

シリーズ マンスリーコーヒーインフォメーション vol.191

MONTHLY COFFEE INFORMATION
Republik Indonesia BALI SHINZAN WASHED インドネシア～バリ 神山Washed～中深煎り～

インドネシア・バリ島の活火山、バツール山に広がるキクタ・マーニ高原の指定区28地区で栽培された原種の一つであるティピカ種の樹は、朝露に濡れた白いコーヒーの花が香りを漂わせ輝いています。花は青い実となり赤く色づいて収穫の時期を迎えます。そして完熟した真赤な実を一粒一粒優しく摘んで、高原の清流で水洗選別しサンサンと輝く太陽のもとアフリカンベッドの上で天日乾燥させ、さらにハンドピック選別を重ね厳選され出荷されるのが『バリ・アラピカ神山』なのです。

ビターチョコを思わせる豊かな甘味と、重厚なコクを持つバリ神山は、まさしくコーヒー通の方が求めている味わいです。

焙煎士からのおすすめポイント!!

- ・ 栗、ビターチョコのようなほろ苦い甘味
- ・ ボディ感、コクの深さ、フローラル感、滑らかな質感が特徴のコーヒーです。



《インドネシア～バリ シンザン～概要》

地 域：バリ島
標 高：約1,150～1,650m
規 格：G1
精選/乾燥：ウォッシュド/天日乾燥
品 種：ティピカ系カルティカ等 5種

【焙煎度合】

(シティロースト 中深煎り)

今月の TOPICS あなたはどっち? 「コーヒー」を飲む人/飲めない人の違いとは 加齢も関係?

コーヒーが苦手な理由は?

オフィスでの休憩時や食後、朝の眠気覚ましなどに「コーヒー」を愛飲している人は多いと思いますが、「コーヒーは苦手」という人も存在します。ただ、苦手と一口にいても「若い頃は飲めなかったけれど、年を取ってから飲めるようになった」「クリームを入れれば大丈夫」などさまざまなタイプがあるようです。コーヒーが苦手な人の味覚について、一般社団法人日本味覚協会の水野考貴さんに聞きました。

苦味に対する慣れ

Q. コーヒーが苦手な人がいます。一方で大人になったら飲めた「30～40代で飲めるようになった」という声も聞きます。なぜでしょうか。
A. 水野さん「主に2つの理由があると考えられます。1つ目は苦味に対する『慣れ』の問題です。コーヒーに含まれるカフェインは代表的な苦味の成分ですが、この苦味は(カフェインを過剰摂取した場合などの)『毒』のシグナルであり、人は本能的に違和感を覚えるようにできています。しかし、個人差はありますが、何回も繰り返して食べたり飲んだりすることで『この苦味は安心だ!』と体が感じ、違和感を覚えなくなるため、コーヒーが飲めるようになると考えられます。2つ目は味を感じる細胞の集合体『味蕾(みらい)』の減少です。赤ちゃんの頃に約1万個ある味蕾が、高齢者になると半減してしまうといわれているように、年を重ねるにつれて、味蕾の数は減少していきます。そのため、年齢が上がれば上がるほど苦味を感じにくくなり、結果として、コーヒーが飲みやすくなると考えられます」

Q. コーヒーが好きな人と苦手な人は味覚的・身体的に何か違いがあるのでしょうか。

A. 水野さん「元々の味覚や身体的な違いよりも、前述の通り、苦味への慣れや年齢による味蕾の減少で違いが出てくるのだと思います」

Q. コーヒーが苦手な人が飲めるようになる、あるいは飲みやすくなる方法があれば教えてください。

A. 水野さん「コーヒーが嫌いという人は初めて飲んだときの違和感を忘れられず、いわゆる『食わず嫌い』になっている人が多いと思います。少し我慢して何度かトライしてみると、だんだんと苦味に違和感を覚えずに飲めるようになっていきます。また、苦味は甘味を加えることで抑制できるので、甘さの量を調整しながら、少しずつ苦味に慣れてもらうとよいと思います。コーヒーの苦味以外にも、旅行先など『初めての味』を味わう際に違和感を覚えることがあるかと思いますが、これを毛嫌いするのではなく、できるだけ、いろいろな味にチャレンジし、豊かな食経験を重ねていただくとよいと思います」

