

U D L M

変わりゆく街、変わらないぬくもり。
カフェから見つめる、都市と懐かしさのかたち。

6

vol.360
June 30
2025

モダンからミニマル

p.2-3 東京とカフェ、その百年
p.4-5 コーヒー空間に宿る記憶
p.6-8 東京でカフェ巡り

△ブルーボトルコーヒー 清澄白河店

東京とカフェ、その百年

東京という都市とコーヒーの関係は

カフェの香りが漂う街角。待ち合わせ、休憩、思索、仕事——私たちは日常のなかで無意識にコーヒーを手に取り、何気ない時間を切り取っている。

だが、そんな「当たり前一杯」も、実は都市の文化とデザインの変化を映す、小さな鏡なのだ。

東京におけるコーヒーの歴史は、明治期の文明開化に始まり、大正・昭和の喫茶店文化、戦後の復興と高度経済成長、そして90年代以降のライフスタイルへと、まちの変化と共に形を変えてきた。

現在では、サードウェーブやスペシャルティコーヒーといった新潮流が台頭し、「一杯の美意識」さえも都市生活の一部となっている。

コーヒーの輸入途が絶えました。喫茶店ではコーヒーに代わり、昆布茶などを提供するようになった。

東京・上野に日本初の本格的なコーヒー専門店「可否茶館」が開業し、東京でのコーヒー文化の幕開けとなった。



可否茶館 上野 1888

1922 この頃より「喫茶店」の名称が一般化した。

1911-----1930

1888



カフェパウリスタ 銀座 1911

「喫茶店」というスタイルが登場したのは、大正時代のこと。当時の東京では、コーヒーが単なる飲み物ではなく、落ち着いた雰囲気の中で会話や思索を楽しむ「社交の道具」として広がっていた。1930年代には、なんと約3,000軒もの喫茶店が東京に存在したとされ、多くの文化人や学生が集まる知的な空間として定着していった。

「三つの波 (Three Waves)」

第一の波：20世紀中頃まで
インスタントや缶コーヒーなど、大量消費としてのコーヒー。

第二の波：
スターバックスに代表される、カフェ文化とライフスタイルの融合。

第三の波：2000年代以降
生産地や焙煎にこだわるスペシャルティ系。コーヒーは「嗜好品」へ。

ドトールコーヒー1号店 原宿 1980



1980年、原宿にドトール1号店が開店。低価格・立ち飲み式で都市型チェーンの先駆けに。

1983年頃にはカフェバーが流行し、夜の喫茶需要が拡大。

バブル期に突入した1987年以降、喫茶業界は来客減少により伸び悩みが見られるようになる。



チェーン化と新業態の登場

1950年、コーヒーの輸入再開をきっかけに、喫茶店が再び都市に広がり始めた。

1953年頃からは名曲喫茶・歌声喫茶が登場し、文化的な交流の場として発展。

1955年には深夜営業の喫茶店が増え、若者文化の一部となる一方、社会問題としても取り上げられた。

1960年代にはジャズ喫茶が流行し、音楽鑑賞に特化した空間が定着。

一方で、自動車社会の進展によりドライブイン形式が登場し、軽食を提供するスナック型喫茶店も増加。

この時期、喫茶店は多様な都市生活に対応する場として機能を広げていった。

1950-----1960



名曲喫茶 らんぶる 新宿 1950



DUG 新宿 1960

戦時中のコーヒー空白期

1980

学生運動とジャズ喫茶

1960年代から70年代にかけて、学生運動が盛んになり、多くの若者が社会や政治について語り合うようになった。そんな時代、喫茶店はコーヒーを飲むだけの場所ではなく、議論や情報交換、創作活動、仲間づくりの場として機能していた。

特にジャズ喫茶は、静かに音楽を楽しみながらも、同じ価値観を持つ人々が自然と集まりやすく、知識人や学生たちが社会や音楽について熱く語り合う場所となっていた。今でもその独特な空気感を残す店が各地にあり、世代を超えて親しまれている。



