

News Letter

SCAJニュースレター

vol.
83



SCAJ2025特集



NewsLetter

SCAJニューズレター
vol.83



SCAJ会長挨拶

2025年も年の瀬を迎え、本年を振り返る時期となりました。

本年の展示会では、4日間合計で96,823名の来場者を迎え、昨年比28.3%増という過去最高の記録となりました。また、出展者数は500社、720小間と、こちらも昨年比20.8%増となり、多くのスポンサーの皆さまから多大なるご協賛を賜りましたこと、心より御礼申し上げます。

会期中には、生産国をはじめ国内外から多数のセミナーが開催され、新たな情報や先進的な取り組みが広く共有されました。品質、サステナビリティ、ビジネスの在り方など、多角的な視点からの発信は、日本のスペシャルティコーヒーの現在と未来を示す貴重な機会となったと思います。

また本年は、SCAとのMOU締結という大きな節目を迎え、SCAが取り組む新たなコーヒー評価システムが正しく日本市場に伝わる環境が整いました。さらに、2027年にはWorld Barista Championshipが20年ぶりに日本で開催されることも決定。日本のコーヒー業界の変化と発展につながる多くの「種」を蒔く一年となりました。

来たる2026年には新たな理事を迎え、組織としての若返りを図りながら、次の時代へ向けたさらなる礎を築く年としてまいりたいと考えております。これら全ては、SCAJ会員の皆さまのご理解とSCAJの発展に寄与していただいている各委員会ならびに関係各位のご尽力の賜物です。深く感謝を申し上げますとともに、今後とも変わらぬご支援をお願い申し上げ、年末のご挨拶といたします。

一般社団法人 日本スペシャルティコーヒー協会
会長 加藤 慶人

Contents [目次]

- 1 ・目次
- 2 ・会長挨拶
- 3-4 ・SCAJ2025総括
- 5-6 ・ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ 2025(JSC2025)結果報告
- 7-8 ・ワールド サイフォニスト チャンピオンシップ 2025(WSC2025)結果報告
- 9-10 ・ジャパン カップテイスターズ チャンピオンシップ 2025(JCTC2025)結果報告
- 11-12 ・ジャパン ハンドドリップ チャンピオンシップ 2025(JHDC2025)結果報告
- 13-14 ・ジャパン プリューワーズ カップ 2025(JBrC2025)結果報告
- 15 ・ジャパン バリスタ チャンピオンシップ 2025(JBC2025)優勝者コメント
- 16-21 ・大会ハイライト
- 22 ・利き珈琲選手権 優勝者コメント
- 23-28 ・CVA(SCA方式)に代わる新しいスペシャルティコーヒーの官能評価方式 ～化学データとの相関に基づく品質評価～
- 29-31 ・コーヒー産地の気候変動対策最前線と世界で法令化が進む人権・環境デュー・ディリジェンスの業界への影響
- 32-34 ・過去から現在へ ～日本の購買行動の変遷をたどる～
- 35-36 ・Taste of the Harvest Brazil
- 37-38 ・コロンビアコーヒー最新情報 ～付加価値を高める持続可能な取り組み～
- 39-40 ・NICARAGUA IS COFFEE
- 41-42 ・グアテマラコーヒーの革新性 ～変化するグローバル市場で競争力を維持する鍵～
- 43-44 ・コーヒーの世界需給概況とスペシャルティコーヒーのこれから
- 45-46 ・世界で最も訪れやすいコーヒー生産国、台湾。～最も高級なコーヒー生産地域向けのCVA応用～
- 47-48 ・ECOMセミナー ～当社のコーヒーサプライチェーンにおける持続可能性の価値～
- 49-50 ・新Qグレーダーの最新情報
- 51-52 ・アライアンス・コーヒー・フレンズ主催 特別カップリングセッション
- 53-55 ・タンザニアコーヒー&カップリングセッション2025
- 56-58 ・ウガンダコーヒーの旅路 ～その起源からカップまで～
- 59-61 ・IWCA朝食会および日本支部設立10周年祝会
- 62 ・イベントの様子
- 63-64 ・Coffee Village
- 65-66 ・ウェルカムパーティー
- 67 ・編集後記

SCAJ2025総括



9月24日(水)から27日(土)までの4日間にわたって、今年も東京ビッグサイトにて「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 エキシビジョン 2025」が開催されました。昨年までは、同施設内の西展示棟にある2つのホールと南展示棟のホール1つに分かれての開催でしたが、今年は南展示棟の1～4ホールを丸ごと使用。大きい企業ブースがメインのB to B向け会場と、Coffee Villageを中心としたB to C向けの会場が同じ建物にまとまり、両会場の行き来がしやすくなっていました。会場規模も拡大した今年の出展者数は320社・556小間で、37の国と地域からの参加があり、Coffee Villageだけでも180の出展者が集まりました。

今まで以上に大規模な展示会となった今年のテーマは“Belong together in Coffee(コーヒーで一緒にいよう!)”。開場に先立って行われたオープニングセレモニーでは、加藤会長のご挨拶がありました。加藤会長からは「今年は過去最大規模での開催となった。これほどまでに多くのコーヒーの仲間たちが一堂に会するのは、スペシャルティコーヒーが世界的に愛され、発展してきている証拠である。そして今、私たちSCAJが目指すのは、単なる品質向上・市場拡大に留まらない。だからこそ、“Belong together in Coffee”コーヒーを通じて、共に支え合う社会を育むことが必要となってくる」と展示会テーマになぞらえたお話があり、「ご来場の皆さまにとって、この4日間が新しい出会いと学びの場になり、コーヒーの可能性を感じていただけるよう願っている」と結びました。

そして今年も、後援の東京都より小池 百合子都知事によるビデオメッセージも流されました。小池都知事は、世界から日本のSCAJへ参加して下さった方々への感謝を述べつつ、「17～18世紀ごろに日本へやって来たコーヒーは、焙煎や抽出へのこだわりや、ドリップバッグ、缶コーヒー、インスタントコーヒー等の商品を通して、独自の文化で発展してきた。そんなコーヒーは、まさに日本の“匠の業”を体現するような存在になっている」と日本における独特のコーヒー文化について触れた後、「コーヒーのサステナブルな未来を作っていくために、生産者と密接な関係を築きながらさまざまな取り組みをしている皆さまに期待している。そしてSCAJ2025が実りの多い展示会になるよう祈っている」と述べられました。



▲小池 百合子都知事

オープニングセレモニーに参列した15の国の代表者たちとSCAJ会長らによるテープカットにより、展示会がスタート。初日から最終日まで、入場ゲート前には朝から長蛇の列ができており、オープンと同時に会場内はたくさんの熱狂的なコーヒーラバーたちで満たされました。今年もゲート前の最前列にいた方々にお話をうかがったところ、「お目当てはブラジルのブースだが、Coffee Villageも見たい。海ノ向こうコーヒーのセミナーも聴講する(開業予定)」「アフリカ系の生産地やラッキーコーヒー(株)のブースなどを見たい。各店の試飲も楽しみ!(一般)」「ブースを見て回るのももちろんのこと、2日目のJBC決勝、3日目のJHDCを見に来た(一般)」など、お目当てはさまざまながら、どの方からも展示会を全力で楽しむ意気込みを感じられました。B to C向けのCoffee Villageがメインの南3、4ホールの待機列でも、「Hario(株)のブースを目当てに来たが、豆も買いたい!」「ROK Coffee Japanのブースへ今村能章さんのエスプレッソカップを見に行きたい。Fika Coffee roasteryさんにも取り置きを頼んでいるので、そちらの回収にも行く」など、具体的なお目当てがある一般の方の姿が印象的でした。

会場内では、お目当てのブースや商品を前にした来場者たちのうれしそうな表情が各所で見られました。特に今年は企業向けと一般向けの会場が同じ展示棟にまとまったことも影響してか、一般の来場者が今まで以上に多かったのも特徴です。B to Bメインの南1、2ホールでも、平日にもかかわらず「一般」の入場証を付けた方が多く見られ、一般向けのラインナップで出展している企業も例年に比べ微増している印象がありました。1、2ホールで出展しているメーカー(機械)の方からは「一般の来場者が多いので、一般の方にも商品の魅力を知っていただき、“将来の見込み顧客”になっていただけたらうれしい」との声も。そんな一般来場者たちのSNSでの投稿を見ると、「〇〇バリスタを生で拝めて感動した!」「1、2ホールでいろんなツールを見たが、かっこよかった!」といったものも見られました。「一般」「学生」としてSCAJに来場していた方が、やがて「開業予定」、果ては「カフェ/喫茶店」や「自家焙煎」等の入場証を首から下げて来場する未来に期待です。

「首から下げる」と言うと、今回の会場内で特に目立っていたのが「試飲用の小さなマイカップ」を首から下げてブースを回る来場者たちの姿。こうしたマイカップは、民営のコーヒーイベントなどでも以前から見られていましたが、今年のSCAJでは使用者が多数いました。また、企業向け、一般向け問わずさまざまなブースでマイカップが販売されていたのも印象的でした。お気に入りのカップで試飲ができて、環境にも良いこのグッズは、来年以降もより使用者が多くなる事が予想されます。

環境への取り組みに関しては、展示会自体も「SDGsアクション」を展開。会場内で提供されるコーヒー抽出後の粉や、使用済みの紙カップ、牛乳パックなどを再生可能な



▲マイカップの一例

資源として有効活用することを目指し、回収を行っていました。また、各ブースなどでもフェアトレード認証のコーヒーを売っている出展者がいるなど、昨年にも増して持続可能なコーヒー生産に関するものを多く見かけました。加えて、ステージイベントなどでもSDGsをメインにしたものも多く見られたほか、各生産国セミナーでは必ずと言っていいほど「自国での持続可能なコーヒー生産への取り組み」について語られることが多く、2050年問題などがぐっと身近に感じられた方も多かったかと思えます。

そして来場者の中には「これを見に来た」という方もいるほど、年々注目度を増す競技会では、今年も各ステージで熱戦が繰り広げられていました。何度もチャレンジして悲願の優勝をつかみ取った方をはじめ、中には「親子2世代で連続チャンピオン」という前代未聞の偉業を成し遂げた方も。舞台上で闘う選手はもちろん、客席でも立ち見が発生していたり、応援グッズを作って来る方がいたり、会場全体が熱気とエネルギーに包まれていました。

南棟全体が連日熱く盛り上がり、参加者たちのコーヒー愛で余熱がある中に幕を閉じたSCAJ2025。4日間での来場者数は96,823名となりました。昨年の75,217名を大幅に上回る人数を記録し、来年にはおそらく10万名を超えることでしょう。2027年の春にはWBCを含むSCAJ2027の開催も決定し、世界からもますます注目が集まるSCAJおよび日本のスペシャルティコーヒー業界ですが、今後もこの展示会がコーヒーを愛する全ての人たちにとっての居場所であってほしいと願ってやみません。

広報委員会
若岡 桃子

9月24日 (水) 10:00~17:00

ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ 2025 (JSC2025) 結果報告



ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ 2025の決勝大会が、9月24日(水)のSCAJ展示会(東京ビッグサイト)内4階ステージにて開催されました。JSC初の南展示棟4階ステージでの開催ということで、開会式時点では観客席に空席も目立ち心配されましたが、競技スタート時には立ち見も出るほど盛況となりました。

今決勝大会においては、6月13日(金)~15日(日)にJ.C.ビルディングで開催されたJSC予選大会を好成績で勝ち抜いた千田 陽介サイフォニスト、清水 兼聖サイフォニスト、近藤 寛之サイフォニスト、寶 和輝サイフォニスト、萩原 明東サイフォニスト、渡邊 脩太サイフォニストの6名の選手により、熱い戦いが繰り広げられました。

JSCでは、より多くの選手が参加しやすいように予選のルール&レギュレーション(以下、R&R)を変更し、以降順調に参加者が増加しております。今予選においても募集当日に48名の定員に達し、キャンセル待ちの状態となりました。最終的には体調不良等もあり、46名の方にご参加いただきました。

決勝大会のR&Rについては、世界大会のR&Rに準じ、自身で決めたテーマに沿ってプレゼンを行います。そしてJSC/WSCの特色である「単一コーヒーでなく、

より複雑な味わいを引き出すためブレンドされたコーヒーと、オリジナルドリンクであるシグニチャービバレッジ]を作り、それぞれ3カップで表現します。

この素晴らしい戦いの中、見事優勝を勝ち取ったのは千田サイフォニストでした。千田サイフォニストは東和フードサービス株式会社 椿屋珈琲焙煎所にお勤めされており、過去JSCに何度も出場されておりましたが、今一步優勝には手が届きませんでした。そんな経験と悔しさの積み重ねが、今回の優勝という素晴らしい結果につながったのではないかと思います。おめでとうございます。



▲千田 陽介さん



優勝した千田サイフォニストには、ワールド サイフォニスト チャンピオンシップ 2026 (WSC2026)に日本代表として出場していただきます。世界大会でのご活躍を期待いたします。

本競技会は参加者が少なく、試行錯誤を繰り返してきましたが、ここ数年、競技者ならびに審査員の方に数多くご参加いただき、R&Rの変更も定着したことで、サイフォン競技の裾野が広がっていると感じます。また、今決勝大会では初進出のサイフォニストが多く、目新しいメンバーでの大会となったことから裾野の広がりを実感することができました。今後も引き続き、JSCをよりよく発展させていきたいと思っております。

最後に、今大会に関わっていただいたスポンサー各社様・競技者・ジャッジ・ボランティアの方々・運営関係者の方々、ご協力いただき、誠にありがとうございました。この場をお借りしてお礼申し上げます。

競技会運営委員会
宇野 裕



9月24日(水)10:00~17:00 決勝開催
ジャパン サイフォニスト チャンピオンシップ 2025 (JSC2025) 決勝結果

順位	氏名	会社名	店舗名	所在地	スコア
優勝	千田 陽介	東和フードサービス株式会社	椿屋珈琲焙煎所	東京都	396.5
2位	清水 兼聖	株式会社嗜好品研究所		東京都	395.5
3位	近藤 寛之		Kondo Coffee Stand	埼玉県	388.0
4位	寶 和輝		KUUHAKU COFFEE	兵庫県	374.0
5位	萩原 明東	株式会社 ア・グッド・ダイナー	マーメイドコーヒーロースターズ	東京都	365.5
6位	渡邊 脩太	Ristretto株式会社	SHIKISHIMA COFFEE FACTORY	群馬県	-

ワールド サイフオニスト チャンピオンシップ 2025 (WSC2025) 結果報告



▲Chan Yin Yuさん

2025年9月25日(金)、SCAJ展示会のステージでWSC2025が開催されました。今年は、昨年の3カ国から参加国が増加し、4カ国5名の競技者が参加。初参加を目指していたイランは、残念ながら昨年に続きビザの関係で来日が叶いませんでした。ちなみに、イランサイフォン協会ではWSC参加に向け競技会運営の勉強やジャッジの育成を行い、国内大会を2年連続開催し、代表選手も決定していました。イランサイフォン協会メンバーの熱意が報われず、残念でした。

また、日本代表はコロナ禍でのWSC未開催の影響で、23年度チャンピオン・24年度チャンピオンの2名での参加となりました。

今回参加した5名の競技者——台湾代表Chu Shaochiサイフオニスト、香港代表Chan Yin Yuサイフオニスト、中国代表Guo Xiaoyanサイフオニスト、そして日本代表塚本 真梨菜サイフオニスト、酒田 ちえみサイフオニストによる競技内容は非常にレベルが高く、見応えのある大会でした。本競技会では、サイフォンコーヒーの抽出技術とプレゼンテーション、さらにWSC/JSC独自の「単一コーヒーではなく、可能性を無限に広げるべくブレンドされたコーヒーやシグネチャービブレッジの味」が競われました。競技者たちは技術力のみならず、サイフォンコーヒーの可能性や魅力を伝えるべく、情熱を込めてプレゼンテーションを行いました。

各競技者素晴らしいパフォーマンスを発揮されましたが、その中で優勝を勝ち取ったのは、香港代表のChan Yin Yuサイフオニストでした。彼女は、「Coffee As Art」をテーマに、自身を「コンポーザー(作曲家)」と表現。競技を「アート作品の創造」に例え、芸術的・詩的な表現で体験型パフォーマンスとして観客を巻き込むスタイルは見事でした。惜しくも優勝に届かなかった他競技者の披露した抽出技術やプレゼンテーション、創造力、情熱も審査員から高く評価されました。

