

コーヒー党の機関誌



珈琲共和国

発行日 1974年7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金田ビル 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 ハイッ長谷川801
 電(368)7709

7 月 号

夏の暑い季節



なれどコーヒー通なる故に

我、ホットコーヒーを飲む

さあ、夏がやってきた。
 白いヨット、爽快なサーフィン、
 そして魅惑的な岩肌をみせるアル
 ブスの山々など、青い海にも、み
 どりの山にも生命のリズムが躍動
 する季節だ。

だが、コーヒー通にとってはユ
 ーウツな季節だ。
 なぜならば、この暑い季節をい
 っそう暑く感じながら、コーヒー
 通なるが故にアツい熱いホットコ
 ーヒーを飲まなければならないの
 だ。

コーヒーのわからぬくせにコー
 ヒー党と称する連中は、涼しげに
 アイスコーヒーを飲む。
 水のタップリと入ったあの冷た
 い悪魔的な液体を、グイと美味そ
 うに飲み干す。

番生!!
 だが、コーヒー通ならここでグ
 ッと踏みこたえなければならな
 い。俺達はコーヒー飲みのエリ
 トなのだ。

コーヒー通と呼ばれるからに
 は、これ位の苦痛には堪えなけれ
 ばならない。

ダラダラと汗をたらしながら、
 コーヒー通たる俺達は、アツい熱
 いコーヒーを飲もう。

ボクはコーヒー党だ。

だが、コーヒー通なんて高尚な
 人種ではない。

ただ、コーヒーという美味しい
 飲みものが好きだけなのだ。

だから、ボクはホットコーヒー
 を飲むし、夏になればアイスコー
 ヒーを飲む。

夏でもホットしか飲まないのが
 コーヒー通なんていうのは、本当
 は日本のコーヒー事情がそうさせ
 ただけのことなのだ。

日本の焙煎業者たちは、コーヒ
 ーなんて強く煎じれば味は同じだ
 ぐらいにしか考えていない。

だから、夏になると質の悪い豆
 を黒々と煎って安くアイスコーヒ
 ー用として卸してきたのだ。

だが、ボクの行く店は違う。
 上質のコーヒー豆をタップリと
 使って、一杯一杯注文のつど作っ
 てくれる。だから凄く美味しい。

第一その店には、アイスコーヒ
 ー用の豆なんかおいていない。

やれやれ、ボクのお隣りさんも
 無理してコーヒー通ぶっている手
 合だな。

まあ、汗のひどいこと。
 どれ、ボクはグッと冷たいのを
 飲むか。

ウマイ!!
 「ボーイさん、お代わりもう一杯
 チョウダイ」

コーヒ一党宣言

週日、私はかねてからお会いしたいと思っていた小室博昭さんにお会いする機会を得た。小室さんは、世界で一番の舌を持つ男といわれるコーヒ一の鑑定人である。

我が国では、コーヒ一の鑑定人といえば、コーヒ一を飲んでみて、美味いのでないか、といっている人間ぐらいしか考えてみないだろうが、小室さんが現在おられるブラジルをはじめ、世界の貿易市場でコーヒ一鑑定人といえは、たいへんな大物なのである。

鑑定人の

ちから

なぜならば、コーヒ一消費国のコーヒ一輸入商社は鑑定人の舌を信じてコーヒ一を取り替えるのが習慣となっており、鑑定人が別の会社へ移ったりすると客もみんなその鑑定人の移った会社へ移ってしまうぐらいの強い影響力を持っているからである。

だから、ブラジルのコーヒ一会社などでは、鑑定人が社長の2倍以上もの給料

をもらっていることなど当然のことなのである。

小室さんは、明治大学を卒業後単身ブラジルへ渡られ、日本人としては初めてブラジルコーヒ一院の鑑定士の学校を卒業された方で、現在マルベニコロラ社の支配人も兼ねる超大物の鑑定人なのである。

数年前から、日本人の手で作ったコーヒ一を日本人達に飲んでもらいたい

これからどう動く？ 我が国のコーヒ一業界

—小室博昭氏・某生豆問屋社長との会見から—

朝日本珈琲販売共同機構
代表取締役

山内豊之

仲介によりやっとお会いすることが出来たのだが、なぜ私が小室さんとかなかなかお会い出来なかったのかの意味を十分に理解することができたのである。

私がどのように理解したかについて述べることは、仲介人に対して非常な迷惑を及ぼすことなので詳しくは語れないが、賢明なる「珈琲共和国」の読者ならばその会談問答がどのよう

