

コーヒー党の機関誌



珈琲共和国

発行日 1974年8月1日
 発行人 山内豊之
 発行所 (株)日本珈琲販売共同機構
 出版部
 東京都世田谷区松原1-37
 -20会田ビル 電(325)1142
 編集人 西 一知
 編集所 (株)みずほ企画
 東京都新宿区上落合1-5
 -5 ハイイツ長谷川801
 電 (368) 7 7 0 9

8 月 号

最近コーヒー専門店で、ストレートコーヒーと称して産地別にコーヒーを分けて飲ませることが、コーヒー専門店としての条件のようになっていきます。

ところが、このストレートコーヒーの分類の仕方が、見方によっては非常にナンセンスなことといえるようです。

コーヒーの主産地である中南米の地図を開いてみますと、中米ではメキシコ、グアテマラ、エルサルバドル、ホンデウラス、ニクワラガ、コスタ・リカ、パナマなどという国は、メキシコを除いて国自体も小さく、国境も隣接して区分する必要がないように見えます。

同様にベネズエラ、コロンビア、エクアドル、ペルーなども南米において大体同じような場所にあります。また、ブルーマウンテン

珈琲学

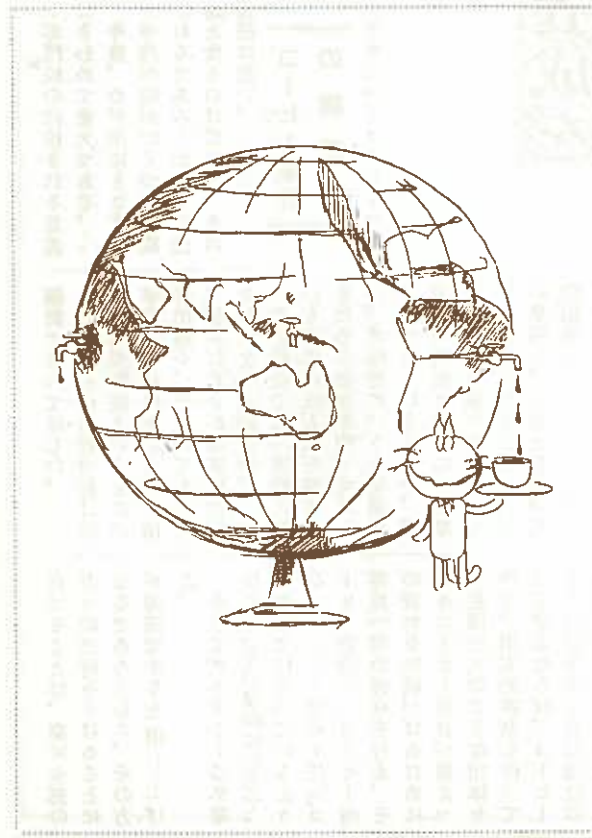
ヤブズミナミ

を産出するジャマイカにしてもキューバ、ハイチ、ドミニカなどと同じような所にあります。

コーヒーは元来、品種といえるようなものはアラビカ、リベリカ、ロブスタの3種で、栽培条件や精製法の差によって生豆の味が違うわけですから、気象条件や栽培法や精製法に大きな差がない限り、似たような地域で収穫されるコーヒーの味は、大体似たりよったりということになります。

以前のように栽培法が国によって違っていた頃は、国によって随分と違った味のコーヒーが産出されたのですが、最近では品種の交配や栽培法の進化(?)などで、だんだん差がなくなってきています。

ストレートコーヒーについて



(ブルーマウンテン)、インドネシア産(マンデリン)、アフリカ産(キリマンジャロ)、西南アジア産(モカ・マタリ)などのアラビカコーヒーとか、インドネシアのロブスターコーヒーぐらいの大まかな分類以外は意味がないように考えられます。

この分類にしても、もともと品種の良いものを基準にしての話ですから、た

その土地でとれたからといって、カンジンの品質のことを考慮しなければ無意味なことになってしまいます。本当に専門的な立場に立つて考えれば、産地にこだわらずどんな性質のコーヒーであるかを問題にすべきであり、今のような産地別にストレートコーヒーを分類するなどということは、異国情緒を楽しむオアソビにしかすぎないといえます。(山内豊之)

コーヒ一党宣言



日本で最初のコーヒ一専門学校が、近く東京・西新橋のワタルビル6階に開校するというのである。

このコーヒ一専門学校は、デリカカップコーヒ一アカデミーといって、生豆問屋のワタル(株)と大手商社の三愛商事が合弁で、コーヒ一専門店のチェーン展開を目的に設立した日本デリカカップ(株)の経営によるものである。

日本デリカカップとしてはすでに北海道美鈴コーヒ一(株)や仙台服部商会の焙煎業者2社と北海道、東北に3店の店舗展開を行なっているが、その店長やスーパーバイザーを養成するために学校が必要ということで、コーヒ一専門学校を開校す

