

シリーズ SERIES **マンスリーコーヒーインフォメーション vol.183** 

MONTHLY COFFEE INFORMATION
コロンビア～サンタエレナ ナチュラル～中煎り～

サンタエレナ農園はアンデス山脈の麓に続く緑豊かな丘陵地帯に位置し、保湿度と栄養価が高い火山灰土壌の影響と、昼夜の気温差により糖分の多いチェリーが育まれます。農園主のRolden氏は歯科矯正医でありながら大学教授でもあります。多分野に渡る豊富な知見を活かし、大学と共同で数々の研究(コーヒーの品質、プロセス、エネルギー利用等)を行っており、研究成果を自社農園での栽培にも活かしております。

Yara Championship Award 2018 受賞 Best Caturra Natural in COLOMBIA
※【Yara】世界中に拠点を持つ大規模な肥料販売企業 肥料販売だけでなく、最適な肥料の使用法等、農家への栄養面に関する技術指導も行う。
・Yara Championship AwardはYaraの肥料を購入している農家のみが参加できる大会で、毎年良いコーヒーが当大会を通じて発見される。当大会は地域毎に実施され、コロンビア国内及び、世界各国でも開催されている。参加者数は地域によっても異なるが200-300件ほど。

【焙煎度合】
■■■■□□□□
(メディアムロースト 中煎り)

焙煎士からのおすすめポイント!!

オレンジ、ストロベリー、
ドライフルーツ、ハニー、
ミルクチョコレートなど、
時間とともに色々な味が
出てきます。
ロングアフターテイスト、
ウェルバランスが特徴のコーヒーです。




《コロンビア～サンタ エレナ ナチュラル～概要》

地域	アンティオキア・ポリーバル
標高	1,700m
精選	非水洗式
乾燥	天日乾燥(21日間)
品種	Caturra

今月の TOPICS **【コーヒー飲むこと増えた?】**

お家時間が長くなり「飲む頻度」や「出費」に変化

「カフェでは必ずコーヒーを注文する」「1日1杯はコーヒーを飲まない」と落ち着かない「朝起きたら1杯のコーヒーを飲むところから1日が始まる」など、私たちに身近な嗜好品であるコーヒーは日常と切っても切り離せません。仕事集中力を高めるため、休憩時間にリラックスするために手にすることもあふれでしょう。最近ではコロナ禍で在宅時間が増えたことにより、今まで以上にコーヒーを飲むようになった人も多いのではないでしょうか。

株式会社New Innovationsが、「コーヒーに関するアンケート」を実施。家でコーヒーを飲む習慣があるか尋ねたところ、約8割の人が、家でコーヒーを飲む習慣があるということが分かりました。「インスタントコーヒーを飲む」人が46.4%と最も多く、次いで「缶コーヒーやペットボトルコーヒーを飲む」が31.2%、「コンビニコーヒーを飲む」が26%、「コーヒー店などでコーヒー豆を調達し、家でハンドドリップして飲む」が25.7%、「一杯抽出用のインスタントドリップコーヒーを飲む」が23%でした。

コロナ禍で在宅時間が増えたことにより、家庭内のコーヒー事情に変化があったか問うと、「コーヒーを飲む頻度が増えた」と回答した人が37.1%と最も多く、「いつもより高いコーヒーを買うようになった」人が13.1%という結果に。約半数の48.9%の人は「変化はない」という回答でした。

家で飲むコーヒーを選ぶにあたって重視するポイントを教えてもらったところ、「価格」が59.5%で最も多く、「味(豆の種類)」が50.2%、「手軽に購入できる」が37.6%と続きました。「こだわりはない」と回答した人はわずか5.9%で、ほとんどの人が何かしらのこだわりをもってコーヒーを選んでいるようです。

気に入った味のコーヒーと出合ったら、リピート購入したいと思うかと質問をしたところ、「とても思う」が48.1%、「やや思う」が37.4%という結果に。合わせて8割以上の方が、気に入った味のコーヒーをリピートしたいと思うことがわかりました。

