シリーズ
SERIES

マンスリーコーヒーインフォメーション vol.181

MONTHLY COFFEE INFORMATION

INDONESIA Mandheling Baby Sinar インドネシア～マンデリン ベイビーシナール ピーベリー～中深煎り～

良質なコーヒーの産地であるリントンニフタ、パランギナンから、さらに厳選した農家を指定して買い付けをしています。トバ湖のほとりの豊かな土壌で育ったチェリーを、丁寧にハンドピックで収穫し、その後のプロセスで希少性の高い、丸くころんとしたピーベリーのみをより抜いています。

通常のマンデリンは産地エリアにてパーチメント脱殻まで精製されストックされますが、このベイビーシナールは産地にてパルピングしたのち、パーチメントの状態で指定輸出業者まで搬送されます。このドライングテーブルを使用した乾燥工程、機械でなく手作業によるスクリーニング、丹念なハンドピックによりできあがるものです。

※ピーベリー（丸豆）はコーヒーチェリーの中に通常2つあるはずのコーヒー豆が1つしかないコーヒー豆です。コーヒーチェリーの中にコーヒー豆が1つしか入っておらず、コーヒー豆同士でぶつかりあうことなく成長するので、形も丸くなります。
収穫量が少なくレアなコーヒー豆です。

【焙煎度合】
■■■■■□□□
（シティロースト　中深煎り）

焙煎士からのおすすめポイント!!

ミルクのように滑らかな質感と甘み
マンデリン特有の苦味
持続する心地良いコーヒー感
熟した柑橘系フルーツの
ような酸味が
特徴のコーヒーです。

《インドネシア～ベイビーシナール～概要》
地　　域：スマトラ島北部
　　リントンニフタ、パランギナン
標　　高：1,300m
精　　選：スマトラ式
品　　種：ティピカ

今月の
TOPICS

コーヒーよく飲む人、眼圧低めのデータ　因果関係は不明

京都大学の研究チームが9千人あまりの健康データを分析したところ、コーヒーをよく飲む人は、あまり飲まない人と比べて、眼圧が低いことがわかった。

コーヒーと眼圧の因果関係はわかっておらず予防や治療目的には勧められないが、緑内障など目の病気を心配してコーヒーを控える必要はなさそうだ。

コーヒーは近年、心疾患や一部のがんといった病気のリスクを下げるのではないかといった研究成果が報告されている。一方、コーヒーに含まれるカフェインには血圧を高める作用がある。

眼科を受診した患者が、コーヒーは目に悪いかどうか気にしたことから今回の研究が始まった。研究チームは目の硬さを示す眼圧に注目した。値が高いと緑内障といった目の病気のリスクが高まるという。眼圧を下げる効果がある目薬もあり、眼圧は基本的に低い方が望ましいとされるが、コーヒーと眼圧の関係はわかっていなかった。

京大は滋賀県長浜市の市民約1万人の生活習慣や身体データを記録して追跡する調査「長浜スタディ」に2007年から取り組んでいる。今回の研究では、調査参加者のうち、眼圧を下げる目薬を使っている緑内障の患者ではない9418人を対象に、コーヒーを飲む頻度と、健康診断で測った眼圧の関係を調べた。飲む頻度は問診で聞き、インスタントやレギュラー、缶コーヒーといったコーヒーの種類は問わなかった。

すると、コーヒーを1日3回以上飲む人は、1回未満の人と比べて眼圧が低く、その差は眼圧の平均値の約3%だった。飲む回数が1回や2回と増えるにつれて、眼圧はだんだんと低くなる傾向があった。

今回の研究成果では、コーヒーに眼圧を下げる効果があるかまではわからない。また、緑内障と指摘されたことがある人とない人を比べると、コーヒーを飲む量に明らかな差はみられなかった。さらに、緑内障は通常値の眼圧で発症することもあり、予防や治療目的でコーヒーを飲むことは勧められないとしている。

チームの京大の三宅正裕特定助教（眼科）は「今後、追跡調査で緑内障の発症率などもわかってくるので、さらに研究を続けたい」と話している。

研究成果は6日、米国眼科学会の関係誌に掲載された。　（2020年11月6日 朝日新聞デジタルより）

編集後記

コロナ禍の中での新しい生活様式も徐々に定着しつつも、町の風景はだんだんと冬になってきました。もうクリスマスやお正月準備の季節ですね。今年は例年とは違い、ご自宅などで巣ごもりでの年末年始を過ごされる方が多いのでしょうか？

暖かい部屋の中で温かいコーヒーとスイーツでのんびりと過ごす休日もよいかもしれませんね。（S. H）

Vol.497
発行日/毎月1回1日発行
/2020年12月1日通常　第497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 12月号 Vol.497

グアテマラ　乾燥風景（左）：　コーヒーの花（右）
インドネシア　雄大なトバ湖（左）：手摘み収穫風景（中央）：ハンドピッキング風景（右）

【営業日カレンダー　12月】

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

□ 休業日

外食産業レポートNo.104 ―2
固定資産税減免措置について ―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

