マンスリーコーヒーインフォメーション vol.174

MONTHLY COFFEE INFORMATION

Rwanda Inzovu spreme ルワンダ~インゾブ フ

ルワンダ~インゾブ スプリーム~ 中深煎り~

ルワンダ語で"ゾウ"という意味であるインゾブは、アフリカを 代表する動物であるゾウの名を付けることで、毎年安定した力 強いコーヒーを、という想いが込められてつけられました。

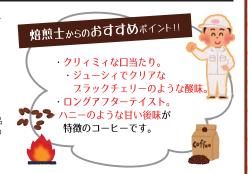
そのインゾブの中でも更に厳選されて高品質な原料のみに、最高を表す'スプリーム'の名称をつけることができます。 、最高を表す'スプリーム'の名称をつけることができます。 がまりないできます。 がまりないでかつマイクロロットまで絞って付加価値を追った拘りの原料です。

Gitega WSは標高1700m付近に位置する農家からのチェリーを集荷します。その標高の高さと肥沃な火山土壌が常に高品質を保ち生み出す理由です。それに加え、登録された1200人の農家を少人数のグループに分け、毎週農業やその管理に関する意見交換をグループ毎に行ったり、実際の技術や取り組みをトレーニングしたり等、常に高品質を保ちまた底上げしていく努力を続けています。

2015年からと比較的新しいウォッシングステーションでありながら、コーヒーそのものの品質の安定と、働く農民の指導と生活のサポートを行いながら成長を続けております。

【焙煎度合】

(シティロースト 中深煎り)



《ルワンダ〜インソフ スプリーム〜概要》

域:南部ニャマガベ地区

標 高:約1,700m以上

付 : 350 g 中5欠点以内 スクリーン15up

精選/乾燥:水洗式(フリーウォッシュド)

品 種:ブルボン

「BRATION 「昭和・平成の飲み方比較からみる令和のコーヒー、トレンドは"with"か」

コーヒー各社で構成される日本家庭用レギュラーコーヒー工業会は、2019年秋に「レギュラーコーヒーに関する実態調査」を実施した。これは、昭和世代 (31歳以上)と平成世代 (30歳以下)の世代別の飲み方を比べて、昭和の喫茶店文化、平成のシアトル系コーヒーやサードウェーブを経て、新時代の「令和」のコーヒーのトレンドを占うものである (コーヒー好き国民の日本人<math>10代~60代男女1、08名を対象)。同調査の中で、世代による特徴が色濃く出たのは『レギュラーコーヒーを飲む目的』だった。

リラックス、くつろぐなど、気分を0FFにするため」と回答したのが、昭和世代の73.6%に対し、平成世代は61.1%にとどまり、「集中力を上げたり、やる気を出すなど、気分を0Nにするため」としたのは、昭和世代の39.2%に対し、平成世代は57.1%にのぼった。 背景には、昭和と平成の時代ごとに、日本人とコーヒーとの関わり方が変化したことがありそうだ。

★「あなたがレギュラーコーヒーを飲む目的を教えてください」アンケート結果

【昭和時代】・・・コーヒーの消費量が劇的に伸びたのは、高度経済成長期。海外から洋食の外食チェーンの上陸や、スーパーマーケット、コンピニエンスストアなどの流通革命も起こり、コーヒーの存在がより身近になった時代。「コーヒー」の中身のこだわりは強くなく、大量生産、大量消費の時代だった(ファーストウェーブと呼ばれる時代)。そんな中、コーヒーの役割は、いわば生活の句点(。)のような、小体止したり、癒しを求めたいときのアイテムだった。

【平成時代】・・・パブル崩壊、失われた20年、リーマンショックに加え、数々の天災など日本全体がやや元気がなくなった時代。 コーヒーは、シアトル系のカフェチェーンの上陸を契機にファッションアイテムとなり(セカンドウェーブ)、シングルオリジン やさまざま抽出方法で楽しむようになり、提供側、飲用側それぞれが個性を表現するアイテムとなった(サードウェーブ)。コー ヒーの役割は、生活の読点(、)のような、次に向けてスイッチを入れ、元気を出して前に進む起爆剤だった。