のブルボン種より霜害や病虫害に強く収穫量も多いからであるが、味の方ではかなり落ちるということである。

そこで小室さん達はコラド農園という新しいコーヒ一農園を開き、そこにブ

コーヒ一を

知る

いうことで、毎年一回来日され、コーヒ一の正しい知識の普及を通じて、ブラジルで生産されたコーヒ一のうち品質の良いものをどしどし輸入してもらいたいと努力されている。

私も小室さんのお話はその第一回目の来日の際から伺っていたのだが、なぜか引合わせてもらったことが出来ないままだった。

今年、数年目にしてあこがれの小室さんにある人の

なものであったかは推察していただけたと思う。

会談問答のうち差しさわりのないことを述べれば、小室さんたちがブラジルで真剣に美味しいコーヒ一を作るために努力されていることなど我が国には知られていない。

たとえば、現在ブラジルでは「新世界」と呼ばれるスマトラ種とブルボン種の交配種が多く栽培されている。これはこの新種が在来

ルボン種を植えて、美味しいコーヒ一作りに乗出したということである。

このようにして、何とか美味しいコーヒ一を作ろうとしているのだが、どうも日本のコーヒ一業者は安い品物や、見てくれが良くても味はそれほどでもないものばかり追って、本当に良い品質のものは買ってくれないとボヤいておられた。日本人として日本人が心をこめて作った美味しいコ

ーヒ一を、日本の人達にぜひ飲んでもらいたいのだが、この調子では、せっかくのコーヒ一もみんな欧米行きとなってしまいそうだということである。

正直な話、このオシャベリな私が会談中ほとんど発言する気を起こさないほどいろいろな真実を話していた。

そして、いかにわれわれがコーヒ一というものを知らないかということ、イヤというほど知らされた。と同時に、私は日本人の中にもこれほどコーヒ一に情熱を注ぎ、日本のコーヒ一業界正常化に熱意を燃やしている人がいることを知って、大いに開志をかきたてられたのである。

小室さんはまだ30歳代の青年である。

私もやっと40歳、これからコーヒ一業界は面白そうである。

サイホン

を

私は、簡単なことです。私にステッキを一本下さい。そうすればコーヒ一専門店コーヒ一サイホンを全部砕きます。私はサイホン自体は悪いと思いませんが、サイホンがコーヒ一を淹れることを面倒なことだ、という印象を与えていることがいけないと思います。メリタのような簡単な器具を店でも使えば、コーヒ一豆のひき売りはたちまち増大します。コーヒ一業界とは妙な業界で、業者がコーヒ一豆を売れないように売れないようにして自分の首をしめている。なぜあんなにコーヒ一専門店にサイホンを奨めるのでしょうか。不思議な業界で、常識では理解できません。と申上げたところ、相手の社長は大笑いされ、それでは金のステッキでも差上げましょうということになった。

私はその日2人の方に会い、異質の経験をしたが、そこに我が国のコーヒ一業界の縮図を見た思いがしたのである。

さて、これからのコーヒ一業界はどう動くのだろうか？

相互不可侵条約を締結

ぼえむ・コロラド両チェーン

互いの店舗展開地域内に 合意なしに出店せず

家庭用レギュラーコーヒーの販売を目的とするコーヒー専門店店舗展開を進めているぼえむチェーン（主宰日本珈琲販売共同機構・山内豊之社長）とコロラドチェーン（主宰ドトルコーヒー・鳥羽博道社長）は、互いに店舗展開地域内には双方の合意なしに出店せず、協力してコーヒー専門店を広げていくことを取り決めた。

家庭でのレギュラーコーヒー需要の高まりを反映して、喫茶室でコーヒーを提供するかたわらコーヒー豆のひき売りをしている専門店のチェーン化がこの2、3年進んでいるが、チェーン同志が「相互不可侵条約」を結ぶのは初めてである。

ぼえむチェーンは「ぼえむ」「プチぼえむ」の店名で、現在、社団法人日本フランチャイーズチェーン正会員としてコーヒー業界唯一の認定を受け、首都圏を中心に20数店舗のチェーン展開を行っている。

