

カフェ巡りは観光か？ - カフェツーリズム ノススメ -

Is Café Pilgrimage Tourism? An Encouragement of Cafe Tourism

伊藤 寛幸* 岡田 琴美*

ITO, Hiroyuki OKADA, Kotomi

*北海商科大学

With/After コロナの時代における「安全で安心な旅のスタイル」が模索されている。なかでもマイクロツーリズムおよびフードツーリズムに注目が集まっている。With/After コロナを迎えるにあたり、今後の観光学を考究するうえで、地域の食を観光資源としてとらえた近距離旅行を分析の対象とする意義は大きい。本稿では、札幌市内を中心に店舗展開しているカフェを対象にマイクロツーリズムおよびフードツーリズムの融合としてのカフェ巡りを紹介することを目的とする。

キーワード：マイクロツーリズム、フードツーリズム、カフェツーリズム

1. 序論

With/After コロナの時代における「安全で安心な旅のスタイル」が模索されている。そのひとつとして、マイクロツーリズムおよびフードツーリズムに注目が集まっている。With/After コロナを迎えるにあたり、観光関連産業ではキーワードとなる観光形態であり（注1）、今後の観光学を考究するうえで、地域の食を観光資源としてとらえた近距離旅行を分析の対象とする意義は大きい。一方、コロナ禍による経済への影響も看過できない状況にある。2021年の「喫茶店」の休廃業・解散が初めて100件に達し過去最多を記録するなどの報告・報道もみられる（注2）。その主な要因には、大手チェーン系カフェの相次ぐ新規出店、コンビニエンスストアにおけるセルフ式ドリップコーヒーの販売があげられよう（注3）。さらに、リモートワークの広がりなどカフェを取り巻く経営環境の変革のなか、地方で開業した喫茶店の健闘もみられ、その経営に注目が集まる（注4）。

こうした背景のもと、本稿では、札幌市内を中心に店舗展開している「株式会社 アトリエ・モリヒコ」（本稿では以降「モリヒコ」と称する）のカフェ巡りの紹介を目的とする。マイクロツーリズムおよびフードツーリズムを融合させたカフェツーリズムを実践（フィールドワーク）し自ら店舗に赴くことによって、既成のデータだけでは知りえない、観光資源としての地域の食の把握が可能となる。コロナ禍で生活様式が変容し需要が変化するなか、カフェを対象としたマイクロツーリズムおよびフードツーリズムによってえた知見を観光再興の検討材料としたい。モリヒコ代表の市川が自社のWebサイト（アトリエ・モリヒコ（2022））において顕している「旅人の目線で考える」をMORIHICOの根源と位置付けていることからわかるように、非日常をもとめてモリヒコを訪問する行為は、マイクロツーリズムおよびフードツーリズムそのものといえる。これは、「カフェ巡り」ならぬ「森彦巡り」ファンがいることから明らかであろう（SASARU（2021））。さらに、札幌観光協会（n.d.）においては、「モリヒコ」が「札幌の文化とおいしいコーヒーを楽し

める3つのカフェ。」として紹介されており、観光資源としてのカフェ文化の形成に寄与していることがうかがえる。

2. 調査概要

本稿では、マイクロツーリズムおよびフードツーリズムの実践（フィールドワーク）によってえた情報を紹介記事の中心とする。はじめに、基礎的情報として分析対象の概要（会社概要）を表1に示す（注5）。モリヒコは、1996年札幌市中央区円山地区にオープンしたカフェ（店舗名「森彦」）である。その後、系列店でありながら一店舗ずつ異なったコンセプトのカフェを開業させるなど、創業以来、他の大手チェーン系カフェとコンセプトの差別化を図ってきた。モリヒコでは、「MORIHICO」のほか、ビーンズショップ「MORIHICO&THE ALTERNATIVE」、パティスリー&カフェ「Marie Pierre」、レストラン「RESTAURANT DAFNE」など、2022年8月現在14店舗を展開している。そのほか、オンラインショップ、カフェの学校を運営している。次に、データの収集範囲を示す。本稿の分析で必要とする情報の収集範囲として地理的範囲を示す。本稿の中心的議題であるマイクロツーリズムを鑑み、巡る店舗を、筆者らが居住する札幌市内に限定した結果、調査対象は、「森彦」（オープン年1996年）、「ATELIER Morihico」（オープン年2006年）、「Plantation」（オープン年2011年）、「MORIHICO.STAY&COFFEE」（オープン年2017年）、「MORIHICO.藝術劇場」（オープン年2018年）、「JB ESPRESSO MORIHICO.サイクルロード」（オープン年2018年）、「ひらがなのもりひこ」（オープン年2020年）の7店舗である（表2）。中央区4店舗、白石区3店舗である。地下鉄直結の店舗が2店舗、ほか5店舗のいずれも地下鉄駅から徒歩2分から10分程度の徒歩圏内にある。地下鉄駅から最も遠い店舗は「Plantation」である。立地については、商業地域4店舗（「ATELIER Morihico」、「MORIHICO.STAY&COFFEE」、「MORIHICO.藝術劇場」、「ひらがなのもりひこ」）、第一種住居地域1店舗（「森彦」）、準工業地域1店舗（「ATELIER Morihico」）である。

