

コーヒー党の機関誌



発行日 1975年1月1日
 発行人 山内豊之
 編集人 西 一期
 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

1月号

お正月になりますと、珈琲店もあちらこちらと休みになります。
 4、5年前頃までは、飲食店にとってお正月はかき入れ時で、休む店などは殆んどありませんでしたが、最近では従業員対策などで休む店が多くなりました。
 ぼえむの加盟店でも大半の店が正月休みをとっています。
 さてそうなりますと、コーヒー党の皆さんはいまお自分でコーヒーを淹れて飲むということになります。そのため日頃コーヒーはコーヒー専門店で購入し、決めていらっしゃる方も、馴れない手つきでコーヒーを淹れるという破目になるわけです。
 この場合、いちばん簡単な方法はインスタントコーヒーを使うことですが、それでは満足しない方はレギュラーコーヒーをペーパーフィルターで淹れるのがいちばん手軽で美味しいコーヒーが飲めるでしょう。
 とここで、この場合気になるのは、年末に買ったコーヒーはいつまで味がかわ

珈琲学
 タブレット
 珈琲学
 >6<

らないかということですが、コーヒーの焙り豆の保存期限は、豆のままと挽いて粉にしたものとは大幅に違います。

コーヒーの保存期間

それは、コーヒー豆の味が変わってくるというのは、コーヒーの成分が酸化するということが原因の大半を占めているからです。
 ですから、コーヒー豆の味の変化を防ぐためには、コーヒー豆と酸素(空気)をなるべく接触させないようにならなければいけません。
 豆状の場合は組織のカラーをかぶって通気性が悪くなるに注意し、豆の保存期限も注意深く保管すれば一か月ぐらいは大丈夫なのですが、粉状に挽いてしまえば、粉が空気にさらされ始めます。
 その場合、水分があつたり、熱が加わったりしますと成分の酸化が促進されますので、高温多湿の場所での保管はさけ、酸素供給を

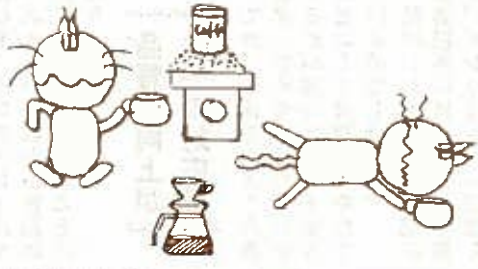
絶つために密閉した容器へ入れるわけです。
 また、いくら高温の場所をさけても、コーヒーミルで挽く場合、熱が発生する

年末に買った
 コーヒーは
 いつまで美味しいか？

正月三日まで
 飲みほそう！

と酸化を促進しますので、コーヒーミルの性能も決して大きく左右します。
 ぼえむの加盟店が20数万台もするような外国製のコーヒーミルを使うのも、粉砕時の発熱を抑えてコー

ヒーの味の変化を防ぐために高性能のカットミルを使いたいがため、高価なものを使って格好をつけているからではありません。
 このような考えから、私共では一応コーヒー豆の店頭販売での保存期限を粉状で3日、豆状で10日としておりましたが、それ以後になつたら急に味が落ちるとか、3日間はまったく変わ

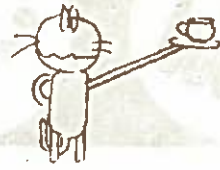


らないから大丈夫というのではなく、刻一刻と味の変化が行われている過程で、その程度は期限内ならわれわれは味の保証をするということなのです。
 また、焙り豆の場合、焙煎度合によって変化の度合

がかなり違います。概して焙りの強い豆は、成分が熱によって破壊される度合が多いので変化の度合がゆるやかですし、浅煎の場合には反対にタンニン・脂肪群などの含有が多いので、変化は早いということになります。
 そのほか出入りコーヒーの場合には、通常、真空度合が60パーセント程度ですからかなり酸化しています。また、ガセットタイプの真空パックはかなり真空度が高、90パーセント以上のものがあります。いちばん酸化度合が低いといわれるものは窒素充てん式のもの

です。
 ただ、このパッケージタイプのものは、焙り豆の場合、焙煎時にガスを抜いてむためにパッケージ後に膨張するので、粉状にしてから長時間経たないと空気にさらされますので、パックする前に酸化してしまうというのが現状です。
 西ドイツあたりでは、コーヒー豆の販売量が多く、回転が良いので真空パックなどという特殊包装はしないそうです。
 まあ、日頃ぼえむのコーヒーで舌がゼイタクになっているコーヒー党の方達は、ぼえむのコーヒー以外には敬遠された方が無難ではないかと思えます。
 (山内豊之)

コーヒー党宣言



皆さん、明けましておめでとございます。

旧年中はばえむ並びに口珈販をお引立てくださいます。ありがとうございます。

今年も昨年に倍するごひいきの程をお願い申し上げます。

波乱を招く コーヒー業界

さて、今年にはコーヒー業界にとっては波乱の年になりそうです。

焙煎業界に対する近代化促進法の適用が期限切れとなり、同時にインスタントコーヒー自由化に際して国内業者との融和のため、農林省に対して提出していた外資系のコーヒー会社のわが国におけるレギ

