料を提供する店である事と共に、インスタ映えなどの「映え」や「見栄」の場として使われる事が多くなった。とりわけ今を代表されるスターバックスやドトールなどのチェーン店の印象が色濃くなってしまった。

しかし海外のカフェの事例を見ていくと、17 世紀、18 世紀にかけてイギリスのコーヒー・ハウスでは、主に「政論の場」「経済活動貢献の場」「ジャーナリズムの発生・発展の場」として、社会を動かすイノベーションの揺藍としての機能（山納 2012,10）を果たしていた。

おしゃれなカフェのイメージがあるパリのカフェであるが、飯田（2020）によると、パリの人が皆カフェを使うわけではなく、常連は属すべき場所を失った、あるいは居づらさ感じている者、つまり特殊な人たちが通い、自由に生きている人たちに出会い、異なる世界が存在することを認識しており、会話を交わすことがなくても、同じ場所、空間、飲み者から独特の連帯感を生み出し、孤独を感じることが少なくなっていくものであった。彼らはひとりぼっちと感じるわけでもなく、個人の自由も侵害されないカフェに通って孤独感から連帯されていたようだ。つまり、特に目的がなく、自分の好きなことを好きなだけ行うことのできるパリのカフェは「個人個人を受け入れる場」であった。

以上の先行研究を踏まえると、クルミドコーヒーは、現在のチェーン店の持つ印象が強い日本のカフェ、つまり、カフェと言う場を珈琲を提供し、お金と珈琲を交換する場のみとは考えていなく、カフェという場がまちにおいての活動拠点の１つとしての機能をも持ちうる、場の力から作られる“期待的”場所として捉えている。ともすれば、名乗ってはいないが、カフェへの期待する側面として、言葉としてあえて書くのであれば、コミュニティカフェといえよう。しかし、あくまでカフェであり、行政からの補助やボランティア制度はなく、運営方法も店員、社員、アルバイトの計５人ほどで店を切り盛りする営利企業である。

## 第３章　クルミドコーヒーの系譜

前章で確認した通り、コミュニティカフェの維持の難しさと、実際に誰のためのカフェなのか分からなくなってしまう場合が往々にしてあるが、カフェという場が、珈琲を飲むだけではなく個人個人が集う奇妙な場である事が分かった。営利企業でありながらも、スタッフ、顧客、地域住民との関わりはどの様にして形成されていったのだろうか、そして、15 年続くクルミドコーヒーがいかにして出来上がっていったのだろうか。本章で明らかにすることは、クルミドコーヒーの歴史的展開と取り組み、その中で影山が提唱する「支援する関係」とはいかなるものなのかを検討することである。

### 3-1. クルミドコーヒー店主”影山”の誕生

東京大学法学部卒業後、外資系コンサルティング会社に就職、先輩に引っ張られる形で独立し、ベンチャーキャピタル（ベンチャー企業に投資、その支援・育成を通じて投資回収を図る投資ファンド）についた影山は、国分寺市の生家を建て替えの際に、まちとつながるシェア型マンション（集合賃貸住宅）「マージュ西国分寺」を作り、その１階に、「クルミドコーヒー」を開店した。

「西国分寺はカフェの経営的には向いている町とは言えません。乗降客数も少ないし、高齢世帯も多く、所得水準も決して高くはない。しかも生家とはいえ、子ども時代はともかく、大学生や社会人になりたての頃など、用事があれば吉祥寺や新宿に出る日々で、この地への愛着もとくになかった。ただ、自分の生まれた場所は地球上にここしかありませんし、いざ建て替えるとなると、そういう場所に対してのある種の責任を果たしたいといった思いが芽 生えるようにはなった。そこでこの場所に、人と人が出会う交差点のような、町の縁側のような場をつくりたいと思ったんです」（影山 Facebook より）

カフェを開店しようと思ったのは、プライベートを重視した内側に閉じるタイプの共用部と街に開いたタイプの共用部の両方を一つの建物のなかに持つことで、その中の人と街に暮らす人とが関わる拠点をつくっていけるんじゃないかというところの考えからだった。つまり影山は、内側でもあり外側でもある、中間領域としての共用部として、カフェを作ろうとは考えていたが、当初はカフェをつくるにしても、どこかテナントに入ってもらうことを考えており、自身が経営し、ましてやホールに立つようになることなど、想定していなかったし、コーヒーを特別好きでもなかった。

だが、影山は「カフェをやるために生まれてきたのではないかとさえ思うのです」（影山,2015,241）というように、2024 年現在もカフェを実際に経営し、店主としてホールに入る。

（図１：東京都西国分寺にあるクルミドコーヒー,出典:クルミドコーヒーTwitter）

### 3-2. クルミドコーヒーの現在までと取組み

クルミドコーヒー誕生から、現在までの取り組みをできる限り書いてみた。まだまだ書ききれない細かい内容はたくさんあるだろう。むしろそれらの取り組みの方がクルミドコーヒーを語る上で、大切だとも思われるが、今回はその中でも代表的な取り組みを中心として展開していきたい。生家の建て替えをしようとしていた影山は、2008 年 1 月ひとりだった。それからすぐに、東京都を中心に展開するカフェマメヒコのオーナーである井川と出会う。それは今後のカフェの方向性にかなり影響を受けた。自身の著書ゆっくり、いそげでも、井川との共著と言ってもいいほどと著す程、自分の思考や行動に影響を与えられたようだ。そして、10 月 1 日に、クルミドコーヒーが開店した。

当時のクルミドコーヒーは、1 日あたりのお客さんの数は 50 人ほどで、地域とのつながりはおろか、カフェという場があるだけでは、人と人との交流は生じなかったと影山は痛感した。それでも繰り返し来てくれる人が増え、支えられていることを感じ、影山にとっての大事な人が少し広がっていった。そんな気持ちもあり、2009 年には「クルミドの夕べ」を実施。月曜の夜に 2 時間、地下階のみを使用した定員 15 名という小さな集まりだった。次第にそこでお客さん同士が顔見知りになり、それぞれの交流はカフェの外にも広がっていった。この時期からだんだんと、お店としての形が整ってきたと影山は実感した。

その頃「カフェから時代は作られる」の著書である飯田美樹とも出会い、飯田とクルミドコーヒーの社員と共に本場パリのカフェを見にいった。それから、2011 年、学問的な問いよりもっと身近な日常的な問いを「くるみどの朝モヤ」と題して月に 2 回開催するようになる。また、2012 年には、国分寺市内をぶらぶら歩くイベント「ブンブンウォーク」にて、地域通貨を絡めたいと影山に相談が入り、どういう地域通貨がよいか一緒に考える様になる。そこからクルミドコーヒーは地域と関わりを大きく持つ様になった。
そこから、地域通貨「ぶんじ」が流通を開始する。同時期にお客さんであった小谷と寺井と本を作成する。カフェ業だけではなく、クルミドコーヒーに出版チームができあがった。後に、2017 年、クラウドファンディングを用い、胡桃堂喫茶店を開店した。ここではクルミドコーヒーに比べ、余白のスペースが多い為、営業時間内はきちんと営業しているが、営業時間の前後 2 時間ほどは、お客さんや、まちの仲間との関わりの場を作り出す。営業時間の前後 2 時間、月 1,2 回ペースで行われる、お気に入りの本を紹介し車座になり交流する会（「朝/夜の持ち寄りブックス」）や 2 ヶ月に 1 度、お客さんとの懇親の場として、また様々な価値やご縁をうむ取り組みとして、利益をあまり得ないが、こだわったコーヒーとお菓子のテイスティング会（「お菓子と珈琲の夜」）として開催される。お互い利用しあうのではなく、一緒に盛り上げていきたい気持ちが伝わりクルミドコーヒーで開催を決意した「音の葉ホームコンサート」や「クルミド劇場」なども、お客として出会ってから始まったものだった。このように、カフェを舞台に、まちの方と共にイベントを開催したりしているなど、珈琲を提供するのみではなく、カフェという場所の空間を活用し、多岐に渡り取り組みを行っている。

2018 年には、クルミドコーヒースタッフの提案で、周囲のご縁を頂いた土地で、在来種である武蔵国分寺米を自然農で育てるプロジェクト「赤米プロジェクト」も立ち上がった。

