

## 地域活性化におけるコーヒーショップの重要性と役割



一般社団法人水間門前町コ・デザイン区 永野理

### はじめに：地域を活性化する「ホットスポット」の重要性

いま日本は一部地域を除いて多くの地方が、地域活性化の課題に直面しています。行政主導のハコモノや年に数回のイベントでは、一過性の賑わいしか生まれず、住民の日常的な繋がりや交流の深化に繋がっているとは言えません。地域の活性化とは、住民が「住み続けたい」と感じ、外部から「訪れたい」と思われる持続的な魅力を作り出すことが重要です。

いま地域に求められているのは、家庭でも職場でもない、誰もが気軽に立ち寄れ、そこに行けば何か起きるかも知れないと期待の持てる「ホットスポット」であると考えます。コーヒーショップは、単なる飲食提供の場ではなくホットスポットとして機能する「まちのコミュニティハブ」としての側面を持っています。既存のコミュニティに新しく入って行くには勇気が要りますが、コーヒーショップに入ることに勇気は要りません。お店のサービスが気に入らなければ悪い口コミの一つでも簡単に書くこともできます。圧倒的にお客さま側に有利な出入り自由な空間、コーヒーショップの持つ「誰でも気軽に立ち寄れる」その特性が、新たなコミュニティを作り出すきっかけになり得る仕組みとして、非常に優秀であると言えます。

僕は琥珀珈琲を約3年間経営する中、地域活性化の上で「ある種」のコーヒーショップが非常に大きな存在になり得るのではないかと考えるようになりました。そして水間門前町への移転をきっかけにさらに強く思うようになりました。それは営利と非営利のデメリットを補い、メリットを強化する存在。営利であるからこそ様々な人を受け入れ、非営利の活動を伝えることで、お客さまから様々なリソースを頂戴し、頂戴したリソースを使って地域の課題解決を行う。お客さまは自身を取り組めない課題解決をコーヒーショップに委託することで、少し力になれた気がする。営利事業体であるから偽善の顔を使うことができなく、非営利事業を行うことができ、営利事業体であるから事業拡大することも容易。営利事業体であるから行政やコミュニティ、ボランティアに依存しすぎることなく、自分たちでなんとかする覚悟を持った人たちが運営している。内発力の低下した地域に必要なシビックプライドを取り戻し、自治の象徴にもなり得るコーヒーショップ。

この場でみなさんに提案させていただくことは、「地域経済の循環」と「コミュニティ再生」という二つの課題を同時に解決する〔琥珀珈琲〕の誘致を、皆様の地域活性化戦略の起爆剤として、前向きに検討させていただくことです。

## 第 1 章：「琥珀珈琲」短いながらも、3 年間の軌跡と水間門前町の変化

ここから少し琥珀珈琲のこれまでの歩みをお話します。

### 1. 「焙煎処」として静かな産声

琥珀珈琲は、倉庫の一角の小さな「焙煎処」から始まりました。当初の目的はシンプルに、手探りながら納得のいく豆を焼き、それを届ける。そこにはまだ、誰かが集う「場」の構想はありませんでした。ただ丁寧にコーヒー豆と対話する。そんな孤独で楽しい時間が琥珀珈琲の出発点です。



1. 最初の琥珀珈琲焙煎処

### 2. 「抽出処」へ。背中を押してくれた、じいちゃんたちの声

その焙煎処に変化をもたらしたのは、近所の「おじいちゃんやおじさんたち」の何気ない声でした。「ここでコーヒーが飲めたらええのになあ」の一言が、焙煎処を「抽出処（飲食店）」へと変化させるきっかけとなりました。この時もまだ琥珀珈琲が誰かにとっての「場」となるとは思っていませんでした。



2. 豆のピッキング

### 3. ゼロからの挑戦：地縁も客足もない場所で

初めての開業を経験する飲食店、最悪の事態を想定した時、固定費を限界まで下げる選択をしました。そして開店した場所は地縁もなく、通りに客足のほとんどない、商売としては「極めて困難な立地」です。待っていても客は来ない。自分の力だけでいかにしてこの場所に人を呼び込むか。SNS での発信や独自のコンセプト構築など試行錯誤の連続。この「孤独な集客」の経験が、後に生きてくる強靱な自活力を養うこととなります。



