

# café sweets

カフェ・スイーツ

vol. 171  
Aug.-Sep.  
2015

Bi-Monthly Magazine for Professional

特集

## 开家咖啡店吧！

低投资 / 小店铺 / 都市型  
本地咖啡馆 / 咖啡外卖店  
食堂风 / 精品咖啡店等



力19种新咖啡店风格  
引人注目的咖啡店新发展

麦田书店MOOK

## PERSON

我的工作风格

「多くの豆にふれ、味の基準を明確に持つことが大切です」



- HORIGUCHI COFFEE

- 堀口俊英

- 堀口俊英さん

1948年出生于东京。90年代在东京船桥开了一家【堀口咖啡】，现在开了两家分店，同时，还创办了成城学园创业研讨会，并担任董事长一职。

【堀口咖啡】已经开业25年了，现在除了经营3家咖啡店，还领导着咖啡豆共同采购部门【LCF】，努力保证生咖啡豆的优良品质，活动涉及多个领域。创业者协会会长现在以帮助创业者为重心，持续开展活动。

最近，随着消费者对 speciality coffee 越来越感兴趣，堀口却说了一番警醒的话“真正理解咖啡口感的卖家是很少的”，“最大的原因就是咖啡体验明显不足，所以也就不能明确标准的口感，一旦明确了标准口感，也就能体验 speciality coffee 丰富多彩的美妙世界了”。

购买的咖啡豆有100种之多，虽然单品咖啡虽然卖的也不错，但是主打商品还是混合咖啡豆，“因为每种咖啡都有自己独特味道，熟悉了以后就可以用烘焙技术把各自的香味引出来，使其发挥到极致，混合咖啡可以表达咖啡店的个性，也是区别与其他咖啡店的最好的标志之一”，堀口——道来混合咖啡的重要性。为了跟着流行的脚步让店持续开下去，来堀口处学习的人有很多。



# 开个咖啡店吧！

低投資／小規模物件／都市型／ローカルエリア  
コーヒースタンド／食堂スタイル／専門店 etc.

*case study  
How to open a cafe*

对生活在城市里的人来说有像静止的树木一样隐藏起来的咖啡店，有新咖啡文化发祥地的咖啡柜台，也有不问昼夜把食客的肚子填的满满的食堂，活跃在某一个地区的小店……。不受概念和店铺的束缚，可以尽情的发挥店主的创意，这就是咖啡店最大的魅力了吧。通过介绍以一个人为主的创业故事的《最新咖啡店形态 19 选》，还有《值得重视的咖啡店新发展》、《大企业概念的大研究》等各种各样企划，可以探索多样化咖啡店的趋势。



## trim

[ 2014年7月 OPEN ]

### 不使用鸡蛋和乳制品 开了一家人气果子店的咖啡店

トリム

東京都杉並区西荻南1-19-20

ライオンズマンションF

☎ 03-3332-0061

🕒 12時～19時 (18時30分L.O.)

📍 不定休

trim.petit.oc

东京西荻洼住宅街公寓的一楼有一家【Trim】，从这里徒步7分钟左右会看到2号店【力ナム】果子店。【力ナム】和【Trim】的理念一样，提供不含鸡蛋和乳制品的甜品和饮料。店内的氛围比较中性，男性也会很轻松的进出。设计的主基调是灰色和白色，营造一种简单的氛围。客户群体主要是1号店的顾客，平日当地居民较多，周末有一些从远处过来的客人比较多。

FILE

01



## Shepherd's purse

[2014年6月 OPEN]

### 简约意式和古典法式相结合的空间

白色墙壁搭配古典家具的咖啡厅【SHEPHERD'S PURSE】是东京一家二手服装企业进军餐饮行业的第一家店。菜单设计是有效利用香草和香料来表达不同季节的意大利。白天提供法式混合咖啡和煎饼等简单食物，晚上提供鸡尾酒及搭配鸡尾酒的食物。工作人员以店长吉村碧为首共有3名女性，给人一种安静的气氛。

シェパーズパース  
 東京都杉並区高円寺南3-46-3  
 ☎ 03-5305-3225  
 ⑧ 12時～23時、水曜～18時、  
 土・日曜、祝日 11時～23時  
 ⑨ 無休（水曜のディナータイムは休み）  
 shepherd3-purse.petit.cc

FILE

02





fuzkue

[ 2014年10月 OPEN ]

开业理念是“享受一个人的时光”  
傍晚开始营业，职场归来职人的治愈场所

フヅクエ  
東京都渋谷区南台1-38-10  
二名ビル2F  
☎ なし  
🕒 16時～翌0時  
📍 不定休  
www.fuzkue.com

位于东京出台的【FUZKUE】以“享受一个人的时光”为理念，努力追求让一个人的客人也能心情愉悦，设计成不用管时间，可以埋头读书的店。营业时间从晚上6点到次日凌晨0点。店主阿久津隆曾想过有个能治愈职场上归来人们的场所，于是有了这个店。吃的有三明治、套餐、小吃、甜品等18种食品，饮料包括酒精饮料在内共有40多种，可以满足不同人的不同嗜好的菜品也是该店的魅力之一。wzmag.com beibei.biz<sup>photo</sup> 仅供学习参考

FILE

03



## kiredo VEGETABLE Atelier

[ 2015年4月 OPEN ]

### 栽培世界各地蔬菜的农户亲手制作的家常菜店

千叶县四街道市有一家农户【キレド】种植世界各地的蔬菜，一年可以产出 150 种以上的蔬菜。主人栗田隆史，恵子夫妻二人就想建造一个能让喜欢好吃的东西，好东西的人和它们遇到的场所，于是有了这家店。菜单是用每天早上采摘的蔬菜制作的家常菜，共 9 种，还有 pita 饼，汤品，除此还有红茶等 12 种饮品。菜品放在展示柜里，可以根据自己的喜好下单，然后搭配米饭或面包。因“蔬菜满满的午餐”而广受好评。也可以外卖，另外还销售一些杂货。

キレドベジタブルアトリエ  
千原市若狭区小倉台5-13-4  
☎ 043-232-3470  
🕒 10時30分～16時  
📍 水曜、第1・第3日曜  
www.kiredo.com

FILE

04



## ソラ珈琲&食堂ヒュッテ

[ 2015年3月 OPEN ]

### 有着咖啡馆和食堂2种面孔的特色山中小屋咖啡馆

神奈川・相模原の住宅区に一家具有地域特色的咖啡店【ソラ珈琲と食堂ヒュッテ】。问起店主宇都山征司为什么店名既有咖啡馆又有食堂，他回答说：“在郊外提起咖啡馆人们就有一种大城市里高大上的感觉，我只是想让人们简简单单地享受咖啡和美食，这样的店名容易让人理解”。内部装修以为为登山者提供住宿或休息的山中小屋为主题。在一面墙的书架上摆满了与登山有关的书籍，玻璃提灯和登山靴也摆在暑假上，无一不提示着我们它们的存在。

ソラ珈琲&食堂ヒュッテ

神奈川県相模原市中央区淵野辺1-1-8

☎ 042-865-0005

🕒 11時～23時

🌙 月曜、不定休

🌐 [www.facebook.com/sorahutte](http://www.facebook.com/sorahutte)







## カフェ つむぐり

[ 2015年1月 OPEN ]

### 自己改装的一幢68年历史的古民居咖啡馆

室伏将成和志保夫妻俩在东京浅草一处宁静的住宅区开的咖啡店。自己花了半年时间把一幢68年历史的老宅改装成了咖啡馆。点着灯的吧台座，水泥地面上放着长火盆和长椅，可以坐多人。大圆桌，充满设计感的各种各样的椅子。菜单有咖啡，中国茶，米酒等饮品，另外有提供水果三明治和小碟子装的迷你甜品。被咖啡馆有趣的样子所吸引，不仅是当地人还有很多远方的客人也慕名而来。

#### カフェ つむぐり

東京都台東区浅草5-26-8

☎ 03-6337-5809

☎ 13時～20時 (19時30分L.O.)

土・日曜、祝日 12時～19時

(18時30分L.O.)

☾ 月曜 (祝日の場合は翌火曜休)

cafetsumuguri.tumblr.com

FILE

06

从JR西荻改站开始徒步两分钟就能到达的[KANAMU]，是一家贩卖不使用任何鸡蛋和乳制品，只用植物性材料做出香醇口感的烘焙点心店。2010年开业以来，在带孩子的主妇人群中人气颇高，粉丝稳健增长。该店的店主是一对夫妻，石桥理先生和加奈女士。5\*5坪的小店铺里，夫妻二人齐心协力的完成了点心制作到贩卖的所有工序，听到顾客们纷纷提出了[如果店里有个餐饮区就好了]的要求，他们在12年左右的时候逐渐也开始有了开一家咖啡馆的想法。

加奈女士说：“最初并不是想以2号店的方式开店，而是想在点心制作贩卖的空间里同时设一个咖啡馆，以此为目标准备在西荻改一代寻找可用的20坪左右的铺面，然后搬过去”。然而，13年末开始真的卯足了劲去找的时候才发现，20坪那么大的铺面几乎没有。而且，这家店铺在本地已有了一定的认知度，夫妻俩也早就熟知当地的乡土人情，和本地的其他店铺也有着相当的交情，他们根本没有考虑过选择离开东京·西荻改。



“既然没有找到合适的比较大的铺面，那么就需改变思路，于是另开一个2号店作为咖啡馆这个想法就跳了出来。现在这个铺面之前也经常路过，然后就留意到似乎有这么个空的铺面。大家就打听了一下，花了点钱租下来了”（加奈女士如是说）。在租金可承受的范围內，他们还是希望店铺能安在远离大道的安静住宅区一角，于是14年的2月他们定了现在这个铺面签了租赁合同，决定在这里开一间咖啡馆。

Interior



家具は東京・恵比寿の「アンティークスタミゼ」や岡・西荻窪「ひぐらし古具店」などで購入。絵画など作家の展示会を行うこともある。

trim

トリム

做出了在那条常客往来，令人依依不舍的街上，进行双店铺运营的决定

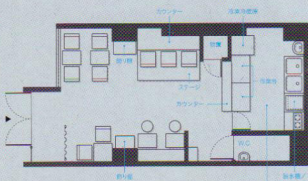
开业投资额

約 1100 万円

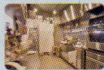
[店铺租费用] 約150万円 [厨房设备费] 約100万円

[内外装修费] 約700万円 [设备陈设·备用品费] 約150万円

Detail



咖啡营业区大约9坪，厨房约4坪。因为厨房的另一面就是住戶，所以作为隔音措施，厨房的墙壁采用混凝土材质，天花板也铺上隔音板。分割厨房和咖啡区的的柜台下方，和操作台的墙上都做了储物柜，这样可以提高收纳能力。



店铺规模：  
約13坪/13席

营业时工作人员数：2人  
客单价：1000日元  
1天平均顾客数：工作日15-20人，  
周六日40人  
每日营业目标：2万5000日元

>>菜单 饮品：18种 甜点：7种

内部装潢方面，由从事装潢设计和中古家具贩卖的（株）无相创公司负责。加奈女士说：可爱的风格的店铺，于是我们告诉设计方，希望新开的咖啡馆有能让男性一个人也能安“将这间原本是办公室的出租屋中凸出的墙壁和天井打通扩大，以白墙为基础搭配灰色等间。再让能够把灯泡的温度原原本本传递出来的无相创公司的照明设施，和石桥夫妇买回空间更多了一层梦幻感。

桌子之类也是由无相创公司原创设计制作的，整个儿下来包括内外装修和各种器具用品的费用，占到了投资额整体的80%，“基本和计划是一样的”，加奈女士如是说。“为了提供一个让客人赶到心情舒畅的空间，不惜花费大量金钱去购买家具和内部装潢的素材。另一方面，厨房机器等使用批量采购或者上网购买二手用品，这样就可以把费用控制下来。”

就这样从14年4月开始动工到6月上旬完工并将店铺命名为[trim]，7月开业。大致的规划是[KANAMU]由理先生负责，[trim]由加奈女士负责。



“KANAMU是带有女性化心停留的，中性的气氛。深色打造出一个雅致的空来的灯具聚在一起，使这



为了方便带孩子的客人推婴儿车，特意设计的很宽，在用未客人增多的情况下，还可以在中间摆上折叠桌，增加坐席。在侧面的一段小台阶上，可以把桌子折起来变成一个小舞台，这里会不定期举办小型的LIVE活动。

加入烘焙点心，  
打造出一家咖啡店里看不到的菜单

菜单方面的理念和KANAMU一样，不使用鸡蛋和乳制品。甜点方面有玛芬蛋糕和曲奇饼等KANAMU的烘焙点心，再加上红茶煮无花果（译者注：一种把无花果干泡进红茶里煮出来的甜点），以及特别有口感的豆浆布丁，还有可可奶和豆腐，豆浆，葛根粉做成的冰淇淋等等，使咖啡馆的原创菜单显得格外充实。另外也以及计划在将来推出正餐菜单。

现在，带孩子一起来的客人占了一半，男女比例为3比7。客人年龄段集中在30岁~40岁之间，平时比较安静的时段也增加了很多独自一人前来的男性顾客。“店铺前面的路是通往地铁站的，本地人日常穿行的道路，所以不经意间人们就会察觉到这家店，常客们也就这样慢慢的多了起来。”加奈女士说道。

## 格外重视[氛围好]这件事， 所以在内部装潢和家具方面不吝投资



Trim  
东京都杉并区西荻南1-19-20  
ilions-mansion 1F  
Q 03-3332-0051  
12时~19时  
(最后下单时间为18时30分)  
休息日不定 trim.petit.cc



石桥加奈女士

1983年出生于爱知县。在有过咖啡馆营业员等经验后，由于自己的体质情况，开始对使用植物素材制作烘焙点心生兴趣。和丈夫理先生一起2010年开设了烘焙点心专卖店[KANAMU]，14年又开了咖啡馆[trim]。

右：豆奶咖啡欧蕾，  
米粉制柠檬马芬/斯里  
兰卡自然栽培公平交易  
咖啡和豆奶的组合（60  
0日元）。口感松软的  
米粉玛芬，里面加入了  
柠檬精油和柠檬糖浆煮  
制的馅。

左：甜米酒豆腐欧蕾，  
巧克力蛋糕/豆腐，甜  
米酒，柠檬果汁再加上洗  
双糖（译注：洗双糖是  
把黑糖通过离心分离技  
术，去除糖蜜后的糖制  
品）制作成的饮品。喝  
起来有种酸奶的感觉。  
使用豆腐制作的巧克力  
蛋糕质地扎实，还加了  
豆奶起司。（各600  
日元）





东京高原寺，一个靠近首都却又洋溢着平民气氛的地区。位于JR高円寺站前的商店街转弯处的荠菜，于2014年6月开业。在排列着居酒屋和各种外国料理店的一条街上，其略带古风的优雅外观时不时强调着它的存在感。

运营这家店的，正是展开古着店火烈鸟的【ティツピラフ】。以东京都为中心，得下北泽和吉祥寺等地开了八家店，而荠菜是他们初次尝试开餐饮店。创造了开餐饮店的契机的，正是荠菜的店长吉村壽先生。2007年，当时他还在古着店工作，和社长说起自己的梦想是开一家咖啡店，进而得到了社长的理解，才有了开荠菜的计划。

从厨师专业学校毕业后，拥有在意大利餐厅工作经验的吉村先生，为了获取开咖啡店所需的知识，用了三年左右的时间，一边挂名在【ティツピラフ】，一边去东京的国分寺、立川等地的咖啡店积累经验并寻找合适的店铺。好不容易邂逅了现在这个店铺



Interior

为了让单独来店的客人也能轻松停留在店里，准备了两面面向墙壁的位置。店里随处可见体现了对植物的重视等以植物为主题的摆设。

店铺位于一楼的最边上，不仅自带外卖用小窗口，还能利用原来湖茶店留下的货来减少初期投资，因为这些因素，于14年3月签下契约。厨房的配备和管道，地板和窗户等都由原来留下的，重新粉刷墙壁、在窗上装上木框等作业全部由员工完成。内装模仿了欧洲街角的咖啡店，搭配复古的家具和小摆设，充满了优雅的氛围。“为了采购古着去美国时，一点点买入的家具和杂货都保存在仓库里了。”内装设计师

## Shepherd's purse

荠菜

创造简洁的空间，让男性和老年人也能从容来店



开店投资金额

961 万日元

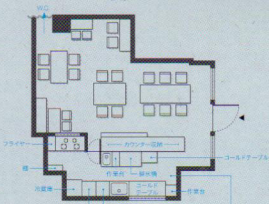
〔店铺买入费用〕 416万日元

〔厨房设备费用〕 120万日元

〔内外装修费用〕 250万日元

〔家具及设备用品费用〕 175万日元

Detail



这是一个一边在厨房操作一边环顾店内所有角落，使服务更加方便的空间。开业之前一直想寻找30坪左右的店铺，最终还是决定适合少数人经营的大的店铺。外带的订单通过面向厨房操作台式冰箱上方的窗户递送。



店铺规模：  
15坪/22座

\*此外露台有6个座位。

营业时的员工数：3名  
人均消费：白天1000日元，晚上2500日元  
每天的平均客流量：工作日40人，双休日80人  
每月目标营业额：300万日元

» MENU 食物：午餐4种，甜点11种，晚餐（单点）54种  
饮料：90种（其中酒类50种）

签下租房契约后，她在仓库的地上用胶带贴出租房的平面图，再现家具的摆放。制造氛围有两点很重要，一点是用押花和香草主题的食物语和当季的鲜花做装饰，创造一年到头都能感受到四季变迁的空间，另一点是为了让男性顾客也能随意进店，店内的设计不要过分可爱。

菜单的组成根据时间来变化。“大量的蔬菜”也是诉求之一

菜单以意大利料理为基础，以强调香草和香料的蔬菜满满的料理为中心。推荐菜是午餐和晚餐都会出现的大米可乐饼。吉村说道，“我自己很喜欢大米可乐饼，经常做。可是在正宗的意大利餐厅以外能吃到这个菜的店并不多，而且分量都很大。为了让一个人也能享用多种口味，我们就把可乐饼做成了迷你尺寸。”可乐饼有紫苏和核桃、大虾咖喱等个性化的六种口味。



白色的墙壁运用的原先的样子，一部分用砂浆涂抹追求有变化的空间。隔断厨房和客座的是复古风的白色橱柜。把一台橱柜上下拆开横着摆放，再用白色的木板调整高度，当做摆放餐具的橱柜和吧台。

以鲜花和香菜为主题，制造空间的季节感



芥菜  
东京都杉并区高円寺南3-46-3  
03-5305-3226  
12点~23点  
周三~18点  
双休日、法定节假日11点~23点  
全年无休（除周三的晚餐时间外）  
Shepherd-purse.pet.cc



规划人：植木理绘

1974年出生。辞去服装销售的工作之后，在丈夫的公司从事店铺的室内设计，并规划了芥菜的空间设计。此外，她还是一名刺绣作家，笔名【Porriore】。

照片左上饮料：  
桂松子和蒙罗兰  
的啤酒



右：双盘排，大米可乐饼拼盘/作为晚餐菜单的汉堡（1188日元）以100%纯牛肉制作。3种口味的大米可乐饼外加茄汤和沙拉的午餐拼盘（1080日元）。

左：薰衣草柠檬汁、威尔的烤饼/柠檬汁（756日元）和烤饼（432日元）种使用的果酱均为自家产。用当季的水果来制作的饮料和鸡尾酒也种类繁多（照片右上·756日元，左上918日元）。



照片右上饮料：  
奇异果和薄荷的  
苏打水



晚餐菜单从开胃菜到沙拉、意面、烩饭、主菜，约有50个种类。以15种的红酒鸡尾酒为首的酒类菜单也种类丰富，夜晚主打边吃边喝酒的悠闲氛围。此外，甜点有“威尔的烤饼”“法式吐司”以及从立川的“café sommelier”订购的每季甜点3~4种。一直到傍晚前，午餐都能提供外带，只需要560日元~600日元的价格。

工作日来店里的多为在附近工作的人和主妇，周末的时候不仅会有20来岁的夫妻，有50~60岁的夫妻来店，顾客曾十分广泛，其中男性顾客占了4成。“不管是本地的客人还是远方来的客人，对我们来说都很重要。此外，我们活用外带经验参加美食集市等各种各样的活动，营造一家员工和顾客都能乐在其中的咖啡店。”对于今后的目标，吉村如是说道。



Interior



单人沙发旁放置一张小桌。“看书拿取饮料的时候，桌子在侧面比在正前方更加便利”阿久津先生这样说道。

“享受人生时光”作为一个概念被提出。

在充满静谧气氛的店内，客人们看书思考度过各自宝贵的时间。

大厦2楼的一家店铺，没有挂出招牌。人们如果想知道这是一家怎样的店的话，就要亲自入店一探究竟了。如此口口相传，竟也小有名气。

店主阿久津先生以前与他人共同经营一家咖啡店，并于2014年6月离开，并决定独自开店经营。在琢磨开店理念的时候，阿久津先生脑子里浮现的是在以前的店里，一位孤身来店的客人享受这悠闲时光的场景。喜欢看这类客人，因为对他自己而言，不被任何人打扰的私人时间是非常重要的。所以决定开一家这样的店，让这些只身来店的客人可以无所顾虑的看书，阿久津先生说道。

物品采购主要在新宿车站西侧辐射5KM的范围内。

“由于开店的宗旨是NICCHI，在人烟稀少的地方生意很难做但是选址在中心区附近就很棒了。”基于这样的想法，选址的另一个条件就是有一个不受行人影响的2楼以上的楼层，窗户大有开放感的地方。14年6月末终于物色到满意的地方，7月末就开始了手施工。设计上的更倾向于看书的便利性。

考虑到看书时光会造成眼睛疲劳，特意配置了照明灯。为了能专心看书而不被周遭打扰，特意加宽了座位之间的间隔距离。为了减轻在吧台看书时手臂的负担，适当调整了吧台的高度，尽量做到面面俱到。



fuzkue

フツクエ

用餐 小食 茶饮 晚酌  
一人顾客的需求对应

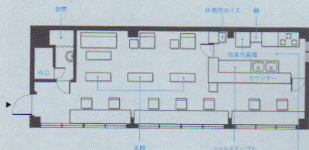
开业投资金额

770 万日元

〔物件取得费〕130万日元 [ 厨房设备费 ] 50万日元

〔内外装工事费〕400万日元 [ 物件备品费 ] 190万日元

Detail



房租是18万9千日元。由于之前是美容院，有2个房间。将两个房间的隔墙拆除，扩成了一整层。洗手间用了2层石膏板重叠，以起到隔音的效果。让安静的店内没有杂音。



店铺规模

15坪/10席

营业工作人员：1人  
人均：非公开  
每日平均客流量：非公开  
月商目标：100万日元

» MENU 食品：18种（独家甜品3种）

饮品：40种以上（含酒）



一方面，在资金方面充分利用行政制度。入选使商店街没有空置房，谋求地区的活跃。房租由相模原市政府负担。

食物菜单里生姜烧，蛋包饭，法式吐司，薄饼等为大多数人熟知的食物都采取在内，人们有那种对装盘非常精美的都敬而远之这种地域性特点。因此避免这样而重视营造出亲切又平价的感觉。“能好好的吃饭的餐有5种以上，套餐10种以上作为基准线，均价是1100日元左右。“本店的价格可能比附近的连锁饮食店相比稍微高点。虽然价格稍微提高点，但有质有量加了品味的功夫，努力做到物有所值感。”比如生姜烧的猪五花肉厚度1cm，法式吐司的方形面包切成了5片，以有质有量感来吸引顾客。另外，沙拉调味汁是自家制的，面包蛋糕用小麦粉是不断尝试过的，数种粉根据比例混合制作的。

还有，销售的咖啡是从横滨白乐购入のスペシャルティ咖啡作为浓缩咖啡系饮料提供。“咖啡豆是受万人好评，本店原创的混合咖啡豆，苦味和酸味平衡的很好。スペシャルティ咖啡不是说硬要推荐。不抱成见去喝，希望客人自己觉得很美味。”宇都山先生说。



性“挑战船”这样2年内，一半

也不过于讲究装盘。“这附近的



10月室内装修完工，随即开业。营业时间是16:00-00:00，这是为了人们能有一个放松的平台及空间。现在面向的人群也正是这些30岁，男女比例各占一半。其中以看书为目的的占一大半。

食物有定食、小食、甜品、下酒小菜等18种，饮品有咖啡、红茶、酒等40种。考虑到各种独行客的需求，可将此处作为bar、食堂、咖啡店等等，可视为多元化休闲去处。

**禁止客人之间交谈和学生测验学习。**

为了守护“享受私人时间”的理念，设定一套适用于所有顾客的“独行客法则”也是一大特色。例如管控客人之间的交谈及学生的考前复习。想说说这。个考前复习，其实这与“享受私人时间”是有些背离的，阿久津先生说道。

另外店铺信息的获取也是很有意思的。店铺网络主页上会刊载一篇说明文，是关于店铺主要面向独行客经营的。在阅读完此文后，才可获取店铺地址等相关信息。同时店铺名片上是没有地址的，只能在网站上看到。-----

2015年3月7日开业，现在的客户以附近30多~30多的主妇阶层为中心。为了拓宽更多的客户阶层，6月开始实施对学生打折。现在也有一些附近的大学生，学生来店消费。大概每天一组左右没有宇都山先生想象中那么多。我想这可能是因为价格瓶颈。“之后也要以地域性引以戒，争取有更弹性的经营。”宇都山先生说。

给每天工作后左右下班的人

## 亲切并有质有量以此来抓住本地客

先要看完主页上的说明文，然后决定是否要来店。

乍一看会觉得这个待客方式让人觉得很热情，然而这种模式却备受顾客的喜爱，粉丝反倒越来越多。

虽然是要彻底实施这个理念，但是还是要听取顾客的意见，所以在座位上发放了一些调查表，收集顾客的来店动机和对店铺的期望等。目前回收问卷已经有100张了，这对店铺的经营有一定的帮助。三明治和巧克力饼就是从调查问卷中导入到菜单上的。眼下的目标是每日20名客人，阿久津先生说道。店铺的博客在定期更新，也发布一些新想法，共鸣者的回应也不断在增加。希望能与客人们有更多的交流。



ソラ珈琲&食堂ヒュッテ  
神奈川県相模原市中央区野辺1-1-8  
☎ 042-865-0605  
☎ 11時~22時  
☎ 011 011 0111

窗边吧台有7座，墙边也配有3张沙发座。吧台上方陈列好的书籍。同时应顾客的意见，增加了吧台下方落座的地方。



主人  
宇都山 征司

1977年出生于神奈川县。2009年开始2年间，在神奈川相模原经营咖啡店并开店。后在出版社就职。之后决定重新开店经营。2015年3月又在相模原开了“天空咖啡和山椒小酒馆”。

右 法式吐司拿铁咖啡 / 法式吐司的面包切成5片。表面覆盖的粗砂糖使人颇有食欲，照片里看到“果汁果酱”外，还有蜂蜜，再挂糖这3种浇头可选（800日元）拿铁咖啡是咖啡菜单中最有人气的（500日元）左 大块猪五花肉生姜烧定食/生姜烧，蔬菜小菜2种，味噌汤，米饭是套餐（1200日元）



从千叶市内的千叶都市单轨铁路的小仓台车站徒步约四分钟。

“kiredo”2015年4月在住宅街一个2层建筑的1楼开业的。明亮的橘黄色天花板，让人感觉丝丝暖意，店内大大小小的桌子有4张，客人可以从橱窗内选取各自喜欢的菜品，享有丰盛青菜午餐。采访当日的菜品有：法国ラーバ的花生酱沙司・バルサミックス等9种菜品，每一种都是平时不常见到的新奇菜式。使用的青菜也是菜农直销。

Interior



入口的正面有点单的吧台和菜品陈列橱窗。右手的架子上有金沢的「よじる」等，クワタ夫妇喜欢的食材也存放其中。

店主是个在千叶四街道每年会种植150多个品种的青菜，并且支持私人送货上门的菜农。キレドのワリタカシ和ケイコ是一对夫妇。

タカシ先生以前是工程师，以家庭菜园为契机认识到了青菜的魅力，最终决定放弃工作从事农业。在“”的浅野悦男先生那里学习，最后于11年在タカシ的家乡四街道独立开店营业了。

从那之后一边继续在グラフィックデザイン的工作，另一边和刚刚参与农业的ケイコ一起，每月来咖啡店等地方出外勤，提供キレド午餐，并实行在烹饪指导车上移动售卖キレドファストベジタブル等。传播着蔬菜生活的乐趣。

夫妇二人考虑开实体店是在14年秋季。移动售卖是遇到的客人那里 ヒタサンド



# kiredo VEGETABLE Atelier

キレドベジタブルアトリエ

特色就是DIY  
手工感满满的空间

开业投资金额

# 618 万日元

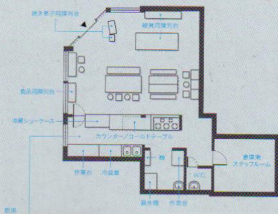
【物件取得費】43万日元

【厨房设备費】80万日元

【内外装工事費】480万日元

【物件备品費】15万日元

Detail



拆掉原来的办公室，在水管的周边改造成厨房，从进门处可以看到吧台的右边有冷冰冰的窗，左边是灶台，还能看到厨师的脸。  
顾客的桌子是ケイコ制作的。天花板等的涂装是出自彼之手。

店铺规模

24坪/28席

营业工作人员：1人  
人均：1650日元  
每日客流量：30人  
月商目标：120万日元

» MENU 食品：15种 饮品：12种

在移动售卖时有很多人希望单卖ピタサンド所使用的色拉和沙司。之后就考虑到是和瓶装食品的生产商。ケイコ说道。当初就在网络上搜寻家附近的场地，可是始终没找是就委托房产中介，并要求需要向阳的路面店。于是在14年11月碰到了这个24坪的地方。



否要发展成家常菜到满意的地方，于

客席位可以看到厨房料理时令蔬菜的场景。

理想状态是聚集喜爱美食和好物的人们的一方小天地。出乎意料的找到了一个宽阔的场地，于是决定建立一个eating space。一方面设计是委托了装修公司，另一方面涂装等一些简单的事情都是自己动手处理的，节约了成本。告知木工头，因为是农户，地板上即使洒落泥土也没有关系，请他安心安装了坚固的柳安胶合板，然后进行了DIY涂装。天花板和墙壁都进行了涂装，桌子使用的木材是一位认识的园丁朋友帮忙切割的，自己进行制作组装的，ケイコ说道。厨房是参考以前十分爱看的英国Jamie Olivia的料理节目，将眼前的料理实感和美味传递给客人，所以设计成这样的开放式的空间。



キレドベジタブルアトリエ  
千原市南區区小倉台5-13-14  
☎ 043-233-3470  
🕒 10時30分～16時  
📍 水曜 第1、第3日曜  
www.kiredo.com



店主 フリタケイコ

1979年生。大学毕业当了名设计师。丈夫タカシ在2011年开业蔬菜配送店“キレド”。运营夫妇外勤餐厅“キレドキッチン”移动售卖“キレドファーストベジタブル”。15年4月实体店开业。

右  
满满的蔬菜午餐 小菜4种 / 冷菜3种 热菜1种，配面包或米饭。图片上有大叶春菜，ドレピス、茴香绿色沙拉、鸡肉番茄酸奶酪咖喱等（1026日元）。

左  
满满的蔬菜和ピタサンド，无酒精鸡尾酒 / 客人可选3种菜品和绿色沙拉，夹着甘蓝等东西的ピタサンド（750日元）与饮品配套的话多加100日元。鸡尾酒（540日元）里有很多自家种植的薄荷。



## 自己完成涂装 特色是橘黄色的天花板

提供方式是客人下单后先付款，稍后工作人员会送到座位上。餐牌上现在的菜式有6种用时令蔬菜做的冷菜以及3种热菜，ピタサンド和汤。主菜有蒸粗麦粉等碳水化合物的东西，用水果做出的东西，豆渣等参杂一起做出来的东西，有人这样混杂着材料做料理吗？即使惊人但还是在烹饪上花了很大功夫。作为开店的目的一是能认识到各种各样的蔬菜，不做过多的处理，尽可能让客人感受到食物固有的味道。在店里通过目前为止的工作认识的作家和厂商的餐具，衣服，调味料等售卖的柜台也有专门开立。以蔬菜为始，希望能在这方面让大家感受到食之乐。这是ケイコ的理想和抱负。



如同太阳般艳丽的橘黄色是キレド的主题色彩。天花板和墙壁、地板的涂装桌子的制作是由ケイコ一个人花了四个月完成的。照片左边设有餐具和厨房等物品、衣服等的售卖柜台。



在神奈川相模原的住宅区有家天空咖啡和山间小屋食堂。店主宇都山征司先生以前在相模原本地经营过咖啡馆，但5年前因为家里的一些事情关门了，之后在出版社就职。2014年8月，因为也攒了一定的储蓄就决定在这里把咖啡店重新开起来，从出版社辞职了。

从房产中介那里介绍并看了20米处房子中，留意到了现在这处从JR横滨线矢部车站步行2分钟左右的2层房子。“面前就是大超市人流量比较大，还有相模原附近的老住户对新店比较担心戒备新店很难进来，刚好矢部车站周边的住宅楼也在增加。可预见的新住民大量增多是决定因素”宇都山先生这样说道。14万日元的租金经过协商以11万日元成交，2014年12月签订了合同。

#### 利用行政制度减轻租金负担

2015年1月开始施工。50年建筑年龄的房子损伤也厉害，墙壁上用木板修补等。“当初并没有主题，木板贴好后突然有了山中小屋的氛围。之后就有意识的这样去装修。登山用具散落其间。”宇都山先生说。两个楼梯令人有种压迫感就只留下了一个，入口比较狭窄就将一面墙壁打掉做了一扇大落地窗。内外装充分利用了木边角料，比如用木边角料做了刀具盒呀铲什么的，就是尽量努力削减开销。

## 天空咖啡和山间小屋食堂

将有50年悠久历史的住宅  
改造成山中小屋风格  
本地第二次咖啡馆开业



开业投资金额

# 570 万日元

- [ 房租费 ] 80万日元
- [ 厨房设备费 ] 120万日元
- [ 内外装修费 ] 350万日元
- 家具 必需品费 20万元

Detail



厨房面积3.5坪（日本的1坪是3.3057平方米）。根据以前经营咖啡馆的经验，需要容纳2人一起操作并宽敞的空间，操作台和水槽做成L型。2楼最里面的房间最为储物间使用，今后根据招徕顾客的情况，预定作为12座的包厢。



