

商いの新しいものさし

（株）創設研究所
代表取締役

松本 大地

第169回

1日が幸せになる朝活カフェ業態



凄まじい勢いの日本の人口動態変化が、多面的に社会への影響をおよぼしている。2023年の出生数は72・7万人、出生率は1・2人となり、24年は出生数が70万人を割り込む公算だ。1947～52年の6年間は毎年200万人を超える出生数があり、その合計数は約1453万人と大きな塊となった。一方、2018～23年の6年間の出生数合計は約492万人

となり、ピーク時の3分の1へと激減した。

また、厚労省の国民生活基礎調査によると、全国5445万世帯の中で18歳未満の子どもがいる子育て世帯数は983万世帯、その割合は全世帯数の18%と過去最低になり、一人暮らしの世帯は1849万世帯で34%と過去最高になった。急速に進む少子化、高齢化、単身化はあらゆるビジネスの大変革に直結している。

ビジネス構造変換の真っ只中にあるのが外食産業である。団塊世代が子育て時期になった1970年代に出現したの

朝活で人気の「ハイヤー・グラウンド」

が、ファミリーレストラン業態であった。70年にロイヤルが大阪万博にレストラン事業で出店、同年にスカイラーク（現在はすかいらーく）は東京・国立に1号店を開業した。以降、80年代は家族で訪れるファミレス全盛期であり、90年のバブル崩壊まで成長を続けた。

外食マーケットは人口減少で胃袋の数が減る量的影響も大きい。モノからコトやトキ消費を求める生活者の変化は、健康志向、体験志向、経済性志向、利便性志向といった食の細分化へと進んでいった。

「むさしの森珈琲」はすかいらーくグループが、ジョナサンなどのファミレスを業態転換し、15年に誕生したカフェ＆フー

ド業態。店名のように高原リゾートをイメージした店内では、モーニングからディナーまでこだわりの食を揃える。現在の店舗数は82店、東京・銀座の一等地である「マロニエゲート銀座」にも出店した。外にテラス席を設ける店舗も多く、誕生日、結婚記念日などの特別な機会的消費への対応もする。「ゆとり」の癒し空間の設けは女性客が9割を占め、滞在時間もファミレスの3倍以上になる」とすかいらーくホールディングスの谷真会長は語った。外食トップ企業であっても、時代とともに変化に対応している姿勢が窺えた。

成熟化した日本の外食市場で期待したいのが「朝活カフェ」業態である。前回のものさしで伝えたオーストラリア・メルボルンはコーヒーの街として知られ、約2万軒ものカフェによる革新的な飲食スタイルが育つ。工場や倉庫跡地、歴史的建築物内に開設するカフェも多く、心地よい空間でゆったり過ごしながら1日の始まりが幸せと感

じさせてくれる朝食の時間を過ごす。

写真のハイヤー・グラウンドは、19世紀に発電所として建てられた建物をリノベーションし、天井が高く開放的で洗練された空間が人気だ。豆の選定から焙煎、抽出まで細部にこだわったコーヒー、ワンプレートの食事は3000円程度となるが、アボカドトーストやワッフル、エッグベネディクト、パンケーキや、健康志向にマッチしたビーガンやグルテンフリーのオプションも充実する。店内はお一人さまからカップル、ファミリーだけでなく、朝食ビジネスミーティングで利用するグループなど、カフェが多様な場所になっている。

カフェの多くは朝7時から開店し15時か16時には閉店するが、繁盛店では朝食、ランチ、ランチ、アイトルタイムの4回の食シーンを獲得する。また、ディナー営業をしないことは人材不足や労働環境の変化に対応する新しい時代の働き方でもある。朝活カフェの

ビジネスモデルを日本で成立するには、朝食は簡単に低価格という過去からの古い考え方と決別し、1日の良いスタートダッシュとなる価値ある朝食シーンが定着できるかが決め手となる。

「出生数は過去最低」「子育て世帯数は過去最大」「単身世帯数は過去最大」となった現在、もはや飲食業は胃袋の数に頼るのではなく、朝活カフェのように心も身体も満足するライフスタイル提案による胃袋の質に訴える戦略を構築すべきである。

外食産業に限らず、どのような業種であっても傍観者では生き残れない。生活者の潜在欲求を掘りビジネス化していくことは永遠の課題であり、伸びしろでもある。それには普通とは違った視点から物事を見たり考えたりすることも必要で、固まった考え方が解かれて開眼することもある。急変する時代には多くのビジネスチャンスが潜んでおり、常に商いのものさしを磨き続けることが商機を呼び寄せる。