

# 商いの新しいものさし

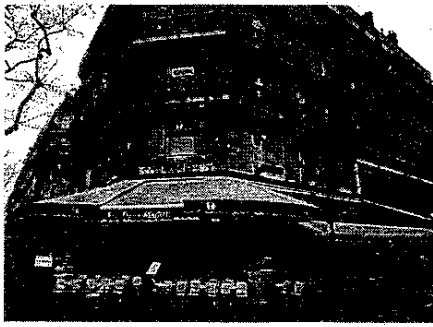
（俄商）創造研究所  
代表取締役

## 松本 大地

第93回

### カフェテラス文化による第4のコーヒーの予兆

2017年の日本の外食市場規模は25兆6561億円と前年比0.8%増の微増だったが、デパートの法人の喫茶店・カフェ経営業者1180社の売上高は6415



カフェ・ドゥ・マゴはパリのサンジェルマンデプレ教会前で1885年に創業した

億円で、前年比4.6%伸長した。13年の喫茶店・カフェ売上高4870億円からは31.5%の拡大傾向が続いている。その内訳は1位のスターバックスコーヒー1709億円、2位のドトールコーヒー725億円、3位のタリーズコーヒー302億円、4位のサンマルクカフェ279億円、5位のドゥ・マゴはパリのサンジェルマンデプレ教会前で1885年に創業した

ニティーといったカフェテラス文化をつくりだすことだ。有名なパリのカフェテラスは18世紀に出現し、オープンエアのテラスはライフスタイル、生活文化づくりに重要な役割を果たしている。朝食をとりながら新聞を読み、雑談をする。テラス席で行き交う人を眺めながら人間観察やトレンド傾向を知ることでもできる。本を読みながら一人でお酒を飲み軽い食事をしても、絵になるのがテラス席。寒くなればガラスやビニールシートの囲い、ひざ掛けやヒーターで温め、ほっこりとした居心地が良い空間になる。

日本ではあまり見られないカフェテラス席があることで、パリでは店の売り上げが2倍に増えるといふ。歩道に面したカフェテラス席は、通常は店内よりも高い料金設定がされており、いかにオシャレで心地良い空間にするかが大きく経営を左右する。

また1店がカフェテラスを設けるよりも、同じようなオープンエアの店が集まることで、多くの人を集める相乗効果がある。オープンカフェはぶらっと立ち寄れるカジュアルさがあり、書店や雑貨店、ブティックなどの相性も良い。パリに限らず、ヨーロッパの各都市ではカフェテラスのある街並みは賑やかで華やかな景色を誇りだすことを教えてくれる。

なお、カフェテラスは都市経営として大きな付加価値もある。パリでは歩道のうち歩行者スペース1.6mを確保し、それ以外をテラス席としたカフェが2万カ所もあり、ここから徴収する道路占有に係る税金は60億円以上もあるという。

昨今、日本でもテラス席のある店が増えてはいるが、まだ景色になるような設えが弱く、景観をつくるまでには至らない。東京の銀座は日本を代表する繁華街だが、周辺を歩くとカフェテラスはほとんど見当たらず、資料の高いブランドショップや宝飾品店などに偏っている。銀座の滞留時間が少ない原因は、居心地の良い時間消費アイテムに欠けるからであり、もっと都市経営の視点で街路の賑わいを考える必要があるだろう。

公共、民間、生活者、来訪者それぞれに有益なカフェテラスへの取り組みは、日本のカフェ市場の大きな成長戦略につながることを確信する。昨今は歩道だけではなく、公園でも拡がりを見せている。南池袋公園が都市公園としての新たな空間のあり方を示したのも、カフェテラスの情景が大きな役割を果たした。大阪城公園でもカフェテラスが公園の魅力を引き出し、パークマネージメントによる公共空間運営管理のさらなる可能性をつくりだした。

カフェテラスで最も大切なのはオシャレ感だ。色目やデザインで選り抜かれたオーニング・シェード、仕切りに必要なグリーンや曲線などは必須アイテムだが、軒下に無味乾燥なイス・テーブルを置くだけでは、逆にファサードの軽さで印象を悪くすることになる。

コーヒーの美味しさを追求したサードウェーブコーヒーがカフェ市場を変えたように、オープンエアのオシャレなカフェテラス文化による居心地の良い日常を演出するカフェは、新たにフォースウェーブコーヒーと呼ばれているであろう。