

喫茶店を舞台に地域を元気にする



プロフィール

さとう ひでと

1987年山形県生まれ。東北芸術工科大学を卒業後、東京の不動産会社に勤務。2010年に帰郷し、地元の不動産会社での勤務を経て、2015年BOTA coffeeを創業する。

企業概要

創業 2015年
従業者数 7人
事業内容 喫茶店
所在地 山形県山形市七日町
2-7-18
電話番号 023(666)6659
U R L <http://bota-coffee.com>

ボ タ
BOTA coffee

代表

佐藤 英人

2015年12月、山形市の中心市街地にある空き店舗のシャッターが再び開いた。かつては洋傘店として100年近く営業していた店舗が、喫茶店として営業を始めたのだ。

新たな経営者は当時28歳の佐藤英人さん。大学時代に空き店舗のリノベーションについて学び、地域の現状を変えたいとの思いを抱いた佐藤さんは、洋傘店だった店舗を創業の舞台に選んだ。

レトロとモダンが共存

——看板には「洋傘のスズキ」とありますが、喫茶店ですよ。

ここは、100年近く営業していた洋傘店でした。1階は店舗、2階は経営者の自宅として使われていましたが、2015年にリノベーションして喫茶店に変えました。

リノベーションとは、用途の変更や改装などによって、物件の価値や魅力を向上させることです。洋傘店から喫茶店に変えるために、厨房やトイレなどの水回りの工事を行いました。また、くつろげる空間にするためテーブルや椅子、床材などは木製にする一方で、客

席側の壁や天井はコンクリートをむき出しにして、モダンな雰囲気仕立てあげました。

表の看板は、地域に長く愛されていた洋傘店の名残をとどめたくて、そのままにしています。その結果、洋傘店の時代を懐かしく思う人やレトロな外観とモダンな店内のギャップを面白く感じる人が来店してくれています。

もちろん、コーヒーが目当てのお客さまもいます。わたしは大学生のときにコーヒーを好きになり、それから、さまざまな種類の豆を仕入れたり、焙煎ばいせんの時間や温度などを工夫したりして、自分好みの味を求めて研究してきました。当店で出すコーヒーは、その研究の

集大成で、1杯500円で提供しています。深煎りなのに苦すぎず、後味がすっきりしていると、好評を得ています。

——2階も活用しているのですか。

2階は部屋を仕切る壁を取り払い、多目的スペースにしています。

歓送迎会や結婚式の二次会などのほか、ミュージシャンがライブ演奏したり、工芸作家が作品を展示販売したりする場として利用されています。

また、2016年9月には、わたしの母校である東北芸術工科大学が主催している現代芸術祭「みちのおくの芸術祭 山形ビエンナーレ」の会場の一つになりました。本に出てくる料理も楽しめる読書会など面白いイベントを開いているナカムラクニオさんのトークイベントや、山形国際映画祭のスタッフによる映画の上映会などが開催され、多くの人が集まりました。

——芸術や創作にかかわるイベントが多いですね。

理由は二つあります。

一つ目は創作活動をしている人に発表の場を提供したいからです。

東北芸術工科大学がある山形市内には、創作活動で生計を立てようとする人がたくさんいます。しかし、そうした人が作品を発表する場は多くありません。当社が

発表の場を提供することで活動が認知され、自立の助けになればと思っています。

そのため、多目的スペースの使用料は相談に応じて柔軟に設定しています。使用料を固定すると、負担できない人は利用をあきらめてしまいます。喫茶店もやっていますから、イベントの参加者に飲み物を1杯注文してもらおうワンドリンク制にすれば、当店にまとまった売り上げが入ってくるため、その分、多目的スペースの使用料を安くできます。負担を小さくする方法を提案し、学生のように収入がほとんどない人でも利用しやすくしています。

