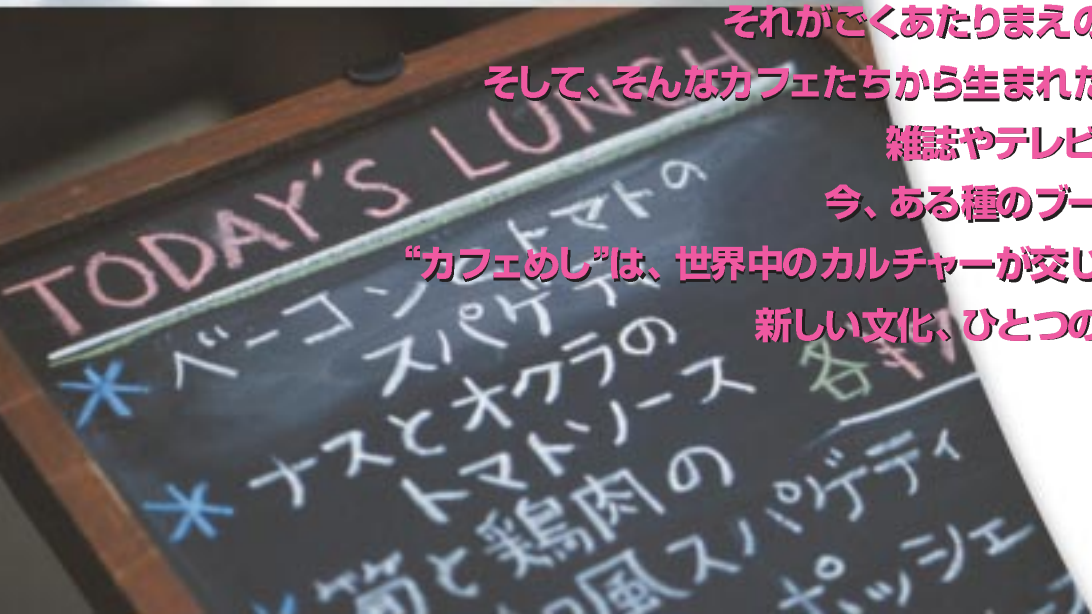




Why the dish at café is so loved?

カフェめしブーム の秘密

フランスの誇るお洒落な文化「カフェ」。
ここ数年、日本の街角にも個性的なカフェが出現し、
それがごくあたりまえの風景になってきました。
そして、そんなカフェたちから生まれたのが“カフェめし”です。
雑誌やテレビなどでも取り上げられ、
今、ある種のブームにもなっていますが、
“カフェめし”は、世界中のカルチャーが交じり合う日本で生まれた、
新しい文化、ひとつの生活スタイルなのです。



オリジナルメニュー

カフェめしの一番の特徴といえば、〇〇料理という既存の枠にとらわれない、自由な発想の料理であること。例えば、ひとつのプレートに洋と和が混在しているようなミクスチャーな感覚や、今までにない食材の組み合わせ、調理方法による独創的なオリジナルメニューなどは、カフェのもっともお得意とするところです。

そうした自由さ、楽しさの源は、とにかく客を楽しませたい、満足させたいという店スタンス、あり方です。いろいろな人のいろいろな趣味、好みに対応しながらも、常に「味」と「見た目」を両立させてしまうバランス感覚。それは、どんな料理をつくらうとも、その店流の価値基準を見失うことがないからこそ生まれてくるものです。

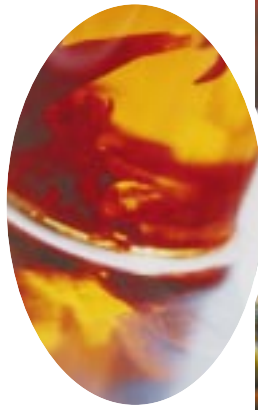
おいしいもの、気持ちのいいものなら食欲に何でも吸収してしまう。こうした「何でもあり」の基本姿勢を反映して、カフェめしには、世界各国の料理のエッセンスが満載されています。美意識を持たない「何でもあり」は、店の輪郭をぼやけさせ、品を落とすこととなりますが、人の集まるカフェは、常に高い美意識を持ち、時には実験的な冒険をおかしてまでも、オリジナルにこだわる。そうして常に客を見つめ、アピールしようとする姿勢が、お洒落な“一皿入魂”のオリジナル料理を誕生させるのです。

空間演出

「変なDJとか連れてきて、椅子をバラバラ置いて、ちょっと変なことすれば、そこそこの異空間はつくれちゃうー」。

これは、昨今のブームに乗かって、雨後の筍のように出現したカフェを皮肉った、ある雑誌のコメント。いわれてみれば、その通りの中身のない店が、頓に多くなってきている今日このごろ。本当にいいトコついています。でも、逆に考えれば、この話に出てくる「DJ(音楽)」や「椅子(インテリア)」というものは、カフェのとても大切な構成要素であるということ。もちろん、コンセプトもなく何となく変なDJと椅子をバラバラとおいて一丁上がり！的なカフェではダメ。人が集まってくるカフェには、タイプの違いこそあれ、例外なく優れた空間演出がされているのです。

カフェのインテリアは、その店のセンスを計る一番分か



カフェマニアといわれる人々がいます。彼らは、カフェの何に惹かれて、足繁く通うのでしょうか。おいしい食事、くつろげる空間、気分のいい音楽…、様々な要素が人をカフェに向わせるのでしょうか。でも、一番大切なことは、そうした要素のひとつ一つに、店のメッセージがキチンと込められているかどうかなのです。