直接目的屋かない2階には呼び鈴を設置し、お客が用のある際は鳴らしてもらふことで対応する仕組みにした。

店舗規模：

### 24坪/28座

营业时操作人员数：2人  
人均消费：1300日元  
日平均顾客人数：40~50人  
月销售目标：100万日元

» MENU 食物：20种以上（其中甜品5种）  
饮料：19种（其中含酒精饮料8种）

一方面，在资金方面充分利用行政制度。入选商店街没有空置房，谋求地区的活跃的房租由相模原市政府负担。

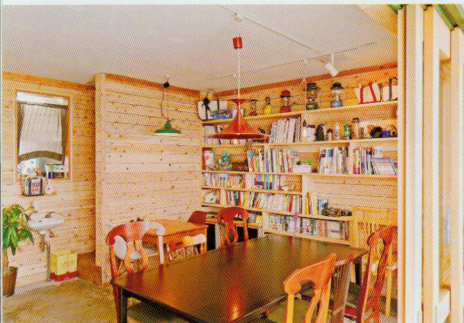
食物菜单里生姜烧，蛋包饭，法式吐司，薄烤饼等为大多数人熟知的食物都采取在内，人们有那种对装盘非常精美的都敬而远之这种地域性特点。因此避免这样而重视营造出亲切又平价的感觉。“能好好的吃饭的餐有5种以上，套餐10种以上作为基准线，均价是1100日元左右。“本店的价格可能比附近的连锁饮食店相比稍微高点。虽然价格稍微提高点，但有质有量加了品味的功夫，努力做到有所值感。”比如生姜烧的猪肉厚度1cm，法式吐司的方形面包切成了5片，以有质有量感来吸引顾客。另外，沙拉调味汁是自家制的，面包蛋糕用小麦粉是不断尝试过的，数种粉根据比例混合制作的。

还有，销售的咖啡是从横滨白乐购入のスペシャルティ咖啡作为浓缩咖啡系饮料提供。“咖啡豆是受万人好评，本店原创的混合咖啡豆，苦味和酸味平衡的很好。スペシャルティ咖啡不是说硬要推荐。不抱成见去喝，希望客人自己觉得很美味。”宇都山先生说。



性“挑战船”这样2年内，一半

也过于讲究装盘。“这附近的



2015年3月7日开业，现在的客户以附近30多~30多的主妇阶层为中心。为了拓宽更多的客户阶层，6月开始实施对学生打折。现在也有一些附近的大学生，学生来店消费。大概每天一组左右没有宇都山先生想象中那么多。我想这可能是因为价格瓶颈。“之后也要以地域性引以戒，争取有更弹性化的经营。”宇都山先生说。

家具都是从行政为主的回收市购入的。“不是以行政为盈利目的而是因为便宜购入的。只是，每次只要有嗜好品就去搬运，勤快的搜罗物品也是需要检查是否必要”宇都山先生说。

## 亲切并有质有量以此来抓住本地客人的心



ソラ珈琲 & 食堂 ユツテ  
神奈川県相模原市中央区淵野辺1-1-8  
☎ 042-863-0605  
🕒 11時~22時  
📍 月曜、不定休  
[www.facebook.com/sorahutte](http://www.facebook.com/sorahutte)



主人  
宇都山征司  
1977年出生于神奈川県。  
2009年开始2年间，在  
神奈川県相模原经营咖啡  
馆并开店，后在出版社  
就职。之后决定重新开  
咖啡店。2015年3月又在  
相模原开了“天空咖啡  
和山间小屋食堂”

右 法式吐司 拿铁咖啡 / 法式吐司的面包切成5片。表面覆盖的粗砂糖使人颇有食欲。照片里看到“姜汁果酱”外，还有蜂蜜，肉桂糖这3种浇头可选（800日元）拿铁咖啡是咖啡菜单中最有人气的（500日元）

左 大块猪肉生姜烧定食 / 生姜烧，蔬菜小菜2种，味噌汤，米饭是套餐（1200日元）



Café TSUMUGURI位于东京浅草人称“观音里”的娴静区域。这家散发着昭和风情的建筑物与简约的内装令人印象深刻的店铺，是由一栋屋龄68年的独栋房子改建而来的旧屋咖啡。店名TSUMUGURI据说是橡子的语源，其中包含的店主室伏将成，志保夫妻期望店铺“能像橡子是山里重要的营养源一样，成为大家能够汲取营养的地方”的心愿。

“最早开始考虑独立开店是2012年左右的时候。在那之前我虽然通过换工作达成了职业生涯的成长，但在35岁来临之际，就考虑想要做一份自己能够一直想要做下去的工作，想着要打造一个能够让人们结缘的场所，于是就决定要开一家咖啡店。”将成先生说。开始是计划要和朋友两个人开业的，12年9月从公司里辞职出来，做起开业准备。由于将成先生没有餐营的工作经验，所以参加了开业研讨会，咖啡workshop等各种活动。此外，还去了各个地区寻访了人气咖啡店，确定了想要和朋友一起开的咖啡店的印象。

Interior



右、入口正面にある階段の左手がカウンター。右手の吹き抜けの下に三和土がある。左、階段を上った2階は天井が高く開放的。

从13年的夏天开始找店铺。“最初有考虑过想车库，仓库那样的地方，巡店的过程中感受到了古屋咖啡店的魅力。决定锁定日本民屋，在网上找齐了合适的房子。”将成先生说。14年5月左右找到了现在的店铺。

“这里原来是公寓，当时1楼的地板一半被拆掉了，2楼地板也有一部分被拆掉了。就好像是废弃的房子那样”

Café TSUMUGURI

凭借自己改建  
实现手工感与成本控制



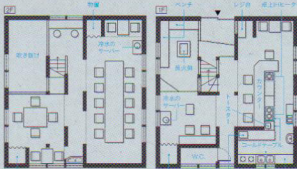
開業投資額

750 万日元

【店铺取得费用】 50 万日元 【厨房设备费用】 110 万日元

【内外装修工程费】 380 万日元 【餐具备品费用】 210 万日元

Detail



在1楼裸露在外的地基的一部分铺上水泥，安装一个热水台和长椅。余下的部分铺上地板。客人视线看不到的吧台深处厨房里放置水槽，煤气炉和冰箱。2楼考虑到要做活动用，最小程度设置墙壁，打造成开放的空间。



店舗規模:

28坪 / 28席

営業時工作人員数: 2名  
人均消費: 1000日币  
1日平均客流: 12人  
月銷售目標: 100万日币

>> MENU 菜单: 餐点 7款 (其中4款甜品) 饮品 12款



但是，如果再开分店的话就会设计成一楼比较封闭，二楼高高的天花板让人感觉开放感，形成强烈对比也是很有趣。（将成）

桌子和凳子都是自己动手制作的，大大降低了成本！

从自己动手制作比较符合店里的风格和缩减成本两个方面来说，这次装修除了煤气、水管，电气管道铺设外的所有改造都是将成和朋友亲自手工制作，花了半年的时间。因为参加过一次家具店主办的自己动手做桌子的研讨会，利用这次经验，将成负责店里吧台和桌子的制作。一楼利用了一块6000日元的杉木板作为吧台，水泥地板上摆放着椅子和长方形火炉。2楼天花板很高，利用这点没有砌任何墙壁把空间阻隔起来，给人一种开放感，为了配合这一目标设计了可以互相替换的高度相同的桌子。



进门左手边就是吧台，铺贴板剩下的杉木板就随意的贴在了吧台周围的墙壁上，涂上不同颜色有种马赛克的感觉。吧台使用的是一块5cm厚的杉木板，椅子是在网上拍买来的。

## 広々とした2階は

## イベントの場としても機能



カフェ つむぐり

東京都台東区浅草5-26-8  
☎ 03-6337-5869 ☎ 13時～20時  
(19時30分L.O.)、土・日曜、祝日  
12時～19時 (18時30分L.O.)  
☎ 月曜 (祝日の場合は翌火曜休)  
cafesumuguri.tumblr.com



室伏将成 & 志保

将成是1978年出生的，从市场营销公司辞职以后，就以开一家咖啡店为目标开始参加各种创业培训班。自己亲手改装了古老的民宅，于2015年1月开始营业。同时，从同一家公司辞职的妻子志保也加入进来，两个人开始一起经营咖啡店。

右：水果三明治、咖啡（香蕉味）：水果会根据季节变换，图片中是甜瓜。咖啡使用的是【ワフェテango】的咖啡豆（各600日元）

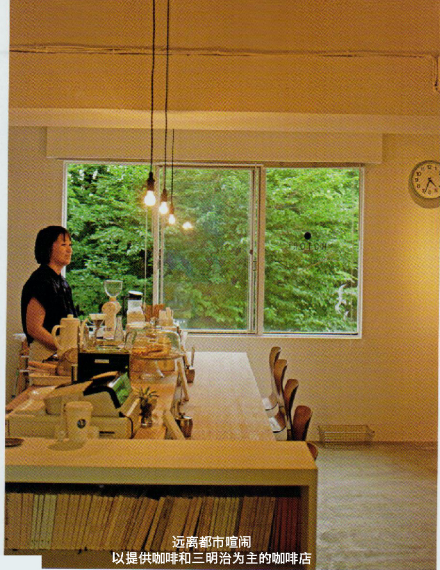
左：酒杯布丁（左）、酒杯黑豆、牛奶米酒：布丁使用的是富田农场的低温杀菌牛奶。酒杯黑豆是把黑豆和咖啡，砂糖，酱油一起炒制而成（各200日元）。牛奶米酒是米酒和牛奶混合而成（600日元）



装修快接近尾声的时候，一起合伙的朋友因为工作的原因不得不退出，于是就变成了夫妻两个人准备店内事务。将成说：“刚开业的时候只提供饮料，菜单是一点一点增加的。”现在增加了咖啡、米酒、中国茶等饮料，还备有从附近的米粉威凤蛋糕店【才夕口】购入的威凤蛋糕。咖啡采用滤纸过滤的提取方式，使口感更佳的顺滑。用盛咖啡牛奶的小壶装有布丁和豆浆两款甜品提供给客人。还专门为晚上的客人提供爱尔兰咖啡，这种咖啡是把咖啡豆和砂糖用爱尔兰威士忌浸泡过制作而成。为了让客人舒适的享受店内的时光，第二杯以后的软饮每杯减200日元。

2楼的空间比较开阔，利用这个优势室伏夫妇会积极举办一些咖啡知识讲座。6月末开始，志保利用自己已取得形象管理资格证的优势开始在2楼举办形象管理的课程。





远离都市喧闹  
以提供咖啡和三明治为主的咖啡店

## HOTORI

[ 2014年6月 OPEN ]

东京都涉谷区宇田川町6-11  
原宿PARK MANSION109  
电话: 03-6416-4904  
营业时间: 11点30分-19点  
(18点30分L.O.)  
周六日, 节假日 12点-  
休息日: 周一  
Hotori-coffee.com

满窗绿意, 洋溢着柔和氛围的“HOTORI”。店主赤井小姐想开一家售卖咖啡、三明治以及点心的店, 为此她一边在喫茶店工作一边通过远程教育学习咖啡和甜点制作。学习喫茶店的经营诀窍, 在26岁的时候终于有了现在这家属于自己的店铺。虽然是位于离东京涉谷繁华大街很近的地方, 但是客人对店的印象和反馈大多是“是能够让人静下心来单纯的品茶呢”(赤井小姐), 是一家充满慢节奏氛围的店铺, 回头客也不断增加。

FILE

07



在市井的商业街里提供正宗的斯里兰卡菜肴

## Ayubovan!

[ 2015年1月 OPEN ]

在东京的下町地区，店铺“Ayubovan”就位于千駄木的商业街里。这是一家由店主镰田麻木经营，提供斯里兰卡菜式的咖啡店。在菜单上首页就登载了“斯里兰卡的咖喱”（850日元）的图片等，在菜式的制作上凸显出镰田先生曾在斯里兰卡学习到制作正宗的烹煮技能的优势。另一方面，店铺内部装潢为了与昔日的下町氛围相和谐，特意选择与斯里兰卡氛围相似的方向进行，以白色为基调充满自然色彩的空间内部。店内也使用了很多具有历史感的小道具，在店头位置也摆放了植物，与街上的景色互相映衬。

东京都文京千駄木3-46-9  
 电话：03-5834-8219  
 营业时间：11点30分-21点  
 休息日：周二

FILE

08





以音乐为中心的综合艺术创作的灵感空间

## &ROLL

[ 2015年4月 OPEN ]

東京都 世田谷区北泽2-19-17  
 サウダヤ (Saudaya) 大厦3F  
 电话:03-6450-8630  
 营业时间: 12点-23点30分  
 (食物22点30分L.O,  
 饮品23点L.O)  
 休息日: 周二  
[www.facebook.com/androllsmkt](http://www.facebook.com/androllsmkt)

以音乐为主要的艺术创作作为店铺概念, 力求发展为“发源地型的饮食店”。店主是曾就职广告制作的坂井真平先生, 他希望店铺不仅仅停留于食物与空间, 还希望能够成为创作人活跃的地方。这个“舞台”位于东京下北泽的商店街内。店铺位于大厦的三楼, 酿造出大隐于市的氛围。店里提供了约六万首音乐来配合这个让人欣往的空间, 在此再加上店长制作的基本意大利菜式和种类丰富的饮品。

FILE

09



位于绿荫葱葱的神社小路  
非常适合和孩子一起来的Café

## OTTO CAFE

[ 2015年1月 OPEN ]

这里是位于埼玉大宫拥有2000年历史以上的冰川神社。在这充满绿意的神社小路边，“OTTO CAFE”悄然伫立在这。店主小林正和先生和裕佳小姐这对夫妻的构想是希望“给予孩子和母亲交流的空间”。除了婴儿车能够便易不阻碍通道放置好外，孩子用的椅子和玩具都充分准备好。在各种饮食业学习毕业的中和先生负责菜肴和甜品都受到大家的好评。裕佳小姐自家制作的面包在最近也开始贩卖。

埼玉县埼玉市大宫区  
东町2-88-2桥本大厦1F  
电话：048-871-5868  
营业时间：9点-22点  
休息日：周一（节假日的情况是第二天周二休息）  
Otto.favy.jp

FILE

10



## 由山中村落的小型废校改造 让时间宁静流淌的Café

### PHYTONCIDE

[ 2014年9月 OPEN ]

#### 废校喫茶PHYTONCIDE

山梨县北杜市须玉町北志  
5989-3  
电话: 0551-45-0821  
营业时间: 10~17点  
休息日: 周一, 二 (节假日  
的情况第二天休息)  
Nishikawa1984.wix.com  
/phytoncide

这是由位于海拔1000m山上的小村庄里的废弃学校改造成的咖啡店。走进充满回忆的教室内, 位于黑板下的烧柴暖炉, 缝纫机, 风琴, 收音机……充满时代感的家具和杂货, 就像从很久以前它们就已经被摆放在那里流传到现在。位于庭院的看板猫咪也是一脸休闲散步的姿态。店主西川庆希望能够开一家让人轻松愉快的咖啡店, 他把他的想法注入了店里每一个角落, 柔缓的自然气息溢于店内。

FILE

11





## 从冈山搬移至鸟取 由幼儿园改造，再次向梦想进发

### TALMARY

[ 2015年6月 OPEN ]

2008年，在千叶县“TALMARY”以面包店的形式开业。在那之后，11年时迁移到冈山县真庭市。该店一直使用古民家传自家制作的面包酵母制作面包，在15年6月店铺搬到隔壁的鸟取县智头町。在新店里，除了面包的制作和贩卖外还有啤酒的制作和贩卖，再兼任咖啡店的形式营业。店铺大约143坪的空间，以前是作为幼儿园使用的。扩大店铺面积，是本店向梦想踏出的第一步。

#### TALMARY

鸟取县八头郡智头町大字大青214番地1  
电话：0858-71-0106  
营业时间：10点-17点  
休息日：周二、三  
talmary.com

FILE

12

从JR涩谷站步行约10分钟。远离繁华闹市的喧嚣、在一片宁静区域就是“HOTORI(湖畔)”。2014年8月开业。位于已有44年历史的大楼1楼的该店铺装修风格是以白色和木头纹理为基调的简约风。从一大扇窗户看出去能看到街旁大树，瞬间柔和了客人的心。

店主赤井麻衣(麻衣为音译)从影像专科学校毕业后在一家公司工作之际，曾在东京、泊江的“堀口咖啡”品尝到了咖啡的美味并为其内在深度所折服。

遂参加了公司里的咖啡讨论小组并开始学习提炼和品尝。之后为独立开业而辞职，开始在咖啡店兼职打工时正好22岁。一边在位于东京·新宿的自家烘焙咖啡店“TOP(音译:托普)”负责待客等，一边参加堀口咖啡的开业研讨小组做点心制作专科学校的通信教育等，学习开业所需的知识技巧。

从工作了3年的TOP辞职后，赤井女士真正开始找店面是在2013年1月。位于东京·吉祥寺或下北泽的、符合预期店租的店面始终未能找到，过了1年多时偶然之间看到了现在的这家店面。

“[当初]完全没考虑过在涩谷[开店]，在去明治神宫参拜后返回途中路过这里，发现了店面出租的招牌。进入店里一看，觉得从窗户能看到的景色完全符合自己的构想，而且店租比预期区域相比还便宜，便决定在这个地方开店”。



内部装修施工(后接cs17100041)则委托给了、曾担任过赤井经常去过的咖啡馆“手纸舍”[东京·调布]等设计的建筑设计师井田耕市。

### Interior



柜台从入口处延伸直至里侧的窗户这一布局，让人觉得宽敞到超出想象有面积。入口处的架子上摆放着文库本和漫画。

## HOTORI

湖畔

凭每天花样多变的午餐  
及应季甜点赢得老主顾

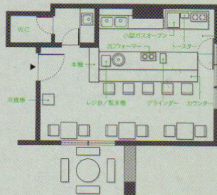
开业投资额

# 700

 万日元

- [ 房屋花费 ] 180 万日元 [ 厨房设备费 ] 110 万日元
- [ 店内外装修 ] 200 万日元 [ 器血·备货费 ] 65 万日元
- [ 施工费 ]
- [ 周转资金等 ] 145 万日元

### Detail



在排气导管了必须还。柜台高度为而作业台则为  
距柜台高度为  
离柜台高度为  
短柜台高度为  
改请柜台上安  
作保柜台上安  
开放式厨房所  
厨房设备均安  
边侧边侧边侧  
料理料理料理  
作材料作材料  
为72cm为72cm  
柜位高度为  
81cm为81cm  
为动作方便



店铺规模：

6坪/19座

※含阳台上的8座。

营业时的员工人数：1人

平均消费：930日元

日均客人数：23人

每月商业目标：未制定

» MENU 食物：11种(其中甜品4种) 饮料：21种

在确定店面前曾向井田描述过所预期的店铺印象，并在井田建议下对店内进行了装饰。“电影《海鸥食堂》里出现过的咖啡馆那样的吧，我自己很喜欢那种氛围。实际上也跟井田讲铺，并请他帮忙设计”。还进行了具体描述，如“为了让男顾客方便入店，希望给店铺构造。墙壁颜色统一为白色，以便在开办影像关联活动时可以做投影空间。客人座位希望月份开始室内装修。



经常有客人跟我说像是电影《海鸥食堂》里出现过的咖啡馆那样的吧，我自己很喜欢那种氛围。实际上也跟井田讲铺，并请他帮忙设计”。还进行了具体描述，如“为了让男顾客方便入店，希望给店铺构造。墙壁颜色统一为白色，以便在开办影像关联活动时可以做投影空间。客人座位希望月份开始室内装修。

## 确定开业投资额的上限，进行谈判，来避免超支

为开业准备的资金，来自于自己的资金和向父母借的，合计700万日元。一开始就已向井田讲明了预算上限额，所以会让他将制作柜台座多出来的木头用来制作桌子，或者帮忙寻找便宜的厨房设备，“总算控制在预算范围内”。

招牌产品三明治每周变化，有2种。并不提前制作，而是每次有点单时，夹上满满的烤肉啊鸡肉火腿等食材，容量大到让人有种吃饱后的满足感。甜品阵容有常备的奶酪蛋糕、司康饼和另2种应季甜品。咖啡豆采购于堀口咖啡，有烘焙程度不同的混合味3种、和单一原味1~3种。每杯都是手工滴滤提炼而成。此外也有用赤井老家、栃木县产的红茶和自家制果酱制作而成的“应季苏打水”等。



装修时将入口窗户处能看到的共同部分的蓝色墙壁当一片湖，寓意“恢复心灵滋润的湖畔”。桌子由柜台制作后多出的木材制作而成。椅子购于专营古董家具的网店。

当初开始时菜单上只有饮料和三明治、甜点，“希望吃米饭之类的”这样的客人需求越来越多，于是不久之后便开始提供了饭团、咖喱、盖浇饭套餐和带饮料的每日变化午餐。

赤井说“为了客人能每天都来品尝，特意将食物和点心价格定得低一些”。这样的姿态起到功效了，老主顾在不断增多。

## 内部装修及风格 以电影《海鸥食堂》为示意图



湖畔  
东京都涩谷区宇田川町  
6-11 原宿公园公寓109  
电话:03-6416-4904  
营业时间:  
11点30分~19点(18点30分L.O. [最后点单])、周六、周日、节假日 12点~  
休息:周一  
hotori-coffee.com  
cafe + sweets



店主  
赤井麻衣(音译)

生于1987年。20岁时被咖啡的魅力吸引，参加“堀口咖啡”的讨论小组。为开咖啡店，在咖啡店工作3年同时参加开业支援讨论组及点心制作学校的函授。2014年8月，开设了“湖畔”。

左\_三明治、枫浆鸡肉和蘑菇/用枫浆、酱油、白葡萄酒入味的鸡腿肉和蘑菇炒过后，用切成6片的火腿包住(450日元)。三明治每周变化、共2种。

左\_柠檬蛋挞、混合味咖啡/放了用巧克力和果仁调制的薄可丽饼蛋挞(280日元)。咖啡(450日元)用KONO式滤纸手工滴滤而成。咖啡粉15g提炼出了150cc。





这是一条洋溢着平民风的东京·千駄木夜市商铺街。2015年5月在此开业的“アユボワン！”是一家曾经是小学班主任的镰田麻木女士经营的咖啡馆。

据说镰田在14年夏天旅游时在斯里兰卡品尝了咖喱，感动于咖喱的美味。因无法忘记这美味，就想着要学习斯里兰卡菜的烹饪技术，遂利用14年到15年年末年初的休息在斯里兰卡停留2周，向以斯里兰卡友人学习烹饪。这时，镰田女士隐约有一个要开一家咖啡馆的想法，但还没有具体的计划。出现转机的，是在15年2月时。（镰田女士）听到了一则消息，说是位于夜市商铺街的延命地藏尊附近、曾经是寿司店的一处店面空出来了。镰田女士说“延命地藏尊商家近，过去曾每天去参拜，觉得命中注定会遇到这个临近地藏尊的位置，就在听到消息后第二天去签订了房屋出售合同。决定在这里开一家提供斯里兰卡菜的咖啡馆”。15年3月辞去小学班主任的工作，着手于开业准备。



店里摆满了通常换衣室用的置物架，学校的椅子等令人联想到历史的小道具。也有一些像灯笼等会让人联想到地藏尊的小玩意。

### 内部装修的主题是、“与街道相融合的空间”

赞同在这个位置经营咖啡馆的设计师朋友，答应以极低的价格负责店铺装修。镰田女士向设计师提出的要求是“与街道相融合的空间”。“很重视与充满平民风的商铺街的协调，所以就不把斯里兰卡的风格体现在店铺外面”。店内以白色为基调，装扮成多处使用了木头的自然空间，入口处做成贴着一面镜子的铝制窗框，来增加空间感。

## Ayubovan!

アユボワン!

与地藏尊旁的房子有缘，在那儿开了一家以斯里兰卡菜闻名的店

### 开业投资金额

# 590

万日元

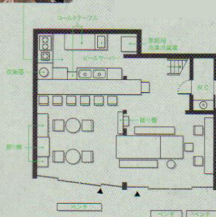
〔店面费〕 150 万日元 〔厨房设备费〕 40万日元

〔内外装修施工费、器皿·备品费〕 400万日元

### Detail



面积约3坪。装修成开放式，因房子可使用店面整体样子。因房子可用于经营不能用于2层建筑，2楼的空间也可使用。目前正在讨论2楼的使用方法。



店铺规模：

11坪/24个座位

※含阳台上的6个座位

营业时的员工人数：1~2人  
平均消费单价：700~800日元  
日均来店人数：工作日 20个人  
周末 30~40人  
每月商业目标：80万日元

» MENU 食物：6种(其中含1种甜品)  
饮料：17种(其中酒精类有6种)

pic1没放代表着斯里兰卡的日常用具或小物件，而是意识到自然风光丰富的斯里兰卡，在店头放了很多植物。“店内不放音乐，而是在开业时把门敞开，将商铺街上所放的广播当做BGM（背景音乐）”，希望创造一种不会令人意识到店内店外的分界线，容易入店的空间。

为降低成本，厨房器具主要是二手货，将投资额控制在40万日元。(镗田女士)“找了非常多二手器材店，最终从千叶县白井市的(株)SHIOMARU采购了器具。价格非常便宜，也能够帮忙将所购买的产品打磨得光亮，可帮了大忙了”。但是，因为新品和二手货的价格没太大差异，(按pic2)家用冷冻冷藏柜和电饭煲都买了新的。“冷冻冷藏柜是家用的且容量刚好合适就买了家用的。因为频繁有新品发售，就买了性能良好的最新产品。电饭煲在制作招牌菜咖喱所用的米饭时必不可少，而且不能出现问题，就买了最新产品”。



准备了各式各样的客人座位，如双人餐桌、吧台、可坐6个人的大桌子等。吧台的椅子由曾在幼儿园使用过的儿童用椅子改造而成。椅脚用相同粗细的铁棒焊接而成，增加了椅子的高度

## 以与房子的相遇为契机 实现了开一家咖啡馆的梦想



アユボワン！  
东京都文京区千駄木3-46-9  
电话：03-5834-8219  
时间：11时30分～21时  
休息：星期三



店主  
镗田麻木女士

1974年出生于东京都，曾经是小学班主任，后在旅行目的地的斯里兰卡感叹于当地的料理魅力，学习了斯里兰卡菜的制作方法。在镗田女士拿到了对她而言地味甚深的延命地蔵寺附近的房子所有权时，开设了“アユボワン！”。

右.甜品组合(参照第33页)/洗了孔雀果酱的水牛酸奶和在果酱煎饼上加注了椰子的斯里兰卡口味薄煎饼(300日元、需要点1杯饮料)。

左.锡兰红茶(阿普拉(靠前)、艾露/用茶壶倒出的红茶产地不同，共有5种(照片所示单价480日元)。香草茶采购自镗田女士所企划的团队“MHCP”(同样是430日元)。



菜单上准备了咖喱啊甜品、下酒菜等可单点的菜。这些都是由镗田女士用在斯里兰卡学到的烹饪法开发而来。对招牌产品“斯里兰卡咖喱”的辛辣程度有所控制，以便品尝，但所有的菜单料理基本上都忠于当地口味。

15年5月24日开业，平时来店的主要是附近居民约有20人，周末来店的主要是旅游观光的人，约有30~40人。附近有面向国外游客的住宿，据说1天也有一组以上的外国客人来店。

今后，按照充实菜单种类的方针，“面向喝酒的顾客，想要增加单点料理种类。另外，外国游客多是素食主义者，所以也会增加不使用猪肉或鱼肉的咖喱种类”，镗田女士干劲十足。

店名“アユボワン”，是斯里兰卡与，意为“愿你长命百岁”。为了还只是踏出了第一步。



能长命百岁、而且店铺长久受人喜爱，



右\_吧台座有4个，饮料含酒类共500多种，阵容庞大。  
左\_80英寸的屏幕上正放着电影。



曾在广告联公司工作7年的坂井真平先生在东京·下北泽开设咖啡&酒吧“&ROLL”是在2015年4月。从从事CM制作等工作时就想着，“什么时候单独从事物件制作，我要做一个以我喜欢的音乐为中心的、类似于舞台的可以表现综合性艺术的场合”。这一想法实现的第一步就是开一家咖啡馆。坂井先生说，“作为很多人可以聚集的表现起源地，可以轻松利用的咖啡馆这一形态极具魅力”。

开业准备时间约为3年。从广告联公司离职，在鸟取县及兵库县的旅馆打了半年左右的零工，学会了如何接待客人。之后，在东京的一家着手拓展咖啡馆及酒吧公司、意大利烩饭咖啡馆工作，并在系列酒吧做了1年半左右的店长。后于14年9月从这家公司离职后开始着手寻找店铺。以(坂井先生)“志同道合的人较多的地方”主要在东京，三轩茶屋、吉祥寺、下北泽等地寻找，于15年1月遇到了现在的这家店铺。这家店面离地铁站很近，规模20坪，可办30人左右的包场派对，位于大厦的3楼，虽然不醒目但租便宜，而且有点隐居的氛围，对于坂井先生来说正是理想中的店面。坂井先生说：“想尽可能控制投资，而且原本就有2台商用空调，所以将这空调和天花板涂成黑色，来体现起魅力。”另外，经过与店面房屋中介的交涉，争取到了免租1个月。2月末拿到店铺，用自己的约350万日元资金以及从日本政策金融公库融资到的550万日元着手店铺装修和开业。

# &ROLL

アンドロール

## 为从事物件制作的人们 可活跃舞台的店铺

### 开业投资额

# 900

万日元

[ 店铺费 ] 250 万日元 [ 厨房设备费 ] 150 万日元

[ 器皿·物件费 ] 20 万日元 [ 周转资金 ] 180 万日元

[ 店内外装修  
施工费 ] 300 万日元

### Detail



配备了宽敞舒适的沙发座。根据坂井先生“将员工的动态展示给顾客看也是店铺风格之一”的想法，厨房以舞台为示意图，比客座楼层高一个台阶。包厢里放了唱片机，可提供播放客人喜欢曲目的服务。

店铺规模：

约20坪/30座

营业时的员工数：3~4人  
平均消费：白天1000日元、晚上2500  
~3000日元  
每天平均来客量：平时20~30人、周  
末50人  
每月商业目标：300万日元

>> MENU 饮料：500多种(含酒类) 食物：45多种(其中甜品5种)



&ROLL  
 東京都世田谷区北泽  
 2-19-17  
 泽田屋(音译)大厦3楼  
 电话: 03-6450-8630  
 营业时间: 12点~23点30分  
 (食物22点30分最后一次点单、饮品23点最后一次点单)  
 休息日: 星期二  
 www.facebook.com/androll.smkt



店主(左)  
 坂井真平先生  
 店长(右)  
 松本智章先生  
 坂井先生于1982年出生  
 于东京都。于广告业工作  
 7年后,先后在旅馆和餐  
 饮店工作后,于2015年4  
 月独自开店。松本先生于  
 1985年出生于福冈县。  
 在东京的意大利烩饭咖啡  
 馆担任5年主厨后,担任  
 “&ROLL”的店长。负  
 责食物制作。



Menu

右\_鲜火腿鸡蛋土  
 豆泥、自家制桑格  
 利亚红葡萄酒/在  
 土豆泥上放上鲜火  
 腿和半熟鸡蛋、  
 撒上帕尔马奶酪等  
 意,是一款受欢迎的  
 产品(680日元)。  
 桑格利亚里放了少  
 量白兰地,口感深  
 远(700日元)。



左\_三种冷菜拼盘/  
 烤牛肉卡尔巴乔、  
 腌三文鱼、鸡肝奶  
 油冻组合(980日元  
 )。上\_草莓蛋糕/  
 涂上了自家制草莓  
 酱的春季限数量蛋  
 挞(580日元)

## 室内装修经常未完成。 构筑不断变化的店铺风格



白天自然光透过窗户照射进来,室内明亮,晚上调暗灯光营造一种低调氛围。白天和晚上店内印象骤然变化,客人多为20岁~30岁女性,也有很多是外国人。晚上酒类点单增多,故平均消费偏高,为2500~3000日元。

设计风格各异的沙发、和坂井先生手工制作的桌子体现出一种原创风格。坂井先生说道,“室内装修未完成。今后想请艺术家在墙壁上作画,或者装饰照片等作品,无灯罩照明的灯罩也有待考虑。不想定型,而是让店铺风格不断变化、不断进步”。

饮食制作由原来担任酒吧店长时认识的熟人、也曾是系列咖啡馆主厨的松本智章负责。种类多达40多种的菜单主要是松本先生所擅长的意大利菜。意面及意大利烩饭之外,还有与酒类搭配的小碟菜和容量充足的主食料理等。有3种饮品畅饮的宴会套餐也极受好评。“我们想提供的不仅是舒适的空间,还有充满魅力的饮食”,坂井先生和松本先生异口同声地说道,为体现出原创口味,面包及装饰用料都采用自家制食材。店名源自电影《Endroll》。包含了“为从事物件制作的人们提供活跃的舞台”这一想法。今后计划积极多开店铺,并扩大组织规模。近期也将开始杂货及服饰的网络销售。坂井先生说:“今后十年内召开一次音乐节也是目标之一。”

&ROLL是大梦想的起点。



从设计到涂装、用电·燃气·上下排水的施工,全都交给了坂井先生的朋友或熟人。坂井先生也每天到装修现场,帮忙铺设地板,或者使用零星木材制作桌子。坂井先生说:“一方面是为了投资,一方面也是通过与现场的手工艺人们交流,想将我所描绘的店铺印象与有关全员分享。”这一想法得以体现,施工仅花了2周左右就完成了。据说装修后风格完全与构想一致。

计划以咖啡馆为据点  
 拓展各式各样事业

店内颜色统一成黑色和木纹理。墙壁被涂成黑板状,地板和厨房周边的柜台使用了旧木材,营造出了一沉沉稳的“成熟大人的氛围”。考虑到舒适度,将客人座都设置成宽敞舒适的沙发座。



从JR大宫车站沿着日本有名的冰川神社的参道走15分钟的路程，就是【OTTO CAFE】了。店主是小林正和桑和裕佳桑夫妻。正和桑曾经作为主持僧侣在埼玉县和东京的糕点店和传统的结婚会场、饭店等地修学过。那之后，正和先生进入了以咖啡为主要经营业态的CAFE.CANBANI公司。在埼玉浦和的咖啡店任料理长，同时也活跃在本部的商品开发部门。正和先生告诉我们【为了以后能够独立开店，就想想要在各种类型的店里积累经验。在一天只接受两组预约、绝对不会出现相同菜单的高级餐厅是非常能够锻炼人的想象力的。

Interior



右：使用四種木材的牆壁非常有個性  
左：按当地的大宮ARDUA足球隊原色儿特別定做的涂成橘色的磚壁也很讲究

咖啡的开发中，产品质量的维持和运作也是要重点考虑的问题。

2014年春天开始寻找适合开店的地方。正和先生继续咖啡店工作，裕佳桑为了今后能够供应自制的面包，在面包房修学了2年的时间。遇到现在的店址是在10月份。正和桑说【沿着被绿色包围的参道规划的布局，2个人能够料理的约17坪的规模是最理想的。】

10月末签订用地合同后，委托给埼玉浦和和公司进行店铺的设计、施工。11月末正式动工，正和先生和裕佳女士分别于12月中旬和11月末辞掉了之前的工作。为控制投资成本，墙壁的粉刷，地板混凝土的碾压以及桌子的制作等都是夫妻俩自己动手完成的。开业资金的1650万日元中，自己的资金约950万日元，日本政策金融国库的融资余有700万日元。



