慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	私的カフェ論その1
Sub Title	My personal essay on cafe (1)
Author	伊藤, 眞(Ito, Makoto)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2016
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.59, No.5 (2016. 12) ,p.31- 55
JaLC DOI	
Abstract	「コーヒーなどを飲ませる飲食店で, 新聞や雑誌がそこで読め, 時の話題について談笑し, 情報交換のできる場所として親しまれているカフェ」を対象としさまざまな観点から事実確認をしたうえで考察する。 パリは, カウンター, 室内のテーブル, 外のテラスにより値段が異なるが, ブリュセルはすべて一律, パリのカフェの朝は早く, 閉店時間は深夜2時までであるが, ブリュセルでは閉めたい時間に閉める。パリでは水はコップ, キャラフでのサービスが無料であるが, ブリュセルではミネラルウォーターを注文しなくてはならない。値段はパリの方が高いが, 銀座はもっと高い。 店数, 従業員数で, 日本のカフェ・ チェーンの1位はスターバックスであり, ドトール, タリーズが続く。2015年から2016年の店数の増減を見ると, スターバックス, タリーズ, ベックスコーヒー, 星野珈琲店, コメダは成長拡大しているが, ドトール, 喫茶室ルノワールは現状維持, UCCグループの珈琲館他と, ドトールのエクセルシオール他は少し減少している。 スターバックスの"The Only One", 「ドトール, のち, はれやか」は, セールス・ ポイントもしくはブランドスローガンとして秀逸である。 これらカフェ・ チェーンの食べログ点数(市場の消費者の評価の一端として)は3.00が多く, よくて3.10までである。カフェ・ チェーンの競争相手であるDean & Delucaのカフェ, PAULのカフェ, サードウェーブ・ コーヒーのカフェ, サロン・ ド・ ショコラ, 和菓子カフェは, そのお菓子, 食べ物の豊富さ, サービス, 質の高さから食べログの点数は3.50以上であり, カフェ・ チェーンより高い評価であるが, 数としては圧倒的に少ない。 スターバックスは, 競争相手に対抗し事業拡大を目指し, さまざまな展開を実行もしくは計画している。 "A cafe is a type of restaurant which usually serves coffee and snacks, where you can read newspapers and magazines, or chat with other customers about current topics. It is known as a place where information can be exchanged." Consider such café from various viewpoints, after reviewing facts. In Paris, coffee is priced differently depending on the counter, indoor table and outside terrace, but in Bruxelles the price is same. Cafes in Paris open early in the morning and close by 2 o'clock after midnight, but in Bruxelles open later in the morning and close at the time the owner want to close. In Paris water in a glass or a carafe is free, but in Bruxelles you have to order mineral water. The price is higher in Paris, but in Ginza even higher. At the viewpoints of number of shops and staffs, the first place coffee chain in Japan is Starbucks, Doutor and Tully's continue. Looking at the increase and decrease in the number of shops from 2015 to 2016, Starbucks, Tully's, Becks Coffee, Hoshino Coffee shop, and Komeda Coffee are growing and expanding, but Doutor, the Cafe Room Renoir maintains the current number, the UCC group's KOHIKAN (Coffee House) and others, and Doutor group's Excelsior and others are slightly decreasing. Starbucks's "The Only One" and "Doutor, later, Cheerful" are excellent as a selling point or a brand slogan. Tabelog score of these coffee chains' cafe (as a part of consumers' evaluation in the market) is 3.00 mostly, which is up to 3.10. As cafe's competitors, Dean & Deluca's cafe, PAUL's cafe, third wave coffee cafe, Salon de Chocolat, Japanese confectionary cafe, provide high quality of rich sweets and food, service. The Tabelog score is 3.50 or more, which is higher than the coffee chain's cafe, but they are far less as the number. Starbucks Japan aims to expand its business against competitors, and implements or plans various developments.
Notes	論文 挿図表
Genre	Journal Article

URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20161200-0031

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

私的カフェ論　その１
My Personal Essay on Cafe - part 1

伊藤　眞（Makoto Ito）

「コーヒーなどを飲ませる飲食店で、新聞や雑誌がそこで読め、時の話題について談笑し、情報交換のできる場所として親しまれているカフェ」を対象とし様々な観点から事実確認をしたうえで考察する。
パリは、カウンター、室内のテーブル、外のテラスにより値段が異なるが、ブリュセルはすべて一律、パリのカフェの朝は早く、閉店時間は深夜 2 時までであるが、ブリュセルでは閉めたい時間に閉める。パリでは水はコップ、キャラフでのサービスが無料であるが、ブリュセルではミネラルウォーターを注文しなくてはならない、値段はパリの方が高いが、銀座はもっと高い。
店数、従業員数で、日本のコーヒーチェーンの 1 位はスターバックスであり、ドトール、タリーズが続く。2015 年から 2016 年の店数の増減から、スターバックス、タリーズ、ベックスコーヒー、星野珈琲店、コメダは成長拡大しているが、ドトール、喫茶室ルノワールは現状維持、UCC グループの珈琲館等、ドトールのエクセルシオール等は少し減少している。
スターバックスの ″The Only One″、「ドトール、のち、はれやか」は、セールスポイントもしくはブランドスローガンとして秀逸である。
これらコーヒーチェーンの食べログ点数は 3.00 が多く、3.10 くらいまでである。カフェの競争相手である Dean & Deluca のカフェ、PAUL のカフェ、サードウェーブ･カフェ、サロン・ド･ショコラ、和菓子カフェは、そのお菓子、食べ物の豊富さ、サービス、質の高さから食べログの点数は 3.50 以上であり、コーヒーチェーンより高い評価であるが、数としては圧倒的に少ない。
スターバックスは、競争相手に対抗し事業拡大を目指し、さまざまな展開を実行もしくは計画している。

"A cafe is a type of restaurant which usually serves coffee and snacks, where you can read newspapers and magazines, or chat with other customers about current topics. It is known as a place where information can be exchanged.[1]" Consider such café from various viewpoints, after reviewing facts.
In Paris, coffee is priced differently depending on the counter, indoor table and outside terrace, but in Brüxelle the price is same. Cafes in Paris open early in the morning and close by 2 o'clock after midnight, but in Bruxellle open later in the morning and close at

[1] Based upon Wikipedia “Café” (https://simple.wikipedia.org/wiki/Caf%C3%A9)

the time the owner want to close. In Paris water in a glass or a carafe is free, but in Bruxelle you have to order mineral water. The price is higher in Paris, but in Ginza even higher.

At the viewpoints of number of shops and staffs, the first place coffee chain in Japan is Starbucks, Doutor and Tully's continue. Looking at the increase and decrease in the number of shops from 2015 to 2016, Starbucks, Tully's, Becks Coffee, Hoshino Coffee shop, and Komeda Coffee are growing and expanding, but Doutor, the Cafe Room Renoir maintains the current number, the UCC group's KOHIKAN (Coffee House) and others, and Doutor group's Excelsior and others are slightly decreasing.

Starbucks's "The Only One" and "Doutor, later, Cheerful" are excellent as a selling point or a brand slogan.

Tabelog score of these coffee chains' cafe (as a part of consumers' evaluation in the market) is 3.00 mostly, which is up to 3.10. As cafe's competitors, Dean & Deluca's cafe, PAUL's cafe, third wave coffee cafe, Salon de Chocolat, Japanese confectionary cafe, provide high quality of rich sweets and food, service. The Tabelog score is 3.50 or more, which is higher than the coffee chain's cafe, but they are far less as the number.

Starbucks Japan aims to expand its business against competitors, and implements or plans various developments.

三田商学研究
第59巻第５号
2016 年 12 月

2016年11月29日掲載承認

私的カフェ論　その１

伊　藤　　眞

＜要　　約＞

「コーヒーなどを飲ませる飲食店で，新聞や雑誌がそこで読め，時の話題について談笑し，情報交換のできる場所として親しまれているカフェ」を対象としさまざまな観点から事実確認をしたうえで考察する。

パリは，カウンター，室内のテーブル，外のテラスにより値段が異なるが，ブリュセルはすべて一律，パリのカフェの朝は早く，閉店時間は深夜２時までであるが，ブリュセルでは閉めたい時間に閉める。パリでは水はコップ，キャラフでのサービスが無料であるが，ブリュセルではミネラルウォーターを注文しなくてはならない。値段はパリの方が高いが，銀座はもっと高い。

店数，従業員数で，日本のカフェ・チェーンの１位はスターバックスであり，ドトール，タリーズが続く。2015年から2016年の店数の増減を見ると，スターバックス，タリーズ，ベックスコーヒー，星野珈琲店，コメダは成長拡大しているが，ドトール，喫茶室ルノワールは現状維持，UCC グループの珈琲館他と，ドトールのエクセルシオール他は少し減少している。

スターバックスの “The Only One”，「ドトール，のち，はれやか」は，セールス・ポイントもしくはブランドスローガンとして秀逸である。

これらカフェ・チェーンの食べログ点数（市場の消費者の評価の一端として）は3.00が多く，よくて3.10までである。カフェ・チェーンの競争相手である Dean & Deluca のカフェ，PAUL のカフェ，サードウェーブ・コーヒーのカフェ，サロン・ド・ショコラ，和菓子カフェは，そのお菓子，食べ物の豊富さ，サービス，質の高さから食べログの点数は3.50以上であり，カフェ・チェーンより高い評価であるが，数としては圧倒的に少ない。

スターバックスは，競争相手に対抗し事業拡大を目指し，さまざまな展開を実行もしくは計画している。

＜キーワード＞

カフェ，ブラッスリー，ビストロ，レストラン，カフェ・チェーン，スターバックス，ドトール，タリーズ，食べログ点数，サードウェーブ・コーヒー，完全禁煙・分煙

はじめに

大学１年生（国士舘大学経営学部）の授業「ゼミナール入門」（秋期：35名）に，当初４年間ビジネス・プラン作りが４～５回のコースで組み込まれていた。５年間この授業を担当したが，このなかで，カフェ（中には地元の食材を使った少数メニューのレストランで食事時間以外はカフェとして運営するものもあった）は毎回対象として取り上げられた。これに対して，スターバックスの損益計算書の分析，カフェ経営の経験談の事例分析を行い，実際のカフェがどのようなものかを解説してきた。

