

シリーズ マンスリーコーヒーインフォメーション vol.187

MONTHLY COFFEE INFORMATION
Blazil Ipanema Farm ブラジル〜イパネマ農園 プレミア クリュエ・ゴールドエディション〜中煎り〜

イパネマ農園はミナスジェライス州に3つの生産ユニットを保有し、総面積は約6,000ha、総植樹面積は約3,400haであり、単一農園としては、その生産面積、生産数量は世界最大級。世界20ヶ国にコーヒー豆を輸出し、約7億杯分のコーヒーを供給しています。

常に最適な状態のチェリーを収穫する為に若木に関しては、機械収穫は行わず、ほとんど手作業のみで収穫しています。

さらに、収穫から輸出までのポストハーベストは、全てがイパネマ農園Conquista Unitの自社設備で行われており、チェリーの電子選別機等、世界的にみても最新鋭の精選設備を完備しています。

社会への貢献の為、「イパネマ インスティテュート」を発足し、農園近郊の町に住んでいる従業員の子どもたちを受け入れ、学校の補習、スポーツ活動などを支援。また、麻薬中毒、アルコール中毒の方の社会復帰の支援なども実施しています。

【焙煎度合】
■■■■□□□□
(ミディアムロースト 中煎り)

焙煎士からのおすすめポイント!!

- ・香ばしくて柔らかい口あたり
- ・優しいホワイトグレースのような酸味
- ・ナッツ
- ・ミルクチョコレートのような甘味をともなった後味が特徴のコーヒーです。

《ブラジル〜イパネマ農園〜概要》
 地域：セラ・ダ・マンティケイラ
 標高：1,079m〜1,127m
 格付：スクリーン15up
 精選/乾燥：ハンドピック・ナチュラル/天日乾燥・機械乾燥
 品種：イエローブルボン

今月の TOPICS コーヒーの残りがすを堆肥に再利用する正しい方法

コーヒーが好きで、しかも家で植物を育てているという人は、ドリップしたあとに残るコーヒーかすをただ捨てずに、庭や室内にある植物の生長に役立てたいと考えるかもしれませんね。確かに、こうしたコーヒーかすは使い方によっては植物の役に立ちます。ところが「淹れ終わったばかりのコーヒーかすを土の上にまけばおしまい」というほど簡単とは限りません。飲み物としてのコーヒーは強い酸性の液体ですが、淹れ終わったあとのコーヒーかすはほぼ中性です。つまり、pHに関しては良い効果も悪影響もほとんどないということです。ただし、コーヒーかすに残っているカフェインは種の発芽や生長を妨げる恐れがあります。加えて、植物が生えている土の上にコーヒーかすをかぶせると、空気や水が土の中にきちんと浸透して循環するのを妨げる事態になりかねません。

とはいえ、正しい使い方をすれば、コーヒーかすは土壌の改善や、害虫よけ、あるいは植物が好物のネコよけの効果を発揮してくれます。では、どのように使えば良いのでしょうか？

●堆肥や腐葉土に追加する

コーヒーかすを直接まくのではなく、ワックション置いて使うようにすれば、植物の生長を妨げることなく、コーヒーかすを活用することができます。コーヒーかすを腐葉土や堆肥の山に混ぜ込み、土の栄養分を増やすのに使えば良いのです。ただしこの時、堆肥をつくるコンポスト容器の中身を、全部コーヒーかすにするのは避けてください。Treehuggerの記事では、コーヒーかすとその他の有機物の割合を1対4にるように勧めています。

●直接まくなら控えめに

自宅で堆肥を作っていない場合は、一握り程度の少量のコーヒーかすを土の上にまき、表面から1〜2インチ(2.5〜5cm)くらいの深さまでの土とやさしく混ぜ合わせます。あるいは、室内に置かれている鉢植えやコンテナに植えた植物向けに「水出しエキス」を作るという手もあります。これは、5ガロン(約19リ)の水に2カップ分(アメリカサイズ、480ml相当)のコーヒーかすを入れ、一晩つけておけばできあがりです。

