



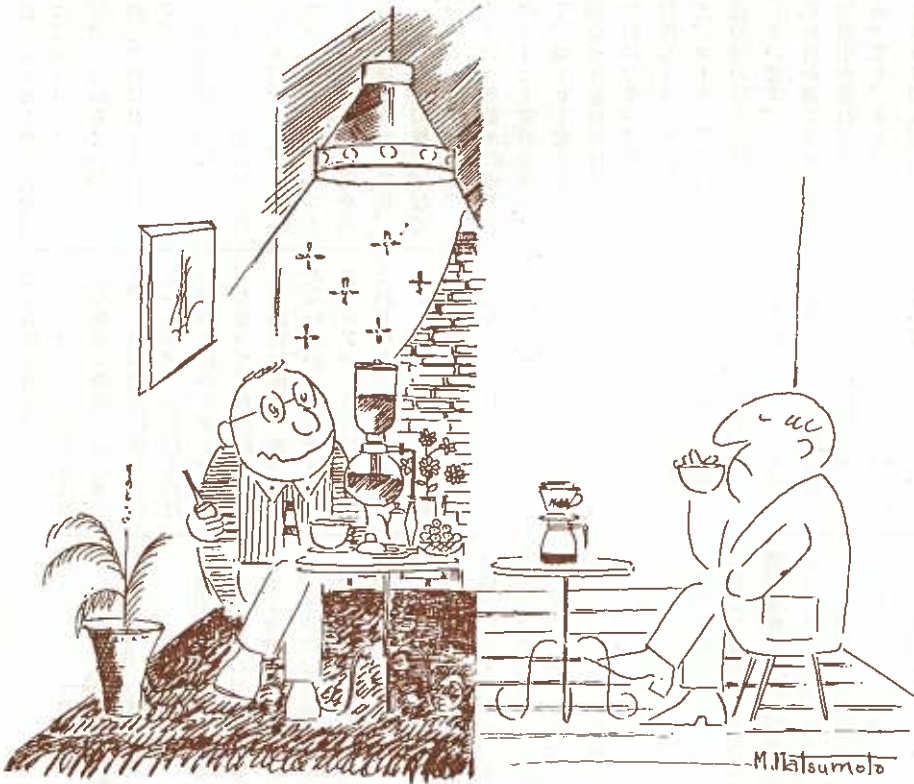
COFFEE REPUBLIC

珈琲共和国

COFFEE REPUBLIC 3月号

発行日 1973年3月1日
 発行人 山内豊之
 発行所 (株)日本珈琲販売共同機構
 内 日珈販コーヒー友会
 東京都世田谷区松原3-41
 -16 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 ハイツ長谷川801
 電 (368) 7709

コトヒト通を自認する あなたの味覚度をテストする



M. Matsumoto

■味覚度テスト■

次の質問にイエスカノーで答えてください

- ① コーヒーはドリップ式で淹れたものが最高でサイホンで淹れたものは飲まない
- ② コーヒーは専門店でしか飲まない
- ③ コーヒーを一日三杯以上飲まないと気がすまない
- ④ コーヒーはブルーマウンテンが最高でお金のないときはブレンドを飲む
- ⑤ コーヒーはホットに限りアイスコーヒーは飲まない
- ⑥ 家でコーヒーを飲むときは必ず自分で淹れる
- ⑦ コーヒーに関する知識には絶対自信がある
- ⑧ コーヒーには砂糖もミルクも入れない方が美味しく感じる
- ⑨ コーヒーは男の人が淹れた方が美味しく感じる
- ⑩ コーヒーが美味しいという評判の店でしかコーヒーを飲まない

このテストは、あなたの味覚度を測るためのものです。味覚度が高い人は、味覚が鋭敏で、味の変化に敏感です。味覚度が低い人は、味覚が鈍感で、味の変化に鈍感です。味覚度は、年齢、性別、嗜好、体調、環境などによって異なります。味覚度を高めるためには、味覚を鍛えることが大切です。味覚を鍛えるためには、味覚を鍛えることが大切です。味覚を鍛えるためには、味覚を鍛えることが大切です。