ただ、海外から相次いで上陸したカフェの中には閉店しているところもあり、残っている店舗もコモディティ化との戦いの真っ只 中だ。スーパーなどで展開する家庭用のレギュラーコーヒーも、産地や製法にこだわったサードウェーブ系商品が思うようには 販売が伸ばせていない状況となっている。

では、【令和時代】には、どのようなコーヒーが求められるのだろうか。

2020年に創業100周年を迎えるキーコーヒーで、コーヒー教室シニアインストラクターを務める金井育子さんは、「主張しすぎない飲みやすいもの、様々なシーンでくつろげる味わいが今後は好まれるのではないでしょうか」と話す。令和時代のコーヒーには、主役というよりもバイブレーヤーとして、生活に寄り添う"with"のような役割が求められているようだ。共働き家庭の増加や働き方改革などにより、オフィスでも家庭でも忙しく過ごしている人が増えており、コーヒーだけを楽しむというよりも、コーヒーを飲んで癒されながら何らかの作業を行う傾向にある。さまざまなシーンで気軽に飲みやすい味と香りを提供することで、より生活者にとって身近な存在になれば、コーヒーの消費量はさらに高まる可能性がある。

編集後記

今月のトビックで"あなたがレギュラーコーヒーを飲む目的"を聞いたアンケートについて話題にいたしましたが、みなさまはどんなときにコーヒーを飲みたくなったり飲まれたりしますか? 今月は春、新年度のはじまりです。令和らしく色々な場所でwith COFFEEで、過ごしてみませんか ho (S.H)

Vol.489

発行日/毎月1回1日発行 /2020年4月1日通常 第489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 名古屋市中川区州戸町6-18 1FL (052) 362-1161 FAX (052) 362-1801



【営業日カレンダー 4月】

				1/32		
SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
			1 大安	2赤口	3 先勝	4友引
5 先負	6仏滅	7大安	8赤口	9 先勝	10友引	11 先負
12 仏滅	13大安	14 赤口	15先勝	16友引	17 先負	18 仏滅
19大安	20赤口	21先勝	22友引	23 仏滅	24 大安	25赤口
26 先勝	27友引	28 先負	29 仏滅 昭和の日	30大安		
/t#D						

インドネシア カロシ村 コーヒー果実(左):トラジャ族の末裔 YANIさん(右) ルワンダ 南部ニャマガベ地区 農園風景(左右・中央)

外食産業レポートNo.101 -2

春のおかずサラダ特集 他 一3

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(?)社員プログも随時更新中!

ね



つあな

てるい

の苦が困るのか 4.2 つお帰りですか?」の苦が困るのか、1.2 の約束を思っなりますと…」っなりますと…」

会社の

兄弟

客席』九五六話



コーヒーこば

三菱

なら、三級亭園窓

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.101

~ 『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

『OLD&NEWで商品を活性化させる』(6)

新型コロナウィルスの被害は今や全世界に拡がり、人々の健康と国の経済に大きい影響を与えています。特にサービス 業への被害は大きく、外食産業は個人経営者が多い為、店の存続にもかかわって来ています。一刻でも早い収束を心から 願っています。経営用語の一つに「経営安全率」と云うものがあります。 それは、今の売上高がどの位低下しても赤字にな らず、経営を続けていけるかを示すものです。産業別、企業別に当然一計一店あたりの数値は異なりますが、外食産業は 90%(売り上げが10%低下すれば赤字経営になる)デパートメントストアは95%と云われています。何としても頑張って 店を維持していかなければなりません。病気に負けない元気な挨拶と明るい笑顔はこの難局を乗り切る「薬」です。