このような経験に基づきカフェに興味を持ったため，2014年３月，国際基準審議会のボードミーティングにオブザーバーとして参加した帰りに，パリでカフェを経営し，ブリュセルに引っ越してコーヒーと紅茶・緑茶を売り小さなカフェも併設している知人に会い，パリおよびブリュセルのカフェ状況とカフェ経営についてインタビューし，お店の様子を観察してきた。

日本のカフェ，しいてはコーヒーをめぐる現状について理解するため，カフェ・チェーンの状況，セブンイレブンの100円コーヒー（セブンカフェ）とその影響，サードウェーブ・コーヒーのカフェを含む個性的なカフェについて，どのようなもので，どのような状況にあり，どのようになっていくのか考えてみたいと思った。このなかで，カフェを含む飲食店のサービス提供者である従業員についても考察対象としたい。

この論文は４回で掲載する予定であるため，次に全体の見出しを提示しておく。本稿（その１）は，「はじめに」から３までである。

はじめに
１．カフェとは
２．パリとブリュセルのカフェの違い
３．カフェ・チェーンとサードウェーブ・コーヒーのカフェなどの概要と比較
４．人工ミルクと砂糖
５．スターバックスの歴史と損益状況ならびにタリーズおよびドトールとの比較
６．カフェの競争相手とカフェの新しい流れ――セブンカフェ（100円コーヒー），サードウェーブ・コーヒーのカフェ，そして個性的なカフェ
７．カフェの態様――コンセプトカフェ
８．動物カフェ
９．マーケティング目的のカフェ
10．カフェ好きの素人がカフェ・バーを立ち上げて３年経営した事例分析―― Five sense
11．カフェ・チェーンを含む飲食業界の従業員の待遇――ブラック企業の存在
12．カフェで利益を上げるには
おわりに

１．カフェとは

（１）　カフェの定義

「カフェ」とはどういうものか，辞書を調べてみると次のようなことが書かれている。

① コーヒー。コーヒーその他の飲料を主として供する店。我国では明治21年東京上野で開店した可否（カツヒー）茶館が最初。珈琲店。喫茶店。特に我国で，洋酒類の饗応と女給の接待とを主とする飲食店[1]（広辞苑での表記は「カフェー」）。

② カフェ（Café）とは，人が飲み物を飲む公共の場所である[2]。

③ カフェ（仏：café，伊：caffè）は，本来コーヒーの意味。転じて，コーヒーなどを飲ませる飲食店を意味する。ヨーロッパの都市に見られるある種の飲食店を意味し，特にパリやウィーンのものが知られる。新聞や雑誌がそこで読め，時の話題について談笑し，情報交換のできる場所として親しまれている[3]。

ここで検討対象とするカフェは，単にコーヒー，紅茶を出すだけはなく，複数種類のコーヒー，紅茶，ハーブティー，ビール，ワイン，ケーキ，サンドイッチ，限定された数の食事を供するのみならず，スピリッツを出すお店まで対象として考えてみたいから，最後の定義が，この論文に相応しいと考える。

（２）　カフェが飲食店の分類用語もしくはお店の名前に付いている例

飲食店の分類用語の前に Café が付き，Café Bar，Café Bistro，Café Brasserie および Café Restaurant という用語も用いられている。これらは，Bar，Bistro などに Café の雰囲気を加えたもの，あるいは，Café と付けることによって少し軽めの雰囲気なりサービスを演出しているように思われる。そして，食事以外の時間もカフェとしてコーヒーなどの飲物および軽い食物を提供していることを表現しているものと解される。

さらに，レストランの名前に Café が入っているものがある。たとえば，パリ，オペラ座の前にある Restaurant Café de la Paix，内部に入ると天井は高くゆったりとした重厚なレストランであるが，周りは（キャプシーヌ大通りに面した歩道部分の６分の５は硝子張りに緑のトタン葺き屋根の小屋になっており，それ以外はオペラ広場に面した部分も含めオープン）カフェである。また，ロンドンの Charterhouse Square にある隠れ家的なフレンチレストラン Café du Marché は，家族的な雰囲気でフランス料理を出す。

1）広辞苑（1963）428頁
2）Dctionnaire Hachette（2001）157頁
3）日本語ウィキペディア「カフェ」（http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%AB%E3%83%95%E3%82%A7）

（3）　フランスのカフェとサロン・ド・テ

フランスのカフェはコーヒーやワインなどのアルコール類を楽しむ所であり，スイーツは提供していない。これに対し，サロン・ド・テは，ゆっくりとスイーツを味わいながらお茶をできる場所である。おいしいケーキを販売しているお店が，サロン・ド・テを併設しているともいえる。

日本の喫茶店では，一般的にスイーツも供されているので，フランスのカフェとは異なるが，最近はパリでもスイーツを供しているカフェがある[4]。また，Mariage Frères のパリ本店の奥にあるサロン・ド・テで様々な紅茶・お茶とスイーツを楽しめるが，お昼に軽い食事とワインも楽しむことができる。したがって，レストラン＆サロン・ド・テと呼ばれている[5]。

（4）　フランスのカフェ，ブラッスリー，ビストロ，レストランの違い

フランスのカフェでは，コーヒー，紅茶，生ビール，ワイン，バゲットのサンドイッチ，サラダ，ビーフステーキなどを出すところが少なくない。レストランで食事以外の時間にコーヒー，紅茶，ケーキなどを供するところもある。ブラッスリーでも，コーヒー・紅茶を供する。そこで，これらがどのようなサービスを提供するのか確認しておきたい。例えば，次のように説明されている 。

カフェ（Café）とは，喫茶から軽めの食事までとれる店で，夜はアルコールを提供する店も多いとある[6]。しかし，昼間でも生ビール，ワインなどお酒を飲むことができる店も少なくない。

ブラッスリー（Brasserie）とは，もともとビール製造所という意味でビールなどの酒類が飲める大衆居酒屋的な店[7]といわれている。しかし，パリには24時間営業のお店もあり，オペラ座の近く，イタリアン大通りに面したル グラン カフェ カプシーヌは，何も言わなくても日本語メニューを持ってきてくれる。雰囲気もアール・ヌヴォーで華やかで素敵であるが，カジュアルな格好でも OK である。オイスター，フルイ・ド・メール，それに魚の料理，肉の料理も豊富である。値段も高級レストランのように高くなく，おいしい。したがって，一流レストランのように食材について最高のものを使うわけではないと思うが悪くない。もちろん生ビールもあるが，ワインもそろっていて食事のときはみなワインを飲んでいる。

また，ル・アルの西側にある1946年創業，パリでも古い老舗ブラッスリー「オ・ピエ・ドゥ・コション Au Pied de Cochon[8]」（日本風に訳すと豚足亭）は24時間365日営業している。豚足料理がスペシャリテで有名であるが，何でもある。16時頃に店に入った筆者は，オイスターの後，タルタルステーキをいただいた。美味。もちろんワインを飲みながら。しばらくして隣の席に妙齢のご

4）　ぐるなび海外版（パリ）「カフェとサロン・ド・テの違いって…？？」
http://www.gnavi.co.jp/world/europe/france/topics/paris_060811.html

5）　Mariage Frères LA CUISINE AU THÉ Restaurants & Salons de Thé
（http://www1.mariagefreres.com/FR/restaurant_salon_de_the.html?P1=restaurant_salon_de_the）

6）「フランス料理の楽しみ方－フランス料理店の種類」http://www.plaisirdelatable.jp/plaisir/type.html

7）　同上

8）　オ・ピエ・ドゥ・コションのメニューの一部の紹介は「老舗ブラッスリーで過ごす今宵の夏」参照。
（http://www.hayakoo.com/au-pied-de-cochon/）

婦人が１人来て，メインにコラーゲンたっぷりの太く大きな豚足を１本おいしそうに食べていた。

このようなブラッスリーは，24時間いつでもワインを飲みながら食事ができる。ちなみにビールに関しては，カフェなどで，夕方，夕食（フランスでは午後８時から）の前におしゃべりしながら生ビールを飲んでいる人が多い。

ビストロ（Bistro）とは，慎ましい外見，低廉な価格，和気藹々とした雰囲気をかもし出す常連のいるカフェまたはレストラン[9]である。フランスではテーブル同士が接近した家庭的かつ賑やかな店が多い[10]。パリのビストロには，常連用のナプキンの棚（各自が持ち込んだナプキンを細長く折って１つずつ差し込んでおく）を据え付けたお店もある[11]。

レストラン（Restaurant）とは，ブラッスリー，ビストロよりも高級なフランス料理店というイメージである[12]。ちなみにミシュランのレストランの快適度を示す格付けの星の数（最高は星３つ）はおいしさ[13]（la qualité de leur cuisine[14], quality of their cooking：言い換えれば料理の質と味）を示し，ナイフ・フォークの数（最高５つ，赤表示の場合はより快適であることを示す）は快適度[15]（confort[16], comfort：豪華または洗練されたインテリア，サービス・スタッフの多さを意味し，ナイフフォーク４つまたは５つのところではスタッフは絶えずお客の動きを見ていて適時適切なサービスを提供する）を示している。

ロティスリー（Rôtisserie）とは，焼肉料理店である。厳密には，肉を串に刺して回転させて炭火で炙り焼きにする回転肉焼き器で作った料理を出すお店である。

オーベルジュ（Auberge）とは，本来は宿泊設備のあるフランス料理レストランを指す。ホテルがメインではなく，あくまでもレストランがメインということを踏まえて，施設全体が作られている[17]。

なお，格式ある三つ星レストランは，日本ではグラン・メゾンと言われているが，これは日本語でありフランスでは使われていない[18]。フランスではレストランの名前でどのようなお店か判断できる。必要ならば，レッド・ミシュランを見る。

