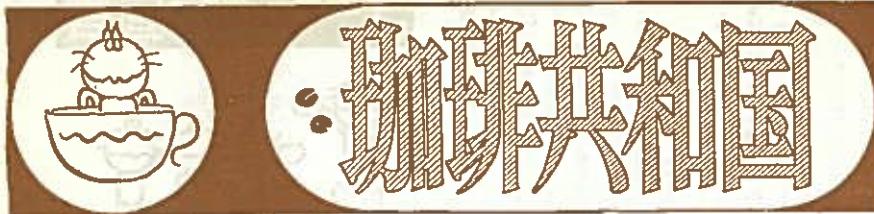


## コーヒー党の機関誌



10 月 号

発行日 1974年10月1日  
発行人 山内義之  
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 ハイツ長谷川B01  
電(363)78709

と申しますのは、話の様子では使いたいという対象はインスタントコーヒー用の自動販売機なのです。

一ヵ月程前のことです。  
日珈販の配達センターに、  
自社の自動販売機に日珈販  
で発売している高級コーヒー  
「豆（ばえむ）」を使いたい  
ので、ぜひ卸してほしいと  
いう引合いがありました。

いという評判の「ばえむ」  
というコーヒー豆を買って  
細かく挽いて使えば、美味  
しいコーヒーが自動販売機  
で抽出できるとお考えにな  
ったに違いありません。  
コーヒーについての知識  
を十分お持ちの方には、ナ

ンセンスかも知れませんが、案外、インスタントコーヒーとはどんなものか知らない人が多いようです。インスタントコーヒーは正確には「ソリブル(可溶性)コーヒー」といって、コーヒーの抽出液を乾燥、

の抽出液を乾燥させて作る  
ものをスプレードライ、抽出  
液を凍結させ水分が氷とな  
って、分離するのを利田  
して作ったものをフリーズ  
ドライと呼びますが、最近  
ではフリーズドライが人気  
を呼んでいるようです。

おかげで、レギュラーコーヒーの愛好家もふえているのですから、あまり馬鹿にしたものではありません。

新バーバー  
ヤブニクミ  
珈琲学

>3<

インスタントコーヒーの良さは、なんといつてもモーニングの軽さですが、その欠点は確実に致命的ともいえる味の悪さです。それは、インスタントコーヒーがコーヒー液を抽出した上で脱水するという工程を得るために、どうしてもその過程で酸化しやすいくらいに存知の通り、コーヒーの抽出液は実に不安定な物質で、なかもタンニンはすぐに酸化してピロガロール酸という嫌な味の物質にしてしまうのです。

う。手間ひまかけてレギュラーコーヒーを淹れるということは、少しでも新鮮なコーヒーを飲もうというところですから、インスタントコーヒーが、いわばたてざましのコーヒーであるとすれば、とりだめするようなコーヒーハウスのコーヒーがまずくて飲めたものでないことはいろまでもありません。むしろ、インスタンクトコーヒーの方が美味しいくらいです。(山内豊之)

インスタンスコード」と  
レギュラーコードの違い

温めて出してくるような店のコーヒーは、インスタン  
トコーヒーよりもはるかにま  
ずいものが多いようです。

液中の水分を除出したものまたは凍結分離させて抽出水や湯に簡単にとけ、コーヒーヒーの溶液を作るとか、インスタントコーヒーの愛称で呼ばれ、コーヒーの抽出液を乾燥させて作るものをスプレードライ、抽出液を凍結させ水分が氷となって、分離するのを利用して作ったものをフリーズドライと呼びますが、最近ではフリーズドライが人気を呼んでいるようです。

インスタントコーヒーの良さは、なんといっても手軽さですが、その欠点は致命的ともいえる味の悪さです。それは、インスタントコーヒーがコーヒー液を抽出した上で脱水するという工程を得るため、どうしてもその過程で酸化しやすいということなのです。

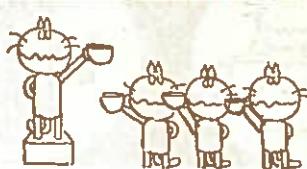
ご存知の通り、コーヒーの抽出液は実に不安定な物質で、なかでもタンニンはすぐに酸化してピロガロー、ル酸という嫌な味の物質をいいます。

になりますので、折角のインスタントコーヒーの味が水っぽくなったりします。しかしあが国では、インスタントコーヒーの伸びのですから、あまり馬鹿にしたものではありません。

ヒーの愛好家もふえているおかげで、レギュラーコーヒーの嗜うな能書きをいつてゐるコーヒー店にしても、何杯もコーヒーをとりだめして、客の注文に合わせて温めて出してくるような店のコーヒーは、インスタントコーヒーよりはるかにまずいものが多いいようです。