そんな本大会のジャッジは、世界各国より集まっています。特に今回は、初めてアフリカのエチオピアからもジャッジが参加。彼女は情熱をもって「エチオピアにサイフォンコーヒーを広げたい」と語ってくれました。このような多様性をもったジャッジをまとめたのが、昨年よりジャッジマネジメントを引き継いだYu-Jung Huang (Chris) 氏です。彼女は競技者たちの創造性と情熱を称賛し、尊敬をもって競技者に接しながら審査を進行していました。

例年同様、WSC終了後には「Siphon Love's Party」を開催しました。JSC/WSC参加の競技者・各コンペティションボディ・ジャッジ・ボランティア、運営関係者が一堂に会し、SCAJ上島初代会長もサプライズで登場。鏡割り・歓談と楽しい時間を過ごしました。



▲酒田さん



▲塚本さん

最後に、今回の大会はまだ参加競技者が少なく、招致活動の課題が残るものの、サイフォンコーヒーの素晴らしさを再確認する大会となりました。加えて、競技者、ジャッジ、関係者全員がサイフォンコーヒーの魅力の世界に広めるという大きな使命を再確認する貴重な機会にもなったと思います。競技の様子はYouTubeで視聴可能ですので、ぜひご覧ください。本大会に関わっていただいた全ての方々に、この場を借りて感謝申し上げます。

WSC事務局



9月25日(木)10:00~17:00 決勝開催
ワールド サイフオニスト チャンピオンシップ 2025 (JSC2025) 決勝結果

順位	氏名	国	スコア
優勝	Chan Yin Yu	香港	450.0
2位	酒田 ちえみ	日本	442.0
3位	Chu Shaochi	台湾	440.5
4位	Guo Xiaoyan	中国	438.0
5位	塚本 真梨菜	日本	384.0



9月26日 (金) 10:00~13:30

ジャパン カップテイスターズ チャンピオンシップ 2025 (JCTC2025) 結果報告



SCAJ2025内で、ジャパン カップテイスターズ チャンピオンシップ (JCTC) が開催されました。JCTCの基本ルールは、非常に明快でありながら実際には極めて奥深いものです。競技は「3カップのうち1つだけ味が異なるものを見抜く」という課題を8セット行い、合計8問を制限時間8分以内で解答します。単純なルールながら、求められるのは高度な味覚の正確性と短時間での集中力。正解数の多い選手が上位となり、同点の場合は解答時間の速さが順位を分けるという、まさに「正確さとスピードの両立」を競う競技——頭脳と感覚の勝負です。

2025年大会の予選は、東京と神戸の2会場で実施されました。各会場ともに2日間にわたり、午前・午後の部それぞれ28名ずつが参加。1会場あたり112名、全国で合計224名という大規模な枠で募集されましたが、両会場とも募集開始から即日で定員に達する盛況ぶりでした。日本全国からトップクラスのカッパー（カップリング技術者）が集まり、いまやJCTCは誰もが「一度は挑戦したい」と憧れる人気競技会へと成長しています。

大会が始まった当初、テクニカルスタンダード委員会は「カップリングスプーン1本で世界を目指せる」というフレーズを掲げていました。しかし、年々選手のレベルは飛躍的に上がり、近年ではカップリングスプーン1本「だけ」で勝ち上がることは

容易ではなくなっています。どの選手も日々の練習に膨大な時間とコーヒー豆を費やし、味覚の精度を限界まで研ぎ澄ませており、まさに地道な積み重ねが勝敗を左右する職人技の世界です。

予選を勝ち抜いた16名は、9月26日 (金) に東京ビッグサイトで行われた準決勝・決勝へと進出しました。会場が観覧者の緊張感と期待に包まれる中、競技は進行。準決勝では上位4名が決勝へと駒を進め、最終的に文末のような結果となりました。



▲田上 瑞樹さん

見事優勝を果たしたのは、COFFEE FACTORYの田上瑞樹さん。予選、準決勝、決勝全てで8問全問正解という圧巻のパフォーマンスで、悲願のタイトルをつかみました。これまでも2位、3位と惜しい成績を重ねてきた田上さんにとって、今回の優勝はまさに努力の結晶です。おめでとうございます。

COFFEE FACTORYは、これまでも村越 史菜さん、古橋 見洋さんという2名の歴代チャンピオンを輩出しており、田上さんは3人目の王者となります。以前、古橋さんにお聞きしたところ、「毎日必ず練習をする。海外出張中でも可能な限り練習します」と語ってくれました。その姿勢に、COFFEE FACTORYチーム全体の強さの秘密が見えるようです。日々の積み重ねが、確かな実力を築き上げていると言えるでしょう。

また、今大会は例年以上にハイレベルな戦いが繰り広げられました。2位の里村さん、3位の齊藤さんはいずれも7問正解、4位の小野さんも6問と僅差で、まさに一瞬の判断が明暗を分けました。観覧者の目の前で、研ぎ澄まされた感覚と集中力を武器に、わずかな味の違いを探り当てる選手たち

——その姿は、まさにアスリートのような緊張感に満ちていました。

JCTCは、単なるコーヒーの味比べではなく、技術と精神力のぶつかり合う真剣勝負の場です。明確なルールと公平なシステムにより、参加者・観覧者の双方が「競技」として楽しめる仕組みが確立されています。今後もこの大会から、世界を目指す新たな才能が次々と生まれていくことでしょう。そして今回優勝した田上 瑞樹さんには、来年タイ・バンコクで開催されるWCTCでのさらなるご活躍を心より期待しています。

最後に、本大会の開催にあたりご協力いただいた全ての関係者の皆さまに、深く感謝申し上げます。

テクニカルスタンダード 委員長
谷口 忠男



9月26日 (金) 10:00~13:30 決勝開催

ジャパン カップテイスターズ チャンピオンシップ 2025 (JCTC2025) 決勝結果

順位	氏名	社名/店舗名	所在地	正解数	タイム
優勝	田上 瑞樹	有限会社フルハシ/COFFEE FACTORY	茨城県	8	3' 27"
2位	里村 涼	Mel Coffee Roasters株式会社	兵庫県	7	3' 36"
3位	齊藤 由紀		青森県	7	5' 51"
4位	小野 史弥	ヘギー珈琲/元井珈琲	愛知県	6	3' 54"

9月26日 (金) 10:00~17:00

ジャパン ハンドドリップ チャンピオンシップ 2025 (JHDC2025) 結果報告



【1.はじめに:競技会が示す技術の進化と継承】

本年度もコーヒーのハンドドリップ抽出技術の最高峰を競う競技会、JHDC (Japan Hand Drip Championship) が盛大に開催され、200名を超える参加者の中から新たなチャンピオンが誕生いたしました。JHDCは「ハンドドリップ抽出の技術競技会」という明確な哲学を掲げており、単なる「おいしいコーヒーを評価する場」ではありません。この大会は、競技という形式を通じてドリップ技術の本質を探り、その再現性と伝達可能性を追求する場と位置づけられています。

今年の大会結果は、技術の進化と世代を超えた継承



▲新田 衣祥さん

という点で、とても象徴的なものとなりました。前回、前々回大会において大会史上初の二連覇を達成した新田 和雄氏が、今回は選手ではなくコーチとして参画。その指導のもと、娘さんの新田 衣祥さんが見事に優勝を勝ち取りました。こちらも史上初となる「親子二連覇」という偉業です。この結果は、和雄氏が持つ卓越した技術が個人の感覚に留まらず体系化され、次の世代へと受け継がれたことを物語っています。衣祥さんの優勝は、ここ数年来の競技会場での振舞いから見ても、彼女自身の不断の努力の賜物であることは疑いようがありません。そこに加えて、前チャンピオンであるお父様の適切な指導が、その努力を最短距離で成果へと導いたのだと思います。この偉業は「技術」が単なる個人の感覚ではなく、「再現性があり、人にきちんと伝えられるものである」という定義を証明する形となりました。

【2.競技規定の変更が問いかける「純粋な手技」】

今年の大会で特筆すべきは、競技規定の変更です。特に「微粉を取り除くシフターの使用が禁止」となった点は、本競技会の目指す本質をより深く追求するものとなりました。コーヒー抽出における微粉の混入は、液体の透明度を下げ、雑味や嫌な苦味を生む一因となります。これまではシフターを使用することで、誰でも一定レベルのクリーンな液体を作り出すことが可能でした。しかしその使用が禁止されたことで、選手はより繊細で本質的なハンドドリップの技術に真剣に向き合う必要が生じました。もともとシフターの使用禁止は、競技環境を一般的な

家庭や店舗で淹れている環境に近付けることを意図したものでしたが、結果として「選手の手技や工夫による技術力の違い」が、より明確に抽出液や競技結果に反映されるようになったのです。

【3.R&R(ルールと規定)の理解度について】

安定して好成績を収めている選手は、単にドリップ技術が上手いだけでなく、R&Rを深く理解しているという共通点があるように見受けられます。競技におけるR&Rは「技術」を客観的に評価するための設計図のようなものです。上記のシフターの件のように、JHDCのR&Rは毎年のように改訂・変更されておりますが、JHDCが一貫して定義し続けている、競わせ確認したいハンドドリップ抽出技術の根幹は変わりません。R&Rをよく読み込み、競技に何が求められているかを十分理解した上で、そこに向けて自身の抽出プロセスを最適化することが高い評価を得るための重要な鍵となるのかもしれませんが。

【4.結び:技術は伝わり、伸ばせるもの】

本年度の大会では、優勝された新田氏と同様に何回目かの挑戦で着実に成績を上げてきている選手や、初挑戦ながら優秀なトレーナーの指導を受けていきなり好成績を収めるような選手の活躍が目立ちました。決勝大会においては選手全員が高い技術を披露し、「技術は人に伝えられるものであり、適切なトレーニングによって確実に向上する」ということを競技を通して示していたのが印象的でした。競技会を通じて得られる最も重要な成果は、自己流の抽出法を客観的な評価に晒し、「自分の技術」を明確に言語化・構造化できる点にあります。JHDC自体は普遍的な「コーヒーのおいしさ」というものを定義しませんが、競技会を通じて得られた技術を応用して、選手の皆さま自身が考える「おいしいコーヒー」を多くの方に淹れていただけたらと願います。

繰り返しとなりますが、技術は感覚的なものではなく、論理的な裏付けがあってこそ再現可能となり、人から人へと伝達されていくものです。当協会では、こうした「再現性のある技術」を体系的に学ぶ機会として、技術セミナーやチャンピオンセミナーも開催しております。競技会への参加はもちろんのこと、これらのセミナーを受講していただくことで、ご自身の持つ技術の棚卸しや、さらなる進化へとつながるものと確信しております。また当委員会も、JHDCにおけるハンドドリップという繊細な技術の探求を通じてコーヒー文化の発展に寄与してまいります。

コーヒーブリューワーズ委員会
JHDC運営担当 後藤 直紀



▲新田さん一家

9月26日(金)10:00~17:00 決勝開催

ジャパン ハンドドリップ チャンピオンシップ 2025 (JHDC2025) 決勝結果

順位	氏名	会社名	店舗名	ドリップ競技スコア	フリー競技スコア
優勝	新田 衣祥	有限会社新田珈琲	新田珈琲	116.5	295.0
2位	河村 敬大	常盤珈琲焙煎所	ルミネ大宮店	115.5	282.0
3位	保手濱 沙緒里		Knot COFFEE	125.5	266.5
4位	高橋 那純	株式会社Philocoffea		109.5	262.0
5位	長谷川 園子	株式会社lull licht coffee&cakes		114.0	247.0
6位	原田 裕次		TheoCoffee	111.5	236.0
7位	川島 佑太		あつみ珈琲	114.0	231.0
8位	田中 広志			114.0	229.5
9位	大島 麻理子		珈琲オーダー焙煎 まめとも	116.0	226.0
10位	近藤 一輝		Rainyday's Coffee	112.5	229.0
11位	名谷 宗泰			113.5	226.5
12位	大越 幸生	株式会社 ア・グッド・ダイナー	マーメイドコーヒーロースターズ	122.0	210.0
13位	富永 貴之	株式会社 PASSAGE	PASSAGE COFFEE	118.0	196.0
14位	萩原 明東	株式会社 ア・グッド・ダイナー	マーメイドコーヒーロースターズ	123.0	-

9月27日(土) 10:00~17:00

ジャパン ブリューワーズ カップ 2025 (JBrC2025) 結果報告



2025年のJBrC(ジャパン ブリューワーズ カップ)は、SCAJ展示会4日目となる9月27日(土)、東京ビッグサイト南4階ステージにて決勝が開催され、飯高 亘選手(株式会社サザコーヒー)が見事優勝を果たしました。多くの関係者、観客、そしてボランティアの皆さまの支えにより、大会を盛況のうちに終えることができうれしく思います。一方で、今年の大会はコーヒーブリューワーズ委員会として、明確な理念のもとに「世界基準への進化」を掲げ、三つの大きな改革を実施した節目の年でもありました。

まず1つ目の改革は「ルール整備」です。世界大会であるWBrC(World Brewers Cup)の運営基準に準じて英語版R&R(Rules & Regulations)を正式な競技ルールとし、日本語版は参照用翻訳として公開。これにより、国際基準との整合性を保ちながら、より透明で公平な競技運営を実現するための準備を進めました。

2つ目の改革は、「審査員体制の強化」です。世界基準の大会を目指すには、審査員の知識と判断の均一性が欠かせません。そこで3月と4月に審査員向けワークショップを開催。5月に2日間行った「審査員プログラム」には、マイケル・ヤン氏を大会レップとして、さらにアンドレア・タン氏をアシスタントレップとして迎え、約40名の審査員が参加し、世界的視点でのプログラムが実施されました。また、WBrC2017チャンピオンであり、現在WCCワールドジャッジを務めるチャド・ワン氏も、昨年同様に審査員プログラムよりご参加いただき、国際的な視野で審査基準を高めていきました。

そして3つ目の改革は、「予選出場者の選出方法の刷新」です。これまでの「先着順メール応募制」ではなく、「SNSライブ配信を通じて、小林委員長が公開抽選を

行う方式」を採用しました。これにより、インターネット環境や店舗の営業時間に左右されることなく、誰もが平等に申し込みできる体制を整備。情報公開の透明性にも十分に配慮し、選出方法への信頼性向上を目指しました。

予選大会は6月21~23日(審査員カリブレーションは20日)に港区JCビルで開催。60名の競技者と40名の審査員によるオープンサービス競技を実施し、全ての競技をInstagram LIVEで配信しました。無観客ながらも、多くの方々オンラインを通して観戦できたことは、新たな一歩となりました。

予選の上位6名が決勝へ進出し、オープンサービスに加えてコンパルサリーサービス(必修競技)も行われました。必修競技は、限られた時間内で均一かつ規定豆のポテンシャルを最大限に引き出す高度なスキルが求められました。選手はステージ上で初めて渡される豆(規定350g)を使い、オフィシャルグラインダーと規定水を用いながら自身の抽出器具を駆使して3杯を抽出し、規定のカップへ注ぎ入れ競技を終えます。一方、審査は音を遮断した別室で行われ、どの選手のコーヒーかを知らない状態でコンパルサリーセンサージャッジにより評価が進められます。また、今年からコンパルサリーステージにはテクニカル審査員2名を配置し、抽出過程でのトラブルや不正を防ぐなど、より世界大会に近い環境を実現しました。

決勝ステージでは、左側でコンパルサリー競技、右側でオープンサービスが同時進行。予選が無音配信で行われたのに対し、決勝では選手それぞれがプレゼンテーションに合わせた音楽を流し、自らのメッセージとともに最高の3杯を提供しました。加えて、今年は初めて日本人以外の



ヘッドジャッジが登場。WCC認定審査員のマンディー・ホン氏が同時通訳のサポートを受けながらヘッドジャッジを遂行し、オープンサービスのセンサー審査員3名のコメントやスコアの整合性をデリバレーション(審議)しました。

そして今大会では初めて、決勝舞台の裏側で、予選に出場した選手の中から希望者を対象に、スコアシートのデブリーフィング(講評会)を実施。SCAJ展示会期間中でもあったため、31名もの競技者が参加し、ジャッジチームへスコアシートの質疑を行いました。競技者・審査員双方の学びを共有する場として、今後の大会運営にも大きな価値をもたらしたと感じています。



