

News Letter

SCAJニュースレター

vol.
68



SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF JAPAN

SCAJニュースレター

SCAJニュースレターVol.68 2021年3月31日 発行

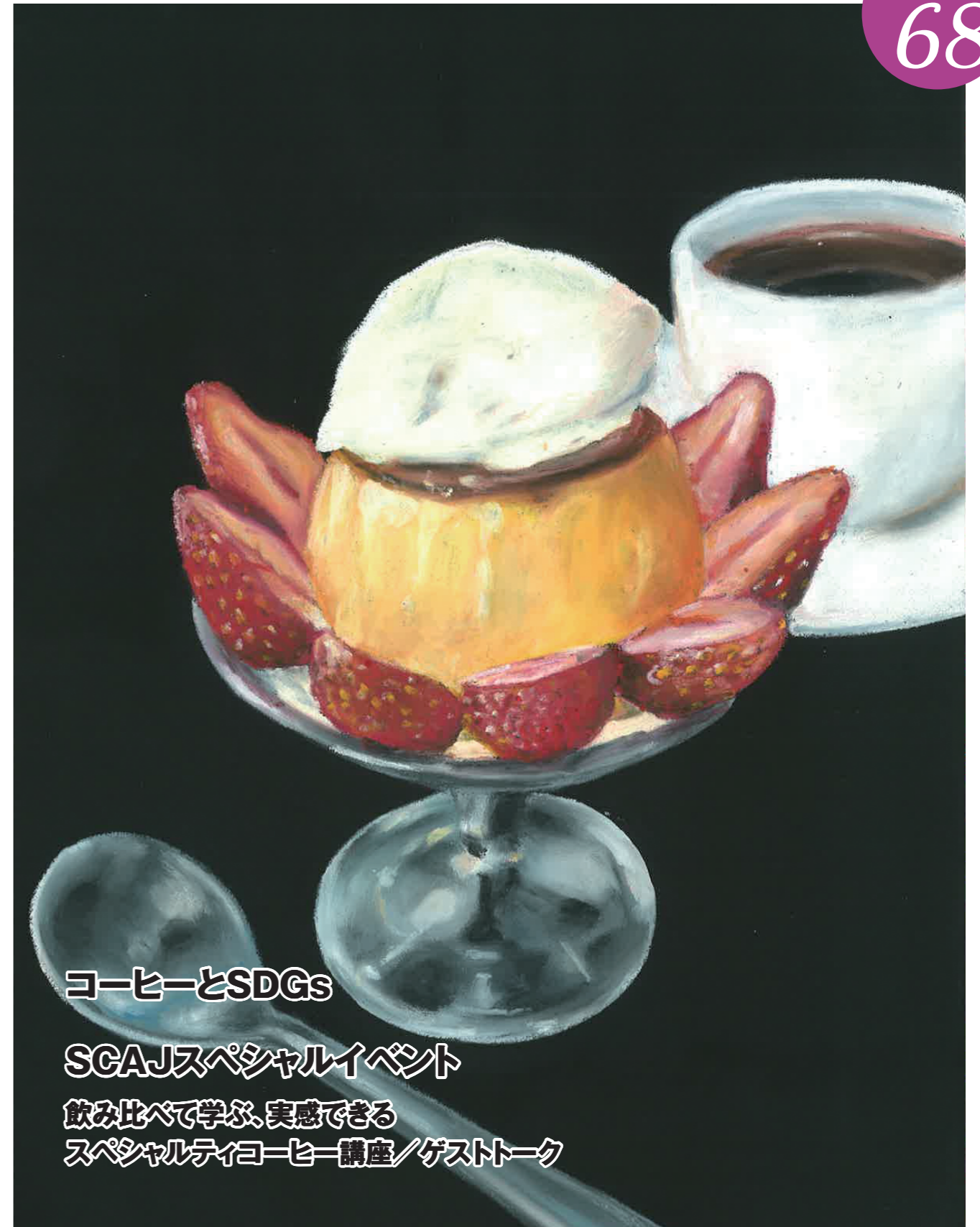
一般社団法人 日本スペシャルティコーヒー協会 発行

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

2021 3 NL 68



コーヒーとSDGs

SCAJスペシャルイベント

飲み比べて学ぶ、実感できる

スペシャルティコーヒー講座/ゲストトーク



NewsLetter

SCAJニューズレター
vol.68



会長あいさつ

SCAJ会員の皆様、3月を迎えもうすぐ桜の便りも届くかという暖かな陽気となって参りました。新型コロナウイルスの感染拡大から約1年が経過して、2月よりワクチンの接種も始まりました。以前と全く同じ日常には戻らないかも知れませんが、一日も早くコロナ禍が収束することを願ってやみません。11月にはSCAJ2021が予定されております。昨年中止や延期となった各競技会やセミナー等も再開されることを信じて、皆様とともにこの難局を乗り越えて参りたいと考えております。

さて、3月号では世界的な取り組みとして注目されているSDGsについて情報を共有させていただきたいと思っております。

そもそも、SDGsとは何でしょうか?詳しくは書物やWEBでの説明をご覧いただきたいのですが、SDGsとは2015年9月の国連サミットで採択された国際目標のことで、「Sustainable Development Goals」の頭文字をとって名付けられたものです。17のゴール・169のターゲットから構成されていて、「2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す」ことを掲げて、「地球上の誰一人取り残さない」ことを誓っています。

今や世界の各企業がSDGsに沿った課題を設定して取り組んでいることはご存知の方も多いのではないのでしょうか。

今回は、SCAJ会員であるボルカフェ株式会社の広池社長が、同社での取り組み事例を交えて、コーヒーとSDGs17のゴールとの関係や、コーヒー業界の私達が考えて行かなければならないことのヒントにつながるような示唆に富んだ内容をまとめていただきました。

ぜひ、熟読していただき、今後の皆様の業務発展の一助としていただければ幸いです。

一般社団法人 日本スペシャルティコーヒー協会
会長 菅野 眞博

SCAJコーヒーカレンダー

2021 April 4月

- 13日(火) 初級カップリングセミナー(神戸会場)
 - 13日(火) ジュニア・スペシャルティコーヒーカッパー資格認証講座(神戸会場)
 - 14日(水) 中級カップリングセミナー(神戸会場)
 - 14日(水) 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認証講座(神戸会場)
 - 16日(金) 初級カップリングセミナー(東京会場)
 - 16日(金) ジュニア・スペシャルティコーヒーカッパー資格認証講座(東京会場)
 - 17日(土) 中級カップリングセミナー(東京会場)
 - 17日(土) 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認証講座(東京会場)
- 会員名簿配布

2021 May 5月

- 14日(金) 初級カップリングセミナー(東京会場)
- 14日(金) ジュニア・スペシャルティコーヒーカッパー資格認証講座(東京会場)
- 15日(土) 中級カップリングセミナー(東京会場)
- 15日(土) 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認証講座(東京会場)
- 19日(水) 初級カップリングセミナー(神戸会場)
- 19日(水) ジュニア・スペシャルティコーヒーカッパー資格認証講座(神戸会場)
- 20日(木) 中級カップリングセミナー(神戸会場)
- 20日(木) 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認証講座(神戸会場)

2021 June 6月

- 18日(金) 初級カップリングセミナー(東京会場)
 - 18日(金) ジュニア・スペシャルティコーヒーカッパー資格認証講座(東京会場)
 - 19日(土) 中級カップリングセミナー(東京会場)
 - 19日(土) 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認証講座(東京会場)
 - 23日(水) 初級カップリングセミナー(神戸会場)
 - 23日(水) ジュニア・スペシャルティコーヒーカッパー資格認証講座(神戸会場)
 - 24日(木) 中級カップリングセミナー(神戸会場)
 - 24日(木) 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認証講座(神戸会場)
- JHDC2020/2021 予選(札幌、金沢、福岡、関西)の実施予定

Contents [目次]

SCAJ2020 Special Report

- 1・SCAJコーヒーカレンダー・目次
- 2・会長あいさつ
- 3-13・コーヒーとSDGs
- 14・オンライン焙煎セミナーを開催して
- 15-16・SCAJ生産国ウェビナー(2020年12月)
- 17-20・SCAJスペシャルイベント
第1部「飲み比べて学ぶ! 実感できるスペシャルティコーヒー①ミニ講座」
- 21-24・②ゲストトーク
- 25・協会活動紹介・編集後記

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



コーヒーとSDGs

はじめに

タイトルにSDGsという文字を見たときの皆さんの反応はどのようなものでしょうか。

最近では各種メディアで見かけない日がないくらいですので、少々食傷気味に感じられる方もおられるかもしれません。うちの会社はもう前からSDGsやってるから興味ないねとおっしゃる方もおられるかもしれません。一方で、なんだか今ひとつピンとこないという印象を持っている方や、ちょうどSDGsについて勉強しようと思っていたという方もおられるのではないかと思います。

本稿では、私たちが生業とするコーヒーが、主に原料生豆の生産と流通の分野において、どのようにSDGsに関わり、影響を与えているのかを見ていきたいと思います。その結果、皆さんが今後SDGsに向けての取り組みをする際の手掛かりをつかむ一助になればと思います。

本稿は、筆者のコーヒー原料輸入商社での実務経験と、関係コーヒー輸出会社等への聞き取り、そして、SDGs自体の内容や背景については既刊の「SDGs—危機の時代の羅針盤」(南博、稲葉雅紀共著、岩波新書)に基づいています。

SDGsはなぜ必要なのか

SDGsは、2015年9月に国連において策定、加盟193か国合意のもとに採択された「持続可能な開発目標」(Sustainable Development Goals)の略号です。SDGsは、その以前の2001年にやはり国連で策定されたMDGs「ミレニアム開発目標」を一部継承したものです。

日本のメディア上でSDGsが紹介される際、「より良い世界の実現」のための目標であるといった紹介をされることが多いようです。確かにSDGsの項目の中には、これまでの取り組みにより一定の改善がみられ、今後さらなる改善を期待できるものがありますが、SDGsの重要課題の一つである気候変動や生物多様性の保護などは、その危機的な状況への喫緊の対応を必要とするものであり、「これ以上悪くしない」ための目標としての側面が強いものです。

また、SDGsへの取り組みを民間企業に促すために、ひとえにビジネス(拡大)のチャンスをもたらすものとはばかり紹介することには、自制的であるべきだと考えます。そのような態度は、SDGsのバッジを一種の免罪符とした無責任な事業開発や売名行為を許すことにつながると筆者は危惧します。

SDGsは、2013年の合意文書作成の作業段階から、様々な団体や関係者が関与し、国連の歴史でもまれにみるほど積極的で激しい多国間協議を経て、最終的な合意に至ったものです。

しかしながら、SDGsは多国間で合意された目標ではあっても、条約のような強制力を持ちません。つまりSDGsは、その目標に向けて行動を起こさなければ意味をなさず、きれいごとを並べ立て

た美辞麗句でしかありません。SDGsの項目を眺めると、貧困をなくそう、ジェンダー平等を実現しよう、平和と公正をすべての人に等々、善良な市民(!)であれば、そんなん言われんでもわかつとるわ、と関西風のツッコミを入れたいくなるような項目ばかりです。

では、なぜ殊更にSDGsの策定が必要とされたのでしょうか。それは、SDGsの実現のためには、これまでの行動規範の延長線を行くだけではない新たな行動様式や意識の変革が求められるからです。また、そのような大きな変革をなすためには、それ自体がSDGsの17番目の目標にもなっている、様々な地域、団体、業界、人々に広がるパートナーシップが必要であるからです。

そのパートナーシップにより広がった変革があって初めてSDGsの「誰一人取り残さない」という中心的な理念にも近づくことができるのです。

コーヒーのサステナビリティとSDGs

SDGsが世界共通の用語となる以前、コーヒー業界では、サステナビリティという言葉が知られていました。そのサステナビリティについての意識は、コーヒー原料豆の供給の持続可能性についてのものであり、現在のSDGsがカバーするような広い意味でのサステナビリティを目標とするものではなかったというのが筆者の印象です。また、サステナビリティを商品販促のためのキーワードとして利用する傾向があったことも否定できません。そしてこれからは、コーヒー業界が本当の意味でSDGsの実現のために果たす役割が意識されるべき時代となっています。コーヒーの生産、流通、消費が、世界の極めて広汎で多様な地域において、各地の自然環境や社会、政治体制などと密接な関わり合いを持っていることから、SDGsの達成のためにコーヒー業界が期待される責任は重大なものであることは自明です。

SDGsに照らしたときに浮かび上がる現在のコーヒー産業の存在はどのようなものでしょうか。

それを理解するために、先ず、敢えてネガティブな側面を見てみます。コーヒーは極端に言えば不要不急の飲み物です。よほどのカフェイン中毒でもない限りコーヒーを飲まなくても日々の生活にはさほど困りませんし、国産のお茶でカフェインは取れます。