一方、コロラドチェーンは2年ほど前から焙煎業者のドトルコーヒーが主体となっており「コロラド」の名でポランタリーチェーン

的な展開を行っており、現在、直営を含めて30店の規模に達し、年内には80店（鳥羽社長）に拡大する見込みである、という。

両チェーン共に、レギュラーコーヒーの家庭向け需要が今後増大し、将来のコーヒー業界はレギュラーコーヒーの家庭消費が中心になるとの見通しから、大都市郊外におけるコーヒー豆のひき売りを重視して所々で競合する恐れがあった。そこで、競合の起こらない現時点において双方が話し合い、お互い商圏を乱さないようにすべきである、という意見の一致をみたので、このたび「相互不可侵条約」を結んだ。

両チェーンがこうした戦略を立てたのは、各チェーンがサッポロレーメンのようにならざるにチェーン展開を行うと、同一商圏内にコーヒー専門店が乱立し、加

メリタ副社長発言及び

メリタ社の副社長が4年後100億円の市場の強気の発言をし、ぼえむ・コロラド両チェーンの専門店のチェーンが不可侵条約を結んだ。

この二つの事柄は一見何の関係もないように見えるが、実は重要な兼合いを持つものである。

メリタ社は、当面日本の

来年50億円を目標

メリタ副社長強気の弁

「日本でも消費者の好みがインスタントコーヒーからレギュラーコーヒーに移っており、メリタのコーヒー用フィルター、器具類はかなり売れるだろう。来年の年間販売額は50億円を目標にしている。」

メリタジャパンの営業開始を9月に控え、最終的な販売政策を詰めに来日した

西独メリタ社のフォン・デカ・リニューエ海外統括担当副社長は、強気の対日戦略をこう語った。要旨は次の通り。

一、西独でメリタのコーヒーフィルターが99%の占有率を維持しているのは、苦味や油脂をうまく取り除く高品質だからだ。日本では今年9〜12月の4カ月間

日経流通新聞)

盟ずみの経営を圧迫することになるからだ。

日珈販山内社長とドトルコーヒー鳥羽社長は数年来の親交があり、互いに情報交換などを続け、コーヒー業界の将来に対する思考なども同じであることから、お互いに競合する店舗展開をする、共喰いになることなどの理由による。

一、日本ではまだインスタントコーヒーが圧倒的に多いが、所得と余暇が増大し、好みが高度化すると、レギュラーコーヒーに転換していくのが世界共通の傾向である。日本はそういう転換期の戸口に立っている。

一、日本での販売政策は複雑な流通事情を考慮し、西独での直販制度は採用しない。三菱商事など大手商社4社を代理店に指定し、さらにその下にコーヒー焙煎業者などを特約店として組織化する。コーヒー業界は世界どの国でも焙煎業者が無視できない力を持っており、彼らの扱うレギュラーコーヒーの販売促進にメリタ製品が役立つ意味もあり、日本でも親密な協力体制を築き上げたい。（以上、

解説

ぼえむ・コロラド不可侵条約の裏側

業界の流通ルートを重視して、日本の焙煎業者と仲良くやるであろうが、この流れに商品が日本に定着したときには、当然直販へ移行することも考えられるし、さらに警戒すべきは、メリタ社が家庭用レギュラーコーヒーの販売に乗り出すことである。メリタ社は社長個

人名で29（茶・コーヒー）なるとみられるが、家庭用レギュラーコーヒーをめぐると動きは業務用コーヒーとの兼合いもあって複雑化するであろう。

そんな際、身内同志の争う懸を避けて、協力し、外資・販店との戦いを進めようというのが、ぼえむ・コロラド両チェーン不可侵条約の狙いである。

(T・V)

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〉チューリング・ドイツシユ

日本喫茶学院講師
喫茶技術コンサルタント
柄沢和雄



悪魔の

コーヒー

チューリング・ドイツシユとは火にかけて暖をとる銀製、またはステンレス製の容器である。

抽出器具ではないが、コーヒーを作成する上には欠かせないのでできない容器である。すなわちメニエーの中に「カフェ・ブロー」というものがある。応用メニエーには同名で「カフェ・ブルロット・ディアボリーケ」、さらにアレシジされたものに「カフェ・ロワイヤル」や「カフェ・グロリア」などがあり、「フレイミング・コーヒー」という名も見受けられる。「カフェ・ブロー」は別名「カフェ・ディアボル」で、悪魔的コーヒーとなる