『ほんの』九七二話

七歳になった孫が久しぶりに泊りに来た。おじいちゃんは喜んで相手になって、いろんな話をしてやった。その一つ。

「最初は『お酒は飲めませんので』って断ってた。でも『まあまあ、いいじゃないですか』って、すすめられて『じゃぁ、ほんの一杯だけ…』ってやっているうちに、自分から飲むようになったんだよ」

これを聞いた孫は、その晩、ベッドで夢を見た。

自分が飼っているペットに無理矢理にコーヒーを薦めたのだ。

猫が断った。

「猫舌ですから」

亀も断った。

「あたしに飲め飲めと言っても駄目ですよ。噛め噛め（亀亀）と言ってくれれば、なんとか…」

犬は尻尾を振りながら言った。

「じゃぁ、ほんのワンだけ…」

『熱』九七三話

「おじいさん。今日は散歩をしないんですか？」

「今日はやめておくよ、雨が降りそうだから」

「では、家の中で体操をしたらどうです？」

「今日はやめておくよ、ちょいと疲れているから」

「おじいさんはなにをやっても長続きしませんね」

「そんなことないさ。やめると言ったわけじゃないんだから。今日はやめておく、と言っただけなんだから」

「同じことですよ。おじいさんの言い訳はよく続きますね」

「そんなことを褒めるなよ、ばあさん」

「褒めてるわけじゃありませんよ。すぐに熱が冷める性格なんですよ、おじいさんは」

言い返しもできず、おじいさんは、面目なさそうに話題を変えて言った。

「おい、ばあさん。コーヒーをおくれ」

「あたしはさっきいれて運んできて、テーブルの上へおきましたよ」

おじいさんは返す言葉も出ず、テーブルのコーヒーを一口飲んだ。そして言った。

「おい、おばあさん。このコーヒーはさめてるよ」

「あたしのせいではないですよ。おじいさんのコーヒーもそうなんですから」

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（3）』

新型コロナウィルスが与えている影響は、外食産業の存亡にもかかわる様になって来ました。大手チェーンから個人店まで自らの生き残りを懸けて、自らの一店一店の店の業態の見直し、商品政策の再構築、価格戦略の改革、店舗機能の改善、顧客サービスの向上を柱に全力を上げて取り組んでいます。しかし一言で業態を変えると云ってもそう簡単なことではありません。結局は今の店舗を残すか、撤退するかの判断しかないと云う場合が多く見受けられます。そうすると残されたのは、商品政策の見直し、価格戦略が大切なポイントとなります。特に「客単価の再構築」はそのキーポイントになります。前回に続いて客単価の構築の考え方を一緒に考えましょう。

3、デザートの一人当たり買い上げ点数の増加

1）セットメニューの功罪

デザートメニューが一番売れる時間帯は午後のティータイム、そしてナイトタイムです。しかしプロパーメニューとしてドリンクメニューと組み合わせると800円から1000円とオーバーしてしまいます。まして店内加工のオリジナルでなく、冷凍のケーキが主力となるとまるで売れなくなりました。そこで採った販売戦略は安易な「セットメニュー」でした。

冷凍ケーキが悪いと云うのではありません。内外のケーキメーカーは実に良く研究しそのアピアランス（外観）食味とも極めて高い品質のものが多いです。唯一の欠点が冷凍ゆえの「香り」が消えてしまう事にありました。香料のきいたホイップクリーム、フルーツソース、新鮮な果実は必須だったのです。そうです。冷凍ケーキが悪いのではありません。価格を抑え、一皿の見栄えを良くすれば単品でも充分売れる商品なのです。その価格のレンジ（帯）は300～500円の間です。この単品売りをさらに効果的にするのは、ドリンクの用量アップです。コーヒーなら小型カップで1.5杯から2杯、紅茶ならポットサービスが効果をあげます。

2）1/2ポーション商品、100円、200円商品の投入

セットメニューをいきなりやめてしまったら極端に売上が落ち、今までの冷凍ケーキを手直ししても心配と云う考え方もあると思います。そうした時に効果的なものが

A，1/2ポーションのデザート（プチフルケーキ）　　B，100円、200円のデザートの投入です。

特にフランスで広く販売されている小型のケーキは3～6種類用意できれば200円前後から販売出来、購買チャンスは広がります。近隣の洋菓子店から直接仕入も可能性があります。又、100円から200円のデザートには「和菓子」を思い切って投入すると効果的です。和菓子は日持ちも良く、コーヒーにもよく合います。(コーヒーとあんこは相性が良い)しかも小型で価格はリーズナブルに選べるものが多いです。特に氷菓（アイスクリーム、シャーベット等）を組み合わせると一層注文のチャンスが増えます。

