

貸席業か否か、軽い食事を提供しているか否か

喫茶店とコーヒーショップ

喫茶店とコーヒーショップとは、経営用語としてはまったく違う単語である。

喫茶店が、コーヒーショップという用語を店の看板に出していることが多く見られる。どのような表現をしようと勝手だが、実際は喫茶店なのに、経営者が、自分の店はコーヒーショップと経営政策も同じだ、と考えているとすれば問題である。

経営者が勉強不足のとき、しばしばこのような単語の誤用による経営の混乱をまねくことがある。

喫茶店とは、コーヒーを提供する貸席業である。それだけでは何となくお値打ちがないと考える場合は、喫茶店という言葉の上に、「名曲」だとか「ジャズ」だとか、その他いろいろの単語をかぶせて、なるべく付加価値を高めようとする。コーヒーをより高く売ろうとするためである。

経営者からみて良い喫茶店とは、コーヒーが高く提供できて、かつ繁盛する店である。

そもそも高いコーヒーを提供しなければならぬのは、コーヒーの原価が高いためではない。不動産や設備に要するコストが高いからである。

喫茶店を利用しようとするお客様の最大の動機のひとつは、街を歩いていて疲れたから、コーヒーでも飲みながらちょっと休憩したいこととか、人と会う用件があつて、喫茶店をその待合わせの場所や、用件のための会話ができる場所として利用しようとか、そのほか、名曲のレコードを聴きながらコーヒーでも飲んで時を過ごそうとかいうことである。すべて場所、すなわちスペースが必要で、しかも場合によっては、雰囲気も良くなければならず、それにも金がかかる。

純粋にコーヒーのうまさを楽しませる喫茶店は少なく、そのような利用動機で来店するお客も少ない。

喫茶店経営がビジネスとして成立するのは、スペース・コストが

安く、しかも場所の貸席の利用価値が高くて、コーヒーのメニュー価格にそれらのコストや価値分を上乗せできるときだけである。

現在のようにな動産費や設備経費が大きくなって、お客に来店してもらうため、繁華街に出店しなければならぬようなときは、そもそもそれだけで、売れても売れても儲からない店になる。

べらぼうに価格を上げれば相対的にお値打ちが低下して、お客からは見離される。

3年に一度の商業統計の結果が発表されるたびに、日本の喫茶店の数が、食堂業の中で業種別にいちばん減少しているのも、右のような事情による。

これからももっと減少数は加速度をつけて増加していくだろう。

喫茶店の看板を、コーヒーショップに塗り替えても、少しも状況は変わらないということになる。

さてほんとうのコーヒーショップとは、コーヒーを貸席業的に提供する店ではない。本来は、食事、特にいちばん軽い食事を提供する店である。軽い食事は、軽食ではない。日本語で軽食とは、軽い食べ物というのであって、食事では

ない。もっとも最近の傾向は、その軽い食べ物も、それで食事として利用されるようになっていく。

最も軽い食事を提供するのがコーヒーショップの本質なのである。逆にその軽い食事が、食事としてではなく、軽い食べ物として利用されることがしばしばある。便利だからである。

また、コーヒーショップでコーヒーだけ飲んですませるお客もいる。

最も軽い食事は朝食である。日本の「めし屋」も、朝食をはじめとして比較的軽い食事を提供してきた。コーヒーショップがめし屋と違うのは、スカツとした清潔感にみたまわっていることである。コーヒーショップの初期展開が、客席から見えるオープン・キッチンであったのもそのためである。