二つ目はさびしくなった街の風景を変えたいからです。

当店の目の前を走る道路は、シネマ通りという名前がついています。20年ほど前、わたしがまだ子どもだった頃には映画館が4、5軒あり、人の往来が絶えない通りでした。しかし、郊外に大型の映画館ができるとシネマ通りを訪れる人は減り、閉館する映画館が相次ぎました。最後まで残っていた映画館も2008年になくなり、シネマ通りなのに映画館が1軒もないという状態に陥っています。

にぎやかだった時代を知っているだけに、今のシネマ通りの様子を見ていると悲しい気持ちになります。当社でイベントを開催して



洋傘店の看板が残る外観

人を呼び、かつてのにぎわいを取り戻せればと考えています。

リノベーションで 地域を変えたい

——地域の現状に対する危機感があるのですね。

きっかけは、大学で取り組んだ「山形R不動産」の活動でした。空き家や空き店舗など、使われていない物件の魅力を見出し、新たな活用方法やリノベーション案とともに紹介する活動です。本業が建築家である馬場正尊^{まさたか}教授が2009年に始めました。馬場教授が東京で立ち上げた「東京R不動産」という不動産仲介サイトの山形版です。東京R不動産との違いは、実地で建築を学ぶことが目的で、取り組みの主体は学生のため、物件をネット上で紹介するにとどめ、仲介事業までは行わないことです。

山形R不動産の立ち上げ時に空き店舗の調査をしたのですが、繁華街でも多くの空き店舗があることにショックを受け、なんとかできないだろうかと考えました。

——しかし、地域の現状は簡単には変えられないと思いますが。

山形R不動産で紹介した案をもとに物件がリノベーションされ、街の風景を変えることに成功した例が出ています。

最初の成功例は廃業した旅館でした。あるイベントで、山形R不動産の取り組みを説明し、市内にある元旅館のリノベーション案を発表したところ、来場者のなかにその旅館のオーナーを知っているという人がいたのです。間を取りもってくれ、この旅館は創作活動に携わる人が住むシェアハウスに変わりました。若い人が増えて活気が生まれ、近隣の住人に喜ばれているそうです。

こうした経験からリノベーションで地域を変える仕事をしたいと思い、東京R不動産への就職を希望しましたが、かないませんでした。未経験者は採用しないということでしたので、まずは経験を積もうと、上京して不動産会社に就職しました。

しかし、就職先での仕事は、土地の所有者を探して賃貸用不動産の新築を勧める営業でした。既存の物件を生かすリノベーションとは正反対です。やりたいと思っている仕事の役に立つのだろうかと思悩んだ末、ほかにも道はあるはずと考えて3カ月で退職しました。

山形に戻ってからは、宅地建物

取引主任者の資格取得の勉強をしながら、山形R不動産の活動を手伝いました。そんな折、ある不動産会社から、山形R不動産で紹介している物件の仲介業務をしたいとの申し出がありました。リノベーションに関する仕事をするチャンスだと思い、その会社に入社したいとアピールしたところ、雇ってもらうことができました。

ただし、念願だった仕事にもかかわらず、地域を変えているという実感はもてませんでした。そもそも空き店舗を使って事業を始める人が少ないですし、そうした人がいても、事業計画や店舗の内装についてアドバイスする立場ではないからです。ブックカフェを始めようとする男性に店舗デザインに対する意見を述べてしまい、「それはあなたの仕事ではない」と怒られたことがありました。

——勤務者の立場でできることに限界を感じたのですね。

そうです。創業を意識するようになりました。その転機となったのは、山形リノベーションスクールです。2014年に東北芸術工科大学が山形市と連携して実施したもので、わたしは講師の補佐役として参加しました。

リノベーションスクールでは、創業希望者やデザイナー、街づくりに関心のある人などが、10人前

後のチームで空き店舗の活用方法やリノベーション案を考えます。題材となる空き店舗が必要となるため、勤務先で入居者を募集していた洋傘のスズキのオーナーにお願いしたところ、喜んで協力していただきました。

