



## contents

- 4 〈歴史〉珈琲神話
- 6 〈雑学〉コーヒー豆知識
- 8 〈巻頭特集〉ドリップパーテスト!
- 18 〈トリビア〉スタバのカゴぶ
- 24 優雅なカップ&ソーサーカタログ
- 26 メジャーコーヒーの実力診断
- 30 話題のミルを使ってミル
- 39 〈コラム〉イカ画家のカフェ探訪
- 40 缶コーヒーは誰が飲む?
- 42 〈特別企画〉沖縄珈琲劇場
- 52 コーヒー染めに挑戦!
- 54 ウィンナコーヒーの華麗なる正体
- 56 アメリカンコーヒーをナメんなよ!
- 58 喫茶音楽論
- 64 レトロコーヒーを作って飲む
- 66 北の珈琲都、ひろさき
- 72 日本人農園が世界一の豆を生む日
- 74 〈面白コラム〉珈琲夜話
- 80 彼と彼女のコーヒーショップ

猫/モノマガ男

君の知らない

# コーヒー

ワールド・ムック1021

ワールド・ムック No.1021  
 ©WORLD PHOTO PRESS 2013 (禁・無断転載)  
 AD・表紙デザイン 若山トシオ  
 表紙写真 珈琲男  
 レイアウト/フェイヴァリットグラフィックス  
 DTP ベイス

## 小泉硝子製作所の三ノ輪 2丁目ネルドリッパー

細身の円錐形フラスコを二つなげたようなフォルムは、化学の実験を連想させる。それもそのはず、三ノ輪2丁目ネルドリッパーの製造元は創業明治45年の老舗、小泉硝子製作所。実験器具をはじめとする硬質ガラス製品を製造するメーカーで、ハンドメイドを旨とし、オーダーメイドにも対応している。本社のある三ノ輪2丁目からいただいた製品名にも、この会社の濃とした姿勢が現れている。筆者の専攻は化学で、大学時代に小泉硝子製の実験器具を壊して、教授から大目玉を食らった記憶がある。今回のテストに際しても、恐る恐るあつかってしまった。

繊細なガラス器具に水で湿したネルをセットし、2杯分のコーヒーを計り投入する。じわっと豆が膨らんだのを確認した後、アロマを引き出すために蒸らし時間を置く。喫茶店のマスターになった気分、ポットから細く湯が出るように調整しながら注ぐ。ネル全体からじわっとコーヒーが染み出して、サーバーに落ちる様子を見るのも楽しい。柔らかな素材でネックをつかんでコーヒーをカップに注ぐ。酸味が抑えられて、苦味がほどよく効いており、これぞ、マスターの味(!)といったテイスト。男のロマンを感じさせるドリッパーである。

2人用サイズ  
価格7350円  
直径90×高さ185ミリ  
容量240ミリリットル  
硬質ガラス製、ネル2枚付属  
一回り大きな5人用サイズもあり。  
※直火不可  
©小泉硝子製作所 ☎03-3803-3741

# [07]

あの頃のマスターのよう

●ネルは水に湿らせ冷蔵庫で保存。●ドリッパーの内壁に密着しないよう装填する。●中粗挽きの豆を適量使用。●中心に少量注いで蒸らしのち、ネル全体からジワリとコーヒーが染み出すように湯を注ぐ。●くびれ部分には鹿革が巻かれているもの熱くなるのでミトン必着である。



【巻頭特集】  
**ドリッパーテスト!**

デザイン サイズ違いのフレンチプレスほか、二重耐熱ガラス、ミルクフォーマー、電動コーヒーグラインダーなどボダムワールドは拡張を続けている。



# [06]

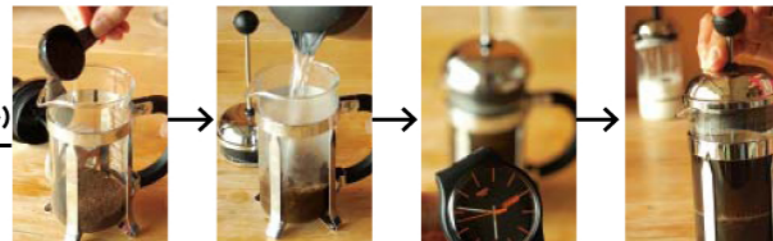
美味珈琲までの240秒

## ボダムの シャンボール(0.35リットル)

ボダムのコーヒーとの関わりは古い。1958年に発売したサイフォン式コーヒーメーカーのサントス(現:ペボ)に続いて、1970年代にはフレンチプレスのピストロを発売。双方ともに現在まで続くベストセラーである。デザインや素材のバリエーションを増やして、74年の発売以来、現在までに販売したフレンチプレスの累計はなんと1億個以上(!)。最近では、スターバックスで推奨される淹れ方としても知名度を高めている。創業者であるハワード・シュルツ氏が豆の味を引き出す淹れ方だとボダムのフレンチプレスを絶賛し、ショップで販売している。

テストには、スタンダードなシャンボールを使った。豆は中挽きよりやや粗め。筆者が愛用しているボダムのコーヒーグラインダーなら、フレンチプレス用の粗挽きが選べる。ガラス容器にコーヒーの粉を入れて、沸騰したあとの少し冷ました湯を投入。イッキに湯を入れたら、スプーンで攪拌して待つこと4分。金属製のプランジャーを押し下げて、コーヒーをカップに注ぐ。豆の油分の中に溶け込んだ香りと旨みがフィルターに吸収されることなく、そのまま引き出されている。豆の味が引き出されるだけに、ダメな豆だとダメな味になるのが難点。こだわりの豆にこそ、最適な淹れ方だ。

