



シリーズ SERIES **マンスリーコーヒーインフォメーション vol.199** 

MONTHLY COFFEE INFORMATION

 BOLIVIA **ボリビア～アルベルト・ポマ・フリーウォッシュド～中深煎り～**

カラナビ地方、ロア地区に居を構える農協、APROCAFEに所属する当農園の生産者は1970年からコーヒーの栽培に携わり、家族の協力を得ながら素晴らしい品質のコーヒーを生産しています。

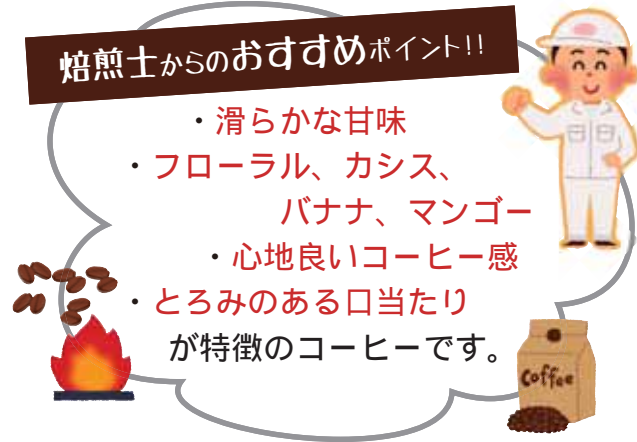
コーヒーの栽培は肥沃な土壌の恩恵を受け、それによって得られた収穫で彼らの生活が成り立っています。

栽培に関わってから30年、農園は常に品質の向上に努めてきました。

近年ラジオ放送によって知ることとなったカップオブエクセレンスにも精力的に参加しており、その品質には定評があります。

焙煎士からのおすすめポイント!!

- ・滑らかな甘味
- ・フローラル、カシス、バナナ、マンゴー
- ・心地良いコーヒー感
- ・とろみのある口当たりが特徴のコーヒーです。



《ボリビア～アルベルト ポマ～概要》

地域：カラナビ地方、ロア地区
標高：1,700m
精選方法：フリーウォッシュド
品種：カトゥアイ

【焙煎度合】

(シティロースト 中深煎り)

今月の TOPICS **コーヒーが好きな方は93.2%！自分で淹れる方はどれくらい...？**

なるには資格.com (株式会社Nanea 本社：福岡県、代表取締役：石丸大輔)は、全国20～60代の男女103名を対象に「コーヒー」に関する調査を実施しました。

まず、「コーヒーは好きですか？」と質問したところ、

とても好き：52.4%、好き：40.8%、あまり好きではない：6.8%、嫌い：0%という結果になりました。全体では、93.2%と大多数の方がコーヒーを好んでいると判明しました。

「どれくらいの頻度でコーヒーを飲みますか？」と質問したところ、

毎日(1日2杯以上)：54.4%、毎日(1日1杯以上)：15.5%、週4～5日：7.8%、週2～3日：13.6%、週1日：3.9%、月に数回：4.8%という結果になりました。合計すると91.3%の方が週2日以上、習慣的にコーヒーを飲んでいることが分かります。

「どんな時にコーヒーを飲みますか？(複数回答可)」と質問したところ、もっとも多かった回答は

『リラックスしたい時』という結果となりました。続いて、『朝食時』や『仕事の合間』も回答が多かったです。

『リラックスしたい時』や『疲れた時』『おやつ』のタイミングは、ほっと一息ついて休憩するためにコーヒーが選ばれていることが分かります。また、『朝食時』や『仕事の合間』『眠い時』など、これから気合を入れたい・目を覚ましたいというシーンでもカフェインを含むコーヒーを活用するようです。

「コーヒーは自宅で淹れる、もしくは購入しますか？」と質問したところ、

自宅で淹れる：58.3%、できたものを購入する：41.7%、という結果になりました。

6割近くの方が、自宅でコーヒーを淹れているようです。

「コーヒーについてもっと学びたいと思いませんか？」と質問したところ、

とても思う：25.2%、思う：49.5%、あまり思わない：20.4%、思わない：4.9%。

全体では、74.7%の方が、コーヒーについてもっと学びたいと考えていると分かります。

コーヒーについて知識を習得すれば、自分好みのコーヒーを選ぶことはもちろん、自分でコーヒーを淹れて、より深い味わいを楽しめるでしょう。

(福井新聞ONLINE 2023年8月31日より)



