

清澄白河の歴史や文化と結びつくカフェまちづくりに関する研究

Research on café town development linked to the history and culture of Kiyosumi Shirakawa

檜山明来¹, 小木曾裕²Akira Hiayama¹, Yutaka Kogiso²

Abstract: The purpose of this study is to investigate how Kiyosumi Shirakawa became famous as a coffee town. To that end, we conducted a questionnaire survey by mail to each store in Kiyosumi Shirakawa. As a result, it turned out that the number of full-fledged cafes increased and the opening of Blue Bottle Coffee was taken up by the media.

1. 背景と目的

清澄白河は現在コーヒーのまちとして人気である。

江戸時代に作られた運河が現在も残っており、当時は運河沿いに物流や木材置き場の用途に倉庫が立ち並び水運のまちとして栄えていた。既往研究を見ると、森田ら⁽¹⁾の清澄白河を対象とした倉庫リノベーションに関してや、阿部の⁽²⁾倉庫の現在の用途や特性等についてまとめられている。しかし、カフェに焦点を当てて研究を行った事例は見つからなかった。そこで本研究では、なぜ清澄白河はコーヒーのまちとして有名になったかを、歴史や文化と現在カフェを出店している店舗の意識を結びつけて考察することを目的とする。

2. 調査方法

初めに、清澄白河内にカフェを出店している店舗に郵送によるアンケート調査を行い、開業年や出店理由などの情報をまとめた。アンケート調査では不足した箇所については、各店舗や東京都商工会議所、江東区等に電話によるヒアリング調査を行い、文献調査で調べた歴史や文化との結びつきをまとめた。

3. 結果と考察

(1) 清澄白河周辺の歴史について

歴史的背景には、1590年の徳川家康による江戸入場と、同時に進められた大規模な都市開発までさかのぼる。木材は都市を建設、維持するためや、日用品、エネルギー源としても重要な資材であった。その木材を運ぶために古木名川が作られ、川沿いには木材を保管するための倉庫が多く建てられた。このように江戸時代に作られた運河網は昭和初期まで原型を保ってきた。1995年に東京都現代美術館が開館。会館に伴い運河沿いに存在した倉庫が、物置として使われたり、リノベーションされてギャラリーになったりと、倉庫の再活用が始まった。倉庫をリノベーションし、自社で

焙煎を行うカフェもあらわれた。木材貯蔵用であった倉庫は排煙ダクト設置に必要な高さを備えており、また、排煙の際にはダクトを川側に向けることで近隣の迷惑とならずに焙煎を行うことが出来た。

(2) アンケート結果

アンケートは40件配布し、回収は7件(17.5%)であった。各店舗のHPやTELにて各店舗の開業年をまとめたところ、最も古い店舗は2004年から出店していることが分かった。新規出店数が最も多かったのは2015年で、1年で8店舗が出店した。この年の2月にブルーボトルコーヒーが出店し、これを機にメディアに取り上げられることが多くなったとの情報を得た。また、2014年も次いで多く5店舗が出店している。いずれの年にも共通しているのは、自社焙煎を行うカフェが出店していることである。

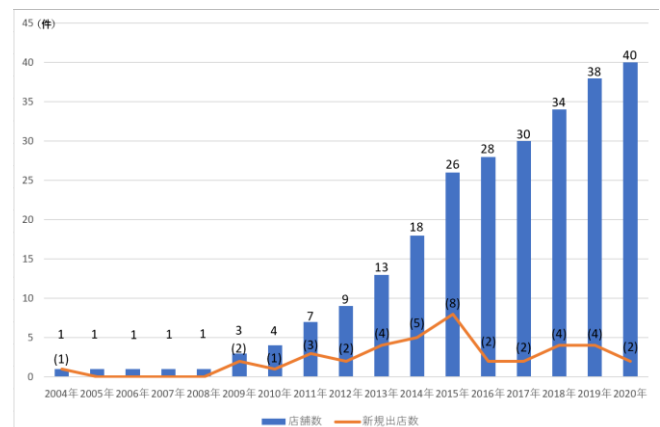


Figure 1. Changes in the number of stores.

清澄白河に出店した理由については、「立地条件が良い」が33%、「コーヒーで有名なまちに出店するため」が17%、「客層の確保が出来ると考えた」が17%などであった。一番多かった「立地条件が良い」の理由には、「ブルーボトルの動線だから」とあり、「客層の確保が出来ると思った」の理由には、「ブルーボトル等セ

ンスの良いエリアで勝負するため」などブルーボトルコーヒーに関するものが多かった。

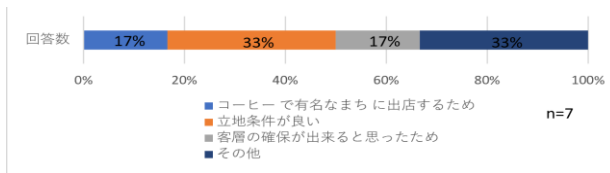


Figure 2. Reason for opening a store.

