

福岡からスタートしたバルコの自主編集売場「once a month」。生活や季節に合わせた商品提案をメンズやレディース、雑貨などの垣根を超えてセレクトして発信する実験の場だ。企画は3人の社外ディレクターと共同で行っている「バルコ×異業種」のコラボショップでもある。9月15日には2号店を渋谷バルコ・パート11Fにオープンし、月2回の企画更新、つまり「二倍速」と高速になっての登場だ。第一回は、多くのファンがいる人形作家のmelさんと、cookieboy(クッキーアーティスト)とのコラボショップだ。オープニングには作家さんはもちろん、プロデューサー、ファンも多数参加して賑やかにスタート。第三回は、11月6日まで、分解と再生を繰り返す不思議な生き物だけど、どこかかわいい「キノコ」をテーマに、若手作家たちが競作する「女の子のためのキノコ・コネクション」を展示しています。この高速になった実験ショップから、ここからどんな才能が飛び出すのか。渋谷でぜひ、体感してください。



高速になった渋谷「once a month」は旬なクリエイターとの出会いの場

PARCO News

Topics coworking

コワーキングcoworkingはいわばノマドワーキングの進化版。接頭辞に「共働」「共に」をあらわす“co-”が付いていることからわかるように、独立した各個人が、仕事スペースを共有する協働ワークスタイル。かつてフリーランスの人たちが自宅オフィスなどで孤立するよりも、カフェなどで集って意見を交わし交流した方が仕事がかどるということで発展してきた。オープンスペースならではの情報交換や協業が生まれることもしばしばある。

コワーキングという用語の創始者Bernie DeKovenが、サンフランシスコにコワーキングスペースを設けたのが世界最初といわれ、以後サンフランシスコはコワーキングスペースのメッカとなっている。現在では欧米を中心に世界中で400箇所以上の施設があるとも言われ、日本でも神戸市の「カフーツ」が2010年にオープンしたのを皮切りに各地に誕生し、急速に関心が高まっている。

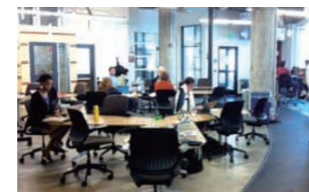
そして11月1日には、日本最大級555㎡のスペースを持つコワーキングスペース「Samurai Startup Island」が東京にオープン。場所は水辺の美しい品川・天王洲(東京都品川区東品川2-2-28)。仕掛けるのは、サムライインキュベーター。内装は、ツリーハウスの世界で著名な四方谷毅氏が手掛け、すでに、「あたまソフト」「エノディア」「Sassor」を初めとするおよそ30社程度のスタートアップが入居する予定だ。

特徴的なのは、投資家や弁護士、公認会計士の常駐。さらにサンフランシスコはコワーキングスペースとも提携し人材や情報共有、海外進出のサポートも行う。

コワーキングスペースは基本的に会員制の時間貸しスペースだが、物理的な場所やIT設備ばかりではなく、利用者がコミュニティを作れるような仕掛けやイベント(JELLYやミートアップ)などサポートシステムが求められる。Wifiが使えるカフェといったサードプレイスから、いわば3.1プレイスへと変化する。

※idcは世界のモバイルワーカー人口が、2013年には12億人に急増すると予測している。

コワーキングの普及は、スペースばかりでなく、文具や持ち物、ファッションなどのモノや余暇の過ごし方などライフスタイル全般へも影響してゆくと予想される。



サンフランシスコ (HubSF)

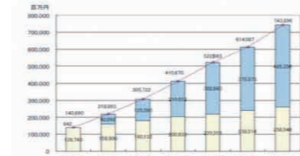
日本の主なコワーキングスペース

- カフーツ / 神戸市中央区
- JUSO CoWorking / 大阪市淀川区
- 下北沢オープンソースCafé / 世田谷区
- JELLY JELLY CAFÉ / 渋谷区

ライフスタイルを変えるコワーキング



(株) ICT総研によると日本のタブレットは2011年に188万台、2015年には2010年の約7倍557万台市場規模に達すると予測



矢野経済のクラウドコンピューティング市場調査では、2009年時点1,406億円の市場規模が、2015年には5倍以上の7,438億円に。

急速なインフラの普及は、ノマドワーカー、モバイルワーカーがフリーランスなど一部の事だけでなく、一般的な働き方についてはコワーキングを現実的なものとしようとしている。

スローコーヒー、スローライフ。少しだけ上質なライフスタイルを求めて

カルチャー発信するスモールカフェが続々登場

このところ、1杯1杯ハンドドリップで丁寧に抽出した、コーヒーを出す、小規模な「スモールカフェ」が続々オープン。ファッションやデザインなど、クリエイティブな仕事をしている人たちを中心に人気を呼んでいる。

「週に1度の豪華なディナーよりも、毎日の暮らしの中にあるパンとエスプレッソの素材や質にこだわりたい」。2009年9月に表参道裏手にベーカリー&コーヒーショップ「パンとエスプレッソ」を出店したバリスタで同店のプロデューサーだった國友栄一さんは、今年、近所の古民家を利用した「表参道コーヒー」をオープンした。(写真1)

メニューはテイクアウトのコーヒーだけ。約6畳ほどの部屋にすっぽり収まるように配置されたキオスクのような箱形のユニットが特徴だ。

平日は、近隣のアパレルやデザイン、ヘアサロンなどに勤める人たちが、出勤前や休憩中などに利用。週末には表参道をブラブラする来街者で混雑している。

キオスクのような形状のコーヒースタンドを店内に配置したのは、今年15周年を迎え、10月にリニューアルした代官山のCDやレコード、ファッションプロダクツのセレクトショップ「bonjoir records (ボンジュールレコード)」だ。(写真2)