1. コンビニエンスストアに負けないランチメニューを考える。

外食産業のもう一つの難敵はコンビニエンスストアです。このシリーズのOLD&NEWの考え方で、自店の商品 の魅力づくりを案内して来ました。振り返るとその為のキーワードは8つあると申し上げました。

- (1) 働く女性 (2) 50歳以上の男性 (3) 個食 (4) チョイス
- (5) 健康 (6) オーバー1000円の商品 (7) フリードリンク (8) アウトキッチン

この8つのキーワードと単体から複数組み合わせて商品政策(MD)を創り上げる事でした。

今回はその(8)のアウトキッチンについての案内です。

~アウトキッチン(O・E・M)~

今から20年前の事です。この頃、外食産業でさかんに採り上げられたキーワードがありました。「グレージィ ング(個食)」です。この言葉の意味は・・・多品目の食べ物を少量づつ、時間を決めないで食べる。と云うもの でした。このニーズにぴったり合った業態が、コンビニエンスストアだったのです。もう多くの人がこのグレージ ィングの生活になれた為、この用語は用いられなくなりました。本来このグレージィングは対応出来る業態は「カ フェ、喫茶店」と云われていました。確かにお客様の来店動機と利用時間は他のレストランや飲食店と違い、幅広 い販売も不可能ではありません。しかし、席数も多くなく、狭いキッチンと絶対的な客数が少ない店にとってこの 戦略に対応するのは難しい現実がありました。コンビニエンスストアの様な品揃えは出来ないからです。

1) 働く女性、個食、チョイスを満たすアウトキッチン(O・E・M)

しかし、そうだと云って、このままにして良いと云う事は出来ません。グレージィングを積極的に採り入れてい かなければ、生き残っていけない時代です。そこで生まれて来たのが、アウトキッチン(O・E・M)と云う商品 政策です。自店で調理加工出来ない商品を外のキッチンで加工してもらうと云う考え方です。O・E・M(オーダ ー、エントリー、マニファクチャー)は食品業界でも使われている方法です。この〇・E・M方式は、今では大手 外食チェーン店では、ほとんどの店で採用しています。自社だけでは全ての商品、調味料はとても自製出来ないか らです。ではカフェ、喫茶店ではどの様にしてアウトキッチンを利用したらよいのでしょうか。その方法は二つあ ります。

2) アウトキッチン (O・E・M) 二つの方法

(1) 完全外部発注/半加工外部発注

最近良く通販のTV番組で、健康に留意した完全調理済食品の「弁当・総菜」を見る事が多くなりました。冷 凍庫に入れておけば、簡単に食事を採ることが出来、一食600円前後と決して安くないのに多くの量が売れてい ます。この完全調理済の商品とは別に調理は自ら行う、半加工食品を宅配する企業も昔から存在します。使う 量も食材も下ごしらえも調味料もすべて人数分を届けてくれます。この方式で店にも届けてくれる会社があり ます。ランチメニューに困っていた店は一か月分のメニューの内から好きな曜日、個数を3日前に発注します。 朝に届けられた食材をランチ前に調理し、個数限定で販売します。個人的宅配を業務用にしたこの〇・E・M は九州市区ですっかり定着しました。

(2) 完成品購入

この方式はメーカー販製商品を購入するのでなく、店が考え作る側とよく協議検討して商品化してもらい、 自店のオリジナルとして購入し販売する方法です。小ロットですむ焼菓子等は始めに手がける方法としては良 い方法です。ただ気をつけなければならないのは焼菓子の場合でも製造者が保健所の指導を受け食品衛生の基 準を満たしている所が条件です。こうした〇・E・Mを採用するときは事前に保健所に相談すると良いと思い ます。こうしたアウトキッチン(O・E・M)で商品点数を少しづつ増やしていくと「働く女性、個食(グレ ージィング)、チョイスと云う三つのキーワードを満たす事が出来ます。昔から知っていた(OLD)を今の時 代(NEW) に合わせる。これが知恵(知識+心)と云います。

