

食文化の現代的価値と地域資源としての可能性  
－消費者の購買行動と食文化に対する意識の分析から－

Contemporary value of food culture and its potential as a regional resource  
－Analysis of consumer purchasing behavior and awareness of food culture

2016年3月

岩手大学大学院連合農学研究科  
生物環境科学専攻  
(山形大学)

五十嵐 幸枝

## 目 次

第1章 研究の概要	1
1. 1 背景と目的	1
1. 2 先行研究レビュー	7
1. 2. 1 食文化とその定義	7
1. 2. 2 精進料理と伝統食	9
1. 2. 2. 1 精進料理	9
1. 2. 2. 2 伝統食	15
1. 2. 3 産直施設	17
1. 2. 4 食文化と持続可能な発展	20
1. 3 論文の構成	21
1. 3. 1 全体目的と方法	21
1. 3. 2 各章の内容	23
第2章 精進料理の現代的価値分析	28
2. 1 現代の食の姿と課題	29
2. 1. 1 日本固有の食事様式としての精進料理	29
2. 2 研究の目的	30
2. 2. 1 「日本型食生活」における精進料理の位置づけ	30
2. 2. 2 野菜を中心とした食パターンからの影響	31
2. 3 調査対象と方法	32
2. 4 分析結果	34
2. 5 小括	43
第3章 伝統食に対する志向性がもたらす産直施設における購買行動の差異分析ー産直施設アンケート調査を通じてー	48
3. 1 研究の背景と目的	48
3. 1. 1 産直施設の現状	48
3. 1. 2 研究の目的	49
3. 2 分析の枠組み	54
3. 2. 1 仮説	54
3. 2. 2 調査地	55
3. 2. 3 分析方法	56
3. 3 分析結果	58
3. 3. 1 回答者属性	58
3. 3. 2 因子分析	58

3. 3. 3	重回帰分析	.....	59
3. 3. 4	伝統食クロス集計と t 検定	.....	60
3. 4	小括	.....	65
第4章	地域資源としての食文化の可能性	.....	69
4. 1	地域再生の可能性と課題	.....	69
4. 2	研究の目的	.....	71
4. 3	調査対象と方法	.....	73
4. 4	分析結果	.....	76
4. 5	小括	.....	91
第5章	食文化を活用した地域発展への展望	.....	94
5. 1	各章の要約	.....	94
5. 2	結論	.....	98
5. 3	今後の方向性	.....	101
謝辞		.....	103
引用文献・参考文献		.....	104
付表：産直めぐり(2015)アンケート		.....	113
付表：農家レストラン知憩軒(2015)アンケート		.....	114
付表：TRATTORIA NONNO(2015)アンケート		.....	115

## 第1章 研究の概要

### 1.1 背景と目的

わが国の社会構造は第1図のように1950年から人口推移は著しく変化し、人口減少に歯止めがかからない状況である。第2図のように高齢化率も高い水準で推移しており、少子高齢化が地域課題として深刻化している。第3図に示したとおり、1950年からの推移を概観すると合計特殊出生率は著しい低下の傾向を示し、出生数も過去最低である1,003,539人（人口動態統計2014）からほぼ横ばいという状況である。東京一極集中といった流れも顕著で東京の転入超過数は約7万人と2年間連続して増加しているが（総務省2014）、地方では地元に残った限られた人材によって、地域経済の運営を支えざるを得ない状況にあり（まち・ひと・しごと創生基本方針2015）、地域間格差が拡大している。

都市住民を対象に行った調査（農林水産省2011）では、農村について、「空気がきれい」、「住宅・土地の価格が安い」、「自然が多く安らぎが感じられる」、「子どもに自然をふれさせることができる」等の良いイメージを持っており、内閣府（2014）が行った調査では、多くの都市住民が農村を子育てに適している地域と考えている。このような中、都市に住む若者を中心に、農村への関心を高め新たな生活スタイルを求めて都市と農村を人々が行き交う「田園回帰」の動きや、定年退職を契機とした農村への定住志向がみられるようになってきた（食料・農業・農村白書2014）。

このように、これまでの利便性、効率性等の生活価値にとらわれない新たな生活価値への関心が高まりをみせている。

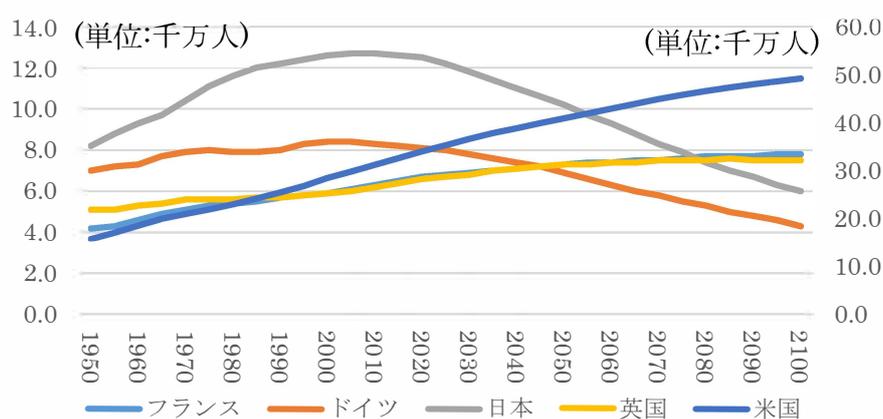
後藤和子（2010）によれば、「農業を文化として捉える研究や、農村における人々の生活を文化の視点から分析する民俗学的研究等、既に多くの蓄積がある。しかし、それらの研究においては、文化的景観や文化観光、農村におけるアート・フェスティバルやクリエイティブ産業等、21世紀になって台頭してきた農村と文化をめぐる現象を包括的かつ理論的に取り上げたもの

は少ない。今日では、農村と文化との関わりは、農業そのものを文化として捉える見方や農村の生活文化のみでなく、現代アートや観光、クリエイティブ産業等、現代的なテーマにまで広がってきている」とし、「農村地域の産業が農業のみではないことに着目し、農村の持続可能な発展と文化の関係性について理論的な整理」を行っており、「田園回帰」の動きとともに農村が新たな価値を創出する土壌となる可能性を示唆している。

第1表に示したように各国の文化政策においても、文化が地域の活性化やソフト事業の推進に貢献するといった議論がなされ、「文化産業」という領域での政策支援が行われている。経済産業省におけるクールジャパン官民有識者会議（2010年11月～2011年5月、全8回）では、海外展開について「ファッション」、「食」、「コンテンツ」、「地域産品」、「すまい」、「観光」の6分野を対象とし議論をしており、2011年には経済産業省クリエイティブ産業課が創設され、クールジャパン政策の一環としてクリエイティブ産業の振興を進め、新たな産業創出への政策的取組が行われている。

本研究では、食文化の定義を江原絢子(2009)及び芳賀登(1998)に従い進めていく。江原絢子(2009)は、「食文化とは民族・集団・地域・時代などにおいて共有され、それが一定の様式として習慣化され、伝承されるほどに定着した食物摂取に関する生活様式をさす」と位置づけており、『食物摂取に関する生活様式』とは、食料の生産、流通から、これを調理・加工して配膳し、一定の作法で食するまで」としてとらえている。さらに芳賀登(1998)は、「1980年代以降国民の間における食文化・食生活への関心の高まりに応えるように、著書・論文の数が増加した。そしてそれは歴史学をはじめ考古学・民俗学・風俗学・家政学・経済学・社会学・民族学・食物学・栄養学・医学など広範な学問分野の研究者によって、多角的で学問的水準の高い業績が積まれるようになった。」、「食文化研究の及ぶ範囲は、食材料の生産、流通、調理、食事、食具食器類、食習慣、食風俗をはじめきわめて広範囲にわたるが、そのほとんどの分野にわたって研究論文が作成されている点にも注目される。」と捉えている。江原絢子(2009)及び芳賀登(1998)に従えば、広範で独立した学問領域との接点を持ち、習慣化され定着した食を支える生産、流

通、調理・加工及び配膳や作法までを含むものとして、食文化を第4図に示したように捉える。さらに第5図では、第4図で示した食文化の定義に従い、農業バリューチェーンの中での研究対象を位置づけていく。第5図でいう農業バリューチェーンとは、農林水産政策研究所(2015)による「バリューチェーンの構築において重要なのは、農業サイドが主導的ないしその関与度合いを高めながら形成する『川上主導型バリューチェーン』という視点である。そして、『川上主導型バリューチェーン』の構築において大切なのは、地域資源の競争優位性を高めることにより付加価値配分の中で農業・農村サイドが有利な位置を占め、これによって農業・農村側の所得増大につなげていくことである。(「6次産業化の論理と展開方向ーバリューチェーンの構築とイノベーションの促進」(2015年1月 [6次産業化研究]研究資料第2号))このように示している「川上主導型バリューチェーン」を視野に入れ、付加価値の源泉の一つとして地域に既に存在している食文化に着目し、生産と調理・加工と販売が直結している産直施設、生産と調理・加工がゆるやかに連なる飲食店として農家レストラン及びイタリア食堂と位置づけ、食文化の価値を検証していく。



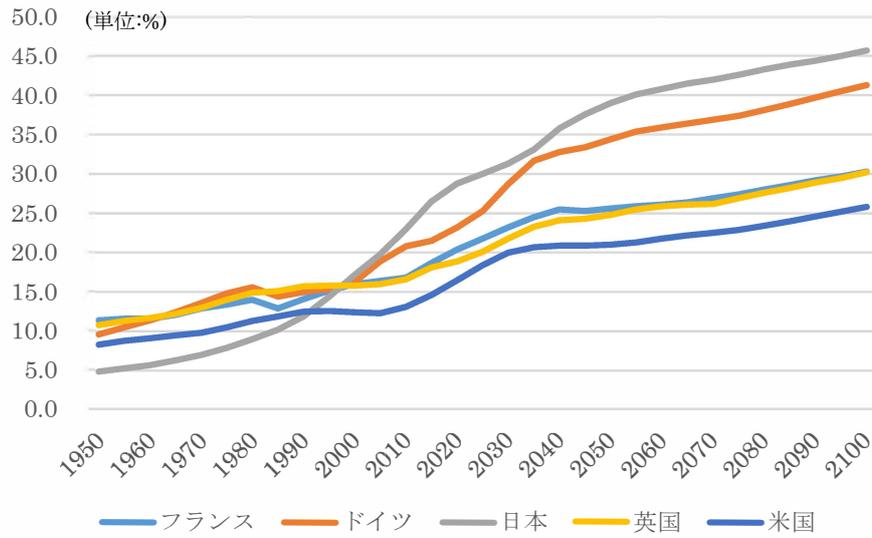
第1図 主要国の人口推移(実績・予測)

出所：United Nations「World Population Prospects, The 2012 Revision」

註1) 2010年以前は実績、2015年以降は予測値(定常予測)

註2) 定常予測：2005～2010年の合計特殊出生率が今後も維持されると仮定した際の予測

註3) 米国は右軸、フランス、ドイツ、日本、英国は左軸

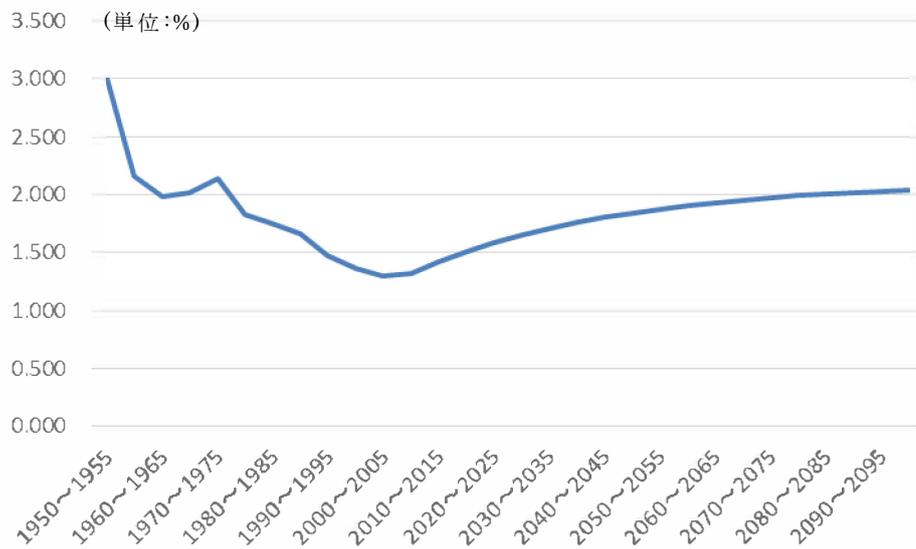


第2図 主要国の高齢比率推移(実績・予測)

出所：United Nations「World Population Prospects, The 2012 Revision」

註1) 2010年以前は実績、2015年以降は予測値(定常予測)

註2) 定常予測：2005～2010年の合計特殊出生率が今後も維持されると仮定した予測



第3図 日本の合計特殊出生率推移と将来推計

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成24年1月推計)」国連

推計による主要国の合計特殊出生率 1950～2100年

第 1 表 各国の文化政策一覽

国名	文化政策の特徴	伝統文化	文化産業
フランス	<p>フランスでは、フランス革命以前の比較的早い時期から国家権力がバリエーに極集中してきた。革命後も、比較的最近まで地域における独自性は政府に対する反乱的行動であるとさえ考えられてきた。</p> <p>文化政策においては、特にバリエーの文化的地位が国際的に高いことから、文化機関・施設が集中し、国家予算の大部分がバリエーに投下される傾向にある。</p> <p>中央においては、国家予算をどのように使うかは文化省における決定に依存するなど、文化大臣に権力が集中しており、近年、地方分権の動きが進んでいるものの、依然として中央の果たす役割は大きい。</p>	<p>○ 文化財の保護</p> <p>○ 「文化」の再定義 1980年代の「文化」の再定義により、以前まで財政支援の対象でなかったサーカスや、服飾、人形劇といった分野も対象となった。また、田舎の建物（水車、農家、村の教会など）も記念建造物としての修復が行われるようになった。</p> <p>○ フランス語の普及 フランス外務省はフランス語の使用の普及を実施。</p>	<p>文化産業</p> <p>○ CNC（国立映像センター）を中心とした映画振興政策</p> <p>○ 仏映画の国際展開</p> <p>○ 外国映画の数量規制</p> <p>○ テレビ局の番組編成に関する放送義務規制</p>
イギリス	<p>イギリスの芸術活動は王侯貴族の庇護と豊かな市民層による自立的で自主的な支援という2面性をもった歴史がある。</p> <p>それは現在でも残っており、文化行政において芸術の自由と独立を保つための「アームズ・レングスの原則」と呼ばれる芸術が行政と一定の距離を保ち、援助を受けながらも表現の自由と独立性を維持する施策をとっている。</p>	<p>文化財の保護・活用についてDCMSはイングリッシュ・ヘリテージや国民遺産基金等と連携しつつ各種の施策を展開。</p> <p>○ DCMSの文化財保護、活用施策</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>王室関連文化財の保護・維持管理</li> <li>歴史的公園維持管理と活用</li> <li>アーツカウンシルへの助成</li> <li>イングリッシュ・ヘリテージによる活動</li> </ul>	<p>○ DCMSの下、クリエイティブ産業（映画、音楽、ゲーム、広告、テレビ、建築、美術、ファッション、デザイン等）の分野ごとに専門グループを設立し、ターゲット市場を定めた検討を行い、戦略的な輸出振興が図られる。</p> <p>○ フィルムカウンシルを中心とした映画振興</p> <p>○ テレビ放送規制</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>EU規制に基づき、放送時間の50%以上は、EU諸国で作成された作品を放映しなければならない。</li> </ul> <p>○ 映画をテレビで放送する場合の自主規制</p> <p>映画に関する支援について、連邦政府は、1951年以降映画の振興に努めている。</p> <p>○ 映画振興法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ドイツの映画産業とビデオ産業の振興を目的</li> <li>連邦政府による芸術性の高い創造的な映画制作に対し補助金を支出</li> </ul> <p>○ テレビ放送規制</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>EU規制に基づき、放送時間の50%以上は、EU諸国で作成された作品を放映しなければならない。</li> </ul>
ドイツ	<p>ドイツの諸都市は、基本的に大小の独立した領域、自由都市などによって構成されてきた歴史がある。また、ナチス独裁政権下で、文化についても強制的な政策が行われたことから国家単位の文化政策に強い反省がある。よって文化振興の実施についての権限は、その大部分を各州政府および各地方自治体が有する。1998年に行政組織文化メディア庁（BK M）が設置された。</p>	<p>○ 文化財保護・活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旧東独地域の文化、芸術振興のための諸措置</li> <li>現代史を記憶するための施設・記念史跡等の保護・保存</li> <li>文学・出版文化保護のための支援</li> <li>ドイツ文学の遺産の保護・保存措置</li> <li>ドイツ出版文化保護のための書籍の定価維持</li> </ul>	<p>○ M P A A（Motion Picture Association）による活動</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>政府機関に対するロビー活動により、国際展開を推進</li> <li>著作権侵害行為に対する訴訟活動、海賊版行為に対する調査などの実施</li> </ul> <p>○ エンターテインメント産業自由貿易連盟（E I C）結成</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツに係る海外マーケットアクセスの拡大</li> <li>著作権の保護強化を求め政策決定者に対する情報提供、啓発活動の実施</li> </ul>
アメリカ	<p>アメリカでは、芸術活動は、ブロードウェイやポピュラーミュージック等のコマース的な活動を除くと、基本的には「非営利活動」として社会的に認められており、文化芸術団体は非営利法人として税制面等において優遇されている。</p> <p>芸術活動への支援については、個人、財団、企業など民間部門が主体となっており、行政は、文化芸術団体に免税の特権を与えらるとともに、文化芸術団体への寄付金を所得税から控除することによって、民間の寄付を奨励するなど形で支援している。</p> <p>芸術活動への助成は、連邦政府の独立行政機関である全米芸術基金（N E A）などが実施。</p>	<p>○ 文化財の保護・活用</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1966年の国家歴史保存法の成立により、米国において保存に値する歴史的建造物は、アメリカの歴史や文化において重要な地区、建築、場所、建物等を記したリストに登録され、米国国務長官によって管理される。</li> <li>歴史遺産は保存が可能な限り、そのままの形で利用しつつあるべきとされている。</li> </ul> <p>○ 民芸、伝統芸術に対するフェローシップ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>N E Aによる芸術団体、芸術家への助成</li> </ul>	<p>○ 知的財産基本法の策定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの恵沢を享受し、文化的活動を行う機会の拡大等を目指す。</li> <li>多様なコンテンツ事業の創出、事業の効率化及び高度化を目指す。</li> </ul> <p>○ コンテンツ振興法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの創造、保護、活用の促進に関する基本理念を定める。</li> <li>○ 映画振興への支援</li> </ul>
日本	<p>日本における文化行政は、日本の伝統的な文化財の保護に万全を期するとともに、芸術文化の振興のため、積極的な施策を講じることとし、これらの行政を一体的に推進すること、地方に対する芸術文化の普及に力点を置くこと、芸術文化の振興については、あくまでも文化人や芸術家の自主性を尊重し、その活動がより自由に活発に行われるよう側面から支援することを基本としている。</p> <p>特に無形文化遺産の保護については、文化財保護法（1950年）制定時に、無形文化財を法律上位置付けるなど、各国に先駆け無形文化遺産の保護制度を整備してきた。</p>	<p>○ 文化財の保護</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>文化財保護法に基づき、文化財のうち重要なものを指定・選定し、現状変更、修理、輸出などに一定の制限を課す一方、有形の文化財（美術工芸品、建造物、民俗資料）については保存修理、防災、買上げ等により、無形文化財（芸能、工芸技術、風俗習慣、民俗芸能）については伝承者養成、記録作成等に対して助成。</li> </ul>	<p>○ 知的財産基本法の策定</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの恵沢を享受し、文化的活動を行う機会の拡大等を目指す。</li> <li>多様なコンテンツ事業の創出、事業の効率化及び高度化を目指す。</li> </ul> <p>○ コンテンツ振興法</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>コンテンツの創造、保護、活用の促進に関する基本理念を定める。</li> <li>○ 映画振興への支援</li> </ul>

出所：文部科学省「各国の主な文化政策について」[http://www.mext.go.jp/b\\_menu/shingi](http://www.mext.go.jp/b_menu/shingi)

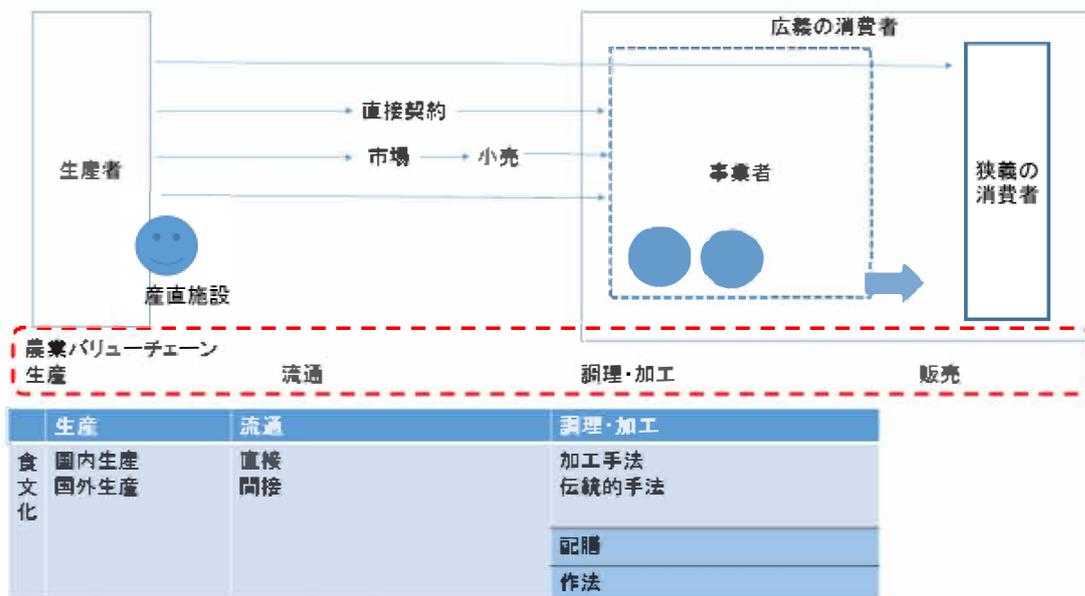
/bunka/gijiroku/019/04111002/003.htm から筆者作成



第 4 図 食文化の概観

註 1) 芳賀登(1998)を参考に筆者作成

註 2) 江原絢子(2009)の食文化の定義を参考に筆者作成

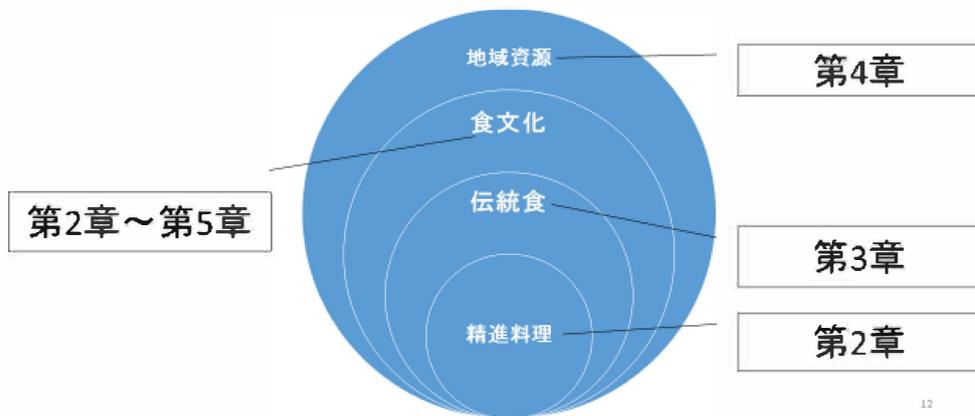


第 5 図 農業バリューチェーンのい中での本論における研究対象の位置付け

註 1) 第 4 図を参考に筆者作成

## 1. 2 先行研究レビュー

本研究の分析視点は、第 6 図に示したように地域資源に内包される食文化、食文化に内包される伝統食、伝統食に内包される精進料理として捉えており、すべての章に係る「食文化」、第 2 章に係る「精進料理」、第 3 章に係る「伝統食」及び「産直施設」、第 4 章に係る「地域資源」の順に先行研究のレビューを進めていく。



### 1. 2. 1 食文化とその定義

食文化の概要を知るために、石川寛子、芳賀登による「全集日本の食文化全12巻」雄山閣出版(1998)、石毛直道「講座食の文化全7巻」財団法人味の素文化センター(1999)を参考資料とした。

「全集日本の食文化全12巻」は、第一巻(食文化の領域と展望)、第二巻(食生活と食物史)、第三巻(米・麦雑穀・豆)、第四巻(魚・野菜・肉)、第五巻(油脂・調味料・香辛料)、第六巻(和菓子・茶・酒)、第七巻(日本料理の発展)、第八巻(異文化との接触と受容)、第九巻(台所・食器・食卓)、第十巻(日常の食)、第十一巻(非常の食)、第十二巻(郷土と行事の食)、で構成さ

れている。芳賀登(1998)は、「1980年代以降国民の間における食文化・食生活への関心の高まりに応えるように、著書・論文の数が増加した。そしてそれは歴史学をはじめ考古学・民俗学・風俗学・家政学・経済学・社会学・民族学・食物学・栄養学・医学など広範な学問分野の研究者によって、多角的で学問的水準の高い業績が積まれるようになった。」としている。このような膨大で豊富な研究結果を「個々の論文を単独に閲覧するのではなく、一定の枠組みで配置する」、「食文化研究の及ぶ範囲は、食材料の生産、流通、調理、食事、食具食器類、食習慣、食風俗をはじめきわめて広範囲にわたるが、そのほとんどの分野にわたって研究論文が作成されている点にも注目される。」としている。

「講座食の文化全7巻」は、第一巻(人類の食文化)、第二巻(日本の食事文化)、第三巻(調理と食べ物)、第四巻(家庭の食事空間)、第五巻(食の情報化)、第六巻(食の思想と行動)、第七巻(食のゆくえ)で構成されている。石毛直道(1999)は、「『食べること』を文化として考えるのが『食の文化』の立場である。食べることに関する従来の研究の主流は、おもに食料の生産に係る農学分野、食物の加工をあつかう調理の分野、食べ物が人体にどう取り入れられるかを調べる生理学・栄養学の分野に話題が集中していた(中略)食べることの人の心の問題にはあまり考えが及んでいなかったのではないか。”日常茶飯事”ともみえる「食」の中に文化を発見し、学問研究の対象とする。するとそこに現れてくる『食の文化』の本質は、食べものや食事に対する態度を決めている精神のなかにひそむもの、すなわち人びとの食物に関する概念や価値の体系であるといえる。食べることに関するモノや技術、人体のメカニズムをいわばハードウェアとすれば、これはソフトウェアにあたる。」としている。本研究では、石毛直道(1999)の「食の文化」に従い、「食べること」を通じた消費者の行動分析から食文化の現代的価値を検証する。さらに食文化にかかわる農業の役割にも言及していく。

江原絢子(2009)による「食文化とは、民族・集団・地域・時代などにおいて共有され、それが一定の様式として習慣化され、伝承されるほどに定着した食物摂取に関する生活様式をさす」を食文化の定義の一つと位置づけ考察

を進めていく。ここで言う「食物摂取に関する生活様式」とは、食料の生産、流通から、これを調理・加工して配膳し、一定の作法で食するまでをその範囲に含んでいる。また、「食文化」と「食習慣」の違いは、前者は時代、集団での「共有」やそれを伝播・伝承するまでの広い範囲を含んでいるが、後者は、個人の食事の取り方が習慣化する場合に用いられるものとしてより狭い意味として捉えている。本研究では、目的に沿って「食文化」に限定する。食文化の定義は、芳賀(1998)及び江原(2009)に従い、食文化の概観を第4図として捉え、本研究を進めていく。

## 1. 2. 2 精進料理と伝統食

### 1. 2. 2. 1 精進料理

日本における食生活は大きく変化し、日本人の食生活が、第二次世界大戦以降約 50 年間に高塩分・高炭水化物・低動物性たんぱく質という旧来の食事パターンから、動物性たんぱく質や脂質の増加等、大きな変化を遂げたことにより、感染症や脳出血などが減少した。一方で、現在の生活習慣病といわれる、がん、心疾患、脳卒中、糖尿病等の増加が深刻な国民的課題となっている。これらの発症に栄養・食生活の関連がみられるものも多く、栄養的観点からも従来の栄養欠乏から過剰栄養に焦点をあてたヘルシー志向への意識変化が進んでいる。