２．パリとブリュセルのカフェの違い

（１）　パリとブリュセルのカフェの違い

パリで長くカフェを経営し，現在はブリュセルで EDEN Thés et Cafés（EDEN）というテース

9）　フィエロ（2011）607頁
10）「フランス料理店の種類」http://www.plaisirdelatable.jp/plaisir/type.html
11）　芸術新潮（2009）94頁
12）「フランス料理店の種類」http://www.plaisirdelatable.jp/plaisir/type.html
13）　Michelin 東京（2008）８頁
14）　Michelin France（2000）33頁
15）　Michelin 東京（2008）８頁
16）　Michelin France（2000）34頁
17）「フランス料理店の種類」http://www.plaisirdelatable.jp/plaisir/type.html
18）　同上

ティング・ルーム（カフェ）のある，様々な種類のお茶，コーヒーと茶器を販売するお店を経営している知人に，パリとブリュセルのカフェに違いがあるのかどうか話を聞いた（2014年３月）。彼らが言うには，パリとブリュセルのカフェには，あまり大きな違いがあるとは思えないが，気付いたことが何点あり，それは次のとおりである。

①　値段の設定

パリでは，カウンター（立ち飲み），室内のテーブル，外のテラスと値段設定が３段階に分かれている。外のテラスが一番高い。冬は外用暖房が設置されているところが多い。親切なところは膝掛けなども置いている。

ブリュセルでは，すべて一律。そのためか，外のテラスへのサービスはあまり見かけない。

②　喫煙：

フランスでレストラン，カフェにおける喫煙禁止が決まり，2008年１月から施行された[19]。一定の厳しい条件を満たした「密閉された喫煙室」を設ける店舗では喫煙できるが，設置可能な店舗は全体の３％にすぎない。新禁煙法により，2010年からカジノ・ナイトクラブなどの例外を除き屋内の公共の場所はすべて禁煙，喫煙室の設置可。

室内ではベルギーも５～６年前から禁止（フランスの方が１年ほど先であった）。

③　開閉時間

パリのカフェの朝はとても早い。肉体労働者などに合わせ，７時ごろから開店するカフェがある。しかしながら，近年はこのような伝統的な営業のカフェもだいぶ減ってしまった。

閉店時間は深夜２時までと決まっている。それ以降は閉めてないと見回りの警察に入られ，注意で済まなくなる場合も生じる。

ブリュセルでは，早くから開いているカフェは少ない。８時半ごろ開きだすが，限られたカフェのみである。閉店時間は特に決められてないそうである。閉めたい時間に閉める。

④　サービス

パリはコップ，キャラフ（ガラスポット）での水のサービスが無料（レストランでも同じ）。質の良いカフェ（値段設定が高いところ）などはカフェを一杯頼んだだけでも一杯の水を一緒に付けてくれたりする。また，「お水をください」と言えばこの水道水をサービスしてくれる。一口のビスケットやチョコなども付いてくることがある（近年は増えだしたが基本的にはない）。

ブリュセルでは基本的に水は有料。水が欲しければミネラルウォーターを注文しなくてはならない。水道水のサービスは一切ない。しかし，どんなに安いカフェに入っても一口ビスケット，チョコなどは必ず付いてくる。ブリュッセルでは人工ミルクもサービスで付いてくる。「カフェをください」と言うと，パリでは「エスプレッソ」が出てくるのに対し，こちらは「アロンジェ」といって日本のコーヒーのような薄いものがサービスされる。

パリのカフェの方が土地柄，値段設定がブリュセルよりずっと高いが，一杯のカフェは銀座の

19）　千秋三富「フランスのカフェ・レストラン業界を変える，２つの変革（その１）」日経レストラン online，2006年12月22日，http://nr.nikkeibp.co.jp/blog/mitomi/20061222/

カフェに比べたらずっと安い。ブリュセルはフランス語圏なのもあって，パリのカフェと雰囲気は同じような感じである。

（２） EDEN Thés et Cafés とベルギーの Café・ビヤホールの印象

EDEN を訪問。コーヒー豆，日本の各種のお茶，中国茶，ハーブティーが右の壁一杯に缶などに入って置かれている。左側には日本の茶碗，急須，ティーメーカーなど棚一面に置いてあり，それらの小売りと少しであるがレストランに卸売りをしている。そのお店の奥に２人がけのソファーが６つとテーブルが３つの Café 部分がある。開店したときから観察していると，馴染みらしい２人の中年女性が入ってきて，コーヒーを注文すると仕事の打ち合わせをはじめ，電話も用いて，仕事場のように使っている。親子が入ってきて店主と話しながら母親が緑茶を購入し，青年がコーヒーを淹れてもらってテイクアウトする。店主は静かな口調で顧客とおしゃべりを続けている。向かいのお店までコーヒーの出前をする。店の扉を開けて入ってきて挨拶をして出て行く中年の男もいる。ガラパゴスのコーヒーを飲まないかと言われ，それはあのガラスパゴス島のコーヒー豆かと聞くとそうだと言う。豆を挽いて，エスプレッソマシーンで淹れてくれたコーヒーは，初めて飲む不思議な味と口当たりであるが，コクがあっておいしかった。このような中から，上質な商売のスタイルを見ることができた。

午後 EDEN の Madam に，観光客の行かない古びた Café に連れて行ってもらった。正面にウイスキーなどの強いお酒のサーバーがあり，右奥に座る老年に近い男性は１人ビールを飲んでいた。たくましい顔つきをした中年の女性がカウンターの中にいる。カウンターも，椅子も，テーブルも古びた木でできていた。トイレは狭い階段を登った３階にあった。

それから証券取引所の近くのブリュセルで最古のビア・カフェ Le Cilio（ル・シリオ）（1886年設立）を訪れた。歩道に面したテラスに４つの椅子のあるテーブルが５つずつ２列あり，木枠に１枚ガラスの戸を押して入ると右手にゴージャスなカウンターのある部屋で正面の小さな壁の両側に奥の部屋に通じる開口部がある。落ち着いた赤いベルベット張りの壁，作り付けのソファーに小さなテーブルを挟んで１脚の椅子を置く配列である。奥の部屋は広く重厚な内装で，シックでアールデコである。テラス席にも，入った部屋にも奥にもお客が入っていた。

ベルギービールは多様であり，その由緒あるビヤホールに連れて行ってもらった。路地の一番奥に入口のある A La Becasse（ア・ラ・ベカス）（1877年創立）は年中無休である。まだ時間が早いせいか，使い込んだ木のテーブルと椅子がいくつも並んだ，その片隅で男が４，５人ビールを飲んでいたが，だんだん人が増えてきた。女性は少ないと言われたが，アベックが２組，母親と娘らしい２人連れが入ってきて，メニューを見ながら選定・注文し味わっている。注文を取り，運ぶのは中年のおじさん，ビールをグラスに入れるのは若い娘で，２人で切り回している。コストパフォーマンスがよいと思う。夜は，酒の肴として主にコールドタイプの様々な料理を出す。

この後訪れたブルージュでは，魚料理とできたて熱々のタルト・タタンの夕食後，ライトアップされた大聖堂を見終わって暗がりのなかを歩いていると，ガラス越しに煌々と光を放つ中，楽しそうに話し合うお客で賑わっているビヤホールが見えた。１人の若い女性とすれ違ったが，彼

女はその光の中に吸い込まれるように入っていった。

3．カフェ・チェーンとサードウェーブ・コーヒーのカフェなどの概要と比較

まず，日本の主要なカフェ・チェーンを概観・比較したうえで，よりコーヒーを洗練させたサードウェーブ・コーヒーのカフェと比較し，さらに，サロン・ド・テならびに和菓子のサロン・ド・テである主要な菓寮・茶寮も概観しカフェ・チェーンと比較してみたい。

（1）　カフェ・チェーンのカフェ

「カフェ・コーヒーショップ・喫茶店チェーンまとめ[20]」（2015年９月17日現在）によれば，日本で展開しているカフェ・チェーンの主たるものは図表１のとおりである。銀座ルノワール，プロントコーポレーション，ドトールコーヒー，UCC およびシャノアールは，複数ブランドのカフェ，カフェ・バー，カフェ・ブラッスリーを経営している。これに対し，スターバックスコーヒー（スターバックス）およびタリーズコーヒー（タリーズ）はワン・ブランドである。しかし，スターバックスはそのブランドでコンセプトカフェなどを展開している。

シアトル発のスターバックス，タリーズなどは，セルフサービスで，深入りのコーヒー豆によるエスプレッソとカフェラテを売り物に展開してきた。これはセコンドウェーブ・コーヒーと呼ばれる。

①　店数

2016年10月末現在の公表データによると店数の一番多いは1,198店のスターバックスであり，次が1,105店のドトールコーヒー。この２つがトップグループである。次のグループが676店のコメダ珈琲店と642店のタリーズ。そして，393店のサンマルクカフェ，292店のプロント，243店の珈琲館が第３グループである。詳細については，図表２を参照。

しかし，お店の数と総席数は異なるかもしれない。たとえば，スターバックスには店内71席とテラス69席の140席を備える上野恩賜公園店や，104席（内テラス席14）が並ぶ東急プラザ表参道原宿店のような大型店がある。タリーズ恵比寿東口店は52席。これに対し，ドトールコーヒー恵比寿１丁目店は100席あるが，恵比寿東店は16席。さらに，サードウェーブのカフェであるが猿田彦珈琲恵比寿本店は11席しかない。席数は各カフェ・チェーンのホームページには記載が無く，食べログの各店掲載の席数から入手したが，カフェの場合は記載されていない店の方が多い。したがって，収益に影響する総席数で比較することはできない。

2015年10月31日現在の公表データの店数と比べ増えているカフェ・チェーンは，スターバックス125店，11.6％の増加，タリーズは75店，13.2％の増加であり，拡大を続けている（図表３）。JR 東日本子会社の駅中のベックスコーヒーは47店，52.8％の増加で成長途中にある。星野珈琲店24店，15.2％と拡大。コメダ珈琲店44店，7.0％，プロント18店，6.6％，サンマルクカフェ 27店，