ることになったということである。

設備は最高 問題は中身

私もワタル(株)の好意で、その教室を見せていただいたが、実習室・講義室各50名を収容でき、最新式のビデオ設備等を備えた立派なものである。

で、つい「設備に限っては満点ですが、問題は講義内容でしよう」などといったし、また例によって一席ブタサレル敵目となってしまう。

「専門校の開校される意義はきわめて重大である。今後、わが国にもコーヒ一専門学校がいくつか開校されるであろうが、その先達となるわけだから、その責任は重い。」

コーヒ一業界 の機関に

この学校では、実際に使われるものになる人間を養成するための教育をやってほしい。具体的にいうと現場を重視するということで、理論的な勉強と同時に、実際にコーヒ一業界に従事している人などをどしどし講師に登用し、現場と教育の場の距離をなくすようにすべきである。

育てることは、業界全部の方々の支持をうけることになるであろうから、その方が得策であると申し上げた。

広い見地で業界に

役立つ人材の養成を

デリカカップコーヒ一アカデミーの開校に期待する

株日本珈琲販売共同機構
代表取締役

山内豊之

最近、私も喫茶学校から臨時講師として講演を頼まれることが多く、学校設備を見る機会が多いのだが、このデリカカップコーヒ一アカデミーは、設備の点からみれば最上といっている。

が作った日本デリカカップのコーヒ一アカデミーなのだから、その影響力は大きなものであらうと予想される。

デミーとしては、日本デリカカップの構成員に益するのみならず、広くわが国コーヒ一業界全体のレベルアップに貢献するような行き方をすべきで、それでなければ開校の意義が薄れる。

それには、その教育方針は従来の喫茶学院というものが学問のための学問という傾向が強く、卒業しても学校で学んだことが現実役に立たないケースが多い。

また経営的な面からみても、門戸を広く業界全体に開き、実際に役立つ人材を

たまたま教室に日本デリカカップの真住取締役がおられて感想を求められたの

特に、世界的な生豆の高騰、コーヒ一協定における経済条項の廃止、メリタ・ジャパンの上陸等、激動期を迎えたこの時期に、わが国で初めて本格的なコーヒ

その意味から、デリカカップチェーンのための人材養成機関というのではなく、コーヒ一業界全体のための

また経営的な面からみても、門戸を広く業界全体に開き、実際に役立つ人材を

育てることは、業界全部の方々の支持をうけることになるであろうから、その方が得策であると申し上げた。

また経営的な面からみても、門戸を広く業界全体に開き、実際に役立つ人材を

また経営的な面からみても、門戸を広く業界全体に開き、実際に役立つ人材を

また経営的な面からみても、門戸を広く業界全体に開き、実際に役立つ人材を

また経営的な面からみても、門戸を広く業界全体に開き、実際に役立つ人材を

また経営的な面からみても、門戸を広く業界全体に開き、実際に役立つ人材を

社団法人の 構 想

私は、デリカカップコーヒ一アカデミーに大いなる期待をかけるとともに、関係者の先見性と指導性を信頼したいと思う。

珈琲ジャーナル



事業拡大図るダートコーヒー ブランド統一・FC展開

地方の中堅コーヒー焙煎業者、コーヒー生豆問屋等8社の共同販売会社「ダートコーヒー」(本社神戸・宮脇芳仁社長)は商品ブランドの統一、コーヒー豆販売のフランチャイズチェーン展開などを柱とする、積極的な事業活動の拡大に乗り出した。同社は、コーヒー消費の伸びを背景にシェア拡大のため地方進出している大手焙煎業者に対抗し、販売力の強化、企業体質の改善を進めることを狙

いに昨年3月設立されたものが、共同事業の展開と同時に参加各社の人事交流や労働条件の統一をめざす

コーヒー豆に検定制度を導入

メリタ、優良品に推薦マーク

9月より営業を開始するメリタジャパン社では、コーヒー器具の販売を開始するに際して、コーヒー豆の検定制度を導入することになった。

メリタジャパン社の話によると、焙煎業者が加工した豆を西ドイツのメリタ本社へ送り、本社でテストした結果メリタのコーヒー器具に適した品質のものであった。

と意欲を見せている。参加企業は、大手生豆問屋の石光商事(神戸・石光輝雄社長)のほか、焙煎業者の四国上島コーヒー(高松・宮脇芳仁社長)岡田屋商店(金沢・水上義雄社長)ジャパンコーヒー(京都・堀内次男社長)など7社である。(日経産業新聞より)

日本デリカップ(株) コーヒー専門店を開校

家庭用レギュラーコーヒーの販売を目的として大手商社の三菱商事と大手生豆問屋のワタル(株)が合弁で設立した日本デリカップ(株)は、東京・西新橋ワタルビルに、日本で初めてのコーヒーと判定された豆に対しては、メリタ社の推薦マークの使用を認め、ステッカー等を交付するというもので、これにより一般のコーヒー愛好家は安心してコーヒー豆を購入することができることになる。

わが国でも、ばえむチェイン本部の日珈販が、すでにこの検定制度を取入れており、加盟店で販売または使用する商品・原材料および資材はすべて本部の検定

に合格したものであることが義務づけられており、これがチェーン全体の信用を維持することに非常に役立っている。

日珈販では、現在キャラバンコーヒー、ドトルルコーヒーのコーヒー豆や、メリタ社のコーヒー器具等に検定合格の認証を与えている。

京都市内にコーヒー 直売所30店

珈社
島本
上琲

このため一般家庭へ直販する方式を考えたもので、まずこのほど伏見区深草へ支店を移したのきっかけで、直売所を相次ぎ設置するもの。

直売所は喫茶店との併用をしない小規模なものと、コーヒーのほかに関連器具も販売する。(日経産業新聞より)