珈琲野郎のコーヒー党宣言



カット・永島慎二

コーヒー党には知る権利がある

山内豊之

私がコーヒー党宣言を書きはじめたのが、昨年の四月号でしたからこの号で一年間書き続けたことになりました。

この間に世界的にはベトナムの和平や日本には二度にわたる円の切上げなど、またコーヒー業界ではコーヒーの輸入価格の高騰や共同焙煎工場などの協業化、コーヒー売価の値上げなど話題の多い一年でした。

そういった動きの中で、私はコーヒー党の立場にたつて、コーヒー党として当然知るべき権利を行使して来たわけですが、その権利を行使しようとすればするほど、コーヒー業界の秘密主義の壁の厚さに驚かされてしまいます。

私が何か書こうとすると永年取引を重ねてきた相手であっても、まるで貝になつたように口を閉じてしまいます。また少しでも彼等コーヒー卸業者達に不利なことでも書こうものなら、その情報を誰が洩らしたかなどという次元の低い詮索ばかりして、自分の誤りを正そうという反省の気配は

全くありません。

まるで沖縄返還交渉における外務省の機密漏洩事件で、政府が国民に嘘をついていたかどうかという点はいつのまにかウヤムヤにしてしまつて、西山記者と連見事務官に情交があつたとかないとかいう話だけがクローズアップされているのと同じことです。

まして、コーヒー業界における秘密などというものは全く秘密にしておく根拠なんてありません。

公害企業が公害を平気でたれ流しておいて、その真偽を確かめようとすると、企業の秘密を楯に調査に応じないのと同様、全く理不尽なことなのです。

企業の秘密というものは例えばコーヒーの配合の割合とか、焙煎温度の調整の仕方など企業一つ一つが持っている秘密であつて、ゴットホットの焙煎機の一般的な性能などというものは（カタログ的知識）秘密でもなんでもありません。まして自分の会社の実力をPRしようとするときは、こんな高性能な設備があるとマ

スコミなどに発表しておきながら、その欠点を指摘されると企業の秘密を暴露したと怒るのは筋違いです。

日本の場合はまだ消費者運動が徹底していませんから、コーヒー豆など茶人にはよく判らないような商品は適当にゴマカシテ売ることができるとしようが、アメリカあたりでは間違つた宣伝をしたり、宣伝を誇大にしたり、宣伝の一部に消費者をあざむくような部分があつた場合は、その宣伝に要した費用の三分の一の費用をかけて訂正広告を行なうことが義務づけられていてその判定の基準も非常に厳しいそうです。

広告においてもその位です。すから、もし対面販売や品質表示において消費者を偽るような説明を行なつたとしたら、その企業は徹底的な糾弾を覚悟しなければならぬそうです。

日本のコーヒー業界も、



もうこの辺でキワモノ商売から足を洗つて、正々堂々と胸を張るような商売をしないと外資系や新興勢力にまたたく間に制圧されてしまいます。自動車のホンダが明治屋と組んでACTコーヒーというレギュラー缶を売り出しましたが、このように従来業者よりも、

資力・企画力に秀れた業者が次々と進出してくることになる、仲間うちでヒソヒソやっていると、そのうちダメになつてしまふでしょう。

また業務用コーヒーのお得意先だつて、今まではいわば水商売のマネージャーマスターの相手だつたわけですが、これからは一流企業も飲食業に進出していきますから、中途半端な説明なんか通らなくなりそうです。

私は、私が喫茶店の支配人だつた頃、取引先の大手コーヒー会社の課長で現在印刷屋さんとして私のとこ



るへ出入りしている田村三郎君とよく話すのですが、「かつて取引のあつたコーヒー屋さん達が、さんさんダマシテくれたお蔭で私もコーヒー業界に詳しくなつた。だから、かつての取引先は私の先生だと感謝しなければいけないのだ」と。その度に彼は苦笑いしています。