9月27日(土)10:00~17:00 決勝開催
ジャパン ブリューワーズ カップ 2025 (JBrC2025) 決勝結果

順位	氏名	会社名	店舗名	OP	COM	合計
優勝	飯高 亘	株式会社サザコーヒー		344.00	139.00	483.00
2位	石井 康雄	株式会社LEAVES COFFEE ROASTERS		354.00	128.00	482.00
3位	伊藤 恵未	SAMURAI DREAM 株式会社		342.00	139.00	481.00
4位	井上 暁文	株式会社ヒサシヤマトコーヒー	The Unir coffee senses	301.00	157.00	458.00
5位	西尾 仁美	株式会社TAOCA COFFEE	神戸元町店	310.00	142.00	452.00
6位	酒田 ちえみ	株式会社和珈屋	珈琲豆専門店 和珈屋	318.00	119.00	437.00

最終的に優勝するのは1人だけですが、決勝戦は「決勝に進まれた他の5名の誰もが優勝する可能性があった」という意見を、マイケル氏をはじめ多くの方からもらうほどの高いレベルで終えることができました。結果として、JBrC2025は、運営・審査・出場の全ての立場で「次のステージを意識した大会となった」と思います。世界基準への歩みは容易ではありませんが、日本のブリューワーズがより公平で、より開かれた舞台で競えるよう、コーヒーブリューワーズ委員会は今後も努力を続けてまいります。最後に、大会を支えてくださったスポンサー各社様、ボランティアの皆さま、そして参加者・関係者の皆さまに心より感謝申し上げます。

コーヒーブリューワーズ委員会
本池 達也



9月25日 (木) 10:00~17:00

ジャパンバリスタチャンピオンシップ 2025 (JBC2025) 優勝者コメント



▲本間 啓介さん

今回は、11回目となるJBCへの挑戦でした。次の世界大会のステージへと進めること、そして日本のバリスタ代表として選んでいただけたことは身に余る光栄であり、心からうれしく思っております。ここまで続けることができたのは、会社・家族・同志・仲間・関わってくださった全ての方々のおかげです。本当にありがとうございます。そして、私が競技会にチャレンジする根底には「スペシャルティコーヒーの留まることのない進化」があります。スペシャルティコーヒーの留まることのない研究・発展に心が動かされる限り、私たちも止まってはいけないと思うのです。

私が出場するWBCは、2026年にパナマで開催されます。この場所は、私のバリスタとしての好奇心や探求心、そして

コーヒー愛を育ててくれたパナマゲイシャの生産地です。大好きな地・大好きなコーヒー・大好きな人たちの全てに感謝して世界の舞台へ進み、日本のバリスタとしてのアイデンティティを世界で表現したいと思っています。

皆さまからの多くの応援のお言葉、本当に感謝しております。期待に応えられるよう、1日1日精進してまいります。ありがとうございます。

株式会社サザコーヒー
本間 啓介



9月25日(木)10:00~17:00 決勝開催
ジャパンバリスタチャンピオンシップ 2025 (JBC2025) 決勝結果

順位	氏名	会社名	店舗名	所在地	スコア
優勝	本間 啓介	株式会社サザコーヒー	サザコーヒー本店	茨城県	713.5
2位	伊藤 大貴	猿田彦珈琲株式会社		東京都	705
3位	長坂 奈南	レックコレクティブ株式会社	RECCOFFEE	福岡県	665
4位	南條 裕乃	株式会社ヒサヤマモトコーヒー	Unir京都店	京都府	664
5位	安部 潤	猿田彦珈琲株式会社		東京都	659
6位	久永 由佳	猿田彦珈琲株式会社		東京都	645

SCAJ Japan Siphonist Championship 2025

ジャパンサイフォニストチャンピオンシップ 2025



優勝 千田 陽介



2位 清水 兼聖



3位 近藤 寛之



4位 寶 和輝



5位 萩原 明東



6位 渡邊 脩太

2025 Japan Barista Championship

ジャパンバリスタチャンピオンシップ 2025



優勝 本間 啓介



2位 伊藤 大貴



3位 長坂 奈南



4位 南條 裕乃



5位 安部 潤



6位 久永 由佳



World Siphonist Championship 2025

ワールドサイフォニストチャンピオンシップ 2025



優勝 Chan Yin Yu



2位 酒田 ちえみ



3位 Chu Shaochi



4位 Guo Xiaoyan



5位 塚本 真梨菜

ジャパン カップテイスターズ チャンピオン シップ 2025



優勝 田上 瑞樹



2位 里村 涼



3位 齊藤 由紀



4位 小野 史弥

Roast Masters Team Session 2025



北海道チーム



関東Aチーム



関東Bチーム



関東Cチーム

ローストマスターズ チーム セッション 2025



中部チーム



関西Aチーム



関西Bチーム



九州チーム

2025 JHDC Japan Hand Drip Championship 2025

ジャパン ハンドドリップ チャンピオンシップ 2025



優勝 新田 衣祥



2位 河村 敬大



9位 大島 麻理子



10位 近藤 一輝



3位 保手濱 沙緒里



4位 高橋 那純



11位 名谷 宗泰



12位 大越 幸生



5位 長谷川 園子



6位 原田 裕次



13位 富永 貴之



14位 萩原 明東



7位 川島 佑太



8位 田中 広志



優勝 飯高 亘



2位 石井 康雄



3位 伊藤 恵未



4位 井上 暁文



5位 西尾 仁美



6位 酒田 ちえみ

利き珈琲選手権 優勝者コメント



▲和田谷 泰子さん

この度は、このような素晴らしい機会をいただき、誠にありがとうございます。アドバンスドコーヒーマイスターの資格を取得した4年前から参加を続け、今年この場に立たせていただいたことを幸せに思います。

私がコーヒーに魅了されたのは、12年前に職場で偶然出会ったエスプレッソでした。不思議な味わいと、それに向き合う人々の真剣な姿に触れ、もっと深く知りたいと強く思ったのです。当時は風味を理解したくて糖度や酸度を測り続けたり、味覚資格のためにイタリアへ行ったりしたこともありましたが、振り返れば拙い挑戦でしたが、夢中で取り組んだ時間が今の自分を支えていると感じます。

私は、夫の転勤に伴い数年ごとに新しい職場に入り直すアルバイトです。その度に掃除や雑務から始まりますが、幸いなことにお店の方々に温かく迎えていただき、学びを重ねることができました。「同じ国の豆でも、お店によって異なる個性や共通点がある」ということを体感したのも、この環境のおかげかもしれません。

そんな私にとって、SCAJやIIACの存在は大きく、モチベーションの基でした。競技参加やボランティア、セミナーを通じて、第一線で活躍される方々から刺激を受け、励ましもいただきました。

また、今回は温暖化により、カネフォラが再注目される節目となる回かもしれないと感じました。知るほどに奥深く、さらに探究したくなる――それがコーヒーの魅力のひとつだと思います。そしてこれからは、長年

続けてきたイラストを通じて、魅力を伝えていきたいと考えています。

最後になりましたが、トレーニング委員会の皆さま、SCAJの皆さま、これまで出会いご指導くださった全ての方々に、心より感謝を申し上げます。本当にありがとうございました。

和田谷 泰子



9月24日 (水) 14:00~15:30

堀口珈琲研究所

CVA (SCA方式) に代わる新しいスペシャルティ コーヒーの官能評価方式 ~化学データとの相関に 基づく品質評価~



▲堀口 俊英氏

SCAJでのステージ講演は3年連続3回目となる、堀口珈琲研究所。今年も代表 堀口 俊英氏がステージに立ち、主に新たな官能評価の方法について話された。

【1. コーヒーの品質(おいしさ)をどのように評価するか】

「コーヒーのおいしさ」を評価する手段として広く使われてきたものと言えば、「SCAによる2つの品質評価方法」。その1つは、欠点豆の数で評価する「欠点豆評価」であり、もうひとつは、客観的に良し悪しを判断する「官能評価」である。前者は生豆350g中の欠点豆の種類・数を数えて、欠点数で評価が決まる。後者はAroma、Acidity等の7つの定量評価とClean Cup、Sweetness等3つの定性評価から点数を出す。この官能評価に関しては、「80点以上がスペシャルティコーヒー」と定義されているものの、スコアの付け方が難しいのが欠点。例えば79点のコーヒーと80点のコーヒーがあった場合、その違いがわかりにくい。加えて、世界的に85点以上の点数がつくコーヒーが年々減少しているという傾向もある。

この官能評価表ができて20年が経ち、2005年からは「Qグレーダー(アラビカ)」の資格もできた。しかし、官能評価表を使っても評価が難しい上、評価はそのスキルにも左右されるため、特に価値観や精製方法が多様化した近年ではこの方式が難しくなっている。「フレーバー

ホイール」なるものもあるが、これはそもそも官能評価用に作られたものではないため、使いこなすのは難しい。

こうした状況下で2024年ごろから新たに導入されたのが、新しいスペシャルティコーヒーの概念である「CVA (Coffee Value Assessment)」。この概念は、官能評価以外に持続可能性・多様性などの「価値」を多角的に評価するために作られた。CVAは以下の4つの構成要素から成る。

- ・物理的要素: 焙煎度や豆の外観、欠点の有無
- ・記述的要素: 風味や香りの特性を評価
- ・感性的評価: 消費者の好みや嗜好に基づく評価
- ・外的要因評価: コーヒーの背景情報を考慮した評価

つまり、従来のSCA方式(官能評価)との違いは「多角的価値評価」がされていることであり、オーガニック、フェアトレード等の「背景やストーリー」が官能評価よりも重視されている。風味によるスコア重視の評価から、マーケティング価値も視野に入ってきているが、こうした評価軸が導入された背景には以下のようなものがある。

- ①スペシャルティコーヒーが拡大し、SCA方式の官能評価が主観的になったこと
- ②若い世代の参入で、過去の評価軸での運用が難しくなったこと



③新しい市場(中国、東南アジア、インド、中近東)が生まれ、価値観が多様化したこと

④温暖化などによって、スペシャルティコーヒーの風味が低下したこと

⑤官能評価よりも、マーケティング的価値の方が運用しやすいこと

多様化する価値観・市場の中で、市場価値やストーリーを重視した総合評価として有効なCVAであるが、以下のような問題点もある。

- ①Qシステムによる20年間の官能評価の歴史を否定することになる
- ②SCA会員内でのコンセンサスが十分とれているのか、疑問が残る
- ③評価の再現性が低い
- ④風味の良さの基準が曖昧になる
- ⑤実装にはさらなる教育と理解が必要
- ⑥従来使われていた官能評価表が使えず、官能評価との相関が取れないため、論文での使用が難しい

【2. CVAに代わる新たな官能評価と、コーヒーの風味】

CVAは官能評価のひとつの方法であり、世界的に広まっていくと考えられる。ただし先述のような問題もあるため、品質を評価するのに十分とは言えない。そこで、冒頭で述べた「欠点豆評価」と「CVAの官能評価」に「理化学的数値による評価」を加えたい。これは化学的な評価を加えることで、従来の評価方法の裏付けとするためである。

化学的な評価を加えるにあたって、そもそも「コーヒーの味とは何なのか」を根本的に考えなければいけない。とはいえ、コーヒーはあらゆる食品の中でも成分が複雑な部類に入り(表1)、飲料になるまでに「焙煎」という化学変化を伴う工程も発生してくる。そこでまずは、風味に影響を及ぼす成分(表中の赤字部分)に着目して分析した。分析に用いる評価項目は、表2の通り。

成分	生豆%	焙煎豆%	抽出液/100g	主な風味への影響
水分	8~11	2~3	98.6g	
灰分(無機成分)	3~4	3~4	0.20	カリウムが多い
脂質	13~19	14~19	0.02	コク
たんぱく質	11~12	11~14	0.2	
アミノ酸	2.0	~0.2		旨味 グルタミン酸
小糖類(蔗糖)	6.0~8.0	0~3.5		甘味
多糖類	50.0~55.0	24.0~39.0	0.7	
有機酸	~2.0	1.8~2.3		酸味 クエン酸
トリゴネリン	1.0~1.2	0.5~1.0		苦味
カフェイン	1~2	~1.0	0.06	苦味の10%
全クロロゲンサン類	5.5~8.0	1.2~2.3		苦味 渋味
メラノイジン	0	16.0~17.0		苦味

▲表1

内容	実験	風味への影響	SCAA評価項目
pH	水素イオン濃度 pH計による	酸の強さ、味のメリハリ	Acidity
滴定酸度	有機酸の総量 水酸化ナトリウムで中和滴定 (ml/g)	酸の量、味の深み	Acidity
有機酸	有機酸の組成 HPLC・LC-MS	酸の質・組成	Acidity
脂質量	総脂質量 クロロホルム・メタノール法 (g/100g)	コク、なめらかさ、複雑さ	Body
酸価	遊離脂肪酸量 遊離脂肪酸の中和滴定	酸味、さっぱりさ	Clean
ショ糖	ショ糖の含有量 HPLC (g/100g)	甘味	Sweetness
香り	芳香成分 ガスクロマトグラフィー	香りの強弱と質	Aroma

▲表2

コーヒーの味を複雑化させている「焙煎」は、成分分析を行うにあたって非常に厄介な工程と言える。コーヒー豆を焙煎することで「メイラード反応」という成分変化が起こり、コク、ボディ感、苦みに影響を及ぼす「メラノイジン(褐色高分子)」が生成される。コーヒーの風味とは、香り+酸味+ボディ感+うま味+甘味+苦味が生み出す総合値であり、これらを生成しているのが有機酸+脂質+アミノ酸+ショ糖、そしてメイラード化合物である。

【3.5項目50点満点の官能評価方式】

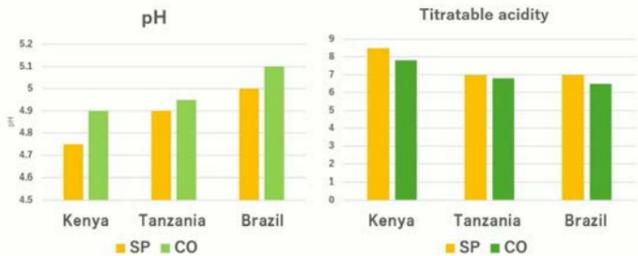
堀口珈琲研究所では、2020年からケミカルデータをベースに作成した「5項目50点満点の官能評価方式」を運用している。5つの評価項目は「Aroma、Acidity、Body、Cleanness、Sweetness」で、各10点で評価。この評価での35点は、SCA方式の官能評価における80点に相当している。5項目の詳細は、以下の通り。

<Aroma(香り)>

香りは生豆だけでも約200種類あり、焙煎豆だと約800種もある。ワインの場合は揮発性化合物が主役であるため、香りが品質評価の中心になるが、コーヒーの場合は焙煎で生成される膨大な揮発性化合物(香り)に加え、味(酸味、甘味、苦味、うま味、ボディ感)が同時に強く寄与するため複雑である。化学成分が複合したものであることから、感知が極めて難しい香りだが、「心地よい」と感じたものには高いスコアを付けられる。その例を挙げると、花のような甘い香り「フローラル」、熟した果実の甘い香り「フルーティー」、土臭い嫌な臭い「アーシー」などがある。ここで注意したいのが、例えば「薔薇のような香り」といった具体的な花の品種等で表現することは、コーヒーの表現には適さないということ。なぜなら、「薔薇」ひとつとっても、人によって感じ方がさまざまだからである。

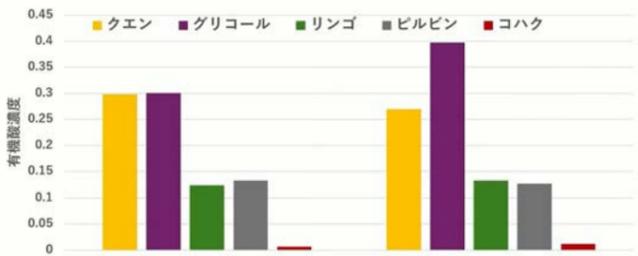
<Acidity (酸味)>

酸味の強さはpH、量は滴定酸度(TA)で表す。用意したサンプルの中で、最も酸味の強いコーヒーはケニア産の4.75で、最も弱いものはブラジル産の5.1だった(グラフ1)。したがって、官能評価のAcidityはpHと負の相関、滴定酸度と正の相関がある。