ュラーコーヒーの製造販売を控えるという念書の期限が切れるわけで、わが国コーヒー業界にとっては、一昨年の国際コーヒー協定における経済条項の廃止につぐ重大事態と考えていいでしょう。

わが国のコーヒー業界の中には、外資系のコーヒー会社がわが国の市場に進出することについては楽観論を述べるものも多いようですが、私は外資系、特にゼ

いよいよ外資攻勢始まるか？

昭和50年のコーヒー業界

（株）日本珈琲販売共同機構
代表取締役

山内豊之

ネラルフード（GF）は必ず進出してくるものと確信しています。

昨年12月13日付日経産業新聞により、ジャバネシアの味、アグア（AGF）とタイアップして、お歳暮用にコーヒー豆とコーヒー器具のセットを販売したということですが、このことなどは非常に気になることです。私はその記事を読むまでは、メリタ社はメリタ社独

無視できない 市場・日本

自の販売ルートでコーヒー業界に参入してくるものと思っていました。AGFと組んで浸透するという手もあったということですが、GFにしても、この数年来アメリカのコーヒーの消費量が落ち込み、その量も10パーセントに達するといふことですからこの数年来

にランクされるビッグビジネスが、日本の家庭でもっとも知名度と浸透度の高い味の素と組み、さらに最も機能的に秀れたコーヒーメーカーの製造元とタイアップするということは、販売政策として敵ながらアッパーンとしかいいようがないと思います。

品質の向上が 唯一の対応策

では、一体どのような外資系のひそやかな侵入に対するわが国のコーヒー業界はどのような対応策をたてているのでしょうか。

私にいわせると、一部の業者以外にはまったく無策か、ピンとはずれの対策しかたてていないということ。その最たるものが原料問題です。GFのようなビッグビジネスに比べればわが国のコーヒー業界のトップであるUCCにしても零細企業以下の存在ではないことは明らかですが、それ以外の業者とすればコンマ以下もいどころでしょう。

でも判ります。そして、質で対抗する以外に手がなにかも自明の理です。しかし、そのことをわが国の業者は真剣に考えているのでしょうか。

私は国内業者が、業務用というコップの中でシェアを争い、安値を競っているような現状では、外資系は赤子の手をひねるような調子でわが国のコーヒーマーケットを押しやしてしまうと思えます。

協業化を進めたり集約工場を建設したりすることは、経営の合理化から見て確かに有益だと思えますが、品質の向上といういざばん大切なことにならなければ外資系には打ちできません。

なにして、相手は日本全体のコーヒー消費量の倍を扱うコーヒー会社ですから、スケールメリットということでは、日本の業者全部が東になってかかってもかなわないと思えます。

品質の向上こそ決め手です。そのためには今までのように、安物のコーヒー豆ばかり使っている駄目です。

わが国のコーヒー業界のために、私は今年もまた、原料豆の向上を目的に頑張りたいと思えます。

珈琲ジャーナル

ぼえむチェーン

本年度経営目標



指導目標

飲食部門売上向上を
顧客へのサービス強化で

営業目標

加盟店50店、チェーン年商6億
月間コーヒー豆取扱高8トン

珈琲専門店ぼえむチェーンの本部機構である日珈販は、新年を迎えるにあたり昭和50年度の経営目標を発表した。それによると、指導目標として「顧客へのサービス強化による飲食部門売上の向上」と営業目標として「加盟店50店舗、コーヒー豆取扱高月間8トン、加盟店全体の売上上げ年商6億円」をあげている。指導目標として「顧客へのサービスの強化による飲食

部門売上の向上」をあげたという事は、現在日珈販で発売し、加盟店に独占している「手造りの高品質コーヒー豆ぼえむ」が、他社のコーヒー豆と圧倒的に品質差があり、顧客から美味しさについて絶対的な信頼を得ている反面、加盟店の中にはコーヒー豆の品質、すなわち商品力に依頼するあまり、フードサービスというビジネスの本質を忘れて、顧客への配慮や経営努力が十分でないのもでて来ているからである。本部では、そのような店に対してインスペクションを実施し、改善勧告や改善命令を積極的に行うことにより、その店のフードサービスとしての密度を高め、

その見返りとして顧客の支持（売上の向上）が受けられるよう強力な指導を行う方針である。

日珈販本部としては、それらの加盟店がいずれも他の同業者と比べて水準以上の営業成績をあげているだけに、加盟店に対して経営努力や顧客サービスの向上を漠然と要求しても理解が得られないのではないかとみており、現在実施しているインスペクションの項目をさらに細分化し、キメの細かい指導を徹底的に行うべく準備を進めている。

また、営業目標を加盟店舗数で21店舗増の50店、コーヒー取扱高で月間3トン増の8トン、加盟店全体の売上上げ高を年間2億5千万円増の6億円としたことについては、昭和49年度の営業実績が店舗数で9店舗増、年商で2億円増、コーヒー豆月間取扱高で3トン増を記録していることからみて高い数値ではないので十分に達成できるとみている。