だまされるのは、やはりそれだけ本人が不勉強だからです。少なくともプロである以上ダマサレルこと自体恥ずかしいことです。

もっとも現在の取引先だつて結構人をだまして来たしたから、もうだまされなかつても、もしかしたらやられてはいるかもしれないが、せんが私も大いに勉強して絶対ダマサれないようにしたいと思つています。

今年の四月で私が喫茶業に足を踏み入れて満十年になります。またコーヒー党宣言も二年目に入りますので来月号以後も一層頑張つてコーヒー党の知る権利を行使すべく書き続けていきたいと思います。



見直される珈琲の美味しさ 人気急上昇「手造りの味」

選び抜かれた珈琲豆の最高級品まごころ

最近、日珈販の発売している選り抜かれた珈琲豆の最高級品「手造りの味」まごころへの評価が高まり、加盟店以外の喫茶店からも卸売りを希望する引合いが増加している。

これは、世界的なコーヒー事情の悪化に伴う我が国コーヒー輸入価格の高騰と、それによって惹き寄せられた焙煎業者間の激しい合理化競争のヒズミとして、原価引下げのための粗悪品混

□□□□□□□□□□□□□□□□
メリタの
ワンマンコーヒーハウス
日珈販で
フランチャイズ化を指導
□□□□□□ □□□□□□

入や、加工段階における省力化に起因する風味の損失など、コーヒーの経済性を追求するあまりコーヒーの美味しさを犠牲にしているからであるが、良質なコーヒー豆の供給をチェーン結成の最重要目的とする日珈販としては、如何なる理由によらずコーヒーの美味し

さを失わせるようなことは絶対に認めないとして加工先に厳しい要求を行ない、そのために卸売価格の引上げもやむを得ないとして、全加盟店にそのむねの了解作業を行なった。

加盟店外への卸売りも検討

日珈販売の高級珈琲豆

日珈販では加盟店以外の一一般喫茶店に対するまごころ

人件費をはじめとする諸物価高騰の折から、広さも3坪、必要人員も1名だけ、しかも設備投資額が少なく、いいというメリタのワンマンコーヒーハウスの試作店舗は、東京晴海で開かれた第2回店舗システムショーに出品されて各界の興味を惹いたが、特にレギュラーコーヒーに力を入れはじめている焙煎業者や、パー

ター取引によって輸出の見返りにコーヒー豆を輸入販売しようとしている業者の注目を集めた。

日珈販ではこのほど日本珈琲貿易と話し合った結果、日珈販としてはフランチャイズチェーンを展開せず、前記のような業者の中心で、メリタのワンマンコーヒーハウスのシステムを使ってコーヒー専門店の方

るブレンドの卸売りを検討中だが、試案によると、対象となる喫茶店は加盟店の商圏外にあるものとし、新規加盟店の商圏に含まれた場合は取引を中止すること、卸売価格は加盟店への卸売価格の20パーセント高とするなどとなっている。

なお新潟地区の場合はほえむ新潟駅前店と本部が協議することとなっている。

豆のニュース

雑誌「コーヒー専門店」

柴田書店から5月発売

コーヒー専門店に対する関心が非常に高まっている

ンチャイズを行ないたいとするものに対して、ほえむまごころチェーンにおける実績をもとに、契約の仕方、契約書の作り方、マニュアルの作り方など、フランチャイズ化に必要なノウハウを一切指導することになった。

なお、指導料は20〜30万円を予定している。

折から、非常にタイムリーな企画の雑誌が、食堂誌では業界ナンバワンの柴田書店から月刊喫茶店経営臨時増刊号「コーヒー専門店」として発行される。

発売は5月中旬の予定で、コーヒー豆の知識やコーヒーの淹れ方など初歩的なものから、コーヒーの流通問題など、コーヒー専門店経営に必要な高度な専門店知識をはじめ、外国のケースや今後の展望など、コーヒー専門店の経営に興味のある人には絶対見逃すことのできない内容が盛り沢山である。

なお、今後は年2回位発行される見込み。

柄沢和雄氏、米国のフランチャイズを視察

珈琲のコンサルタントとして今や第一人者の感のある柄沢和雄氏は、2月上旬より20日間、アメリカ各地を視察した。これは小熊辰夫氏の主宰した視察団に同行したもので、特にフランチャイズのあり方について重点的に視察し、アメリカにおける代表的なフランチャイズ本部を訪ねて首脳陣と突込んだ意見の交換を行なって来たものである。