20）　http://matome.naver.jp/odai/2136159447864301701（102,876 view）（９/17/2015）

図表１　カフェ・チェーンの概要

カフェ・チェーン	店数 2016 (2015)	セールス・ポイント	従業員数 2016(パート) (2015(パート))	食ベログ点数 (食ベログの東京都にある店数)(注１)
銀座ルノアール経営			(注２) 225 (1,516) (215 (1,502))	
ミヤマ珈琲	7	自然の中のログハウス，地域コミュニティ		グランエミオ大泉学園3.09，練馬春日町3.09⇒3.03（２店）
喫茶室ルノアール (COFFEE ROOM GINZA Renoir)	83	都会のオアシス，ネルドリップ抽出		3.00～3.07。渋谷南口3.08（74店）
Cafe ルノアール	7 (8)	懐かしく心地のよい空間		3.0～3.03（５店）
NEW YORKER'S Cafe	9	NY カフェの香りの本格エスプレッソ・カフェ		通常 3.00。調布駅北口3.16⇒3.11，高田馬場一丁目2.99⇒3.00（９店）
カフェ・ミヤマ (Cafe Miyama)	7	自然美・造形美・人間美を追求した昭和の懐かしさと現代の新しさ		通常 3.00。新宿南口駅前店 3.09，渋谷東口駅前3.02
瑠之亜珈琲 (RUNOA COFFEE)	1	大人の女性のサードウェーブ		銀座インズ　3.03⇒3.00
星野珈琲店（注３）	182 (158) （注４）	直火焙煎，ハンドドリップ	開示なし	3.00が多い，新宿東口３丁　目3.31⇒3.32，109 MEN'Z 3.15（36店）
スターバックスコーヒー (STARBUCKS COFFEE) （注５）	1,198 (内ライセンス店68) (1,073)	"The Only One"	3,347 (3,036)	3.00～3.10，銀座マロニエ通3.08⇒3.07，東急プラザ表参道原宿店3.07，目黒3.10，上野恩賜公園店3.09（294店）
ベックスコーヒーショップ (BECK'S COFFEE SHOP) 駅カフェ	136 (89)	いつでもおいしい珈琲のために	開示なし	品川＆池袋メトロポリタン店3.02，それ以外3.00（37店）
タリーズコーヒー (TULLY'S COFFEE)	642 (567)	おいしさ，くつろぎ，サービス，エスプレッソ，コーヒー豆へのこだわり	開示なし	原則3.00。3.01と3.02がいくつか。プライムファイブ東急プラザ銀座3.03（182店）
プロントコーポレーション			277	
プロント (CAFFE & BAR PRONTO)	292 (274)	"くつろぎの場"の創造（イタリアン・バール）		通常3.00，3.01～3.04がちらほら。ビアテリアプロント東京駅3.41（129店）
イルバール（IL BAR）	9	朝から夜まで くつろぎのひと時		通常3.00，丸の内オアゾ3.03（６店）

図表１　つづき１

カフェ ソラーレ（CAFFÈ SOLARE）	18	陽だまり，こだわり食材，自分だけの時間		通常3.00，Tsugumi 有楽町マルイ3.11（６店）
エ・プロント（E PRONT）	13（9）	自分の居場所		通常3.00，西国分寺店3.05（８店）
ディプント（Di PUNTO）	30（21）	アット・ホームな地域密着型のワイン酒場		通常3.00，神田3.08，上野3.36，中目黒3.20（19店）
エスプレッサメンテ イリー（espressamente illy）	8	イタリア最高級の老舗エスプレッソブランド illy。生活に密着した社交の場		通常3.05，赤坂 Biz タワー 3.23（４店）
ブリオッシュ ドーレ（Brioche Dorée）	6	フランス No.1のベーカリーカフェ		国立3.00，ヨドバシ AKIBA 3.26（２店）
ドトールコーヒー経営			（注６）1,042（3,078）（1,039（3,020））	
ドトールコーヒー（DOUTOR）	1,105	ドトール，のち，はれやか		3.00。４店が3.01（397店）
エクセルシオール カフェ（EXCELSIOR CAFFÉ）	121（125）	おいしさへのこだわり（イタリアン・バール）		3.00。3.01と3.02が１店ずつ（84店）
カフェ コロラド（café COLORADO）	63（67）	健康的で明るく，老若男女に親しまれる		3.00。3.02と3.04が１店ずつ（34店）
エクセシオール カフェ（Exceisior Café）赤字	1（2）			新宿（閉店）3.00
ル カフェ ドトール（Le Café Doutor GINZA）	3（注７）	フレンチカジュアルドトールコーヒーの最高級ブランド		銀座3.00，銀座中央通3.23
カフェ エクセルシオール（caffé excelsior）	2			八重洲地下街3.00
バリッシモ（BARISSIMO）	3	Italian Bar		大手町3.00，有楽町イトシア3.24
カフェ レクセル（CAFE LEXCEL）	3（2）	最高の一杯		東京国際フォーラム3.00，丸の内ビルディング3.10
カフェ マウカメドウズ（Mauka Meadows）	5（6）	ハワイアンリゾートハワイのコナコーヒー		大井町3.06，横浜ランドマークプラザ3.09
カフェラミル	13	おいしいコーヒーとケーキ，心地よい空間とおもてなしで上質な時間		通常3.00，新宿モア４番街3.09，新宿３丁目3.05（８店）
ニュースタイルカフェラミル	4	白を基調とした明るく開放的な空間，上質なサービス		ピーコック自由が丘店3.00，サンシャインシティ 3.11
ル サロン ド ニナス	2	フルサービスの「サロン・ド・テ」でフレーバーティーを楽しむ		クィーンズスクエア横浜3.12
ニナス パリ	2	カフェスタイルでフレーバーティーを楽しむ		むさし村山3.01

図表１　つづき２

テ ニナス	1	カジュアルにニナスの紅茶を楽しむ		横浜ワールドポーターズ3.14
オーバカナル（ブラッスリー，カフェ，パン屋）	7	賑わいと味わいが息づく空間で，“フランスの大衆食文化を伝える”		銀座3.57，赤坂3.53，高輪3.58，紀尾井町3.58，東山3.54
ブラッスリー ラ クラス（BRASSERIE LA CLASSE）	2	クラシックとモダンが融合する「今のフランス」を日本に伝える		新横浜店3.58，横浜ランドマークプラザ店3.51
サンマルクカフェ（ST. MARC CAFÉ）	393（366）（注８）	チョコクロ，一杯だて，焼きたてパン	166（2,654）（106（2,364））（注９）	3.00，3.01少し，3.03が１店（114店）
ユーシーシーフードサービスシステムズ（UFS）　UCC（注10）			開示なし	
上島珈琲店	109（117）	喫茶文化を大切に懐かしく温かい大人のための珈琲店		3.00が多いが，3.01～3.04，黒田記念館と大門が3.06（49店）
珈琲館	243（250）	くつろぎ・楽しい語らい・静かな思索。味の良さ・もてなし・のびやかな空間。本物の美味しさ		3.00，3.01～3.03少し，3.06１店，紅鹿舎＆くすの樹3.53（87店）
MELLOW BROWN COFFEE	6（7）	毎日美味しいコーヒーを楽しむ		自由が丘本店3.32
Cafe di Espresso	25（30）	エスプレッソのセルフサービス珈琲館		3.00（５店，うち１店は点数なし）
UCC CAFÉ MERCADO	32（35）	多種多彩な豆から好きな珈琲を		吉祥寺3.01
UCC Café Plaza	21	注文ごとに豆を挽き一杯ずつサイフォンで		3.00（２店），3.01（１店）
ウィーンの森	7（8）	ウィーンのカフェ		そごう柏3.07
CAFFÈRA	5（7）	ミラノスタイルのイタリアンバール（関西）		大丸梅田3.54，大丸神戸3.57
珈楽庵	8	和洋の珈琲茶寮		岐阜河渡3.00，南柏店3.09，深谷花園3.26
シャノアール（CHAT NOIR）			5,332（うち社員数320）（注11）	
カフェ・ベローチェ（CAFFE VELOCE）	170（173）	いつでも通える手軽さで，おいしさとおもてなし		通常3.00，3.01～3.03，3.04，池袋サンシャイン前＆神田美土代町店3.07（100店）
コーヒーハウス･シャノアール	19（20）	フルサービス式カフェ		3.00，3.01，3.02，3.05，調布3.07（５店）
カフェ・ラ・コルテ	2（1）	カフェ＆バー		日本橋3.04
カフェ・セジュール	1	フルサービス式カフェ		3.05（下北沢）

図表１　つづき３

ポッカクリエイト カフェ・ド・クリエ （CAFÉ de CRIÉ）	191 （178） （注12）	一杯のしあわせ	開示なし	3.00～3.06（11店）
珈琲所　コメダ珈琲店	676 （632） （注13）	いつも同じ味のコーヒー。くつろぎ，おいしさ，サービス	開示なし	3.01～3.09。3.07＆3.08が多い（40店）
セガフレード・ザネッティ （Segafredo ZANETTI）	34	イタリアン・バール ミオバール（私のバール）	開示なし	3.00～3.09（25店）
ブレンズコーヒー （BLENZ coffee） 東京のみ	3 （4）	バンクーバー発 手作りのおいしさ，もてなしの心	開示なし	神田小川町店3.09，青山花茂店3.13
シアトルズベストコーヒー （SEATTLE'S BEST COFFEE）	65 （62）	シアトル バション島発 スムースロースト	開示なし	3.01～3.54（12店）

出典：「カフェ・コーヒーショップ・喫茶店チェーンまとめ」（http://matome.naver.jp/odai/2136159447864301701）に記載されたカフェ・チェーンと各社のホームページをベースに作成（2015年10月31日閲覧。主要なものについて2016年10月に再閲覧）。ここに掲載された順番にこの表は作成されている。この順番はこのまとめを作成した方の考え方に基づくものと解されるが，その順番がどのように選ばれたのかは，筆者には推測不能である。

注１．食べログ点数については，原則として東京都にあるお店を対象とした。少数であるが東京に店舗がない場合は他の店舗を対象とした。

２．銀座ルノワール有価証券報告書2016年３月期（上段）および2015年３月期（下段）より入手。（　）内は平均臨時雇用者数。

３．星野珈琲店を経営している日本レストランシステムは，Oslo Coffee などのカフェ，その他の飲食店も経営しているが，ここでは取り上げていない。

４．ホームページより入手。シンガポールの５（３）店を含む。

５．スターバックスの店数，従業員数は2016年６月30日現在のものである。2015年については2014年12月31日現在のもの。ホームページ会社概況または四半期報告書より入手。