価格4200円  
幅135×高さ189×奥行75ミリ  
専用メジャースプーン付属  
食洗器使用可能  
©ボダムジャパン ☎03-5775-0681



●1杯=120ミリリットルあたり粗挽き豆約7グラム使用。●90~96℃のお湯を注ぐ。●マドラーで軽く混ぜてフタをして4分待つ。●4分経ったらプランジャーを押し込んで抽出する。

## ヨーガン・ボダム社長、直伝! フレンチプレスの魅力

スイス・ルツェルンにある本社に、創業一家出身で現社長のヨーガン・ボダムさんを訪ねた。自然光が射す明るいオフィスの中には、経営部門の他、デザインや開発部門が入っている。ヨーガンさんは驚くほど気さくな人柄で、この日も自らコーヒーを淹れてテイストングさせてくれた。カップに注ぎ分けて味わうと、豆ごとに、酸味、苦味、コクといったフレーバーの違いがわかる。このフレンチプレスが作られるのは、ポルトガルにある自社工場。いまどき欧州製というのが贅沢だ。

## ボダム本社、ショップ、工場



サービスマニュアルがない!?



アルバイトのパートナーに至るまで全員が会社の一員として、スターバックスが目指す「OUR STARBUCKS MISSION」(人々の心を豊かで活力あるものにするために一ひとりのお客様、一杯のコーヒー、そしてひとつのコミュニティから)

を理解・共有。利用者や地域との日々の関わりのなかで、どうしたらブランドプロミスの「Moments of Connection (つながりの瞬間)」を生み出せるかを、一人ひとりがそれぞれに考えながら、自発的に行動することを奨励している。そのためサービスマニュアルはないが、パートナーは「グリーンエプロンブック」というスターバックスのパートナーとしての大切にすべき価値観をまとめた小冊子を所有している。また、パートナーは、日々の仕事を通じて仲間のパートナーの良いところを発見した際に「GABカード」(5種類あり)へメッセージを書いてプレゼントするが、これはパートナー同士がお互いに良いところを認め合い、称賛し、高めあう企業文化を象徴する習慣のひとつである。

会議前にコーヒーを飲む

コーヒーカンパニーとして、会議を始める前にはその日の担当者がコーヒーをいれ、みんなで飲みながら、コーヒーについて語り合う文化・習慣がある。

中途入社社員は、社長も含め全員がバリスタ研修を受ける

入社後は、中途入社の場合もすべての社員が店舗で研修を受ける。利用者や接客の店舗こそが、スターバックスの基本であるという考えに基づいたもの。

ロゴの女性はギリシア神話に由来している

ギリシア神話に登場する女神「サイレン」に由来。海の女神であるサイレンは、美しい歌声で船乗りたちを惑わすとされているが、スターバックスもコーヒーの豊かな香りにひかれて利用者に来店してほしいという願いが込められている。



ロゴのサイレンの顔は左右対称ではない

人間の顔が必ずしも左右対称ではないように、不完全であることが自然という考えから。



京都の古寺を臨める店がある

京都の中心部にある頂法寺に隣接する「京都烏丸六角店」では、店内から寺の風情のある和風景が眺められる。旅行の際にはスタバでも京都再発見なんていかが?

米国CEOハワード・シュルツのオフィスに日本人画家の作品がある?

白地のキャンバスに鮮やかな朱色のペイントが印象的な日本人画家・白髪一雄氏のアートが飾られている。ハワード・シュルツは白髪氏の画集も所有しているという。



記念すべき日本1000店舗日は?

2013年9月17日に「田園調布東急スクエアガーデンサイト店」「名古屋自由ヶ丘店」の2店が同時オープンし、国内1000店舗に到達した。よって、日本1000店舗目はこの2店となる。1996年8月の日本初出店から約17年での1000店到達となった。

音楽ライブやってます

全国のスターバックス各店舗では、地域コミュニティに愛される店舗であるべく、近隣の利用者とのつながりを深める様々な「コミュニティ コネクション」活動を行っている。その一例として音楽に耳を傾けながらゆったりとコーヒーを楽しめるよう、ミュージックライブを実施する店舗も。「コミュニティ コネクション」の活動予定は、各店舗のコミュニティボードなどで紹介される。

公園や一般病院の中にも!



焼きたてパンが楽しめる

全国1000店舗の店舗のなかで、「玉川高島屋S.C.店」「鎌倉御成町店」「東急プラザ参道原宿店」「inspired by STARBUCKS 玉川3丁目店」「inspired by STARBUCKS 代沢5丁目店」の5店では焼きたてパンを提供している。

突如、日本に上陸できたワケ

1992年、カリフォルニア州サンタモニカのスターバックス店舗をはじめ訪れた角田雄二(スターバックス コーヒー ジャパン初代CEO)が店舗で受けた感銘を手紙にして、ハワード・シュルツに送ったことから交流がスタート。95年にスターバックスの子会社で、北米以外でのビジネスを推進するスターバックス コーヒー インターナショナルと日本のサザビー(現サザビーリーグ)が合併契約を交わし、翌96年8月に東京・銀座松屋通りに北米以外では初となるスターバックスの店舗を出店した。

「スターバックス」以外の名称候補は?