また食生活を取り巻く社会環境の変化に伴い、朝食欠食率の増加、加工食品や特定食品への過度の依存、過度のダイエット志向、食卓を中心とした家族の団らんの喪失などが見受けられ、身体的、精神的な健康への影響が懸念される現状にある(厚生労働省「健康日本 21」)。

これらの変化が生じている同じ時間軸の中で、福井県永平寺町にある曹洞宗永平寺では七百数十年間、一定の食の様式を修行僧等への提供を通じて継承してきた。「典座教訓(第2表)」を基軸として日々の食事が行われ、その内容は「典座日誌」という報告形式で典座寮の僧侶達の手で記載され、典座

の地位を持つ僧侶によって厳格に取り仕切られる。本研究では、2004年～2009年にわたる永平寺典座日誌に記載された献立及び使用食材をデータ化し、その一部を使用する。

目黒きよ（1990）によれば、食文化の面では『日本曹洞禅の開祖道元の仕来りが、日本的精進料理の中興伝伝』とある。思うに、以上の如き食の思想を先祖の誰彼となし、日常生活に継承して今日の我々の生命を維持してきたことの確信が得られた。」としている。

熊倉功夫（1999）は、「道元が『典座教訓』『赴粥飯法』を『永平清規』に制定し、食事の用意から食事の終わりまで、ひとつのふるまい方の体系として考えたことは重要である。食べるだけではなく、食事をつくることまで、仏教の法の表現であるにとらえる道元の思想は、食事を単なる栄養摂取とみる立場からは遠いものがある」とし、更に「つまり人間の内部から生じる礼の心のようなものが外に現れて、行動の規律が出来るのではなく、外から力を加え、まず行動の型を守らせるのである。この型が肉体化されることをとおして、その奥にある心が形成されてくるという思想が日本思想の中核にある。」としている。

全国各地域に点在する寺院の伝統行事は信徒衆・檀家衆を中心に現在も維持継続されている。宗派を問わず精進料理は、お霊膳<sup>註1)</sup>や日々の伝統食（ご飯やおかず）として各地域内でとれる野菜類等（自家栽培を含む）を中心食材として使用し、集いの場や生活の中で作られ続けてきた。生活の場で食される場面では、厳格で堅苦しい偏った食事のあり方ではなく、世代を超えた食の伝承、美味しく食べる知恵や工夫、モノを大切に扱う精神、家族や近い人々との共食という生活行動に結びついているおり、地域の中で共有する価値を醸成したものと考察される。

第3章、第4章ではこのような先行研究を踏まえて、いまだ数値化されることのなかった食文化の価値を食文化に対する態度や行動、精進料理に対するイメージとして捉え、食文化を数値化し指標とする。これにより産直施設、農家レストラン、イタリア食堂における消費者の購買行動や来店動機への影響を検証し、その潜在力を明らかにする。

南里明子ら(2012)は、「葉酸や n-3 系脂肪酸など単一の栄養素や食品とうつとの関連が報告されているが、日本人における食事パターンとうつとの関連は明らかではない。本研究では、勤労者における食事パターンと抑うつ症状との関連を検討したものであるとして、主成分分析により 3 つの因子(食事パターン)を抽出し、パターンの因子得点を個人ごとに算出」している。これにより、抑うつ症状に対する健康日本食パターンの予防的効果が示唆された。日本人男女における 3 つの食事パターンを抽出し、野菜や果物、大豆製品、きのこなどの高摂取により特徴付けられる健康日本食パターンは抑うつ症状の低下と関連していた。日本人中高年において食事パターンと抑うつ症状との関連を検討した最初の研究である。これらの食事パターンでは、野菜や果物だけではなく、大豆製品やきのこ、海藻、緑茶などの日本に特徴的な食品と関連していた。また、健康日本食パターンには、脂の少ない魚や骨ごと食べる小魚の摂取が中程度関連しており、野菜や果物、大豆製品、きのこなどの高摂取により特徴付けられる健康日本食パターンは抑うつ症状の低下と関連していたと結論付けている。

これらの結果から第 2 章では、典座日誌献立に使用された食材との関係を数値化し、比較分析することにより精進料理の現代的価値の一端を明らかにする。

註 1) 年間伝統行事(正月、彼岸会、大般若会、施餓鬼供養(お盆)、観音講、地藏講、座禅見舞い、成道会、大黒様等)や法要で仏前に供えるために作るお膳。所謂、精進料理を配膳したお膳(第 7 図、第 8 図)



第7図 精進料理配膳例 (2015.12.10 泉流寺にて)

註1) 左上(煮しめ/じき芋・こんにゃく・小松菜)、右上(ごま豆腐)、中央(漬物/大根柿漬け・沢庵・赤かぶ漬け)、左下(飯/白飯)、右下(汁/わかめ)を配膳する。

【浄土宗/知恩院】

笹巻生麩入り 椎茸 ふき 筍 紅葉麩		ぼたん湯葉
	青菜白和え	
御飯		白味噌汁

箸

【真宗/大谷派】

報恩講料理

豆腐 人参	豆腐 里芋 牛蒡	ぜんまい辛子和
さつまいも ささぎ豆	里芋 牛蒡 羊羹	赤カブ・大根酢漬
御飯	沢庵	豆腐・なめこ 味噌汁

箸

【曹洞宗/永平寺】

永平寺客膳

ぜんまいの信田巻、 南瓜、人参、ふき、 長いも、白煮 【平碗】		山ふくめ三杯酢、 カリフラワー 【膳皿】
	ごま豆腐 【坪】	
ごはん 【親碗】		豆腐、なめこ、 三つ葉、 合わせみそ仕立て 【汁碗】

箸

【臨済宗/妙心寺派】

降誕会縁高

	筍 焼き豆腐	干瓢 小巻湯葉
晶菜の辛子和え 沢庵		
	赤飯	

箸

【臨済宗/妙心寺派】

沙羅御膳

蓮根、三度豆の 胡麻酢和え、芽しそ	沢庵 塩昆布	紅葉麩 茶筌茄子 南瓜の寒天がため 小巻湯葉
	湯葉 絹さや 椎茸	
ゆかり御飯		合わせ味噌仕立て 蓬麩、 青味、 落とし辛子

箸

## 第8図 精進料理の献立と配膳

出所：「精進料理大辞典 2 寺院伝統行事料理編 鎌倉～江戸」, 仏教料理研究会編, 雄山

閣, より筆者作成

第2表 典座教訓整理表

典座教訓	訳文
1 典座の役割	仏道修行の道場には六知事があり、典座はその一人である。典座とは、修行僧達の食事を作りととのえることが役割である
2 典座の心得	「食事を作るには、必ず仏道を求めるその心を働かせて、季節にしたがって、春夏秋冬の折々の材料を用い、食事に変化を加え、修行僧達が気持ちよく食べられ、身も心も安楽になるように心がけなければならない」
3 典座の1日	「材料や、昼食・朝食の味つけ、およびその数量を決めるには、すべて、あらかじめまず庫裡の知事達とよく相談しなさい」 ※粥の味と数⇒粥は「かゆ」という。白米二、三割に水七、八割の割合で柔らかく煮込んだもので、白粥・小食ともいう。粥の種類は、野菜と一緒に煮込んだ瓔珞粥、五穀を煮込んだ五味粥、一名紅糟、茶汁で煮た茶粥などがあり、八粥(酥・油・胡麻・乳・小豆・麻沙豆・麻子・清粥)の説もある。
4 典座の仕事の実際	「苦い、酢い、甘い、辛い、塩辛い、淡いの六つの味がほどよく整っておらず、また①あつさりとして柔らかである、②きれいでけがれない、③法にかなった調理がされているという、料理の三徳が備わっていないのでは典座が、修行僧達に食事を供養したことにはならない」
5 自ら手を下さ	「食事を作るとき、典座自ら手を下してよくよく点検しなさい。そうすれば、おのずと調ったよい食事が出来上がる」
6 仕事の手順と食器類の整理	明日の朝のおかゆのおかずを準備するときに、今日の昼食に用いたご飯や汁物などの後片付けもする。飯櫃や汁桶、及び食器・道具類もみな、まごころをこめてきれいに洗い清める。高いところに置いてよいものは高いところに、低いところに置くべき物は低いところに置きなさい。高いところは高いところで平らかに、低いところは低いところで安定させ、菜箸や杓子などの類いのすべての器物も、同様によく片付け、真心込めて点検し、丁寧に取扱、そっとおきなさい。そうした後に、明日の昼食の材料の準備にかかる。
7 物を大切に、時間を有効に	副食物や汁物を支度調えるのは、御飯を炊いているときに同時にしなさい。
8 典座の心の用い方	一見粗末な品物を扱うことがあろうとも、決して怠りなまけるような心を起こすことなく、また、上等な材料を用いて料理を造るようなことがあったとしても、一層おいしい料理をつくるように勤めるのである。決して品物のよしあしに引きずられて、それに対する自分の心を変えたり、人によって言葉遣いを改めたりしてはならない。
9 典座の修行	心と外界とがよく調和し、もののよしあしを区別する心もすっかり清らかにして、一隻眼という高所大所からもものを見る優れた見識とともに、現実のものをしっかり見据える一般的な肉眼も失ってはならない。1本の野菜を手に取り、一丈六尺の仏の身として用い、十分に活用し、また、一丈六尺の仏身を1本野菜にこめて、大切に用いることができるのは、それこそ本当の神通力というものである。
10 食数・食量の確認	
11 僧食の作法	修行僧の食べる食事に対して、典座が香を焚き心を込めて九拝の礼をして送り出すという丁寧な礼法を行っているが、我が国の一般の人たちは、修行僧の食べものや、寺院における食事を作る作法については、あたかも「とり」や「けだもの」の食事と同じように、取るに足らないものと思っている。
12 中国留学中の体験	
13 禪寺の最高責任者の心得	
14 食事供養の功德	
15 物に差別をつけない	醍醐味というご馳走を作るときも、それを決して特別上等だとはせず、菜っ葉を料理するときも、必ずしも粗末なもののみならずはならない。菜っ葉を手にして調理するときも、まごころ・誠実な心・清らかな心で、醍醐味を作るときと同じようにしなさい。 ※醍醐味⇒牛乳を精製して得られる最上の味の製品。精製の過程で、乳・酪・生酥・熟酥・醍醐と上等な物になり、これを五味という。
16 人を差別の目で見ない	
17 日本国建仁寺の典座の实情	
18 無道心者の典座の弊害	
19 中国の禪院の典座	
20 先人達の足跡	
21 三つの心構え	喜心・老心・大心という三つの心構え 喜心⇒よろこびを以て行う心 老心⇒父母の心、親の心 大心⇒その心を大山のようにどっしりさせ、大海のように広々とさせて、一方に片寄ったり、固執したりすることのない心

出所：「典座教訓・赴粥飯法」, 全訳注 中村璋八・石川力山・中村信幸辞(1991), 株式会社講談社

註1) 永平寺所蔵 1502年光周による「典座教訓」の書写本を底本としている。

## 1. 2. 2. 2 伝統食

本研究では、広範な伝統食、精進料理、郷土料理を捉えるために、第9図のように伝統食<sup>註1)</sup>、精進料理<sup>註2)</sup>、郷土料理<sup>註3)</sup>の目安値を設け、位置付ける。これによれば、日常的な食事として認識している伝統食934件のうち、典座日誌と共通する料理は、肉魚類等や地域色の濃いものなどが除かれた337件である。これにより、精進料理を伝統食に内在するのと捉えられよう。参考値として郷土料理99件のうち、37件が伝統食と共通するものであった。これにより47都道府県の中で伝統食として20位に挙げられている料理の中には、いわゆる郷土料理が各県の代表的な伝統食として含まれていたこととなる。

平光光子ら(2009)によれば、「戦後の食料不足から漸次改善され、昭和50年頃は主食の米を中心とした理想的な栄養のバランスは理想的となった。PFC エネルギー比率について、たんぱく質13~15%、脂質20~23%、炭水化物(糖質)62~65%の組み合わせを『日本型食生活』と呼び、最も理想的である」としている。日本人の平均寿命が長い理由のひとつにも考えられ、欧米諸国の過剰栄養と比較し優れた栄養バランスとして、世界で注目されてきた点に言及し、戦後の国民栄養の歴史の中で「日本型食生活」がどのように形成され、どのように変容したかを明らかにした。

全体を5期に分け、生活習慣病に起因する疾病の増加など課題を指摘する。このような状況を踏まえ、「食事バランスガイド」が2005(平成17)年6月に厚生労働省と農林水産省の共同により策定される。平光ら(2009)は、「食事バランスガイド」に沿って、1期、2期、3期、といった区分に従い、各期(1946年、1976年、2005年)のバランスガイドによる目安量(SV)を使用した比較を行う。これらから、「若年層から食育によって、健康な食生活を実現することができるよう、親から子へ行事食や伝統食を伝えていくことが飽食を食い止める手段のひとつとされている。食育・栄養教育の必要性が求められている。」、「おいしく食べる工夫をする技術と知恵を学ぶ機会を得ること、『日本型食生活』を実践し継承することが、健康寿命の延伸につな

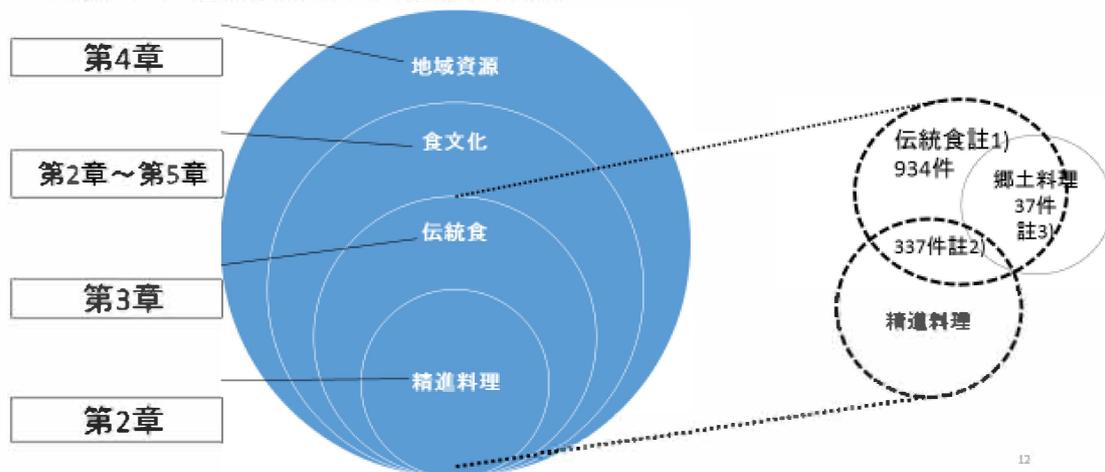
がるよう期待したい。」という結論を述べており、伝統的な日本の食への評価と捉えられるだろう。

中村勝宏(1990)は、フランス料理の歴史を概観し、1期、2期、3期に分け、2期のヌーヴェル・キュイジーヌの大きな波とその役割を述べている。その中で「ヌーヴェル・キュイジーヌ」の10か条としてその定義に触れる。

「1. 無用の複雑さを排する」、「2. 調理時間の縮小」、「3. 市場の素材の尊重」、「4. メニュー品目の縮小」、「5. マリネ、ジビエなどの長期熟成の廃止」、「6. あまりにも濃すぎるソースの拒否」、「7. 地方料理への回帰」、「8. 現代の技術革新への興味」、「9. 食事療法用料理の研究」、「10. たえざる創造」である。この中で「7. 地方料理への回帰」は、「これはパリなどを中心とした高級レストランの高価な食材にこったテクニックを加えた、俗に言う高級料理、あるいは気取った料理は、家庭料理や地方の料理がもつ、料理本来の単純さがない、そうしたものを見直し、再評価しようというものである。」としており、伝統食や郷土食への価値の再認識を示唆している。

素材の面でより大きな広がりを見せている点、内面的な料理に対する感覚がよりフリー(これまでの慣習にとらわれない)に、より洗練されたものとなって来ていることを挙げており、中村はフランス料理における新たな流れとその背景を明らかにしている。これは、日本の郷土食や伝統食への我が国の現状にも当てはまる概念ととらえることができよう。

本論の分析視点は、  
 地域資源に内包される食文化、  
 食文化に内包される伝統食、  
 伝統食に内包される精進料理として捉える。



第9図 伝統食における精進料理・郷土料理の位置付け

註1) 「農林水産省平成13年度(調査期間平成13年9月1日までの現況)『伝統食を含む食文化の継承及び地域産物の活用への取組状況』」による「日常的に家庭で食べている」代表的な伝統食の各都道府県別料理合計数 934件

註2) 「日常的に家庭で食べている」代表的な伝統食の各都道府県別料理合計数に含まれる「典座日誌」料理数 337件

註3) 農林水産省が主催し、財団法人農村開発企画委員会を事務局として服部幸應を委員長とする「郷土料理百選」選定委員会において2007年12月18日に99品目選定数のうち「日常的に家庭で食べている」代表的な伝統食の各都道府県別料理合計数に含まれる37件

### 1. 2. 3 産直施設

中村哲也ら(2008)は、アンケート調査から観光客と複数回訪問する地元の顧客の特性分析を行い、沖縄県内の道の駅併設農産物直売所では、今後どの機能を充実すれば道の駅がより望ましいサービスを提供できるのかを考察した。調査方法は、4つの道の駅の顧客に対して面談しながら調査項目の記入を行い、その結果として、『旅行の目的』のうち「観光のため」では、負

値を示し、『この地域に求めること』では、「地元の新鮮な農産物・加工品を得たい」が正値を示し、利用者需要に明確な傾向がみられたことにより、地元の新鮮な農産物を増やす戦略の必要性に触れる。さらに地元住民の農業振興の活用場であること、訪問頻度の高い顧客層は60歳以上の中高齢者であることが明らかとなった。このような顧客層がさらにリピーターとして訪問できる施設づくりからのさらなる発展可能性に言及する。

藤吉晋人ら(2007)は、農産物直売所を訪れる顧客満足度を軸に、①立地、規模、開店日などの特徴によって顧客の訪問目的や欲求、満足度の向上対策が異なる点を明らかにし、②農産物直売所に対する改善提案を試みるものである。4施設の調査項目での貢献度偏差値、満足度偏差値、改善度を示し、その施設ごとの強みを検討した。これらから顧客ニーズと来店目的の多様性が明らかとなる。その中での共通課題として、商品の品ぞろえ、商品価格、商品陳列、商品情報の表示が挙げられた。ここでは、CSグラフ<sup>註1)</sup>によって農産物直売所の強みや弱みを把握し、対策を立てるという有効性に言及した。

黒木英二ら(2007)は、都市部の消費者の直売所に対する評価を明らかにすることなどを目的として、アンケート調査を行った。生産者出荷拡大意向に関する因子分析では第一因子は「個別経営努力因子」、第二因子は「組織支援因子」として分析を行った。消費者ニーズを反映した因子として、第一因子「一般的商品購買動機因子」、第二因子「直売所固有因子」、第三因子「距離因子」、第四因子「設備施設因子」である。ここでは、数量化Ⅱ類に基づき析出されたレンジ値より栽培面積、出荷規格、午後追加出荷に焦点を当て戦略案を試みた。要望の強い品揃えに対しては栽培面積拡大で対応する意向が判明し、耕作放棄地が多いことにより戦略項目としての推進が大きく期待され、拡大目標の70%程度は生産者の経営努力により達成される戦略に至った。

牧山正男ら(2004)は、農産物の直売所での量的・質的整備と同時に、顧客の増加と安定的確保が求められるとして、後者のための基礎的検討としてアンケート調査を行った。結果として、地場産農産物ならではの価値を評価している層と、地場産農産物の価値を一般農産物との比較のうえで相対的に判

断している層が存在することを明らかにした。前者はその評価ゆえに購入頻度が高くなっていることが明らかになった。ここでは、地場産農産物購入者を増加させるためには、一般野菜を購入する人を一般農産物との比較のうえで相対的に判断している層へ移行させる手段が必要だとし、そのためには、品質という実態を伴った農産物の用意の必要性に言及する。

中安章(1998)は、農産物直売所の増加傾向は域内あるいは地場流通の再編過程とし、農産物直売所の増加の実態と背景などを明らかにした。農産物直売所の実態に近づき、全国及び愛媛県の取組実態から個別差が大きく存在するが、いずれも生産者、消費者等にとって意義のある活動と結論付けている。生産者から見た直売所の意義は、①新たな流通チャネルの獲得、②対面販売による消費者情報の獲得、③規格外品の一定量の確保、④流通コストの低減などを挙げている。利用者である消費者への効果も大きいとして、①旬などの農産物情報の獲得、②消費者ニーズの直接の発信、③生産と消費の同時性の実現によるスーパーとの差別化が可能となる、としている。さらにその波及効果を①直売所での特産品加工部門の増設への動きの活発化、②長期滞在型観光客の対応の容易さ、③地域内産業の振興と産業間連携が図られる、としているが、新たな課題にも言及する。

第3章では、アンケート調査による産直施設で買物をする消費者の購買行動を分析する。中村哲也ら(2008)、藤吉晋人ら(2007)、黒木英二ら(2007)、牧山正男ら(2004)、による調査結果を踏まえ、これまで触れてこなかった食文化要因から消費者行動への影響を検証する。中安章(1998)は、産直施設増加傾向は域内あるいは地場流通の再編過程とし、農産物直売所の増加の実態と背景などを明らかにしたが、食文化要因が影響を与える点については言及しておらず、本論で検証を進めていく。

註1) 「CS(顧客満足度(CS: Customer Satisfaction))」ポートフォリオ分析では、効率的に顧客満足度を高めていくためには、顧客の満足な点と不満な点を把握した上で、満足な点はより伸ばし、不満な点に対してはどの不満について優先的に対応するかなどを判断することが必要になり、この判断材料を得るために行われるのが『顧客

満足度調査』である」（総務省 統計局）。藤吉ら(2007)は、このCSポートフォリオ分析を用い、顧客満足度の偏差値を算出し、「顧客満足度偏差値」を定義する。次に質問項目の満足度と総合評価の相関係数を貢献度偏差値とする。縦軸を満足度偏差値、横軸を貢献度偏差値とし、各項目をプロットして、CSグラフを作る。これにより、各項目が含まれる象限によって、改善の必要性の有無や、重要性を把握する。

#### 1. 2. 4 食文化と持続可能な発展

後藤和子(2010)は、「農村社会学や農業経済論、地方財政論の先行研究での論点では、①農地や農業そのものの多面的機能や多面的価値を指摘する論点、②農業を文化として捉え、文化としての農業とは、自然環境と農業技術と人間社会のしくみが一体となって景観を作りだしてきたという論点」に整理する。さらに「今日では、農村におけるクリエイティブ産業への関心も高い。地域固有の文化や環境を再評価し、ビジネスへと発展させている事例」も見受けられると指摘する。また、「地域資源が内包する文化や環境といった潜在的な価値を見出すとともに、産業を担う人間の潜在能力を引き出すことが重要であることは見落とされがちである。これらの視点は、すべて開発や発展における文化の役割をどう考えるかという問題」にも言及している。後藤和子(2010)が論じている文化は、食文化も内包していると推測されるが、本論ではこれらの論点における「地域資源が内包する文化や環境といった潜在的な価値」のうち、いまだ明らかにされていない「食文化」を明らかにしていく。

「むら」という概念では「歴史的な視点から、日本の村落における文化の位置づけや役割を検討してみたい。何故なら、従来の村落研究では、むら内部の生活から生まれる生活様式やコミュニティの絆としての文化には言及するが、文化が村落と外の世界を繋ぐネットワーク機能を持っていたことに着目する研究は殆どないように思われるからである。むら内部の生活様式やコミュニティの絆としてのみ文化を捉える見方は、文化が経済や商業と結びついていたことを見落としがちである」としており、「従来の村落研究にお

ける文化を分析する視点は、村落の重層性を指摘しながら生活や慣習といった閉じた関係性やあり様に留まっていた。しかし、文化と人間の潜在能力を引き出す持続可能な発展を結びつけるためには、文化のネットワーク機能に着目する必要がある。今日、現代アートや文化観光、クリエイティブ産業等、一見すると都市的な要素が、農村においても着目されつつあるのは、この文化のネットワーク機能と深い関係がある。従来、クリエイティブ・シティやクリエイティブ産業等の議論は、製造業が衰退した都市の議論として行われてきたが、農村においても展開することが可能である」と結論付けている。

本論では後藤和子(2010)が論じていない食文化という視点に立ち、地域課題としての人口減少や東京一極集中による地域間格差に対し、地域再生としての発展的解決という観点からその価値の可能性を検討していく。

## 1. 3 論文の構成

### 1. 3. 1 全体目的と方法

平成 26 年 12 月 27 日に今後目指すべき将来の方向を提示する「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（長期ビジョン）」及びこれを実現するため、今後 5 か年の目標や施策や基本的な方向を提示する「まち・ひと・しごと創生総合戦略（総合戦略）」がとりまとめられ、閣議決定された。

「まち・ひと・しごと創生長期ビジョン（長期ビジョン）」では、地域再生に必要とされる「仕事と人の好循環」を実現するために、①地方における安定的な雇用創出、②地方への新しいひとの流れをつくる、③若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる、④時代にあった地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する、を掲げている。

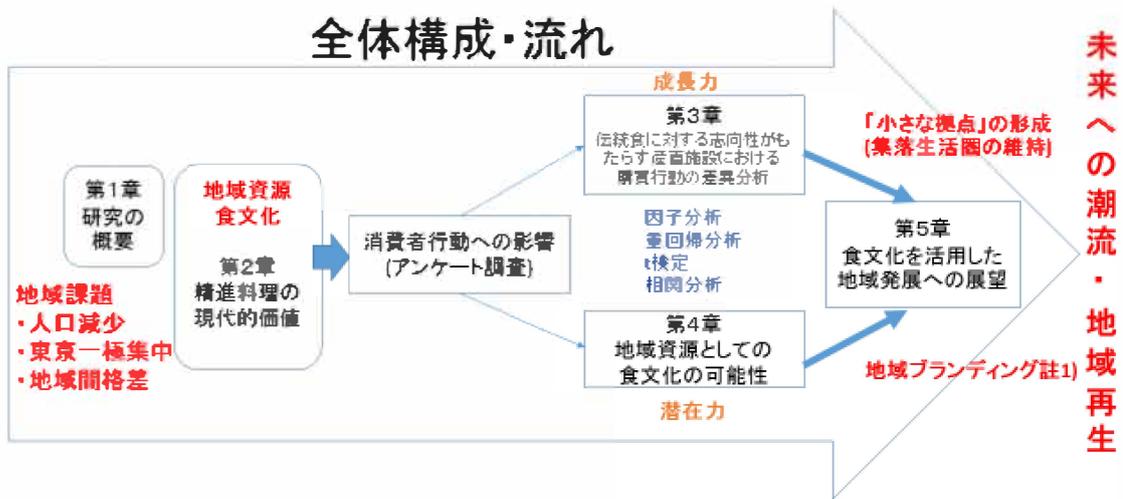
本論では、人口減少や東京一極集中による地域間の経済格差といった地域課題が深刻化する一方で、地域内における小さな成長の兆しがある点に着目する。これまでの産直施設の増加現象、地場産農作物を活用した農家レストランへの関心の高さなど、地域内で顕在化している現象から食への関心の高さ

が推察され、その小さな成長を支える要因として食文化を捉えていく。日常的に食べる所謂家庭料理などに同化している伝統食や精進料理を科学的に捉えようとした場合に、個人的なレシピや料理本などは数多く出ているが、食文化の根拠とすべき特定できる施設での一定量の継続したデータは皆無といっても良いだろう。

本研究では、道元禅師による典座教訓に基づき継承される精進料理の記録として典座日誌による実践データを使用し、食文化に内在する伝統食の中の精進料理を1つの指標として捉える。第2章では実践データに基づき精進料理の現代的価値の解明を行う。次に第3章では実際に産直施設を利用する買い物客に対して調査員による聞き取りによるアンケート調査を行い、第4章では実際に飲食施設で飲食行動を行う来店客が直接記入する方法でアンケート調査を行う。アンケート調査は、第3章、第4章それぞれ独立した目的を設定しているが、共通項目として「食文化特性に係る項目」「精進料理に係る項目」を設定する。

本論で取り上げる産直施設でのアンケート調査では、地域内循環型経済のモデルとして産直施設を捉え、その成長要因の一つとして食文化の価値を検証する。地産地消型飲食店でのアンケート調査では、ローカル(地域)ブランディング<sup>註1)</sup>の観点から、地域の中に根付いているこれまであまり触れられることのなかった食文化の価値を明らかにするために、消費者の来店行動への影響を検証する。

このような食文化の観点から未来への小さな潮流を見出し、新たな地域再生の可能性を検証していく(第10図)。



第10図 全体目的と方法

註1) 国や地域の特性、とりわけ消費者や顧客企業の環境や感性を把握理解し、文化性や市場成熟度などを踏まえて、ナショナルブランドとは異なるブランドコンセプトを構築する、乃至は補正を行うこと。近年、世界中でワンプランドコンセプトを貫くのではなく、こうしたローカル視点の柔軟な姿勢で取り組む企業が増えている。