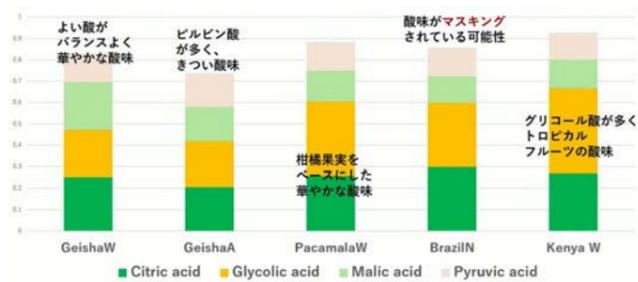


▲グラフ1

また、基本の酸味は「柑橘果実のクエン酸」であり、酢酸系の酸味とは区別する必要がある。とはいえ、クエン酸は品種間の差が小さく、他の有機酸が酸味の味の差を生み出している可能性が高いのも事実だ(グラフ2、3)。



▲グラフ2



▲グラフ3

<Body (ボディ感)>

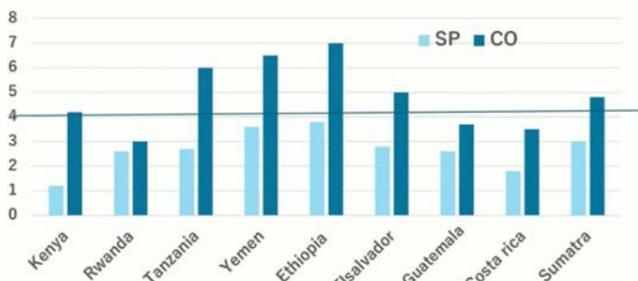
Bodyはテクスチャー(粘性)を意味し、脂質量に大きな影響を受ける。なお、スペシャルティコーヒーの場合はコマーシャルコーヒーに比べ有意に脂質量が多いのが特徴である。また、生産国内の緯度が同じ同一国であれば、標高と脂質量はほぼ相関することがわかっている(グラフ4)。官能評価のBodyは脂質量と正の相関性があり、粘性があり複雑な風味に対して高い評価をすることができる。



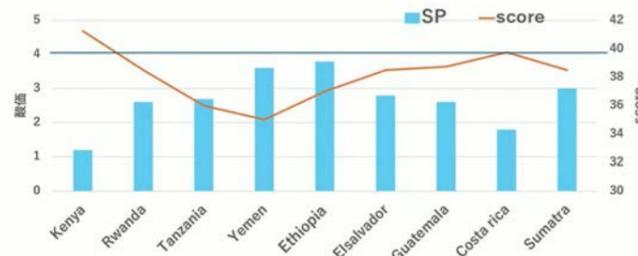
▲グラフ4

<Cleaness (きれいさ)>

基本的に、スペシャルティコーヒーはコマーシャルコーヒーより欠点豆が少なく、酸価も有意に低いことからCleanessは高い。なお、前述の「脂質」が酸化することはCleanessと負の相関性がある(グラフ5)。そして官能評価のスコアと酸価にも、当然ながら負の相関性がある(グラフ6)。酸価には時間経過以外に保存状況も関わってくるため、たとえ入港時にスペシャルティコーヒーとしての点数がついていた豆でも、時間経過・保存状況が影響してスペシャルティコーヒーではなくなってしまうこともある(表3)。このことからわかるように、酸価は豆の品質評価に用いられるだけでなく、生豆の賞味期限の基準としても使える。



▲グラフ5



▲グラフ6

	入港時	SCA評価	半年後	SCA評価	1年後	SCA評価
RC/VP/定温	2.4	84.75	2.5	84.00	2.6	82.00
DC/麻袋/常温	2.7	83.00	3.2	80.00	4.0	78.00

▲表3

<Sweetness (甘味)>

生豆のショ糖量(ぶどう糖+果糖)は、スペシャルティコーヒー(6~9%)の方がコマーシャルコーヒー(5~7%)に比べ、有意に多い。このショ糖は、焙煎によるメイラード反応によりアミノ酸と結合することで98.6%程度減少するが、香り成分を形成し甘味に寄与する。加えて、アミノ酸のグリシンおよびアラニンなども甘味に関与していると推測される。ちなみに味覚テストでは「5%の甘味水溶液を感知できるか」を見るが、これはアフターテイストに甘味を感じられれば高い評価ができるためである(グラフ7)。



▲グラフ7

これら5項目での評価を5年間にわたって検証した結果、SCA方式と50点方式の間にはr=0.8438の相関性があったため、すぐにも使用可能となっている。つまり全く相関しているため、どちらを使っても問題はない。とはいえ、50点方式の方が化学的なデータで裏付けられている分、より精度の高い官能評価ができる。

【4.さらに専門的な官能評価に向かって】

先述の5項目での50点方式から一歩踏み込んで、さらに専門的な品質評価をする場合は、Umami、Bitterness、Balance、Character、Fermentationの5項目を追加して、10項目100点満点で品質評価できるように設計した。これにより、SCA方式では難しいナチュラル精製豆、ブラジル産の豆、スマトラ産の豆の評価を厳密に行える。この新たな化学的データをベースにした官能評価基準は、以下の表の通り。(表4)

評価項目	評価基準	理化学成分	風味
Umami	うま味の質と強さ	グルタミン、グリシン	うま味がある(酸味、甘味含む) うま味が乏しい
Bitterness	苦味の質	メイラード化合物、カフェイン	繊細な苦味、心地よい苦み 刺激的な苦味、焦げ、煙臭
Balance	風味のバランス		酸とココの調和、全体の味の調和
Character	特徴的な風味		産地や品種の個性
Overall	調整点		好み
Fermentation	発酵由来の風味		発酵のある場合はマイナス

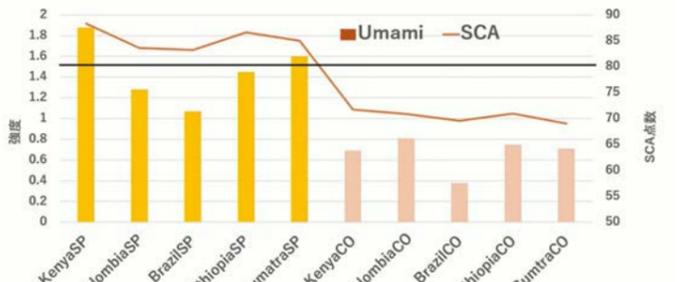
▲表4

そして、これら5種の項目の詳細は、以下の通り。

<Umami (うま味)>

先述の通り、アミノ酸はメイラード反応で98.6%は減少するが、うま味に関与していると考えられる。このうま味はグルタミン酸、その他アラニン、グリシンなどのアミノ酸によるものであるが、このアミノ酸は酸味、甘味にも関与している可能性が推測される。

うま味はパナマ産ゲイシャ品種、エチオピアの優れたコーヒーなどで感知でき、これらの場合は8点以上をつけることができる。そして例によってスペシャルティコーヒーはコマーシャルコーヒーよりもアミノ酸量が多く、官能評価と味覚センサーのうま味との間には高い相関性がある。(グラフ8)。



▲グラフ8

<Bitterness (苦味)>

苦味は感知が難しいとされるが、日本人の食文化ではふきのとうなどの「春の味」として感知することができる。苦味はメイラード化合物の影響が大きいため、質を見て官能評価を行う。また、「コーヒーと言えば」でおなじみの成分であるカフェインも10%程度は苦味に影響しているとされるが、感知することは難しい。

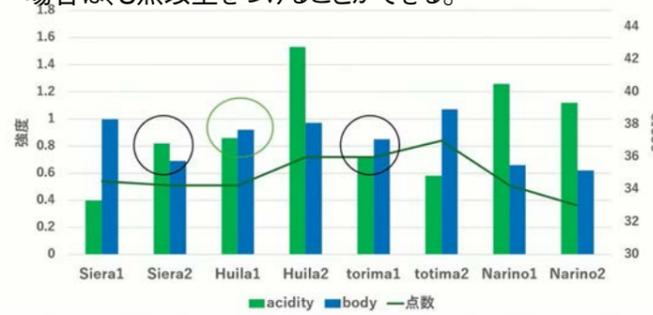
苦味の評価は以下の表(表5)で行い、「良い苦み」の場合は8点以上がつくこともあるが、これは特にブラジル産、スマトラ産で感知できる可能性がある。

良い苦み	悪い苦み
すっきりした苦味(余計なものがなくクリアな苦味)	焦げた苦味(焙煎時に火が入りすぎた苦味)
シャープな苦味(際立って感じられキレがある苦味)	煙の苦味(焙煎時に過剰な煙をかきつけた苦味)、
まろやかな苦味(口あたりが柔らかくまた、味が穏やかな苦味)	刺激的な苦味(舌を指すような苦み)
後に残る苦味(口の中やのどに残る苦味)	

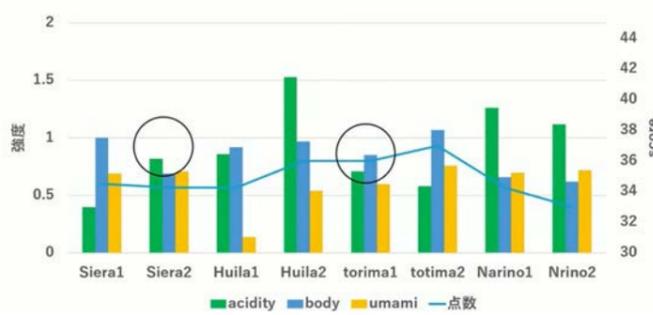
▲表5

<Balance (バランス)>

主に、酸とコクのバランスを評価する(グラフ9)が、「全体としての風味バランスが崩れていないか」も見る(グラフ10)。全体のバランスでは酸、コクに加えてうま味も見るため、グラフ10のSiera2、torima1はバランスが取れていると言える。一方、同グラフのHuila1は酸、コクのバランスは取れているものの、うま味がほとんどないためバランスが良いとは言えない。マイルドでバランスの良い風味の場合は、8点以上をつけることができる。



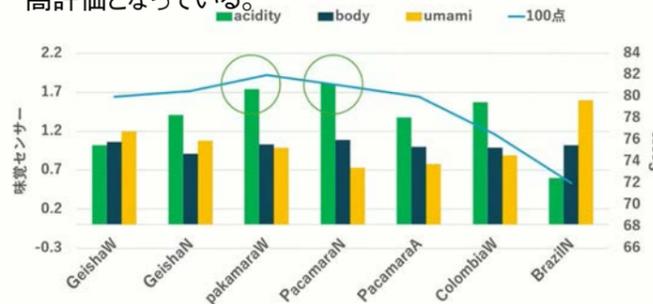
▲グラフ9



▲グラフ10

<Character (個性)>

Characterでは、特徴的な風味があるかを確認する。テロワール、品種、精製による個性の違いを見て、明確な個性があれば8点以上がつく。例えば、グラフ11のPakamaraWとPakamaraNはCharacterが強いため高評価となっている。

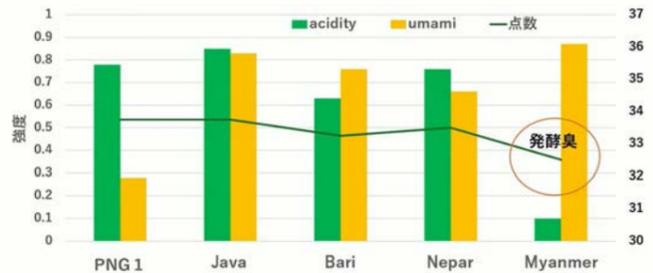


▲グラフ11

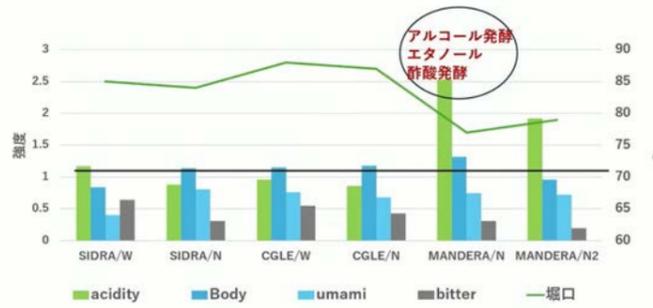
<Fermentation (発酵)>

「発酵」はそもそも「精製中に何かしらの問題があった状態」とも言えるため、扱いが非常に難しい。そのため国際的なコンセンサスは形成されておらず、発酵由来の風味は高く評価していない。したがって、ナチュラルのような豆で発酵臭のある場合はマイナス評価になる。発酵の中でも、上品な発酵は0~-1、発酵由来の風味がある場合は-1~-2。アルコール発酵、エーテル臭のある場合は-3~-4がつく。なお、アナエロビックは基準が異なるため、評価の対象外とする。

例を見ると、グラフ12のMyanmarはうま味が強いものの、発酵臭があるため点数が低くなっている。グラフ13のコロンビア産アナエロビックのMANDERA/Nは酸が強くコクもそれなりにあり、一見するとすばらしいコーヒーのように見えるが、アルコール発酵、エタノール、酢酸発酵が見られたため、点数は低い。



▲グラフ12



▲グラフ13

新たな官能評価として、これら10項目で100点満点になるような基準を設けたが、2020年以降スペシャルティコーヒーの生豆品質の低下が著しいため、現状「70点以上」をスペシャルティコーヒーとしている。今後もコーヒーの成分分析と官能評価の実験を繰り返し、より良い方式を完成させるための検証を行っていききたい。

ちなみに、カップングによる生豆評価および官能評価には、おいしさを評価する以外にも以下の3つを調べる目的がある。

- ①鮮度保持の期間(賞味期限はどの程度か?)
- ②風味の際立つ時期(風味はいつごろ花開くか?)
- ③可能な焙煎度(適切な焙煎度の範囲は?)

例えば、ケニアの生豆を10ロット購入し、どの順番で販売すれば良いかを調べるためにカップングが有効となる。

【質疑応答】

質問者①:カップングの目的のひとつに「香りが花開く時期を見極める」というものがあったが、これはどのスコアを基準に決めていくのか。

堀口氏:これはあくまでもトータルな部分で見ていくので、特定のスコアの基準では見られない。スコアの評価基準とは連動させずに、別の項目として見ることで見極めができるが、これには経験が必要である。

質問者②:化学的な分析手法について、LC-MSを使えばもう少し幅の広い評価と結びつけられるのではないかと。

堀口氏:LC-MSだと、成分が複雑になりすぎて逆にわかりにくくなる。現在使っているガスクロも成分が多様すぎてもうわからないので、香りに関してはもう諦めている。加えてLC-MSは使い方が難しく、結果を解釈するのに難易度が高い。ましてや、官能評価との相関性を調べるのはもっと難しいと思う。

質問者③:コーヒー豆の品質と標高の関係、および地球温暖化によって味にどのような影響が出ているかを知りたい。

堀口氏:まず、温暖化がコーヒーの味に及ぼす影響については、厳密なデータがないため非常にわかりにくい。一方でコーヒーは果樹作物であり、気温の影響を最も受けるため、標高は重要な要素である。特に昼夜の寒暖差が非常に影響してくるので、そこをポイントとして見ていけば明らかになってくることもあると思う。また、これについては「温暖化によって寒暖差の間隔が短くなってきたため、より標高の高い地域での栽培に移行する」というケースもあると思う。

堀口珈琲研究所のステージ講演は今年で3回目とのことだが、例年通り多くの聴講者がおり、嗜好品たるコーヒーで重要な「おいしさ」を化学的に知りたいという意志を強く感じた。また、堀口氏のプレゼンはグラフなども用いられておりわかりやすいため、いわゆる理系ではない人にも親しみやすいのも特徴である。コーヒーのおいしさを化学的なデータとともに見ることで、その味の奥深さ、面白さを一層感じられる時間となった。

広報委員会
若岡 桃子

9月25日(木) 10:30~12:00

SCAJサステナビリティ委員会／認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン

コーヒー産地の気候変動対策最前線と世界で 法令化が進む人権・環境デュー・ディリジェンスの 業界への影響



気候変動や森林減少、人権侵害など、コーヒーの産地が直面するリスクは、品質や調達の安定性にも深く関わっています。こうした中、EUDR(森林破壊防止規則)や人権・環境デュー・ディリジェンスなど、欧州のみならず世界各国でサステナビリティに関する法令が施行・整備され、産地の課題に対し、調達や取引の在り方がより具体的に問われる時代が到来しています。