コーヒーは、ほとんど全て輸入原料です。最大の生産国ブラジルは地球の裏側にあり、輸送のために多量のCO₂を発生させています。

コーヒーの価格は、開発途上国の安い労働力や低い生活水準に支えられて今のレベルが保たれています。

コーヒーの生産適地の多くは、非常に自然が豊かで生物多様性の宝庫です。コーヒー農園の拡大は、そのような豊かな自然に大きな影響を与えます。

つまり、乱暴に拙速な結論を出してしまうと、SDGsの達成のためには、コーヒーの生産や流通は止めてしまった方がよいというこ

とになります。現在コーヒーを生産して生活している農家にしても、世界の市場価格に左右され不安定な収入しか保証してくれないコーヒーの生産などはやめてしまい、自家消費用の農産物や、地産地消できる現金作物に転作してしまった方がよいのかもしれませんが。

でも、それでは困りますね。

筆者もまだ住宅ローンがかなり残っていますし、潰しの利かない仕事で馬鹿を重ねて失業した初老男性の再雇用を助けるという項目はSDGsには見当たりません。

コーヒーというものは満更悪いものではない、「たかがコーヒー、されどコーヒー」など色々言うことはできますが、何とかコーヒーの商売を信念をもって力強く続けていくために、SDGsの17色の旗色が光り輝くような崇高な使命を感じたいところです。

つい、どこかの国の政策スローガンようになってしまいましたが、実は、先に挙げたネガティブな側面は、コーヒー産業がSDGsの実現のために寄与することができるポジティブな側面と表裏一体の関係にあります。

ここからは、そのポジティブな側面を見るために、筆者が携わってきたコーヒー原料の生産や流通の現場や周辺社会で、SDGsの17の目標のそれぞれが、どのような関連や影響を持つのか、目標実現のための課題、取り組みの実例や可能性などを見ていきたいと思います。

SDGsの17項目とコーヒー

SDGsは17のゴール(目標)と、それを達成するための169のターゲット、その達成度合いを測るための232の指標からなっています。17のゴールは、下記の「5つのP」にグループ分けをすることができます。

- 人間 (People) のゴール、1~6
- 繁栄 (Prosperity) のゴール、7~11
- 地球 (Planet) のゴール、12~15
- 平和 (Peace) のゴール、16
- パートナーシップ (Partnership) のゴール、17

当然のことですが、SDGsの目標はお互いに関係しており、どれ一つとして単独では達成されません。SDGsに向けての取り組みは、それが本当にインパクトがある取り組みであればあるほど、自然に、複数の目標の達成につながっていきます。

コーヒー業界における取り組みも、同時に複数の目標を見据えて進められるべきものですが、ここでは、それぞれ最も直接的に関係すると思われる項目に関連付けて説明していきます。

1 貧困をなくそう ① 貧困をなくそう —あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる

SDGsの前身であるMDGs(ミレニアム開発目標)の中心的な目標であり、これまでに一定の改善が達成されているものです。しかし、私たちがコーヒーの生産地を訪問した時に実感するのは、未だにはびこる貧困であり経済格差です。コーヒー生産の多くを安い労働力に頼っているコーヒー産業であるだけに、この目標は私たちに強い関与意識を持たせるものです。

コーヒー生産地における貧困に直面している恐れのある人たちは二つのタイプに分けて考えることができます。

一つは、コーヒー農園で賃金労働に従事する人たちであり、もう一つは自作する中小農家です。

あくまで個人的印象ですが、筆者がコーヒー産地視察を始めた25年程前に見たコーヒー農園の労働者の状況と現在の状況では、かなり改善がなされているように感じます。これには、各農園主の自発的な改善努力ももちろんあったでしょうし、サステナビリティ認証団体などによる働きかけもインパクトを与えたと考えられます。しかし、今般の新型コロナの影響などを受けて農園の経営状態の悪化した場合や、コーヒー市場自体の低迷などの際の、農園労働者への影響などを考慮に入れる必要があります。コーヒー生産国の中には、そもそも労働者の最低賃金に関する規定が存在しない国もあります。この点については、私たちがコーヒー原料を買い付ける農園の従業員に対する待遇が公正なものであるかどうかを、買い手の立場から確認、指導していく必要があります。

貧困の現場として考えられるべき、もう一つ重要なところが、世界のコーヒーの生産の多くの部分を担っている零細農家です。我が社の独自推計では、世界のコーヒー豆の55%程度が5ヘクタール未満の小農家により生産されているようです。



米とコーヒーが共存するインドネシアの農園

零細農家が貧困に陥ってしまう原因の一つに、その農園規模の小ささ自体が挙げられます。家族の生活を維持するのに必要な現金収入を生み出すことができない規模の農園が多くみられ、ただでさえ小さい農地を子供に分割相続するようなケースもあります。エチオピアスペシャルティコーヒーの最高級ブランドであるイルガチェツフェの生産地区などでもそのような傾向があり、世界に冠たる最高級コーヒーの生産者が貧困にあえぐといった皮肉な状態を生み出しています。

この様な社会構造的な問題は、現地政府が取り組むべき課題ですが、私たち民間業者としては、下記のような点を踏まえた取り組みの可能性があります。

—コーヒーが生み出す現金収入のみに頼らないよう、自家消費作物などの栽培や、コーヒー以外の現金収入の柱となる仕事も得るよう奨励する。

—そのような作物を栽培する耕地を確保できるよう、コーヒーの面積当たりの生産量と品質を上げるよう援助する。

—ニューヨーク（ICE）市場等の汎用品取引価格により、販売価格が翻弄されないようにコーヒーの品質の個性化を意識し、個性のあるコーヒーの価値を踏まえた適正な価格で買い付ける商流を構築する。

凡庸で差別化に堪える品質のコーヒーを生産する可能性のない地区で、不用意にコーヒー栽培を奨励し、結果として農家が不安定な汎用品市場に生活を依存してしまうという事態を起こさないかどうかには十分注意が必要です。

2 飢餓をゼロに

② 飢餓をゼロに
— 飢餓を終わらせ、食料安定保証および栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する

麺類が食べなくなるロゴマークが表す目標は、1の目標と重なります。自家消費作物の栽培の奨励などは、まさにこの目標のためのものでもあります。先にイルガチェツフェ地方の事例を挙げましたが、筆者が以前エチオピアに農園視察に行った際に、イルガチェツフェと対極にある同国でも最も安いグレードを生産しているジマー地方の農家が、思いの外豊かな生活をしていることが印象的でした。その農家のコーヒー農園は数ヘクタール程度の規模である程度の現金収入を生み出す上、自家で家畜、養蜂、野菜の生産などしており、子供たちも近隣の学校にしっかりと通っていました。比較的コーヒー生産の歴史の浅いバブアニューギニアでは、伝統的に、換金作物に生活を依存させるという習慣が希薄なようで、肥沃な土地が生み出すイモ類や家畜の豚肉などにより人々の空腹が概ね満たされており、この土地がパラダイスという呼び名で紹介されることの意味が理解されます。

ここまでの2つの目標については、主に如何に空腹を満たすのかという側面のみを述べました。最初の目標の一部には、あらゆる形態の貧困を終わらされるとあり、貧困とは食に関する貧困



カードで遊ぶパラダイスの住民たち

だけではありません。それ以外の貧困の側面である教育や健康に関する目標は、別に個別目標として設定されています。

3 すべての人に健康と福祉を

③ すべての人に健康を
— あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する

全日本コーヒー協会が助成しているコーヒー飲用の健康増進効果の研究や啓蒙活動はコーヒーの消費増に貢献し、ひいてはコーヒーを飲むことで実際に健康の維持に役立っている向きも多いと思います。

コーヒー原料を生産している現場では、どうでしょうか。

上質なアラビカコーヒーの多くは山間地で生産されるため、そこに住みコーヒー生産に従事する人々の医療サービスへのアクセスが課題となっています。そのため、生産地貢献の一つのオプションとして、山間地や僻地での診療所開設などの取り組みは有効なものとなります。

また、コーヒー農園で散布される農薬による健康被害を防ぐための講習も実施されています。これは、農薬散布に従事する労働者への技術指導のみならず、農薬や化学肥料の適量の使用を指導することで、農産物への農薬の残留を防ぐことも目標となります。この課題はかならずしも低開発国の生産地だけのものではなく、実は農薬や化学肥料の使用量の多いコスタリカ、コロンビア、ケニアなど中進国における課題でもあります。この課題を検討した結果として、短絡的に（生産管理の面でハードルの高い）有機栽培を奨励するのではなく、効率的で無駄のない農薬や化学肥料の使用を考慮した環境保全型農業を指導する取り組みが期待されます。

また、コーヒー生豆の流通の実態を見てみると、壮年男性でも担ぎ上げることが難しい60キロ以上の麻袋が未だに標準の包装として多く流通しています。この前時代的な重量の荷物を手作業で扱うこともある労働者の身体への負担が軽視されていることには疑問を感じざるを得ません。

複合的な要因が関連しあって起こす健康被害のことを示すシンデミック（Syndemic）という言葉があり、全ての項目が関連しているというSDGsへの取り組みを検討する際に重要な示唆を与えてくれます。後述6の安全な水を確保するという目標が達成されないと、市販されたペットボトル詰めの飲料水より安く上がることのある清涼飲料水への依存が高まり、肥満などの原因となります。この悪循環を止めることを見据えたコーヒー業界としての取り組みがありそうです。

コーヒー飲料をおいしく簡便に提供することにおいて世界の最先端に行く日本のコーヒー業界として、その技術をコーヒー生産国に輸出する取り組みにより、コーヒー生産者が、清涼飲料水の代わりに、砂糖を入れないおいしいコーヒーを飲む習慣を広めることができると思います。そうすれば、コーヒー生産者自身のコーヒーの品質に対する理解も深まり、彼らの生産するコーヒー豆の品質向上にも役立つはずで、コーヒー生産地で、地産地消のコーヒー市場が成熟すれば、コーヒーの国際相場により販売価格が翻弄されるという事態にも耐える事業となりえます。



農薬散布の指導

4 質の高い教育をみんなに

④ 質の高い教育をみんなに
— すべての人に包摂的かつ公平な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する

この課題には、3の目標と同様に、コーヒー生産地が僻地にあることからくもの、貧困の結果としての側面があります。

最初の課題克服のための取り組みは、比較的事例が多く、山間地に小学校などの基礎教育の施設を建設したり、その運営を援助する取り組みが主だったものです。もう一つの課題は、コーヒー生産者の貧困解消のために、コーヒー農園の生産性と品質アップによる収入の増加を通じて、子供を通学させることができる経済的余裕を与えるという取り組みが有効になります。ここでは、現金収入の途に乏しい山間地での貴重な換金作物としてのコーヒー生産の意義は大きいものとなります。

質の高い教育を受けさせることができない状況の一つの様態が児童労働です。児童労働を、伝統的習慣であるとして擁護する議論がまれに聞かれますが、SDGsの実現に向けては、すべての

人々がそれぞれの立場に於いて、社会的役割を理解できるような素養を持っていることが理想であり、それを妨げる児童労働は決して容認されるものではありません。



ウガンダのコーヒー生産者家族

児童労働が、伝統的社会的な慣習であることから、それに対する取り組みは、個別の生産者や団体に対して働きかけるのではなく、そのような慣習を共有する地域やコミュニティにターゲットを設定することが有効になると思われます。

我が社ウガンダの関係会社では、同国北西部の地方都市に、児童労働防止地区（Child Labor Free Zoon）を設定し、その地区のコーヒー生産者による児童労働を禁止し、子供たちが学校に通えるようにするための援助を行っています。それを実現するためのひとつの柱として、コーヒー生産による収入向上の指導が行われています。

しかし、この目標の実現に伴ってひとつのジレンマが発生します。高等教育を受けた若者が、大都市や海外での就職を志向し、結果としてコーヒー生産を継承しないケースが多いことです。この問題の解決のためには、後述の8や9の目標も踏まえた社会構造や市民の意識の変革が必要となります。新型コロナ禍が、その変革のためのヒントを与えてくれるようにも感じます。

5 ジェンダー平等を実現しよう

⑤ ジェンダー平等を実現しよう
— ジェンダーの平等を達成し、全ての女性と女の子の能力強化を行う

この目標の採択には、国連における協議でも、加盟国の文化的、宗教的背景の違いにより議論が紛糾したようです。コーヒー生産国においても女性の置かれた状況は様々です。中南米などではマチスモと呼ばれる男性優位主義が見られ、女性のコーヒー産業への参加が忌避される地域が多い一方で、ルワンダやバブアニューギニアなどでは、女性が農園経営にしっかりと携わり、むしろ男性の存在感が薄く感じられる地域もあります。

このような背景を踏まえて女性の権利向上や社会進出の促進を進める必要があります。

コーヒー業界においては、女性が主役となって生産・流通するコー

ヒーをウーマンズ・コーヒーといったブランドで販売する取り組み事例が見られます。また、女性の社会進出を助けるために、子供の保育施設の整備をすることで、幼児労働の防止にも役立つことが期待できます。女性が働いて稼いだ現金を、怠け者の夫（失礼!）が浪費してしまわないように、女性が管理する共同貯金などを開設する事例もあります。

このジェンダー平等実現の取り組みは、SDGs策定以前からかなり広がっており、我が社が輸入するコーヒーの中にも、ウーマンズ・コーヒーと謳わずとも、女性が主導し生産・流通されているものが多くあります。

