

シリーズ SERIES マンスリーコーヒーインフォメーション vol.193

MONTHLY COFFEE INFORMATION

COLUMBIA COFFEE コロンビア～サントゥアリオ農園 ゴールド・ウォッシュド～中煎り～

サントゥアリオ農園のあるコロンビア、カウカ県は標高4646mのプラケ火山を望むことができ、山岳地帯が多く、日照や降水量、標高、土壌といったコーヒー栽培の好条件が揃った地域です。

- ★ゴールド・ウォッシュドの精製方法
- ・糖度23%以上のコーヒーチェリーを収穫する。
 - ・収穫したコーヒーチェリーを1時間ほどきれいな水に浸し、その後洗浄する。
 - ・1回目のアナエロビックファーマンテーションを行う。(96時間)
 - ・コーヒーチェリーの果皮を取り除き、ミューシレージが、25%残った状態にする。
 - ・モストに浸け2回目のアナエロビックファーマンテーションを行う。(72時間)
 - ・23日間かけてアフリカンベッドで乾燥させる。

【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!!

- ・ ナッツやブラウンシュガーのような甘い
- ・ オレンジピールのようなほのかな苦味をともなった酸味
- ・ マスカットのような後味が特徴のコーヒーです。

《コロンビア～サントゥアリオ農園～概要》

地 域：カウカ県
標 高：1850-2100m
精選方法：ウォッシュド
(アナエロビック×2回)
栽培品種：ブルボン

今月のTOPICS カフェオーナーが危惧する「コーヒー2050年問題」の脅威、生産量が半分に？

「コーヒー2050年問題」が現実味サスティナビリティに黄色信号が…

ここ数年、さまざまな分野で「サスティナビリティ」（持続可能性）といった単語を目にする機会が増えている。コーヒーの世界も例外ではない。私は、コーヒー分野でのサスティナビリティについて、15年後も30年後もおいしいコーヒーを飲むために、持続的にコーヒー栽培ができるよう、今考え行動しなければならないと認識している。

コーヒーの世界では、コーヒーの生産地について、「環境的サスティナビリティ」と「経済的サスティナビリティ」の2つの側面から議論されることが多い。今回は、環境的サスティナビリティの側面から述べたいと思う。

WCR（World Coffee Research）※の2017年の年次報告書によると、現在世界中のコーヒーを生産している土地の中で、「現在のコーヒー生産量のほぼ半分（47%）を、2050年までにコーヒーの生産に適した土地の60%以上が失われると予測されるブラジル、インド、ニカラグアをはじめとする大生産国が占める。比較的幸運ともいえる、その損失が最も少ないと予測される国でも、生産に適した土地の最大30%が失われると予測されている」といった報告がある。この予測は、「気温の上昇」や「湿度の上昇」、「降雨量の減少」など、さまざまな変化をもとになされている。これは「コーヒー2050年問題」と呼ばれている。

これ以外にも、生産工程の中で生じる環境・社会問題なども注視されている。例えば、コーヒーの実をむき洗い、発酵する工程で生じた排水には高濃度のメタンガスが含まれる。果皮を捨てることで、河川土壌汚染や温室効果ガスによる地球温暖化につながってしまう。また、その廃棄物が、世界的にも重要な感染症として有名なマラリアの温床となることもある。近年では、これらの問題に目を背けるのではなく、おのおののできることで寄与していく動きが活発になっている。

※WCR（World Coffee Research）とは、高品質のコーヒーの栽培・保護とその供給拡大、およびコーヒー生産者家族の生計の向上を目的として、2012年にコーヒー業界によって設立された研究機関。

(2022.02.14 DIAMOND onlineより一部抜粋)

編集後記

まわりの景色が少しずつ春めいてきましたね。今年もコロナ禍の冬、なかなか外食・外出もままならない時期もありましたが、やっと外が気持ちいい季節の到来。テイクアウトした料理やコーヒーをもって、公園を楽しんだりしたいです。今年の春は新規珈琲元年が2店舗オープンします。お近くの珈琲元年にぜひお立ち寄りください。(S.H)

Vol.513

発行日/毎月1回1日発行
/2022年4月1日通常 第513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

4 2022
月号
Vol.513

【営業日カレンダー 4月】

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

ケニア ケグア・コーヒーファクトリー（下3枚）
コロンビア 農園風景（左）コーヒーチェリー（中央）農園主カミーロ・メリサルデ氏（右）

外食産業レポートNo.113 —2
新規オープン「珈琲元年 春日井高山店・尾張旭店」 —3
ペルーティピカアチャマルのニュークロップ入荷のお知らせ —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!!