なお、店舗数の増加の割合に比べて、年商額やコー

ヒー豆取扱高が低く押さえられているのは、金融状況や景気の動向からみて、新規店舗の出店が本年度後半に集中するものとみられるためである。

日珈販としては、現在の

1月下旬 ぼえむ30店目は鎌倉に

御成ビルに開店

ぼえむの30号店、ぼえむ鎌倉西口店が1月下旬、鎌倉西口の御成ビル2階に開店する。

ぼえむが開店する御成ビルは、鎌倉西口の水道局前にあり、ビルの持主の福地泰造さんは画家である。

そのためか、ビルのテナントは六本木・原宿に出てもひけをとらないブティックやシャレたカフェテラスなどもあり、福地さんの話によると、近く完成する御成トンネルの開通を待って鎌倉の原宿を目指し、本格的なレジャー・ファッションビル化する計画とのことである。

立地的には恵まれているとはいえないが、ぼえむの

経済状況が飲食店など不況に強い業種を志向する人達の数を多くしているため、金融状況が多少でもゆるめば、新規加盟店の開店はピッチがあがるものとみている。

商品力とセンスは文化レベルの高い鎌倉の住民たちから必ず支持されるものと確信している。

また、デザイン面でも経営者の伊藤利夫さんはこの5月まで新潟鉄工所に勤務していたが、退職してぼえむを開店すべく6月より下北沢店に勤務、現在店長代理を務めるほどで、下北沢店の田口益弘オーナーもその仕事ぶりには太鼓判をおしている、開店後ぼえむらしい店舗運営ができるのではないかと期待している。(7坪・20席)

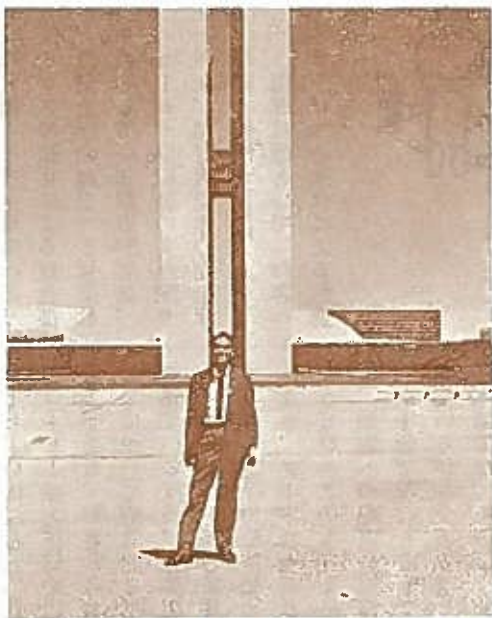
世界のコーヒーのみ歩き

6

続 ブラジルの巻

ジャーナリスト
元テレビディレクター
山下規嘉

カフェ・ド・ブラジル (その2)



首都ブラジリアの筆者、背後はブラジル議会

ブラジル生活がすっかり板についた半日に、私はニューヨークに出張することとなった。当時、ニューヨーク行きの便はリオデジャネイロ国際空港からしか出発しなかった。私の住むサンパウロから、まず国内線でリオのガレオン国際空港へと飛んだ。

当時、プロペラ機がパイカント程度のジェット機にしか乗っていなかった私にとって、ガレオン国際空港に待機しているパンアメ

コーヒーの味こそ、その国の文化なのです

リオの夜空は透き通ったように暗く、しかし蒼い。私はサン・テグジュペリの小説「夜間飛行」を想い出していた。確かあの小説の舞台は、この空港への道を歩いたものだった。

やがて塔乗アナウンスが始まった。英語で、次にポルトガル語でそれは繰り返された。これから私は英語圏の国へ旅立つ。ポルトガル語のラテン圏内とはすぐ別れなくてはならない。で

も、その時の私は、USA という未知の国への初訪問に気もそぞろだった。ラテンとの別離……という感覚は未だ浮かばなかった。

バスが乗客を運んだ。巨大なパンナムの機体は黒々と眼前に臥っていた。アメリカ文明圏への入口が明るい照明で私を待っていた。私はブラジルの大地を離れてUSAへのタラップを登った。

機内の雰囲気は、後で判った事だったが、USAのものだった。周囲に英語が飛びかい、アメリカ人の乗客達はラテンの習慣であるAどこでもネクタイと上履をつけるV堅苦しく礼儀

正しいエチケットから解放され、ヤレヤレと大声でブラジルを呪いつつ、上衣を脱ぎネクタイをむしり取り、アメリカ万才を叫んでいた。

タラップがはずされ、やがてパンアメリカン機はリオ空港を離陸した。機内のブラジル人達は依然としてネクタイを脱ぎ上履を着けたまま、遠ざかるブラジルとの別離を惜しんでいるかのように窓外の灯を見つ

めていた。子供のようにはさわいで喜んでるのは、すべて英語を話す Yankee 達のようにだった。私はそのどちらにも属さない日本人。気分的には中立で、別離も解放感も、そのどちらとも無縁な異邦人だった。

離陸直後、踊るようなキビキビした、いかにもアメリカンガールらしいステューワーデスがコーヒーを配ってきた。かけつけ三杯……というおろか、私も他の乗客同様、すっかりノドがカラカラに渴き切っていたのでそのコーヒーに飛びついた。