また影山らが数人の仲間と運営している、街の寮「ぶんじ寮プロジェクト」も今年で 3 年目を迎えた。そんなクルミドコーヒーは、今年で 15 年目の営利企業である。

2008 年 1 月、ぼくは一人だった（影山,2015,174）
2 月 4 日、カフェマメヒコの井川さんと出会う。
、吉間くん、古橋くん、北村さんに会う。
10 月 1 日、東京都西国分寺に“クルミドコーヒー”を開店
苦戦しながらも繰り返しきてくださる方も増え、支えられていることを感じ、自分にとっての「大事な人」が広がっていく。（影山,2015,175）
2009 年、「クルミドの夕べ」を実施：対話イベント
次第にそこでお客さん同士が顔見知りになり、それぞれの交流はカフェの外にも広がっていった
（2011 年半ば～2012 年、お店としての形が整ってきたと実感できた）
2011 年、「クルミド劇場」「クルミド出版」
2011 年、「第一回ぶんぶんウォーク」
大小 100 を超えるさまざまなイベントが開催される町歩きイベント
武蔵国分寺公園にて、オープンカフェの一店として「他人事な参加」
2011 年 9 月、影山、お店で古谷、寺井と相次いで会う。
2011 年 11 月、お店一週間休み、飯田美樹案内、パリのカフェをめぐるツアー出る。
→カフェから始まった文学賞などもあることを知る
2012 年 1 月 15 日、「クルミドの朝もや（哲学カフェ）」開始
2012 年、「第二回ぶんぶんウォーク」
クルミドコーヒーとして“地域とのつながりができた”
→地域の他のお店の方々や農家さん、デザイナーさん、あるいは地域福祉に取り組む方々とも交流をもつようになる。
2012 年 6 月、クルミド出版チーム第一回作戦会議開催
2012 年 9 月、地域通貨「ぶんじ」流通
2012 年、10 月「やがて森になる 小谷ふみ」出版
「１０年後、ともに会いに 寺井暁子」出版
2013 年、ウェブサイト「食べログ」のカフェ部門で国内一位を獲得
2013 年秋、メンバーの自発意志により「水出し珈琲研究所」発足
チーム内有志
毎週木曜朝 7 時～
お店で出す味に磨きがかかる、期間限定の新メニュー「季節の珈琲」開発
2014 年、１日におよそ１２０人来店
2015 年、影山著書「ゆっくり、いそげ」発行
2015 年、５月「月の光」出版
「そういえばさぁ」出版
2015 年、10 月「りんどう珈琲」出版
2015 年、「こどもの時間」出版
2017 年 1 月、「草原からの手紙」出版
2017 年、東京都国分寺に“胡桃堂喫茶店”を開店
2018 年、１冊１冊手作業で製本された影山著書「続・ゆっくり、いそげ」発行
2019 年、赤米のフロランタン商品化
2020 年、9 月「カフェから時代は創られる」出版

図 2,クルミドコーヒーの年表

### 3-3.影山の提唱する”支援する関係”

影山は、僕らを取り巻くすべてのものは誰かの仕事の結果だ（影山　2015:122）と言う。あたりまえの様に見えて、みな忘れていることではないか。例えば、「今の若者は、切り身が海を泳いでいると思い込んでいる人もいる」などと聞いたことがある。だがしかし、我々も食べ物に限って言っても一体どのような所で収穫し、どのようなルートで、食卓にきているのかあまり意識すらしない。ましてやそこに”人”がいる存在すらも忘れてしまってさえいる。当然、感謝など忘れ、当たり前に金銭を払い当たり前に手元に届く。まさに資本主義の合理的・効率的がゆえに盲目化させてしまった1部分である。

クルミドコーヒーでは”誰”の仕事なのか、を明確にする取り組みとして、クルミドコーヒーで席に置かれる「おひとつどうぞ」と書かれた胡桃がある。

この胡桃は、北海道美唄市、上村農園。長野県東御市、くるみの里の 2 箇所から国内産の胡桃を仕入れている。もちろん仕入れる価格は高い。外国産の胡桃だと、1kg あたり 1,000 円ほどだとすると、日本産の胡桃は 1kg あたり 3,000 円である。しかしそれでも、お金では図れない価値があるようだ。もちろん味わいは、外国産に比べはるかに深い。ただ、それだけではなく、クルミドコーヒーと胡桃農家さんの間でいずれかの価値の交換なされる。

例えば、実際に胡桃の収穫の季節になるとスタッフなど計 15 名ほどで二日間収穫を手伝いに行く。取引を行う 2 つの胡桃農園は、全て手作業で胡桃の収穫を行う。もちろん収穫シーズンは多大な仕事で終われる。その為、生産者としては、二日間 15 名ほどの労働力はありがたい。参加者としても、収穫を経験することなどまずない、ましてやお金を払ってまで収穫体験を行いたい程の経験をすることができる。また、参加者と生産者のご縁が深まると流通費用なしに購入することができ、1 キロあたりの値段を 2,000 円に下げる事ができるという。

影山は、「お互いさまな価値交換は特定な顔の見える関係だからこそ成り立つ」と語る。果物をお金で買うだけであれば、そこで関係性は終わりではあるが、直接的に人との関わりを持つことで、プラスにもマイナスにもお金以外の別の価値を創出することができる。それは人間的感情の交換ではないかとも思う。カフェと農家が直接的に関わる事で、そしてお互い様な気持ちで支援しあう事でこそ、生まれる関係である。

これらの取り組みは、近年のカフェにおいて、珈琲豆を現地に買いつけにいく直接的な取引（ダイレクトトレード）という概念に近い。そこの農園にしか出せない味を安く買い叩かれる事なく、生産者とカフェとの間で適切に購入される。そのため、生産者もその味を守る事、ましてや更に良質にする事ができる。良質を維持しなければ、カフェは購入しない為、お互いに助け合いながら、生かし合いながら、成長していく。

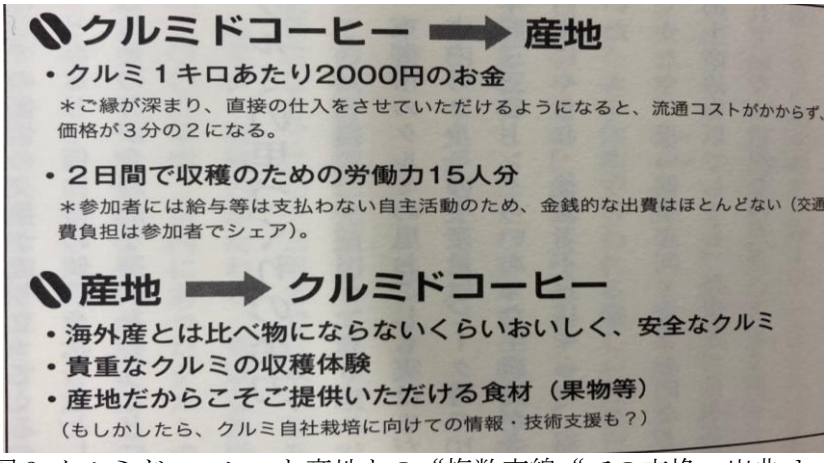

図 3, クルミドコーヒーと産地との“複数車線“での交換：出典ゆっくり、いそげ, p29

これは、クルミドコーヒーと胡桃農家に限ったことではない。クルミドコーヒーから徒歩で 30 分圏内に位置する中村農園や清水農園など近隣の農家から、旬の食材を購入する。星野豆腐店という、看板はないが、街の中で豆腐を作っている近所の豆腐屋まで仕入れる。実際にそちらに行かせていただき、「クルミド喫茶店です、豆腐２丁ください」と頼むと、「あら、新入りさんかい。いつもありがとうね。これ領収書ね～」と常連さんのような親しい間柄を感じた。そこでは、豆腐の料理を出す様になると、継続的に買いに来られるのだという。