編集後記

今月のトピックスより、...、コーヒーロースターとしてコーヒーについてもっと学びたいと思っていられる方が多いこととはうれしいニュースですね。

月替わりで紹介のマンスリーコーヒーなどで新しい味をお試しいただいたり、いろんなカフェ巡りをしたり、コーヒーの楽しみ方をさらに広げていただけたらと思います。(S.H)

Vol.531

発行日/毎月1回1日発行
/2023年10月1日通常 第531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

10²⁰²³月号
Vol.531



【営業日カレンダー 10月】

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1赤口	2先勝	3友引	4先負	5仏滅	6大安	7赤口
8先勝	9友引 スポーツの日	10先負	11仏滅	12大安	13赤口	14先勝
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	24赤口	25先勝	26友引	27先負	28仏滅
29大安	30赤口	31先勝				

☐ 休業日

ルワンダ：農園空撮図(左)農園スタッフ(中央) 農園遠景(右)
ボリビア：農園スタッフ(左)農園主(中央) 農園風景(右)

外食産業レポートNo.123

白馬展示会のお知らせ

「食品主要195社」価格改定動向調査 - 傾向データ分析

今月のTOPICS

珈琲小咄

マンスリーコーヒーインフォメーション

☺ 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!!



コーヒーこぼなし
三遊亭園窓

「犯人は？」
「コーヒーカップの中が、イヤに騒々しい。よく聞いてみると、豆とシュガーとクリームとが口論をしているようだ。豆、やっぱり、コーヒーは豆の良し悪しで決まるんだ！」
シュガー「何を言っている。このオレ様があれはこそ、コーヒーがうまくなるんだ！」
クリーム「黙れ！クリームがコーヒーの味をより良くしてるんだ！」
うるさいのなんのって。
とうとう、カップが怒り出した。
「一体、誰なんだ。こんな騒動を起こしたのは！」
すると、そばのスプーンが小さな声で言った。
「すみません。私がかきまわしたもので...」



昭和五十六年二月号掲載分より

「夢でもいいから」
あるコーヒー好きが、ある夜、極上のブルーマウンテンをもらった夢を見た。
「彼は、自分ですっかり支度して、コーヒーを入れた。そして、シュガーを入れようとしたが見当たらない。
テンプル茶ダンス、棚と探したが無い。
「そうだ、昨夜、テレビを見ながらコーヒーを飲んだ。シュガーはコタツの上だ。」
思った通り、コタツの上にあった。せくようにしてシュガーをカップに入れて、かきまわし、飲むとして——
彼は目を覚ました。
そして舌打ちしてつぶやいた。
「ア、ブラックで飲んでおけばよかった。」

昭和五十六年二月号掲載分より

お知らせ...三遊亭園窓師匠を偲んで、過去のコーヒー小話を掲載させていただきます。

三遊亭園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.123

~「今、伝えるカフェ喫茶業界の『格言』」~

フードビジネスコンサルタント
永嶋万州彦

◆格言7『セルフサービスカフェの成立条件は $\frac{1}{2} \times 2 = 4$ の法則』

またまた、私事で恐縮です。昭和61年(1986年)、ある外食産業専門誌の編集長から「喫茶店は衰退した、喫茶業はどう復活するのか」と問われました。昭和55年に16万件もあった喫茶店は、それをピークに減少の加速が止まらない状況だったからです。喫茶店の衰退の原因、それは儲からなくなったからです。人件費、原材料費、何よりもバブル景気によって急騰した家賃、これによって儲けの構造は壊滅的な打撃を受け、閉店に追い込まれたのです。しかし、喫茶業の本来の強みを活かした「業態」の開発を行えば、充分やっていけると答えました。そのキーワードは3つ (1) コーヒーを主力商品とし、安く、数多く売る (2) 専門店の強みを活かしてコーヒーを高く付加価値をつけて売る。(3) 喫茶店とファミリーレストランの中間の隙間、客単価800円を目指すフード中心の「イートカフェ」。これを「カフェ、喫茶店の三極化」と称したのです。今はこの三極化に喫茶店の復活が参入して四極化の時代となったのです。

1. セルフサービスカフェの成立条件

セルフサービスでコーヒーを安く飲める店は戦後の大都市には数多くありました。駅のコンコースのスタンド形式の店がその代表でした。コーヒーを安く飲めるもう一方の代表はFFS (ファストフードサービス) です。昭和55年当時マクドナルドのコーヒーは一杯140円でした。セルフサービスはまず、コーヒーの価格が安い事が条件でした。しかしこれだけでは大都市の一等地の家賃の高いテナントに出店できません。もっと大きな魅力の構築が必要だったのです。そして筆者は一つの公式を考えて組み立ててみました。