外装で意識したことに関しては、「存在感を示した」が 29%、「店のコンセプトを表現した・他店との差別化を図った」が 14%などであった。「存在感を示した・店のコンセプトを表現した」の理由に共通していたのは、「目立たせるため」であった。その他には、「手を付けず建物の素材を生かした・既存の店舗の仕様を残しつつ自分たちのイメージを出した」などがあつた。

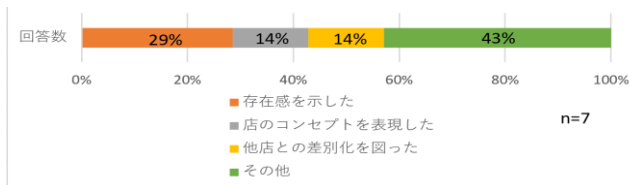


Figure 3. What the store was aware of in the exterior.

内装で意識したことに関しては、「店のコンセプトを表現した」が 43%、「素材にこだわった」が 29%、「利便性や機能性を高めた」が 14%などであった。「素材にこだわった」の理由には、「ほとんど手を付けず、昔の建物のまま護岸も店内にあるのを見せるため」などがあり、内装外装共に建物の素材を生かしている店舗が多いことが分かった。「その他」には、「木場という立地に出店したので木材を多く使った」といった回答も見られた。

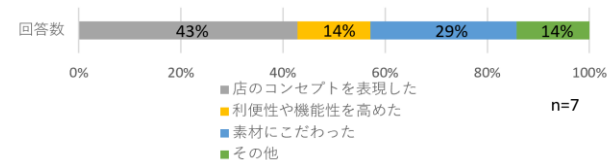


Figure 4. What the store was aware of in the interior.

(3) ヒアリング結果

ヒアリング調査では 20 件の回答を得た。「ブルーボトルコーヒーの出店前後で変わったことはあるか」「どのように清澄白河はコーヒーのまちとして有名になったのか」などの質問をした。変化に関する回答では「客足がかなり増加した・外国人の方が増えた」などがあつた。どのように有名になったのか

に関する回答では、「ブルーボトルコーヒーの出店がきっかけ」が 65%、「自社焙煎カフェなど本格的なカフェが増えたことがきっかけ」が 25%などであった。清澄白河で最初に自社焙煎を始めたカフェを調査したところ、2012 年から存在することが分かった。一方で、「清澄白河は元々カフェのまちではなく、ブルーボトルコーヒーの出店をメディアが大きく取り上げているだけである」といった意見もあつた。

4. まとめ

清澄白河がカフェ街として広く知られるようになったのは、「ブルーボトルコーヒー」の出店がきっかけであることが示唆された。アンケート結果からも、「ブルーボトルコーヒー」をきっかけに出店を決めた店舗が多いことも分かった。しかし、2012 年に自社焙煎カフェとして最初に清澄白河に出店した店舗があり、その店舗をきっかけに自社焙煎をおこなうカフェが増えたことも分かった。本格的なカフェが増えたことでコーヒーのまちとしての魅力は高まっていき、ブルーボトルコーヒーの出店がメディアに取り上げられたことで一気に有名になったと考える。

歴史や文化との結びつきとしては、江戸時代から存在する運河や倉庫を利用したリノベーションが多くみられることが分かった。焙煎機を置くためには広いスペースが必要であり、焙煎後の排煙も処理しなければならなかったが、運河と倉庫をうまく活用することで本格的なカフェを構えることが出来ている。焙煎を自社で行うようなこだわりを持っているカフェが多いことも、清澄白河がカフェのまちとして有名になった要素の一つではないかと考える。また、リノベーションの際にあまり手を加えず建物の素材を生かす店舗が多いことや、かつて材木のまちとして栄えた「木場」に出店したという理由から木材を店舗に多く取り入れるなど、その土地に昔からある要素を取り入れた店舗が多いことも分かった。このような、歴史や文化にこだわりを持ち取り入れる店舗が多いことも、清澄白河がカフェのまちとして有名になった要素であると考えられる。

参考文献

- [1]森田直樹,岡田智秀,落合正行(2018):わが国の市街地における「倉庫リノベーション」の成立要件に関する研究(その3) 日本大学理工学部学術講演会,p471-472
[2]阿部啓吾(2018):下町地域における再開発・まちづくりの手法の検証 早稲田大学,pp54