このように、クルミドコーヒー/喫茶店で使われるメイン食材のほとんどはいずれも徒歩圏内にある顔の見える食材たちである。だからこそ、実際に、生産する人は、クルミドコーヒーに行けば、自分たちの作った物を消費してくれる人たちを見る事ができる。お店で消費する人々は、近くの農園でとれたのだと知ることにより、国分寺で旬な果物を知る事ができたりなどの新たな発見を、顔の見えない遠くの場所で収穫された作物よりも、何らかの気持ちが揺さぶられる。これは行き過ぎた資本主義社会において、文化や歴史の衰退、具体的には、上記で述べたドトールが進出することで周辺の 100 店舗の個人経営店が廃業に追い込まれ、衰退してしまうほどの影響があるように、資本主義社会を突き止めていくと、失われていく光景の中ではなかなか見ることも減少してしまったものである。

まとめると、影山は、ギブする関係「支援する関係」を提唱する。簡単にいえば、お互い様な関係である。これは、行き過ぎた資本主義システムの中で、合理化、効率化によって失われつつあるお金と物との単純な交換を、経済の中での関係性への構築へと考え直す思考ではないだろうか。まさに、資本主義システムにおいて、隙間ともいえる取り組みである。

また、クルミドコーヒーの場合「仕事に人をつける」ということをおこなっている。それは、最終的にそれを受け取った人を癒し、鼓舞しうるのは、技術や知識ではなく、哲学や価値観ですらなく、それをつくり届ける人の存在だと思うからだ」（影山,2015,159）

実際に行われた事例として、クルミドコーヒーの元スタッフであった今田順が 7 年間にも渡り製作していたトマトジュースが挙げられる。当時、近隣の若手農家である、榎戸さんと繋がって欲しいとのことで繋がり、榎戸さんの仕事に対する姿勢に影響を受けながらトマトジュースをつくった。これは、今田が榎戸と話し、気持ちを共有させながら少しずつ商品化していったものであった。今田は、日々畑に出て、日々観察をしている榎戸に対し、刺激を受け、自らも毎日畑に向かった。それらの今田が長い月日をかけて完成させた思いが入ったトマトジュースは、720 円は高いと言われながらも、4 年目くらいからは、『「６月にトマトジュースがあるから」と来店してくれたお客さんがいた。フェイスブックの画像に知らないところでトマトジュースの画像を使ってくれていて、受け取ってくれる方がいることを知り、やってよかったなと思えた（坂本,2020,8）と言われるほどにメニューと共に成長した。それは今田が卒業をする際にも一番思い出に残っていることであった。また、コンビニ弁当よりも、娘のにぎったおにぎりの方が美味しいと感じる様に、お客さんに説教臭く語ることはないにしても、そのモノやコトの向こうに「この人がいたからという、固有の存在としてのスタッフの顔が浮かぶようなことをしたい。」と影山は言う。そのスタッフの顔を浮かぶ様にする事で、そこからも自然とお客さんと話すきっかけにもなる。実際に胡桃堂喫茶店のメニューの最後のページには従業員の各々が思っている事や、取り組みの気持ちが書かれている。また、メニューだけではなく、SNS などのネットの媒体は、生産者の思いや、気持ちが細かく描写されている。例えば、アメーバブログにおいては、生産者の言葉などが載せられており「失敗するかもしれませんが許してね」「〇〇な思いで製作しました」「〇〇のお願い」など、従業員の生の言葉や普段店の中ではなかなか伝えることのない内容の話が書かれている。

これらの主な情報を伝えるツールとして、メニュー表、クルミドコーヒーの SNS、影山の SNS、アメーバブログ、その他のウェブを中心とした媒体記事があった。

また、出されるメニューはどれも、五感にダイレクトに伝わるものばかりだ。上記の情報を受け取りたくない、それか、まだ受け取っていない人にも、食べて見たくなるメニューが展開されている。実際、カフェに行って美味しいものを食べ、良い時間を過ごしたいと感じたからメニューを注文している人が大多数であった。これらのメニューは季節ごとに使われる食材や見た目が変わる為、飽きることなく次のメニューを楽しめる。今までで１００種類以上のメニューが考案されたそうだ。

図 4, イチヂクのケーキ:著者撮影

## 第４章 クルミドコーヒーのケース分析

クルミドコーヒーが沢山の人との関わりの中で大きく変化していったことがわかった。本章では、クルミドコーヒーに一体どんな価値が動いていて、場や人にどのように影響を与えているのだろうか、また、どのように経済の中でも「関わり」を作っているのだろうか、これらを、実際に見てきたもの、本、お手紙コーヒー、バリュー分析を中心に、ケース分析に取り組みたい。

### 4-1. クルミドコーヒーで行われているお手紙コーヒーにおける贈与

ペイフォワードとは、日本では「恩送り」「先送り」などと訳され、自分の受けた善意を誰かに贈る。その受けたものがその先の誰かに繋いでいく、という意味で使われている。「贈り主→受けて→誰かに」という構造がペイフォワードの基本的構造である。

その実践としてあげられているのが、福島県会津若松市の「おたがいさまチケット」である。この取り組みは、来店した人が、先にパンを購入し、訪れた人が店に置かれているチケットを使用し、パンを購入でき、その善意を他の人へ広げる事で地域の輪を広げることを目的としている。クルミドコーヒーでは、実際上記の取り組みと似た様な事を行っている。それは、お手紙コーヒーというメニューである。これは、見知らぬ誰かに手紙を添えてコーヒーを一杯奢る制度である。詳しく説明すると、奢る側（今後贈り手と表記）は、「〇〇なあなたへ」と贈りたい相手のことを想像し 700 円のお手紙カードを購入し、書く。書いたはがきは店内に置かれる。奢られる側（今後受け手と表記）は、書かれている手紙の中から「これは私のことかな」と思うと、手紙を選び、返信を書き、店員に頼む。すると、一杯無料で珈琲が飲める。店員は、受け手から頂いた手紙を贈り手の家の元に郵送する。もしかすると、珈琲を奢る 700 円を払いながらも、手紙を数行書く、圧倒的面倒臭さがある取り組みとも言えるかもしれない。しかし、現在お店には 25 通ほど滞留しており、影山曰く、1 日平均約 1 通書かれ、お店の中で常に循環しているようだ。