ルワンダ内戦の難民であった女性が成長し、母国で戦争被害者の女性や孤児を受け入れる施設を経営する傍らに、コーヒー農園のテコ入れ事業を手掛けている事例もあります。

また、コーヒー生豆の流通の現場のジェンダー平等を支える取り組みとしては、3の目標で触れたコーヒー麻袋の軽量化も有効かと思われま



ルワンダで農作業をする女性たち

6 安全な水とトイレを世界中に

⑥安全な水とトイレを世界中に —すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する

飲用水とトイレの二つを同時に表そうとして、どちらかというトイレに行きたいと感じさせる結果となっているロゴマークが表すこの目標には、人々の飲用水を確保するという、水資源の保護、そして安全な水を利用した衛生の確保という側面があります。

飲用水の確保については、コーヒー生産国においては水道水の飲用の安全が確保されている例は少なく、山間部などでは自然水を煮沸して利用したり、ボトル詰めされた水を買うのが一般的です。コーヒー農園周辺に原生林などがある場合、それを水源涵養林として保護し、天然水を利用できるようにする取り組みが考えられます。そのため、不用意にコーヒー農園を拡大するために原生林を伐採せずとも生活ができるようにすることが必要で、ここでもコーヒー生産の効率化を図ることが有効になります。

地域の環境衛生を守るためには、コーヒーの水洗工場における節水の取り組みと、排水の浄化が行われています。この点につい

てはコスタリカが1990年代から、いち早く国の政策としての排水規制が行われ、水洗工場設備の近代化のパイオニアとなっています。

しかし、ここで忘れてはならないのは、コスタリカがそのような水洗工場の整備を進めないといけなくなったのは、同国の水洗設備が比較的規模の大きなものであったからです。コーヒーの水洗行程をごく小規模の単位で行うことができる零細農家は、その排水の量も少なく抑えることができ、周辺環境に与える負荷を集中させないメリットがあります。

一つの事例として、メキシコのオアハカ州のコーヒー生産地では、零細農家の農園のある丘自体が自然のフィルターとして機能しており、それを通して山肌から湧き出る水が、近隣の地区の生活用水として利用されています。

一方、多くの大農園が灌漑水を利用してコーヒーを生産しているブラジルの大産地セラードでは、水資源の枯渇を防ぐための涵養林の整備などを目指した民間の共同事業が立ち上げられています。

7 エネルギーをみんなに、そしてクリーンに

⑦エネルギーをみんなに、そしてクリーンに —すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な現代エネルギーへのアクセスを確保する

この目標の実現のためには、主に2つの柱が想定されています。その柱の一つである再生可能エネルギーの開発、利用については、再びコスタリカの先進性について触れることになります。同国では、現時点でエネルギー需要のほぼ100%を、水力、風力、地熱といった再生可能発電で賄っています。また、コスタリカのコーヒー水洗工場では、排水処理に伴って発生するメタンガスを工場稼働の燃料として利用するなどの取り組み事例が見られます。

もう一つの柱としてエネルギー効率を高めることが期待されます。コーヒー精選工場などの設備の省電力化などは、各企業のコスト削減のための取り組みが既になされていると思われま

すが、このような取り組みについては、日本の省エネ技術の輸出などが有効かと思われま

す。

また、山間部のコーヒー生産地などの地勢を利用した自然エネルギーの活用が期待されます。コーヒー生産地特有の傾斜地に流れる水力を利用した自家発電などは、筆者の過去の産地視察でも見かけたことがあります。そのような自家発電設備を安価に提供し、コーヒーの精製や生活電力のために利用できるようにする取り組みの適地は少なくないと考えられます。

開発途上国では生活のためのエネルギーとして、未だに薪木が炊事に使われることが多いようです。わが社のウガンダの関係会社は、焚き木の熱源を有効に利用するための薪ストーブの設備をコーヒー農家に広める活動を行っています。

再生エネルギーの開発や利用については各国様々な取り組みが行われていますが、日本のコーヒー業界での事例として、コーヒーかすをバイオークスに加工し焙煎に利用する技術が、産学共同



コスタリカの排水浄化・利用設備



薪を効率的に利用するかまど

研究で開発されたことが思い出されます。

8 働きがいも経済成長も

⑧働きがいも経済成長も —包摂的かつ持続可能な経済成長およびすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働き甲斐のある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する

この目標には非常に重要な含意があると思われま

す。

ここで目指されているのは、あくまで持続可能な経済成長です。従来の科学技術や産業構造による経済成長では、温暖化ガスの排出の増加を伴うことは避けられず、気候変動を止めるという目標の障害となります。持続可能な経済成長のためには、環境悪化との分断（デカップリング）が必要要件になります。これを科学技術の向上だけに期待するのは楽観的に過ぎると考えま

す。

ここでSDGsの存在自体が市民の行動様式や、生活の豊かさについての意識の変革を要請していると理解されるのです。

4の教育に関する目標に関して、コーヒー生産地の若者が都市部での他の職業に流出してしまうジレンマがあると述べました。山間部でのコーヒー生産に直接的、間接的に携わり続けるための生きがい、働きがいを感じるためにも、やはり意識の変革が求められていると考えま

す。

この根本的な意識改革は、一朝一夕の努力では達成できるものではありませんが、SDGsに取り組むすべての人が目指すべき目標であると考えま

す。

コーヒーの生産地の多くは、自然資源や文化の多様性の豊かな土地ですので、そこでの生きがい、働きがいの創出を目指す志をもつ人には、自然と持続可能な経済成長のためのアイデアが沸き起こってくると思います。嗜好品であるコーヒーに、如何に付加価値と唯一無二の個性を生み出すのかという問いは、意識の高い若者にとっても非常にエキサイティングなものであるはずで、新しい世代のスペシャルティコーヒーの生産者達による面白い取り組みを目にすることは日々頻繁になっています。その努力の結果としてのスペシャルティコーヒーを正当な対価で買い付けること自体、SDGsの目標に合った企業活動と言えます。

少し視点を変えると、労働人口の減少がみられる日本などでは単に時間や高い労働力を浪費するものとして敬遠されるコーヒー生豆を除去する作業などは、コーヒー生産地に移転することで、途端に一つの付加価値の創出の一つとして評価される可能性があることも指摘したいと思

9 産業と技術革新の基盤を作ろう

⑨産業と技術革新の基盤を作ろう —強くしなやかなインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進およびイノベーションの推進を図る

この目標では、開発途上国の社会基盤としてのインフラの整備や、産業の多角化、生産技術革新、情報通信技術の向上などが想定されています。

コーヒーの栽培の分野では、日本の農業の専門家の中に熱帯農業についての高度な知見や技術をもつ人があり、独立行政法人国際開発機構（JICA）などの事業で、そのような専門家を派遣する取り組みが行われていることはよく知られています。古くからコーヒー生産に携わってきた零細農家の中には、伝統的な手法を盲目的に継承している場合もありますので、日本の農事専門家のように、世界の国々からの広い知見を得ることができる立場からの指導は貴重なものです。

また、コーヒー精製工場などへ向けて、日本の工業、環境保全技術などを輸出することが考えられます。日本のコーヒー業界では、これまでコーヒー製品の品質向上や、コーヒー飲用の健康増進機能に関する研究などには積極的に投資されていますが、これからは、その原料の生産現場の技術革新などに投資する動きが出てきてほしいところ

です。

その際には、開発・導入された技術が当該国に於いて再生産され、また、独自の進化を遂げる余地を残すようなものでないといけな

いでしょう。技術や知識が、私企業の利益追求のために独占されるのではなく、業界を横断して共有されるようにすることがSDGsの理念に即して期待されます。

イノベーションは、必ずしも高度な科学技術研究の産物ばかりではありません。日本のある会社は、グアテマラで、自転車によるコーヒーチェリーのパルピングをする持続可能な生産工程を開発し、小規模ながらも脱炭素や節水にも貢献する循環型コーヒー生産に取り組んでいます。



10 人や国の不平等をなくそう
 一各国内および各国間の不平等を是正する

この目標は、1の貧困をなくすという目標を、地域間や社会階層間の差異として捉えなおしたものと云えます。コーヒー業界においては、生産国と消費国の経済格差、農園所有者と労働者との収入格差などの問題を挙げることができますが、その是正の取り組みは、個人や社会により問題意識の強弱や考え方の違いなどがあり、一筋縄では行かないものです。

経済的な不平等を問題とする場合、裕福な農園所有者、貧しい零細農家、中間搾取に長けた大企業企業といった紋切り型の理解のみに陥ることなく、事業毎の間接的なコストやリスク負担なども考慮に入れた利益配分の公正さなども検証することが必要と考えます。その検証や理解を促すためには、売買にかかわるコストの透明性を持つことが理想的です。コストの透明性という要件は、従来、企業の原料調達の際に無駄なコストを請求されないようにする、コスト圧縮の一つの手段としての側面が強かったと考えますが、今後は公正な利益配分について、買い手と売り手が双方向で透明性をもって理解するための方法として検討すべきだと考えます。これは、商売に関わる利益配分の考え方の変革が必要となりますので、直ぐに導入できるものではないかも知れません。しかし、世界の地域間の情報格差が以前よりは少なくなったのではないかと推測される時代において、情報格差をベースに利潤を得る古い商売の方法は、早晚、通用しなくなるのではないかと考えます。前項の技術や知識と同様に、ここでは、情報の共有をベースとする商売が主流になる時代が既に来ているのではないかと考えます。



11 住み続けられるまちづくりを
 一包括的で安全かつしなやかで持続可能な都市および人間居住を実現する

開発途上国の都市問題の多くが、貧困層の大都市への流入に伴って形成されるスラムを舞台としていることを考えると、山間部での仕事や住環境を改善し、人々が避難民化して都市部に流出しないようにすることが、一つの大きな改善策となります。山間部の自然環境を破壊せずに、現金収入を稼ぐことができるコーヒー生産は、打ってつけの手立てとなります。この点に焦点を当てた時には、世界のコーヒー生産者人口の95%までを占める中小・零細農家にターゲットを絞り、コーヒー農園経営の支援をすることが有効です。

これまで、コーヒーの零細農家に対する支援活動の事例はあまたありますが、単なるコーヒーの木の栽培指導にとどまらず、コーヒー生産を事業経営として捉え、農園を生活環境の一部として捉えて、持続可能な循環系を維持していくような、全体を見据えた取り組みが必要になります。また若者たちが住み続ける魅力をもった地域社会の開発を心掛ける必要があります。

我が社（ボルカフェ・グループ）は、そのような生産者支援のためのチームを世界10か国に配置し、日々コーヒー生産地の生産者グループと、持続可能なコーヒー農園経営の指導、協働をしています。



12 作る責任 使う責任
 一持続可能な消費と生産の形態を確保する

この目標は、資源の有効活用、廃棄物の削減、再利用などを行うことで、生産と消費の持続可能性を確保するという骨子を持っています。

現在の人類の生活は、地球資源の再生能力の1.69倍に相当する資源を消費してなりたっているそうです。このままでは、早晚、地球の資源が枯渇することになります。この危機的な状況を変えるために、再生可能資源の活用や自然の循環機能を利用した経済や生活様式に移行していくことが必要になります。

消費市場においては、コーヒー製品の省資源化や、一杯用のドリップバッグなどがフードロスの観点からこの目標の達成に寄与していると思われます。前述のコーヒーかすのバイオークスとしてのリサイクルも同様です。

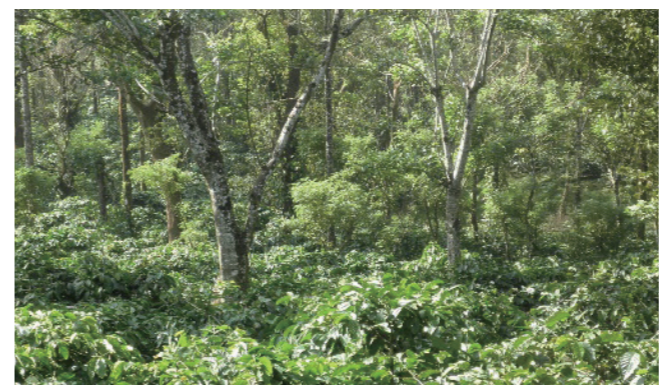
コーヒー農園においては、農園を完全な循環系として整備した、いわゆるゼロ・エミッションを達成している先端的な農園の例もありますが、一般的には、コーヒー農園の副産物の堆肥等への加工・再利用や精製工場で排出される廃棄物の再利用、肥料の効率的な使用等を推奨することが有効で、生産指導をする際には、重要な項目の一つとなります。



13 気候変動に具体的な対策を
 一気候変動およびその影響を軽減するための緊急対策を講じる

SDGsの中でも、現在の危機的な状況が認識された、最も緊急性が高い重要目標であり、その中身は、他の目標とは一線を画し、具体的な対応を求める切迫した内容となっています。

二酸化炭素（CO₂）の増加が気候変動の主要因であるということについては、世界的に概ねの合意があるようですが、この問題についての日本国内における認知度は、必ずしも高くないようです。また、わが国のエネルギー消費全体に占める再生エネルギーの割合は17%（2018年度と、世界平均の26%を大きく下回っています）。



シェードツリーが豊かな農園



シェードツリーのない畑

脱炭素のために、コーヒー業界としてできることは、少なくともありません。それは、冒頭に挙げた、長距離の原料輸送のために化石燃料を大量に燃やしている業界としての責任でもあります。