『ジャコウ猫』一〇〇一話



インドネシアから帰国した男がなにやら種子をテーブルの上に並べて、自慢そうに話した。
「これは世界最高級品の一つ、ジャコウ猫コーヒーの種子だ」
「それを手に入れたの？」
「そもそもインドネシアにコーヒーを持ち込んだのは、十七世紀初頭、オランダ人だ」
「そんな昔？」
「それをインドネシア人が栽培をした。ところが現地の者は飲むことは禁止されていた。そこで、ジャコウ猫の糞から、種子を採取して飲むようになった」
「なるほど…。果肉は消化されても、種子は堅いから、そのまま糞の中に…」
「どうだい、世界最高級品…」
その種子を手にとって見ていた男が言った。
「いくつか潰れかかった種子があるね」
「それはうっかり踏ん（糞）付けてしまったんだ」

『猫と梅』一〇〇二話

昔、昔のお話。
ジャコウ猫の糞からコーヒーを取る話から、妙なことを考え出した男がいた。飼っている可愛い猫のミケを仕込んで梅の実を食べさせるようにしたのだ。最初のうち、嫌がっていたミケは、そっぽを向いたり、逃げ回ったりして、可愛らしさも失ってきた。
だが、そのうちに喜んで食べるようになった。
果肉は消化されたようで、種子はそのまま糞に交じって出るようになった。と同時に可愛らしさもほとんどなくなつて、ニャーニャーガミガミ、ニャーニャーガミガミと鳴き叫ぶようになった。
「しめしめ。大成功。これで猫から取れた梅コーヒーにありつける」
梅の実を焙煎して湯をかけて飲んでみた。
「なんだ、こりゃ!!! 飲めたもんじやないよ」
その頃、ミケはすっかり梅コーヒー婆々（ばばあ）猫になってました。

コーヒーこぼなし
三遊亭園窓



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.113

～『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』(Ⅱ)

前回はカフェ、喫茶店のコーヒーカップの大きさの歴史を分析しました。まさしくコーヒーカップの大きさが「業態」になっていた事をご理解いただけたかと思います。こうした背景のもと、コロナが落ち着いた後のカフェ、喫茶店は、どのような考え方で進めていけば良いかと今回は見ていきたいと思います。

テーマ「非日常性の楽しみ」

コロナ禍で苦しんでいる、今の飲食業の経営者からあるレポートを頂きました。「コロナと云う大きな渦に巻き込まれ、死ぬ目に合った。しかし生き延びたのは、一人一人のお客様の温かい励ましと多くの方の支援でした。本当に感謝しています。一人しかではなく一人でもと考える事を変えた事が出来ました。そこで考えたのです。今までの店のあり方を一回元に戻して、商品の内容、量、価格を見直したい。内装を変えるお金はないが、全くその効果があるのは食器の入れ替えでした。スタッフと相談して、飲み物の量を一つ一つ変えて増やしました。原価のことよりお客様の喜ぶ顔を優先しました。今まで使っていた食器は店頭でタダで差し上げました。これでようやく新しいスタートが切れます。」この経営者のように、お客様にとって一番うれしい事を食器の入れ替えにしたのはとても素晴らしい判断だと思います。

2 コーヒーカップを変える、テーマは「非日常性の楽しみ」

ようやく120ccのコーヒーの量は150ccが定番となる時代になりました。この30ccの増量までカフェ、喫茶店は30年かかりました。しかしコーヒーの量を増やただけではお客様の満足を得ることは難しいのです。店なりのさらなる工夫が必要なのです。そのポイントとなるのは「非日常性の楽しみ」です。毎日わざわざ店に足を運んでくれるお客様にどのような感動(ドラマ)を差し上げれるか、お客様の視点で考える事が大切です。

1、モーニングタイム

1) 中京地区が全国に知らしめたモーニングメニュー。トースト、玉子の無料サービス、さらに進化した有料モーニング、ここに提供されるコーヒーは120cc～150ccのコーヒーでした。しかし実際この量で食べてみると、150ccでやっど。120ccでは不足、水が必要な人が多いです。無料だから仕方ないと云う考えの方はコロナ以前の発送です。おかわりコーヒーは安くした店は多くありますが、オーダーをする人は20%にもなりません。やはりパン、サンドイッチと一緒に食する時は150cc～170ccのコーヒーが必要です。そこで使えるカップがモーニングカップです。元々カフェ・オ・レ様に考えられたこのカップはモーニングコーヒーにうってつけの量と使いやすさを持っていました。通常のマグカップは170cc～200cc(内容量)になります。この170ccサイズはブレンド、アメリカン、カフェ・ラ・テ(オ・レ)をモーニングメニューに適したサイズなのです。コーヒーの価格改定をしなければならぬ時、値上げと同時にモーニングコーヒーの容量を増やす方法は効果のある方法です。