表1 分析対象の概要（会社概要）

社名	株式会社 アトリエ・モリヒコ
代表	取締役 市川 草介
所在地	北海道札幌市白石区菊水8条2丁目1-32
事業内容	珈琲豆・焼き菓子製造卸・小売販売、カフェ運営 イベント企画、一般開業向けコーヒースクール カフェ・プロデュース、店舗業態ブランディング・デザイン

注) アトリエ・モリヒコ (2022) による。

表2 調査対象の概要（店舗概要）

店舗名	オープン年	住所	営業時間	最寄りの駅 駅からの距離	路線名	用途地域名称
森彦	1996年	中央区 南2条西26丁目2-18	10:00 - 21:00	「円山公園」駅 徒歩4分	市道南2条線	第一種住居地域
A TELIER Morihico	2006年	中央区 南1条西12丁目4-182 ASビル1階	8:00 - 22:00	「西11丁目」駅 徒歩3分	市道南1条線	商業地域
Plantation	2011年	白石区 菊水8条2丁目1-32	11:00 - 19:00	「菊水」駅 徒歩10分	市道菊水7号線	準工業地域
MORIHICO. STAY&COFFEE	2017年	白石区 菊水1条1丁目3-17	7:30 - 21:00	「菊水」駅 徒歩3分	市道菊水横3号線	商業地域
MORIHICO. 藝術劇場	2018年	中央区 北1条西1丁目 札幌市民交流プラザ1階	8:00 - 22:00	「大通」駅 30番出口直結	国道12号 市道西2丁目線	商業地域
JB ESPRESSO MORIHICO. サイクルロード	2018年	白石区 南郷通19丁目南1-1	10:30 - 20:00	「南郷18丁目」駅 徒歩2分	市道大谷地本線	近隣商業地域
ひらがなのもりひこ	2020年	中央区 大通西1丁目13 ル・トロワ地下2F	11:00 - 21:00	「大通」駅 24番出口直結	市道大通南線 市道西2丁目線	商業地域

注) アトリエ・モリヒコ (2022) による。

表3 調査概要

店舗名	調査日	調査時間	当日の客数 全席数
森彦	2022年 6月 21日 火曜日	15:00 ~ 16:00	6人/16人
ATELIER Morihico	2022年 8月 24日 水曜日	17:00 ~ 17:30	9人/27人
Plantation	2022年 5月 21日 土曜日	16:00 ~ 17:00	9人/35人
MORIHICO. STAY&COFFEE	2022年 9月 7日 水曜日	17:15 ~ 18:00	7人/40人
MORIHICO. 藝術劇場	2022年 5月 23日 月曜日	17:00 ~ 18:00	5人/30人
JB ESPRESSO MORIHICO. サイクルロード	2022年 9月 15日 木曜日	17:15 ~ 18:00	15人/30人
ひらがなのもりひこ	2022年 8月 1日 月曜日	13:00 ~ 14:00	18人/19人

3. 結果

調査概要を表3に、調査時に筆者らが訪れ自ら撮影した店舗およびオーダーした品の写真（筆者ら撮影）を写真1から写真21にそれぞれ示す。マイクロツーリズムおよびフードツーリズムを実践（フィールドワーク）した期間は、2022年5月21日（「Plantation」）から9月15日（「JB ESPRESSO MORIHICO.サイクルロード」）までの5か月であった。時間帯は、13時から18時までの午後の時間帯であった。調査を終えて各店舗に関する所見を以下に記する。