６．ドトール・日レスホールディングス有価証券報告書のドトールコーヒー・グループ人数。2016年および2015年２月28日現在。括弧書きは，年間平均の臨時雇用者数。

７．ホームページには，銀座には銀座４丁目本店しか載っていないが，食べログなどによれば銀座中央通店も存在している。

８．サンマルクカフェのホームページ（2016年10月28日現在）。括弧書きは親会社サンマルクホールディングス2015年３月期決算短信より入手。

９．166人（前年106 人）は就業人員であり，パートタイマーは 2,654人（前年2,364 人）（１日８時間換算による年間平均人員）。サンマルクカフェのホームページ（2016年10月28日現在）

10．ここに記載したもの以外に，海外店20，国内に BOOKS & CAFÉ UCC など86店ある。

11．ホームページから入手しているが，何時の時点か記載がない。レギュラーチェーン店舗数については，2015年４月１日のものである。

12．カフェ・ド・クリエのホームページ2016年10月31日現在（2015年９月30日現在）

13．コメダ珈琲店のホームページ2016年２月28日現在（2015年５月31日現在）

7.4％，カフェ・ド・クリエ13店，7.3％，そしてシアトルズ ベスト コーヒー３店，3.2％の増加である。

これに対し，喫茶室ルノアールは変化なし。ドトールコーヒーも変化していないが，ドトールコーヒー経営のエクセルシオール カフェは４店，3.2％の減少，カフェ・コロラドは４店，6.0％減少し，赤字であったエクセシオール カフェの１店は閉店。また，UCC グループの珈琲館７店，

図表２　主要なカフェ・チェーンの店数と順位（2016年10月31日現在の公表データ）

１．スターバックス	1,198店	９．星野珈琲店	182店
２．ドトールコーヒー	1,105店	10．カフェ・ベローチェ	170店
３．コメダ珈琲店	676店	11．ベックスコーヒーショップ	136店
４．タリーズ	642店	12．エクセルシオール カフェ	121店
５．サンマルクカフェ	393店	13．上島珈琲店（UCC）	109店
６．プロント	292店	14．喫茶室ルノアール	83店
７．珈琲館（UCC）	243店	15．シアトルズベストコーヒー	65店
８．カフェ・ド・クリエ	191店	16．カフェ・コロラド	63店

出典：図表１の店数より作成。

図表３　カフェ・チェーン店数の増減（2015年10月31日対2016年10月31日現在の公表データ）

カフェ・チェーン	2015年	純増（減）	2016年	増（減）率
スターバックス（注１）	1,073	125	1,198	11.6%
コメダ珈琲店	632	44	676	7.0%
タリーズ	567	75	642	13.2%
サンマルクカフェ	366	27	393	7.4%
プロント	274	18	292	6.6%
星野珈琲店	158	24	182	15.2%
カフェ・ド・クリエ	178	13	191	7.3%
ベックスコーヒーショップ	89	47	136	52.8%
シアトルズベストコーヒー	62	3	65	3.2%
ドトールコーヒー	676	−	676	−
喫茶室ルノアール	83	−	83	−
珈琲館（UCC）	250	−7	243	−2.8%
カフェ・ベローチェ	173	−3	170	−1.75%
上島珈琲店（UCC）	117	−8	109	−6.8%
エクセルシオール カフェ	125	−4	121	−3.2%
カフェ・コロラド	67	−4	63	−6.0%

出典：図表１の店数より作成。
注１．2014年12月31日現在と2016年６月30日現在の店数。

2.8％減少，上島珈琲店８店，6.8％減少，店数は少ないが Café di Espresso は５店，16.7％など軒並み減少している。

このように駅中のベックスコーヒーは急成長中のコーヒー・チェーンであるが，スターバックス，タリーズ，星野珈琲店は堅実に拡大中であり，ドトール，ルノアールは現状維持であるのに対し，UCC グループおよびドトールグループは店数を減らしている。カフェ・チェーンの店数の増加・減少は，このように３つに分類できる。

②　セールス・ポイント

図表１のセールス・ポイントについては，各カフェ・チェーンのホームページまたは食べログ

のお店の自己紹介の記述のなかから筆者が独断と偏見のもとに選定し要約したものである。

タリーズは，「おいしさ，くつろぎ，サービス，エスプレッソ，そしてコーヒー豆へのこだわり」というシアトル系カフェのコンセプトをそのまま言葉に置き換え，それぞれ具体的に説明しているのに対し，スターバックスのセールス・ポイントは，「The Only One」で，短く簡潔である。その意味は「お客様にとっての “The Only One” カフェとして愛されるために，私たちは一杯のコーヒーを通じて，地域のお客様一人ひとりと丁寧に向き合います[21]」としている。これ以外に Our Mission and Values[22]（関係者を大切に，新たなものを追求，かつ誠実に）がある。

ドトールのブランドスローガンは，「ドトール，のち，はれやか」，これは2016年からのもので，その前は「がんばる人のがんばらない時間」。コーヒーの味・香りには言及せず，ドトールの時空を通り抜けることにより気分転換し，はれやかな気分になってもらうことを表現しており，他のカフェ・チェーンのものと差別化を図っている。なお，ショップ・コンセプトは「さりげなく小粋」である。

コメダ珈琲店のセールス・ポイントを要約すると，「いつも同じ味のコーヒー。くつろぎ，おいしさ，サービス」。この元であるコメダのホームページの「コメダの魅力」には[23]，くつろぎ，おいしさ，サービスそしてコーヒーへのこだわりについて，それぞれ詳しい説明があり，考えつく言葉の羅列があるが，冗漫である。いつも同じ味のコーヒーについては，コーヒーを工場でまとめて抽出し（特許取得[24]）各店舗に配送，注文が入れば温めて提供する方法で対応している。最上の味，香りやコクを期待するのは難しいかもしれない[25]。少なくとも，ローストしたばかりのコーヒー豆を挽いて，すぐ淹れたコーヒーを愛する人々を満足させることはできないと考える。

サンマルクカフェは，サクサクのクロワッサン生地でチョコを包んだ「チョコクロ」，注文を受けてから一杯ずつ豆を挽いて蒸らし抽出するコーヒーを落ち着いた空間で楽しみ，石釜をも超える「遠赤外線」効果のオーブンで焼いたふんわりしっとりとした焼きたてパンを楽しむと感覚的な言葉でアピールする。コーヒーよりもお菓子，パンの比重が高いようである。

「“くつろぎの場” の創造」とアピールするプロントは，イタリアン・バールでカフェタイムがある。昼は低価格コーヒーショップ，夜はショットバーの高収益店舗をフランチャイズで展開している。

「くつろぎ・楽しい語らい・静かな思索。味の良さ・もてなし・のびやかな空間」をアピールする珈琲館。「喫茶文化を大切に懐かしく温かい大人のための珈琲店」をアピールする上島珈琲店は，ネルドリップ・コーヒーについても強調している。この２つのグループは空間・雰囲気をアピールしており，UCC グループが経営している。

21） スターバックス会社案内 http://www.starbucks.co.jp/company/（2016年11月７日）
22） http://www.starbucks.co.jp/company/mission.html（2016年11月７日）
23） http://www.komeda.co.jp/attraction/index.html#（2016年11月７日）
24） コメダ珈琲の温めなおしても香りが飛ばない意外な秘密
http://www.trend-ai.com/blog/?p=14000（2016年11月７日）
25） Yahoo 知恵袋「コメダ珈琲なんですけど珈琲本来の香りやコクが……」
http://detail.chiebukuro.yahoo.co.jp/qa/question_detail/q14111595004（2016年11月７日）

顧客やロケーションに応じた工夫により，顧客に「一杯のしあわせ」を届けるというカフェ・ド・クリエ。顧客層やその好み，お店の置かれた場所のニーズに応じて飲み物・食べ物の品ぞろえをするということか。

「直火焙煎，ハンドドリップ」にこだわる星野珈琲店は，コーヒースペシャリストが世界中から選び抜いた豆を使用。焙煎からブレンドまで長年培った技術をもとに直火焙煎し，挽きたての豆をハンドドリップで丁寧に淹れたプレミアムコーヒーとアピールし，おいしさを追求している。さらに，食べ物が充実している。

「いつでも通える手軽さで，おいしさとおもてなし」とうたうカフェ・ベローチェ，以前は「価値ある価格でおいしいコーヒーを」，安い価格でおいしいものを提供するという点は変わっていないが，「おもてなし」が加えられた。

「いつでもおいしい珈琲のために」とアピールするベックスコーヒーショップは，JR 東日本フードビジネスが経営する駅中カフェである。食材の無農薬フリルレタスもアピールしている。

「おいしさへのこだわり」をアピールするエクセルシオール カフェは，ドトールが経営し，イタリアン・バールをコンセプトとし，立地や客層によって，パスタやジェラートなどメニューの異なる３つの店舗スタイルで展開している。カフェ コロラドは「健康的で明るく，老若男女に親しまれる」をコンセプトとするドトールの経営である。

喫茶室ルノアールは「都会のオアシス，くつろぎの空間」と「ネルドリップ抽出」をアピールする。

シアトルのバション島発のシアトルズベストコーヒーは，「ブレンドに最適なスムースローストで，フレーバーを最大限引き出し，しっかりとした味わい，まろやかでスムースな飲み心地のバランスのよいコーヒーを」とアピールしている。

③　従業員数

開示していないカフェ・チェーン・グループが多いが，開示されているところを比較してみる（図表４）。

従業員数には管理部門の人数も含まれていること，また，前述のようにお店の席数の違いがあるので単純比較はできないが，おおよその目安として１店当たりどのくらいの従業員数かを計算してみる。

現在公表されているスターバックスの従業員数にはアルバイト（パート）は含まれず，アルバイト人数は開示されていない。１店当たり従業員は2.79人であるが，これ以外にアルバイトがいる。スターバックスが非公開化される直前の有価証券報告書2014年３月31日現在の従業員数は2,003人（２年間で1,344人増加し2016年３月31日には3,347人となった。2014年12月31日の従業員数は3,036人であるから最初の９ヶ月間で1,033人増加した）で臨時従業員数（年間の平均人員）は22,836人である。また，2014年３月31日現在の臨時従業員数は24,433人であった。2014年３月末現在の店数は1,015店　（フランチャイズ店48を含む）であったから，この時点の１店当たり従業員1.97人，臨時従業員数24.07人であった。