柄沢氏は帰国後日珈販本部を訪れ、「今度の外遊の結果を日本におけるコーヒー専門店のフランチャイズ化の指導に生かしたい」と語った。

なお、柄沢氏はほえむの「○○種類のコーヒー」のメニュー構成と、そのマニュアル作成を担当することになった。

コーヒー専門店ゼミ

日珈販では「コーヒー専門店」に対する一般の関心の高まりに因應するためと、ほえむ・まごころチェーンの新規加盟募集のデモンストラーションを兼ねて「コーヒー専門店ゼミナール」を開催することとなり、目下、講師や会場の折衝を行なっている。既に食堂コンサルタントの第一人者小熊辰夫氏や柄沢和雄氏らの内諾を得ており、日程の調整がつき次第、正式な日時を決定する。

日珈販 だより

ぼえむ・まごころチェーン 現加盟店の体質強化に重点

今後の活動方針決まる

日珈販ではこの程加盟店会議の意向に基づいて、今後の活動方針の重点を、現加盟店の体質強化に置くことを決定した。

これは加盟店側から、本部の経費が新規加盟店の開店指導や企画調査のために多く支出され、そのため現加盟店に対する支援活動が犠牲になる傾向がある点や最近のコーヒー専門店のブームに乗って競合店が急速に増加しており、強力な対応策を立てる必要があるにもかかわらず本部はそれに対して無策であるなどの意見が出されたため、本部としてはチェーンが現加盟店の費用負担によって維持されているという原点到立戻って、今後は現加盟店の体質強化を最優先するという方針を決定したのである。

その具体策として、利用者負担という原則を確立するため、加盟店における契

約金などを60万円(のれん代3カ年15万円・調査企画料15万円・教育実習費10万円・店舗設計監理費20万円)に増額して、加盟時に要する費用は新規加盟者に負担して貰うことをはじめ加盟後一定期間を経過した店に対しては銀行ローンやリース、レンタルの斡旋や保証を行ったり、パッケージ用品の拡充やポスターの制作、業務マニュアルの改正細文化、プロモーション

ン資材の充実やゼロックス導入による業界や新製品に関する情報の提供など、加盟店の日常の営業を援けるための活動を推進していくことになり、すでにこの大半に着手している。

なお、加盟契約金などの増額は3月以降に申込んだ者から適用されるが、同時に現在2万円であったロイヤリティの最低額が3万円に引上げられる。ただし3パーセントの率は据置き。

地域フランチャイザー

募集の大綱決まる

日珈販では今後正式に地域フランチャイザーの募集を開始するが、その大綱を次のように決めた。

まず、その地域において3店以上のモデル店を出店する能力を有すること。その地域のスーパーバイザーとして養成可能な人材を集

める能力があること。3番目に本部の理念に賛同するものとしている。

以上の能力ありという場合は、モデル店の出店を認め、その営業成績及び指導能力に応じ権利を与える。

× × ×

◎チェーン店が12店に:

新たに2店が加盟

日珈販では、この程佐藤明さんと永田政弘さんの加盟を認めることになった。

佐藤さんは、この業界では全くの素人であるが、田園都市線青葉台駅前の国道246号線沿いに建設中のニイオカグリーンハイツ内

100種類のコーヒーがある
珈琲専門店
ぼえむ・まごころチェーン
加盟店・地域たしてあります
を募集いたします
お申込みは
(株)日本珈琲販売共同機構本部
ぼえむ・まごころチェーン

のショッピングセンターに13坪の店を、ぼえむ青葉台店として出店する。開店は5月1日の予定。

一方、永田さんは現在小平駅北口に喫茶店シンザンを、南口にパーラーシンザンの2店を営業しており、そのうち南口の店をコーヒー専門店に転向させたい意向をもって。内部的な

