

News Letter

SCAJニュースレター

vol.
63



SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF JAPAN

SCAJニュースレター

SCAJニュースレターVol.63 2019年8月1日 発行

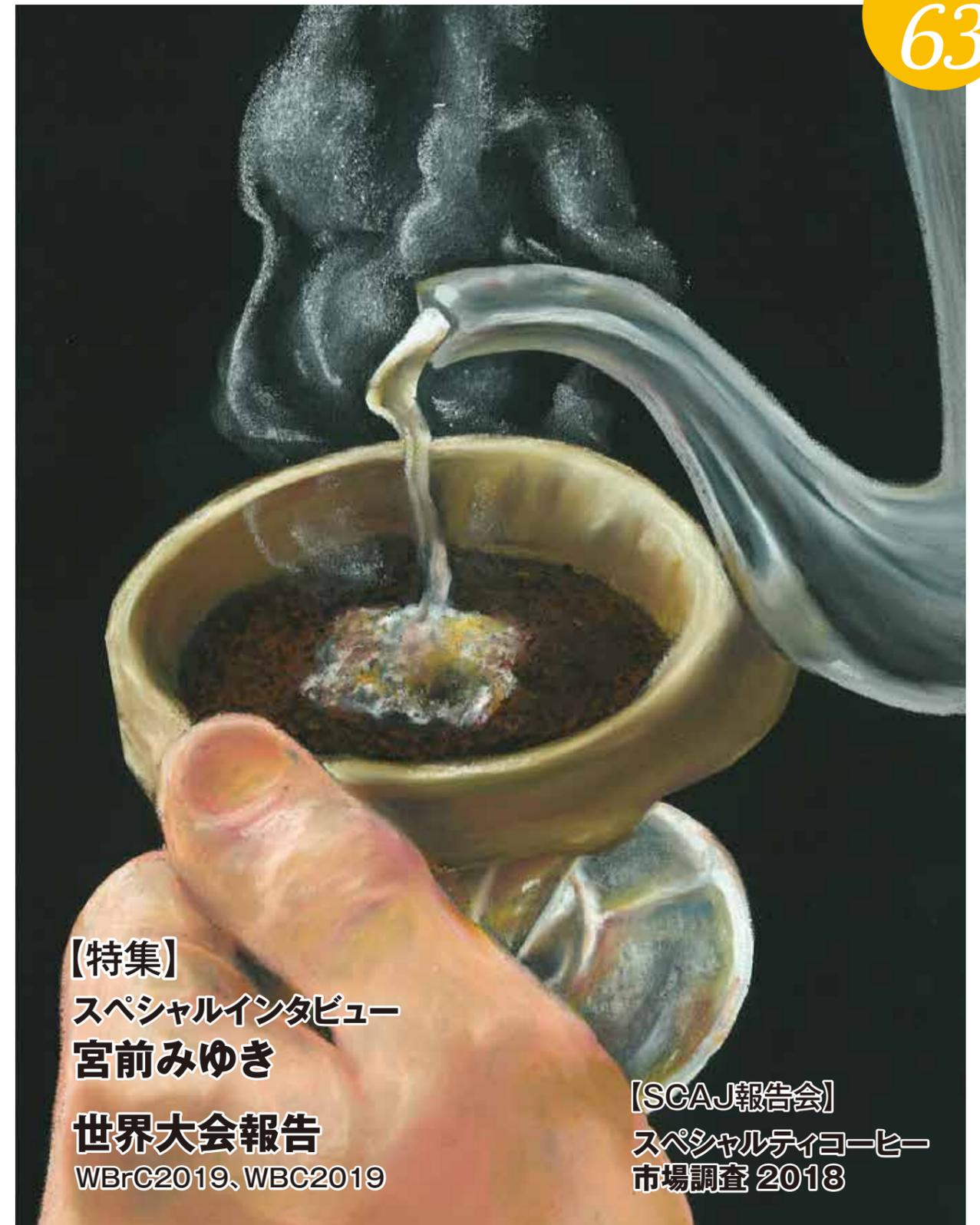
一般社団法人 日本スペシャルティコーヒー協会 発行

編集発行人:広報委員会 委員長 永田 卓

〒105-8577 東京都港区新橋6-1-11 Daiwa御成門ビル

TEL.03-5400-5506 FAX.03-5400-5613 www.scaj.org

2019 8 NL 63



【特集】

スペシャルインタビュー

宮前みゆき

世界大会報告

WBrC2019、WBC2019

【SCAJ報告会】

スペシャルティコーヒー
市場調査 2018

SCAJコーヒーカレンダー

2019 July 7月

2日(火)	アドバンスド マイスター講座③ 東京会場
3日(水)~5日(金)	JCRC2019 予選
9日(火)	30期コーヒーマイスター認定試験
12日(金)	初級カップリング講座 ジュニア スペシャルティコーヒーカッパー資格講座
13日(土)	中級カップリング講座 サーティファイド スペシャルティコーヒーカッパー資格講座 SCAJ理事会・常任委員会
17日(水)	スペシャルティコーヒー実践カップリングセミナー
19日(金)	JBC2019予選 大阪会場
23日(火)~25日(木)	JBC2019予選 大阪会場
26日(金)	JCIGSC2019/20予選 大阪会場
26日(金)	コーヒーマイスター更新者向け特別セミナー 大阪会場
29日(月)~31日(水)	JBC2019予選 東京会場

2019 August 8月

1日(木)	JCIGSC2019/20予選 東京会場
3日(土)	JCTC2019 予選
3日(土)~5日(月)	JBrC2019 予選
20日(火)~22日(木)	JCRC2019 決勝
31日(土)	アドバンスド マイスター講座① 大阪会場

2019 September 9月

2日(月)	アドバンスド マイスター講座① 東京会場
11日(水)~13日(金)	SCAJ2019展示会
11日(水)	JBC2019準決勝(展示会Cステージ) JSC2019 決勝(展示会Aステージ)
12日(木)	JBC2019決勝(展示会Cステージ) JHDC2019決勝(展示会Aステージ)
13日(金)	JCIGSC2019/20決勝(展示会Cステージ) RMTC2019(展示会ステージB) JCTC2019準決勝、決勝
22日(日)	Qアラビカグレーダーコース1日体験セミナー
23日(月)	グリーングレーディング生豆検定コース

Contents [目次]

SCAJ2019 Special Report

- | | | | |
|-------|--|-------|--|
| 1 | 目次、SCAJコーヒーカレンダー | 19-20 | ワールド プリューワーズ カップ(WBrC) 2019 ポストン(アメリカ)大会報告 |
| 2-13 | 特別インタビュー第2弾 宮前みゆき氏
バリスタとして大切にしてきた事 | 21-36 | SCAJ報告会 スペシャルティコーヒー市場調査2018 |
| 14 | Specialty Coffee EXPO 2019 ポストン報告 | 37 | SCAJ2019 告知 |
| 15-16 | ワールド バリスタ チャンピオンシップ(WBC) 2019 ポストン(アメリカ)大会報告 | 38 | 第10回表紙プレゼントのお知らせ
・編集後記 |
| 17-18 | ワールド バリスタ チャンピオンシップ(WBC) 2019 ポストン(アメリカ)大会レポート | | |

Special Report

特別インタビュー第2弾 宮前みゆき氏 バリスタとして大切にしてきた事

SCAが発足してから15年がたち、日本でのスペシャルティコーヒーの認知度は着実に高まっています。その一方でスペシャルティコーヒーロースターやバリスタの活躍以降にコーヒーと出会った人々も増えているように思われます。最新のエスプレッソマシンや焙煎機、こだわりのマイクロロットコーヒーを揃えてコーヒー世界に乗り出しても商売としては苦戦を強いられている現実もあるのではないのでしょうか。そんな時に日本のスペシャルティコーヒームーブメントの先駆けとして活躍されてきた方々にお話を伺って何かのヒントを得られれば、とこの企画を始めました。

第1弾はニューズレターVol.54で株式会社堀口珈琲の堀口俊英会長に家庭用の豆売りについて貴重なお話を伺いました。今回はカップのコーヒーを提供するバリスタの立場でUC Cホールディングス株式会社の宮前みゆきさんをカフェラ大丸神戸店にお訪ねしてお話を伺いました。宮前さんは2007年のJBCチャンピオンであり同年のWBC大会4位(ベストカップチーフ賞受賞)の実績の方です。



取材はカフェラ大丸神戸店にて

丸山:最近、ちょっとスペシャルティコーヒー業界の風向きが変わってきているように感じるのですが、この数年コーヒーブームがあって、東京ではスペシャルティコーヒーを謳ったスタンドが増えています。ところが2000年頃からはじまったスペシャルティの流れ、そして2007年にWBCが日本で開催されたということを含めて、時代の流れみたいなものがスポッと抜けている人が結構います。人生で最初に飲んだコーヒーが最初からマイクロロットみたいな人たち。

宮前:わかります。

丸山:それで、エチオピアの凄く良いナチュラルしか飲んだことないみたいな。そのようにちょっと変わった面白い人達がいる。しかもお店をオープンする時に、最初からこの機械と人選で、マシンはこうで、こうして、全部揃っているからこれで成功しない訳がないみたいな形で、今風のイージーオープンなお店が凄く多い。また色々な業界誌や雑誌もカフェはこんなに良いことがあるという話ばかりで、それがただ本当の意味でのノウハウや、今まで色々な人がやってきた事、大変だった時代の事とかを全くミッシングリンクできていないという現実を感じています。そのような中で先陣として、色々な体験をされた先輩方にご意見をお聞きして、第1回は堀口珈琲の堀口さんにお話を伺って、こういった取材を何回かやっていき新しい人たちの指針になればと思いますスタートした企画です。そこで今回宮前さんには、その間にご結婚、ご出産と経験されており、やはり女性のコーヒー関係者も多い中で、今この業界に入ったばかりの、それは必ずしも若者ではなくて、少し軽く考えている人達の中でこういう先輩達の色々な貴重な体験や意見をお聞きしていきたいと思えます。ところどころ脱線することもあります。よろしくお願ひします。早速ですがご出身は九州ですか。

宮前:はい。熊本県です。

丸山:最初からコーヒー業界を目指していたのですか?

宮前:いいえ、高校を卒業してとりあえずバイトをしようかなと思ったのがこのUCの直営店でした。

丸山:それは熊本市内ですか?

宮前:そうです。でもそこはサイフォンのお店でした。

丸山:サイフォンもやっていたのですか?

宮前:はい、そうです。最初はサイフォンで、社内の大会とかも受けてみて、まずは楽しいなって思いました。最初はそんな印象です。その当時私はコーヒーが飲めなかったの、完全に格好から入った感じです。

丸山:コーヒーが飲めなかったのですか?実は私も最近やっとコーヒーが飲めるようになりました(笑)。

丸山:私には私の理由がありますが、飲めないのにはどのような理由があって飲めなかったのですか?

宮前:本当にその時は「苦い」、そしてちょっと何か「酸っぱい」と感じてしまい無理だと思いました(笑)。ただ父と母は凄いコーヒーが好きで毎日飲んでいたので、コーヒーを飲む環境はあったのですが、私は一切口をつけず、ちょっとカッコいいなと思って格好から入りました。

丸山:コーヒーじゃなかったらその当時は何を飲んでいたので?お茶、紅茶?

宮前:お茶ですね。紅茶も飲めなかったです。本当にコーヒーが飲めるようになってから紅茶も同様に飲めるようになりました。

丸山:ミルクティーとかも?

宮前:ミルクティーも。そもそもあのような香りがついている感じが私は苦手です。

丸山:ちなみに学生時代、熊本にスタバはありましたか?

宮前:いいえ、熊本には無かったです。スタバが熊本に出来たのはそれこそバイトを始めた少し後位だったと思います。スタバが出来た時はそれはもう大行列でした。

丸山:ちなみにスタバでアルバイトをしてみたいと思った事はありましたか?

宮前:ん…。興味はありましたが、もうUCCにいたので……。スタバからバリスタという言葉を知り、そういったタイミングで熊本にもカフェラができたので、飲みに行ったら「ちょっとカプチーノなら飲めるかもしれない」という感じで「わー!かわいいー!」みたいな。やはり見た目から入りましたね最初は(笑)。

丸山:ラテアートもやっているお店でしたか?

宮前:デザインカプチーノという感じで、今ほど盛んではなかったのですが当時はもうハートが描けただけで「ワ——ッ!」と言ってもらえました。

丸山:熊本時代って何年位?

宮前:熊本でエスプレッソのお店にいたのは1年あるかないか位です。サイフォンのお店の方が長くて約3年やっていました。

丸山:JBCの大会で優勝される前に。あれは2年前くらいでしたっけ?

宮前:あれはね、4回目の挑戦でした。

丸山:4回目だったの?

宮前:はい。はじめて出た時は、本当に運が良く、当時はエリアの1位枠とかがあってというのがあったじゃないですか。

丸山:ありましたありました。何回目かの時に1、2回ジャッジを私がやりますよね。準決勝か決勝で1回やって、その翌年の予選と、優勝された時も予選で確かジャッジさせてもらいました。予選は九州でしたよね。

宮前:そうです。初めて九州で出場した時は、福岡地区で出ました。その時バリスタを始めてまだ2ヶ月位だったので、それこそ何も分からないから、決まった動作をやれば美味しくなるだろうと、とてもゆい感じで出場しました。それまでサイフォンで出場していたので、じゃあ来年位のためにちょっと出てみようか…という感じで軽く声をかけられて、軽く「はいーい!」と言って出場したら、九州で1位になってしまっただけ。でも日本全体のランキングは20何位とかでした。

丸山:でも最初から20何位とかだったら凄くないですか?

宮前:だからこそ東京に行くとなった時に私の間に本当は10人位の人かいて、こんなにも沢山の人がいるのに、私は何だかとてもないことをしてしまったのだと思っていました。まだコーヒーも



お店で勤務中の宮前さん

飲めないの、最初は東京へ行くことにもためらいがありました。

丸山:その時はもうすぐに準決勝、すぐ決勝?

宮前:決勝だったような気がします。

丸山:会場はどこでした?

宮前:ビッグサイトですね。当時はまだサイフォンの部、エスプレッソの部と分かれていた時だったので、何か気遅れしてしまって、実は行きたくないなとも思っていました。でも、自分が行かないとしたら、この一人の枠がもったいない訳じゃないですか。

丸山:その時のコーチは誰でしたか?

宮前:いやー、実は独学っていうか。

丸山:独学?!

宮前:当時は会社にもあまり相談せず独学でした。そんな状況なので結果は全然駄目でした。ただその当時お目にかかったバリスタさん達、例えば西谷さん(*1)とかが出ていた時で、私は西谷さんの印象が今でも凄く残っています。所作やサービスの仕方等、こんなに凄い方がいるのかと驚きました。もちろんテイastingもされていて、それに比べて私は知識もなく、「何で1回1回飲むのですか?」という質問をしていた程です。今思えば、それは当たり前な事だとは思いますが、当時はその位の情報しかなかった、このような世界があるという事を知ってからは、猛勉強しました。そして、こういう仕事を専門にしたいと思うようになりました。しかし、バリスタとしてスタートしてみたら、先輩から「深みが無いねお前のコーヒー。」と言われてしまっただけ(笑)。でも私はかなりの負けず嫌いな

なので、そこでスイッチが入って「このやろう!」と思わず(笑)。

丸山:やはり負けず嫌いですか。ちなみにご兄弟は?

宮前:兄弟は3人兄弟の一番上です。

丸山:えっ、そうなの?

宮前:えっ?!何かよく末っ子って言われる事が多いですが、一番上ですよ(笑)。

丸山:スポーツマン、スポーツウーマンで活躍される人って、末っ子タイプが多くて、鈴木樹と中原(*2)も末っ子。だからコーヒーの世界も結構スポーツと同じだと私は思っていて、長男、長女って、私も長男ですけど、肝心な時にガチガチになりませんか?

宮前:どうでしょう。でも私は昔から本番に強いタイプだと思います。

丸山:ちなみに小さい時は何になりたかったですか?

宮前:実はスポーツインストラクターになりたかったです。ただ親があまり良いイメージをスポーツインストラクターに持っていないので。

丸山:ご両親は結構固いお仕事されているとか?

宮前:そういう訳ではないのですが、元々外反母趾が酷くて手術をすすめられた事もあったので、身体を使う仕事は無理なんじゃないかという話になり、あまり賛成してもらえませんでした。「それでもスポーツインストラクターの専門学校行きたい!」という話になった時も、「勝手に自分で行けば。」くらいの感じで親に反対され、「それだったら自分でお金を貯めて行くわ。」位の感じでバイトをはじめたのが、コーヒーと出会うきっかけでした。今思えばあの時がターニングポイントだったのかもしれないですね。でも当時のその負けず嫌いが今生きているのかなとも思います。

丸山:あのようなコンペティションの場合、人によって向き不向きがあると思うのですが、やはり負けず嫌いで大切だと思いますか?

宮前:思いますね。やはりずっとやっていると、途中どこかで気持ちが折れてしまうじゃないですか。何か先にはお客さんがいると思ってやっても、どうしても目の前のコーヒーを飲んでどうかかな?と考えると、訳がわからなくなってしまっただけ。あーもう今日は全然良くなかった!と思う事も沢山ありました。でもこういう時に負けず嫌いは、他の人がやっている所を見ると、自分ももっとやれる!と思う事がありますね。

丸山:結構自信もあった?

宮前:正直自信はあまり無かったです。私は直前にならないとお尻に火が付かないタイプなので、周りから「あいつ本当に大丈夫か?」と、世界大会の時もそのような心配をされる程でした。

丸山:熊本から神戸に来たのはどのタイミングだったのですか?

宮前:アルバイトから正社員登用があって、その採用と同時に辞令が出た時が、ここカフェラでした。



WBC2007 競技中の宮前さん

丸山:その時はもう大会に出ていましたよね?

宮前:はい。その時はもう出ていました。でもその時は自分がここまでコーヒーと向き合うなんて全然想像もしていなかったです。

丸山:いつごろからコーヒーが飲めるようになりましたか?

宮前:2回目の挑戦位の時には流石に飲むようになっていました。ただ飲むときは1回1回震えていました。

丸山:今日私がここに来るまでの間、色々なことを走馬灯のように思い出していて、あの時は誰からだったのかは忘れましたが、世界大会においてジャッジはみんな「二口で全部コーヒーを飲む」というデマが広がりました。

宮前:全部を二口で飲みきっていたのですか?

丸山:そう。「二口で全部を飲みきる」って言うガセネタが入ってきた(笑)。ジャッジ陣はそれをしっかり守っていたので、控室に戻ると全員クタクタで。あれは確か「二口を付ければ良い」という意味だったのかもしれないのですが、何故か飲みきるという事になっていて。みんな顔が真っ青になっていましたね(笑)。

宮前:あの当時、ジャッジをしてくださっている方々も、今考えると凄い人達がいっぱいいらっしゃいましたよね。

丸山:結構すごいオヤジ達が揃っていましたね。

宮前:緊張感が凄かったです。

丸山:最初のJBC予選は福岡ですか?

宮前:福岡です。熊本店のバイトとして申し込んだ感じです。

丸山:世界大会が2007年で、2006年の時は何位でした?

宮前：予選落ちです。

丸山：えっ？!