では、なぜここまでお手紙が循環するのだろうか。

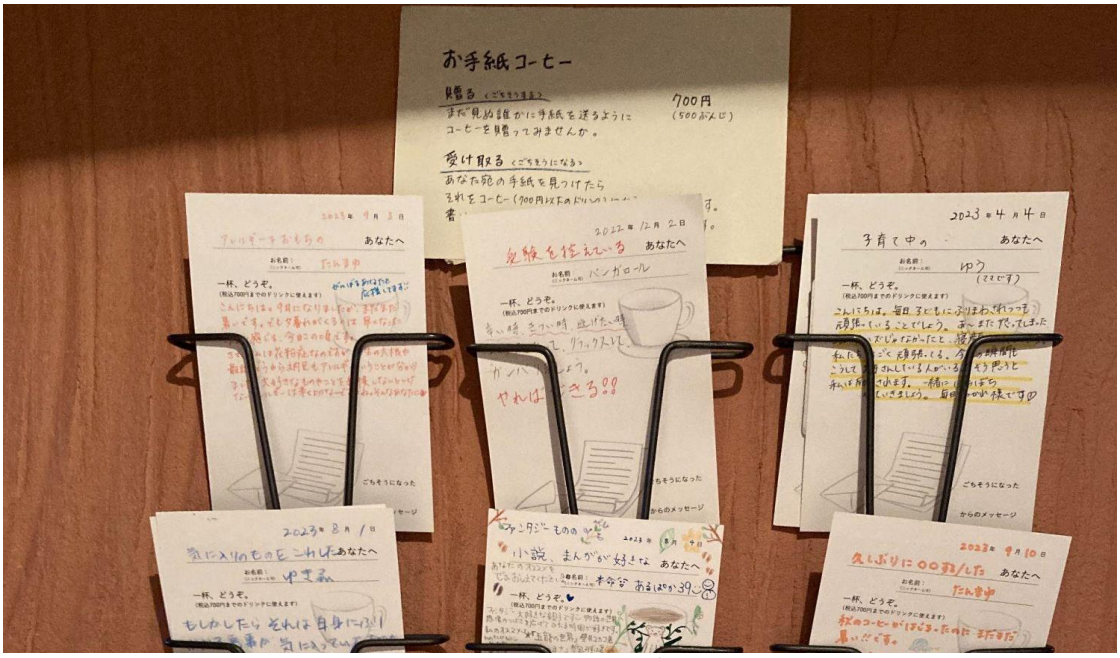


図 5, クルミドコーヒーのお手紙コーヒー：著者撮影

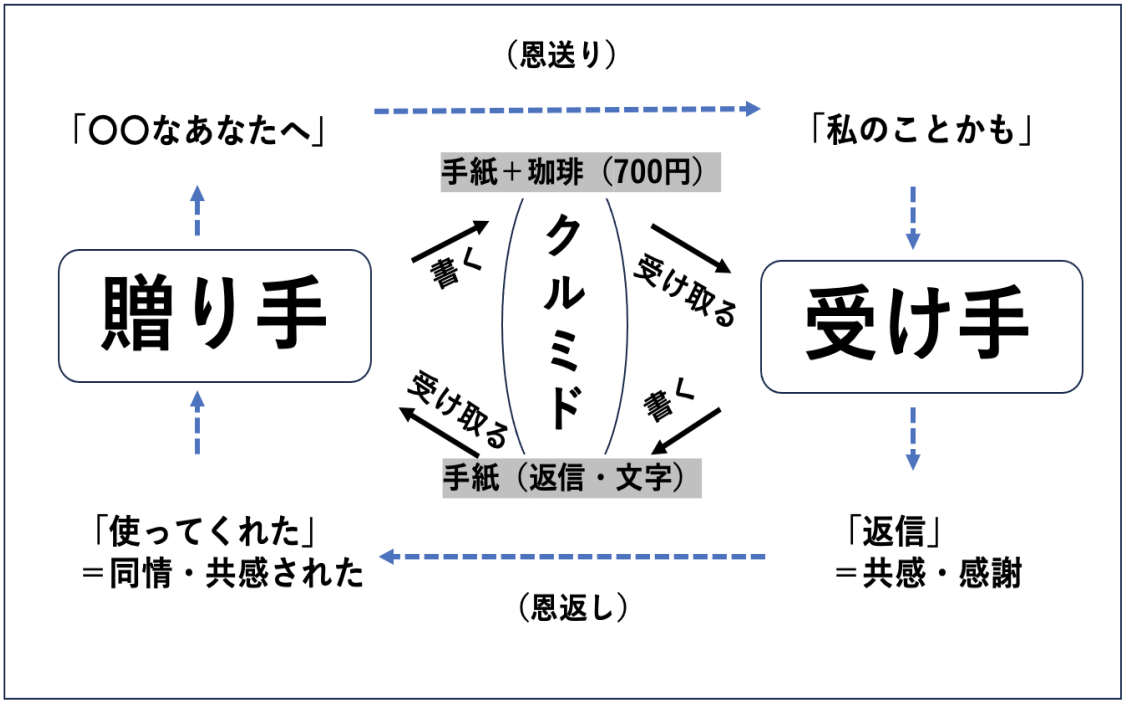


図 6, お手紙コーヒーの贈与モデル:著者作成

お手紙コーヒーは、贈り手は、700 円のお金を使い、自分の知らない第三者へ「珈琲と手紙」を贈る。そして、受け手は、珈琲をいただける。そこで受け手は、贈り手へ返信しなければならない。つまり、お手紙の返信という返礼の義務がある。
というと、贈り手は受けての存在から「お金ではない」何かを密かに期待しているのではないか、ともいえまいか。その何かとは何か。贈り主が帰ってくるのはお金ではない。お手紙という名の紙の上に書いてある文字である。贈り主は、その紙の上の文字の何を期待しているのだろうか。ここからはクルミドコーヒー/クルミド喫茶店に実際に滞留している、つまり実際に第三者に贈ろうとしているお手紙の中身の分析を行いたい。お手紙コーヒーの贈り手の内容を一部伐採し、見ていくと、四つのセクターに分けることができた。

図 7, 教えて系「・〇〇なあなたへ：「抜粋内容」

・ホラーゲーム好きなあなたへ：「始めようと思ってる～面白いホラーゲームを教えて」
・「いつか読んでみたいと思う本を教えて」
・久々に〇〇する人：「私は～あなたの久しぶりを教えて」
・先生を目指しているあなたへ：「私も先生～なんの先生になりたい？」
・これから起業しようとしているあなたへ：「どんな事業を始めようとしている？私は～～。新しい事業頑張って」
・山下達郎ファンのあなたへ：「年齢問わない～よもやま話ししない？」
・1954 年生まれのあなたへ：「同じ、ワクワクしている。どんなふうに過ごしたい？」

一つ目は、「教えて系」である。特に「私は」という言葉が目立つ。「私は/も, こんな気持ち/行動, です、あなたの〇〇について、教えてください」。これらの手紙は、自分の好きな人・もの・ことが同じ人や同じ歳など「自分と共通点」がある人に対し、自分の知らないことに対し疑問をなげかける手紙であった。その結果として、自問自答の手助けなどを補助する役割もあるのではないか。例えば、「1954 年生まれのあなたへ」をかいた人は、同じ歳の人に

対しお手紙を送り、これからのワクワクする気持ちと共に、70 代 80 代 90 代どんな風に生きていきたいか、つまり人生設計を質問している。これから来る自分と対象させ、自分もどんな風に生きていこうかを考える問いに対し、質問しているのではないかと考えられる。

図 8, 私もかつて同じ気持ちを持っていた人へのアドバイス系
「・〇〇なあなたへ：「抜粋内容」

| |
|---|
| ・悪口をきにしちゃってるあなたへ：「ある人が〜って言ってた。気にしなくてもいいんだよ。私もそう思うよ」<br>・歩み始めたばかりのあなたへ：「あせらなくて大丈夫。私と一緒に頑張ろう」 |

二つ目は、「私もかつて同じ気持ちを持っていた人へのアドバイス系」である。
ここでは、昔つらかった事や、後悔していた事に、対して周りから言われて当時の自分、現在の自分が励みになった事や、今思っている事などが、教訓・アドバイスとして、手紙として送られている。例えば、悪口を気にしちゃっているあなたへというお手紙には、贈り主が当時悩んでいた時に、ある人が言ってたアドバイスにより、少し救われた気持ちなどをアドバイスとして、手紙に書かれていた。これは、過去の自分の思っていた内容に対してのよかったアドバイスを手紙にして送る事で、役に立てたなどの、感情。つまり、自己の存在を認識する事ができるのではないかと考えられる。

図 9，私も同じ気持ちをもっている人への共感・同情系
「・〇〇なあなたへ：「抜粋内容」

| |
|---|
| ・鮭好きなあなたへ：「あなたをつないでくれたよ」<br>・アレルギーおもちのあなたへ：「私も〜辛いよね」<br>・子育て中のあなたへ：「大変だよね。焦らなくて大丈夫。一緒にぼちぼち」<br>・新学期がドキドキなあなたへ：「これからも学校頑張ろう」<br>・受験を控えているあなたへ：「辛い時、きつい時、逃げ出したい時、深呼吸して、リラックスしてがんばりましょう。やればできる！」 |

三つ目は、「私も同じ気持ちをもっている人への共感・同情系」である。
これらは、現在進行形で、思っているネガティブな感情に対し、共感し、頑張ろう、や、やればできる。など、前に進もうという内容の手紙が多く書かれてていた。
例えば、子育て中のあなたへ、では、同じ子育てをしているお母さんに向け、本当は怒りたくないのに、また怒ってしまった自分の気持ちを打ち明け、最後に「今この瞬間も、こうして頑張っているお母さんがいると思うと、私も励まされます。一緒にぼちぼち頑張ろう」と同じ感情を持つ人がいる事で心の支えになる事を書いている。つまり、自分と同じ気持ちを持つ人、共感者がいることで、自分も前に進んでいけるではないかと考えられる。

（図 10, 「特定の誰かに贈る手紙」）

| |
|---|
| ・私と結婚してくれたあなたへ:「普段言えないけど、ありがとう」<br>・油淋鶏をつくってくれたあなたへ:「ありがとう」 |

この四つ目は、「特定の誰かに贈る手紙」である。これらの手紙の大多数は、結婚をしてくれたパートナーへ普段恥ずかしくて言えない謝罪や感謝が多く見受けられた。
特定の人への思いをクルミドコーヒーに置いておく事で、もしかすると見てくれるかもしれないワクワク感や、芽生える様に見受けられるのではないか。