3. 琥珀珈琲抽出処 寺内町店

### 4. 「応援」を得る仕組みと、飛び込む覚悟

孤独な戦いの中で気づいたのは、単なる「客」ではなく「応援者」を増やすことの大切さでした。人は完璧なものに惹かれるだけでなく、一生懸命に足掻き覚悟を決めて進もうとする姿に心を動かされま。自分たちが何を成したいのかを愚直に伝え、今の自分たちの本当の姿、誇張せず歪曲せず、覚悟を持ってさらけ出すこと。それが応援を得る仕組みであり、琥珀珈琲を支え続けてくれる応援者を作ることとなりました。



4. 人がこない日も  
当然ある

5. 行政との邂逅：個人の営利活動が、社会性を持つこともある

活動が続ける中で訪れた、自治体職員との出会いが大きな転換点となります。一軒のコーヒーショップが持つ「謎に人がやってくる場」が、行政視点から「地域活性化のマスターピース」として認識されました。自分たちの店が潤うことと同時に、地域全体が活気づくこと。この両軸が重なり合う場として、琥珀珈琲は公共的な価値を帯び始めました。



5. 水間での初イベント

6. 水間門前町への移転：歴史の系譜に身を投じる

そして大きな決断をします。歴史と伝統が息づく「水間門前町」への移転です。閑静な場所から地域のシンボルであった水間門前町へ。これは単なる店舗の拡大ではなく、「地域の顔」としての役割を引き受けるという覚悟の宣誓でもありました。歴史はあるが賑わいを失った街並みに、コーヒーと共に新たな人流を起こす。琥珀珈琲の第二章がここから始まりました。



6. 琥珀珈琲抽出処  
水間門前町店

7. 「地域活性化」を支える経済的自立の重み

3年間の歩みで辿り着いた確信があります。それは、「地域を活性化したいのであれば、自分たちで経済的に自立していなければならない」という現実的で少々厳しい事実です。補助金やボランティア精神に頼った活動は、持続することが出来ません。地域活性化が一過性の営みでないとしたら、営業し、集客し、利益を出し、雇用を生み、納税し、再投資して、事業を継続する。この「経済的自立」という責任を果たして初めて、地域を活性化できる存在と言えます。



7. 店内の様子

8. 琥珀珈琲水間店、ここまでの成績表

定量的には、2025年の3月27日～2025年12月末の約9ヶ月で、平均客数650名、平均月販70万円、新規雇用5名（全てパートタイム）という結果になっています。一方で、定性的には、以下のような動きがありました。

- ・ビンテージ着物レンタル・着付け「九十九」誘致
- ・水間門前町周辺観光案内「人力車誠屋」ローンチ
- ・デザイン事務所「フラネ・デザイン」誘致
- ・映像スタジオ「ゲーフィースタイル」誘致
- ・珈琲焙煎体験会の開催4回32名
- ・囲炉裏点茶体験会の開催1回12名
- ・貝合わせ・貝絵付け体験の開催2回14名



8. 点茶体験



9. 生花体験



10. 貝絵付け



11. 貝絵付け

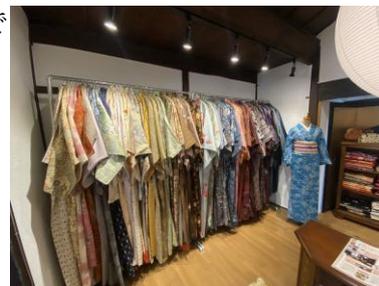
## 第 2 章：地域活性化におけるコーヒーショップの役割

このように琥珀珈琲の存在が定性的に地域にもたらす効果がありました。その内容は、以下の 3 つの側面に分類できます。

### 【1】「偶発的な交流」を生むコミュニティ・ハブとしての機能

#### ① 世代間・属性間の交流促進

子育て中の親と、地域で暮らす高齢者、Uターンで戻った若者など、普段接点のない人々が偶然会話を交わし、新たな活動やビジネスのアイデアが生まれる「地域内イノベーションの土壌」となります。琥珀珈琲抽出処に併設されているビンテージ着物レンタル「九十九」さんは、東京の会社勤務から家業を継ぐために戻った若い力。移転前の琥珀珈琲に来店してくれたのが、その出会いでした。共に地域を外から見ていた者、地域に対して抱いた課題がとてもよく似ており、琥珀珈琲の水間門前町への移転と同時に、ビンテージ着物レンタルのお店を始めました。九十九さんが併設されていることで、琥珀珈琲は単なる喫茶店ではなく、文化的発信地としてお客さまから高い評価をいただいています。



