

## 風向計

## サードウェーブコーヒー

## おしゃれな世界、若者魅了

アメリカ西海岸発祥の「サードウェーブコーヒー」。昨年2月に日本に上陸したブルーボトルコーヒーがブームの火付け役となったが、店内に焙煎(ばいせん)機があって焙煎士やバリスタのいるカフェは引き続き人気を呼んでおり、ブームは終わっていない。

サードウェーブコーヒーとはワインのように生産国や生産地がわかるコーヒー豆を扱い、焙煎やハンドドリップにこだわる本格コーヒーだ。都内180軒以上のサードウェーブ店に足を運んでいるコーヒーコンシェルジュの大西貴史氏は「3分の1以上は今年に入ってからオープンして

中村泰子

おり勢いを感じる」。

サードウェーブコーヒーはこれまでコーヒーになじみのなかった若年層も魅了している。写真で情報を拡散させる「インスタグラム」映えする雰囲気の店内や、ラテアートなど、おしゃれな世界観が好きな若者の嗜好にピタリとはまった。SNS(交流サイト)を通じて知識やネタを仲間と共有し、共感を広げている。

若くてフレンドリーな焙煎士やバリスタが多いので、会話を楽しめるのが魅力という人も少なくない。好みの味を伝えと、ほかのお薦めの店まで教えてくれるが、押しつけがましくはない。そんなところが若者



の心をとらえるのかもしれない。大西氏の言う「みんなでおいしいコーヒーを飲みましょう、という同好会のイメージ」が確かにある。

人気の様子はイベントの盛り上がりからもよくわかる。東京・渋谷の国連大学前広場をいつもにぎわせる

全国最大級のコーヒーイベント「東京コーヒーフェスティバル」は、昨年9月に初開催。先月の秋大会は2日間で延べ4万人以上が来場し、国内のほかスウェーデンと台湾からの出店もあった。和歌山市の「ザ・ロースターズ」の女性焙煎士は、「ここに来るといろんな刺激をもらえ。毎回は無理だけどまた来たい」と話す。写真は出店風景。来場者も出店者も大いに刺激を受けながら楽しんでいるのが伝わる。

カフェ紹介アプリ「SLoRN」も登場しており、カフェラブ人口はまだまだ増殖しそうだ。

(ブームプランニング社長)