ガブリ……その時の最初の味を十年たった今でも、私はハッキリと覚えている。それは……まるで化学合成の味だった。コーヒーという概念からはおよそ遠かった。何かの葉のようにも感じられた。「ケミカル・テイスト」という語がピッタリ。思わず私のノドは条件反射作用を起こし、猛烈な嘔吐感に襲われたのだ。

パンアメリカンでの最初のコーヒーの味は、私に突然AカフェVへの郷愁を覚えさせた。ブラジルのカフェの味がたまらなく懐かしくなった。アメリカンコーヒーを飲んで、私ははじめ

てブラジルから次第に遠ざかって行く実感をヒシヒシと味わった。スマートなブラジルのカフェの味の、私はすっかり「とりこ」になってしまっていることを自覚させてくれたのがアメリカンコーヒーだったことは、実に象徴的だった。

それからの二週間、ニューヨーク滞在の日々、私はブラジルのカフェだけではなく、ラテン特有の優しさや激しさ、また暖かさのような人間味がたまらなく懐かしく思い出された。私はブラジルに帰れる日の来ることを指折り数えながら待ちわびるようになった。

二週間後、私は再びブラジルの空を飛んでいた。早朝のリオ・サンパウロ間の国内線の小さな飛行機の上で、私はブラジルのカフェを八杯もおかわりした。眼を丸くしながらも、しかしニコニコとカフェの給仕をしてくれる若いステューワーDの親切さも心地よかった。ことはもうブラジルなのだ。

「ブラジルのカフェは、そんなにおいしいですか？」そう誘らし気に聞いてくるブラジルの若いステューワーDに、私はこう答えた。「カフェを、もう一杯!!」

連載

珈琲太平記 15

詩人・評論家 寺下辰夫

鹿鳴館から可否茶館へ(その3)

私の長崎の一族には、鄭、楊、呉の三家があった。

みな幕府の(八唐通詞)を代々、世襲した家柄である。

鄭家は、国姓爺合戦で知られている鄭 成功の末孫である。鄭 成功の母は長崎の田川家の娘で、成功の父との間に生れた子供で、年たけて台湾に渡って、当時のフランス勢力にあった政府と戦って、勇名を馳せ台湾の英雄となった人物でいまも台南市には、立派な鄭 成功の廟の「明延郡王祠」があって台湾国民の崇拜を集めている。

私も台湾の(八鄭宗親會)の人々の案内によって参詣したが、鄭宗親會は会員が全島に三百万人もいとうような勢力があり、蔣介石首府夫妻も、その三百年



永慶をつれて外遊した。

後年、永昌は北京総領事となり、北清事変の際には、夫人浜子と領事館に立籠って勇戦して功をあげ、また浜子女史も勇敢に夫や館員



「明延平郡王祠」廟の前の筆者

邦人を扶けて勲五等瑞宝章を授けられた。現代の勲章の相場やネウチも下落したが、明治初期で、動乱で女性の身として勲五等を授かることは、異例な功績といえる。

永慶は、幼時から「語学

永昌とともにアメリカのエール大学に留学した。

エール大学の同窓生や先輩には、金子堅太郎(後の伯爵・枢密顧問官)、駒井重格、田尻福次郎、日賀田種太郎(後の男爵)、鳩山和夫(鳩山一郎の祖父)、岡部長職(後の子爵)といった、官・政界に重きをなした人物がいた。また、私の叔父の伊東巳代治(伯爵)も、伊藤博文の三羽鳥になって、トントン拍子に累進

して、晩年は(憲法の番人)といわれ、西園寺公とも最右翼の重臣になった。ところが、永慶は学半ばにして病におかされて、余儀なく、卒業できず帰国した。学位をもたずに帰国したために、同窓生はドンドンと累進するにわからず、彼

は外務省や大蔵省に(奏任)待遇(ぐら)いの地位に甘んじなければならなかった。

子供の頃、同族の巳代治が、順風をうけて走る船のように出世するのに、(語学力)といい、アメリカでの海外学窓生活をして、新しい知識をもって自分が、ウダツのあがらぬことは、無念やるかたがなかつたのである。そこで、先輩の岡山師範(現在の岡山大学)の校長の駒井重格に招かれて、断若くして同校の教頭に赴任した。語学力もあり、生徒の人氣もよかつたが、東都の官・政界、とくに伊東巳代治の累進をみては、じつと岡山の片田舎で生涯を過す気持にはなれなかつた。そこで、書生の秋山定輔(後年の「二六新報」社長)をつれて上京したのである。明治十六・七年の頃だ。明治十六年、前記した華やかな「鹿鳴館」時代が展開され、世は(欧化主義)と(文明開化)の合言葉によって、貴顕紳士、令嬢たちが、日夜、社交ダンスだ、前記したように西洋料理の宴会だと狂喜乱舞してい

た。

永慶の目からすると、一杯の(珈琲)の味も知らぬ者たちが、洋酒やベルモットなどについて得々と語るのを見ると、たまらぬ反抗精神の氣持が湧いてきた。

とくに親族同志の伊東巳代治が、得意に博文の三羽鳥になってる姿を見せつけられると「なに巳代治などの知識に負けるものか」といった一種の敵愾心に似たものが湧くのも、無理からぬ心境といえよう。永慶は、はじめ語学塾でも開校しようと考えたが、庶民にとって「高嶺の花」であり貴族階級のサロンである騒れる「鹿鳴館」に対抗するような庶民や学生のための珈琲店の開店して、鹿鳴館の連中に、アツと一泡ふかせるのも痛快ではないかと考えはじめた。