12. 着物着付レンタル「九十九」

#### ② 居場所の提供

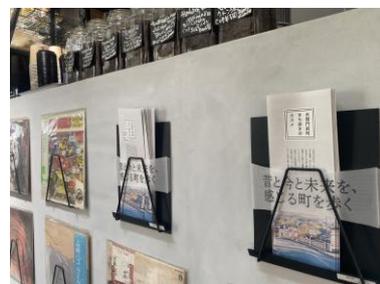
特に在宅時間の長い住民やフリーランスにとって、気軽に立ち寄れる「安全で静かな居場所」を提供し、孤立を防ぎ、地域全体のメンタルヘルス向上に貢献します。琥珀珈琲の豆を焙煎している琥珀珈琲焙煎処の家主の南さんは 80 才を過ぎたおばあちゃん。ばあちゃんたち同士の繋がりがありますが、新しい出会いとなるととても少なくなります。焙煎所での出会いが喫茶店にも波及し、ばあちゃんたちが買い物ついでに立ち寄り、僕のことスタッフのこと、お客さまのことを可愛がってくれています。



13. 楽しい

### 【2】「地域の魅力」を編集・発信するメディア機能

① アンバサダー効果観光客にとって、コーヒーショップの店主やスタッフは地域のエキスパートと言えます。店内での会話や、店内に置かれた地元の情報によって、観光客は周辺の商店やスポットへと誘導され、滞在時間と回遊性を向上させます。琥珀珈琲では出店時に合わせて地元水間門前町の新たなガイドマップ「水間門前町まち歩きのスズメ」を発行。最新の地元情報を扱うと共に、これまで水間門前町が訴



14. 新しいガイドマップ

求できていなかった若い世代にも興味を持ってもらえるデザインを採用し、新たな人流を生み出しています。そして琥珀珈琲で働いていた男性スタッフが 2025 年 11

月から人力車「誠屋」を開業。地元ボランティアガイドから教えを受けて、水間門前町の埋もれてしまった魅力を、観光客に伝えています。

琥珀珈琲では水間生まれ、水間育ち、水間嫁ぎの「ミズマネーゼ」を積極採用し、2名の「ミズマネーゼ」が店内で働いてくれています。地元愛、これは僕には決して使うことのできない強力な武器。彼女たちの話は実体験に基づいたリアルな水間の姿。観光客が最も話したいのは、きっと彼女たちだと身近に感じています。

## ② 文化的な景観創造

地域に眠る空き家や古民家を改修して出店することで、歴史的な景観を保全しつつ、現代に通用する洗練された文化的なスポットへと変貌させます。琥珀珈琲の建物は地元にあった和菓子屋さん。「山本製菓本舗」は10年前に閉店し、建物は長く使われずにいました。古い建物ですが地元で長く営業されていた和菓子屋さんを改装し、琥珀珈琲抽出処として再スタートしました。新しい建物は確かに綺麗で優れているかも知れませんが、既にあるものを再活用し、景観を大きく変えることなく、これまでのストーリーを紡ぎ、水間門前町に新しい風を起こしています。



15. 古民家をリノベ  
門前町の雰囲気アップ

## 【3】「地域内経済」を潤滑させる循環装置

コーヒーショップは、地域資源を最大限に活用することで、地域内での経済的な繋がりを強化します。

### ① 地産地消と高付加価値化

地元農家の野菜・果物を使った季節限定のスイーツや、地域商店とのコラボレーションなど、地元食材を「琥珀珈琲」のブランド力で高付加価値化し、地域内での売上を増やします。琥珀珈琲ではまだ地元食材を使ったメニューは多くありませんが、隣町食材として有名な「馬場ナス」とのコラボレーションしたメニューは既に開発済み。この先積極的に地元農家さんの食材を使用させてもらうため、関係構築に努めています。地産地消メニュー「包近の桃パフェ」で成功している近隣店舗、岸和田市にある「猿とモルターレ」の中野さんからいただいたアドバイス「そのお客さまの日々の生活を想像してみる。日々の生活をリアルに想像して始めて、協業できることが見えてくる。深い意味での繋がりが大切。」は非常に強力です。