山間部の傾斜地などに住むコーヒー生産者が、異常気象により引き起こされる災害の被害者となるケースは少なくありませんので、コーヒーの商売を生業とする私たちには道義的な責任もあると考えます。

森林伐採は化石燃料消費に次ぐ二酸化炭素の増加原因と言われていますが、例えばベルーにおいては、近年の森林伐採の25%がコーヒー農園開拓によるものだと推計があります。コーヒーの木は多年生の植物で、それ自身がCO₂を吸収する森林として機

能するとも言えますが、シェードツリーを植えることで、二酸化炭素吸収量の増加や、気温上昇の低減の効果がります。面積当たりの生産量を上げるために、シェードツリーを排除したり、短期間で生産量のピークを迎えるハイブリッド品種を植えると、大量の肥料の使用が必要となることがあります。実は、コーヒー農園が発生するCO₂の95%が肥料の生産と消費によるものと推計されています。高生産量を追い求めるハイブリッド品種は、地球環境悪化の遠因にもなりうるということも認識する必要があります。

気候変動対策としての側面を考えると、シェードツリーを適宜配置し、肥料の消費のペースがゆっくりとした伝統品種（往々にしてカップ品質は良いですね）を、農園の生産効率などを最適化して栽培するというのが理想的な農園のありかたです。この生産様式の変更により、生産量自体がさほど伸びないという事態も考えられます。このような事態に如何に対処していくのかという課題に取り組むには、やはりこれまでの商慣習や意識からの変革が必要となります。

コーヒー原料や製品の流通や保管におけるCO₂削減の努力も必要です。リーファーコンテナや定温倉庫の使用の削減につながる品質保持性の高い包装の研究開発、多品種小ロット輸入の場合の共同輸送などが考えられます。このような取り組みは業界内外のパートナーシップを得て共同で進めることが求められます。

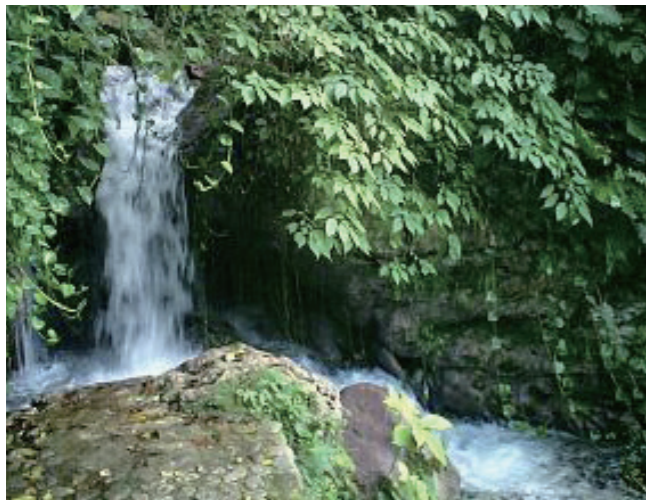


14 海の豊かさを守ろう
 一持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する

コーヒーと海の関係を考えるために、気仙沼のカキ養殖家が、その漁場近くに流れこむ川の上流域で植林活動をしていたことを思い出しましょう。コーヒー農園からの排水は、距離の長短はあれ、必ず海や湖に流れ込みます。前項6で紹介したコーヒー水洗工場からの排水の浄化が、この目標に合っている事例として挙げられますが、ここでは、コーヒー農園が豊かな海の水の循環系にマッチしている、ドミニカ共和国沿海部のバオルコ山地のコーヒー農園の事例を紹介したいと思います。この生産地は、カリブ海を望む沿海部に位置し、海岸からせりあがる山肌を吹上がった湿気を含



海からの風が雲を生む



山肌から湧き出す水

んだ海風が雲となり、コーヒー農園を擁する山地に雨や夜露をもたらします。そして降り注いだ水分が地面に吸収され、石灰岩の地層で浄化され、麓の山肌から驚くほどきれいな水となって湧き出しています。この山地自体が自然のフィルターになっているわけです。湧き水は川となって海に注ぎ込むだけでなく、水路を通して近隣の村落の生活用水として利用されています。

もともとこの産地では、肥料の消費がゆっくりとしたティピカ種がシェードツリーの下で栽培されており、土壌を肥料で汚染することなく、また、シェードツリーのおかげで、地崩れなどを防ぐことができていました。

この貴重な環境で生産されたコーヒーを、筆者は「海のコーヒー」として紹介していたことがありますが、残念ながら、度重なるハリケーンの被害を受け、近年生産量が減少傾向になっていることも、付け加えないといけません。



15 陸の豊かさを守ろう

一陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する

コーヒーの栽培適地は、生物の多様性の豊かな土地と重なります。上質なアラビカ種の産地の多くが山岳地帯にあります。このSDGsのターゲット項目の一つは、まさに、生物多様性を含む山地生態系の保全を確実にする、とされています。

このターゲットの達成には、アグロフォレストリーを意識した農園管理や、農業の適正な使用、コーヒー農園の新規開拓のための原生林の伐採の防止などへの取り組みが必要になります。原生林の伐採は多くの国で法律上禁止されているようですが、経済発展を優先課題としている開発途上国などで、現金収入を稼ぐためのコーヒー農園が原生林を侵食する形で開拓されていないかに注意する必要があります。

シェードツリーを配し、適正な農業使用に配慮した農園は、周辺の生態系と共存するのみならず、農園内にも豊かな動物相を育

むことができます。

我が社では、コーヒー生産地内や周辺に棲息する野生動物の保護活動を支援し、保護対象とする動物をアイコンとして商品ブランドの一部とすることで、消費者がコーヒー生産と生物多様性の関係について関心を持つきっかけとなることを目指しています。コーヒー生産地域近くに棲息する大型野生動物としては、中米のジャガーなどのネコ科動物、インドやインドネシア・スマトラの虎、中央アフリカのチンパンジーやゴリラなどが挙げられますが、その多くが絶滅危惧種に指定されていますので、その保護活動に対するコーヒー業界からの支援は貴重なものになります。



ペルーの農園に棲むリスの一種



メキシコの農園に棲むアルマジロ



16 平和と公正をすべての人に

一持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する

SDGsの中でひととき政治的な色合いをもつ目標であり、達成に政府機関の強い関与が必要になる項目です。そのために、SDGsとして採択することが国連の協議でもっとも紛糾したものの一つだそうです。採択に途上国の多くが懸念を示すなかで、採択に強い意欲を示したのは、激しい騒乱状態を経て2002年に独立を果たしたばかりの東チモールだったそうです。現在東チモールではコーヒー生産が外貨収入の大きな柱として、生まれて間もない同国の平和の維持に寄与しています。

ことほど左様に、コーヒーは平和をもたらす力を持っています。原稿提出の締め切りが間近になり焦る筆者にひとときの心の平安を与えてくれる一杯のコーヒーの力のみならず、コーヒー生産が平和の獲得、維持のために貢献している事例は世界中に事欠きません。



コーヒーに植え替えられたカート畑

不幸な事件からの復興を目指してきたルワンダで、貴重な外貨獲得のための作物として、外国からの援助も取り込みながら平和維持に寄与している例、南米で生産されるコカや、イエメンを中心に栽培され覚醒作用のあるカートなどの代替作物になっている例などは、コーヒーの平和維持の役割が大きいことを思い出させてくれます。

開発途上国におけるコーヒー生産者支援に積極的な某国の援助の裏には、山岳地帯でのテロ組織の組成を防止する意図があるとも言われています。

ここで、コーヒー生産の平和維持への貢献が期待される舞台として注目すべきコンゴ民主共和国の例を紹介したいと思います。

アフリカ大陸のほぼ中央部に位置する同国は、非常に豊かな自然を擁していますが、皮肉にも「平和以外になんでもある国」と呼ばれています。1885年のベルギー王による植民地化以降、これまで世界でも最悪の人道危機を引き起こし続けてきた様々な紛争の原因の一つは、同国東部の北キブ州を中心に埋蔵されて

いる豊富な地下資源を巡る権益争いです。その権益を狙う（日本を含む）先進国の直接的、間接的な関与に、国内や周辺国との民族間紛争や政争が絡み合い、最悪の人道危機の解決の目途はいまだに立っていません。

コンゴは、携帯電話やPC、ゲーム機などに使われるレアメタルであるコルタンの埋蔵量の80%を占めるという説がありますが、その鉱山では露天の手掘りでの採掘が行なわれ、壊滅的な自然破壊や児童労働の問題が発生しています。そして、ほとんど知られていませんが、この地方はアフリカでも最高のコーヒーを生み出すテロワールでもあるのです。植民地時代にベルギーにより持ち込まれた古い品種のコーヒーが、中央アフリカ独特の赤土の土壌で生み出すアラビカコーヒーは、世界でも最高レベルの品質のものです。そして現在、環境にやさしく、多額の投資を必要としないコーヒー栽培をすることで、農家の人々が困窮状態から抜け出すことができるような支援活動が行われています。この活動は、やはり地下資源開発の影響で絶滅に瀕するローランドゴリラの保護を行っているビルンガ国立公園や欧米のNGOなどがパートナーシップを組んで進められています。筆者は、ある時偶然口にしたコンゴコーヒーの品質の高さに驚き、それをきっかけにしてコンゴという国について興味を持つようになりました。そして今こうしてコンゴの現状について知る事を皆さんにお伝えすることになっているわけです。コーヒーを持つ、人の関心を誘いメッセージを伝える力は、他の輸入商品の中でも抜きんできていると思います。

この目標の達成に少しでも寄与するためには、生産者に平和をもたらす力のあるコーヒーを適正な価格で購入し、味わい、生産や流通にかかわる人々の置かれた状況に関心をもつところから始めることができるでしょう。



PHOTO: VIRUNGA NATIONAL PARK

ローランドゴリラの親子 (ビルンガ国立公園提供)



⑰ パートナーシップで目標を達成しよう

一持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化

これはSDGsの最後を飾るに値する、重要な理念の表明です。これまでの16のSDGsを見て気づくことは、全てのSDGsは繋がっているということです。その繋がりは、例えばある商品の生産から消費にそったタテの繋がりであり、地域間を広くカバーするヨコの繋がりであります。そのような繋がりをもったSDGsのための取り組みを有効にするためには、必然的に広いパートナーシップが必要になります。

異業種間の協力、産官学の共同研究、さらには、同業者間の競争関係を越えた協力体制が期待されます。

筆者の仕事であるコーヒー生豆の貿易に関わる取り組みにおいては、運輸会社、倉庫会社、包装資材メーカーなどの流通保管に関わる分野や、コーヒーの品質の研究の分野、さらには生産者に対するマイクロファイナンスなどを可能にする金融機関とのパートナーシップが期待されます。

SDGsに寄与する新しい技術や資材などを、自社の利益追求だけのために独占するのではなく、同業者と共有し、新奇性の高い技術や資材を汎用性のある基盤に乗せることで、業界全体の最適化を図るようにすることが理想的です。公共性の高い事業、技術、商品の商標を独占するようなことは、本来の目的との自己矛盾を引き起こすことになると思います。サステナブル認証コーヒーの専売権を特定の私企業に与えているケースがありますが、それは事業目的が単なる利益の追求であることの証左に見えます。

このような理想論を現実のものとするためには、やはり思い切った意識変革が必要なのかも知れません。

まとめ — どのようにSDGsに取り組むのか

ここまでSDGsの各項目に関しコーヒー業界として何ができるのかということについて筆者の考えを述べ、具体的な事例を挙げてきました。

随分長くなりました。筆者自身も書き進めながら、それだけコーヒーが持つ可能性が大きいことの意識を新たにしました。序盤に挙げたコーヒー産業のSDGsに反する負の側面をカバーするに余る貢献ができることが確認できたと思います。

引き合いに出した事例の多くは、SDGsの認知とは関係なく以前から進められていた取り組みです。

一方、これから期待されるものとして紹介した取り組みの中には、関係者の意識の変革が要求されるものがあり、そのような意識の変革を促すことこそが国連の難産の産物であるSDGsの存在意義なのだと思います。コーヒーは、革新的な事業を創造する萌芽となり、それを広く世界に広めることができるメッセージ性を強く持つことができるものです。

オンライン焙煎セミナーを開催して

2020年はcovid19の影響で様々な社会活動が停止を余儀なくされました。

ロースターズ委員会も例外ではなく、予定していたセミナーやイベントの中止が続きましたが、11月25,26日に当委員会として初めてのZOOM焙煎セミナーを開催することが出来ました。当初、1日2回、合計50名にて募集しましたが、希望者が殺到したので急遽、予定を1日伸ばし2日間で5回のセミナーを行い、合計125名にて開催いたしました。2時間の予定のなかで10分の動画を2回挟んだセミナーに約1時間半を割り、残り30分で質疑応答を行いました。