(2021/12/29(水) 大人んサー)

編集後記

ますます冬本番の寒さですね。弊社FC店珈琲元年・春日井高山店が2月11日(金)に新規オープン致します是非皆様でご来店いただき、ハンドドリップの味をご賞味下さいませ。(S.H)

Vol.511

発行日/毎月1回1日発行
/2022年2月1日通常 第511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

2022 月号
Vol.511



【営業日カレンダー 2月】

| SUN | MON | TUE | WED | THU | FRI | SAT |
|-------|-------------------|-------|----------------|-------|-----------------|-------|
| | | 1 先勝 | 2 友引 | 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 赤口 |
| 13 先勝 | 14 友引 バレンタインデー | 15 先負 | 16 仏滅 | 17 大安 | 18 赤口 | 19 先勝 |
| 20 友引 | 21 先負 | 22 仏滅 | 23 大安 天皇誕生日 | 24 赤口 | 25 先勝 | 26 友引 |
| 27 先負 | 28 仏滅 | | | | | |

☐ 休業日

メキシコ ベタテを使った乾燥風景(左)農園スタッフ(中央)トレーニング風景(右)
インドネシア 天日乾燥風景(左)ハンドピックでの豆選別風景(中央)豆の計量風景(右)

- 外食産業レポートNo.112 2
- Delicious 春のおすすめ商品ご紹介 3
- 新規オープン「珈琲元年 春日井高山店」 3
- コーヒー豆挽売り価格改訂について 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」タブが右のQRコードからご覧下さい!!

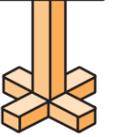


「珈琲党」九九七話
学生時代、酒飲みだった二人が同窓会で十年振りに再会した。
「二次会は二人で飲み歩くか?」
「それが出来ないんだよ……」
「どうして?」
「俺、酒をやめちまって、今は珈琲党なんだ」
「体こわしたのか、酒で?」
「それもあって、珈琲三昧よ」
「あんなにやっていた朝酒なんて、してないのか?」
「朝珈さ」
「晩酌は?」
「晩カッパ」
「酒飲んじや、人に絡んでたら」
「今じゃ、甘みを楽しんでるさ」
「季節によっては、冷やをやってたじゃねえか」
「アイス珈琲があるさ」
「冬の爛酒なんざ、さかんにやってたね」
「缶珈琲があるもん」

「握り飯」九九八話
「起きたら、まず珈琲を飲まなくちゃ、朝になった気がしない」
「昼は?」
「紅茶だね。あれを飲まないことには、落ち着いて仕事もできない」
「夜は?」
「晩酌やらないと、眠れないんだよ」
「一日中、飲んでんじやねえか」
「そんなもんだよ、あたしの人生は」
「夜中は?」
「……ここだけの話だけど……」
「なんだい。声を小さくして……」
「人に言っちゃあ、いけないよ」
「人に見つからないように握り飯やってんだよ。それも十個」
「なんだい!」
「こっそり、結び十(盗人)やってんのさ」



コーヒーごぼなし 三遊亭圓窓



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

シリーズ 外食産業レポートNo.112

~『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

『コーヒーカップを大きくすると、お客様が増える』()

コーヒーカップの大きさで、カフェ、喫茶店の「業態」が変わる、と云う格言があります。長い歴史の日本のカフェ、喫茶業を振り返って見ると、その格言は当たっていると思います。筆者が初めて喫茶業界の現場に足を踏み入れたのは、昭和40年(歳がわかります)東京銀座の「美人喫茶」のカウンターでした。美人喫茶と云うのですから、それはもうたいへんな美人のウェイトレスが店内に沢山おりました。その美人を目当てに多くの男性客が押し寄せ、店は常に満員状態でした。たのむメニューはブレンドコーヒー、アイスコーヒーのみ、それをゆっくり飲んで「美人」に話しかけるのです。そこで出されるコーヒーは100cc、超厚手の陶器製のカップ(全量で150cc)でした。この100ccのコーヒーを布ドリップのフィルターで500gのコーヒー豆で5,000cc分抽出するのです。1人前100ccコーヒー豆量10gが基本だったのです。500gのコーヒー豆で5,000cc、云うは簡単ですが、品質の良くないブラジル産コーヒー豆とロブスタ種の豆のブレンドコーヒーでは濃く抽出するのは極めて難しい事だったのです。筆者が生まれて初めて抽出したドリップコーヒーは薄く、カウンターのシンクに捨てられました。しかしこの事がきっかけで今日の筆者があるのです。この経験により、簡単な仕事ではない、この仕事のプロフェッショナルになると云う覚悟が出来ました。今ではコーヒーを捨てた山田チーフに感謝です。