以上の四つのセクターに分けたお手紙から、「共感・同情」を持つ人へ、質問、アドバイス、共有、感謝をする事で、結果として、自分の事を知る事や、心の寂しさ、自分の存在意義を認識することができるのではないか。

確かに、誰かにもらった善意を誰かへ渡すという気持ちを持ってではあるだろう。ただ、それだけではないように思える。誰かに飲んで欲しい気持ちとプラスして、上記のような気持ちをもっているのではないか、その結果、返答がくる。飲んでくれた（受け取ってくれた）ことで、自分としての存在を理解することや、共感性・同情性から自分の中にある、心の寂しさ、うしろめたさ、自問自答であったりなどの気持ちを少し解消できるのではないか。つまり、こうとも言える。相手の返すと期待される報酬によって動機づけられる諸個人がお手紙コーヒーを贈る傾向が高いのではないか。

影山は、「受けての存在が贈り手を育てる」（影山,2015,124）と言う言葉を使う。クルミドコーヒー/喫茶店でのお手紙コーヒーは、ただ珈琲を贈るわけではなく、プラスして、感情の共有（心の共感）」から生まれる自己の認識なのではないか。そして、そのような思いを持つ者が多いほど、しっかりとカフェの売り上げもあがっていく。1 日平均 1 通書かれる 700 円のお手紙コーヒーは 1 ヶ月で約 30 通、およそ 21,000 円売り上がる。つまり、クルミドコーヒーでの、お手紙コーヒーは、受け手がいるからこそ発動する贈与であり、『自分もその気持ちを感じたことがあるからこそ贈る』『自分も今その気持ちを感じるからこそ贈る』『同じ気持ちの人と関わりたいから贈る』『特定の人へ贈る』。これらの動機から送られているのではないかと推測する。また、それらは、自分になんらかのプラスが起きるからであるからこそ発動する何かを贈る気持ちなのだ。

### 4-2. クルミドコーヒーの影響～バリューチェーン分析より～

では、実際にクルミドコーヒーが他の人や場所にどのような価値を与えているのだろうか。クルミドコーヒーでは、大きくカフェ部門、書店部門で編成されており、カフェ部門は、大きく「飲料」「お食事」「おやつ」の 3 種類と「お手紙コーヒー」、「クルミドの朝モヤ」から構成され、書店部門は、「朝/夜の持ち寄りブックス」などのイベント、カフェにおいてある誰でもおすすめする本を売る事ができる本棚、本の執筆から販売まで行うクルミド出版から出される本の 3 種類から構成される。

今回は、これらをバリューチェーン分析にて、人と取引され利益を得るまでに生じている人との関わりについて調査していきたい。

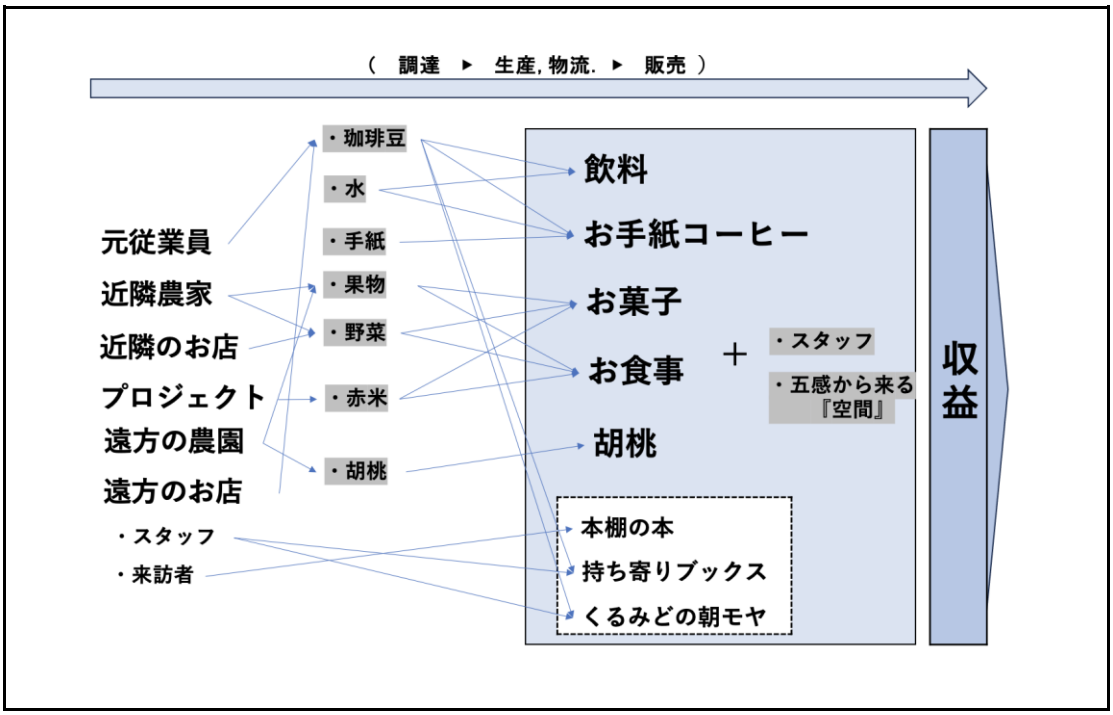

図 11,収益までの流れ：著者作成

実際に、バリューチェーン分析を行った。細かい材料などは省き、主にクルミドコーヒーで消費されている材料を中心に書き出した。すると、珈琲やティーなどの飲料は、カフェ事業で使われるだけではなく、持ち寄りブックスやくるみどの朝モヤでも、提供される事から、クルミドコーヒーで行われる活動のほとんどに珈琲などの飲料が必要とされる事が分かる。ということは、調達がカフェ事業と変わらなくても新しいイベントを創造しているということである。その珈琲から形成される珈琲豆は、クルミドコーヒー内で焙煎を行わず、近隣で珈琲屋を営んでいる元従業員で現在は店を経営する takaito coffee と北海道札幌市でダブル焙煎を行う菊池珈琲から仕入れている。

本棚の本のほとんどは、クルミドコーヒーに実際に飲みに来訪したり、イベントにて来訪した者が持ってくる為、仕入れのコストは全く必要ない。

珈琲豆以外は、近隣や遠方の農家や近隣のお店から仕入れ旬の食材でメニューが開発される。その中で、直接農家と店員が毎日の様にやり取りを通じ、思いを共有させながら開発していったメニューもある。また、赤米プロジェクトはクルミドコーヒーの店員から発足し、国分寺市内のまちの仲間と武蔵国分寺赤米を継承するプロジェクトであり、そこで収穫された赤米を使用している。

この様に、クルミドコーヒーで使われている主たる材料は近隣が中心ではあるが遠方にも、名前の明確なところで生産された材料を多く使用している。それでいて先ほど胡桃農園について触れた様に、ただ仕入れを行うだけではなく、直接農園へ手伝いに行き収穫のお手伝いを行う事など、贈り贈られの関係を作り、関係性を構築している。