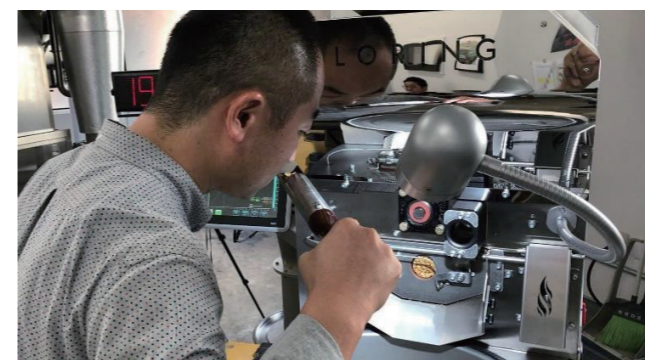
さて、焙煎という作業自体は単純ですが、まだまだわからないことがたくさんあります。焙煎機を操作し、温度変化を追うことのみがスペシャルティコーヒーの焙煎ではありません。焙煎する生豆の特徴と風味特性を理解し、自身の焙煎でその風味特性が再現されているのか、検証できるようになるカップング能力も大切です。今回のセミナーではその点を強調いたしました。

セミナーの内容ですが、対象は初級から中級レベルの方としました。火事などの防災やHACCAPなど食品衛生の基本知識はあえて取り入れず、焙煎を仕事とする人に理解してほしい基本的な理論を中心にセミナーをすすめました。大きく分けて生豆、焙煎機、焙煎の進行、熱の伝わり方、焙煎の記録とカップングというテーマをもとに進行しました。

生豆の品質は近年、目まぐるしく変化し向上しています。それは生産国のスペシャルティコーヒーの品質に対する意識が高まり、様々な工夫や努力を重ねているからです。生産国や生産処理方法だけで焙煎を推測することはできません。焙煎人は既成概念にとらわれることなく、常に生産国で行われている品種改良や生産処理方法の変化等の情報収集と風味特性の変化に注意しなければなりません。

焙煎の進行や熱の伝わり方では、コーヒーのみならず食品加工の基本となるメイラード反応やカラメル化という加熱による変化や、熱が伝わるということの基本を取り上げました。基本を理解し、自身の焙煎にて応用してほしいからです。

このなかで、私の推測や思い込みはできる限り排除し、基本的、そして客観的な事実に基づいた内容を伝えることを心がけました。



温度などでは具体的な数字も極力挙げない様にしました。物質の変化する温度は分析などである程度分かっている、それと焙煎機の表示温度は必ずしも一致しません。それは焙煎機の表示する温度はそれぞれの焙煎機や設置条件により大きく異なるからです。そこで経験値が大切なのは言うまでもありません。しかし数字ばかりが一人歩きして、それに振り回される焙煎人の姿を目にすると、もっと焙煎中に豆がどの様に変化しているのかを予測し、変化を五感で感じ取り、カップングで検証してほしいと思います。しかし焙煎機も無く、カップングも出来ないというオンライン上で、どの程度受講者の皆さんに私の意思が伝わったのか、甚だ不安は残りました。

終了後にアンケートを実施し、およそ2割の方から回答をいただきました。概ね好評で、焙煎のみならず、生産国やいれ方などの開催を希望する声も見受けられ、今後の可能性を感じることができました。

当委員会では従来より焙煎のスキル向上を目的とした3つの活動を行っております。3日間のリトリート、同じ豆を自身の焙煎機でローストして持ち寄るワークショップ、そしてSCAJにて開催している、地域ごとの焙煎人が集いひとつの豆を焙煎するロースターズチームチャレンジです。どの活動にも共通しているのは、同じ豆を様々な人たちが焙煎し、カップングを重ねるということなのです。これがスペシャルティコーヒーの焙煎技術を向上させる基本です。

今回のセミナーがこれらの活動の一助となることを期待すると共に、一日も早く普通の日々が戻ることを願っております。

ロースターズ委員会
内田 一也

様々な取り組みが考えられる中で、コーヒー生産の分野においては、中小・零細農家の農園経営の最適化を支援することが、多くの目標達成に近づくための柱となります。それは、単なるコーヒーの木栽培指導にとどまらない農家の生活全体を見据えたものにする必要があります。

これからコーヒーの仕事において、SDGsに向けての取り組みを具体的に始めようという方には、次のようなことを提案したいと思います。

1. 最も関心のある一つの目標に向けて、対象者、地域などを明確にして、具体的な行動を起こすこと。
そこから他の目標への取り組みが広がっていきます。
2. 常にコーヒーの仕事と関連付けて取り組みを展開していくこと。
3. 大きなお世話を厭わないこと
すべての人がSDGsについての意識が高いわけではありませんが、すべての人がSDGsの達成により恩恵を受けます。
4. 取り組みを楽しむこと。
そうすれば自然と他の目標との繋がりが発想されてくるはずですよ。
5. 取り組みの過程や結果を広く共有すること。
共有することで取り組みの効果が上がり、外部からの知見を得る機会にもなります。

最後に

私の友人に、ひょんなことからコーヒーが持つ、人を結びつける力に感銘を受け、安定した職業を投げうってコーヒーの楽しさを広める仕事に身を投じた人がいます。一方、我が身を振り返ると、日々慌ただしく目の前の仕事をこなすことに汲々としてきた過去があります。

この寄稿の機会を頂戴し、これまでの経験や、今関わっているコーヒー関係者や地域のことに思いを馳せて文を連ねるうち、その友人が感じたコーヒーが持つ力というもの、ただ事ではないと思いついたことが出来ました。この長文にお付き合いいただいた方にも、同様の思いが伝われば幸いです。

最後に、本稿は我が社の内外から取材した情報を含みますが、あくまで筆者個人の解釈に基づいた私見であることを申し添えておきます。

ボルカフェ株式会社
代表取締役 広池 正道

SCAJ生産国ウェビナー(2020年12月)

●ルワンダ共和国

12月9日にSCAJ主催でルワンダ共和国大使館とルワンダ共和国現地を結び第1回生産国ウェビナーを開催。

コロナ禍での対応として、初の試みとしてウェビナーという形での生産国セミナーの開催となりました。配信直前に通信が繋がらなくなるなどやや慌ただしい局面もありましたが、ルワンダ大使による挨拶から始まり大きなトラブルなく配信することができました。38名の参加者があり、チャットによる質疑応答も時間が足りなくなるほどの盛況ぶりでした。



ルワンダ大使のお話からは日本へのルワンダコーヒーの輸出をさらに伸ばしたいという大きな期待が感じられました。日本は世界において4番目に大きいコーヒー消費国です。2013年からコーヒーの消費量はコンビニエンスストアのカウンターコーヒーの成長によりさらに増えています。焙煎されたコーヒーを1人前のドリップパックで販売するところが増えたり、

またペットボトルコーヒーなど飲料市場も伸びており、コーヒーの販売方法も裾野を広げています。

カジャンゲ・アデリン氏(ルワンダ開発局、投資促進担当、マーケティングアナリスト)によるルワンダの最新のビジネス動向のお話から始まり、ルガニントウワリ・エリック氏(国家農業輸出開発局・品質保証・規制本部長)による輸出動向、ガタリ・ギルバート氏(ルワンダコーヒー輸出加工業者協会会長)によるサービス・事業紹介、富塚孝則氏(独立行政法人JICA、国際協力機構、経済開発部)によるJICAの事業紹介とこれまでの成果説明、そして最後にコーヒー生産者 ヴグジカ・ブリゲット氏(ルワンダコーヒー協同組合)の活動報告と今後の目標をお話頂きました。

今回のウェビナーによりルワンダコーヒー生産者と日本のコーヒー輸入者が直接的な接点を確立することができ、実用的な話し合いの場となりました。

2021年の6月には(例年では)1500人以上がキガリに集まって行われる第3回世界コーヒー生産者フォーラム(WCPF)が開催される予定です。ルワンダの方々もキガリへ日本の皆さんをお迎えすることを楽しみにしていらっしゃいます。現段階では難しい状況ではありますが、コロナが収束し平安な日常へと戻ったら訪問を検討されてみてはいかがでしょうか。



SCAJではウィズコロナという新しい時代に沿った進化した形でこれからもコーヒー生産者の方々と日本の皆様をおつなぎして参ります。今回初の試みであるウェビナーはその第1歩となる貴重なイベントとなりました。



●コロンビア共和国

続いて翌週12月16日、第2回目の生産国ウェビナーをコロンビア大使館にて開催しました。国際市場でも高品質なコーヒーとして有名なコロンビア国でのコロナ禍の動向は現在大きな関心を集めていることが改めて感じられました。48名の参加者からは質疑応答の時間ではお答えしきれないほどのご質問を頂きました。

議題は①コロンビアコーヒーの今後の見通し、②サプライチェーン継続の保証③品質向上ありきのコーヒー栽培者の利益④FNCの様々な活動についてです。

2019年の生豆輸出に関してはコロンビアの生豆の主要な輸出先はアメリカで43.4%のシェアをしめします。

コロンビアのコーヒー栽培者が所有する農園のうち96%は3ヘクタール未満。72%は小規模農園であり、残りの12%は中規模、16%は大規模農園になります。

さび病対策再生プログラムにより2006年から2011年にかけてコロンビアのコーヒーの木は再生率と再生エリアを順調に増加して来ており、さび病対策がされている木が全体の3割だった2006年に対し、2020年現在では8割にまで増えました。

またコロンビアでは収穫高増加のための木の植え替え事業を行っ



ており、木の密集度は年々増え、2008年は1Ha当たりの木の木数(Trees per ha)は4,655本/Haだったのに対し2020年には5,257本/Haにまで増えています。コーヒーの木の平均年齢は2008年12.2年だったのが2020年は6.6年へと若返りました。コーヒーサプライチェーン(収穫、生産、包装、輸出入、運送、保管、流通など)については、コロナ禍でも変わらず活動できています。21の倉庫、9つの精選工場、フリーズドライ工場がコーヒーの品質保証のためにオペレーションも物流も停止せず稼働しています。コロンビアの港は難題に取り組みながらも稼働し続け、外出禁止令が出てから12月までの間で774万袋が輸出されています。この総輸出量は昨クワットの842万袋を下回り、前年比8.1%の減少となりました。



一方、組合員による予防習慣情報の発信(手洗い、マスク着用、検温、ソーシャルディスタンス)などSNSを通じた情報発信もしており、コーヒー栽培者の収益確保のためには、まず品質が第一優先事項であり、その上で他との差別化や革新によって、より良い金額での取引につながることも発信しています。農園主が利用できる改良品種や異種交配品種などのコーヒーの研究開発は、高い生産量と収益につながります。他にもコロンビアではチェリー選別機、フェルマエストロ(発酵のタイミングをはかる道具)や環境にやさしく効率的なエコミルなどを活用しています。

新しい取り組みとして2020年8月「バーチャルバイヤーキャラバン」イベントを行いました。FNCはこのイベントがこれから何年先も、持続可能で低コストでありながら効果的で意義のある方法であると感じており、グローバルコーヒーコミュニティへとつなぐための革新的な雛形へと発展すると考えています。

今回のウェビナー開催について、コロンビア大使のパルド氏も喜ばれ、これから有効なワクチンが日本でも流通しコロナが早く収束しSCAJのこれまで通りの活動ができることを願っているとのことでした。

今、コロナ禍にあって生産国を訪問することは難しい状況が続いています。2021年度も主要生産国にお願いして、ウェビナーの形で生産国の状況や生の声を会員の皆様へお伝えして行けたらと考えております。

一般社団法人日本スペシャルティコーヒー協会 事務局

SCAJスペシャルイベント

第1部「飲み比べて学ぶ! 実感できるスペシャルティコーヒー ①ミニ講座」

〈講師〉SCAJトレーニング委員会 委員長 角地恭治

2021年2月16日に東京ビッグサイトで開催された「第49回国際ホテル・レストランショー」にて、SCAJのスペシャルイベントが行われた。

今回は、午前中に開催されたミニ講座とゲストトークの模様をお届けする。

第1部の前半は、SCAJトレーニング委員会の委員長である角地氏によるスペシャルティコーヒーについてのミニ講座が催された。この講座は、「コーヒーマイスター認定制度」プログラムの一部を抜粋して紹介しながら、品種や格付け、焙煎などの異なるコーヒーを参加者自身が飲み比べ、その違いを実感し学べるというものであった。

【日本におけるコーヒーブームとトレーニング委員会の活動について】

はじめに、コロナ禍におけるコーヒーの状況についての説明があった。

世界的にコーヒーブームは続いており、日本でも在宅勤務などでお家時間が増えたことによる「家飲み」の需要がある模様。更に最近では有機栽培やレインフォレストアライアンスなどの「認証コーヒー」も広まりつつあり、コーヒー業界は非常に盛り上がっている。そして極めつけはやはりスペシャルティコーヒー。「際立つ印象的な風味特性」「爽やかな明るい酸味特性」などの定義があるスペシャルティコーヒーの国内シェアは年々広がってきている。

続いて、角地氏の所属するSCAJトレーニング委員会の活動について説明があった。

主な活動内容は「SCAJ認定コーヒーマイスター」(以下、コーヒーマイスター)のサポート・運営。この資格は、SCAJ誕生と同じ年である2003年に始まっており、コーヒーのプロの認定資格としては日本初。トレーニング委員会では、資格取得に必要なコーヒーマイスター養成講座の座学・実技といったカリキュラムの考案、講義、試験問題の作成を行い、業界でよりいっそう活躍していけるようなコーヒーマイスターを毎年多く輩出している。