●コンポストに利用する

あるいは、ミズズを利用した堆肥を作っている場合は、コーヒーかすがミズズの格好のエサになります。

というわけで、園芸にコーヒーかすを活用する場合のルールをまとめると、大量に使うよりは少しずつ。そして、直接使うよりも間接的に使うほうがベター。毎朝のコーヒーを淹れたあとのかすを、そのまま植物にまくのはやめておきましょう。(lifehacker 2021.03.28より)

編集後記

先日、一足お先に珈琲元年・鳴子店のオープニングレセプションに行っていました。幹線道路から一本入った綺麗な閑静な住宅街といった雰囲気のエリアにあり、これまでの珈琲元年とはまた違った新しさを感じました。新しいエリアでの新店舗で、これまでのお客様に加え、もっと多くの新しいお客様にも珈琲元年を知っていただきたい、との思いを新たにしました。(S.H)

Vol.505

発行日/毎月1回1日発行
 /2021年8月1日通常 第505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

8 2021 月号 Vol.505



ルワンダ カッピングラボ (左) 農園風景 (中央) Shoji組合の人々 (右) ブラジル 農園風景 (左) 農園遠景 (中央) イエローブルボン (右)

【営業日カレンダー 8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 先勝	9 友引 山の日	10 先負	11 仏滅	12 大安	13 赤口 盆の入り	14 先勝
15 友引	16 先負 盆の明け	17 仏滅	18 大安	19 赤口	20 先勝	21 友引
22 先負	23 仏滅	24 大安	25 赤口	26 先勝	27 友引	28 先負
29 仏滅	30 大安	31 赤口			👒	🌟

お盆休み: 8月13日〜16日 ☐ 休業日

- 珈琲元年・鳴子店オープンしました! —3
- 外食産業レポートNo.109 —2
- 今月のTOPICS —4
- 珈琲小咄 —1
- マンズ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」タブが右のQRコードからご覧下さい!!



コーヒーばなし 三遊亭園窓

『参加できない集會』 九八八話
 亭主の加藤さんは女房子を車に乗せて久しぶりの家族ドライブ。子供たちは三人とも、みな成人している。しかもまだ独身という。車内での話題は、「所詮、男はそういうもんよ」「どこの男も同じようなもんさ」などなど、さながら男のこき下ろし集會のようなもの。

その集會は、行きも帰りも続いた。たまりかねた加藤さんの意見で、途中の喫茶店に入って、休憩をとることにした。

五人が席に着くとそれぞれの注文もまとまって、一息つくと思いきや、またも加藤さんは一人で運転してきた疲れからか、ぐっすり寝込んでしまったようす。

「あら、お父さん、寝ちゃったわ」「男って、つまらないわね、まったく」「軒をかきながら加藤さんは夢の中でつぶやいた。」「この先、女だけの家族を乗せて、男のあたしが一人で運転しなくてはならないんだよ。ハンドルを抱えて眠るふりはできないだろう、つらいんだよ」

『世界一速い』 九八九話
 駅を降りると、夜空がピカッと光った。「雷ッ」
 急いで足を早めると、あとを追うようにゴロゴロゴロッと来た。「雨になるのか...」
 カバンから用意している折り畳みの傘を取り出す。「ポツリ、ポツリときた...」
 傘を開きながら、また空を見上げる。「光の速さを実感するね。まず、ピカッと来たもんね。あとから、ゴロゴロ、ポツリ...のんびりとやってきたようだね」
 濡れながらも、やっと我が家へ辿り着いた。服を脱ぎ、とりあえず、テーブルに着いて一安心。と、女房がコーヒーをいれて運んできた。「早いね。コーヒーは」「早かったかしら...?」「早過ぎるよ、まだ頼んでないよ」「あら、そうかしら」「光より早いよ、今日のコーヒーは」「嬉しいわ、褒められて。実は「昨日、「いれて」って頼まれてたのを、今、思い出したの」