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)

2種だれのVegeつけ麺

キューピーノンオイル 45gドレッシング香味和風 豚肉ロース しゃぶしゃぶ用 100g 600 たまねぎ 生 40g リーフレタス 30gフリルレタス 200 かいわれ

豚しゃぶサラダ



- 1.豚肉しゃぶしゃぶ用はボイルし、冷水にさらし、水 気を取る
- 2.玉ねぎもスライスし水にさらし、水気を切る。
- 3.トマトは半月スライスにする。
- 4.グリーンリーフ、フリルレタスは食べやすい大きさにちぎる。 5.器に4をしき、1~3を合わせて上に盛り、かいわれ菜を トッピングしてQPノンオイルドレッシング香味和風をかける。

キャベツとあさりの胡麻辛子和え



材料(一回仕込み分)

キューピー焙前胡麻 ドレッシング キャベツ(茹で) 200g かぶ(茹で、皮むき) 160g あさり (むき身・水煮) 600 練り辛子

作り方

- 1.キャベツは茹でた後一口大に切る。かぶは葉元を残した くし形に切り軽く塩もみする。
- 2.QP焙煎胡麻ドレッシングと練り辛子を混ぜ、和えだれをつくる。 3.1を2で和え、器に盛る。

材料(1人分)

QP焙煎胡麻ドレッシング【A】 75g 牛乳【A】 50g ラー油【A】 0.5gQPシーザーサラダドレッシング[R] 75g牛乳【B】 50g ドライパセリ【B】 1g ゆで卵 20g中華麺(茹で) 220g ロメインレタス 20g 玉ねぎ 30g トマト 60gきゅうり 50g



作り方

1.中華麺を茹でる。

- 2.トマト、きゅうり、ロメインレタス、玉ねぎを切る。
- 3.【A】【B】をそれぞれ混ぜ合わせ、2種類のたれを作る。
- 4.1に2とゆで卵を盛り付け、3のたれを添える。

鳥むね肉のしょうゆマヨ焼き もやしソテ-

ドレッシングに+αで

旬の食材を引き立てる

「春らしい和えだれ」に♪



材料(2人分)

鶏むね肉 1枚 180g もやし 1/2袋 130g 小ねぎ 1本 2g

A しょうゆ 大さじ2 サラダ油 商品 A キユーピー マヨネーズ 大さじ2

1.1鶏むね肉はひと口大のそぎ切りにし、ボウルに入れて 混ぜ合わせたAを加え、約10分漬け込む。

2.フライパンに油をひいて熱し、もやしを炒め、器に盛りつける。 3.2と同じフライパンで、1を両面焼き、火が通ったら、

1の残りのたれを入れ、からめて焼く。

4.2に3を盛りつけ、小口切りにした小ねぎを散らす。

取扱開始2020年4月16日(木)

● テーブルマーク

流し麺 デリカラーメン(ハード) 200g

流水解凍でものびにくく、時間が経過して も強く残るコシが特徴です。

 $(3255142) \times 380$

● スガキヤ リンゴハチミツ入り 冷やしラーメンスープ 1.8%

醤油と酢をベースに、リンゴ果汁と ハチミツを配合した、やさしい甘さの 冷しラーメンスープです。

(630400) ¥910

● MCC食品

冷やし担担麺のもと 150g

個食でロスのないストレートタイプ使用の具 材入り冷やし担担麺のもとです。ゴマ風味 をきかせたチキンスープをベースに鶏挽き 肉、豚挽き肉を加え、豆板醤、甜麺醤等で ピリ辛に仕上げました。

(640000) ¥ 170





★冷やし担担麺のもとは、うどん・ きしめん等にもお使いいただけます。

ぶっかけ牛肉生姜 300g

味わい深い国産牛肉をそぼろにし牛 肉の旨味と、たっぷりの香り豊かな生 姜と椎茸を刻んで、鰹だしで煮込み あんにしました。

(770010) ¥400