スターバックス1号店 銀座松屋通り 1996

1996年、スターバックスが銀座松屋通りに日本第1号店をオープン。

それまでの喫茶店とは異なり、「テイクアウト」「セルフサービス」「全面禁煙」など新しいスタイルを導入し、若者やビジネス層を中心に急速に広がった。

この時期から、コーヒーは単なる飲み物ではなく、ライフスタイルの一部として位置づけられるようになる。

空間も広く、明るく、ノートパソコンや会話を楽しめる「開かれたカフェ空間」として都市生活に定着していった。

ライフスタイル化

個性重視と：第三の波

2000年代初頭から、スターバックス型チェーンとは異なる個人経営のカフェが都内各地に登場した。

空間設計やメニューに強いこだわりを持つ店舗が増え、カフェは「自分らしさ」や「居心地」を求める場として再評価されていく。

また、スペシャルティコーヒーに特化した自家焙煎のコーヒーショップも登場し、豆の産地や焙煎・抽出方法を細かく提示するなど、コーヒーを嗜好品として楽しむスタイルが広がりはじめた。

2000年代後半には、海外の動きを背景に「サードウェーブ・コーヒー」という概念が日本でも認識され始め、カフェ空間はより実験的かつ多様に発展していった。



丸山珈琲 日本橋、西麻布 etc. 2000~



BLUE BOTTLE COFFEE 清澄白河 2015

2000-----2010



KOFFEE MAMEYA 表参道 2017

2020年、新型コロナウイルスの流行により、カフェの営業形態は大きな転換を迫られた。

テイクアウト・モバイルオーダーの導入、席数制限、感染対策などが進む一方で、「自宅でも本格的なコーヒーを楽しむ」ことを目指した家庭向けのスペシャルティ豆販売やオンライン焙煎教室が人気を集めた。

一方、カフェは再び「地域密着型」「個人経営」の形で見直され、住宅地の中や郊外でも小さく丁寧な空間作りをするカフェが増加。

また、サステナビリティや地元食材とのコラボなど、カフェが地域文化の一部として機能するようになり、コーヒーが都市生活とより緩やかにつながる存在になっている。

日常化・分散化するカフェ文化

Leaves Coffee Apartment 駒形 2016



コーヒーと宣伝の物語

大正～昭和初期、コーヒーはまだ多くの人にとって「舶来の珍しい飲み物」だった。そんな時代に、人々の記憶に強く残る宣伝がいくつも登場した。

例えば「カフェー・パウリスタ」では、身長2メートル以上の「日本一の大将」が街を練り歩き、ブラジルコーヒーをアピールした。店の前に人だかりができたと言われている。

キャッチコピーも個性的で、「鬼の如く黒く、恋の如く甘く、地獄の如く熱きコーヒー」など、強烈な比喩で「本物の味」を印象づけた。



コーヒー空間に宿る懐かしさ

東京のコーヒー空間は、「可否茶館」に始まり、昭和喫茶の黄金期、大衆チェーンの拡大期を経て、今日では自家焙煎店や世界的ブランドが共存する多様な形へと発展してきた。

コーヒーは当初から、単なる飲み物ではなく、都市生活のさまざまな在り方を象徴する存在だった。その消費体験には、心地よさ、おしゃれさ、共感や所属といった感情が折り重なり、時代ごとに再構築されてきた。

そうした背景の中で、ふと漂うコーヒーの香りに「懐かしさ」を感じる感覚もまた、コーヒー文化の変遷を通じて脈々と受け継がれてきた。

懐かしさの正体は、時代だけじゃない

懐かしさは、年代感だけから生まれるものではない。それは、馴染み深い空間の感覚や使い慣れた習慣からも発生する。

私たちが感じる「懐かしさ」は、必ずしも実際の過去からだけ来るものではなく、むしろ繰り返し繰り返し確認される安心感から生まれる。例えば、ある家具の素材感、耳にするBGM、照明の雰囲気、あるいは一杯のコーヒーの香りも、どこかで「経験したような」——それは曖昧で温かい感触——を呼び起こす。

それは記憶と結びついている場合もあれば、単に現在の生活の中で「安定」や「情緒的なつながり」を求める欲求から来る場合もある。

ですから、懐かしさは常に過去を向いているわけではない。むしろ、現在の「続いていく日常」への愛着であり、都市生活において、人々の心をつなぐために設計される“感情の装置”とも言える。