平成27年6月30日閣議決定した「まち・ひと・しごと創生基本方針2015ーローカル・アベノミクスの実現に向けてー」では、ローカルブランディング(地域ブランディング)として「地域の農林水産業・観光等の成長産業化に向けて、地域のしがらみ(横並び意識、横連携の難しさ、世代間の認識のずれ)や人材不足の問題を克服し、戦略策定と事業遂行を適切に行うことで、必要な人材・資金等を域外から積極的に呼び込めるような環境整備を行う」ものとし、施作に位置付けている。

### 1. 3. 2 各章の内容

第1章では、論文の概要を説明する。研究の背景と目的を明らかにし、食文化、精進料理と伝統食、産直施設、地域資源をキーワードとして先行研究レビューを行った。

第 2 章では、平光光子ら(2009)により現代の食の姿と課題を示し、「日本型食生活」の変遷の中で検証されていない精進料理の食文化として現代的価値を明らかにしていく。具体的には、永平寺における典座日誌による献立データから抽出した食材数を使用し、一般世帯、典座日誌献立、典座日誌献立正月、食事バランスガイドの比較分析及び相関分析を行う。同様に食材数により南里明子ら(2012)による健康日本食パターン食品因子負荷量との比較分析を行う。

第 3 章及び第 4 章では、精進料理を消費者意識の指標として食の意識に係るアンケート調査を行う。第 3 章では、第 11 図のように位置づけ産直施設で買物をする消費者を対象にアンケート調査を行い、既に長い時間をかけて培われた伝統食に対する志向性を持ち、地域に安定的に定着している食生活を保持している層の役割を明らかにしていく。

第 3 章では、中安章(1998)による産直施設増加の成長要因、藤吉晋人ら(2007)による戦略的視点での施設改善という成長方向性、黒木英二ら(2007)は、出荷者と消費者の意向の対応関係から戦略への道筋を見出しながら成長への貢献を試み、中村哲也ら(2008)は、地元の新鮮な農産物・加工品を得たいという顧客の潜在的な需要があることを明らかにし、牧山正男ら(2004)は、地場産農産物購入者確保には、「選択的な層を常連的に購入する段階へ変えていく必要」に触れている。このようなレビューから産直施設の現状と課題を捉えた。これらを踏まえ、産直施設の成長に影響を与える可能性をこれまで触れられてこなかった伝統食に対する志向性を一つの要因として考察し、検証することを目的とした。

分析は、産直施設への来店客に対するアンケート調査に基づいて行う。「購買に関する調査項目」「食に対する特性の調査項目」「精進料理項目」が影響を与える要因を説明するために、因子分析を行う。これらの因子による相関分析を行い、信頼のおける重回帰分析が可能であるか検証する。特定の伝統食を少なくとも年 1 回食べる消費者の買物金額の  $t$  検定を行い検証する。これらの各要因が産直施設の成長を支える要因としてどのような影響を及ぼしているかパス図に示す。

本研究では、家庭で日常的に食べている伝統食に対する行動と精進料理に対するイメージを指標として、伝統食への志向性によって産直施設の成長が影響を受けているという仮説をたて、これまであまり消費者行動の中で関係性に着目されていなかった食文化要因として、消費者の健康志向や伝統性に対する志向を数値化する。

第4章では、付加価値の高い飲食店を対象にアンケート調査を行う(第12図)。第3章では買い物客へ調査員による聞き取り調査を行ったが、第4章では飲食店という特性から食事を目的としてゆっくりとした時間を知人等と会話をしながら過ごすことが想定され、営業時間帯であり協力飲食店に迷惑のかからないことへの配慮が必要であるため、第3章で行うアンケート調査とは異なる方法とり、来店客に直接アンケート用紙を渡して、来店客の会話を妨げずに自らの時間配分で直接記入してもらう方法をとる。その際の精進料理イメージへの対応であるが、第3章では「とても」「やや」といった表現(第3表)に対して第4章の農家レストラン、イタリア食堂では、「どちらのイメージに近いですか」といった但し書きに対して「4」「3」「2」「1」(第4表)という数値による評価方法をとる。これにより来店客の直観的な精進料理イメージを数値化し、地域資源としての食文化の可能性の検証を試みる。

人口減少や少子高齢化といった地域課題が多様化・深刻化し、社会構造が大きく変化している中で、産直施設といった生産から販売という新たな流通チャネルの出現等による1次産業の小さな変革が新たな再生への流れを創り出しているという点に着目する。2013年には「和食」がユネスコ無形文化遺産代表一覧表記されることとなり、内外からの日本の食に対する評価の高まりといった現象を捉え、潜在的な資源として食文化の可能性を取り上げ、さらに地域の再生に向けた潜在力を検証していく。

疲弊している地方都市での地域再生に必要な潜在力を「食文化」の観点から農家レストラン、イタリア食堂、(産直施設:参考値)の差異分析を通じて、食分野への知識や感性が食を楽しみ、食を消費するという消費行動にどのような影響を与えるか、アンケート調査によりその潜在力の一端を検証して

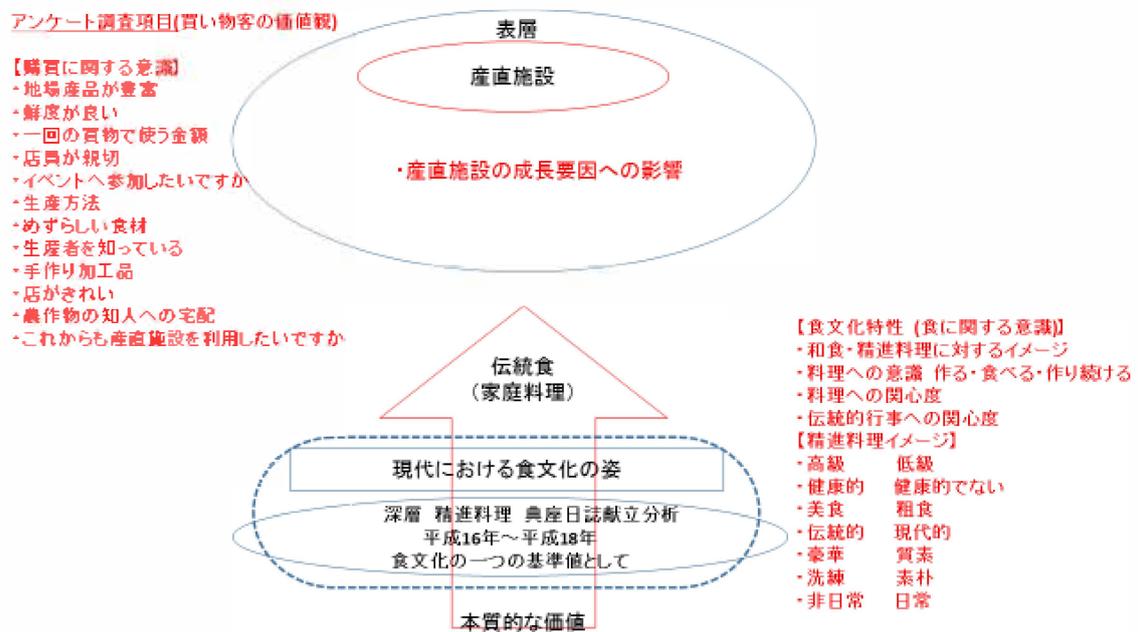
いく。

分析は農家レストラン、イタリア食堂を対象に全体像の把握のために記述統計を行い、項目が影響を与える要因を説明するために因子分析を行い、これらの因子による関係性を見るために相関分析を行う。

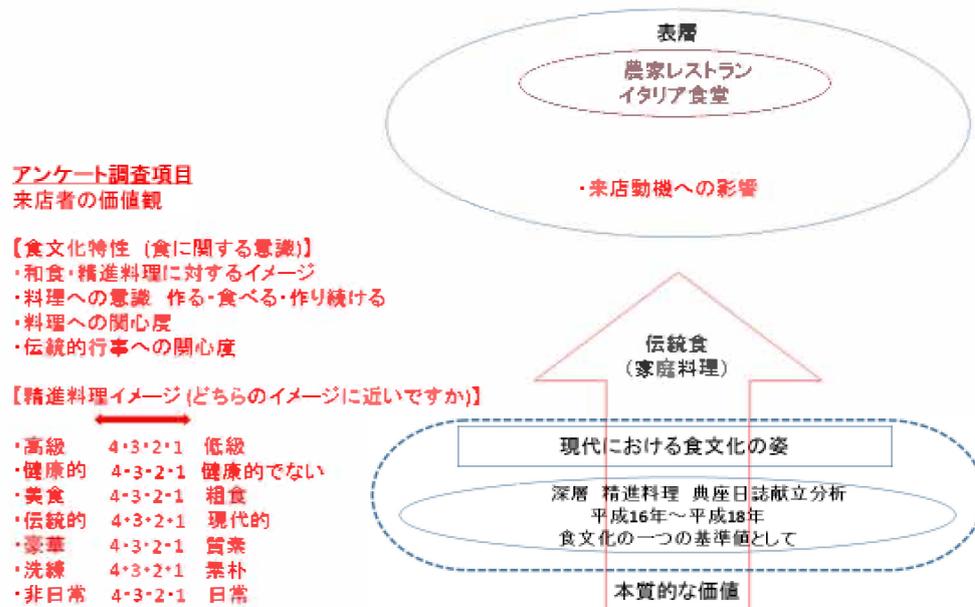
すべての項目に対して主因子法による因子分析を行い、因子を抽出する。内部整合性を検討するために、抽出因子の信頼性分析を行う。来店期待の差の検討や店舗間の差の検討では、農家レストラン、イタリア食堂に違いがあるかを検証する。

以上のように、伝統食や精進料理という要因から目に見えない価値として存在する食文化を捉えて潜在力としてその本質的な価値の可能性の一端を明らかにすることを試みるものである。

第5章では、第2章から第4章にかけて検証した結果を踏まえて、食文化を活用した地域発展への可能性を述べていく。



第11図 アンケート調査における産直施設と伝統食の位置付け



第 1 2 図 アンケート調査における農家レストラン及びイタリア食堂と伝統食の位置付け

第 3 表 精進料理イメージ アンケート調査票 (第 3 章) より

高級感	とても高級	やや高級	やや低級	低級
健康的イメージ	とても健康的	やや健康的	やや健康的で無い	健康的で無い
美食か粗食か	とても美食	やや美食	やや粗食	粗食
伝統性	とても伝統的	やや伝統的	やや現代的	現代的
豪華さ	とても豪華	やや豪華	やや質素	質素
洗練さ	とても洗練	やや洗練	やや素朴	素朴
非日常性	とても非日常的	やや非日常的	やや日常的	日常的

第 4 表 精進料理イメージ アンケート調査票 (第 4 章) より

どちらのイメージに近いですか ←————→

高級	4	3	2	1	低級
健康的	4	3	2	1	健康的で無い
美食	4	3	2	1	粗食
伝統的	4	3	2	1	現代的
豪華	4	3	2	1	質素
洗練	4	3	2	1	素朴
非日常性	4	3	2	1	日常

## 第2章 精進料理の現代的価値分析

2013年12月、国連教育科学文化機関により「和食；日本人の伝統的な食文化―正月を例として―（以降和食と記載）」のユネスコ無形文化遺産代表一覧表記（以降一覧表記と記載）が決定された。これによれば和食は、「自然の尊重」という日本人の精神を体現した食に関する「社会的習慣」として、①新鮮で多様な食材とその持ち味の尊重、②栄養バランスに優れた健康的な食生活、③自然の美しさや季節の移ろいを表現した盛りつけ、④正月行事などの年中行事との関わり、と特徴付けてユネスコへ提案され和食として一覧表記されることとなった。

石毛直道(1999)は、「世界中のすべての文化において、それぞれの文化の内部で創造した文化要素よりも、外部の文化から借用した文化要素のほうがずっと多いということは、文化人類学では疑いの余地のない事柄として認められている。食事の文化もその例外ではない。」としている。このように精進料理も大陸文化の流れを受け、日本の食としていくつかの流派に分岐し、禅宗の中で完成されてきた。本研究で永平寺の精進料理に着目する点は、僧侶自身が僧堂という自らのコミュニティの中で継承された共食の料理という点である。『典座教訓<sup>註1)</sup>』によれば「食事を作るには、必ず仏道を求めるその心を働かせて季節にしたがって、春夏秋冬の折々の材料を用い食事に変化を加え、修行僧達が気持ちよく食べられ、身も心も安楽になるように心がけなければならない<sup>註2)</sup>」としており、食事を作る典座という役職の重要性が説かれている。長い歴史の中で精進料理が伝播され、各地のお彼岸やお盆と云った日本の郷土色豊かな行事の中に溶け込み、家庭の中に継承されることにより地産地消や食べ物を大切に作る気持ちを培ってきた。

提案書<sup>註3)</sup>によれば、和食の実践者は「全ての日本人」とした上で、その担い手を家庭や地域コミュニティ、草の根グループなどを想定している。また「適切な食事を共にすることにより地域の絆を強め、（中略）生産者間の仲間意識等の社会形成資本の発展の基礎」としている。そこで第2章では、食事の

大切さや食材の扱い方に心を配る精進料理の現在の姿を分析し、今後伝承すべき食文化の現代的価値を明らかにし、農業の果たすべき役割に言及する。

## 2. 1 現代の食の姿と課題

平光明子ら(2009)によれば、「1975年頃は主食の米を中心とし、主菜の魚介類・肉類と、副菜の野菜類などの組合せにより栄養のバランスは理想的となった」としており、戦後を画期して1期(1945年～)、2期(1955年～)、3期(1965年～)においては「日本型食生活」の形成の姿を示し、4期(1985年～)と5期(2000年～)を「日本型食生活」の変容と位置づけている。これにより理想的とされた日本型食生活が大きく変化し、様々な課題を抱える現代の食へ変容してきた姿を明らかにしている。

### 2. 1. 1 日本固有の食事様式としての精進料理

戸川律子(2012)は、「理想的だと云われている日本型食生活の提唱の契機となった1977年のマクガバン・レポート<sup>註4)</sup>から日本が受けた影響を次の三つに要約した。それは、①日本人の食生活への肯定的評価、②伝統的食生活から「欧米型」に変化した場合に発生する疾患の認識、③包括的な食構造の構築のための体系的な食政策の必要性の自覚、である。米国の体系的な食政策の中心理念が栄養学的基盤に立ち栄養学と食品の二要素で構成されていることに対し、日本はその第三の要素として日本固有の食事様式が中心理念の1つとして導入された」と指摘する。

日本の食文化は、多様な異文化を取込ながら成熟し、日本固有の食事様式が確立してきた。このような中で現在の食の姿は、米を主食とした食事様式から大きく変化しているが、日本の気候風土の中で大陸文化の影響を受けながら成熟してきた精進料理の姿は、一年間の行事や季節を感じさせる食事様式の一つである。米を中心とした一汁一菜、一汁二菜、一汁三菜の質素であるが規則正しい食事の姿である。

註1)『典座教訓』(1237)道元により著される。

註2)『典座教訓・赴粥飯法』(1991)中村璋八らにより現代語訳されている。

註3)「無形文化遺産の代表的な一覧表への記載についての提案書」農林水産省ホームページより

大臣官房政策課食ビジョン推進室

註4)1977年アメリカ上院栄養問題特別委員長として成人病を防ぐ米国人の食生活改善提言「マクガバン・レポート」が発表される。

## 2. 2 研究の目的

### 2. 2. 1 「日本型食生活」における精進料理の位置づけ

芳賀登ら(1998)は、「1980年代の『日本型食生活の見直し』を契機に『食文化』に対する関心は急激な高まりを示した。」また、「食文化領域として食材料の生産・流通・調理・食事・食具食器・食習慣をはじめ広範囲にわたる殆どの分野にわたる研究論文」の整理がされたとし、「1980年代以降国民の間における食文化・食生活への関心の高まりに応えるように、著書・論文の数が増加した。そしてそれは歴史学をはじめ考古学・民俗学・風俗学・家政学・経済学・社会学・民族学・食物学・栄養学・医学など広範な学問分野の研究者によって、多角的で学問的水準の高い業績が積まれるようになった。」としており、食文化という近年の新しい研究領域であるが、幅広い分野から考察されていることが推察される。

このような食文化への関心の高まりとともに、平光光子ら(2009)による「日本型食生活」の研究がされ、食品群別摂取量を用い、理想的とされる3期代表年(1976年)のPFCエネルギー比率は正三角形を示し適正である事が明らかにされている。また形成と変容に関してそれぞれの代表年として、1期(1946年)、3期(1976年)、5期(2005年)の食事の姿を食事バランスガイドにより分析している<sup>註1)</sup>。その結果、「日本型食生活」の変容を3期(1976年)から5期(2005年)への変化として捉え、主食と果物の減少に起

因した植物性食品の減少を指摘している。本研究では、1期（1946年）、3期（1976年）、5期（2005年）と精進料理献立（2005年）との比較分析を行い、「日本型食生活」の変化の中でこれまで比較分析されることのなかった精進料理の食文化としての現代的価値を検証する。

註1) 平光ら(2009)は、「食事バランスガイドによる分析(1期・3期・5期)」として「1期 1946(昭和21)年、3期 1976(昭和51)年、5期 2005(平成17)年における食品群別摂取量を用い、「食事バランスガイド」の「5つの料理区分における量的な基準の考え方」に当てはめ、作図を試みた。」としており、本研究ではその基準に従い、1期、3期、5期を使用する。

## 2. 2. 2 野菜を中心とした食事パターンからの影響

南里明子ら(2012)は、「抑うつ症状をCES-Dスケール<sup>註2)</sup>の日本語版を用いて評価し、食事は妥当性が検証されている簡易型自記式食事歴法質問票<sup>註3)</sup>を用いて評価し、食事パターンは、食品や飲料52項目の密度法<sup>註4)</sup>によりエネルギー調整した摂取量を主成分分析に投入し、3つの食事パターンを抽出し、そのパターンと病気の関係から」その結果として、健康日本食パターンと抑うつ症状低下とは関連していたと結論づけている。その関連性についてこれらの栄養素の複合効果による可能性にも言及しており、「断面研究<sup>註5)</sup>から得られた本結果を前向きに研究し、検証する必要がある。」とし、健康日本食パターンとして野菜や果物、大豆製品、きのこ等の高摂取を抑うつ症状の改善に効果があると特徴付けている。野菜を中心とした食に関する特徴的な効果を明らかにする研究は多くされているが、心身共に食から影響を受けることは、すべての人に共通することである。本研究では、南里明子ら(2012)が見いだした食パターンと精進料理及び食品バランスガイドによる朝昼夕食事例を用いて比較分析を行い、未だ明らかにされていない食文化として精進料理の現代的価値を検証する。

註 2) うつ病(抑うつ状態)自己評価尺度である。本検査は米国・国立精神保健研究所 (N I M H) により開発された「うつ病のスクリーニングテスト」であり質問項目は 20 問と簡便な検査である。

註 3) BDHQ (簡易型自記式食事歴法質問票 : brief-type self-administered diet history questionnaire) は DHQ の特徴を保ちつつ、構造を簡略化し、回答やデータ処理を簡便にしたものである。専用の栄養価計算プログラムによっておよそ 30 種類の栄養素とおよそ 50 種類の食品の摂取量を算出できる。

註 4) エネルギー1000kcal あたりの摂取量、エネルギー摂取量に対する相対量として栄養素摂取量を表現する方法

註 5) 経過の観察ではなく、ある 1 時点について調査を行う。有病率や健康問題の保有率、検査的中率などを調べる際に用いられる。インタビューや質問紙等による調査研究も含まれる。経過を追った調査をしないので、因果関係を証明することは出来ないが、その可能性を予測する材料となることはある。横断研究 (cross (cross-sectional study)

## 2. 3 調査対象と方法

本研究の資料は、永平寺典座職を勤められる三好良久(2014) による典座寮の献立記録である。典座職は六知事という、寺院運営をあくづかる知事職の一つであり、一般社会での料理長に当たる。2004 年より勤められ現在 (2015 年) に至り、本資料はその間 2004 年～2009 年にわたる献立をデータ化した一部である。毎食 200 名程度の調理を行っている。

現在の日本の食事の姿と食文化としての精進料理の現代的価値を明らかにするために、第 5 表から第 13 表の分析を行う。

第 5 表では、対象時期を平光光子(2009)により「日本型食生活」の変容が明らかになった 5 期 (2000 年～) の期間中代表年である 2005 年とし、「平成 17 年 (2005 年) 食品ロス統計調査」による「世帯及び世帯員の食事の状況 / 1 週間に出了れた料理・食品の回数<sup>註 1)</sup>」数値を 7 で除した 1 日当たりの数値を

「Ⅰ一般世帯」とした。典座日誌の同時期 4 ヶ月間の頻出食材数を 4 ヶ月間日数で除した 1 日当たり数値を「Ⅱ典座日誌」とした。「Ⅲ典座日誌 2005 年 1

月 1 日献立」は典座日誌 2005 年 1 月 1 日献立を用い、「IV『食事バランスガイド』朝昼夕食事例① 2200 kcal<sup>註2)</sup>」は、「フードガイド（仮称）検討会報告書『食事バランスガイド（2005 年）』」における「付録 3 主な料理・食品の主材料構成」を用いて換算した食材数を使用する。

第 6 表では、第 5 表の「I 一般世帯」「II 典座日誌」「III 典座日誌 2005 年 1 月 1 日」「IV『食品バランスガイド』朝昼夕食事例① 2、200 kcal」を用い相関分析を行い、相互の関係性を分析する。

第 7 表では「典座日誌 2005 年 12 月任意の一日」及び「典座日誌 2005 年 1 月 1 日」と平光光子ら(2009)による「1 期（1946 年）」「3 期（1976 年）」「5 期（2005 年）」における食品バランスガイドによる『つ（SV）<sup>註3)</sup>』換算を行い比較分析する。単位基準は、主食は、ご飯・パン・麺などを主材料とする料理で、主材料に由来する炭水化物は約 40g が 1 つ（SV）である。副菜は、野菜・きのこ・いも・大豆以外の豆・海藻・種実類などを主材料とする料理で主材料の重量約 70g が 1 つ（SV）である。主菜は、肉、魚、卵、大豆製品などを主材料とする料理で、主にたんぱく質の供給源であり、たんぱく質約 6g が 1 つ（SV）である。牛乳・乳製品は、カルシウム約 100mg が 1 つ（SV）である。果物は、主材料の果物の生重量として 100g が 1（SV）である。原則的に 1（SV）とは、主材料の量的基準の 2/3 以上 1.5 未満とし、2 つ以上は四捨五入で処理をする。但し、典座日誌献立には食材重量の記載は無いため、同様の献立を一般世帯で行う事を想定したうえで換算した。「食事バランスガイド（2005 年）朝昼夕食事例」による 2,000 kcal、2,200 kcal、2,400 kcal 毎の『つ（SV）』換算した摂取の目安でとの比較により、同様の献立及び食材を活用し同様の食事献立を活用した場合の一般世帯における有効性を検証する。

第 8 表、典座日誌 2004 年～2008 年、中食（昼食）主食における麦飯及び薬石（夕食）主食における麦飯の年度ごとの出現割合である。

第 9 表は、典座日誌 2004 年～2008 年、中食（昼食）主食における麦飯及び薬石（夕食）主食における変わり飯の年度ごとの出現割合である。

第 10 表は、「食事バランスガイド（2005 年）朝昼夕食事例」による 2,200 kcal の食事例である。

第 11 表は、ユネスコ一覧表記登録へ和食として特徴づけられた 4 項目を「一般世帯」「典座日誌」「典座日誌 1 月 1 日」「食事バランスガイド朝昼夕食事例」毎に、「第 5 表」食材合計数、「第 7 表」SV 合計数、「典座日誌」の数値及び記載事項を指標化して分析する。

第 12 表及び第 13 表は、南里明子ら(2012)の食品因子負荷量から「健康日本食パターン」「動物性食品パターン」「洋風朝食パターン」に影響を与えている食品と「食事パターン」に係わる調査を行った 2006 年 6 月・10 月の「典座日誌」献立使用食材数を使用し分析する。

註 1)「世帯及び世帯員の食事の状況／1 週間に消費された料理・食品の回数」調査客体は、地方公共団体等からの情報収集及び公募により作成した標本抽出名簿から世帯構成別に 1000 世帯を有意抽出した。世帯調査期は、平成 17 年(2005 年)6 月、9 月、12 月及び平成 18 年(2006 年)3 月の各月を調査月とし、調査期間は、調査月のうち連続した 7 日間(1 週間)とした。世帯調査は、調査客体による実測、記帳に基づく自計申告である。

註 2)「厚生労働省・農林水産省決定 食事バランスガイドーフードガイド(仮称)検討会報告書」(2005) p 12-14 を元に作成した。

註 3)『つ(SV)』は、1 回あたりに提供される食事の標準的な量である『サービング(SV)』単位が組み合わされた、食事提供量の単位である。

## 2. 4 分析結果

第 5 表は、1 日に使用された食材数を指標として分析を行った。Ⅰ一般世帯では、「食事バランスガイド」に従って食材を主要な栄養素である炭水化物、ビタミン類、タンパク質類等で分けしたもののから炭水化物摂取のための食材数やビタミン類摂取のための材料数が少ないことが明らかになった。タンパク質類では、Ⅰ一般世帯の肉・魚・卵と総菜・加工品の合計 7.04 に対して、Ⅱ典座日誌では 4.46 である。食材の供給栄養素に着目するとタンパク質は第 12 表に頻出している大豆食材と肉・魚を比較しても高い値が示されている。第 13 表では、乳製品摂取はないがカルシウムが豊富な食材使用が認められる。

第 8 表によれば主食の麦飯比率は中食では 6 割、第 9 表によれば薬石では食材を加えた変わり飯が多頻度となり、麦飯を加えると 7 割を超えており大豆製品等によるタンパク質等がさらに補われていると推測する。

第 6 表は、第 5 表の I、II、III、IV を用いた相関分析の結果である。I と II、III、IV は 1 % 水準で有意な正の相関を示している。II と III、IV 及び III と IV も、1 % 水準で有意な正の相関を示す。

第 7 表では、食事バランスガイドによる摂取目安値と比較すると 5 期の主食は目安値より少ない。副菜は典座日誌(2005 年 12 月任意の 1 日)、典座日誌(2005 年 1 月 1 日)及び 1 期(1946 年)は目安値を大きく上回る。主菜は、典座日誌では日常的な食事と正月の食事の差が大きい。3 期(1976 年)、5 期(2005 年)では目安値を上回る。

第 11 表では、和食の特徴として挙げられた 4 項目に従い各項目を概観する。1 では、第 5 表の食材数に着目した結果、一般世帯と典座日誌の食材数は同等であり、典座日誌 1/1 の献立では食材数が増加する。2 では、第 7 表による食事バランスガイド目安値の合計数に着目した結果、典座日誌の日常的献立の食材数は 19 であり、1 月 1 日(正月)献立では 23 である。正月の献立食材数は、目安値合計数を超えており、4 における正月等の年中行事に着目すると典座日誌の中での正月料理が反映された結果として推察される。

第 12 表は、南里ら(2012)による主成分分析により抽出された 3 因子「健康日本食パターン」、「動物性食事パターン」、「洋風朝食パターン」、因子負荷量によりその影響の強さを示しており、同時期の典座日誌による食材との比較分析を行った。典座日誌の食材数は、南里ら(2012)が調査対象とした 2006 年 7 月及び 11 月に行った健康診断受診者が回答した「食事歴法質問票」により過去 1 ヶ月間の食事調査を行ったことから、典座日誌 2006 年 6 月及び 10 月の食材を対象とした。これにより因子負荷量による影響の強さと頻出する食材との関係性を検証した。穀類では、典座日誌は主食の多様な献立が特徴的である。豆類は典座日誌で多用されており、打豆が特に多い。野菜類は典座日誌ではにんじん 81 回、かぼちゃ 17 回、「健康日本食パターン」では「にんじん・かぼちゃ」因子負荷量 0.78 とどちらも高い数値を示している。野菜全体を概

観すると「健康日本食パターン」で現れている野菜類は典座日誌もすべて現れており、「動物性食品パターン」、「洋風朝食パターン」と大きく異なる点である。きのこ類も同様に典座日誌では、椎茸 52 回、占地 27 回、榎 15 回、エリンギ 5 回、舞茸 3 回、その他 7 回であり、「健康日本食パターン」は因子負荷量 0.73 と高い数値である。生鮮海藻類は、典座日誌では若布 31 回昆布 16 回、ひじき 6 回、海苔 5 回、もずく 3 回であり、「健康日本食パターン」では因子負荷量 0.48 である。調味料類は、典座日誌では酢・味噌・胡麻などを多様に使用している。調理加工食品では、典座日誌は豆腐 70 回、薄揚げ 55 回、厚揚げ 33 回、高野豆腐 12 回、納豆 11 回、がんも 8 回、その他 7 回と多用される。

第 13 表では、第 12 表で記載されていない典座日誌における食材の詳細を記載した。

第5表 1日に使用された食品類別の食材数

食品類 単位：食材数 (1世帯1日当たり の延べ食材数)	I	II	III	IV		
	一般世帯 (n=1000)	典座日誌	典座日誌	食事バランスガイド		
				朝昼夕の 食事例 (2200kcal)	サービング基準 (SV)	主な供給栄養素
穀類	1.64	3.37	3.00	3.00	主材料由来	玄米35.6g
でんぷん	0.08	0.19			炭水化物40g	もち50.3g等
野菜類	5.53	11.00	14.00	12.00	主材料の素 材重量70g	ビタミン ミネラル 食物繊維
きのこ類	0.41	1.50	2.00	1.00		
生鮮海藻類	0.06	1.40	2.00	1.00		
豆類	0.02	0.90	1.00		主材料由来 のタンパク 質6g	豚もも肉30.2g 油揚げ44g がんもどき63.5g
肉類	0.62			2.00		
魚介類	0.66			1.00		
卵類	0.85			1.00	カルシウム 100g当たり 100mg	牛乳110mg、干 ひじき1400mg ごま1200mg
牛乳及び乳製品	1.77			2.00		
果実類	1.18	0.32	1.00	2.00	主材料とし て100g	ビタミンc等
砂糖類	0.95	1.00	1.00	1.00		
油脂類	1.26	1.21	1.00	1.00		
調味料類	6.43	6.09	7.00	6.00		
調理加工食品				3.00		
ごはん	0.18					
パン類	0.72					
かん・びん詰	0.13					
冷凍品	0.32					
レトルト	0.08					
惣菜・加工品・ その他	4.91	4.46	5.00	3.00		
菓子類	0.59					
飲料類	3.09	0.08		1.00		

出所：Iは「食品ロス統計調査」より筆者作成。III「典座日誌」は2005年1月1日資料より、

IVは「フードガイド(仮称)検討会報告書『食事バランスガイド』」朝昼夕食事例

①2200kcalより筆者加工。

註1) IVのサービング基準は、1つ(SV)、及び主な供給栄養素は成分量100g当g数(文科省食品成分DB)

第6表 相関分析

		I	II	III	IV
		一般世帯	典座日誌	典座日誌	「食事バランスガイド」
I 一般世帯 (n=1000)	Pearson の 相関係数	1	.789**	.815**	.756**
	有意確率		.002	.004	.002
	度数	22	12	10	14
II 典座日誌	Pearson の 相関係数		1	.992**	.966**
	有意確率			.000	.000
	度数	12	12	10	10
III 典座日誌 2008年1/1献立	Pearson の 相関係数			1	.981**
	有意確率				.000
	度数	10	10	10	9
IV 「食事バラン スガイド」朝昼 夕の食事例① (2200kcal)	Pearson の 相関係数				1
	有意確率				
	度数	14	10	9	15

出所：第5表より作成

註1) \*\*は 1% 水準で有意である。

註2) I, II, III, IVは第3表の数値を使用し, 相関分析を行った。

第7表 「食品バランスガイド」比較表

		主食	副菜	主菜	牛乳・乳	果物
比較対象時期	典座日誌2005/12/1	5	10	3	0	1
	典座日誌2005/1/1	6	10	6	0	1
	1期 1946年	7	9	3	0	0
	3期 1976年	6	5	6	1	2
	5期 2005年	4	5	6	1	1
目安値	ほとんどの女性(2,000kcal)	5~7	5~6	3~5	2	2
	身体活動の低い(高齢者を含む)男性(2,200kcal、2,400kcal)					

出所:時期は、典座日誌献立(2005年)、平光ら(2009)「『日本型食生活』の形成と変容」

1946、1976、2005.