森彦：古民家をリノベーションした店舗である。話題の古民家を実感できた。

ATELIER Morihico：電車通りに面している視認性の高い路面店である。南向きの大きな窓によって開放感を感じた。

Plantation：ロースト工場内に併設させた店舗である。コーヒー豆の麻袋が貯蔵されている倉庫を通して店内に入るなど他店舗とは異なった空間演出を感じた。

MORIHICO.STAY&COFFEE：豊平川右岸白石区菊水地区に立地する店舗である。広い店内によって他客が気にならない席間隔が保たれており7店舗のうちで最も落ち着きを感じた。

MORIHICO.藝術劇場：「さっぽろ創世スクエア」（札幌市中央区北1条西1丁目）の一部として整備された「札幌市民交流プラザ」1階に所在する店舗である。開放的な空間創出を可能とす

る全面ガラス張りの店舗であった。入店前に空席の有無が確認できる点でメリットを感じた。JB ESPRESSO MORIHICO. サイクルロード：7店舗のなかで札幌都心部から最も離れた白石区南郷通18丁目地区に立地する店舗である。1階が厨房で2階に客席を有しており外観を眺むことが可能な窓を備え、南西に位置することから差し込む西陽に心地よさを感じた。

ひらがなのもりひこ：さっぽろテレビ塔の南側（札幌市中央区大通西1丁目）に位置する商業施設「ル・トロワ」地下2階フロア中央に所在する店舗である。旬の食材を使用した季節を演出した限定商品（クリームあんみつ）によって夏を感じた。

なお、7店舗を巡って以下の点が確認できた。すなわち、系列店でありながら一店舗ずつ異なったコンセプトで店舗デザインされており、大手チェーン系カフェとのコンセプトの差別化が「モリヒコ」人気の秘訣であり、カフェ業界でも注目を集める要因であると推察されたことである。

4. 結論

本稿では、札幌市内を中心に店舗展開している「モリヒコ」のカフェ巡りの紹介を目的とした。

自ら店舗に赴くことによって、既成のデータだけでは知りえない、観光資源としての地域の食の把握を可能とした。コロナ禍で生活様式が変容するなか、カフェを対象としたマイクロツーリズムおよびフードツーリズムを自ら体験することによってえた知見は、観光の再興策を構築するうえでの有効な検討材料となりえた。すなわち、新型コロナウイルス感染症拡大によって、日常を失ったばかりか非日常の観光をも失った私どもにとって、観光の再興としての可能性をマイクロツーリズムおよびフードツーリズムに見出すことができた。

外食におけるコーヒーの愛飲は大きな出費とまではいえないが、コーヒー1杯に1,000円程度を支出することになる。さらに、市内7店舗ながら、行きなれていないカフェを巡る行為は思いのほか時間（期間）を要した。「目的をもって行こう！」とする決心が必要と感じた。すなわち、時間的な余裕に加えこころの余裕も必要感じた。「市内森彦の制覇」というテーマをもちつつ店舗のある街を巡った結果、札幌市内ながらこれまで知りえなかった街並みを知ることもできた。

本研究では、カフェ巡りによる観光の再興としての可能性を見出すことができた。しかし、これらの提案をよりいっそう促すためには残された課題の解決が必要である。本稿は、札幌在住の筆者らによる紀行にとどまっており、観光客からの視点とその分析が不足していた。今後は観光客の視点にたった探索的調査に基づいた分析を加えていきたい。

本稿のテーマである「カフェ巡りは観光か？」との問いかけに答えたい。「カフェ巡りは観光である！」。いまさらいうまでもなく、時間と費用をかけた外出だけが観光ではない。いまだ新型コロナウイルス感染の終息には至っていない現在、皆さんも、是非近場でテーマのあるツーリズムを実践してみたいかであろうか。

注

- 1) 全日本情報学習振興協会（2022）による。
- 2) 東京商工リサーチ（n.d.）による。
- 3) いわゆる「コンビニコーヒー」は、「2013年ヒット商品ベスト30」（月刊情報誌『日経トレンドィ』（日経BP社））にてヒット商品1位となるなど、既存のコーヒー市場に影響を与える