コーヒー業界の流れの中で

メリタの日本上陸を契機に、わが国のコーヒー業界は家庭用需要に向かつて大きく動きはじめた。

上島珈琲本社のコーヒー直売所、ダートコーヒー、日本デリカップの設立等、すべて家庭用コーヒーにその焦点が合わせている。

一方、メリタの方は、

日本上陸に先立って某外資系調査会社に依頼した市場調査が、信じられない

解説

いほど高い数値を得たとして家庭用コーヒー販売に強気である。何でもあ

コーヒー専門店よ、どこへ行く

るインスタントコーヒーの愛用者の85%はメリタのように手軽な器具があれば、家庭でもレギュラーコーヒーを飲みたいと回答したそうである。

さて、業界がすべて家庭用へ向かっている時、昨今ブームを呼んでいるコーヒー専門店という喫

そのコーヒー専門店に開業をすすめた焙煎業者の方々は、その付加価値商法とホームマーケットとのギャップの谷間をどうククリをつけるのだろうか。

焙煎業者の方々のコーヒー専門店料理法が見ものである。

連 載 ● 珈 琲 の 科 学 < 9 >

焙 煎 の 知 識 その 1



珈 琲 研 究 家 伊 藤 博

焙煎とは何か

生豆は、新しいものは灰緑色、年月が経過すると黄味を増す。これらの生豆を煎ると、コゲ茶色に変化するの、一見して両者の区別はできる。

外見的には、単に色の違いに過ぎないこの変化は、コーヒーの味の上では、非常に重要な意味をもっている。

もし、生豆を煮出してその煮汁を味わってみると、背くさく、色も香りもない液体で、非常に飲みづらく、いわゆるコーヒーとは程遠い味がする。

煎り加減(以下これを煎度と呼ぶ)がごく弱いものも、香りと色を伴わない味になり、逆に極端に強く煎ると、かえって香りを失い、コゲ臭く、黒いだけのコーヒーになる。

そこで、生豆がもっとも適正に煎られたときに、コーヒー特有の香りもコクもつくられると判断できる。

このように、生豆に適当な火力を働かせて、コーヒーの色や香りを発生させる

仕事を焙煎(ばいせん・ロースト Roast)と呼んでいる。

生豆から煎豆へ

しかるに、よい煎豆の前提として、よい生豆がなくてはならない。まず、生豆がよく円熟し、実がしまつて、まるみと手ざわりのよい重みを感じられる生豆、(厳密に言えば、栽培地、栽培技術、精製と保存などを含めた、農産物としての質)があつて、次に、その生豆に合う焙煎が施されてはじめて優れた煎豆が生まれることになる。そして、良質の煎豆が、よりよい抽出によって本当の液体のコーヒーに変身する。

優れた液体コーヒーを約束するための、生豆と煎豆のチェックが常に必要であるのは、そのような理由による。

両者の関係を図示すると次のようになる。

○生豆のつや、色のよさ

●煎豆の美しさ

○くず豆がなく粒が揃う

●良質、安定した煎豆

○乾燥度が一定した生豆

●煎りのムラが少ない

○生豆が円熟、匂いがよい

●風味のよい煎豆

(○生豆 ●煎豆)

このように、両者を常に對比して考えることが大切で、よい煎豆がなくては、よい液体のつくりようがない。そこで焙煎の技術が問題になる。

焙煎の原則

コーヒーの色と香りのもとは、焙煎の過程を通して豆の中で引き起こされる化学変化にすべてが委ねられる。この焙煎中の化学変化は非常に複雑なプロセスを辿り、生豆が適切な化学的洗礼を受けて、豆の中に必要成分が、もっともバランスよく整ったものがよい煎豆であるといつてよい。

ところで、そのような煎豆をつくる焙煎の原則は、豆の中に必要な成分比を生み出す、時間と熱の最短コースでなければならぬ。なぜならば、生豆が急激な熱作用を受けた場合、失われる成分が有効成分を上

回り「消費を最小に、生産を最大に」の、焙煎条件からはずれることが一つ。二つめには、有効成分は一斉に組み立てられるものではなく、その時間差、タイミングをどこでとらえたらよいかの問題がある。

焙煎のむずかしさ

そこで、生豆をローストする場合、まずその豆にもっとも適した焙煎温度を見つけないければならない。そのためサンプルローストしてみる。煎度をいろいろに変えてテストを試みると、この生豆にはこのような焙煎が適しているという方向がわかる。つまり、時間と温度を考えて、カップテスト(味きき)を行ない、最適な焙煎法を選ぶわけである。

生豆の煎り方一つで、まったく別種の豆かと思うほど、味が変化するものである。従つて、その豆にもっとも適した、そして使う目的にもっとも合った焙煎法が決定される。

さらに、焙煎のむずかしさは、生豆の種類や目的のほかに、収穫期と経過年数、豆の大きさの差、水分、精製法、貯蔵状態の相異などにより、火力に対する反応が違ふ点にある。現在のところ、焙煎に一定の公式があるわけではない。長年のカンと経験を頼りに仕事をすすめることになる。それゆえ、化学的には成分比のアンバランス(ローストのブレ)を常に伴うデリケートな仕事であるといえる。