そこで、日本のコーヒー業界に世界の最新動向や実践例を共有するため、認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパンは今年9月、SCAJサステナビリティ委員会との共催でステージセミナーを実施したほか、カップリングイベントも開催。品質とサステナビリティの両立に挑む生産者の最前線の取り組みを、実際のコーヒーのカッピングとプレゼンテーションを通して伝えました。

【生産者・ロースター・消費者が一体で取り組むサステナビリティと品質への追求とは】

9月25日(木)、「コーヒーの未来は守れるか? 気候・人権リスクに挑むコーヒー業界」と題してセミナーを実施。まず開会にあたり、SCAJサステナビリティ委員会伊藤 亮太委員長(株式会社堀口珈琲)から、サステナ

ビリティがスペシャルティコーヒーにおいても重要な側面になってきていることが紹介されました。国際組織であるスペシャルティコーヒー協会(SCA)が新たに導入し、力を入れているコーヒーの新しい評価制度CVA(Coffee Value Assessment)では、品質やおいしさといったコーヒーそのものの内在的価値だけでなく、コーヒーを取り巻く属性・情報やサステナビリティの認証の有無といった外在的な属性も、価値の源泉として捉えられているとの説明がありました。



▲SCAJサステナビリティ委員会
伊藤亮太委員長

続いてフェアトレード中南米(CLAC)CEOのXiomara・J・Paredes(シオマラ・J・パレデス)氏によるプレゼンテーションでは、産地が直面する課題が共有されました。中南米は世界のフェアトレードコーヒーの約87%を生産しており、25万以上の小規模生産者が参加しています。現在は価格変動の激化、資金調達の難しさ、輸送費や生産コストの上昇、EU規制への対応、そして気候変動による産地の減少など、複合的な問題に直面しています。Paredes氏は、「持続可能なコーヒー生産を実現するためには、生産者だけでなく企業や消費者が連携し、コストや責任を共有(シェア)していくことが欠かせない」と強調しました。

続くパネルディスカッションでは、消費者と産地をつなぐ役割を担う住商フーズ株式会社 新沼 美月氏と、産地代表としてParedes氏、そして筆者も登壇。

筆者より、気候変動や児童労働・貧困問題などコーヒーを取り巻く人権・環境リスクと、これらに対する国際的な政策動向(人権・環境デュー・ディリジェンスやEU森林破壊防止規則など)、フェアトレード市場の現状について報告しました。

新沼氏からは、商社としての立場から、持続可能な調達を実現するための具体的な取り組みを紹介。同社はスペシャルティコーヒーに特化し、5種類の認証制度に取り組んでいます。輸入量のうち約65%が認証コーヒーであり、そのうちフェアトレード認証コーヒーは32%を占めています。世界7カ国からフェアトレード認証コーヒーを輸入する中で、何よりも「生産者や地域との関係構築」を最も大切にしていると述べました。新沼氏は、「私たちは現地に出向き、生産者と直接会話を重ねることを大切にしています。産地で起きている課題を正しく理解し、信頼関係を築いた上で取り引きを続けることが重要だからです」と話しました。さらに、フェアトレードの価格が一般流通より高い理由についても「その背景には産地への還元があること、それらを見える化して伝えていくことが重要」とし、価格ではなく「価値」を理解してもらうコミュニケーションの必要性を強調しました。

Paredes氏は、気候変動が生産現場にもたらしている深刻な影響についても言及。近年、これまでは必要とされてこなかった灌がいシステムの導入など、生産者は限られた資金と人員の中で気候変動への適応策を講じる必要に迫られています。こうした追加的な負担が特に小規模農家に重くのしかかっており、サプライチェーン全体を見渡したときに、気候変動の影響を最も強く受けているのは生産者である、と訴えました。そしてコーヒーの収穫量が減少すれば、流通・販売・消費の全ての段階に影響が及ぶため、「リスクは産地だけでなく、サプライチェーン全体に及ぶ」と強調。さらに、将来の供給を守るためには、気候変動への対策に対して積極的に投資を行うことが不可欠であると呼びかけました。



▲(写真左より)住商フーズ株式会社 新沼美月氏、
CLAC CEO Xiomara J Paredes氏、筆者

ディスカッション全体を通じて、企業・生産者・認証機関がそれぞれの立場で課題を共有し、共通の目標に向かって行動することの重要性が再確認されました。そして、価格だけでなく「人と環境に配慮したコーヒーを選ぶ」という消費者の意思が、サプライチェーン全体の変化を促す鍵になるというメッセージを共有する場となりました。

最後にParedes氏が、「気候変動はすでに生産者の生活を脅かしています。私たちは責任を分かち合い、共に持続可能な未来を築いていく必要があります」と呼びかけセッションを締めくくりました。

【近年注目のペルー産フェアトレード認証コーヒーのカッピングイベントの開催】

SCAJ展示会でのステージイベントと関連して、9月5日(金)、東京都品川区のNOG COFFEE ROASTERS品川において、SCAJサステナビリティ委員会後援、フェアトレード・ラベル・ジャパンとペルー大使館商務部(Promperu)の共催によるカップリングイベントを実施しました。

SCAJ2025に先立って開催した本カップリングイベントでは、フェアトレード中南米(CLAC)が生産国で行っているフェアトレード認証コーヒー品評会「Golden Cup」で毎年上位入賞する生産者の2025/26ニュークローブを日本市場に紹介すべく、厳選した9種のペルー産フェアトレード認証のスペシャルティコーヒーを集めました。当日は、日本の商社・メーカーから、Qグレーダーやコーヒー鑑定士などの資格保持者を中心とした約20名が参加。ペルー大使館商務部 商務参事官フェルナンド・アルバラダ氏からは、ペルーコーヒーについて「近年、品質が飛躍的に向上している。地理的な特徴と品質を重視する文化が融合し、目の肥えたバイヤーにとって、ペルーは欠かせない産地になっている」とその魅力を紹介いただきました。



また、このイベントのためにペルーから来日した Vladimir Vivanco氏からは、フェアトレード認証生産者組合COCLAのゼネラルマネージャーとして、またCLACの理事の立場から、ペルーのコーヒー生産者の状況を紹介。現在、コーヒー生産者にとって最大の課題が気候変動であることに触れ、気候変動対策として、森林農法や新しい品種の導入などが進められていることが紹介されました。ペルー産コーヒーの95%が小規模農家によって生産されている状況において、持続可能な農業を進めていくため、そして、生産者の生活と品質向上の両方を実現していくためにも、協同組合の役割とフェアトレードの仕組みが非常に重要であると語りました。



カップングにご参加いただいた方からは、
「フルーティな香りと濃厚なボディがとてもよく、ペルーの品質に感動した」
「ゲイシャのフレーバーがはっきりしていて良かった」
 といった高い評価の声が聞かれ、ペルー産フェアトレード認証コーヒーへの期待の高まりを感じさせました。

今後も、生産者、そしてサプライチェーン上の全ての企業とともに、持続可能なコーヒーづくりと市場の拡大を進めてまいります。

SCAJサステナビリティ委員会
 認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン事務局長
 潮崎 真惟子

9月24 (水) 11:00~12:30

Alliance for Coffee Excellence

過去から現在へ ~日本の購買行動の変遷をたどる~



日本が長年にわたって、その市場において重要な立ち位置を築いてきたカップ・オブ・エクセレンス(以下、COE)。本セミナーでは、COEにおける日本の購買行動およびトレンドの変化を中心として、ACEおよびCOEのエグゼクティブディレクターであるエルヴィン・ミエリッシュ氏によるプレゼンテーションが展開された。

【COE概要】

<COEの歴史と実績>

COEは、コーヒー生産国で行われている国際的なコーヒーの品評会である。その始まりは1999年で、黎明期からスージー・スピンドラー氏や日本の林 秀豪氏が中心となって活動してきた結果、現在では130億円もの取り扱い規模となっている。そんなCOEの使命は「素晴らしいコーヒーを見つけ出し、お届けすること」。ただし、単に良いコーヒーを届けることが目的ではなく、重要なのは「金額の75~80%を対価として生産者に支払っていること」である。加えて、COEはダイレクトトレードにも貢献しており、小規模生産者によるマイクロロットの誕生・普及にも寄与している他、コーヒー豆の輸出時に真空包装を使い始めるなど、品質管理においても啓蒙等を進めてきた。

<品評会の審査とメンバーシップ>

生産者との取り引き・豆の品質管理を厳重に行っているCOEだが、その品評会の審査基準ももちろん厳しい。カップングでの審査をするのは、COEの審査に合格したカップパーたち。300近いサンプルから審査が行われ、

最終的に残るのは、40のサンプルだけである。ここで選ばれた豆はACEの倉庫に格納され、厳重に管理された上でオークションへと出品される。

こうした審査員登録をはじめ、COEの活動ならびに品評会に参加するには、メンバーシップへの登録が必要となる。非常にエキサイティングなオークションへの参加・落札や、入賞した豆のサンプルロットの購入などもメンバーシップ会員の特権である。

【日本の貢献】

COEが始まった当初は、出品ロットの最小数が今よりも大きく、60kgの袋で15袋出さねばならなかった(現在は300kgが最小ロット)。中~大ロースターでないとオークションへの参加が難しいこの規模感に対し、日本人バイヤーたちは「バイニング・グループ」を結成して購入していた。グループで2ロットほど購入して、メンバーたちで分けていたのである。こうしたグループでの購入は近年増えてきており、国をまたいで組んでいる人たちもいるが、1999年時点でこれを行っていた日本はその先駆けと言えるだろう。

このことからわかるように、日本はCOE開始から変わらずCOEおよびオークションに携わり続けている。購入量に関しても、2000年代には全ロットの75%が日本に輸出されており、2010年以降も50%近くは日本が落札しているという実績がある。ちなみに、COEオークションに最も多く参加している日本のバイヤーは丸山 健太郎氏で、参加回数は70回を超えている。



▲エルヴィン・ミエリッシュ氏

そして日本のCOEへの貢献は、オークションでの落札に限らない。というのも「林 秀豪氏が100人近いカップパーを育ててきた」という実績があり、これもCOEのコンセプトと相容れるからである。林氏に育てられたカップパーたちは、さらに次世代のカップパーたちを育て、世に送り出している。コーヒーに関する知識とともに、カップパーの育成も受け継がれているのは素晴らしいことだ。加えて、会社単位でも株式会社ボンタイン珈琲、株式会社トーアコーヒー、ワタル株式会社も設立当初よりサポートメンバーとして関わってくださっている。こうして日本は個人・会社を問わずCOEを支え続けていることから、COEの歴史に偉大な足跡を残していると言っても過言ではない。日本独自の購入傾向として「どの国の豆でも購入している」という特徴もあるため、日本がいかにさまざまな国のCOEに貢献しているかがわかると思う。

そして今年のトピックで言うと、24人の日本人審査員が8つのコンペティションに参加していることや、年初の半年だけで73ロットが日本のバイヤーによって購入されたことも挙げられる。さらに、松元 啓太さんが日本人初のホンジュラスCOEのヘッドジャッジになったことも特筆すべき事項である。

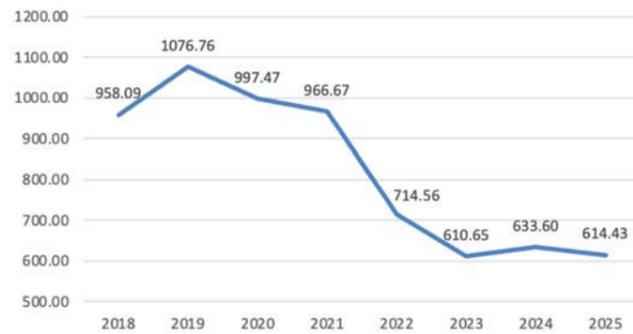
【トレンドの変遷】

<世界的な変遷>

世界のコーヒー市場のトレンドを見てみると、2018年から今に至るまでに明確な変化があった。それは「COEに出品されるコーヒーの数が減少している」ということである。主たる原因は、COEを含むオークションが飽和状態にあることだが、コーヒーの消費自体が減っていることや、為替の影響も一因として考えられる。加えて、ダイレクトトレードの増加も原因のひとつではあるが、これはCOEとして、そして業界としても喜ぶべき状況だ。つまり小規模生産者が直接バイヤーとやり取りできれば、オークションはいらないのである。

<日本の変遷 ①購入方法>

日本の平均落札数量はグラフを見てわかるように減ってきているが、これは先述の通り2019年以降にオークションのルールが変わり、ロットサイズを減らして購入できるようになったためである。次に平均落札価格を見ると、「数量」のグラフとは正反対の値を示している。つまり購入する数量が多いと平均の落札価格は安くなり、1ロット単位の量が減ると価格が高くなるのがわかる。



▲日本の平均落札数量



▲日本の平均落札価格

日本のバイヤーの購入方法は主に以下の2つ。

- ①ボリューム狙い：なるべく安い価格でたくさん買う。
- ②高額狙い：高額なロットを少量購入する。

どちらのタイプも存在はするが、近年の傾向としては「ボリューム狙い」よりも「高額狙い」にトレンドが切り替わってきており、「量より質」を重視する買い方になってきている。その証拠に、日本のカップパーが付けた点数動向を見ると、より質・点数の高いコーヒーが称賛される傾向にある。

<日本の変遷 ②品種>

続いて日本が落札してきた品種の変遷を見ると、2018、2019年ごろはブルボンが多かった。これには、ルワンダ、ブルンジのような「現在はCOEをやっていない、ブルボンが有名な国」のCOEオークションが活発だったことが背景にある。次いで2021年ごろになると、

パカマラが落札されることが増えた。同時に、パカマラの故郷であるエルサルバドルの扱い量が増加したのもこのころである。そして2022年以降のトレンドは、今でもなお高い人気を誇るゲイシャ。この品種が多くの生産国で採用されるケースも増え、日本以外の国でも落札実績がどんどん増えていった。

これらの品種をフレーバーの変遷で見ると、以下のように移り変わっている。

・ブルボン：明るくてキャラメルのような甘さがあり、クリーンなフィニッシュ。ココアやアーモンドのようなアフターテイストもあり、バランスも良くきれいなカップクオリティである。

・パカマラ：ジュシーで、マンゴーやピーチ、赤リンゴのような風味を持つ。フローラルなほみつに似たフレーバーが、クリーミーなマウスフィールとアーモンドのような余韻に支えられているのも特徴。さらに、躍動感のある酸味と重層的な甘みがしっかりしていて、なおかつエレガントさもある。

・ゲイシャ：フローラルだがエキゾチックな風味もある。

この変遷から、日本人の嗜好傾向として「クリーンでバランスの取れたカッププロファイル」を要求していることがわかる。また、「フィルターブリューに合うような、入手しやすく安定したコーヒー」が選ばれがちなのも特徴と言える。

以上のように購入方法・品種のトレンドは多様化しているが、日本はCOEのコアミッションを体現しながらCOEに携わり続けている。このコアミッションとは、「品質と透明性を適切に称賛し、類まれなるコーヒーを支え続けるバイヤーであること」である。

プレゼンテーションの後にはCOEの取り組みがわかる動画が流された。動画では、COEが2万5,000軒近い小規模生産者に影響を与えたことが語られ、生産者の方々も出演。COEが小規模な生産者、ロースターたちのつながりを醸成してきたことや、COEのおかげで小規模生産者たちが自分のコーヒーに価値を見出したことへの感謝などが述べられていた。

本セミナーでは、セミナータイトルの通り「日本のバイヤーたちが、COEにおいてどのような豆をどのように購入してきたか」の変遷が語られたが、同時に「COEにおける、日本の立ち位置の変遷」なども知ることができた。特に、日本人バイヤーの特徴である「どんな国の豆でも購入する」という話は印象的であり、日本がCOEを通じてさまざまな国の生産者に貢献していることがうかがえた。そして「品質と透明性を適切に称賛し、類まれなるコーヒーを支え続ける」というCOEのコアミッションは、バイヤーだけに求められる志ではないと思う。コーヒー業界に携わる方やコーヒーを愛する消費者も含め、良いコー