ドトールは１店当たり従業員が0.78人，パートが2.3人で合計3.08人である。しかし，ドトール

図表４　カフェ・チェーン・グループの従業員数（2016年10月31日現在の公表データ）

カフェ・チェーン・グループ	従業員数（注１＆２）	店数	１店当たり従業員数
銀座ルノアール・グループ （平均臨時雇用者数）	225人 1,516人	118店	1.91人 12.80人
スターバックス	3,347人	1,198店	2.79人
プロントコーポレーション・グループ	227人	376店	0.60人
ドトールコーヒー・グループ （年間平均臨時雇用者数）	1,042人 3,078人	1,336店	0.78人 2.30人
サンマルクカフェ （１日８時間換算による年間平均人員）	166人 2,654人	393店	0.42人 6.75人
シャノアール・グループ （パート）	320人 5,012人	192店	1.67人 26.10人

出典：図表１の従業員数と店数より作成。
注１．2016年10月31日現在の各カフェ・チェーン・グループのホームページから入手したものであるが，いつ現在の数値か明示されていないものが多い。
２．銀座ルノアールの従業員数は2016年３月31日現在のもの，スターバックスの従業員数は2016年６月30日現在のもの，ドトールの従業員数は2016年２月28日現在のものである。

グループは，フルサービスのオーバカナル，ブラッスリー ラ クラスなども営業しているので，従業員数は少し多いと思われるが，スターバックスよりもかなり少ない。

プロントコーポレーション・グループは従業員数のみ227人で１店当たり0.6人となるため，当然パートはいると解されるが公表されていない。サンマルクカフェは従業員0.42人，パート6.75人で合計ではスターバックスより少ないが，ドトールよりも多い。銀座ルノワール・グループも，１店当たり従業員1.91人およびパート12.8人と多いが，カフェ以外に会議室（喫茶室ルノワール，Café Miyama および独立したスペース）をマイスペースという名称で26ヶ所運営している影響もあると解される。

シャノアール・グループは１店当たり従業員1.67人，パート26.1人であり，スターバックス（2014年３月31日現在）の数値に近い。このパート5,012人はパートの総人数であって，平均臨時雇用者数ではないと解される。

④　食べログ点数

ここでは，食べログの点数[26]で，市場の消費者としての顧客にどのように評価されているのか

26）　食べログ点数の算出方法・考え方は次のとおりである。
（詳しくは https://tabelog.com/help/score/ を参照）（2016年11月19日現在）
①　点数は単純平均ではなくユーザー影響度（食べ歩きの経験が豊富な人の影響を大きくする）を加味している。
②　評価が集まらないと点数は付かない・変動しない。
③　不正対策（上記①と②を中心とする点数の算出方法は非公開とし，さらに日々見直しを行っている）
④　点数更新：点数は毎月第１火曜日と第３火曜日の原則月２回更新を行っている。新たに投稿された評価の反映だけではなく，ユーザーごとの影響度の再評価や全体的な算出方法の改善などをすべて考慮し再計算する。
⑤　飲食店向けに有料の広告サービスを提供しているが，このサービスを利用しているかどうかが点数に↗

概観し，比較してみる。食べログの点数を用いるのは，他の評価と比べ点数が厳しいこと，そして口コミが参考になり，特に低い点数の口コミは役に立つからである。指摘された問題点を許容できるか考えるのである。かなり前，20人前後の懇親会で事前に見ていたその店の口コミの話をした後，細い通路の奥まった座席ではあるが従業員が見えるところから，お酒の追加を頼もうとしても，口コミどおり従業員がまったく気が付かないことがあって，２人で笑い出したことがあった。従業員同士が話をしていたりして，このときは結局無視された。

カフェ・チェーンのお店の食べログ点数（2016年10月）は，一般的に3.00である。特別なお店，グループの最高級ブランドは，3.10，3.23，3.41。カフェ・ブラスリーのオーバカナルになると3.54～3.58，ミラノスタイルのイタリアン・バールの CAFFÈRA（関西）の3.54～3.57など，料理とお酒のバラエティが高くなり味がよく，サービスもよいと点数が高くなる。例外的にシナモンロールが高く評価されてシナボン／シアトルズベストコーヒー 六本木店および原宿店は3.50を超え，ハンバーガーおよび夜のコースメニューのあるヴァション／シアトルズベストコーヒー 芝公園店は3.40を超えている（2016年11月27日現在）。組む相手の食べ物メニューが好影響を与えたと解される。

2015年10月に一部食べログの点数を見ていたが，2016年10月に点数が変化しているケースが少なくなかった。この変化について，⇒で示した。これは，食べログが，口コミとその点数などに基づきお店の点数を月２回見直すためである。

⑤　禁煙

サロン・ド・テ，サロン・ド・ショコラそして和菓子の茶房・茶寮は完全禁煙である。カフェ・チェーン店も，完全禁煙か分煙が多い。たとえば，スターバックスは通常室内は完全禁煙，テラスは喫煙ができる。しかし，道路を歩いていてテラスの喫煙者の煙が流れてくることがあり不愉快である。唯一スターバックス福岡大濠公園店はテラスも含め，全面禁煙である。タリーズは喫煙ルームを設け分煙している。

本人ならびに煙草を吸わないお客および従業員である受動喫煙者の精神的・身体的健康および医療費削減のため，飲食店はすべて完全禁煙にすべきであろう。

（２）　食のセレクトショップと老舗パン屋のカフェとサードウェーブ・カフェ

Dean & Deluca は，「世界中の美味しい食べ物を集め食するよろこびを伝える食のセレクトショップ」であるが，併設カフェのあるお店があり，コーヒー，紅茶とともに，多彩なお菓子，パン，軽食を供している（図表５）。たとえば，品川店は食べログ 3.58であり，ユーザーからの料理（主にお菓子）の投稿写真が540枚アップされている。そのうちドリンクの写真は38枚。[27]

PAUL は，1889年リールにて創業。創業当時のレシピと製法を厳格に守ってパン作りを行い，契約栽培のフランス産小麦を使用している。ヴィエノワズリー，デニッシュペストリーはすべて

↘　影響することは一切ない。

27）https://tabelog.com/tokyo/A1314/A131403/13009932/dtlphotolst/1/smp2/（2016年11月11日）

図表５　食のセレクトショップなどとサードウェーブ・カフェ

カフェ・チェーン	店数	セールス・ポイント	食ベログ点数 （食ベログ東京にある店数）
Dean & Deluca のカフェ	11	世界中の美味しい食べ物を集め食する喜びを伝える食のセレクトショップの併設カフェ	3.01（注１）～3.58の範囲にある。 丸の内3.51⇒3.52 成城3.51⇒3.36⇒3.43　（19店）
PAUL のカフェ	13	創業時のレシピと製法でパン作り。契約栽培のフランス産小麦使用	四谷アトレ3.58，品川駅3.58，六本木3.51，神楽坂3.55 京王新宿3.51⇒3.08（リニューアル） （６店）
ブルーボトルコーヒー	4	「おいしさ」を徹底して追求	青山3.56，新宿3.52，清澄白河3.54，六本木3.11　（４店）
猿田彦珈琲	7	たった一杯で幸せにするコーヒー屋	3.05～3.58。恵比寿本店3.58，アトリエ仙川3.23　（７店）
FUGLEN TOKYO （フグレン　トウキョウ）	1	オスロにある「世界で最高，飛行機に乗ってまで試しに行く価値のある」カフェの海外進出第１号店	渋谷区富ヶ谷3.56

出典：各店のホームページおよび食ベログ
注１．紀尾井町店は，食ベログ3.01であるが，2016年５月10日開店であり，口コミは４軒とまだ立ち上がりのため，スタート時点の点数と解される。

フランス直輸入の生地を使用。現地そのままの味わい（クロワッサン，パン・ショコラ，エスカルゴ・レザン），フランスと同じバゲットに生ハムやカマンベールチーズなど厳選された素材を用い，パン本来の味わいを生かしたサンドイッチを提供，ガトーもフランスのレシピそのままに作り，フランスで人気のお菓子を楽しむことができる。[28] PAUL のカフェは，基本的に食ベログ点数3.50以上である。しかし，テイクアウトのみだった京王新宿店は3.51だったが，2016年３月15日にカフェを併設してリニューアルオープンした後は3.08（口コミ14件，投稿写真76枚）となっている。これは口コミの中に2.00（内サービス1.00）というものがあって，投稿者本人の勘違いから腹を立て，もっともらしい記述により低い評価をしたためと解される。[29]

28）　http://www.pasconet.co.jp/paul/（2016年11月11日）
29）「クロワッサン・ショコが１個しかショウケースになかったので他の人にとられたらマズイと思い急いで買ったら，別の場所から出してきて，あるならショウケースに置いておけとムカッとしました。ビニール袋に入れて用意してあり，ビニールに入れられると，チョコがビニール袋に引っ付いたり，出しにくかったり包み方を考えてもらいたい」とし「ただ考えてみると，チョコだから溶けるのをさけ，別の場所に置いていたのでしょう。ショウケースには見本として置いたのかもしれませんが」と理解を示す振りをした後で「ただこの売り方には納得いきません」と，買う前に在庫があるのか確かめず１個しかないと勘違いしてあわてて買ったのに腹を立て「クロワッサン・ショコを食べて見ると，クロワッサンは美味しいと思いますが，チョコがボロボロ落ち，コンビニで売っている菓子パンのチョコがかかっている味とかわりません」とケチを付けている。もしかすると，コンビニの菓子パンは日持ちも長く，味も濃く，よりおいしそうにするため食品添加物が多くほんとうの味覚をダメにするから，コンビニの菓子パンの方がおいしいと感じる味覚かもしれない。そうならば，味を評価する資格はない。さらに「最後に美味しいと評価するうえでお店が清潔であること，作る人が衛生面に注意してること，お店の造り，販売の仕方，お客様に対する姿勢，五感で感じるものなどが合わさってはじめて食する物が美味しいと評価ができます。食べ物だけ評価しても意味がありません」ともっともらしい一般論を述べて巧妙に貶めている。　↗