16. お店と猿とモルターレの中野さん

② 多様な雇用創出

バリスタやサービススタッフだけでなく、清掃、内装維持、食材調達、イベント運営など、関連する複数の分野で地元雇用を生み出します。琥珀珈琲抽出処では現在7名のスタッフが働いています。学生から子育て中の主婦まで年齢層は広く、その立場も様々です。コーヒーショップが素晴らしいと感じる理由の一つに、たくさんの方々に働きたいと言っ



17. サトシと愉快的な仲間たち

てもらえることです。若い人たちが地域から流出していると聞きますが、地域に働きたい場所がないなら、外にそれを求めるのは当然です。琥珀珈琲が人材の確保に困らない理由は、そこに働きたくなる理由があるからです。おしゃれなコーヒーショップは多様な雇用を生み出すと共に、流出してしまう若い力を地域に止める効果も期待できます。

第3章：「琥珀珈琲」の特長と課題

3-1 なぜ琥珀珈琲が「ホットスポット」として機能し得るのか：琥珀珈琲の工夫とアレンジ

一般的なカフェが「場所貸し」に留まる中、琥珀珈琲が第三の居場所でありホットスポットたり得ている理由は、「関わり方のデザイン」にあります。

① 「抽出処」という定義（提供価値を明確にする）

単に「コーヒーショップ」と呼ばず「抽出処」と定義することで、そこを「単なる飲食店」ではなく、「技術と想いが提供される場所」と暗に示しています。これにより、お客さまはただコーヒーを「消費」するのではなくコーヒーを淹れるところから飲むまでの一連を「体験」することになります。



18. 抽出処ロゴ

② 声を形にする「共創」の姿勢（未完成を楽しむ）

最初から出来上がったコンセプトを押し付けるのではなく、お客さまの「飲み場がほしい」というニーズを汲み取り、店を成長させていきました。お客さまにとって「自分たちの声でできた店」という当事者意識が芽生える仕掛けになっています。そして営業時間はあくまでお客さまと対話する時間と捉え、お客さまのニーズを掘り起こし、その声を実装することで、お店の顧客の立場からお店を応援するサポーターへと昇華させています。

③ 「覚悟」の開示による応援の獲得（挑戦を促す）

地縁のない場所、客足のない場所でのスタートという逆境を隠さず、「それでもここでやる」という覚悟を見せることで、客を「応援者」に変えました。これは相互扶助のコミュニティ設計と言えます。先ほどもありましたが、完成され画一的なサービスを提供するお店はチェーンショップが担っていますし、閉じたコミュニテ

ィに向いた地域密着型店舗も数多くあります。琥珀珈琲はそのいずれでもなく、事業を大きくしていく「覚悟」を持ちながら、お客さまの声を実現させていく側面も持っています。

④ 既存の枠に入らない（クリエイティブな環境作り）

地域には地元の有力者や政治家からママ友コミュニティまで、様々なコミュニティとヒエラルキーがありますが、琥珀珈琲はそのどれにも帰属しません。帰属しませんが、関係を持たないとゆう意味ではありません。あくまで全てのお客様を等しくおもてなしする。琥珀珈琲のクレド「琥珀珈琲は、できる限り自分の力で行動する人の集まりで、できる限り珈琲を美味しく飲むために存在し、日常の時間を素晴らしいと思える価値観を作っていきます」を実現するためにのみ行動し続けています。その徹底的に内向きの小さなコミュニティを作らない姿勢が、広く多彩な人たちを受け入れ可能な心理的安心感を生み出す源泉となっています。

⑤ 大味な旗を立てない（政治ではなく科学）

琥珀珈琲は「繋がりを大切に」や「居場所作り」などの耳障りの良い言葉で人を集めませんが、一方で活性化された地域や相互扶助のコミュニティ、安心して居られる場所は大切だと考えています。達成したい目標が高い場合、安直な言葉で人を集めても、その場所に到達できません。達成したい目標に向かい、どんな手段でどの道を通り、いくらコストをかけて到達するのか、また到達した時にその場所から何がみえるのか、自分たちは幸せとを感じるのか。考え抜いて、決断のあとはただ行動する。誰もがそれぞれの役割を持って動き続ける。現在進行形のライブ感を生み出し、応援者にはワクワク感を、当事者には成功体験と納得感を、新規プレイヤーには参入しやすい流れを提供する仕組みになっています。