宮前：最初がトントン拍子すぎました。九州で1位になって、準決勝か決勝かちょっと忘れてしまいましたけど。

丸山：私がジャッジしていて記憶があるのは、1回目の決勝かな。とても細長いグラスに液体を注いで、結構量にバラつきがあって。

宮前：たぶんそれは2回目の挑戦の時のオレンジを使ったシグネチャーですね。

丸山：その時は何位でした？

宮前：その時は4位です。

丸山：そうそう、4位。それは覚えてる。その次の年が予選落ちだったの？

宮前：予選落ちしました。4回出た中で、トントン拍子に1回目は上がったけど何か良くわからないまま終わって、2回目も何か良くわからないままに4位になって。よし今年は!!と思ったら全然駄目で20何位とかだったと思います。

丸山：その時は何が原因で駄目だったの？

宮前：抽出も全然上手いこといかなかったの、たぶん元々液体がイケてなかったのだと思います。

丸山：相当落ち込んだでしょ。

宮前：落ち込みましたね。やはり自分がこんなにトントン拍子で来ていたのに何故?というのがあって、ただ、何が良くてそこまで行けたのか自分では全然わからなかったのと、最初に出場した頃からどんどんスペシャルティコーヒーという流れが変わって行って、UCCというグループ会社の中で、店舗に所属しているとかなかなかコーヒーの原料や焙煎に直接私が何か手を加えるという事は無いので、原料をどう選んだら良いのかも全くわからず、とても悩みました。何かそれなりにクオリティが高いコーヒーを淹れないと上に上がれないとか、色々な迷いがあった結果自分のコーヒーはこういう感じで行こう!と決めただけ自信も無い。とりえず作ってみただけ、本当にこれでいいのだろうか?というような悩みが色々ありましたね。

丸山：その後はすぐに立ち直れましたか？

宮前：いえ、すぐには立ち直れなかったです。

丸山：しばらくは燃え尽きて、コーヒー触りたくないみたいな感じ？

宮前：実質お店は常に営業してましたから・・・。じゃあ、大会じゃあどうする?となった時にJBCに出る前には社内の大会もあるので、それに出場してみたら、それがもう本当にボロボロで。

丸山：それは2007年向けに？

宮前：はい。2007年向けに会社として取り組もうとなった時に、社内大会が開催されて、一応社内では優勝はしましたが、それこそ当時のコーチに凄い怒られて。

丸山：その頃はもうコーヒーアカデミーはありましたか？

宮前：私が優勝した年にアカデミーができました。原料選びや焙煎などもアカデミーの皆さんと一緒にやってくださいました。だから社内大会でボロボロに言われて、もうメッチャ泣きましたね。でもそこから「クソッ！」と奮起して、もう嫌だと思っていたのがコロッと気持ちが変わって「やってやる!」という感じですね。「もう何も言わせないくらいやったるぞー!」という気持ちになりました。

丸山：当時、世界大会へ向けて社内プロジェクト的な動きはありましたか？

宮前：多少ありましたね。はじめて日本で開催される世界大会なので「せっかくなら世界一を取りにいきたいよね」と言われましたが、それを自分ひとりで背負うのもね。

丸山：それは凄いプレッシャーですよ?練習はどこでやっていたのですか？

宮前：UCC本社の2階がアカデミーで元々カフェだったところですよ。当時、そこはみんなの休憩室にもなっていて、その一画に練習場所を借りて練習していました。みんながご飯を食べている前でプレゼンの練習を常に誰かに見られている中でやりなさいということ。

丸山：でもそれはとても良いトレーニングですよ。鈴木樹も練習していると独り言をずーっと言っているけれどみんな全く気にしないって。

宮前：いやーもうホントその通りです。

丸山：そういう事ですよ。

宮前：「またやっているね。」という感じもあったと思います。でも不思議な事に、ガッチリ見られている競技会の時はそんなに手が震えることは無いのですが、身内の前でやるとガタガタガタッと手が震えてしまうし、この人達の前で失敗したら凄い怒られてしまうのではないかと変なプレッシャーを感じてしまう事の方が良くありましたね。

丸山：身内のプレッシャーの方が強かったりしますよね。

宮前：本当に強かったですね。

丸山：その優勝された時の予選は、私もジャッジしていて、ジャッジのテーブルに花を置くプログラムでしたよね。それで良く覚えてます。あの時の予選は何位でしたか？

宮前：予選は、えっとね4位とかだった気がします。

丸山：そうですね。良かったですよね。さっき話したあのオレンジの時かな、量が一緒にならなくてちょっとドキドキしているのを思いだして、その時と比べて何か全然違うぞと思って、それで私は凄く感激しました。決勝の時って、僕は傍から見ていましたが、ちょっと体調が

悪かったんじゃないですか？

宮前：決勝だったかな、ちょっと忘れてしまいましたけど、世界大会の時です。大会直前に緊張で過敏性胃腸炎みたいなものになってしまって、すぐに東京の病院に行きました。たぶんそれが世界大会かJBCの決勝かのどちらかだったと思います。尋常じゃない緊張で。

丸山：実際目の前に座って見ているのとは大分印象も違っているとは思いますが、私個人としては、あれっ?予選の時の方がパフォーマンス良かったなと実は感じていました。でも宮前さんが優勝となって、その時、凄い驚いていましたよね?

宮前：実はメッチャ練習したという自信はあったのですが、その時は斎藤さん(*3)とワンツーだったので。

丸山：そうだそうだそうだ。

宮前：私はそれで、絶対優勝は斎藤さんだと思っていました。そもそもキャリアも全然違いますし。

丸山：私の個人的な自慢は予選をジャッジさせてもらったってことですよ(笑)。

宮前：でも本当に、あの年はそれまでに3回出場していた中で自分の出すコーヒーと自分の伝えたいプレゼンがとてもマッチしていて、それを伝えたいという思いも4回の挑戦の中で一番強かったと思います。

丸山：宮前さんが出場してきた地方予選も含めて、ベストパフォーマンスはどれだと思いますか？

宮前：やはり世界大会の予選の時ですかね。予選はちょっと何位だったか覚えていないのですが、それこそ決勝に残るって大変じゃないですか。

丸山：大変大変。あの時、セミファイナル無?有?

宮前：一応、予選をやってすぐに決勝でしたね。

丸山：47ヶ国から6人はキツイよね。

宮前：しかも私は正直全然英語がわからないので、周りがどういいうプレゼンをしているのかも全くわかりませんでした。

丸山：ちなみに、英語はどうやって勉強しましたか？

宮前：丸暗記です。それこそ英会話教室に通って、日常会話の勉強もしましたが、いざ目の前にすると、聞く事には慣れていても言葉が全然出てこなくて。でも15分間丸暗記した英語でプレゼンをしているので、プレゼンが終わった後にみんな私が話せると思って凄い勢いで話しかけてきてくれていましたが、それがもう全然わからないので、ボカーン...でした。

丸山：その世界大会に出場して、言葉が分からないなりに何か印象に残っているバリスタの方とかっていませんか？

宮前：1位だったジェームス・ホフマンさん(*4)です。あの方は凄くみんなに色々声をかけていて。何か分からないなりに「みんな

で盛り上げよう!」みたいなことを言ってくれていたと思います。

丸山：あの時は、ヨーロッパ、アメリカ以外の国ではじめて開催するWBCということもありましたからね。

宮前：そうですね。みんなもうかなりピリピリしていました。

丸山：出場者も凄いアウェー感を感じていたと思いますよ。

宮前：それで日本がもの凄く盛り上がっていて。

丸山：回りは日本人だし、言葉わかんないみたいな中でね。

宮前：そうですね。

丸山：最近のWBCのニュースとかビデオって見ますか？

宮前：動画とかは見えています。それこそ子供が生まれてからはJBCすらなかなか見に行けない環境になってしまったので、やはり動画配信はとても貴重だと思います。

丸山：変わったといえば、最近のパフォーマンスは凄く変わったと思いませんか？

宮前：でも私はその間にお休みを頂いていて、育休、産休と約2年間ですけど、その間は全く仕事に関わりませんでした。パッと戻った時がアカデミーで、今の時代はたった2年でこんなにも色々な事が変わってしまうのかと思いました。でも何が変わったのかわからないくらい変わっていましたね。正直結構とまどいもありました。「今のバリスタは。」「今のバリスタは。」とひたすら言われ続けましたから。「はいはい。私は昔のバリスタですよ!」みたいな(笑)。

丸山：でも、最近の若い子ってそれこそユーチューブを見たら、何でも出来るようになったらしくね。

宮前：そうですね。でも本当に器用だなんて思います。

丸山：でもそういう人達にも宮前さんは教えている訳ですよ。



WBC2007 インタビューを受ける宮前さん

宮前：そうですね。

丸山：上級者の方とかも中にはいると思うのですが、そのような場合にはどのような事に気を付けて教えていますか？下手したら「宮前さん？私はその方を知りません。」とか、「私、上手いです。」みたいな方もいそうな気がします。

宮前：いやいや、もう逆にそちらの方の方が多いです。

丸山：えっ、そうなの？怖いっ！

宮前：本当にそうですね。私がお休みしていたのが2012年から2014年の2年間なので、たぶんそこで一気に変わっていると思います。それこそ本当に「宮前さんって誰？」みたいな感じです。私の方が出来ま스러운感じが言われる事もありますよ(笑)。

丸山：凄いですね。

宮前：だから私は「昔のバリスタです。」と胸を張って言い切りませ(笑)。

丸山：でもその前の門脇、横山、横山、門脇みたいな時代があったじゃないですか。あの二人のことを知らない若い人達も結構いますよね(*5)。

宮前：そうですね。私達からすれば、あの方達は凄い人でしかないですから。でもあのお二人がいなかったら、私達もやってなかったでしょうし、何か情報といたらあの方達が出された本を読むことしなくて、当時は今ほど参考書も無かったですね。

丸山：本当に情報は無かったよね。2005～6年頃の僕が凄いい好奇心をもったのが、タンピングした後、ポルタフィルターを1回叩くのは何故だろう？っていう。

宮前：そうそう、それぞれ！

丸山：ね。叩かないのがいいのか？

宮前：そうです。そうです。でもみんなコン、コンってやっているから、そうかそうかそうやるのか、という感じで私もマネをしていました。でもせっかく押し固めているのにコン、コンやったら亀裂が入るという話が出始めて、そう言われてみればそうだ。メッチャ隙間できるやん！みたいな(笑)。

丸山：当時はそういうところに何かノウハウがあるように思っていましたね。今は、ドーシングも機械で量を計ったり、私も理屈はわかりません。

宮前：逆にうちの若い子でもたまにあるのですが、その凄い道具を持ってきて「これ使っているから大丈夫ですよ。」みたいな。「いやね、これはね。」と説明をすると「あ、そっか」みたいな(笑)。



丸山：一応「あ、そっか」という風になってくれるのですね。

宮前：納得はしてくれます。でももしかしたら聞かない人もいるかもしれないですね。何というか、これを使えば大丈夫というような、何か道具に対しての過信みたいなものがありますよね。

丸山：いますねー。

宮前：でも私達が出ていた時は、グラムは量れないし、それこそ道具も無いといった状況下で、粉をどれだけ無駄にせずやるか、均一にやるかというところを注意してやっていたので、逆に今こんなにいっぱい道具が使えるのか、とも思っていました。じゃあ、どっちが難しいかと言ったら、それは良くわからないですけどね。道具を使うことよっての難しさも勿論あると思うので。私はそれを知らないだけかもしれないです。そう考えると、当時結構苦労したと思う部分もあって、色々ドーシングを試している時、どれだけ粉をこぼさずに同じグラム数を入れられるのかとか、嫌っていう程練習しました。

丸山：ちょっと話が戻りますが、世界大会で素晴らしい結果を出されたので、結構その後はもぬけの殻になりませんでしたか？完全燃焼しました？

宮前：そうですね、完全燃焼はしました。だから次もう1回同じ挑戦を出来るかと聞かれたら私には出来ません。それこそ鈴木さんとかは、何度も挑戦されているから、あの精神力は凄いと思います。日本で優勝するのは日本一になりたいと思ってやっていたけど、日本一になるのも難しいのに、また世界大会となった時にあの努力、苦労をもう一回できるかなと思うと、私には少し難しかったのと、競技会が近づいてくると店舗に入る時間も少なくなるので、お店に戻りたいなっていうのが一番にありました。そして、入社した原点はもちろん作るのがかっこいいなとか、体育会系なので、オーダーがバーツと並んでいった時に。

丸山：燃える？

宮前：はい。そうです。

丸山：面白い(笑)。

宮前：いかにどういう順番で、どうこなしていくかみたいな組立ても結構好きです。

丸山：なるほど。

丸山：世界大会が終わった後は、梅田のお店にいらっやいましたよね？

宮前：梅田のお店に行ったのは4年後とかですね。大会直後は取材とかが凄かったのです。

丸山：テレビとかも？

宮前：そうですね。あの時はあの時で私としては凄いストレスを感じていました。お店のバリスタとして頑張ってきたのに、見られ方がコロッと180度変わりました。その時に「あれ？こんななるためにやったんちゃうんやけどなあ…」という思いもあって、若干有名人扱いじゃないですけど、勿論それでノッてくる方もいらっやと思います。色々な人に指をさされて「あの人だよー！」って言われたり、嫌でしたね。お店を上がったらとりあえず変装してから移動したりしていました(笑)。本当に凄かったです。

丸山：本当に凄かったのです。井崎英典には誰も寄ってこなかったですよ(笑)(*6)。

宮前：ホンマですか？

丸山：笑。鈴木樹はファンが色々いるみたいだけども。

宮前：絶対そうだと思います。

丸山：鈴木樹は上手、何が上手なのかというところ。

宮前：鈴木さんは海外の人のファンが多いですよ。

丸山：そうそう、何故かアジア系にファンが多くて。

宮前：私が復帰してすぐの頃、それこそアカデミーで何かの催しで鈴木さんが来ていた時に「本物に逢ったー！」と思いましたよ。もう本当にかわいらしいじゃないですか。でもちゃんとコーヒーのことも詳しいし、思わず「本物をはじめてみました。」みたいなことをご本人に言っていました(笑)。

丸山：宮前さんが注目されるようになって、世界大会で大変だったことも含めて、ご家族とかはどういう風に捉えていらっやいましたか？大会には応援にきてくれていましたか？世界大会は観に来てくれていましたか？

宮前：熊本は大分離れているので。最初は観に来てほしくて話をしていたのですが、妹の出産予定日と世界大会の日が丁度重なってしまって。宮前家としては、初孫ということもあって家族は来れませんでした。

丸山：そうでしたか。

宮前：世界大会どころじゃないみたいな。

丸山：(笑)

宮前：たぶん世界大会と言われても全然イメージが湧かなかったと思います。

丸山：2007年のJBCの方だけど、宮前さんが優勝、2位が斎藤さん、3位が竹元さんと続いて門脇裕二さん、櫛浜健治さん、石谷貴之さん、渡辺美代子さん…(*7)。

宮前：石谷さんはいつから出てますかね？

丸山：本当にずっと出ている訳ですよ。モチベーションの保ち方が凄いなって。

宮前：いやー、石谷さんは本当に凄いなと思います。しかも個人でやっていたね。

丸山：そうだね。そうすると今と顔ぶれがあまり変わらない気がしないでもないけど。

宮前：でもその当時もバリスタで、やはり石谷さんもそうですね。JCIGSCの圖師さん(*8)も実は同い年で。当時からずっと一緒にやってきた仲間で、私はもう一歩引いてしまいましたが、みなさんが努力してきているのはずっと見ています。もう本当に凄いなって思っています。尊敬しています。

丸山：世界大会が終わって、その後結婚されたのはいつぐらいですか？

宮前：2年後ですね。でもあの大会の結果が良かったので、正直なかなか会社には言いにくかったです。

丸山：えー！

宮前：ちなみにうちの子は小さい時からメッチャコーヒー飲みますよ。

丸山：今おいくつ？

宮前：6才です。

丸山：でも最近の子供ってコーヒー飲みますよね。

宮前：割とさっさと飲みますね。

丸山：何か入れていますか？

宮前：アイスコーヒーとかでも普通にブラックで、お茶感覚で飲んでます。

丸山：えー？！

宮前：だから逆に味覚大丈夫なのかな？と思う時があります。でも結構鼻も敏感のようで、匂いがどうだとか、流石にそのコーヒーの香りがどうとかとまでは言いませんが、でも興味はあるみたいですね。

丸山：お母さんがそういうバリスタを職業として、昔大会に出ていたとかは知っていますか？

宮前：久しぶりにテレビの取材があって、テレビでラテのリーフを作っているところが顔付きで数秒ですけど出て、その時は「わあ〜！」と喜んでくれていました。だからコーヒーのお仕事をしているという事はわかっていると思います。

丸山：そうですか。その産休、育休を取られた2年間というのは、すっかりいい意味で競技会とかを忘れられましたか？

宮前：すっかり忘れていましたね。でも妊娠中とかはコーヒーをなるべく控えた方がいいと言われるじゃないですか。でもそう言われると凄く飲みたくなるもので。結構妊娠する前よりコーヒーを飲んでしまっていたりしました。だから、カフェインレスとかでも飲みたくて。でも自分が経験してみると、やはりそういう需要が多くある事に気づかされました。1日1杯とか2杯はそんなに影響が無いとお医者さんにも言われますけど、気にされる方は結構気にすると思うので、何かそういう部分では今まで知らなかった事だし、考えもしなかった事なので、お休み中にちょっと考えるようになったというのがあります。

丸山：カフェインレスは妊婦さんにはすごいニーズはありますよね。

宮前：本当にそう思います。

丸山：ただ日本は高齢化で年配者が増えるとそれなりにカフェインレスの量が増えるのではないかと思っていたけど、実際自分が年をとってみると、そんな事は全く関係なくて、私はカフェインをガンガン飲んでますね。でも妊婦さんはそうはいかないからね。

宮前：そうですね。子供に…と思うと、やはり慎重になる人は多いと思います。

丸山：ちなみに、今のアカデミーというのは、新規開店希望者もいらっやいますか？

宮前：そうですね。新規の方もおられますし、実際現状をどうしたら良いかと悩んでいる方もいらっやいます。

丸山：何を悩んで？

宮前：コーヒーの味をどうしたらいいのかとか。

丸山：やっぱり。すでにコーヒーの仕事をされている方もたくさん来られますか？

宮前：そうですね。あとは全く関係のないお仕事をしながら趣味で来られる方とか、本当に専業主婦で来られる方とか、学生さんも。とても幅広いですね。

丸山：それにしてもコーヒーってとてもメジャーになったと思いませんか？

宮前：いやー、本当にそうですね。ご存知だと思いますが、アカデミーは決して安くはないので、コーヒーにお金を使って下さる方がこんなにいらっやるといふ事にもとても驚きました。

丸山：特にこれから商売をやる人じゃなかったりするのにな。

宮前：それこそ、カリキュラムの中にスペシャルティコーヒーの話だったり、コーヒーの格付けの話だったり、こういった事も趣味なのに聞きに来られますからね。自分が趣味でそこまでやるかといったら、なかなかポンツとお金を出すには相当な覚悟がいる金額のものもあります。だからこちらもいいプレッシャーになりますよね。そういう方達のためにもちゃんと答えられるレベルに自分も常にいたいと思います。

丸山：そのお休みをされてから戻られてみて、コーヒーに対する見方とか考え方が変わったところは何かありますか。

宮前：スペシャルティコーヒーと言われるコーヒーが、お休みする前は何となく言われてはいたけど、そこまでお店のお客様から求められる事は正直ありませんでした。しかし、2年経って戻った時には、復帰した場所がアカデミーという事も勿論あると思いますが、例えば、ウェルカムコーヒーで出しているコーヒーがどのランクのコーヒーなのか、どこの国のどの地域ものなのかという事を凄く気にされている方が多くなりましたね。

丸山：そうですね。

宮前：正直ビックリしました。でも、ちょっと違う味わいのコーヒーもみんな受け入れられるようになっていて実感しました。

丸山：よくワイン業界は、時間をかけてお客様を育ててきたと言われてます。私の世代はバブル世代なので、私が20代前半の頃はみんなよくわからないで赤ワインをかつつけて飲んでいて、ボジョレーとかも流行った頃ですね。でも赤ワインはみんな本音でいうと、渋いとか言わなかったのが、この20何年位でそれぞれ週末の午後とかにスーパーへ行くと、若夫婦が赤でも白でも何でもいけど「シャ