米国作家メルヴィルの小説「白鯨」に登場する船の名前「ピークオッド(Pequot)」が候補にあがったこともあったが、発音が「pee(おしっこ)」と「quod(伊勢神)」に聞こえるため却下。米国北西部を代表するレーニア山にあった探検隊の名前に由来した「スターボ(Starbo)」も候補にあがったが、最終的には「スターバックス」(Starbucks)に。ちなみに、前述の「白鯨」に登場するピークオッド号の一等航海士の名前は偶然にも「スターバック」(Starbuck)で、結果的に、大洋のロマンとつながるのコーヒー貿易商人たちの船旅を想起させる名前となった。出典「スターバックス成功物語」



地域によって異なる店舗デザイン

スターバックスでは地域特性やユーザーの利用状況に応じて、1店舗ずつ個性ある店舗を展開。店舗数の拡大のみを目的とせず、利用者に居心地のよい空間と最高のスターバックス体験を提供できるよう、店舗ごとのクオリティを高めることを追求している。新鮮な魅力を保つため、数年ごとに大規模な店舗のリモデルも行っており、ここ数年は新規出店以上にリモデルに予算を投資している。

本社の接客室にはコーヒー生産地の地名がついている

目黒(住所は上大崎)にある本社1階接客室には、受付側から「コロンビア」「グアテマラ」などの中南米、中ほどが「バブアニューギニア」など東南アジア、奥が「エチオピア」「ケニア」などのアフリカと、代表的なコーヒー原産地の名前がつけられている。また、2階の会議室は「サイレン」(ロゴのモチーフとなったギリシア神話の女神)、3階は「シアトル」(スターバックス発祥の地)、4階は会議室の広さに応じてカップサイズが会議室名となっている。

本社の各フロアでは、社員がラテをつくって飲める

本社の各フロアにはエスプレッソマシンが備え付けられており、パートナー(従業員)はラテやカプチーノなどを自由につくって飲むことができる。「サポートセンター」(スターバックスでは利用者と接する店舗が中心であり、本社はこれをサポートするためにあるとの考えからこう呼ぶ)4階は、サポートセンターと店舗のパートナーが自由に交流するラウンジとして利用されており、思い思いに好きなコーヒーを飲みながらコミュニケーションを図っている。また店舗パートナーたちが呼びかけあい、コーヒーのテイastingや勉強会を有志で行ったりすることもある。

スタバのカゴボ

ボクたちの生活に欠かせない緑色の彼女、スターバックス。休息でも仕事でもデートでも、そこはいつだって優しく迎えてくれる。そんなファンのボクたちも知らないスターバックスコーヒーのトリビアを一挙公開。文/下川冬樹 協力/スターバックス コーヒー

エプロンの秘密

エプロンは大きく分けて2種類。スターバックスのパートナー(従業員)は、入社して一定時間の研修を受けた後、「グリーンエプロン」を身につけてバリスタとして働き始める。さらに、年に一度実施されるコーヒーに関する広域かつ深い知識を問う社内認定試験に合格すると、氏名が刺繍された「ブラックエプロン」を身につけられるようになる。ブラックエプロン認定試験は、2012年までに10回実施。合格することに☆マークが追加される。社内には10回すべて合格した、☆10個(実際の刺繍は☆5個で「金星」)に変わるため、「金星」2個)を持つバリスタが現在、全国に3名いる。



日本1号店で最初にオーダーされたメニューは? 「ダブルトールラテ」

「ブラックエプロン」は2011年誕生。全国約2万1000人のスターバックスのバリスタのうち「ブラックエプロン」の着用資格を持っているのは1割弱。主に店舗で勤務しているが、店舗ごとを実施している有料の「コーヒーセミナー」に参加すれば高い確率で身につけられる。

バリスタ頂上決戦

スターバックスでは、パートナーのコーヒーに対する情熱や探究心をサポートする「コーヒーマスタープログラム」という学習・自己研鑽プログラムを展開。年に一度実施される「ブラックエプロン」認定試験にはじまり、全国の「ブラックエプロン」合格者の中から各エリアの代表を決定する大会を経て、勝ち残った12名の精鋭たちが毎年1回、「No.1スターバックス バリスタ」の座をかけてコーヒーに関する知識や接客技術などを競う社内イベント「コーヒーアンバサダーカップ」に出場。優勝者はその年の「コーヒーアンバサダー」となり、スターバックスのコーヒーの魅力を伝える大使として一年間活動する。アンバサダーは、氏名を刺繍したコーヒー染めのブラウンの特別なエプロンが渡され、このエプロンは優勝旗のように毎年、次のアンバサダーへと受け継がれる。





メタクリル樹脂製の本体とポケット。挽いたコーヒー粉を簡単に取り出せる。



### HARIOのクリアコーヒーグラインダー MXR-2TB

最大容量40グラム(ホッパー容量)  
サイズ/重量:幅175×奥行75×高さ175mm 重さ550グラム  
価格5250円  
☎HARIO ☎0120-398-207  
www.hario.com