1) コーヒーカップの大きさと業態が生まれた。

昭和20年代から昭和45年頃まで、カフェ、喫茶店のコーヒーは100cc時代が続きました。

1) コーヒー専門店の台頭

昭和46年、カフェ、喫茶業界に革新が興りました。美味しくない100ccに見切りをつけ品質の良いコーヒー生豆を使い、数々の抽出方法をひっさげて打って出たのが、コーヒーの売り上げだけで70%以上を可能にした「コーヒー専門店」です。勿論一人前づつ焙り立て、挽き立て、抽て立ての「三立て」でコーヒー豆をたっぷり(12g-18g)使う為今までの100cc用のコーヒーカップでは対応出来ませんでした。そこで用いられたのが、輸入の高級磁器(ボンチャイナを含む)カップでした。全量が150ccから210cc(7オンス)まである幅広いブランドメーカーから自店に合うカップを選び、170ccから180ccのカップでコーヒー量120ccの提供が主流となりました。一部のコーヒー専門店は90ccの量を守り、それを高級なアフターディナーカップ(全量120cc)で提供する所もありましたが、コーヒー専門店時代になってようやくコーヒーの量が20cc増えました。

2) セルフサービスカフェで大量提供が始まる

昭和55年、コーヒーとセルフサービスで提供するセルフサービスカフェの本格的な展開が始まりました。大型のコーヒーマシンで定量をカップに注ぐ為と、洗浄の手間を合理化する為に選ばれたのは、世界のホテルのコーヒーショップ、レストランで使われている、コーヒー紅茶兼用カップでした。そのモデルは英国ウェッジウッド社の全量210cc(7オンス)のカップで、コーヒーの量は135cc売価150円でした。これによって一日1,000名を超える来店客数の店が多く生まれ、これに対応する為、既存のカフェ、喫茶店も今までの100ccコーヒーを捨てカップを入れ替え、120cc主流にする様になりました。

3) 3サイズでコーヒーの量はさらに増える

さらにセルフサービスカフェはアメリカ西海岸シアトルを出身としたスターバックス、タリーズ等のいわゆるシアトル式カフェが参入して来ました。この業態の売りは“紙コップでテイクアウト”を主流とした店でした。提供されるコーヒーは3サイズ(当初はこの方式でスタート)その最小はショートスタイルで、提供量は170cc(紙カップの全量は240cc(8オンス)、販売の主流はトルサイズで容量は220cc~240cc(紙カップの全量は270cc(9オンス)~300cc(10オンス)と云うとんでもないものでした。しかも価格は大きくなる程1cc当りの単価も下がり、1cc当り0.70円台と最早1cc=1円と云う基準はなくなってしまいました。しかしこのシアトル式カフェの立地条件は繁華街、駅ターミナル、ショッピングセンター等に集中していた為、既存のカフェ、喫茶店に影響はないと思われていましたが、実はその影響は大きくあったのです。それは若い層の客数減です。残念ながらこの影響は今でも続いています。