今回の調査結果から、コロナ禍の影響により自宅で過ごす時間が増えるとともにコーヒーを飲む機会も増え、味にもこだわるようになっていく傾向がうかがえます。思うように外出ができない今こそ、おいしいコーヒーでホットと一息つきたいものですね。

(マイナビニュース2021.01.04より抜粋)

編集後記
今年の節分はいつもと日にちが違うことを、皆様ご存知でしょうか？今年はいつとも1日早い、2月2日。この日になるのは1897年以来124年ぶりだそうです。日付の変動は、地球の公転周期が約365.2422日と、1年間の365日から微妙にズレているため生じるそうです。いつもより1日早いので、忘れないように恵方巻のまるかぶり、豆まきしましょう♪(S.H)

Vol.499
発行日/毎月1回1日発行
/2021年2月1日通常 第499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



2 2021
月号
Vol.499

カメルーン 乾燥風景(左) : 乾燥・精選風景(中央) : フリーウォッシュド工程(右) コロンビア 天日乾燥風景(左) : 農園風景(中央) (右)

【営業日カレンダー 2月】

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1先勝	2友引 節分	3先負	4仏滅	5大安	6赤口
7先勝	8友引	9先負	10仏滅	11大安 建国記念の日	12先勝	13友引
14先負 バレンタインデー	15仏滅	16大安	17赤口	18先勝	19友引	20先負
21仏滅	22大安	23赤口 天皇誕生日	24先勝	25友引	26先負	27仏滅
28大安						

休業日

- 外食産業レポートNo.105 —2
- Delicious 春のおすすめ商品ご紹介 —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!!



コーヒーこぼなし 三遊亭園窓

『被害』九七六話
ある家でネズミの被害にあった。それもコーヒー豆を挽いたばかりの粉の詰まった袋をかじられたのだ。「ネズミがコーヒーを口にするのかなあ」
「そりゃあチュー食のあと、口寂しくなつてコーヒーを口にしたくなつたんだらう」
「食通なんだ、そのネズミは」
とその翌日、近くのアパートで同じようなコーヒーの被害があった。それもアパートの一室だけでなく、すべての部屋でやられたのだ。「またネズミがやったのかい?」
「どうやらネズミではないらしいんだ」「じゃ犯人は?」
「アパートに住んでいる全所帯が軒並みやられたんで、ネコそぎだらうって」

『広める』九七七話
ある噺家が町内の寺院の本堂を借りて落語会を開いた。近所の人たちが二十人ほどマスク着用で集まってきた。冒頭に住職の挨拶。
「昔から仏教と落語は深いつながりがあります。人々を暗い悩みから救うのが仏の教えです。その教えを広めるつもりで今日の落語会です。よろしくお笑い下さいませ」
そのあと、噺家が高座に上がって、「こうゆう暗い世の中だからこそ、落語を広めようと思つて、本堂をお借りしました」
とマクラに振つて落語が始まった。休憩時に、町内の喫茶店のオーナーが顔を出してひと言。
「今晩は、耳と目だけでなく、口にも染ませてやって下さい。次の広間にコーヒーを用意してありますので、ついでに私もコーヒーを広めようと思つています」
と、このとき、どこかでコロナウイルスがつぶやいたさうです!
「俺たちだって広めに来たんだがなあ」

三遊亭園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.105

～『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

『コーヒー豆を売ると店に来ないって本当ですか？』

新型コロナウィルス禍は我々が想定した以上に手強く、出口が良く見えない日を過ごしています。カフェ、喫茶店が他の外食産業の業種、業態の店より、影響は少ないと云われていますが、その被害は無視できるものではありません。各店とも存続を賭けてあらゆる努力をしています。こうした環境の中で消費者の生活様式（ライフスタイル）が大きく変わって来ているのも現実なのです。「変化に対応する術を経営」と云われます。ただ今のままを変えずにうまく切り抜けられたら本当に良いのですが、その変化を上手に採り入れて、店の利益に繋げる事も大切な事だと思います。