焙煎技術はコーヒーの味を決める重要なキーポイントである。

生豆、煎豆成分の比較

| 成分 | 生豆 | 煎豆 |
|-------|-----|------|
| 粗繊維 | 六・〇 | 二・九〇 |
| エキス分 | 七・〇 | 二・九五 |
| タンパク質 | 三・〇 | 一・四〇 |
| 脂肪 | 二・五 | 二・三〇 |
| 水分 | 二・〇 | 二・五 |
| 糖分 | 八・〇 | 一・五 |
| タンニン | 六・〇 | 四・〇 |
| 鉱物質 | 四・〇 | 五・〇 |
| カフェイン | 一・五 | 一・五 |

(数字%)

珈琲調理学入門

第二章 コーヒーの器具とその抽出法

〈その十一〉コーヒー・アーン

日本喫茶学院講師
喫茶技術コンサルタント

柄沢 和雄



古い店で 見られる

コーヒー・アーンは二重になった器具で、内側に抽出したコーヒーをいれ、外側には湯をいれて保温し、そのつどアーンをひねると底から温かいコーヒーがカップの中に注がれる仕組みになっている。

材質はステンレス製が主で、内側はホーロー製になっており、容器にはコーヒーの在量計、温度計、湯の量に足りないようになってくる。容量はコーヒー3ℓ分から大きいものはきりがいい。すなわち大量にコーヒーを確保するためにあるようなもので、いかえれば大量にコーヒーがさばけるためにあるということ、しかも時間をあけずに

ほとんど消化できると判断したときの器具でもある。

この器具はわが国では古くから使用されていて、現在でも営業歴の古い店に見受けられる。コーヒーの生産国でもコーヒー店において使われているが、年々その数は減少しているといわれる。

短時間に 大量抽出を

取扱い方法としては、ともかく何らの形でコーヒーを抽出するわけで、分量は一度に三十人分、五十人分、百人分と大量抽出になる。

したがって抽出時間が長びくので短時間で抽出しなければならぬときには、どうしても浸漬法をとらざるを得ない。もっと早く抽出しようとするならばポイリング式にせざるを得ない。

たとえば百人分の粉と百人分の湯を少しずつドリッブしていたのでは、百人分の湯を注ぎ終わるまでに二十分も二十五分もかかってしまう。それをわずかに五分七分で抽出するには、と考えると先の方法になる。

原料もやや苦味の強い豆を荒挽きにし、そのつど粉を砕いたばかりの粉を大きな鍋で泡の消えないように煎じる。(この辺はトルコ式やアラビア式によく似ている。)それをすばやく濾してアーンの中に入れる。

わが国は早くからこれを取り入れたが、その取り入れ方に問題が残っている。

第一の理由には、当時まだわが国のコーヒー消費量が少なかったこと。第二に考案方として、いっぺんに大最作れるので非常に経済的で能率面で楽だと解釈して

しまったこと。第三に当時のコーヒー先進国や生産国がこうやっているから、わが国も取り入れなくてはと考えたこと。第四に原料問題を考えなかったことなどがあげられる。

朝と昼の 味覚の違い

だから以前のコーヒー・アーンを取り入れた店の評判として、朝のコーヒーは美味しいが午後からのコー

ヒーは蒸つまった味で、まづいと敬遠されたものである。消化しなければ何時間もアーンの中で放置されたままであり、その結果がどうであるかは明らかである。そのようなときには捨てる。そのようなきには捨てる。経済的な理由で行なった場合にはそうもいかない。あのコーヒーオートマチック

できてもアメリカのコーヒーショップは三十分以上放置しないように、マニュアルに記載され実行されている。残りは全部捨てている。もし捨てられないとするとアーンから取り出し、そのつど小出しにして火にかけ

直さなければならぬ。それを美味しいという、年月をかけて来た人たちの口はあやしいものである。コーヒーとは、回数を多く飲んだことと新鮮なコーヒーを飲み覚えたことは必ずしも一致しない。しかしコーヒーが好きであることには変わりはないのだから、そういう機会に恵まれた人と恵まれなかった人たちの差である。

日本では 抵抗が残る

またインドネシアやジャワの方面の味を知った人たちもいる。熱帯地の苦いコーヒーとは、ちょっと意味の違うところや、体質のこと

も考えねばならないが、コーヒー・アーンはそのような歴史的背景と、原料の使い方と飲む人たちの受けとり方によって生かされる国もある。しかしわが国のように原料問題に一考を要したり、温帯地方であってまだコーヒーの消費が少ない国では、ただ単にコーヒー・アーンを使うということに抵抗が残る。



もし使うとするならば、一時間以内消化するか、原料をどのように取り扱うか(たとえばストレートコーヒーを扱ってみる)、カップの量はどのくらいが適当であるか、加える砂糖やクリームをどうするかなど考えることがたくさん出てくる。だから、なるべくコーヒーには神経を使わないで、もっとストレートに考えてみたいものである。

連載

咖啡太平記 10

詩人・評論家 寺下辰夫



マニラの土産ばなし

今回のマニラの旅は、日本画壇の巨匠たる青木大乗先生の「靈峰富士」の大幅をマルコス大統領に贈呈するために、日比協会・岸信介会長の名代で渡比する役目だけに、いつものフィリッピンの旅のようなノンキさはもてず、いささか肩のこった責任のある旅だったことはイナめなかった。