ヒーを適切に称賛し、適切な対価を支払うことで、今後もCOEのオークションをはじめ、さまざまな形で小規模生産者たちの力になっていくことが必要であると感じた。

広報委員会
若岡 桃子

9月24日 (水) 13:00~14:30

BSCA (ブラジルスペシャルティコーヒー協会)

Taste of the Harvest Brazil



今年も招待制で開催されたBSCAのセミナーは、協会の専務理事によるブラジル国内の生産状況の報告と、バラエティ豊かな25種のコーヒーのカッピングセッションの2部構成であった。なお、通訳・進行は、極東ファティ株式会社の秋本 紘昂氏が務めた。

プレゼンの前にはBSCA会長からのご挨拶もあり、セミナーおよびTaste of the Harvestが今年も開催できたことへの喜びと感謝が述べられ、日本とBSCAの古くからのつながりも強調されていた。

【協会のミッションとTaste of the Harvestについて】

BSCAが掲げるミッションは、「ブラジルのスペシャルティコーヒーをいっそう世に広めていくこと」と、「ブラジルのコーヒーを通して他国とのパートナーシップをより強固にし、今以上に良質なコーヒーを作っていくこと」である。

そして本セミナーのタイトルにも入っている“Taste of the Harvest”は、バイヤーと生産者による直接的なやり取りができるようにサポートすることを目的として行われている。

【ブラジルのコーヒー生産の現状】

国内のコーヒー生産においては、カネフォラの生産量が増加傾向にある一方、アラビカの生産量は10%ほど減少している。主な原因は、2021年ごろから続く気候変動。この問題が起きてから、協会、生産者ともにさまざまな取り組みをしてきてはいるものの、ダメージがかなり深刻なため、解決が難しいのが現状である。加えて、アラビカに関してはデリケートな品種であることも影響している。



こうした課題はあるものの、良い知らせもある。それは、生産者たちが品質向上に向けて多大な投資を行っていること。彼らは1つの品種に限定せず、いろいろな品種を育てたり、生産能力・品質の向上への投資を行ったりと、さまざまな挑戦をしている。

そんな生産者たちは日本の顧客を非常に大事にしているとのことで、「これからも日本の方々の声に応えられるよう、日々生産技術の向上に励んでいきたい」と意欲を見せていた。

【カッピングセッション】

今回セミナーの場に登場したサンプルは、ブラジル国内のCOEで選ばれた、83点以上の25カップ。全体的にハニー系、チョコレート感の強いものが多かったが、



カカオフレーバーの強いものや、スパイシーなものなども見られ、例年以上にバラエティ豊かなラインナップであったと言える。

サンプル内の最高スコアはSul de MinasのFazenda Barreiroのコーヒーで、90.83点。ナチュラルプロセスの豆で、フローラルさもあつつつ、ハニーの風味も感じられるコーヒーだった。



スコアの差や風味の違いはあれど、どのコーヒーから厳しい気候変動等と闘いながら、消費者のためにより良いコーヒーを作ろうとする生産者たちの情熱が伝わってくるようであった。

セミナーの終わりには、BSCA会長がワタル株式会社、株式会社イーコムジャパン、そして長年にわたりBSCAに多大なる協力をしてきた林 秀豪氏への感謝を述べ、「Taste of the Harvestによって日本のコーヒーマーケットがより良くなることを期待している」と結んだ。また、会場からは、本セミナーで主にカッピングのサポートをしていたSCAJテクニカルスタンダード委員会への感謝の拍手も送られ、非常に暖かな雰囲気の中セミナーは終幕した。

広報委員会
若岡 桃子



9月24日(水) 15:00~16:30

FNCコロンビアコーヒー生産者連合会

コロンビアコーヒー最新情報 ～付加価値を高める持続可能な取り組み～



毎年興味深い内容で注目を集めるコロンビア生産国セミナー。今回は「コロンビア最新情報～付加価値を高める持続可能な取り組み～」というテーマで、CENI CAFÉのアルヴァロ・ガイタン氏が登壇した。

セミナーは、コロンビアにおけるコーヒー生産についての地理的な要因と品種についてのプレゼンテーションから始まった。世界の中でもコロンビアは非常に雨の多い国だが、その理由は主に2つある。1つ目は、赤道付近で太陽に温められた空気が上昇し、湿った空気が集まることで、常に活発な積雲が発生していること。そして2つ目は、強い雨をもたらす帯状の領域である「熱帯収束帯」が2つ通っていることである。こうした気候の影響で、縦に長い国土では1年中雨が降っている。これがコーヒー生産にも大きな影響を与え、北部、中部、南部と3つに分けられる生産地域においても以下の通り収穫時期が異なっている。

- ・北部(サンタンデル、マグダレナ): 年の後半に収穫がある。
- ・中部(カルダス、キンディオ): 2つの熱帯収束帯が交わっているため、2回の収穫がある。
- ・南部(ナリーニョ、カウカ、ウイラ): 年の前半に収穫が行われる。

このことから、コロンビアには年間を通して新鮮なコーヒーがあり、それぞれ風味特性も異なるので、コーヒーバイヤーにとって魅力的な国であると言える。一方で、雨が多いと病害のリスクも高いため、生産者泣かせでもある。コロンビアでのアラビカ種に適した標高は1,600m付近が中心で、1,500~2,000mで61.3%のアラビカ種が栽培されている。その品種は、ほとんどがカトゥーラとティモール・ハイブリッドの人工交配種のカスティージョ。収穫量が高いのはもちろん、スクリーンサイズ、風味ともに良好で、病害にも強い品種だ。

続いて、コロンビアが抱える課題と解決策について、以下の6つを挙げた。

課題①さらなる生産性: 将来に向けてブラジル、ベトナムに次ぐ世界3位の生産量を維持するための挑戦が必要。
解決策: さび病への耐性が強化され、品質も向上したカスティージョ2.0の種子を年間80トン、生産者へ提供しており、2億本のコーヒーの木が供給されている。

課題②品質の向上: 「マイルドウォッシュ」というコロンビアの代名詞でもある良質なカップ品質を安定的なものにしているが、消費者からのさらなる高い品質へのリクエストにも応えていきたい。

解決策: 新しい機械や器具を導入し、品質の向上に努めている。具体的には、未成熟豆が2.5%未満であることを確認する「メディヴェルデス」という道具や、「ファーマンテーション・マスター」という発酵槽での豆の状況が判断できる器具の使用。乾燥工程の水分値のチェックができるグラムネットなども用いて厳しい品質管理をし、市場からの要望にも応えている。ゲイシャやピンクブルボンでは、バイオリアクターを使った生産処理にも取り組んでいる。

課題③さらなる持続可能性: 気候変動に対応したコーヒー生産。

解決策: 環境に配慮した取り組みを実施している。例を挙げると、さび病への耐性がある品種を栽培することで、年間100万リットルの農薬の使用を回避し、撒布用の水とペットボトル使用量の削減に成功した。また、農薬の使用を抑えることで生物多様性の向上を実現することもできる。実際に農薬を使わないことで、コーヒーの花を訪れる昆虫を560種類以上にも増やすことができ、結果として260種の植物を育成して緑豊かな土壌をもたらすことができた。

課題④効率化: 農村部の高齢化に伴い、労働力の減少が問題になっている。

解決策: テクノロジーを活用することで、労働力不足を補う。ドローンで除草剤や殺虫剤の散布を行い、生産コストの5%削減に成功している。

課題⑤コンプライアンスの強化: ウォッシュドプロセスで使用される汚水への対策。

解決策: 「エコミル」という環境に配慮したウエットミルを使用することで、ウォッシュドプロセスで使われる水の量が1キロあたり40Lから0.5Lに削減された。これにより、汚水による環境対策が簡易になった。また、「グリーンフィルター」という装置を用いて、ウォッシュドプロセスで使用した水を大気に蒸散させている。

課題⑥技術的向上: 生産性と品質を向上させつつ、環境を守りながら生産者の生活の質を改善し、経済的な成長を実現するための新たな支援が必要となる。

解決策: 収穫したチェリーの中で、コーヒーになるのは8%と言われている。よって果皮や果肉などの残りは有機肥料になるが、CENI CAFÉは独自の研究でこれらを高付加価値化する手法を開発した。その手法とは、果皮等をアルコール、食用きのこ、ペクチンへ転換すること。この方法で循環型経済に参入でき、生産者の追加収入と健康志向の消費者市場へとつなげることができた。また、AIを活用したコーヒー生産におけるQ&AをCENI CAFÉのHP上に掲載しており、英語、スペイン語、ポルトガル語



▲アルヴァロ・ガイタン氏

など複数言語でコーヒー生産に対する質問に答えられるようにしている。

そして本セミナーは、アルヴァロ・ガイタン氏のこの言葉で締めくくられた。

「コロンビアのコーヒーは、歴史以上に未来に満ちています」

他の生産国と同様に、コーヒー生産大国のコロンビアもまた、さまざまな問題や課題を抱えている。しかしながら、日々進んでいる技術革新によって解決を目指す取り組みを知れた、有意義なセミナーだった。

広報委員会
堀内 隆志

9月25日(木)9:00~10:30

NICARAGUA IS COFFEE

NICARAGUA IS COFFEE



早朝9時からの開催にもかかわらず、本セミナーには多くの方が参加しており、ニカラグアコーヒーに対する期待の表れを感じた。冒頭には生産者ゴンサロ・カスティージョ氏から「本日の参加者を家族として迎える」という温かい挨拶があり、セミナーのスタートとなった。

はじめに、カスティージョ氏は、ニカラグアの有名なコーヒー生産エリアのヌエバ・セゴビアに農園を持っており、過去にCOE(カップ・オブ・エクセレンス)を受賞したことがあるという経歴を語った。現在は、「コーヒー栽培変革・発展のための国家委員会(Comisión Nacional para la Transformación y Desarrollo de la Caficultura: CONATRADEC)」に所属しているが、このCONATRADECは政府と民間を取り持つ機関で、現在はCOEの国内実施団体となっている。この組織はニカラグアのコーヒーを良くするために尽力をしているとのことだ。なお、日本はニカラグアのCOEの最大の顧客であり、品質向上のための取り組みにも協力している。

【ニカラグアの概要】

- ・国土面積: 130,375km²
- ・人口: 695万人
- ・人口密度: 48.7人/km²
- ・言語: スペイン語
- ・GDP: 178.2億ドル
- ・主要産業: 金、牛肉、コーヒー、サウキビ(金額ベースで第3位)
- ・首都: マナグア

【カスティージョ氏のプレゼンテーション】

続いてカスティージョ氏は、農園経営者としての経験や、政府との連携、持続可能な農業の取り組みなどを紹介した。彼は40年以上にわたりコーヒー栽培に携わっており、72歳になった今も愛情を込めてコーヒー豆を育てている。ニカラグアのコーヒーは機械に頼らず、全て人の手で育てられているとのこと、自然と共生する農法を重視していることを強調していた。また、農園では家族のような関係を築いた日本をお客さまとして迎え入れ、農園視察や交流を通じて信頼を深めているという。そんなニカラグアと日本の友好関係は90年以上続いており、2月20日はニカラグアの法律で「両国の友好を祝う日」として制定されている。



▲カスティージョ氏

【エスコバル氏のプレゼンテーション】

カスティージョ氏の後には、CONATRADECの事務局長であるエドゥアルド・エスコバル氏が登壇。エスコバル氏は、ニカラグアコーヒーの特徴と地域性を以下のとおり紹介した。



▲エスコバル氏

ニカラグアのコーヒーは、標高800~1,700mの地域で栽培され、40以上のアラビカ種が存在している。地域ごとに異なる香りと味があり、ジャスミン、バラ、チョコレート、ワイン、トロピカルフルーツなどの風味を楽しむことができる。特にマタガルパ、ヌエバ・セゴビア、マデリンスなどの地域では、香り高く、酸味やコクのバランスが取れたコーヒーが生産されている。また、農薬を使わず、微生物や自然の力を活用した害虫対策を行っており、環境への配慮を重視しているのも特徴。例えば、木の下で栽培することで森と共生する農法を実現し、土壌汚染を防ぎながら品質も保つ方法があるが、これは未来の世代に良い環境を残すための選択でもある。そんなニカラグアでは、コーヒーの品質向上を目的とした学校を設立して、後継者の育成や技術革新に力を入れている。CQI認定のQグレーダーも多数育成されており、国際基準に対応できる体制が整いつつある。また、コーヒー農園は温暖化による影響を受けているため、耐性のある品種の研究も進められている。気候変動に強いコーヒーを開発し、農家に伝えることで、持続可能な生産体制を構築しようとしているのである。ニカラグアのコーヒーは、味だけでなく、歴史・文化・人々の思いが込められた特別な存在。だからこそ日本との関係をさらに深め、コーヒーの持続可能な未来を築くために、今後も協力を続けていきたいという強い意志がある。

【カップングセッション】

セミナー中には全体で8つのカップが紹介されたが、その一部を紹介する。

- L1: Geisha Finca los Aipes Washed
- L2: Catuai San Judas Tadeo Washed
- L3: Pacamara Hugo Medina Washed

とりわけ、L1のGeishaはフローラルな香りを感じることができる魅力的なコーヒーだった。

広報委員会
戸井田 紀人



9月25日 (木) 11:00~12:30
Guatemalan Coffees

グアテマラコーヒーの革新性 ~変化するグローバル市場で競争力を維持する鍵~



今年のセミナーはグアテマラのコーヒー生産におけるイノベーションで、サステナビリティ、競争力を保つための重要な取り組みの紹介だった。グアテマラの小規模生産者をフォローするANACAFEのマーケティングマネージャー Andrea Vergara氏が講師を務め、グアテマラコーヒー市場の現状、ANACAFEとその取り組みについて説明した。

【グアテマラのコーヒー市場】

2025年6月のグアテマラの輸出統計でコーヒーは12.1%、砂糖やバナナ、カルダモンがその後に続き、周知の通りコーヒーは重要な産業となっている。輸出先は北米が52%、ヨーロッパが25%、アジアが20%、その他が3%となり、国別ではアメリカが41%、カナダが11%、日本が10%、ベルギーが8%と続く。アメリカとカナダで半分以上の52%を占めるが、日本も3番手でグアテマラにとって重要な輸出国である。ちなみにアジアでは日本が10%、韓国5%、

台湾2%、中国1%となっている。

日本への輸出量については、10年前に比べると半分くらいになっており、ゆるやかに減少が続いている。輸出先順位もカナダに抜かれて3位となり、この減少傾向の原因については今調査をしているところである。量と金額は比例しておらず、2024-2025に限っては相場の上昇の影響を受けて金額は増加の予測となっている。

ANACAFEに加入しているコーヒー生産者は125,000人以上。340の自治体のうち261でコーヒーの生産がされており、生産エリアは376,019ヘクタールで国土の3.5%に及ぶ。コーヒー産業は年間500,000人の雇用を生み、そのうち41%が女性。また2018年には無形文化遺産にも認定され、グアテマラでは誇らしい重要な産業である。生産者の構成は小規模生産者が96.8%、中規模が0.8%、大規模が0.29%の割合。生産規模は小規模が44%、

中規模が31%、大規模が25%となっている。ANACAFEは主に小規模生産者をフォローし、協同組合のようにグループ化することで、マーケットに対して中規模、大規模の生産者と戦えるよう、市場形成に大きな役割を持っている。

【ANACAFEのイノベーション】

ANACAFEでは、小規模生産者のハイクオリティ、サステナビリティ、競争力の維持をサポートするため、以下の2つのイノベーションを行っている。

- 戦略的な取り組み
- デジタルツール

【戦略的な取り組み 「RENTABILIDAD SUSTENTABLE」】

持続可能で収益性を高めるプログラムとして「RENTABILIDAD SUSTENTABLE」という名の4つのガイドを用意した。

- 持続可能な収益性のあるプログラム
- 灌漑ありのアラビカプログラム
- 灌漑ありのロブスタプログラム
- 生産性の高いロブスタプログラム

これらは、コーヒー生産者が経済的、社会的、そして環境的に持続可能な状態を実現するための資源を生み出し、収益性を確保しながらコーヒー科学の変動に依存しない体制を構築することを目的とする。

プログラムの基軸としては農学、管理、財務という3つの視点で段階的に解決を行っていく。例えば財務的視点では、コーヒーを生産する上でどの程度コストがかかっているのかを把握し、次に改善のためのイノベーションの検討、最後にイノベーションの結果を検証して改善、といったPDCAサイクルのような仕組みを教えている。このプログラムの参加については、以下5つの要素を準拠しなければならない。