【コーヒーの基礎知識】

飲み比べを伴う本題に入る前に、そもそも「コーヒーとは何か」について概要の説明があった。

コーヒー豆の栽培には非常に長い年月がかかっており、種まきから3年経てようやく花が咲く。この花も2、3日で散ってしまうが、この間に受粉することで実をつけ、初め青く小さかったコーヒーの実、だんだん大きくなり半年ほどで完熟果実となる。コーヒーの実は完熟すると赤くなり、その姿はさくらんぼに似ているため、「チェ



リー」と呼ばれている。ちなみにこの呼び方は、栽培している現地でも同様である。チェリーの果肉部分を除去し、パーチメントという殻を割ると種子(生豆)が現れる。これを焙煎することで初めてコーヒーに適したものになる。取り出された生豆はその後、精製、選別、格付けを経て麻袋に入れられ、輸出される。最近では、品質維持のためにバキュームパック(真空包装)やグレインプロ(インナーバッグ)に入っていたり、ジャマイカのブルーマウンテンは樽に入っていたりと、運ばれる際にそれぞれ工夫が凝らされている。約1ヶ月ほどの航海を経て日本に届き焙煎の工程になるが、生豆の状態だとコーヒー特有の香りはないため、ここが重要になってくる。その後抽出が終わるとやっと一杯のコーヒーになるのである。

普段何気なく飲んでいるコーヒーには多くの手間と時間がかかっていることを、参加者も実感していたようだ。

【①同生産国での飲み比べ：アラビカ種・カネフォラ種】

コーヒーができるまでの過程をあらためて学んだ後、早速飲み比べをしながらの講座が始まった。最初に飲み比べるのは、ベトナム産のアラビカ種とカネフォラ種。参加者のもとには1、2と番号が振ってある紙コップに入った2種のコーヒーが配られた。

私たちが普段飲んでいるコーヒーは「アラビカ種」「カネフォラ種」の2種に分けられる。アラビカ種はコンビニなどで「アラビカ100%」として商品化されていることでも広く知られており、一般的に広く好まれる種である。一方のカネフォラ種は、アラビカ種に比べて少し苦みがある。その少し苦く重い味わいは、日本では昔からアイスコーヒーに使われてきた。また、ヨーロッパではエスプレッソやカプチーノを淹れる文化があるため、今でもカネフォラ種が広く飲まれている。

アラビカ種、カネフォラ種は味わい以外に生豆の形にも違いが

あり、アラビカ種が平べったい楕円形をしている一方、カネフォラ種は肉厚で丸みのある形をしている。形の違いがわかると、どちらが何%入っているかなどもわかるようになる。よく「アラビカ種」に対する種として「ロブスタ」と言っている人もいるが、ロブスタはカネフォラ種の栽培品種の一種なので、植物学的な分類をすると「アラビカ種」と「カネフォラ種」になる。コーヒーの「種」が違うと何が違うのか、わかりにくい人もいるかもしれないが、別のものでも例えるならばフルーツの梨にも「和梨」と「洋梨」があり、同じ梨でも味も形も異なっていることを思い出してもらえればと思う。

今回、参加者が飲み比べたのはベトナム産のコーヒーだが、コーヒーの生産量が最大なのはブラジルであり、次点でベトナム、その次がコロンビアとなっている。昔はコロンビアが2位だったが、現在ではコロンビアの2倍以上のコーヒーをベトナムで作っている。なお、ブラジルの生産量はダントツで世界の3分の1を占めるため、ブラジルの天候の変化だけでも相場(コーヒーの価格)が乱高下するほどである。現在生産量2位のベトナムでは、実はアラビカ種は全体の4%しか作っておらず、残りの96%はすべてカネフォラ種を生産している。だからこそ、「コーヒーの生産量」の世界1位は圧倒的にブラジルだが、「カネフォラ種の生産量」で見ると世界1位はベトナムである。「カネフォラ100%」はあまり飲む機会がないため、会場で飲み比べると「少し苦い」と感じる人も多かったかもしれないが、実はブレンドとしての役割は多く、カネフォラ種も日本に沢山輸入されている。

飲み比べの答えは、1番がアラビカ種、2番がカネフォラ種。2番のカネフォラ種の方が少し苦い、というのが見分けるポイントだった。

【②異なる栽培品種での飲み比べ：パカマラ・ゲイシャ】

続いてセミナー参加者に3、4番と書かれた紙コップに入ったコーヒーが配られ、品種改良についての話があった。

フルーツなどと同様に、コーヒーの品種改良は頻繁に行われている。その中でも10万分の1程度の確率で発生するのが「突然変異」。変異種の種だけを植え続けていくと、欲しい種だけを栽培することが可能になるが、安定して栽培できるようになるには何年もかかる。

品種改良には「交配」という改良方法もあり、例えば「背が高いが実の少ない木」と「実は多いが背が低い木」を掛け合わ

せることで「背が高く実が多くなる木」を作ることができるようになる。「接ぎ木」による繁殖という方法もあり、例えば先述のカネフォラ種は、「根っこが非常に丈夫」という品種の特徴から「接ぎ木」に使われることがある。根っこにあたる下の部分をカネフォラ種に、根よりも上の部分を一般的に広く好まれるアラビカ種で接ぎ木し、「根っこが丈夫で広く好まれる味わいの品種を作る」という方法も頻繁に行われている。

この日セミナー参加者が飲み比べた「パカマラ」はグアテマラ産のものを用意。大粒の品種「マラゴジーベ」と中米のエルサルバドルで開発された突然変異種「パーカス」の交配によって生まれた品種である。パカマラの風味の特徴は、丸みのある質感であり、シルキー、クリーミー、ラウンドなどと評価されることも多い。一方、最近では専門店にもよく並び、飲む機会も増えてきている「ゲイシャ」はコスタリカのものを使用。2004年にパナマで行われた国際品評会で衝撃的なデビューを飾ったゲイシャ。出品したのはエスメラルダ農園だったが、その後16年経った今でも高級な品種として流通している。風味の特徴は華やかな香り、滑らかな質感、透明感、余韻の心地良さである。

飲み比べの正解は3番がゲイシャ、4番がパカマラだった。見分けるコツは、味はもとより舌触りであった。

【③グレード(格付け)の違いによる飲み比べ：SHB・EPW】

セミナー参加者に5、6番の紙コップに入ったコーヒーが手渡されると、グレード(格付け)に関する説明が始まった。

今回の飲み比べではグアテマラを使用。「SHB」は、グアテマラを標高で格付けした際の最高グレード。このSHBとは、“Strictly Hard Bean”の略である。標高が高い所は昼夜の寒暖差が激しいため、固い実になる。飲み比べに使われたもう一方のグレード、グアテマラの「EPW」は“Extra Prime Washed”の略。一般的に「低地産」とも呼ばれ、ブレンドコーヒーにも使われている。

この格付けは生産地によってさまざま、例えばマンデリンの場合はG1、G2、タンザニアだとAA、ABで表される。生豆の格付けが行われる理由としては、単に生産地の名前だけを冠して出荷するよりも、グレードがプラスされている方が良いものを高く売ることができるから。格付けには世界共通のルールはなく、大きく分けると、「標高」「スクリーン(サイズ)」「欠点数」の3つが存在している。加えて、最近ではどの生産地でも「カップ(味)」による見分け方が重視されてきており、例えば「標高による格付けに加えてカップでの格付けをしている」という所も出てきている。

グレードの基準をそれぞれ詳しく見ていくと、まず「標高」が基準となっているのはグアテマラやコスタリカなどの中米各国である。標高が高い所で育ったコーヒーの方がおいしいとされるため、標高の高さがそのままグレードの高さにつながっている。「スクリーン」を基準としているのは、コロンビア、タンザニア、ケニアなど。「粒が大きい方が見た目が良い」という考えのもと、大粒のものは高い値段で売られている。粒の大きさが揃うことでより高い格付けになるため、大きい豆と小さい豆の仕分けには専用のふるいが使





われる。「欠点数」を基準としているのはエチオピアや南米のペルーなど。欠点数の出し方は、例えば「黒豆のように、1粒でも入っていたら飲みたくなるようなものがある」場合に1粒で1欠点となる。また、未成熟豆は300g中に5粒入っていたら1欠点というルールも存在している。

基準の例として3つ挙げたが、実は1番多いのが「スクリーンと欠点数」を基準とした格付け。生産大国のブラジルもこの格付けを取り入れており、「300g中4欠点までを最高級の「No.2」とした上で、粒の大きさも揃える」という手法で豆を輸出している。ちなみに、ブラジルに次ぐ生産量を誇るベトナムもこの基準を採用している。

飲み比べの答えは、5番がEPW、6番がSHB。見分ける方法はなんとと言っても余韻。グレードの高いSHBの方が余韻を長く楽しめるコーヒーだった。

【④焙煎度合いによる飲み比べ：中煎り・中深煎り】

セミナーの参加者には7、8の番号が振られた紙コップに入った、エチオピアのイルガチェフWが渡され、焙煎度合いに関する説明があった。

今回飲み比べるコーヒーは「W」（ウォッシュド）だが、これはコーヒーの生産処理方式のひとつである。この生産処理方式が異なると味わいも違ったものになり、代表的なものを挙げると、ウォッシュドはクリーンな味わい、ナチュラルはマイルドな味わいになる。

コーヒーの味や香りは焙煎をすることで初めて生まれる。焙煎による風味の変化については、滋賀医科大学の准教授である旦部幸博氏の著書『コーヒーの科学「おいしさ」はどこで生まれるのか』にも詳しく書かれている。この本は、一般の人、コーヒーのプロ問わず楽しめるため、角地氏おすすめの一冊。なお、著者の旦部氏はアドバンスド・コーヒーマスターの外部講師として講座も行っている。

そもそも、焙煎がどのように進んでいくのかと言うと、まずは日本に輸入される豆（水分率10～13%程度）を焙煎機に入れ、水抜きして生豆を柔らかくするところから始まる。続いて生豆に含まれる水分が水蒸気になることで、生豆が膨張してシワが伸び、生豆は再び固くなる。さらに進むと「1ハゼ」と呼ばれる低いパチパチした音が鳴る状態に。この音は豆に含まれている水分が水蒸気になり、膨張することで豆の細胞を押し広げた結果生じている。ここからさらに焙煎を進めていくと、「2ハゼ」の状態になり、生豆の細胞が崩壊することでピチピチとした高い音が鳴り続くようになる。

この焙煎により、コーヒーに含まれる成分として有名なカフェインも変化する、と思っている人もいるかもしれないが、実はほとんど変わっていない。そもそも豆の状態に関わらず、カフェインは成分の1%程度しか含まれていないのである。昔は、「コーヒー特有の苦みにはカフェインが関係している」と思われていたが、現在では私たちが「苦い」と感じる感覚の10%程度にしかカフェインは関与していないとされている。だからこそ、最近増えてきているカフェインレスのコーヒーでも結構苦みがある。

逆に、焙煎によって大きく減る成分にはタンパク質、ショ糖、アミノ酸などがある。生豆は本来植物的な青い香りで、コーヒー特有の香りはしないが、これらの成分が減少することによって香り、色が変化して一気にコーヒーらしくなる。焙煎の度合いは一般的に8段階で表されており、浅煎りのものから順にライト、シナモン、ミディアム、ハイ、シティ、フルシティ、フレンチ、イタリアン。一般的には浅煎りの方が酸味が強く、深煎りの方が苦みが強く出る。特に、スペシャルティコーヒーに不可欠な「際立つ印象的な風味特性」は、焙煎の違いによっても変わってくるものである。浅煎りの方が、一般的にフルティーで華やかな風味が出やすい。焙煎が進んで深煎りになっていくと、チョコレートのような風味になる。

飲み比べの答えは、7番が中煎り、8番が中深煎り。酸味と苦みでの識別自体はわかりやすいが、今回はスペシャルティコーヒー

を使用しているため、参加者は複雑な味わい、フレーバーの違いも楽しむことができた。

飲み比べを伴う本講義の最後には、「コーヒーマスターの資格を取られていない企業の方、うちの会社（店舗）でも取らせようかな、と考えている方がいらっしゃいましたら、ぜひ、取得してください！1店舗、1企業に、コーヒーの知識が深い『コーヒー博士』が1人、2人いるのはとても良いことだと思う」と参加した企業に向けて呼びかけがあった。

飲み比べ見分け表

【1】同生産国での飲み比べ

種	見分け方
①アラビカ	広く好まれる味わい
②カネフォラ	少し苦みがある

【2】異なる栽培品種での飲み比べ

品種	見分け方
③ゲイシャ	華やかな香りで滑らかな質感
④バカマラ	丸みのあるシルキーな舌触り

【3】グレードの違いによる飲み比べ

グレード	見分け方
⑤EPW	SHBに比べると余韻は短め
⑥SHB	余韻を長く楽しめる

【4】焙煎度合いによる飲み比べ

焙煎度合い	見分け方
⑦中煎り	フルティーで華やかな風味
⑧中深煎り	チョコレートのようなビターな風味

【スペシャルティコーヒーの定義とカップングについて】

講義が一通り終わったところで、あらためてスペシャルティコーヒーの定義が紹介された。

SCAJが掲げている「スペシャルティコーヒーの定義」は、「消費者（コーヒーを飲む人）の手に持つカップの中のコーヒーの液体の風味が素晴らしい美味しさであり、消費者が美味しいと評価して満足するコーヒーであること」「風味の素晴らしいコーヒーの美味しさとは、際立つ印象的な風味特性があり、持続するコーヒー感が甘さの感覚で消えて行く事」「カップの中のコーヒーの風味が素晴らしい美味しさであるためには、コーヒーの種子からカップに至るまでの総ての段階に於いて、一貫した体制・工程で品質向上策、品質管理が徹底している事が必須である」の3つ。つまり、「なんとなくおいしい」だけではスペシャルティコーヒーとは呼べない可