が、「魅惑のコーヒー」と解がもされてサバー(夜食)には欠かすことのできないコーヒーといわれている。また、このコーヒーは一人で飲むよりも、女性同伴やグループで飲むときに用いられる。サパークラブ(日本の場合は別)やディナーハウスにおいて、料理やデザートと共に楽しむことのできるコーヒーでもある。日本風にいえば、すきやきを始めとして鍋ものは、テーブルの上で火にかけながら何人かで食べた方が、煮込んで運ばれるよりも風味の点で良いはずである。丁度そういうコーヒーだと思っただけのとよい。すなわちワゴンでサービされた上にチューリング・ドイツシユが火で暖められ、その中にいろいろな材料が加えら

柄沢和雄

れて火がつけられる。さらにコーヒーを加えたあとコーヒーカップにつがれて供されるものである。次にオートドックスな処方方を明記すると

○カフェ・ブロー(四人分)

■材料

- 角砂糖 大6個
- クロロップの小片切 8ノ
- シナモン棒小片切 10切
- レモンのピール(細切り) 1個分
- コニヤック 120cc
- ストレンジコーヒー 400cc



■作り方

コーヒー以外の材料をチューリング・ドイツシユに入れて火の上のせて暖める。続いて容器の中に火をつけてよく混ぜる。

2、3分経ったら温かいコーヒーを加え、かきまぜないでカップにそそいで供する。

外国では

サバー見学

青白い炎がいかに悪魔的であるといわれている。テーブルの上でも、ワゴンサービスでもよく、ディナーハウスは原則的にはワゴンで全部供される。

肉料理、サラダ、デザート、コーヒーの順となり、本場では予約なしに入ると三時間はみなければならぬ。せっかちな日本人は外国旅行してもサバーまで

見学しない。これはわが業界の人たちにもいえる。日

中回る飲食店では、たかが知れており、なぜそこまで見てこないのか不思議である。

ヨーロッパ諸国をつぶさに回るには相当の回数と月日を要するし、手取り早いのはアメリカである。アメリカという広大な土地には世界各国のものがある。その中の夜のレストランを見て歩くと、コーヒーの豊富さにびっくりさせられる。

日中のコーヒーはお茶代わりだと思えばよい。

一人よりも

グループで

南部ルイシアナ州のニューオリンズにはフレンチ・コートがあり、有名な店の「ブレナンズ」をはじめ、そこにおける「アイリッシュ・ユ・コーヒー」や「カフェ・ブロー」の演出はすばらしい。サンフランシスコのチャイナタウンの「ホリディ・イン」の裏に「ブルーホットクス」があり、全米で五指に入るという格調高いディナーハウスがある。その中

から取り上げると

- CAFFÈ... 60
- DEMI = TASSE... 60
- SANKA... 50
- CAFÈ... DIABLO (FOR TWO)... 8.00
- CAFÈ FILTRE... 1.00
- CAFÈ ROMANO... 3.50

(註 U. S. \$) 以上のメニューがあるのを参考までに記載した。今回のテーマは、抽出器具以外にコーヒーを作成する上に必要な容器を述べてみたが、日本ではまだ一人で楽しんで飲むという風潮が残っているし、中には接待族もいる。しかし、やがてグループでまとめて飲んで、家庭で何人かがテーブルを囲んで飲むようになる、料理同様、こういう容器が必要になってくるかもしれない。

「ばえむ」にも「ソルジヤーズ キャンピング・パンチ」というメニューがあった。一人で飲んでもかまわないが、この辺りはさしずめ今回のテーマに合わせられるはずである。

連載

珈琲太平記 9

詩人・評論家 寺下辰夫

「実録珈琲店経営」

のこと

本号のメ切日の翌々日から、財団法人「フイリッピン協会」の岸 信介会長（元・総理）の依頼によってルバン島の小野田少尉への寛容なる処置に対して、マルコス比国大統領に、日本画壇の巨匠たる青木大乗先生の「富士山」の大額力作を贈呈するために、マニラ



に赴くことになったので、なにかと出発準備や、フイリッピン政府当局との連絡のために忙しいので、本号は、長崎時代のことを記するための余裕がないので、6月、上梓された山内豊之君の新作「実録珈琲店経営」の読後感を記することにする。