2) 非日常性の楽しみを強調するサービスに100cc～120cc+おかわりコーヒーフリーを導入

筆者が現在までまた行きたくなるカフェ・喫茶店のモーニングメニューは、東京・港区にあったコーヒー専門店のメニューです。卵料理、サラダ、パンは標準的ながらコーヒーの提供方法が素晴らしかったのです。100cc(今では小型)のコーヒーカップにおかわりコーヒーをフロアサービスの人が注いでくれるのです。2人に1人がそのコーヒーを注文します。実際には150ccが一人平均なのですが、サイフォン(6人用)のフラスコから入れてもらうコーヒーは美味しく、満足感がいっぱいでした。「ヒット商品」とは客席数一回転以上する商品の事を云います。人がいない、無理だとすぐ答えが返ってきますが、その店は50席、3名(カウンター1名+フロアー1名+スィーパー(フリーで部署を担当)1名)でモーニングを70食こなすのです。

2、ティータイム

1) ツーカップコーヒー(選べるコーヒー)

午後の2～4時、このゴールデンタイムに稼げない店は苦しくなります。このティータイムに必要なコーヒーは「ロングドリンク」(ゆっくり長く楽しむ)と云うキーファクターです。最もこのロングドリンクを採用した商品は「ポットメニュー」で、代表的なものは紅茶です。勿論コーヒーでも170cc～200ccの量をポットに入れて提供する方法がありますが、難点は冷めてしまうところにありました。それを解決するにはお値打ちな価格のおかわりコーヒーがありますが、前記のように後からのむ人は少なく、効果がありません。なら始めから2つの商品を一回でたのめ、お値打ち価格なら「ロングドリンク」となります。それを「ツーカップスコーヒー」と呼びます。コーヒーメニューの内から、好きなものを2つ選び、時間を過ごせる方式と、店で選んだいくつかのメニューを提示します。たとえば、

- ① ケーキと合うヨーロピアンブレンド+香りを楽しむアメリカンコーヒー
- ② サンドイッチとカフェ・ラ・テ(オ・レ)+カフェコンパナ(小さなウィンナコーヒー)
- ③ スペシャルティコーヒー+アイスコーヒー

と云った組み合わせです。この方式はある横浜の洋菓子店で生まれました。

3、ナイトタイム

今のカフェ、喫茶店のナイトタイムはこの30年来苦しんできました。わざわざ店に行くという動機と魅力が薄れているからです。その内で成功している店は2つあります。

① 談話室として利用、広い客席、目線が合わないプライベート感を保たれる仕切り ② 他の飲食業にも負けない専門店

前者は、珈琲元年、コメダ珈琲店で、後者はピッツア、生パスタ、デザートを主力とした店です。そしてもう一つ「コーヒー専門店」のメニューを持つ店です。アレンジコーヒーを30種以上用意し、テーブル上で演出とサービスを行う。客席分用意したコーヒーカップ、グラスのこだわりがポイントです。ロマンティックな「ロイヤルウィナーコーヒー」は今やほとんどの人が知りません。拍手と笑顔がこぼれます。

フードビジネスコンサルタント。㈱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)



ペルーティピカアチャマルのニュークロップが入荷しました



好評につき、ペルーティピカアチャマル一部の焙煎度合い及び生豆販売の出荷を停止しておりましたが、3月上旬にニュークロップが入荷しました。
3月14日より煎り豆と生豆販売を再開させて頂きました。

■一部商品の店頭小売価格の改定について(4月1日入荷分より順次)■

昨今のコーヒー相場の高騰及び物流コストの上昇等をうけ、シングルオリジンで提供される事が多い、プレミアムコーヒーやスペシャルティコーヒーの価格も高値水準で推移していることを受け、富士コーヒー直営の挽売り店舗では、4月1日より一部商品の店頭小売価格を下記の通り改定させて頂きます。

対象商品：ペルーティピカアチャマル	100gあたり	¥621(税抜き価格¥575)
タンザニアA Aキボー(キリマンジャロ)	100gあたり	¥648(税抜き価格¥600)
ドリップバッグ活力のブレンド12g	1個当たり	¥125
ドリップバッグやすらぎのブレンド12g	1個当たり	¥125
ドリップバッグカフェインレスブレンド12g	1個当たり	¥125
リキッドコーヒー無糖1L	1本あたり	¥550

店頭にて挽売りを実施しているお得意先様にもご参考になれば幸いと存じ上げます。



尾張旭店



※新店舗イラストイメージ

尾張旭市南栄町旭ヶ丘61-3

全席禁煙 ●店内94席 + テラス12席

NEW OPEN 4月15日グランドオープン(予定)



※新店舗イラストイメージ

TEL: 0561-56-2211

P 79台

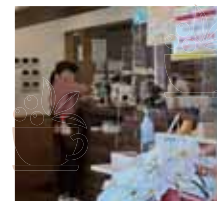
◎営業時間につきましては直接店舗までお問い合わせください。



春日井高山店



3月4日(金) グランドオープンいたしました。



全席禁煙 ●店内76席

春日井市高山町33番地13

TEL: 0568-34-2022

P 31台