調整をすませ次第準備に入る事となっているが、順調にいけば、6月に増築される隣接の西友ストアと歩調を合わせて、ぼえむ小平南口店18坪が開店する。

◎ぼえむファミリーブランド発売、まごころブレンド大幅値上げに対応

日珈販が発売元の高級コーヒー豆まごころブレンドが3月1日から値上げとなるが、当初予想した15パーセントを大幅に上回る22パーセントの値上りとなる。

これはコーヒー豆が当初の見込みよりはるかに品薄で、コーヒー市場の中心を占めるブラジルサントスなどはこの3カ月間に53パーセントも値上りする有様である。そのため円切上げによる値下げ分を差引いてもなお輸入価格の値上りは大

幅のものとなり、焙煎加工に使われるガス代の値上りなど諸物価値上りを考慮すると、品質を維持するためには22パーセント程度の値上げはやむを得ないという結論に達したのである。

日珈販としては、この値

上げが折角ブームとなっている家庭用レギュラーコーヒーの普及に水を差すものとして、加工先と協議を重ねた結果、普及品としてぼえむファミリーブレンドを発売することになった。これは、まごころブレンドが生豆の品質と加工法の両方に重点を置いているのに対し、ファミリーブレンドは加工段階にオートメーションを採用、省力化によるコストダウンとなったものである。値段は100グラムにつきまごころブレンド200円に対して100円とかなり安くなっているが、配合豆の品質そのものには大差はない。

◎ぼえむ8号店、9号店相次いで開店の運び

かねてから開店の準備を進めていたぼえむ新潟駅前店(店長安達弘市さん・支配人松本秀二さん)が、3月3日(土)に、またぼえむ下北沢店(店長田口益弘さん)が3月10日(土)にオープンすることになった。これではぼえむは9店となり、ぼえむ・まごころチェーンとしては10店目となる。

珈琲学入門講座

第一章 コーヒーの科学<その四>

コーヒーの酸味について

コクの形成に欠かせない酸味

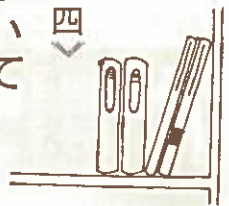
コーヒーを味わう場合、香り、苦さについて問題になるのは酸味である。

我々はコーヒーというとつい香りだとか苦味だとかに気をとられがちで、酸味については無視しがちであるが、実をいうとこの酸味がコーヒーのコクといわれるあの微妙な味わいを形成するのに重要な決め手となる

っているのである。

事実全く酸味のないコーヒーなんて味が単調でどう考えたってコクのあるコーヒーとはいえないようだ。たとえばイタリアンロース

トのコーヒーのように酸味が全く感じられない位に煎ってしまつと、それなりの美味しさはあつても所詮苦いだけでサッパリしたところが良いだけであるし、ロブスター種のように元来酸味の乏しいものは何となく



味に深さが感じられない。

このように、コーヒーの酸味というものはコーヒーのコクといわれる微妙な味わいを形成する上で必要かつ欠くべからざるものだ。

誤解されている

コーヒーの酸味

このようにコーヒーの味を形成する上で重要な成分であるにもかかわらず、多くの場合酸味は敬遠され勝ちである。

それはどうもコーヒーの酸味というものをコーヒー

のエキス分に元来含まれている酸味と、他の成分が酸化変質し形成された酸による酸味を混同しているために起こる誤解と思われる。

実際に我々は多くのお客様と接していると、酸味が嫌いだといわれる方が非常に多いのに気がつく。しか

しその反面、そのお客様達がグアテマラだのコスタリカだの酸の多いコーヒーを好んで飲んでいることも経験している。

これは日本の喫茶店では一度に大量のコーヒーを淹れ、それを沸かし直して提供するのが当たり前になっているが、そのように調理法の誤りによって形成される酸味と、コーヒー本来の酸味をとり違えているのが酸味を敬遠する理由となつて

いるようである。フランス人とかイタリア人とか日本人などという味にうるさい人種は、もともと酸味にはうるさい人種なのである。だからアルコール飲料でもワインとかキャンテイとか酒とか酸のあるものを好むのである。

フランス人が強い焙煎のコーヒーを好むのも、酸味が嫌いなのではなく水が悪いかからである。その証拠にフランス人が好むモカマタリは、コーヒーの中でも最も酸味の多いものであるし強煎りにしても酸味が残らななのである。

コーヒーの酸はアルカリ性の酸?