OTTO CAFE

オットカフェ

是能让小朋友和妈妈  
一起度过愉快时光的场所

开业投资金额

約 **1650** 万日元

〔取得土地使用权費用〕約180万日元 〔厨房設備〕400万日元

〔内外裝修工程費〕約650万日元 〔运营資金〕200万日元  
〔含家具費〕

〔日常用品及其他費用〕約220万日元

Detail



为方便应对派对以及空间变换的需要，布局以大桌子的设计为主。为方便婴儿车通过，座位的间隔也加大了。另外，店内还着眼于自制面包以及煎饼糕点的外卖和批发，引入搅拌机和TANICO公司的开放式厨房设备。考虑到室温的调节作用，设置有专用厨房。

店铺规模：  
約17坪/21个位置

营业时工作人员：2-3人，  
客单价：白天1000日元，晚上1600日元  
1天的平均客流量：平时40-50人  
双休日60-70人，  
月目标营业额：180万日元

» MENU 饮品：約40种，食物：約35种（其中甜品約10种）

开业是在15年1月，在以白色和木材为主基调的店内，洋溢着明亮温暖的氛围。正和先生告诉我们，脏污会特别明显，也过于自然了，所以他们采用浇筑混凝土做地板的方式，打造一个让男士也可】。另外，内部装饰的重点是绿色的沙发座位。墙壁利用木材的边角材料用魔术贴粘而成，能够一样。客席部分考虑到开派对和组织其他娱乐活动，主要设置成木桌子的座位。正和先生向我们介绍，子的妈妈和孕妇也肯定特别想进一个特别舒适的店里，所以在确保有足够通过婴儿车的空间外，另外还放置了一个沙发的座位。还准备了儿童座椅、玩具和绘本等等】。此外，也为独自一人来店里的顾客在柜台旁设置了5个单人席位



【地板用木材的话以轻松融入的空间  
随心变换装饰式  
【我当时想带小孩

## 以客户心情为依托的菜单

菜单收录了早餐到晚餐后的面包等适合多种时候吃的食物。早餐是三明治等3款，午餐是每日一换的意大利面5款，晚餐是下小菜和肉类等25款，另外还有附带饮品和甜点的套餐5款（2400日元，2人以上可点）。甜点和饮品整日提供，咖啡时间还准备了甜点和饮品的套餐。



### OTTO CAFE

埼玉县埼玉市大宫区东町  
2-88-2新本大厦1楼  
TEL:048-871-5888  
营业时间：早9点-晚22点 休息：  
周一（节假日的情况下  
周二休息）



店主小林正和桑和栢佳桑

正和桑生于1979年埼玉县。在蛋糕店和西餐厅工作过。曾就职于CAF CANBANI公司，任料理长和商品开发部担当。栢佳桑在面包店工作过。曾和正和桑在同一公司，担任客服和烹饪工作。两人一起于2015年1月开了自己的咖啡店。



右：纯汉堡/使用打碎的牛肉制作的人气食品（1100日元，不含税）。午餐含面包或米饭2选1，附送沙拉。左：自制的柠檬汽水/用当季的柑橘做成果酱，非常爽口（420日元，不含税）图片是蜜桔。

上右角：热的抹茶拿铁/使用埼玉川地产的【河越抹茶】（530日元，不含税）  
上左角：摩提拉米苏/调和苦味，比较清甜（580日元）

正和先生继续介绍道【考虑到有些照顾宝宝的妈妈们没有自己的时间，但是却不喜欢马马虎虎应付吃饭的心情，店里开发了不容易冷的火锅类的餐品。虽然要求手工制作，但是希望供应时间缩短。那么虽然准备时会花费时间，但是最终烹饪的时间缩短了。繁忙的时候人手不足，只要把碗盘放到洗碗机里就解决了。此外，油炸锅再大些也很好，油炸类食品的点单比预想的还要多】。15年7月引进的大烤箱烘的糕点和面包成为菜单的一部分。

小店客户层以带孩子的女性为中心，大部分都是附件的居民和公司的白领。对于将来的发展方向，正和先生是这样回答的【店铺会努力打造以轻松愉快氛围为主，简朴而能带给客户舒适体验的小店。同时还准备开发能让小孩子也参加的蛋糕教室、农业体验等课程和活动】。



为了在工作中也能确认客席的情况，面包房特设置了窗口。为了搬运烤炉，窗户和门做了壁壁的一部分，是可以拆卸下来的。自制面包的外卖和批发也在规划中，为解决税金问题，于2014年10月法人化了。

坐落在山梨北社山中的【废校咖啡店PHYTONCIDE】是于1963年废弃的旧富里分校，只有一间教室。多年来一直被作为文化馆使用，之后从1987年到2009年，被作为木工和染工的工作室【PHYTONCIDE】使用。

2014年4月，西川庆女士跟随参加农业研修的丈夫幸希先生搬来此地居住。从家的方向一看到这个建筑物，就喜欢上了。【一眼看过去就觉得非常可爱！虽然作为老建筑冬天可能会比较冷，但是除此之外，没有任何缺点，完全是充满着魅力的氛围】这样想着，曾有过咖啡工作经验的西川桑于是下定了决心，要利用这个废弃的学校经营咖啡馆。

西川女士和已经搬到别处的原木工工作室的主人谈了希望将废校改为咖啡店开业的事情，没想到他爽快的给出承诺，把咖啡店当做其工作室的咖啡部的形式，西川女士可以自由使用废校。西川女士说【这一区域虽然有食堂，却没有能够悠闲的喝咖啡的场所。因此我就想着要创建一个当地居民以及来附近的镉元素温泉馆治疗的任何人都能舒服的喝茶的地方。】

由于土地和建筑都属于当地政府，而出借人是原工作室的主人，所以按每月咖啡店营业额的20%上交给原工作室主人的形式来代替房租。虽然不知道这建筑的年数，但是由于接手时上一任主人对房屋保护的非常完好，所以西川桑没必要另外整修，而是把主要精力放在开业必须的日用品上。由于配电设施和进出水管道的关系，作为厨房的原教员办公室和作为咖啡店用餐区的教室隔了稍许距离。



Interior



右：收银台架上也摆放着书籍，原教室里使用的黑板上写着菜单。  
左：从窗户望过去能看到山的走廊也是个让人心情愉快的场所

PHYTONCIDE (フィトンチッド) 原意为植物杀菌素，指森林、树木所特有的净化空气、减低压力的作用。也指森林树木、植物所散发出来的香气。

# PHYTONCIDE

废校喫茶フィトンチッド

建立在一见钟情的废校址，作为当地的交流场所发挥作用

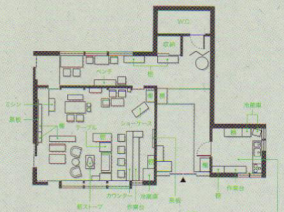
## 开业投资金额

約 **6** 万日元

[取得土地使用权费用] 0日元 [厨房设备开支] 0日元 [日常用品开支] 5万日元

[内外装修费用] 0日元 [家具翻新费用] 约1日元

Detail



从以前摆放木鞋鞋盒的宽阔玄关而入，向左拐就是有效利用教室改造的咖啡店入口。在旁边的展示柜里摆放着焦糖点心和当地特产的蜂蜜。另一方面，厨房在玄关的左手侧，这样走廊就可以吸烟了。此外，还有带库房的后院。

店铺规模：  
50平 / 个座位。  
(包括库房和庭院)

营业时间的工作人员数：1人，  
客单价：600日元。  
1天的平均客流量：平时10人，周末20-30人  
目标月营业额：30万日元

» MENU 饮品：14种 (其中酒精饮品2种)，食物：5种 (

西川桑告诉我们，【由于没有资金，厨房用的设备是一家关门的饮食店承让过来的；家具也过来用的。展示柜是以前附近的钓鱼馆使用过的】。另外西川夫妇和朋友们对于一些不符合重新粉刷；更换了椅子的搭布等，对家具的风格进行翻新。用从朋友处拿来的木材和混凝土这样通过自己动手，用时约4个月的时间，咖啡店终于在14年9月份正式开业了。



是直接把家里现有的带店铺风格的家具进行了面板组装成收银台。就

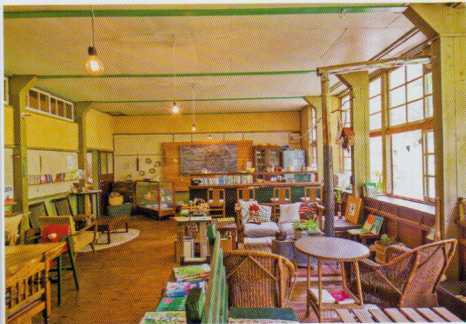
菜单包含食物和甜品共5种，饮品14种。基本上西川桑一个人在店里就能妥善料理店铺。另外，考虑到厨房和用餐区是分隔开的，菜单数目尽量集中，主要提供咖啡等一些可以提前准备好，客人点餐后能够快速供应的食品。食材以当地生产为主。有自家农园产的稻米以及从附近产地直接购买的蔬菜，还有当地亲戚自己栽培的草莓和桃子等水果。另外还有在静冈的朋友栽培的无农药的蜜桔。

在当地人还没察觉的时候，咖啡店已经兴盛起来了~

最近借助于大家的口口相传以及客户的博客等、远处慕名而来的客户也多了起来。西川桑开心的说【有个以前在这个分校工作的老爷爷还特意过来了呢。】

另一方面，随着当地附近常来的熟客增多，咖啡店在当地的知名度也渐渐升高。西川桑说【这一带基本没有饮茶的文化，所以要吸引客人比较难。但是当地的大婶和儿子夫妻一起来店里的话，我们会非常高兴的。我们今后的目标就是创建能让当地人更轻松随意的享受的咖啡店。】

于西川的【希望能悠闲的消磨时间】的想法，随处摆放着各种各样类型的书籍，最近一些常客带来的书增多，甚至书架上都摆放不开了。因此，西川桑有考虑把走廊改为图书室，这样就可以欣赏到窗外美丽的山景了。另外西川还计划售卖自家产的蔬菜，组织文娱活动等，充分发挥交流场所的作用。



弥漫着复古氛围的店里摆放着旧式家具、暖炉以及古铜色的杂货。希望客人可以【悠闲的读书】，所以店里充满了单行本、杂志、绘本等。店外的小狗沐浴和小猫咪比特也是店里的人气王。

## 旧式家具和杂货配置融合复古风格的教室



魔校喫茶フィトンチッド

山梨県北杜市須玉町比志5989-3

☎ 0551-45-0821

🕒 10~17時

🌿 月・火曜（祝日の場合は翌日休み）

nishikawa1984.wix.com/phytoncidd



店主：西川庆桑

1979年生于山梨县 在咖啡店和服装店工作过。之后因结婚搬往山梨北杜居住。利用一座废弃的学校，于2014年9月开始经营咖啡店。今后除售卖自家栽培的蔬菜外，还计划开讨论会等“成人学校”。

Menu



右：蜜桔和奶油乳酪做的小松饼、咖啡/自榨的蜜桔调香的小松饼（400日元）、咖啡（400日元）、是使用山梨・峠峠烘培所【鸡尾酒堂】的咖啡豆经蒸汽而制成的滴落式咖啡。

左：当天的咖喱饭/浸过腌肉的鸡内西红柿咖喱（850日元）、有小茴香等调味品的香气，米饭加入了自产的稻米。

上：蜜桔汽水/自制的蜜桔汁加入一定比例的碳酸水（450日元）





冈山县真庭市时还是一家面包店的“TALMARY”坐落于山区，但每逢周末门口都排满了人，2014年关闭该店铺前每天有100名客人消费，是一家非常受欢迎的店铺。当时每周营业4天，月收入达250万日元，经营得很顺利，但14年10月末毅然做出了关闭店铺、转移到他处这一重大决定。

“理由有很多。首先排第1位的是我们开店的基础想法，那就是“让自己认为好的、所创造的东西也能受到客户的喜爱”。(转移)就是考虑到这一点之后的结果。”，店长渡边格先生如此说道。该店开业初衷是想利用当地周边所栽培的小麦、天然水、和当地收获的酵母种子来制作面包。水和酵母种子可以拿到冈山县真庭市，但碰到面粉就难了。当时是从周边地区拿到了小麦，再用石臼磨成完整颗粒的自己产面粉，但为了磨其他面粉、制粉，特意根据店铺天花板的高度特意定制了高达6m的圆盘式制粉机，却没开过动。

Interior



家具和器皿由网络拍卖而得。电源开关及水龙头等全都是古董风格的新品，为了“不寒碜”而苦下功夫。

渡边先生说：“还是空间的问题，有制粉机却不能够使用的状态一直持续，我们觉得这样逐渐偏离了“想要创造更好的东西”这一初衷。”于是为了制粉机的运转、还有开业以来的梦想“创造当地啤酒”，开始在真庭市附近寻找一家约80坪左右的店面。可是一直没能遇到中意的、可签约的店面。就在这时，在鸟取县智头町经营务农生意的朋友向我推荐智头町的一家店面，之后

TALMARY

タルマリー

咖啡、面包、啤酒。  
一家兼备这三大魅力的店



开业投资额

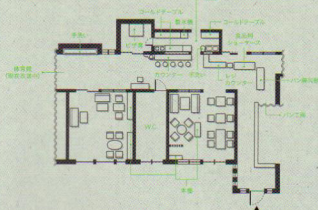
(※未除对啤酒制造的投资)

約 **682** 万日元

[ 店租 ]	[ 人工成本 ]	[ 周转资金 ]
6万日元	約93万日元	約30万日元
[ 室内外装修施工・厨房设备・器具・备件・搬家费 ] 553万日元		

Detail

客人座位空间被分成了2个房间，2个房间中间是洗手间。一侧的房间里铺着垫子，专供带小孩的顾客使用。入口右手侧是面包工坊，咖啡室用厨房兼制与啤酒工坊相连。入口旁还增设了足以收纳高达6m圆盘式制粉机的制粉空间



店铺规模:

約143坪/34个座位

营业时员工人数: 3人(仅指啤酒部)  
人均消费: 2000日元 每天平均来访客户人数: 90人  
每月营业都目标: 約140万日元(仅指啤酒部)

>> MENU 食物: 8种(其中甜品4种) 饮料: 16种(其中酒类饮品9种)

的一个幼儿园不开工了。当时担当幼儿园管理工作的伊茨诺（日本神话中开天辟地的神）振兴协会联合智头町正在寻找类似招揽企业等可以再次利用幼儿园的办法。【TALMARY 顺利的通过了审核，于2014年12月正式盖章签合同，并于2015年1月上旬开工。肩负着振兴智头町的使命，【TALMARY】开始了以面包、啤酒、咖啡为3大支柱的新生之路。

为保护重要的水源意识到和林业、农业的循环的重要性

渡边先生把【珍惜用水】作为新店的核心。他说【无论做面包还是制作啤酒都离不开水。为了向提供给我们自然水源的森林报恩，首先考虑了和林业有关的途径。因此店里从附近经营林业的人那里买来木柴、用石窑来烧制披萨。其他方面，包括买当地的小麦等等，目的是把当地的自然和当地人经营的东西顺利的结合利用起来。】



镇上的人们一起建成的烤披萨用的石窑特意放置在从入口通道处进来时能看到的地方。通道的墙壁是涂了自然色的木板，特意打造成破败的感觉，非常有格调。店铺的日标年营业额是咖啡1500万日元，面包2500万日元，啤酒1000万日元。

### 提升城镇活跃度， 打造使远方来的客人也能来访的主题公园



タルマリー  
鳥取県八頭郡智頭町大字大宮214  
☎ 0858-71-0106  
🕒 10時~17時 📍 火・水曜  
talmary.com



店主渡边格先生和麻里子小姐

格桑负责面包的制作。麻里子负责接待客户，自在千叶县开业以来，夫妇俩共同把店铺经营的有声有色。今后还要负责制作啤酒的格桑，在【磨坊的经济】(社刊译版)上发表了文章之后，来自全国各地的演讲邀约增多，活动的范围也更广泛了。

右：披萨（土豆苞和乳酪，配时令蔬菜 and 豆乳蛋黄酱）、意大利拉菲（100%麦芽）/以及用石窑烤制的披萨各1200日元。由于自制的啤酒还没有完成，所以现在主推的是有机啤酒等。图片上的是890日元。

左：谷物咖啡，巧克力橙汁蛋糕/浓咖啡因的咖啡风味饮料。（460日元）。盛产于广岛。因岛的用橙汁做的披萨是300日元一个。上：牛奶冰激凌（用放牧饲养的奶牛奶（300日元）



从冈山搬运日常用品以及厨房设备，使用了承载量2吨的大卡车，往返搬了很多次，渡边先生为了能开吊车式卡车，甚至考取了驾驶执照，就这样一边操作着机器搬回店中。

除了粉刷墙壁、地板，更换门窗以及入口和磨粉室的建造承包给泥瓦工人以外，其他都是渡边先生自己做的。知道渡边先生每天的奋斗后，镇上很多人都跑来帮忙。【大家为了使镇上气氛热闹起来，都热心的伸出援手，真的是让我满怀感激之情。我也意识到，要和新城镇的人建立起关系，不是凭借他人之力，最重要的是用自己最大的努力去工作，只有认真的工作才能赢得大家的信任。】

在咖啡制作间和面包房已经完成，只剩下啤酒制作间的时候，店铺于6月12日开业了。【以前幼儿园的痕迹全无，变成了一个氛围沉稳，像主题公园一样让人怦然心动的店铺】。渡边先生一边望着这个承载了他梦想的建筑一边说：【我打算将来某一天，把几个没有使用的房间用做旅馆用。】



## 鸡肝韭菜咖喱

把定番配菜韭菜炒鸡肝作为咖喱菜码的创意料理。制作在洋葱、番茄酱里加入香辛料的咖喱酱，用酱油和红酒等完成的酱汁后加入各种香辛料完成。(850日元)

### 【材料 1 碟份】

处理好的鸡肝鸡心 分量如下  
咖喱酱 如下200ml 基础酱汁 如下300ml  
A 孜然(粉末) 少许 香菜(粉末) 少许  
白豆蔻(粉末) 少许 丁香(粉末) 少许  
肉豆蔻(粉末) 少许 卡宴辣椒(粉末) 少许  
韭菜(切成容易吃的长度) 50g  
米饭 250g 洋葱酱菜 少许 葫芦巴 少许  
色拉油 盐 砂糖 黑胡椒(整个) 各少许  
\*1.香辛料自然和香菜多一些，白豆蔻，丁香，肉豆蔻少一些。卡宴辣椒按喜好加入。  
\*2.使用醋、砂糖、黑胡椒(整个) 腌制洋葱

### 基础酱料(易做分量)

酱油 100ml 日本酒 100ml 味淋 100ml  
红葡萄酒 200ml 水 200ml 砂糖 6大勺  
味精(固体, 粉末亦可) 少许

### 鸡肝鸡心处理

鸡肝鸡心(切成容易吃的大小) 80g  
盐一撮 黑胡椒 少许 日本酒一大勺  
格拉玛玛萨拉 大勺一半 砂糖一小勺  
鸡蛋(打开) 半个 淀粉 1大勺 色拉油 少许



鸡肝鸡心注意不要烧得太老



在咖喱咖喱的味道后加入韭菜

### 做法

1. 制作咖喱酱。锅里倒入色拉油，加入洋葱和材料B，洋葱煎炒至焦糖色。
2. 加入番茄酱，大蒜丝和生姜丝搅拌，煮至浓稠状。
3. 加入姜黄和肉桂搅拌，融合后慢慢加入鸡肉蔬菜高汤搅拌，用盐调味，加入焦糖色素搅拌。
4. 制作基础酱料。在锅里加入酱油，日本酒，味淋，红葡萄酒，收汁煮到原来一半的量。加入水和砂糖搅拌，用味精调味。
5. 处理鸡肝和鸡心。鸡肝去血，去脂肪。鸡心切开洗去血水。鸡肝鸡心切成大块，加入盐，黑胡椒，日本酒，格拉玛玛萨拉，白砂糖和打开的鸡蛋，再依次加入淀粉和色拉油。
6. 制作鸡肝韭菜咖喱。在深锅里加入色拉油，加入5翻炒至上色。
7. 在6里加入基础酱汁，将鸡肝鸡心炒熟。注意火太旺会炒老。加入A的材料搅拌。如果味道太重或过于浓稠，加入分量外的鸡肉蔬菜高汤调味。加入盐和砂糖调味，加入韭菜煮熟。
8. 在盘子里盛上米饭和7，研磨撒上黑胡椒。添上洋葱酱菜和葫芦巴。



## 鸡蛋(烤)三明治

只用鸡蛋卷，番茄酱来调味的简单三明治。鸡蛋用足量的油烧成厚厚的蛋卷。面包单面烘烤，在没有烘烤的那一面放上鸡蛋和番茄酱，重点是让味道融入面包里。(600日元)

### 【材料 1 碟份】

面包(切成6块) 2片  
橄榄油一大勺 鸡蛋4个  
盐一撮 黑胡椒 少许  
糖一小勺 番茄酱 少许  
色拉油 4大勺

\*店铺里用订购的面包切成6块使用

### 做法

1. 将两片面包涂上橄榄油，此面朝上放在烤盘上，单面230度烘烤3分钟。
2. 碗里打入鸡蛋，加入盐，黑胡椒，白砂糖充分搅拌。
3. 平底锅里倒入色拉油加热，加入2用筷子搅拌加热。开始凝固的时候，卷起做成蛋卷。
4. 在1的面包没有烤上颜色的那一面涂上番茄酱。在其中一片上放上鸡蛋卷，另一面与之重合，用手轻压。对角线斜切4等分，装盘出品。

班尼迪克蛋(培根和菠菜)

从面包厂家那特别定制的、小而厚实的马芬蛋糕中融入了煮到刚好好的荷包蛋和荷兰酸辣酱的味道。随附的新鲜绿叶菜沙拉更增添了健康感。

(1080日元)

[材料 1盘的分量]

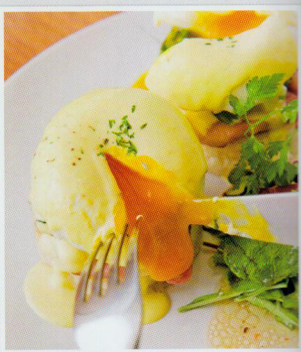
英式马芬蛋糕…2个  
培根(宽6cm厚8cm的块状)…4片  
菠菜(用水焯过)…40g  
煮荷包蛋…右侧所述的所有分量  
荷兰酸辣酱…右侧所述分量的1/12  
黑胡椒…适量  
欧芹(干/切碎)…适量  
橄榄油…适量

荷兰酸辣酱(12盘的分量)  
黄油…90g  
盐…小勺的1/2  
水…40ml、蛋黄…7个鸡蛋的蛋黄  
柠檬汁…小勺的1/2

煮荷包蛋  
盐…30g 醋…5ml 整蛋…2个

[制作方法]

1. 制作荷兰酸辣酱。将黄油和盐、水倒入碗中，隔热水烫化。
2. 另取1只碗，放入蛋黄，隔热水烫化，并搅拌均匀变白。注意不要烫过头，当蛋黄变粘稠时将碗从热水中取出，慢慢倒入1的成品并搅拌至牛奶状。加入柠檬汁后搅拌。
3. 制作煮荷包蛋。锅中加水煮开至95°C后加入盐和醋。开水量为1.5L。将整蛋敲开后后放入，煮3分30秒。煮鸡蛋时，蛋白快要蔓延开时用长柄汤勺等拉至蛋黄周边，调成圆形。
4. 制作班尼迪克蛋。将英式马芬蛋糕放入250°C的烤箱中烘1分钟。将培根肉放入涂了橄榄油的平底锅中煎。
5. 取烘烤后的英式马芬蛋糕于盘中，分别放入20g用盐水焯过的菠菜、和2片煎过的培根肉。
6. 另外分别放入煮荷包蛋、浇上荷兰酸辣酱。撒黑胡椒粉和欧芹。附上绿叶菜沙拉(不在该分量内)，往沙拉上浇汁(同)。



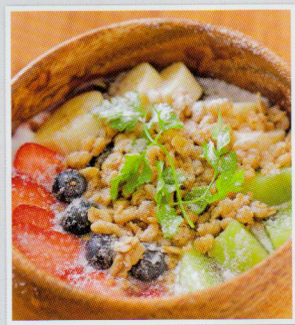
要点1

煮荷包蛋时要用长柄汤勺调整成好看的圆形



要点2

蛋黄的质量对味道而言至关重要。(使用了冈山明星町生产的“星之故乡鸡蛋”)



早餐水果杯

往经食物加工器搅拌后的浓稠果子露冰激凌、和口味清淡的无糖酸奶上，放入草莓、香蕉、奇异果等种类多样、色彩丰富的新鲜水果。蜂蜜隐藏在其中，增添了一股淡淡的香甜。(小杯 680日元)

[材料 1杯的分量]

草莓…1个 香蕉…1/4个  
奇异果…1/4个 果子露冰激凌…200g  
酸奶(无糖)…40g 蜂蜜…20g  
蓝莓…5个 格兰诺拉麦片…20g  
细叶芹…适量 糖粉…适量

[制作方法]

1. 分别挑选大小方便食用的草莓、香蕉、奇异果。
2. 将果子露冰激凌放入食物加工器中，搅拌至合适的粘度。
3. 往器皿中依次放入2的成品、酸奶、蜂蜜，摆放好1中的水果和蓝莓。往器皿中央倒入格兰诺拉麦片，用细叶芹装饰后撒上糖粉即可。

要点1

用蜂蜜增添纯天然的甘甜



要点2

用种类丰富的水果摆盘，增添色彩







## BREAD&COFFEE LeBRESSO (2014年6月 开业)

切片面包专卖店与咖啡店的结合。  
用青春活力来支持当地客人们的每日生活

于2014年6月开业的“BREAD & COFFEE LeBRESSO”，是切片面包专卖店与咖啡店完美结合的一家别具一格的概念店。店内装潢以木质结构为主，弥漫着刚烤完的面包香味和咖啡香气，给人非常有气质的氛围。这家店的切片面包据说明天销售300份，在店面食用的话还提供自家的原创吐司。店里的职员都是制作浓醇咖啡相关饮品的专家，平均年龄在26岁，共8人。店员们充满活力且直率的接客方式也是魅力所在。

BREAD & COFFEE LeBRESSO  
大阪市天王寺去味原町1-1  
TEL:06-6765-8005  
营业时间：9点-19点（18点  
最后点单时间），周六周日  
及节假日 8点开始  
休业：不定休  
LeBresso.com  
Text: Miho Inada  
Photo: Satoshi Yasukouchi  
text: Miho Inada photo: Satoshi Yasukouchi

FILE

13



## YORKYS BRUNCH

[ 2014年4月 OPEN ]

兵库县西宫市霞町5-44  
Vintage夙川2F  
TEL:0798-42-8289  
营业时间: 10点-22点 (最  
后点单时间), 周六周日9  
点开始 (Brunch menu最  
后点单时间为14点)  
Yorkys-brunch.com

### 建议一种可以享受丰富brunch的生活方式

板仓洋辅先生在澳大利亚游学时, 被在海边享用brunch的当地生活方式所吸引, 于是“想在日本也能有可以悠闲地享用brunch”, 开设了这家名叫“Yorkys brunch”的咖啡店。鸡蛋贝果, 法国吐司等人气菜品, 从2014年4月开业以来, 经过1年多的时间已经成长为客人络绎不绝的人气小店。店内偌大的窗, 形成有足够采光的空间, 客人可以悠闲地在这里度过闲暇时光。

FILE

14

text : Miho Inada photo : Masatoshi Uenaka 056



## トースター TOASTER

[ 2014年8月 OPEN ]

让客人心情平静，充满温和和氛围的空间，还有吐司和法棍面包。

伫立在生田川边的TOASTER。只有10坪的小小空间，木纹的家具，含羞草色的墙壁，在架子上摆放着各种颜色的杯子和杯碟，是充满着温暖氛围的一家咖啡店。店里的招牌是从在大阪市相当人气的烘焙店“PANDYUSU”特别订购的切片面包和法棍面包。前者是厚切的吐司，后者是由店长CHA SAN严选的，可以做三明治的材料。店里还提供兵库・芦屋的红茶专卖店的“uusuu”红茶，以及同・滩的“萩原咖啡”的咖啡。

### TOASTER

兵库县神户市中央区熊内町

4-8-8-101

TEL:090-6063-1486

营业时间：9:30-16:30 周五至15点

休息日：周日 周一

[www.facebook.com/pages/トースター/146464428457893](http://www.facebook.com/pages/トースター/146464428457893)

text : Miho Inada photo : Satoshi Yasukouchi

FILE

15





## ÉTOILE COFFEE

[ 2015年3月 OPEN ]

福岡市中央区平尾2-2-22 1F  
TEL: 092-531-5922  
营业时间: 12点-24点 周二、周日以及节假日至21点  
休店日: 周三  
[www.facebook.com/etoilecoffee.fukuoka](http://www.facebook.com/etoilecoffee.fukuoka)

由女性制作浓缩咖啡相关饮品的专家为客人提供上乘的特调咖啡。

2015年3月,在福岡市开业的ÉTOILE COFFEE。店长山口美奈小姐被特调咖啡的世界所吸引,在福岡的HONEY咖啡学习的期间,独立开设了这家咖啡店。一方面自己作为制作浓缩咖啡相关饮品的专家而工作,同时也是日本制作浓缩咖啡相关饮品专家比赛的评委,在咖啡方面是相当有实力的。店内空间很有设计感,以个人口味为中心的bless coffee还有espresso。配以当季的和点心等。视觉上给人多店化和构筑商业模板的感觉。

FILE

16

text: Rondo Kawashima photo: Yukino Nakarishi 058





## BASKING COFFEE

[ 2014年7月 OPEN ]

通过海外旅行时期的见闻，衍生开设了具有个性的自家烘焙咖啡店

2014年7月开业的BASKING COFFEE，是以销售咖啡豆为主，也能提供在店内食用服务的自家烘焙咖啡店。店主榎原圭太先生，曾在福岡的自家烘焙咖啡店“HONEY咖啡”学习咖啡技术后独立开店。24岁的时候进行了周游世界的旅行，开业前去过中南美的农场和北欧的咖啡商店，积累了丰富的海外经验，当时学习到的知识和见闻都恰到好处地运用到了开店和制作咖啡中。对榎原圭太先生亲自冲泡的特调咖啡非常钟爱的粉丝人数正在迅速增加中。

**BASKING COFFEE**  
 福岡市东区千早4-10-1  
 ring roop 1F 中央大厅  
 TEL:092-682-5515  
 营业时间：10点-19点  
 休店日：周四  
[www.baskingcoffee.com](http://www.baskingcoffee.com)

FILE  
17



## Afterglow

[ 2015年4月 OPEN ]

具有独创性的辣味咖喱，给人成熟感的咖啡空间

### Afterglow

福岡市中央区草香江1-8-25

TEL:092-741-3080

营业时间：11:30-16:00（  
15:30最后点单），  
18:30-22:00（21:30最后点单）

休日：周四

[www.facebook.com/afterglow.curry](http://www.facebook.com/afterglow.curry)

2015年4月，在福岡市内的住宅街区里开了一家名叫Afterglow的店，里面可以吃到咖喱，同时也是一家咖啡店。店主入部友登先生曾经是食品公司的销售，后来辞职开了这家店。入部先生几乎是靠自学和研究，创作了一些不一样的咖喱，比如“香草咖喱”“味增咖喱”等。另一方面，店内主题是带着些许忧愁，有种雅致的感觉，可以悠闲地享受有机无农药咖啡以及含酒精的饮料。这种带有两种截然不同魅力的新店，还是非常受到当地人的瞩目。

FILE

18



## POMPONCAKES BLVD.

[ 2015年4月 OPEN ]

用移动销售方式来博得人气的蛋糕店，开设了实体店。

夜色降临，在神奈川镰仓的路上会出现用三轮车卖蛋糕的临时店铺。2011年开始销售的POMPONCAKES，差不多一周出店2到3次，慢慢评价传播开来，销售30分钟就能卖掉100至120块的蛋糕，是相当有人气。2015年4月在镰仓市内开设了实体店。和临时店铺时代一样，在成品展示柜里陈列了各种各样的点心和蛋糕。店内设立可以慢慢品尝蛋糕和咖啡的空间，在当地也成为话题。

POMPONCAKES BLVD.  
 神奈川县镰仓市梶原  
 4-1-5 助川大楼1F  
 TEL: 0467-33-4746  
 营业时间: 10点-18点  
 休息日: 周三, 或者不定休  
 Pomponcakes.com

FILE

19



JR鹤桥站和大阪市营地铁鹤桥站出来徒步5分钟，位于高级住宅区真田山附近的BREAD&COFFEE LeBRESSO是一家面包和意式咖啡的专营店。该店于2014年6月开业，当时“第三波”一词刚刚渐渐浮出水面走进大家的视野。正因为如此，“我们才要以差别化为目标，专研出了现在这个理念”，与店主一起参与这个项目的店长高尾早也说道。在摸索了所有的风格以后，他们的视线停留在了日本长久以来一如既往充满亲切感的咖啡文化——咖啡与吐司的组合上。将昔日的咖啡店风格作为餐点理念后，他们开始着手店铺的设计。

因为希望大家能够时常来光顾，让店铺成为客人生活中的一部分，所以他们在店铺选择上比起商业街和办公区，更倾向于居民区。在寻店过程中偶遇的店铺，原是一家汉堡餐厅，以其砖块砌成的外观，和双开的木门给高尾留下了深刻的印象。除了高尾女士以外的其他项目成员也深有同感，觉得这样敦实的空间感，令人不由得会联想起美国西海岸城市路边的咖啡店，十分耐看。30坪的店铺空间里，入口设置了放置新鲜烤制的面包的架子和吧台，里面是开放式厨房，墙边设置了吧台坐席。

无论是杯子，还是放置吐司的木板都是店铺原创的，营造出了该店独一无二的氛围。盛吐司的四方形木板采用枫木材质加工刻印店标而成，“不仅吐司本身要美味好吃，在出品上也要匠心独具，才能给客人带来美好的品味享受。

Interior



イトイン底はレンガ裏りの壁面に集約。スツールを並べたカウンター 8席のみで、1人でも気軽に利用できる。

# BREAD&COFFEE LeBRESSO

昔日咖啡店的定式升级版

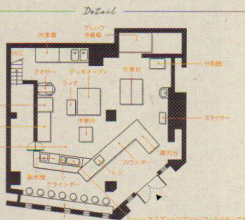
开业投资额

# 2150

 万日元

〔 店铺 〕 300万日元 〔 厨房设备 〕 750万日元

〔 内外装修 〕 900万日元 〔 器具费用 〕 200万日元



开放式厨房占据了店铺一半以上的空间，营造出实地制作出售的氛围。为了让客人们能够看清烤面包情况，烤箱面向吧台设置。烤箱用的是KBM的camel。意式机是RANCILIO的。