それに、厚生省が心なくも、無作法に小野田元少尉にたいする救助と寛大なる大統領はじめ、比島国民の取計にたいして、現金三億円を送って、マルコス大統領から「小野田少尉を救助したのは、金銭ずくのためでなく、日比両国の友好と、太平洋戦争の『爪アト』に終止符をうちたいための念願だったからだ。」と、ひどく不機嫌になられて、その金を日比協会・日比協会に寄附されたことは、すでに一部報道されたところである。

大統領が、青木画伯ならびに、われわれ国民の感謝の気持ち、素直に受けとめてもらえるかどうか？ということにも心配があった。しかし、マニラ最大の新聞「Daily Express」(デリー・エクスプレス)にも、私がマニラ到着の翌日に、一面のトップ記事に大きく報道されたのを、マルコス大統領も読まれるほか、各政府関係の人々も読まれたので、ぎっしりとつまったスケジュールの中を、なるべく早くお逢い下さるといふ会見日のために、マラカニアン宮殿の方々が、気をくばって下さっているという情報を得て、どうやら恙なく大統領が受理して下さいの考えであると安心した。



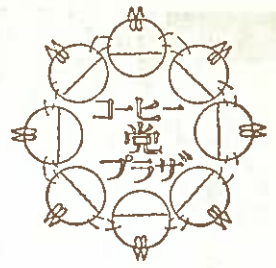
その結果、ホセ・S・ラウレル比日協会会長(さき

頃までの駐日大使であり、故・ラウレル大統領の御曹子)と駐比・ト部敏雄大使(両名もお立会い下さって、恙なく大統領に贈呈する)とが出来た。大統領は「お金は頂かなかつたが、この立派な芸術的絵画は心から喜んで頂きます。青木画伯、紹介者の岸閣下ならびに日本国民の方々に宜しくお伝え下さい」と幾度も握手されて礼をのべて下さった。この模様はマニラ全放送に、その夕方放送された。ところが、はなはだ遺憾のことは、現在マニラは厳重なる入戒厳令の下である上に、ミンダナオ島で回教徒、共産党ゲリラなどで、二百名以上も戦死している状況にあるので、たとえ新聞記者といえども一日前に「通行証」を下附してもらわねば、宮殿には出入することが許可されない規律になっている。それを日本流に甘く考えて、日本の新聞支局の記者ならば通すと考えたらしく、マラカニアン宮殿まで来ながら入れず取材できなかった。この一事も、新聞記者ならば大手を

ふって入れるという日本の(特権)を甘く考えているもので、各社支局員の怠慢さを見逃すわけにはゆかない。新聞・テレビなどの報道で、故・アルセニオ・H・ラクソン市長夫人はじめ、ライオンズ・クラブ会長、その他の人々が朝から晩まで来訪されたり、午餐会や家庭での夕餐にご招待をうけて、心から温かい歓待の毎日であったのは、固くらしい役目の中の救い々であった。

マニラの珈琲店

ところで、上流家庭でのコーヒーはまとうなコーヒーを出してくれるが、一般の街のホテルレストラン、喫茶店のコーヒーは、全部インスタント・コーヒーであるのには驚いた。戦中までは、それほどうまいとはいえずとも、本式のコーヒーを飲めたものである。従軍して、バタイン作戦が賦定された以後は、石坂洋次郎さんなどと、毎朝、宿舎の「ベビュー・ホテル」そばの「タザデオロ」(金の盃)という店に出か



本誌では4月号から4号にわたって「コーヒー通を馬鹿にする」キャンペーンを行なってきました。

お蔭様で読者の皆様の間必を高め、多くの成果が得られました。

その反面、この少々アクドイ手法は、従来読者からの反発も多く、その方面で少なからずのマイナス面があったと思います。

編集部には、ある配布店の店長さんから「批評や批判はブラックユーモアとかジョークであるよりも、正当的な教育的なあなたがかみと広がりのあるものの方が、先入観をもたない独自の初々しさに合った方法だと思えます。

お客様に渡すとき、第一面を上に向けての抵抗感があったりして(後略)というお便りをいただきましたが、このショック療法も

「ヤブニラミ珈琲学」考

4回続くと少々ハナについてきたようです。そこで今回から少し観点を交えて「ヤブニラミ珈琲学」を始めさせていただきます。

乱視の人が、乱視を直す眼鏡をかけますと、最初は物が歪んで見えます。しかし、やがてその眼鏡に目が馴れると、物が真直ぐに見えるようになります。

この「ヤブニラミ珈琲学」も、乱視矯正用の眼鏡というわけで、最初は珍しさもあるでしょうが、やがて物が真直ぐに見えるようになると思えます。

もっとも考えてみれば、たかがコーヒーぐらいのことで毎月何十万円もかけて「珈琲共和国」を出版すること自体がナンセンス。してみれば日珈販はドン・キホーテといった役割でしょう。でも、本誌の愛読者の方以外には、まだまだ珈琲について神話や伝説を信じていらっしゃるようですので、オタイクツ様ながら暫くガマンをして下さい。