さて、コーヒーの味における酸味というものが、物質の酸化などによって形成された酸味でなく、エキス分に本来含まれている酸味を指すものであることを述べたが、それでは一体この酸味が何によって形成されているのかという残念ながら、あまり明らかにされていない。

これは恐らく、この酸味が他の果物などに含まれている酸味と同じような物質であつてカフェインやカフェオールといった物質のように科学者の興味を特に惹いた存在でなかったからではないだろうか。だとするとこれは恐らく酢酸やクエン酸のようなアルカリ性の酸であることは間違いないさうである。よくコーヒーやワインはアルカリ性飲料であるといわれるが、それはこのせいかもしれない。従つてコーヒーの酸味を楽しむためにはコーヒーのアルカリ性を保つこと、つまり酸化させないことがた

手軽すぎるのが不満です

メリタをお使いになつた方は
みんなそういわれます



輸入元
日本珈琲貿易株式会社
東京支店 813-7056



一度訪ねてみたい 郊外の珈琲店

三月の声を聞くとそぞろ土の香が恋しくなる。ふと降り立った郊外の町に、もしもステキな珈琲店があったなら、そして思わず胸ときめかず可憐な女性にめぐり逢えたら、その一日はどんなに幸せだろうか。と思うのは、あながちコーヒーファンだけにとどまらないだろう。そのような願いをお持ちの方は、宮良洋子さん経営の「ぼえむたまプラーザ店」を記憶されておくとよい。次はお店からの便り——

陽光あふれる たまプラーザ



宮良洋子さん

日珈販コーヒー友の会へのお誘い

☆ その特典と応募要領 ☆

◎日珈販コーヒー友の会は、コーヒーを愛するお客様が集まりです。

◎スタンプは、コーヒー300円)です。

◎会員の方には、毎月機関紙「珈琲共和国」とコーヒー割引券をお送りするほか、レートの高いスタンプや「友の会の集い」へのお誘い、会員割引など、かずかずの特典が与えられています。

◎お申込みは、各加盟店へどうぞ。

◎会費は年間500円(半年)

☆☆☆



券出気もコーヒーも抜群デス

「何故か北欧を想わせるたまプラーザの丘の上のぼえむにも、春が近づいてきました。さて、珈琲の味は気分左右されやすいとか、ここたまプラーザは郊外の静かなところ、くつろいだ雰囲気の中でお客さまはきっと満足して下さると思います。一日に三、四回と足を運んでくださる方、愛くるしい都心からのお嬢さ

2月コーヒー友の会の集い

ま、また地元の奥さまや若い人たちもよく豆を求めに来てくださいます。四歳のじゅん子ちゃんをはじめ小さなお客さまもたくさんお店をパッと楽しくしてくれます。お店の前に大きなコーヒーミルを置きました。

道行く人が試していきませう。皆さま、たまプラーザで童心に返ってコーヒーミルを回しませんか? そしておいしい珈琲も一杯、新しい恋が生まれるかも... ほんとうに春ですね。」
(従業員より)

今回も7時には満席の状態ではじまった。オークシヨンの一部分を紹介すると①陶器製メリタ&ポット(550円で落ちる)②石ころ像2点③コーヒー豆入麻袋④モカ生豆入かご⑤ぼえむ下高井戸店で使用していた特製テーブル&椅子(今でもピクともしないシロモノ、1500円で落ちる)など。またお客さんの伊藤孝さんをはじめ若い男性の方々の銅版画、シルクスクリーンなども出品された。劇団「風」による詩の朗読は、岸波奈々子さんが寺山修司の「海の詩学」「粟について」を、小松智保子さんが黒田三郎の「夕方の30分」を。お客さんの中からは松下志保さん、村田洋