それもそのはずでしょ。手間ひまかけてレギュラーコーヒーを淹れるといふことは、少しでも新鮮なコーヒーを飲もうということなのですから、インスタントコーヒーが、いわばたてざましのコーヒーであるとすれば、とりだめするよいうことはいうまでもありません。むしろ、インスタン

# コーヒー党宣言



び悩んでいる（サンケイ新聞）というような見方もあるようですが、私は一概にそのように受取れません。なぜならば、私の主宰する珈琲専門店の「フランチャイズチェーン『ぼえむ』に限っていえば、コーヒー豆の挽き売りはチェーン全体で前年対比の300パーセントの成績を残しているからです。

さて、それならなぜインスタントコーヒーが再び勢いを盛り返し、レギュラー咖啡がベースを落したのでしょうか。その最大の原因は、やはり面倒くさいということに限っています。あるのではないでしょう。

メリタやカリタという商品名で知られるペーパーフィルターという便利なもの

悪いことは、世界的な値上がりを見越して買い込んだ豆のストックが、商社や生豆問屋の手元にゴソソリあって、それを使いきつてしまわない限り、美味しいコーヒー豆が輸入されないという有様なのです。

聞くところによると、ブラジルなどではコーヒー豆の輸出がふるわず、ブラジルコーヒー院では大幅なりとて美味しいコーヒーが楽しめないレギュラーコーヒーよりも、手軽にコーヒーを飲むことのできるインスタントコーヒーの方がいい、という人たちがふえていくのは当然のことでしょう。

コーヒーの業者、特に焙煎業者の方たちは、もうい加減に業界の将来ということを真剣に考えて、行きあたりバッタリにコーヒー専門店の開業をすすめ、サインコーヒーの店などといふ家庭用コーヒーの需要とは関係のないことばかりやってないで、手軽に美味しいコーヒーが抽出できる器具の開発などに本気で取り組んだり、良質の美味しさを現実に行なっていかないと、今に業界そのものが崩壊することになりかねないと思います。

とにかく、今までのわが国でのコーヒー業界は、レギュラーコーヒーとインスタントコーヒーは、まったく別物という考えが業界を支配していたのですが、ここへ来て我々コーヒー業界に携わる者は、考え方も一新して、インスタントコーヒーもレギュラーコーヒーと一緒にファクターで考えるようになればならないということがいえます。

## インスタントコーヒー再び増進

### この現象を惹起したのは誰か？

株日本珈琲販売共同機構  
代表取締役 山内豊之

食品商業9月号（商業界刊）や国際食品商業9月号（国際商業研究所刊）やサンケイ新聞経済版（9月11日付）などの伝えるところによると、最近再びインスタントコーヒーの伸びが目立ってきたということです。

その理由について、各誌とともに昨年まで急速に伸びていたレギュラーコーヒーの増進が止り、代ってインスタントコーヒーが再び勢いを盛り返したというふうに述べています。

また、個々の店における前年対比の売上げの伸び率は新規開店のもので100%と200%の伸び率があり、開店後数年たった店でも30パーセントは伸びているからです。「ぼえむ」チーンでは、コーヒー豆の小売価格を昨年来改訂していないませんから、売上げの伸びは需要増と考えてもいいのです。その上、もつとも

がありながら、なぜかわが国のコーヒー屋さんは、サインのように高価で壊れやすく、必ずしも美味しいコーヒーが抽出できるとは思えないものを愛用しています。

ベート政策をとつてまでコーヒー豆を売り込んでいるようですが、なかなか上手くことが運ばぬようです。

ベート政策をとつてまでコーヒー豆を売り込んでいることを現実に行なっていかないと、今に業界そのものが崩壊することになりかねないと思います。

恐らく、焙煎業者の皆さんは、私のような駆け出しの若僧のいうことなんか、何をいうかとお考へでしようが、あのコーヒー大企業がいれば、そのような方がいれば、その人の将来は将にお先まづく