本書にたいしては、約三頁にわたって「序文」を私が書いた。その序文を本誌において



繰り返しても意味がないので、私の読後の卒直な感想を記してみることにする。「実録珈琲店経営」の内容は、多年、珈琲店経営に、いわば「体当り」をし、苦勞して、今日の立場と「ぼえむチエーン」を礎いたところの「体験」を原点到して記されたものだけに、珈琲を自分の概念や理論・理想で書いた本や、まして、他人の研究をノリとハサミで纏めたような類書とは、根本的にちがう内容であることは、期待していたのである。

私のこの期待は、まぎれもなく当たったことを、まず序文のある意味での責任者としても、また、私の期待、イヤ、期待していた以上の「実のある内容」の一本であったことを、心から悦びたいのである。大ザッパにあって、世上

には、何ら「役にたたぬ本」や「悪書」でもないべき本がハンランしすぎる傾向にある。また、本の題名は新しくても、その内容の「くぐらい」が新しい内容で、それは、それ以前に上梓された本の内容を入れた新刊が平気で公表されることが、きわめて多い。とくに小説本や随筆集の類は、この例が目立つ。これは、極論すれば読者を「ペテン」にかけるような詐欺的な行為ともいえる。

だから、こうした不誠意な単行本は、すぐに古本屋に「棚ざらし」になるのだ。私は、手前味噌のようだが、三十冊近い著書を上梓したが、ほとんど古本屋にはない。たまたま出ても、値段は、意外に高い値段をつけてくれる。ということでは買ってくれた読者諸君が、古本屋に売らずに保存してくれれば「愛情」があるためだと、感謝している。

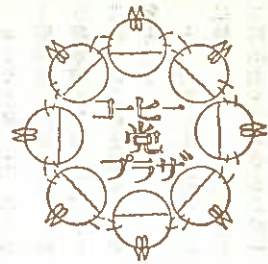
こんな時代に、役にたたぬ本やプラスにならぬ本がやたらに出版されては、かなわないともいえる。『儲け主義』ならば、どんな悪書を出してもよいというような考え方で、出版社がつまらぬ新刊を出版する風潮も、反省すべき秋

れが偶然にしろ、多少なりとも、読んでプラスにならなければ、世に公刊する意味もないと考えるからだ。自分の著書にたいする「心構え」を引用したのは、今回の山内君の「実録珈琲店経営」という一本が上梓されて、珈琲業界の人々は勿論、コピー・マニアの人たちのためにも、たいへんにプラスする本、すなわち、私のいう「役にたつ本」という意味と条件に、文句なく適合する一本であること

だとは私は思考する。私は、敢えて山内君が、親しい後身だからという理由で、チョウチン記事を記するのではない。こういう内容のある本を上梓してくれたことに、他人ならぬ悦びがあるので、卒直に記するのだ。本書の装幀や挿画を書かれた漫画家の永島慎二さんの協力も、その温かい友情がありありと表現されて、錦上さらに花をそえた感がある。

また、本書を出版した若い石野誠一君の純粋な出版社の「良識」を、大いに認めたいとおもう。石野君は、この本の機縁で識った人だが、彼の出版する正しい「意欲」に惚れ込んで、秋には、私も一本を石野君の「明日香出版社」で上梓することにした。山内君は、さらに「珈琲店経営で儲ける12章」を出版するというから、私も彼に負けぬように、執筆意欲を燃してみたいと思う。山内君の「実録珈琲店経営」の一本を、はばかりなく推薦し、紹介する。

(つづく)



山下規嘉氏（ジャーナリスト）
 サンパウロ在住4年、ニューヨーク在住2年、元ブラジル毎日放送・放送部長。現某外資系調査会社海外調査部長。



コーヒーのおいしさに関係のない「コーヒー通」

ジャーナリスト

山下規嘉

この誌上の「コーヒー通」論議に一言。
 ① コーヒーは、最も安価でいちばん手軽な飲物である筈。世界中でコーヒーを、コーラや紅茶や水よりも高くしているニッポンの喫茶店の値段に、私は「美人ウエイトレス」や「音楽」や「ソファ」の COST が含まれているものと解釈しており、決してあれはコーヒーそのものの値段とは考えないことにしている。
 ② コーヒーは、好きなだけタップリと砂糖を入れて気軽に飲むもの。四年間のサンパウロでの生活で、最も楽しかったのはコーヒーがどんな店でもどんな家庭でもおいしかったこと。ブラジルでコーヒーは、日本の番茶がわり。街頭のバールという食料品店兼コーヒースタンドの立ち飲みコーヒーはネルゴシの入れ方。香りといい、味といい、実にけっこうでした。値段も一パイが10円位。ニッポンのどこかの「通」の珈琲店のように、砂糖の入れ方まで干渉するコーヒーが旨い筈はない。要するに自分にとっていちばんおいしい方法を飲むのが世界最高のカフェを飲ませるブラ