店舗規模：  
**30坪 / 8席**

営業員工数：4-5人  
客単価：非公開  
一日客流量：非公開  
月銷售目標：非公開

» MENU 飲品：20款 餐点：6款



所以我们选用了所有工作人员都觉得‘不错’的设计。”高尾女士说道。

### 每天烘焙300只 傍晚前全部售罄

两种招牌餐点之一的面包是在店铺开业一年前就开始研制的。最终决定采用汤种制法，确定了使用北美产的小麦，配合生奶油和油脂等的原创独家配方。由于松软，烘烤时两侧容易瘪下去的细腻配方，每天工作人员都需要在吸水量和烘焙时间上格外用心微调。除了原味吐司面包以外，还有水果干，巧克力，罗勒芝士等运用不同素材结合原味胚底制作的花式面包。每天晚上开始进货，早上9点开张陈列面包，每天合计烘焙300只吐司，下午3点左右售罄，大受欢迎。



堂吃菜单主力是吐司，20款丰富变化中每日出品5种。桂皮糖吐司，大蒜芝士培根吐司等，从甜到咸各种类型一应俱全，满足客人餐点与点心不同取向的需求。

另一主打的咖啡备有一款原创拼配，两款单品。接单后磨豆制作。原创拼配主要用于意式咖啡系列饮品，单品用于滴滤咖啡。

该店的店员组成也非常特别。目前8位员工均为大阪职业学校咖啡专业毕业的闺蜜，都有做咖啡师的经验。平均年龄26岁，都是“想要在咖啡店业界从业”而相互勉励一同走来的好伙伴。所以整个团队非常自律，服务水平也堪称一绝。

现在外带客人占7成，堂吃3成。高尾店长说，“我们想增加吐司的种类，再努力增加堂吃客人的流量。目前还计划增开2号店，更好努力磨炼自己的技艺。”

### 以厨房为中心的展示型布置 平均年龄26岁的8位咖啡师运营



整齐排列吐司的吧台令人印象深刻。主打产品原味吐司（1.5斤600元），松软又有嚼劲的口感 and 微带甘甜的風味魅力十足。新鲜出炉的吐司放在架子上冷却后包装。还销售咖啡豆，黄油，果酱等。



ブレッド&コーヒー レプレツ  
大阪市天王寺区味原町1-1  
☎ 06-6765-8005  
◎ 9時～19時(18時L.O.)  
土・日曜、祝日 8時～  
◎ 不定休 lebresso.com



店主 高尾早也香小姐

1991年生于大自。大阪职业学校咖啡专业毕业后，与店主等8人一起创立了BREAD&COFFEE LeBRESSO。主要负责咖啡萃取和销售业务。

冰拿铁



右拿铁咖啡，吐司（奶油芝士燕麦片），咖啡可选原创拼配（450元）和单品（480元）。冰咖啡以上面的照片中的形式提供。切片面包涂上奶油芝士撒满燕麦片（280元）。

左/吐司（巧克力香蕉/杏仁）/自家制巧克力酱与香蕉的组合（280元）



阪急夙川駅徒歩約5分钟。推开杂居大厦2楼的大门，明亮开放式的空间跃然眼前。店铺的名为YORKYS BRUNCH, YORKYS是店主坂仓洋辅先生在澳洲游学时代的昵称，所以店铺的名字也就是享受坂仓洋辅早午餐的咖啡店的意思。

虽然店铺菜单包括午餐和晚餐，但店名却主打早午餐背后有着特殊的理由。“我非常喜欢冲浪，学生时代曾在澳洲生活了一年，那时我每天早上起来以后去冲浪，然后再享用早午餐。冲浪以后用餐的感觉实在是太棒了！所以我一直就想着，总有一天要开一家像这样生活风格的咖啡店。”坂仓先生说道。

回国以后坂仓先生就职于人才派遣公司，10年多后储蓄了足够资金的他离开本行，着手准备开店。鉴于地理位置便捷度，与开业资金预算的限制，坂仓先生以学生站附近但离住宅区稍远的条件，以学生时代就熟悉的神戸市东滩区和阪急西宫北口车站区域，以及御影，三宫区域等神戸、阪神间为中心寻找所需店铺。最终选中的就是如今位于夙川的这个店铺。“当我看到大片的窗户外一览无遗的蓝天，就决定拿下这个店铺。”

开业资金除了自己的储蓄以外还有部分借贷共2000万。“我和意气相投的装修业者逐一商议，打造出了令人满意的店铺空间。”坂仓先生说道。现在的店铺原来是一家居酒屋。

Interior



入口右手为长条沙发座席，类似砖块砌成的木砖装饰的墙壁，采用了稳定的间接照明。

## YORKYS BRUNCH

ヨーキーズブランチ

以早午餐作为吸引客人的关键  
加强晚餐扩大经营领域

开业投资额

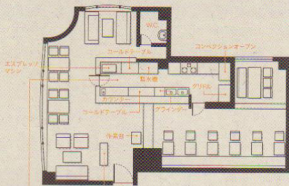
# 2000

万日元

〔 店铺 〕 400万日元 〔 厨房设备 〕 200万日元

〔 内外装修 〕 1000万日元 〔 器具费用 〕 400万日元

Detail



位于店内中央的厨房按居酒屋时代原样保留。由于垫高了地板，所以可以从里面将店内一览无遗。意式机是辣妈家的，由坂仓先生担任咖啡萃取工作。沙发座席，桌席井然有序。

店铺规模：  
**33坪 / 35席**

营业员工数：平均5人  
客单价：1500元  
一日客流量：150人  
月销售目标：非公开

» MENU 餐点：57款（其中甜品7款） 饮品：46款（其中酒类21款）

破墙改建的大窗户魅力十足，在六甲岛家具店songdream购入的沙发座，木砖的墙壁独具风格，观叶植物点缀其中。舒适怡然的设计风格，给人以身处自家客厅般的错觉。

餐点种类琳琅满目多达50多款，每一款都可单点整日供应。尤其受欢迎的是早午餐菜单，火腿蛋松饼，阿萨伊慕斯（参见53页），法式吐司，色拉，汤类等选择丰富。此外磅蛋糕也深受欢迎，蛋黄蛋清分开打发制作的糕体松软醇香的口感大受好评。



阳光自北侧的窗户灌入室内，营造出明亮宽敞的开放式店堂氛围。黑板上主要记载午餐和晚餐的菜单。厨房占地约6坪，客人可见区域为饮料出品区，墙壁后为餐点出品区。

## 自然光倾泻而入的店堂 舒适的坐席井然有序



ヨーキーズブランチ  
兵庫県西宮市園田5-44  
ビンテージ別荘2F  
☎ 0798-42-8289  
☎ 10時～22時(L.O.) 土・日曜  
9時～(ブランチメニューは14時L.O.)  
☎ 水曜 yorkys-brunch.com



店主  
坂仓洋輔

1981年生于冈山县。除了经营咖啡店，还运营YORKYS STUDIO 兼营住宅翻新，店铺设计，咖啡店，餐厅设计，企划，网站艺术设计总监等工作。

右 拼配咖啡，磅蛋糕（焦糖&坚果）/咖啡（540元）酸味恰到好处。磅蛋糕（1080元）入口即化的口感十分诱人。低糖份的蛋糕加之47%乳脂的生奶油与自家制焦糖酱出品。

左 拿铁 法式吐司。拿铁拉花坂仓先生负责（640元）。法式吐司（970元）面团在蛋奶酱浸制24小时而成。



### 法式理念与妈妈族的生活相得益彰

店铺刚开张时，整天都是客观满盈，半年过后经过客人们口碑相传店内早午餐的名气渐盛，如今奔着早午餐而来的客人反而占了多数。而好口碑传闻的源头正式周边住宅区里带着小孩的主妇。她们通常早上把孩子送去幼儿园后就会来店里聚餐。“开始时是想着把澳洲的休闲享受早午餐的生活方式推荐给大家，结果收到了妈妈族的欢迎，还有更多其他的客人因着各种不同的目的来光顾，真是让我哭笑不得。”坂仓先生说。

另一方面，从前菜开始，意大利面，意大利米饭，晚餐的选择也非常丰富。在意大利餐厅磨炼技艺的前公一先生去年加盟后，用心打造了如今诱人的晚餐菜单。晚餐时间的客人也在逐渐上升，每天平均吸引150人。关于今后的展望，“我想总有一天会开出2号店的。如果可以的话，希望能够建在可以看到大海的地方。”坂仓先生笑着说。



Interior

窗边安置了两人一桌的座位。窗外是公园的绿意。店内还销售cha女士精选的手作小物。



トースター

TOASTER

决定开业后在多个店铺修习成为能够独立运营的全面手

开业投资额

450 万日元

〔店铺〕60万日元 〔厨房设备〕50万日元

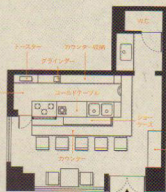
〔内外装修〕310万日元 〔器具费用〕30万日元

TOASTER咖啡店位于兵庫神戸山側の玄关口，山阳新干线新神戸站附近，背靠六甲山系。2014年8月8日正式开张营业。阳光从大面窗户洒落店内，鉴于明亮与沉稳的含羞草色的墙壁令人印象深刻。窗外公园带来的浓浓绿意，也是营造店堂舒适氛围的一大功臣。“我在店里会度过一天里大部分的时光，所以这里能够看着绿色工作的环境正合我意。”cha女士说。现在的店铺原为办公用的，所以需要进行水管铺设工程，不过因为是一个人独当一面的店铺工程不大。因为这里满足了眼前能够看到公园的目标，所以cha女士决定签约。签约后她委托了西宫设计事务所，DEN+EGG进行了店铺内装修设计精益求精，在含羞草色的墙壁，复古的器具等细节上用心，打造出了理想中的店铺空间。

面包从人气烘焙店里进货。  
主打吐司和汉堡包

“等孩子们都能独立了就开家咖啡店！”这是cha女士长久以来的梦想。我们可以从她决定开业后进行的充分的准备工作看到她的决心。为了使自己的料理技艺能够从主妇进升到职业厨师的级别，她到神戸新开地的西餐厅进行了长达一年半的修习。除了在SEKI咖啡店学习了咖啡的基础知识和基础，还在那里学会了待客服务的能力。在以炭火自家烘焙闻名的荻原咖啡磨炼了冲煮咖啡的手艺后，还去了芦屋红茶专门店接受了红茶冲煮的指导。

Detail



为了方便作业采用了吧台厨房的形式。煮汉堡的炉子在一侧，在做咖啡的同时，还可以兼煎深煎吐司的烤制。咖啡接单后现磨滴滤。汉堡包装入复古的陈列柜里保存。

店舗規模:

10坪 / 7席

营业员工数: 1人

客单价: 700元

一日客流量: 15人

月销售目标: 50万

>> MENU 饮品: 10款 餐点: 8款





トースター  
兵庫県神戸市中央区堀内町4-8-101  
☎ 090-6063-1486  
🕒 9時30分～16時30分  
📅 全曜 一～15時 ☹ 日・月曜  
www.facebook.com/pages/  
トースター/146464280457893



### Cha女士

生于兵庫県神戸市，40岁离开了原来舞蹈指导的岗位，自己创业开设咖啡店。店内绿色围裙制服是神戸元城精品店特别定制的。

右 汉堡包/肉糜汉堡采用了修习时学会的秘制酱汁。(单品430元)

左 热茶 杏仁吐司/红茶 (400元) 可从三种茶叶中选择。4cm的吐司上涂上自制杏仁黄油烘烤而成 (单品280元)。面包菜单与饮品组合优惠100元。



## 窗外的绿意 心仪的内装 成为一人店主的动力之源



摆放着5把英国ERCOL复古椅的吧台。不少客人喜欢坐在这里与cha女士沟通交流。架子上陈列着约20多种复古杯碟套装。客人可以购入自己喜欢的杯子。



餐点方面，“我想以孩子们也可以安心食用的面包为主”，cha女士以身为母亲的角度定下了菜单。最终决定做的就是非常亲切的具有怀旧风味的汉堡包。“汉堡包是我从不经意在书上看到岩田‘福田面包’得到了灵感……我觉得种类丰富而又亲切的汉堡包以面对面的销售方式应该也不错。”实际上，cha女士会去西式餐厅修习也是为了掌握一种自家出品的汉堡夹心材料。当时的西餐厅店主知道缘由以后非常爽快的教授了在咖啡店能够快速做出正宗汉堡的多明戈拉斯酱制作方法和配方。

主打的面包是从大阪市人气店铺进货的。“因为那里的面包对面粉和材料都非常讲究，事实上我家里每天早餐也是吃那里的面包。”cha女士说道。用于做吐司的面包，采用了敲打式的制法，烘烤后口感松软。特征是在烤制后能够散发出北海道产小麦独特的风味。吐司备有黄油等三种选择。

另一方面，汉堡包也与米山雅彦厨师商议，特别定制了具有布莉欧和吐司包组合口感的面包。除了之前提到的那一款以外，还有红豆黄油，卷心菜鸡蛋等6款可供选择现做出品。汉堡包还可外带。星期六的时候，不少客人会来买汉堡包去附近的公园瀑布等观光。现在，每天客流量在15人，目标月销售为50万稳定成长中。“以后还想开展面包、点心的特别活动。”cha女士说道。

精品咖啡店ETOLIE COFFEE位于福冈市平尾区九州最大的商业街天神附近的住宅区。2015年3月在这里的街角正式开张营业。店铺正对大路从西铁平尾站徒步3分钟左右可到。店主是咖啡师山口美奈子小姐。

山口小姐十多岁的时候就想着要“学点手艺，以后开家小店”。毕业于大阪餐饮职校后，她就职于福冈的okura宾馆。“当时有机会去以精品咖啡闻名的honey咖啡，认识了那里的社长并崎克英社长，就此对咖啡产生了浓厚的兴趣。”山口小姐说。

从宾馆辞职以后，她曾在西雅图系咖啡连锁店工作了一段时间，后来觉得“要追求美味的咖啡，果然还是得找源头”，08年敲开了honey咖啡的大门在那里工作了四年。谈起精品咖啡，山口小姐说道：

“刚开始时，一般流通的商业豆与精品咖啡豆之间的品质差别让我大吃一惊。精品咖啡豆虽然也是咖啡豆，但由于豆子的不同会展现出截然不同的个性。我们能品味的并不只是苦而已，馨香，甘甜，酸味各色风味都非常迷人。我想让更多的人体会到，那种咖啡一入口就会让人不禁感叹出声的体验。”

大概3年前左右，山口小姐开始正式做起了开业准备。“咖啡界女性的店主并不多。虽然我对前路也并不清楚，但还是想把自己想做的事做好。”山口小姐回想当初说道。

Interior



# ÉTOILE COFFEE

エトワールコーヒー

因想要传递感动了自己的咖啡体验而决定开店。  
有意拓展多家店铺。

开业投资额

# 750

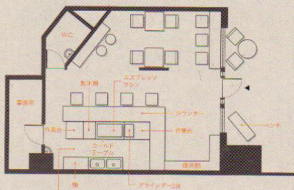
万日元

〔 店铺 〕 90万日元 〔 厨房设备 〕 180万日元

〔 内外装修 〕 380万日元 〔 器具费用 〕 50万日元

运营资金 50万日元

Detail



直面大路的店铺从繁华的商业街天神附近西铁平尾站徒步3分钟可到。为了让单身入店的客人也感觉自在，除了吧台座以外，还在窗边和墙壁边设置了吧台座席。为了让互不相识的客人视线交错用心配置了座席。

店舗規模:

11坪 / 15席

※ベンチ以外のテラスは座席を占む。

従業員工数: 1~2人

客単価: 700円

一日客流量: 工作日30人 周末40人

月销售目标: 100万

» MENU 饮品: 12款 (其中3款为酒精饮品)  
餐点: 5款 咖啡店: 4~5款



大概3年前左右，山口小姐开始正式做起了开业准备。“咖啡界女性的店主并不多。虽然我对前路也并不清楚，但是想把自己想做的事做好。”山口小姐回想当初说道。

#### 严选COE入围咖啡豆

店铺规模11坪15座。以前是旅行社。耗资380万进行了全面装修。内装以白色和明亮的原木色调为基础，结合混凝土，铁等素材打造出时尚的风格。“被女性认为是‘可爱’，‘漂亮’的店铺有不少，我希望自己的店能够得到男士们‘很酷’的评价。”山口小姐说明道。

堂食菜单组成方面，以单品咖啡为中心的时令咖啡共5款，意式咖啡冷热一共4款，甜品以时令和果子为主5款。咖啡豆严选COE入围豆款，法式萃取出品。意式机为JBC认定的SIMONELLI II。

咖啡豆从honey烘焙进货。“因为honey咖啡无论是烘焙技艺还是品质管理都非常杰出，所以我非常信赖它们。”山口小姐说道。事实上山口小姐的店里也有出售熟豆（4~5款），销售比重方面，饮料72%，甜品15%，咖啡豆13%。客户层以30~50岁为主，基本男女各一半。虽然开业的时间不长，却日渐得到大众的关注。

山口小姐自12年起就作为JBC的评审活跃在咖啡界。谈起今后的目标，山口小姐回答道，“我培养更多的咖啡师和店员，开展更多的店铺连锁经营，进一步推广精品咖啡文化。”



店铺设计取向不仅考虑的女性的喜好，还将男性的品味列入了考量。采用混凝土素材，金属素材作为亮点。简约的设计中加入了时尚的元素。可爱的内装和小物也赢得了女性的认可。

## 混凝土、金属素材点缀其中 打造出能够得到男性也认可的内装



エトワールコーヒー  
福岡市中央区平尾2-2-22 1F  
☎ 092-531-5922  
☎ 12時~翌0時  
火・日曜、祝日 ~21時  
📧 水曜  
www.facebook.com/  
etoliecoffee.fukuoka



店主 咖啡师  
山口美奈子小姐

1984年生于宫崎县。餐饮专业职校毕业后，2004年在福岡宾馆入职。后在咖啡连锁店工作，2004年起在honey咖啡修习，15年开设ETOLIE COFFEE。自12年起担任JBC评审。

右 卡布奇诺 绿荫金团/卡布奇诺 (600元) 咖啡粉 20g左右以93.5℃水萃取。绿荫金团 (450元) 是一款与醇厚的卡布奇诺和拿铁相得益彰的和果子。  
左 埃塞俄比亚 耶加雪菲 康佳，意式汤力 (700元) 是意式汤力1比5兑配制成。



## BASKING COFFEE

在旅途中决定创立自家烘焙店  
在推进开发的郊外追求咖啡豆的魅力

開業投資額

**930** 万日元

【厨房设备】50万日元 【内外装修】600万日元

【器具费用】180万日元 【运营资金】100万日元



作为自家烘焙精品咖啡专卖店而引起瞩目的BASKING COFFEE，于2014年7月在福冈市早千新公寓住宅区正式开张营业。

店主夏原圭太先生是一位背包旅游爱好者，22岁时去到澳洲，24岁起耗时1年半完成了环球一周的旅行。“那时，我外出打工存下旅行资金，然后上路。不断地重复这样的过程。”夏原先生说道。与精英系的外表截然不同，他是一位彻头彻尾的行动派。

在旅途中，夏原先生就下定决心“回国以后要开一家自家烘焙店”。“我以前还玩过乐队，所以在事业工作上也会想要做一些能有表现的事。而创立自己的店铺是不二之选。我想做的不是什么都有的咖啡店，而是专精主打自家烘焙咖啡的咖啡店。”

回国后，夏原先生加入了销售精品咖啡的福冈自家烘焙店honey咖啡，开始修习。“那时候只是能和咖啡豆打交道我就非常开心。咖啡豆会根据气温，湿度改变状态，所以要发挥自己的五感来全身心的体验。那些没有标准答案，可以不断追求的地方和音乐有异曲同工之处。”（夏原先生）

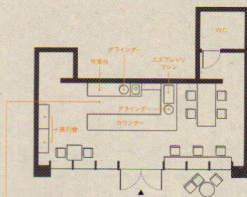
开业前夏原先生游历了中南美和北欧多个国家。在中南美巡游了25家咖啡农场，在北欧学习咖啡文化的先进案例。回国后攒钱存起创业基金，开始寻找合适的店铺。

“我想在郊外开店，而不是已经有了很多咖啡店的市中心”。

面向窗户设置的吧台座。面向道路的一侧采用了整片玻璃墙提高采光性。椅子也是美国的古董。



Detail



花费一个半月的时间改建公寓一楼大厅完成。店铺中央设置出品吧台，店铺内安放9个座位，露天座位配置3座。烘焙室运用公寓里另一房屋自助洗衣房改建而成。烘焙室费用和改建费用由公寓方承担。

店舗規模：

**12坪 / 12席**

※テラス3席含む。

営業员工数：1人  
客单价：堂食400円，外带（销售）1200円  
一日客流量：工作日20人 周末40人  
月销售目标：100万

≫ MENU 飲品：8款 餐点：9款 咖啡店：9款



千早现在正在发展中,我觉得今后会发展成为一个有趣”夏原先生说道。现在的店铺原是公寓的大堂,因为公人气”,所以他以非常好的条件租到了店铺。

竣工的店铺,采用了白色与深刻色统一协调的现代设计。了美国住宅建筑常用的旧木材,酝酿出独特的风格。店自家烘焙豆为主,但包含露天座位共有12座,也应吧台的需求。

客人以40多岁的主妇为主  
周末客流可达40多人

主打的熟豆销售,常备拼配2款,单品5款。生豆从修习的honey咖啡进货,另设空间使用烘焙机每周烘焙2次。烘焙机使用的是当年修习时在honey使用的Probat半热风式5kg级烘焙机。每月平均烘焙80kg咖啡豆。



的地方,所以很喜欢这里。离方面希望“能在这里聚集

在吧台侧面和店内墙面使用铺规模12坪。虽然是以销售



バスキングコーヒー  
福岡市東区千早4-10-1  
リングロープ1F中央ホール  
☎ 092-682-5515  
🕒 10時~19時  
☪ 木曜  
www.baskingcoffee.com



店主  
夏原圭太先生

1984年生于福岡市。2006年开始背包旅行,08年环游世界一周。对咖啡烘焙产生兴趣,10年就职于honey咖啡,13年辞职,游历中南美,北欧后,14年7月创立BASKING COFFEE。

右意式苏打拿铁/意式加入强酸饮料的夏日限定饮品(450元),采用拼配豆制作的拿铁(380元)。  
左上(自左起)招牌拼配,危地马拉单品,哥斯达黎加单品,冲煮咖啡豆/咖啡豆人气产品(左起100g・648元,100g・864元,100g・1296元,100g・680元)  
左下今日咖啡法压榨取出品(200元)。面包每天两款轮流替换。(各200元)。

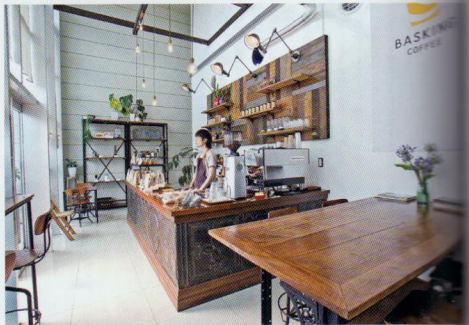


## 公寓一楼大堂 使用古董建成 摇身一变成成为时尚店铺

种类方面,有夏天的时令拼配,COE入围哥斯达黎加单品等。还有组合两种豆的体验装。此外,每天早上还从经营面包教室的朋友那儿采购2款面包,陈列在吧台销售。采用全麦粉和 黑麦手工制作的面包十分特别。

销售比重上,咖啡豆占5成,饮品和餐点堂吃与外带占5成。客单价咖啡豆1200元,堂吃400元。购买咖啡豆的客人可以当场享受一杯免费咖啡的服务颇受好评。客人以40多岁的主妇为主,平时客流20人,周末可达40人。

“实际开店以后,我发现咖啡店的咖啡好喝很重要,但咖啡店主的个人魅力也十分重要。我想活用自己旅行的经验,提供具有人情味的客服。此外,还想开拓活动支持服务和咖啡豆批发销售服务。”夏原先生说。



Interior



白を基調としたシックな空間。写真正面の壁に直接張られた絵は、知人に依頼して書いてもらったもの。椅子は入部さんがセレクト。

入部友登在开【Afterglow】前的经历也是非常曲折。以前曾致力于开一家咖啡馆，学生时代曾在饮食店打工，那时候决定：“以后再也不干休息时间这么少的工作了”。大学毕业后进入一家食品公司工作，但是工作后发现公司的用人方式和自己的天性不符，休息时间也少，还是想做一些自己喜欢的事情。这么想着就辞职了。2013年从公司辞职后就专门的咖啡学校学习经营和市场营销的同时在福冈市的一家咖啡店开始学习烹饪。入部回忆说：“既然想着放弃安定开一家咖啡馆，肯定得有一个万全的机制。”现在的这个店面，是在开始找店面仅仅2个星期就发现了。地处安静的文化教育区，生活的富裕阶层比较多，是选这个店面的决定因素。店铺有12坪13个座位。在公司上班时，因为工作原因在全国到处出差，看到过各种各样的店铺，有了这种经验，他已经决定了自己的咖啡店一定要装修成自己喜欢风格。灯光有点悲哀的感觉，空间里也有一种淡淡的哀愁，这里不是明亮快乐的，而是可以让人陷入沉思的空间。主打饮品混合咖啡是从福冈筑紫野市的自己烘焙店【Chiba】购入的有机咖啡豆。酒精饮料也有40多种以上，晚上会提供一款料理。加上这些，就构成了以咖喱为主打的【Afterglow】的最大的特色。



Afterglow

アフターグロー

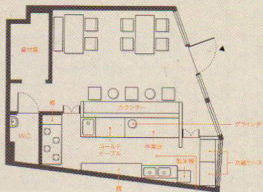
非常勤奋的学习调研，确保万无一失后才开店。

开业投资额

1000 万日元

- [ 转让费 ] 150万日元 [ 厨房设备 ] 80万日元
- [ 装修费 ] 400万日元 家具备用品 70万日元
- [ 运费 ] 300万日元

Detail



全面改装了以前也是咖啡店的铺面。店面以1个人也能妥善处理的布局来设计，开放式的厨房，两侧都设有出口。厨房内部的移动路线比较短，这样的布局可以提高工作效率。



店舗規模：  
12坪/13席

店員：1人  
人均消費：白天800日元，晚上1300日元  
日客流量：20~30  
月營業目標：70万日元

» MENU 食品22种，饮品67种（包含酒精饮料41种）



#### アフターグロー

福岡市中央区草香江1-8-25  
☎ 092-741-3080  
⑨ 11時30分～16時 (15時30分L.O.)  
18時30分～22時 (21時30分L.O.)  
@ 才藏  
www.facebook.com/afterglow.cury



#### 店主：入部友登

1987年出生于福冈北九州。大学毕业后在食品公司工作了4年，这期间下定决心要开一家自己的咖啡店。在咖啡专门学校学习经营管理的同时在一家咖啡店学习烹饪，积累经验。2015年4月开了【Afterglow】

右：【Afterglow】最受欢迎的鸡肉咖喱。口感比较清淡。

左：那不勒斯意面和纽约奶酪蛋糕。和鸡肉咖喱饭并排为店内主力食品的那不勒斯意面（700日元）拥有大批中年粉丝。自制的纽约奶酪蛋糕（500日元）也很受欢迎。饮品备有使用有机无农药咖啡豆的blend coffee和奶油苏打（各500日元）。



Menu



从2000年开始流行各种各样的咖啡馆到现在已经很多倒闭了，幸存下来的很多也是艰难的维持生计。入部就开始想为什么有些产品就会成为主流并一直流行下去呢？因为一直都很喜欢吃，所以决心开一家以自制香料咖喱为招牌产品的店。

爱茶的人和爱咖喱的人在这个店里共同存在。常规咖喱产品有Afterglow招牌咖喱、麻婆咖喱、克什米尔杂鱼咖喱、药膳黑猪排咖喱四种，另外会加上3种本日限定咖喱。本日限定咖喱大概4天更换一次菜单。至今为止做过味增咖喱、饺子咖喱等独创产品。

Afterglow咖喱的特点是先购入咖喱底料统一制作，然后根据客人下订单的情况分别料理，快要制作完成时投入各种香料和香草。被入部称之为“只此一杯”的特殊方式却能充分的发挥各种香料和香草的极致美味。使用的香草和香料多达10~15种。除此之外，入部夸下海口的再无捷径可走的那不勒斯意面和关

西风的鸡蛋烧都卖的很好。现在销售收入80%来自食品，20%来自饮品。人均消费为白天800日元，晚上1300日元。虽然开店才2个多月，但是每日客流量都有20~30个人，非常顺利。客人群体以25岁~35岁为主，与当初设定的目标群体一致。特别是本店的咖喱在SNS等广泛宣传后，吸引了很多咖喱爱好者。虽说是自学研究的咖喱，但是不论口味还是出品品质都广受好评。

入部说：“这个小店，也有喜欢喝咖啡饮酒的人，也有喜欢咖喱和那不勒斯意面的人。”以后，这里会受到更多人的瞩目。



POMPONCAKES BLVD.の店主立道岭央于2011年7月在神奈川镰仓的一个公寓租了一间房作为作坊制作蛋糕，开始了流动售卖蛋糕的生涯。立道大学学的建筑，毕业后作为一名茅屋屋顶修葺匠人开始在全国范围旅行工作。跟着师傅修炼技术的日日夜夜，也被根植于各地的饮食文化还有各地的食材所吸引，渐渐的就有了从事饮食行业的想法，想扎根于大街，创建一个新的社区文化。“想把社区变成自家的客厅，到处都在卖自己做的喜欢的蛋糕，想成为社区的一部分。”有了这样的想法，立道回到了镰仓，开始了向开果子教室的母亲有子学习甜点制作的日子。

因为有过茅屋屋顶修葺匠人那种“见并感觉”的师徒关系的经验，他和母亲的关系也像师傅和徒弟一样。

Interior



橱窗的基本商品有4~5种，每月会替换2~3种。水果主要从【青果ミコト】采购。

Menu



右：calotte蛋糕，使用的是有机胡萝卜，5种香料和千叶县的面粉制作而成。奶酪加重了柠檬果汁的味道（380日元）。  
左：柠檬奶酪派，热咖啡。咸饼干和柠檬蛋糕的组合（550日元）。热咖啡使用法兰绒滤纸提取（450日元）。

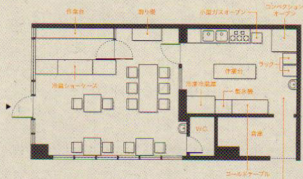
## POMPONCAKES BLVD.

ポンポンケーキ ブールバード

“人の集まる場所”が目標。  
地域を盛り上げる店をめざす



Detail



位于公寓的1楼，原来是加鲜鱼店。因为考虑到厨房设备常年使用，所以大部分购买的新设备。主要使用的是ツジキカイ公司的产品。橱窗里面的操作台除了打包也是咖啡提取和饮品制作的地方。



店舗規模： 営業期間员工：3~4人  
約30坪 / 12席 人均消費：1200日元  
日客流量：50~60人  
月営業額目標：300万日元

» MENU : 飲品4种, 甜品9~10种



ポンポンケーキ ブールバード  
神奈川県鎌倉市権堂4-1-5  
助川ビル1F  
☎ 0467-33-4746  
🕒 10時~18時 📍 水曜、不定休  
pompomcakes.com



店主：立道岭央

1983年出生于神奈川县镰仓市。2011年开始摆摊移动销售蛋糕。2015年，和母亲一起开了这家实体店。从黎明到10点营业这段时间主要是采购果子，白天主要是接待客人和配送商品。



飲食と物販の複合店で  
自分スタイルの  
潰れない強いお店を  
開業したいなら

最短7日で  
一生の財産

『プロ脳』を取得！  
繁盛店の経営者脳に  
必要な脳改革が  
ぎゅっココロ

雑貨カフェクリエイター

プロ脳！

「カフェ（飲食）+ 雑貨（物販）」  
繁盛店開業のノウハウを学ぶ

雑貨カフェクリエイターコース

- 週1回 3カ月
- 秋 連続7日間
- 秋 連休×2回

Q

強いお店・繁盛店を  
経営し続けるのに  
必要なのは何か？

なんと！  
日本全国から  
20代～60代まで  
幅広い年齢層の方が  
受講下さってるよ！

A

ビザナもベテランも  
競うのは怖いことに同じ土壌！  
必要なのは  
何のお店を作っても  
売上を作り出せる思考回路

プロ脳！

JAPAN  
ZAKKACAFE CREATOR  
ASSOCIATION

日本雑貨カフェクリエイター協会  
zakkacafe-creator.com



厚み4cmのナラ材を用いた重厚感のあるテーブルなどを配置して、落ちついた雰囲気をつくり出している。テイクアウトとカフェの売上げ構成比は7.5対2.5で推移する。

总之，他是看着母亲的做法然后反思并进步的。有为子的想法是既然我收了客人的钱，那我一定要把完美的东西给到客人。开始的半年售卖的都是有为子制作的蛋糕，渐渐的抓住了要害，开始试着卖自己制作的蛋糕，并一点点领悟到了和不用素材面对面打交道的乐趣。在开了2~3年流动小摊以后，随着客人的积累越来越多，才有了开实体店的想法。立道说：“我只想做蛋糕和咖啡，这样一来，这两个商品就成为一个个媒介，自然而然的把人们聚集到一起，我希望能建立一个地方，成为让人们放松下来的一个空间，成为他们的第二个家。”

有了这样的想法以后就会留意店铺信息。最终在14年5月里镰仓市中心不远的地方，立道出生和长大的街道闲逛时偶然发现了现在的店铺。立道说：“在JR镰仓站附近的街道主要是以面向游客的纪念品店，而现在的这个社区却没有景点主要是住宅区，遇到这样的一个新鲜的社区觉得很有趣。以这个店为起点，给这个社区带来了人气，然后出现更多的新店，城市中心的人都特意来到这里。说起来，有一个远大的理想就是把这里打造成现代的布鲁克林。”

### 9成顾客是当地居民

14年7月盘下店铺，8月开始动工装修。装修事宜拜托了在HOLIDAY CUSTOMMADE PRODUCTS上班的朋友铃木一史。在白色调的墙壁上装饰着窗框，配上吧台和枹椽材料的木地板，营造了一种家的氛围。店内古香古色的装饰架和其他内装，都注入了主人有为子的心血创意。另外，有为子坚持厨房和咖啡间一定都要有大大的窗户。除了面包房，厨房最好能做成开放式的，这样客人可以听到制作的声音，感受到制作者的欢乐，并且把这种快乐传递给客人，另外也能使店内的空间更明亮。立道和朋友一起慢慢进行着店铺的装修工作，直到15年4月份才完工，完工后就立即开始营业。



现在，店里9成的顾客都是当地居民。从很久以前就住在这里的老年人，还有因为附近新盖的住宅而搬来的家庭是主要的客户群体。立道说：“这个区域的人口主要是会持续增加的，希望我的店能够长久经营下去，并成为人们休闲的一个中心。”

「家のリビング」のような

温かみを感じられる店づくり



印象中，通顶设计的空间是由暖色木材和铁质等材料结合的。有种食堂的感觉。1楼摆放着柜台和8人座的大桌子合计29个座位。



上/一楼的柜台把厨房和客席分离开。除了悬挂自家制的香肠，还摆放了manyufatori。右/2楼有沙发座位，形成古董风格。



## 人气面包店工厂新店 食堂\*工厂的混合店在东京浅草开业啦

非常好吃这样的概念，销售自家制的手工地面包，停止以西餐厅、酒店进货，自己独自制作。这次开店，为成立新面包工厂而搜寻新的店面。在九段下区域附近开始寻找，也可能在新革附近。

作为代表日本的观光地，东京浅草还残留着下町风情。历史和新兴文化混合的地方，诞生了新式食堂概念的“sukelo kudana”。以2004年在东京九段下开业的“町coffee”为原点，09年开了面包店“fakutoli”，12年开了“qilibalan-alin”。“eat good”=

“eat food”为主题，混合东京九段下的“町coffee”和“工厂”的新店于2015年3月开业。

# Viner

1F&2F

SUKE6 DINER

【ステロク ダイナー】

主题是从早到晚安抚你的味蕾

眺望隅田川，在东京浅草助六梦周边开业。看板商品的三明治有7种全体供应。到了傍晚，采购一种面包，制作混有鸡蛋、蛋糕、燕麦的食物。夜晚，猪肉熟肉酱和酸黄瓜，牛排、虾等为主菜。平时大概100-150人，周末接待200人。国外游客也很多，菜单白天1500日元，夜晚3000日元。

东京都台东区花川户1-11-1 ayumi1、2F

电话：03-5830-3367

营业时间10点-23点（食物到22点、饮料22点30）

周六、周日、法定假期8点-22点（食物21点、饮料21:30）

休息日：星期三



1. 绿色沙冰 600日元 照片上使用小松菜、菠萝、香蕉还配了日式伞做装饰。
2. 自家制的酸奶和水果混合汁（850日元）。低温杀菌乳制品首选酸奶。
3. 放在平底锅里的英式早餐（1200日元）。由绿豆、菠菜、熏肉、香肠、鸡蛋等组合在一起的英国传统早餐用平底锅完美地诠释。还附上烤面包。
4. Kyupa风味的三明治（1100日元）。盘子里放入英国的窝菜有酸辣味的口感。
5. 黄油牛奶面包（1200日元）。添加时令蔬菜、自制黄油、枫树糖浆。

text：Pie Sasaki photo：Takashi Misawa 080



1.法棍(280日元):长时间发酵把法国产小麦的香味都发挥出来。2.巧克力甜甜圈(250日元):揉入黑可可粉的面粉有些苦涩,再加入可可粉制作而成。可以品尝到不同的可可味道3.杂粮面包(800日元):加入葵花籽、燕麦、芝麻等8种杂粮制作而成。有一种独特的口感。4.红糖浆山核桃面包(250日元):柔软的Rustique面包,让红糖浆和山核桃的香味得以完美体现5.每日替换的硬面包。葡萄干核桃面包(450日元):自家制作的葡萄干酵母发酵而成的面团,加入葡萄干和核桃制作,葡萄干和核桃占到90%6.法国小麦加入全粒粉做成的羊角包(230日元),散发着浓浓的黄油味道妙不可言。

3F

## Manufacture

[マニュファクチュア]

毎日の食卓に並べたい  
デリーユースのパンを提供

位于【スケロク ダイナー】店铺的一楼上面,店内有楼梯直通二楼,也有电梯可以通过二楼。スケロク ダイナー一系列的3家店铺使用的面包都有该店提供,除此以外以批发为主。根据季节变换会使用葡萄干、香蕉、葡萄柚等自家制作的不同风味的酵母发酵,广受好评。店面一般销售的面包有15种。用餐面包为主,但是打包面包带到附近公园去吃的游客越来越多了,所以甜面包的队伍也在渐渐扩大。人均消费500日元,每日接待100人左右。

東京都台東区花川戸1-1 あゆみビル3F ☎03-5830-3377  
◎10時~18時 ◎月曜 www.manufacture-asakusa.com



# Bakery

味わい深い  
自家製パンと  
世界各地の料理を  
楽しんでもほしい!



