

コーヒーから見る京都と上海

梁詩莉(中国)

京都と上海は全く異なる都市であり、あらゆる面で比較できないような気がする。コーヒーに関して言えば、この2つの都市は一見似たようなコーヒー文化を持っているが、実は同じではない。

京都は伝統的な街並みで、実は意外と個性的な都市である。例えば、保守的な伝統がある一方で、新しいものを好む傾向があり、一人当たりのパンやコーヒーの消費量は長く日本一を誇っている。以前、あるテレビ局が「京都の朝食は何を食べているのか」という街頭アンケートを実施したことがある。街頭アンケートで、あるはおりが標準語の京都弁で、「毎日パンを食べて、コーヒーを飲んでから出勤しています」と言っていた。100年以上前に輸入された西洋文化は、京都では違和感を覚えることなく、むしろ新しい日常として進化し、京都ではまねのできない文化となっている。

一方、同じく舶来品であったコーヒーは、上海人が求めるモダンでトレンドな消費概念に合致し、ステータスの代表となった。上海人はどれだけコーヒーが好きだ？2022年の最新のデータによると、上海にはすでに8,000以上のカフェがあり、世界一となっている。中国では一人当たり年間4杯のコーヒーしか飲まないが、上海ははるかに進んでおり、約20杯を消費している。上海のカフェの数は、コロナにも減ることなく、逆に増えていった。上海のコーヒー産業は、常に産業の境界を突破し、創造的な空間と他の産業との複合的な消費シナリオを生み出し、体験型消費市場を開拓する重要な支点となり、文化・創造産業を促進して都市の発展における「センター」を担っているのである。

つまり、「カフェに行く」のは京都では習慣や文化で、上海ではファッションやビジネスである。

京都は3度のコーヒーの波を経験し、独自のコーヒー文化を育んできた。第一波では、映画館や劇場と並んで高度経済成長期を代表する娯楽の場であった喫茶店が、1991年にバブル経済が日本を席卷すると、京都で呉服屋の閉店が続くように、喫茶店も減少していったのである。喫茶店の衰退と同時に、1996年にスターバックスとエスプレッソが登場し、モダンカフェの時代が到来したのである。京都にコーヒーの第二波が押し寄せると、個人カフェが憧れとなり、「脱サラ」の道を選ぶ人が出てきた。2000年以降、エスプレッソの登場とともに、日本人は「ブティックコーヒー」という概念を知った。2018年以降、ブルーボトルコーヒーは京都に3店舗を出店していた。同時に、コーヒーの価格も手頃になった。2013年には、日本のコンビニエンスストアが一斉に、淹れたてのコーヒーを100円で提供するようになったのである。個人カフェが「厳選された素材、丁寧な仕事、特別な味」の時代に突入し、コーヒー作りが職人に近づき、京都の伝統あるこの街の職人かたぎと見事に融合して「コーヒー職人」が誕生したのである。

京都のカフェは、むしろその土地の生活様式を反映している。特に現代日本は、マンション住まいが多くなり、自分の部屋を持つようになったが、家族全員が集まり、時間を共有する場所という縁側が失われてきている。一人暮らしの人が増え、家庭は孤独の場となった。この時のカフェは、縁側と公園の機能を持ち、人々が集い、語り合うのに最適な場所になる。京都の老舗喫茶店では、朝食時の常連

客はほとんどがおじいちゃん、おばあちゃんである。年を取って動きが悪くなり、暇さえあれば新聞をめくっている、そんな光景を見ていると、朝食や生活のリズムはこうあるべき、落ち着いていて安定したものなのだろうと感じる。そして、2015 年以降、主に20～30 代を対象としたテイクアウトカフェも増えている。東日本大震災を機に、一部の若者の意識が変わり、制度の機能はあくまで制度の維持であり、個人の幸福を保証するものではないことに気付いたことも大きな契機となっているようである。一方、上海では、コーヒーは消費者にとってはファッションの追求であり、事業者にとってはビジネスである。

今年、ブルーボトルコーヒーが中国本土で初の店舗を上海にオープンした。オープン初日には、店の前には500～600 メートルの行列ができ、「コーヒー界のアップル」と呼ばれるブルーボトルコーヒーを飲むために、少なくとも3 時間以上並んだ。そして、コーヒーを買ったら、ただ飲んで味わうだけでなく、もっと重要なのは、SNS で共有(誇示)するためのすてきな写真をいろいろと撮らなければならないことである。これは、毎年開催される上海コーヒー祭りでも同様である。事業者もそれを知っている。ブルーボトルコーヒーのブランドは、蘇州河の兩岸の名所を地図にし、緑豆餅などの中国の伝統菓子を「CP・カップル」としてコーヒーに添えているのである。他の産業に比べれば、コーヒー1 杯の消費量そのものは大したことではないが、上海にはさまざまな種類のカフェが8,000 店近くあり、コミュニティ、ショッピングモール、書店、市場、美術館など、街の公共空間の資源を活性化し、「コーヒー+」の文化消費エコロジーを形成している。

京都も上海も、私がコーヒー文化から受ける印象とほぼ同じものを感じさせてくれる。京都は上海のように生活空間を圧迫するようなペースはない。若い人には歩調を合わせて前進し、ペースの遅い年長者には取ったり待ったりすることを厭わない。ここには、先人たちの知恵、そして大切にされてきた姿勢や生活の質が表れている。一方、上海では、不振のカフェやデジタル時代になじめない年長者など、気を抜くと簡単に取り残されてしまう。

あなたはさまざまなストレスを抱えていないか？

不況の時代、イノベーションを見つけるためにも、コーヒー一杯からいかがでしょうか？

心身ともに疲れている時は、一時の休息のためにも、コーヒー一杯からいかがでしょうか？