

## はじめに

カフェといっても様々な店があります。レストランと違って何を出してもいいし、営業時間もバラバラで、ルールみたいなものではありません。それゆえ、いろいろと個性豊かなカフェが誕生しています。

僕のつくってきた店にも、同じ店はありません。人を読み、街を読み、そこからコンセプトをつくるという作業は共通していますが、完成するお店は様々です。

大切なのは、出店するエリアの人たちを徹底的に観察して、彼らが必要とするお店をつくること。立地はもちろん、ターゲットのお客さんに合わせて、メニューをつくり、デザインをして、営業時間を決めます。さらに彼らが必要とする機能を提供します。そのことによって、ひとりのお客さんが1日に2回も来てしまうような使い勝手がいいお店になれるのです。

カフェは一人ひとりにとって心地いい「サード・プレイス」にならなくてははいけません。ファースト・プレイスは自宅や住まい。セカンド・プレイスは、会社や職場な



ど最も多くの時間を過ごすところ。サード・プレイスは、文字どおり第3の場所で、自宅や仕事場から離れ、友人らと会い、語り合える場所のことです。

一人ひとりが、自発的に、かしこまらずに、楽しく集まる場所。毎日でも気軽に訪れたくなるような心地よい場所、それこそがサード・プレイスなのです。

家と職場の往復、家と学校の往復だけでは味気ないですよ。学生なら大学のカフェテリアも心地よいかもしれませんが、社会人ならひとりで仕事場から離れ、日常的にちよつと立ち寄って、気の合う仲間とリラックスできる場所があつたらいいと思います。

仲間との関係がさらに深くなって、より広く、よりクリエイティブな相互作用が生まれたり、地域の活動に参加できたりするような場所をカフェは提供できるでしょうし、それが実現できると信じて僕は仕事をしてみました。

日本でも、僕が10代だった頃、地域にはたくさん喫茶店があつて、事情通の親切でちよつとおせっかいなマスターがいたり、心地よいサード・プレイスがありました。地元根づいたバーや居酒屋もそうした場所でした。井戸端会議や誰かの家の縁側でおしゃべりなんていうのも、実は地域の活力の源泉となるサード・プレイスだつ

たのかもしれない。

残念ながら都市化が進み、大家族から核家族に変化したことによって近所付き合いも減り、そうした機会と場所が随分なくなりました。

自宅でもない、職場でもない、自分が自分でいられる場所。そこはいつ誰とでも訪れることができ、多様な使い方ができる場所でなければならぬと僕は考えています。

10坪15席という小さな「ワイヤードカフェ原宿」からスタートした僕のカフェづくりは、豊洲の原っぱにつくった「カフェ・ハウス」でひとつの到達点を迎えました。ワイヤードカフェ原宿から豊洲のカフェ・ハウスまで、様々なカフェを手がけてきました。アプローチの仕方や心がけは変わっていません。

カフェはコミュニティをつくり、街をつくりまします。それをこの本で伝えたいと思います。



はじめに ..... 009

第1章

人を読む、街を読む

カフェづくりは街づくり ..... 018

まずは徹底した観察  
地域に合うようにカスタマイズ  
スタイル分析

僕たちの集客・接客 ..... 024

僕たちのアピール方法  
同じ目線になる

コミュニティ・ハブとローカル・サポート ..... 030

コミュニティの拠点になる  
街と繋がるローカル・サポート  
生活を豊かにするカフェ

第2章

カフェをビジネスにする

カフェのバランスシート ..... 036

カフェを使ったリアルマーケティング ..... 038

カフェのデザインで重視すべきこと ..... 040

機能とデザインのバランスが重要

カフェビジネスを志す人へ伝えたいこと ..... 043

何をしたいかカフェを開くのかを考える

スタッフのマネジメント ..... 048

第3章

その場所の新しい価値を見出す

カフェづくりの原点 ..... 052

はじめてのニューヨーク

ラウス・カンパニーのソリューション

ニューヨークの7Aカフェ

ニューヨーク もうひとつの体験

開発の限界と新しい視点 ..... 061

デザイン住宅と街のコミュニティ

地域の歴史と文化を大切に

10坪15席のカフェが成功した秘密	067
W I R E D C A F E : : コンセプトはサブカルチャー その土地の記憶を残す	
キヤットストリートでの10年	
カフェを介して地域と繋がる	079
S U S : : 高架下好きだからこそできたこと 出来上がった3つの店	
カフェから広がる可能性	

## 第4章

## 話題のカフェはこうつくられた

自宅や仕事場でもある、街のかっこいい食堂	092
P l a n e t 3 r d : : 昼と夜で客層が変わる店	
書店を併設した60年代の記憶を残すカフェ	094
C A F E 2 4 6 : : テーマ型のブック&カフェ	
経済人・文化人が集まるサロンをイメージ	096
S A N B A N C H O C A F E : : 倉庫ビルがカフェ付きオフィスに	
コンセプトは「永続的な街のコミュニティ基盤」	098
R o y a l G a r d e n C a f e : : ロイヤルグループのフラッグシップ	

日本一見識の高い住民のコミュニティの場	100
A R K H i l l s C A F E : : 国際的な文化交流が生まれる	
「公園」をイメージし、	
誰でも気軽に集まれる場所	105
C A F E P A R K : : 恵比寿にできた公園	
銀座から5分の大規模カフェ	108
C A F E : H A U S : : 原っぱに現れた巨大なカフェ	
豊洲の持つ可能性	
見えない声を聞く	
企業と究極のコラボレーション	

## 第5章

## カフェが街をつくる

アイディアは遊びの中に	120
遊ぶことで時代のトレンドをつかむ	
歴史や文化も学べ	
多様性からコミュニティの再生へ	
街のコミュニケーションを還元する	130
教えることで広がるカフェのDNA	
街づくりに欠かせないもの	
カフェのビジネスであり、街づくりでもある	

**地域活性化、文化の創造、発信の場**……………

137

カフェ以外のチャレンジ

リゾートをプロデュース

街おこしとカフェ

コミュニケーション能力は日本人のよさではないか

カフェは文化である

**巻末付録**

**目指せ！カフェオーナーへの10のステップ**……………

149

**おわりに**……………

172