1、コーヒーを楽しむ利用動機を改めて検証して見る。

時代は10年ごとにその潮流を変えると云います。コーヒーの楽しみ方を50年前から遡ると

- (1) 50年前・・・喫茶店の時代・喫茶店でコーヒーと音楽を聞きながら楽しむ
- (2) 40年前・・・こだわりコーヒーを「珈琲専門店」で
- (3) 30年前・・・「セルフサービスカフェ」で手軽に安く、一日何回も利用する。
- (4) 20年前、10年前・・・珈琲が手軽に数多くの種類を楽しめる時代になり「非日常品から日常品」になる
- (5) 現在・・・この50年間で大きく変わったのはコーヒーをどこで楽しむようになったかの変化です。

50年前は圧倒的に、カフェ、喫茶店、レストランでした。家庭で楽しむ比率は10%程度でした。しかし毎年この比率は家庭用の消費が伸びて、今では圧倒的な差になっています。この変化のスピードを早めたのは、カフェ、喫茶店の店舗数の激変でした。

40年前、家庭用のコーヒーの販売チャンネルは「珈琲専門店」がトップで、デパートやスーパーマーケットより多かったのです。もう一つ忘れてはならないのは、コーヒーの「ドリンク化」です。缶コーヒーが土台を作りペットボトル、紙コップと云うパッケージの性能向上によって、手軽にどの時間、場所、場合でも安価にコーヒーとそのバリエーションを楽しめる様になったのです。これを牽引したのはコンビニエンスストアであったのは云うまでもありません。これによってコーヒーを楽しむ利用動機は大きく二つに分かれました。

- 1、日常的にドリンクとして楽しむ
- 2、コーヒーを楽しむ心理的満足を求める

カフェや喫茶店は当然2の方なのですが、心理的満足はさらに二つに分けられるのです。それは

- A、店の雰囲気が良い、好きな人達が話しかけてくれる、一杯一杯大切にコーヒーを作ってくれ、笑顔で提供してくれる、だから心の満足が得られる
- B、あの店のコーヒーを自宅で自ら抽てて愛する人達に飲んでもらいたい。店に行けない時でも自らがコーヒーを抽て、店にいる臨場感を楽しみたい。

そうなのです、体が欲するコーヒーと心が欲するコーヒーは根本的には異なるのです。カフェ、喫茶店に行くのは「人に会い」に行くのです。その人が作ったコーヒーが飲みたいのです。笑顔で挨拶を受けたいのです。家で作るコーヒーは逆に大切な人の笑顔が得られるのでコーヒーを作るのです。ですから店がコーヒー豆を販売したらもう店に来なくなるとうことは無いのです。大切なのは、そのコーヒーが愛する人に喜んでもらえる「美味しさ」「心が込まっている」かどうかなのです。店で得られた満足と一緒に意味がないのです。

2、一品当たりの粗利益はコーヒーの販売が一番

一回の店の利用で二つ以上の購買動機を満たす店の事を「二期作型店舗」と名づけました。一つの店で二つの業態の店で経営する店を「二毛作型店舗」と名付けましたが、実は最も可能性のある業態が「二期作型店舗」なのです。かつて筆者はベーカリーショップの経営者の方々にセミナーで「ベーカリーカフェ」がパン業界の定番になると云いました。経験の長い経営者様からは、カフェを併設すると坪当たりの売上が悪くなる。人件費がかかる、投下資本が多くなると云う意見が多く出されました。

筆者は一日のパンの廃棄率は何%ですか。利益の高い菓子パンは売れていますか。一人の客単価は伸びていますか、と尋ねると、皆さん下を向かれました。カフェを併設するとアイドルタイムにコーヒー+サンドイッチ、コーヒー+菓子パンのお客が増え廃棄率が50%改善された店があり、カフェを利用したお客様は別に明日の為のパンの袋を持っていらっしやいます。このお客様は一度の来店で二回分の買い物をした事になり、客単価は60%以上向上しています。売り場を大きくすれば厨房面積も増え、効率は悪くなります。多品種、小ロットでタイムリーに焼き上げれば、坪当たりの売上は向上するはずですよ。