4-3. クルミドファンドのお金の大体の流れ

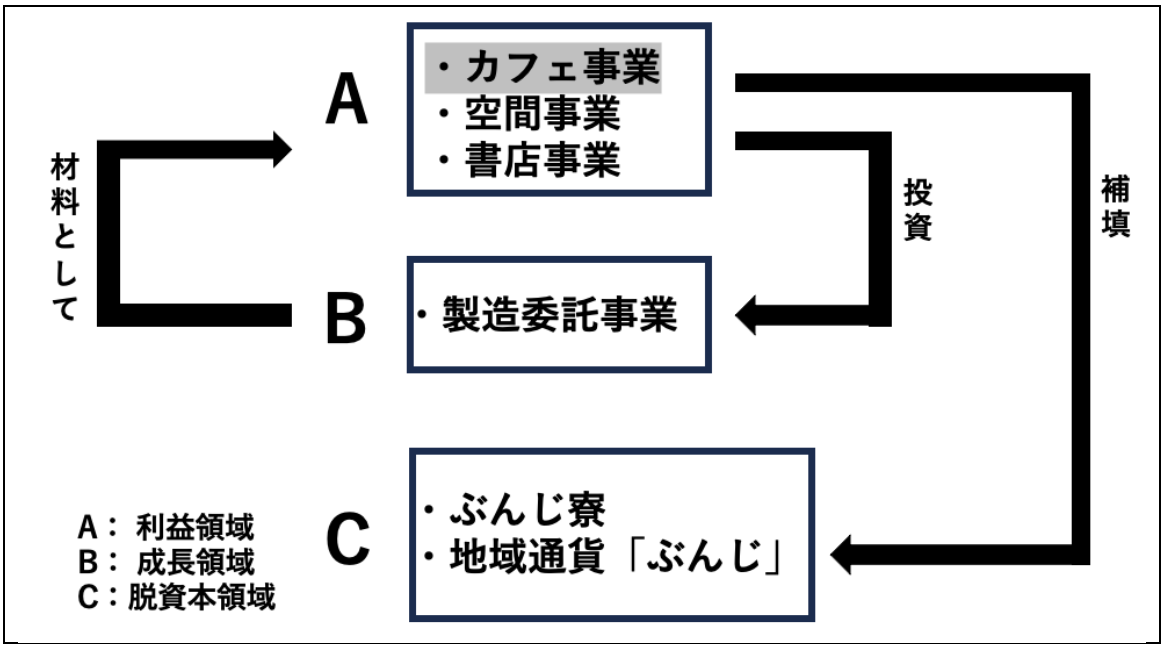


図 12, クルミドコーヒーのお金の流れ：筆者作成

企業の目的は、利益をあげることである。上場していない企業の場合、最低限、”お店を維持するだけの収益”人件費が必要であれば人権費を儲けなくてはならない。上場している企業の場合は、さらに収益については敏感である。カフェにおいて収益＞固定費＋人件費にならなくては,企業の維持をすることができない。

その為経営者は、人をより効率的に、合理的に動かそうとしてしまう。また、お金にならないが個人や周りが良いと思う取り組みを行う際も、やはり資金が必要になってくる。クルミドコーヒーは、ぶんじ寮のお金に全くならない事業（以後、C 事業）と、最初はお金にならないが収益化せることで継続的に続けることができる事業（以後、B 事業）。そしてメインのカフェの事業（以後、A 事業）の 3 種類で動かしているように私は感じた。A 事業は実際に以上で紹介したような旬の食材を使ったお菓子やお手紙コーヒーや、空間を貸したりなどを、高くても満足できるような商品を作り、高い値段で販売。その利益を今度は B 事業へ投資。C 事業へは、赤字になりそうになったときや何かあったときの補填として利用されていた。

A 事業では飲料が平均して 1 杯 700 円。おやつが平均して 700 円、お食事が平均して 1,100 円ほどで販売されている。ときには、お食事とコーヒーなどでお会計が 2,000 円付近の場合もある。その中でも、大体のお客さんは、飲料と食物（おやつ）を頼む。予想的には、客単価は 1,400 円ほどである。そして 1 日に 2015 年情報で 120 人ほどの顧客がくる。つまり、1 日に約 1608,00 円ほど売り上げる。つまり、メイン事業が、一つの大きな稼ぎ柱として機能させつつ、他の取り組みへの挑戦を促せる環境にし、そこからほとんど利益を得ないところに回しているのだ。それらの取り組みも、決して独立しているのではなく、カフェの中で使われる「場所」「食材」などきちんとメイン事業と何かとつながりを作り、行っていた。

また、クルミド喫茶店を開店する際、クルミドファンドというファンドを設立した。価格は 1 口 30,000 円である。実際に影山は、「初期投資を回収していくには、客単価千円ちょっとのカフェのキャッシュフローはやや非力なのです。その点、セキュリテ（ファンドの事）を活用させてもらえたならば、①最初に据え置き（無分配の）期間を設ける②分配の期間を少し長めにする③売上に応じた分配額にするなどの点で、現実的な資金調達と

返済の計画が組めるんじゃないか」と言っている。
　ファンドは、クルミドファンド、クルミドファンド 2、クルミドファンド 3 の三種類あり下記の図に記した。通常のファンドでは、投資をすると、お金が少し増えてくるファンドがベターである。他方で、クルミドファンド 2 は少し通常のものとは違い、30%は寄付。つまり、1 口買うと、9,000 円は、クルミドコーヒーに寄付し、21,000 円戻ってくる。ということは、数字でみると、払い損なファンドである。影山は、募集金額をそれぞれ設け、クルミドファンド 2 を一番高く設定した。

①クルミドファンド：売り上げ分岐点を超えると少しプラスに返ってくるファンド
　　募集金額：1,260 万円
②クルミドファンド 2：30％寄付,70％バック
　　募集金額：2,268 万円
③クルミドファンド 3：100％寄付
　　募集金額：75 万円

図 13, 3 種類のクルミドファンド（クルミドファンド：以下 3 種類のファンド）

＜現在の募集金額　＊ファンド名：現在の集金額,（ 支援数 ）：使い道＞

①ファンド　：1,090 万円 ,（ 237 名 ）　：施設費＋予備費
②ファンド２：375 万円 ,（ 66 名 ）　：施設費＋予備費
③ファンド３：75 万円 ,（ 25 名 ,満額達成 ）：施設費
　お金の使われ方：予備費はお金にならないものへの取り組みへも

図 14, 現在の募集金額

　クルミドファンド 2 を増やすことに対し、影山は「ファンド 2 の応援者を増やすことで、少し利益にならないものにも挑戦することができる」と言っている。30%分である 9,000 円はお金にならない「応援の気持ち」としてのお金である。影山はこれらを健全な負債感と呼び、この負債感を応援してくれている地域の人へ還元したいと考えている。
実際、クルミドコーヒー外で行っている活動である、ぶんじ寮プロジェクトは、全くお金にならない取り組みである。ましてやぶんじ寮プロジェクトは全く利益にならない。そのようなお金にならない取り組みを行う際は、やはり初期コストがかかり、赤字の場合は運営者が負担するリスクもある。今後、まちのエネルギー事業や、金融事業などリスクも大きい事業に着手していくようだ。また、ファンドの特典として、お金はあまり返されないが、胡桃収穫ツアーなどのご案内や、経営報告会の参加、新店オープン前見学会など、影山は、ファンドを支援してくれる人をクルミドコーヒーにより近い支援者として、親密に「関わり」を促進する様な仕掛けがあった。

### 4-4. 国分寺にあるクルミドコーヒー以外の場所

　クルミドコーヒーの外には影山が、まちの仲間と別に行っているプロジェクトがある。東京都西国分寺で家賃が一ヶ月 30,000 円で泊まることのできる寮「ぶんじ寮」だ。それは、まちの寮をコンセプトに持ち寄って作る場所とされ、ごはんづくり、畑仕事や掃除を共にすることで、共同しながら暮らす事を実現した。222 平米の大きさを持つ旧社員寮は 20 部屋完備しており、1 人ずつの個人部屋以外（一部例外）は、食堂、トイレ、お風呂、洗濯機、洗面台などは共同で使われる。
　1 人 1 人のプライバシーや自由を尊重しながら、それでも他社と関わることの可能性を諦めない、風通しのいい関係性を育む「まちの縁側」を目的とした寮である。
　ぶんじ住民（後は住民と表記）の中には、実社会で精神的にも疲弊して一時的に避難し

に来た人、何かを行いたく来た大学生、二拠点以上の生活を行っている人、クルミドコーヒーで働きながらの人や、会社員の人など、年齢層もさまざまな人が暮らしている。中には住民同士互いに 1 度も顔を見たことがない人も暮らしている。

9 月 19 日。そんなぶんじ寮に泊まった際、28 歳ほどに見える髭を生やした坊主の青年が遊びに来た。眉毛がなく、ピアスがあいた少年は、色々聞いていくと、高校を中退したようだった。「バイトなんてばっくれてなんぼっしょ」「金がほしーわー」過去には、スシロー、コールセンター、引っ越しなどのバイトを経験していたようだ。「そりゃそうだろうね」と後に小声で言う人も中にはいた。その中でぶんじ寮の住民と僕は、「そうなんだねー、次の仕事はうまくいくといいね」と流すのように言ってしまった。すると、1 人の住民が「かわいそうなやつだな。お前、良い人と出会ってないんだな。良い人と出会ったらまずばっくれるなんてことができないわ、今まで出会えなかったお前がかわいそうだよ」少々怒り口調で青年に言った。だが、そこから議論は膨れていった。