出所:対象者目安は、「フードガイド(仮称)検討会報告書 食事バランスガイド(2005年)厚生

労働省・農林水産省決定」より引用。料理区分における摂取の目安 (単位:SV)

註1) 典座日誌 2005年12月の任意の1日、同1月1日、平光ら(2009)「『日本型食生活』の形成と変容」図7「1946年、1976年の国民栄養調査、2005年の国民健康・栄養調査におけるデータを「食事バランスガイド」で評価した作図」を使用し、SV換算値により、筆者作成。

第8表 2004年~2008年主食割合 (麦飯割合)

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
麦飯(中食)	57%	58%	58%	59%	57%
麦飯(薬石)	39%	38%	38%	34%	34%

出所:典座日誌 2004年~2008年、中食(昼食)主食及び薬石(夕食)主食における麦飯の年度ごと割合。筆者作成

第9表 2004年~2008年主食割合 (変わり飯割合)

	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年
変わり飯(中食)	11%	12%	14%	15%	13%
変わり飯(薬石)	31%	35%	36%	38%	38%

出所:典座日誌 2004年~2008年、中食(昼食)主食及び薬石(夕食)主食における変わり飯の年度ごと割合。筆者作成

第10表 食事バランスガイド(献立例 2200 calより)

(食事)	主食	副菜	主菜	牛乳・乳製品	果物
(朝食)	白飯 2	ひじきの煮物 1	目玉焼き 1		みかん 1
(昼食)	白飯 2	野菜スープ 1 野菜サラダ 1	ハンバーグ 1.5	チーズ 1 ミルクコーヒー 1	
(夕食)	白飯 2	筑前煮 2 蒟蒻草お浸し 1	さんま塩焼き 1 冷や奴 1		リンゴ 1
合計	6	6	4.5	2	2

出所:「フードガイド(仮称)検討会報告書 食事バランスガイド(2005年)厚生労働省・農林水産省決定」より引用

第11表 「和食;日本人の伝統的な食文化—正月を例として—」との対応表

特徴	換算基準	I	II	III	IV
		一般世帯	典座日誌	典座日誌 2005年1/1	食事 バランスガイド 朝昼夕食事例
1 新鮮で多様な食材とその持ち味の尊重	「第5表」 食材数合計値	31.48	31.52	37	40
2 栄養バランスに優れた健康的な食生活	「第7表」 時期別SV合計値	—	19	23	20.5
3 自然の美しさや季節の移ろいを表現した盛りつけ	—	—	—	—	—
4 正月行事などの年中行事との関わり	「典座日誌」より	—	七草がゆ	おせち料理	—

出所:「第5表」「第7表」「フードガイド(仮称)検討会報告書『食事バランスガイド』」

註1) 1は、「第5表」のI、II、III、食材数合計、IVは、「フードガイド(仮称)検討会報告書『食事バランスガイド』(2005)」「朝昼夕の食事例①2200 kcal」より筆者作成

註2) 2は、「第7表」I-i, I-ii及び、「フードガイド(仮称)検討会報告書『食事バランスガイド』(2005)」「朝昼夕の食事例①2200 kcal」より筆者作成

第 1 2 表 食材比較表

食 品 類 (使用食材)	典座日誌	健康日本食パターン 各食品の 因子負荷量	動物性食品パターン 各食品の 因子負荷量	洋風朝食パターン 各食品の 因子負荷量
穀 類	粥、茶粥、 他 1 6 種類	—	ご飯 (-0.67)	ご飯 (-0.34)
	—	—	—	パン (0.57)
豆 類	打ち豆 (24) 他 4 種類	—	—	—
野 菜 類	にんじん (81)・ かぼちゃ (17)	にんじん・かぼ ちや (0.78)	—	—
	ほうれん草 (11)、小松菜 (5)、他 2 種	緑の葉野菜 (0.69)	—	—
	キャベツ (41)・ 白菜 (23)	キャベツ・白菜 (0.68)	キャベツ・白菜 (0.17)	—
	大根 (30)	大根・蕪 (0.68)	—	—
	牛蒡 (20)・生姜 (5)・蓮根 (5)	その他の根菜 (0.67)	—	—
	ジャガイモ (48) 他 3 種	いも (0.46)	—	—
	キャベツ・レタ ス (10)	生野菜 (レタス・キャ ベツ) (0.21)	生野菜 (レタス・キャ ベツ) (0.30)	生野菜 (レタス・キャ ベツ) (0.17)
	トマト (9)	トマト (0.19)	トマト (0.29)	—
きのこ類	椎茸 (52)、占 地、その他 (9)	きのこ (0.73)	—	—
果 実 類	バナナ (4) その他 5 種	かき・いちご・ キウイ (0.31)そ の他の果物 (0.37)	—	その他の果物 (0.21)
肉 類	—	—	牛肉・豚肉・鶏 肉・レバー	—
卵 類	—	—	卵	卵
牛 乳 及 び 乳 製 品	—	—	—	牛乳・ ヨーグルト
魚 介 類	—	骨ごと食べる魚	イカ・タコ・エ ビ・貝・脂の少 ない魚・魚の干 物・塩蔵魚・脂 がのった魚・骨 ごと食べる魚	骨ごと食べる魚
生 鮮 海 藻 類	若布 (31)、 他 4 種	海藻 (0.48)	海藻 (0.16)	海藻 (-0.16)
調 味 料 類	生醤油、酢、 その他数種	—	マヨネーズ・ ドレッシング (0.29)	マヨネーズ・ ドレッシング (0.28)
調 理 加 工 食 品	豆腐 (70)、薄揚 げ (55)、その他 数種	豆腐・厚揚げ (0.5)・納豆 (0.3)	ツナ缶・ハム・ ソーセージ・ ベーコン・漬物	豆腐・厚揚げ (- 0.16)

出所：「典座日誌」及び南里ら (2012) 「日本人の食生活パターンと抑うつ症状の関連」表 1

「主な食事パターンに対する各食品の因子負荷量」より筆者作成

註 1) 「典座日誌」食材は、南里ら (2012) 調査実施対象月 2006 年 6 月及び 10 月の典座日誌食  
材を対象

第 13 表 典座日誌食材比較

食 品 類 ( 使 用 食 材 )	典座日誌2006年6月・10月 註1)
穀 類	粥、茶粥、コーン粥、粟粥、白飯、麦飯、大根菜飯、小豆飯、えんどう豆ご飯、いなり寿司、ゆかりご飯、うどん、松茸ご飯、むかごご飯、そば、蓮根飯、かやく飯、スパゲティ飯
豆 類	打豆(24)、大豆(7)、小豆(2)、金時豆(2)、黒豆(2)
野 菜 類	にんじん(81)・かぼちゃ(17)
	法蓮草(11)・小松菜(5)・三つ葉(4)・青梗菜(3)
	キャベツ(41)・白菜(23)
	大根(30)
	牛蒡(20)・生姜(5)・蓮根(5)
	ジャガイモ(46)・里芋(9)・サツマイモ(8)・長芋(5)
	キャベツ・レタス(10)
き の こ 類	椎茸(52)、占地(27)、榎(15)、エリンギ(5)、舞茸(3)、その他(7)
果 実 類	バナナ(4)、アボカド(1)、グレープ(1)、ブルーベリー(1)、リンゴ(1)、梨(1)
肉 類	—
卵 類	—
牛乳及び乳製品	—
魚 介 類	—
生 鮮 海 藻 類	若布(31)、昆布(16)、ひじき(6)、海苔(5)、もずく(3)
調 味 料 類	生醤油、酢、辛子味噌、柚味噌、豆板醤、胡麻酢、ポン酢
調 理 加 工 食 品	豆腐(70)、薄揚げ(55)、厚揚げ(33)、高野豆腐(12)、納豆(11)、がんも(8)、アベックス(7)、麩、卵の花、こんにゃく

出所：第 12 表「典座日誌」詳細 筆者作成

註 1)「典座日誌」食材は、南里ら(2012)調査実施対象月 2006 年 6 月及び 10 月の典座日誌食材を対象

## 2. 5 小括

本研究では、平光光子ら(2009)による1期(1946年)、3期(1976年)、5期(2005年)の分析を踏まえて精進料理献立(2005年)との比較分析を行い、理想的とされた「日本型食生活」が変容する中で典座日誌による精進料理独自の価値を検証した。

まず、第7表における「典座日誌2005年12月任意の一日」及び「典座日誌2005年1月1日」、「1期(1946年)」と近似性が認められた。その共通項は、野菜を中心とした副菜の豊富さと主菜の少なさや乳製品の摂取の少なさである。これは平光光子ら(2009)が、「日本型食生活」形成期の中で改善しながら1期(1946年)から3期(1976年)へ移行するプロセスの中で解消されたと指摘する点である。次に着目する点は、「典座日誌2005年12月任意の一日」及び「典座日誌2005年1月1日」の主食は第7表に示す摂取量目安の範囲にあり、第12表及び第13表典座日誌の穀類に示されるようにバラエティに富んだ米飯の主食としての姿が明らかになっている。第7表の「3期(1976年)」「5期(2005年)」では主食や副菜が減少し主菜が急激に増加している姿が浮かび上がっている。「典座日誌2005年12月任意の一日」の主菜は、日常的な食事として質素な姿であり、対照的に「典座日誌2005年1月1日」の主菜は正月といった年中行事として倍増する。この点は、他の年中行事が行われた時期の献立でも見受けられる特徴である。「ハレ」や「ケ」といった年中行事や食文化を考察する上で重要な要素が色濃く継承されている。「日本型食生活」が形成され変容していく過程における副菜の豊富な姿を温存しながら、第13表に示されるような果物類はバナナ、アボカド、グレープ、ブルーベリー、リンゴ、梨が確認され、現代の食材が多様に取り込まれている。平光光子ら(2009)の研究では言及されていなかった「日本型食生活」の変容の中で、伝統的な食事の姿を温存しながら未来に継承する精進料理の姿である。同時に一般家庭において生活の知恵として同様の献立を参考にする有効性は、第11表、第12表のように食材の豊富さやバランス、第13表のように伝統的な調味料による工夫の豊富さ、食事を大切にするという食育の観点からも明らかである。

本研究では、南里明子ら(2012)が見いだした食パターンと比較分析を行い、食文化としての精進料理の現代的価値を検証した。

第11表からは精進料理が和食の特徴的要素を十分満たしていることが見て取れ、現代の食との関係も第6表に示したように「食事バランスガイド食事例」とは1%水準で有意に正の相関を示している。

第12表で「典座日誌」と「健康日本食パターン」を比較すると「健康日本食パターン」で指標となった野菜類は全て使用されている点が明らかであり、きのこ類、果物類、海藻類、調理加工品(豆腐、厚揚げ)も同様であった。因子負荷量として影響を与えていない項目である豆類は、打豆・大豆・小豆・金時豆・黒豆が使用され、伝統食材の打豆が21回使用されている点が特徴的である。同様に調味料は、生醤油・酢・辛子味噌・柚味噌・豆板醤・胡麻酢といった発酵調味料が多用されていた。南里明子ら(2012)により抑うつ効果が認められるとした「健康日本食パターン」に使用されていた食材(にんじん・かぼちゃ・ほうれん草・小松菜・じゃがいも・キャベツ・レタス・トマト・シイタケ・しめじ・海藻類・豆腐類など)が使用され、豆類・発酵調味料を多用している精進料理の姿が明らかになった。

現在の永平寺山門前には「門前」と呼ばれる商店群があり、精進料理や土産を提供している。味噌、胡麻豆腐、昆布など精進料理と関係の深い食材等の中には永平寺御用達と呼ばれるものもあり、広く認知され、地産地消の取組も進められている。地元のJAでは「大本山永平寺御用達」の文言が使用され、永平寺に米を納める御用商として認可を得ており、雲水<sup>註1)</sup>たちが食べる米も永平寺町産の米が使用される<sup>註2)</sup>。永平寺内に精進料理を提供する場は無いが、参禅<sup>註3)</sup>を目的とした場合は、本山の日課と雲水の日常生活に準じた修行ができ、精進料理が提供される。

これまでの日本人の健康を支えてきたより良い食の姿を未来に伝承するためには、新鮮な食材の国内調達を支える農業生産の活性化は重要である。本研究では、このような地元食材をふんだんに使用する伝統的な食文化である精進料理の現代的価値を「日本型食生活」や「健康日本食パターン」から検証でき

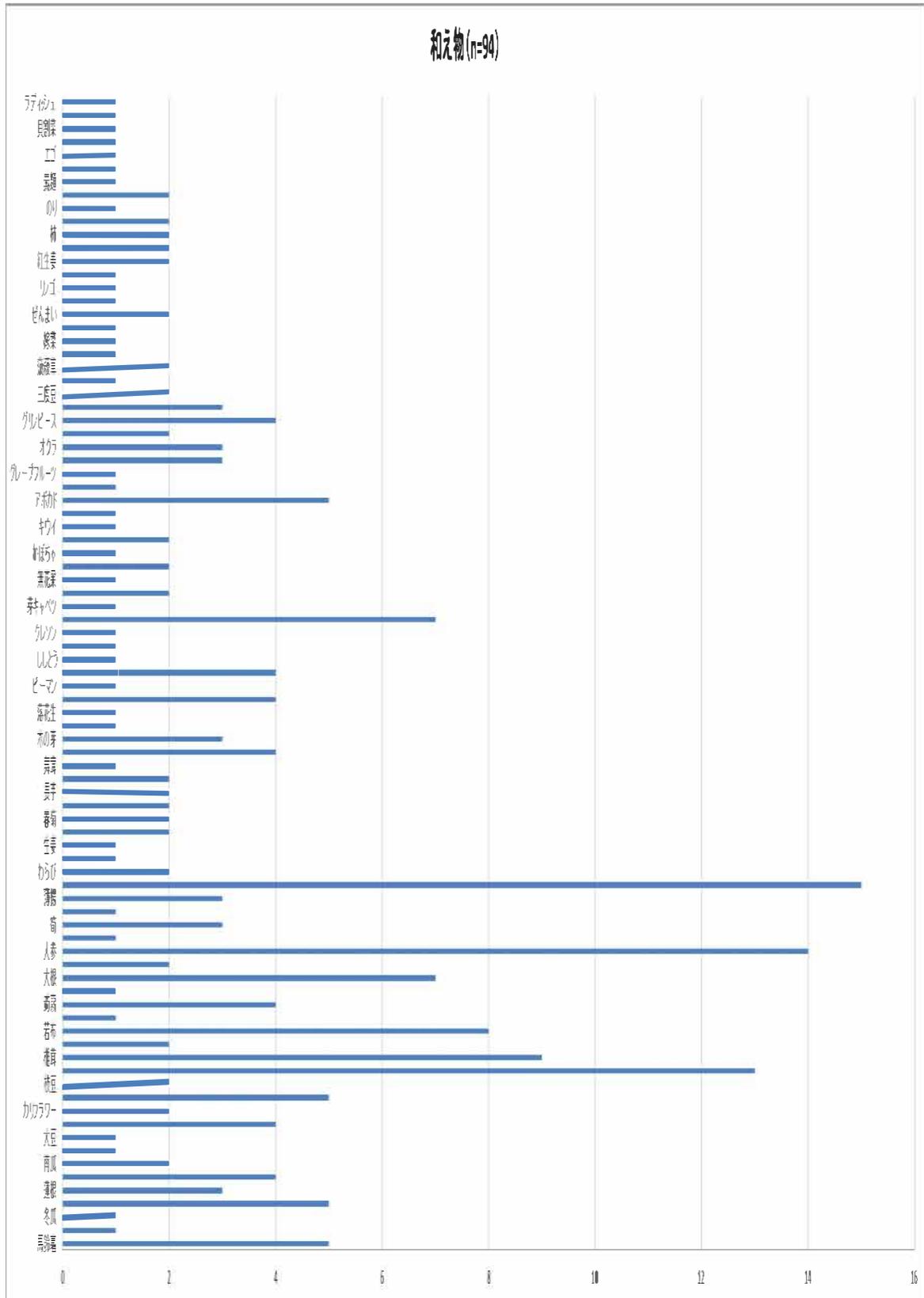
た。その優れた示唆を現代に活かし続けることで、新たな食産業の基盤として地域振興へと連なるものと考察する。

註1) 禅宗では参禅し師に仕えて修行する僧をさす。

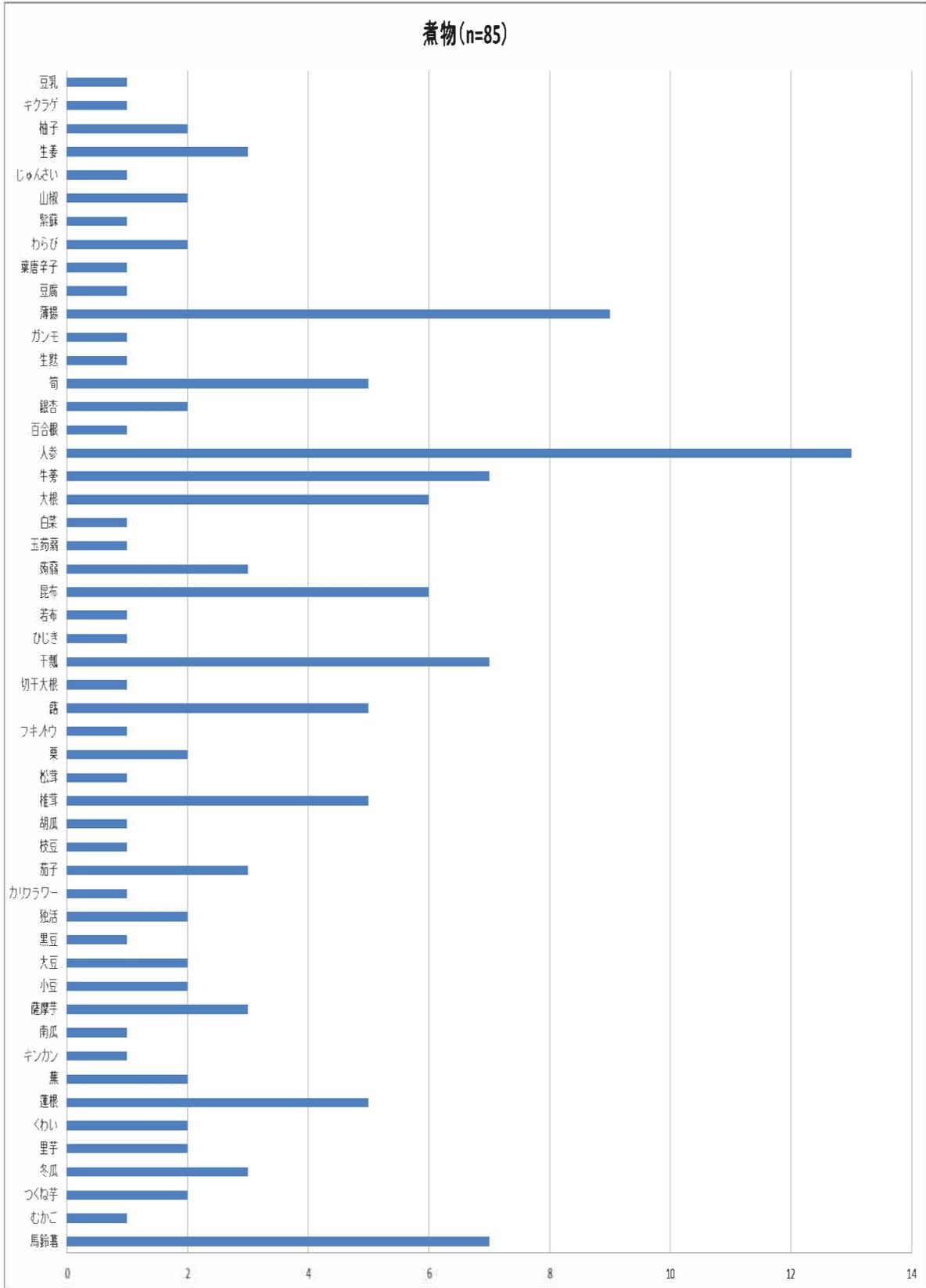
註2) <http://www.ja-yoshidagun.jp/rice/JA吉田>

註3) 禅の道に入って修行すること。ここでは、座禅を組むことを指す。

参考資料1 平成9年典座寮 献立別使用食材 献立集より



参考資料 2 平成9年典座寮 献立別使用食材 献立集より



### 第3章 伝統食に対する志向性がもたらす産直施設における購買行動の差異分析－産直施設アンケート調査を通じて－

#### 3.1 研究の背景と目的

##### 3.1.1 産直施設の現状

人口減少・少子高齢化が進展しており、地域基幹産業の衰退が危惧されている地域経済の中で、第13図のように地域の小売店を含む小規模企業数が減少しているという状況がある。その中で産直施設数が増加している現状が窺える。第14図の「農産物直売所品目別販売額」における2010年から2012年の推移では、2010年から2011年の間で販売額が急増しているおり、特に野菜や果物では顕著である。

中安章(1998)は、産直施設を「都市部を中心に古くから存在する流通形態」として、1990年代以降の設立、増加要因として次の4要因を挙げ、その成長要因に言及している。①都市消費者側のニーズ増大、②生産者側の状況変化、③健康食品志向、④交通環境の変化である。

このような背景を踏まえ、現在の産直施設数の増加が顕著になっている。藤吉ら(2007)は、戦略的視点で施設改善という成長方向性を示し、黒木ら(2007)は、出荷者と消費者の意向の対応関係から戦略への道筋を見出し、その成長への貢献を試みた。

中村ら(2008)は、地元の新鮮な農産物・加工品を得たいという顧客の訪問回数への正の影響を示し、地元住民や観光客にとっても地元の新鮮な農作物や加工品に対する潜在的な需要があることを明らかにした。牧山ら(2004)は、地場産農産物購入者確保には、「選択的な層を常連的に購入する段階へ変えていく必要」に触れている。このように産直施設での顧客増加への指摘はされているが、既に長い時間をかけて培われた伝統食に対する志向性を持ち、地域に安定的に定着している食生活を保持している層の役割には触れていない。

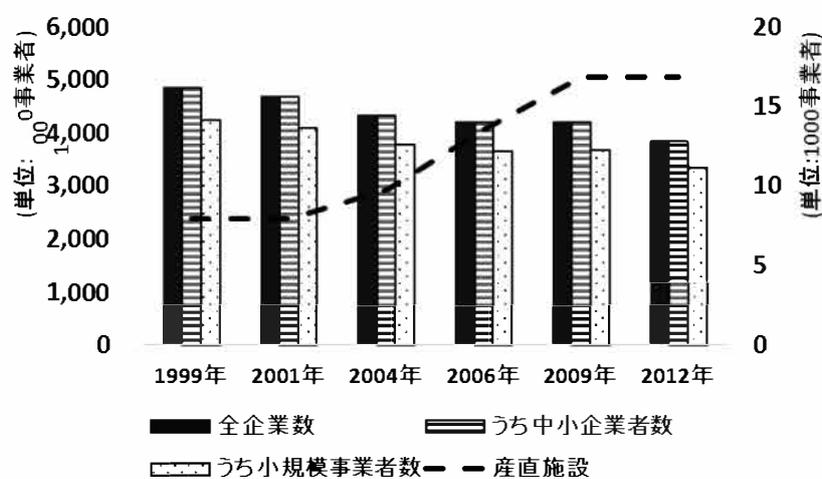
### 3. 1. 2 研究の目的

第 14 表では、人口格差を考慮し、都道府県における農産物直売所年間販売額(農林水産省「平成 24 年度 6 次産業化総合調査報告『農業生産関連事業の年間販売金額及び事業体数』」のうち「農産物直売所」区分による都道府県別総額<sup>註 1)</sup>を人口(2010 年国勢調査)<sup>註 2)</sup>による都道府県別人口で除すことにより「県別農産物直売所年間販売額一人当たり金額」を算出した。「日常的に家庭で食べている」代表的な伝統食の各都道府県別データ「日常的に食べている伝統食上位 20 位数値<sup>註 3)</sup>」では「調査票を全国 3,247 市区町村の農政担当者に回答してもらい、各項目の有効回答数計を 100 とする割合を使用した各都道府県の高い割合(%)上位 20 位(参考資料 4)」を使用し、「県別農産物直売所年間販売額一人当たり金額」との相関関係を示した。これにより、各都道府県の「日常的に伝統食を食べている割合が高い県ほど、人口一人当たりの産直施設での購買額が多い」という仮説をたて、その関係の可能性を検証した。

日常的に食べられている伝統食上位 20 位の割合と産直施設 1 人当たり販売額との相関では、上位 1 位及び 2 位が  $p < 0.01$  で有意に中程度の相関を示し、3 位、7 位、8 位、9 位、10 位、19 位、20 位が弱い相関を示し  $p < 0.05$  で有意であった。