スケロク ダイナーの招牌商品就是手工制作的三明治。比起小吃店(食堂),更想为客人提供一日三餐,于是就根据早午餐、午餐、晚餐3个时间段分别制订了不同的菜单。平时都有40多种菜品可以选择,无论何时到访,都可以根据自己的需要选择小吃或是吃到饱的饭菜,酒精饮料及下酒菜。除此之外,スケロク ダイナー还销售狗町咖啡自己制作的人气商品シャルキュトリー,蔬菜都是每天从签了合同的神奈川三浦农家进货,鸡蛋都是用的安田养鸡场的鸡蛋。主厨访浩之说到:“从小孩到老人都是我们店的目标群体。浅草附近外国游客也很多,但是比起广泛的回应各个群体的需要,我们希望被更长久的喜欢”。



3楼的天花板很高,让人感觉空间开放。面包陈列台也可以活用成4座的餐桌,放置着自家制作的果酱和水,可以自由使用。



上:厨房内设有面包陈列柜,职员可以一边制作面包一边面对面的销售,像一个面包工场。

中:厨房占了三楼一半以上的空间,平时有两个人制作面包。电器设备都是由起重机吊着放到3楼的。

右:原来开工场,现在管理2个面包店的三浦隆广,以制作越吃越香的面包为己任。





## 三明治和书为主打的 【Bird】 在东京代官山开业了！！

2015.3. OPEN!

Bird

バード

東京都渋谷区代官山町9-10 2F

☎ 03-6416-9856

☎ 10時～19時 休水曜

bird-dakanyama.com



2015年3月，位于东京松阴神社前商业街的地域型咖啡店【Study】的二号店【Birds】开业了。代官山区的商业设施主要面向孩子和创作者，所以咖啡店也设计成自由的风格和空间可以处理自己的事情。



外と内の中間のような個性的な内装。  
自由度の高さを体現したカフェ。



从东京东横线代官山站徒步8分钟即可到达。(株) 星光工作室位于【SodaCCo】的主入口旁。

2015年3月，东京代官山的商业设施【SodaCCo】开业了。设计理念是“成长的孩子和创作者邂逅，属于每个人的大厦”。是由房地产和建筑业4家公司合作建筑的一栋6层楼高的大厦，有出租的商铺，份额办公室及儿童保育所等。唯一的一家餐饮店位于2楼，是以三明治和书为主打的【Bird】。由亲自建筑及设计的植生宿株式会社经营管理。该公司已于2010年9月在松阴神社前开了一家【Study】的店，【Bird】是第二家店。【Study】的东家跟【SodaCCo】的合作伙伴之一的佐藤商会株式会社有来往，这也是【Bird】开业的契机之一。为了吻合大厦的设计理念及风格，【Bird】也提供了高自由度的空间和菜单。



## DRINK

饮料  
一共有15种。右边是HARIOV60  
现取的咖啡（450日元）。左边是时  
令水果加入自家制作的酵素糖浆（  
500日元），照片中的饮料是甘夏  
橙、酸橙和迷迭香制作而成。

ハンドリップ  
コーヒー



自家製  
酵素シロップ  
ソーダ



店铺占地30坪，天气好的时候露台上也可以接待客人。客户  
主要是30多岁~40多岁的女性。人均消费早上800日元。中  
午1400日元。



## BOOKS

书  
铃木不仅擅长设计，书架上的一  
摞摞的书好多都是他去东京初期  
神社前的二手书店【Nostos  
books】亲自挑选的。↓



## SANDWICHES

三明治

共有8款主打的三明治。自制烤猪肉和芋  
头派的【猪肉三明治】（如上图，1200日  
元）是双面煎过的，德系系的食物。最受  
欢迎的是【时令水果三明治】（650日元）  
，照片中的是甜瓜和甘夏橙三明治。法  
国三明治限定早上供应（750日元）。



季節の  
フルーツ  
サンド

“緑”の  
クロック  
ムッシュ



## FURNITURE

除了吧座，凳子和桌子外，人工  
草坪上还随意放置着一些色彩艳  
丽的水桶凳，极力推荐！



因为位于大楼大门口的旁边，又是一个开放式的店铺，所以很引人注目，除此之外，地板一面铺设的人工草坪也是亮点。青青的草坪给人的感觉如在公园一般。铃木说道“因为我们店位于大楼大门口的旁边，所以设计上要让人感觉和整座大厦是一体的。人工草坪虽然很难清扫，但是我们还是会优先考虑和整座大厦的概念融合”，随意放置的彩色水桶凳也给人留下了深刻的印象。

主力菜单共8种三明治。铃木说：“因为三明治可以使用各种面包及各种材料制作，不论夹什么都能成为三明治，我个人感觉比起做饭，“夹”这个动作更有趣”。现在也有在考虑发挥菜单的创造性，推进新产品的研发。

该店的另外一个特征是铃木的熟人和朋友等合作伙伴也参与进来了。书架一面摆放的书都是从松阴神社前面的二手书店【Nostos books】购入，既可以售卖，顾客也可以自由的在座位上看书。挂着黑板的墙壁上用白墨画的店名是设计工作室Paint&Supply的杰作。除此之外，面包来自神奈川镰仓的【パラダイスアレイ】和东京驹泽的【ホルツ】，蔬菜和水果购自“旅行的果蔬店”的【青果ミコト屋】，咖啡豆使用的是东京奥泽的【オニバスコーヒー】的咖啡豆。全部是平时和铃木交流的伙伴们。通过各种各样的事情这个际的轮子越来越大，以后也一定会更好的促进咖啡店的成长和发展。



## 第10回 クインビーガーデン メープルスイーツ コンテスト

### 【応募部門】

●菓子部門(洋・和菓子を問わず) ●パン部門

### 【応募資格】

お菓子やパンに携わるプロフェッショナルの方(洋・和菓子職人・パン職人、料理人、講師、開発者、研究家など)

### 【応募条件】

●株式会社クインビーガーデン(クベック・メープルシロップ)もしくは、(クベック・メープルシロップ)を必ず使用してください。

●「メープル」主題(<http://www.rejutan.co.jp/maple-maple/>)でも販売しております。

●作品は未発表のもの(今後発表あるいは発表予定のものでもよいですが)、または、この1年以内に賞商品として発表されたもの、あるいは新商品として発表されたもの。

●お一人様何点でも応募できます。  
●菓子部門は3時間以内、パン部門は5時間以内で製作出来るもの。

●パン部門のみ、10月23日(金)に前日仕込みあり。

### 【応募期間】

2015年7月6日(月)～9月11日(金)  
郵送の場合当日消印有効

### 【応募方法】

応募用紙をご用意しています。  
ウェブサイト(<http://www.qbg.co.jp/contest.html>)からダウンロードしていただくか、事務局までお電話、ファックスなどにご請求ください。

### 【募集先】

〒4-0-332  
東京都中央区八丁堀5-17-16 セントラル京橋4F  
「メープルスイーツコンテスト」事務局

TEL:03-3553-7510 FAX:03-3551-6714

【審査方法】賞状賞品などについて実施費を負いません。

●賞状賞品等一切無効。応募の中から前年度を賞品賞品として選出いたします。賞状賞品等制作の応募者の方には、2015年9月下旬に審査して通過の前、ご連絡いたします。

●賞状賞品(原産地):賞状賞品賞品を実際に製作していただきます。

※賞状賞品日:10月24日(土)会 場 東京製菓学校

●賞状 賞品:10月28日(水)カナダ大使館(予定)

●賞状賞品、表彰式の会場までの往復交通費を弊社にて負担いたします。

### 【賞 品】

賞状賞品1名(賞金30万円、賞状1つ(原産地))

賞状賞品2名(賞金5万円、賞状1つ(原産地))

賞状賞品3名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品4名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品5名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品6名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品7名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品8名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品9名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品10名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品11名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品12名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品13名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品14名(賞状1つ(原産地))

賞状賞品15名(賞状1つ(原産地))

2010.9. OPEN!

STUDY  
スタディ

東京都世田谷区吉村4-20-7 1F

☎03-6804-0180

営業時間 22時00分(2時L.O.)

日曜 11時(17時30分L.O.)

※水曜

hanyu-no-yado.co.jp/study



第一家店【STUDY】集中了当地住户，  
是一家地域型咖啡馆



1. 咖啡店位于东京世田谷区松阴神社站徒步一分钟即可到达的商业街。
2. 客户群体大半都是附近的居民。晚上的话有各种丰富的下酒菜和酒。人均消费1050~1500日元，晚上人均消费1500~2000日元。
3. 芒果和西柚制作的芭菲“SUMMER”：芒果果子和沙司，加上酸奶冰激凌制作而成，限定夏天供应（830日元）
4. 用京都柠檬制作的柠檬水：使用自家制作的レモンコンフィ（570日元）



### OWNER'S VOICE

店主の:  
想开一家能够增加地域活力的有魅力的咖啡馆

作为建筑设计师独立后很快就开了这家咖啡馆。可以和各种各样的人接触，可以召开各种研讨会，得到很多消息和情报，这些都是咖啡馆的优点。在咖啡馆所在的东京松阴神社前有一条街，既充满了活力，又有一种悠闲生活的气氛。想通过咖啡馆维持这条街的优点，同时也让它更有活力。开业已经有5年了，这期间周围也有很多有魅力的商店陆续出现，希望能像东京代官山的【バード】一样，能够协调好员工和当地居民的关系。

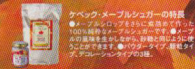


鈴木一史

1979年出生在东京。在东京的建筑公司做设计师，2010年独立后，成立了店铺和家具设计公司植生之宿株式会社。2010年9月，【STUDY】开业。



クベック・メープルシロップの特長  
●カナダ産クベック産純粋なシロップ。他の国産品を混ぜてつくった100%純粋なメープルシロップです。●カナダ産のシロップは、その成分が100%純粋なシロップであり、他の国産品と比べて、より濃厚で、より甘いシロップです。●カナダ産のシロップは、その成分が100%純粋なシロップであり、他の国産品と比べて、より濃厚で、より甘いシロップです。



クベック・メープルシロップの特長  
●カナダ産クベック産純粋なシロップ。他の国産品を混ぜてつくった100%純粋なメープルシロップです。●カナダ産のシロップは、その成分が100%純粋なシロップであり、他の国産品と比べて、より濃厚で、より甘いシロップです。●カナダ産のシロップは、その成分が100%純粋なシロップであり、他の国産品と比べて、より濃厚で、より甘いシロップです。

より詳しい情報、応募用紙のダウンロードは  
<http://www.qbg.co.jp/contest.html>

## 一楼

右：位于从东急东横线学芸大学站步行7分钟就到了的住宅区街道上。房屋面积为15坪，其中办公室8坪、甜点工坊5坪、店铺2坪共3个座位。

左：店里的工坊是系列店、网售用的甜点一系列制作的地点。2名女糕点师负责制作。左下：柜台上摆放着松饼和三明治，此外还有京都·福知山面包店“KARUNA(音译)”的面包。

一楼右：位于从东急东横线学芸大学站步行7分钟就到了的住宅区街道上。房屋面积为15坪，其中办公室8坪、甜点工坊5坪、店铺2坪共3个座位。



## 提倡“素食主义”15年！！ 改革生活t方式 8abliSh的策划能力

“素食主义”是该店的食物方针，一概不用动物类食材。这一也被称作“纯蔬菜主义”的主题，已凝聚成在这15年不断举行活动的(株)8abliSh的精神所在。

(株)8abliSh由清野玲子女士和川村明子女士于2000年创建。同年在东京·南青山创建“cafe8(音译)”、03年在东京·表参道创建“Pure Cafe(音译)”，这一过程中一直在提倡“素食主义”这一饮食方式。“Cafe 8”虽然于06年搬迁至池尻大桥，但在11年的东日本大地震时，出于(清野女士的)“我想重新审视自己的价值观和公司今后的发展方向”，故而在多数粉丝的叹息声中关闭了。但是，在那之后不仅致力于扩大素食主义甜点的批发和网售渠道，并在14年11月与学芸大学共同开办甜点工坊，由此创办出了一家咖啡&日用杂货店“8abliSh”，一步步地推动了事业发展。

“更愉悦的”“更好的”饮食理念  
(接下一页)

松饼&咖啡

# 8abliSh

エイタブリッシュ

创业于2014

食物偏重于甜点及轻食\*。店内也放了食品，“家庭”也是该店的吸引力之一  
\*注：轻食，是指份量不多的食物，指简单、不用花太多时间就能吃饱的食物。中国广东人的“饮茶”、欧洲人的“下午茶”均可称作轻食。



## 日用杂货



## 甜点



## 咖啡



## 松饼



01&02:香草巧克力碎片松饼、香蕉&夏威夷果松饼/使用了小麦粉、淀粉、椰果牛奶、甜菜糖\*(也称赭色糖)等(各432日元)。03:8abliSh混合咖啡/由岛根の自家烘焙店“松浦咖啡”的咖啡豆手工滴滤而成(324日元)。04:纽约奶酪蛋糕/是使用了国产大豆豆腐的无麸产品的1种(540日元)。05:Little Bite(肉桂枫饼)/使用了白高粱及糙米粉。无麸(540日元)。06:素食曲奇、BUBU(音译)曲奇/系列拓展后、设计成动物形状的曲奇和、加了蔬菜的曲奇。照片上为枫味和可可味的“Dark & Baby”和使用了胡萝卜的“Carrot”(各756日元)。07:新鲜研制的花生黄油/自己用专用机器研制而成(907日元)。08:自制格兰诺拉麦片/由燕麦、海枣、腰果、核桃、瓜子仁等混合制成(810日元)。



## 一楼



右:店铺面积为25坪共36个座位。店内采用了客人在柜台点单后,在座位上等待产品这一半自助服务方式。店内也出售素食主义适用的食品、和马克杯等原创物品。左:店铺位于从东京地铁表参道站步行1分钟的小巷里,位于1楼的店铺外装为一直很理,很吸引人注目。入住同楼层的还有伦敦品牌“aveda”(美国Estee Lauder(雅诗兰黛)集团旗下的天然植物品牌,中文译凡达)旗舰店。

# PURE CAFE

ピュアカフェ

始建于2003

产品阵容全天候可用  
这是一家开业已有13年的素食主义咖啡馆



东京都港区南青山5-21  
电话:03-5466-2611 营业时间:8点30分~22点30分(22点最后一批次单)  
休息日:休息不固定 [www.pure-cafe.com](http://www.pure-cafe.com)

### (接上一页)

该公司创建初期,日本的素食主义市场范围极其小。清野女士自己认为“开店是想要开拓一个新市场”,那么,这个想法为何能走上正轨呢?一个应该是素食主义这个主题具有积极向上的意义并体现了生活吧。例如,该公司的口号是“Eat Your Vegetables!= 请好好吃蔬菜”。提倡的不是“排除动物性食材”,而是“吸收有益于身体的东西(蔬菜)”。各家店的菜单以及POP(宣传易拉宝)上并未过多使用“素食主义”这一词语。清野女士说:“向顾客们提议的不是不过于禁欲、而且吃得最好这一方式,而是更愉悦的、更好的生活方式”。针对消费者方方面面的生活场景所提出的策略,也为粉丝们扩大了视野。例如, Pure Cafe推出了早餐(6种组合)、午餐(共5种)、晚餐(单点,约15种)这种按时间段划分的菜单。还添加了素食主义适用的饮料及甜点,满足了人们对咖啡馆的需求。采用半自助式服务、可外带,这些都是考虑到时间紧迫的、繁忙的都市生活者们的需求而作出的一种尝试。另外,新店8ablich推出了咖啡5种、松饼和三明治各2种的限定式菜单,还具备丰富的面向素食主义的饮品,体现出“家庭餐桌”这一诉求点。计划今年9月在表参道开办餐厅。据称该餐厅提供吸收了意大利、地中海料理精化的素食食物。

### 饮品



01:面包素食组合(自家产格兰诺拉即食麦片)/格兰诺拉麦片为原味(照片所示)或巧克力蔓越莓, 汤头选自自制酸奶(同)、米浆、杏仁奶。含汤或饮料(680日元·税另算) 02:午餐组合(谷物沙拉午餐)/由豆腐、柠檬果汁、酱油等调制而成。具备东方风格。每2个月会变更一次调味。含沙拉、小甜点、汤。采访当天的汤是罗宋汤,费时加料做成的。(1200日元·同) 03:素食汉堡/汉堡馅是煮大豆、洋葱、胡萝卜、蘑菇炒过后做成的肉糜(1400日元·同)。 04:当天的PURE冰沙(绿色系)/由苹果、橙子、菠菜、薄荷、奇异果混合调制(700日元·同)。 05:自家产自制酸奶(印度风味,用酸奶制的甜品)/将豆类和糯米混合后发酵后制成米浆,加入枫糖浆后制作而成(700日元·同)。

### 晚餐



### 午餐



### 早餐







(稿)Rabbish  
代表董事  
清野玲子

1968年生于东京都。作为美术印刷设计师开展各种活动，于2000年与同为美术印刷设计师的川村明子共同创业，开了一家以严格的素食主义为主题的、名为“Eight Cafe”的咖啡馆。(清野)自己是天生的素食主义者。

### ——新店“Eight Cafe”开业的背景是？

清野女士(以下省去敬称)托客户们的福，这几年“Pure Cafe”销售很好，而且也有很多人来托我采购，我还觉得现有的甜点工坊生产能力有限。正想找一家可以放下现有的工坊和办公室时，发现了现有的这家店面。又觉得好像尝试不同的事物，就决定了在新店里另开一家小店。其实就是在工坊的另一端有一个卖场，感觉像是甜点工坊里(甜点做好了)就直接销售一样。

### ——不提“咖啡馆”的理由是？

清野一贴出“咖啡馆”的话，就会觉得我们自己的价值观被这两个字给束缚住了。虽然我们主力商品是咖啡和玛芬蛋糕，但还有调味料啊、宠物用品啊，我们希望超越经营范围的障碍，将我们自己喜欢的东西、认为好的东西不断推荐给顾客。虽然只是一家小店。刚好我们店位于住宅区附近，附近有学校，也有很多老人。希望将这家店打造成融入不同人群的日常生活的店铺。

清野与其说我们想增加素食主义者或严格的素食主义者，倒不如说我们希望向更多的普通人推进“健康的蔬菜料理”。例如，昨天吃了很多肉类菜之后，今天主要想吃蔬菜，这时能想到来我们店就好了。原本就是窄小的世界，再将店铺打造成禁欲风的话，就无法拓展目标客户啊。

### 读懂客人的心情

是店铺得以持续经营的秘诀

### ——Pure Cafe自开业今年已是第13年，你认为是什么使得客户能长期支持你们呢？

清野与开业当初相比，现在大家已经习惯了严格的素食主义者这个词语，还有就是慢慢符合了时代的需求。另外，就像刚才说的，我们不过分强调“严格的素食主义”，但一直致力于打造宽敞的店铺、强调“外出就餐”的价值观，我觉得这也是一个理由。

### 采访

## 我们的工作不是去增加素食主义者或严格的素食主义者，而是向更多的普通人推荐“健康的蔬菜料理”

清野 我觉得外出就餐也是一种娱乐。所以(外出就餐的)店应该是一个让人觉得开心的地点。这就是餐饮店的价值。顾客支付是对这家店让人觉得开心这一想法的补偿，所以我们要读懂客人的想法并有所回应。市场营销非常重要。

例如，每次开会时，大家一起讨论“现在的客户会是怎样的一种心情呢”，以顾客的视角不断开发出符合四季(特色的)新菜单，也不断致力于更新现有菜单。另外，蔬菜也并非限定于有机/无农药蔬菜，这一点是因为不想将对食材的讲究转嫁到价格上，也不想抑制负责制作料理的员工创意、进而破坏了菜单开发的乐趣，这是最大的一个理由。

地理位置和概念完全吻合，然后只要不偏离合适的价格，从某种意义上来说店铺能够长久经营下去。但是，当销售趋于稳定时，今后的成长就取决于是否能够做出意识转变。

### ——今后的事业拓展是？

清野 今年秋天计划在表参道开一家餐馆。在同一区域已有Pure Cafe，所以计划将Pure Cafe向休闲风格方向转变，希望实现与餐馆的界限划分。只是，拼尽全力不断地去开多家店铺并不适合严格的素食主义者这一主题、以及我们的性情。今后在拓展事业时希望不要偏离我们的价值观、不勉强自己。



上：清野女士执笔的严格素食主义者的菜谱《VEGE BOOK》。2006年第1卷完成，现在已经刊发了4卷。左上：店铺的内外装修商标。在售产品的包装等全部由清野女士和另一名代表、川村明子女士指导、并在公司内设计完成。左：取配色不同的蔬菜料理。在杯内堆满8层的“完美沙拉”(880日元/税另收)。Pure Cafe的菜单中，(这款产品)也可外带。

a

## 谷物沙拉

[材料] 4~5人份

玄米、黑米、藜麦、黄米…合计1/5升\*(备注日语“1合”在中文中为“1升”的1/10。)

白扁豆…1/2杯(按照煮过的状态称重)

胡萝卜…1/2根

紫洋葱…1/2个

腰果、花生…共1/2杯

荷兰芹(切碎)…适量

盐…适量 黑胡椒…适量

\*黑米、藜麦、黑米量的调配比例共为玄米的1/10。

### 调料

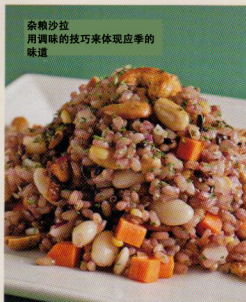
柠檬汁…1大勺 白酒醋…1大勺

EV橄榄油…1大勺

枫糖浆…1小勺 盐…2小勺

### [制作方法]

- 1 制作调味料。将所有的材料倒入碗中搅拌。
- 2 将玄米、黑米、藜麦、黄米放在一起炒，白扁豆放锅里煮。将胡萝卜切成大小约为1厘米的块状、紫洋葱切碎。用烤箱将腰果和花生烤成焦黄色左右
- 3 将炒过的玄米、黑米、藜麦、黄米和胡萝卜、紫洋葱、煮过的白扁豆放入大碗中。浇上调料搅拌后，放盐、黑胡椒调味。
- 4 加入烤过的坚果、荷兰芹，轻微搅拌。装盘



杂粮沙拉  
用调味的技巧来体现应季的味道

谷物沙拉用调味料将杂粮调制而成。为能将杂粮当做沙拉来吃，诀窍在于将杂粮炒得偏硬。基本调味方法是用柠檬汁啊醋等调味。味道偏淡。夏季也可根据季节推出融合了番茄的酸涩和香辣的墨西哥风格等味道。

## PURE CAFE教你做、简单的素食主义者菜谱！

“严格的素食主义者”这一主题和、“开心、美味”并存的“PURE CAFE”的菜单。主厨和田仁美说“不用想得大复杂哦”。从4种菜单中学会料理制作的诀窍和基本想法吧。

[关联报道 > 第86页]

### 毛豆香菜冷凝汤

[材料]4人份

香菜…2根 洋葱…1个 蒜…1片

EV橄榄油…2大勺 干月桂叶…1片

毛豆(已剥去豆荚)…2杯 盐…1小勺

黑胡椒…少量 水…600ml 豆浆…100ml 细叶芹…适量

### [制作方法]

- 1 将香菜按根、叶和茎分开，根切碎，叶和茎切成大块。将洋葱切成薄片、蒜切碎。
- 2 将EV橄榄油倒入锅内、放入1.中香菜的根、蒜、干月桂叶后小火炒。炒出香味后放入1.中的洋葱后炒至全都变软。
- 3 倒入毛豆、撒上盐、黑胡椒后翻炒，再加入1.中香菜的叶和茎后搅拌。
- 4 加水调大火，水开后调小火煮3分钟左右。关火、往锅中加冰水冷却。

- 5 将4.的材料倒入台式搅拌机中，去除干月桂叶。一边加豆浆一边搅拌成糊状(如右图照片所示)。装盘、放上细叶芹装饰。



草本与毛豆的绝佳匹配  
豆浆\*橄榄油的润滑口感

关键点在于将香菜按根、茎和叶分开，将根块炒后让香味渗入油中。另外，和田女士还提到“因为用的是豆浆而不是牛奶，所以多加了点橄榄油来体现汤的浓稠”。据说香菜和嫩豌豆、香菜和新土豆等组合也在推荐之列。

## 酱油料酒烤豆类猪排三明治

【材料】1人份

豆类猪排…1块(大小切成与面包一样)  
炸面包(面包粉、低筋粉、水各适量)…适量  
炸东西用的油(菜籽油或太白芝麻油)…适量  
洋葱…适量 橄榄油…适量 盐…少量  
酱油料酒汁…比以下量少。适量 黑面包(8片切)…2片  
蛋黄酱类型有机豆腐调味料…适量  
黄瓜(切薄片)…3片 西红柿(切薄片)…3片  
紫包菜…适量

\*有时也会用豆腐、土豆、柠檬汁、EV橄榄油等搅拌而成的自家制蛋黄酱

### 酱油料酒汁

甜料酒…2大勺 日本酒…2大勺 酱油…1大勺 蔗糖…1大勺

### 【制作方法】

- 将豆类猪排整体裹上炸面包，放入175度~180度的炸东西用的油中，炸至表面呈焦脆状。
- 将洋葱切成薄片，放入涂过橄榄油的平底锅中，撒盐，炒至紫色。
- 制作酱油料酒汁。将所有材料放入锅中、开火、煮至溶解状。
- 取2片黑面包片烤过之后在每一片的单面涂上蛋黄酱类型有机豆腐调味料，并在1的豆类猪排整体涂上3。
- 在4的1片面包涂过调味料的那面，放上黄瓜和西红柿，并加上4的豆类猪排。依次放入2的洋葱、紫包菜，再放上4的另一片涂过调味料的面包。对半切，插入牙签后装盘。



将豆制品做成猪排状，容量倍增

夹馅是蘸过酱油和料酒的豆类猪排。当然，面包使用的是不含鸡蛋的素食主义用的食材。不仅仅有新鲜蔬菜和豆类猪排，还有提前炒过的洋葱，加大了容量。(和田女士) 要点在于加了用油炒过的蔬菜。烤过的茄子也不错哦”。

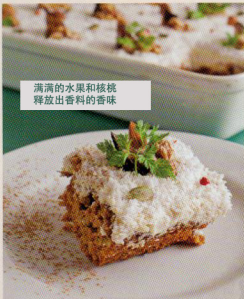
## 风格无国界。所有料理都适用!