世界のコーヒーのみ歩き

①ギリシアの巻



示されたメニューには「カプチーノやワインナ等の名前とともに「ネスカフェ」というのがあるではないか。いぶかし気に「ネスカフェ?」と咄く私にボーイは説明した。「若者やアメリカの方々が大変好きなコーヒーです。」

説明する彼の心中は

カフェテラスインアテネ

ここはギリシアの首都アテネの中心、シンタグマ広場のカフェテラス。この国の喫茶店は殆どがこのテラススタイル。昼下りの5月のアテネは太陽がいっぱいでシリシリと暑い。

周囲は紳士や淑女で満員。サングラスをかけたお怒びのオナシスやジャクリースが登場してもピタリと雰囲気。指を鳴らしてキザっぽくボーイを呼んだ。まだ私はアテネに到着してから数時間、最初のひとり歩きという訳。

グレコ(ギリシアコーヒー)というのを注文してみたかったからだ。

やがて持ってきたのは何のことはない、あのドロドロした粉末と一緒に煮込んだトルコ式のコーヒーではないか。

これはおいしかった。次第に澄んでくるのを待って、小さいカップにそっと移し、上澄みの部分をゆっくりと喫するテンポは、このアテネの街に

ふさわしかった。やがてカップの底に残るコーヒーのカスの中から幾度も水気を絞り出して、舌の上にそっとのせる……最後の一滴まで



ーヒーを飲みますテクニクのもの、爽やかなアテネの風景にピタリだった。

濃さと香りと、それに舌上に残るコーヒー粉のザラついた感触と。久しぶりに味わったトルキッシュ・カフェの雰囲気、私はしばらくそのままにしておいた。そえてある水で流し去るにはあまりにも心残りな味だから。

「何故、トルココーヒーをギリシアコーヒーって言うてるの?」この私の問いにボーイはただ肩をすくめただけだった。

幾世紀にも亘るトルコの苛酷な占領下に苦しんできたギリシア。やっと独立できたのは、まだ百年ちょっと前のことである。そして今はアメリカの援助なしには生きて行けない小国のギリシア。アテネの喫茶店のメニューに見た2つのコーヒー名は、しみじみと私に、この国の歴史の「コマ」を感じさせたのだった。

共和国内

本欄1行500円、お問合せは
日珈販、みずほ企画 (03)368-7709
東弘通信社・三浦 (03)572-6501

コーヒー



高級コーヒー豆「ばえむ」は、選り抜かれた高品質のコーヒー生豆を、熟練した職人が手造りで煎りあげたもので、コーヒーの本当の美味しさを味わいたい人にはぴったりです。

また、西ドイツのコーヒー器具メリタにぴったりと合うように焙煎されていますので、淹れ方も手軽で、多くの人々にご愛飲いたたいておられます。

添加物



ばえむ、プチばえむ各店で発売中。

台糖のコーヒーシュガーは、純度の高い砂糖をこくわずかキャラメル化させたもので、その透明な甘味はコーヒー本来の味を損なわず、そのうえ、キャラメル成分がコーヒーの味をいっそう引き立てる役目をします。これは、コーヒーの生豆の中に含まれる糖分が、焙煎によってキャラメル化し、コーヒーのコクを形成する成分となることに着目したものです。

デパート、スーパー、食品店及び珈琲専門店が発売中。製造・台糖株式会社。

コーヒーカップ



コーヒーカップも、コーヒー専門店の雰囲気造りに欠かせない大事な小道具です。

高級食器「マグナ」は、いまコーヒー愛好家から最も好まれていいるコーヒーカップです。

お店のムードをより向上させたい方は、ぜひ「マグナ」をお使いください。

お店で小売りをなさりたい方もご相談に応じます。

コーヒーの本



100種類のコーヒーを売る男の「実録・珈琲店経営」日珈販社長山内豊之著 永島慎二装丁・さし絵 明日香出版社刊 定価980円、送料110円

この本は、東京阿佐谷に7坪半の小さなコーヒー店を開いてから7年で、年商3億円のコーヒー専門店チェーン「ばえむ」を作り上げた日珈販山内社長の体験に基づいて書かれたもので、いま珈琲店を経営している方、これから新しく店を始めようとする方、必読の書です。

美味しいコーヒーをお飲みになりたい方はぜひ「メリタ」をお使いください。

お店のコーヒーを「メリタ」でより一層美味しくしたい方、「メリタ」を販売なさりたい方は、日珈販または日本珈琲貿易(東京813・7056、大阪251・5858、名古屋851・7887、福岡43・2492)にご相談ください。

コーヒー器具



世界で最も手軽に、最も美味しいコーヒーが淹れられる西ドイツ製のコーヒー器具「メリタ」。

加盟店募集



100種類のコーヒーのある珈琲専門店「ばえむ」

ミニ珈琲専門店「プチばえむ」

手造りの高級コーヒー豆やコーヒー器具を売る店「まごころ」

各チェーン共、加盟店募集中。

コーヒー業界は、コーヒー

求人



日珈販では、近い将来当社の幹部として活躍して下さる青年を募集しています

いよいよ大変革期を迎えたコーヒー業界で「ひとつやつてやろう!」と思う方はぜひご応募ください。

社長 山内豊之

電話(35)1062

先月号「コーヒー党アラザ」に寄稿していただいた山下規嘉氏(ジャーナリスト)に、今月号より「世界のコーヒーのみ歩き」を連載して頂くことになりました。

氏は一年の3分の1を海外で過ごしている国際マンです。どうかご期待ください。

お問合せは
日珈販・ばえむチェーン・まごころチェーン本部
加盟案内書・送料共 400円

本紙の記事を転載する場合は必ず許可を得てください。ニュース以外の著作権は個人にあります。

日珈販出版部
156東京都世田谷区松原1千の37の20会田ビル3F
(03・325・1142)