⑥ お節介をしない（可能性を信じる）

今の社会は余計なお節介で溢れています。お節介は行う側の自己重要感を満たしてはくれますが、受ける側の時間と考える機会と失敗する経験を奪います。琥珀珈琲はお節介をしません。琥珀珈琲のクレドをそれぞれが自分で考えて実現してもらっています。お節介をしないから、琥珀珈琲に集まる人たちは自分で考動する魅力的な人たちになっていきます。そうして魅力的な人たちが、また新しい魅力を作る循環が生まれています。

### 3-2 琥珀珈琲が直面する今後の課題と展望

① 属人性の解消と持続可能性

「琥珀珈琲の価値観」を仕組み化するかが課題。進めるべき仕組み化として提供レシピやサービスメニューの整備だけでなく、クレドの浸透・目標設定と評価基準の整備、インセンティブ設計など琥珀珈琲の価値観を体現してくれるスタッフのモチベーションを高める仕組みも必要。今はまだ声の届く距離にスタッフたちがいてくれますが、この先の業容拡大と共に必要となるものです。

② 経済的自立のさらなる強化

「地域活性化＝ボランティア」という誤解を解き、しっかりと利益を出すことで次の投資（雇用や新事業）に繋げる。この「稼ぐ地域づくり」のモデルケースを確立する必要があります。コーヒーショップを人の集まるハブとして位置付け、そこから周辺環境を利用したツアー実施や空き家を使った宿泊事業など相乗効果が高く効率的な人材運用ができる基本となる事業を展開し、各地域にまずはパッケージ化された小さく自立可能な事業体を生み出していく。その先に各地域の特色や人の縁が生み出す地域色の強い事業を追加することで、地域の魅力を損なうことなく稼ぐ地域を作り出すことができます。

### ③ 門前町全体のプロデュース

地域を活性化するためには、単一の店舗の利益ばかりを追及せず、他の事業者や行政と連携した「面」での活性化を目指し、相互に補完協力しながら長期の活動を継続させていくことが重要です。水間門前町では琥珀珈琲抽出処内にビンテージ着物レンタル「九十九」、周辺では人力車「誠屋」、デザインコントロールを統一する「フラネデザイン」、撮影サービスと認知度を高める映像制作を行う「ゲーフィースタイル」など、相乗効果のある事業者が集まり、水間門前町全体での活性化を目指しています。また歴史や文化面で親和性のある外地域と協力体制を整えるべく交流を重ね、今は葛城山を超えた向こう側、九度山町とトレイルを結べないか検討を進めています。

## 3-3 他事例から導き出す、課題解決・事業展開のヒント

琥珀珈琲が次のステージへ進むためのヒントを、異なる視点の事例から抽出します。

### ① コーヒー×教育：丸山珈琲やブルーボトルの「アカデミー戦略」

- ・以前検討した「カップング」や「手焙煎体験」を単なるイベントで終わらせず、「地域バリスタ育成講座」や「起業塾」のように体系化する。
- ・琥珀珈琲での応用として「琥珀珈琲で学べば、地域で自立して店が出せる」という教育機能を備えることで、門前町に新しい個人商店を増やす「苗床」の役割を担う。

### ② コーヒー×ライフスタイル：「スノーピーク」のコミュニティ設計

- ・キャンプ用品メーカーのスノーピークは、製品ではなく「キャンプを通じた人間性の回復」を売っています。
- ・琥珀珈琲での応用として、海外やネパール、山登りでの経験を、コーヒーと掛け合わせる。「人生の迷いを整理するためのコーヒー体験（リトリート）」など、人生の挑戦を後押しするブランド体験を構築する。

### ③ 異業種連携：「D&DEPARTMENT」の地域編集

- ・その土地に長く続く「息の長いデザイン」を掘り起こし、紹介する活動。
- ・琥珀珈琲での応用として、イベント「貝合わせの絵付け」や「囲炉裏での点茶」のように、地域の伝統工芸や歴史をコーヒーとセットでプロデュースする。水間門前町を「地域の伝統のショールーム」として機能させる。