人们一般一听到严格的素食主义者就容易觉得限制很多，其实除了不使用动物性食材外没有限定((株)8abliish公司也不使用白砂糖和化学调味料)。料理的制作方法以及调味的方向(任主厨)自由发挥。如日本料理、意大利菜、中国菜、民族风味菜等，全凭料理制作者的创意，能不断制作出各式各样的料理。有时也会将现有料理的肉刺鱼啊替换成杂碎啊蔬菜，也就是推出所谓“仿肉类”料理，但最近正在大力推行着眼于“吃蔬菜吃得很有趣”这一视角的菜谱开发。也就是使用酱油啊调味料等，尝试去寻找、创造适合蔬菜的味道啊。



总经理 山内 洋子  
和田仁美女士

1972年生于东京都。在日本料理店学习技术10年后，还受邀去意大利餐饮业和西餐厅磨练过技术。2004年进入(株)8abliish公司。05年起担任主厨。长处是善于开发充分发挥了蔬菜及杂粮味道的菜谱



满满的水果和核桃  
释放出香料的香味

## 香胡萝卜蛋糕

【材料】14\*12cm的耐热盘1个、约6人份  
核桃…50g 杏仁(带皮)…50g 胡萝卜(切成不规则形状)…175g  
盐…1根 枫糖浆…75ml 菜籽油…75ml  
低筋粉\*1…100g 烘焙粉\*1…6g  
肉桂粉\*1…4g 肉豆蔻粉\*1…1.5g  
朗姆酒腌渍后的洋李子\*2(照片里为腌渍前)…25g  
豆腐油\*3…200ml 椰丝…适量  
无花果干、南瓜子、杏仁(带皮)、核桃、粉红胡椒(瓶装)、细叶芹…各适量  
\*1分别筛入低筋粉、烘焙粉、肉桂粉、肉豆蔻粉。  
\*2取干洋李子、去核后切成薄片，倒入朗姆酒至刚刚没过的程度。腌渍1天。  
\*3由充分除水后的水豆腐、枫糖浆、朗姆酒、香草精混合制成。

### 【制作方法】

- 将50g核桃切成大颗粒。
- 将50g杏仁放入食品加工器中搅拌至粉碎，再加入胡萝卜搅拌至胡萝卜也变粉碎。
- 往2中加入盐、枫糖浆、菜籽油，搅拌均匀至所有材料均匀融合在一起。
- 将筛过的低筋粉、烘焙粉、肉桂粉、肉豆蔻粉放入碗中，再一下子倒入3的材料，用橡胶刮刀搅拌至没有粉状物。
- 将1中的核桃和、浸过朗姆酒的洋李子倒入4中，稍微搅拌。
- 往耐热盘的四周涂上菜籽油(不在上述分量内)，放入5中的材料，涂平。放入170度的烤箱中烘烤20~30分钟。使用竹签确认，当竹签无法刺穿时就烤好了。取出耐热盘，于常温下散热。
- 往6的食材表面涂上豆腐油、推满椰丝。用无花果干、坚果类、粉红胡椒、细叶芹装饰。分到小盘中，撒上肉桂粉(不在上述分量内)。



减少了低筋粉使用量，放了大量的干果类和坚果，突出了肉桂和肉豆蔻的香味。干水果提前已用朗姆酒浸过，仅多1道工序就增添了香味。洒满了椰丝，构造出像下雪一般的情景，这是一道很有趣的点心装饰。

吸烟者，非吸烟者各得其所，咖啡店吸烟区立马搞定

# 咖啡店吸烟区立马搞定

设立吸烟区是让吸烟者和非吸烟者都能满意的解决方案。虽然乍一看会觉得很难做，但实际上只需稍稍花些功夫就能达到显著的效果。此次就让“吸烟区博士”来为我们指导其中的诀窍吧。

【 咖啡店设立吸烟区由此开始！ 】

区分店内空间区域	桌椅和吧台等
设置简单的隔断	暖帘，卷帘，隔断
考量空气的流向	确认换气口的位置安排桌椅
思考客人动线	让非吸烟者不经过吸烟区
考虑香烟的特征	将吸烟区安排在楼上或上层
采用换气的设备	空气净化器、除臭机等



我是一直和博士在一起的猫助手喔！

## 吸烟区博士

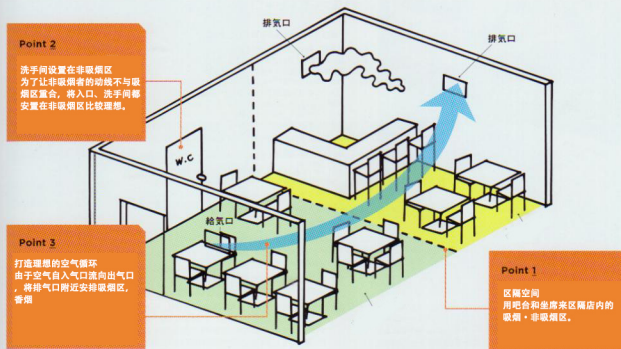
在多家餐厅和各种设施促进建立“吸烟区”，根据个别的条件和要求给到相应的吸烟区建立方案。每天的都在探索更加简便的吸烟区建立方式。钟爱卡布奇诺和猫。

Let's Try  
↓

首先由此开始

## 基础篇

恰当第设置出入口气口，打造从非吸烟区到吸烟区的空气建立理想的区域分割的店铺案例。





稍费工夫打造  
更加的环境

+ a 篇

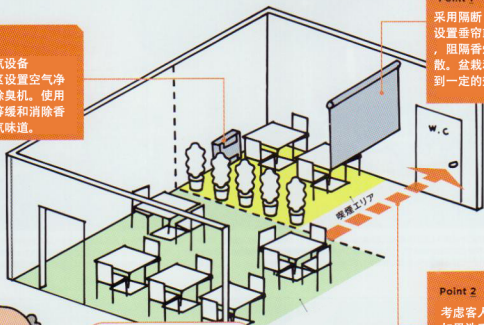
由于在店铺的构造上只是这样的话很难得到预期的分离想过，于是通过简单的隔断、和换气设备提高效果的示例。

Point 3

活用换气设备  
在吸烟区设置空气净化机、除臭机。使用除臭剂等手段缓和消除香烟的烟气味道。

Point 1

采用隔断  
设置垂帘或塑料挂帘等，阻隔香烟烟气味道扩散。盆栽和隔断也能起到一定的效果。



不要用店铺构造为理由放弃设立吸烟区。上面图中这样恰到好处地组合隔断与换气器具也能得到卓有成效的分离效果。

还有很多提高分离效果的方法哦！

Point 2

考虑客人的动线  
如果洗手间在吸烟区，那设置简单的隔断，让烟气味道不扩散到非吸烟者的动线上。

介绍分离效果卓越的工具和手法



垂帘

卷帘等帘子可以简单装置且没有压迫感。还可以作为遮掩与设计道具起到作用。



柜子

可以把架子，柜子作为隔断的代替品使用。同时还可以用于展示陈列首饰、杂货等销售品或书的平台。



空气帘

可以以相对比较简单的工程完成，却可以带来显著分离效果的道具。大多为吸顶式的，还不占空间的。



堵住空调送风口的一个方向

用玻璃胶等工具堵住部分送风口，认为地改造送风的流向。由此可以不花费经费也能提高分离效果。



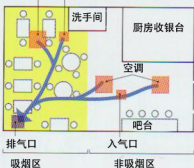
隔断

针对天花板很高，很难设置卷帘等帘子的场所。在具有遮掩效果的同时，如果使用巧妙还能提高空间的设计性。



裸露在外的管道，与黑色金属的组合与店铺的设计融为一体。

空调 入气口



物尽其用的整体设计，将非吸烟区安排在店铺入口，吸烟区设置在备有排气口的内侧。非常理想地把收银台，餐盘回收口和洗手间全部安排在了非吸烟区域。

## DAY'S COFFEE

意式浓缩和三明治大受欢迎的自助式咖啡店。  
附近商务人士休息的场所。

デイスコーヒー

大阪府大阪市中央区南船場2-3-4

☎ 06-6264-3951

☎ 7时~21时 (L.O.20时30分)

☎ 日祝

楼层:2、5、5B、5C、5D

## 2

2000年在大阪南船厂开张的DAY'S COFFEE，是一家很早就用纸杯出品意式花式咖啡的人气店。店里自豪的菜单是自家拼配的新鲜烘焙咖啡豆制作的咖啡，和多达26种的三明治。三明治是每天进货早上新鲜烘焙的面包在店内制作完成的招牌产品，满柜的产品一开店就被蜂拥而来的客人们抢购一空。

开店初期店内原是全场可吸烟的，从大概10年前开始设置了禁烟区。然而，一部分客人提出了“香烟的味道很烦人”的投诉，实际调查发现确实有烟气味道从吸烟区扩展到禁烟区的情况发生。于是就尝试将店内两个排气口中的一个停止使用，构成了从店铺入口到内侧的自然空气循环，再将禁烟区设定在店铺入口，而吸烟区在店铺内侧。两个区域之间并无墙壁，其中的通道也不宽敞，虽然只是空间区隔，由于切实地做到了合理的空气循环，及时在高峰时间也没有出现香烟烟气味道扩散的问题。此外，洗手间设置在非吸烟区也获得了客人们的好评。今后也将努力回应客人们的需求，通过分区来达到更加舒适的空间。

## “利用空气循环流向实现卓有成效的分离效果”

Before 使用所有的排气口



After

停用一个开启口，控制空气流向



右上：人气菜单DAY'S COFFEE 咖啡250日币，熏制牛肉三明治240日币。左上：收银台边陈列三明治的展示柜。右下：店址位于南船厂商业街。左下：代表光岡武志：“我也是喜欢抽烟的人，所以非常喜欢吸烟区的设置。”



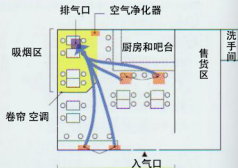
注意换气设备!



在此，我们向用心实现理想分区效果的人气咖啡店询问了具体的操作方法，和设立吸烟区的契机。



与墙壁颜色相同的卷帘  
在没有破坏店铺设计的  
情况下，有效地发挥着  
隔离效果。



非吸烟区

将非吸烟区设计在店铺中央，吸烟区设置在店铺内侧。用不透气的帘窗素材，吸烟区的排气口，辅助性的空气净化器提高分区效果。

为了称托宽敞的通层店内空间，也避免遮蔽入店堂的自然光，采用了具有透明感的卷帘来区隔吸烟和禁烟区域。因此店内的吸烟区也十足亮堂，而没有闭塞感。由于吸烟区正上方有排风口，即使是旁边的吧台坐席也不会受到香烟烟气味道的影响。

## 自家烘焙咖啡工坊 山大 Cafe&Gallery

与老酒馆兼营的咖啡店&画廊。  
自家烘焙的咖啡，与运用本地食材制作的餐点引起话题

やまだい

爱知县西尾市吉良町吉田松木田82-1

☎ 0563-45-5502

🕒 9时~18时30分 (L.O.18时)

🌙 月曜

📅 休息日10、非休息日36

名古屋铁道西尾线吉良吉田站徒步10分钟。位于闲适田园地带的“山大”，是一家由传承13代的酒馆“酒店吉良屋”运营的咖啡店。店铺的三分之一是兼设画廊的店铺，剩下的空间才是咖啡店空间，于2014年4月开始运营。从早晨到咖啡时间，无论何时都人气十足的是店里小批量自家烘焙的咖啡。其中以巴西BAU农园咖啡豆为主的“山大拼配”450日币，凭借着干果般的甜蜜和醇香的口感得到了来自全年龄客人的好评。

之前店里还曾一度销售过香烟，最早开店的时候就进行了吸烟区域隔离。某一天，有一位独自进店的客人提到“有香烟的味道让人分神”，由此为契机进行了更加细致的吸烟区隔离的资讯。并以“我们不想做具有压迫感的隔断，同时也想控制实施成本”的条件提出了委托。于是我就建立在店堂内部设立吸烟区，用卷帘将非吸烟区隔断。马上实施应用后，就连在吸烟区隔壁坐席长待的客人也增多了。即便如此，有需实施隔离的时间还短，所以还需持续观察根据需求排除可能产生的问题。

用简单且符合店铺氛围的卷帘进行隔离

Before 进行禁烟区域隔离

After

资讯商谈后

恰到好处的设立吸烟区域禁烟区



右上：运用本地味淋制作的咖啡果冻，满载甜点的“殿下的点心”500日币。左上：以前也曾用过盆栽和隔断。左下：店内服务生 右下：位于田园地带路边的店铺

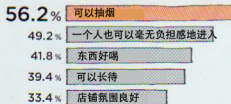


## 用数据验证诉求分区的理由

我们从各个问卷调查中也可以了解到咖啡店建立禁烟分区的重要性。让我们一起来看一下餐饮业从业者和咖啡店客人的调查结果吧。

### 选择咖啡店时重视的要点

Q 您平时选择餐厅时，会对以下的选项中哪一点比较重视？  
(以抽烟者为对象询问不同店铺时着重什么的复选问题。共数据第一到第五位。)

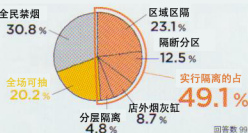


回答数 809

对于抽烟者而言“可以抽烟”是他们选择店铺时最为重要的关键。

### 咖啡店行业吸烟规则实态

Q 销售业绩高的店铺如何设定吸烟规则？  
(以餐饮业从业人员为对象，选择主要店铺实施的各种吸烟规则。)

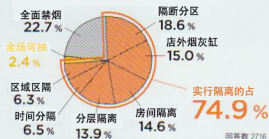


回答数 99

已经有近5成的咖啡店业者实行区隔处理。

### 咖啡店客人对于吸烟区的容忍度

Q 您平时利用咖啡店时，对以下情况能够容忍的是？  
(以不抽烟的客人对象，选择各种店铺情况下可以容忍的吸烟规则。)



回答数 2716

进入咖啡店的非抽烟者约7成对于吸烟区表示可以容忍。



能够抽烟对于吸烟者来说是最重要的决定关键，而可以容忍吸烟区的非抽烟客人则有7成。首先来从简单的方法开始尝试区隔吧。

### 努力隔离禁烟区打造人气店铺

正如我们之前所看到的那样，咖啡店设立禁烟区并非需要大笔的资金和改建。有时只需要建立店内的空气流向循环，在上风处安排非吸烟区，下风处设置吸烟区，或是采用简单的隔断和进化机器的组合达到卓有成效的隔离效果。

上面的问卷调查结果也显示了有近5成的咖啡店已经进行了区隔管理。而有高达7成的不吸烟客人表示可以接受店里有吸烟区。但又半数以上的吸烟者在选择咖啡店时会把是否能够抽烟作为关键。作为给予客人短暂休息放松时光的咖啡店，从本身所担任的角色来看，实行吸烟区隔离也是一种对于客人需求的回馈。前两页上人气店铺的案例十分值得关注。这两家店在进行隔离后，都因为吸烟区的烟味蔓延至非吸烟区而遭遇到客人的投诉。但他们做得很棒的是，马上找出了其中的原因，在必要的情况下寻求专家找到解决方案，至今都在为提高隔离的效果而努力。这样的态度使店内的空间愈发舒适宜人，也是他们能够得到众多客人支持，成为人气店铺的根源所在。



## 想要应用！给予隔离分区的补助·促进制度

很想要实施隔离分区但却担心费用……对于这样的店铺现有好消息！  
让我来介绍一下东京和厚生省实施的，对于进行隔离分区工作的部分补助制度。

## 东京

为了承接外国旅行者  
住宿餐饮设施抽烟隔离分区环境整備补助金

## 对象

东京市内餐饮店，注册资金在5000万日元以下，全职员工50人以下的店铺。

## 条件

1. 支持多语言服务，或正计划要做到的店铺
2. 实施隔离分区后，需接受东京都的问卷调查和实地检查，并合作进行项目PR等工作。

## 补助额

补助率：补助对象经费的4/5  
补助上限：每店限300万日元

## 补助项目

在设置吸烟区时所必须的经费，设备费、机械装置费、工程费、零件装置费、排气管道设置（换气扇，气流管道），电工。

东京自2015年7月27日起以市内的餐饮业者为对象，开始实施抽烟隔离分区工作部分补助制度。对于准备建立隔离分区的业者，免费派遣专业指导，就店铺的现状进行技术性的商谈，推荐卓有成效的实行方法，还会对于补助申请提供建议。该补助对于已经进行分区的店铺环境改善，和租赁状况也会予以补助，想请大家一定要积极使用！

详情 [分烟GO TOKYO](#) 请搜索

## 资讯信息

## 关于补助项目

東京都 産業労働局 観光部  
受入環境課 環境整備推進担当  
TEL: 03-5320-4627 受付：平日9時～12時、13時～17時

## 关于专家派遣

日本たばこ産業㈱ お客様相談センター  
TEL: 03-5572-3336 受付：平日9時～17時40分  
休業日：土日祝日、創立記念日(6月初旬の平日)、12月30日～1月4日



有助于各种目的的支持抽烟隔离分区的补助制度正在启动。还希望大家能灵活应用。

## 全国

厚生劳动省的“防止被动抽烟对策补助金”引人注目！

## 对象

- ・ 适用劳动者灾害补偿保险的店铺
- ・ 注册资金5000万以下，且全职员工50人以下的店铺
- ・ 店内采取隔离措施的区域以外全场禁烟的店铺。

## 补助额度

补助率：补助对象经费的1/2  
补助上限：200万日元

## 补助项目

设置抽烟室所需的工程费、设备费、零件装置费、机械装置费等。

这项补助是有厚生劳动省主导的，目标防止职场被动吸烟的补助制度。事前商谈、申请等实际的交涉请至各都道府县劳动局咨询办理。这项制度如今已迈入了第四个年头，认知度也逐渐提高，大家可以到厚生劳动省主页确认最新信息，记得预留充裕的时间提前申请。

厚生労働省HP  
<http://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000049868.html>

现在有多种  
补助制度喔！





New Standard Coffee Shop

## 展现备受瞩目的咖啡店

席卷咖啡界新运动的都市咖啡店。作为领导时代的店铺，更要加快前进的步伐，现在开始报道旗舰店、网店等人气店。

CASE 1

## ARISE COFFEE ENTANGLE

アラリス コーヒー エンタングル

カフェスタイルの  
2号店をオープン

photo : Takashi Misawa 098



### 店铺公告

京东都江东区清澄3-1-3  
电话: 03-5875-8834  
营业时间: 9:30-18:00  
休息日: 星期一



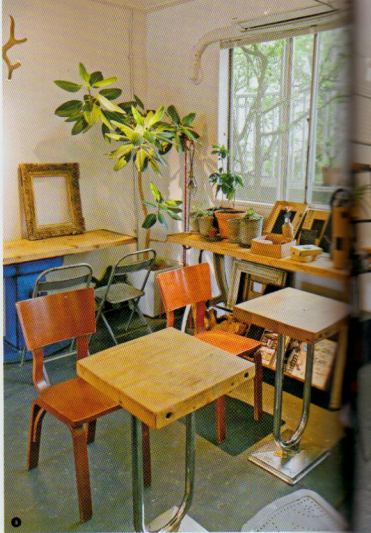
除了店里的咖啡，还希望作为发起人宣传当地产

店主 林大树先生  
1975年出生于千叶县。从事过服饰行业，在“山下咖啡”从事烘焙工作10余年。之后在“za gulimuobuza kolobu coffee”担任初级烘焙师，2013年9月自己开店。

2014年9月在东京清澄白河“arise coffee entangle”开业。该店是13年9月在清澄白河开业的自家烘焙店“arise coffee entangle”的2号店。店主林大树先生，在该地区的“za gulimuobuza kolobu coffee”担任烘焙师后独立创建的。这些年，咖啡店相继开业形成了咖啡一条街。作为备受关注的清澄白河街，林先生是引领运动的第一人。机缘巧合开了2号店。林先生说当初并没有想增加店面，只是想强化咖啡豆的销量。看到这个店面，不想像1号店（6坪）那样的小店面，于是便有了新的想法。2号店投资了600万日元。17.5平米的空间装修成开放式的氛围。配设了25个座位。林先生说“内部装修不断地改变。现在是第5个方案。”店内放着再利用皮革等杂物，还摆放着周围作家的作品。



(1)使用单孔滴漏纸。26克的豆子大约能测出300CC，抽出260CC。店长松本颯先生是“mi coffee”出身的帕里斯，现在增加了2号店的量。煎焙所加上1号店一个月的煎焙量。开业初期大约120kg到450kg。(2)店铺沿用原来看板店的骨架。(3)桌子和椅子的设计是随机的。纯属本色演出。店内还销售当地作家手制杂物。(4)入口基本是全面开放。除了当地的顾客，从海外来的游客也很多。最多1天有250人。(5)“dolipu coffee leg”450日元。“中津先生的bulajilu”360日元，三明治(生火腿和芝麻菜)390日元。三明治和饮料由“bala江古田”出来的小林先生负责，现在单价700日元。



林先生说：“采购比较鲜明的豆子，方便客人知道自己的喜好，虽然种类一样，即使同样的豆子煎焙后，经过一段时间口味也不一样。”A强劲的清凉感的特征(100g, 750日元)B酸砖磨风味，人气豆一周煎焙24kg生豆(100g, 950日元)C果味香浓的大豆风味(100g, 750日元)

“1号店是柚珍自家煎焙店”



Arise coffee roseters  
东京都江东区平野1-13-5  
电话：03-3643-3601  
营业时间：9:30-18:00  
休息日：星期一

不仅是咖啡，也宣传当地的产品，这也是林先生组合的其中之一。准备了5-10种纯咖啡豆，在家倒咖啡作为实验品只用滴漏式的过滤方法。价格在390-490日元之间。我之前在“山下咖啡”时初期从事煎焙工作。在那里学习了可以说是日本传统的煎焙，成为现在单品的起源。那样的模式希望在店里萌生。另外，还想延长咖啡柜台，有咖啡还有购买咖啡豆的试饮处。限定食物和三明治2种，饮品5种。不过，三明治只使用当地的小鸟包，有着“巴西布丁研究家”之称的中津雄春先生负责制作2号店个人招牌食谱。





#### Shop data

东京都涩谷区西原2-26-5

电话：03-5738-7281

开业时间：7：30-18:00

休息日：星期三

美国波特兰的人气店“sutanbuta coffee losutazu”，该店的咖啡豆在日本唯一供应的店是2015年4月在东京涩谷区西原街开业的西原总店。

共同经营的加藤健宏先生和松岛大介先生，13年3月，借助参官桥的咖啡“生活太阳”角的形式创建了paddlers coffee。该店一年后，迁到同神宫前，服务店在2楼，形成店中店的模式一直营业到现在。

2个人刚开始开店不光是单纯地卖咖啡，还希望店能够在当地扎根脚的同时改变生活方式。差不多1年前就开始寻找适合的店铺，但却没有非常满意的。差不多到14年末才找到合适的店面。京王缘幅谷站前的商业街的街口进入便是安静的住宅区。

松岛先生说：“决定在商业街这样的当地自治团体和店前屹立着50年的樱花树处开店。”

梦想是开一家能  
入日常生活的咖  
啡店

合伙人 加藤健宏先生(左)  
松岛大介先生(右)

2011年春，2人相识。松岛先生出生于1985年，从15岁开始在波特兰生活了7年。加藤先生1963年出生。在国内外积累了丰富的经验，曾在东京都著名的咖啡店担任要职。

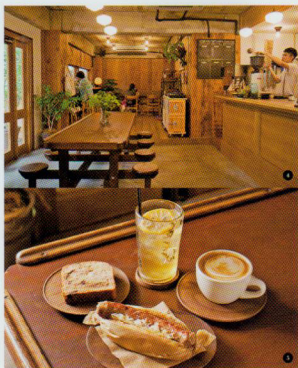
CASE: 2

## PADDLERS COFFEE

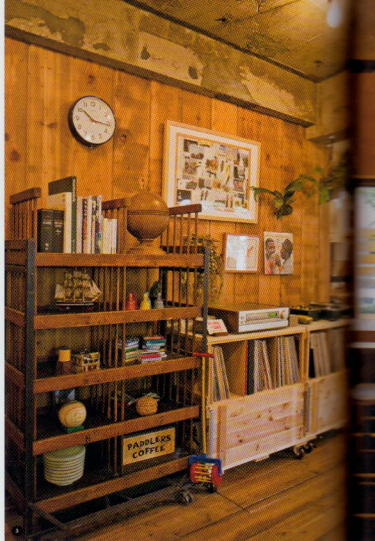
パドラーズ コーヒー 西原本店

开始创业2年半。理想  
的旗舰店开业啦！





1、漂亮的入口正面是R形状的木制柜台，浓缩咖啡是la malu zoko出品的。加藤先生说：“malu zoko就像引领者，能够制作出难以超越的浓缩咖啡” 2、对着柜台的露台有8个座位。3、松岛先生挑选的唱片在店内播放，给人一种模拟的空气感。4、店铺约200坪，大量使用木制物品，店前的8人座桌子是几年前在波兰特采购的舶来品5、使用附近的“katanebekali”的面包和六本本的葡萄酒吧的香肠制作成的热狗（800日元），参官桥的梅并面包店的巧克力香蕉（450日元），使用目黑小酒馆的糖浆制成的柠檬nendo（550日元）



French Press Coffee

**咖啡豆和煎焙种类**

豆：浓缩咖啡4种，混合罐增1种

煎焙：浓缩咖啡机 研磨机

<p>印度尼西亚 斯瓦拉杰 托拉亚</p> <p>C</p>	<p>哥伦比亚 纳里尼奥 波特土地 彼得拉 布兰卡</p> <p>B</p>	<p>埃塞俄比亚 dolomina</p> <p>A</p>
--	--	------------------------------------

图章市镇在本国提供15种咖啡豆中的5种，煎焙后的10天内必须使用完新鲜的咖啡豆。A里奇的桃子和梨口味（200g 1850日元）B混合梅子葡萄干甘甜味和蜂蜜的甜味（同克 1900日元）C巧克力焦糖口味（同克 185日元）

店中店



Paddlebs coffee 神宫前店  
 东京都涩谷区神宫前6-18-2F  
 电话：03-3409-9070  
 营业时间：11点-19点  
 休息日：星期三

就像加藤先生说的那样：“我们并不想给人的感觉只是专业做咖啡的，其他的东西在这条街也是专业的” 面包等食物也是在评价较高的地方采购。

开业后，周末大概有200-300人来店，也会出现等位的情况。松岛先生说：“客人有4成是不相识的当地人，也有带着孩子的客人，我们离理想的店更进了一步。回头看，2年的经营时间，现在开始要仔细考虑方向性，非常感谢相遇的人。” 松岛先生说：“今后店内还准备提供免费场地开研究会，当然是从当地喜爱我们店的人为目标”加藤先生干劲十足地说：“现在不只提供混合浓缩咖啡，还增加了一台研磨机用来提供美式咖啡。”



CASE: 3

## WEEKENDERS COFFEE All Right

ウィークエンダーズコーヒールイト

打造咖啡书店



SHOP DATA

東京都新宿区矢来町123 第一矢来ビル1F  
☎ 03-5228-5490  
☎ 10時～22時、日曜 11時～20時  
🌐 不定休 kamomebooks.jp



根据东京的水质，以及当地人的嗜好烘焙咖啡豆

WEEKENDERS COFFEE 店主  
金子将浩先生

2005年金子先生与妻子亚有美一起在京野元田中开设了咖啡店WEEKENDERS。11年在店名里增加COFFEE一字翻新店铺，开始自家烘焙。14年转为销售咖啡豆的外带咖啡店。

2014年11月在东京神乐坂开张的Weekenders Coffee All Right，是将原来的KAMOME BOOKS书店和ONNDO画廊合并，由位于东京元田中的自家烘焙咖啡店Weekenders Coffee店主金子将浩先生监制完成的。

店铺经营由在神乐坂运营校阅业务的鸥来堂执行。鸥来堂KAMOME BOOKS经理井上美代成为了公司这一新业务的负责人，她说：“这家店并不仅仅是一家书店，我们在里面加入了咖啡店的元素，提高了它的附加价值。只不过咖啡店的部分，并不光是用来打发时间的，而是一个拥有美味的咖啡魅力，能让人为此来店的地方。”

在思考店铺构想的过程中，井上女士在14年6月到访西时偶尔光顾了Weekenders Coffee，对该店美味的咖啡，以及金子先生对于咖啡陈恳的态度所吸引。顺应自己直觉的井上当场就委托金子先生为新店设计监制咖啡店。并决定与痛快答应金子先生，以及东京的工作人员一起改建新店。

金子先生除了提供新店新鲜烘焙的咖啡豆外，还亲自到访东京，与工作人员一起研究机器的配置，饮料单的构成等事务。此外，虽然烘焙在京都进行，由于京都和东京的水质不同，



①店铺面积42坪。右侧的书店里面还设有画廊。②在入口设置咖啡吧台是为了“能在客人进店的那一刻就招呼到位，也希望客人在店里能随时看到工作人员。”井上女士。咖啡工作人员有四人，大家都有在咖啡店的工作经验。通常以2-3人的体制运营。③咖啡空间约10坪。包括吧台共设有15个座位。书店的书与咖啡一起结账后可以在店里阅读。④店面入口窗口标有咖啡店，书店与画廊的贴纸。⑤饮料包括照片中的手冲咖啡（450日币）等咖啡共13款。甜品有涂上醇厚布丁享用的“神乐坂布丁吐司”（740日币），司康等共5款。布丁是从据店铺步行5分钟的甜品店进货的。



Cafe latte

咖啡豆与萃取方式

咖啡豆：单品3-5种 拼配1种

萃取：滤纸手冲，意式，水冲，冰滴

埃塞俄比亚  
耶加达 日晒



哥斯达黎加  
法拉米



Allright  
拼配



豆子分为100g 630日币，200g 1260日币两种规格发售。金子先生每月为店里提供70kg豆子。“东京的水比京静硬，相对难呈现风味。所以东京的豆子会稍微洗焙一些。”金子先生说。A/ 神乐坂上了年纪的客人比较多，所以咖啡“以追求真正的咖啡为目标，努力呈现咖啡独有的甘甜”。B/ 单品基本中焙。种类每月替换。C/ 浅焙。还提供冰滴。



“自店は豆売りと立ち飲み専門”



WEEKENDERS COFFEE  
フューッカルムとエスプレッソ  
京都府左京区田中東 / 内町22 墨川ビル2F  
☎ 075-714-8182  
☎ 10時~19時 金・水曜  
weekenderscoffee.com

在咖啡豆烘焙完成时，他还会用东京带回的水萃取，仔细确认成品风味。“每次收到新咖啡豆时，店里的工作人员都会通过skype联系金子先生，告诉我们感想，还会发送萃取过程的视频确认正确的流程，这种交流是追求理想咖啡不可缺少的步骤。金子先生所做的不仅是店铺设计的咨询监制，更是与我们一起满怀热情地打造它。”井上女士说。

金子先生之所以会与我们店有如此密切的联系，还因为他的店铺也刚巧出于需要迈出新的一步的时期。14年4月，他放弃了自05年来运营至今的咖啡店，而是专注于咖啡豆销售和外带业务。“虽然这是一个破釜沉舟的决定，但也使我能够更加专注于烘焙，也更便于我追求理想的烘焙。”金子先生说。现在他每月向咖啡店与餐厅等40家店铺提供咖啡豆。正向目标每月烘焙1吨咖啡豆努力中。





SHOP DATA  
 東京都調布市山川町1-48-3  
 ☎ 03-6909-0922  
 ☉ 7時～21時  
 土・日曜、祝日 10時～  
 無休  
 sanutahiko.co



我们的理念是,用一杯咖啡给客人带来幸福

店长  
 高山久美小姐  
 2013年6月加入, 15年4月就任  
 “猿田彦咖啡仙川工坊”店长。  
 目标日本咖啡师大赛冠军, 在仙川工坊训练室磨炼技艺中。

CASE 4

## 猿田彦咖啡 仙川工坊

追求事业广度  
兼设烘焙站的新店

猿田彦咖啡(株)拥有位于东京惠比寿的咖啡店“猿田彦咖啡”,与销售咖啡豆与萃取工具的“猿田彦咖啡惠比寿店 别馆”,2015年2月又在仙川开设了“猿田彦咖啡 仙川工坊”。自京王线仙川站徒步40秒即可到达,大受欢迎人气爆棚,工作日客流量可达500人,周末更是高达800人。

猿田彦咖啡自12年12月开始就每周租借东京久原烘焙所四天烘焙自家咖啡,随着批发量的增加,烘焙量日渐捉襟见肘,为了拥有产出更大的烘焙站,就于14年1月开始寻找合适的地方。当年8月,店主大塚朝之得到了仙川当地有店铺空出的消息。“除了烘焙站以外,我们还希望能有让工作人员能够为大赛磨炼技艺的空闲。在加上店主也希望在自己的社区开店,这个铺子的话,可以一下满足所有的愿望,所以就向他积极推荐了这个地址。”仙川工坊的店长高山久美小姐说道。这里店铺有两层,一层25坪,两层35坪,两层中15坪用于烘焙和训练室,其他为咖啡店空间。

“为了能让更多人对咖啡产生兴趣,我们把商品生产的过程可视化。结果店铺就拥有生动的感觉。”高山小姐说。顾客一入店首先映入眼帘的是吧台制作咖啡和香草茶的风景。此外,烘焙机设于二楼窗边。

photo : Yukari Nagase 104





①一樓里面配置12个座位。其中的2个与工作人员面对面的吧台座，可以看到与吧台员工愉快对话的客人。②二楼安置36个客席。水蓝色墙壁的纹路质感令人印象深刻。③入口附近吧台设置手冲架。旁边是用于冲煮香草茶的Steampunk。茶叶在茶汤中飞舞，不同的色泽引人入胜。④引进Loring Smart Roaster Kestrel 35kg烘培机。每天烘培200kg咖啡豆。零售与批发销售比例为7对3。⑤青酱鸡蛋蒸（450日币），是将土豆泥、青酱、1cm切丁烤猪肉，鸡蛋按顺序装入瓶中蒸制而成。加上法棍切片出品。“夏日红茶”（540日币）等香草茶随季节替换常备3种。拿铁咖啡（430日币）使用两份意式制成。



Espresso

**咖啡豆与萃取方式**

咖啡豆：单品3种 拼配6种

萃取方式：滤纸手冲，意式，冰滴

巴拿马

Elida 蜜处理



C

猿田彦深烘



B

仙川工坊



A

零售用咖啡豆有3款单品，6款拼配。堂饮咖啡单品豆可从三款单品和三款拼配中选择。单品为咖啡控服务。拼配则是为对于咖啡尚不熟悉的客人准备的入门商品。A 2015年6月开售。万人送拼配（100g 670日币）B 以甘甜给人以深刻印象的深烘拼配。C 蜜处理的单品咖啡豆（100g 760日币）

“9 坪で1日750人集客する本店”



嵐川深焙

東京都渋谷区東1-6-6 高層ビル1F  
TEL 03-5429-6870  
営 8時~22時30分、土・日曜、祝日一時  
閉店  
saurafk@co

客人可以从2楼的窗户看到咖啡店的座位，和烘焙室。

此外，“因为店铺位于住宅区的车站前，所以会有一些客流量。我们并非是为了部分咖啡控而服务，而是希望能拓宽自己的业务领域。”高山小姐说道。这种想法也体现在店铺的菜单上。例如，steampunk制作的香草茶，以及使用去咖啡因的精品咖啡制作的饮品等，针对无法接受咖啡因的客人也努力设计准备了饮品。餐点方面，在瓶子里放入土豆泥和鸡蛋蒸制的土豆鸡蛋蒸是店里的招牌餐点，现备有两种不同酱料可选。“因为这款餐点外观独特，也很容易拓展丰富的口味，提高客单价，所以我们引进了这款餐点。”高山小姐。开业时营业时间是10点~20点，调整工作人员班头后，现在延长为7点~21点。在一系列的卓有成效的调整后，目前营业额正顺利增长中。



#### SHOP DATA

広島市中区保町3-28  
☎ 082-248-7543  
☎ 9時~20時 ☎ 第3水曜  
obscura-coffee.com/hiroshima



オーナー  
柴佳範さん

学生時代から頼んでいた街、東京・三軒茶屋に、2009年にカフェ、10年にコーヒースタンド（11年に同エリア内で移転リニューアル）、14年に焙煎所を開業。広島店には定期的に通う。

#### 在広島店还进行萃取展示活动

CASE: 5

## OBSCURA COFFEEROASTERS HIROSHIMA FUKUROMACHI

オブスキュア・コーヒー・ロースターズ  
ヒロシマ フクロマチ

### 开业以来梦寐以求的広島店以咖啡豆销售为主进行设计

在东京除烘焙站以外的两个店铺，有让客人安心度过咖啡时光的咖啡店，和以咖啡豆销售和外带为主的外带站，分别展现出不同的功能性。広島店集中了这两家店的机能，结合了具有咖啡豆零售与咖啡外带功能的对外窗口，一记拥有宽敞坐席的咖啡空间，但并不设有烘焙空间。

09年咖啡店开张以后，柴先生每年都会去广岛几次，每次去的时候都会特别留意是否有合适的店铺。在花了很长时间用心寻找店铺后，14年底终于找到了一家原是美容院の20坪店铺。店铺位于广岛市内服装店和杂货店鳞次栉比的区域，周边有办公楼商业区，从大路往里走一个路口就到的小路舒适恬静，临街的店铺采用整幅落地装饰设计，由于这些情况都符合我的理想，虽然规模比原来想的要大很多，但还是定下了这个店铺。柴先生说。

OBSCURA COFFEEROASTERS在东京三軒茶屋拥有咖啡店、咖啡外带店和烘焙站三家店铺，自2009年CAFÉ OBSCURA开业以来，在三軒茶屋当地以「街区咖啡店」为目标发展至今。15年4月在离东京稍远一些的广岛市的新店正式开张营业。店主柴佳范将其中的过程向我们娓娓道来，和我一起运营店铺的伙伴来自广岛，因此我就会时不时去广岛，有时候店里还会出席参与当地的活动。也由此自然而然地跟那里有了联系，所以就一直想有机会要在广岛开店。

photo: Satoshi Yasukouchi / Haruko Amagata

106



①“除了继承老店的硬朗风格以外，还放置了一些美国、日本的摆设增添了温馨感。”柴先生说。包括从东京派遣过来的工作人员，一般店里会有2~3名工作人员值班。②高脚桌边配置了广岛木工的桌椅，包括站立席位共有16座。刚开业时“因为想要明确表现精品咖啡各个产地的不同特征”所以咖啡豆多为浅烘，慢慢地各店的客人也了解了浅烘咖啡的魅力。以后“更加重视了客人的接受度，将烘焙度稍许往中烘调节。”柴先生说。④手冲咖啡（550日元 外带中杯370日元，大杯420日元），豆子每日更替，照片中为坦桑尼亚深烘。广岛市面包店的司康，有照片里的加入巧克力碎和橘子等3种（各280日元）。



Drrip Coffee

咖啡豆与萃取方式

咖啡豆：单品9种 拼配1种

萃取方式：滤纸手冲，意式，咖啡机

卢旺达  
达拉斯契可农庄



C

坦桑尼亚  
切尼巴里绪合作社



B

招牌拼配



A

咖啡分为100g 650日元，和200g 1200日元两种出售。A/ 现在在广岛店原创拼配销量占3~4成。“广岛很早以前就有咖啡店文化，以深烘为主流，现在也非常有人气”，但我们为了更加温润的口感选择的中度烘焙。B/ 令人联想到橘子酒，黑巧克力，以醇厚甘甜为特征的深烘咖啡。C/ 以仿佛白葡萄酒般华丽水果酸味，红茶般清爽口感为魅力的中烘咖啡。