### ベーシックなコーヒー豆挽き体験

お隣へのハンディタイプも悪くないが、しっかりと置いて挽きたいという向きにオススメしたいのがHARIOの「クリアコーヒーグラインダー MXR-2TB」だ。いわゆる、コーヒーミルの入門モデルといったところか。キッチンはもちろん、リビングや書斎など部屋のインテリアに自然と馴染むクリアな外觀、文庫本サイズのコンパクトボディに、本体横のレバーを倒すと吸盤が作動し、デスクに固定できるというスグレモノ。手動式のミルの場合、コーヒー豆を挽く際にはミルの位置をしっかりと固定し、安定した状態でハンドルを回すことが重要なので、これはうれしい機能だ。挽き心地はストレスを感じさせないスムーズなハンドリングが好印象。下の実際に挽いた写真のとおり、粗挽きも意外にキレイに挽けるし、固い豆も気持ちよくガリガリやれる。わざわざコーヒー豆を挽くという男の嗜みの世界に、気軽に導いてくれるシンプル簡単ミルだ。



底面全体にシリコンゴムを使用。吸盤を使わなくても本体を固定しやすい。臼はセラミック、ハンドルはステンレス製。

### 【ここまで挽ける!】



細挽き



粗挽き



ホッパー底部のつまみを右回り/左回りにすることで豆の挽き目を調整。



### HARIOのコーヒーミルセラミックスリムMSS-1B

最大容量24グラム(ホッパー容量)  
サイズ/重量:幅150×奥行72×高さ220mm 重さ250グラム  
価格2625円  
☎HARIO ☎0120-398-207  
www.hario.com

### 持ち運びに便利なモバイルミル

そのスリムさから、モバイル、アウトドアとコーヒーを楽しむシーンを広げてくれること間違いなのが、HARIOの「コーヒーミルセラミックスリムMSS-1B」だ。片手で持てるペットボトルサイズのミニマムボディに加え、すべてのパーツが分解可能。臼までしっかり水洗いできるメンテナンスのしやすさもポイントだ。コーヒー粉の詰まりは、ミルを傷める要因にもなるので、安心して長く使えるというわけだ。アウトドアでうっかり汚してしまっても問題ない。ホッパー容量はコーヒー2杯分で、ホッパー底部のつまみを右回りにすると細かく、左回りにすると粗くと、豆の挽き加減も自由自在。肝心の挽き心地は、スリムサイズだけあって、いちばん最初にハンドルを回す際にはミルをホールドし、力を強めに入れてしっかりと回す必要があるが、一度挽きはじめてしまえば後はスムーズ。キッチン、リビング、デスクとどこでも挽ける気軽さもいい。



細挽き



粗挽き

最近のコーヒーブームに呼応して、コーヒーミルも3000円程度から2万円超まで比較的手の届きやすい価格帯にして操作もスムーズ、キッチンを圧迫しないコンパクトサイズと、自宅に気軽に導入できるものが増えている。店頭ではなかなか体験しにくいコーヒーミルだが、今回は話題のミル6台で実際にコーヒー豆を挽き、その趣を体感レポートしたい。コーヒーミルは手動式と電動式に分かれるが、手動式にはモノとしての重厚感や、お気に入りの豆を自分の手で好みの加減で挽くという趣味的な悦びがある。ムラなくキレイに挽くには、力の入れ具合やハンドルの回し加減などそれなりのコツもいるが、職人的な技を極めていくのも愉しみのひとつだろう。一方の電気式の最大のメリットは一瞬にして豆がムラなく美しく挽けること。時間のない人や極細挽きのエスプレッソ仕様を好むなら迷わず電動式を選ぶべき。今回テストした6台はいずれも、細挽き、粗挽きの挽き具合も実用性良好。ストレスなくスムーズに豆を挽くことができ、その行為に愉しさとちょっとした感動を見いださせてくれた。挽きたての豆から放たれるコーヒーの豊かな香りを感しているだけでも癒される。何かとせわしい今の日本の社会だが、朝の寤覚めのコーヒーにはお気に入りの豆を挽いて、こだわりの一杯を楽しんでからその日をスタートさせる。それくらい心のゆとりを持ちたいものではないか。

# 話題のミルを使ってミル!

コーヒーを飲むなら、挽きたての豆から淹れたほうがよいのは当然のこと。でも、イチイチ挽くのは面倒だし、置くスペースもないと、これまで疎遠だった読者諸兄のために、編集部厳選の話題のコーヒーミルを使ってみる!  
文/下川冬樹 写真/珈琲男

### ザッセンハウスのサンティアゴ

最大容量30グラム(ホッパー容量)  
サイズ/重量:幅155×奥行155×高さ196mm 重さ800グラム  
価格1万5750円  
☎メリタジャパン ☎0120-33-0212  
www.melitta.co.jp

### 男の嗜みを極める独自の作法

写真のとおり、椅子に座ったまま、ミルを内股にはさんで固定して挽くというユニークな作法が特長の「ザッセンハウス サンティアゴ」。一瞬慣れない動作に戸惑うが、内股に力を入れしっかりとミルを固定して、手でハンドルを回すと意外にスムーズに挽けてビックリ。さすがは1867年創業のコーヒーミルの最高峰、ドイツのザッセンハウスといったところか。ハンドルを回した際に軸がブレないしっかりとしたつくりや、豆をすりつぶすのではなく、カットする方式にすることで摩擦熱や微粉の発生を抑え、蒸らしの際には豆のエキスをより出やすくさせる硬質特殊鋼の刃の実力にはイチイチ納得。とにかく挽き味にキレがあるという印象だ。ちなみに、オフの日にリビングで「サンティアゴ」を腿に挟んでガリガリやっている姿は、男としての佇まいも絵になる(はず!)。家族に趣味にこだわる男の姿を見せるといっても意義あり(?)。

### 【ここまで挽ける!!】



細挽き



粗挽き



実用性は言うまでもなく、木、銅鉄、真鍮を組み合わせたボディとディテールにはイチイチ男の悦びが詰まっている。これぞ男のミルだ!