リノベーションスクールで提案された洋傘のスズキの活用案は「ものづくりができるカフェ」でした。プレゼンを聞いたオーナーも乗り気で、創業を楽しみに待っていたようですが、1年経っても事業は始まりませんでした。今の仕事をやめたり資金を投じたりなどのリスクをとって実行しようという受講者がいなかったのです。

協力を依頼した手前、オーナーをがっかりさせたくありませんでした。そこで、自らの手で洋傘のスズキを活用しようと決めました。

創業直後の再改装で 特長を打ち出す

——自信はあったのですか。

コーヒーには自信がありましたから、お客さまが気に入る内装ができればいけると考えました。

そのため、リノベーションに当たっては独り善がりにならないように、大学の先輩で、以前から付き合いのあったデザイナーの協力を仰ぎました。

また、すべての作業を工務店に依頼せず、できることは自分たち

で行いました。工事費を抑えるとともに、現場で浮かんだアイデアに柔軟に対応できるようにするためです。以前の内装を取り払って出てきたコンクリートを生かせないか、土壁に出がらしのコーヒー豆を混ぜ込んだら面白いのでは、といったアイデアを作業のたびに出し合い、リノベーションが納得のいくものになるようにしました。

さらに、定期的な収入を得て事業を安定させようと考え、2階にシェアオフィスをつくりました。

——当初、2階はシェアオフィスだったのですか。

三つの部屋と共用スペースを設け、デザイナーやクリエイターたちが交流できるオフィスにするつもりでした。しかし、NPO法人からの申し込みが1件あっただけで、想定した入居者からは問い合わせすらありませんでした。

理由は明白でした。市内にはすでにシェアオフィスが3カ所あったからです。しかも、そのうちの一つには著名なデザイナーが管理者の一人として入居しています。交流を求める人はそちらを選び、まだ入居者がいないオフィスには見向きもしないでしょう。

そこで、創業の2カ月後に多目的のスペースへと再改装したのです。イベントを開催して人を集めれば、当初のシェアオフィスよりも地域

を元気にすることに貢献できると考えたからです。また、店内の雰囲気を入り込んでくれたお客さまに、貸し切りで使いたいと言われたことも大きかったです。

再改装の結果は、すでに話したとおりです。さまざまな形で利用され、多くの人が集まる場所となりました。

——たくさんのお客さまに受け入れられる店になったわけですね。

「レトロかつモダンな空間で美味しいコーヒーを飲み、創作活動に関するイベントも楽しめる」という店を目指した結果、他店にはない特長を打ち出せました。なかには県外から当店に来てくれるお客さまもいますが、このような空間の価値を認めてくれたからだと思います。そのため、空間の価値

を損ねてしまわないよう、当店のイメージとは異なるイベント、例えば単なる外国雑貨の販売などの場合は、多目的スペースの利用をお断りしています。

また、空間の価値をさらに高めるために、ものづくりのスキルを学んでいる学生をスタッフに採用しています。メニューの看板や当店のロゴの焼印などを店内の雰囲気に合わせてつくってもらいましたし、なかには自分の作品を置いて販売するスタッフもいます。それらを見て仕事を依頼してくるお客さまもおり、当店はスタッフがチャンスをつかむ場にもなると感じています。

当店を足がかりに、創作活動に携わる人が飛躍したり、地域に活力が生まれたりするよう、これからも頑張っていきたいです。

聞き手から

取材が終盤に差しかかった頃、佐藤さんは「お客さまに来てもらえる店にするため、空間の価値を高める努力をしています」と話してくれた。確かに、同店の特長である①リノベーションした店内、②美味しいコーヒー、③創作活動に関するイベントは、一見すると無関係のように思えるが、空間の価値を高めるという観点からみれば、相乗効果を生み出しており、いずれも欠かせないものになっている。

地域を活性化させるには、佐藤さんが創業の2カ月後に2階を再改装したように、それぞれの店舗が魅力的な空間を生み出す努力を重ねることが必要ではないだろうか。

(山田 貴之)