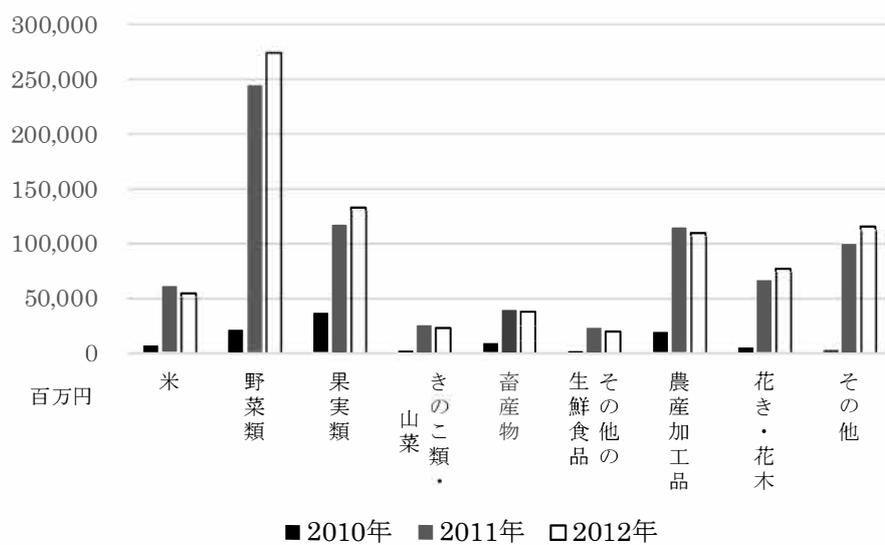
第 15 図では、「農林水産省平成 13 年度(調査期間平成 13 年 9 月 1 日までの現況)『伝統食を含む食文化の継承及び地域産物の活用への取組状況』」による各県の伝統食 20 位を「芋煮」であれば「芋」「野菜」「肉」、「鯖寿司」であれば「米」「魚」、「切り干し大根の煮つけ」であれば「野菜」等構成する主な食材を伝統食ごとに分類し、出現回数累計を各県ごとに集計したものである。ここでは、縦軸を「野菜」、横軸を「米」、記号による表記は「魚」として全体傾向を概観したものである。本研究でアンケート調査を行う山形県の傾向を各都道府県との比較で概観するものである。大分県、富山県、秋田県、福島県、栃木県、山形県は、伝統食の食材として比較的野菜を多用していることが推測される。

第2章では、精進料理の現代的価値に触れ、「長い歴史の中で精進料理が伝播され、各地のお彼岸やお盆と云った日本の郷土色豊かな行事の中に溶け込み、家庭の中に継承されることにより地産地消や食べ物を大切にする気持ちを培ってきた。」と地産地消との係わりに言及したが、地域食材を活用した伝統食は、日常的に食べ続けることにより伝承される。本論では、産直施設の成長に影響を与える可能性を伝統食に対する志向性を一つの要因として考察し、検証することを目的とする。



第13図 産直施設の成長と中小企業数の推移

出所：6次産業化総合調査報告、2015年版中小企業白書



第 1 4 図 産直施設における品目別販売額の推移

出所：6次産業化総合調査「農産物販売所 品目別販売金額」平成22年～平成24年 農林水産省 筆者作成

第14表 都道府県別 日常的に食べている伝統食上位20位と1人当たり販売額  
額相関表

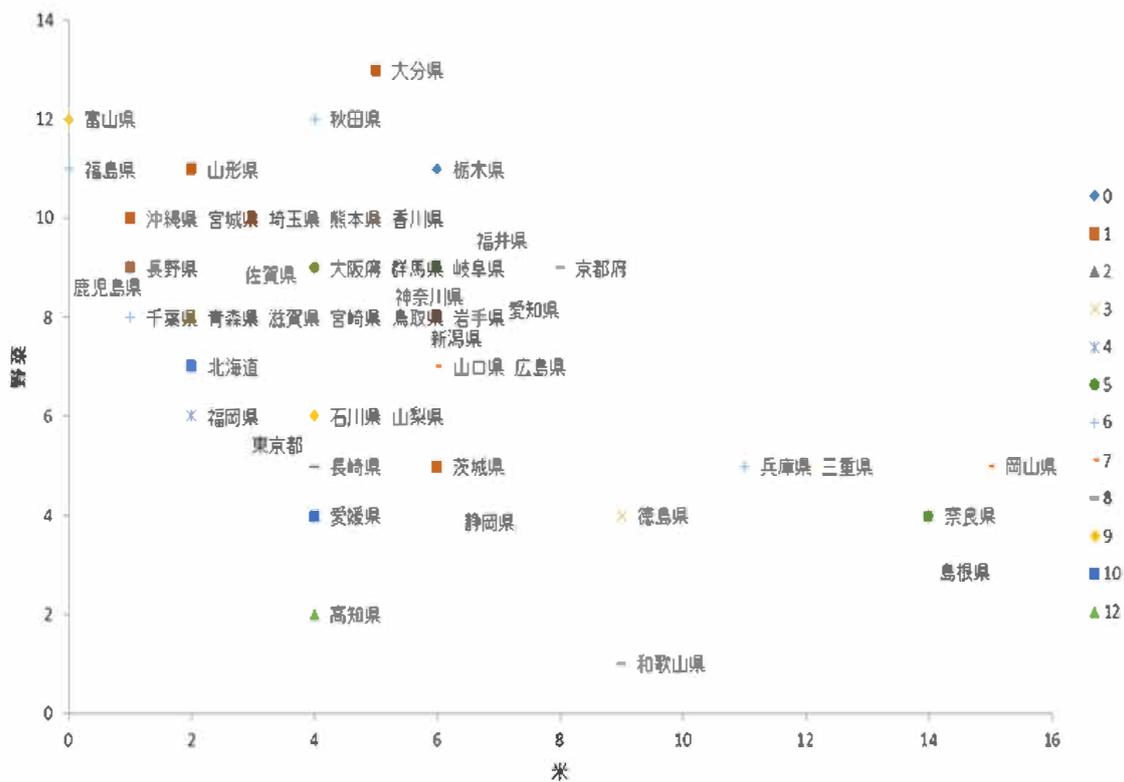
		1人当たり販売額																			
		1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位	11位	12位	13位	14位	15位	16位	17位	18位	19位	20位
Spearman のp-	1人当たり販売額 の相関係数	.410**	.404**	.338*	.275	.246	.285	.292*	.303*	.296*	.300*	.278	.242	.270	.254	.270	.264	.262	.265	.301*	.294*
	有意確率 (両側)	.004	.005	.020	.061	.096	.052	.046	.039	.043	.041	.058	.101	.067	.085	.066	.073	.075	.072	.040	.045

註1) \*\*、\*はそれぞれ  $p < .01$ 、 $p < .05$  の有意水準を示す。

註2) 農林水産省「平成24年度6次産業化総合調査報告『農業生産関連事業の年間販売金額及び事業体数』」のうち「農産物直売所」区分による都道府県別総額に対して、総務省「日本の統計」第2章「人口・世帯」より「都道府県別人口と人口増減率」のうち平成22年道府県別国勢調査人口で除し、県別一人当たり販売額を算出する。

註3) 「農林水産省平成13年度(調査期間平成13年9月1日までの現況)『伝統食を含む食文化の継承及び地域産物の活用への取組状況』」による「日常的に家庭で食べている」代表的な伝統食の各都道府県別データを使用した。参考資料4参照。

米 × 野菜（魚類）



第 15 図 都道府県別 伝統食 20 位による使用食材散布図

註 1) 「農林水産省平成 13 年度（調査期間平成 13 年 9 月 1 日までの現況）『伝統食を含む食文化の継承及び地域産物の活用への取組状況』」による各県の伝統食を構成する主な食材を野菜、米、魚類などに分類して集計したデータを使用した。縦軸は野菜、横軸は米、記号表記は魚類。筆者作成。

- 註 1)農林水産省「平成 24 年度 6 次産業化総合調査報告『農業生産関連事業の年間販売金額及び事業体数』」のうち「農産物直売所」区分による都道府県別総額
- 註 2)総務省「日本の統計」第 2 章「人口・世帯」より「都道府県別人口と人口増減率」のうち平成 22 年道府県別国勢調査人口を使用する。
- 註 3)「農林水産省平成 13 年度(調査期間平成 13 年 9 月 1 日までの現況)『伝統食を含む食文化の継承及び地域産物の活用への取組状況』」は、平成 12 年の「食生活指針」の中で食文化や地域の産物を活かした重要であるとされていることから、地域ごとに特色のある伝統的な食物を含む食文化の継承及び地域産物の活用状況を調査したものである。その中で「市町村でもともと食している場合」のうち「日常的に家庭で食べている」代表的な伝統食の各都道府県別データを使用した。調査方法は、伝統食の具体的内容は地域ごとに多様であることから、調査の実施に当たり、都道府県等からの情報収集に基づいて候補リストを作成した。調査票を全国 3,247 市区町村の農政担当者に回答してもらい、各項目の有効回答数計を 100 とする割合を使用した各都道府県の、高い割合上位 20 位である。ここでいう「伝統食」は主にその地域で生産される農林水産物を用いて加工・調理された食物で、その地域の風土や習慣に合わせて長い年月をかけて形作られたものとし、多少現代風にアレンジされたものも含む。農林水産省より

### 3. 2 分析の枠組み

#### 3. 2. 1 仮説

第 14 表による相関関係から伝統食上位 20 位のうちいくつかの料理は、中程度の強さで  $p < .01$ 、 $p < .05$  の有意水準を示し、産直施設の一人当たり販売額は日常的に伝統食を食べている割合の高さから影響を受けている可能性が推測される。中安(1998)による産直施設の増加要因では、都市消費者のニーズの増大を指摘するが、母から子へ、祖父母から孫へ伝承されているといった、いわゆる伝統食(精進料理を含む)や郷土料理は、食経験が既に存在しており、江原絢子(2009)に従えば、「伝承されるほどに定着した食物摂取に関する生活様式」といった食文化からの影響については言及していない。

戸川(2014)による食文化研究の中では、『食』をめぐる問題点は、『社会的統合』の低下と『個人化』の進行による社会的習慣の弱体化が引き起こす生活習慣病の増加」として「日仏両国における食文化の無形文化遺産の登録は、健康維持に貢献する食生活の『型』を維持するための社会的習慣を支える食文化の構築といった新たな役割を担うもの」としており、食文化の役割として『型』を維持するための社会的習慣を支えるという視点を持つが、地域産業の成長に影響を与える要因としての視点に欠けている。

そのため本論では、地方の産直施設の増加現象に関し、既に存在している食文化がその成長に影響を及ぼしているという仮説を立てた。増田(1989)は、「食生活の変化は、供給サイドによる誘導と単純に考えるべきではなく、生活様式全体の変化に主として起因すると考えるべきではないだろうか」としているように消費生活様式や意識の変化に触れたが、現在の「田園回帰(農林水産省 2014)」に見られる消費者意識の変化は、これまでのライフスタイルに不満や疑問を感じていた消費者の潜在的ニーズの顕在化ともいえるのではないだろうか。地域独自の食文化として伝統食に対する志向性がもたらす購買行動の差異を分析することにより、伝統食を「食べる」「作る」などといった行動や食文化に対する意識の差が産直施設での購買行動に影響を与え、その成長が支えられている可能性を検証する。

本論では、いくつかの複合的要因の1つに前述のような食文化に係わる要因が影響を及ぼしているという仮説を立て検証をすすめていく。

### 3. 2. 2 調査地

調査地は、2014年ユネスコ創造都市として認定された山形県鶴岡市産直施設とした。第15表は事業概要である。1997年に農産物直売施設「産直めぐり」が開設された。その後農産加工所の開設、農家レストランの開設を経て、2008年には「株式会社産直めぐり」と登記された。第16表によれば東北6県中で山形県の産直施設数、販売額が多いことが見て取れる。

第 15 表 産直あぐり事業概要

	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年
売上(単位:千円)	312,072	315,425	302,058	342,832	354,565
来客数(単位:人)	423,088	476,014	467,467	494,793	498,777
雇用者数(単位:人)	12	12	12	12	12
イベント回数(単位:回)	13	13	11	15	15
イベント参加者(単位:人)	58,968	65,087	40,559	46,228	51,768

出所:農林水産省平成20年度「立ち上がる農山漁村」選定事例概要書・株式会社産直あぐりから筆者作成

第 16 表 平成24年度農産物直売所販売額及び事業体数

	総額 (単位:百万円)	事業体数
青森県	13,579	340
岩手県	14,359	490
宮城県	12,775	430
秋田県	6,905	440
山形県	18,315	800
福島県	16,684	580

出所:6次産業化総合調査「年間販売金額及び年間販売金額規模別事業体数割合」農林水産省より筆者作成

### 3. 2. 3 分析方法

山形県鶴岡市「産直あぐり」にて、平成27年5月3日(祝日)、5月8日(平日)、5月10日(休日)、10時~13時に女性100人を対象として調査員4名による聞き取り調査を行った。

調査項目は、①属性に関して、「年代」「同居の有無」「居住地」「産直施設での買い物頻度」とした。②購買に関して、「店員が親切」「生産方法」「めずらしい食材」「生産者」「手作り加工品」「地場産品」「店の綺麗さ」「鮮度の良さ」「イベントへの参加」「宅配の利用」「これからの産直施設の利用」、③食に関する特性として、「料理歴」「伝統行事への関心」「料理への関心」「伝統食を作る度合」「これからも伝統食を作る度合」「伝統食を食べる度合」、④精進料理に対するイメージとして、「高級さ」「健康的」「美食さ」「伝統性」「豪華さ」「洗

練さ」「非日常性」、⑤日常的に食べている伝統食は、「作っており、自らも食べている」「作ることはないが食べている」「作ることもなく、食べていない」、である。

調査票は、「伝統食」という言葉に対する回答者の回答基準値を設けるために山形県の日常的に食べている伝統食上位 20 位を見せて記入した。同時に山形県における日常的に食べる伝統食上位 20 位(1. 芋の子汁 2. ふきの煮もの 3. しそ巻 4. うどとにしんのどんこ煮 5. ぜんまい煮 6. タケノコ汁 7 煮びたし 8. 茄子炒り 9. きのごごはん 10. たけのごご飯 11. からしあえ(ひょう・きくらげ)12. クルミ和え(ごぼう・あけび・カタクリ等)13. けんちん汁 14. くきな煮(菜漬煮・青菜煮・たいな煮等)15. 豆腐(ごま豆腐・南禅寺豆腐等)16. むたあえ(野菜・山菜等)17. 納豆汁 18. 大根の煮あえ 19. たたき(わらびたたき・みずたたき)20. あわびの油焼き(アケビの蒸し焼き))をそれぞれ、「作っており、自らも食べている」「作ることはないが食べている」「作ることもなく、食べていない」を回答者に一つ一つ尋ね記入した。調査票を見ることによって、日常的には意識をしていないが日々の食事に伝統食を食べていることを再認識したという回答者からの感想は重要であった。

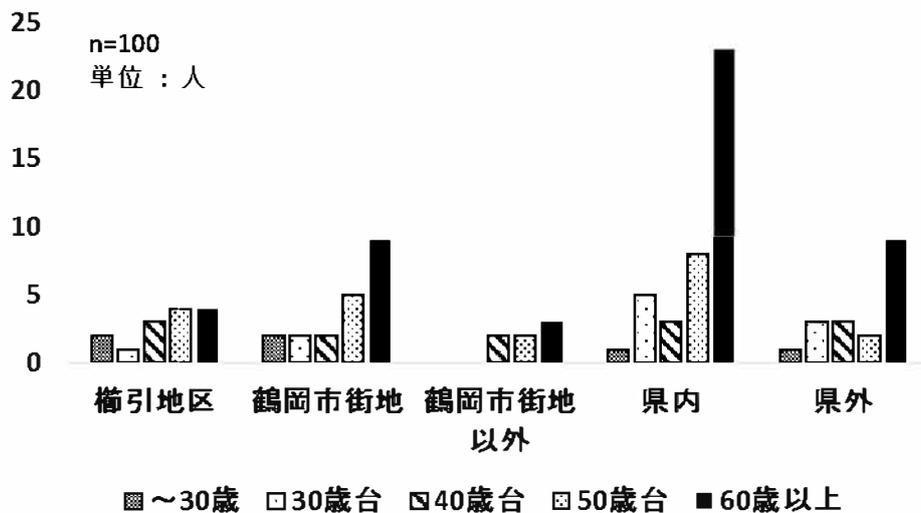
調査項目は、「購買に関する調査項目」、「食に対する特性の調査項目」、「精進料理項目」と多岐にわたることから、これらの項目が影響を与える要因を説明するために、因子分析を行う。これらの因子による相関分析を行い、信頼のおける重回帰分析が可能であるか検証する。特定の伝統食を少なくとも年 1 回食べる消費者の買物金額の  $t$  検定を行い、買物金額による差を検証する。これらの各要因が産直施設の成長を支える要因としてどのような影響を及ぼしているかパス図に示めしていく。本論で使用するアンケート項目「購買に関する調査項目」、「食に対する特性の調査項目」、「精進料理に関する感度項目」は、4 段階評価を用いた順序尺度データであるため、同順位補正をかけた数値を使用する。

### 3.3 分析結果

#### 3.3.1 回答者属性

調査結果は第16図に示したが、回答者は櫛引地区以外の60歳代以上が多く、聞き取り項目には無いが夫婦連れや家族連れの回答者が多く含まれている。総務省統計都道府県別年齢、男女別人口(2014年10月1日現在)では、60歳代以上山形県女性人口比率は、49%であり、本調査でも約半数を占めた60歳代以上と同程度であった。

日常的に農産物の買い物をする場所は、スーパーが約70%と大部分を占めていたが、産直施設での買い物も「週2~3回」17%、「月2~3回」18%、「月1回程度」19%、「年2~3回」13%と買い物先の使い分けをしていることが推測された。



第16図 回答者属性 年代と居住地

出所：アンケート調査より筆者作成

註1) 鶴岡市街地以外には、櫛引地区は入っていない。

註2) 県内には鶴岡市及び鶴岡市街地以外は入っていない。

#### 3.3.2 因子分析

因子分析は、「購買に関する調査項目」「食に対する特性の調査項目」「精進料理項目」により行った。これらの平均値、標準偏差の得

点分布を確認し、すべての項目を分析対象とした。これらの項目に対して主因子法による因子分析を行った。1回目の分析では、7因子が抽出され、固有値の変化を観察すると4因子で累積%が51.85%を占めていた。さらに因子分析を行い、5因子としたものが第17表である。これにより因子の解釈可能性を考慮し、4因子を抽出した。あまり影響を与えないと思われる項目「農作物の知人への宅配」「非日常」「めずらしい食材」は削除した結果、I因子を「食文化因子(伝統食を作っている、伝統食を食べている、これからも伝統食を作りたいですか、料理への関心、伝統行事への関心、料理歴)」、II因子を「グルメ志向因子(豪華さ、洗練さ、高級感、美食)」、III因子を「店舗属性因子I(健康的イメージ、伝統性、店がきれい、鮮度がよい、店員が親切、イベントに参加したいですか、地場産品が豊富)」、IV因子を「生産者情報因子(生産方法、手作り加工品、生産者を知っている)」とした。

内部整合性を検討するため、4因子の下位尺度を信頼性統計量から $\alpha$ 係数をみると、「食文化因子」0.84、「グルメ志向因子」0.82、「店舗属性因子」0.76、「生産者情報因子」0.63であった。「生産者情報因子」は若干低い数値であるが、他は十分な数値を示していた。

第18表によればグルメ志向因子と店舗属性因子に中程度の相関があり  $p < 0.01$  で有意であった。店舗属性因子と生産者情報因子は低い相関があり  $p < 0.01$  で有意であった。

### 3. 3. 3 重回帰分析

第19表では、4因子を独立変数とし、従属変数を「これからも産直施設を利用したいですか」とし、重回帰分析を行った結果、店舗属性因子は  $p < 0.05$ 、生活者情報因子は  $p < 0.01$  であった。さらに店舗属性因子に含まれていた「精進料理項目」である「健康的」「伝統性」を「店舗属性因子I」とし、「購買に関する調査項目」である「店がきれい」「鮮度がよい」「店員が親切」「イベントに参加したいですか」「地場産品が豊富」を「店舗属性因子II」と分離した結果が第20表である。これによれば、因子分析でグループ化した項目のうち、店舗属性因子IIのみが  $p < 0.01$  であった。

分析結果をパス図(第17図)で示すと、4因子の関係性が明瞭に

なる。重回帰分析結果では、店舗属性因子、生産者情報因子からの影響を受けている。因子間相関分析の結果は、店舗属性因子とグルメ志向因子、店舗属性因子と生産者情報因子との間で  $p < 0.01$  で有意、店舗属性因子と食文化因子との間で  $p < 0.05$  で有意という結果となる。

### 3. 3. 4 伝統食クロス集計と $t$ 検定

第 21 表では、「少なくとも年に 1 回伝統食を作る」消費者が「いものこ汁」を作る・食べている人は 84% に上り、そのうち 3,000 円以上の買物額では 30% を占めている。第 22 表では、第 21 表を地区別に区分した結果である。櫛引地区では、3,000 円以上の買物額は 50% を占めていた。第 23 表では、第 21 表で示した伝統食を検定変数とし、一回で使う買物金額を、2,000 円以上、3,000 円以上をグループ化変数とし、 $t$  検定を行った結果、「ふきの煮物」と「大根の煮あえ」では、 $p < 0.05$  で有意な差があった。第 24 表では、1,000 円以上、3,000 円以上では「ぜんまい煮」 $p < 0.01$ 、「大根の煮あえ」は、 $p < 0.05$  で有意な差があった。

第 17 表 アンケート調査項目による因子分析結果

	I	II	III	IV	V
伝統食を作っている	.904	-.019	-.106	-.129	.047
伝統食を食べている	.823	-.045	.048	.012	.090
これからも伝統食を作りたいですか	.737	-.136	.159	-.004	.035
料理への関心	.732	-.032	.015	.084	-.254
伝統行事への関心	.541	.241	-.046	.112	-.090
料理歴	.461	.049	-.210	.041	.001
農作物の知人への宅配	.278	.079	-.017	.189	.098
豪華さ	.105	.859	-.135	.005	-.012
洗練さ	.031	.800	-.028	.014	.061
高級感	-.184	.712	-.040	.110	-.055
美食か粗食か	.097	.618	.118	-.012	-.123
非日常性	-.159	.319	-.075	-.011	.296
店がきれい	.030	-.166	.811	-.154	-.201
鮮度がよい	-.153	-.073	.676	.073	.087
健康的イメージ	-.016	.249	.516	-.157	.237
店員が親切	-.034	.001	.510	.162	-.034
伝統性	.053	.259	.436	-.126	.278
イベントへ参加したいですか	-.045	.036	.433	.176	-.210
地場産品が豊富	.182	-.002	.370	.283	.178
生産方法	-.021	-.100	-.084	.778	.380
手作り加工品	-.055	.106	.321	.541	-.134
生産者を知っている	.160	.140	-.064	.508	.089
めずらしい食材	.030	-.140	-.061	.362	.609
初期の固有値	21.838	14.459	8.613	6.939	
因子間相関					
I	1	.108	.254	.087	.254
II		1	.528	.052	.125
III			1	.148	.303
IV				1	-.154
V					1

第 18 表 因子間相関表

		食文化 因子	グルメ 因子	店舗属性 因子	生産者情報 因子
食文化因子	相関係数	1	.079	.221*	.135
グルメ因子	相関係数		1	.403**	.163
店舗属性因子	相関係数			1	.293**
生産者情報因子	相関係数				1

註 1) \*\*, \*はそれぞれ  $p < .01$ 、 $p < .05$  の有意水準を示す。

第 19 表 産直施設利用に関する重回帰分析

	標準化されていない 係数		標準化 係数	t	有意確率
	B	標準誤差	ベータ		
(定数)	10.189	9.814		1.038	.302
食文化因子	.065	.123	.050	.528	.599
グルメ因子	-.061	.120	-.053	-.510	.611
店舗属性因子	.447	.174	.278	2.573	.012
生産者情報因子	.347	.119	.282	2.907	.005

註 1) 従属変数は「これからも産直を利用したいですか」

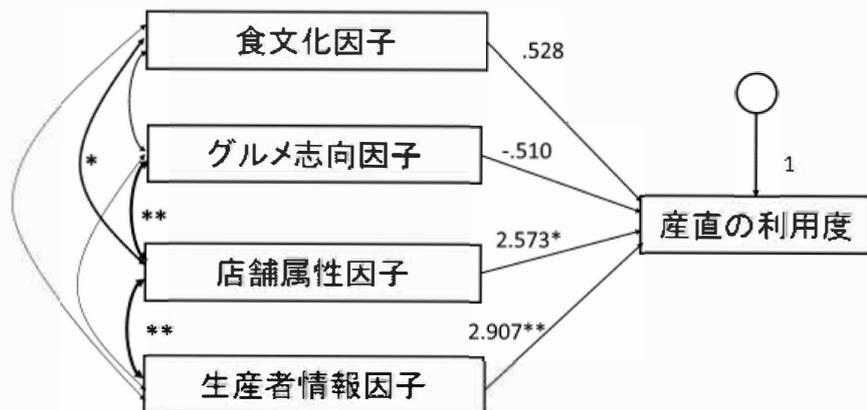
註 2) 決定係数 0.200

第20表 産直施設利用に関する重回帰分析

	標準化されていない 係数		標準化 係数	t	有意確率
	B	標準誤差	ベータ		
(定数)	8.281	9.886		.838	.404
食文化因子	.080	.123	.062	.652	.516
グルメ因子	-.019	.124	-.016	-.152	.879
店舗属性因子 I	-.028	.129	-.026	-.218	.828
店舗属性因子 II	.497	.184	.310	2.705	.008
生産者情報因子	.306	.123	.248	2.487	.015

註 1) 従属変数は「これからも産直を利用したいですか」

註 2) 決定係数 0.214



第17図 パス図

註 1) \*\*, \*はそれぞれ  $p < .01$ ,  $p < .05$  の有意水準を示す。

第 2 1 表 各項目伝統食を少なくとも年に 1 回作る消費者の産直施設での購入額分布 (n=100)

(単位:%)	0 円	1000円 以内	1000円 以上	2000円 以上	3000円 以上	合計
いものこ汁(いもこ煮)	3	2	16	33	30	84
ふきの煮もの	3	2	13	28	30	76
ぜんまい煮 (ぜんまい炒り)	4	1	11	31	30	77
たけのこ汁 (ねまがり筍・月山筍)	4	2	17	34	30	87
たけのこ汁 (ねまがり筍・月山筍)	4	2	17	33	29	85
大根の煮あえ	3	1	14	31	31	80

第 2 2 表 居住地別買物金額と伝統食クロス表

料理名	榎引地区買物の金額				鶴岡市街地 買物の金額				県内 買物の金額				県外 買物の金額				
	回答なし	1000円以上	2000円以上	3000円以上	回答なし	1000円以内	1000円以上	2000円以上	3000円以上	1000円以内	1000円以上	2000円以上	3000円以上	1000円以内	1000円以上	2000円以上	3000円以上
いものこ汁(いもこ煮)	7.1%	21.4%	21.4%	50.0%	5.0%	5.0%	35.0%	35.0%	5.0%	2.5%	12.5%	40.0%	37.5%	0.0%	0.0%	11.1%	33.3%
ふきの煮もの	7.1%	7.1%	14.3%	50.0%	5.0%	5.0%	30.0%	35.0%	5.0%	2.5%	12.5%	37.5%	37.5%	0.0%	0.0%	11.1%	38.9%
ぜんまい煮 (ぜんまい炒り)	7.1%	7.1%	21.4%	50.0%	5.0%	0.0%	15.0%	30.0%	0.0%	2.5%	15.0%	35.0%	37.5%	0.0%	0.0%	22.2%	38.9%
たけのこ汁 (笹たけ(ねまがり筍・月山筍))	7.1%	14.3%	21.4%	50.0%	10.0%	5.0%	40.0%	35.0%	5.0%	2.5%	15.0%	37.5%	35.0%	0.0%	0.0%	22.2%	38.9%
たけのご飯 (笹たけ(月山筍)、もうそう筍)	7.1%	14.3%	21.4%	50.0%	5.0%	5.0%	40.0%	35.0%	5.0%	2.5%	15.0%	37.5%	35.0%	0.0%	0.0%	16.7%	38.9%
大根の煮あえ	7.1%	14.3%	14.3%	50.0%	5.0%	5.0%	35.0%	35.0%	5.0%	0.0%	10.0%	35.0%	37.5%	0.0%	0.0%	22.2%	38.9%

出所：農林水産省「伝統食を含む食文化の継承及び地域産物の活用への取組状況」

(平成 13 年度地域資源の維持管理・活性化に関する実態調査報告書)各都道府県の代表的な伝統食の現状及び総務省統計局「日本の統計」によるアンケート結果による地区別買物額上位より筆者作成 (n=100)