店名は「bonjoir Brown Water (ボンジュール ブラウンウォーター)」。店内の中央部にはスツールが数席設けられ、CDの試聴や本などをゆっくり選ぶことができるようになった。



写真2

豆は厳選されたグアテマラ産で、1杯290円(ホットの料金。アイス320円)とほとんどスターバックスと変わらない。

主な顧客は、近隣のショップや事務所に勤務する人と、近隣の住民だという。

物販中心の売り場にコーヒースタンドを併設するケースは、今秋オープンした「阪急MEN'S TOKYO」の6Fにあるサーフカフェ「Brooklyn Roasting Company (ブルックリン ロースティングカンパニー)」も同じだ。

「NYの新しいトレンドとして浮上している“アーバン・サーフ”、つまり、“サーフィンを楽しむ都市生活者”というライフスタイルには欠かせない、コーヒーカルチャーを紹介したかった」と、同店のバリスタ、伊勢真さんは話す。

また、11月にオープンしたばかりの小規模商業施設「代々木VILLAGE by kurukku (ヴィレッジ・バイ・クルック)」にも、世



写真1

世界各地のサステナブルな農法にもと付いて栽培されたこだわりのサステナブルな農法にもと付いて栽培されたこだわりの豆を最高峰のエスプレッソマシーンで提供する「ROOTS & BEAT COFFEE (ルーツ&ビート・コーヒー)」が outlets した。

このような今回の「スモールカフェ」ブーム。実は、渋谷区隈では、2010年から顕著で、きっかけとなったのは、2010年3月末に千駄ヶ谷にオープンした「BE A GOOD NEIGHBOR (ビー・ア・グッド・ネイバー)」だろう。

これは、かつてマガジンハウスから発行していたライフスタイル雑誌「relax (リラックス)」の編集長だった岡本仁さんがプロデュースしたもので、コンセプトは「コーヒー・キオスク」。カウンターのみのおちまりとしたショップは、1年半が過ぎた今、界隈に勤めるファッションやデザインなどの業界人たちの日常生活のワンシーンとしてすっかり溶け込んでいるようだ。

また、渋谷・美竹公園付近にある人気のカフェ「ON THE CORNER (オンザコーナー)」に併設されたコーヒースタンド「No.8 BEAR POND (ナンバー エイト ベア ポンド)」がオープンしたのは2010年7月のこと。(写真3)

ほぼ1年半が過ぎた今も毎日混雑している。ウェブサイト「ACROSS」上で個人の消費行動を日記形式で考察する「消費生活」のコーナーに、今年9月に参加してくれた29歳のウェブデザイナーAさんは、友人との待ち合わせによく同店を利用していた。

また、音楽プロデューサーの桑原茂一さんが、2010年7月に東京都水道局出張所跡地を利用してオープンした働く大人が学ぶための学校「ART SCHOOL」の敷地内には、同年11月より自由が丘のベーカリーカフェ、「バイクショップ」が、コーヒースタンド「Baby Bird Bakery (ベイビー・バード・ベイカリー)」が期間限定でオープンしていた。(写真4)

実は、このスモールカフェ・ブームは、地方でもほぼ同時に起こっていた。たとえば、先日訪れた鹿児島では、カウンターのみの自家焙煎コーヒーショップ「ヴォアラ珈琲 (VOILA COFFEE)」が今秋、市内に自転車ショップと併設する2店舗目をオープン。

また、今年リニューアルオープンした、カフェとブックストア、ギャラリー、シェアオフィスが併設する「GOOD NEIGHBORS」は、「鹿児島から発信する新しいカルチャーとライフスタイル」をテーマに、音楽、デザイン、アート、映画、文学、食などジャンルを超えた



写真3



説明テキストはいります説明テキストはいります
説明テキストはいります説明テキストはいります
説明テキストはいります説明テキストはいります



写真4



「アクロス」編集部視点のまとめた食のトレンドのチャート年表

スモールカフェ

創作活動を自然の中で楽しむ、体験型の野外イベント「GOOD NEIGHBORS JAMBOREE (グッド・ネイバース・ジャンボリー)」を主催。第2回目となった今夏は、全国からの来街者で賑わった。

そんななか、東京でも今秋、「第1回カフェ&ミュージックフェスティバル」が開催。会場はなんと味の素スタジアムだった。全国のスモールカフェ合計19店がポップアップショップとして出店。どうやらコーヒーは、ミュージシャンによるライブや古本、雑貨、ワークショップなども楽しめる、野外フェスティバルの新しい核となったともいえる。

「今夢中になっているのはコーヒー。特にラテ系にハマっていて、いろいろ勉強しています。将来の夢は、一流のバリスタになることです」と言うのは、22歳の男性会社員Bさん。(写真5) 来月、現在のアパレル生地メーカーからコーヒーショップに近く転職すると話してくれた。「カナダに留学していた時、バリスタのアルバイトをやっていました。日本ではまだ少ないので探しているところです」と言う22歳・女子大生も。

今回のスモールカフェ・ブームは、消費者側からみると、①ファストに対するスロー(ゆっくり淹れたコーヒーをゆっくり飲む)の見直し ②バリスタやコーヒーを焙煎するロースターなど、「自分でやりたい」ニーズが高まっているといったことだろう。

一方、事業側では、③不景気を背景に、スモールビジネスとして低リスクであること ②ロースターという新しい事業領域が開拓されたこと、などが考えられる。

いずれにしても、スターバックスを代表とするシアトル系コーヒー上陸15年目にして、人々は「少しだけ上質な日常」を求める時代へと進化しているといえそうだ。

(「アクロス」編集長 高野公三子)



写真5

slow coffee