しかし、当時の親戚一党は、コーヒー店などは、いわば「水商売」に属する商売であると、なかなか同意賛成してくれなかつた。

(つづく)

珈琲調理学入門

第三章 手軽にできるコーヒー：バリエーション

へその二ツ カプチーノ・シヨコロチーノ

日本喫茶学院講師
喫茶技術コンサルタント

柄沢和雄



材料

- ・フレンチロースト粉 15g
- ・コーヒージュガー又は白双 1ティスプーン
- ・ホイップクリーム 2ティスプーン
- ・チョコレートシロップ 20cc
- ・チョコレートのみじん切り 2ティスプーン

作り方

ペーパーフィルターに入れ、でき上がり60ccのコーヒーを抽出いたします（かなり濃厚です）。カップはデミタス（やや大きめ）を温めておき、カップに白双またはコーヒージュガーを入れ、次にチョコレートをシロップを入れておきます。それからコーヒートを温めて加えます。少しスプーンでかきまぜたらホイップクリームを浮かせ、さらに

チョコレートのみじん切りをのせ、スプーンを添えて出します。

＊ ＊

デミタス（ドミタス半量カップ）がなければ普通のコーヒークップでもかまいません。コーヒートの量は、濃厚ならば80ccまで増量していただいてもかまいません。風味を求めたい方にはクレム・ド・カカオを少量加えると、さらに香りが増します。

ひとこと

チョコレートといえばオランダ人好みでもあり、またメキシコ人のもっとも好む食物でもあります。

よく似たメニューに「ホット・モカ・ジャバ」があります。モカとは、ヨーロッパではブラックコーヒーのことをいいます。特にバルカン諸国ではトルコ・コーヒーの影響が現在でも残っていて、コーヒーとはト

ルコ・コーヒを意味します。以前では、モカとはコーヒの極上品の意味もあつたようですが、現在ではコーヒーモカの意味が強いようです。

次に、ジャバとは旧オランダ領で、カカオ樹「ジャバ」オランダの意味になります。それは、モカ・ジャバとはコーヒとチョコレートとなりませす。

別に、古いコーヒのミックスにもモカ・ジャバの名があり、ブラジルあたりでも現在も使われているし、アメリカのデパートでもこの名で商品が売られており、一つのブランド名になってしまっています（つまり、モカとジャバが入っているというのではなく、極上品であるという意味）。

話は腹にそれましたが、作り方はまったく同じで、本場イタリアではエスプレッソ&カプチーノマシーンで作られることで有名で

す。

蒸気圧で抽出されたコーヒーは、苦くて濃厚で泥くささがあります。もちろんイタリアンローストを使いますから、ブラックではなかなか飲めません。二十世紀に入つてエスプレッソマシーンがイタリアで流行し、かの有名なベートーベインやカルロスもかつては愛飲したといわれ、日本の芸術家も一度は立ち寄るといわれる「カフェ・グレコ」

（ポポロ広場よりパブイノ通りを入り、右に折れたコンドッティ通りに面する）もエスプレッソコーヒーの本場です。しかし、ブラックで飲んだなどと聞いても、私にはちっともおいしいと思われませんが、副材料を加えた味はまた格別です。

カプチーノとは「カプチ

エ」のことで、ローマカトリック教会一派のカプチン修道僧の着る法衣のズキンのことです。頭の上を白く坊主頭にして、そのまわりは黒く髪を残し、チョコレート色の法衣をまとっています。つまり、チョコレートを色をしているのでカプチエーカプチーノになったわけですね。

カプチーノコーヒーは別名「クレム・ド・カフェ」と呼ばれ、エスプレッソを使っていろいろな材料を加え、メニューもバラエティに富んでおります。

ナイトレストランでは、酒の入ったカプチーノコーヒーが食事の後に飲まれます。カカオやミントやキウランが入っていて、イタリア料理の魚料理や前菜の pasta 類には合いますが、日本では夜更けのコーヒ

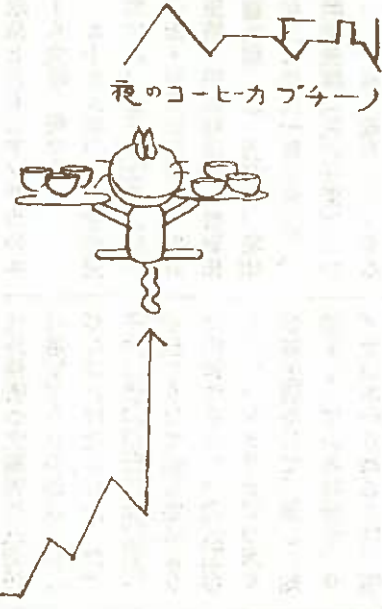
にはもってこいだと思えます。

カプチーノ・シヨコロチーノは、苦いコーヒと甘いホイップクリームとチョコレートのほとんどよく調和されていて、甘党のみならずコーヒの苦さを味わいたい人にぜひおすすすめしたいコーヒです。