- 書式処理のシステム
- 肥料の管理
- 病気や害虫の予防
- 雑草の管理
- 日陰の管理

これらをしっかりとできることを、参加の条件としている。

【戦略的な取り組み 「Highly Productive Coffee Systems」】

生産性の高いアラビカのコーヒーシステムを導入し、遺伝学からその土地に適した高品質な苗を用意するところから始める。遺伝学の側面では重要なポイントは病害虫、気候の抵抗性。苗床で根と葉の健康状態を重視し、移植するのに理想的なサイズなどを教えていく。遺伝学その他、農学的な要素では、作物の特性、分布を考慮した生産システム的设计。



次に土壌の準備や機械化、プランテーションの設計。最後に0-6か月、7-18か月、再生農業の3つのフェーズに分けて、生産管理を教えていく。0-6か月、7-18か月ではそれぞれの期間で適した根の発育、作物の成長の良さをチェックし、再生農業のフェーズでは作物の耐用年数を通じて、より高い生産性を達成することに重点を置いている。

【デジタルツール「ESTIMA」】

こうした戦略的なプランの実行をサポートするデジタルツールとして、「ESTIMA」を用意している。「ESTIMA」はコスト管理を行うアプリで、購入、販売、支払いを一元化して管理し、リアルタイムでデータを分析できる。労働に関わるコスト、肥料や資材などの導入コスト、コーヒー加工のコストなどをきちんと把握することができ、生産管理の最適化ができる。バッチごとにもコスト管理ができ、何が一番コストをかけているのかもわかるようになるため、何を減らせばいいか、変えればいいのかを見極めていくことが可能になる。しいては金銭的な問題の解決に役立てられる。

【デジタルツール「PROYECTA」】

もう一つのツール「PROYECTA」は、作物の予測を行うアプリになる。収穫前に生産量を予測できるので、どのくらいの肥料を用意すれば良いか、事前の意思決定の助けとなる。作物予測のメリットとしては、「生産高の把握」「農学的な管理」「生産能力の把握」「需要と供給の把握」「予算の割り振り」が挙げられる。生産量の予測を行う上では、バッチごとの在庫、プラントあたりの枝の数、一枝あたりの節の数、節あたりの果実の数、果実の重さを考慮しなければならない。

他にも、今回配布されたカラフルなパンフレットやPR用の映像など、ブランドイメージの刷新、生産者の存在をより多くの人に広めていくことを目的としている。また、生産者を検索できる「Coffee search system」というツールもあり、どのようなコーヒーを作っているのか、バイヤーやインポーターが生産者とコンタクトを取ることにも可能となっている。

広報委員会
乾 智彦

Guatemalan Coffees Exports to Japan



(2024/2015 → 2024/2025*)



Guatemalan Coffees Exports to Japan



9月25日 (木) 11:00~12:30
 ボルカフェ株式会社

コーヒーの世界需給概況とスペシャルティコーヒーのこれから



SCAJ2025では、入場者が昨年を大きく上回り9万人を超えたそうで、波乱含みのコーヒーの国際市場の中でも、スペシャルティコーヒーへの需要は堅調であることが感じられました。

世界のコーヒー市場では、ちょうど昨年のSCAJが開催された時期から相場が高騰を始めました。

2021/2022期以来続いた世界レベルでの供給不足に追い打ちをかけるようにブラジルの減産が伝えられ、相場は400セントを大きく超えたあと、今年夏場にいったん300セントを割る場面があったものの、再び400セント台をうかがう展開となっています。

このような状況を見て、今年のセミナーでも、昨年と同じテーマで、ボルカフェグループの需給バランス分析の最新の結果を紹介し、そこから導き出されるスペシャルティコーヒー事業への影響を検討し、事業の持続可能性を考えるためのヒントとしていただくべく、お話をさせていただきました。

ボルカフェグループのコーヒー作柄調査や需給分析については昨年のセミナーでもご説明させていただきました。これについては、昨年以降の生産量の実績値や、それが与えた相場へのインパクトを見ていただくことで、一定の信頼性をお示しすることができたと自負しております。

近年、世界のコーヒーの生産量に大きな影を落としているのが、気候変動による悪天候や気候パターンの変化であることには変わりはありません。これが2021/2022期から2024/2025期までの4年間の供給不足につながりました。現在の2025/2026期でも、昨秋のブラジルの降雨不足の影響により減産となっています。コロンビアや中米諸国のアラビカ、ベトナムやブラジルを中心とするロブスタの生産は、今般の高値相場を好感した生産地の努力により増産が期待されるものの、全体としては1百万袋足らずの供給不足となっていると推測されます。

先行きの需給バランスを大きく改善するものとして、ブラジルの2026/2027クロープの増産が予想されていますが、これが実現するためには未だ10か月もの期間に悪天候などの影響がないことが必要で、さらに需給バランスの改善は2026年の後半まで待つ必要があります。その間、製品価格の上昇による消費のわずかな減退や、アラビカからロブスタへの需要のシフトが見込まれるものの、世界のコーヒー原料在庫レベルは低位にとどまり、先物相場が逆ザヤ状態で高値圏で推移することが予想されます。

これに加え、2026年1月からの施行が予定されていたものの、さらなる延期の可能性が取りざたされているEUDR (EU森林破壊防止規則)の動向や、10月半ばの

時点でブラジル産のコーヒーに50%の関税を乗せているトランプ関税の成り行きなど、世界のコーヒー相場の不安定要因は事欠きません。

この昨年来の高値相場は、スペシャルティコーヒーの世界に、どのような影響してきていたのでしょうか。

当社が取り扱うコーヒーの価格については、汎用品やハイコマースと呼ばれるレベルのグレードについては (Intercontinental Exchangeを基準とする) 標準相場に即して推移し、価格が高くなるほど、その連関が弱くなるという傾向がみられました。この結果として、汎用グレードとスペシャルティ・グレードの価格差がやや縮まることになったと言えます。

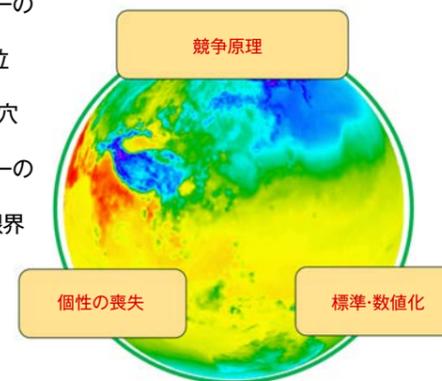
ボルカフェグループの生産国や貿易拠点でスペシャルティコーヒーを扱う担当者に行った簡単なアンケートでは、コーヒーの標準相場が高ければ汎用品でも十分な高値で売れるため、スペシャルティコーヒーにこだわって手間をかけて生産するモチベーションが低くなる危険性があるとの指摘が聞かれました。

今後、安定してスペシャルティコーヒー原料を買い付けるためには、生産者やサプライヤーとの本当の信頼関係を構築し、国際相場の動向に振り回されないようなコーヒーの差別化を協力して模索していくことが必要になると思われます。

生産者やサプライヤーとの関係構築のためには、汎用品市場とほぼ正反対の考え方が求められるスペシャルティコーヒーの取り組み要件を理解することが必要です。

スペシャルティの差別化競争?

数値評価
 スペシャルティ・コーヒーの競争原理
 カップ点数、品評会順位
 人工的差別化の落とし穴
 スペシャルティ・コーヒーの定義の限界と矛盾
 付加価値や多様性の限界



コーヒーの本当の差別化

差別化の重要性
 競争原理からの離脱
 テロワールの重要性
 唯一無二の価値
 人的・社会的テロワール
 生産者との関係構築の礎



また、差別化手法のマンネリ化・人工化に陥らず、スペシャルティコーヒーの価値の源泉である、それぞれのコーヒーの広義のテロワールを大事にしていくことが見直される時機に差し掛かってきているのではないのでしょうか。

これらのテーマについて、私の頭に浮かんだキーワードをまとめたスライドを提示しまして、拙稿の締めとさせていただきます。

ボルカフェ株式会社
 広池 正道

9月25日 (木) 13:00~14:30

台湾コーヒー産業戦略連盟

世界で最も訪れやすいコーヒー生産国、台湾。 ～最も高級なコーヒー生産地域向けのCVA応用～



昨年同様、台湾珈琲研究室の林 哲豪氏により台湾珈琲を紹介するセミナーが開催された。今回は「世界で最も訪れやすいコーヒー生産国・台湾」を主テーマとして、台湾という国と台湾珈琲に関する新しい事柄を解説していった。なお、「台湾」という国のアイデンティティに関しては異なる立場の人々がいることは承知しているが、現在通用している。パスポートには「中華民国」という国名と同時に「TAIWAN」の文字が表記されており、これが彼らのアイデンティティを表しているという。

【1. 日本との関係】

台湾は、中国大陸の西の南シナ海にある面積36,000km²の島で、人口は2,300万人。沖縄県の与那国島からは直線距離で約110kmなので、晴れた日には島影も眺められる。1895年の日清戦争の帰結からは日本の統治下に移り、その後1945年の太平洋戦争終了まで50年間にわたって日本の一部として政治、経済、教育が行われた。その後、中国大陸で起こった国共内戦で大陸から移ってきた国民党政府によって中華民国・TAIWANとされ、現在に至っている。

2024年冬季のスケジュールでは、日本と台湾の間で週600便あまりの航空路線が存在し、緊密な往来が可能。

日本を訪れる台湾観光客は年間600万人を超え、人口あたりにすると4人に1人が日本を訪れた計算になる。日本から台湾への渡航者も年間100万人以上を数え、関係の深さを物語っている。

【2. 台湾のコーヒー業界の概要】

世界各国から台湾へのコーヒー輸入は、金額にして286百万ドル、量にして5万トンで、その85%はグリーンビーンズである。一人当たりのコーヒー消費に関しては2kg/年であり、1.5kg/年の茶葉を凌駕している。

また、台湾には2万8,332軒のカフェ・喫茶店と1万3,700軒のコンビニがあり、コーヒーが提供されているが、5,000軒を超える自家焙煎店も家庭消費を支える存在である。CQIのQグレーダーも全国で670人を超え、コーヒーの消費啓蒙に務めている。

【3. 台湾のコーヒー栽培】

台湾では日本統治下の1900年代初頭にコーヒー栽培が始まり、戦前の一時期には1,000ha以上の栽培面積があったものの、戦後に低迷した。その後、アメリカのUSAIDにより新たにコーヒー栽培が奨励された時期には若干の回復を見せたが、現在のようにコーヒー栽培が



盛んになるのは2000年代に入ってからである。加えて、コーヒー栽培が盛んになった要因には、1999年に起きた台湾中部南投県を震源とするマグニチュード7.5の大地震によって各地で大規模な地滑り災害が起きたことも関係している。というのも、この地滑りの原因として挙げられたのが、山間部の傾斜地に大量に植えられたヤシやバナナなどの根の浅い植物だからである。そこで根を深く張るコーヒーが着目され、一気に栽培面積が増えたと言われている。現在ではかつての最盛期に匹敵する1,300haの栽培面積があり、1ha当たりの収穫量は平均1,000kgあるという。

【4. 台湾のおもなコーヒー産地の紹介】

・大阿里山区

昼夜の寒暖差が大きく、品質の高い多様な品種を栽培。茶栽培で有名な地域であり、コーヒーもお茶と同様に手作業での収穫・精選が徹底されている。観光地としても人気で、コーヒー関連のイベントも開催されている。

・花東および海岸山脈区

有機栽培の推進地区。初期のコーヒー栽培中心地であり、その歴史を復活させつつある。自然豊かな環境から、高品質な風味を生み出している。

・日月潭および中央山脈区

昼夜の寒暖差が大きく、豊かな露と霧が栽培に好影響を及ぼしており、収穫の収率が高い。観光地としても人気が高い地域で、かつて北海道帝国大学試験林場も存在した。

・北大武山区

台湾中央部南端にある台湾最高峰を含む山脈。コーヒー栽培の歴史は長く、先住民文化も色濃く残る地域である。新しい農場の開発が進み、都市と産業の情報に対する需要が増加している。

【5. 台湾への招待】

日本のコーヒー愛好者に対して、ぜひ台湾への旅行を

おすすめしたいということで、台湾コーヒー農園ツアーのモデルが紹介された。コーヒー生産地帯へのルートとぜひ訪れてほしい農園、カフェなどが地図上に示され、最寄りの都市からのアクセス方法も紹介されていた。

【6. CVA Value Discovery Paradigm (CVA価値発見パラダイム)】

SCAのCoffee Value Assessment (CVA)に当てはめて、台湾珈琲の価値の再評価も行われている。今回は代表的な3つの農園のサンプルを例に、テイastingしながら各農園の紹介が行われた。

① Jiahe Coffee Farm 阿里山

標高1,200m 品種SL34 ハニープロセス

② Royal Bean Geisha Estate 阿里山

標高1,200m 品種ゲイシャ ウォッシュド

③ Zou Zhou Yuan 阿里山

標高1,300m 品種ソッナ ウォッシュド

それぞれの農園は、国内やCOEで高評価を得ている実力があり、林氏の言う「価値の高さ」に納得できるサンプルであった。



▲林氏

林氏は台湾における若手コーヒーマンの代表的存在であるが、その博識さと研究熱心さには毎度驚かされる。加えて、同氏は米国にてQグレーダーを取得し、日本ではSCAJのアドバンスドコーヒーマイスターを日本語で取得しているため、今回も「英語でスピーチしながら日本語のジョークを挟み込む」というアカデミックでありながら肩の凝らない話術を駆使していた。そのおかげもあって楽しく、思わず台湾に行ってみたいと思える有意義なセミナーであった。

広報委員会 委員長
永田 卓

9月25日 (木) 13:00~14:30

株式会社イーコムジャパン

ECOMセミナー ~当社のコーヒーサプライチェーンにおける持続可能性の価値~



コーヒー生産者は、持続的なコーヒー生産への課題に直面している。そこでECOM COFFEE GROUPでは、こうした課題を最前線から取り上げ、課題や変化し続ける消費国からのニーズに対して、同社のSMS (Sustainability Management Services) の事業を通じて生産国がどういった取り組みを行っているかを紹介するセミナーを開催した。講師は、コーヒー生産の現場で活躍しているECOM SMS Global Staffのブライアン・セラノ氏 (Bryan Serrano) とECOM SMS Country Manger Vietnamのツアン・サルジンスキ氏 (Thuan Sarzynski) が務めた。

【SMS (Sustainability Management Services)】

ECOM GROUPのSMSは、数多くあるサステナビリティ活動の中でも、特に生産者に寄り添ったサービスとして知られる。SMSに所属する農業技師は、個々の生産者を小規模から大規模を問わず幅広く訪問。地域や農家によって異なるサステナビリティの課題に対してそれぞれの実情に合わせた支援策を提案し、生産者はもちろん、時には消費国のユーザーとも一緒になって課題に取り組んでいる。これは、コーヒーのサステナブルなビジネスは生産者の行動も大切だが、消費者の理解と協力があって

初めて成り立つものだからである。SMSでは生産国での多岐にわたるサステナビリティ活動の実施に加え、生産国と消費国をサステナビリティの側面からつなぐ活動も行っている。

【コーヒー生産国での課題】

<気候変動による生産量の減少>

コーヒー生産国でも、例年以上の気温上昇や平年に比べて高気温が長期化していることで、乾燥や干ばつが発生し、コーヒーの生産量を減少させている。逆もまた然りで、コーヒーの最大生産国であるブラジルでは、気温低下による霜害の被害に悩まされることも少なくはない。

さらにコーヒー生産国では、少雨や降雨パターンが変わってきている国も目立つ。コーヒーは雨期に入り雨が降って花が開花・結実するため、実の生育期には潤沢な降雨が必要である。したがって、降雨パターンの崩れは生産量低下の原因の一つとなる。

