

福岡からスタートしたパ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「パルコ×異業種」のコラボショップでもある。9月15日には2号店を渋谷パルコ・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。第一回目は、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。第三回目は、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・コレクション」を展示します。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  
旬なクリエー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「共働く」「共に」をあらわす“co-”が付いていることからもわかるように、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はかか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「カワーツ」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。

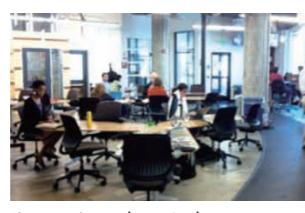
そして11月1日には、日本最大級555m<sup>2</sup>のスペースを持つコワーキングスペース「Samurai Startup Island」が東京にオープン。場所は水辺の美しい品川・天王洲(東京都品川区東品川12-2-28)。仕掛けるのは、サムライインキュベート。内装は、ツリーハウスの世界で著名な四方谷毅氏が手掛け、すでに、「あたまソフト」「エニドア」「Sassor」を始めとするおよそ30社程度のスタートアップが入居する予定だという。

特徴的のは、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。

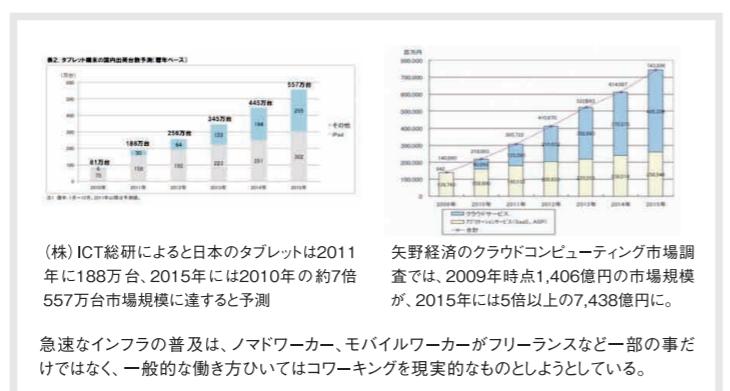
コワーキングスペースは基本的に会員制の時間貸しスペースだが、物理的な場所やIT設備ばかりではなく、利用者がコミュニティを作れるような仕掛けやイベント(JELLYやミートアップ)などサポートシステムが求められる。Wifiが使えるカフェといったサードプレイスから、いわば3.1プレイスへともいえるだろう。

\*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ն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ことが予想される。



## 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はなく、一般的な働き方ひ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。

制作／株式会社パルコ スタアプランニング部「ACROSS」編集チーム <http://www.web-across.com>

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マートルカーフが続々登場

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「スマートルカーフ」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入気を呼んでいる。

「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と」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周年を迎えた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トのセレクトショップ「bonjour records(ボンジュールレコード)」だ。(写真2)