その一方では、わが国のコロナがかかるすぎる割に、美味しいコーヒーが得られないということになりがちなのです。その上、もつとも

レギュラーコーヒーの伸びが止った理由としては、それが止ったため伸び続けられたため伸び続けたのです。



# 世界のコーヒーのみ歩き

## ③アメリカ合衆国の巻

ジャーナリスト 山下規嘉

▲うまいコ  
ーヒーの飲め  
る店、知らな  
い?▼

ヨークの友人たちに、この  
ような質問を必ず発するよ  
うになつたのは、今からち  
ょうど10年前の初訪問のと  
きのことだった。

☆☆☆

ヨークの友人たちに、この  
ような質問を必ず発するよ  
うになつたのは、今からち  
ょうど10年前の初訪問のと  
きのことだった。

☆☆☆

ヨークの友人たちに、この  
ような質問を必ず発するよ  
うになつたのは、今からち  
ょうど10年前の初訪問のと  
きのことだった。

☆☆☆

ヨークの友人たちに、この  
ような質問を必ず発するよ  
うになつたのは、今からち  
ょうど10年前の初訪問のと  
きのことだった。

ヨークの友人たちに、この  
ような質問を必ず発するよ  
うになつたのは、今からち  
ょうど10年前の初訪問のと  
きのことだった。

の味を覚え、帰国してから  
は満足できず、うまい味の  
喫茶店をやつと探し当てた  
ということである。

☆☆☆

うまいコーヒーを求めて  
五番街をバスで南下した私  
は、香料を求めて南太平洋  
をさまよつたクック船長よ  
ろしく、目的地のニューヨ  
ーク大学前に着いた。バス  
は終点、五番街の行き止ま  
り。そこに「グリニッヂ」。

その広場を斜めに横切つ  
て、古びた教会から延びる  
通りがマクドウガル・スト  
リート。その通りの右手に  
ガラス張りの上品な、しか  
し小さいコーヒーショップ  
のあるのが目についた。

「エスプレッソ」を2杯  
に「カプチーノ」、計3杯  
も飲んだ私を見て、ウェイ  
ターはまるい目をいっそう  
まるくした。

夕闇の迫る頃まで、私は  
レジオにいた。時々、この  
店にも客はあった。その誰  
もが静かなアメリカ人たち  
だった。

夜、私はひとりの詩人と  
友だちになった。彼はビレ  
ジを案内してくれた。ロー  
ソクの灯りの中で唄う、當  
時は無名の「ジョーン・バ  
エズ」の歌声に感動し、回  
された帽子に25セント玉を  
入れるルールも教えてくれ  
た。「ビレジ・ボイス」と

む私に、彼はうやうやしく、  
しかし親しみのこもった瞳  
で、再び注文を聞くため私  
のテーブルに近づくのだっ  
た。騒がしい人声や、ブツ  
かり合う皿の音の喧噪がい  
っぱいのアメリカ式コーヒ  
ー・ショップとのレジオと  
は、ふん囁気に天と地の差  
があった。それは「非アメ  
リカ的」とでも呼ぶのだ  
うか。

と「テクニック(腕)」を第  
一とし、「マネー(お金)」  
を卑しむアメリカ人のいる  
ことでも初めて知った。

☆☆☆

## わが青春の「力フエ・レジオ」

ニューヨーク▶▶▶  
◀◀グリニッヂ・ビレジ



ドアを開けると狭い店内には、大きなエスプレッソのマシンがデンと据えてある。客の姿はない。静かで上品、つましやかな欧州中につかり濃いコーヒーを飲ませてくれる店があると教えてくれた。なんでも彼は、日本滞在下りは、幼児と母親と老人風の店だった。

そんなとき、あるアメリカ人が、グリニッヂ・ビレジに行けばうまいコーヒーを飲ませてくれる店があると教えてくれた。なんでも彼は、日本滞在中にすっかり濃いコーヒーを飲ませてくれる店があると教えてくれた。

いまのニューヨークでうまいコーヒーを飲ませる店は、何処にあるのか、私はもう知らない。



# 珈琲調理学入門

## 第二章 コーヒーの器具とその抽出法

喫茶技術コンサルタント

柄沢和雄

捨てるこども  
大 切

かは考えない。つまり余る  
ような商売はないとい  
う。それに、サラダ、コー  
ヒー、アイスクリームはウ  
エイトレスの仕事である。  
日本にもコーヒーショッ

題まで手が回らないのが現状のようだし、その必要性すら感じているかどうか疑問である。

あつさりした  
ロービー

水道直結でスイッチを入れて温度が上がり、スタートできる状態になるとコーンミル（自動計量器付）ライディング＆ダンブング、イングマシーン）より粉された粉がレバーによつて一定量バスケットに落ち、抽出器に当がうだけで、タンを押すと湯が流れ、スケットを通つて下のデシンタに濾過される。さらさらに

ているので、落ちきったコーンヒーはバスケットをはずして、そのままカップに併せて、そのままカップに併せることができる。メーカーやによっては異なるが、比較的多いマニュアルの中に、「粉1/4ポンド(約一一三タラード)に対しても」という項目が目當たる。そして、でき上がった量は3ペイント(米国容積量)＝一三八〇ccをメドにしている。