このセミナー以来、ベーカリーでカフェを併設することは主流になりました。コーヒー豆をお客様に販売することは「二期作型店舗」です。しかも一品当たりの粗利益は他のフードメニューを売る事より、はるかに高いのです。

ゆえに店でコーヒー豆を販売することは「常識」なのです。

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)

Delicious in Spring

桜と苺の季節がやってきました!!

販売期間：2021年2月下旬～2021年4月上旬
＜商品・レシピ詳細につきましては弊社営業担当者までお気軽にお声掛けください。＞

春季限定 ※2月中旬頃より取り扱いになります。 **五洋 (3504519) 冷凍**

桜モンブラン

ふんわり上品な抹茶のスポンジと、塩漬けの桜葉がきいたクリームにさくら餡をやわらかに重ねた一品です。若い緑のうぐいす豆をトッピングしました。

桜の香りふんわり、なめらかなクリームでまったり。

うぐいす豆、さくら餡、塩漬けの桜葉がきいたクリーム、抹茶のスポンジ

桜モンブラン 4P 620円

彩り鮮やかになるピンクと赤色の季節がやってきました。春を知らせる香りや甘い味わいで、季節感あふれるメニューを展開してみませんか？いつものレシピにちょっと加えるだけのせるだけ！掛けるだけ！
春限定のオリジナルメニューを！！

クリームが糸状にしぼれる為、アイスクリームのトッピングやパフェメニューなど使い方のバリエーションが広がります。

モンブラン絞りホイップ ストロベリー600ml 380円

いちごの粒々感を残し、自然な色合いに仕上げました。シロップ、ソース、イチゴミルクなどのドリンクにも使えます。

タヌマ (420520) 粒つぶいちご密 1L 920円

厳選したストロベリーの果肉を使用した、甘い香りと鮮やかな赤色が特徴のデザート用ソースです。

GS (508030) フルーツソース ストロベリー500g 435円

甘いだけではなく、酸味もあるので、スイーツには欠かせない美味しさです。通年お使いいただける便利な一品。

トロピカルマリア (1255610) ストロベリー500g 598円

いちごのさわやかな香りとほどよい酸味が活きる、スライスしたいちごの果肉入りトロベリーソース。

スノーマン (1255700) ストロベリースライス 260円

桜餅をイメージさせるほのかな塩味と香りをお楽しみいただけます。

明治 (3511502) さくらアイス2L 1,510円

果汁・果肉分を21%使用し、フレッシュでしっかりとした莓風味を感じるストロベリーアイスです。

明治 (3511501) つぶつぶ果肉のストロベリー 1,240円

wサクラ・プラスをフリーズドライ加工しクラランチ状にしました。

山真産業 (571001) Wサクラクラランチ30g 790円

新鮮な国産桜の花を糖漬加工したペーストを使用しています。フルーティーな味わいのデザートソースです。

山真産業 (1255511) フレッシュ さくらソース(国産)300g 875円

桜葉ミンチを練りこみ、香り豊かな餡に仕上げました。桜あんトーストやあんみつ、パフェ等に。

山真産業 (555210) 桜あん 1kg 830円

桜花と桜葉のW配合のペースト。これひとつで桜の味・香り・色がつけられます。

山真産業 (1255500) Wサクラ・プラス 500g 2,460円

桜葉塩漬けの独特な芳香をそのまま閉じ込めて粉末にしました。

山真産業 (571020) 桜葉パウダー 30g 550円

花軸を切った桜花漬を、塩抜きしてから糖蜜液に漬け込みました。桜花漬独特の色・香りが生きています。

山真産業 (571010) 桜花蜜漬(シロップ)100g(約25～30花入) 550円