沖縄セラードコーヒー  
 ③那覇市港川12-15-5 27号  
 ☎098-875-0123  
 ⑨月～木 8:30～17:00  
 金、土 12:00～18:00  
 ④日、祝日(不定休あり)



編集者

セソコマサユキさん

沖縄を拠点に活動する編集者。著書に「あ  
 たらしい沖縄旅行」(WAVE出版)がある。



焙煎人

末吉業人さん

沖縄セラードコーヒーにて主に焙煎と広  
 報を担当。沖縄の珈琲事情に精通する。

個性豊かなカフェの増加とともに、珈琲も店ごとの個性が際立つように。  
 沖縄セラードコーヒー・末吉業人さんと、沖縄在住の編集者セソコマサユキさんが見る、  
 いまの沖縄のコーヒーシーンのおもしろさは。

セソコマサユキ(以下セソコ) / 景観を売りにするいわゆる  
 ロケーションカフェの多い沖  
 縄ですが、ここ数年、景観よ  
 りも、店主の作り出す世界観  
 を売りにするような個性的な  
 カフェが増えていきます。それ  
 とともに、カフェにとつての  
 コーヒーの位置づけも変わっ  
 てきているように感じます。  
**末吉業人(以下末吉)** / そう  
 ですね。カフェを営む人たち  
 のコーヒーに対する意識が変  
 わってきていると思います。  
 自分はどういうコーヒーを出  
 したいという意図の明確な人  
 が増えていきます。  
**セソコ** / ここ数年の間にオー  
 プンしたカフェの多くは、外  
 人住宅のようなシンプルな物  
 件を改装し、店主の世界観を  
 上手に表現していますよね。  
 それは珈琲に対しても同じこ  
 とが出来るのかもしれませんが。  
 メーカーからただ仕入れると  
 いうことではなく、たとえば  
 ブラウマンズランチペーカリ  
 ーは那覇市栄町の焙煎所  
 ⑤00に理想の味を求めて何  
 度も通ったという話を聞きま  
 した。ルカインドコーヒーの  
 ように自家焙煎のお店も増え

ていますね。店の味を出そう  
 という強い意思を感じます。  
**末吉** / トレンドの先端をいく  
 東京や、喫茶文化の根強い関  
 西でコーヒーを学んだ人が沖  
 縄に帰ってきて、学んできた  
 ものを土台にお店を始めてい  
 ます。だから、沖縄のコーヒ  
 ーシーンはこれだ、と定義す  
 ることは非常にむずかしいの  
 ですが、良い意味でチャンプ  
 ルー(こちゃ混ぜ)文化とし  
 て沖縄のあたらしいコーヒ  
 ー文化が形成されつつあるとい  
 うことなのかもしれません。  
**セソコ** / 客としても、お店ご  
 とに個性や主張のある珈琲が  
 飲めるというのはとてもうれ  
 しいことです。  
**末吉** / また、3年～5年後の  
 収穫を目標に、珈琲の木を栽  
 培してもいます。品種はニユ  
 ーワールドとマンデリンが少  
 し。台風との闘いは避けられ  
 ないけれど、沖縄で育てた珈  
 琲豆を販売できるようになり  
 たいですね。  
**セソコ** / 沖縄産の珈琲が飲め  
 るようになるかもしれないな  
 んて、ますます今後のオキナ  
 ワン・コーヒーシーンが楽し  
 みです。



写真 / G-I-K-E-N  
 文 / セソコマサユキ(P.42～P.49)、  
 小林知花(P.50～P.51)

# 沖 縄



い ま、こ の 島 の カ フ ェ シ ー

# 珈 琲



# 劇 場

ー シ ー ン が す ご い

日本で珈琲の木が栽培できる  
 北限といわれている沖縄。  
 毎年のように強烈な台風に見舞われるこの地で、  
 それでも粘り強く  
 珈琲を栽培しようと試みる  
 ひとたちがいる。  
 なぜか。  
 それは、沖縄の人びとが元来  
 珈琲という飲み物を愛しているからに  
 他ならないのではないか。  
 沖縄はいま、カフェやペーカリが  
**ブーム**といっても過言ではないだろう。  
 近年オープンしたそれらの店は  
 どれも個性に溢れ、志を持つ店ばかり。  
 当然、そこで提供される一杯の  
 珈琲にも、豊かな個性と、  
 こだわりの見ることが出来る。  
**珈琲の自家栽培を目指す店や、  
 手動の自家焙煎にこだわる店、  
 それにドリッパの技術を追求する店。**  
 多彩な魅力に溢れる、  
**沖縄珈琲劇場へ、ようこそ。**



1976年

# スジャータのミニミ

1976年の発売以来、コーヒーの相棒として親しまれているのが、めいらくグループのコーヒーフレッシュ「スジャータ」の恋人「スジャータ」だ。その名称は、お釈迦様の逸話に由来している。