ジルのやり方です。
 ③ トルコやギリシャやユーゴで飲ませるコーヒー、つまりトルキッシュ・カフェも安くてよい香りで旨いもの。これにも飲み方のルールはありません。ドロドロしたコーヒーの粉を一樽に飲みこむもよし、しばらく沈ませてから澄んだ分を飲むもよし、要するに好きな方法で飲めばよいのです。ザラついた舌をさっぱりさせてくれるのは、必ずついてくる一杯の水です。砂糖は最初から加えて熱するので不足しているなど思えば追加をもらって入れます。（当り前のことです。）
 ④ ヨーロッパ、特にイタリアのカフェはいけません。あの「エスプレッソ」という機械で入れたコーヒーは、店によって濃いの薄いのと異なるムラがあり、まあ「カプチーノ」という泡立て式コーヒーで味をややマイルドにしたのが何とかパス。
 あのゲーテやハイネや西欧の文化人が集ったというローマの喫茶店「エル・グレコ」のコーヒーはうまいという訳には行きません。あの歴史的な雰囲気や価値があるのでしょ。日本の喫茶店経営者の署名を多く見ましたが、「エル・グレコ」のサイン帳の日本語のハンランぶりはコーヒーの味より雰囲気重視する日本式的方向を象徴しているものと思えます。

⑤ 要するにコーヒーのうまい飲み方は、気軽に、やたらにモックイをつけず、簡単にに入れて飲むことに尽きます。砂糖などは好きなだけ入れたらよろしい。新橋近辺の、お客にいちいち干渉するボーイのいる「通」の珈琲店などのあり方は最もコーヒーをマズくするやり

方です。
 ⑥ いつかサンパウロの映画館で、獅子文六の小説を映画化した「可憐道（？）」が上映されました。通ぶったニッポン人のコーヒーの飲み方のウンチクの傾け方に、場内は笑声の連続。ブラジル人達は八ことんに笑ったことはないVと至極満足して帰って行きました。もちろん、本気にやっているとは誰も信じていませんでした。
 ⑦ かつてブラジルに住んでいたため、今でもその地の友人たちがひき立ての粉を密封して空路帰国する人に託して送ってくれていますが、私はそれをメリタという最も簡単な器具で入れますが、新橋近辺の某著名コーヒー店のもよりははずっとおいしいです。
 ⑧ 私の学生時代、コーヒー通と自称している人から八の店のコーヒーは旨い、なぜならオヤジさんが毎朝、井の頭の泉の水をカンに詰めて運んでコーヒーを入れていたからVと聞き、また他のガイドブックにも八通の集る店Vとあったので、新宿・紀伊国屋そばのOというコーヒー店に行ってみました。味は格別おいしいとは感じませんでした。それ以来20年、私は「コーヒー通」という人種の言葉は借用していません。
 ⑨ 結論として言うならば、ニッポンのいわゆる、コーヒー通人種とは、入れ方や飲み方に執着している人達のことです。コーヒー本来の味とは全く関係のない方向を志向しているものとも思いません。まあ我々は、安くて旨くて香りのよいコーヒーを、うるさいルールにしばられず、気軽に飲みたいだけなのです。たっぷり好きなだけ砂糖を入れて……。

は強力なチェーンに加盟して組織力を利用するのが一番です。

その環境を切り抜けるには強力なチェーンに加盟して組織力を利用するのが一番です。

集中。

コーヒー業界は、コーヒー原料豆の品薄とそれに伴う産地国の売値しりみ、そして価格の上昇と厳しい状況を迎えています。

◎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」

加盟店募集



共和国内閣 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

ぜひとも、チェーンにご加盟ください。 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

「メリタ」は、西ドイツはもちろんヨーロッパでもアメリカでもブラジルでも、そして日本でも最も機能的に秀れたコーヒー器具として猛烈な勢いで普及しています。

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

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るコーヒーカップです。

お店のムードをより向上させた方は、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。 お問合せは 日珈販または東京マグナ (03)452-4028、京都マグナ (075)701-8887、北海道マグナ (011)721-1161 (内780)

