シリーズ
SERIES

# マンスリーコーヒーインフォメーション vol.179

MONTHLY COFFEE INFORMATION

Brazil Santuario Sul Farm

## ブラジル～サントゥアリオ・スル農園～中煎り～

今やブラジル・スペシャルティコーヒーを代表する生産エリアになったカルモ・デ・ミナス。コーヒーベルトギリギリの南緯22度に位置し、ブラジルの中では標高が高いエリアで、土壌も豊かで、独特のテロワールをもっていることが世界的に高く評価されています。このエリアからカップ・オブ・エクセレンスの優勝農園は10個以上も出ており、受賞ロットの半分以上がカルモから、ということも珍しくありません。

このエリアの生産者兼輸出業者、カルモ・コーヒーズのルイス・パウロ氏が、今回肝入りでスタートさせたプロジェクトが『ＮＥＷ ＦＬＡＶＯＲＳ』です。彼は中南米・アフリカと世界各国のコーヒー生産現場を見学して、その知見を全て注ぎ込み、ブラジルコーヒーにダブルパスやスウィートシャワー、イエローハニーといった全く新しいプロセスでユニークな風味を作り出すことに成功しています。今回の製法「モスト」も従来の精選方法では見ることのなかった、コーヒー果汁をタンクに入れ発酵を行っています。

新たな精選方法でユニークなフレーバーのコーヒーを開発している中、ルイス・パウロ氏はコロンビア・サントゥアリオ・スル農園のカミーロ・メリサルデ氏との共同プロジェクトとして「サントゥアリオ・スル農園」を生み出しました。「スル」とは南という意味で、本来のコロンビア・サントゥアリオ農園よりも南に位置する農園です。この農園ではゲイシャやスーダンルメなど希少品種の栽培も進められています。

**焙煎士からのおすすめポイント!!**

柔らかい口当たりと
滑らかな質感
さわやかでジューシーな
柑橘系の酸味
持続する心地良いコーヒー感が
特徴のコーヒーです。

《ブラジル～サントゥアリオ・スル農園～概要》

地　　域：カルモ・デ・ミナス
標　　高：1,075ｍ～1,229ｍ
精　　選：ナチュラル・モスト
品　　種：イエローブルボン

【焙煎度合】
■■■□□□□□
（ミディアムロースト　中煎り）

今月の
TOPICS

## 「コーヒーは健康にいい！」医者が断言する嗜好品の真実

～樺沢 紫苑：精神科医、作家～

### ■コーヒーはうつ病のリスクを下げる

「コーヒー」と「お茶」には、たくさんの抗酸化物質が含まれており、健康に非常にいいとされています。
特にコーヒーは、世界的に飲まれているせいか、研究も多く、以下のように健康にいい効果が多数報告されています。

～コーヒーの効果～

●死亡率が16%低下　●さまざまながんのリスクが低下　●胆石の発症を45%低下　●心臓疾患のリスクを44%低下●糖尿病リスクを50%低下●うつ病のリスクを20%低下　●幸福物質のドーパミンの分泌を促す　●集中力や注意力、短期記憶、反応速度を高める

### ■正しいコーヒー、お茶の飲み方

コーヒーやお茶には、よく知られているように、「カフェイン」が入っています。カフェインには覚醒作用があります。よって、朝にコーヒーを飲むと脳がシャキッとするのは、科学的に正しいのです。

また、「リラックス効果」があるので、昼の休憩時間に飲むのもいいでしょう。とはいえ、カフェインの半減期は4～6時間で、意外に分解まで時間がかかります。

夕食後のコーヒーは、不眠の原因になるので控えましょう。カフェイン摂取の門限は、睡眠に影響しない「14時まで」にするのがベストです。

やってはいけない飲み方は、「砂糖の入れすぎ」です。甘いコーヒーは、血糖値を急上昇させるので、1日に何杯も飲むと、糖尿病のリスクを高めます。コーヒーはブラックで飲むか、ごく少量の砂糖にとどめるべきです。また、コーヒーチェーン店の「フラペチーノ」「キャメラルマキアート」などには、大量の砂糖が含まれています。1日の砂糖の適正摂取量は大さじ3杯までが目安です。注意するようにしましょう。