註 1) 料理名ごとに『「自分で作る」「自分で作ったものを食べる」と回答した人』、『「食べる」と回答した人』、『「食べない」と回答した人』があり、本表は『「自分で作る」「自分で作ったものを食べる」と回答した人』を対象としているため合計値は 100% とならない。

第 2 3 表 買物金額の差による t 検定

	2,000円以上		3,000円以上		t値
	M	SD	M	SD	
いものこ汁(いもこ煮)	1.13	0.53	0.97	0.30	1.55
ふきの煮もの	1.34	0.75	1.00	0.43	2.40 *
ぜんまい煮(ぜんまい炒り)	1.16	0.49	1.00	0.43	1.43
たけのこ汁(笹たけ(ねまがり筍・月山筍))	1.11	0.51	1.00	0.43	0.93
たけのこご飯(笹たけ(月山筍)、もうそう筍)	1.13	0.53	1.00	0.35	1.21
大根の煮あえ	1.21	0.62	0.94	0.24	2.48 *

註 1) \*は  $p < .05$  の有意水準を示す。

註 2) M 平均値 (mean) SD 標準偏差 (Standard Deviation)

第 2 4 表 買物金額の差による t 検定

	1,000円以上		3,000円以上		t値
	M	SD	M	SD	
いものこ汁(いもこ煮)	1.18	0.50	0.97	0.30	1.78
ふきの煮もの	1.45	0.80	1.00	0.43	2.44
ぜんまい煮(ぜんまい炒り)	1.45	0.67	1.00	0.43	2.81 **
たけのこ汁(笹たけ(ねまがり筍・月山筍))	1.18	0.59	1.00	0.43	1.24
たけのこご飯(笹たけ(月山筍)、もうそう筍)	1.23	0.69	1.00	0.35	1.43
大根の煮あえ	1.45	0.86	0.94	0.24	2.74 *

註 1) \*\*, \*はそれぞれ  $p < .01$ ,  $p < .05$  の有意水準を示す。

註 2) M 平均値 (mean) SD 標準偏差 (Standard Deviation)

### 3. 4 小括

本研究では、家庭で日常的に食べている伝統食に対する行動と精進料理に対するイメージを指標として、食文化によって産直施設の成長が影響を受けているという仮説を検証した結果、これまであまり消費者行動の中で関係性に着目されていなかった食文化要因として、消費者の健康や伝統性に対する志向を数値化した。パス図では、食文化因子、店舗属性因子、生産者情報因子が産直の利用度へ正の影響を与えていた点が明らかになり、店舗属性因子の中でグループ化された購買行動項目と精進料理項目が融合して一つの群となった点や因子相互の関係性が有意となった点にも着目したい。

また、少なくとも年一回作る消費者は、「ふきの煮物」「大根の煮あえ」「ぜんまい煮」では買物金額の差が有意であった。このように消費志向性により購入額に影響があることは、食文化の一形態としての伝統食を「食べる」行為が買物行動へ影響を与えるものとして捉えられる。このような「食べる」行為が「食べ続ける」行為として継続されることにより、地域の食材を「買い続ける」行動として顕在化するものと考えれば、わが国の食を守るために必要な文化の伝承の有効性を示唆するものと考察できよう。利便性だけでは捉えられない家庭で作る料理の役割は、生産と消費、効率性と非効率性、経済価値と文化価値といったパラドックスのように感じられる。産直施設という社会システムの中で、地域食材を主要な材料として食べ続けられている伝統食の存在により地域内での購買額への影響がみられることは、家庭内で食べさせられている受動的な存在からの影響も忘れてはならないだろう。伝統食を食べるだけの人の存在も家庭内からの「食べたい」という需要の源泉と捉えられ、新たな消費者の購買行動を起こす要因となる食文化の可能性を示唆するものと考察された。

参考資料 3

記述統計量					
	度数	最小値	最大値	平均値	標準偏差
鮮度 重要度*	100	0	4	3.83	.514
地場産 重要度	100	0	4	3.60	.752
伝統食を作り続けたいか	100	0	4	3.44	.756
伝統食を食べる度合い	100	0	4	3.38	.789
めずらしさの重要度	100	0	4	3.34	.901
料理への関心度	100	0	4	3.30	.810
健康的な度合い	100	0	4	3.23	1.188
伝統性	100	0	4	3.18	1.175
生産方法の重要度	100	0	4	3.15	.957
店のきれいさ	100	0	4	3.13	1.308
伝統食を作る度合い	100	0	4	3.12	.967
料理歴	100	0	4	3.03	1.123
伝統行事への関心度	100	0	4	2.93	.998
お店の人の態度	100	0	4	2.87	1.220
生産者情報	100	0	4	2.73	1.127
手作り加工品の重要度	100	0	4	2.63	1.228
非日常性	100	0	4	2.58	1.065
高級感の度合い	100	0	4	2.38	1.090
美食か粗食か	100	0	4	2.34	1.289
洗練さ	100	0	4	2.26	1.079
イベントの重要度	100	0	4	2.09	1.129
豪華さ	100	0	4	2.09	1.006
宅配の利用度	100	0	4	1.96	1.100

参考資料 4

日常的に家庭で食べている上位 20 品目でみた現状 (山形県)

(単位：%)

代表的な伝統食	市区町村でもともと食している場合				市区町村ではもともと食されていない
	日常的に家庭で食べている	行事食として食べている	郷土料理店など特定の場所でしか食べない	今はほとんど食べていない	
いものこ汁(いもこ煮)	97.7	2.3	-	-	-
ふきの煮もの	97.7	-	-	-	2.3
しそ巻	95.5	4.5	-	-	-
うどとにしんのどんころ煮	93.2	-	-	2.3	4.5
ぜんまい煮(ぜんまい炒り)	93.2	6.8	-	-	-
たけのこ汁(笹たけ(ねまがり筍・月山筍))	90.9	2.3	4.5	2.3	-
煮びたし	90.9	-	2.3	2.3	4.5
なす炒り(なすごんげん)	88.6	-	-	4.5	6.8
きのこごはん(まえたけごはん・すすたけごはん)	86.4	11.4	2.3	-	-
たけのこご飯(笹たけ(月山筍)、もうそう筍)	86.4	6.8	2.3	2.3	2.3
からしあえ(ひょう、きくらげ、等)	86.4	2.3	4.5	2.3	4.5
くろみあえ(ごぼう、あけび、かたくり等)	86.4	4.5	2.3	4.5	2.3
けんちん汁	84.1	-	4.5	6.8	4.5
くきな煮(菜漬煮、青菜煮、たいな煮等)	79.5	2.3	2.3	13.6	2.3
豆腐(ごま豆腐、南ぜん寺豆腐、六浄豆腐等)	79.5	15.9	2.3	-	2.3
ぬたあえ(野菜、山菜等)	77.3	4.5	-	4.5	13.6
納豆汁	70.5	25.0	-	4.5	-
大根の煮あえ	70.5	-	-	4.5	25.0
たたき(わらびたたき、みずたたき)	68.2	4.5	2.3	6.8	18.2
あわびの油焼き(あけびのむし焼き)	68.2	2.3	9.1	9.1	11.4

出所：「農林水産省平成 13 年度(調査期間平成 13 年 9 月 1 日までの現況)

『伝統食を含む食文化の継承及び地域産物の活用への取組状況』

註 1) 数値は、各都道府県の市区町村数に占める回答市区町村数の割合。

註 2) 日常的に家庭で食べている品目で上位 20 品目を掲載した。

## 第4章 地域資源としての食文化の可能性

小規模企業の振興は、人口構造の変化、国際化及び情報化の進展等の社会的環境変化に伴い、小規模であるが故に持つ可能性とリスクを共存させながら進化を続けている。このような小規模企業は個別性の強いニッチ市場を自ら開拓あるいは創造し、小さなイノベーションを重ね続けている。和食のユネスコへの無形文化遺産登録という流れの中で日本食への関心が高まったが、郷土食や伝統食といった個別性の強い食文化への関心も深まっている。地方の小さな旅館や飲食店などと一体となった観光資源として、新たな価値を形成する要因の1つとして認識されるものと考察する。これらの潜在力分析を通じ、更に新たな地域再生の可能性を検証するものである。

### 4.1 地域再生の可能性と課題

人口減少や少子高齢化といった地域課題が多様化・深刻化し、社会構造が大きく変化している。我が国の事業者<sup>註1)</sup>数および事業所<sup>註2)</sup>数は、1986年までは増加傾向だったが、それ以降は減少に転じている。小規模事業所数の経年推移を業種別に見ると「小売業」はピーク時から50%減、「製造業」は46%減と半減している。小売業に含まれる飲食店等や飲食料品小売業の減少も著しい。サービス業・医療福祉の増加等、経済構造の変化とともに地域特性やニーズを反映した産業の多様化が進んでいる<sup>註3)</sup>。このような中で、2014年には小規模企業振興基本法が施行され、小規模事業者の減少に歯止めをかける施策が展開され、その持続的発展が支援されている。

大企業の集積による一極集中型の首都圏と中小・零細企業が混在する地方都市との違いの1つには、農業生産が地域社会や経済の根底を支えているかどうかという点があげられる。TPP等の流れの中でその存続が危惧される農業では、強い農業や自立した農業という流れも顕著となっ

ている。2007年には地域資源活用促進法、2008年には農商工連携促進法が施行され、地域資源を活用した商品開発や中小企業者と農林漁業者等との連携の取り組みが進められてきた。2010年には6次産業化・地産地消法が施行され、農業生産者自身が食品加工や流通、販売という領域に協力者を得ながら推進されている。このような流れの中で1次産業における小さな変化が新たな再生と変革の流れを創り出しているケースが散見されるようになってきた。さらに2013年には「和食」がユネスコ無形文化遺産代表一覧表記<sup>註4)</sup>となり、内外からの日本の食に対する評価も高まりを見せている。

このような現象を捉え、潜在的な資源として食文化の可能性に着目する。伝統食に対する志向性が農家レストラン及びイタリア食堂での飲食に係る行動に影響を与える要因という仮説を立て、地域課題である地域再生に向けた潜在力<sup>註5)</sup>としての役割を検証する。

註1) 法人や団体では、企業があり、国や地方公共団体が保有する公企業やそうでない私企業など普通法人、つまり株式会社・有限会社などの会社、宗教法人や医療法人などの公益法人、公共法人など、法人はすべて事業者である。個人事業者については、小売業や卸売業をはじめ、賃貸業や取引の仲介、運送、請負、加工、修繕、清掃など、業を営んでいる者自営業はすべて事業者とされる。さらに、医師、弁護士、公認会計士、税理士、中小企業診断士など自由業も事業者になる。個人の場合、サラリーマンのサイドビジネスが事業かどうかという見解に関しては駐車場貸付などで国税不服審判所が見解を示し、消費税上の事業と認めるのが相当である、とした。このため事業は反復、継続、独立して行う、事業の判定上その規模は問わない、という事項に該当すれば、消費税法上は事業と判定される。

※小規模事業者も同様

註2) 事業を行う施設が存在するところ。

※小規模事業所も同様

註3) 経済産業省「2015年版小規模企業白書」、2015年。

註4) 2003年の第32回ユネスコ総会で採択された「無形文化遺産の保護に関する条約」

の第2条では、「無形文化遺産とは、慣習、描写、表現、知識及び技術並びにそれらに関連する器具、物品、加工品及び文化的空間であって、社会、集団及び場合によっては個人が自己の文化遺産の一部として認めるものをいう」と定義している。同条約においては、無形文化遺産の重要性についての意識を向上させるために、ユネスコ内に設置された無形文化遺産保護に関する政府間委員会によって、人類の無形文化遺産の代表的な一覧表 (Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity) を作成することとされている (第16条)。また、条約採択前に人類の口承及び無形遺産の傑作 (Masterpieces of the Oral and Intangible Heritage of Humanity) として宣言されたものは、一覧表に記載されることになっている (第31条)。この一覧への記載がされたことを意味する。

註 5) 潜在力は、「表面には現れていない能力や成長する力、などの意味で使われる表現。潜在的な能力」といった意味を持つが、本論では、食文化を地域資源として捉え、「農山漁村の有するポテンシャル (潜在) 力を十分に引き出すことにより農業・農村全体の所得を今後10年間で倍増させることを目指し、我が国全体の成長に結びつけるとともに美しく伝統ある農山漁村を将来にわたって継承していくこと。」で示す潜在力とする。「農林水産業・地域の活力創造プラン」農林水産業・地域の活力創造本部, 2014年。

#### 4. 2 研究の目的

一般的に資源という言葉を知ると、化石燃料、木材、鉱物、水などの「原料」を思い浮かべるが、佐藤仁(2008)は「働きかけの対象となる可能性の束」と定義し、更に人、知識、ネットワークなども対象としている。ここでは、地域資源活用促進法、農商工等連携促進法、6次産業化・地産地消費を講じる中で具体的に資源として謳われているものを整理する。

地域資源活用促進法では、地域産業資源として、①自然的経済的社会的条件からみて一体である地域 (以下単に「地域」という。) の特産物として相当程度認識されている農林水産物又は鉱工業品、②前号に掲げる鉱

工業品の生産に係る技術、③文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの、としている。農商工等連携促進法では、中小企業者と農林漁業者が有機的に連携し、それぞれの経営資源を有効に活用するとし、経営資源とは、設備、技術、個人の有する知識及び技能その他ビジネスノウハウ、知的財産権等を含む事業活動に活用される資源一般を指す。6次産業化法では、農林水産物等及び農山漁村に存在する土地、水その他の資源としている。このように異なる多方面からの観点により資源を捉えているが、地域産物などを活用し地域を支える産業の形成を目指している。

David Throsby(2002)は文化産業論の中で、文化産業論に於いて、消費者の心情、生活レベル、知識レベルにより、文化の消費行為が影響されることを示し、「人が音楽、文学、演劇、視覚芸術などを楽しみ、芸術を消費するのにお金を使おうという意欲は、こうした芸術分野への知識や理解力に関連することは明らかである」とし、無形の芸術に対する消費行為の源泉を示唆している。

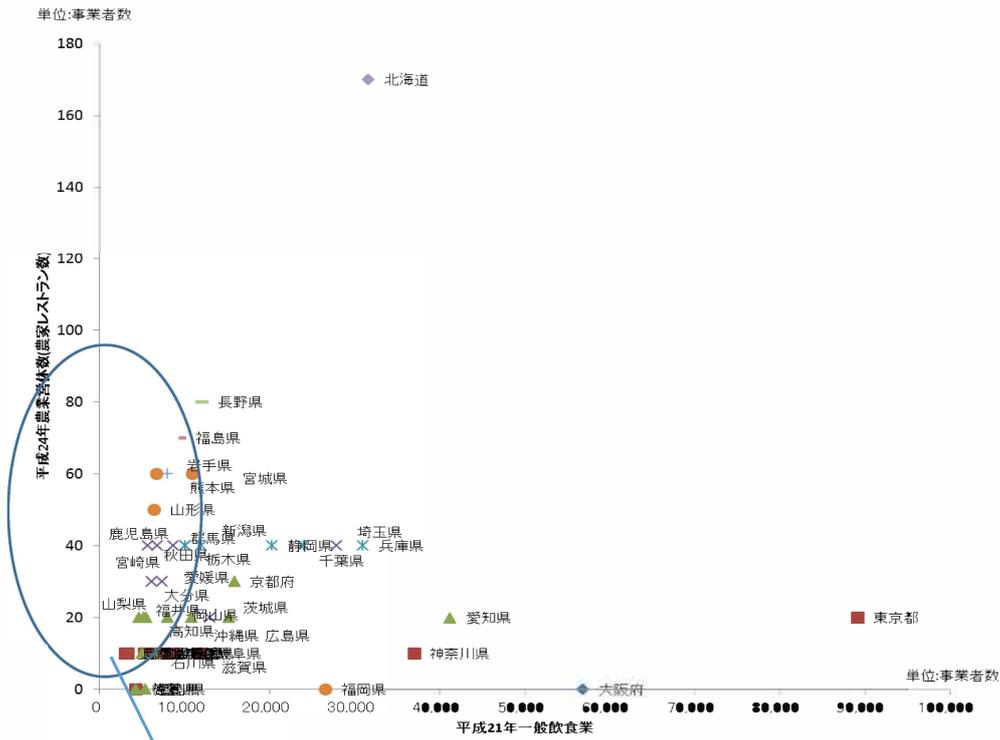
芳賀登(1998)によれば「食文化領域での研究は、第二次世界戦以前のごく少数の先覚者の著書が確認されるが、戦後の国民の食文化への関心の高まりと共に広範な学問分野の研究者により多角的で学問的水準の高い業績が積み重ねられてきた」とし、現在に連なる食文化への関心に関する流れを明らかにしている。江原絢子(2009)は、「食文化とは民族・集団・地域・時代などにおいて共有され、それが一定の様式として習慣化され、伝承されるほどに定着した食物摂取に関する生活様式をさす」と位置づけており、『食物摂取に関しての生活様式』とは、食料の生産、流通から、これを調理・加工して配膳し、一定の作法で食するまで、としてとらえている。このような領域で広範な研究がされて来たが、食文化の持つ潜在力を検証する試みは行われていなかったのでは無いただろうか。そのような視座に立ち、前述した David Throsby(2002)による「芸術分野への知識や理解力」を「食分野への知識や理解力」と援用し、「食を楽しみ、食を消費するのにお金を使おうという意欲」が食文化という領域で同様に生じるか

検証を試みる。

#### 4. 3 調査対象と方法

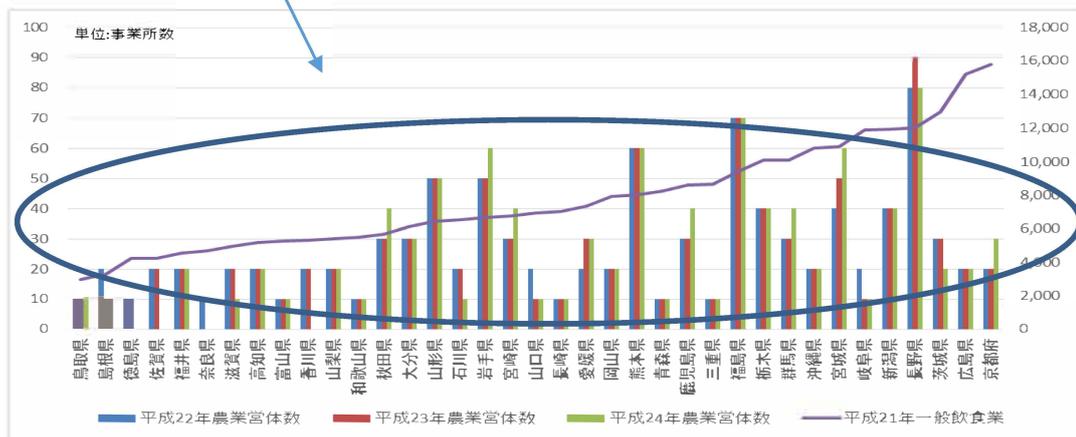
首都圏と地方の経済構造は大きく異なる。飲食店に着目すれば、第 18 図のように首都圏における圧倒的な飲食店数、地方都市では農家レストランの存在が浮かび上がってくる。第 19 図のように農家レストラン数の地域差が大きいことも見て取れる。我が国の GDP1% を占めるに過ぎない農業生産だが、近年は、農家レストランや産直施設といったビジネスとしての側面も併せ持つ農業生産者が出現している。

本論では、少子高齢化やグローバル化の進展等により疲弊している地方都市における地域再生に必要な潜在力を「食文化」の観点から読み解くものである。食分野への知識や感性が食を楽しむ、食を消費するという消費行動にどのような影響を与えるか、アンケート調査によりその潜在力の一端を検証していく。



第 18 図 都道府県別一般飲食業数と農家レストラン数

出所：「平成 21 年経済センサス 産業横断的集計 基礎調査」「平成 24 年 6 次産業化総合調査」より筆者作成



第 19 図 都道府県別一般飲食業数と農家レストラン数

出所：「平成 21 年経済センサス 産業横断的集計 基礎調査」「平成 24 年 6 次産業化総合調査」より筆者作成

註 1) 第 18 図 一般飲食店数 20,000 事業所以下を使用し、第 17 図では不鮮明な県別数を示す。

調査地は、山形県内で2か所設定した。1つは、2014年ユネスコ創造都市として認定された鶴岡市(人口13万人)にある農家レストラン(民宿)知憩軒とした。1999年に開業し現在に至る。2007年より選定が開始し2009年までに100名となった『農林漁家民宿おかみさん100選』における山形県の1軒である。その選定基準は「自身の農林漁家民宿経営の安定に成功し、地域の活性化にも影響力を発揮している農林漁家民宿経営の女性」としている。ふたつめは、新庄市(人口4万人弱)にあるイタリア食堂トラットリアノンノとした。祖父の土地に店舗を作り自家製野菜や地場産品を使用した地産地消志向のイタリア料理店である。新庄市は中世に築かれた沼田城の城下町である。鶴岡市も庄内藩酒井氏の城下町である。

知憩軒の調査期間は、2015年6月10日から2015年6月30日迄とし、食事をする来店客に直接アンケート用紙を手渡し、来店客が直接記入する。回答者のプロフィール項目は、「年代」「住まい」「目的」とし、店の利用に関する項目は「宿泊」「食事」に分け、別に再来店希望項目を設けた。食に関する意識項目は、「料理歴」「伝統行事への関心」「料理への関心」「伝統食を作っている」「伝統食を食べている」「伝統食をこれからも作りたい」、とした。精進料理に対するイメージ項目として、「高級さ」「健康的」「美食」「伝統的」「豪華さ」「洗練さ」「非日常」、項目とした。

伝統食という言葉の定義に関しては、農林水産省「平成13年伝統食を含む食文化の継承及び地域産物の活用への取組状況」より「各都道府県の代表的な伝統食の現状」による「日常的に家庭で食べている上位20品目でみた現状」での日常的に食べている伝統食20位を印字した都道府県別資料を添え、伝統食の基準値とした。

イタリア食堂トラットリアノンノの調査期間は、2015年8月3日から2015年9月11日迄とし、食事をする来店客に直接アンケート用紙を手渡し、来店客が直接記入する。回答者のプロフィール項目は、「年代」「住まい」とし、店の利用に関する項目は、食材にこだわった食事の回数、再来店希望項目を設けた。食に関する意識項目は、「料理歴」「伝統行事への

関心」「料理への関心」「伝統食を作っている」「伝統食を食べている」「伝統食をこれからも作りたい」、とした。精進料理に対するイメージ項目として、「高級さ」「健康的」「美食」「伝統的」「豪華さ」「洗練さ」「非日常」、項目とした。

また、筆者により 2015 年 5 月 3 日～5 月 10 日に産直施設<sup>註 1)</sup>で行った同様のアンケート調査による食に関する意識項目、精進料理に関するイメージ項目を比較のための参考資料として使用する。分析は、SPSS により全体像の把握のために記述統計、項目が影響を与える要因を説明するために、因子分析を行い、これらの因子による関係性を見るために相関分析を行う。農家レストラン、イタリア食堂それぞれ  $t$  検定を行い、食に関する意識項目、精進料理に対するイメージ項目に対して、再来店希望項目である「是非来たい」、「機会があれば来たい」の差を検討する。回答者は、食事中の短時間での記入と高齢者も含まれるため順序尺度による簡易な 4 段階データを使用する。そのためデータ解析には同順位補正を行ったデータを使用する。

註 1) 経済産業省「地域活性化 100」、p38、2015 年、産直めぐり。

#### 4. 4 分析結果

第 25 表では、農家レストラン・イタリア食堂別の来店者の内容を示した。農家レストランには 30 歳代、イタリア食堂には 50 歳代の来店客が多い。第 26 表では、来店者の居住地を示したが、農家レストランは県外客が多く、イタリア食堂では地元客が多いことが分かる。

第 25 表 店舗と住まいのクロス表

年代		～30歳	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	合計
地区内 [市内]	イタリア食堂	11.2%	12.4%	9.0%	16.9%	6.7%	56.2%
	農家レストラン	1.1%	<b>18.0%</b>	4.5%	4.5%	15.7%	43.8%
地区内 [市外]	イタリア食堂	2.9%	8.6%	20.0%	<b>25.7%</b>	0.0%	57.1%
	農家レストラン	2.9%	14.3%	2.9%	8.6%	11.4%	42.9%
県内	イタリア食堂	2.6%	15.4%	12.8%	<b>20.5%</b>	17.9%	69.2%
	農家レストラン	2.6%	5.1%	7.7%	10.3%	5.1%	30.8%
県外	イタリア食堂	2.1%	3.1%	2.1%	4.1%	4.1%	16.5%
	農家レストラン	8.2%	<b>16.5%</b>	14.4%	11.3%	25.8%	83.5%

註 1) 回答なしを除く。

註 2)  $\chi^2=22.56$   $df=5$   $p<.001$

註 3) 地区とは、農家レストランでは「庄内」及びイタリア食堂では「最上」。市内及び市外とは、農家レストランでは「鶴岡市」、イタリア食堂とは「新庄市」

註 4) 県内には地区は含まれない。

第 26 表 来店者居住地

	農家レストラン (n=149)	イタリア食堂 (n=131)
地域内	51	79
県内	28	19
茨城	1	0
横浜	1	0
岩手	2	0
宮崎	1	0
宮城	12	0
群馬	2	0
埼玉	2	0
秋田	2	0
新潟	1	1
神戸	0	2
神奈川	7	0
青森	2	0
静岡	2	0
仙台	8	2
千葉	7	2
大阪	3	2
大崎市	0	2
東京	12	3
栃木	2	0
福島	1	0
兵庫	2	1
	149	113

註 1) 回答なしを除く

註 2) 「地域内」とは農家レストランでは「庄内」(鶴岡市)及び(鶴岡市以外)であり、  
イタリア食堂では、「最上」(新庄市)及び(新庄市以外)である。

註 3) 県内には地域内は含まれない。

第 27 表によれば、伝統行事への関心は「関心がある」「とても関心がある」の合計 163 件、第 28 表によれば、料理への関心は「関心がある」「とても関心がある」210 件であり、料理への関心のほうが高い傾向にある。また、農家レストランのほうが伝統行事や料理への関心は高い傾向にある。

第 20 図によれば、全体的にイタリア食堂及び農家レストランでは、「伝統食を作っている」という回答は同傾向にあり、産直施設と大きく異なる。第 21 図の「伝統食を食べている」回答でも、同様の傾向にある。産直施設の 60 歳代の層ではよく食べている傾向にある。第 22 図では、全体的の傾向は同じだが、60 歳代以上の層ではこれからも作りたいという意識にそれぞれ差がある。

第 27 表 伝統行事への関心

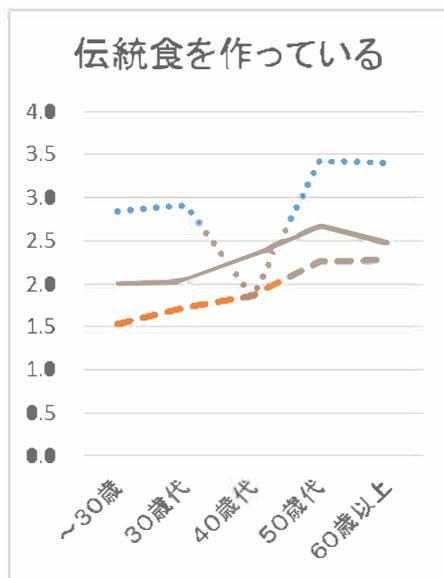
	農家レストラン (n=149)	イタリア食堂 (n=113)	合計
関心がない	4	5	9
あまり関心がない	37	49	86
関心がある	76	50	126
とても関心がある	28	9	37

註 1) 回答なしを除く

第 28 表 料理への関心

	農家レストラン (n=149)	イタリア食堂 (n=113)	合計
関心がない	3	0	3
あまり関心がない	18	30	48
関心がある	81	68	149
とても関心がある	46	15	61