UCCコーヒーアカデミー神戸校

ルドネにする？ポルドーにする？」という話をしている訳ですね。何も浮ついた話をしているのではなくて、わかって言っている訳ですよ。やはりワイン業界は凄く教育をしてきていて、色々な会社でこうやって教育をしてきている中でUCCさんは本当に腰を据えてやっていらっやると思っています。たぶんそれで一般の方が勉強したいと思った時にパッと頭に思い浮かぶのがUCCさんのアカデミーなのだと思います。その消費者の中にはプロの方もいらっやると思いますが、その方達に向けての教育や啓蒙というのは今後どのようにしていったらいいと思われませんか。更にはプロの人達はどのような努力をしていけば良いと思われませんか。

宮前：正直な話、私もその変わったなと思う反面なかなか他のお店に足を運ぶ機会というのは減っていて、以前は時間さえあれば色々なお店へ行っていました。今はどうしても子供優先の生活なので、行きたいけど行けていない状況です。お店を経営している方、コーヒーに関する仕事をしている方とお話をする機会があります。その方々の大切なお客様の目線に立っておられるか、気になることがあります。自分の売りたいものを優先したいように感じられる事がごくたまに見られます。お客様が「こんな味のコーヒーが飲みたい。」というのが言いたくても上手いこと洗脳されるじゃないですけど、言いくるめられるというか。

丸山：そうですね。気を付けないと、プロが言いくるめちゃう事がありますよね。

宮前：そういう事になると、家に帰って「コーヒーを淹れてみよう。」となった時に、本当によかったと思ってもらえるのかなというのが少しあって。例えば店側の思い入れを沢山伝えたいだけ伝えて「ヨッシャーッ！売れたー！」と思ったとしても、お客様が実際お家に帰って淹れてみたら「あれ？何か違うぞ…」みたいな事が起こっているのではないかと思います。何かその辺が消費者と作る側が上手いこともう少し寄り添いながら、マッチングして、みんながもっと成長してけたら良いと思います。たまにここでもフレンチプレスでCOEのコーヒーを出すことがあって、やはりリピーターになってくださる方と、ちょっと合わなくて無理だと思われる方の両方のタイプの方がいらっやいます。例えばCOEとかを飲まれるのならば最初はミルクとか何も入れないで飲んで欲しい。何故ならばフレーバーがわかりやすいから。でも「牛乳ちょうだい。」と言われる事はあるので、お客様個々の拘りがある中でどのように対応していったら良いのだろうかというもどかしさもありますけどね。

丸山：ちなみにお客様におすすめをする時、どのようにされてましたか？

宮前：そうですね、結構さりげない会話を聞き逃さないようにしたいとは思っていて、ふとした会話とかが実は本音だったりしませんか。

丸山：そうですね。

宮前：だからその辺は話を聞いた上で、上手にスツッと入るような心がけています。私のいるカフェラというお店は、エスプレッソ専門店、たくさんの種類からコーヒー豆を選んで頂くメニューではないのでそういった機会が頻繁ではありませんが、スペシャルティとかを取り扱っている時期においては、お客様と何度かキャッチボールをしてみても色々な話を聞きながら出来るだけこちらから提案ができるようにしていました。

丸山：たぶんその2年間お休みしている間に、エスプレッソの焙煎度合いも大分変わりましたよね。

宮前：本当そうですね。今はこんな浅いのかと思って。私の時もそれなりに浅くなりつつあったけど、それでもそこに深炒りを混ぜるとかしてブレンドをしていたので、ここまで浅くするのかと思って本当にビックリしました。それこそアカデミーの人には「今の流れはこうなんだよ」と言われました(笑)。

丸山：教えるという事は難しくありませんか。

宮前：本当に難しかったです。味合わせをしていく中で、どこがベストなのかというのが自分では判断が難しく、まずお客さんが挽いた粉の色を見て「えっ?!」と言われるし。

丸山：笑

宮前：「これって間違えてコーヒー淹れていますよね?」みたいな感じで。だから飲んだ時の反応が「わー！」と感動する人もいれば、エスプレッソのThe 苦いではないので「えっ?」という違う反応をする方も中にはいらっやいました。その反応をどう捉えたら良いのかということ、結構悩みましたね。

丸山：そうですね。丁度お休みされている頃に、ブルーボトルとかスタンプタウンとかが上陸して。

宮前：はい。オープンしました。

丸山：「焙煎浅っ!!」というのをエスプレッソで飲まされてビックリしました。以前は丸山コーヒーが結構浅いって言われていたのに、今は下手したら深い方になっちゃいます。でもブルーボトルは清澄白河に出た時に僕らが飲みに行って「いや絶対これ浅すぎだね。」なんて話をしていたら、今は少し深くなってたりして(笑)。ちなみにアイスコーヒーにおいても必ず深炒りという事ではなくなってきていませんか。

宮前：実はアイスコーヒーだと好みは深煎り派です。

丸山：そうでしたか。ちなみに家でコーヒーを淹れる時は何を使います？

宮前：一応一通りの器具は家にありますが、ペーパードリップですね。

丸山：エスプレッソマシンも持っているの？

宮前：小さな家庭用エスプレッソマシンですけどね。あと何杯かまとめて抽出できるようなコーヒーマシンとかもあります。でもやっぱりドリップが一番ですね。簡単ですし。

丸山：その通りだと思います。ご主人もバリスタ？

宮前：一応バリスタですね。今はサイフォンのお店にいます。

丸山：サイフォンも今凄くね。お客様の反応がとっても良いね。

宮前：サイフォンは見栄えとかも含めて不思議なところがありますね。実は、私のこの負けず嫌いに火をつけたのは、自分がサイ

宮前：どんなに美味しいものが作れたとしても「私は日本一になりましたよ。飲んでみろ。」と出したところで、それが本当に美味しいと思ってもらえるコーヒーだと思いませんか？という話をもう嫌というくらい店長の時には言っていました。だから「勘違いだけは絶対にしちゃう駄目。」という事も口がすっぱくなる程言ってきたいて、コーヒーの事はあまり正直教えられていなかったかもしれませんが、『接客』の部分においては絶対に譲りたくなかったですね。お客様の好みを聞き出すというの、これができないと絶対何も出来ないだろうし、最後まで満足して帰ってもらおうという事は、どんなに美味しいコーヒーを飲んでもらっていったとしても、最後お客様がお帰りになる時に何か無愛想な表情ひとつがあっただけで「は？こんな店二度と来るか。」って思われてしまいますね。

丸山：本当そうですね。まさにその通り。

宮前：ちょっとコーヒーの話とはズレてしまうかもしれませんが、私が人との関わりが大切だと言っているのは、この一杯のコーヒーを提供したと思っていても、そこには生産者がいて、焙煎した人がいて、私達の手元に来るのは本当に最後の最後のアンカーとしての仕事になるので、私達がどう出すか、どう提供するかで、味から香りまで全てが変わってしまいます。だからこそ人に対する対応、人との接し方というのは本当に大事にしたいなと思っています。それこそ私が、トントン拍子で上手いって途中で、結婚・出産も経験していますが、正直な話私はまだ農園に行ったことがありません。これは自分の中でも結構ネガティブ要素のひとつなのですが、だからこそちゃんと伝えなくちゃいけない、無駄にしてはいけない、努力されてきた思いを伝える役割があるのだという思いをしっかりと持っています。実際に農園を見にいけば、その思いはもっと強くなると思いますが、今それが出来るかといったら、なかなか難しい状況なので。

丸山：是非お子さんが大きくなったら、コスタリカに行くと良いですよ。自然も豊かだし、比較的治安も良いし、国立公園とかもいっぱいあるので、山も海もあります。他の産地は若干危ないですからね。本当にホテルから車で5分位のところにコーヒー農園があるというような環境です。もちろんハワイが良いのはわかりますが、コスタリカもかなりおすすめです。でも最近感じるのは自戒も含めて本当にそのお客様と向き合わないでコーヒーとばかり向き合っている方が多いですね。

宮前：そうそうそこですよ。

丸山：それはちょっと違う、それは何かはき違えているなと思います。

宮前：それだったら本当に自分だけで飲んだらいいと思ってしまいます。

丸山：そうですね。いや本当にいい話を伺いました。ありがとうございました。

宮前：ありがとうございました。

脚注

- *1 西谷恭平氏 2004年JBC準優勝。現コーヒハウス「NISHIYA(渋谷)」オーナー。
- *2 鈴木樹氏 2009年JBC優勝。鈴木氏共に現丸山珈琲勤務。
- 中原見英氏 2010,11,16年JBC優勝。2016年WBC準優勝。
- *3 斎藤久美子氏 2007,11年JBC準優勝。現丸山珈琲勤務。
- *4 James Hoffmann氏(英) 2007年WBCチャンピオン。現Squar Mile Coffee Roasters(London) 共同オーナー。
- *5 横山千尋氏 2002,2004年JBC優勝。2002年日本人初のWBC出場者。現丸山珈琲勤務。
- 門脇洋之氏 2006年WBC準優勝。CAFE Rosso代表。
- *6 井崎英典氏 2013年JBC優勝。2014年WBC優勝。サムライコーヒーエクスぺリエンス代表。
- *7 竹元俊一氏 2006,2008年JBC優勝。現コーヒショップ「コーヒソルジャー(鹿児島市)」オーナー。
- 門脇裕二氏 2003年JBC準優勝。2005,06,07年ファイナリスト。現「カフェ・ヴィータ(松江市)」オーナー。
- 榎健治氏 2009年JLAC(ラテアート)優勝。JBCファイナリスト5回。現丸山珈琲勤務。
- 石谷貴之氏 2017年JBC優勝。過去準優勝4回。ファイナル進出11回の実力者。現在フリーランスバリスタ。
- 渡辺美代子氏 2008年JBC3位。現丸山珈琲勤務。
- *8 園師 聡 2019年JICGS優勝。WCIGS12位。現丸山珈琲勤務。
- *9 中山吉伸氏 2013,15,18年JSC(サイフォン)優勝。現丸山珈琲勤務。



宮前みゆき

1981年5月12日 熊本県出身。高校卒業後、「UCCカフェコンフォート熊本交通センター店」でのアルバイトをきっかけにバリスタを目指し、2004年のJBC(エスプレッソ部門)全国大会準決勝進出、2005年同大会決勝4位を経て、2007年度に史上最年少、初の女性選手として優勝を果たす。2007年のWBCに日本代表として出場。結果は総合4位、個別部門ではベストカップチーン賞を受賞。2014より、現在もUCCコーヒーアカデミーに講師として勤務。(2017年11月からの1年半は、カフェラ大丸神戸店に所属)



カフェラ大丸神戸店
CAFFERA
兵庫県神戸市中央区明石町40
大丸神戸店1F
営業時間 9:42~21:00
電話 078-392-7227

Specialty Coffee EXPO 2019 ボストン報告



2019年4月11日(木)~14日(日)にてSpecialty Coffee EXPO 2019が米国、ボストン市で開催された。同時に世界競技会がワールド バリスタ チャンピオンシップ(WBC)2019とワールド プリューワーズカップ(WBrC)2019が開催された。この時期はボストンマラソン大会の直前となり、この世界規模のイベントに重なって関係者にとっては宿泊先の確保などに困難があったと思います。それでも展示会は久々の米国東海岸での開催からか、前回のシアトル大会同様に大いに盛り上がり活気に満ちておりました。

協会事務局はCoffee Quality Institute(CQI)2019年次ミーティング、World Coffee Research(WCR)のセミナー、International Women Coffee Alliance(IWCA)の朝食ミーティング、All International Specialty Coffee Associations(AISCA)ミーティング、Fair Trade Internationalとのミーティング等で充実した展示会となりました。

展示会場の数あるブースで気になったのは家庭用(?)と思える小型の焙煎機や小型エスプレッソ抽出器機の展示が目を引きました。また手動で簡単にエスプレッソ抽出が可能な器具などが紹介されていました。 コーヒーカプセルも依然と米国マーケットでの家庭用ではキューリグ、ネスプレッソと大きなビジネスとなっており、この分野でのスペシャルティコーヒーの拡大が目まぐるしくなっています。大型のブースを構える大手の機械、器具メーカーにおいても新しい技術、機能が導入され、年々バージョンアップが繰り返されて行きます。

今回の多くのミーティングで注目されたのは【Coffee Price Crisis, コーヒー価格危機】です。コーヒーの国際価格が2017年から低迷し一向に上向かず2019年にはコロンビアや中米コーヒー生産者の生産コストに見合わない状況が継続し、コーヒー生産に対する持続可能性に対する懸念が増してきている事です。この問題に関してはICO(世界コーヒー機構)にSCAも加わって解決の為に議論を重ねている状況ですが、解決策を見出すことは難しいようです。経済基盤が脆弱なコーヒー生産者の生活維持やコーヒー生産を長期にわたって継続して行くことが難しくなっています。

一方、同時開催の競技会のWBCでは韓国のJoo Yeonバリスタが2019年のチャンピオンとなりWBrCでは中国のDu Jianingバリスタが2019年のチャンピオンとなりました。日本代表の山本バリスタ、中井バリスタも大活躍され、女子バリスタの実力

発揮といったところですが、特に韓国のJooバリスタのプレゼンは難解でした。学生時代の化学の授業で聞いたような言葉ばかりで【糖類】の説明をしきりにしているのが印象的でしたがYouTubeを見直しても未だに難解なプレゼンです。コーヒーを加水分解してコーヒー自体から【甘味】を得るように、コーヒーの繊維質(多糖類)から単糖類や二糖類を精製(?)するようです。

WBrC2019は各バリスタが非常に工夫を凝らしたプレゼンであり面白い競技内容でしたがコンパルサリーの出来、不出来は見ていただけ(プレゼン無し)ではわからない内容で、課題のコーヒーにあった温度、抽出方法などバリスタの実力がでる競技ですが、これがジャッジの評価の分かれ道の様です。如何に短時間にコーヒー豆の特徴を把握し、その特徴のポジティブなフレーバーを抽出できるか、非常に高度な技術と理論的な背景を持っていないとできない事だと思えます。このように年々、競技大会は高度なものになって行きます。2020年(4月23日~26日)は西海岸ポートランドが開催地となります。

今後も色々なバリエーション、多様性がコーヒーの世界を広げてくれそうで楽しみです。

以上

SCAJ事務局 佐々木



ワールドバリスタ チャンピオンシップ (WBC) 2019ポストン(アメリカ)大会報告



2019年4月ポストンで行われたワールドバリスタチャンピオンシップ(以下WBC)に日本代表として参加して参りました。出発前や帰国後も多くの皆様から温かいお言葉やご声援、お心がけ頂きました。ご支援、ご声援心より感謝いたします。本当にありがとうございました。

近年日本からは、井崎英典バリスタが世界チャンピオンになり、岩瀬バリスタ、鈴木バリスタが準優勝という成績を収める中、私も好成績をと全力で挑みました。が、結果はセミファイナルにも残ることもできませんでした。皆様のご期待に全く沿うことができなかった事をお詫び申し上げます。平成最後となったジャパンバリスタチャンピオンシップ(以下JBC)!私は今回が10回目の挑戦でした。そこで初めてチャンピオンになる事ができ、日本代表としてWBCに挑戦させて頂きました。

私自身も周りの皆もそしてお客様も待ちに待った世界への切符でしたが、率直に申し上げますと、まだまだ私の力不足で、努力が足りなかったと感じております。できるだけことはやり、自信を持って挑んだつもりでしたが、後から思い返せばやはりもっと詰めておくこともありました。また、日本の大会の緊張とは違うレベルの緊張から思うような競技ができなかったということは、やはり余裕がなく、自信がなくその場に立ってしまった。そうならない努力が足りなかったということだと思います。

本番は本当に未知の世界で、15分の競技中楽しいと感じた時間もありましたが、ジャッジの方に楽しんでもらう事、素

晴らしいコーヒーを提供することができなかったなと終わった瞬間に、残念な気持ちでいっぱいになりました。セミファイナル発表の時は、昔、数年JBCでセミファイナルからファイナルに行けず、ファイナルに残った人達と同じ舞台から見ていた過去の悔しい自分を思い出しました。やはりセミファイナル、ファイナルの舞台を目指したい。その思いが終わった瞬間に起こりました。平成最後のチャンピオンは、次回令和初のチャンピオンを、また目指します。

今回のWBCは4月開催だったため、JBCが終わってから半年の準備の期間でした。コーヒーは、使えるかもしれないというニュークロップが出始めたばかりで、使用するコーヒーについてエイジング等何度も試したり、納得するまで検証を重ねるという作業ができませんでした。

その中でも私の為に最優先にコーヒーを用意してくれた、Jorge氏、Ricardo氏、Edgar氏に感謝します。WBCの競技は、JBCで優勝した競技の流れをそのまま使用する事にしました。JBCでの競技はそれまでとは違った形で挑み、WBCでもその流れでコーヒーを提供したかったためです。

それまでの過去の私の競技は、産地での取り組みや、プロデューサーにフォーカスを当てそのコーヒーを提供するというものでした。スペシャルティコーヒーに感動しバリスタになった私は、産地での取り組みや生産者の取り組みを伝える事が、バリスタの使命だと信じていたからです。そのため、その年に出会った素晴らしいコーヒーについてどうすれば美

味しく抽出できるかという以外に、なぜそのようなコーヒーができたか、なぜ美味しいのかという事を15分の中で美味しく楽しくお伝えしたい、という想いがありました。

10回目の競技ではスペシャルティコーヒーを取り巻く環境が少しずつ変わっており、認知度も上がって、産地の情報も鮮明になってきました。今回はそれまでの自分の競技を見直し違った角度から競技をするもの良いかと考えました。

そうして出来上がったのが産地の事には一切触れず、コーヒーが苦手であったり、まだスペシャルティコーヒーを飲んだことのない方達へ向けてのわかりやすく理解しやすい競技でした。WBCでは少し変えましたが、同じように産地の事などにはあまり触れず用意したコーヒーをより美味しく提供できる為にはということにフォーカスしたプレゼンに変化させました。また、今回提供ドリンクの順番をエスプレッソ、シグネチャービバレッジ、ミルクビバレッジの順にしました。コーヒードリンクとして、多くの方に馴染みがあり気軽なドリンク、ミルクビバレッジを最後に楽しんでいただきたいと思ったからです。

使用したのはコスタリカ ドンアントニオ、ゲイシャ種のコーヒーです。素晴らしい風味を持つコーヒーで品質が良く多様性があり、焙煎によって様々な表情がありました。

まずエスプレッソです。美味しく抽出する為に行ったことは2つあり、1つ目はエスプレッソでその表情を出す為に焙煎度合を変えた豆をブレンドしました。これは本当に大変な作業で、様々な検証が必要でした。

2つ目はコーヒーを挽いた時に必ず起こる、静電気を除去することです。EKグラインダーの出口に静電気除去装置を付けマイナスとプラスのイオンのバランスを取り、フィルターバスケットの中に入る粉の静電気を抑えました。これによりバスケットの中に粉が固まる事なく詰まり、ストレスの少ない抽出ができるように考えました。

シグネチャービバレッジでは、フルーツ類を使わずにドリンクを作りました。コーヒー以外の全てに主として使用したのはケフィア水で、そのものに強い個性などあまりなく、コーヒーを全く邪魔しないものです。

コーヒーと美味しい物を合わせて美味しいドリンクを作るのではなく、コーヒーを優しくサポートするものだけでシグネチャーを作り美味しいドリンクが出来れば、コーヒーそのものが美味しいと感じていただけたらと考えたからです。出来上がったドリンクは予想通りフルーツを使っていなくても、フルーツを感じる事ができ、とてもフルーティで華やかなドンアントニオのフレーバーを感じることでできるドリンクになりました。

そして今回のメインとして最後に提供したのがミルクビバレッジです。エスプレッソの抽出の割合とは焙煎度合いのブレンドを変え、力強いエスプレッソを出しました。また、使用するミルクも一度冷凍し解凍させた物を使用し、チカラ強いエ