### 3-4 琥珀珈琲の次なる手

「経済的自立」を伴う活性化のために、以下の3点を軸にした事業展開を考える。

- ① 体験の収益化：豆の販売だけでなく、「人生観・挑戦」をベースにした、高単価なワークショップ・講演・研修プログラムの確立。
- ② 門前町のインキュベーション（孵化）：NPOや行政と連携し、琥珀珈琲の成功ノウハウを他者に伝授し、門前町に自立した事業者を増やすハブになる。
- ③ ストーリーのパッケージ化：3年間の軌跡とこれまでの様々な経験を言語化し、「挑戦する大人」のためのブランドとして、物販・サービスを再構成する。

「覚悟」が、一つの店舗という枠を超え、門前町という大きな共同体を動かす原動力になっていく。そのプロセスをライブ感を持って共有することが、最大のコンテンツになると考えています。

## 第4章：なぜ今、「琥珀珈琲」を誘致するのか

数あるコーヒーショップの中で、なぜ「琥珀珈琲」がみなさんの地域の活性化に最適なのか。長々と話してきましたが、以下がまとめです。

### 【1】ブランド力と明確なターゲット層へのリーチ

琥珀珈琲は、単なるコーヒーショップではなく「カッコよく×成長する」というブランドメッセージを確立しています。地域に訪れる高感度な個人旅行客や、地域に定着したいと考えるU・Iターン層に強くアピールすることができます。

- ①（集客力）琥珀珈琲の既存店における平均客単価は一般的なカフェの1.5倍であり、SNSでのエンゲージメント率も高いという実績があります。この強力なブランド力が、地域外からの「琥珀珈琲目当て」の訪問を確実に生み出します。
- ②（空間の哲学）琥珀珈琲は、出店に際して古民家や歴史的建造物の再生に注力し、地域の歴史的価値を最大限に尊重した空間デザインを行います。これにより、単なる消費の場ではなく、「琥珀珈琲」のある風景自体が地域の新たな観光資源となります。

### 【2】「協働と貢献」を念頭に置いた事業モデル

琥珀珈琲の事業モデルは、地域社会への貢献を含め設計されています。単なる店舗出店で終わらない、持続的な地域連携を提案します。

- ・「地域コラボメニュー開発」：地域の特産品を使った「琥珀珈琲×地域限定メニュー」を共同開発し、地元農家・生産者の販路とブランド力を拡大します。
- ・「空き時間活用プログラム」：閉店後の時間帯を、地元のNPOや学生が無料で会議スペースとして利用できる仕組みを提供し、地域活動のインフラとして機能させます。
- ・「地域学習の場」：地域の歴史や文化を学ぶイベントや起業塾を定期開催し、シビックプライドと地域経済の発展を促す場となります。

**【3】 地域内への経済波及効果の試算（短期・長期）**

| 項目      | 短期効果（開業後 1 年）            | 長期効果（開業後 5 年）  | 誘致の重要性       |
|---------|--------------------------|----------------|--------------|
| 直接雇用創出  | 5 名～6 名<br>（地元採用優先）      | 関連事業を含め 10 名以上 | 安定した地域内雇用の確保 |
| 地域内消費増加 | 年間約 1,000 万円の<br>新規地域内消費 | 年間約 2,000 万円以上 | 地元商店への回遊性向上  |
| 固定資産活用  | 空き家・古民家の<br>活用による税収貢献    | 周辺不動産の資産価値向上   | 景観保全と街並みの維持  |

**おわりに：琥珀珈琲誘致は「未来への投資」である**

「琥珀珈琲」の誘致は、単に美味しいコーヒーショップを誘致するというものではありません。それは、「地域に新しい交流と経済の循環装置」を導入し、「持続可能で発展的なコミュニティの未来」へ投資するという、皆様の強い決意の表明であり、約束です。

「琥珀珈琲」は方針を示すだけのコンサルタントではありません、支援といったマネジメントを行うだけの団体でもありませんし、最低限こなすだけのボランティアでもありません。「琥珀珈琲」は明確なビジョンを打ち出し、地域の方々が欲しているバリューを具現化し、汗をかきながら実現させることをミッションとします。

琥珀珈琲は、本当の地域活性化を実現させる、コーヒーショップの皮を被った「欲しかった未来」です。このレポートに書いてあることが、みなさんの地域で実現している姿を想像してみてください。その想像した姿が素晴らしいと感じたなら、コールミープリーズです。