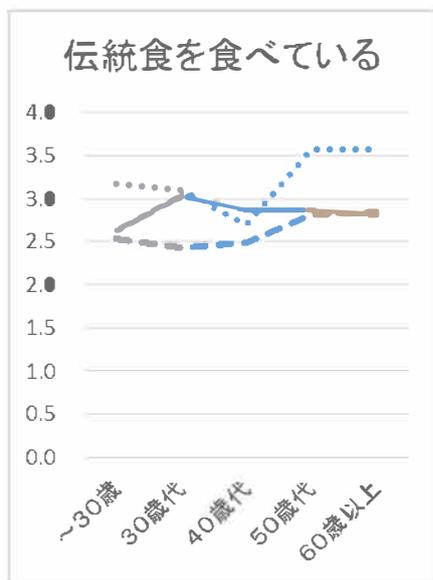
註 1) 回答なしを除く



産直施設 農家レストラン イタリア食堂

第 2 0 図 精進料理項目年代別平均値比較

註 1) 4 段階回答アンケート調査より筆者作成



産直施設 農家レストラン イタリア食堂

第 2 1 図 精進料理項目年代別平均値比較

註 1) 4 段階回答アンケート調査より筆者作成

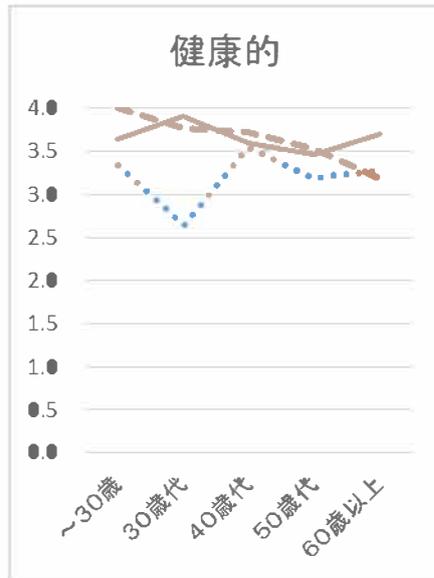


..... 産直施設    - - - - 農家レストラン    ——— イタリア食堂

第 2 2 図 精進料理項目年代別平均値比較

註 1) 4 段階回答アンケート調査より筆者作成

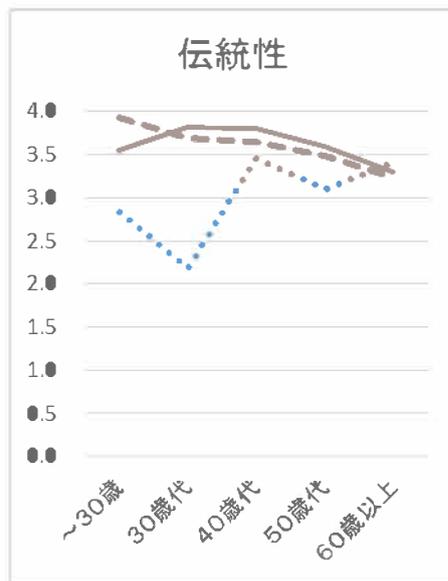
第 23 図、第 24 図によれば、精進料理項目の「健康的」「伝統的」に対して、3 比較で同様の傾向が見て取れる。農家レストランでの特徴的な点は ~30 歳代の層が高い傾向にある。産直施設では 30 歳代が特徴的に低くなっている。第 25 図「洗練さ」では、農家レストランでは世代間の差は見られないが、イタリア食堂では 40 歳代、50 歳代が高い傾向にある。第 26 図「高級感」、第 27 図「豪華さ」は、3 比較で同様の傾向がみられる。



..... 産直施設    - - - 農家レストラン    — イタリア食堂

第 2 3 図 精進料理項目年代別平均値比較

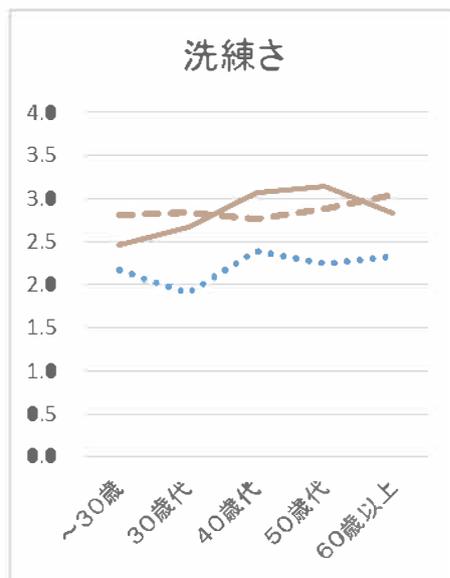
註 1) 4 段階回答アンケート調査より筆者作成



..... 産直施設    - - - 農家レストラン    — イタリア食堂

第 2 4 図 精進料理項目年代別平均値比較

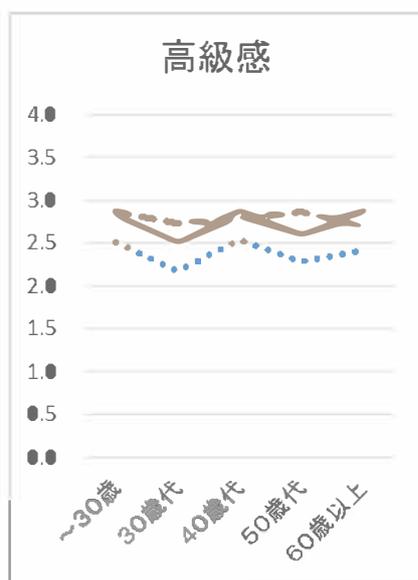
註 1) 4 段階回答アンケート調査より筆者作成



..... 産直施設    - - - 農家レストラン    — イタリア食堂

第 2 5 図 精進料理項目年代別平均値比較

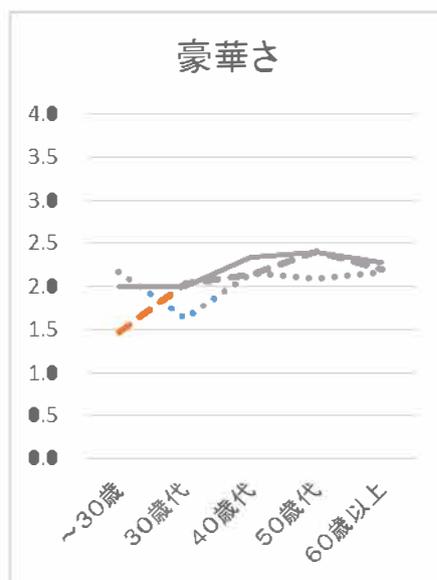
註 1) 4 段階回答アンケート調査より筆者作成



..... 産直施設    - - - 農家レストラン    — イタリア食堂

第 2 6 図 精進料理項目年代別平均値比較

註 1) 4 段階回答アンケート調査より筆者作成



..... 産直施設    - - - - 農家レストラン    ——— イタリア食堂

第 27 図 精進料理項目年代別平均値比較

註 1) 4 段階回答アンケート調査より筆者作成

すべての項目に対して主因子法による因子分析を行った。固有値の変化は、3.274、2.205、1.377、1.102 であった。3 因子目で累積%は 52.735 となった。そのため再度 3 因子を仮定して、主因子法で Promax 回転による因子分析を行い、その結果因子負荷量が 0.400 以下の項目を分析から削除した。再度主因子法で Promax 回転による因子分析を行った。

その結果は第 29 表に示したが、回転前の 3 因子で全項目の全分散を説明する割合は、59.619 である。これにより、必要とすべき 3 因子を抽出した。

第 I 因子は、「伝統行事への関心」「料理への関心」「伝統食を作っている」「伝統食を食べている」「伝統食をこれからも作りたい」とう項目で「食文化特性因子」とした。第 II 因子は、精進料理項目の中で懐石料理などに連なるグルメ感度として「高級さ」「豪華さ」「洗練さ」項目であり「精進料理グルメ志向」、第 III 因子は、精進料理項目の中で「伝統的」「健康的」であり、そのイメージが伝統的で健康的な食に関する感度として「伝統的健康志向」とした。

次に内部整合性を検討した。三因子の信頼性分析を行い、「食文化特性因子」の $\alpha$ 係数 0.771、「伝統的健康志向」0.715、「精進料理グルメ志向」0.671 とやや低かった。第 30 表のように食文化志向性の下位尺度間相関では、3 つの下位尺度は互いに有意な正の相関を示した。

第 29 表 食文化志向尺度の因子分析結果

農家レストランn=149 イタリア食堂n=113	因子		
	I	II	III
伝統食を食べている	<b>.776</b>	-.156	.003
伝統食を作っている	<b>.717</b>	.018	-.139
伝統食をこれからも作りたいですか	<b>.520</b>	.051	.127
料理への関心	<b>.497</b>	.116	.087
伝統行事への関心	<b>.459</b>	.076	-.001
豪華さ	.034	<b>.745</b>	-.197
高級感	-.023	<b>.618</b>	.149
洗練さ	.018	<b>.536</b>	.103
健康的イメージ	-.010	-.059	<b>.760</b>
伝統性	.032	.046	<b>.743</b>
因子間相関			
I	1	.305	.127
II		1	.395
III			1

註 1) 因子抽出法は、主因子法による。

註 2) 回転法: Kaiser の正規化を伴うプロマックス法

第 30 表 食文化志向の尺度間相関

		食文化特性	伝統的健康志向因子	精進料理グルメ志向因子
食文化特性	相関係数	1.000	.169**	.211**
	有意確率 (両側)		.006	.001
	度数	262	262	262
伝統的健康志向 因子	相関係数	.169**	1.000	.315**
	有意確率 (両側)	.006		.000
	度数	262	262	262
精進料理 グルメ志向因子	相関係数	.211**	.315**	1.000
	有意確率 (両側)	.001	.000	
	度数	262	262	262

註 1) \*\*は、 $p < .01$  の有意水準を示す。

第 31 表では、すべての項目に対する農家レストランの来店に関する項目「是非来たい」「機会があれば来たい」との差を検討するためにグループ統計量を出し、平均値、標準偏差を示した。第 32 表では、農家レストランの来店に関する項目「是非来たい」「機会があれば来たい」との差を検討した。「料理歴」では、「機会があれば来たい」が「是非来たい」より  $p < 0.01$  と有意に高い得点であった。「伝統食をこれからも作りたい」では、「是非来たい」が「機会があれば来たい」より  $p < 0.01$  で有意に高い得点であった。「料理への関心」「健康的イメージ」「伝統性」では、「是非来たい」が「機会があれば来たい」より  $p < 0.05$  で有意に高い得点であった。同様にイタリア食堂の第 33 表では、すべての項目に対するイタリア食堂の来店に関する項目「是非来たい」「機会があれば来たい」との差を検討するためにグループ統計量を出し、平均値、標準偏差を示した。第 34 表では、「伝統行事への関心」「伝統食を食べている」「洗練さ」で「是非来たい」が「機会があれば来たい」より  $p < 0.05$  で有意に高い得点であった。

第 3 1 表 農家レストラン グループ統計量

これからの来店 農家レストランn=149	うち欠損値除く 138	度数	平均値	標準偏差
料理歴	是非来たい	88	62.813	31.9413
	機会があれば来たい	50	86.650	43.9008
伝統行事への関心	是非来たい	88	77.142	40.9572
	機会があれば来たい	50	64.250	33.9093
料理への関心	是非来たい	88	79.665	39.2231
	機会があれば来たい	50	64.070	35.9362
伝統食を作っている	是非来たい	88	73.773	40.1229
	機会があれば来たい	50	78.120	42.3437
伝統食を食べている	是非来たい	88	76.500	40.8881
	機会があれば来たい	50	70.600	32.6024
伝統食をこれからも作 りたいですか	是非来たい	88	83.551	35.2083
	機会があれば来たい	50	63.530	31.4293
高級感	是非来たい	88	73.313	36.2839
	機会があれば来たい	50	79.320	39.8805
健康的イメージ	是非来たい	88	82.455	20.8519
	機会があれば来たい	50	68.780	32.8301
美食か粗食か	是非来たい	88	81.869	39.1047
	機会があれば来たい	50	71.270	38.7661
伝統性	是非来たい	88	81.506	29.9289
	機会があれば来たい	50	67.160	36.6593
豪華さ	是非来たい	88	74.188	41.4604
	機会があれば来たい	50	79.520	37.2133
洗練さ	是非来たい	88	77.563	43.3681
	機会があれば来たい	50	72.310	34.7082
非日常性	是非来たい	88	79.591	40.8049
	機会があれば来たい	50	70.320	40.3794

第32表 農家レストラン 来店期待に関する t 検定の結果

農家レストランn=149 うち欠損値除く 138	是非来たい		機会があれば来たい		t値
	M	SD	M	SD	
料理歴	62.81	31.94	86.65	43.90	-3.37 **
伝統行事への関心	77.14	40.96	64.25	33.91	1.89
料理への関心	79.66	39.22	64.07	35.94	2.37 *
伝統食を作っている	73.77	40.12	78.12	42.34	-0.60
伝統食を食べている	76.50	40.89	70.60	32.60	0.87
伝統食をこれからも作りたいです	83.55	35.21	63.53	31.43	3.44 **
高級感	73.31	36.28	79.32	39.88	-0.90
健康的イメージ	82.45	20.85	68.78	32.83	2.66 *
美食か粗食か	81.87	39.10	71.27	38.77	1.54
伝統性	81.51	29.93	67.16	36.66	2.36 *
豪華さ	74.19	41.46	79.52	37.21	-0.75
洗練さ	77.56	43.37	72.31	34.71	0.78
非日常性	79.59	40.80	70.32	40.38	1.29

註 1) \*\*, \*はそれぞれ  $p < .01$ 、 $p < .05$  の有意水準を示す。

註 2) 同順位補正による数値を使用する。

第 3 3 表 イタリア食堂 グループ統計量

これからの来店 イタリア食堂n=113	欠損値除く 107	度数	平均値	標準偏差
料理歴	是非来たい	83	59.108	32.5651
	機会があれば来たい	24	54.729	28.1201
伝統行事への関心	是非来たい	83	60.849	30.2280
	機会があれば来たい	24	44.250	26.5285
料理への関心	是非来たい	83	59.373	27.0459
	機会があれば来たい	24	51.000	33.9597
伝統食を作っている	是非来たい	83	58.681	30.6643
	機会があれば来たい	24	55.625	33.0689
伝統食を食べている	是非来たい	83	61.741	28.4619
	機会があれば来たい	24	47.833	34.0072
伝統食をこれからも作 りたいですか	是非来たい	83	58.723	26.9974
	機会があれば来たい	24	53.958	24.6232
高級感	是非来たい	83	57.120	28.0477
	機会があれば来たい	24	56.250	33.0161
健康的イメージ	是非来たい	83	57.639	27.5943
	機会があれば来たい	24	55.000	27.1949
美食か粗食か	是非来たい	83	55.777	31.5029
	機会があれば来たい	24	56.604	27.8923
伝統性	是非来たい	83	59.717	27.5650
	機会があれば来たい	24	52.000	27.5807
豪華さ	是非来たい	83	58.687	30.5202
	機会があれば来たい	24	53.146	31.8094
洗練さ	是非来たい	83	61.386	30.7639
	機会があれば来たい	24	44.167	25.1822
非日常性	是非来たい	83	59.976	31.3118
	機会があれば来たい	24	51.083	28.2841

第34表 イタリア食堂 来店期待に関する t 検定の結果

イタリア食堂n=113 欠損値除く 107	是非来たい		機会があれば来たい		t値
	M	SD	M	SD	
料理歴	59.11	32.57	54.73	28.12	0.65
伝統行事への関心	60.85	30.23	44.25	26.53	2.61 *
料理への関心	59.37	27.05	51.00	33.96	1.26
伝統食を作っている	58.68	30.66	55.63	33.07	0.41
伝統食を食べている	61.74	28.46	47.83	34.01	2.02 *
伝統食をこれからも作りたいです	58.72	27.00	53.96	24.62	0.82
高級感	57.12	28.05	56.25	33.02	0.12
健康的イメージ	57.64	27.59	55.00	27.19	0.41
美食か粗食か	55.78	31.50	56.60	27.89	-0.12
伝統性	59.72	27.57	52.00	27.58	1.21
豪華さ	58.69	30.52	53.15	31.81	0.76
洗練さ	61.39	30.76	44.17	25.18	44.79 *
非日常性	59.98	31.31	51.08	28.28	40.75

註 1) \*は、 $p < .05$  の有意水準を示す。

註 2) 同順位補正による数値を使用する。

第35表では、農家レストランとイタリア食堂の差の検討を行うために、食文化志向性の各下位尺度得点について t 検定を行った。その結果、食文化特性下位尺度 ( $t=6.07$ ,  $df=259.9$ ,  $p < .01$ ) では、農家レストランとイタリア食堂は、有意に差があった。伝統的健康志向下位尺度 ( $t=5.49$ ,  $df=260$ ,  $p < .001$ ) 及び精進料理グルメ志向 ( $t=5.46$ ,  $df=259.37$ ,  $p < .001$ ) でも農家レストランとイタリア食堂は、有意に差があった。どちらも F 値が有意であり「等分散を仮定しない」を採用したため、自由度が小数点以下となる。

第 3 5 表 店舗別因子平均値 SD 及び t 検定の結果

農家レストランn=149 イタリア食堂n=113	農家レストラン		イタリア食堂		t 値
	M	SD	M	SD	
食文化特性	375.00	135.24	285.00	104.83	6.07 **
伝統的健康志向	150.00	55.96	114.00	47.76	5.49 ***
精進料理グルメ志向	225.00	93.04	171.00	67.03	5.46 ***

註 1) \*\*、\*\*\*はそれぞれ  $p < .01$ 、 $p < .001$  の有意水準を示す。

註 2) 同順位補正による数値を使用する。

#### 4. 5 小括

食文化という概念は、日々の暮らしの中で培われた食体験、歴史や思想といった食に係わる知識、グローバルゼーションという流れの中で出会う新たな価値観が一体となって形成されるものであり、日々変化して行く。これまでの日本の食文化も同様の道をたどってきたことは歴史の流れの中で経験してきたと言えるだろう。

知憩軒の料理は郷土食を家庭料理という領域で真摯に洗練させた味ととっても良い。経営者は「舌と胃袋を掴めば、子供達は古里に帰ってくる。」と日々話をされているが、第 26 表によるアンケート結果から見える他県からの来店客の存在によって「田園回帰(農林水産省 2014)」といった言葉が現実味を帯びてくる。

トラットリアノンノでは、自家農場の野菜や地域に根付いた伝統食材を活用したイタリア料理を提供している。イタリア料理自体の歴史をさかのぼれば、ローマ時代にたどり着く。フランス料理に大きな影響を与えたが、イタリアが一つの国に統一されてから 150 年足らずである。そのため地域独自の郷土色が強い料理という特徴があり、地産地消といった概念とは相性が良い。伝統食や郷土食といった要素の強い知憩軒との分析でも比較的近い傾向にあったことでも明らかである。

第 2 章では、精進料理の現代的価値の解明を試みたが、そのイメージは

個々人が持つ知識や見識といった要素に左右される。地域に伝わる伝統食といったイメージが強い農家レストランへ30歳代の来店客が多いという点や精進料理項目での「健康的」「伝統的」「洗練さ」項目への～30歳代の反応は、新たな価値観の萌芽とも捉えられ、長い歴史に培われ古いと思われている概念が、現代を動かす新たな価値観で再生されるプロセスを垣間見ているように感じられた。また、イタリア食堂の来店客40歳代、50歳代が多い点と精進料理項目「洗練さ」への反応は、伝統的な食材を活用する新たなイタリア料理への評価とも受け取ることができよう。

植木浩ら(1998)は、文化の社会的循環の構造として、創造→伝達→享受→評価→蓄積→交流→学習→創造という循環のプロセスに言及しているが、これを援用すれば、日々研鑽される料理(創造)→美味しかったという口コミ(伝達)→仲間と一緒に食事をする(享受)→また行きたいというリピーター(評価)→何度か通う、又は自分でも作ってみる(蓄積)→家族や知人に自ら作って食べさせる 又はリピーターとして家族や知人と再来店する。(交流)→美味しかった又はまずかったという評価をされ、自分なりに改善する又は新たな飲食店を見つけて食べる。(学習)→自分なりに料理の腕をあげ、日々の食事の質がより高くなる。(創造)といったサイクルが出来る。第20図年代別～30歳代、30歳代では、農家レストランやイタリア食堂の来店客は産直で買い物をする人より伝統食を作る割合は低いが、第22図でのこれから作りたい割合は同程度である。～30歳代、30歳代のギャップはこれから文化価値循環が行われる可能性を示唆するともとの考察でき、新たな創造への成長可能性とも言えるのではないだろうか。

料理に対する事前情報としての期待感や食に対する知識の存在として、食文化項目や精進料理項目への反応は、農家レストランでは来店したいという欲求と有意に差があり、来店客の食文化にかかわる価値観の一端は明らかになったと言えよう。

地域資源として既に存在している伝統食に対する志向性による「是非来たい」「機会があれば来たい」という再来店期待度合に対し、農家レス

トランへ「是非来たい」「機会があれば来たい」の差は、「伝統食をこれから作りたい」に対して  $p < 0.01$  で有意であり、「料理への関心」、「伝統性」「健康的イメージ」に対して  $p < 0.05$  で有意であった。同様にイタリア食堂では、「伝統行事への関心」、「伝統食を食べている」、「洗練さ」項目が、 $p < 0.05$  で有意であった。「食を楽しみ、食を消費するのにお金を使おうという意欲」は、来店者の来店行動として顕在化するならば、潜在的な食文化要因によって来店行動の差が明らかになったといえるだろう。

以上のように本論では、潜在的な価値として存在する食文化を捉えて、潜在力としてその本質的な価値の可能性の一端を明らかにすることを試みたものである。地域再生という課題は、地域毎に多様で複雑な要素を内包している。今後も更に研究を進め、食文化のもつ潜在的な価値の姿を明らかにし、地域経済発展に寄与することを目指すものである。

## 第5章 食文化を活用した地域発展への展望

### 5.1 各章の要約

第2章では、南里明子ら(2012)が見いだした食パターンと精進料理及び食品バランスガイドによる朝昼夕食事例を用いて比較分析を行い、未だ明らかにされていない食文化として精進料理の現代的価値を検証した。

分析結果は、以下のとおりである。

1日に使用された食材数を指標とし、典座日誌で使用した食材の供給栄養素に着目すると、タンパク質として大豆食材が豊富であり、一般世帯の肉・魚を比較しても高い値が示された。乳製品摂取はないがカルシウムが豊富な食材使用が認められた。主食の麦飯比率は中食では6割、薬石では食材を加えた味飯が多頻度となり、麦飯を加えると7割を超えておりタンパク質等がさらに補われていると推測された。各食事例の相関分析では、1%水準で有意な正の相関を示した。食事バランスガイドとの比較分析では、現在の典座日誌献立と1946年の日本型食生活との近似性が認められ、伝統的行事である正月における主菜の多さから「ハレ」の場としての姿を読み取ることができた。同様に「和食」で示された日本の和食の特徴項目による分析では、年中行事に着目すると典座日誌の中での伝統的食生活が年間行事の中で反映されていた。「健康日本食パターン」との食材比較では、典座日誌献立の主食の多様な献立が特徴的であった。豆類も多用されており、打豆が特に多いことが見て取れた。これは、永平寺の所在地である福井県における伝統食材ということも要因と考察できた。使用野菜類は、「健康日本食パターン」と近似性が高く、「動物性食品パターン」、「洋風朝食パターン」での使用食材と大きく異なる点であった。きのこ類は、椎茸52回、占地27回、榎15回、エリンギ5回、舞茸3回、その他7回であった。生鮮海藻類は、若布31回、昆布16回、ひじき6回、海苔5回、もずく3回であった。このように典座日誌献立では、キノコ類や生鮮海藻類が多用されていた。調味料類は、酢・味噌・胡麻などを多様に使用していた。調理加工食品では、豆腐70回、薄

揚げ 55 回、厚揚げ 33 回、高野豆腐 12 回、納豆 11 回、がんも 8 回、その他 7 回と大豆製品が多用されていた。

これらの分析を通じて精進料理の現代的価値は、「日本型食生活」や「健康日本食パターン」との近似性が高いことが検証された。一般世帯での食事においては修行のために肉・魚類を食べないというという精進料理特有の要素が大きなウェイトを占める必然性はなく、適度な肉・魚類を加味することで、野菜を中心とした食事の豊かさが拡大するものと考察された。

第 3 章の分析結果は、以下のとおりである。

因子分析は、「購買に関する調査項目」「食に対する特性の調査項目」「精進料理項目」により行った。これらの平均値、標準偏差の得点分布を確認し、すべての項目を分析対象とした。これらの項目に対して主因子法による因子分析を行った。1 回目の分析では、7 因子が抽出され、固有値の変化を観察すると 4 因子で累積%が 51.85%を占めていた。さらに因子分析を行い、5 因子とした。これにより因子の解釈可能性を考慮し、4 因子を抽出した。あまり影響を与えないと思われる項目「農作物の知人への宅配」「非日常」「めずらしい食材」は削除した結果、Ⅰ因子を「食文化因子(伝統食を作っている、伝統食を食べている、これからも伝統食を作りたいですか、料理への関心、伝統行事への関心、料理歴)」、Ⅱ因子を「グルメ志向因子(豪華さ、洗練さ、高級感、美食)」、Ⅲ因子を「店舗属性因子Ⅰ(健康的イメージ、伝統性、店がきれい、鮮度がよい、店員が親切、イベントに参加したいですか、地場産品が豊富)」、Ⅳ因子を「生産者情報因子(生産方法、手作り加工品、生産者を知っている)」とした。

内部整合性を検討するため、4 因子の下位尺度を信頼性統計量から  $\alpha$  係数をみると、「食文化因子」0.84、「グルメ志向因子」0.82、「店舗属性因子」0.76、「生産者情報因子」0.63 であった。「生産者情報因子」は若干低い数値であるが、他は十分な数値を示していた。

グルメ志向因子と店舗属性因子に中程度の相関があり  $p < 0.01$  で有意であった。店舗属性因子と生産者情報因子は低い相関があり  $p < 0.01$  で有意であった。

4 因子を独立変数とし、従属変数を「これからも産直施設を利用したいですか」とし、重回帰分析を行った結果、店舗属性因子は  $p < 0.05$ 、生活者情報因子は  $p < 0.01$  であった。さらに店舗属性因子に含まれていた「精進料理項目」である「健康的」、「伝統性」を「店舗属性因子Ⅰ」とし、「購買に関する調査項目」である「店がきれい」、「鮮度がよい」、「店員が親切」、「イベントに参加したいですか」、「地場産品が豊富」を「店舗属性因子Ⅱ」と分離した。これによれば、因子分析でグループ化した項目のうち、店舗属性因子Ⅱのみが  $p < 0.01$  であった。

分析結果をパス図で示し、4 因子の関係性を明らかにした。重回帰分析結果では、店舗属性因子、生産者情報因子からの影響を受けていた。因子間相関分析の結果は、店舗属性因子とグルメ志向因子、店舗属性因子と生産者情報因子との間で  $p < 0.01$  で有意、店舗属性因子と食文化因子との間で  $p < 0.05$  で有意という結果となった。

「少なくとも年に1回伝統食を作る」消費者が「いものこ汁」を作る・食べている人は84%に上り、そのうち3,000円以上の買物額では30%を占めていた。伝統食を検定変数とし、一回で使う買物金額を、2,000円以上、3,000円以上をグループ化変数とし、 $t$  検定を行った結果、「ふきの煮物」と「大根の煮あえ」では、 $p < 0.05$  で有意な差があった。1,000円以上と3,000円以上では「ぜんまい煮」 $p < 0.01$ 、「大根の煮あえ」は、 $p < 0.01$  で有意な差があった。

これまであまり消費者行動の中で関係性に着目されていなかった食文化要因として、消費者の健康志向や伝統性に対する志向を数値化した。健康生活志向因子として購買行動項目と精進料理項目が融合して一つの群となった点や相互の関係性が有意となった点にも着目したい。また、消費志向性により購入額に影響があることは、わが国の食を守るために必要な文化の伝承の有効性を示唆するものであった。産直施設という社会システムの中で、新たな消費者の購買行動を起こす要因となる食文化の可能性を示唆するものと考察された。

第4章では、分析結果は、以下の通りであった。

農家レストランとイタリア食堂の比較分析では、精進料理項目の「健康的」「伝統的」に対して、「農家レストラン」「イタリア食堂」「産直施設(参考値)」3比較で同様の傾向が見て取れた。農家レストランでの特徴的な点は～30歳代の層が高い傾向にあった。「洗練さ」では、農家レストランでは世代間の差は見られないが、イタリア食堂では40歳代、50歳代が高い傾向にあった。「高級感」「豪華さ」は、3比較で同様の傾向がみられた。

因子分析結果は、Ⅲ因子が抽出された。第Ⅰ因子は、「伝統行事への関心」「料理への関心」「伝統食を作っている」「伝統食を食べている」「伝統食をこれからも作りたい」、という項目で「食文化特性因子」とした。第Ⅱ因子は、精進料理項目の中でも「伝統的」「健康的」であり、そのイメージが伝統的で健康的な食に関する感度として「伝統的健康志向」、第Ⅲ因子は、精進料理項目の中で懐石料理などに連なるグルメ感度として「高級さ」「豪華さ」「洗練さ」、であり「精進料理グルメ志向」とした。