カフェの数だけスタイルがあり、人々は自分の感性に合った店を肌でカンジながらセレクトしています。でも、表情こそ違え、人の集まるカフェには、共通のルール・記号があります。そして、それこそが、ブームとなっている“カフェめし”の秘密を解き明かす重要な鍵なのです。

りやすいものさし。例えば、椅子をひとつとってみても、何度もリフォームされた古びたソファもあれば、有名デザイナーの斬新なチェアもある。「椅子をバラバラとー」ではありませんが、全く違うリズムを持った椅子やテーブルを同じフロアに並べているカフェがあります。そして、出てきた食器も和モノ、洋モノが無造作に混ざっていたりします。それでもなぜかいいカンジ、いや、それだからこそ気持ちがいい、そんな店があるのです。

つまり、問題は上辺のスタイルではなく、客にどんなふうに楽しんでもらいたいかという、過ごし方のデザインがきちんと描けているかどうかのポイントなのです。

快適とくつろぎ & relax

癒しの時代のキーワードは、「快適」と「くつろぎ」。それはそのままカフェのコンセプトにもなっています。おいしいコーヒーや楽しいカフェめしを提供することと同じくらい、「快適」と「くつろぎ」をカフェに訪れる人々に与えることは大切です。

開放感のあるオープンエアのカフェが日本の街角に出現しはじめた当時は、その快適さを知っている在日の欧米人や、流行モノに敏感なスノッパな人々の姿ばかりが目についたものですが、今ではすっかり普通のこととして街にも、人にもしっくりと馴染んできました。フランスのカフェ文化が日本で根づいたのも、「借り物」ではなく、気取らない日本流のスタイルにうまくアレンジし、「快適」と「くつろぎ」を提供することに成功したからでしょう。

外でお茶を飲み、軽食をとるという提案。日本にも、野立てや花見という、自然を愛でながら飲食をするという伝統的な習慣はありますが、街の中でそれをするという習慣は皆無でした。そんな日本人にとって、カフェの提案はひとつのトライだったことでしょう。でも、そうした小さなトライ、刺激を人は常に求めています。そして、そのなかには「快適」と「くつろぎ」の要素が含まれていなければなりません。でなければ、決して生活スタイルとして定着することはないのです。

オーガニック

21世紀に生きる人々は、健康というものにとっても敏感になっています。20世紀末にはじまった、「健康志向」が



「健康思考」へと進化し、より深く、シビアに健康というものを捉えている。それは、『発掘あるある大辞典』や『おもいきりテレビ』が、次々と今まで一般の人々が知らなかった、レアな健康情報を公開しているからだけではなく(笑)、インターネットの普及によって、レア情報を社会全体が共有する傾向にあるからです。トマトにはリコピン、カニの甲羅にはキチンキトサン、マグロの目にはドコサヘキサエン酸(DHA)、現代は、そんなことが常識のナレッジとして浸透している社会なのです。

カフェにも、「オーガニック」という要素はもう欠かすことできない、当たりまえのものになっています。また、その言葉も「完全有機」という本来の意味から発展して、素材の良さ、持ち味を上手に生かした、カラダが喜ぶメニューという感覚にまで昇華されているようです。健やかなものを求めているカラダに、自然のエネルギーを与えてあげるという官能的な次元にまで、21世紀の健康思考は辿り着いているのかもしれませんが。

空気osphere

カフェのタイプをその店の空気(雰囲気)で大別すると、つぎの3タイプが挙げられます。

1つ目は、足を一步踏み入れた途端に、ワクワク、元気な気分になる、アッパー系カフェ。店の空気は「活気・刺激」に溢れ、その空間に身を置くだけで、精神を覚醒させる作用があります。明るく活気に満ちた、ダイナー(食堂)タイプのカフェがこれにあたります。

2つ目は、アッパー系の全く逆。ゆったりとした癒しを感じる、ダウン系カフェです。心静かに安らげる空気は、「和み・脱力」を感じさせます。別名を家系カフェといわれるように、隠れ家的な魅力を持ったカフェが多いのが特徴です。

そして、最後がアッパー系とダウン系の間にある、ニュートラル系カフェ。大きな感情の揺れを感じることなく、いつもの気分のままりラックスできる、スタンダードなカフェです。

そうした性格から、日常生活の中でのちょっとしたお茶や人との待ち合わせなど、利用頻度をもっとも多いカフェのタイプです。

ひとつの店に固執することなく、その日、その時の気分でカフェを選ぶのは当然なこと。そして、こうした店の空気はその選択の際にもっとも重要な要素なのかもしれません。



話題のカフェ本

● Cafe Book ●



カフェめし ～海cafe・森cafe～

◎
根本 きこ+フィリップ・トネット
マガジンハウス/本体:1,200円

<海カフェ>と<森カフェ>という架空の店をイメージして作る、カフェめしのレシピ集。実在のカフェの料理を紹介するのではなく、“カフェめし的”アプローチのオリジナル料理を紹介しているところがミソ。



カフェのごはん オリジナルレシピ66

◎
アスキー/本体:950円

今どきカフェのキブンがブンブンと漂ってくるカフェガイド&レシピ本の決定版。眺めているだけで気持ちのいいおしゃれな本であると同時に、憧れのお店の人気料理レシピをバッチリと掲載しているところもポイント高し。カフェめし入門にはまずこの1冊から。



Hanako 東京カフェブック

◎
マガジンハウス/本体:857円

人気女性誌「Hanako」の誌上に登場した、旬のカフェを一冊の本にまとめた、カフェガイドブック。エリア・ジャンル別に分けてあるうえ、巻末には店名のインデックスもついている使い勝手のよい実用本です。