====本号執筆者====

時人寺下 辰夫
珈琲研究家伊藤 博
喫茶技術柄沢 和雄
コンサルタント山内 豊之
日珈販社長山内 規嘉
ジャーナリスト山下 規嘉
イラスト松本 成正

幅広い記事を掲載していただきありがとうございます。どしどしニュースを提供してきます。

編集部 325・1142
363・7709

◆珈琲ジャーナルは、いよいよばえむのための機関紙を脱皮し、広くコーヒー党のための機関紙として編集していくことになりました。

ぼえむチェーン

生豆供給事情の変化で コーヒー豆の商品構成を変更

二日珈販
8月号
発行所
(株)日本珈琲販売
共同機構
東京都世田谷区松原
1-37-20 台田ビル
電話 03-325-1142

ブラジル、モカ・マタリに 焙煎度合の違うものを加える

日珈販では、8月1日より店頭でひき売りされているコーヒー豆の商品構成を一部変更する。

日珈販ではかねてから「珈琲共和国」第1面にもある通り、現在のストリートコーヒーの販売方法に疑問をいだいて来たが、その段階的な解決策として、今回一部の商品構成を別表の通り変更した。

このうち、グアテマラ、コスタリカに関しては、中南米産水洗式のコーヒーのうち、重厚な味のタイプはコロンビア、柔らかな味のタイプはブルーマウンテンで代表されるので不要であると考え、商品構成からはずし、その代わり、焙煎度の違いによる味の変化を実際に味わってもらうため、ブラジル、モカ・マタリを中煎強煎の2種類とした。

また、ブルーマウンテンについては、従来用いていたブルーマウンテンNO1

ぼえむチェーン珈琲豆一覧 8月1日より

| | | |
|-------------------|---------|------|
| ○従来通りのもの | | |
| ブラジルサントスNo2(強煎) | 100gにつき | 220円 |
| コロンビア・メデリンズプレモ | " | 220円 |
| モカ・マタリ・エクストラ(中煎) | " | 220円 |
| タンザニア・キリマンジャロ | " | 220円 |
| スマトラ・マンデリン | " | 220円 |
| * 新発売のもの | | |
| ジャーマンロースト(中煎) | 100gにつき | 220円 |
| フレンチロースト(強煎) | " | 220円 |
| アメリカンロースト(浅煎) | " | 220円 |
| ブルーマウンテンミックス | " | 400円 |
| ○新しく売り出されるもの | | |
| ブラジルサントスNo2(中煎) | 100gにつき | 220円 |
| モカ・マタリ・エクストラ(強煎) | " | 220円 |
| ブルーマウンテン(ハイマウンテン) | " | 650円 |
| ○取り扱いを中止するもの | | |
| グアテマラ・ハイグロウン | 100gにつき | 220円 |
| コスタリカ・サンホセ | " | 220円 |
| ブルーマウンテンNo1 | " | 650円 |

●従来通りのものは値段の変更はなく、新発売のものも従来のものに準じた価格がつけられています。

が、輸入商社の独占契約によって異常な高騰ぶりを見せている反面、産地別の思惑によって品質の低下がみられるため、品質的には何ら変わることもなく、供給量も多いハイマウンテンを使用することになったものである。

なお、日珈販としては、将来はストリートコーヒーを全廃し、バラエティを持った独自のコーヒーを開発していく考えである。

メニュー標準価格一部値上げ

8月よりジャーマンロースト200円に引き上げるようになった。

これは、春闘による値上げが予想以上のものであったこと、物価の上昇さらに公共料金の引き上げが相次いで起こり、そのため経費の上昇が激しいこと。

「ぼえむ」「プチばえむ」では他の店に比べて高品質の原料を使用し、さらに手にかけて調理を行なっているために、原価・人件費ともに、他に比べて高率であり、ここへ来て各店とも利益が大幅に減少し、放置すれば経営の悪化をまねくこと、および日珈販コーヒー友の会スタンプの利用によって



7月22日・ぼえむ西荻窪北口店オープン

▲国鉄西荻窪駅北口下車、西荻北銀座通り、東海銀行向かい

日珈販では、8月1日より「ぼえむ」「プチばえむ」の標準メニュー価格のうちジャーマンローストのみを180円から200円に引き上げるようになった。

顧客には実質160円でジャーマンローストを提供していることが、その理由となっている。

◆コーヒー教室開催について

ぼえむチェーンの創業者山内豊之日珈販社長を講師とする出張コーヒー教室を行っています。20名以上のグループが集まりますと開きますので、ご希望の方は日珈販指導課高橋までお問合せください。