次に内部整合性を検討した。三因子の信頼性分析を行い、「食文化特性因子」の $\alpha$ 係数0.771、「伝統的健康志向」0.717、「精進料理グルメ志向」0.671とやや低かった。食文化志向性の下位尺度間相関では、3つの下位尺度は互いに有意な正の相関を示した。

来店期待の差の検討では、農家レストランの来店に関する項目「是非来たい」「機会があれば来たい」との差を検討した。「料理歴」では、「機会があれば来たい」と「是非来たい」の差は $p<0.01$ と有意に高い得点であった。「伝統食をこれからも作りたい」では、「是非来たい」と「機会があれば来たい」の差は $p<0.01$ で有意に高い得点であった。「料理への関心」「健康的」「伝統性」では、「是非来たい」と「機会があれば来たい」との差は $p<0.05$ で有意に高い得点であった。「伝統行事への関心」「伝統食を食べている」「洗練さ」では「是非来たい」と「機会があれば来たい」との差は $p<0.05$ で有意に高い得点であった。

店舗間の差の検討では、農家レストランとイタリア食堂の差の検討を行うために、食文化志向性の各下位尺度得点について $t$ 検定を行った。その結果、食文化特性下位尺度( $t=6.07$ ,  $df=259.9$ ,  $p<0.01$ )では、農家レストランとイ

タリア食堂には有意な差があった。伝統的健康志向下位尺度 ( $t=5.49$ ,  $df=260$ ,  $p<0.001$ ) 及び精進料理グルメ志向 ( $t=5.46$ ,  $df=259.37$ ,  $p<0.001$ ) でも農家レストランとイタリア食堂には有意な差があった。

地域に伝わる伝統食といったイメージが強い農家レストランへ 30 歳代の来店客が多いという点や精進料理項目での「健康的」「伝統的」「洗練さ」項目への～30 歳代の反応は、新たな価値観の萌芽とも捉えられ、長い歴史に培われ古いと思われている概念が、現代を動かす新たな価値観で再生されるプロセスを垣間見ているように感じられた。また、イタリア食堂の来店客 40 歳代、50 歳代が多い点と精進料理項目「洗練さ」への反応は、伝統的な食材を活用する新たなイタリア料理への評価とも感じられた。「食を楽しむ、食を消費するのにお金を使おうという意欲」は、来店者の来店行動として顕在化するならば、潜在的な食文化要因からの来店行動の差が明らかである。

本論では、潜在的な価値として存在する食文化を捉えて、潜在力としてその本質的な価値の可能性の一端を明らかにすることを試みたものである。地域再生という課題は、地域毎に多様で複雑な要素を内包している。今後も更に研究を進め、食文化のもつ潜在的な価値の姿を明らかにし、地域経済発展に寄与することを目指すものである。

## 5. 2 結論

本論では、人口減少や東京一極集中による地域間の経済格差といった地域課題が深刻化する一方で、地域内における小さな成長の兆しがある点に着目し、これまでの産直施設の増加現象、地場産農作物を活用した農家レストランへの関心の高さなど、地域内で顕在化している現象から食への関心の高さが推察され、その小さな成長を支える要因として食文化を捉えていく。このような食文化の観点から未来への小さな潮流を見出し、新たな地域再生の兆しとしての可能性を検証していくことを目的として、研究を進めてきた。

第 2 章では、地域に根付く食文化としての精進料理の現代的価値を明らかにした。これにより、日常的に食べ続けるという行動から派生する健康的な

価値や精神的な価値が明らかになった。地域での日々の生活の中に既に存在している潜在力とは、丁寧な日常生活の積み重ねによって維持継続されているものと考察でき、年齢を重ねてきた方たちの活躍の場とすることは大きな意味を持つだろう。世代間の伝承というプロセスの中で、「食べる」「作る」という行動は、食に対する原風景として心に残っていくものである。地域の独自性を重んじる祭りや伝統行事といった行動には、必ず共食というコミュニティでの「同じ釜の飯を食う」状態が生じ、日常的にはつながりがなくとも緩やかな紐帯として、地域の中でのセーフティネットとしての役割を醸成する。食に係るこれらの一連の作用により、「小さな拠点」として地域内の豊かな生活の場が形成されているものと考察する。

第3章ではアンケート調査による消費者行動の分析を行い、産直施設の成長要因の一つとして伝統食に対する志向性の影響や、伝統食を「作る」「食べる」行動と産直施設での購買金額の多さとの関係性を明らかにした。地域内循環型経済モデルとして産直施設を捉えれば、「小さな拠点」として集落の中心となることも容易に想定できる。小さな拠点を支える小さなフードチェーンの存在は、持続可能な地域需要の循環という点において重要である。家庭や地域といった単位で伝統食を食べ続けるシステムが機能することにより産直施設への需要が高まりを見せると仮定すれば、食育等の活動は大きな意味を持ち、新たな首都圏からの移住者との関係づくりのツールとして活用することも可能である。特に重要な点は、地域内で作り続けられてきた食材の多様な活用方法である。伝統食を作る場は、農業生産者を含む一般家庭であり、食に対して実に多様な試みが繰り返され、各家庭で漬物や味噌などの自家製加工食品を作り、家族や地域で共に食べる場を作ってきた。

平成24年版「食育白書」では、東京都内小学校で5年生34名に行ったアンケート結果として、「”朝食を誰と食べるのが一番楽しいですか”」に対し、家族全員の回答率は47.1%、夕食は67.6%と高率を占めた。また、共食についての気持ちや考え方についての質問に対し、一番近い回答を選ぶ回答法で、“私はできるだけ、家族といっしょに食事をしたいと思っている”(とてもあてはまる58.8%)、“私は家族といっしょに食事をすることが楽しい”

(とてもあてはまる 70.6%)、「私は家族といっしょに食事をすることは重要だ」(とても又は大体あてはまる 70.6%)、「私は家族といっしょに食事をするのが楽しみだ(まちどおしい)」(とても又は大体あてはまる 64.7%)と回答するなど、児童自身が家族との共食の重要性の認識や期待、社会規範としての認識が高いことが明らかになった。」としているが、このような意識とは別に日常的な行動の中での時間配分は、その労働構造に依存することとなる。当然経済的余剰、精神的成熟といった要因を背景とした家庭内実務者がいなければその機会は激減していく。そのためには、地方都市での付加価値の高い雇用の場や柔軟な雇用形態の創出は重要であり、地域特性を生かした地域再生が重要となるものと考察できる。

精進料理や伝統食を「食べる」「作る」といった一連のプロセスから醸成される食文化の作用は、産直施設の利用行動へ影響を与えることも明らかとなったが、人口減少や東京一極集中といった地域課題の解決に向けてどのような効果を与えるか、今後のさらなる研究が必要であろう。

第4章では、地域に根付く伝統食や精進料理は、農家レストランやイタリア食堂における消費者の来店行動にどのような影響を与えているかを検証した。来店期待に対する  $t$  検定では、イタリア食堂の「洗練さ」は、「是非来たい」、「機会があれば来たい」に対し、 $p < 0.05$  で有意に差があり、同様に農家レストランでは、「健康的」、「伝統的」が「是非来たい」、「機会があれば来たい」に対し、 $p < 0.05$  で有意に差があった。精進料理項目は、「健康的」、「伝統的」、「洗練さ」、「高級感」、「豪華さ」という5項目だが、因子分析では、「健康的」、「伝統的」と「洗練さ」、「高級感」、「豪華さ」は異なるグループとなっており、アンケート調査対象店舗への来店客が感じる価値観が異なることが推測された。地域資源として既に存在している伝統食に対する志向性による「是非来たい」「機会があれば来たい」という再来店期待度合に対し、農家レストランでは「是非来たい」「機会があれば来たい」の差は、「伝統食をこれから作りたい」は  $p < 0.01$  で有意であり、「料理への関心」「伝統性」「健康的イメージ」は  $p < 0.05$  で有意であった。同様にイタリアレストランでは、「伝統行事への関心」「伝統食を食べている」「洗練さ」項目が、

$p < 0.05$ で有意であった。「食を楽しむ、食を消費するのにお金を使おうという意欲」は、来店者の来店行動として顕在化するならば、潜在的な食文化要因によって来店行動の差が明らかになったといえるだろう。食文化にかかわる情報量や体験機会が増加することにより地域ブランディングが効果的に展開されることも想定でき、地域再生の糸口として有効であるとの考察が可能となる。

わが国は急激な経済成長と人口増加、理想的とされた「日本型食生活」からの変容を経て、現在の人口減少や東京一極集中という現象が顕在化し、地方における急速な経済の縮小均衡という局面に直面している。拡大均衡という局面ではより大量に効率よく生産することが重要であり、利便性や効率性といった生活価値が重視されることとなる。本論では食文化の観点から歴史の中で培われ続けた精進料理を普遍的な価値軸として指標化した。普遍化された指標により、縮小均衡という局面において物質的な多さではなく、家族や仲間と「ともに食べる」行動を生活の基盤としたコミュニティにおける質の高い生活価値の醸成による、地域特性を生かした一体的な地域再生という未来への小さな潮流を見出すことができた。

### 5. 3 今後の方向性

本論で明らかとなった食文化価値により、地域内循環を可能とする「小さな拠点」の質を高めることは、新たな田園回帰という潮流の中で豊かさを実感できる地域づくりには必要とされるものと考察された。さらに食文化価値を経済価値に変換する装置として農家レストランやイタリア食堂の役割も明らかである。これまで見過ごされていた小さな経済圏を活かすローカル(地域)ブランディングといった観点からの地域デザインとその経済効果の検証は今後必要であろう。

これまでの研究を基盤として元気で活気にあふれた地域を目指し、地域再生という大きな課題に向けてさらに、研究を深めていく所存である。地域再生というテーマには、地方都市での付加価値の高い仕事の創造が不可欠であ

る。食文化価値循環という観点から科学的な検証を行い、サービス産業の付加価値向上や生産性向上へ寄与する研究としてその成果が地域農業生産者及び中小企業者へと還元され、地域の豊かな発展に寄与することができれば幸いである。

## 謝辞

本研究を学位論文としてこのような形にすることが出来たのは、担当して頂いた小沢互教授の力は大きく、さらに角田毅教授、木下幸雄准教授、藤科智海准教授の熱心なご指導、小沢ゼミの皆様、アンケート調査に貴重な時間を割いて協力していただいた大場裕子さん、村山博さん、植田美由紀さん、さらにアンケート調査を快く実施させてくださった株式会社産直めぐり様、知憩軒の長南光様、イタリア食堂「TRATTORIA NONNO」の佐藤伸也様、最後になりますが、夫からご縁をいただいた曹洞宗永平寺の典座を務められる三好良久禅師及び永平寺の皆様からのご理解と協力には、心から感謝の気持ちと御礼を申し上げたく、謝辞にかえさせていただきます。

## 引用文献

大久保洋子, 富岡典子, 中澤弥子, 島崎とみ子, 橋爪伸子著者, 江原絢子, 石川尚子編著(2009):『日本の食文化その伝承と食の教育』, アイ・ケイコーポレーション.

黒木英二, 堀田学(2007):「地産池消拡大に伴う生産者の都市部出荷意向と農産物直売所戦略ー広島県庄原市における農産物直売所出荷戦略の展望」, 『農村計画学会誌』, Vol. 26, pp335-340.

後藤和子(2010):「農村地域の持続可能な発展とクリエイティブ産業」, 『農村計画学会誌』, Vol. 29 No. 1, pp21-28.

戸川律子(2012):『マクガバン・レポートと日本における食の「近代化」の内発的契機』, 大阪府立大学人文学会人文学論集, 30, pp41-62.

戸川律子(2014):「ユネスコ無形文化遺産登録が果たす役割についての日仏比較」, フードシステム研究, 21(3), pp164-169.

中村勝宏(1990):「フランス料理の実際」, 『調理科学』, Vol. 23 No. 2, pp122-127.

中村璋八、石川力山、中村信幸(1991):『典座教訓・赴粥飯法』全訳注、株式会社講談社. pp3-234.

中村哲也、矢野佑樹、丸山敦史、菊地香(2008-2009):「沖縄県内における道の駅併設農産物直売所の顧客特性に関する分析ーの駅におけるアンケート調査からー」, 『農林業問題研究』, Vol. 44 No. 1, pp169-175.

中安章(1998):「都市・農村交流による農産物流通の展開方向性」,『農林問題研究』,Vol. 34,No. 3,pp133-141.

南里明子、木村安美、松下由実、太田雅規、佐藤匡央、三島徳雄、佐々木敏、溝上哲也(2012):「日本人の食生活パターンと抑うつ症状との関連」,『第107回日本精神神経学会学術総会精神神経学会誌』,『European Journal of Clinical Nutrition』64,(8),pp832-839.

芳賀登、石川寛子(1998):『全集日本の食文化1 食文化の領域と展開』,雄山閣出版株式会社,ii p.

平光光子,義山道雄(2009):「『日本型食生活』の形成と変容」,『東海学院大学紀要』3,pp.55-90.

藤吉普人,牛野正,九鬼康彰,星野敏(2007):「顧客満足度調査を用いた農産物直売所への顧客ニーズの把握と施設の改善方向」,『農村計画学会誌』,Vol.26,pp329-334.

牧山 正男,三富 良正(2004):「地場産農産物購入者の属性と意識ースーパーの直売コーナーにおけるアンケートからー」,『農村計画学会誌』,Vol.23,pp121-126.

目黒きよ(1990),「日本仏教における食の思想(二) 典座教訓を中心として」,『印度学仏教学研究』77(39-1),東北大学における第四十一回学術大会紀要(一).

仏教料理研究会編(1983):『2 精進料理大事典 鎌倉～江戸』,雄山閣.

## 参考文献

Alvin Toffler, 徳岡孝夫訳(1982):『The Third Wave. 「第三の波」』, 中央公論社.

秋山照子(2011):『近世から近代における儀礼と供応食の構造－讃岐地域の庄屋文書の分析を通して－』, 美巧社.

池上惇, 植木浩, 福原義春編(1998):『文化経済学』, 有斐閣, pp218.

石川寛子, 江原絢子編著(2002):『近現代の食文化』, 弘学出版.

井上忠司責任編集, 石毛直道監修(1999):『講座食の文化 第五巻 食の情報化』, 財団法人味の素食の文化センター.

江原絢子(1998):「食文化研究の方法についてその1」, 『日本調理科学会誌』, 31(2), pp161-165.

小島しのぶ(1996):「日本における食生活の変貌」, 『東海学園女子短期大学紀陽』, 31.

熊倉功夫責任編集, 石毛直道監修(1999):『講座食の文化 第二巻 日本の食事文化』, 財団法人味の素食の文化センター.

小林一男(1987):「Ⅱ雲水の食事」, 「Ⅲ永平寺の客膳料理」, 『日本の食生活全集 18「聞き書き福井の食事」』, 社団法人農山漁村文化協会.

ゴー, H. / ミヨウ, C. 編, 萬木義次訳(1980):『軽いフランス料理』, LES GRANDES RECETTES DE LA CUISINE LEGERE, 三洋出版貿, pp16.

後藤和子(2003):「創造的都市論への理論的アプローチ～文化政策学、文化経済学、経済地理学の視点から、場と関係性の概念～」,『文化経済学』, Vol. 3 No. 4, pp1-17.

佐藤 仁(2008):『人々の資源論—開発と環境の統合にむけて—』,明石書店.

Throsby、EconomicsandCulture、CambrigeUniversity Press、 2001、中谷武雄・後藤和子監訳(2002):『文化経済学入門』,日本経済新聞社,pp182.

杉田浩一責任編集,石毛直道監修(1999):『講座食の文化 第三巻 調理と食べもの』,財団法人味の素食の文化センター.

田村眞八郎、井上如責任編集,石毛直道監修(1999):『講座食の文化 第七巻 食のゆくえ』,財団法人味の素食の文化センター.

豊川裕之責任編集,石毛直道監修(1999):『講座食の文化 第六巻 食の思想と行動』,財団法人味の素食の文化センター.

鳥居本幸代(2006):『精進料理と日本人』,春秋社.

芳賀登,石川寛子監修(1998):『全集日本の食文化 第一巻食文化の領域と展開』,雄山閣出版.

芳賀登,石川寛子監修(1998):『全集日本の食文化 第二巻食生活と食物史』,雄山閣出版.

芳賀登,石川寛子監修(1998):『全集日本の食文化 第三巻米・麦雑穀・豆』,雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第四巻魚・野菜・肉』, 雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第五巻油脂・調味料・香料』, 雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第六巻和菓子・茶・酒』, 雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第七巻日本料理の発展』, 雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第八巻異文化との接触と受容』, 雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第九巻台所・食器・食卓』, 雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第十巻日常の食』, 雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第十一巻食文化の領域と展開』, 雄山閣出版.

芳賀登, 石川寛子監修 (1998): 『全集日本の食文化 第十二巻郷土と行事の食』, 雄山閣出版.

原田信男 (2005) : 『和食と日本文化』, 小学館, pp50.

原田信男(2014):「和食の形成と展開」,『食文化誌 vesta』,農山漁村文化協会.

東口みづか,篠原能子,松本仲子,菅原能幸(2005):「禅宗僧堂における食事日記の栄養学的解析」,『日本食生活学会誌』,Vol. 16 No. 3 ,pp276-282.

増田佳昭(1989):「消費者ニーズの動向分析－食生活の「外部化」を中心に－」,『農林業問題研究』,Vol. 23,pp168-198.

三橋洋子、小林幸子(2000):「永平寺修行僧の食事～道元禅師の典座教訓から学ぶ食の精神～」,『和洋女子大学紀要』,家政系編,40, pp139-149.

水島裕(1989):「食生活史と宗教(その11)精進料理」,『金城学院大学論集』,pp15-30.

三好良久(2014):『身近な食材を使って～三心でつくる典座和尚の料理～』,大本山永平寺,pp209.

山口昌伴責任編集,石毛直道監修(1999):『講座食の文化 第四巻 家庭の食空間』,財団法人味の素食の文化センター.

吉田集而責任編集,石毛直道監修(1999):『講座食の文化 第一巻 人類の食文化』,財団法人味の素食の文化センター.

第一出版編集部編(2005):『厚生労働省・農林水産省決定 食事バランスガイドフードガイド(仮称)検討会報告書』,第一出版株式会社.

仏教料理研究会編(1983):『精進料理大事典』,雄山閣 1巻～5巻.

平成 16・17 年度文化庁委嘱研究(2004-2005):『文化芸術振興による経済への影響に関する調査研究』最終報告,政策研究大学院大学.

農林水産省(2014):「食料・農業・農村白書」

経済産業省(2015):「地域活性化 100」

経済産業省(2015):「小規模企業白書」

総務省(2014):「住民基本台帳人口移動報告年報」

まち・ひと・しごと創生本部(2015):「まち・ひと・しごと創生基本方針」

厚生労働省:「健康日本 21」

<参考 1>ユネスコ無形文化遺産保護条約（抄）

第 2 条 定義

この条約の適用上、

1. 「無形文化遺産」とは、慣習、描写、表現、知識及び技術並びにそれらに関連する器具、物品、加工品及び文化的空間であつて、社会、集団及び場合によっては個人が自己の文化遺産の一部として認めるものをいう。この無形文化遺産は、世代から世代へと伝承され、社会及び集団が自己の環境、自然との相互作用及び歴史に対応して絶えず再現し、かつ、当該社会及び集団に同一性及び継続性の認識を与えることにより、文化の多様性及び人類の創造性に対する尊重を助長するものである。この条約の適用上、無形文化遺産については、既存の人権に関する国際文書並びに社会、集団及び個人間の相互尊重並びに持続可能な開発の要請と両立するもののみ考慮を払う。
2. 1 に定義する「無形文化遺産」は、特に、次の分野において明示される。
  - (a) 口承による伝統及び表現（無形文化遺産の伝達手段としての言語を含む。）
  - (b) 芸能
  - (c) 社会的慣習、儀式及び祭礼行事
  - (d) 自然及び万物に関する知識及び慣習
  - (e) 伝統工芸技術

<参考 2>農林水産省作成仮訳による「無形文化遺産の代表的な一覧表への記載についての提案書」

提案書では、当該要素の特定と定義として、「当該要素が条約第 2 条で定義された無形文化遺産を構成する」ことを示す分野として、①口承による伝統及び表現、②社会的慣習、儀式及び祭礼行事、③自然及び万物に関する知識及び慣習、④伝統工芸技術としている。その要素として『和食』は食の生産から加工、準備及び消費に至るまでの技能や知識、実践や伝統に係る包

括的な社会的慣習である。これは、資源の持続的な利用と密接に関係している「自然の尊重」という基本的な精神に因んでいる。「和食」は生活の一部として、また年中行事とも関連して発展し、人と自然的・社会的環境の関係性の変化に応じて常に再構築されてきた。」としており、その実践者を全ての日本人とした上で、担い手を、家庭、地域コミュニティ、草の根グループ、学校教員及び料理のインストラクターとしている。当該要素は、今日のコミュニティに対して有している社会的、文化的機能や意義を「他の日本人が消費し、また祖先も味わった文化的、社会的、栄養的に適切な食事を共にすることにより、日本人は帰属感を強め日本人としてのアイデンティティを再認識する。例えば、正月の特別料理にしばしば使われる餅や出汁、発酵調味料の香りや味は日本の伝統的な食事の象徴であり、日本の伝統とアイデンティティを再認識させるよい機会である。社会的・文化的役割として、要素は老人や障がい者も含め家族や地域の絆を強めるものである。地域の協働による様々な行事での食事の準備や正月祝いにおける餅つきのような互助主義は仲間意識や友情を強める。食事の時間を共にし、自然の恵みである食材に感謝することで、家族や地域の絆を強めるのである。このようにして要素は「和食」の食材を生産する農業者間の仲間意識など社会形成資本の発展の基礎となっている。」としている。

要素はまた、「日本人の健康的な生活や長寿、肥満防止にも寄与している。米、魚、野菜や山菜といった地域で採れる様々な自然食材を用いるため、要素で供される食事は栄養バランスがよく日本人にとって文化的にも意義深いものとなっている。加えて、豊富なうま味を有する出汁や発酵調味料に関する知識や実践は動物性油脂の置き換えによりカロリー摂取の抑制や肥満防止に寄与している。」としてその健康的側面にも言及している。

購買に関する意識

n=100

年代	～30歳	30歳台	40歳台	50歳台	60歳以上
同居の有無	三世同居	二世同居	夫婦のみ	それ以外	
普段の農産物はどこから購入しますか	産直	生協	八百屋	スーパー	コンビニ等
お住まいはどちらですか	榊引地区	鶴岡市街地	鶴岡市街地 以外	県内( )	県外( )
年間何回くらい産直で買い物しますか	週2～3回以上	月2～3回以上	月1回程度	年2回～3回	初めて

地場産品が豊富	とても重要	やや重要	あまり重要ではない	重要ではない	
鮮度がよい	とても重要	やや重要	あまり重要ではない	重要ではない	
1回の買い物で使う金額	3000円以上	2000円以上	1000円以上	1000円以内	
店員が親切	とても重要	やや重要	あまり重要ではない	重要ではない	
イベントへ参加したいですか	とても参加したい	参加したい	あまり参加したくない	参加したくない	
生産方法	とても重要	やや重要	あまり重要ではない	重要ではない	
めずらしい食材	とても重要	やや重要	あまり重要ではない	重要ではない	
生産者を知っている	とても重要	やや重要	あまり重要ではない	重要ではない	
手作り加工品	とても重要	やや重要	あまり重要ではない	重要ではない	
店がきれい	とても重要	やや重要	あまり重要ではない	重要ではない	
農作物の知人への宅配	よく利用する	季節毎に利用する	年一回程度利用する	利用しない	
これからも産直施設を利用したいですか。	とても利用したい	時々利用したい	たまに利用したい	利用したくない	

食に関する意識

料理歴	40年以上	～30年	～20年	～10年	0年
伝統行事への関心	とても高い	やや高い	あまり高くない	関心が無い	
料理への関心	とても高い	やや高い	あまり高くない	関心が無い	
伝統食を作っている	よく作っている	作っている	あまり作っていない	作っていない	
伝統食を食べている	よく食べている	食べている	あまり食べていない	食べていない	
伝統食をこれからも作りたいたいですか	とても作りたいた	時々作りたいた	あまり作りたいたくない	作りたいたくない	

精進料理に対するイメージ

高級感	とても高級	やや高級	やや低級	低級	
健康的イメージ	とても健康的	やや健康的	やや健康的で無い	健康的で無い	
美食か粗食か	とても美食	やや美食	やや粗食	粗食	
伝統性	とても伝統的	やや伝統的	やや現代的	現代的	
豪華さ	とても豪華	やや豪華	やや質素	質素	
洗練さ	とても洗練	やや洗練	やや素朴	素朴	
非日常性	とても非日常的	やや非日常的	やや日常的	日常的	

普段よく食べる伝統食 複数回答可

番号で記入してください ※出身地又はお住まいの地域で食べているもの	
--------------------------------------	--

家でよく作る伝統食 複数回答可

番号で記入してください ※出身地又はお住まいの地域で食べているもの	
--------------------------------------	--

※ 県外 宮城県、秋田県、福島県、新潟県、東京都 その他

本アンケート調査は、産直施設の重要性を食文化的価値から測定するためことを目的とした研究の為に実施致します。  
本研究以外の目的にはいっさい使用致しません。  
ご協力ありがとうございました。

地域価値研究所 所長 五十嵐幸枝

食に対する意識調査 アンケート用紙 平成27年6月10日～6月30日 山形県鶴岡市 農家レストラン 知憩軒

年代	～30歳	30歳台	40歳台	50歳台	60歳以上
お住まい	庄内(鶴岡市内)	庄内(鶴岡市以外)	県内( )	県外( )	
目的は次のうちどれですか	宿泊	食事	近隣への観光	その他( )	
食材にこだわりのあるお店を利用しますか (宿泊)	はい	どちらともいえない	その他		
食材にこだわりのあるお店を利用する回数 (食事)	週2～3回以上	月2～3回以上	月1回程度	年2回～3回	初めて
またおいでになりたいですか	是非来たい	機会があれば来たい	その他		

食に関する意識

料理歴	40年以上	～30年	～20年	～10年	0年
伝統行事への関心	とても高い	やや高い	あまり高くない	関心が無い	
料理への関心	とても高い	やや高い	あまり高くない	関心が無い	
伝統食を作っている	よく作っている	作っている	あまり作っていない	作っていない	
伝統食を食べている	よく食べている	食べている	あまり食べていない	食べていない	
伝統食をこれからも作りたいですか	とても作りたい	時々作りたい	あまり作りたくない	作りたくない	

精進料理に対するイメージ

どちらのイメージに近いですか



高級	4	3	2	1	低級
健康的	4	3	2	1	健康的で無い
美食	4	3	2	1	粗食
伝統的	4	3	2	1	現代的
豪華	4	3	2	1	質素
洗練	4	3	2	1	素朴
非日常性	4	3	2	1	日常

普段よく食べる地域の伝統食 複数回答可
※出身地又はお住まいの地域で食べているもの

本アンケート調査は、農家レストランの重要性を食文化的価値から測定するためことを目的とした研究の為に実施致します。  
 本研究以外の目的にはいっさい使用致しません。  
 ご協力ありがとうございました。

地域価値研究所 所長 五十嵐幸枝

当てはまるところに○を付けてください。

年代	～30歳	30歳台	40歳台	50歳台	60歳以上
性別	女性	男性			
お住まい	最上(新庄市内)	最上(新庄市以外)	県内( )	県外( )	
食材にこだわりのあるお店を利用する回数 (食事)	週2～3回以上	月2～3回以上	月1回程度	年2回～3回	初めて
またおいでになりたいですか	是非来たい	機会があれば来たい	その他		

食に関する意識

料理歴	40年以上	～30年	～20年	～10年	0年
伝統行事への関心	とても高い	やや高い	あまり高くない	関心が無い	
料理への関心	とても高い	やや高い	あまり高くない	関心が無い	
伝統食を作っている	よく作っている	作っている	あまり作っていない	作っていない	
伝統食を食べている	よく食べている	食べている	あまり食べていない	食べていない	
伝統食をこれからも作りたいですか	とても作りたい	時々作りたい	あまり作りたくない	作りたくない	

精進料理に対するイメージ

どちらのイメージに近いですか



高級	4	3	2	1	低級
健康的	4	3	2	1	健康的で無い
美食	4	3	2	1	粗食
伝統的	4	3	2	1	現代的
豪華	4	3	2	1	質素
洗練	4	3	2	1	素朴
非日常性	4	3	2	1	日常

普段よく食べる地域の伝統食 複数回答可

※出身地又はお住まいの地域で食べているもの	
-----------------------	--

本アンケート調査は、農家レストランの重要性を食文化的価値から測定するためことを目的とした研究の為に実施致します。  
本研究以外の目的にはいっさい使用致しません。  
ご協力ありがとうございました。

地域価値研究所 所長 五十嵐幸枝