エスプレッソがなくても手軽に作る事ができます。本場の「カプチーノ」はミルクコーヒにシナモンの粉をいれたもので、牛乳が泡だつております。それ以外は「カプチーノ何々」と名がつけます。

ロスアンゼルスのレストラン大通りにもプレイボーイクラブの前の「ペンフランクス」や300メートル西の「ブラセリコーヒ」へ行くと、深夜のコーヒで求められます。そのときは「カプチーノ」ではなく、「クレム・ド・カフェ」または「カプチーノ・ラモア」といった方がわかりやすい。

柄沢和雄・小畑辰夫共著
「コーヒメニュー150選」
柴田書店刊 全国で好評
発売中



連載●珈琲の科学<14>

配合(ブレンド)再考



珈琲研究家 伊藤博

素材と組立て

ブレンドという仕事は、ただ単にいく種類かの豆を混ぜ合わせるだけで済むものであれば、数学的に機械的に処理できるわけであるが、そこに一定のルールとさらにプラス・アルファの条件が入り込むために妙味もあり、同時にむづかしさも加わることになる。

時にはブレンドの手間をかけて、わざわざ味を失うような結果にもなりかねない。

ブレンドに際しては、まず「素材」となるべきストリートコーヒーのおのの吟味する。個々の豆が良質であることを確かめた上で、何パーセントかの割合に混ぜ(公式)、でき上がったブレンドコーヒーを味覚的に検討する。つづいて、その結果を再度ストリートコーヒーに戻して、その適否に応じてもう一度「組変え(ブレンド)」を試みる。

ストリートブレンド
コーヒー
素材の組立て

このフィードバックこそブレンドのルールと味のハモニーの体験的習得法である。

ある。それが同時に、各産地の個性や焙煎との関係をつかみ、応用(α)を効かせる寄りどころとなる。

豆の個性を知る

多くの例外は予想されるにしても、一応各種の生豆の個性を表現すると、次のようにいえるであろう。

●酸味を主とするもの

モカ、ハワイコナ、メキシコ、高産地コスタリカ、グアテマラ、ケニア、ブルボンサントス(新豆)、主として西半球水洗式の高級品、とくに新豆がこれに該当する。

●苦味のいきるもの

ジャワロブスタ、東インド産、セイロン島産、マンデリン、フカラマンガ、ボゴタ、アンゴラ、コンゴ、ウガンダの各古豆。

●甘味を含むもの

コロンビア、ベネズエラの各古豆、水洗式ドミニカン、キリマンジャロ、ハイチの精選豆。

●中性的な性格

サントス、サルバドルのとくに自然乾燥、低地コスタリカ、ベネズエラなど。

プラス・アルファ

ところが、ブレンドのむづかしさは、次に述べる通り、いくつかのルール違反が伴うことにある。

一、各種類の生豆の個性が固定していないこと

味を文字で表現することはムリであるし、また、それを画一的に「酸味」とか「苦味」とかに分類することも、厳密には妥当ではない。

一口に酸味といっても、豆の種類や状態(仕上げ、保存状態、期間、煎度)により、かなり違った味になる。化学的には相当異質の成分比から酸味が構成されているものである。すなわち「酸味」というコトバ自体から問題にされなければならぬといえる。

同様に、苦味もかなり複雑で、苦味をもたないコーヒーはないし、酸苦のバランスと、他の組成との々々からみ合いの中で、目立つたり抑えられたりもする。

二、焙煎に注意すること

豆の個性は、また、焙煎によって強化されたり抑制されたりする。

焙煎技術もさることながら、煎度の差は、同時収穫、同一バグの豆でさえ、まったく別種のものに変化させる。その事実を無視して、ブレンドの公式だけに頼つたら、似ても似つかぬコーヒーになってしまう。

三、変則的配合に固執しないこと

従来、極秘配合」と称する秘法を天下の宝刀のように絶対視する傾向がないでもなかった。

四、時流に合った種類を選ぶこと

輸入品目を見直し、価格も品質も安定した生豆を用

いなければ永続性がない。少なくとも、ある品種に代わる応用範囲の広い豆の方が無難である。

五、手がかりは配合率でよい

コーヒー名に必ずしも固定の味が期待できないにしても、一応ブレンドの公式に準拠して配合を考え、その後は臨機応変の修正を行う。

六、ブレンド研究の大切さ

入手品目の制約、不安定な農産物であること、しかも加工や焙煎技術の支配を受けやすいものであるから、ブレンドの果たす役割りとその研究の重要性は高い。

要約すれば、コーヒー名と配合率を規定においたブレンドのルールに従い、その上でなお弾力的に「コントロール」する見方が必要である。

そのためには、前述の素材と組立てのフィードバックが、あくまでも基本とならざるを得ない。

伊藤博著「珈琲探案」
柴田書店刊 全国書店で好評発売中

共和国案内

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

加盟店募集



◎100種類のコーヒーのある珈琲専門店「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、不況による購買意欲の低下や、公共料金、人件費、家賃、建築資材の値上り等、厳しい状況を迎えています。
 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。
 ぜひとも、チェーンにて