……ある日、修行で疲れ果てて尼連禪河で沐浴をしていた釈迦に、「スジャータ」という名の娘が山羊の乳でつくった乳粥を捧げた。すると、釈迦はあまりの美味しさに「おお、醍醐味」と喜び、たちまち疲労が回復。その後、釈迦は菩提樹の下で悟りを開いたという。同社は「スジャータ」を飲むに釈迦と同じ「醍醐味」を感じてほしいと「スジャータ」の名前を

採用粉末のコーヒークリーム製品が主流だった時代に喫茶店で飲むコーヒーの味を家庭でという創業者、日比幸吉（現会長）の強い思いから、76年元旦に海外製の設備導入と開発を決定。3カ月という異例のスピードで商品化を表現した。発売3カ月後は、往年の国民的歌手藤山一郎出演のテレビCMがスタート。営業マンが毎朝ポツ



8月2日~7日  
スジャータ  
ねぶた  
青森

スジャータ  
3月23日の花  
ベルゲニア  
順応する

海外から来日して箱単位で購入する熱烈コレクターもいるという上蓋デザイン。限定商品として、日本の祭りや戦国武将などを展開したことも。

参バイヤーに直接試飲してもらったという地道な営業が実を結び、大ヒット商品へと成長。78年には、東海山陽幹線とスジャータが採用され、新幹線に引張られるように同社はその沿線に営業拠点をつくり、今日の全国展開に至る道筋をつけたというウケ。

文/下川冬樹



1977年

発売当初が正四面体パック（18ミリリットル）、翌77年にボーション型（6ミリリットル）、80年の5ミリリットルボーション型が以後のレギュラーサイズへ。茶色の容器は脂質などの酸化を防ぐため遮光性を重視した結果。底部は中身の残りを防ぐためリブではなく素材に厚みをつけている。



1986年

スジャータもプレミアム時代だ！

2006年発売の「スジャータプレミアム」(8ミリリットル×10個入)は、純乳脂肪45%の高級版で現在も好評発売中。

©スジャータ めいらくグループ 0120-668833



2001年

## すぐに作れておいしさが続く！ 画期的なマイボトルドリンク・ドロップ

文/友井健人



専用の広口ボトルと、味と香りを閉じ込めた濃縮ボーション、コーヒーのボーション。現在、マイスターブレンド、深煎りエスプレッソ、芳醇カシス、コーヒー、焦しキャラメル、コーヒーの4種。●ドロップ専用ボトル1980円。◎サーモスお客様相談室 0256-92-6696 ●ドロップ専用は各種90円。◎サーモスお客様センター 0120-139-320



サーモスとサーモトリーが共同開発して、新しい飲み物のスタイルと話題の「マイボトルドリンク・ドロップ」を試してみた。作り方は本当にカンタン。ドロップボーションを専用ボトルにセットして、本体付属のハンドルでキュッとつぶす。そして適量の湯または冷水を注げば、ハイ出来上がり。コーヒー、各種お茶、果汁ドリンク、12種の濃縮ボーションのラインナップは魅力的で、4種のコーヒーのひとつ、マイスターブレンドは、香りハッキリ、味はスッキリ。専用ボトルの飲み口からそのまま飲め、寒い冬はすぐに温まれる。暖かい部屋でコールドドリンクもオツダ。フタを開ければ保温保冷できておいしい温度が続く。これは手放せなくなりそう。1都3県（東京、千葉、埼玉、神奈川）のセブンイレブンと全国を対象としたセブンネットショッピングで先行発売中。



# 【DE CICAオンラインショップ de-cica.com】 スペシャルティコーヒー生活は DE CICAから始まる

# 珈琲夜話

美味しい珈琲の美味しい話題が勢ぞろい。句と定番を取り揃えてお届けします！

珈琲生活の新提案「DE CICA」(デシカ)に注目だ。これはW.E.B.に展開するスペシャルティコーヒー専門店ブランドで、カップオブエクセレンス受賞豆8種を含む全57種類という大船団。加えて北欧雑貨のようなデザインは目に鮮やかで思わず欲しくなる魅力が満載だ。「種類が多すぎて迷う」という人にはシングルオリジンの「アワスタンダード」12種か、減多にお目にかかれぬ希少豆「フィールセレンティビティ」はどうか。商品構成は1杯分のカップオンと豆粉の3種そ

DE CICA ポイント 0020

**80** COLOMBIA Yellow bourbon イエローバウボン

ラベルには独自のポイント(味覚評価)と品種、品名、そして商品特長。ラベルのカラーはカテゴリー毎に異なる。

商品特長  
早速「DE CICA」サイトを見よう！

他ギフトBOXやマグカップも揃え独自の世界観を展開する。美味しいデシカを味わおう！



ギフトBOXも！  
本格派ウィーン菓子「ザツハトルテ」。価格2730円(直径15cm 木箱入り)。



そのままテーブルに置いても様になるパックは豆100グラム、粉100グラムから選ぶことができる。価格は577円~6300円。

本格派ザツハトルテの噂を耳にし、香川・高松のレストラン「シカ」よりお取り寄せしてみた。ザツハトルテはウィーンで誕生した定番チョコレート菓子として知られるが、「シカ」のソレは厳選された高級チョコレートに香ジャムとラム酒を加えた上品かつ濃厚な味わいで、大人のコーヒータイムに最適と実感。うん、美味しい！

