卒業論文

カフェの果たす機能についての考察

――都市的生活と時代の変遷から――

2015 年度入学
九州大学 文学部 人文学科 人間科学コース
社会学・地域福祉社会学専門分野

2019 年 1 月　提出

要約

私たちは多くの場所でカフェを目にすることが出来る。一言でカフェといっても、その種類は様々である。スターバックスコーヒーやドトールコーヒーなどの大型コーヒーチェーン店、おしゃれな空間や食事を提供しているカフェ、動物との触れ合いを目的とした猫カフェやふくろうカフェなど、多くの種類のカフェがある。また、「レトロ」「昭和」というようなイメージがあるいわゆる喫茶店も存在する。日本で初めて喫茶店ができたのは 1888 年といわれている。それ以来、喫茶店やカフェはコーヒーを楽しむ場所として多くの人に親しまれてきた。1996 年にスターバックスコーヒーの 1 号店が銀座にオープンし、シアトル系のセルフ式コーヒーショップが人気となった。その後、2000 年頃にカフェブームが到来し、店の内装や家具、音楽にこだわった個人経営のカフェが急増した。こうしたセルフ式のコーヒーショップや個人経営のおしゃれなカフェが増加したことにより、喫茶店の店舗数は減少してしまった。現在、カフェの店舗数自体は減少しているものの、カフェは都市部のいたるところに存在する。天神地区や博多地区のコーヒーショップはいつ訪れてもほぼ満席の状態である。また、SNS の普及によりおしゃれな空間でおしゃれなドリンクや食事を提供するカフェが急増した。そこで、人々はどういった目的でカフェや喫茶店を利用するのか。そのように様々な種類のカフェが登場した要因はどこにあるのかを明らかにしたいと考えた。

先行研究として、都市的生活様式論、サードプレイス論、日本における喫茶店・カフェの歴史についてまとめた。都市では「生産」と「消費」が主な活動となっており、個人主義が進んでいる。自由性や自律性をもった都市部の人々は、自分のパーソナリティを獲得・表現するために行動している。サードプレイス論はオルデンバーグが述べている論を中心にまとめた。サードプレイスは「家庭と仕事の領域を超えた個々人の、定期的で自発的でインフォーマルな、お楽しみの集いのために場を提供する、さまざまな公共の場所の総称」である。誰もが平等に会話を楽しむことができ、居心地の良さを感じることができる。そして、日本における喫茶店・カフェの歴史については、日本にコーヒーが伝来した時期から、近年みられるカフェブームまでの流れをまとめた。

今回、計 6 店舗のカフェや喫茶店で参与観察やインタビュー調査を実施した。そしてその 6 店舗を 3 つに分類し、それぞれを分析し比較した。1 つ目の分類は大型コーヒーチェーン店だ。ここでは、一人で来店する利用者が多く仕事や勉強をしたりスマートフォンを操作したりする人がほとんどだった。都市部での個人主義が進み、一人で行動する機会が増加したためだと考えられる。一つの地域にコーヒーチェーン店が密集していても利用者が少ない店がない。一人一人が座ってコーヒー等を楽しむことができるようにするため、店舗数が増加したのだろう。2 つ目の分類は喫茶店である。調査を実施した喫茶店は何十年も同じ場所で営業を続けており、街の人に親しまれていた。常連客がおり自由に店での会話を楽しんでいた。人々にとって喫茶店は憩いの場所であり、サードプレイス的な役割を果たしている

といえる。何十年も営業を続けているがゆえに、店主は高齢で店を開けることは容易ではない。それでも顔馴染みの客が訪れて来てくれることが生きがいづくりにつながっている。3つ目の分類は、数年のうちにオープンした新しいカフェだ。ここでの客層は若い女性が多く、ドリンクや食べ物の写真を撮ることを目的として来店する利用者が多い。SNS の流行により、いかにおしゃれな写真を撮ることができるかが重視されていた。店側も、自身の店の商品が SNS に投稿されることが宣伝につながるため、おしゃれな写真を撮ってもらえるよう勧めていた。

今回の調査で、大型コーヒーチェーン店は一人の時間を過ごすための場所、喫茶店はコミュニケーションを取るための場所、新しいカフェは SNS でコミュニケーションを取るために利用される場所として機能していることがわかった。喫茶店ではサードプレイス的性格が色濃く残っているが、大型コーヒーチェーン店や新しいカフェではオルデンバーグが述べているようなサードプレイス的性格は薄れているといえる。カフェや喫茶店は利用者のニーズの変化や流行の変化によって、その形態やターゲット層を変化させてきた。今後もこの傾向は続いていくと考えられる。

目次

1　目的 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2　先行研究 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.1　都市的生活様式 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.1.1　都市の定義 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.1.2　都市的生活様式 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.1.3　都市と農村との違い ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.1.4　都市と情報 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.1.5　都市の空間利用 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.1.6　都市的人間関係と都会人の意識エラー! ブックマークが定義されていません。
2.2　サードプレイス論 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.2.1　サードプレイスの特徴 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.3　日本におけるカフェの歴史 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.3.1　コーヒーの伝来～喫茶店の登場エラー! ブックマークが定義されていません。
2.3.2　流行の変遷とカフェブーム ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
2.3.3　喫茶店とカフェの差異 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
3　調査概要 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
4　分析・考察 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
4.1　予備調査 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
4.1.1　予備調査を終えて ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
4.2　本調査 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
4.2.1　大型コーヒーチェーン店の調査からエラー! ブックマークが定義されていません。
4.2.2　喫茶店の調査から ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
4.2.3　新しいカフェの調査から ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
5　結論 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
今後の課題 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。
参考文献 ..... エラー! ブックマークが定義されていません。