店名は「bonjour 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1

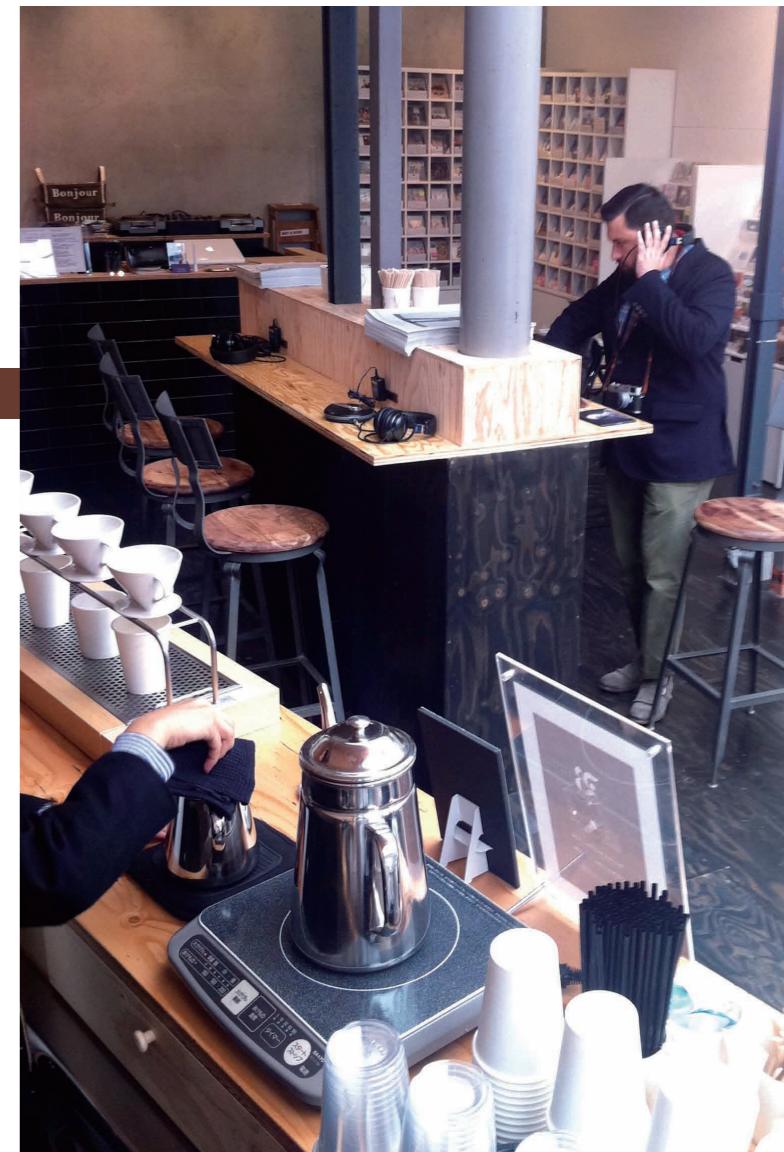


写真2

豆は厳選されたグアテマラ産で、1杯290円(ホットの料金。アイスは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

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)」が出店した。

このような今回の＜スマートカフェ＞ブーム。実は、渋谷界隈では、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」。カウンターのみのこぢん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ニやデザインなどの業界人たちの日常生活のワシ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)

**1997 99 00 01 03 05 06 07 08 09 10 11**

**オープンエアカフェブーム ⇒ ブラッセリーカフェ**

**カフェめぐり大ブーム**

「カフェ・デ・ブレ」(1993-2006, 2008復活) / 左 / 「オーバカルナ原宿店」(1995-2003) / 右  
 「スター・バックス」(1996) / 底1号店オープン (1996)  
 「カフェ・アプレミディ」(1999) / TOKYOカフェマニア / 大人気に

**日常使いのカフェ、カフエめし、デリ(テイクアウト)**

パワリーキッチン (1997)  
 News Deli (1997)

**カフェめぐり大ブーム**

「VIRON」(2003)

**スタバ的柔軟性增加**

・休業日に料理教室を開催するレストラン増加 (2003～2004)  
 真夏は「ヴィ・オーラ・リ・ダ・マーニー」  
 → 「マルイ・テベーグル」(2005)  
 → 「クリスピードーナツ」新宿に初上陸 (2006)  
 新宿は「パンエスプレッソ」(2009)  
 → 「はらドーナツ」(2008)

**ネオ屋台(移動店舗)**

・肉食も販売する「おた家」(2004) / 左デリ＆ダイニングバー「KAMUYAMA AINA」(2005) / 右  
 → 「ハンスローゼン」/左、「オムトラック」(共に2006) / 右

**デリ/中食ブーム⇒定着へ**

**スイーツ・ブーム**

・NEW YORKER'S CAFE、「宇田川スイーツ」宇田川カフェが3店舗目を出店 (2003)

**ネオファストフード(カレー、タイラーメンetc)**

・「ティースン」渋谷店 (2002)、『チジチリ』(2003)、『カリガリ』(2005)

**カフェ+α**

・Dean & DeLuca の内、渋谷上階 (2003)  
 「PURECAFE」(2003) /青山 AVEDA併設  
 ライブハウスもカフェ併設へ。『TaU KITCH EN』(タウキッチン) (2004) /左/丸井前にオープンした「渋谷シダックスビレッジ」(2004)。マッサージコーナー併設な  
 ドラッグストア登場 /右