1号店主打虹吸咖啡



Café Obscura  
カフェ・オブスキュア  
東京都世田谷区三軒茶屋1-8-18  
☎ 03-3795-6007  
☎ 12時~23時 ☎ 週3休  
obscura-coffee.com

。无论是广岛，还是三轩茶屋，我们目标成为当地人身边的咖啡店。目标打造一家具有亲切感的咖啡店，能让当地人毫无负担入店，用心接待每一位客人。柴先生说。

现在，店里以三十五岁左右的客人为中心，整体客人年龄层从三十岁不到一些到六十代跨越年龄层次广泛。有客人是从店里参加广岛活动出来就采购我家豆子的。

总的来说，我们还是想以销售咖啡豆为主。柴先生说。我希望客人平时在家里也能享受到美味的咖啡，所以想让客人在店里品尝到我们店的咖啡世界，然后再购入咖啡豆。特地也在店口设置销售外带窗口，也是为了留下。这里并非餐厅，而是咖啡豆销售店的印象。柴先生诉说自己的理由。



## 大型企业的新概念大研究

大型企业陆续推出新概念的运营方式！吸取流行的元素，凭借着自己独特的优势，散发出与众不同的魅力。

Case: 1

## MELLOW BROWN COFFEE

【ユーザーシーフードサービスシステムズ㈱】

豆×抽出×カップの自在な組合せて  
スペシャルティコーヒーを訴求

## 精品咖啡提供4种萃取方式

单品咖啡10~12种。客人可以选择咖啡豆种，萃取方式和杯子的颜色。价格因豆款不同而不同。COE得奖非常受欢迎。

## 咖啡豆有10~12种选择

- 萨尔瓦多COE 第一 圣尼古拉斯农庄 (1300日币)
- 巴拿马瑰夏翡翠农庄 (1000日币)
- 危地马拉圣地亚哥·布埃纳·比斯塔 (900日币)
- 印度 南印金奖 (800日币)
- 尼加拉瓜 布莱诺斯爱丽丝农庄 (750日币)
- 自然半咖啡因罗丽娜 (750日币)
- 危地马拉COE第一 艾尔莫海特庄园 (1300日币)
- 巴西 WATANABE农庄 (730日币)
- 埃塞俄比亚 瓦鲁贝拉第·盖拉 (730日币)
- 印度尼西亚 芒古拉甲农庄 (780日币)

豆单随季节变动

## [STEP 1]



豆单丰富，巧妙地选择了各个产地的豆子。菜单上除了豆子的说明以外，还用图表表现出苦、甜、酸厚度等咖啡的口感。

## [STEP 2,3]



菜单上用插画表现出各种萃取方式的特征。杯子是否由陶内的定制有田烧。

## 萃取方式有四种选择

- 手冲
- 滴滤
- 法压
- 虹吸

## 杯子颜色有四种选择

- 红
- 绿
- 粉
- 黄

## (组合示例)

埃塞俄比亚COE第一  
圣尼古拉斯农庄

## 锥形手冲



产量稀少的豆子，口感清新酸爽(1300日币)。使用Hario的V60搭配滤纸手冲呈现清爽的风味。

## 巴拿马瑰夏 翡翠农庄

## 不锈钢过滤



巴拿马评委会上得奖豆(1000日币)。瑰夏种咖啡豆非常受欢迎。采用KINTO出品的不锈钢滤网萃取，强调咖啡的芬芳香气。

危地马拉  
圣地亚哥布埃纳·比斯塔农庄

## 法压



以苹果般的甜美，杏仁酸感为特点的豆子(900日币)。采用Bodum出品的法压壶萃取出浓厚油脂，呈现豆子原本的风味。

印度  
南印金奖

## 虹吸



给人带来鲜酸甜美，富有香料风味口感的豆子。采用虹吸壶萃取，清爽的口感浓香馥郁。也是店内最有人气的萃取方式。

店铺的亮点是，咖啡豆和萃取方式，可以选择杯子颜色的精品咖啡。在自由山丘本店，平时常备10~12种咖啡豆。

## 主打咖啡，选择的乐趣。

MELLOW BROWN 咖啡的计划启动于2013年。企划契机是当时日本受到美国流行的影响，也开始流行起主打精品咖啡的新风格咖啡店。我们想采用具有流行元素的产品，萃取方式，装饰风格，打造出我们公司产品固有品牌形象截然不同的魅力，以拓展客户层。梅下先生说。该品牌以30代女性，为主要客户层。

为精品咖啡提供多种萃取方式选择的MELLOW BROWN 是以上岛咖啡和咖啡馆等品牌在全国覆盖连锁店铺的UCC公司着手推进的新事业。该品牌于2014年6月在爱知·名古屋的商业设施内新建了一号店。并以此为契机以商业设施为中心铺开连锁店。15年二月在东京自由山丘开设了第一家连锁店。自由山丘店，我们将自由山丘店定位为本店，也就是展现品牌空间风格和菜单组合特质概念的旗舰店。今后也会为强化品牌形象而努力。公司董事食品部部长梅下雅英谈到。





## Air Curtain



1.为了让客人们可以观看到咖啡萃取的过程,将入口边的吧台高度设计为较低的80cm。虹吸壶引进卤素灯加热。其优点是能够不受风等外界因素影响达成稳定的萃取质量。自由山丘本店客人以居住在附近的30代女性为主。周末从远方来巡店的客人不少。由于女性客人比例高达8成,平均停留时间为1小时,比其他品牌咖啡店长10分钟左右。销售构成中堂吃8成,咖啡豆销售2成。各个店铺都有萃取指导给员工提供相应的技术支持。2.窗边设置空气帘,隔离外部空气打造舒适环境。3.针对情侣的两人坐席位。带孩子的客人偏好的地毯区,可以安置宠物的露天坐席,为各类客人准备了丰富的选择。4.“自由山丘华夫蛋糕”是在接单后一起制备四人份材料。材料准备好后,倒在同时可以烤制8枚华夫的烤台上压上盖烤制。制作时间约15分钟。5.网罗不同设计色彩各异的家具,给整个空间带来变化。

### 以女性为主的餐点

招牌甜品“自由山丘华夫蛋糕”常备10~12种。餐点6种,为女性客人考量有意识地加入了丰富足量的蔬菜。

#### 自由山丘华夫蛋糕 三种浆果&香蕉 酸奶奶油

加入大蛋白表面松软,内芯柔软的华夫上,点缀香蕉,草莓,蓝莓,蔓越莓和酸奶奶油,再淋上三种浆果果酱完成。(1180日元)



#### 烤番茄蔬菜千层面



层叠白酱,红薯与千层面,加入番茄,肉椒,茄子,西葫芦等各种丰富蔬菜烤制完成。叠制14层完成一品。(1000日元)

### UCC LARGO菜单

意式花式咖啡和特别定制的机器执着的冰萃咖啡,采用UCC上岛咖啡制作的咖啡豆“UCC LARGO精品烘焙”。

#### UCC LARGO

##### 精品烘焙

将烘焙好的咖啡豆以公司独特的制作方式密封在特殊的铝制罐头里,让豆子在罐子中熟成,提高咖啡香气成分的“香气熟成豆”。特点是丰富的香气和浓郁的油脂。



#### Latte Art



#### 卡布奇诺

牛奶巧克力般的甘甜与具有深度的意式咖啡,加之绵密的奶泡的结晶。可爱的拿铁拉花收到女性客人的好评。(600日元)

#### 冰萃咖啡

以细密气泡为特点的独特冰咖。运用定制器将由LARGO咖啡豆萃取出的咖啡注入虹酒杯,气泡将香气封锁其中,带来柔和的口感。(550日元)



请大家以各种萃取方式来享受不同咖啡豆的特性!



メロウブランコーヒー  
自由が丘本店  
東京都世田谷区奥沢2-12-10  
☎ 03-5726-9805  
🕒 8時~21時 @ 横浜  
www.ufs.co.jp/brand/mrb

并有虹吸,手冲,法压,滴滤四种萃取方式和四色咖啡杯可供选择,尽展选择的乐趣。豆子精选自来自全球的各地的精品咖啡,在自家工厂烘焙。最受欢迎的萃取方式是虹吸,冲着赏心悦目的精品咖啡萃取过程下单的客人高达五成。另一方面,招牌餐点、自由山丘华夫蛋糕,也有2~3种。蛋糕是接单后即刻在专用的烤台上制作,成品外表松脆内芯柔软。是来店客人中两个就会有一个点单的人气产品。

自由山丘本店面积约5坪内有6个坐席。我们想要客人能够轻松地度过休息时光。梅下先生说,因此选择了重视舒适度的座椅沙发,在客人选择咖啡豆、萃取方式的时候,也会作出详细的说明,努力回应各种需求。我们今后的目标是在5年内开展到10家店铺,稳步确立店铺的品牌。梅下先生说。

Case: 2

## Café LEXCEL DOUTOR COFFEE

配合高品质的咖啡 打造以“品质”为主题的店铺风格

常备5中精品咖啡，提供9种花式选择

### 常备咖啡豆5种

- 1 尼加拉瓜 柠檬树
- 2 摩卡 耶加雪啡
- 3 多米尼加 瓦伊尼
- 4 危地马拉 艾尔·力蒙那
- 5 巴拿马 翡翠庄园 瑰夏

豆单随季节变更

### 花式咖啡选择

- |         |         |
|---------|---------|
| 1 手冲    | 5 玛琪雅朵  |
| 2 法压    | 6 冰意式   |
| 3 意式 双份 | 7 冰拿铁   |
| 4 美式    | 8 冰卡布奇诺 |
| 9 卡布奇诺  |         |

不同咖啡选用豆种不同



出品时随附描绘咖啡豆特征的卡片。将豆子的甜度、苦度、酸味、醇厚度以5度表示。不少客人会带回家。

( 组合示例 )

### Case 1



(豆款)  
尼加拉瓜 柠檬树  
X  
(用法)  
卡布奇诺

招牌的尼加拉瓜柠檬树，以清爽的香气为特征。意式类咖啡可选豆款有三种。(450日币)

### Case 2



(豆款)  
危地马拉 艾尔·力蒙那  
X  
(用法)  
法压

COE得奖豆。法压壶选择了出品细腻的产品。

### Case 3



(豆款)  
巴拿马 翡翠庄园 瑰夏  
X  
(用法)  
手冲

采用HARIO V60萃取200cc。瑰夏为限定单品。散发柑橘系果实般清爽风味。(800日币)

三明治与内装蕴含着、和风、品味店名LEXCEL源自于意指“最佳”、“杰出”的英语Excellence。“正如店名所示，为了配合高品质的咖啡，店内餐点和内装等整体风格都追求质感。”山下先生说道。

招牌商品为单品咖啡。咖啡豆常备5款，随着时令变更引进COE得奖豆和稀少豆。还有手冲、法压等九种萃取饮用方式可选。

在大家都将视线集中在精品咖啡的热潮中，我们公司再13年3月起就开始企划建立与公司原有品牌个性截然不同，符合时下潮流的风格咖啡店。LEXCEL事业本部长山下阳司说道。

同年12月品牌概念等内容稳定成型，4个月后丸之内一号店正式开业。17年7月2号店Cafe 櫻木城店也于神奈川横浜正式开业。

Café LEXCEL于2014年4月诞生在东京丸之内。该店是以DOUTOR咖啡店在日本拥有1356家店铺的DOUTOR咖啡以精品咖啡为中心，追求品质、产品与空间的咖啡店新品牌。



Good view!



1.位于东京丸之内符合商业设置“丸之内大厦”4楼。店内面积41坪内有54个坐席，不少是针对单人客人设置的。由于位于商务街，12-13点主要来客是附近工作的人。因早餐需求三明治的订单不断增长。员工基本有4名，高峰时段会配置6名应对。2.面对大窗的座位亮点在于可赏东京站一览无遗。店内桌子也模仿东京站的形状设计成了八角形。3.还有可坐下12人的大桌。灯罩是富士山巨人特别手工定制品。4.入口左手架子上陈列销售咖啡豆和萃取工具。还装饰有插图说明豆子的特征和饮用方式等的黑板。5.手冲咖啡使用HARIO的V60滤杯。“能够切实地萃取出不同精品咖啡独特的风味是这个滤杯的魅力所在。”山下先生说。

### 餐点主力为三明治

主力产品“好味三明治”备有5种。积极使用和风食材。除了5款甜品以外，还提供烤点。还有披萨卷和零食小点。



卡津鸡与三明治 萨尔萨酱三明治

“好味三明治”是6月到8月的时令产品。面包采用含全麦芽的餐包（照片）或全麦餐包，附南瓜。



提拉米苏

店内手工制作提拉米苏。使用厄加拉拉柠柠檬树出品咖啡豆提取的意式咖啡制作（480日币）。

### 除此以外的饮品22款

除了精品咖啡以外的饮品，有红茶，原创香草茶，奶昔，等22款。



蔷薇果&木槿茶

香草茶备有5种。照片展示的这款，是以鲜活色彩与温润甘甜为特征（530日币）。另有三款香草茶苏打。



冰摩卡耶佳

冰咖啡配方，用专用手冲萃取后加冰急速降温。成品清新爽口，是夏季限定饮品。（480日币）。

メニューも定額も  
“上質”に  
こだわりました



篠ドトルコービー  
エッセルシオール事業本部  
本部長

山下陽司 e.a.



カフェ レクセル  
丸の内ビルディング店  
東京都千代田区丸の内2-4-1 丸ビル4F  
☎ 03-5219-1640  
◎ 11時～21時、日曜・祝日 ～20時  
(連休の場合は最終日のみ～20時)  
◎ 業休 www.doutor.co.jp/lex

除了饮品以外，还有原创的香草茶の款，红茶本款可供选择。餐点有三明治，吐司等共12款。其中最有人气的是“好味三明治”，严选鱼子、春笋、芥末等时令和风食材的原创产品颇具特色。店内采用注重、和风、元素的设计。丸之内大厦店还有富山县铸造匠人出品的灯罩，说明咖啡历史的插画版作为装饰点缀店铺。东京站的风景可以从窗口一览无遗，这也是该店的卖点之一。

。我们店的主要目标客户，是拥有经济和时间余裕的OL、世代女性。在店铺设计时，我们有意识地迎合了喜欢高品质产品的客人的喜好。今后，我们虽然有计划再开出2、3家店铺，但并没有想要以很快的速度推进计划。首先我们还是计划用心打磨品牌力赢得受众，随后再慢慢地增加店铺。山下先生说。

Case: 3

## 武藏森林咖啡

SKYLARK GROUP

位于郊外主打黄油蛋糕的都市店铺

## 餐点融入流行元素 深得女性喜爱

常备约25款餐点。除了有流行的黄油蛋糕、火腿蛋松饼、鸡蛋土豆泥以外，为了回应午餐和晚餐的需求，还准备了意大利面和米饭可供选择。餐点整体在以丰富的蔬菜主打健康感的同时，还配以色彩缤纷的餐盘成就深得女性喜欢的赏心悦目的出品。

## 餐点 (精选)

## 里考塔芝士奶油蛋糕

烤橡果酱 (880日元)

比利时巧克力冰淇淋和烤香蕉 (980日元)

时令水果with香蕉冰淇淋·黑加仑冰淇淋 (1280日元)

## 餐点

鸡蛋土豆泥 (1080日元)

## 面包单

马芬三明治 意大利产生火腿 (880日元)

马芬三明治 牛油果酱 (780日元)

厚切披萨吐司 (480日元)

水牛莫扎瑞拉知识和番茄意大利面 (1080日元)

意大利产生奶油和蔬菜奶油意大利面 (1180日元)

满载蔬菜美味☑️意大利面 (980日元)



## 1 火腿蛋松饼

英式马芬上点撒火腿和半熟鸡蛋，再淋上香浓醇厚的荷兰酱完成。无论是早餐还是午餐都人气满满的一款。色拉里加入芦笋，菊苣使风味更佳正统出色。(1080日元)

## 2 武藏森林咖啡特制松奶吐司蛋糕

接单后打发蛋清烤制出品的招牌餐点。虽然制作需要20分钟，但入口即化的绵密口感深受欢迎。马芬中添加的里考塔芝士和奶油芝士更添风味。(580日元)。

3 夏威夷饭堡 TERIYAKI 酱改良版。在肉饼和米饭基础上添加菠萝、肉椒等配菜，淋上照烧酱完成。配合意大利余菜汤和色拉强调健康感。以40cm款大盘出品，令人印象深刻的一款。(1080日元)。

把城市性的餐点带到身边

开拓新型业态最最终要的就是绝对性的招牌餐点。而武藏森林咖啡把重心放在的黄油蛋糕上。我们选择黄油蛋糕，并不仅仅是因为它流行，还在于它有着很高的认知度和可以预见的市场，而且还比较容易作出变化。久保先生说道，其他亮点还有火腿蛋松饼、奶昔等具有流行感的餐品。我们的概念是把都市的餐点带到大家的身边。

## 把城市性的餐点带到身边

提高集团整体收益，就不得不挖掘新客源，在此出现的选择就是咖啡店。我们要做的是地域咖啡店，目标客户为30~50代的女性和老年人，想要给大家提供一个能够放松的空间。久保先生说道，因此就将集团六川的旧咖啡店改头换面开业至今。

2015年3月在神奈川横浜开业的武藏森林咖啡六川店是SKYLARK GROUP首个着手打造的咖啡店品牌，负责开发新事业的SKYLARK GROUP久保先生说明了进入咖啡店业界的缘由。近年来，家庭餐厅市场竞争激烈，使我越来越感觉到了新型事业的必要性。事实上该店开业的区域竞争十分激烈，半径3km内，仅同一集团的家庭餐厅就有10家之多。为了提高集团整体收益，就不得不挖掘新客源，在此出现的选择就是咖啡店。我们要做的是地域咖啡店，目标客户为30~50代的女性和老年人，想要给大家提供一个能够放松的空间。久保先生说道，因此就将集团六川的旧咖啡店改头换面开业至今。





Smoking space



1 店铺面积100坪内有116座，店外与巴米扬六川店共享60台规模的停车场。内部装潢采用白桦木材等自然素材。此外，店内随处摆放的木质小物和动物装饰品打造出治愈的空间。注重坐席的舒适感精选14种椅子，给坐席也带来变化。照片为店内深处的空间。2 虽然店铺内堂全面禁烟，但在入口边设置的吸烟室。3 入口右边的座椅旁边设置的杂志角。主要陈列了以女性读者为主的报纸杂志，得到了早餐客人和老年客人的好评。4 7点~11点实行点饮料附赠厚吐司和白煮蛋的“名古屋式早餐”服务。此外，还备有简单的早餐组合4款（380日币）。5 有三种选择的“精品咖啡”（580日币）都是独立单品冲出品。6 从入口看店内，照片前的大桌可坐12人。配有舒适的带扶手椅。店内支持Wi-Fi备有电源，以满足带笔记本的单人客人的需求。

### Morning set



### 主打使用高品质咖啡豆的咖啡，饮品有37款

饮料单有使用雨林联盟认证咖啡豆的咖啡11款，红茶7款，奶昔茶饮7款，软饮7款，以及酒类4款。

#### 拼配咖啡

使用巴西与萨尔瓦多的咖啡豆。为了让客人悠闲享用，单杯容量十足200cc。（400日币）



拿铁

深焙咖啡豆出品意式浓缩与醇滑牛奶的组合，每一杯独立萃取，拉花出品。（430日币）。



火龙果MIX奶昔

话题的超级水果“火龙果”，加之芒果，浆果，优酪乳混合出品。倒入流行的梅森杯出品。（630日币）



店铺以散发木香的治愈空间为主题。



ニラックス㈱  
マーケティンググループ・ディレクター  
久保本 穂&A



むさしの森珈琲  
六ツ川店  
神奈川県横浜市南区六ツ川2-108-8  
☎ 045-720-6167  
☎ 7時~23時 ☎ 無休  
mmmcoffee.jp

做一家能让人放松享受的咖啡店。如果想在平时大排长龙的市内人气店享受黄油蛋糕，就得打扮一番才能出门。而来武藏森林咖啡却可以随时光顾，并且可以用极具性价比的价格享受美味。久保先生用心说道。

此外武藏森林咖啡的餐点只有普通家庭餐厅的三分之一左右，因此在制作上也相应的更加用心。例如店里的黄油蛋糕都是在接单后打发蛋清制作的。

店内装修比照高原度假村的咖啡店设计，沙龙风的沙发，针对团体的箱型空间，还有露天咖啡座等分为各个区域空间，以应对各类不同的客人需求。

如今武藏森林咖啡早上开店后到10点就会满座深受大家欢迎。客单价1000多日币，女性占8成，老年客人也不少。特别是早餐反响响喜人，预计会扩大规模。久保先生说。此外，该店还与附近的店铺达成了加成效果销售额度直线上升，因此公司计划年内再增开两家店铺。今后也会以郊外为中心店铺。



The Coffee Bean & Tea Leaf  
 コーヒービーン&ティーリーフ  
 日本橋一丁目店  
 東京都中央区日本橋1-3-13  
 東京建物日本橋ビル1F  
 ☎ 03-6262-1336  
 ☎ 7時～22時、日曜、祝日 8時～21時  
 ☎ 無休 www.coffeebean.co.jp

是要攻略日本市场了吗?!  
 源自「V」的精品咖啡连锁店「香啡缤」  
 登陆日本市场!  
 五十多年前诞生于美国洛杉矶的美国最古老的精品咖啡连锁店登陆日本。  
 店铺理念商品魅力十足。

2015年5月26日，美国最古老的咖啡连锁店香啡缤的日本1号店在东京日本桥1丁目的十字路口正式开业。该连锁店创始于1963年美国加州洛杉矶。当时在美国一般大家都使用罐装的量产咖啡豆，在这样的背景下香啡缤努力普及精品咖啡理念，对咖啡豆产地精益求精，追求能够体现豆子本色特征的烘焙，店里的红茶也是产地精选良品组成产品线。作为一家洛杉矶代表性的精品咖啡连锁店，得到了众多粉丝的支持。

虽然香啡缤已经成长为一家国际连锁品牌在全球27个国家拥有1012家店铺（截止15年6月底），但此次登陆日本还属首次。旗舰店日本桥一丁目店位于15年2月竣工的商务大楼东京建物日本桥大楼一楼。设计理念源自于洛杉矶西海岸马利布别墅。两面落地玻璃窗挑高天花板的店内明亮而具有开放性，木质品随处可见，酝酿出沉稳的氛围。还备有露天坐席，即便位处商务街中心，也展现出闲适放松的气息。

### 咖啡和茶各20款

特别值得一提是店铺琳琅满目的饮料单了。招牌产品咖啡，以展现品牌特征的单品咖啡为首约有20款可供选择。茶类同样有原产茶，茶拿铁6款等约20款可供选择。咖啡豆全部都是与农庄直接交易进货，茶也就讲求选用手工收摘的全叶茶。“抹茶卡布奇诺”作为日本原创饮品提供。更有甚之，还有约10款该品牌于1989年在业界首次推出的冰沙系列。插着紫色吸管的冰沙是香啡缤如同标志般的存在。除了抹茶卡布奇诺以外，饮料单基本和美国一致。

另一方面，菜单则是以日本原创为中心。餐点充分使用象征柑橘类、巧克力等象征美国西海岸饮食文化的素材，以“与咖啡和红茶相配”为首要目标进行开发。其中最受欢迎的是三款法式咸派。在松脆的派地上加之馅料配上国产食材烤制而成。

### 以传统与个性的街区为据点扩散全国

使香啡缤登陆日本的是HOTLAND与AEONMALL于2014年6月成立的的合资公司。该公司与在美国经营咖啡豆的International Coffee & Tea.LLC缔结了连锁店的协议。拥有餐饮店运营经验的热LAND与在日本全国拥有140家商场具有卓越开发能力的AEONMALL将结合各自积累的行业经验进行合作。今后计划将进一步增加路面和商业设施里的店铺。



日本桥一丁目店员约40人。茶类拿铁等商品点单会询问客人的喜好调整甜度等进行个人定制。



L.A. Style 系  
 取締役COO  
 石原一裕さん

COO石原一裕告诉了我们为何将日本1号店选址在日本桥的理由。“日本桥是一个兼具传统与个性的街区，在江户时代作为五街道的起点道路由此扩散延展至全国。另一方面，香啡缤也是美国历史最悠久的咖啡连锁店，但却时刻不忘革新，所以日本桥是我们安置旗舰店的最佳区域。我们也想从这里开始将香啡缤推广至全国。”

日本桥一丁目店开业当天就吸引了2000多名客人蜂拥而至，时值6月的现在也保持着每天1000人的客流量。紧接着香啡缤的连锁店还将于5月30日在埼玉越谷的AEON-LAKE TOWN kaze，7月10日在爱知冈崎的AEONMALL冈崎，7月17日在岐阜各务原的AEONMALL陆续开业。今年内总计计划推出10家店铺。石原先生表示，“我们将以把香啡缤融入人们的生活风格中而努力。”



以洛杉矶西部马力布别墅为灵感进行设计，明亮而具有开发性氛围的店堂。店铺规模约51坪，约有70个座位分布在多彩的店内。全店禁烟



1. 鉴于店址位于商业街区，店内备有客人可以自由使用的电源。从早到晚的主力客人都是公司职员。2. 大玻璃展柜里陈列着蛋糕甜品，三明治，法国咸派等约30款餐点。它们都是以搭配咖啡和红茶为第一要点而开发的。3. 职员中一半作为咖啡师在开业数月前开始接受培训。其中还有去海外进修学习的。意式机用的是LACIMBALI的产品。4. 店铺内天花板挑高，两面落地窗。外面设有露天座席。由于地处十字路口，视野绝佳。



## 咖啡以单品为主



1. 鉴于店址位于商业街区，店内备有客人可以自由使用的电源。从早到晚的主力客人都是公司职员。2. 大玻璃展柜里陈列着蛋糕甜品，三明治，法国咸派等约30款餐点。它们都是以搭配咖啡和红茶为第一要点而开发的。3. 职员中一半作为咖啡师在开业数月前开始接受培训。其中还有去海外进修学习的。意式机用的是LACIMBALI的产品。4. 店铺内天花板挑高，两面落地窗。外面设有露天座席。由于地处十字路口，视野绝佳。



## 追求品质种类丰富的红茶



1. 茶类拿铁/6款。用意式机高温高压萃取切细的专用茶叶出品。照片是一款名为蜜树的甘甜味物加之香草等风味的非洲日出（480日币）。2. 抹茶卡布奇诺/采用国产绿茶搭配奶泡出品（460日币）。3. 今日的冰茶/4款每天轮流替换出品。照片为热带激情（390日币）。4. 柠檬柑橘茶/柑橘茶添上柠檬香，加之柚子皮完成（20个茶包1750日币）。5. 伯爵红茶/橙黄白毫茶叶上添加香柠檬油和地中海柑橘类香气的产品（1750日币）。6. 茉莉花龙凤夺珠/中国手工茶。将嫩叶和新芽团成大珍珠状，染上茉莉花香出品（1850日币）。

## 称托饮品的餐点



1/2 蔬菜法式咸派/常备3款。松脆的派皮与使用帕玛森干酪和奶油的内馅入口即化的口感深得好评。照片里满载鸟取境港产灰眼雪蟹（430日币）。3. 双份巧克力马芬/巧克力蛋糕上加入巧克力片和可可饼干制成。加热后内部巧克力会融化（290日币）。4. 纽约芝士蛋糕/甜度刚好奶油味十足。底为全麦饼干（450日币）。

# 多ブランド展開する外食企業が、 “今”コーヒーに注目する理由

近年，经营多种品牌的快餐企业，开始渐渐涉足咖啡事业。他们关注咖啡的理由由各种各样。我们将一一验证各个企业如何发挥他们的强项来经营店铺。

RESTAURANT



## POINT

店铺和餐厅【STOLE】开在一起。之间没有间隔，咖啡吧台前就是餐厅的座位（照片）。很多客人会在【STOLE】用餐后顺便喝一杯咖啡。此外，作为卖点之一，他们还提供在【STOLE】后面制作的甜点和主食。两店均由（株）TRANSIT CREW经营。

## DATA:

店铺规模：约9坪16座。餐点数量（吧台菜单除外）：食物4种，甜点12种，咖啡7种，其他饮料5种。人均消费：400-500日元。



## MENU

1 咖啡拿铁/咖啡是由Little Nap Coffee Stand（东京代代木公园店）监制，咖啡豆也由他们提供。虽然只有一种咖啡豆，内容却根据进货而变化。采访当天是巴西的单品咖啡。照片中的咖啡由意式咖啡机萃取后混合奶泡而成（430日元）。2 戴安娜胡萝卜蛋糕/肉桂的风味和椰子脆片的口感魅力无限（430日元）。3 滴落咖啡/用HARIO v60 滤杯制作（430日元）。

## The Workers coffee / bar

ザワーカーズ コーヒー/バー  
〔朝トランジットクルー〕

设置在餐厅一角的咖啡吧台株式会社TRANSIT GENERAL OFFICE 以饮食店经营为核心，涉足商业设施的规划等多个领域。而它隶属于TRANSIT集团。【The Workers coffee/bar】就在隶属同一集团的株式会社REAL GATE运营的综合大楼【THE WORKERS】的一楼的餐厅STOLE里。除咖啡外也提供在STOLE制作的甜点。



## POINT

上图 咖啡空间和杂货卖场之间没有隔断，客人在两边来往自由，促进了相互的利用率。人均消费为咖啡1200-1500日元，杂货店8000日元。下图 食物坚持自家制造，面包也在店铺的厨房（约10坪）烤制。热狗里的9种香肠的制作，引进了同公司的意式餐厅和中餐厅的技术



## MENU

1 蜂蜜香蕉坚果松饼/面糠比同公司运营的松饼专卖店【moena 咖啡】更注重食材质朴的风味（1100日元）。2 热狗套餐/从9种香肠中挑选的热狗和法式炸物，沙拉组成的套餐。热狗上的淋酱有三种可选。照片中是原味热狗上淋蘑菇酱的组合（1300日元）。3 拿铁/使用了燕尾旗咖啡公司的咖啡豆（480日元）。

## DATA:

店铺规模：37坪46座。餐点数量：食物约40种，甜品4种，咖啡5种，其他饮料10种。萃取方式：意式咖啡机 咖啡豆的采购处：燕尾旗咖啡公司 人均消费：1200-1500日元

## DEMODEAL

デモデアル  
〔朝トランジットクルー〕

把咖啡店和杂货店的结合在一起，吸引顾客两头消费

这家店是由以快餐和杂货等事业在国内外交开了38家店的（株）际corporation开设的，服饰杂货店同设的咖啡店。这两种经营形态的结合，是该公司最初的尝试。以浓缩咖啡系列为主轴的菜单，加上热狗和松饼等活用了该公司已存在店铺的技术的餐点。咖啡和杂货的销售额为8:2。来咖啡店的客人也带动了杂货店的生意。



现在，全新的咖啡店接二连三地出现，经营着多个品牌的快餐企业也开始提高对咖啡的关注度。例如 2014年3月，（株）际corporation经营的「DEMODE R」(37坪46座) 在东京的三宿开业。在和杂货店共同经营的咖啡店里，该公司的餐饮事业本部洋食事业部副部长田淳弘表示：「用杂货和咖啡这两根支柱，从两方面吸引客户正是这家店的强项。」

同年6月，在东京纪尾井町开业的「BRAUN TABLES」(20坪23座)，是由快餐和设计为主要事业的（株）咖啡经营的。该公司在开业前，去被称作 third wave 潮的发源地的美国波特兰考察。以当地的咖啡店为样本设计的雅致内装，也是该公司咖啡店的卖点之一。

此外，（株）TRANSIT CREW 经「THE WORKERS COFFEE BAR」(约9坪16座) 于同年11月在东京的池尻大桥开业。该店位于TRANSIT集团经营的综合大厦「THE WORKS」的一楼，和同一体系的餐厅STOLE先在一起。该公司的董事长渡边桂志先生说：「由于我们负责运营THE WORKS，通过在STOLE里附设THE WORKERS COFFEE BAR，就能满足客户的需求，用超高的灵活性来吸引客人。」

咖啡豆是自己烘焙还是采购？  
前面说的三家店的咖啡都是……

营业时间8点  
~23点。饭后  
来一杯稍事休  
息。



株式会社TRANSIT CREW  
代表取締役  
渡边桂志先生



东京都目黑区青叶台  
3-18-3  
03-6416-4646  
8:00~23:00 (最晚点  
单时间22:30)  
不定期休息



足量的食物和  
淳朴感也充满  
魅力。



际corporation株式会社  
餐饮事业本部洋食事业部副部长  
田淳弘先生



东京都世田谷区下马2-44-11  
03-6805-2833  
11:30~23:00 (食物最晚点单时间  
22:00饮料最晚点单时间22:30)  
，周末以及节假日 11:00~  
全年营业  
Kiwa-group.co.jp/restaurant/52



委托出名的咖啡店制作，咖啡豆也从这些店里采购。际copra-tion的下田先生这样阐述了这么做的原因：“我们也考虑过自己做烘焙咖啡，但是这么做的需要掌握高度的技术和广泛的知识，难度很大。因此我们认为，把咖啡豆委托给专业人士，而我们则做擅长的食物和内蒙，是最好的。”

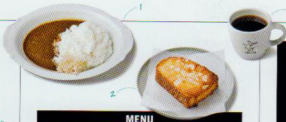
Transit crew的渡边先生也提出了同样的见解。“我们公司事业的根本，就是提议适合这个空间的创意。和商材有关的事大多是委托给其他公司，当然我们也要求对方有眼光，并且重视和我们概念的一致性。Transit集团经营好几间咖啡店，各自都会选择和其品牌形象相符的专业人士，把店铺的企划委托给他们。”他认为，“行家里手的想法不仅能补足本社的技术欠缺，还有助于最大程度地发挥本社的优势。”

另一方面，也有公司尝试着自己烘焙咖啡豆。BainiBarbie于14年二月在东京北千住开了一家自家烘焙的咖啡店SlowJet (29.6坪38座)。店长平山泰行说：“我们认为，咖啡豆的烘焙决定了一家咖啡店的味道。在开业之前店员们接受了烘焙机的使用培训，储备了烘焙的知识和技术后，就开始进行自家烘焙。”



#### POINT

上图引入富士咖啡的3公斤锅炉，进行自家烘焙。每天烘焙10~15公斤的咖啡豆，除了店里使用外，也提供给同公司的其他店。店里通常有售9种咖啡豆。下图为提供了丰富的菜单，设立了5.3坪的宽大的开放式厨房，平日里有1~2名负责接待客人和制作料理的店员，到了周末则有三人。



#### MENU

1 咖喱饭/加入了从兵库县淡路产的牛肉种提取的骨胶质后，口感浓厚顺滑。十种香料配合的咖喱饭，生味味道浓郁。根据同集团各店铺公用的食谱制作 (730日元)。2 BOSTOCK/在奶油面包的面团上涂上杏仁奶油烤制而成 (300日元)。7点到11点间和咖啡一起作为早餐套餐提供 (430日元)。3 拼配咖啡/咖啡用KALITA的波浪滤杯萃取 (410日元)。除了手冲咖啡外也提供意式咖啡。

#### DATA:

店铺规模: 29.6坪38座  
餐点数: 食物7种, 甜品9种, 咖啡10种  
萃取方法: 手冲 (滤纸), 意式咖啡机  
咖啡豆的来源: 自家烘焙  
人均消费: 800~900日元

## SLOW JET COFFEE

スロージェットコーヒー  
【兼バリエーティブ】

### 用自家烘焙的咖啡和多样的食物吸引本地客人

以餐饮店为中心，经营着57家店铺的baini barbie，2014年11月开了一家自家烘焙的咖啡店。地处住宅区，以附近居民为中心吸引了广泛的客户层。食物从早餐菜单到足量的正餐齐备，甜点则由同公司的法式糕点店制作。响应客人的各种使用需要，平日的来店人数为80~100人，周末则有250~300人。2号店于15年7月在京都市开业。



#### POINT

店的内部装潢由同时涉足设计行业的自己公司完成。一边参考美国发源的被称为third wave的咖啡文化，以开业之前去视察的美国波特兰的咖啡店为范本而设计。以附近的上班族为主，一天客流量约有80余人。其中一半都集中在午饭时前来。人均消费为800日元。客人中的九成都是回头客。

#### DATA

店铺规模: 20坪23座  
餐点数: 食物4种, 甜品5种, 咖啡10种, 其他饮料7种  
萃取方法: 意式, 爱乐压  
咖啡豆的来源: 小川咖啡  
人均消费: 800日元



#### MENU

1 蓝赫特爱乐压/使用危地马拉产的单品咖啡 (530日元)，咖啡豆通常有拼配和每季更换的单品各一种。2 BLT三明治/店里也有用面包做的小食菜单。照片中的三明治夹有番茄、培根、生菜、莴苣等 (600日元)。3 红茶拿铁/因为有很多女性客户的询问，开业之后又加了两款红茶。照片中为冰红茶，店内也供应热红茶 (各500日元)。

## BROWN tables

ブラウンテーブル  
【新カフェ】

### 开在办公楼里，上班族的小憩之地

同时涉足快餐事业和设计事业的 (株) café，在自己公司事务所的一角开设了一家咖啡店。因为在办公楼内，考虑到上班族对咖啡的需求，以咖啡为核心展开经营。咖啡豆是从小川咖啡采购的特别咖啡。午饭时也可以点在二楼的餐厅park sidetables制作的外卖咖喱饭。。

咖啡店和烘焙坊里的热门商品

-推荐用于少量、多种类的面包制作-

**KNEADER**



**PAO KNEADER PK2025**  
146,000日元 (不含税)

制作面包和意面等的面团!  
100V电源, 可连续使用。轻便小巧的桌上型揉面机。一次可揉600g~2.5kg面粉。



**洗完能折叠的发酵机 PF102**  
43,000日元 (不含税)

能用100V电源的发酵机。  
时间设定长达12小时  
温度设定范围25℃~40℃



モニター機のお問い合わせ  
資料請求もお気軽にどうぞ

日本ニーター株式会社  
0120-481-484  
<http://kneader.jp>



提高系列店的咖啡品质

经营多个品牌的企业开咖啡店,有着他们独有的长处。Baini barbie经营的各家店铺里的咖啡豆,原来都是从外面采购的,而现在渐渐地换成了由slowjet coffee提供。平山先生说道:“因为是自家烘焙,我们能自己控制想要的味道,以便更好地展示各家店铺的味道。”际(corporation)在监制DEMODE R的咖啡的(reamer coffee company) (东京涉谷)进行员工培训。据说这件事也影响了系列店的其他员工。督促店员的咖啡萃取技术的提高。下田先生这样说到:“除了咖啡专卖店外,客人在其他店里也开始追求高品质的咖啡。提高咖啡的品质,对所有快餐企业来说都是一个重要的课题。”

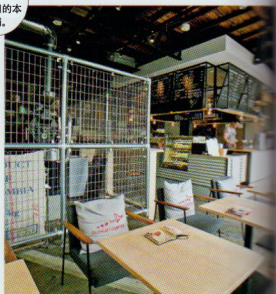


Slowjet coffee  
店长 平山 泰行



東京都足立区千住东  
1-29-12  
03-3888-8278  
7点~20点  
全年营业  
[www.slowjetcoffee.com](http://www.slowjetcoffee.com)

我们的目标是成为被附近居民所认同的本地化店铺。



(株) café é 营业监督  
驹泽大辅



東京都千代田区纪尾井町  
3-12  
纪尾井町大楼1F  
03-6261-2198  
11点~18点  
周末休店  
[www.tables-jp/browntables](http://www.tables-jp/browntables)

用特制咖啡来区别附近的连锁店



- HORIGUCHI COFFEE

- 堀口咖啡

- 堀口俊英 e.a.