レトロは演出できる—昭和の空間記号

昭和風のカフェ空間がもたらす「懐かしさ」は、「かつて存在した風景」を現代の文脈の中で再構築した空間的な演出とも言える。そこでは、素材・照明・レイアウト・スケールといった複数の要素が組み合わさり、昭和時代を実際に経験した人々の身体的記憶を呼び起こすだけでなく、昭和を知らない世代にも想像を通して“安心感”や“あたたかさ”を提供する。



△三十三間 銀座

参考：1 <https://hiyori.cc/article/> 2 <https://ameblo.jp/1030kiku/entry-12766276777.html>



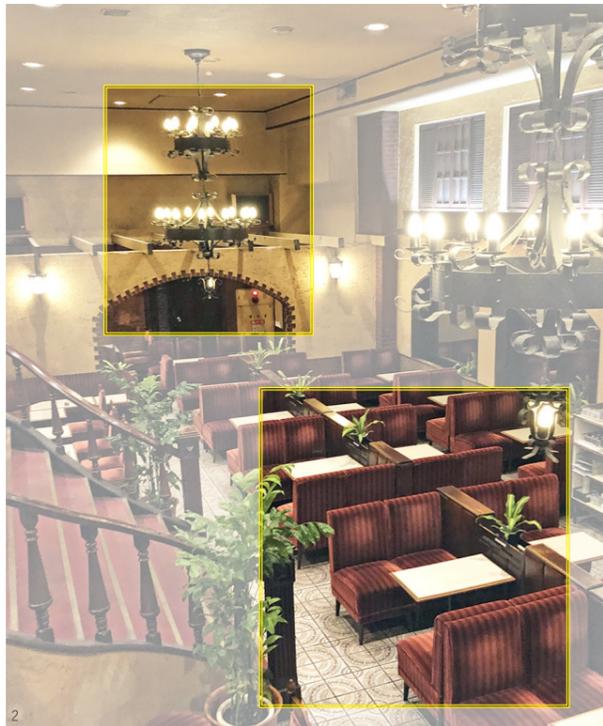
△ヘッケルン 虎ノ門

昭和期の喫茶店では、木材やレザーのソファ、スチールフレームなどが多く用いられていた。これらは当時の経済的背景とも一致しながら、空間に触感や重量感を与える要素でもあった。そして現代のカフェにおいては、たとえ「昭和風」でなくとも、こうした素材感は“コーヒー”というイメージを想起させるために頻りに用いられている。

また、照明のデザインも記憶の体験に大きく影響します。シャンデリアや間接照明によって生まれる柔らかな光は、空間全体を均一に照らすのではなく、明暗のグラデーションを作り出します。この「ほの暗さ」が、訪れる人々の時間感覚を緩め、都市のスピードから一時的に身体を解放し、リラックスを促す。

空間のレイアウトにも明確な意図がある。カウンター席とボックス席の分離、視線を遮るためのパーテーションやグリーン配置、そして適度な狭さが、他者の気配を感じながらも程よく籠れる場を作り出す。それはまさに都市における「オープンな孤独」の表現であり、街のなかで一時的に身を隠し、自分自身を取り戻す場所となる。

このように、昭和風のカフェは単なる過去の再現ではなく、「記憶を喚起するために意図的にデザインされた空間」だと言える。意識的に選ばれた要素が組み合わせられることで、“懐かしさ”という感情体験が構築される。それは単なるレトロ趣味にとどまらず、現代の都市生活者に「ここが自分の居場所だ」と思わせる空間的な帰属感を提供する。言い換えれば、この“懐かしさ”こそが、変化の激しい都市の中で、人と人との温もりやつながりを支える空間インフラとなっている。



△らんぶる 新宿

続いていく空間—現代カフェの懐かしさ

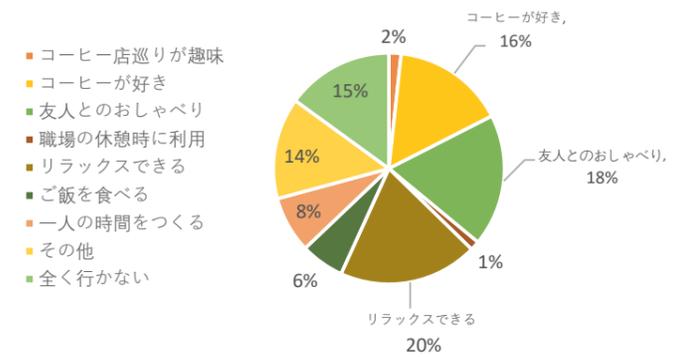
近年の東京の街には、個性的な内装やミニマルな家具、自然光が差し込む明るいカフェが増えている。それらは昭和の喫茶店のような暗さや重厚感とはまったく異なるものだが、「カフェならではの安心感」は今もなお健在だ。