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」。

明日香出版社刊 定価980円、送料110円

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

「まごころ」

「メリタ」

「マグナ」

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は欠かせない大事な小道具です。

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。

全国書店及び日珈販で発売中。

◎プチばえむ吉祥寺店は、7月18日〜24日までを夏休みといたします。尚7月は夏休み以外は休みません。珈琲豆を持って旅に出よう

全国書店及び日珈販で発売中。

全国書店及び日珈販で発売中。

経営相談 新しくコーヒー専門店を開業されたい方、コーヒー専門店や喫茶店、スナックなどを経営して成績の思わしくない方、食料品店などでコーヒー豆を販売したい方などは、ぜひ一度、

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

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

台糖のコーヒーシュガー コーヒーシュガーは純度の高い砂糖をこ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、そのラエ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。製造 台糖株式会社

台糖のコーヒーシュガー

台糖のコーヒーシュガー

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

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 東京都世田谷区松原1の37の20会田ビル3F (03)325-1142

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 東京都世田谷区松原1の37の20会田ビル3F (03)325-1142

編集部 325-1142 368-7709 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 日珈販社長山内 豊之 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くだ

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くだ

たコーヒー業界で「ひとつやってやろう!!」と思う方はぜひご応募ください。 社長 山内豊之 電(325)1062



7月号
発行所
(株)日本珈琲販売部
共同機構出版部
東京都世田谷区松原
1-37-20 会田ビル
電話 03-325-1142

ぽえむチェーン 店舗展開再び急ピッチ

7月下旬 西荻窪北口店

経堂北口店がオープン

今年3月本八幡店を開店して以来チェーン展開を休んでいたぽえむチェーンが6月1日岡崎店、23日中板橋店を開店したのに続いて急ピッチに店舗展開を開始した。

すでに決定している新橋店が10月ごろ開店するが、それ以前に、西荻窪北口店が7月下旬、経堂北口店が同じく7月下旬にオープンすることが決定した。

これ、ぽえむチェーンの加盟店は未営業のものを含めると26店になる。

日珈販としては、今年も経済状況と見合せて、店舗展開よりもマネーアルの拡充や統制力の強化などに重点を置いてきたが、現在加盟店の意志を持って店舗物件を物色中のものを含めると、年内に30店舗以上の加盟店数となるのは間違いないさそうである。

西荻窪北口店は、北口アーケード商店街に面しており、駅から近く、現在の加盟店の中でもっとも良い立地にあるので、好成績が期待されている。

6月までは「フランス」という洋菓子喫茶を営業していたが、今回店内の一部を改造し、ぽえむとして再出発することになったものである。

店長には武本昌二さん(23歳)になるが、武本さん東上線中板橋駅北口、中通り商店街踏切り際

はぽえむ阿佐谷西店、下高井戸店、プチぽえむ阿佐谷東店などで一年二カ月勤務し、ぽえむの営業には精通している青年である。

日珈販としては、武本さんが店長となるので西荻窪北口店の加盟に際し、従業員優遇制度を適用して加盟金を2分の1に減額した。

また、経堂北口店は、経堂北口すずらん通り商店街より少し入った住宅地の真中にあり、西荻窪北口店とは対象的に不利な立地にある。

しかし、経営者が経堂南口店の鈴木初子さんで、すでに南口店を実績をあげており、阿佐谷東店の例をみても、近くに好成績な加盟店がある場合は悪立地でも好成績をあげていることかからみても、かなりの成績を期待している。

当初、寮として借りた二階一戸建の家を家主さんのご好意で一階だけ店舗に改

造するが、場所が住宅地だけに近隣の環境を乱さぬよう特別な配慮が必要で、店の構造、デザインともに今までになかったパターンを打ち出すべく、矢花浩一デザイナーによってプランが練られている。



6月1日・ぽえむ岡崎店オープン

▲岡崎市康生通り、松坂屋レオ向い、メンズショップ「フカミ」2階

◆コーヒー教室 開催について

ぽ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 03・333・3261

◎従業員募集◎

日珈販・ぽえむ各店では従業員を募集しております。

得來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・ぽえむ・プチぽ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違いますので、詳しくは日珈販にお問合せください。

電 03・325・1142
日珈販係・黒沢
加盟店係・久保

かがわしき珈琲の香の漂える、ぽえむの歩みととむる。

珈琲の香を凝ひつつ来し、ぽえむのまこと名称(なまえ)を床しと思ふ。

歌讀むぽえむ 大野広高

ぽえむが街の珈琲店に日毎通ふも
まごころで淹れる味覚に誘はれて
通ふ。ぽえむは好(この)もしき店



6月23日・ぽえむ中板橋店オープン

コーヒーが安く飲めます!!