そもそも、缶コーヒーやインスタントコーヒー、ペットボトルのお茶などは、健康にいい各種成分の含有量が大幅に少なくなります。コーヒーは豆から、お茶は茶葉から、その場で淹れたてを飲むのが最も健康効果が高いのです。コンビニや自動販売機で買うのではなく、自宅で自分で淹れる習慣を取り入れましょう。気分転換にもなります。ここまではメリットについて述べてきましたが、遺伝的にカフェインに弱い人もいます。そんな人がコーヒーを大量に飲むと、心筋梗塞になるリスクが高まります。最近の研究では、カフェインに弱い遺伝子タイプも発見されています。遺伝子検査をしなくても、カフェインに弱い人は、普通の人よりもカフェインの代謝が遅く、コーヒーを飲むと、「寝られなくなる」「疲労感が出る」など、影響が強く出ます。メリットがたくさんあるからといって、飲めないタイプの人が無理に摂取量を増やすことはしないでください。

（2020.8.14 DIAMOND ONLINE）

### 編集後記

今年の夏の猛暑の暑さもやっと落ち着き、秋の気配が感じられる気候になってきましたね。そろそろアイスコーヒーではなくホットコーヒーにしようかなと思う今日この頃です。

珈琲元年では秋のシーズンデザートメニューはじまりました。栗を使った季節限定・今だけのメニューになります♪
ぜひご来店お待ちしております。（S. H）

Vol.495
発行日/毎月1回1日発行
/2020年10月1日通常　第495号
発行所/富士コーヒー株式会社・総合企画室
HP/http://www.fujicoffee.co.jp
名古屋市中川区舟戸町6-18
TEL(052)362-1161　FAX(052)362-1801



# FUJI COFFEE NEWS

2020 10月号 Vol.495

インド　乾燥用倉庫（左）コーヒーの実（中央）：インドにおける主要なコーヒー生産地地図（右）
ブラジル　サントゥアリオ・スル農園風景（左・中央）：　コーヒーの実（右）

【営業日カレンダー　１０月】

| SUN | MON | TUE | WED | THU | FRI | SAT |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | 1 仏滅 | 2 大安 | 3赤口 |
| 4 先勝 | 5 友引 | 6 先負 | 7 仏滅 | 8 大安 | 9 赤口 | 10先勝 |
| 11 友引 | 12 先負 | 13仏滅 | 14 大安 | 15赤口 | 16先勝 | 17 先負 |
| 18 仏滅 | 19 大安 | 20 赤口 | 21 先勝 | 22 友引 | 23 先負 | 24 仏滅 |
| 25 大安 | 26 赤口 | 27 先勝 | 28 友引 | 29 先負 | 30 仏滅 | 31 大安 |

休業日

外食産業レポートNo.104　―2
ＨＡＣＣＰ（ハサップ）の考え方を取り入れた衛生管理について　―3
今月のTOPICS　―4

珈琲小咄　―1
マンスリーコーヒーインフォメーション　―4

ホームページ　http://www.fujicoffee.co.jp
富士コーヒー社員の本音が垣間見える（？）社員ブログも随時更新中！
上記HP「お知らせ」タブか右のQRコードからご覧下さい！！

## コーヒーこばなし

三遊亭圓窓

『遠くなった』九六八話

居間で亭主が大きな声で女房に言った。
「コーヒーはまだかい？　さっきから言ってるじゃないか。耳が遠くなったのかい！」
女房は台所で言い返した。
「今、いれてますよ。香りでわからないの？　鼻が遠くなったのね」
女房がコーヒーを持ってきて、お膳の上に置きながら言った。
「はい。早く飲みなさいよ」
ところが、亭主は新聞を読んでいるので、陰になって見えなかった。
「どこへ？」
「お膳の上よ。目も遠くなったのね」
亭主は飲もうとしたが、とても熱い。
「おいおい、こう熱くちゃ、とても飲めないよ」
「口も遠くなったのね、あなたは」

『もう……！』九六九話

テレビを見ても、新聞や週刊誌を読んでも、真っ先に飛び込んでくるものは、「猛暑」「猛暑」の声と文字。
コーヒーを入れながら、お母さんが言った。
「聞いた話ですけど、江戸時代、夏になると人々は甘酒を盛んに飲んだそうですよ」
長男が訊いた。
「冷たいの？」
「そう思うでしょう。ところがどっこい、熱い飲み物で、口でフーフーと冷ますように飲んだんだそうですよ」
長女が言った。
「それは、昔の人の夏負けしないようにという、健康法なのよ、きっと」
お父さんは「へぇー」と感心をした。
コーヒーが運ばれてきた。
「はい、できましたよ」
「いただきまぁーす」
みんながカップを持って、飲もうとして、一斉に声を発した。
「猛熱（もうあつ）！」