コーヒーネタといえば話題の希少糖を使った「希少糖」にも注目だ。希少糖とは自然界に存在量の少ない単糖のことで、メタボ対策にも期待される新機能性素材。香川大学を中心にして十数年を研究開発が進められており、その成果として希少糖

©シカ国分寺本店 / 香川県高松市国分寺町新名7-1 ☎087-874-3850



シンプルで落ち着いたインテリアの店内。賑やかな通りの角という絶好の立地で、明るく居心地がいい。



スペシャルプライス版DVD『ウルトラマンA』



VOL.1収録の第4話「3億年超獣出現！」とVOL.6に収録の第22話「復讐鬼ヤプール」は西恵子さん演じる美川のり子隊員の主役編。美川隊員は戦闘現場でも大活躍するカッコいいヒロインで、ファンの永遠の憧れ。1890円。発売元 円谷プロダクション 販売元 パンダイビジュアル

# ほっこりなごめる 銀座のオアシス

### スペシャルコーヒーとピザトーストがウマツ!!

フードの一番人気のピザトーストは550円。人気の理由はチーズにあり。いわゆる、のびるチーズではなく、吟味したゴーダチーズをスライスして乗せて焼く。香り、味わいが際立ち、腹持ちもしっかり。珈琲の一番人気のソフトブレンドは、ブラジル、モカ、マンデリンなど4種を使っている。ソフトブレンド、ストロングブレンド、エスプレッソ、アメリカン、いずれも450円。ストレートコーヒーは550円など、銀座ではお手頃な価格。1989年の消費税が3%の際に値上げをしなかったため、当時からまったく値段が上がっていない。「価格を見直すタイミングを逸したのが今の悩みです(笑)」。



『ウルトラマンA』の美川のり子隊員役 西恵子さんの喫茶店です!



TAC隊員時代と同じステキな笑顔!

ケーキセットはいちごとブルーベリーのケーキがおすすめ

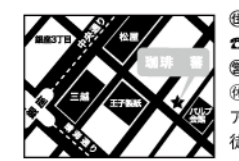


ケーキはバイクドチーズ、アップルパイなど7種類。ケーキセットは650円。単品は400円。珈琲豆は焙煎業者のTOAコーヒーの社長と懇意だったため、開店当時から仕入れ先は変わらない。シングル豆のスペシャルティコーヒーはサイフォン方式で淹れて、豆の味わいと香りを引き立たせている。

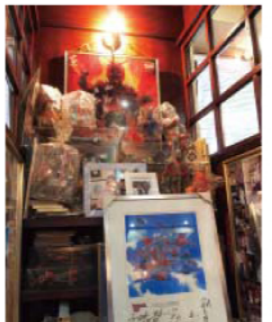
## 銀座/tokyo

### 珈琲 蕃 (ばん)

おしどり夫婦の経営で味に磨きをかけて36年。かつて地球を守ったヒロインが、銀座でのれんを守る名店だ! 珈琲の香りと味が長く続く「ボイルド方式」とは?



◎東京都中央区銀座3-8-10 銀座朝日ビル 1F  
☎03-3564-0181  
◎7:00~21:00(月~金) 7:00~19:00(土日)  
◎年中無休  
アクセス:東京メトロ東銀座駅徒歩約1分、銀座駅徒歩約2分



以前は電話コーナーだったスペースが、お宝展示スペースになっている。楽しい! 常連さんやファンからのプレゼントも多いとか。



西さんと『ウルトラマンA』のレアアイテムも展示!

かつてウルトラマンの戦いに熱狂した少年も、今は世のため家族のため、今日も職場で戦うビジネスマンに成長した。そんな名もないヒーロたちに朗報だ。厳選したスペシャルティコーヒーで人気の銀座3丁目「蕃(ばん)」。そこは、あの「ウルトラマンA」の超獣攻撃チーム・TACの一員で、美しく知的な美川のり子隊員を演じた西恵子さんに会える店なのだ。ご主人の平野野さんと、おしどり夫婦で店の経営に当たっている。「今は喫茶店が本業です。以前は女優っていうプライドが、どこかに残っていたと思うんです。そのときは辛かったです。でもあるとき、プライドを捨てて心から笑顔で頑張ろうって決めて、それからです。この仕事は本当に楽しくなったのは」

素敵な笑顔に見とれていると、平野さんが珈琲を淹れてくれた。美味い! 平野さんが恵子さんと同じく芸能界を経て、喫茶店を持ったのは昭和53年、創業36年だ。

「当時はモーニングコーヒーと言えば前日の残りを温めなおして出す店も多く、朝のコーヒーは酸っぱい、と諦めている方もいました。でもウチは、ネルドリップ方式で、250gの豆で20杯ずつ淹れたところ、大変好評だったんです」

今も初心を忘れずに、味と香りが持続するスペシャルな淹れ方にこだわっている。「他店ではほとんどやらないボイルド方式を採用しています。沸騰後に落ち着いたお湯に挽いた豆を入れて、3分半蒸らす。酸化が少なく、味わいが長持ちするコーヒーを淹れるんです」

シュワッチ! 頑張りすぎてカラライマイが鳴りそうな日は、蓄で美味しい珈琲を!