シリーズ
SERIES

外食産業レポートNo.109

～『その常識本当？間違いはどっち？』～

フードビジネスコンサルタント
永嶋万州彦

『1000円オーバーの商品が売れる』

出口がようやく見えだしたコロナ禍の毎日です。その感染の源と云われ厳しい状況が続くのが外食産業業界です。指針された感染対策をしっかりとやっても、いく度となく続く時短要請や商品提供の制限で客数の回復は望めず、やむなく休業、廃業をせまられる店が数多くあります。大手の外食チェーンも同様に店舗を閉店し続けています。しかしその厳しい状況下でも、生き残りを懸けて、商品の魅力を高めて頑張っている一つの業態に「ファミリーレストラン」があります。なぜ頑張っているのかと云うと、主要時間帯の商品政策をドラスティックに変えた営業戦略を投入した事です。その内容は

- 1、朝食営業…カフェ、喫茶店の主力のモーニングサービスと同じ内容、近い価格を一番下の価格に置き、主力価格帯を500円台に下げ、来店動機を上げた。
- 2、ランチ営業…日替わりランチは600円～800円の価格帯を中心として、コンビニエンスストアに対応し、1000円の客単価ゾーンには、メイン、チョイスサイドメニュー、ドリンクバーとプッチリッチな客層（特に女性客）に対応して成功。
- 3、ディナータイム営業…主力商品の魅力アップ（原材料のこだわり、調理方法の多様化、小さなコースメニュー対応等）で単品価格を従来より200円～400円オーバーさせる事で、夜の客単価を1500円オーバーにシフトする事に成功。こうしたファミリーレストランの戦略によって再び必要な店として認められています。

1、カフェ、喫茶業にチャンスが生まれる

このファミリーレストランの戦略は、戦うターゲットを明確にし、そのターゲットの主力商品群に対して明確な「カウンターメニュー（敵対する競合店の主力メニューと同じメニューを投入する）事がありました。しかし、朝食とランチでは利益は望めません。やはりディナータイムに稼がなくては厳しいのです。その為の商品政策でしたが、主力商品の大切な価格アップが生じました。カフェ、喫茶業にその隙間があいたのです。その価格帯（プライスライン）が1000円オーバーの商品なのです。

2、カフェ、喫茶店で1000円オーバーの商品が売れる。

- ながらくカフェ、喫茶業界の価格戦略は大きな壁が3つありました。その3つの壁とは
- (1)朝食メニュー・・・客単価で500円を超えられない。
 - (2)ランチメニュー・・・客単価で1000円を超えられない。
 - (3)ナイトタイム・・・客単価で1000円を超えられない。

と云う壁でした。しかし発想を変え、他の業種の対応を参考にすれば、決して壁を超える事は不可能ではないのです。前回の「有料モーニング」は500円の壁を超えるために有効な戦略でした。さらに単品価格で、1000円を超える商品があれば、ランチメニューは今より100円以上の客単価のアップが可能になりますし、売上が低迷しているナイトタイムは全く新しい店になるくらいの変化が得られます。その為の具体的な商品戦略の一例として

A、セットメニューから脱却、全て単品メニューとして考える。

1000円を超える商品考えた時、最も気を付ける事は「単品+割引商品=セットメニュー」と云う考え方です。特に割引商品を主力商品のコーヒー、紅茶、ドリンクメニューとするのは最もふさわしくない方法です。主力商品を割引いて販売する為はその商品の価格改定が出来なくなって来ました。もし割引なら、フードメニュー、デザートメニューの法を割引くのが正しいと思います。（前号をぜひ読んで頂きたいと思います。）このセットメニューと云う考え方はやめて全て単品メニューにする方が、商品の魅力を高めやすいのです。