コーヒーシュガーは純度の高い砂糖をくわす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。(家庭用450g入り300円)

製造 台糖株式会社



■「読者のサロン」
ご利用について
本紙の読者なら誰でも利用できます。「コーヒーに対する意見、アイデア」「詩、小話、ジョーク」「マンガ、イラスト」「譲ります、買いたし」など。原稿に住所、氏名、年齢、職業をお忘れなく。本紙編集所宛お送りください。

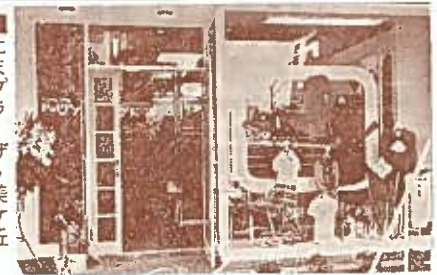
■「読者のサロン」
ご利用について
本紙の読者なら誰でも利用できます。「コーヒーに対する意見、アイデア」「詩、小話、ジョーク」「マンガ、イラスト」「譲ります、買いたし」など。原稿に住所、氏名、年齢、職業をお忘れなく。本紙編集所宛お送りください。

新装なったポピー

ママと子どもの高級洋品店

この二月中旬に店内改装
 拡張で、ムードを一新した
 ファミリーショップポピー
 ークはいま春物がいっぱい
 い。レナウン、ミカレディ
 の婦人物、チャイルド、キ
 ャラパンの子ども物などセ
 ンスあふれる高級婦人、子
 ども、ベビー洋品がこの店
 の特色となっている。
 ファミリーショップとい

うのは、家族ぐるみ、おか
 あさんも子どももいっしょ
 に買い物のできる店という
 ことで、高級洋品店であり
 ながら、いつも和気あいな
 いの空気がたまたまよって
 る。若いご主人はたいへん
 意欲的である。ばえむの並
 びなので、その行きか帰りに
 ちよっとのぞいてみるこ
 とをおすすめする。



■たまプラーザ・美ヶ丘
 電045(91) 4547
 店主 風間秀晃

☆日珈販コーヒー友の会協賛店紹介(第12回)

洋菓子のエーデルワイズ

清潔な工場ものぞける店

人味とセンスの洋菓子
 をキャッチフレーズとして
 お客さんの目を惹きませ、
 口を満足していただけるよ
 うなケーキ作りを目標にし
 ているという。高級洋菓子
 店としてのムードあふれる
 店内には、ケーキのほかに
 パラエティに富んだ商品が
 並び、お買物をしながら清
 潔な工場が見られるなど、
 なかなか気のきいた洋菓子

の店である。

開店してまだ一年四カ月

という若い店
 だが、フレッ
 シュクリーム
 のとてもおい
 しいケーキが
 好評を博して
 いる。

なお、近日
 中に梶ヶ谷
 (かじがや)



■たまプラーザ・美ヶ丘
 電045(91) 4578
 店主 福村慶次郎

三丁目店がオープン予定
 という。

日珈販協賛店

御案内

商品券通用店

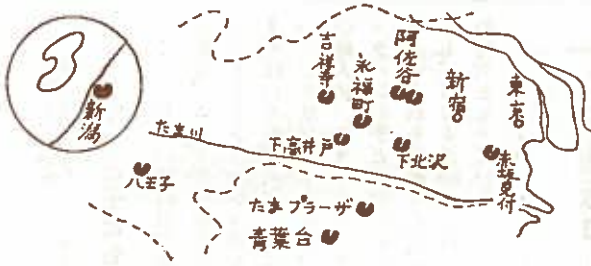
- 洋菓子専門店ひつころ八王子駅前店 八王子駅北口下車清水駐車場前
電0426-25-3355
- 中央店 八王子駅北口下車たつみ通り長崎屋向かい
電0426-24-8252
- 西八王子店 西八王寺駅下車踏切際
電0426-61-4337
- メンズショップスタック
八王子支店 八王子駅北口放射線通り
電0426-42-2549
- 八王子西武店
電0426-44-0111
- 楽器・レコード千葉楽器
八王子駅北口放射線通り
電0426-22-5234
- メンズショップカワムラ
阿佐谷店 パールセンター内
電 311-6844
- 成城店 成城学園通り
電 482-7089
- 下北沢店 下北沢駅前
電 460-8844
- 婦人洋品のスマイル
阿佐谷パールセンター中央