スプレッソに負けない甘さのあるミルクを用意しました。

このように挑んだ15分の競技ですが、タイマーが動いていなかったり、グラスが冷えていなかったり思いがけないトラブルがありました。万全で挑みましたが、思うようなコーヒーが提供できず、ジャッジの方に美味しいと思ってもらえなかった事、そしてスコアが取れなかった事が悔やまれます。

WBCに関わる期間、多くの方にご支援頂きました。SCAJの関係者の皆様、コーチの坂本義治氏、英語の指導をして下さったMark氏、Derek氏。チャンピオンとして貴重なアドバイスを下さった岩瀬由和氏、井崎英典氏、そして私の代わりに競技ができるのではないと思うくらい練習に付き合いサポートしてくれた内部バリスタ、三村バリスタ、そしてUnirの皆様。すべてあげきれませんが、本当に皆様ありがとうございました。

今回のWBCを通じて改めて人との繋がりや、自分を取り巻く環境の素晴らしさを実感しました。WBCで出会ったコーヒーに関わる人達や、各国のチャンピオンは皆素敵な人たちばかりでした。それが全てコーヒーで繋がっていることにとっても感動します。

同時に私は、コーヒーに関してまだまだ取り組まなければいけない事がある事も実感しました。

これからも美味しいコーヒーが淹れられ、皆さまから美味しいと言って頂けるように日々精進してまいります。今後ともご指導、ご鞭撻のほどよろしくお願い致します。

株式会社 ヒサシヤマモトコーヒー
Unir(ユニール) 山本知子

ワールド バリスタ チャンピオンシップ (WBC) 2019ボストン(アメリカ)大会レポート



さる4月11日～14日、アメリカはボストンの地で、ワールド・バリスタチャンピオンシップ(以降WBC)が開催されました。ご存知方も多いと思いますが、このWBCは、世界的なコーヒー組織、world coffee eventsが開催する6大世界大会の1つで、競技会の中では最も古く、2000年より開催されている大会です。日本でも2003年より世界大会にチャンピオンのバリスタを派遣し、今年で17回目の派遣を迎えます。6大大会では最も古く、最も出場国数も多く、世界チャンピオンになるハードルも最上級の難易度と言われています。

そんな中、2014年には井崎英典バリスタ(当時:丸山珈琲所属)が世界一を獲得、2016年の岩瀬由和バリスタ(REC COFFEE)・2017年の鈴木樹バリスタ(丸山珈琲)の連続準優勝などもあり、日本は世界から注目される出場国となっています。

2019年、日本からの代表は、京都・長岡京・大阪・東京などで店舗を構える”Unir”(ユニール)の山本知子バリスタです。山本バリスタはUnirのヘッドバリスタを長年務め、店舗の指導役でもあります。国内大会であるJBCにも複数回出場、2018年大会の優勝だけでなく、ファイナルの常連でもある、日本を代表するトップバリスタです。

山本バリスタの競技は、非常に先進的な考えに溢れた、素晴らしいものでした。

所属会社のUnirはここ数年コスタリカ豆に力を入れており、複数回産地訪問をおこなっており、今回もその1つ、コスタリカ・ドン・アントニオという豆を使用しました。この農園は

Cup of excellenceにも1位を含め、複数回入賞果たすトップクオリティの農園です。今回用された豆も、素晴らしい甘さと、非常に優れた酸味を持つ、フルーツ感溢れるコーヒーで、間違いなく世界トップクラスのクオリティでした。そのコーヒーを、山本バリスタのご主人であり、Unirのオーナーでもある山本 尚志氏が産地から買付け、焙煎し、この大会に臨みました。

山本氏は大会の直前にもコスタリカ入りし、現地でニュークロップを視察。それをコスタリカで焙煎し、そのままボストン入りするという、非常に厳しいスケジュールの中、強い情熱で大会に臨んでいたのが、印象的でした。

バリスタの競技大会では、3つのカテゴリのドリンクを提供するのですが、1つは、エスプレッソ。そしてこれにミルクを注いだミルクビブレッジ。最後にエスプレッソを作った自由度の高いドリンク、シグネチャービブレッジです。

山本バリスタは一般的なセオリー通りのこの順序では提供せず「エスプレッソ→シグネチャービブレッジ→ミルクビブレッジ」としました。山本バリスタのテーマは「コーヒーのネガティヴさをどう取り除き、コーヒー本来の良さを味わってもらうか」というものでした。その考え方から、競技15分を通して、「酸っぱくしない」「苦くしない」という視点で、いかに飲んでもらえるかを工夫した多くのイノベーションを展開しています。例えばグラインダーに静電気除去装置を取り付け、粉の静電気を軽減したり、焙煎や抽出の方法を工夫して、味を甘くするなどです。そして非常に興味深かったのは、ほとんど農園の話をしていないことでした。



競技の途中、山本バリスタはおよそ2分間に渡り、完全に手を止めて、「コーヒーの地位を高めるために、それ単体で美味しいと感じる副食材は使用しない。コーヒー本来の味を味わってほしい。そうしないと、コーヒー地位は上がらない」趣旨の話をしたのが、とても印象的でした。

残念ながら予選通過はなりませんでしたが、競技終了後も多くの選手・関係者が山本バリスタのもとに駆け寄り、「あのプレゼンはどうやって考えたのか」「静電気除去の装置を見せてほしい」など、数多くの質問を受ける光景を目にしたとき、そのレベルの高さ、イノベーションの素晴らしさが、世界

に響いたものだと確信しました。日本ではまたJBCがスタートします。ここ数年、日本のバリスタのレベルは本当に高くなっています。それと同時に、若いバリスタの皆さんにも、どんどん大会にチャレンジしてほしいと願っています。そして、日本からまた素晴らしいバリスタが世界大会に出ていき、日本のレベルの高さを示す未来を願ってやみません。

バリスタ委員会 副委員長 阪本義治

ワールド バリスタ チャンピオンシップ (WBC) 2019 決勝結果

順位	氏名	会社名	国籍
優勝	Jooyeon Jeon	Momos Coffee	韓国
2位	Michalis Dimitrakopoulos	The Underdog Roasters	ギリシャ
3位	Cole Torode	Rosso Coffee Roasters	カナダ
4位	Mikael Jasin	Common Grounds Coffee Roasters	インドネシア
5位	Wojtek Bialczak	Five Elephant Coffee	ドイツ
6位	Mathieu Theis	Mame	スイス

32位 山本 知子 株式会社 ヒサシヤマモトコーヒー 日本

ワールド ブリューワーズ カップ (WBC) 2019ボストン(アメリカ)大会報告



2019年4月にアメリカ・ボストンで開催されました、「ワールドブリューワーズカップ2019(以下WBrC)」において、世界4位に入賞させていただきましたことをご報告させていただきます。日本代表として世界のファイナリストに名を連ね、戦えたことに誇りと感謝の気持ちでいっぱいです。

目の前のお客様に美味しいコーヒーを提供したい!という思いから始まった私のコーヒー競技会へのチャレンジ。自分らしく、コーヒーと向き合い、さらにそれをシェアすることができ、とてもうれしく思います。これも一重に、SCAJ関係者の皆様、ブリューワーズ委員会の皆様、JBrCスポンサー各社の皆様、共にJBrCでコーヒーと向き合い切磋琢磨し合った競技者の皆様、いつも応援してくださる皆様のお力添えがあってこそだと感じております。この場をお借りして、心より御礼申し上げます。

私にとっての競技会チャレンジは、ジャパンサイフォニストチャンピオンシップから始まりました。それはサイフォンをメインに取り扱うショップで勤務している時に、サイフォンでお客様にご満足いただけるコーヒーを提供したいと思ったのがきっかけでした。

競技会の出場を重ねるうちに、「好きなコーヒーはなんですか?」「好きな抽出器具はなんですか?」と聞かれることが多くなりました。しかし私は、未だにどちらも答えることができません。なぜなら、農園からは新しいコーヒーが毎年毎年届いて、その中に「このコーヒー好きだな～」とか、思わず「WOW!」と声を上げたくほど驚かせてくれるコーヒーがたくさんあるからです。そして、コーヒーそれぞれのキャラクターを生かすために抽出器具を選ぶ必要があることにも気

づかされました。こうして、私はサイフォニスト+ブリューワートとして、「コーヒーによって適切な抽出メソッドがあり、それを分かりやすく自分らしく伝えたい」という思いへ変化していききました。これは、今大会の私のコンセプトでもありました。

2018年9月下旬にJBrCの決勝が終わってから、世界大会が行われた2019年4月上旬までは、約6ヵ月という短い準備期間でした。この与えられた時間でやるべきことは何か、私が世界の舞台で何ができるのか、自問自答する日々が始まりましたが、私には上記のようなコンセプトがあったため、プレゼンテーションを作り上げるにはそう時間はかかりませんでした。普段使い慣れていない英語で、いかに自分らしくジャッジと楽しみながら10分間を作り上げるかを考えることに、たくさんの時間を使いました。

JBrCとWBrC共に、必修サービスとオープンサービスの2つの競技があり、その総合得点を競います。必修サービスでは、競技会側で用意された、たった250gのコーヒー豆で美味しいポイントを30~60分の間で見つけ出し、ジャッジに提供します。そのため、たくさんの種類の豆を試し、ベストポイントを探す練習、それをデータ化することを繰り返し行いました。コーヒーによって、焙煎や鮮度、状態、更に水の質によって作り出されるカップは様々で、答えが毎回違ってくることにはとても悩まされましたし、その反面、毎回発見があるので面白いと思えた点でもありました。オープンサービスでは、自分が選んだコーヒー豆を使用し、プレゼンテーションを行います。テイストの評価にあわせ、テイスト描写の正確・一致性、3杯のカップの均一性、カスタマーサービスなども項目として加わります。ここでの私のテーマも、上記にもあるように、

「それぞれのコーヒーにあった適切な抽出メソッドを分かりやすくシェアしたい」というものでした。選び抜いたコーヒーは実際に私自身も「WOW!」と思ったものです。たくさんのフレーバーやアシディティを持っており、ほんの少しの環境の変化や焙煎、抽出などの状態の違いで大きく変化します。例えば、そんな繊細なコーヒーについてブリューワから「コーヒー粉とお湯の比率は1:15で温度は90度、2分で抽出完了します」と説明がされたとしたら、実際にお客様はそのブリューワと同じ味のカップを作ることは出来るでしょうか?…それはきっと難しいことだと思います。私はできる限り、それぞれのコーヒーの美味しいポイントをお客様にシェアしたいと考えています。そこで、抽出に特化した器具を使用しました。それは、ドリッパー側とサーバー側にそれぞれ2カ所にスケール機能があり、さらにAPPにタイムリーに抽出の状況をグラフで表せるもので、抽出中の状態を細かく見えるようにしました。抽出の中身が全て見えることになるため、いつも同じ状態で抽出ができるよう基礎の注湯練習を毎日毎日繰り返し練習しました。私の考える抽出理論を10分間という短い競技時間の中で理解していただきシェアできるように、検証を行い、グラフ化し、プレゼンテーションを構成しました。ジャッジに自分のコーヒーが出来てゆく過程を見ながら提供されるまでを楽しんでもらう。最新の器具やツールを使いながら、ジャッジとのコミュニケーションを大切に、10分間を作り上げました。

世界の舞台に立つに当たり、私には私と同じくらいコーヒーを愛しているチームメンバーの存在がありました。コーチ、サポーター、焙煎士、通訳者、現地サポーターなど、本当にたくさんの仲間と共に、世界の舞台を経験することが出来ました。色んなトラブルを想定し準備はしましたが、ボストンに入る際にはトランジットで荷物を紛失したり、チームメンバーが現地に来ることができなかったり、数々のトラブルがありました。チームが一丸となって乗り越えることが出来ました。本番の舞台では、私と一緒に戦ってくれる仲間がそばにいたことがとても心強く、緊張より楽しさが勝り、満足のいくプレゼンテーションをすることが出来ました。悩んだり、迷った

りしたとき、話し合える相手がいることはとても大切だと改めて気づくこともできました。舞台では私にフォーカスされますが、このように世界大会に挑めたのもチームメンバーがいたからで、この結果を分かちえる仲間がいて、私は本当に幸せです。これから、競技会に挑戦しようとお考えの方は、1人で黙々とコーヒーと向き合うこともとても素晴らしい事かと思いますが、ぜひコーヒーを楽しく話し合える相手を探してみてください、そして巻き込んでみてください。私は仲間と話すことでたくさんの気づきがありました。コーヒーを通してコミュニティも広がります。会社や世界の垣根を越えて、コーヒーラバーの輪がどんどん広がっていけば良いなと願っています。

近年、優れたコーヒーマシンが数多く開発され、プロの淹れたような美味しいコーヒーが機械によって再現できる今、私たちブリューワはどうあるべきか、どのようにお客様と接することができるのか…WBrCを通して、何度も考えました。完璧なコーヒーを作り上げることと同じくらい、お客様との信頼関係を築くことが大切なのだ、世界大会を目指していく中で改めて感じました。今までは、ショップに足を運んでくれるお客様との出会いがほとんどでしたが、セミナーやイベントなどでお会いできる方々など、これまでになく幅広く世界中の方々との出会いがあります。新たな出会いを大切に、これからもコーヒーや器具が進化していく中で私たちブリューワも進化していく必要があります。私にとって、ここがスタート時点であると思っています。これから新たにコーヒーや器具、コーヒーラバーとの数々の出会いが待っていると思うと、とてもわくわくします。

最後になりましたが、WBrCを通して体験したことをより多くの方々にシェアしながら、たくさんの方々との繋がりを大切に、これからもコーヒーと向き合い、ブリューワとして精進してまいります。たくさんのご支援、ご協力をいただき本当にありがとうございました。

UCCホールディングス株式会社
中井 千香子

ワールド ブリューワーズカップ (WBrC) 2019 決勝結果

順位	氏名	会社名	国籍
優勝	Jia Ning Du	M2M Coffee	中国
2位	Patrik Rolf	April	スウェーデン
3位	Alessandro Galtieri	Aroma	イタリア
4位	中井 千香子	UCCホールディングス株式会社	日本
5位	Hsu Shih Yuan	UCC Coffee Taiwan	タイ
6位	Daniel Hofstetter	Independent	スイス

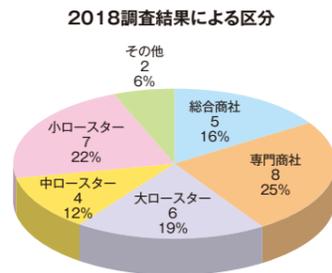
SCAJ報告会 スペシャルティコーヒー市場調査2018

日本スペシャルティコーヒー協会(以降は「協会」)は隔年でスペシャルティコーヒーの市場に関して調査を行っております。2018年の調査は第4回目の調査となりました。掲載の資料は3月開催の2019年定時社員総会の後に行われた調査報告に使用された資料です。前回同様に「第一次インタビュー調査」「第二次ダイレクトメール調査」から構成されています。毎年の調査毎に、調査項目を変更しながら進めております。2018年調査に関しては、新たに「コーヒー業界外での競争相手」「地域での競争」「若年層のスペシャルティコーヒー消費者を増やすためのプロモーション」等々、に於ける新たな調査項目が含まれております。また、2018年は「第3次調査として”店舗の来店客調査”」として消費者調査を実施いたしました。この調査結果は、SCAJホームページの「会員ログイン(会員専用ページ)」のページに貼っておりますので、是非ともご参照ください。
※全資料は「SCAJホームページの「会員専用ページ」にてご覧いただけます。

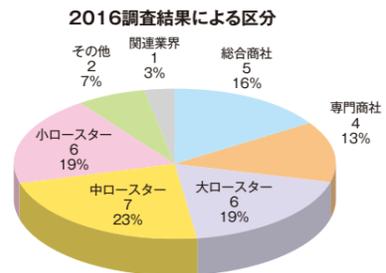
1. 調査実施会員プロフィール

- 2018年度一次調査は、総合商社者5社、専門商社8社、大ロースター 6社、中ロースター 4社、小ロースター 7社、その他2社、の計32社のインタビュー調査が実施された。
- 今回は会員以外の総合商社1社、専門商社3社にも調査に御協力を得ている。
- SCAJ会員区分は下表の様に分類されているが、当報告書ではインタビュー調査結果に基づいて以下の様に区分されている。

会員コード	会員区分
A	生産者 / 生豆製造者 / 輸出業者
B	輸入業者 / 生豆問屋
C	ロースター卸・小売店
D	喫茶店・コーヒー豆小売店
E	自家焙煎店
F	OCS
G	コーヒー関連業者等(製造・流通・サービス)
H	デリカカフェ / レストラン / ホテル
I	百貨店 / 食料品店 / SM / CVS等
J	プレス / 出版業者 / 商業組合 / その他



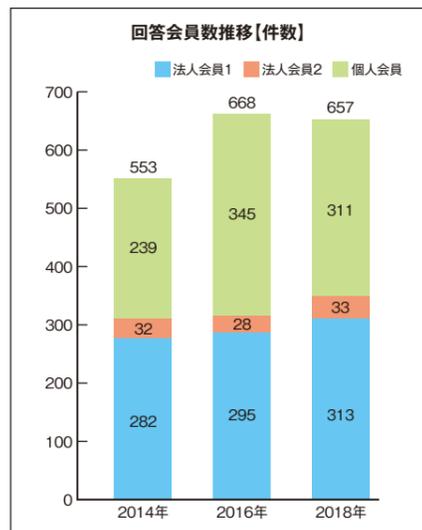
区分	数	各社年間コーヒー取扱量(生豆換算)
総合商社	5	155,000 - 5,000トン
専門商社	8	26,000 - 450トン
大ロースター	6	50,000 - 1,300トン
中ロースター	4	600 - 400トン
小ロースター	7	180 - 50トン
その他	2	-
関連業界	-	-
計	32	-



区分	数	各社年間コーヒー取扱量(生豆換算)
総合商社	5	150,000 - 7,000トン
専門商社	4	18,000 - 450トン
大ロースター	6	50,000 - 2,000トン
中ロースター	7	600 - 170トン
小ロースター	6	75 - 25トン
その他	2	-
関連業界	1	1,500 -
計	31	-

■本調査における分析軸について

- 2次DM調査では、前回同様会員区分を「13」に分類した。2014年・2016年・2018年の会員区分別サンプル数は以下の通りである。
- 法人会員【1】区分を分析対象とし、【法人会員計】と表記する。
業態別には【生産者・輸出入業者・問屋】【ロースター卸・小売店】【喫茶店・コーヒー豆小売店】【自家焙煎店】の4業態に分類する。
- サンプル数: 657 s (1,705通発送→回収率38.5%)



	2014年	2016年	2018年
法人会員1	282	295	313
法人会員2	32	28	33
個人会員	239	345	311
生産者/生豆製造者/輸出業者	2	2	2
輸入業者/生豆問屋	19	19	17
ロースター卸/小売店	74	90	90
喫茶店/コーヒー豆小売店	71	66	84
自家焙煎店	116	118	120
OCS	1	0	0
コーヒー関連業者	21	19	18
デリカカフェ/レストラン/ホテル	4	4	6
百貨店/食料品店/SM/ CVSなど	2	0	0
プレス/出版業者/商業組合/その他	4	5	9
コーヒー関連の会社/店舗に属する個人	48	74	52
起業予定者	50	78	60
個人会員その他	141	193	199
合計	553	668	657

2. マーケット規模

[上段網掛けは2018年度、2段目は2016年度、3段目は2014年度]