これを日本に当てはめてみると、たとえメリタ式でペーパーフィルターに荒挽きの粉を一〇タ ire、上から湯をドリップして、でき上がりを一五〇Cと一〇〇Cの濃度にしたときのコーヒーの味を思って、いただければよいと思う。コーヒーと紅茶の中間ぐらいの色をした、あっさりしたコーギーができ上がる。一般にいわれている「アメリカンコーヒー」とは、まさにこのことをいう。

用いられている。たしかに作業上の問題といえば、バランスケットに粉をいれることと客にコーヒーを供することだけである。しかし、それを行なう前に重大な問題がある。商品チェックである。第二に、二十分間以上放置してはならないことも見逃している。わが国ではこの二つの問題を最初から無視してかかってしまった。

アメリカではコーヒーを何杯もついで回る中にも、多く飲むことや、サービス

われない飲食業のあり方として注目されている。外食の利用、労働賃金のアップ、それによるファースト・フレードへの発展、そういう背景の中で捉えられたコーヒーハウスの方とコーヒーへの気軽さがミックスされて、機械的導入に踏み切つているようである。

薄味であるから飲みやすい  
はずである。また、肉料理  
のあとはあつさりとした  
コーヒーもよいものであ  
る。あるときは濃いものを、  
あるときは薄いものをと、  
各自がコーヒーのT・P・  
Oを知つてくれば、これほ  
どよいものはない。

レストランでなまじ濃く  
て煮つまったコーヒーを出  
されるよりはましである。  
あとは設置場所、担当者  
を決めるこことによって見せ  
るべきか、隠すべきかを判



感じ、砂糖を加えると渋味を感じ、生クリームをいれるとぬるくなり、コーヒーの味がしなくなってしまうといわれるが、それでも人には好まれている。

ヨーヒーの  
T・P・O

コーヒーは早く処分すると  
いうことも含まれている。  
だから、余つて時間を経過  
した場合には捨てなければ  
ならない。フランチャイズ。  
チェーン店ではマニユアル  
の中にはいっている。日本  
のようにならうとする





## ぼえむチェーン

## 全商品プライベートブランド化へ

「ロン」、「コーヒー」、「コーキヤニ」と並んで、全商品のP.B化の方針を決定した理由は、先頃、日本で営業を開始した西ドイツ・メリタ社の商法が大商社優先、過去の業績無視であり、そのため加盟店が非常な迷惑をこうむっており、加盟店のメリタ商法に対する強い反発と終身の「漫

いふ。 ほえむ本部の話による  
と、ほえむチエーンで相当  
量販売している陶器製のコ  
ーヒー器具「イルカ10-1  
型・10-2型用のフィルタ  
ーベーパー」の取扱いを一方  
的に中止し、メリタ・ジャ  
パン社が販売した商品でな  
いので、自社は関知しない

では、かねてから高級コーヒーをはじめなど、ナショナルブランドに頼っていた商品や原材料まで、すべてプライベートブランド化する方針を決定し、今後5年計画でチエーンで使用する原材料や販売する商品のすべてをプライベートブランドでまかなうことになった。

発売しているコーヒー器具が「メリタ」が㈱日本珈琲研究所によって輸入されて以来、「メリタ」一本に保つて使用販売してきており、来年度チャーン全体で販賣または使用する「メリタ」の売上げ高は5000万円を越えるだろうと予想されているが、今回のメリタ社日本進出に際しては、さわめて冷淡な取扱いを受けていた

## メリ外商法への 加盟店の反発が契機

メリタ製品値上げせず

はえむチャーリンの加藤庄  
では、9月より値上げ発表  
のあったメリタ製品に関する  
て、先買いし、在庫してま  
るものに限って値上げしな  
いことに決定した。

についても、同じような方  
式を使用すればP.B化可能  
であるし、品質を落さず、  
ナショナルブランドのもの  
よりも2~3割安く販売で  
きるとみている。

についても、同じような方式を使用すればPB化可能であるし、品質を落さず、ナショナルブランドのものよりも2~3割安く販売できるところをみている。

日珈販としては、来年度は加盟店50店(年商6億円)、51年度100店(年商13億円)を見込んでいるが、商品・資材等の取扱い量がまとまり次第、PB化していく方針である。

卷之三

詩  
POEM  
二日  
珈琲販

10月号  
発行所  
(株)日本珈琲販売壳  
共同機構  
東京都世田谷区松原  
1-37-20会田ビル  
電話 03-325-1142

り、顧客の迷惑を一向に省みないこと。

用の紙については、すでにメリタ製品に劣らない品質の供給のメドがあり、あとはロットの問題であるが、これは日珈販と友好関係にある焙煎業者等と協力して各自のマーク(ステッカー)を付して販売する方式をとるべからば、不可能でないとのことである。

についても、同じような方式を使用すればPB化可能であるし、品質を落さず、ナショナルブランドのものよりも2~3割安く販売できる」とみている。