【公式の条件 (キーワード)】

- (A) $\frac{1}{2}$ 何かを $\frac{1}{2}$ にすれば、それは圧倒的な差別化要因になります。この $\frac{1}{2}$ を満たす要因と条件をあげてみると、
 $\frac{1}{2}$ ……今よりも $\frac{1}{2}$ の価格 / 今よりも $\frac{1}{2}$ の時間で提供 / 今よりも $\frac{1}{2}$ の商品数 / 許容原材料費率 50%
 $\frac{1}{2}$ と $\frac{1}{2}$ を可能にする条件はいくつも出来てきました。次のキーワードは
- (B) $\frac{1}{2}$ です。2を満たす要因と条件は…今よりも2倍以上の専門店志向 / 今よりも素晴らしい接客サービス / 今よりも高品質な原材料 / 今よりも感性の高い店内環境
- (C) $\frac{1}{2}$ と2をかけ合わせると数字の1でなく4の結果になる “公式 $\frac{1}{2} \times 2 = 4$ は成立する。”と考えたのです。その検証は実際の店舗でなされました。
 - 主力商品のブレンドコーヒーは150円。当時、大都市繁華街のカフェ、喫茶店の価格は300円 ($\frac{1}{2}$)
 - フードの主力ホットドックの原材料費は50% ($\frac{1}{2}$)
 - セルフサービス方式により、提供時間は最短10秒 ($\frac{1}{2}$)
 - 人時接客数はピーク時30名 (1人1時間) と喫茶店の (2倍)
 - これにより人件費率の大幅な削減が可能となった (人件費率は25%以下)
 - 始めに内外装費を適切に投入したおかげで店舗内装更新時間を2倍に延ばせた。
 - 結果の (4) はフルサービス型、喫茶店の4倍の来店者数になると実証されたのです。

2. セルフサービスカフェはカテゴリキーラー

セルフサービスカフェの成立条件の公式 $\frac{1}{2} \times 2 = 4$ は後で検証してみると多くの業種、業態で採用、導入されている事が分かりました。(他の事例)

- 1. 大型カメラ店 (ヨドバシカメラ) $\frac{1}{2}$ ……在来のカメラ小売店の小売粗利益 50%を25%に削減 $\frac{1}{2}$ ……大量の品揃え $\frac{1}{2}$ ……集客数 粗利益高は2倍
- 2. 新幹線 $\frac{1}{2}$ ……時間 $\frac{1}{2}$ ……座席数 $\frac{1}{2}$ ……利用者数

何かを $\frac{1}{2}$ にし何を2倍にすると結果は4倍になるこのカテゴリキーラーと呼ばれる業種業態はその他沢山あり、これによって価格決定権はメーカーではなく、大手の販売会社が握る様になりました。消費者がそれを支持したからです。

3. CVS (コンビニエンスストア) との闘い

一時間当たり200名 (1名当りの接客時間18秒) を超えるセルフサービスカフェが生まれ、チェーン店化を目指す外食産業も増えてきました。筆者がコンサルタントとしてお手伝いした業態は昼はセルフサービスカフェ、夜はダイニングバーとして昼50%夜50%の売上構成比率を持つものでした。この店は夜型の店として始めに展開しましたが、一階の路面店では家賃比率が高く経営に苦しんでいました。開けていない昼間をセルフサービスカフェにする事で一日を二つの業態で運営する店が成立しました。筆者はこの店舗を「二毛作型店舗」と名称しました。セルフサービスでカフェを利用する。この優れた業態を組み込んだのが「ベーカーリーカフェ」です。ベーカーリー業界の人達は店の大きなスペースをカフェにしたら、パン売り場が狭くなり、パンが売れないと懐疑的でしたが、冷凍生地を導入でキッチンスペースも合理化出来、カフェを併設する店が増えました。パン一つとコーヒーこれで店を利用しやすくなりました。売れ残りのロスが半分になる等、しかも店内利用とテイクアウト商品の購入と一回の来店で二つの購買を満たす事が出来る (二期作型店舗) 様になりました。現在ではカフェを併設するのはベーカーリーの店では常識となりました。しかし、この強い業態のセルフサービスカフェに強力なライバルが出現しました。それはコンビニエンスストア (CVS) です。フレッシュなコーヒーの販売を要望され続けたCVSは何度もコーヒーの店内販売にトライしました。しかし在来のコーヒーマシンでは品質、提供スピードがセルフサービスに勝てませんでした。この問題を解決したのが、全く新しいドリップ式コーヒーマシンをお客様がセルフで抽出する方法でした。そしてもう一つは全自動エスプレッソマシンの導入でした。「焙煎したて、挽きたて、抽てたて」の三つの魅力を構築したのです。ドリップ式コーヒーマシンは抽出に60秒。この問題を解決するには、コーヒーマシンの台数を増やすことで、対応しました。価格はかつての $\frac{1}{2} \times 2 = 4$ の法則のごとく、セルフサービスカフェの $\frac{1}{2}$ の価格で勝負して来ました。このCVSコーヒーにどう対処していくか。高い品質、優れた接客サービス、アトモスフェア (雰囲気) の良い店舗デザインの原点復帰が必要です。