区分	(1) 日本のスペシャルティコーヒー推定割合	(2) コーヒー取扱量合計(A)	(3) スペシャルティコーヒー取扱量合計(B)	(4) スペシャルティコーヒー取扱比率(B/A)
総合商社	7.5-9.3%	347,000トン	7.5-9.3 347,000トン	8.2%
	5.6-6.2%	389,000トン	19,900トン	5.1%
	5.4-6.0%	407,000トン	22,250-23,550トン	5.5-5.8%
専門商社	8.3-8.6%	101,770トン	20,500トン	20.1%
	6.0-6.5%	42,650トン	14,560トン	34.0%
	3.7-3.9%	54,000-55,000トン	7,330-12,530トン	13.3-23.2%
大ロースター	5.6-6.1%	115,500トン	4,375-4,485 トン	3.8-3.9%
	6.56.7%	128,600トン	5,830トン	4.5%
	5.3-6.3%	123,700トン	6,255-8,405トン	5.1-6.8%
中ロースター	7.4%	1,984トン	1,190トン	60.0%
	4.7-5.9%	2,560トン	1,597トン	62.4%
	5.3-7.2%	3,058トン	1,845トン	60.3%
小ロースター	8.7%	828トン	565トン	68.2%
	5.0-6.7%	310トン	201トン	64.8%
	6.4%	322トン	222-227トン	68.9-70.5%
その他	7.2-12.5%	-	-	-
	2.0-3.0%	-	-	-
	4.7-5.0%	-	-	-
関連業界	-	1,500トン	45トン	3%
	-	-	-	-
総計	7.6-8.3% (32社単純平均)	567,082トン (30社合計)	54,930-55,040トン (30社合計)	9.7 (30社加重平均)
	5.4-6.2% (30社単純平均)	564,620トン (29社合計)	42,133トン (29社合計)	7.5 (29社加重平均)
	5.2-6.0% (33社単純平均)	588,080-589,080 トン (32社合計)	37,901-46,556 トン (32社合計)	6.4-7.9 (32社加重平均)

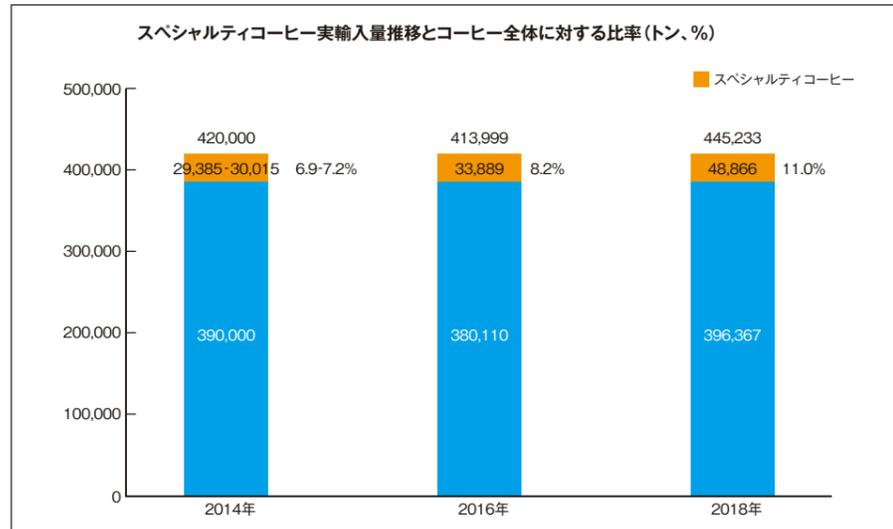
3. スペシャルティコーヒーの輸入実態 (1) 実輸入量

- 前ページのコーヒー取扱量合計は、総合商社と専門商社間の取引、商社とロースター間の取引、ロースター間の取引、などがダブルカウントされた数字で、コーヒー全体取扱量は 総計567,082 トンとなっている。
- 一方、全日本コーヒー協会の資料(財務省「通関統計」)では 2016年次の生豆輸入量は403,954 トンである。
- 2016年度から当SCAJ調査ではこのようなダブルカウントをできるだけ排除したコーヒー全体取扱量とスペシャルティコーヒー取扱量に迫るために、他社を介さない自社ダイレクト輸入量の聞き取り調査が行われた。
- 結果は次の表のように、2018年度調査ではレギュラーコーヒー全体の輸入量は合計445,233 トン、そのうちスペシャルティコーヒーは48,866 トンで、スペシャルティコーヒーの比率は11.0%であった。
- 2016年度調査では、レギュラーコーヒー全体の輸入量は合計413,999 トン、そのうちスペシャルティコーヒーは 33,889 トンで、スペシャルティコーヒーの比率は8.2%であった。

区分	2018年度	
	コーヒー自社輸入量(A)	スペシャルティコーヒー自社輸入量(B)
総合商社	347,000トン	28,300トン
専門商社	96,205トン	19,255トン
大ロースター	232トン	124トン
中ロースター	1,364トン	755トン
小ロースター	432トン	432トン
計	445,233トン	48,866トン
スペシャルティコーヒー比率(B/A)	11.0%	

区分	2016年度	
	コーヒー自社輸入量(A)	スペシャルティコーヒー自社輸入量(B)
総合商社	389,000トン	19,900トン
専門商社	23,750トン	12,860トン
大ロースター	0	0
中ロースター	1,120トン	1,000トン
小ロースター	129トン	129トン
計	413,999トン	33,889トン
スペシャルティコーヒー比率(B/A)	8.2%	

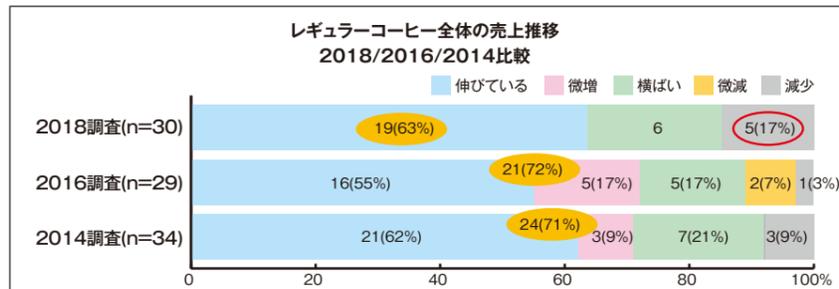
3. スペシャルティコーヒーの輸入実態 (2) スペシャルティコーヒー比率



4. コーヒーの過去3年間の売上推移

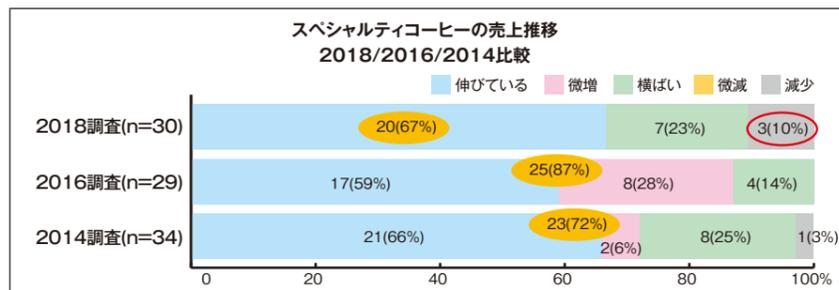
レギュラーコーヒー全体

- コーヒー全体の売上としては、「伸びている」(63が前回2016年度(72伸びている+微増)より減っている。
- 2014年度と2016年度はほぼ同じ傾向であったが、2018年度は「減少」が2016年度の1社(3%)から5社(17%)へと増えている。
- 従って、レギュラーコーヒーの売上推移はこれまでよりも伸び方が鈍くなっているといえる。



スペシャルティコーヒー

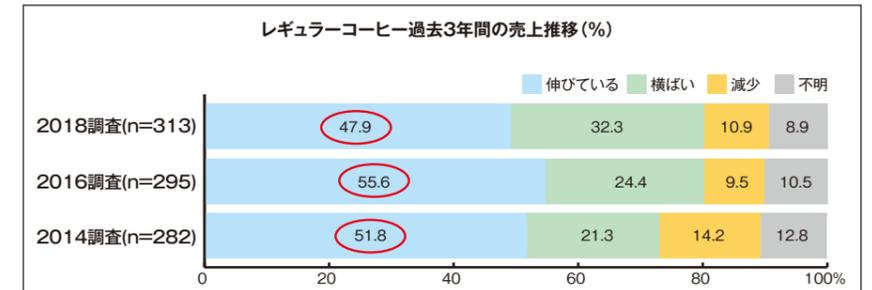
- 今回2018年度調査では、伸びているは20社(67%)であったが、前回2016年度は「伸びている」17社(59%)と「微増」8社(28%)を合わせると25社87%であり、今回は「伸びている」が減っている。
- また、「横ばい」は2016年度4社(14から2018年度は7社(23%)に増えている。更に、「減少」は2016年度はなかったが2018年度は3社(10%)が回答している。
- 2014年度からの動きを見ると、2016年度は伸びが大きくなり、2018年度は元に戻ったとみられる。



4. コーヒーの過去3年間の売上推移

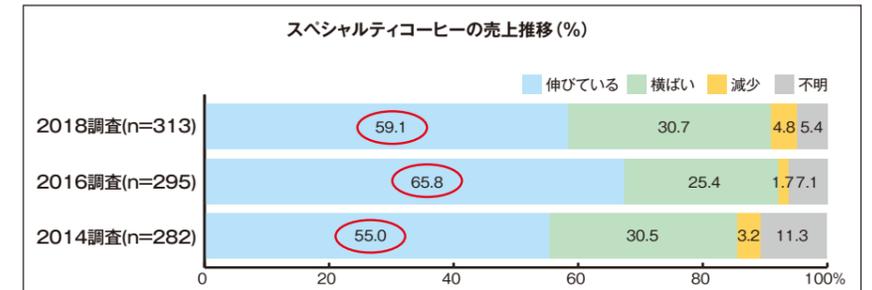
レギュラーコーヒー全体

- これまでの調査のレギュラーコーヒー全体の売上推移は「伸びている」は、2014年51.8%→2016年55.6%→2018年47.9%と、2016年度からはやや減少している。



スペシャルティコーヒー

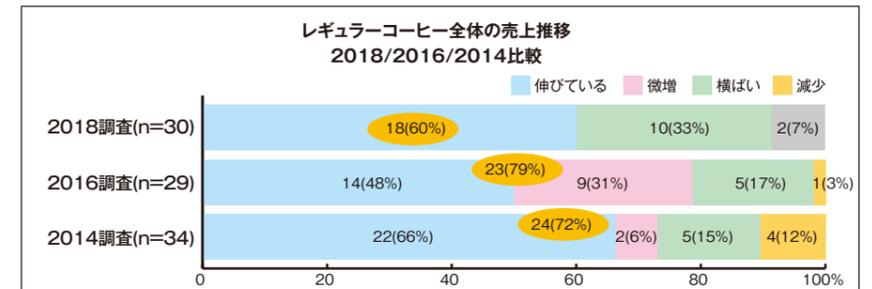
- スペシャルティコーヒーの売上推移は、「伸びている」は、2014年55.0%→2016年65.8%→2018年59.1%とやや減少しているが、レギュラーコーヒー全体と比べると「伸びている」が多い。



5. コーヒーの売上予測(対前年比)

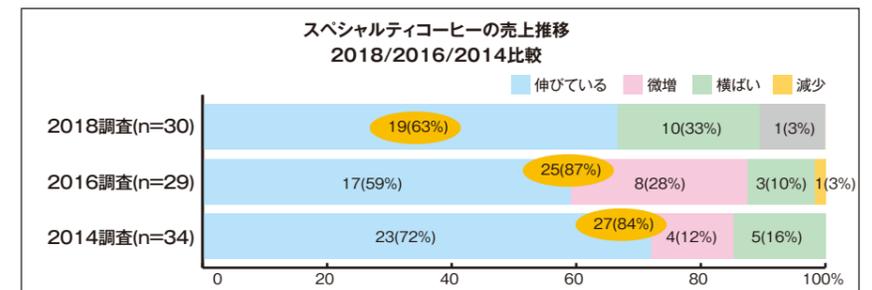
レギュラーコーヒー全体

- これまで3回の調査結果を比較すると、2014年度から2016年度は、今後「伸びる」が22社(66%)から14社(48%)に大きく減って、「微増」の予測が2社(2%)から9社(31)に増えている。
- 「伸びる」と「微増」の合計は24社(72から23社(79)と大きくは変わっていない。
- 2018年度は、「伸びる」の予測が18社(60%)に減少し、「横ばい」は10社(33)で過去2回の調査の各5社から倍増している。
- 従って、最新の調査ではレギュラーコーヒー全体の売上はやや伸び悩みと予測されている。



スペシャルティコーヒー

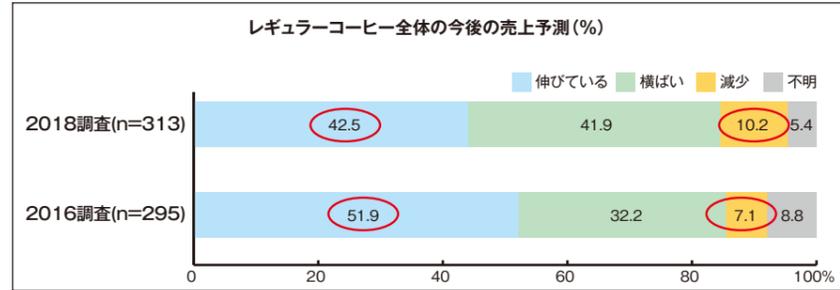
- 「伸びる」と「微増」を合わせると、2014年度は27社(84%)、2016年度は25社(87)の回答があった。
- 2018年度は「伸びる」と「微増」の回答は「伸びる」に統一されたが、この回答は19社(63%)と低くなっている。
- 「横ばい」は10社(33%)でこれまでの10台から増加しており、減少も前回と同じ1回答あった。
- 以上の結果から、スペシャルティコーヒーの今後の売上は前項のレギュラーコーヒー全体の売上予測と同様にやや伸び悩みと言えるであろう。



5. コーヒーの売上予測 (対前年比)

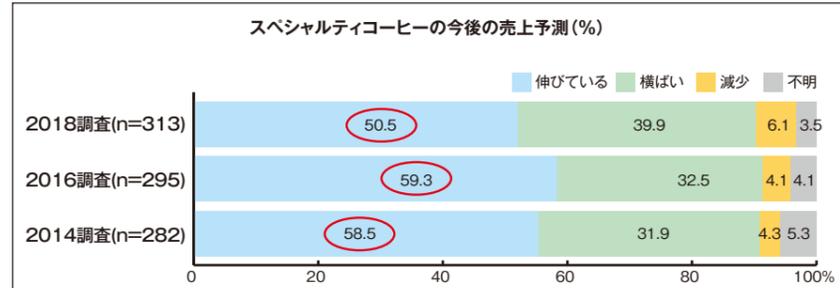
レギュラーコーヒー全体

- 今年の売上予測は、レギュラーコーヒー全体では「伸びる」が、2016年51.9% 2018年42.5%とやや減少している。
- 「減少」の予測は71%から102%に増加している。



スペシャルティコーヒー

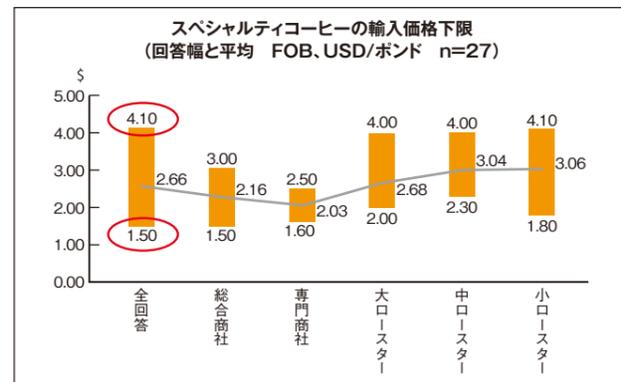
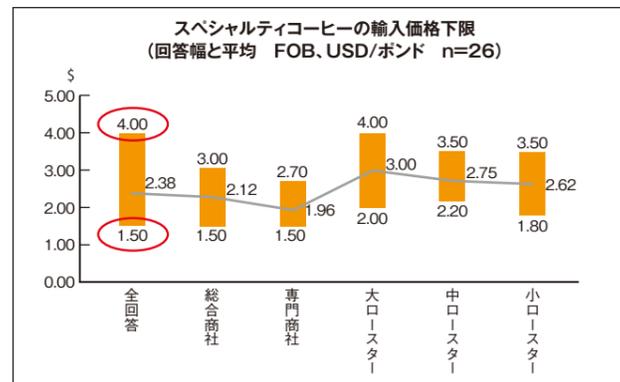
- スペシャルティコーヒーでは、「伸びる」は2014年58.5% 2016年59.3%とほぼ変わらなかった。
- 2018年は50.5%とやや減少しているがレギュラーコーヒー全体(42.5%)よりは「伸びる」が多く想定されている。



6. スペシャルティコーヒーの価格

(1) 輸入価格下限

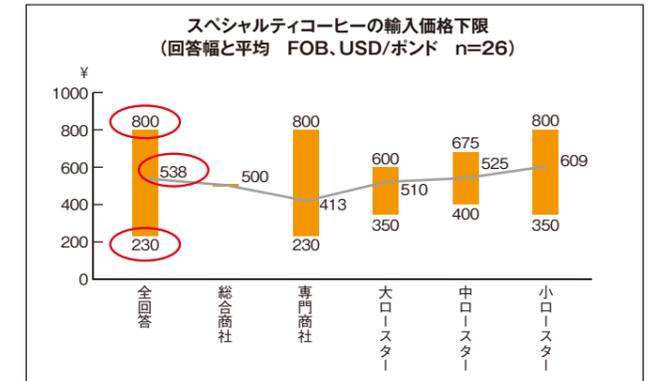
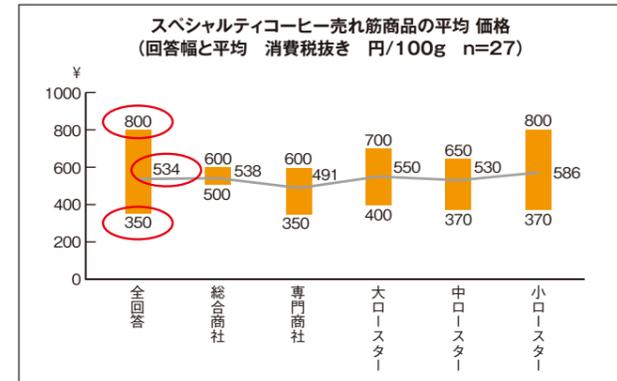
- 今回2018年度の輸入価格下限は、全回答の回答幅は\$1.50 4.00で、2016年度の\$1.50 4.10とほぼ同じである。
- 2016年度は、総合商社、専門商社では最低価格は\$1.50、1.60、最高価格は、\$3.00と\$2.50であった。
- 2018年度は、総合商社、専門商社では最低価格は共に\$1.50で、最高価格はそれぞれ\$3.00、\$2.70で、2016年度とほぼ同等であった。
- 平均価格は、総合商社、専門商社はほぼ同程度であるが、全回答平均では2016年度\$2.66から2018年度\$2.38と下落している。これは2018年度は中ロスター、小ロスターの回答価格が低下していることによる。