能性がある。コーヒーの酸味に関しても、単に酸味が強いコーヒーではなく、「爽やかな明るい酸味特性」であることが必要になってくる。

ここで、スペシャルティコーヒーの定義にも大きく関わる「コーヒーの風味」と関連して、「カップング」についてカップング風景のスライドを用いつつ説明があった。

コーヒー本来の香りや甘味、酸味、苦み、口当たりなどを確認するカップングは、COE（Cup of Excellence）のような各国で1番のコーヒーを決める品評会や、現地での買い付けの際にも行われている。買い付けではたくさんの検体が並び、それぞれをカップングすることで交渉の材料にする。さらに、豆が日本に入ってきてからも品質管理の一環としてカップングが行われている。つまり、国内外問わず、コーヒーに携わる人にとってこのカップングは非常に重要な作業であると言える。

コーヒーマスターの養成講座でももちろん、カップングの実技講座がある。1テーブルに4名が集まり、テーブルに置かれた4種類のコーヒーを飲んで気軽に会話をしながら学ぶ、というやり方を取り入れている。ただ、去年はコロナ禍のためグループ制ではなく、ソーシャルディスタンスを保ちつつ、1人ずつ4種類のコーヒーを用意してカップングしてもらうという方法で行った。なお、スペシャルティコーヒーにも点数をつけるカップングフォームがあるが、ここでは「フレーバー」「後味の印象度（アフターテイスト）」「酸の質」「口に含んだ質感」「カップのきれいさ（透明感）」「甘さ」「ハーモニー均衡性」「総合評価」を基準として点数をつけている。

【コーヒーマスター養成講座のご案内】

最後に、参加者に向けてコーヒーマスター養成講座の案内があった。

今年のスケジュールは3月3日に募集開始、6月に東京と神戸で実技講習会を予定。非常に人気があり例年即日完売になるほどにたくさんの応募をいただいている。応募は先着順なので、ご興味がある人はぜひ早めに申し込んでほしい。」とアナウンスして講座は終了した。

★「第33期 コーヒーマスター養成講座」の申し込みは下記URLから
<http://scaj.org/meister/meister-spring-course>

広報委員会 若岡 桃子

② ゲストトーク

第1部後半は、前半でも説明のあった「コーヒーマスター認定制度」を店舗経営や従業員教育に積極的に取り入れている4社をゲストに迎え、参加者にとって役立つお話をうかがうトークセッションが開催された。

《ゲスト》

- ・猿田彦珈琲株式会社 代表取締役 大塚 朝之氏
- ・東和フードサービス株式会社 椿屋珈琲グループチーフトレーナー 本間 圭介氏
- ・有限会社山 パーンホーフ福島本店 店長 安部 羊氏
- ・株式会社トールコーヒー コーヒー推進部コーヒー教育課 課長 長野 隆成氏

《司会》

SCAJトレーニング委員会 副委員長 土屋 浩史



【大塚氏】

〔店舗紹介：猿田彦珈琲〕

現在の職に就く前はコーヒーショップの南蛮屋でアルバイトをしていた。後述の通りSCAJのイベントがきっかけでコーヒーマスターの資格を取得すると自分に自信が付き、コーヒースタンドがなかった当時、「コーヒーのパー

のようなものをやりたい」と思うようになった。それから3、4年後に独立し、恵比寿で猿田彦珈琲を開業するに至った。店のコンセプトは「たった一杯で、幸せになるコーヒー屋」。

〔コーヒーマスター認定制度の活かし方（経営）〕

自分自身がコーヒーマスターの資格を取った経緯についてだが、そもそも現在の職に就く前はコーヒーショップ南蛮屋でアルバイトをしながら俳優を志していた。そんな中、たまたま訪れたSCAJのイベントに参加したところ、スペシャルティコーヒーに携わる人たちが「大人の文化祭」をしているような風景を目の当たりにし、その世界に強く惹かれた。そこからコーヒーマスターの資格取得に興味を湧き、少し勉強してみると非常に面白かった。さらにその後、SCAJ主催のカッピングを体験したことが資格取得へ挑戦する後押しになった。その時の講師は、なんと偶然にも（本イベントで、前半の講座の講師または本ゲストトークの司会を務めた）角地氏、土屋氏だった。その時にお二人から聞かせてもらったアツい話は、俳優の夢破れて落ち込んでいた20代のころの自分の心に強く響き、「ア

ツい気持ちでこういうことをやってくれる大人がいるんだ!」と感動した。そして、カッピングで味わったコーヒーの風味がまるでレモンティーのようで「面白い」と感じたことも相まって、コーヒーマスター取得に至った。スペシャルティコーヒーに関わる面白くて素敵な大人たちに憧れ、自分もその仲間入りをしたいと思ったのである。

先述の通り、コーヒーマスターの資格を取得して自信がついた自分は、独立してコーヒー屋を開業することになるが、そもそも「どんなコーヒー屋にするか」を決めないといけな。そこで、元々役者志望だった自分は「台本がないと上手くいかないだろう」と考えた。「台本」を書くにあたって自分の知識を顧みたら、「アルバイトをしていた南蛮屋でお客さまとしゃべったこと」、そして「コーヒーマスター養成講座で勉強したテキスト」ぐらいしかなかったため、この2つを軸に台本、もとい物語を作った。

店のコンセプトは「たった一杯で、幸せになるコーヒー屋」と定めた。とはいえ、そもそもコーヒーは嗜好品のため、パンや米のように必需品、というわけではない。それでも、あえてコーヒーを飲んでもらうことで人に幸せになってもらいたい。そのためにはどうしたらいいかと考える中で、自分が知っているのはスペシャルティコーヒーだけであることに気付いた。そもそもこの世界に入ったきっかけは「スペシャルティコーヒーに携わっている大人たちが素敵だった」というものだから、スペシャルティコーヒーを使って商売をしていこうと考えた。結果、「おいしいスペシャルティコーヒーで、人を幸せにできればいいな。」という純粋な想いから、スペシャルティコーヒー専門店のお店を経営することにした。

思い返せば、猿田彦珈琲創業は今から10年ほど前のことだが、創業当時の自分には「スペシャルティコーヒーが好きだから、スペシャルティコーヒーを扱う。」「エスプレッソマシンを使ってみたいからマシンを買ってみる。」など、やりたいことがたくさんあったように思う。あの時も、コーヒーが面白いからコーヒーマスターを取ろうと素直に動いた結果が今につながっていると思うと感慨深い。コーヒーマスターの資格がなければ自分はコーヒー屋にはなっていないので、今回こうしてイベントのゲストとして呼んでいただけて大変光栄だ。

大塚氏のお話の後、司会の土屋氏は「大塚氏のおっしゃる通り、スペシャルティコーヒー界は、本当にアツい人が多い。今日初めてお会いしたが、大塚氏からもそのアツさを感じる。」と述べ、大塚氏の心がアツく燃えているのを感じていた。さらに土屋氏からは個別に「スペシャルティコーヒーを販売する際の工夫」について質問があり、大塚氏は以下のように答えた。

〔スペシャルティコーヒー販売時の工夫〕

もともと、自分には普通のコーヒーよりもスペシャルティコーヒーの方が舌に合っていたんだと思う。スペシャルティコーヒーを飲むと、苦すぎると感じたり、頭が痛くなったりすることもなかった。そんな



自分が良い、おいしいと思ったものを自信を持って人に説明できるのはとても気持ちが良い。この「自分が良い気持ちでコーヒーを提供できる」というのが既に付加価値なんだろうと思う。さらに、販売する側がコーヒーマスターのような資格を持っていると、なおさらお客さまにも心強く感じてもらえるという価値があると思う。例えば、コーヒー豆のパッケージなどに説明で書いてある「フルーティーでオレンジのようなフレーバーで云々」というのをそのまま読んで説明するよりも、自分自身が飲んだ時にどう感じたかを正直に説明できる、ということの方が大事だと思っている。

【本間氏】

〔店舗紹介：椿屋珈琲〕

東和フードサービス株式会社（以下、東和フードサービス）が運営している「椿屋珈琲」。東和フードサービス自体のコンセプトは「あったら楽しい手の届く贅沢」であり、これを椿屋珈琲として具現化するために心掛けて



時代の洋館をイメージした内装」。この内装は、お客さまからも非常に好評いただいている。ご提供するコーヒーにももちろんこだわり、「サイフォンを使って淹れる」「食器もロイヤルコペンハーゲンを使う」などして「手の届く贅沢」を演出している。

〔コーヒーマスター認定制度の活かし方（従業員教育）〕

当社のコーヒーマスター資格取得者数は167名。うち、アドバンスト・コーヒーマスターの取得者は14名。会社としてコーヒー

マスターの養成に力を入れているのは、そもそも東和フードサービス、椿屋珈琲、そしてSCAJには深いつながりがあることに由来する。実は、東和フードサービスの前会長（岸野禎則氏）はSCAJトレーニング委員会の初代委員長。前提として、当時「水商売」とも呼ばれていたコーヒー業界において、「認定資格を定めて地位の向上を図りたい」という想いがあり、東和フードサービスとしてもその想いを推進する姿勢があったのである。そのため東和フードサービスでは、コーヒーマスター養成講座の第1期目から今に至るまでずっと、資格取得者を出し続けている。

コーヒーマスターを多く輩出することで、得られた1番のメリットは、従業員がよりコーヒーに興味を持つようになり、専門性が増したこと。より専門的な従業員が増えたことで、以前の椿屋珈琲は焙煎を他社に依頼していたが、2010年からは工場を持って自社焙煎を行うようになった、という変化もある。焙煎工場を持ったことで、焙煎した豆を自社で使うのみならず他社にも卸すようになった。また、当社ではコーヒーマスターで得た知識・経験を活かして社内大会も開催している。大会内容は「コーヒーの知識を活かしてお客さまにどのようなご提案をするか」というもの。こうした社内大会を続けたことで、SCAJ主催の大会や、サイフォンストチャンピオンシップのような外部での大会にも積極的に参加するようになってきている。さらに、商品開発の面においても、「お客さまにスペシャルティコーヒーを知ってもらえるような商品の開発」という点でコーヒーマスターの活躍が増えてきている。

コーヒーマスター取得による大きささまざまなメリットがあるが、中でも最も大事なのが「接客サービスの向上」だと思う。コーヒーマスターを取得するだけでなく、取得の過程で得た知識をお客さまに還元することが重要だと考えている。実際、コーヒーマスターを取得した従業員たちはお客さまへのサービス、会話のレベルも上がってきている。さらに、そうした社員の姿を見てアルバイトの人たちも自然と「コーヒーマスターを取得したい!」と思えるような

環境ができてきている。また、既にコーヒーマイスターを取得している人も、さらなるレベルアップを目指してアドバンスド・コーヒーマイスターの取得を志す人も増えてきた。こうしてコーヒーマイスターを持っている人数が増えると、企業としてのコーヒーのレベルは上がるので、これからも従業員のコーヒーマイスター取得を推進していきたい。

本間氏のお話の後に土屋氏は「昨日、椿屋珈琲に行った。内装やサービスはさることながら、砂糖やミルクが入っている器も素晴らしかった。こういう付加価値の素晴らしさをあらためて感じた。」と、椿屋珈琲のサービスの質にあらためて感心していた。加えて、土屋氏からは「フルサービスの店である椿屋珈琲が大事にしていること」について質問があり、本間氏は以下のように答えている。

〔フルサービスの店として守り続けていること〕

接客をする上で、お客さまの知らないことをお教えること、お客さまがしてほしいと思うことをすることを大事にしている。私たちはゆとりとくつろぎの時間を提供しているので、お客さまの表情をよく見て、お客さまが求めているコーヒーを提供できるように心がけている。



【安部氏】

〔店舗紹介：バーンホープ〕
バーンホープは大阪にあるコーヒーショップ。福島本店であるファクトリーストアでは焙煎、自家製ケーキと焼き菓子の製造を行っている。もう1店舗の自家焙煎珈琲工房（阪急三番街店）はどちらかというと喫茶店的な役割を担っている。店のコンセプトは「自家焙煎コーヒーとそれに合う自家製ケーキ・焼き菓子」。

提供している飲み物にはジュースやお茶が一切なく、コーヒーのみである。ブレンドコーヒーは3種類取り揃えており、ケーキ、焼き菓子はドイツのウィーン菓子をメインに25種前後をラインナップ。ドイツ製のスイーツである理由は、ドイツには「コーヒーのためのケーキ、ケーキのためのコーヒー」という文化があるため。店舗では、お客さまの好みに合わせて、その日のコーヒーに合うケーキをご提案することで、好評をいただいている。

一昨年のG20サミット首脳夕食会ではオリジナルブレンドを作って提供させていただいた。G20にちなんで、20種類20か国のコーヒー豆をブレンドしたが、こちらは商品化もしており、現在店頭でも販売している。オリジナルのケーキも販売している。例えばクリスマスだとドイツの伝統的な菓子「シュトーレン」が並んでいることもある。