B、1000円オーバーの「単品メニュー」とは

まず第一に考えるのは一つの商品で食べる、飲むと云う事を満足出来る事を考える事です。その代表的なメニューが

1) ハイティー

これは英国式のティータイムの商品です。二枚のプレートに軽食のサンドイッチ、デザートメニューを別々に乗せ、そのプレートを上下に乗せることが出来るホルダーで提供すると云う商品です。二枚のプレートを使うので、サンドイッチ、デザート、パスタ+スープ、パスタ+フルーツと云った組み合わせも自由度を高く出来ます。飲み物はあらかじめ選べるものから選んでもらう方法で提供する。これからのドリンクメニューの方向付として「チョイスフル」・・・（選べる豊富な商品）と云うキーワードがあります。あらかじめドリンクは単品メニューに含まれているのです。ハイティーセットは上下二段のホルダーで提供されるので客席への提供の間、テーブル上でも大変目立ちます。特に女性客には支持されます。このハイティーなら「単品メニュー」で1000円オーバーの商品が可能です。

2) アフタヌーンティー

上記のハイティーにプレートをさらに一枚プラスして三枚にした商品です。本格的な英国風アフタヌーンティーは、フィンガーサンドイッチ（小さくカットしたサンドイッチ）+デザート+フルーツ、チョコレートと云った豪華な盛り付けです。有名なシティーホテルや専門店が紹介され、大きな反響がありました。2000円～3000円もするりっぱな商品で、提供される有名ホテルなら一度は経験したい商品です。この魅力ある商品をカフェ喫茶店なら1500円～1800円の価格帯で提供することは充分可能です。フードメニュー、パスタ、デザート、ドリンクを含んでトータルのコストを30%で組み込むことは充分可能です。

3) 単品1000円オーバー商品

最も導入しやすいのはフードメニューのメイン商品のアップメニューとして導入する方法です。例えば、高級な食材の導入、ボリュームアップした商品、これなら今までのプロパーのメニューのアップメニューになり1000円オーバーの単品メニューになります。さらに「2in1」ツインワンと云って主力商品を2つ入れる方法があります。（EX、ハンバーグ+フライメニュー、ステーキ+グラタン）

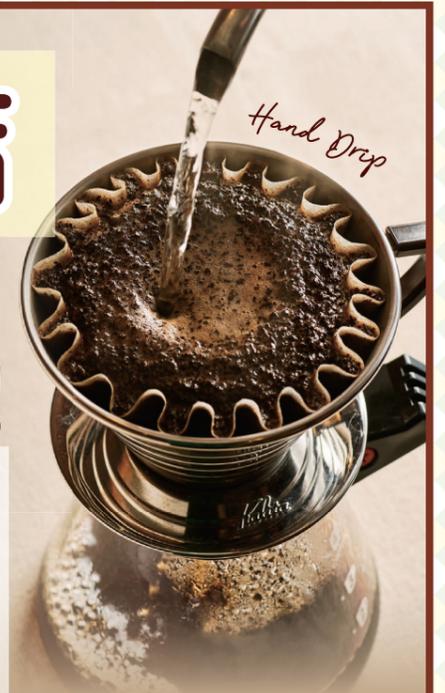
フードビジネスコンサルタント。(株)トールコーヒー入社後、FCチェーン本部長、同社常務取締役を歴任。
1986年に永嶋事務所を設立。数多くの繁盛店・人気カフェを指導。著書に「繁盛するカフェ成功開店法」「人気のカフェをつくる本」ともに旭屋出版

Welcome*

珈琲元年 鳴子店

7/15(木) AM 9:00
OPEN 致しました!!

オープン初日より、
沢山の方にご来店頂き、
心より感謝申し上げます。



珈琲元年 鳴子店

名古屋市緑区鳴子町1丁目7番3号
TEL:052-895-4415

通常営業時間

7:30 (モーニング 13:00まで) ~ 22:00 (ラストオーダー 21:30)

全席禁煙 ●店内102席

P 31台