6. スペシャルティコーヒーの価格

(2) 売れ筋商品価格帯

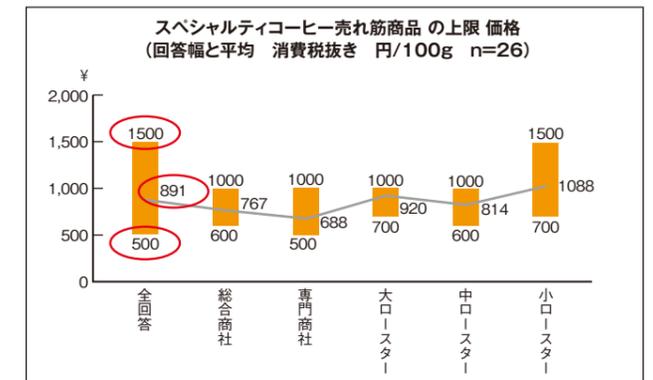
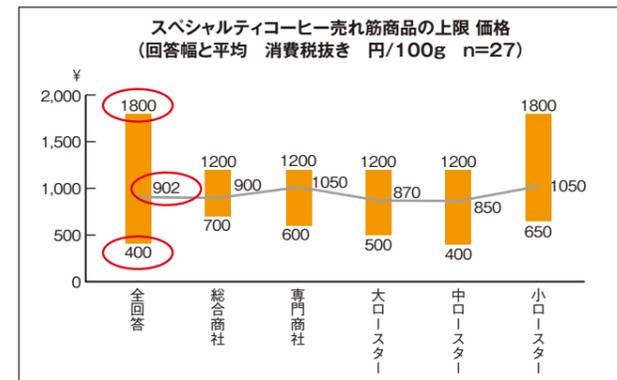
- 売れ筋商品の平均価格は、全回答では2018年度は534円で、2016年度の538円とほぼ同程度である。
- 総合商社は2016年度の500円から2018年度は538円とやや高く、専門商社は413円から491円へと78円(19%)上がっている。
- 大ロスター、中ロスターは、2018年度はそれぞれ40円と5円高く、やや高くなっているが、小ロスターでは逆に23円安と若干下がっている。



6. スペシャルティコーヒーの価格

(3) 上限価格帯

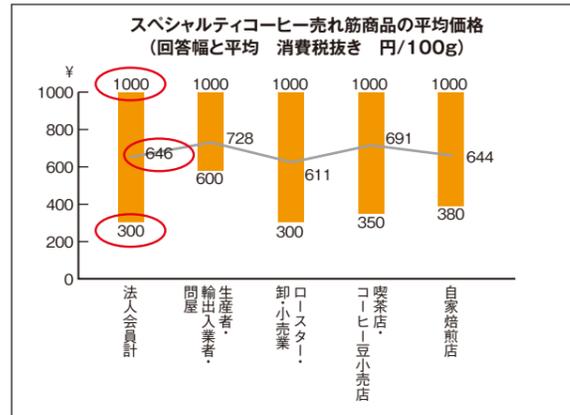
- 今回2018年度調査の全回答では、価格帯の幅は100g当り400円1,800円で、平均価格は902円であった。
- 価格の幅は前回2016年度の500円1,500円より上下とも幅が広く、平均価格も891円〜902円へと僅かに高くなっている。
- 最高価格は、前回は小ロスター以外は、総合商社から中ロスターまですべて1,000円であったが、今回は1,200円と200円高くなっている。
- 小ロスターでは、最高価格は前回の1,500円に対して今回は1,800円と300円高くなっている。一方、最低価格は700円から650円に低下している。



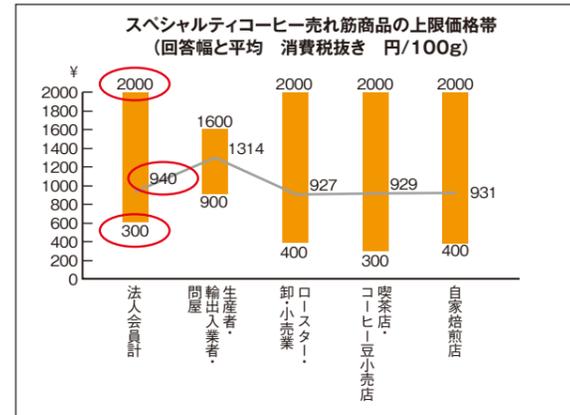
6. スペシャルティコーヒーの価格

売れ筋商品価格帯

●平均価格は法人会員計で300円～1,000円の間であり、平均は646円、業態別の違いはあまりみられない。



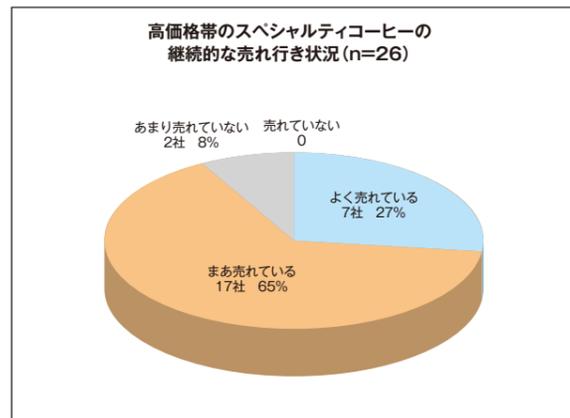
●上限価格については2,000円までの高額商品もあり、平均は940円である。平均価格同様に業態別の違いはあまりみられない。



7. 高価格帯スペシャルティコーヒーの売れ行き

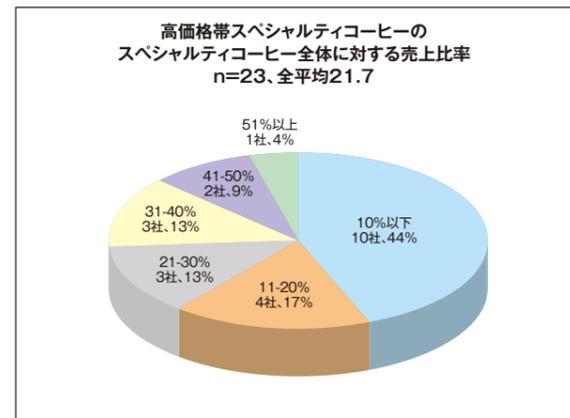
継続的な売れ行き状況

- 「よく売れている」という回答は26社中7社(27%)から寄せられた。
- 「まあ売れている」は最も多く17社(65%)が回答している。
- 「よく売れている」と「まあ売れている」を合わせると24社、92%が売れていると回答している。
- 「あまり売れていない」は2社(8%)、「売れていない」は回答ゼロであり、高価格帯のスペシャルティコーヒーが継続的に売れていることを示している。



高価格帯コーヒーの売上比率

- 回答23社の平均は、売上全体の21.7%であった。
- 最も多いのは「10%以下」10社で全体の44%を占めているが、21%以上も多く、中には51%以上の回答もあり、高価格帯スペシャルティコーヒーの売上比率が高いことを示している。
- 「10%以下」の次に多いのは「11-20%」で4社、17%である。この二つの区分を合わせると全体の61%を占めている。
- また、「21-30%」、「31-40%」、「41-50%」もそれぞれ3社(13%)、3社(13%)、2社(9%)とほぼ満遍なく分布している。



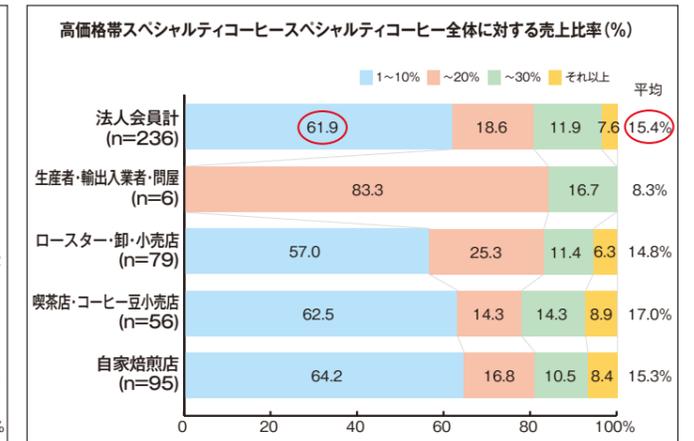
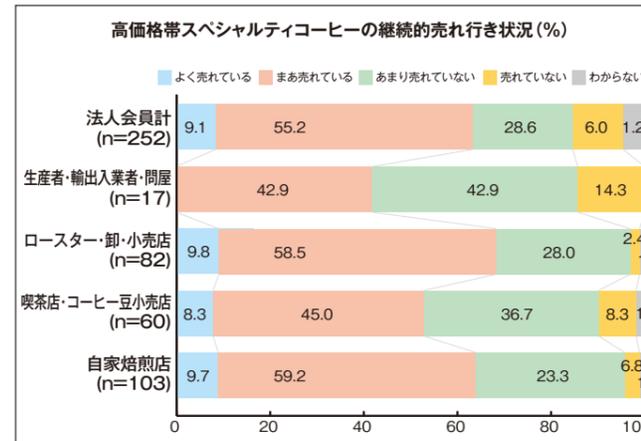
7. 高価格帯スペシャルティコーヒーの売れ行き

継続的な売れ行き状況

- 法人会員計では、「売れている」(よく売れている+まあ売れている)が64.3%、特に自家焙煎店では68.9%と高い。

高価格帯コーヒーの売上比率

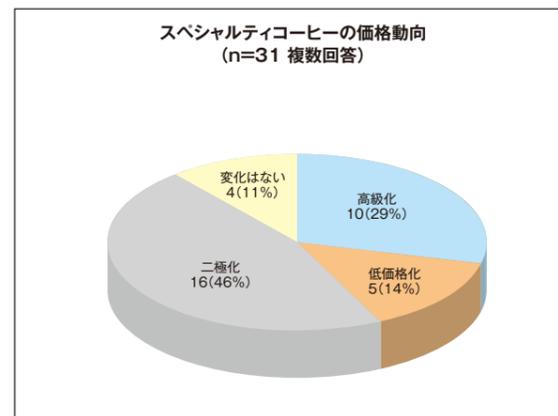
- 高価格帯商品がスペシャルティ豆全体に占める割合は、法人会員計で61.9%が「10%以下」であり、平均は15.4%である。
- 業態別の大きな差はない。



8. スペシャルティコーヒーの価格動向と価格による売れ行きの変化

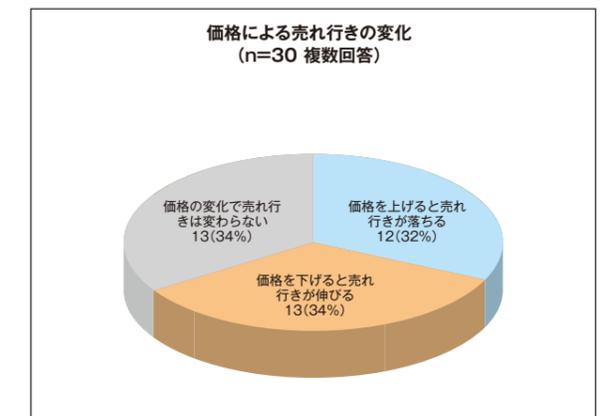
価格動向

- 回答全体では「二極化」して行く、との見方が31回答中16回答で最も多かった。更に高級化に向かう部分と、スペシャルティコーヒーでも低価格化して行く面の両方があるという考え方である。
- 「高級化」は10回答、29%であった。
- 「低価格化」は5回答、14%と最も少なかった。
- その他の回答も4件あり、それは当面「変化はない」とされている。
- 複数回答では、「二極化」、「高級化」、「低価格化」のいずれもが起り得る、というものであった。



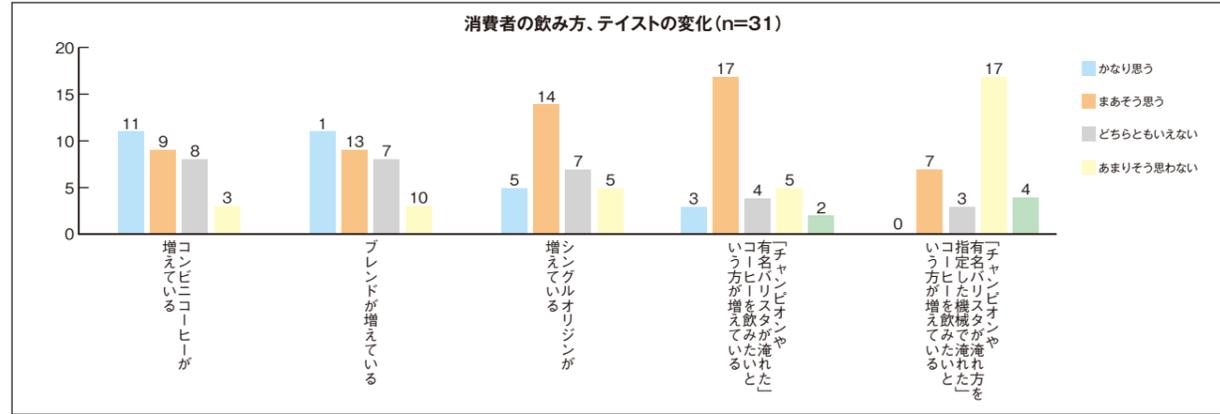
価格による売れ行きの変化

- ここではスペシャルティコーヒーに対する消費者の価格弾力性に関する調査が行われている。
- 結果は、それぞれの回答がほぼ1/3ずつで、「価格を上げると売れ行きが落ちる」、「価格を下げると売れ行きが伸びる」の両方とする複数回答が6件あった。
- 価格による売れ行きの変化が約2/3あったことから消費者はスペシャルティコーヒーに対して価格に反応すると考えられる。
- 一方、「価格の変化で売れ行きは変わらない」という回答も約1/3あることから、嗜好品として価格の変化に関係なくスペシャルティコーヒーを求める消費者の層も厚いとも言える。



9.マーケットのトレンド

- 「コンビニコーヒーが増えている」という設問に対しては、「かなり思う」11回答、「まあそう思う」9回答で、計20回答が「コンビニコーヒーが増えている」と感じている。
- 「ブレンドが増えている」は、「かなり思う」1回答、「まあそう思う」13回答で計14回答が増えているとされている。
- 「シングルオリジンが増えている」は、「かなり思う」5回答、「まあそう思う」14回答で合計19回答が「シングルオリジンが増えている」としており、「ブレンドが増えている」の14回答を上回っている。
- 新しい設問である「チャンピオンや有名バリスタが淹れたコーヒーを飲みたいと言う方が増えている」では、「かなり思う」3回答、「まあそう思う」17回答と高い回答率で、チャンピオンや有名バリスタに一般消費者の関心が高まっていることを示している。
- 「チャンピオンや有名バリスタが淹れ方を指定した機械で淹れたコーヒーを飲みたいと言う方が増えている」に対しては「まあそう思う」7回答に対して、「あまりそう思わない」が17回答で、「まったく思わない」も4回答あった。その理由として、まだこのような機械が高額で、種類も少なく、一般に普及していないことなどが挙げられている。

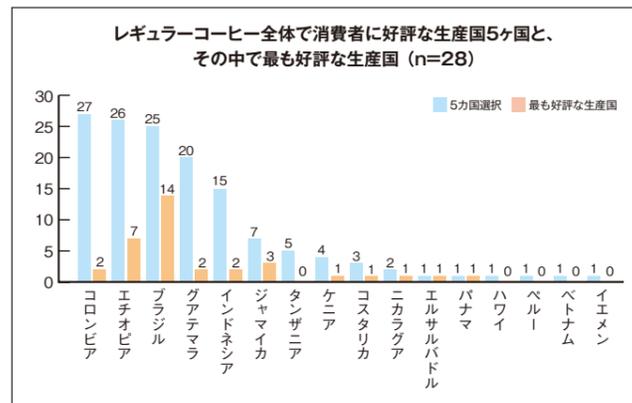


10. 消費者に好評な生産国(コーヒー全体/スペシャルティ)

コーヒー全体

- 28社から回答を得た中で、コロンビア、エチオピア、ブラジルが高い評価を得ている。これら3ヶ国は前回2016年度調査でも上位を占めていた。
- 次いで、グアテマラ、インドネシアが前回同様に続いている。
- ジャマイカは、ブルーマウンテンの固定ファンが多いとされている。
- さらに、アフリカのタンザニア、ケニア、中南米のコスタリカ、ニカラグアの各国が挙げられている。

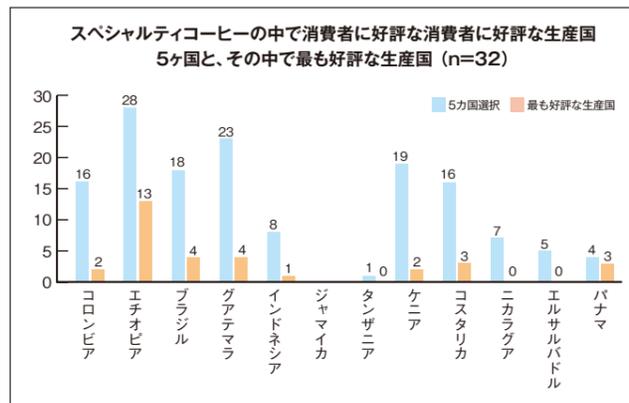
- その中で、最も好評な生産国としてブラジルが14回答を得て1位となっている。
- 次いでエチオピアが7回答、ジャマイカが3回答であった。
- その他複数回答を得たのはコロンビア、グアテマラ、インドネシアで各2回答を得ている。



スペシャルティコーヒー

- スペシャルティコーヒーで消費者に好評であった生産国5ヶ国では、エチオピアが全回答32社中28社から最も多く回答を得ている。
- 次いで、グアテマラ23回答、ケニア同19、ブラジル(同18、コロンビア(同16)、コスタリカ同16が上位に並んでいる。
- その後は、インドネシア(同8)、ニカラグア(同7)、エルサルバドル(同5、パナマ(同4)が続いている。

- 最も好評なスペシャルティコーヒー生産国では、エチオピアが最多の13回答を得ている。
- 次に、ブラジルとグアテマラが各4回答、コスタリカとパナマは、それぞれ3回答であった。コロンビアとケニアは共に2回答を得ている。

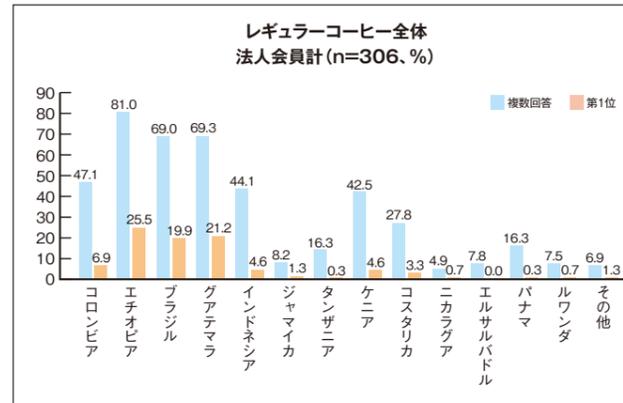


10. 消費者に好評な生産国(コーヒー全体/スペシャルティ)

コーヒー全体

- コーヒー全体では、エチオピア81.0%、グアテマラ69.3%、ブラジル69.0%の順で高い。コロンビアは4位で続いている。

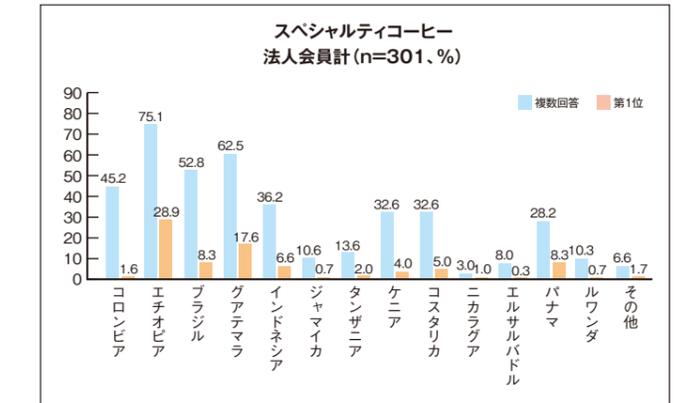
- 第1位の回答も全体の複数回答と同じくエチオピア、グアテマラ、ブラジルの順である。コロンビアは4位で続いている。