今すぐ日珈販コーヒー友の会へお入り下さい。

- ◎日珈販コーヒー友の会は、日珈販加盟店のお客様へのサービス機関です。
- ◎会員のお客様は「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・紅茶を召上ったときは150円につき20円、コーヒー豆お買上

- げのときは300円につき20円、コーヒー器具や紅茶をお買上げのときは1000円につき20円のスタンプを差上げます。
- ◎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300円です。
- ◎お申込みは、各加盟店へどうぞ。

加盟店

スタンプを貼ってくれる店。商品券も使えます。

■ぼえむ■

- 阿佐谷西店 ☎338-3335
- 下高井戸店 ☎323-6305
- 永福町店 ☎325-1430
- たまプラーザ店 ☎045-901-6216
- 赤坂見附店 ☎586-3794
- 新潟駅前店 ☎0252-45-1781
- 下北沢店 ☎469-4023
- 青葉台店 ☎045-983-3400
- 小平南口店 ☎0423-44-1327
- 所沢店 ☎0429-22-4081
- 高円寺南口店 ☎316-0294
- 新名古屋ビル店 ☎052-586-2470
- 経堂南口店 ☎425-0028
- 新潟万代シティ店 ☎0252-41-5933
- 武蔵小杉店 ☎044-433-9459



- 本八幡南口店 ☎0473-33-4328
- 岡崎店 ☎0564-23-7380
- 中板橋店 ☎964-4223 (6月下旬開店)
- 西荻窪北口店 (7月下旬開店)
- 経堂北口店 (7月下旬開店)
- 前橋店 (10月開店予定)

■プチぼえむ■

- 阿佐谷東店 ☎330-5378
- 吉祥寺店 ☎0422-22-7040
- 仙川南店 ☎307-1074
- 祖師谷大蔵店 ☎484-3577
- 国分寺北口店 ☎0423-24-6603

協賛店

商品券の使える店。

- 文公堂書店 杉並区阿佐谷ダイヤ街内
- オガワ画材店 杉並区阿佐谷オデオン座通り
- 婦人服のスマレ杉並区阿佐谷パールセンター中央
- 竹多屋文具店 杉並区阿佐谷パールセンター中央
- メンズショップカワムラ杉並区阿佐谷パールセンター中央
- パブぼえむ阿佐谷店 ぼえむ阿佐谷西店2階
- 化粧品、ルームアクセサリーふじや杉並区永福町駅北口商店街
- キャンパスショップジャック世田谷区下高井戸日大通り
- レコード専門店オスカー世田谷区下高井戸日大通り
- パンビーハウス洋品店世田谷区経堂1-12-5
- 日本堂文具店世田谷区経堂1-21-18
- キリン堂書店経堂店世田谷区農大通り
- キリン堂書店祖師谷店世田谷区祖師谷3-1-10
- レコードショップスミ商会世田谷区祖師谷通り
- 洋服会館フルヤ所沢市東1番街
- 英文堂画材店所沢市寿町29番10号
- くるみ玩具店所沢市御幸町1番23号
- おがわや所沢市東町11番15号
- 喜美屋洋品店所沢市東町12番3号
- 三上スポーツ所沢市日吉町2番2号
- ミュージックプラザキノシタ所沢市日吉町2番2号
- キノシタ楽器所沢市日吉町2番4号
- 流星堂書店所沢市日吉町3番5号
- イセキ化粧品店所沢市日吉町9番23号
- 美容室サロン・ド・ベール所沢市日吉町11番20号
- 洋菓子不二家所沢店所沢市日吉町11番20号
- 書籍、文具、スポーツ用品あすなる田園都市線多摩プラーザ駅下車緑区美ヶ丘
- 洋菓子専門店エーデルワイス " "
- ファミリーショップポピー " "
- トスカーナ靴店ぼえむ本八幡店となり
- 家庭用品百貨の店たかはし板橋区中板橋21

■ 加盟店・協賛店募集中!! お問い合わせは

日珈販コーヒー友の会事務局

東京都世田谷区松原1-37-20 会田ビル3F
(株)日本珈琲販売共同機構内

☎ 03-325-1142 〒156