加盟ください。

お問合せは左記まで
 東京都世田谷区松原1の37
 の20会田ビル 〒1156

☎03・325・1142

㈱日本珈琲販売共同機構
 または、
 名古屋市市中村区堀内町3の
 4 歌麿内 日珈販東京本部
 ☎03・533・0077

加盟案内書400円(送料共)

コーヒー教室



日珈販では、20名以上のグループが集まると、出張コーヒー教室を行なっています。

ご希望の方は、日珈販営業本部久保までお問合せください。

☎03・325・1142

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、いま珈琲店を営んでいる方、これから新しく店を始めようとする方、必読の書です。

有名書店及びばえむチェーン、日珈販で発売中。

コーヒー



高級コーヒー豆「ばえむ」は、選抜さ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、コーヒーの本来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、多くの人々に愛飲いただいております。
 ばえむチェーンで発売中

添加物



台糖のコーヒージュガーは、純度の高い砂糖をごくわずかに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kok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。



求人
 ば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、今後もっ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

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ください

- ◎日珈販コーヒー友の会の会員は「友の会スタンプ」が御利用になれます。
- ◎スタンプは、コーヒーまたは紅茶を召上がったときは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、コーヒー器具及び紅茶お買上げの場合は1000円につき
- 20円のスタンプを差上げます。
- ◎スタンプは50枚たまるると1000円の商品券と交換でき、加盟店と協賛店で使えます。
- ◎加盟店・協賛店の一覧表は各加盟店にごさいます(無料)。
- ◎会費は年間100円です。
- ◎お申込みは各加盟店へどうぞ。

上日珈販・ばえむ・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旋し、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勤務先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。

☎03・325・1142

求人係

日珈販では営業部員を求めています。25歳前後の男子で、新規加盟店の開店の開拓や商品の販売促進など

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
 〒の37の20会田ビル3F
 (☎03・325・1142)

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

Good POEM

ぼえむ
ニュース

第8号

発行
ぼえむチェーン本部
東京都世田谷区松原
1-37-20 会田ヒビ
電話 03-325-1142

楽しく幅広く支持されるものを

版画・菓子・食器・コーヒー器具など

ぼえむチェーン
今年の商品計画

日珈琲では昨年未双美工房の笹岡信彦氏を顧問に迎えるなど商品開発に重点をおいているが、今年はずっと不況下のインフレ等によって、日珈琲としてはその危機乗切りに重点をおいて来たが、ようやく経済情勢も安定のきざしをみせはじめているので、オリジナル商品としてお菓子・版画・コーヒー器具などを開発して販売する計画である。かつてぼえむは一部の層で大変人気のある人生漫画家永島慎二氏のイラストジャケットを発売し、現在もイラストマッチを販売しているが、今年はずっと幅広い層

にも受入れられるようなものを開発する計画である。

珈琲の楽しみ方10章
1月中旬再刊

ぼえむチェーンの加盟店で配布し好評だった「珈琲の楽しみ方10章」が1月中旬に再刊されます。コーヒーに関する正しい知識が簡潔に記述してありますので、特にこれからご家庭でレ

ブラジルコーヒーを産地直送?

—小室博昭氏に依頼して—

わが国のコーヒー原料豆の供給事情はますます悪化しているが、特に「ぼえむ」のブランドに必要な上質のニュークroppのブラジルコーヒーが、まったく輸入されない状況である。この状況を打開するため

日珈琲山内社長とドトールコーヒー鳥羽社長が協議した結果、その対応策として鳥羽社長と親交のある日本人であるマルベニコロラド社の支配人小室博昭氏に依頼して、アララクアラ産の

上質のブラジルコーヒーを選別してもらい、継続的に送ってもらおうよう作業を進めることで意見が一致した。

ドトールコーヒーはこの件について、近く関係業者と打合わせをはじめめるが、もしこの計画が実現するとぼえむのマークがついたコーヒーの麻袋が太平洋を渡ってくることになる。

12月3日
オープン!!
駒岡店



横浜市鶴見区駒岡町388
駒岡不動尊前・駒岡共同ビル1階
電話 045・572・9721

新商品フレンチモカミックス
2月メニュー改訂時に発売か?

ぼえむチェーンでは、重厚なコーヒーを愛好する人達の要望に答えるため、強煎のモカマタリに代わってモカハラをベースとしたフレンチタイプのミックスコーヒー「フレンチモカミックス」を新しく発売すべく検討中である。

最近、公共料金をはじめ物価の値上りが目立つが、ぼえむチェーンでは不況下のインフレに悩む庶民の立場を考慮して、本年8月まではジャーマンコーヒーの標準価格を絶対値上げせず

お客様各位

ぼえむチェーンの本部では、お客様の声をばえむの営業政策に反映させるため努力を重ねておりますが、加盟店サイドからの情報のみではなかなか正確なところがつかみきれません。そこで、今までに日珈琲コーヒー友の会の会員の方へのアンケートやぼえむ日安箱(本部直訴のためのハガキ)などを実施してまいりましたが、今度売店のお客様を対象に「あなたのコーヒー診断」、飲食部門対象に「ぼえむアンケート」の2種類のアンケートを実施いたしますので、お手数ながらご協力ください。