〈 堀口咖啡 柏江店 〉

東京都柏江市和泉本町1-1-30

☎ 03-5430-2143

☎ 9時～19時（喫茶は～18時）

☎ 日曜

www.kohikobo.co.jp

## PERSON

【 我的工作方式 】

## 制定开业就能盈利的缜密计划

——听说堀口先生现在把公司运营基本都交给了后辈，主要用心在开业的支持工作了。

堀口先生（以下，敬称略）我针对想要开咖啡店或饮料店的人为对象举办研讨会。虽然“想要开一家自家烘焙店”的人不少，但我不会对有这类需求表示支持。之所以这么说，是因为想要开自家烘焙店的人很多，但其中拥有相应的高度技术的人很少。如果要开一家自家烘焙店，首先应该最少需要进行2年以上的学徒修习过程，掌握开业所必须的资质与技能。

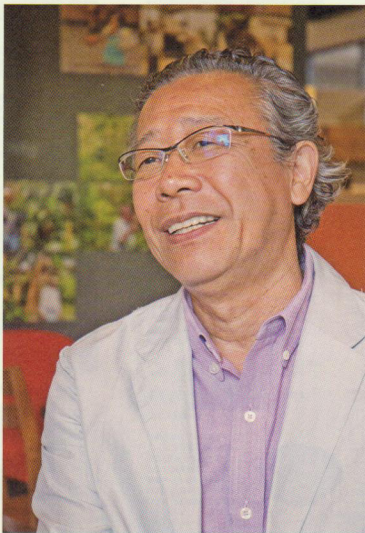
## ——开自家烘焙店所必须的资质是？

堀口 自家烘焙需要有敏锐的味觉，对生豆的正确理解，以及进行恰到好处烘焙所需的技巧。这些并非是一朝一夕就能学会掌握的。此外，接待客人时所需的沟通力，事务处理能力等这些多方面的技能，不仅是自家烘焙店，无论运营什么样的店铺都必不可少的。

咖啡店、饮品店相较于自家烘焙店，并不需要那么高难度的技术。但即使如此，那也并不容易。

——所以说，无论哪种情况，开业都需要充足的准备。

堀口 怀着“即使刚开始出现赤字也没关系，只要半年后能盈利就好”这样的想法，一边运营一边不断克服出现的问题的做法，在竞争尤其激烈的现在是无法做好生意的。我们要以“开张就要盈利”为目标制定计划。打个比方来说，夫妻两个人运营的咖啡店，租金20万，押金2000万，投资总额1000万的话，那么最低限度的目标大概日营业额要到4万，月营业100万。以此为基础



45坪中约10坪为有15个坐席的咖啡店空间。这样的设计可以从客席可以看到咖啡烘焙，以及咖啡萃取的样子。



烘焙咖啡豆常备20种以上。堀口先生说，“我们最重视的是紧贴客人的喜好，以及进行新提案的销售力。”



柏江店定位为烘焙工厂，该店引进了两台富士咖啡的2台直火式烘焙机（10kg和20kg级）。



柏江店位于离小田急线柏江站徒歩4分钟的公寓一楼。除此以外，还有世田谷店，上原店共计3家店铺。

photo : Haruko Amagata 134





## 杉窪章匠の365日分の◎日

心怀热情的面包匠人杉窪章匠认定“我的原动力来自于为别人而努力”。365天，每天都使出全力。今天他又是以怎样的心情行动的呢。

「第135回」

## 快乐学习法

人长大后，时间就过的特别快。有人说那是因为没有体验过的事情变少，根据经验可以预测的事情变的并不只是因为那样。

现在，我们正准备建立一个名为「新麦Collection」BMO法人机构。

我们将刚收获的小麦制成面粉，使用刚刚制成的小麦制作面包，让更多的人了解到小麦的风味和馨香。这么做需要配合收获的时节从南方开始，慢慢北上。我们的目的是让大家知道，面粉并不是工业制品，而是农产品。

我几年前刚刚开始在日本面包业界开始工作时，怎么也找不到在法国使用的那样可以散发小麦香气的面粉。即使我向各个厂家寻求各个品牌的面粉样品尝试，都没有找到让我动心的面粉。

我觉得这很不可思议，即使咨询面粉厂家，他们好像也听不懂我在说什么。我觉得他们虽然认识蛋白质含量和灰粉这样数值化的东西，但对于风味和香气这类无法数值化的东西并不认可。

我记得，那时我觉得对于食物而言，感性是非常重要的，而他们的做法给我一种一脚踏进了一个麻烦的业界的感受。

但我并没有放弃，问厂家我是否能和农民们直接沟通，却没有得到积极的反应。心想看来这条路行不通了。在我进行这样那样的努力中，认识了江别制粉等主要经营国产小麦的面粉公司。我向他们描述了我的想法，表达了想要与农民直接见面沟通的意愿。

不过，在与农民们直接沟通后，我毫无意外地发现大部分的农民都认为小麦是没有味道，无味无臭的。会这样的原因之一，在于小麦农民与其他蔬果农民那样，不怎么吃自己收获的东西。如果自己播种，培养，收获的东西都不好吃的话，也就不会去想如何种出好吃的小麦，没有理由会去努力做了。而且，只要和别人的小麦混在一起出售的话，自己小麦的评价也就无从而知了。

我觉得这样下去可不行。看来如果想要得到我们想要用的面粉，只有让农民、面粉公司、面包店坐下来一起商谈找出解决方案。

有意思的是，像这样的事并不是只有我们在考虑，之前也有不少前辈，很早已开始做各种的尝试，农民、面粉公司中也有这样的人，也正是因为有这样一个前辈才有了现今的成果。

尤其是在没有任何人关注的时代开始努力前辈，他们的功绩十分值得我们传唱。

我希望新麦系列能成为将全国的农民、面粉公司、面包店联系到一起的契机。

大家一起去面粉公司看一下，去小麦田里走一下，与农民们对话，与他们分享自己制作的‘面包’，向对方学习农业知识，面粉知识，不是很好嘛。像这样相互学习，能消除隔阂互相尊重，构筑公开稳定的关系。

因此，我们将每一天的运营，活动，资金透明化，为了避免某一方得利，某一方受损的局面，让农民、面粉公司、面包店等各方代表选为理事建立BMO法人，我选择了这么一条路。目标今年二月机构正式成立。

人会随着时间的推移越来越明智，也越来越会把对身边的人放在心上。自己身边笑脸越来越多，自己也会越来越快乐，时间也会越过得越快。



福冈市的一处小麦地。与各地小麦农家的对话与沟通必不可少。

AKIMASA SUGIKUBO

1972年生于石川县。在10年甜品师的职业生涯后，2000年远赴法国。在巴黎的2家米其林餐厅甜品部门累计修行2年。回国后又在多家甜品店工作了4年。在面包店担任6年半主厨后，13年独立。随后在全国各地策划开出3家面包烘焙店，同年12月在东京富富堂开业。开业不到一年就成为年销售1亿日币的人气店。今年挑战咖啡事业中。

365日

東京都渋谷区恵+21-6-12

☎ 03-6904-7357

☎ 7时~18时 ☎ 休息

www.365jours.jp

PROFILE

# 咖啡一代



『网络之声』

## 不受评论影响，以适当的距离感面对网上的评论

这次我想思考一下与网络的相处方式。如今网络已经成为了我们生活中不可或缺的一部分，甚至可以说，我们已经难以想象没有网络的生活会是怎样的了。如果有不了解的东西，在网上检索就能马上获得解答，不直接去店铺，也可以在网上买到需要的东西。想要调查一下有意光顾的店铺，在网上也能轻易调查到信息。此外，使用SNS等就能非常便利地发布自己对已经去过的店铺的评价。虽然这样的便利受到了大家的欢迎，但作为店家这却也有让人头疼的地方。

来我们店的客人们，对我们店究竟是怎么想的呢？每个店家都会对此十分在乎。因此就会自己在网上检索大家对自家店铺的评价。也就是进行大家所说的“自检”。美食网站，个人博客，SNS等上有关自家的店铺的话题可能会被广为流传，店家会为素不相识的人们所留下的问题而受到鼓励，也会因此陷入沮丧之中……有让人觉得做这份工作真好的文字，也有明显带有恶意的评价，让人不禁想问他到底是怎么想的，这样令人不甘委屈的时候。由于太过于沮丧会对精神健康造成影响，我曾想过再也不要上网搜评论了，但网上确实也有一些评论指出了站在店家的角度无法注意到的细节，这些评价能让我们自省，令我们十分感激。之前因为这样的评价，我们还改善了诸如吸烟问题这样的毛病等。在连续好几年观察了这些鱼龙混杂的评价后，我也能以淡定的心态接受一切评论了。会在网络写评论的人，大多在进店那一刻开始就进入警戒周围的状态，散发出独特的气息，虽然本人或许没有感觉，我们却马上就能感觉到。当然，对于那样的客人，我们也是一如既往地照常接待。

店家也会活用HP和SNS等频繁地发出信息。特别是Dimanche，很容易从中了解我的喜好，因为店铺是往玩家方向发展的，在网上能很轻易地了解到店铺的标准格调。写差评的客人可能不怎么看Dimanche的官网，对于喜欢Dimanche的人来说，看这些信息会有种缩短与店铺距离的感觉。

虽说如此，最重要的始终还是每一天的营业。我们要做的只有一件事，那就是让到店的客人满意而归。有顺利的日子，也有倒霉的日子。偏偏就是不顺的日子，会被人记录在网上评价，对于这样的情况，就要把它当做明天的课题，快速调整心态。如果能让客人说，“之前去的时候不怎么样，今天去的时候发觉有改善，感觉还不错”，那就很棒了。我想今后也不要过于受到评论的影响，保持适当的距离感来面对网上的评论。

堀内隆志

鎌仓咖啡店Dimanche的店主。除了咖啡店以外，还为CD和FM节目做选曲的工作。

café vivement dimanche 公式ブログ > [cvdois.exblog.jp](http://cvdois.exblog.jp)

# 咖啡师肖像

职人的思维与技术

## Glitch Coffee & Roasters 铃木清和先生

2015年4月在东京神保町开张的

Glitch Coffee & Roasters店主铃木清和先生，是澳洲咖啡品牌PAUL BASSETT首次登陆日本市场10年的日本店铺总管。我们就在保罗学习到的东西和经验，独立开店的想法采访了铃木先生。

做店铺总管意识到的是，信息共享

拥有世界冠军咖啡师大赛优胜经验的保罗先生的咖啡品牌2006年在日本开设了第一家店。铃木清和先生作为开店员工成为了店里的首席咖啡师与烘焙师。店铺开业后的两年，他向创业者保罗先生主要学习了咖啡的萃取，向拥有咖啡师大赛丰富经验的多梅尼克先生学习了烘焙的技术。他传授的像是浅焙适用于于强调酸味、水果味的豆子，还有像滤杯里倒水后用勺子搅拌这样的萃取方式，对于当时的我来说是全然陌生的。铃木先生回想到，他非常感激保罗带给他的，对于咖啡的全新的思考方式，每天都努力磨炼自己的技术。最终他获得了保罗先生的信赖与认可，慢慢地把管理店铺的业务交给了她。

铃木先生在统管店铺的时候重视的是，信息共享。只有首席咖啡师我会烘焙，能教讲习会的讲师是不行的。知识和技能要共享才有价值。店里采用了全体员工致力于提高咖啡品质的机制，例如负责烘焙的工作人员烘焙好的豆子要给所有的员工试喝，而不仅仅是主要的员工，大家要在杯测纸上记录各项的分数。在这样的基础上，与烘焙师以及其他工作人员交换意见沟通

批发的并不仅仅是豆子还有烘焙技术

5th in Glitch Coffee & Roasters开张，铃木先生拥有了自己的店铺。想开自己的店的是因为铃木先生想要做行业内的，信息共享。餐饮业界内有将自己的知识作为企业机密保密的情况，但我想和同一个行业的人共享信息，提高相互的水平与技术，为业界的发展做出贡献。



铃木先生说，作为其中的一环，就是铃木先生称之为“烘焙分享”的尝试。他想在向其他店铺批发咖啡豆时，并不仅仅是提供烘焙豆，还与批发对象一起进行烘焙，公开烘焙技术。因此，他引进了300000级的烘焙机，机器本身就价值500万日元，他还投资了50万日元加上了排气、温度计和风扇计，以及300专用的应用软件，使技术能够数值化，毫不吝惜地分享信息。

500万日元，他还投资了50万日元加上了排气、温度计和风扇计，以及300专用的应用软件，使技术能够数值化，毫不吝惜地分享信息。

通过让批发豆子的店家体验烘焙，能让他们进一步深入的了解与思考咖啡，从中就会孕育出想要出品一杯好咖啡的心情。此外，这也能够加强我们与他们的信赖关系，得到更加详细的回馈，最终提高双方的品质。(铃木先生)

现在，店铺正常月销售额正从100万日元提高到200万日元的营业额中。今后除了增加自己的店铺以外，还会推出设计开店业务，现在已经在进行目标年内开业的咖啡店的设计规划工作。作为经营者，要考虑到现有的6名工作人员更加好的工作环境，是我现在最大的课题。此外，为了将来开设分店，想趁现在将店铺的运营管理相关的知识和技能教授给店员，我想将分店的运营全权交给店员

打造一个拥有不同个性的店铺团队发展下去。”铃木先生的挑战还刚刚开始。

### Glitch Coffee & Roasters

店主  
铃木清和先生

1977年生于栃木县。经历5年的公司职员生活后进入咖啡界。成为了Bar DelSole六本木店的正式工作人员，此后在焦糖咖啡学习烘焙与运营。2004年加入PAUL BASSETT。在跟随保罗先生学习的过程中，成为了日本店铺的总管。15年1月离职，4月开设Glitch Coffee & Roasters。



# 领略咖啡师的技术

## 意式

Espresso



滤碗方面，针对直接出品的意式浓缩时，采用双份粉碗（图左），配合牛奶等制作拿铁等出品时，使用能够装更多咖啡粉的双份粉碗（图右）。



手柄过开水预热，研磨19.5g哥伦比亚豆（2杯份）装入手柄。



使用手锤将咖啡粉表面压平。7kg的压力最为理想。此外，压粉前不用手指调整，因为手指动作每个人都不一样，会影响出品风味。”（铃木先生）



装上手柄，按下萃取键。23秒萃取35g。如果动作不够迅速，最初预热的手柄温度会下降影响出品风味。



用勺子搅拌统一浓度出品。

Finish!



用发挥豆子个性的浅焙感受果实的味道。具有橘子和櫻桃番茄独特风味的一杯。

## 爱乐压

Aero Press



首先放置滤纸装置好后，将爱乐压放在马克杯上。连马克杯一起放在称上。研磨16.5克（1杯份）的埃塞俄比亚咖啡豆。“豆子要磨得比滤杯手冲咖啡要粗一些，比法压细一些。”铃木先生说。倒入咖啡粉。“工具无需提前用热水预热。因为水太热就很难感受到豆子的甘甜与美妙的酸味。”铃木先生说。



为了让78摄氏度的水能够接触到所有的咖啡粉，注水时旋转爱乐压。用勺子搅拌5圈左右，让热水和咖啡粉充分接触。



合计共注入约230水。用勺子轻轻搅拌，盖上过滤器。从开始注水以后动作就要迅速起来。



开始注水1分10秒后，连杯子一起拿下称，用1分钟将爱乐压内液体压到30ml左右萃取没有杂质的部分。用勺子搅拌均匀出品。

Finish!



特征为华丽，复杂的一杯。“爱乐压出品的咖啡比滤杯手冲风味更为强烈”。



グリッチ  
コーヒー&ロースターズ  
東京都千代田区神田御所3-16  
香村ビル1F  
☎ 03-5244-5458  
☎ 7時30分～20時  
土・日曜、祝日 9時～19時  
◎ 無休  
www.gritchcoffee.com

## Coffee roaster

右/ 店内Probat 5公斤级烘培机坐镇。下/ 烘培机前设置额外的排气温度计和风速计。“一般的做法是只有豆子的温度计，但排气和风速的数值也很重要”铃木先生说。这些数据都用专业的应用软件管理。



## Interior

15坪15座简约的内装。“我引入了能感觉到日本文化的东西”铃木先生说。在吧台下面使用的神社外壁等使用的玉石。开业投资额为1500万日元，每天客流量150人，客单价450日元。



## Drink

常备发挥豆子个性的浅烘咖啡豆4款。萃取方式有手冲，爱乐压，意式三种。



## Food

餐点准备了5款面包。“餐点是外包的，因为作为咖啡专门店我想一心做好咖啡”铃木先生说。





店主  
小鸟  
1984  
年初  
在成  
行小  
活一  
场开  
了开  
业

明年  
1984  
年生  
于香  
港，  
毕业于  
设计学  
校，此  
后从事  
设计工  
作。在  
此期间  
，她开  
了咖啡  
店，并  
与朋友  
一起开  
展了活  
动。她  
的爱好  
是园艺  
和旅行  
。她想  
通过开  
咖啡店  
，与朋  
友们一  
起生活  
。

## 凭借着在共计5家店铺磨炼的待客能力，打造与人联系的咖啡店

即使是的闲聊，也会有意识地认真对待

在东京中野坂上开张的小鸟游食堂，是小鸟明日香小姐开设的咖啡店。因为店名带有小鸟两字，店里随处装饰了不少以小鸟为主题的摆设与画，有套餐、咖喱等丰盛的餐点，加之每日变换的自制甜品、法式佐酒菜以及葡萄酒等，能够满足不同的来店需求。

小鸟小姐最早在宾馆做厨师工作。后来因为志在开咖啡店，想要学习经营咖啡店所必须的知识，和待客之道，2013年3月离职，在个人经营的咖啡店、甜品店等，各种不同类型的5家餐饮店打工学习。尤其值得一提的是在东京新宿三丁目的一家名为Spoon Ono学习的客服经验，那成为了她宝贵的财产。

比方说，在与熟客的对话中，我会下意识的表现出十分客套的样子，这样反而会让对方更加费心。店长曾向我指出这一点的不足，让我适当地控制自己的情绪表达。他让我学会了，即使是在不怎么重要的闲聊中，也要用心在细微之处体贴客人。

小鸟小姐说。

2年10月开始，小鸟小姐开始在位于地下的中野站周边寻找合适的店铺。然而，店铺租金总体偏高，因此她决定扩大寻找范围。随后在12月遇见了现在的店铺。不过租金是预想的，一半都不到，第一个月的租金还是免费的，因此她马上就决定签约。

然而，虽然小鸟小姐预定在2年11月上旬开工装修，但由于委托内装的设计公司的问题导致延期。反复开会后，才从6月开始正式施工。

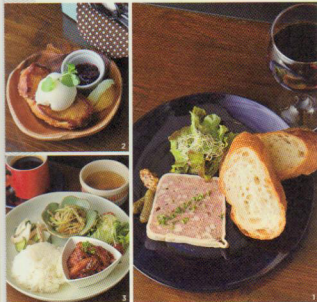
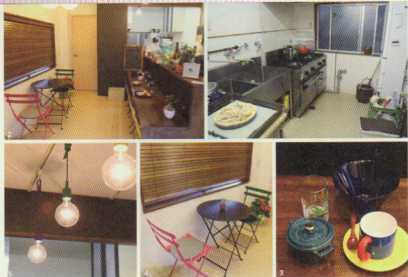
### 室内装修的组合搭配 来自服饰的组合搭配

采购店用物品和组合物的时候，小鸟小姐有意识地将需要花钱的东西和可以低价采购的东西区别开来。这和平时搭配衣服一样，如果都是便宜的东西，看起来就很寒酸。在其中搭配高价单品，看起来整体效果就会好很多。小鸟小姐说。店用食品器是在宜家，以及批发商用厨房机器物品的专门店采购的。与之相反的是，店内首先能吸引客人视线的，容易与店铺印象产生直接联系的灯具、椅子、桌子等，出于重视设计性的角度，即使稍贵一些也会选择好的单品。只不过采购这些单品时，小鸟小姐会与在家具店工作的姐姐沟通，采购库存清仓品，或者利用职员折扣。



## INTERIOR

1.位于吧台里的2坪厨房。里面配置煤气炉，旁边设置两个水槽，为此施工时还调整了水龙头的位置。冰箱采用了家用冰箱。2.简约的室内装修，色彩鲜艳的椅子点缀其中。店内里面的6个座位禁烟（照片），入口附近的4个座位为吸烟座位。3.配合鲜艳的椅子，店内使用的食器颜色也缤纷多彩。在宜家采购了有小鸟图案的杯子。4.椅子采用了不同色彩同一设计的单品。5.灯具是重金采购的物品之一。照片中的灯具是原价三个1万5千日元，最终是以1万元的特价采购的。



## FOOD&DRINK

1.以鸡肝为主的田园鸡肝（700日元）与法棍切片（100日元）。里面是红葡萄酒（500日元）。葡萄酒常备12款。2.法式吐司（500日元，带饮料的套餐里400日元），使用加入蜂蜜的酱料。3.“今天的吃饭好友”（800日元）。饭除了照片里的白米饭以外，还可以选玄米饭。配餐每日替换。12点~14点配汤和饮料，除此以外的时间段，增加配餐的量出品（900日元）。



### 小鸟遊食堂

東京都中野区中央2-37-4 日興ビルA

☎ 03-6908-9048

☎ 12時~翌0時

◎ 木曜

www.facebook.com/takanashahokudou

我的目标是能成为当地居民，和喜欢做东西的人聚集的店铺。希望他们能通过来我店里的契机，认识更多有同样爱好的朋友。小鸟小姐说，今后她还想和经营荞麦面点的朋友合作举办提供荞麦粉制作的西点特别活动。

本月的店铺顺利开张，凭借着小鸟小姐的待客之道，喜欢与店主聊天的常客稳定增长。虽然现在每天的客流白天在20人左右，晚上在10人左右，晚上的客流每天的差别会很大，我的目标是能将晚上的客流稳定在20人。小鸟小姐说，客人主要是30~40岁的附近居民为中心，男女比例为6:4，男性居多。因为想要赢得年轻人和女性客人的认可，目前在餐点方面进行着新的尝试与挑战，加入了受到年轻女性喜欢的可丽饼等新品。

以标价的0.7~0.8折买入，努力控制预算支出。

## 开业数据

店舗規模

9.5坪/10席

480万円

店舗租金

开业投资额 : 71万円

内外装修费 : 250万円

除非餐具费 : 82万円

餐具备品 : 71万円

营业时工作人员数 : 1~2人

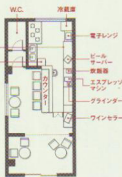
商品数: 饮品48款 (其中酒类36款)

餐点20款 (其中甜品3款)

人均消费: 白天800日元, 晚上2000~3000日元

日平均客流: 15~20人

月销售目标60~70万日元



## 开业之路

- 2013年3月 在涉谷宾馆法式料理部门，宴会场所为厨师工作，为了学习经营咖啡店的知识和技能离职。在个人经营的咖啡店，甜品店等打工
- 2014年秋~2015年1月 12月找到现在的店铺，因为便宜的租金决定签约，辞去所有正在打工的店铺，进入开业准备工作
- 15年3月 原计划2月上旬开工，因装修公司的问题延期，反复开会后，3月开始施工。
- 15年4月 小鸟游食堂开业。





OPENI  
Small Café &  
咖啡店  
开业记

( vol.6 )

SJO  
コーヒー  
SJO COFFEE

2014年4月  
OPEN

オーナー  
大村俊次郎さん  
1975年神奈川県生まれ。音楽活動のかたわら、コーヒーションアップの関心を決意。自家焙煎店を営む友人から助言を受け、コーヒーマシンの抽出と焙煎技術を学ぶ。2014年、経営者としての夢を、由比が浜の近くに「SJOコーヒー」をオープン。



## 凭借自己9个月的努力装修，打造拥有自己个性风格的自家烘焙咖啡店

开咖啡店的契机是朋友冲煮的咖啡。

2014年4月在元鎌仓站徒步5分钟的若宫大路上开业的SJO咖啡店，是用滤网与意式机萃取咖啡的自家烘焙咖啡店。店主大村俊次郎先生在舞台上作为演员工作时，勾勒起自己经营餐饮店的梦想。最早的时候是想开酒吧的，因为喝到了经营自家烘焙咖啡店的朋友冲煮的美味咖啡而受到感动，最终决定开咖啡店。大村先生说，此后，他一边向朋友咨询，一边学习咖啡的萃取和烘焙技术。

2014年1月他开始在神奈川横浜和鎌仓寻找合适的店铺。1月开始受到山海附近安逸的氛围所吸引，决定在鎌仓开店。在房产中介得到的店铺信息比想象中要少很多。等到不耐了以后，我就自己去找空下的店铺，还与屋主直接谈判。但只有不适合开业的，来往行人很少的住宅区。于是，只能等待有好位置的店铺空出了。

在开始找店铺约一年后的3月29日，他遇见了现在这个月租1.4万日币的店铺。地址位于大厦的半地下，形状为L字型。虽然觉得有点麻烦，但大村心想，用心装修的话也可以变得很酷，所以马上就决定签约。

店铺装修只有水管、煤气、电路等专业工程委托了专业工作人员。其他的内部装修工作都是大村先生自己完成。墙壁以深绿与白色区分。从入口到阶梯边采用了瓦片风格的建筑材料，瓷盘、木头柱子等的组合合作出间隔。随后配置了复古家具，完成了具有分量感的店铺空间。没有找设计师和装修队，是因为不想受到第三者意见的影响。因为在店里工作的是我，所以我想将自己的意志贯彻到底。装修的时间长达9个月，这段时间的租金约20万日币，不过好在内装费用控制在100万日币左右。

厨房设备均采用新品。大村先生光顾了多家公司的展示厅研究，意式机选用了意大利ROBUSTO，烘焙机选择了井上制作所的产品。决定的关键是我所需要的性能这台机器都已经具备。因为没有其他不需要的功能，所以价格就会比其他公司的产品优惠很多。烘焙机的排烟管道无需延伸，所以没有多余的工程这一点也很幸运。

排烟管出口并没有面向住宅区。地形上，海风很猛，所以不会让烟气滞留，因为有两个优点，所以大家就觉得无需再做额外的工程。

呈现自己风格的味道吸引顾客而不是折扣

1年4月开店，连休的时候也照常营业。

text : Yuko Hatachi photo : Takashi Misawa 142





## 关键词“首次登陆日本！”“在纽约引起话题！” “？”！来看最新甜点动向

茶子 哇~~~！这可是正宗的，元祖“可颂甜甜圈”呀。

甘美 你还真是爱赶潮流啊

茶子 才不是呢，你没听说过最近有关“可颂甜甜圈”的故事和话题吗？它由美国纽约蛋糕店DOMINIQUE ANSEL BAKERY 2013年一经推出就火爆市场，它家的产品独具个性，有可以倒入香草味牛奶出品的容器形巧克力曲奇等等，今年6月首次登陆东京表参道，这可绝对不能错过呀。我是特地翘班出来，邀请前辈来品尝的呢。

甘美 说是“我们就简单吃个午饭吧”，就又被带来大排场龙的店铺了……可颂甜甜圈，我当然知道。是将可颂的面团煎炸后，在里面倒入奶油，上浆完成的圆形甜点吧？同样的产品在日本出了一波引起了话题热潮。好像是唐纳滋14年4月开始销售唐纳滋可颂甜甜圈开始的，现在已经成为了定番产品了呢。

茶子 果然是前辈呀！



唐纳滋可颂甜甜圈是把甜甜圈面团炸过以后再用烤箱烘烤完成的，是一款旨在追求松脆口感的产品。他们打着“让纽约客上瘾的魅力甜点”的旗号出售，上架不到一个月就成为了累计销售个数突破1000万个的爆品呢。

甘美 日本人很吃“首次登陆日本”“纽约话题产品”这一套，都想抢先一步体验。不过，那些新颖的东西总是会让人不由自主地去关注。

茶子 前辈果然也是日本人呀，啊不，应该说是流着日本猫的血呀。要说其他的首次登陆日本的甜点的话，和甜甜圈有关系的，今年4月在美国波特兰的人气甜甜圈店Camden's Blue Star Donuts在东京代官山的新商业设施Log ROAD代官的日本一号店正式开业，与的同时还在区内开展了多个店铺。

甘美 枫糖与培根的咸甜组合，醇厚的黑巧克力加之卡宴辣椒带来电击般的刺激风味，个性十足，回味无穷。它基底的面团是布莉欧，口感细腻，吃上几个都不会腻。

茶子 你的嗅觉果然敏锐啊！

清凉的甜品也会因为“首次登陆”而大热？！

甘美 话说回来，这天可真热啊。

茶子 给受酷暑煎熬的前辈一个好消息！冰品的“初次登陆”也不容错过喔。今年6月，源自美国的冰棒意式冰淇淋Pop bar在东京涉谷开张啦。意大利店主完成了做成冰棒状也能保持形状，而且口感绵密的意式冰淇淋。和我们这里一样，它可以自己选择华夫，巧克力酱加料定制喔。

甘美 从纽约开始火起来的冰棒意式冰淇淋的人气从几年前就已经生根发芽了。今年2月在神奈川镰仓1号店的PALETAS 4号店“东京Mid Town”（东京六本木）也与咖啡店合并开张。

茶子 受到酷暑折磨的女人果然不会放过冰淇淋呀！

甘美 昨天我去东京清澄白河尝了布莉欧意式冰淇淋三明治甜点喔。

茶子 那是今年5月开张的Brigela对吧。布莉欧与意式冰淇淋组合好像是源自意大利的西西里岛呢。所以这也可以说是新饮食文化的登陆！

甘美 清澄白河在蓝瓶咖啡开张后，咖啡店和甜品店越来越多，现在已经成为了十分热闹的街区呢。

茶子 一间充满魅力的店铺吸引了人流后，促使它周围的店铺陆续开张。简直就是纽约的布鲁克林呢！

甘美 正是如此呢，在离市中心稍远的住宅区开张的神奈川镰仓Pompon cakes blvd.也是作为移动蛋糕店获得人气后，在今年4月开出了实体店。

茶子 日本各地出现了新的社区，陆续诞生了有趣的店铺，或许以后会在世界上出现“源自日本”的商品诞生喔。

“首次登陆”的东西决不能错过！

vol.03  
.....

talk!  
@café-sweets



「初上陸」ものは見逃せないわ！

左・茶子(5才) 20代乐天OL、梦想开咖啡馆店。  
右・甘美(高森海) 30岁双读者。对百货店地下十分熟悉。

Illustration: Miwako Shimanouchi 144