彼は「人と話すのは好きだから人と話す仕事をしたい、話すことは苦じゃないんだ。けれどすぐ辞めさせられる」。僕は思わず「それは眉毛がないからなのでは、一回生やしてみたら」と思わずアドバイスをしてしまった。なぜ眉毛を剃ると、あいつはそーゆーやつだ、となるのかはわからない。だが変なアドバイスをしてしまった。話せば話すほど、人情のある心の優しい奴だった。そして、最後に彼は「心の拠り所が欲しかった」と語った。

彼が眉毛を戻して継続的に仕事を続けているかはわからない。しかし、言われた次の日もぶんじ寮に遊びにきていた。そこでは楽しそうに、ぶんじ寮に来ていた子供と遊んでいた。鼻血がでた子供につっぺをいち早くもっていたのは彼だった。人・場所が、人を受け止めてくれる場所の重要性を改めて認識した瞬間だった。

彼が現在眉毛を戻し、継続的に仕事を続けているかは分からない。しかし、一人の人間がその青年を受け止め、きちんと話を聞き、その場所にいる場所、人が受け止めたからこそ、その青年は次の日も来たし、心の拠り所が欲しかったと語ったのかもしれない。

そんなぶんじ寮に決まったルールはない。あってもすぐに、なくなる。ではどうしているのだろうか。それは、気づいた人や、改善したい人が行う。それだけである。もちろん綺麗好きは、掃除を行い、好きな時間に寮に帰ってくる。それでも賄いきれないものや、改善してほしいと思うときに、そこに住んでいる月 1 の住民のミーティングにて、自分たちが嫌だと思ったことに対して、意見を出し、話して解決する。冷蔵庫が汚いので、どうにかしましょう、と話をしたり、明日ぶんじ寮でイベントするので少しでも掃除したい、であったりだ。そこには、個人個人が感じる寮での気持ちの交換が行われていた。それはミーティングが終わっても、残った暇な者で夜な夜な話す会へと変貌していった。

また、家賃を安く抑える為に、イベントを企画しようではないかという案もでていた。その中の取り組みの一つとして、サンデーブランチという取り組みがあると認識している。

この日のサンデーブランチは、とある住民と影山で「スターウォーズについて熱く語る会」で朝の 10:00〜13:00 の間、ぶんじ寮で作られる昼食を食べながらひたすらに語る会である。参加者は 8 名で国分寺市内からあつまった常連さんのようだった。住民も 3 名ほど参加していた。その中で、あるおじさんが、住民に話しかけた。会社を定年して、なにものかになりたいおじさんであった。

## 第 5 章　結論

資本主義の恩恵を受けてきた部分も多々ある私は、資本主義を全て否定することなどできない。そもそも資本主義社会に変わる大きな代替案などあるのだろうか。それは今まで何百年と研究してきた学者から、そしてそこに暮らしている我々からも明確な回答がでていないという事が物語っているのではないか。しかし、従来のいきすぎた資本主義社会においての企業は、お金を唯一の価値とし進んできた。それが環境を破壊し、弱い者から搾取し、労働をも商品化されるなど、あらゆる問題を現在において引き起こしてきた点は間違いなくある。そして我々の人と人の関わりをも変えつつある。クルミドコーヒーでは、人の思い、歴史や知識をある種の価値とし、その中で関わりを継続的にその小さい円があちこちに影山、クルミドコーヒースタッフを中心に共存させながら、カフェ運営を実施していた。その例が、胡桃農園でのお互い様の気持ちで関わりあう事や、国分寺米復活プロジェクトを行い、それをクルミドコーヒーで商品化したことなどだろう。その繋がりの根本的にあるのは、お手紙コーヒーで示したように、受け止める人や場がある、いるからという事だろう。

お手紙コーヒーにおいては、『自分もその気持ちを感じたことがあるからこそ贈る』『自分も今その気持ちを感じるからこそ贈る』『同じ気持ちの人と関わりたいから贈る』『特定の人へ贈る』などのきっかけがあり、その背景には、自分になんらかのプラスが起きるからであるからこそ発動する何かを贈る気持ちであるように思える。つまり、同情の商品化が行われている取り組みでもあるのではないかとも考えられる。しかし、これからは、共感重視の資本主義という言葉で片付けたくはない。人と人の感情をどこまで商品にするのか、この折り合いをどうつけていくのか今後考えていくべきではないかと思う。

しかし、やはり現代のキーワードは　「人」であるはずだ。我々や企業はお金を稼がないと、維持することはできない。そのため、お金を稼ぐことが悪いのではなく、お金の稼ぎ方を考えるべきなのではないか。

資本重視のカフェと比べると、お金にならない取り組みは大きなコストがかかる。つまり、一定額お金を儲ける必要もあるのだ。だからこそお金にならない守っていきたい価値、取組にも挑戦ができる。例えば、クルミドコーヒーのスタッフが発案し行っている「赤米プロジェクト」は当初お金にならないプロジェクトだったようだ。そのお金になるかわからないプロジェクトを行っていくためには、きちんと安定した利益を得る柱を作っていく必要がある。つまり、行き過ぎた資本主義すぎないカフェ、脱資本主義的カフェとは「お金にならないことに対しても合理化せずに向き合い、利益の儲け方を考えながらも人の思いが共存するカフェではないか」と考える。

このままの資本主義を突き止めると大きな課題に直面するのは間違いない。資本主義は中心と周辺を作るのは間違いない事実である。成長しきってしまった世界で、資本優先でものごとが運ぶのではなく、今まで盲目だった、また盲目とされてきた新たな価値への発見ではなかろうか。そこには人との関わりなしでは語れないだろう。

## 最後に

「実は論文がないとゼミナールが崩壊してしまうから論文という仕組みは非常で大事である。」と、とある先生が語った。勉強の価値をなかなか理解できない、ましてや勉強をあまりしらない、学校にいく理由を見いだせなかった私を含む大多数の本学の学生にとって、論文を作るという目標が、彼らがゼミナールに存在する意味を見出していた。

これは、我々の人生においても同じではないか、我々は何を目的に生きているのか？という問いの答えは人それぞれである。ましてやその答えを答えられない人もいる。それは私でもあるが、そのような考えの中、資本を優先とした思想は我々の行き先を明確にしてくれる。資本を獲得することにより、資本の向こうにある人々の生活が成り立ち、生活が豊かになると信じているからだ。そのため資本を獲得するという共通の一つの価値に対し、その目標が一つの組織を作り出す。極めて現代と資本主義というシステムの相性が良い。だからこそ結果として、日本では、資本主義システムの次に変わる大きな国家の分断が起きることなく何百年も続いてきたシステムであると私は考える。

しかし、資本を優先にしすぎるが故に起きている問題がある事実は、いうまでもない。

インタビューにて影山は、弟をなじってしまった過去を明かした。

「お前はお前でいいんだ、一歩ずつやっていこうと、言ってあげたかった」

「自分が自分の人生を生きていくと実感できる世の中になればいいと思う」

自分が自分の人生を生きていくとは、一体何なのだろうか。また、我々はダイバーシティー、ジェンダー問題、アイヌ問題、など何かと言葉を先に先行させながら問題と関わっていることが多い。地方創生も一種の先行させた言葉で使う場合が極端に多い。以上の問題や言葉の奥には個々の「人」がいるはずだ。そして、この世界において、私一人では生きることができない。我々は根本的には、分かり合えない人と関わる必要がある。人と人が関わる中では、必ず問題が起きてくる。クルミドコーヒー、喫茶店、ぶんじ寮で行っていた、ルールを作らずに、何か問題が起きたら、相手のことを思いながら「人と人とが話し合う」向き合うという観点は私も取り入れたい。今後は、資本との付き合い方を考えつつも、自分と自分以外の地球上での他者との共生について考えていきたい。そして、改めて問いたい、私にとって、あなたにとっての心の豊かさとはなんなのだろうか。

## 謝辞

これまで沢山の人にお世話になり拙い文ではあるが、論文執筆をすることができた。
四年間の大学生活をかけ、お金にはならない取り組みにも沢山参加することができた。その中で幸運なことに様々な層の人と関わり、交流をさせていただけた。誘ってくださった人、関わってくださった人がいたからこそ今の自分があると言っても過言ではない。
そして、これらの活動が出来たのは、お金にあまり不便を感じさせずにここまで生活させてくださった両親あってである。また、論文指導や沢山のきっかけを与えてくださった指導教官である太田稔先生を始め沢山の方々に改めて感謝申し上げたい。

最後に、実際に拙いながらもインタビューを受けてくださったクルミドコーヒー/喫茶店店主、影山氏をはじめ、調査に関わって頂いた東京都国分寺/西国分寺/国立エリアの方々、全ての人に感謝申し上げて終わりにしたいと思う。

## 【参考文献】


Drucker, Peter Ferdinand, 1993, Post-Capitalist Society, Harper Business.(=2007, 上田惇生訳『ドラッカー名著集 8 ポスト資本主義社会』ダイヤモンド社.)