スペシャルティコーヒー

- スペシャルティコーヒーでも、エチオピア75.1%、グアテマラ62.5%、ブラジル52.8%で、順位はコーヒー全体と同様である。コロンビアは4位である。

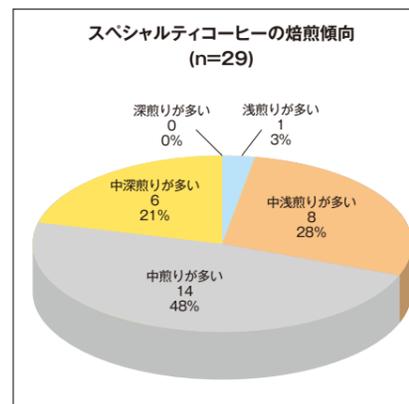
- スペシャルティの1位回答では、1位と2位はエチオピアとグアテマラで複数回答の順位と同じであるが、複数回答では3位のブラジルが8.3%、4位のコロンビアが11.6%と、コロンビアが上位に来て順位が逆転する。



11. スペシャルティコーヒーの焙煎

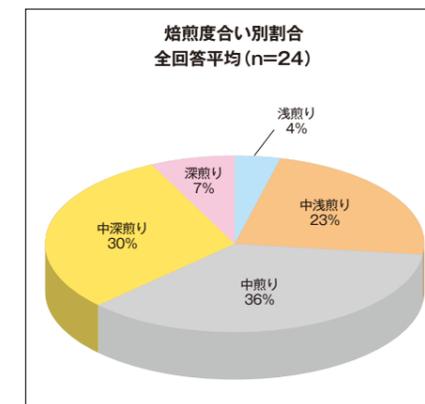
焙煎の傾向

- 焙煎の中心帯は「中煎り」が最も多く、29回答中14回答(48%)とほぼ半数を占めている。
- 「中浅煎り」は8回答(28%)で、2番目に多かった。次は「中深煎り」で6回答(21%)である。
- 「浅煎り」は1回答(3%)のみで、「深煎り」との回答はなかった。



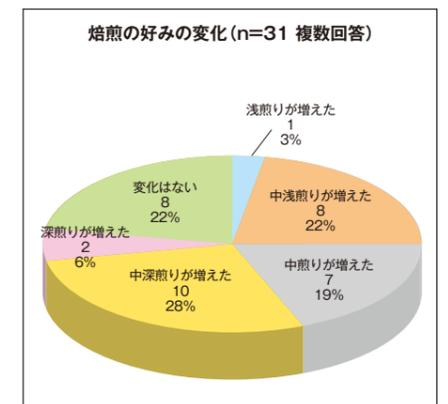
焙煎割合

- 全回答24社の平均は、「浅煎り」4%、「中浅煎り」23%、「中煎り」36%、「中深煎り」30%、「深煎り」7%で、「中煎り」が最も多い。
- 前項の「スペシャルティコーヒーの焙煎傾向」でも示されたように、「浅煎り」と「深煎り」は少ない。



焙煎の好みの変化

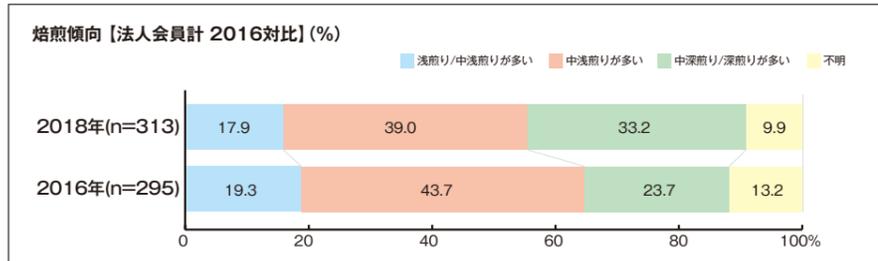
- 全体で見ると、もっとも多いのは「中深煎りが増えた」で28%の回答があった。一方で「中浅煎りが増えた」も22%の回答を得ている。
- 「中煎りが増えた」は19%であった。
- 消費者の焙煎の好みに「変化はない」とする回答も22%あった。
- 「浅煎りが増えた」と「深煎りが増えた」は両方ともごく少数で、極端な浅煎りや深煎りは好まれてはいないことを示している。



11. スペシャルティコーヒーの焙煎

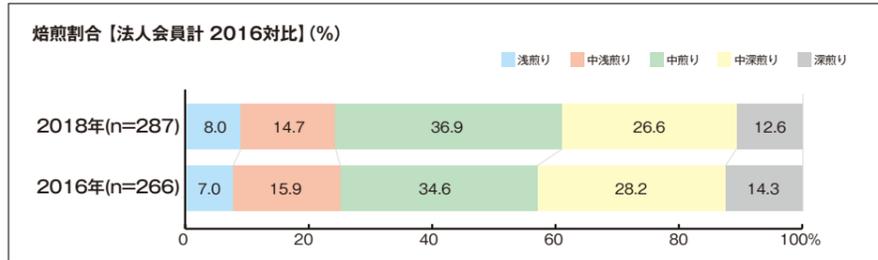
焙煎傾向

- スペシャルティコーヒーの焙煎の傾向は、法人会員計では「中煎り」が最も多く39.0%、次いで「中深・深煎り」が33.2%であった。「浅・中浅煎り」は17.9%である。
- 2016年と比較すると、「中煎り」が4.7ポイント減少(2016年43.7%2018年39.0%)し、「中深・深煎り」が9.5ポイント増加(2016年23.7%2018年33.2%)した。



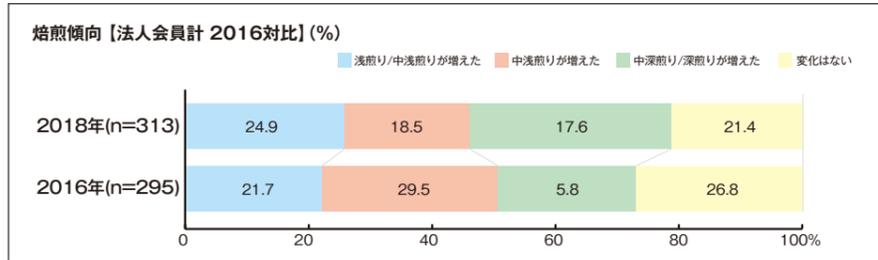
焙煎割合

- 法人会員計では、総計の焙煎割合は「中煎り」が36.9%で最も多く、「中深煎り」が26.6%で続いている。
- 「中浅煎り」14.7%、「深煎り」12.6%で、「浅煎り」は最も少ない8.0%である。
- 2016年と比べても差はほとんど見られない。



好みの変化

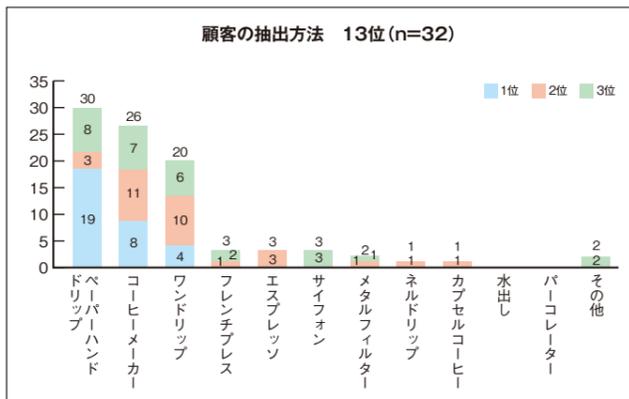
- 法人会員計では「浅煎り/中浅煎りが増えた」が24.9%と多く、「中煎りが増えた」は18.5%、「中深煎り/深煎りが増えた」は17.6%の順である。21.4%は「変化はない」としている。
- 2016年と比べると、「中煎りが増えた」が10.0ポイント減少している。(今回2018年度は選択肢を変更しているため、2018年は2016年に合わせて集計している)



12. 顧客のスペシャルティコーヒー抽出方法

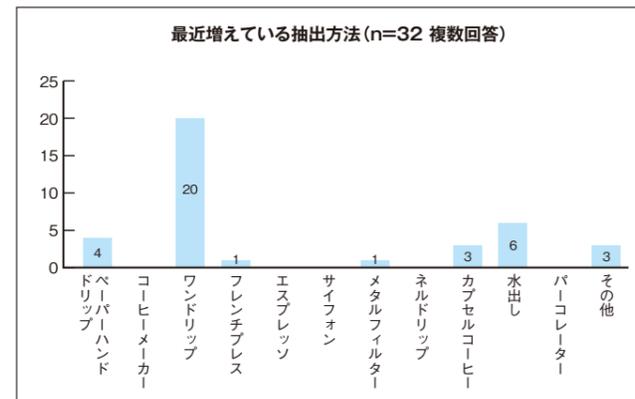
顧客の抽出方法

- 顧客による抽出方法は、前回2016年度調査と同様に、「ペーパーハンドドリップ」、「コーヒーメーカー」、「ワンドリップ」の順序は変わっていない。
- 最も多い「ペーパーハンドドリップ」は全32回答中30回答を得ている。そのうち順位第1位は19回答で最も多い。
- 「コーヒーメーカー」は、抽出方法26回答で2位となり、順位も1位回答が8で2番目であった。2位との回答も最も多い11回答であった。
- 「ワンドリップ」は3位の20回答で、その内訳は、1位4回答、2位10回答、3位6回答である。
- その他の抽出方法は、上位3位までと比べて回答数は少ない。「フレンチプレス」と「エスプレッソ」、「サイフォン」が各3回答であった。



最近増えている抽出方法

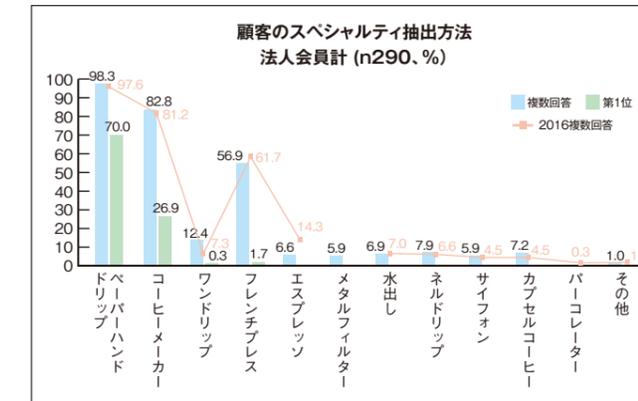
- 最も多いのは「ワンドリップ」で、20回答を得ている。「ワンドリップ」は2016年度調査でも1位となっており、家庭での普及が著しい。
- 次に「水出し」が6回答で2番目に入っている。「水出し」は前項の「顧客の抽出方法」では回答ゼロであったが、新しい抽出方法として最近注目を浴びている。
- 3番目は「ペーパーハンドドリップ」の4回答で、依然として「ペーパーハンドドリップ」が増えていることを示している。



12. 顧客のスペシャルティコーヒー抽出方法

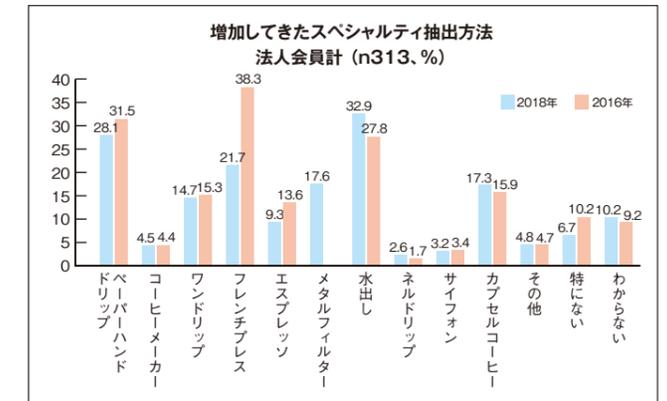
顧客の抽出方法

- 「ペーパーハンドドリップ」が98.3%と最多、「コーヒーメーカー」82.8%、「フレンチプレス」56.9%の順で多い。この傾向は2016年度から継続している。
- ただし、1位回答の結果では「フレンチプレス」は17%とかなり低い。



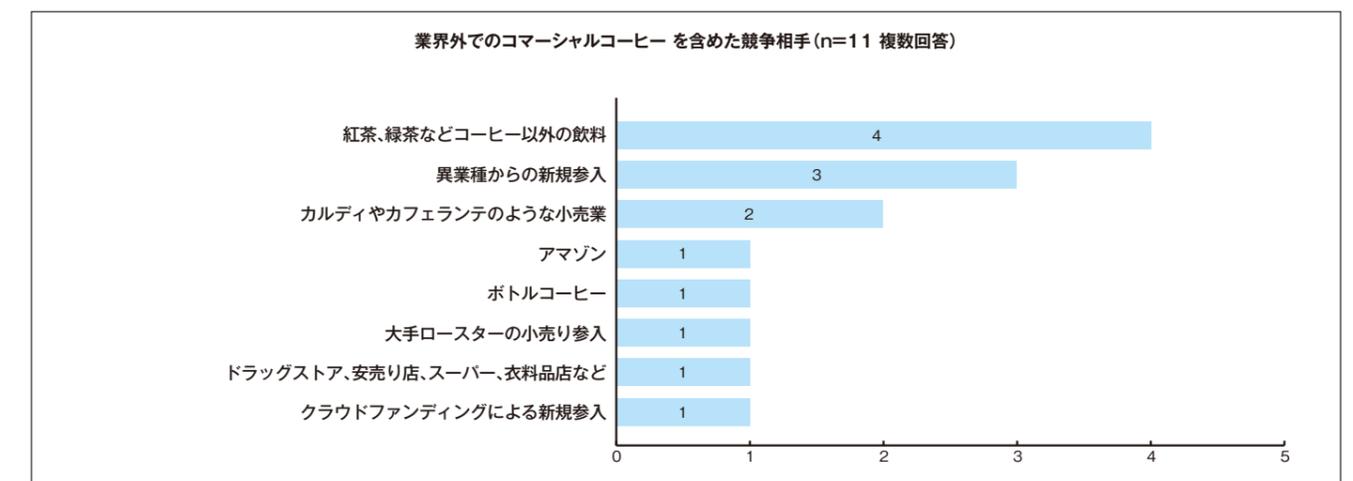
最近増えている抽出方法

- 「以前より増加してきた」と考える抽出方法は、2016年は「フレンチプレス」が38.3%と最多であったが、2018年は21.7%に減少し、最多は「水出し」の32.9%である。



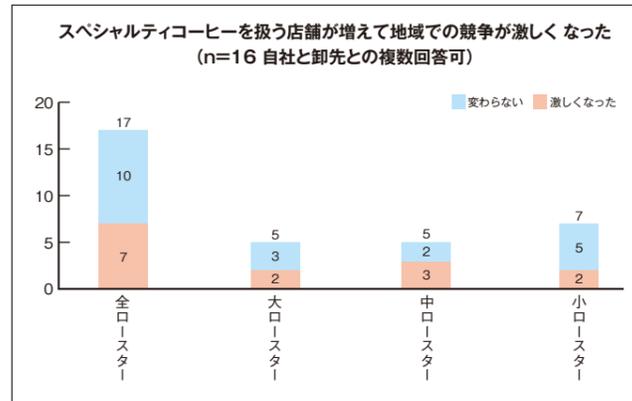
13. コーヒー業界外での競争相手

- 最も多いのは「紅茶、緑茶などコーヒー以外の飲料」であった。
- 次いでこれまでの調査でも取り上げられていた「異業種からの新規参入」が挙げられている。
- 3番目は「カルディアやカフェランテのような小売業」で、食品一般を扱う大手小売業との競争が懸念されている。
- 以下は1回答ずつではあるが、通販では大手の「アマゾン」が競争相手とされている。
- コンビニなどどこでも買える「ボトルコーヒー」もオフィス需要などで競争相手になっている。
- 中小ロースターや自家焙煎店にとっては「大手ロースターの小売り参入」も競争増大と捉えられている。
- また近年は「ドラッグストア、安売店、スーパー、衣料品店など」も食品や飲料の扱いを増やしており、コーヒー専門の競争相手となっている。
- また、新規参入の形態として、資金のない人が「クラウドファンディング」によって参入していることも今後の競争増大の可能性として挙げられている。



14. 地域での競争

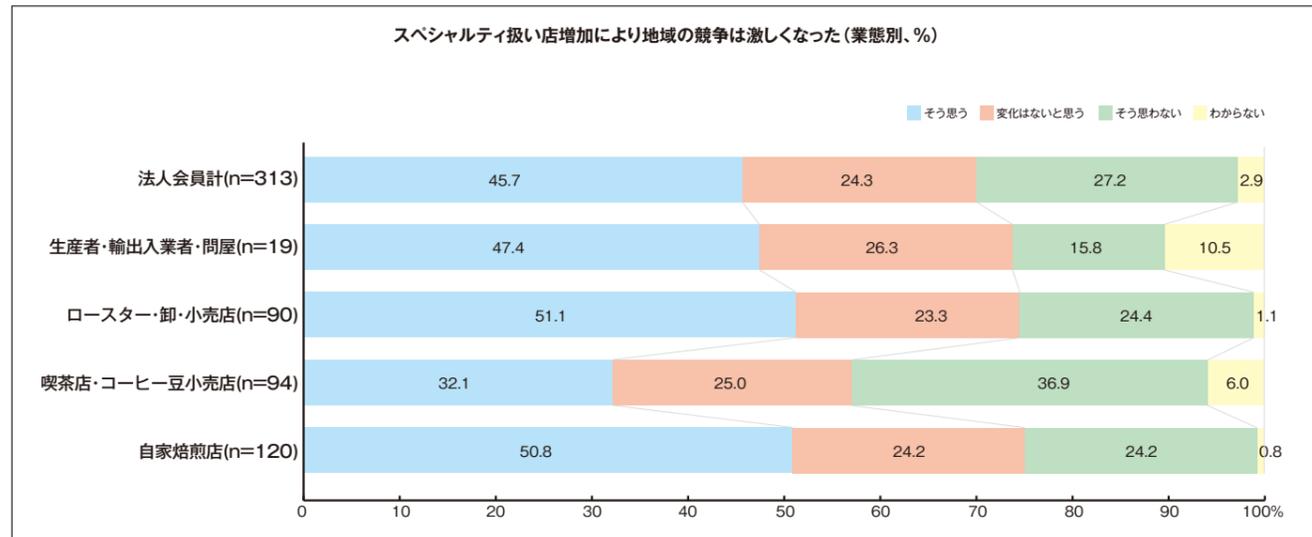
- 全ロースターでは、17社中7社が地域での競争が激しくなったと回答している。
- 大ロースターは、5社中2社が「激しくなった」との回答である。
- 中ロースターは、4社が回答しているが、そのうちの1社は自店と取引先の両方について回答しており、「自店は競争の影響はないが、卸先のお店は競争によって売上げが落ちている」と回答している。
- 小ロースターでは、「激しくなった」と答えた2社のうち1社は「これまではスペシャルティコーヒーでは地域オンリー店であったが同じようなカフェや豆売り店が複数できて売上げが落ちている」と述べている。