三遊亭圓窓師匠のホームページ　http://ensou-dakudaku.net/

シリーズ SERIES

# 外食産業レポートNo.104

～『大局着眼小局着手で店を活性化する』～

フードビジネスコンサルタント
永嶋万州彦

『改めて、この機に店のあり方を考える（2）』

今、外食産業の経営者が悩んだ末の一つの結論として導き出した答えは「新型コロナウイルスの終息はだれもわからない。1-2年は感染者は減らないとしたら､今の現状でどう経営をしていくか？現状で利益が出る店のあり方をドラスティックに変革させるしかない」これが共通した答えでした。あるレストランチェーンは三密を防ぐ為の客席減を改善する為、18坪あった厨房スペースを8坪に小さくし、その分を客席増加に充てるテスト店舗の設計をしています。この縮小のプランに役立ったのが、潜水艦の艦内の設計でした。左右には一歩、上下には上を重視し体の移動を極力少なくする為の調理機器、レイアウトを一から組み立てています。

2、客単価の構築を今一度積み直す

Ⓑフード、デザートの一人当たりの買い上げ点数の増加

前回、客単価は商品平均単価×一人当たり買い上げ点数によって構築されることをお伝えしました。ある店はドリンク部門の商品平均単価を上げる為に高価格商品を値下げして、最安価商品のブレンドコーヒーの販売量を低下させることで平均単価を上げる事に成功した事例でした。ではフード、デザート部門はどの様な方法があるのでしょうか。

1）セットメニューからの脱却

今の日本のカフェ、喫茶業でセットメニューを導入していない店を探すのは困難な程です。唯一例外的に言えるのが「珈琲元年」「コメダ珈琲店」に代表される中京地区の喫茶店です。モーニングタイムには全国的にも少ない「ベタ付け商品・・トースト・玉子」をサービスとして提供していますが、これはセットメニューではなく「販売促進商品」であり、本来はサービス品の為、販売促進費として経費計上されるものなのです。しかし多くの経営者はそれが当然の様に考え、安易なモーニングセット、ランチセット、ティータイムセットを選び、利益を失う事になりました。このセットメニューを採らずプロパーメニュー（通常商品）で押し通した中京の喫茶店はその低い原価率と通常のカフェや喫茶店より100円～150円高い客単価を構築出来、「FLR70%」と云う「儲けの構造」を創り出せたのです。では自店ではどの様にして安易なセットメニューから抜け出したら良いでしょうか。その方法の一つに「買い上げ点数の増加」と云う戦略です。

(1) モーニングタイム

今までのベタ付けのトースト、玉子料理、サラダのセットメニューを急に止めたら、お客様の低下を招いてしまいます。ベーシック商品の「ブレンド＋トースト＋玉子」にプラスして2品の組み合わせにしてモーニングからブランチまで対応出来る商品を開発

①食べるサラダ、ソーセージ、ハム、ベーコン等を加えボリュームアップさせる。

②継続性が期待出来る野菜、果実スムージー1/2カップ（横浜のジューススタンドは青汁（ケール）のチケット販売で固定客が増加）

③トースト1枚では不十分な顧客の為にフレンチトースト1/2、グリルハムトースト1/2、ホットドック1/2を追加メニューとして

※この1/2サイズがポイント。このサイズでブランチとしての利用客に対応可能に

④100円カットフルーツ

⑤100円健康フードBOX（自家製ヨーグルト）

⑥1/2パスタ、トーストをフレンチトーストに無料変更可能に

この方法で土日のブランチが急増。

ベーシックなセットメニューを残しつつさりげなくブランチ対応出来る、働く女性、ママ友のおしゃべりに好評を得る事が出来る。このブランチメニューのポイントはベーシックなモーニングセットメニューを残し、100円～350円(最小550円~最大800円）の追加商品を上手な表示方法で分かり易くお客様に理解していただく事です。モーニングサービスタイムの延長も考えてよい選択です。最小で12時まで最大で13時までは可能です。