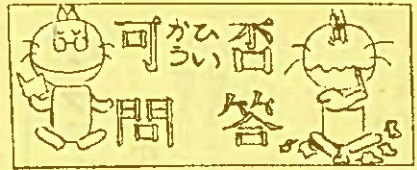
なお、前回実施いたしました「ぼえむ日安箱」はなかなか手厳しく有意義なご意見がたくさんあり、このことは本年度の指導目標へも十分に折込むことができました。

ひとつ今後とも皆様の遠慮のないご意見をきかせていただき、皆様のぼえむとしてより精進したいと存じます。

ぼえむチェーン本部

標準価格200円を絶対値上げしないことに決定した。本部としては、本年いっぱいには値上げしたくない意向であるが、公共料金や原材料、資材等の値上げや製氷機などの生産調整による値上げなどもあり、地価や人件費の高い店舗などからは値上げの希望もあるため8月の時点で消極的に検討することとしている。

なお、コーヒー豆は市況が安定しており、かなり長期間値上げしない見込み。



コーヒーについての皆様の相談
室です。ご不満、ご要望、疑問など
ぼえむ本部あてお便りください。

メリタのコーヒー
器具で、ぼえむのコ
ーヒー豆をうまく抽
出するには……

問

私は、先日デパートでメリタのコーヒー器具とコーヒー豆を買いました。そして、コーヒー豆を使い始めてしまったので、美味しいという評判のぼえむのコーヒー豆を買ったところ、教えられた抽出法がメリタ社の説明書と違うことをいわれました。

店の人に聞いたら、ただこっちの方が正しいというだけなのです。

チャンとした説明をしてください。

(T・K 主婦)

答

まずメリタ社の説明と、ぼえむの説明とどちらが正しいかということですが、それについては、ぼえむのコーヒー豆を使ってコーヒーを淹れる限りにおいて、ぼえむが指示する方法が正しいということですが、なぜならば、コーヒー豆は、そのコーヒー豆の品質（煎らない前のグリーンビーズと呼ばれるものの品質）や加工法（煎り方や配合の仕方）で抽出法をかえないと、美味しいコーヒーは得られません。

ですから、ぼえむではメリタのコーヒー器具の特性を過去5年にわたって研究し、メリタを使って美味しいコーヒーを、しかも手軽に抽出するためにはどのようなやり方で、どのようなコーヒー豆を使ったらよいかというデータを得たわけです。

ということとは、ぼえむのコーヒー豆以外のものと同じ方法でやっても駄目だということなのです。つまりぼえむはぼえむという独自のコーヒー豆を開発して、それを買ってくださいお客様様のお客様を対等に、それもメリタを使ってくださいことを前提として、お客様にコーヒーを提供し、抽出法をお教えしているのです。

一方、メリタ社の方はコーヒー豆を自社では発売しておりません。すなわち、コーヒーの品質に関しては責任をもたないのですから、考え方によれば、一番安直なやり方をPRし、メチャメチャに簡単な器具であることを大衆に印象づけて、コーヒー器具だけを売ればよいので（もしメリタで淹れたコーヒーがまずければ、コーヒー豆のせいにするれば事がある）、おのずからぼえむのような親切な抽出法はとらないということも当然です。

また、抽出法が違いますが、器具の大きさが淹れられるコーヒーの量も違って来ます。そのため、以前はえむで販売していたときと現在売っているケースとは、器具の何人用という表示が違ってはいますが、それは厳密に気にする必要はありません。

ただ、今後メリタ製品がデパートやスーパーマーケットで販売され、ぼえむのお客様の中にもぼえむ以外でメリタ製品を購入される方も多いと思いますので、商品の表示については発売元のメリタ社の表示に従うことにしました。

重ねて申し上げますが、ぼえむで販売しているコーヒー豆は、必ずぼえむで説明する方法でお使いください。

ぼえむチェーン加盟店年末年始休業のお知らせ

(●印年末年始休日 ○印定休日)

店名	月	日	29(日)	30(月)	31(火)	1(水)	2(木)	3(金)	4(土)	5(日)	6(月)	7(火)	8(水)	9(木)	10(金)
赤坂見附店	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●					
阿佐高井戸店		●	●	●	●	●	●	●	●	●					
西谷東口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
寺南口店			●	●	●	●	●	●	●	●		○			
北口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
小杉南口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
板橋北口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
西荻東口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
駒込東口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
新大塚北口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
下北沢南口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
小平南口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
小川南口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
経堂北口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
新名古ビル店			●	●	●	●	●	●	●	●					
名古屋ビル店			●	●	●	●	●	●	●	●					
たまブラザー店			●	●	●	●	●	●	●	●					
岡崎店			●	●	●	●	●	●	●	●					
新万代センター店			●	●	●	●	●	●	●	●					
中野南口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
所沢南口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
永福町店			●	●	●	●	●	●	●	●					
祖師谷大蔵店			●	●	●	●	●	●	●	●					
経堂南口店			●	●	●	●	●	●	●	●					
駒岡店			●	●	●	●	●	●	●	●					