図表６　主要なサロン・ド・テ

サロン・ド・テ	店数	セールス・ポイント	席数	食べログ点数（注１）（口コミ数）
サロン･ド･テ･アンジェリーナ	3	美食家と洗練された場所。濃厚なのに後を引くモンブラン	84席 完全禁煙	プランタン銀座本店 3.58（257件）
ラデュレ サロン・ド・テ 銀座三越店	1	ルイ16世様式に装飾されたひと続きの３つの小さなサロン	65席 完全禁煙	3.60（519件）
サロン・ド・テ・ロンド （六本木「国立新美術館」２階）	1	円形の空間，高いクオリティとセンス，上質な紅茶やケーキに寛ぎ	82席 完全禁煙	3.51（71件）
成城アルプス サロン	1	お菓子の命「鮮度」のため店舗併設アトリエでお菓子づくり	52席 完全禁煙	3.58（163件）

出典：各店のホームページおよび食べログ

Dean & Deluca および PAUL のカフェもセルフサービスではあるが，カフェ・チェーンのカフェと比べ，おいしいお菓子や食べ物が豊富にある食の専門店および老舗のパン屋さんの併設カフェの評価は高い。

サードウェーブ・コーヒーのカフェ（「サードウェーブ・カフェ」）の１つである，「おいしさ」を徹底して追求するブルーボトル，「たった一杯で幸せにするコーヒー屋」を追求する猿田彦，そして，ノルウェーのオスロにあり「世界で最高，飛行機に乗ってまで試しに行く価値あり」と絶賛される人気のカフェが海外進出第１号店（2012年）を東京に出した FUGLEN は，コーヒー豆，ロースト，一杯ずつのドリップにこだわるコーヒーの質的な差で，食べログ点数3.50をマークしている。ブルーボトルコーヒーおよび FUGLEN については，５でもう少し解説する。

（３）　サロン・ド・テ

サロン・ド・テは洋菓子屋がお菓子を売るだけではなく併設店でも食べてもらうために開かれたと解される。東京で有数のサロン・ド・テをいくつか概観したい（図表６）。アンジェリーナのパリ本店はパリ・リヴォリ通りに1903年に開店したが，その歴史は1870年代までさかのぼり，オーストリア人の菓子職人がニースのヴィクトル・ユーゴー通りに，ウィーンの香り漂うケーキや砂糖菓子などを製造販売する店を開いたのが始まりである。[30] そのプランタン銀座本店では，名物のモンブランに日本オリジナルのモンブラン・デミサイズ（税込486円）も用意されていて，普通の日本人にはちょうどよい大きさである。食事もバラエティに富んだものを提供している。その結果，食べログでは3.58という高い点数になっている。

ラデュレ サロン・ド・テは，ルイ16世様式に装飾されたひと続きの３つの小さなサロンからなり，マカロンをはじめ様々な洋菓子が提供される。ほとんどは女性客。サラダ，オムレツ，サ

↘（https://tabelog.com/tokyo/A1304/A130401/13193867/dtlrvwlst/52639846/（2016年11月11日））このような不適切な口コミの点数を反映すべきではないが，食べログにはこの投稿人の悪意とセンスを理解できないという欠陥があると考える。

30）プランタン銀座「サロン・ド・テ・アンジェリーナ」（場所名は，マロニエゲート銀座２となる（2017年））http://www.printemps-ginza.co.jp/restaurant/angelina/history.html（2016年11月11日）

図表７　主要なサロン・ド・ショコラ

サロン・ド・ショコラ	店数	セールス・ポイント	席数	食ベログ点数（口コミ数）
ラ・メゾン・デュ・ショコラ 丸の内店（サロン）	4	チョコレート本来の気品を余すところなく伝え，すべて手作りだが，実際は心で作っている（注１）	６席 完全禁煙	3.88（385件） 他３店3.56～3.63
JEAN-PAUL HEVIN 伊勢丹新宿店	5	チョコレートが幸せを作る（注２）	15席 完全禁煙	3.65（462件）
ピエール・エルメ・パリ Aoyama	1	「味覚・感性・歓喜の世界」を五感で	（注３） 17席 完全禁煙	3.75（497件）
ピエールマルコリーニ 銀座店	1	農園で選定したカカオを10以上の工程を経て，クーベルチュールに（注４）	40席 完全禁煙	3.61（217件）
リンツ ショコラ カフェ 銀座店	12	世界で愛されているスイスのプレミアムチョコ「リンツ」	38席 完全禁煙	3.59（238件）

出典：各店のホームページおよび食ベログ
注１．ラ・メゾン・デュ・ショコラ「メゾンの歴史」
http://www.lamaisonduchocolat.co.jp/la-maison/ja_jp/jp-overtime
２．丸の内「ジャン＝ポール・エヴァン」の新チョコレート バー
http://www.cafeglobe.com/2015/12/051090jean_paul_hevin.html
３．ソファー席３テーブル（最大３名掛け）　カウンター ８席
４．「Pierre Marcolini 」http://www.pierremarcolini.jp/pierre_marcolini/

ンドイッチ，前菜とメインのコースメニューも供される。

サロン・ド・テ・ロンドは，六本木「国立新美術館」２階に円形の空間で存在する。開催中の美術展に合わせたコラボ・メニューも供される。

1965年に創業した洋菓子店である成城アルプスのサロン。お菓子の命である「鮮度」のため店舗併設アトリエでお菓子づくりを行っている。

このような，上質な洋菓子を作り，提供するサロンの食ベログ点数は3.51～3.60であり，提供するお菓子・食べ物，飲み物，サービスは，カフェ・チェーンのお店に対してかなり質的な差をつけている。

（４）　サロン・ド・ショコラ

ロベール・ランクスは「チョコレート本来の気品を余すところなく伝える」という夢の実現へ向け，チョコレート専門店「ラ・メゾン・デュ・ショコラ」を1977年パリ，フォブール・サントノレ225番地に創立（図表７）。日本では1998年11月，表参道に東京第１号店をオープンした。「ショコラティエは職人芸である。チョコレートはすべて手作りであるが，実際のところ心で作られている」とロベール・ランクスは言う。

ピエール・エルメは1998年，自らの名前を付けた「ピエール・エルメ・パリ」を東京赤坂のホテルニューオータニ内に初出店，2001年にはパリのボナパルト通りにもブティックをオープン。

図表８　和菓子菓寮

和菓子菓寮・カフェ	店数	セールス・ポイント	席数	食べログ点数（注１）（口コミ数）
虎屋菓寮 東京ミッドタウン店 京都一条店	4	《五感の総合芸術》和菓子。日本の四季を思い起こさせる姿，菓銘の響き，ほのかな香り，楊枝で切る感触，ゆたかな味わい	完全禁煙 32席 59席	 3.58（130件） 3.65（142件）
トラヤ トウキョウ（和カフェ） 東京駅ステーションホテル２F	1	東京駅の一角に 菓子で心ほどくひととき	完全禁煙 48席	 3.58（78件）
トラヤカフェ（TORAYA CAFE） 表参道ヒルズ店 青山店 六本木ヒルズ アンスタンド新宿	4	「とらやがつくる，もうひとつのお菓子」をテーマに2003年に誕生。和と洋の垣根を超えたお菓子を提案	完全禁煙 40席 34席 24席 ８席	 3.55（116件） 3.58（79件） 3.58（117件） 3.41（30件）
あんや 茶房	1	繊細な和のお菓子，風味，はかなさ	完全禁煙 23席	 3.57（81件）

出典：各店のホームページおよび食べログ

2005年，ピエール・エルメ・パリ青山（バー・ショコラ併設）をオープン。「味覚・感性・歓喜の世界」を五感で味わうことができるようお客を招待している。

ピエールマルコリーニは，育つ環境すべてを選別の判断基準にカカオ農園でカカオの選別を行ったうえで，カカオをアトリエで独自の理論のもと，10以上の工程を経て，想いが凝縮されたクーベルチュール[31]を作る。カカオの品質を見極めるファクターは，地域が60％，熟成が20％，焙煎が20％という。

1845年創業の世界で愛されているスイスのプレミアムチョコレート「リンツ」は洗練されたヨーロピアンスタイルの店でチョコレートを味わってもらう。

サロン・ド・ショコラは，チョコレートの売り場と併設したものが多いので，６席とか15席と席数が少ないが，ピエールマルコリーニ銀座店，リンツ ショコラ カフェなど40席程度のものもある。これらの店の食べログ点数は，3.56～3.88と，他の分野の店よりかなり高い。

（５）　和菓子菓寮・茶房・カフェ

次に，日本の有数の和菓子屋の併設する菓寮カフェについても，概観して比較対象としたい（図表８）。

虎屋は，1586年京都で創業。京都一条に少なくとも寛永５（1628）年より前から店を構え，御所の御用を勤めてきた。1869（明治２）年東京遷都にともない，御所御用の菓子司として，京都

31）　一般に，ココアバターの含有量の多いチョコレートのこと。チョコレートの細工や被覆加工に使用されるものをいう。ココアバターを31％以上含有することが基本で，通常は，35％以上の流動性の高いチョコレートをいう（日本チョコレート・ココア協会「チョコレート・ココア大辞典」http://www.chocolate-cocoa.com/dictionary/word/chocorate.html#w1_6）。

の店はそのままに，東京へ進出[32]。2015年10月赤坂本店および虎屋菓寮赤坂本店は，本社社屋の建て替えにともない休業（2018年リニューアルオープン予定）。現在の主要店は虎屋菓寮東京ミッドタウン店である。

菓寮では，葛切をはじめ季節の生菓子，羊羹などを提供し，≪五感の総合芸術≫といわれる和菓子，すなわち，日本の四季を思い起こさせる姿，菓銘の響き，ほのかな香り，楊枝で切る感触，ゆたかな味わい。この五つの繊細な感覚が重なり合って【虎屋】の和菓子に大きな広がりが生まれると唱え，身体に優しく，心を豊かにする老舗のおもてなしとアピールする[33]。