アンケートによると、人々がカフェに行く一番の理由は「コーヒーを飲むため」ではなく、「リラックスできるから」(20%)、「友人とおしゃべり」(18%)、「一人の時間をつくるため」(15%)といったものだった。つまり、現代のカフェ空間は“繰り返し訪れることができる日常”の場としての価値を持っている。

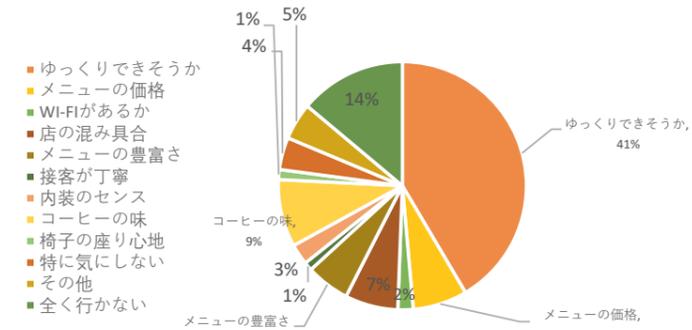
これらの空間が心地よく感じられるのは、私たちがすでに「慣れ親しんだ」雰囲気を丁寧に再現しているからだ。馴染みのあるカフェメニュー、やさしく流れるBGM、適度にプライバシーが守られる席配置、そして友人との会話のテンポ——そうした要素が揃うことで、人は特別な準備をしなくても、ただ“座るだけ”で安心できる日常へと戻ることができる。

このようにして私たちが感じる「懐かしさ」は、特定の時代を指すものではなく、継続性や安定感、人とのつながりを求める気持ちから生まれているのかもしれない。それは実際に過去に存在していたものではなく、繰り返される日々の中で「記憶化」されたものとも言える。

つまり、現代のカフェが生み出す「懐かしさ」は、“未来に向けたノスタルジア”なのだ。レトロな装飾に頼るのではなく、「今この空間で暮らしている」という安心感を積み重ねていくことによって、変化の早い都市生活の中で、変わらぬ温度を持つ“感情の居場所”をつくり出している。



△質問：喫茶店・カフェへ行く一番の理由は何ですか？（対象：1,000人）



△質問：喫茶店・カフェへ行く際、一番重要視している点は何か？（対象：1,000人）

△参考：<https://life.cocololo.jp/news/2022/08/14/>



△ FUKADASO CAFE 撮影：金盼盼

東京の有名な「コーヒーのまち」に行ってきました！
今回は、ネットでも人気の清澄白河、神保町、表参道、
そして下北沢を編集部メンバーで巡ってみました。

#東京でカフェ巡り

コーヒー&リノベ

#1 清澄白河



The Cream of the Crop Coffee

〒135-0012 東京都江東区白河4丁目5-4

(特任研究員 金)



▲大きな焙煎機が印象的

▲お店の外観

(M1 王)

コーヒー+雑貨、コーヒー+実験器具のような花器、コーヒー+カクテルなど、さまざまな要素が組み合わさったユニークなお店が多く、とても面白いエリアです。

coffee & laundry

World neighbors Cafe

〒135-0023 東京都江東区平野4丁目13-1



▲可愛いらしい看板

▲店内の様子

お店に入るとすぐのところはコインランドリーで、右側に進むと飾りがとても華やかなカフェがあって、カフェとランドリーのコンビを面白く感じました。(M1 王)

店内には日本の昔のおもちゃも用意され、実際に触ったり遊んだりできるのが面白くて、外国人の自分にとってはとても新鮮な体験でした！(特任研究員 金)

さぼうる2

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1丁目1-1



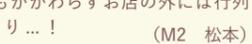
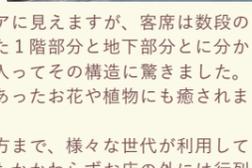
▲店内の様子

▼お店の外観

外装・内装ともに、丸太のような木材とレンガが使われており、どこか懐かしいあたたかさを感じました。

外からはワンフロアに見えますが、客席は数段の小上がり上がった1階部分と地下部分とに分かれており、店内に入ってその構造に驚きました。建物内外に置いてあったお花や植物にも癒されました。若い方から年配の方まで、様々な世代が利用していました。平日にもかかわらずお店の外には行列ができていてびっくり...!