ノルウェー発のカフェ「FUGLE」で「コロボレット」し、街一番のコーヒーショップを掲げる「インターセクト・バイ・レックス」。そのあの高級車「レックス」のカフェショップだ。テールなどの配置にも余裕があり、さらながら高級車がもつゆとりを演出しているかのよう。

入店して気付くのは、ハイオクリティかつ上品なレザーとコーヒーの豊かな芳香。ここは、Mr.レックスなる架空の人物の棲み家というコンセプトから生み出された個性派スポットで、それゆえ店舗は住宅に見立てて設計されている。住宅だからして当然車庫もあるわけで、一階席からはガレージ(時期によりレックスのコンセプトカー等が展示される)を眺めることができる。店の採光窓の糸車のモノグラムは、レックスのアイデンティティでもあるスピンドルグリルがモチーフだし、メニューブックの装丁にはレックスLFAで採用されているレザーと同一の素材を使うというこだわりよう。つまりは、クルマ好き閥絶SPEC。

ラウンジルームのような二階は、食事を楽しめるビストロで、提供されるメニューはフード・デザートに田島大地氏を迎え、一度口にすれば通い詰めたくなる美味がズラリ。階段を上りきったスペースにはさまざまなジャンルの匠たちとコラボレートした特製アイテムも販売されている。

結論。インターセクト・バイ・レックスは乗り物好きはもちろん、そうでなくても楽しめる「センス・オブ・ワンダーな男の趣味空間」なのである!



笑顔の素敵な関さん(左)とイケメンの安武さん(右)がおもてなし。2Fはビストロ。



## 2F

# 彼と彼女のコーヒーショップ

ひとりでも嗜むコーヒーは素敵だ。味をかみしめ、記憶し、次回来店のチョイスを検討する。だが二人で来るコーヒーショップは楽しい。だから彼と彼女のコーヒーショップ。文 海野太介 写真 加藤勇



## 1F だけじゃ足りない!

奥のガレージまで見通せ、大きな採光と開放感のある店内。カフェ16席とラウンジ31席。

## 青山/tokyo

### INTERSECT BY LEXUS-TOKYO

高級車ブランド、レックス。その世界観を体感できるコーヒーショップが青山にある。店内は落ち着いた雰囲気だとレックスに興味があっても豊かな時間を過ごすことができる。



◎東京都渋谷区南青山4-21-26  
☎03-6447-1540  
◎1F-CAFE&GARAGE 9:00~23:00  
2F-LOUNGE&SHOP 11:00~23:00  
◎不定休  
アクセス:東京メトロ半蔵門線、銀座線[表参道駅]より橋本美術館方面に直進徒歩3分



**グッズも充実**  
クラフトマンシップ溢れるレックスが選ぶ商品の数々。もちろん購入可能。鹿児島で作られる陶器のドリッパーは「ONE KILN」。釉薬に火山灰が使われている。下の「tamakinime」のショールは、なんとトヨタの原点でもあるヴィンテージの豊田自動織機によって織り上げられた肌触りやさしい逸品だ。



アメリカ、アフリカ、アジアの三大産地から厳選した旬のコーヒー豆を季節ごとに替え、もっとも美味しいものを提供する。おススメは本日のコーヒー(350円)とエアロプレス(550円)の飲み比べ。同じ豆でも抽出方法でこんなに味が変わるのかと実感できる。サイドメニューもコーヒーに合ったもので230円から時期により各種そろろう。



### トイレがスコイ!

### 天井がミニカーでいっぱい!

トイレの天井には世界の名車ミニカーがぎっしり! ずっと眺めたいけどトイレということをお忘れ無く。ちなみにミニカーはミニチャンプ製だ。

**Publisher**

今井今朝春  
Kasaharu Imai

**Editor in Chief**

前田賢紀  
Takanori Maeda

**Cover Design**

若山トシオ (フェイスリット・グラフィックス)  
Toshio Wakayama (favorite graphics)

**Design**

フェイスリット・グラフィックス  
favorite graphics

**Editor**

関谷和久  
Kazuhiisa Sekiya

小川太市  
Taichi Ogawa

浦山真由美  
Mayumi Urayama

**Photographer**

油科康司 (WPP)  
Yasuji Yushina

宮坂政邦 (WPP)  
Masakuni Miyasaka

**Advertising Director**

坪井一雄  
Kazuo Tsuboi

**Production Director**

小川俊介  
Shunsuke Ogawa

**Circulation Manager**

笹川裕史  
Hiroshi Sasagawa

**Print**

Dai Nippon Printing Co., Ltd.

**DTP**

**Base**

Correspondents, Washington, D.C. Bureau

(Pictorial Press International)

Norman T.Hatch

Mikako Burks



WORLD **M**OOK

ワールド・ムック1021  
平成25年12月30日発行(通巻1021号)

君の知らない

# コーヒー

発行人 ● 今井今朝春

編集人 ● 前田 賢紀

発行所 ● 株式会社ワールドフォトプレス

〒164-8551 東京都中野区中野3-39-2

TEL:03(5385)8111 [編集部]

03(5385)1350 [広告営業部]

03(5385)5701 [販売部]

FAX:03(5385)5614 [編集部]

03(5385)1348 [広告営業部]

03(5385)5703 [販売部]

印刷所 ● 大日本印刷株式会社

● 乱丁・落丁は送料小社負担にてお取り替えいたします。  
● 文中の価格はすべて消費税込みの総額表示です。