電話 03・333・3261

◎従業員募集◎

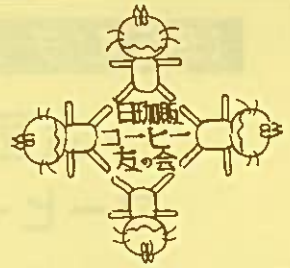
日珈販・ぼえむ各店では従業員を募集しております。

将来コーヒー専門店を開業したい人や、今後とも急成長する業界として期待されているコーヒー業界で活躍したい人はぜひご応募ください。

また、日珈販では、一年以上日珈販・ぼえむ・プチばえむ各店に在席した人には加盟金を2分の1に減額したり、資本があっても人材がなくて困っている人に優秀な社員を店長としてあつちし、店の経営をまかせてもらったりしています。

なお、給与その他については、日珈販・各加盟店によって条件が異なりますので、詳しくは日珈販にお問合せください。

電話 03・325・1142 久保



ぼえむチエーン 加盟店一覽 行

ぼえむチエーン本部ではこのたび、加盟店一覽表を作成して、顧客に配布することになった。

この加盟店一覽表には、所在地のグループ別に、ぼえむ・プチぼえむ全店の店名と電話番号が掲載されており、2ツ折りにすると定期入れにも収納することができ、携帯に便利で、ぼえむファンには喜ばれそうである。

ぼえむ・プチぼえむ各店で目下配布中。無料。

日珈版顧客サービス強化に 友の会活動を重視!!

二協賛店増強50店以上にこ

日珈版コーヒー友の会加盟店では、このほど顧客サービス向上の一端として、友の会協賛店の拡充に努めた結果、7月中だけで20店以上の商店が新規に加入されることになった。
日珈版では、今後経済状況からみて、コーヒー代等の値上げは避けられないとの見透しを立てているが、その場合、友の会会員を中心とする顧客サービスを強化することによって、値上げの影響を軽減したいとしている。

加盟店

加盟店一覽(ぼえむ各店にあり、無料)をご覧ください。加盟店はスタンプを貼ってくれる店です。もちろん、商品券も使えます。

協賛店

商品券の使える店です。

■東京・杉並地区

文公堂書店阿佐谷ダイヤ街
オガワ画材店「オデオン座通り」

メンズショップカワムラ

阿佐谷パールセンター中央

婦人服のスマイレ

竹多屋文具店

パプぼえむ阿佐谷店

ぼえむ阿佐谷西店2階

ジーンズ三並(ミナミ)

高円寺北2-3-6

文具の店不二屋

南3-58-22

杉山正美容室

南4-28-11

化粧品、ルームアクセサリ

1-ふじや永福町駅北口商店街

■世田谷地区

キャンパスショップジャック

ク下高井戸日大通り

レコード専門店オスカ

パンピーハウス洋品店

経堂1-12-5

日本堂文具店経堂1-21-18

キリン堂書店経堂店豊大通

り

キリン堂書店祖師谷店

祖師谷3-1-10

レコードショップスミ商会

祖師谷通り

アヤ子洋服店北沢2-24-9

洋品羊屋北沢2-31-2

■板橋地区

家庭用品百貨の店たかはし

中板橋21

中板橋地区

中板橋店

中板橋店

寝具のエンドー小平駅南口

ショップピングセンター

1階

幸花園(生花)

寿司、中華、清乃

当麻屋酒店

靴の鈴屋

当麻文具店

小平薬局

フルーツ、野菜、栗原食品

オモチャのピエロ

和風レストラン ノザキ

ビューティイサロン西武

檜島陶器店

喫茶シンザン小平駅北口直

前

村野書店小平駅南口一番街

野崎米店

■埼玉県・所沢地区

洋服会館フルヤ東一番街

英文堂画材店寿町29-10

くるみ玩具店御幸町1-23

カメラの山口御幸町6-2

おがわや 東町11-15

喜美屋洋品店東町12-3

三上スポーツ日吉町2-2

ヤングファッション街マコ

トヤ 日吉町10-18

キノシタ楽器

ミュージックプラザキノシ

タ

流星堂書店

イセキ化粧品店

美容室サロン・ド・パール

洋菓子不二家所沢店

11-20

■神奈川県・横浜地区

ファミリーストップポビー

緑区多摩プラザ駅下車

美ヶ丘

書籍、文具、スポーツ用品

あすなる

洋菓子専門店エーデルワイ

ズ

バンピーハウス戸塚

戸塚市吉田町45

■千葉県・市川地区

トスカナ靴店

ぼえむ本八幡店となり

コーヒーが安く飲めます!!

今すぐ日珈版コーヒー友の会へ
お入りください

●日珈版コーヒー友の会
は日珈版加盟店のお客
様へのサービス機関で
す。

●会員のお客様に「友の
会スタンプ」のご利用
や、「コーヒー教室」
へのお誘いなど、会員
の皆様へのサービス事
業に参加なさる権利が
できます。

●スタンプは、コーヒー
または紅茶を召し上が
ったときは100円につき
20円、コーヒー豆をお

買上げのときは100円
につき20円、コーヒー
器具や紅茶をお買い上
げのときは1000円
につき20円のスタンプ
を差し上げます。

●スタンプは50枚たまる
と1000円の商品券
と交換でき、その商品
券は、加盟店はもちろ
ん、協賛店でも通用し
ます。

●会費は年間100円です。
●お申込みは、各加盟店
へどうぞ。