(M2 松本)



コーヒー&古本

#2 神保町



(M2 星)

大通りの雰囲気と一歩入った喫茶店の渋さの対比が印象に残っています。全体的に、本屋も喫茶店も駅南側のエリアに集中しているようです。

ミロンガ・ヌオーバ

〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1丁目3

(M2 星)



▲店内の雰囲気&メニュー

▲お店の外観

ファサードは1階が木とレンガで、2階以上は全く異なる素材感の古い建物。少し不思議な雰囲気もありました。店内はやや暗めの照明で、渋さと美しさが共存しています。レコードと大きな古いスピーカーから音楽が流れ、落ち着いた空間。名曲喫茶なので、おしゃべりは小さな声でとの案内がありました。

コーヒー& pop culture

#3 表参道



(M1 平原)

道路に対して開かれたカフェ空間は少なく、多くは建物の中に収まっています。人通り・喧騒から少し離れた落ち着いた空間を確保していると考えられますね。

Higuma Doughnuts x Coffee Wrights 表参道

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前4丁目9-13

(M1 田代)



▲お店の外観

▲店内の様子

表参道から奥に入ったところにあるとはいえ、とても豊かに茂る緑が印象的でした。店内は半地下の部分に客席があり、道路レベルにある長ベンチ、少し下がり目線が道路レベルにある長ベンチ、中側への通路が望めるカウンター、一番下にあるテーブル席と、様々なカフェの楽しみ方がある空間でした。

建物全体的に高級そうな雰囲気が漂って、少し入りにくさも(笑)

uni

〒150-0001 東京都渋谷区神宮前5丁目10-1



▲店内の様子



景色を楽しめる
テラス席▶

明るさはあるものの、全体的に黒色が多用されて落ち着いた空間でした。店内の客席の奥にはテラス席があり、大きな窓からは表参道から北側の低層の街並みが見え、国立競技場も見渡せたため、開放感もありました。

表参道の並木や沿道の屋上緑化とあわせて緑視率が高く、店内の植栽の多さも特徴的で、窓と反対側を向いても視界には大きな植栽があり、その奥にあるエスカレータなどが見えないように、空間設計上の工夫を感じました。(M1 田代)

(M1 田代)

コーヒー&古着

#4 下北沢

マルチップ 下北沢

〒155-0031 東京都世田谷区北沢2丁目14-7



▲お店の外観

▲大きな焙煎機

大きな焙煎機があり、店内にはコーヒーの香りが立ち込める、とても雰囲気のあるお店でした。店内に座席はありませんでしたが、外には装飾のように大きなバケツが置かれ、立ち飲みができるスペースが設けられていました。訪れたのは平日だったので、利用者はそれほど多くなかったが、コーヒー豆を買いに来た常連さんらしきお客さんの姿もありました。若者のまちというイメージが強い下北沢にも、こうした本格的なコーヒー店もあるのだと感じました。

(M1 張)



BOOKENDS COFFEE SERVICE

〒155-0031 東京都世田谷区北沢2丁目11-17



▲店内のデコレーション

▲お店の外観

この街のカフェは、劇場や古着、カレーなどの主役級ではまだないかもしれない。座ってじっくり話すようなカフェというより、ふらっと寄ってコーヒーを買い、それを片手にまた街に出ていくような店が多かったです。カフェの利用時間に30minの制限がかかっていたり、思ったより短い滞在がなされています。

(M1 長野)

間口が狭く奥に長い。テイクアウトが基本だが、カウンターの横の狭いスペースに6脚ほど並べてある椅子で店内利用も可能。壁際にはレコードや音楽雑誌が飾られてあり、バックヤードの一角にお邪魔させてもらっているような雰囲気さもあるが、不思議と心地よい空間でした。