14. 地域での競争

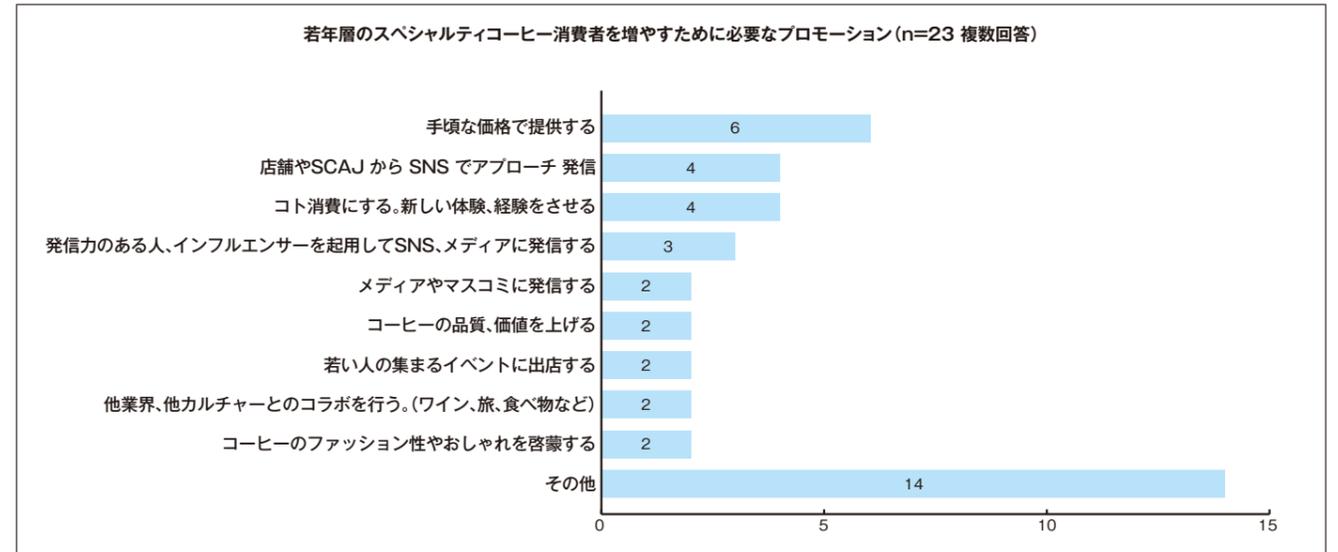
焙煎傾向

- スペシャルティコーヒー取扱店増加に伴う競争が「激化した」と回答したのは、「法人会員計」の45.7%。
- 業態別には、「ロースター・卸・小売店」の51.1%、「自家焙煎店」の50.8%が高い。



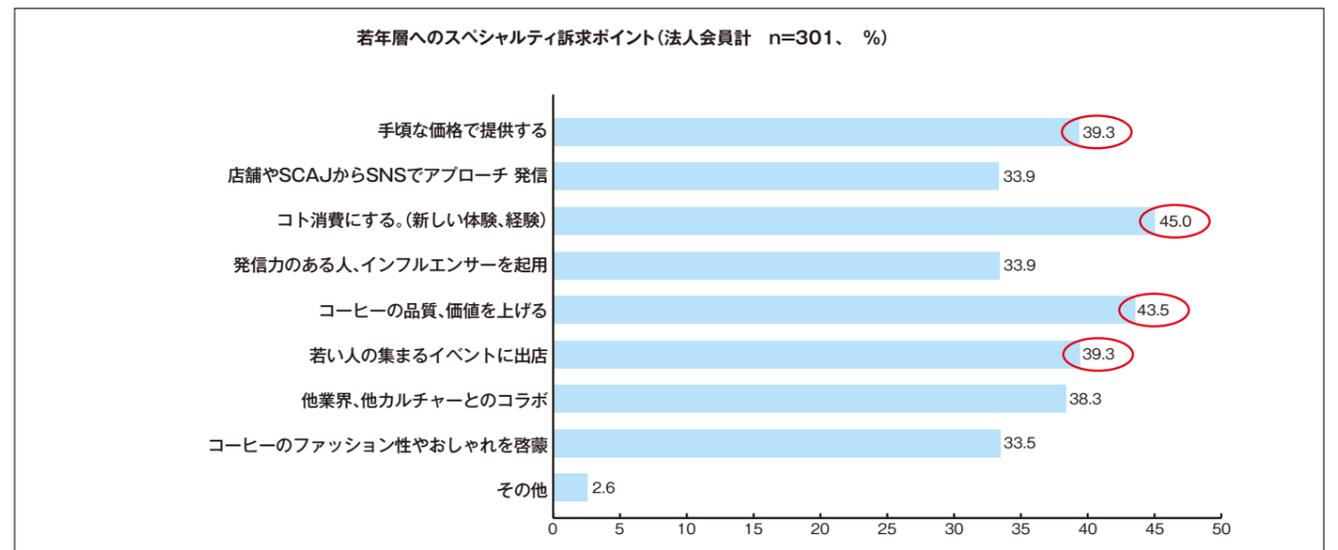
15. 若年層のスペシャルティコーヒー消費者を増やすためのプロモーション

- これまで行われてきた調査では、スペシャルティコーヒーのターゲットマーケットとその攻略方法についての質問も行われてきた。その結果、現在の主なターゲットは中高年の男女や富裕層であるが、今後の消費者層としては若者を増やしたいという意向が見られている。
- 今回調査では、このような「若年層のスペシャルティコーヒー消費者」を増やすためにはどのようなプロモーションが必要であるかを質問し、以下のような回答を得ている。



15. 若年層のスペシャルティコーヒー消費者を増やすためのプロモーション

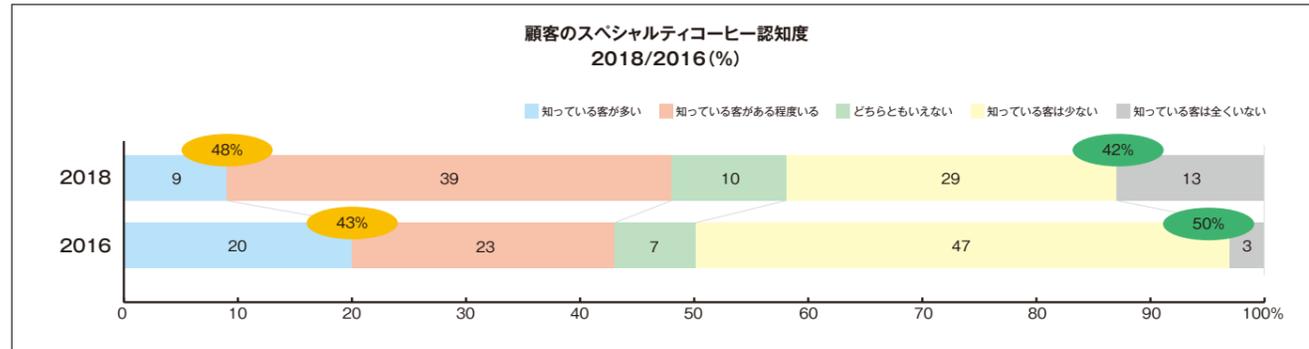
- 「コト消費にする」45.0%、「コーヒーの品質・価値を上げる」43.5%、「手頃な価格で提供」と「若い人の集まるイベントへの出店」が39.3%で同ポイント、の順である。



16. スペシャルティコーヒーの認知度、理解度

(1) 顧客のスペシャルティコーヒー認知度

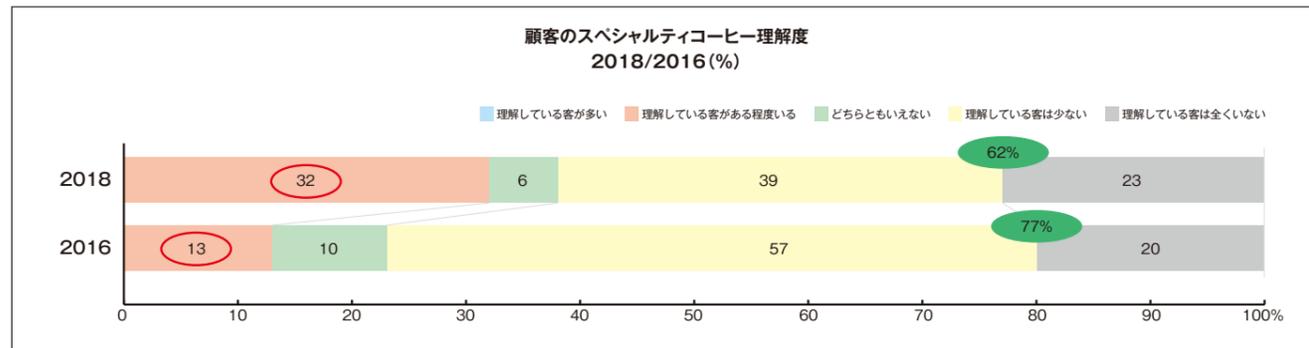
- 全体的にみると、2016年度から2018年度ではスペシャルティコーヒーの認知度は上がっていると考えられる。
- 「知っている客が多い」は、2016年度の20%から2018年度は9%に半減しているが、一方「知っている客がある程度いる」は23%から39%へと大きく増加しており、「知っている客が多い」と「知っている客がある程度いる」を合わせた「スペシャルティコーヒーを認知している」と考えられる層は、2016年度は43%であったが、2018年度は48%に増加している。
- また、「知っている客は全くいない」は2016年度の3%から2018年度は13%に増加している。
- 「知っている客は少ない」は47%から29%に減少しており、「知っている客は全くいない」と合わせると「顧客はスペシャルティコーヒーを認知していない」と見られる層は50%から42%に減っている。



16. スペシャルティコーヒーの認知度、理解度

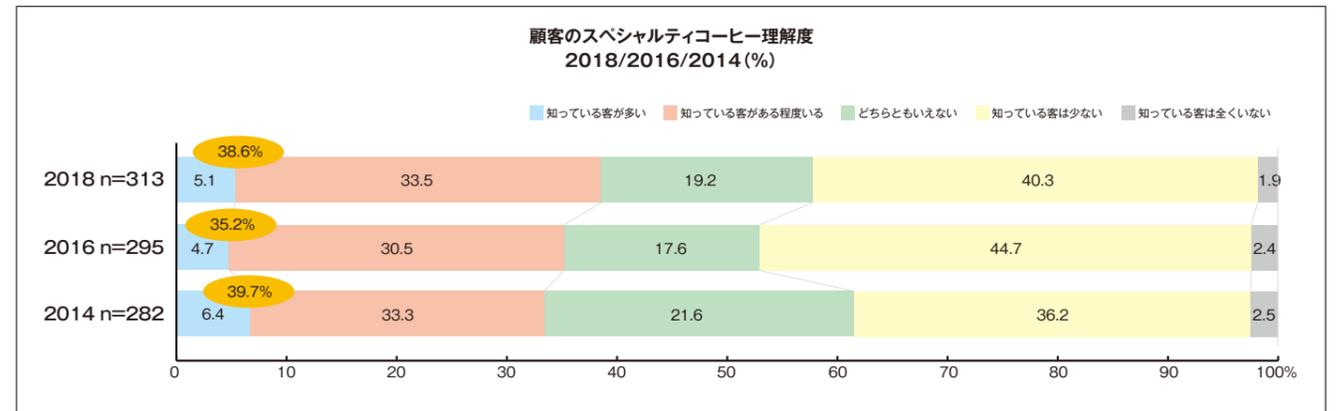
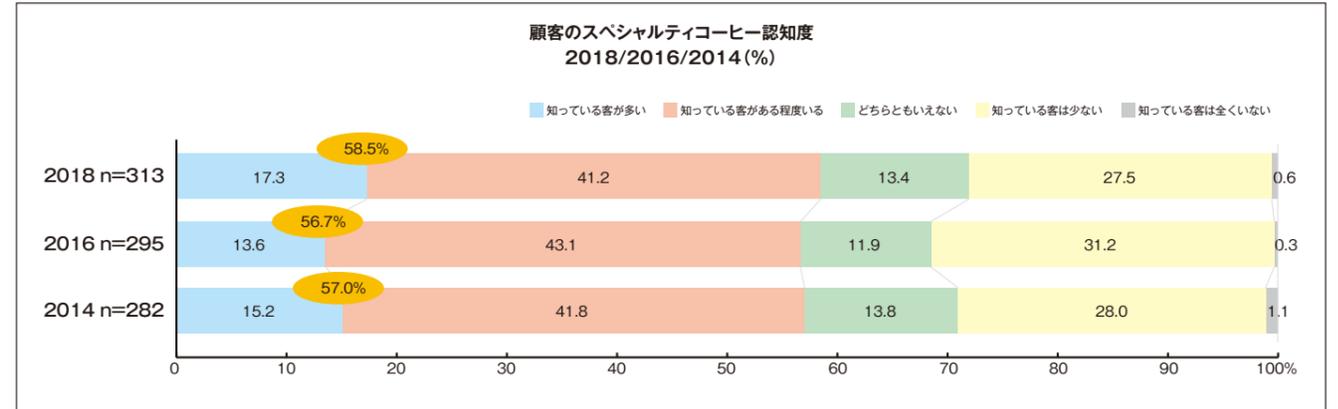
(2) 顧客のスペシャルティコーヒー理解度

- 「理解している客が多い」という回答は2016年度、2018年度ともゼロであった。
- 「理解している客がある程度いる」は13%から32%に増えている。「スペシャルティコーヒーを理解している」と考えられる層は大きく増加していると思える。
- 「理解している客は全くいない」は2016年度20%、2018年度23%と若干増えているが大きな差はない。
- 「理解している客は少ない」は57%から39%に減少している。
- 「理解している客は全くいない」と「理解している客は少ない」を合わせると2018年度は62%で、2016年度の77%からは「スペシャルティコーヒーを理解していない」層は減少している。



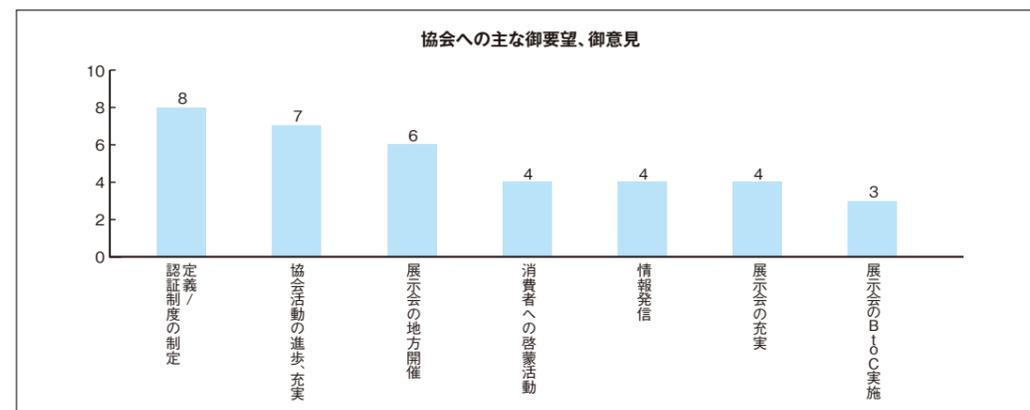
16. 顧客のスペシャルティコーヒー認知度・理解度 (経年推移)

- 2014~2018年の3回の結果は横這い傾向である。
- 認知度は、「知っている客が多い」+「ある程度いる」で、2014年57.0% 2016年56.7% 2018年58.5%でほぼ変わらない。
- 理解度は、「理解している客が多い」+「ある程度いる」で、2014年39.7% 2016年35.2% 2018年38.6%でこちらもほぼ変わらない。



17. 協会への御要望、御意見

- 前回、前々回と同様に、今年度もスペシャルティコーヒーの「定義付けや認証制度の制定」と、「消費者への啓蒙活動」への要望が多く出されている。
- 今回は特に協会活動の意義が認識されており、一層の「協会活動の進歩、充実」を求める声が上がっている。
- 地方の会員からは今回も「展示会やイベントの地方での開催」が要望されている。
- 前回は引き続き「消費者への啓蒙活動」が要望されている。
- また協会からの「情報発信」も期待されている。調査資料の発表や、マーケット情報、海外情報の発信が望まれている。
- 展示会を、「BtoB」だけでなく、一般消費者の啓蒙のためにも「BtoC」の日を一部作ってはどうか、という意見が前回に続き今年度も出されている。



●SCAJ2019告知

SCAJ 2019



WORLD SPECIALTY COFFEE CONFERENCE AND EXHIBITION 2019
- INNOVATION WITH HOSPITALITY -

アジア最大の スペシャルティコーヒーイベント

出展者数、出展ブース数、
過去最高!

SCAJ ワールド スペシャルティコーヒー カンファレンス アンド エキシビション 2019

2019
9.11水 ▶ 13金
東京ビッグサイト
西3・4ホール

10:00 ~ 17:00 ※最終日は 16:00 まで
入場料 **1,500円** (税込) 3日間共通
(事前登録割引あり)

出展申込・来場事前登録・各種セミナー申込は展示会ウェブサイト受付

詳しい情報はこちら

SCAJ2019
SCAJ2019 検索
<http://www.scajconference.jp/>

日本スペシャルティコーヒー協会
日本スペシャルティコーヒー協会 検索
<http://www.scaj.org>

競技会

- ジャパン サイフオニスト チャンピオンシップ (JSC) **決勝**
- ジャパン ハンドドリップ チャンピオンシップ (JHDC) **決勝**
- ジャパン プリューワーズ カップ (JBrC) **決勝**
- ジャパン カップテイスターズ チャンピオンシップ (JCTC) **準決勝 決勝**
- ロースト マスターズ チームチャレンジ (RIMTC) **決勝**
- ジャパン コーヒー ロースティング チャンピオンシップ (JCRC / 表彰式のみ)
- ジャパン パリスタ チャンピオンシップ (JBC) **準決勝 決勝**
- ジャパン コーヒー イングリッド スピリッツ チャンピオンシップ (JIGSC) **決勝**

セミナー

スペシャルティコーヒー栽培から収穫、精製、そして市場流通までをクオリティコントロールすることで、多様化するコンシューマーニーズにどうやってこたえるのか？人気の生産国から講師を招き自国での取り組みから世界のトレンドまで詳しく説明します。

主催



後援



お問い合わせ

SCAJ 展示会事務局 (株) イベント&コンベンションハウス内
〒110-0016 東京都台東区台東 4-27-5 秀和臨海ビル 8F
TEL: 03-3831-2698 FAX: 03-5807-3019
EMAIL: info@scajconference.jp

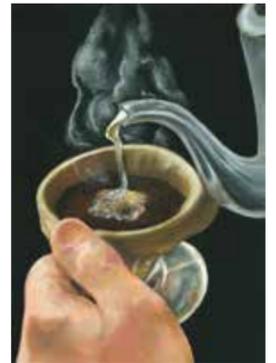
「SCAJ2020」開催決定 2020年10月14日(水) ~ 16日(金) 東京ビッグサイト 西4ホール開催

第10回表紙プレゼントのお知らせ

表紙に使用している作品は1点物となります。
ご希望の方がいらっしゃいましたら抽選で1名の方にプレゼントいたします。
事務局宛にニュースレターの感想等合わせてご応募ください。

〒105-8577
東京都港区新橋6丁目1-11 Daiwa 御成門ビル
一般社団法人 日本スペシャルティコーヒー協会 事務局
News Letter Vol.63 プレゼント係
応募締切: 2019年8月末日

HARU Smile Chalk Art



Editor's note [編集後記]

広報委員会 / 奥村 雄二

平成が終わり、令和となって初めてのニュースレターです。今回のインタビュー記事を読んで、改めて自分とコーヒーとの出会い、それからの歩みを、感慨深く振り返った方も多かったと思います。

これからの時代のスペシャルティコーヒーとは、どのようなものなのでしょうか。大切なことは何でしょうか。皆様とともに考えながら、新しい時代を歩むのが楽しみです。

令和はAI元年とも言われています。来年開催されるオリンピックを前にして、スポーツ界では、巨大な資金が投入されるだけに、競技判定や採点の公正化のために、ビデオやAI(人工知能)アシストが多く取り入れるようになってきています。

スペシャルティコーヒー各競技の歴代チャンピオンは間違いなく本物です。また、日本を世界のスペシャルティコーヒーの大消費国に育てた先達を尊敬し、改めて深い感謝の思いを強く感じています。その大切なものを、これからの時代に伝えていくためには、コーヒーの世界でも、AIを活用し、VR(仮想現実)やAR(拡張現実)などアシスト機能を高めて、技術訓練や現場作業、また、スムーズな競技進行の手助けとする。手抜きではなく、真に人が人を感動する技とセンスを表現するためには、必要なのではないか。さらには、スポーツ選手のように、人々があこがれるような高い収入と名声を得た職業人が、コーヒー業界に現れることが革新となるのではないか。そんな日が来るのを楽しみにしています。

*お詫び
今号ニュースレター Vol.63にて掲載予定のJBC、JBrCの報告は記事が間に合わず未掲載となってしまいました。お詫び申し上げます。SCAJ広報委員会