3）オンザテーブルサービス

お買い上げ点数を増やすポイントは顧客の心理を上手に掴む事にあります。もう一品売れるにはこの心理をどう刺激するかが大切なのです。その心理とは「私だけ特別に」「私だけが知っている」です。この心理を具体的に満足させるサービスが「オンザテーブルサービス」です。その具体的なサービス方法は（1）お客様のテーブルの上で①選ぶ②盛り付ける③注ぐ④かける⑤説明する⑥すすめる（声）等です。たとえば前述のプチフルのケーキは全種類をトレーに乗せ、テーブル上に置き、説明する。選んでいただいた商品をプレートにトングで盛る。柔らかくホイップした生クリームをかける。この一連のオンザテーブルサービスでお客様の満足度は充分に満たされます。今の時期ならマスク、手に透明なポリ手袋は欠かせませんが当り前のサービスではお客様の来店動機を掴めないのです。

4，商品平均単価を上げて客単価を上げる。

そしてもう一つキーワード、商品平均単価を上げるです。「売上金額÷販売個数」で示されるこの指数は自店の業態の物差しにもなるものです。この商品単価を上げるやり方は大きく分けて2つです。

1）一品の単価が高い商品を多くする

（単品、セットメニュー、コースメニュー）

2）商品の価格を改訂し、値上げする

この商品平均単価をドラスティックに変えて、甦ったのが有名な「マクドナルド38セット」です。フード＋ドリンク＋ポテト（デザート）の3品を一人当たりの買い上げ点数としたマクドナルドは低年層の顧客がついてこれず売上不振になりました。そこで採った起死回生の販売戦略は「商品平均単価を高くする」でした。一品ずつの価格を上げるのではなく、圧倒的なお値打ちの「セットメニュー戦略」でした。サンパチセット（380円でフード＋ドリンク＋ポテト）は粗利収益、粗利益高とも大幅に低下させ、その見返りは圧倒的な販売個数でした。この政策と戦略に巻き込まれた競合相手は販売個数に勝てず一社づつハンバーガーの市場から撤退しました。今の時もしカフェでこの戦略を用いるなら「オーバー1,000円」の魅力あふれる新商品です。既存商品のセットメニューでは本当の利益が獲得出来ないからです。

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)

固定資産税減免について

中小企業庁より「新型コロナウイルス感染症の影響で事業収入が減少している中小企業者・小規模事業者に対して固定資産税・都市計画税の減免を行います。」とリリースされています。

中小企業・小規模事業者の税負担を軽減するため、事業者の保有する建物や設備の2021年度の固定資産税及び都市計画税を、事業収入の減少幅に応じ、ゼロまたは1/2とします。

概要

新型コロナウイルス感染症の影響で事業収入が減少している中小企業者・小規模事業者の2021年度の固定資産税・都市計画税を減免します。

☆中小企業者・小規模事業者とは

- 資本金の額又は出資金の額が1億円以下の法人
- 資本又は出資を有しない法人又は個人の場合は従業員1000人以下の場合
  ただし、大企業の子会社等は対象外となります。

☆〈減免対象〉※いずれも市町村税

- 事業用家屋及び設備等の償却資産に対する固定資産税(通常、取得額または評価額の1.4%)
- 事業家屋に対する都市計画税（通常、評価額の0.3%）

2020年2月～10月までの任意の連続する3ヶ月間の事業収入の対前年同期比減少率	減免率
50%以上減少している場合	全額
30%以上50%未満減少している場合	2分の1

申告方法

- 中小企業者・小規模事業者は、税理士や会計士といった全国に存在する※「認定経営革新等支援機関等」に、以下の確認を受ける。
  - ●中小事業者等である事、性風俗関連特殊営業を行っていない事
  - ●会計帳簿や青色申告決算書の写し等で、前年同期比で事業収入が減少している事
  - ●青色申告決算書、収支内訳書等で、特例対象家屋の居住用・事業用割合の確認
- 事業者は、※「対象設備の所在する各地方自治体が定める申告書様式」を利用して、認定経営革新等支援機関等から申告書を発行してもらい、2021年1月以降に申告期限(2021年1月末)までに固定資産税を納付する市町村に必要書類とともに軽減を申告する。
  ※申告書は、提出先市町村のホームページなどから入手してください。

※認定経営革新等支援機関等とは
税理士、公認会計士、税理士法人監査法人,中小企業診断士、金融機関(銀行、信用金庫)、都道府県中小企業団体中央会、商工会議所、商工会、各地の青色申告会連合会、各地の青色申告会など。

申告の流れ

① 認定経営革新等支援機関等に確認依頼をする
② 認定経営革新等支援機関等に申告書を発行してもらう
③ 認定経営革新等支援機関等が確認した書類一式(原本)及び同期間に提出した書類一式(コピー可)を添えて、市町村の固定資産税の窓口に申告する
　㊟複数の市町村をまたいで店舗等がある場合は、それぞれの市町村に申告する

期限は2021年1月31日です、認定経営革新等支援機関等の受け付けはすでに始まっています。

Q＆Aもあるのでこれから申請される方はこちらを参考にしてください。
https://www.chusho.meti.go.jp/zaimu/zeisei/2020/200501zeisei.html

中小企業固定資産税等の軽減相談窓口電話：0570-077-322
受付時間：9:30～17:00(平日のみ)　中小企業庁ホームページより掲載