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)

2023白馬食品展示商談会のご案内

皆様のご来場をお待ちしております!!

新商品のご紹介及びメニュー提案コーヒー器具のご紹介など、
ウインターシーズン向けのご提案をさせていただきます。
本年度の白馬展示会は、入場制限を撤廃し運営をさせていただきます

日 2023年10月19日 (木)
時 AM10:00 ~ PM4:00

会場マップは
こちらのQR
コードから

会 白馬フォーティーセブンスキー場内
場 レストランアリス
長野県北安曇郡白馬村神城24196-47



2019年度展示会の様子

出店予定業者

石光商事株式会社/株式会社エフ・エム・アイ/エム・シーシー食品株式会社/株式会社カリタ/キユーピー株式会社/株式会社ジーエスフード/昭和産業株式会社/テールマーク株式会社/デロンギジャパン株式会社/株式会社ナガノトマト/株式会社ニチレイフーズ/日東ベスト株式会社/マリンフード株式会社/三井食品株式会社/宮島醤油株式会社/ワタル株式会社

出展業者は諸事情により変更になる場合がございます。

出店予定
16業者

お問い合わせ先

展示会専用ダイヤル
富士コーヒー株式会社

090-4801-9248
松本営業所

TEL (0263) 27-8000 FAX (0263) 27-8787
展示会に関するお問い合わせはこちらの番号へおかけ下さい。

“コーヒーインストラクター検定3級講習会”を開催いたしました

東谷山フルーツパーク(名古屋市守山区)会議室をお借りして9月17日(日) 10:00~、13:30~の2回講習会を開催しました 本年度で3年目となりますが、昨年、一昨年に続き、多数の応募があり 一般消費者のコーヒーに対する関心の高さがうかがえました。



~「食品主要195社」価格改定動向調査 - 傾向データ分析 -

「原材料高」値上げ 存在感定価 1月以降低下、10月は最小の83%

記録的な「値上げラッシュ」の要因となった原材料高の影響が落ち着きつつある。22年以降の国内の主要な食品や飲料メーカー195社・約3万品目の値上げデータを基に分析したところ、野菜や肉、食用油といった食材価格の高騰に起因した「原料高」を理由とした値上げの割合は98.3%とほぼ全量を占めた。ただ、月別では1月(100%)以降徐々に割合が低下し、10月は年内で最も低い83.3%にとどまるなど、値上げにおける「原料高」の影響が沈静化しつつある。22年に比べると食材価格の上昇ペースは落ち着きが見られるほか、価格への転嫁が浸透・一巡したことによる収益力の改善も寄与したことが、値上げ要因としての存在感低下につながったとみられる。

他方、足元では1ドル=140円台の円安水準の長期化で、輸入食材における調達コストが年末にかけて増加する可能性があり、「原料高」による値上げが再び存在感を増す恐れもある。原材料高以外にも、原油・ガソリン価格の上昇で物流費の負担が増しているほか、食品用フィルムなどプラ製の包装資材価格の高騰が各食品のコスト増につながっており、「値上げ」そのものは24年以降も続く可能性がある。

「原材料高」による値上げ割合



(注)品目数および値上げは、各社発表に基づく。また、年内に複数回値上げを行った品目は、それぞれ別品目としてカウントした。値上げ率は発表時点における最大値を採用した。なお、価格据え置き・内容量減による「実質値上げ」も対象に含む

~株式会社帝国データバンク情報統括部2023年9月1日リリース分より~