〔コーヒーマイスター認定制度の活かし方（従業員教育）〕

現在、コーヒーマイスター資格取得者は従業員18名中13名で、資格取得者率は72.2%。社員のみにも絞ると11名となっている。

コーヒーマイスター取得の効果として、まず1つ目は「マイスターバッジがお客さまへのアピールになる」というものがある。バッジをつけて仕事をしていると、大半のお客さまから「これは何のバッジですか?」と聞かれる。そんな時は「ワインで言うところのソムリエのように、コーヒーのプロ資格がある。」という風に説明している。それによって「バーンホープに行けばコーヒーのプロがいるので、何でも相談できる!」という安心感をお客さまに持っていただくことができる。

2つ目は「従業員の自信・モチベーションアップにつながる」という利点。コーヒーマイスターには上級となるアドバンスド・コーヒーマイスターの資格があったり、コーヒーマイスター以外だとカップリングの資格などもあったりする。こうした上位の資格や関連した資格取得への意欲につながる、という効果は大きい。

店舗ではコーヒーマイスターの資格取得者が増えてくるにつれ、「抽出はコーヒーマイスターが行うもの」という雰囲気ができ、今ではそれが普通になっている。抽出の様子はカウンター越しに見えるため、大阪という土地柄もあるだろうが、バッジを持っていない人が抽出をしようとするとお客さまから軽くツッコミを食らうこともある。だからこそ、バッジを持っていない従業員は「早く資格を取得したい」と焦りだす風土ができてきている。

また、最近はコロナの影響でなかなか開催できていないものの、コーヒー教室も開催している。主な内容は、コーヒーの淹れ方、コーヒーができるまでの基礎知識など。このコーヒー教室の講師もコーヒーマイスターの資格取得者が行うことになっており、人から教わるだけでなく、自分でも教えることで自信につながり、自身の勉強にもなるという効果がある。

最後に私事になるが、自分はこの仕事に就く前、不動産の営業をやっていた。そのためコーヒーの知識がほとんどなかったが、そんな自分でもコーヒーマイスターの資格を取れたという事実がある。コーヒーマイスターは、コーヒーの知識がまったくない人、これから学びたいと思っている人にはうってつけの資格だと思う。

安部氏の発表が終わると、土屋氏は「第1部の前半で参加者に飲み比べてもらったコーヒーは、実は安部氏が焙煎したもの。」であることを明かし、「『こういう味を出してほしい』という要望にポイントに応じていただき、ありがたかった。コーヒーマイスターの経験の賜物だ。」と感謝を述べた。そして、土屋氏は、安部氏自身も取得したコーヒーマイスターの資格について、特にどんな人に薦めたいかを質問し、以下のように答えていただいた。

〔コーヒーマイスターの取得をどのような人に薦めたいか〕

経験・知識がなくても興味がある、という方はぜひ。「もっと知りたい/好きになりたい」という人が気軽に受けてくれるような資格になれば良いと思う。



【長野氏】

〔店舗紹介：神乃珈琲〕

1962年創業のドールコーヒー。現在ではさまざまな業態があるが、2016年には関連会社である株式会社プレミアムコーヒー&ティーが、「日本人による日本人のためのコーヒー」を提供する神乃珈琲を新たにオープン。

焙煎工場にもなっている目黒の「Factory & Labo」をはじめ、銀座、京都、心斎橋にも店舗を構えている。

コンセプトは「日本から世界へ」で、日本人の繊細な味覚に合うようなコーヒーを追求し続けている。砂糖にも和三盆を使うなど、五感で楽しめるような店づくりを心がけ、特に、目黒にある焙煎機はインパクト抜群でお客さまの目に留まりやすい。興味のある方はぜひ来てみてほしい。

〔コーヒーマイスター認定制度の活かし方（従業員教育）〕

当社のコーヒーマイスター資格取得状況は、累計259名。その中でアドバンスド・コーヒーマイスターを取得している者は18名いる。社内制度として、「入社して1年目の者にはコーヒーマイスター取得にかかった費用を会社が負担する」という取り組みもしている。

ここで、コーヒーマイスターとして活躍した従業員の事例として、アドバンスド・コーヒーマイスターまで取得し、現在は管理統括に携わっている廣田真麻氏を紹介したい。彼女は2009年に入社して同年にコーヒーマイスターを取得し、エクセルシオールカフェの店長を経験している。2012年にはJHDC（Japan Hand Drip Championship）に出場。さらにはカップリングの大会にも出場している。その後関西の焙煎工場にも勤めていたが、2016年の神乃珈琲の立ち上げとともに店長として赴任。2017年にはアドバンスド・コーヒーマイスターを取得し、ハンドドリップの大会では毎年決勝に進んでいる。最近はコロナウイルスの影響で大会がなくなったりもしているが、今年はぜひ再開してほしいと思う。

廣田氏が出場しているJHDCでは、「量の違う抽出を同じ豆を使って行い、同様の味わいにそろえるようにする」というスキルが求められる。基本的な抽出技術が問われるのはもちろんだが、「与えられた豆をどのように抽出すれば味がそろるか」を臨機応変に考えなければならない。そんな時に考えのベースになるのは、コーヒーマイスター養成講座で学んだ内容だと思う。コーヒーマイスター養成講座では、コーヒーに関する知識が学べるのはもちろん、実技の講義もあるため、店舗運営、接客、商品開発など全般的に経験が活かされていく。店舗での実務から大会で必要な知識まで、コーヒーに関する幅広い知識が身に付くので、コーヒーマイスターの資

格は、非常におすすめ。なんと言っても、店舗で働くのに知識がなければお客さまへの説明はできないし、抽出をする時にも基本的な知識・技術は不可欠。そして神乃珈琲でも行っている、一般のお客さまへのセミナーも知識がないと行えない。これからも当社ではコーヒーマイスターの資格取得推進を継続して行っていく予定。

長野氏のお話が終わると、土屋氏は「神乃珈琲は、ミルフィーユなどのスイーツがおしゃれ。内装もゆったりとして、ランプなども細かいところまでこだわっていてすごく素敵。」と、店内の雰囲気やスイーツを絶賛した上で、社員教育についての今後の展望を質問した。

〔今後、社員教育はどのようにしていきたいと考えているか〕

自分自身、2006年ごろにコーヒーマイスターの資格を取得したが、非常に幅広いことを学べた。中途入社した社員も含め、当社では入社してきた人には基礎知識を身に付けてもらうためにこのコーヒーマイスター養成講座を薦めている。社内教育をより進める上では、コーヒーマイスターの資格を持っている者が講師役をできるようにもしている。

ゲスト4名の貴重なお話が終わると、土屋氏は「コーヒーマイスター、スペシャルティコーヒーに携わる人はやっぱりアツい人が多い。そして、コーヒーマイスターという資格の有益性をあらためて実感できた。」と統括した。

次号では、イベントの第2部として行われた、各種大会のチャンピオン対談「日本一・世界一のバリスタに聞く、スペシャルティコーヒー&外食業界のこれから」の模様をお届けします。どうぞお楽しみに!

広報委員会 若岡 桃子



協会活動紹介

SCAJ専務理事である上島氏より協会活動の紹介があった。

SCAJの発足は約18年前であり、設立の趣旨は「スペシャルティコーヒーの普及・啓蒙」。現在の会員数は約1,800強となっている。なお、この会員数には一個人から何千人という従業員の所属する企業まで含まれているため、有効人数として1万人以上はいる。

その活動内容の1つ目は、「調査研究」。スペシャルティコーヒーの定義ほか、いろいろなものを開発している。2つ目は「普及啓蒙活動」。セミナー、ワークショップ、競技会などを通してスペシャルティコーヒーの普及・啓蒙をしている。3つ目は「情報発信」。年1回の展示会、世界の協会と連携を取って情報の交換などを行っている。

多岐にわたって活動しているSCAJの組織は、9つの委員会と1つの認証委員会によって成り立っている。具体的には、イベント・展示会を実施する「コンファレンス・展示会委員会」、情報提供を行う「広報委員会」、新規会員獲得のための「会員開発委員会」、エスプレッソ抽出に関する研究・啓蒙を行う「バリスタ委員会」、コーヒーマイスターの養成に携わる「トレーニング委員会」、スペシャルティコーヒーの定義などの開発を行う「テクニカルスタンダード委員会」、認証コーヒー、CQIの認証をやっている「サスティナビリティ委員会」、ハンドドリップやサイフォンに関する研究と啓蒙をしている「コーヒーブリューワーズ委員会」、焙煎の研究をしている「ローストマスターズ委員会」の9委員会、そして9つの委員会の全領域での資格認証を行う「資格認証委員会」が存在する。また、委員会以外の事務局では、市場踏査と情報発信をしている。

競技会については、ジャバンバリスタチャンピオンシップ、ジャバ

ンコーヒーブリューワーズカップ、ジャバンラテアートチャンピオンシップといった各種日本大会を開催している。この大会は世界大会、世界の協会ともつながっており、活発に情報交換などもしている。特に、サイフォンが日本の文化であることから、サイフンの世界大会はSCAJが運営している。

これらすべての活動の集大成として行っているのが、年に1回の展示会。昨年は新型コロナウイルスの影響で開催できなかったが、今年はできる限り開催したいと思っている。今年の展示会は既にスケジュールが決まっており、11月17日から19日、場所は東京ビッグサイトの青海展示会場Aホールを予定。競技会、生産国の展示やセミナー、機械関係、卸・小売の展示、周辺機会の展示に加え、コーヒー周りのお菓子やチョコレートの展示なども行う予定である。プロの方はもちろん、コーヒーに興味がある方にもためになる情報満載の展示会になると思う。ご興味がある方はふるって参加してほしい。なお、協会に入会していただくと、セミナーやコーヒーマイスター養成講座での特典もある。入会はすべてホームページから行っているため、興味がある人はぜひ覗いてみてほしい。

★SCAJへの新規ご入会は下記URLから

<http://scaj.org/footer-contents/applications#signup>

広報委員会 若岡 桃子

編集後記

Editor's note

昨年から世界を混乱と恐怖に陥れている新型コロナウイルスはスペシャルティコーヒー業界にも引き続き大きな影響を与えています。今年の春から日本国内に於いてもワクチン接種が始まるという暗闇の中でも一筋の光が見えてきました。とはいえ、まだまだ楽観視することはできませんし、元の生活に戻るのにかなりの時間を要するでしょう。この時代だからこそできること、やれることを何かを考えて行動することが重要だと考えます。オンラインを活用した各種イベントやウェビナー、十分な感染症対策を講じた資格セミナー等の開催など、コロナ時代のSCAJは活動をしています。コーヒーの需要が高まっている今こそ、こうした新しい試みに参加してみたいかでしょうか。

広報委員会 / 堀内 隆志

アジア最大のスペシャルティコーヒーイベント



2021 テーマ

CONNECTING TO A SUSTAINABLE FUTURE

2021

11.17 ^W_E_D - 19 ^F_R_I

10:00~17:00

最終日は16:00まで

東京ビッグサイト 青海 Aホール

入場料 3日間共通 ▶当日1,500円(税込) ▶事前登録1,000円(税込)
招待券持参者は無料 ※2021年は西展示棟から青海展示棟に会場が変更となります。

出展ブース

国内外からコーヒー関係者が集う年に一度のスペシャルティコーヒーカンファレンス。

中南米、東南アジア、アフリカ諸国などの生産国から高品質なコーヒー豆が集まり、多様なスペシャルティコーヒーのテイस्टングに加え、焙煎やカップングが体験できるブースも。欧米の最新鋭機器や、国内外メーカーのバラエティに富んだコーヒー器具・グッズが勢揃いします。メディアでおなじみの人気カフェオーナー、有名ロースター、売れっ子バリスタなど業界の著名人にも出会える貴重なイベントです。



セミナー

生産国から専門家が来日し、土壌改良、気候変動・温暖化対策、精製工程の改善など、コーヒー産地における最新の取り組みをご紹介します。産地で収穫されたばかりのコーヒーの試飲会など、バイヤー必聴のセミナーを多数開催。そのほか、カフェ開業・店舗経営に役立つ知識や、焙煎士・バリスタ向けのトレーニング、カフェ業界の最新トレンド等、各種セミナーを開催予定です。



競技会

会場内イベントステージでは、日本各地で活躍するトップバリスタやロースターたちが頂点を目指してその腕前を競う各種競技会を開催。各大会の優勝者は世界大会への出場権を獲得します。

- ジャパンバリスタチャンピオンシップ(JBC) 2021 決勝
- ジャパンコーヒーイングッドスピリッツチャンピオンシップ(JCIGSC) 2021 決勝
- ジャパンブリューワーズカップ(JBrC) 2021 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) 2021 決勝
- ローストマスターズチームチャレンジ(RMTC) 2021

※左記は開催予定の競技会です。変更となる場合があります。



最新情報は
こちら



SCAJ2021 公式サイト
<https://www.scajconference.jp/>



@scajconference



前回の展示会
映像はこちら

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
TEL : 03-3831-2698 Email : info@scajconference.jp

主催



一般社団法人
日本スペシャルティコーヒー協会
<http://scaj.org/>