浜田麻里奈・後藤春彦・山村崇, 2014, 「テーマ型カフェを媒介とする地域活動ネットワークの　展開に関する研究―国分寺カフェスローとその関連団体が関わる地域イベント活動に着目し　てー」『都市計画論文』49:783-788.

細内信孝,2010,「コミュニティ・ビジネス」学芸出版社.

飯田美樹,2020,『カフェから時代は創られる』クルミド出版.

今瀬和哉,松行美帆,2015,「コミュニティカフェの継続に必要な条件についての一考察―横浜市・川崎市のコミュニティカフェの事例としてー」,『都市計画報告集』13:151-155.

片岡亜紀子・石山恒貴,2017,「地域コミュニティにおけるサードプレイスの役割と効果」『地域　イノベーション』9:73-86.

久田邦明,2004,「コミュニティ・カフェの可能性」,『月刊社会教育』48:37-43.

倉持香苗,2017,「人の交わりから生まれる地域づくりー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』,11:28-38.

影山知明,2015,『ゆっくり、いそげ カフェからはじめる人を手段化しない経済』大和書房.

影山知明,2018,『続・ゆっくりいそげ植物が育つように、いのちの形をした経済・社会をつくる』クルミド出版.

工藤順,2012,「地域社会における社会的企業の可能性―コミュニティカフェでる・そーれの事例からー」,『青森保健大雑誌』,13:23-32.

楠木建・阿久津聡,2006,「カテゴリー・イノベーション： 脱コモディティ化の論理」『組織科学』39:4-18.

松村圭一郎,2021,『くらしのアナキズム』ミシマ社.

水野和夫,2014,『資本主義の終焉と歴史の危機」,集英社.

中村啓佑,1999,「仏文化比較試論（２）－カフェと喫茶店－」,『追手門学院大学文学部紀要』35:105-122.

中山智香子,2013,『経済ジェノサイド』平凡社新書.

中山智香子,2023,『大人のためのお金学』,NHK 出版.

Marcel, Mauss,1925,Essaisurledon:Formeetraisondel’échangedanslessociétiés archaïques,l’AnnéeSociologique,seconde série, tome 1. (=2009, 吉田禎吾・江川純一訳『贈与論』, ちくま学芸文庫)

大分大学福祉科学研究センター.コミュニティカフェの実態に関する調査結果[概要版].大分 45 大学福祉科学研究センター2011;1-16.

大川新人・コミュニティビジネス研究会,2005,「富と活力を生む！コミュニティビジネス」地研.

菅原浩信,2017,「コミュニティ・カフェにおけるソーシャル・ビジネスの展開」,『日本経営診断学会論集』, 17:21-26.

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）の発言の分析を通じてー」,『日本建築学会計画系論文集』,　614:113-120.

斉藤保,2020,『コミュニティカフェ』学芸出版社.

白石弘幸,2020,「コモディティ生産組織の差別化と組織イメージ ―鉄鋼メーカーを事例にー」『金沢大学経済論集』40:67-90.

天明茂,2006,「地域で始まるコミュニティ・ビジネスの新展開」15-24.

塚本恭章,2018,「資本主義はどこへ向かうのか―現代の批判的知性による多面的精察

—」,『経営総合科学』, 109:155-171.
野津創太,2023,「創造性発揮に向けた従業員意識のあり方 —組織に対する意識と仕事に対する意識に着目して—」, 『経営行動科学』30:95-110.
平本毅,2015,「コミュニティのデザイン」,『デザイン学論考』4:16-22.
佐藤侑哉,2002,『フィールドワークの技法　問いを育てる、仮説をきたえる』新曜社.
社団法人中小企業診断協会山梨県支部,2004,「地域活性化を担うコミュニティビジネスの現状と展望に関する調査研究報告書」
渡邉隼,2017,「都市研究家にみるコミュニティ概念の受容ー日笠端の言説に着目してー」,日本都市社会学会年報 35-155-172.
渡邉隼,2015,「日本社会におけるコミュニティ問題の形成過程　——国民生活審議会『コミュニティ』報告書を事例として——」,ソシオロゴス 39:233-249.
山納洋,2012,「人々が集う場としてのデザイン」
山納洋,2016,『つながるカフェ』学芸出版社.
山﨑亮,2011,『コミュニティデザイン』学芸出版社.
(web)
CROWDROASTER,イギリス社会を変えたコーヒーハウス文化 17 世紀のイギリスの政治・文化に多大な影響, (2023 年 7 月 6 日取得 https://crowdroaster.com/story/85)
株式会社東京商工リサーチ,2019,「2019(1-8 月)「喫茶店」の倒産状況」,株式会社東京商工リサーチ,(2023 年 7 月 1 日取得,https://www.tsrnet.co.jp/data/detail/1189573_1527.html).
胡桃堂喫茶店,2017,「お店のこと」 (2023 年 8 月 17 日取得 https://kurumido2017.jp/about/)
クルミドコーヒーのブログ,2023,「【終了】スタッフ、募集〇〜自ら作る側にまわる人〜」 (2023 年 7 月 19 日取得 https://ameblo.jp/kurumed/entry-12800219940.html)
マチノコト,2016,「カフェという場が持つ空間としての魅力—クルミドコーヒー影山知明さん」, (2023 年 7 月 19 日取得 http://machinokoto.net/u26-2016-vol2/)
セキュリテファンドで未来を創ろう,「国分寺で新しい店づくり、まちの拠点づくりに挑戦」 (2023 年 7 月 30 日取得 https://www.securite.jp/fund/detail/2929)
東京新聞,2021,「拝啓、コーヒーを飲むあなた　見知らぬ人同士、送り送られ国分寺　手紙添え、おごる一杯」
(2023 年 8 月 17 日取得 https://www.tokyo-np.co.jp/article/90354)
室谷明津子,2022a,「兼任生活「お金に頼るのを半分にするという、挑戦」〜影山知明さんのお話（1）」2023 年 11 月 8 日取得 https://note.com/atsukonote/n/n05d50d9c4c17)
室谷明津子,2022b,「兼任生活「お金に頼るのを半分にするという、挑戦」〜影山知明さんのお話（2）」2023 年 11 月 8 日取得」,(2023 年 11 月 8 日取得 https://note.com/atsukonote/n/n05d50d9c4c17)
室谷明津子,2022c,「兼任生活「お金に頼るのを半分にするという、挑戦」〜影山知明さんのお話（3）」2023 年 11 月 8 日取得
,(2023 年 11 月 8 日取得 https://note.com/atsukonote/n/n05d50d9c4c17)
室谷明津子,2022d,「兼任生活「お金に頼るのを半分にするという、挑戦」〜影山知明さんのお話（4）」,(2023 年 11 月 8 日取得 https://note.com/atsukonote/n/n05d50d9c4c17)
「国分寺発！おともも子供ももちよって作る、安心と冒険とが同居する一人一人の居場所」, (2023 年 12 月 11 日取得 https://motion-gallery.net/projects/bunji_ryo)
「国分寺赤米プロジェクト」, (2023 年 11 月 3 日取得 https://akagome.tokyo/)