虎屋パリ（Toraya Salon de Thé[34]）は，サントル通りをエリゼ宮に向かってロンシャンのお店（271番地）のある四つ角を左に曲がって２軒目にある。2009年，ESSEC Business School に滞在していたときに何度か訪れた。外国人も多く，ほどほどに混んでいたが，昼下がりであれば座ることができた。いつも，あんみつを食べたが，食べはじめると寒天，餡，黒蜜に求肥と果物が載るあんみつという和菓子の食感と味に集中する。すると，あんみつを食べてきたなつかしい時空のなかにいて，フランスにいるのを忘れさせる。

フランス人に和菓子を紹介するため，1980年にパリ店をオープンし，サロン・ド・テ（喫茶）を備え，幅広い季節の和菓子や，オリジナル商品を供している。和菓子は日本特有の四季の移ろいと自然を愛する日本人の繊細な美意識から生まれ，その歴史のなかで育まれてきたもので，米の粉，小麦粉，小豆，寒天などの植物性の材料を使用しており，健康的な食品と評価されていると説いている[35]。

メニューとして，季節の生菓子，羊羹，この店のオリジナル羊羹，小豆と栗の抹茶ケーキとともに，お赤飯セット，山菜おこわセット，ランチメニューとして，みやこ寿司セット，山菜おこわセットも提供している。

和菓子の専門店にこのようなパリ進出の例はないから，虎屋の進取の精神，戦略性があるのがわかる。それは，東京におけるトラヤカフェのコンセプト，場所を含む展開からもわかる。

様々な人種の人々が洪水のように行き交う東京駅の一角に菓子で心ほどくひとときを提供するトラヤ トウキョウは，パリ店に応じたものかもしれない。トラヤカフェは，「とらやがつくる，もうひとつのお菓子」をテーマ に2003年に誕生した。和と洋の垣根を超えたお菓子を提案している。たとえば，和栗とチョコレートのフォンダン，小豆とカカオのガトー，葛プリンがある。なお，アンスタンド新宿は2016年４月15日開店，ここでは「アイスあんペーストカフェオレ」なるものも提供している[36]。

あんや（餡屋）は，成城学園において2004年２月に開店し，和菓子を販売するとともに茶房が

32） 虎屋の歴史 https://www.toraya-group.co.jp/toraya/tradition/history/（2016年11月12日）
33） 食べログ 虎屋菓寮 東京ミッドタウン店
https://tabelog.com/tokyo/A1307/A130701/13037370/（2016年11月12日）
34） 住所は10, rue Saint-Florentin 75001 Paris。
35） TORAYA Paris https://www.toraya-group.co.jp/toraya-paris/（2016年11月12日）
36） 食べログ トラヤ カフェ・アン スタンド 新宿店
https://tabelog.com/tokyo/A1304/A130403/13193561/（2016年11月12日）

ある。店内の厨房で，あたりまえのお菓子を，昔の手づくりのままのおいしさで，毎日作っている。[37] あんやは，成城風月堂のグループに属する。

あんや最中は普通の最中の半分の大きさで，どうかと思っていたが，食べてみると味が深く洗練されており，１つでも満足できる。この最中は丹波大納言小豆の蜜漬けと讃岐和三盆糖を用いた贅沢な餡を，香ばしい最中皮ではさんだものである。また，持ち帰りのあんみつも，南伊豆の天草を毎日煮出して作る寒天はひとかたまりのもので，ぷりんぷりんである。これをおさじで崩して黒蜜をかけ餡，求肥などとともに食するが，この寒天を崩すのが楽しい。茶房では稲庭うどんも供している。和菓子の原材料は本物を使用するため日持ちのしない生菓子が多いが味は確かである。しかし，焼き菓子の一部にショートニングを使用しているのはいただけない。必要ならばバターを使用すべきであろう。[38]

和菓子屋の菓寮・茶房・カフェは，フルサービスで，原材料を厳選し歴史のある和菓子を提供，簡単な食事も供しているため，原則として食べログ点数3.50以上である。セルフで食べ物の限定されたカフェ・チェーンのカフェよりも評価が高いのは，当然のことである。そして，なによりも特筆されるべきは，400年を超える和菓子の歴史を有するお店が存在することである。

なお，虎屋菓寮銀座店は3.11で「お汁粉ですが，量は少なく餅も焦げ目の無い小さいのが２個。粉っぽくて餅はあまり美味しく無い」[39]を理由として3.00を付けた口コミがあるため，低くなっていると解される。

（６）競争相手に対抗し事業拡大を目指すスターバックス

セルフ・サービスのカフェ・チェーンで店数および従業員数で一番の大きなものは，前述のとおり，スターバックスである。次がドトールグループであり，３番目に店数が多いのがタリーズである。しかし，カフェ・チェーンのお店は細かいところではいろいろ異なるが，原則として食べログ点数3.00の水準である。そこで差別化を図りお店を増やすため，スターバックスは，通常のお店と少し違うコンセプトストアを導入した。緑あふれる自然と文化・芸術を満喫する上野恩賜公園店（店内71席／テラス69席。3.09。2012年４月開店）など，日本各地の公園店が４店（3.07～3.15），鴨川納涼床で楽しむコーヒーの京都三条大橋店（店内71席／テラス69席。3.29。1999年12月）など観光名所に６店（3.08～3.33），緑豊かな天空のスターバックスである東急プラザ表参道原宿店（ビルの６階に自ら設計に関与して作ったものと解される）（店内90席／テラス14席。3.09。2012年４月開店）など東京のダウンタウンに４店（3.07～3.09）の14店ある。これらは，オシャレな空間，落ち着いた空間，ソファー席，広い席，オープンテラスがあり，通常の店よりも質が高く設計さ

37）　食べログ あんや https://tabelog.com/tokyo/A1318/A131814/13007428/（2016年11月12日）

38）　ショートニング，マーガリンおよびバターについては，ベーカリーアドバイザーの部屋「バターとマーガリン，似ているようでも随分違う……」（2014年２月14日）参照。http://sizuasa.blog44.fc2.com/blog-entry-380.html（2017年１月４日）

39）　これも長い口コミであり，無関係な能書きが書かれている。https://tabelog.com/tokyo/A1301/A130101/13172386/dtlrvwlst/B138195219/?use-type=02smp=0（2016年11月12日）

れ，その場所に合わせたコンセプトをアピールしている。

ドトールも，フレンチカジュアルではあるがドトールコーヒーの最高級ブランドとしてル カフェ ドトール（銀座中央通3.23）を開いている。

また，2015年11月から2016年３月に奥沢２丁目店（食べログ点数3.07（口コミ数24）[40]他４店（3.06～3.09（９～21））が開店したスターバックスの Neighborhood and Coffee は，「近隣に住む人に，ゆっくりとコーヒーを楽しんでもらう新しいカフェスタイルで，その日の気分に合わせてコーヒー豆を選び，バリスタが一杯一杯抽出，エスプレッソにスチームミルクで描くラテアートを描く[41]」カフェであり，ビール，ワインも供する。それ以前に Inspireed by Starbucks と呼ばれていた，お酒も出す玉川３丁目店（3.51（52）2013年４月開店）他２店（3.40 & 3.43（44 & 57）2014年および2015年開店）も再定義され，Neighborhood and Coffee となった。

そして，スターバックスは，帰りがけにワインやスイーツを楽しみながらゆったりとした自分だけの時間を過ごせる新しいスタイルのお店 STARBUCKS EVENINGS[42]を導入し，2016年３月30日にリニューアル・オープンした丸の内新東京ビル店（3.06）など東京に３店ある[43]。これからの事業拡大の１つである。

また，ティー（茶類）のブランド「TEAVANA ™（ティバーナ™）」を，2016年10月より日本でスタートした。TEAVANA ™は，“ TEA REIMAGINED（ティーを多彩に変えていく。）”をブランドコンセプトとし，様々な種類の茶葉にフルーツや花，ハーブやスパイスなどをブレンドした商品を提供，これまでとは異なる抽出方法，素材などと組み合わせて作り上げる飲みものを展開し，無限に広がるティーの楽しさを生み出す[44]ものである。

さらに，サードウェーブに対抗するため，スターバックスジャパンは，大型焙煎機でコーヒー豆を焙煎する様子やドリップするのを見ることができる新業態の「スターバックス リザーブ ロースタリー」を2018年12月に中目黒の目黒川沿いに出店する[45]。同事業体の店は現在シアトルに１店ある。

タリーズコーヒージャパンも2016年10月下旬にタリーズコーヒー ロースターラボ青葉台をオープンした。店内に焙煎機が置かれ好みのコーヒー豆やドリップ方法を選ぶことができる[46]。

そこで，次に，スターバックスの歴史および損益状況を見たうえで，ドトールグループおよびタリーズとの比較を行うことによって，スターバックスの特徴を把握したい。

40）このパラグラフの食べログ点数と口コミ数は2017年１月６日現在のものである。

41）http://www.starbucks.co.jp/neighborhood/（2016年12月30日）

42）　米国で，スターバックスは2010年からイブニングスの展開を始めた。全米約１万2700店のうち300店がイブニングスである。「Global EYE」日経新聞朝刊６頁，2016年３月29日

43）　スターバックスコーヒー　http://www.starbucks.co.jp/evenings/（2016年11月20日）

44）http://www.starbucks.co.jp/press_release/pr2016-1894.php（2017年１月４日）

45）「コーヒー大手もライブ焙煎」朝日新聞朝刊４頁，2016年11月４日

46）　同上

引　用　文　献

広辞苑（1963）新村出編『広辞苑』岩波書店，第１版第11刷1963年１月（第１刷は1955年５月）
芸術新潮（2009）「ほどのよさ オ・ピエ・ド・フェ」『芸術新潮　特集　パリと骨董』2009年４月号
アルフレッド フィエロ（Alfred Fierro）（2011）鹿島茂（監訳）『パリ歴史事典（普及版）』白水社2011年７月
（*Histoire et dictionnaire de Paris*, Robert Laffont, 1996）
Michulin 東京（2008）『Michulin Guid 東京2008』日本ミシュランタイヤ，2007年12月22日
Dctionnaire Hachette（2001）*Dctionnaire Hachette langue francaise*, Hachette Livre, 2001
Michelin France（2000）*Michelin France*, Michelin et Cie, Proprietairs-Editeure, 2000