きっかけとなった（オリコン（2013））。

- 4) 地方における地元カフェの健闘については、鳥取市鳥取駅前に店を構える「すなば珈琲」がある。平井伸治鳥取県知事（当時）が語った「スタバはないけどすなば（鳥取砂丘）はある」を受けて誕生したコーヒーショップが「すなば珈琲」である。その鳥取に2015年5月23日鳥取県内初のスターバックスコーヒーがオープンし、「すなば珈琲」および「スターバックスコーヒー」双方が話題となった。その後も「すなば珈琲」は鳥取県内において店舗を複数展開させているほか、東京や大阪をはじめ鳥取県外においてポップアップを実施するなど高い人気を誇るまでに成長しているご当地カフェである（ハフポスト（2015）、PR TIMES（2022））。
- 5) アトリエ・モリヒコ（2022）による。

【引用サイト】

- PR TIMES（2022）「鳥取県の人気ご当地カフェ『すなば珈琲』の味わいをおうちで楽しめる「すなば珈琲プレミアムコーヒードリップカプセル」3月29(火)より発売」(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000044801.html>) [2022年6月1日参照].
- SASARU（2021）「【森彦巡り】北海道に14店舗の超人気コーヒー店の人気メニュー」(https://sasaru.media/article/gourmet/20210211_002/) [2022年6月1日参照].
- アトリエ・モリヒコ（2022）「COMPANY PROFILE」(<https://www.morihico.com/kaisya/>) [2022年6月1日参照].
- オリコン（2013）「2013年ヒット商品1位は「コンビニコーヒー」「半沢」「あまちゃん」もTOP10入り」(<https://www.oricon.co.jp/news/2030348/full/>) [2022年6月1日参照].
- 札幌観光協会（n.d.）「グルメ>店舗>MORIHICO（モリヒコ）」(<https://www.sapporo.travel/gourmet/shop/morihico/>) [2022年6月1日参照].
- 全日本情報学習振興協会（2022）「アフターコロナのキーワード」(https://www.in-bound.or.jp/pdf/data/data_045.pdf) [2022年6月1日参照].
- 東京商工リサーチ（n.d.）「「喫茶店」の廃業、2021年は過去最多の100件」(https://www.tsr-net.co.jp/news/analysis/20220123_01.html) [2022年6月1日参照].
- ハフポスト（2015）「スタバの鳥取進出で、すなば珈琲「大ピンチキャンペーン」チラシで訴える」(https://www.huffingtonpost.jp/2015/05/19/sunaba-vs-staba_n_7311586.html) [2022年6月1日参照].

写真



写真1 森彦
(2022年6月21日)



写真4 ATELIER Morihico
(2022年8月24日)



写真2 森彦
(2022年6月21日)



写真5 ATELIER Morihico
(2022年8月24日)



写真3 森彦
(2022年6月21日)



写真6 ATELIER Morihico
(2022年8月24日)



写真7 Plantation
(2022年5月21日)



写真10 MORIHICO.STAY&COFFEE
(2022年9月7日)



写真8 Plantation
(2022年5月21日)

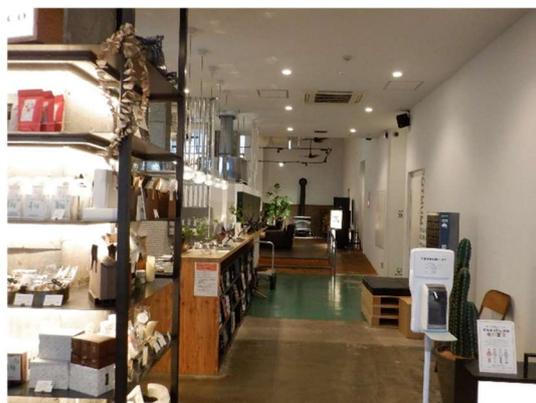


写真11 MORIHICO.STAY&COFFEE
(2022年9月7日)



写真9 Plantation
(2022年5月21日)



写真12 MORIHICO.STAY&COFFEE
(2022年9月7日)



写真13 MORIHICO.藝術劇場
(2022年5月23日)



写真16 JB ESPRESSO
MORIHICO.サイクルロード
(2022年9月15日)



写真14 MORIHICO.藝術劇場
(2022年5月23日)



写真17 JB ESPRESSO
MORIHICO.サイクルロード
(2022年9月15日)



写真15 MORIHICO.藝術劇場
(2022年5月23日)



写真18 JB ESPRESSO
MORIHICO.サイクルロード
(2022年9月15日)



写真19 ひらがなのもりひこ
(2022年8月1日)



写真20 ひらがなのもりひこ
(2022年8月1日)



写真21 ひらがなのもりひこ
(2022年8月1日)

(2022年11月21日受理)