(M1 長野)

#コーヒーでもどう？

オリジナルブレンド

◆ 清澄白河 ¥ M 630 円

苦味や酸味を感じさせない、丁寧に調整された一杯。コーヒー豆本来の香りがしっかりと引き出されていて、飲んだ瞬間に豊かな風味が広がりました。

(特任研究員 金)

The Cream of the Crop Coffee

ミロンガ・ヌオーバ

ミロンガブレンド

◆ 神保町 ¥ 600 円 (コーヒー単品)

酸味が強すぎず、かつ奥行きのある味わいでとても飲みやすかったです。そのままでも、スイーツと一緒に飲んでもぴったりなコーヒーでした。

(M2 松本)

りんごそのものを楽しめるケーキで、コーヒーとの相性が抜群～

今回訪れたお店の中でも、特におすすめしたいコーヒーとその食レポをまとめました。仕事や勉強の合間に、ぜひ一杯いかがでしょうか？

コールドブリュー

◆ 表参道 ¥600 円

僕が頼んだのはミディアムローストと言って(コールドブリューは合計2種類)、チェーン店が販売するコールドブリューよりも酸味が少なく、かつ苦味が後に残りにくい感じでなく、飲みやすかったです。

(M1 阿部)

Higuma Doughnuts × Coffee Wrights

BOOKENDS COFFEE SERVICE

アフオガード

◆ 下北沢 ¥450 円

様子をうかがいながらコーヒーを垂らす

そもそも完結した一品どうしのエスプレッソとバニラアイス。黒いのと白いの、熱いのと冷たいの、苦いのと甘い、匂いを放つものと口に入れてから香るもの…ムラを生みつつ融け合って、結局、おいしい。

何であれコーヒー初心者にも飲み(食べ?)やすい。なにより楽しい。

(M1 浅海)

COLUMN

WEB MAGAZINE

◆ コンセプトブック作成中!



富士吉田プロジェクト

まちづくり公社の依頼を受け、コンセプトブックを作成中です。3日間をかけて行った計11組の方々へのインタビューと座談会を通して、富士吉田の歴史や未来に思いを巡らせることができました。(M2 松本)

続きはコチラ >>>

<https://ud.t.u-tokyo.ac.jp/ja/blog/>



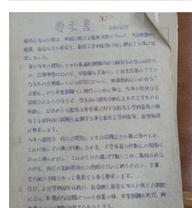
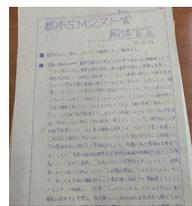
◆ ヌマベの楽校 WS 開催



手賀沼プロジェクト

魚の専門家の方をお招きしてWS開催! 1時間以上かけて沼でガサガサし、見つけた魚や取組の成果、これからの方針等を話し合いました。新たな発見も多く、子どもたちも目を輝かせていました。(M2 星)

休学高野の放牧日記 #3「1968年と都市工学科そして都市計画」



現在「1968年と都市工学科、そして都市計画」という研究PJを進めている。グローバルな異議申し立ての時代に、創設間もない都市工学科で何が問われたのかを、資料とインタビュー調査から明らかにする。自分は何かからの異議申し立てとして研究や課外活動をしてきた気がする。一方、成熟した現代社会では、ただ抗議しても何も変えられないから、私達はいかにハックするかを考えている。それに対し、全共闘世代のなんと真つすぐなことだろう。全能感や視野狭窄の中で、新しい都市計画を求めた若者の主張は、現代でも説得力がある。私は、大きな矛盾に対し本気で声を上げた人たちが、その後の人生でどうその矛盾に向き合ってきたのかを知りたい。この社会が、そんな先輩達が懸念に形作ってきた尊いものであると信じたいし、自分もそのバトンを受け取り、社会と向き合う人間でありたい。そのためにこのPJをやるのだ。

6

月号担当

M1 王思宇



友達となんとなく時間を潰したい時、疲れている時、「ちょっとカフェにでも行こうか」そんな気持ちが自然と湧いてくることが多い。コーヒーそのものが目的ではなくても、カフェという場所が与えてくれる安心感は大い。今回の雑誌を通して、そんなカフェ空間の背景にあるストーリーや、都市と人とのつながりを少しずつ知ることができた。