**恵比寿・飲食バブル**

・空いてるスペースに活用してインキュベーション、オーガニックパン屋「SORA」(2006) /左上、オーガニッククリエイティブ「カンヅツカフエ」@代々木上原 (2007) /右上  
 → 「東京ローカルレストラン」(2008) /左「KIRARA」(2008) /中「パンエスプレッソ」(2008) /右  
 → 「カフェでトークショーなどの開催が増加

**B級グルメ/「ちょい足しブーム」**

・TBS主催のイベント「全米ラーメン選手権」(2006)  
 グルメバーガー

・「ARMS」(2007) /左 恵比寿に「ゴーザムグリル」/右

**激安系**

・<均一屋酒屋>増殖。280円、270円、260円内均一酒屋  
 → 「ストカク」へ

**地産地消・農家提携**

・農家の台所くにたちファーム /車比寿店 (2009)  
 「Wired Fit」(2010)、『銀杏テラス』三鷹店カウンターカンパニーJA (2010)、「Wired cafe」ルクア店 (2011)

**テラス**

**オーガニックへの意識の萌芽**

・「カフエイト」(2000) /目黒区青葉台  
 和カフェ

・「ブルーライス・カフェ」byニールズヤード (2003)  
 → 「SUS」(2000) /高架下期間限定  
 → 「カフエイト」(2000) /目黒区青葉台

**オーガニックへの意識の高まり**

・<渋谷で朝市>第1回アースデーマーケット 個代々木公園 (2004)  
 → 「ベジ(ラダイス」(2007)  
 → 「ARMS」(2007) /左 恵比寿に「ゴーザムグリル」/右

**仕切り系/ネオ和風/「夜の庭・黒系」**

・地方のお取り寄せ店の東京出店盛んに「シベール」(2004) 山形  
 → 「kurage」(2005) /渋谷区勤労福祉会館/TWS  
 → 「NOSTALGIE table」(2007)  
 → 「丸の内ハラス」(2007)

**OL対応/ネオ居酒屋**

・「4」(2002) /東横線高架下  
 → 「Shunkan」(新宿ミネミ) (2003)  
 → 「NOS」など渋谷のんない横町や新宿ゴールデン街が若者に人気。  
 リノベーションして再生

**立ち呑みブーム**

・「カルミネ表参道スクラン」(2007) /スタンダードバーB (渋谷)  
 食べ歩き女子選れる

**再開発/フリースペース併設/遊休スペース**

・裏原の地主の2代目によるフリースペース「RED dot ORIGINAL」(2007)  
 → 「風とロック・カフエ」(2008)  
 → 「ビーフキッキン」(2010)  
 → 「パンエスプレッソ」(2010)  
 → 「カントリーハウス東京」(2008)

**再開発/フリースペース併設/遊休スペース**

・吉野が自ら面倒を見る飲食店「清見」

**食材特化型=<SEO対策系>**

・コンビニでアルコール類を購入し、路上で呑む若者増加。

**超・激安/ストリート系**

・コメダギルメ「スカウト」(路上呑み)

**スモール カフェ**

・「パンとエスプレッソ」(2009)  
 → 「パンエスプレッソ」(2009)  
 BE GOOD NEIGHBORS CAFE (2010)  
 健康/オーガニック系

**音楽と食/30代起業系**

**オンガク系**

・小規模なライブのできるカフェ

**ピオイン「あがるストア」**

**コミュニティ系**

・元スパイラルコードの人がオープンした「NEW PORT」(2008) /左、元アーティスト・音楽フェスの仕事をから独立開業した「papel」(宇田川町→神山町) (2009)



3



二章4



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

スモールカフェ

ハンドドリップで丁寧に抽出したコーヒーを出す

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。全国のスマートカーフェ合計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よう。

「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。

今回のスマートカフェ・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、スマ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)

# slow coffee