- 竹多屋文具店
阿佐谷パールセンター
電 311-3715
- 文公堂書店
阿佐谷ダイヤ街内
電 338-4012
- オガワ画材店
阿佐谷オデオン座通り
電 330-3343
- キャンパスショップジャック
下高井戸日大通り
電 323-0070
- レコード専門店オスカ
下高井戸日大通り
電 322-6888
- メンズショップクルーズ
原宿表参道より明治通り交差点左角
電 408-1168
- ギャラリートコール
銀座小松ストアー裏
電 572-9685
- キャラバンコーヒーショップ八重洲店
東京駅八重洲南口興銀前
電 281-4604
- 書籍・文具・スポーツ用品あすなろ
田園都市線たまプラーザ駅下車緑区美ヶ丘

☆協賛店募集ご案内

日珈販珈琲友の会では
 だ今協賛店を募集致して
 ります。
 ○協賛金・広告料などは
 一切頂けません。
 ○商品券をお取扱い頂く
 だけで、商品の値引きな
 どの必要ありません。
 ○商品券はお近くの日珈
 販加盟店へお持ちになれ
 ば即時現金化致します。
 ○協賛店と加盟店の間で
 連帯感が生まれ、お互い
 に顧客の定着化がはから
 れています。
 お問い合わせは左記へ
 (株)日本珈琲販売共同機構
 TEL(33) 3261

電045(91) 8992
 ■洋菓子専門店エーデルワ
 イズ
 田園都市線たまプラーザ駅
 下車緑区美ヶ丘
 電045(91) 4578
 ■ファミリーショップポピ
 ー
 田園都市線たまプラーザ駅
 下車美ヶ丘ばえむ並び
 電045(91) 4547
 ☆その他、各加盟店でも通
 用します。



100種類のコーヒーがある
珈琲専門店

ぽえむ・まごころチェーン
一覽

ぽえむ

阿佐谷本館

■国電阿佐谷駅北口高架線
横
TEL三三八一三三三五
■営業 AM10~AM11・30
■定休日 毎週火曜日

ぽえむ

吉祥寺店

■国電吉祥寺駅北口三菱信託銀行横
TEL三三三二七〇四〇
■営業 AM11~PM11
■定休日 毎週火曜日

ぽえむ

赤坂見付店

■地下鉄赤坂見付駅下車
TEL五八六一三七九四
■営業 AM8~PM9
■定休日 毎週日曜日

ぽえむ

たまプラーザ店

■田園都市線たまプラーザ駅下車美ヶ丘1-12
TEL四六二六二二六
■営業 AM10・30~PM10
■定休日 毎週木曜日

まごころの味・ひっこり

八王子駅前店

■国電八王子駅下車一分
TEL四六二六(25)三三五五
■営業 AM9~PM11
■日祭日 AM10~PM9
■年中無休

選び抜かれた珈琲豆の最高級品《手造りの味》まごころブレンドをご賞味ください

ぽえむ

阿佐谷東館

■国電阿佐谷駅北口西友ストア裏
TEL三三〇一五三七八
■営業 AM9~PM11
■定休日 3月は第一、第二火曜日のみ休み

ぽえむ

永福町店

■井の頭線永福町駅前三井銀行裏
TEL三三二一〇四三二
■営業 AM10~PM11
■定休日 毎週火曜日

ぽえむ

下高井戸店

■京王線下高井戸駅前日大通
TEL三三三三六三〇五
■営業 AM9~AM10・30
■定休日 毎週火曜日

ぽえむ

下北沢店
(3月10日開店)

■下北沢駅下車一分
TEL四六九一四〇三三

ぽえむ

新潟駅前店
(3月3日開店)

■新潟市東大通2丁目番中央郵便局隣
TEL三三三(45)一七八一