4) コンビニエンスストア(CVS)のコーヒーが強敵

さらに既存のカフェ、喫茶店に追い打ちをかけてきたのがCVSのコーヒー販売です。コーヒーが実は大変な利益商品だと気づいたCVSは、高機能なコーヒーマシンを開発し続々投入を始めました。特注の紙カップで150cc挽き立て抽て立てをキャッチフリーズにしたこのコーヒーは、提供に1人当り70秒から80秒もかかる為、1台当たりの販売量に限界があります。それを台数増で対応しています。マシンの改良によってカフェラテにも対応したセブンイレブンのこのコーヒーは、あのシアトル式カフェの顧客をも取り込んでいます。このCVSのコーヒーも始めは影響ないと思っていた既存のカフェ、喫茶店もその力を認めざるを得ない状況となりました。なぜなら、シアトル式カフェと異なり、自店の商圏内にCVSが出店しているからです。何とかしたい、そこでようやく既存のカフェ、喫茶店が採った策は、カップを改良し、容量を150ccまでアップしたのです。しかし、現実にはこれだけでは不十分な面があったのです。

今回は、長い歴史の中でコーヒーカップとその内容量についてレポートしました。次回はさらにコーヒーの量を多くするとどの様なメリットがあるのか、逆に今までの量を減らしてもお客様の満足が得られる方法まで、新しい常識と云われる様レポート致します。(注:文中のコーヒー価格は、ブレンドコーヒーを対象に消費税を含まない価格です。)

フードビジネスコンサルタント、(株)トルコーヒー入社後、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た!!

販売期間: 2022年2月上旬 ~ 2022年4月下旬

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。
<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!かけるだけ!

春限定のオリジナルメニューを!!

テーブルマーク



冷凍
ピスタチオ
スポンジ生地にイタリア産ピスタチオペーストを使用した風味豊かなクリームをたっぷりサンドした、マリトッツォ風デザートです。(3504002)



冷凍
ストロベリー
スポンジ生地に甘酸っぱいストロベリーのクリームをたっぷりサンドした、マリトッツォ風デザートです。(3504001)



NEW
プチサンドクリーム
130g(10個入り)
イメージです。
(税別価格各560円) **各604円**



明治 (3511501) **冷凍**

つぶつぶ果肉のストロベリー



果汁・果肉分を21%使用し、フレッシュでしっかりとした苺風味を感じるストロベリーアイスです。
(使用例)
(税別価格1,240円) **1,339円**

山真産業 (571001)

Wサクラランチ30g



少量パック
wサクラ・プラスをフリーズドライ加工しランチ状にしました。
(税別価格790円) **853円**

五洋 **冷凍**

桜モンブラン 4P

3月上旬からの取り扱いになります。ふんわり上品な抹茶の spons ジ と、塩漬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。
塩漬の桜葉がきいたクリーム (3504519) (税別価格620円) **669円**



スノーマン **冷凍**

ストロベリースライス

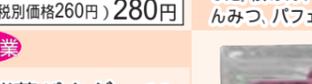
いちごのさわやかな香りとほどよい酸味が活きる、スライスしたいちごの果肉入りストロベリーソース。
(使用例) (1255700) (税別価格260円) **280円**



山真産業 **冷凍**

桜あん 1kg

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。
(開封後要冷蔵) (555210) (税別価格830円) **896円**



山真産業 **冷蔵**

Wサクラ・プラス 500g

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・色づけられます。(1255500) (税別価格2,460円) **2,656円**



山真産業 **冷蔵**

桜葉パウダー 30g

桜葉塩漬の独特な芳香をそのまま閉じ込めて粉末にしました。(571020) (税別価格550円) **594円**



山真産業 **冷蔵**

桜花蜜漬(シロップ入) 100g(約25~30花入)

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。(571010) (税別価格550円) **594円**



珈琲元年 春日井高山店 オープンのお知らせ

2/11(金) AM 9:00 OPEN

オープン3日間
11日(金)12日(土)13日(日) 営業時間9:00 ~ 18:00

春日井市高山町33番地13
通常営業時間 7:00~21:00

■ コーヒー豆挽売り価格改定 ■

富士コーヒー株式会社の店頭で、一部の一般家庭向けコーヒー豆挽売り価格を改訂させていただきます。

- 価格改定日 2022年2月1日販売日より
- 改定内容 コーヒー豆の値上げ

富士コーヒー中川営業本部・富士コーヒー愛北営業所・富士コーヒー松本営業所の各店頭
カフェセラージャ栄店・カフェセラージャ松本店両店舗の5店舗で価格改定をさせていただきます