(2) ランチタイム

最大の敵はC.V.S（コンビニ）における3品（弁当+カップ麺+ドリンクで800円）です。カフェ喫茶店はこの3品商品に苦しんできました。同じ800円のランチセットでどう戦うか、それは4品合計1000円を850円で売る方法を考えるのです。今までランチセットの価格は始めから〇〇〇円と決めて表示されていました。お客様はその本来の価値が一体いくらかも知らないで価格、量、スピードで、店と商品を選んでいました。ランチセットは一品としてしか評価されていないのです。しかし中身を見ると160ｇのハンバーグは冷凍品でなく手作り、ライスは優良米の炊き立てです。一品一品の品質も美味しさははなから負けていないのです。一品ずつ（メイン料理+小さな料理+サラダ（又はデザートのチョイス）+コーヒーの合計は4品、一つずつ買えば1000円オーバー、これが850円で日替りで食べられる、ランチセットは一品のメニューではないのです。だからさらにボリュームが欲しい人にはメイン料理の1/2をお安く提供出来、美味しいコーヒー付で1000円で満足していただけるのです。思いつきでは出口はありません。発想は出口が見えます。発想を豊かにしてください。

フードビジネスコンサルタント。㈱ドトールコーヒー入社後、FCチェーン本部長、同社常務取締役を歴任。
1986年に永嶋事務所を設立。数多くの繁盛店・人気カフェを指導。著書に「繁盛するカフェ成功開店法」「人気のカフェをつくる本」（ともに旭屋出版）



# HACCPの考え方を取り入れた衛生管理

## 重要管理のポイント

・・・7月号でお伝えした通りメニューを分類して、それぞれのチェック方法を決めましょう

**第1グループ：非加熱のもの（冷蔵食品を冷たいまま提供）**

メニュー：刺身・冷奴・野菜サラダ

チェック方法：冷蔵庫より取り出したらすぐに提供する、冷蔵庫の温度管理等
野菜サラダなどをすぐに提供しない場合は、野菜をしっかり洗浄し冷蔵庫で保管しておき、盛り付ける直前に冷蔵庫から出して盛り付けて提供

**第2グループ：加熱するもの（冷蔵品を加熱し、温かいまま提供。加熱後高温保存を含む）**

メニュー：ハンバーグ、焼き肉、唐揚げ、ライス等

チェック方法：火の強さや時間、見た目、肉汁の色、焼き上がりの触感(弾力)、中心部の色(温度)等
ハンバーグやつくねなどの挽肉料理は、中心部まで火がとおり、肉汁が透明になって中心部の色が変わるまで加熱。牛肉のステーキはレアであっても、表面は十分に加熱が必要。スープ・ソースなどの液体食品は、加熱して沸騰したときに泡がボコボコ出て、湯気が十分出ていることを確認

**第3グループ：加熱後冷却し再加熱するもの、または加熱後冷却するもの**

メニュー：カレー・スープ・ソース・たれ・ポテトサラダ

チェック方法：加熱後速やかに冷却、再加熱時の気泡、見た目、温度等。加熱の状況の確認は第2グループと同様加熱後、冷却の段階で危険温度帯(10～60℃)に長くとどまらないようにすることが重要です。そのためには、小さな容器に食品を小分けしたり、入った鍋の粗熱を取り、蓋をして鍋ごと冷蔵するなどして冷却ムラを防ぐことが重要です。ポテトサラダなどのように、第1グループと第3グループを混ぜるときは、第3グループの食材が速やかに冷却された後に混ぜるようにしましょう。

**この様に、メニューを分類分けし、チェック方法を決めチェックシートを作りましょう**

| 分　類 | メニュー | チェック方法 |
|---|---|---|
| 非加熱のもの | 刺身、冷奴 | 冷蔵庫より取り出したらすぐに提供、冷蔵庫の温度 |
| 加熱する物(加熱し温かいまま提供) | ハンバーグ | 火の強さや時間、見た目、肉汁、中心部の色等 |
| | 焼き肉 | 火の強さや時間、見た目、中心部の温度等 |
| | 唐揚げ | 油の温度、揚げ時間、揚げる数量、見た目、中心部の温度等 |
| 加熱する物(高温保管) | ライス | 触感、見た目、高温保管の温度 |
| 加熱後冷却し、再加熱する物 | カレー、スープ、ソース | 加熱後速やかの冷却、再加熱時の気泡、見た目、冷蔵庫の温度等 |
| 加熱後冷却し冷たいまま提供する物 | ポテトサラダ | 加熱後速やかに冷却、冷蔵庫より取り出したらすぐに提供、冷蔵庫の温度等 |

## 「2020白馬食品展示商談会」開催中止のお知らせ

１１月５日(木)に開催を予定しておりました「2020白馬食品展示商談会」につきましては、新型コロナウイルス(COVID-19)感染症感染拡大が未だ終息の目処が立たない状況を受け、協議を重ねた結果、ご来場者様および関係者の健康・安全面を第一に考慮し、中止させていただくこととなりました。皆様方のご息災を心よりお祈り申し上げます。