<生産者の高齢化と担い手不足>

ECOM SMSのデータによると、世界全体のコーヒー生産者の平均年齢は55歳~60歳程度と推定されている。中でもコスタリカでは55%以上の生産者が60歳以上で、

国ごとの平均年齢をいくつか例に挙げると、コロンビア55歳、ウガンダ56歳、ベトナム59歳以下と高齢化が目立つ。

一方で、若い世代はコーヒーの生産者になることに魅力を感じず、企業に職を求める人も多いため、次世代の担い手不足は否めない。

<消費国からのニーズの変化>

EUでは、EU域内に森林関連製品を輸入・販売する企業や、域外に輸出する企業に対して「製品の生産時に森林破壊を引き起こしていないか」の調査を求める制度「EUDR (European Union Deforestation Regulation)」が施行されようとしており、この制度にはコーヒーも含まれる。また、日本でも世界の趨勢に合わせて企業活動によるCO₂の削減が求められ出しており、コーヒーの生産過程においてもCO₂排出を削減する要望が出始めている。こういった課題はコーヒー生産者だけで対応するのは難しく、ECOM SMSチームを含め多くの国や機関が生産者と一緒になって、新しい要望に応えようと努力している。

【ECOM SMSの取り組み例】

・気候変動による生産量の減少には、生産性、品質、耐病性が高い新しい品種を推奨。ECOM SMSは、こうした品種の研究開発の一翼を担いつつ、中米を中心に複数の生産国に苗床を持っている。加えて種苗の生育にも力を入れ、年間数千万本の種苗を生産者に提供。品種の開発から、生産者が農園で新品種から生産ができるようになるまで、技術指導も含め支援し、気候変動の中でも持続的な生産ができるように取り組んでいる。

・担い手不足の課題に対しては、ECOM SMS Universityという取り組みを始めた。主にコーヒー生産者の家族を中心に農園経営や農業技術を教育し、コーヒー栽培の魅力を伝えるだけでなく、生産したコーヒーが適正な価格で販売でき、経済的にも自立できるように支援している。



・EUDRの規制に対しては小規模農家を含め各農園のマッピングを行い、衛星画像データを用いて森林破壊の有無を調査。また、CO₂削減には化成肥料よりもCO₂排出量の少ない有機肥料の開発および提供を行っている。さらに農園から排出される残渣を利用したバイオ炭の開発から提供までを行い、炭素固定によるCO₂排出量の削減にも取り組んでいる。

・コーヒー生産のCO₂排出量の可視化を可能にするため、ECOM GROUPは独自に「Green Meter」と呼ばれる農園から積出港までのCO₂排出量を計算するツールを開発。消費国のクライアントへ一次データの提供を可能にしている。

アンケートでは多くの方にECOM GROUPの取り組みに興味を持っていただき、大多数の方に「今後もセミナーがあれば参加したい」といううれしい評価をいただいた。来年のSCAJでも積極的にサステナビリティの情報発信を行い、今後も生産国と消費国をサステナビリティの側面からつなぐ役割に貢献していきたい。

株式会社イーコムジャパン

9月25日 (木) 13:30~15:30

Specialty Coffee Association

新Qグレーダーの最新情報



CVAについてのセミナーは今回で3回目。3年ほど継続して情報公開を行ってきたが、ここ1年で起きた出来事について説明があった。

【CVAについて】

CVAのおさらいとして、まずは「属性」の重要性の説明からスタートした。この「属性」を重要視する理由としては、2021年に再定義されたスペシャルティコーヒーの定義、「スペシャルティコーヒーとは、コーヒーまたはコーヒー経験であって、明確な属性ゆえに認識され市場において高い価値を生ずるものをいう」において重要な役割を担っているためである。この属性の価値を測定することができるCVAは、コーヒーの価値を発見する新しいパラダイムとして、以下の4つの構成要素から成る。

- **Physical** 物理的な評価
- **Descriptive** 記述的な評価
- **Affective** 感性的な評価
- **Extrinsic** 外材的な評価

このCVAを用いてコーヒーを評価し、新しい時代を切り開くことを目的として、以下の点を考えている。

- スペシャルティコーヒーの定義を拡大、拡張すること
- バリューチェーンのコミュニケーション、協力をより容易にすること
- 消費者にも重きを置き、彼らの価値を解き放つこと

【ここ1年の活動として「外在的評価」の規格化】

2024年の11月に「記述的評価」「感性的評価」「受講に

関わる点」の3つの規格を公表し、2025年には「外在的な評価」の規格化に時間を割いた。

20年前と比べると、外在的属性の情報は膨大な量になっている。以前はコーヒーの風味やフレーバーの情報が主だったが、今は10%程度しかなく、他の情報の重要性が上がっている。そして、ロースターやバイヤーなどスペシャルティコーヒーに関わる人達は、このコーヒー豆のストーリーをもっと説明したいと考えている。

外在的評価は、以下4つの大きな項目から成り立つ。

- **ファーマー**
- **プロセッシング**
- **トレーディング**
- **認証**

※その他の項目もあり

このフォームの最終版は2025年11月に公開。これらを規格化してどう運用していくか検討した1年だった。

【新Qグレーダープログラム】

4月にSCAとCQIが合意をして、CQIが管轄していたQグレーダープログラムがSCAに移行された。元々CQIはSCAによって作られた団体で、生産地の開発プログラムの作成、コーヒーのプロフェッショナルの教育、業界の共通言語の開発を目的としていた。しかしCQIでは開発途上国への生産地の開発で手一杯で、教育プログラムまで手が回っていない状況だった。そこでCQIには本来の第一目的であるコーヒー産地の開発、経済的支援などに注力してもらい、手薄になっていたプロフェッショナルの教育は、強固な教育

プログラムを作ってきたSCAに移行することになった。SCAはさまざまな人が受講しやすいようにQグレーダープログラムを変更し、日本ではSCAJと協力して新Qグレーダープログラムを開催していく。

Qグレーダープログラムは20年前にCQIによって作られ、その目的はコースに参加している人にコーヒーを評価する能力があるか査定するためのものである。その時に用いられていたのが2004年版のSCAのカッピングフォームであったが、新Qグレーダープログラムでは2025年10月以降、CVAを基礎としたカッピングフォームに変更となる。

新プログラムでは、主にCVAを用いながらプロフェッショナルにライセンスを与え、理論と実践の両面から教えていく。さらに感覚科学の新しい知見も取り込み、より実際の仕事に関わるようにしていく。方針としては、

- **コーヒーの官能的評価の能力を有しているか**
 - **CVAの知識、応用知識を有しているか**
 - **求めている能力にギャップがあれば、それを埋めていく**
- の3点であり、受講者の現状を査定し、学習機会の提供も目的としている。

日程は、今までのプログラムと同じように6日間の講座で実施。以下の4項目の観点で進めていく。

- **Physical 物理的な評価**
生豆の検体に対して、色調、デフェクト、水分、サイズの分布といった4つの観点で評価を行う。
- **Descriptive 記述的な評価**
コーヒーをカッピングし、科学的なツールも用いてコーヒーがどのような有様なのか、味や風味の評価を行う。
- **Affective 感性的な評価**
人や市場によって、どういふコーヒーが高く評価されるのかが異なるため、さまざまな状況、立場の中でのカッピング評価を行う。
- **Extrinsic 外材的な評価**
人の感覚によらない非感性的な属性に関して識別していく外在的的属性評価を行う。

新しいQグレーダープログラムを構築する際、念頭に置いたことがいくつかある。まず、CQIにあったプログラムの難しさや厳格性は維持し、生産国の人々が受講しやすいように受講料の設定を行った。そこで受講料を全世界共通ではなく、トレーナーがいる国の所得の水準に合わせて増減させている。例えば、SCAに支払う金額をUSA、日本、ドイツなどの高い国で200ドル、ルワンダ、ブルンジなどの低い国で32ドル(トレーナーに支払う金額は別途)に設定している。トレーナー自体も講義をしやすいように経済的障壁を下げていき、提供する国を広げていくことで、今まで参加しやすかった豊かな消費国だけでなく、生産国まで参加を広げていく。

また、コーヒーのバリューチェーンではさまざまな仕事があるが、どの業態、職種であっても受講しやすい設定を行い、長くコーヒー業界にいるプロフェッショナルにも、改めて



SCAの知識のリフレッシュをしてもらいたいと考えている。テストについては9つあり、大きくは以下の3つに分類される。

- **CVAとカッピング**
- **CVAに関わる感性的能力**
- **感性的能力**

なお、9つのテストのうち、8つが実技試験、1つが筆記試験となっている。

【新Qインストラクタープログラム】

新Qインストラクターになるには、センサリースキルズまたはAST (AUTHORIZED SCA TRAINER) の認定資格を保有し、6日間のQグレーダー講習を受け、他にもオンラインのオンボーディングと呼ばれるオリエンテーションの授業を受ける必要がある。オンボーディングの内容は以下の4つ。

- **Qグレーダーコースの内容と試験**
- **事務的な管理プロセス**
- **筆記試験**
- **オプションとして4回ウェビナーを視聴**

これらをクリアすると、新Qインストラクターとして認定される。

新Qグレーダー、新Qインストラクターともに、ライセンスは3年間。更新は3年後の更新試験だけではなく、継続的な専門家の教育を受けなければならない。また、以前のQグレーダーはアラビカ、ロブスタで分かれていたが、今後はこの区別がなくなる。

【新Qグレーダープログラムのトレーニング施設について】

今までQグレーダープログラムを教える施設は、CQIから認定されたQ Venuesという要件を満たす必要があったが、この要件をクリアしている施設はそのままSCA認定プレミアムトレーニングキャンパスとして利用できる。これはQグレーダープログラムに限られたことで、CQIが元々行っている収穫後処理のホストハーベストプロセッシングの教育プログラムには適用外となる。

広報委員会
乾 智彦

9月26日 (金) 13:00~14:30

Alliance Coffee Friends

アライアンス・コーヒー・フレンズ主催 特別カップリングセッション



現在のスペシャルティコーヒーのムーブメントのきっかけとなったCup of Excellence (以下COE) のコンペティションが最初に行われたのは、1999年のブラジルです。そしてこのイベントを現在まで支えてきたのがBSCA (Brazil Specialty Coffee Association)。1991年設立のこの協会は、それまでの「量を追うブラジルコーヒー生産」を見直し、「質の向上と生産環境への配慮、持続可能なコーヒー産業」という命題をもって活動を続けています。そんなBSCAメンバーのレジェンドたちが、「The Alliance Coffee Friends」というBSCAの認証をさらに先鋭化したコーヒー生産を行うグループを設立。このグループの行動規範では、消費者に満足を与えられる高品質コーヒーの生産を維持するために、154項目の社会と自然環境の維持保全管理システムの基準に合致していることが求められます。以下にレジェンド生産者たちのプレゼンテーションを要約します。

① ジョゼ・フランシスコ・ペレイラ氏 (Mr. Jose Francisco Pereira) Alliance Coffee Friends代表 Monte Alegre Coffee

1917年創業のFazenda Montealegreは、四世代一世紀以上にわたるコーヒー栽培の歴史を誇りながら、過去にとらわれず現代のスペシャルティコーヒー生産の先駆けとしてさまざまな技術改革に取り組んでいる。ちなみにジョゼ・フランシスコ・ペレイラ氏は前述のBSCA創設

メンバーである。ミナスジェライス州南部に位置するこの広大な農園において、新時代の省エネ収穫機を用いて収穫されたコーヒーチェリーは、電子選別機を通して完熟したチェリーだけが精選工程に進む。精選処理設備は産学連携にて開発された最新式の処理設備で、高品質なコーヒーを生産することが可能である。精選処理を終えたチェリーは品質を高めるために光を落とした部屋でゆっくりと乾燥され、休息を与えられる。そして適切に処理されたグリーンコーヒーは袋詰めされ、コンテナで世界各地のユーザーに届けられるのである。

氏は続けて、この農園を持続・維持してゆくための方法に触れた。その方法とは、有機肥料を与えることにより自然な栄養で健康な土壌を作り、丈夫な樹々にすることによって持続的な収穫を可能にすること。また、継続的な成長と高い収率を得られるように、適切な灌漑設備や、土壌を保全し自然な栄養を与える緑肥植物も方法のひとつである。こうして正しく作られた土壌はコーヒー樹に丈夫な根を与え、生産性の向上をもたらす。このようにコーヒー生産における全ての段階での持続・維持を可能にすることにより、From Seed to Cupのサプライチェーンを未来につなげてゆくことができると考えている。

② イスマエル・アンドラーデ氏 (Mr. Ismael Andrade)、ロムロ・アンドラーデ氏 (Mr. Romulo Andrade) Fazenda Capin Branco

Fazenda Capin Brancoは、ミナスジェライス州北部のCarmo do Paranaíba近郊で1901年に誕生した、ブラジルで最も歴史ある農園のひとつである。現オーナーのイスマエル・アンドラーデ氏はコーヒー生産者として3代目、ロムロ・アンドラーデ氏は4代目になる。Capin Branco農園は海拔1,100メートルとブラジルとしては高地にあり、同グループのSao Silvestre農園は海拔1,200メートルにある。主な栽培品種はYellow Icatu, Yellow Catuai, Red Catuai, Araraであるが、それ以外にもHuila, Geisha, SI-34, Pacamaraなどの品種の将来的な可能性を継続的に調査研究している。加えて、科学技術に基づいた収穫から精選処理、注意深いコーヒーチェリーの選別、醗酵処理、慎重な乾燥行程と品質を強化継続するための惜しむことない努力も続けている。結果としてブラジルCOEを12回も受賞しており、2018年の大会では第1位を獲得することができた。

③ エンリケ・スロペル氏 (Mr. Henrique Sloper) Fazenda Camocim

ブラジル東部のエスピリトサント州に存在し、州の西側は隣接するミナスジェライス州との間にまたがる「ゾナダマタ」と呼ばれる森林地帯がある。Fazenda Camocimはその森の中のPedra Azulの海拔高度1,200メートルに位置する。この農園の特徴は、持続・維持可能農業の世界認証である「再生有機の認証」をブラジルで初めて受けたことにある。この認証の工程では、森林農業、水資源保全、養蜂による受粉など、森林保全を通じて自然と地域社会、地域経済を統合して、生物多様性、社会環境へのプラスをもたらす。

加えて、祖父の代からの農園を受け継いだエンリケ氏は、農園全体を有機栽培のバイオダイナミックコーヒーに転換した。自然林と共生することによってより良い土壌を形成し、コーヒー以外の動植物から得られる菌類や有機質をコーヒー栽培へのプラス材料として享受することで、生産性の向上と良好な循環型栽培を実践しているのである。2017年には、有機栽培コーヒーとして初めてCOEで第1位にもなった。

④ シルビオ・レイテ氏 (Mr. Silvio Leite) Agricafé, Fazenda Cerca de Pedras São Benedito

ブラジル東部のバイア州のほぼ中央にあるChapada Diamantina地区は、海拔高度1,000~1,500メートルで、温暖な気候が特徴。そしてブラジルでは珍しい山岳、渓谷の自然景観が見られる土地である。現在までのブラジルCOEでは、Chapada DiamantinaはMantiqueira de Minasに次いで多くの入賞ロットを輩出している。

シルビオ氏は一生産者というよりブラジルにおけるスペシャルティコーヒーカップリングの第一人者であるため、ブラジルで行われている生産処理方式の異なるコーヒー



▲ACFのメンバー

(Washed, Honey, Natural, Fermented etc.) から得られるテイスティングプロファイルについて丁寧に解説した。

Agricafe社の使命は以下3つ。

- ① 農園から消費者の持つカップまで持続・維持可能な関係を構築すること。
- ② 高品質で信頼性があり、さらに次世代に受け継ぐコーヒーの栽培、生産を構築すること。
- ③ コーヒーのみならずサプライチェーン全体の重要性を認識し、持続的な持続・維持を目指すこと。

そのためには次世代のコーヒー生産者、コーヒー指導者を育成することが重要であり、そのことも自分たちのミッションととらえている。

最後にシルビオ氏は、「コーヒーは私たちにとって一生産物以上のもの。文化であり地域社会であり、そして自然環境そのものです」と語ってプレゼンテーションを締めくくった。

広報委員会 委員長
永田 卓

9月25日 (木) 15:00~16:30

タンザニア大使館

タンザニアコーヒー&カップングセッション2025



世界最高級のコーヒーの産地としても知られ、「自然の贈り物」とも称されるタンザニア。そんなタンザニアで生み出されるコーヒーのカップングもできる本セミナーは、満席で開催された。

はじめに、タンザニア大使館 経済担当の参事官 エドナ・ディオニス・チュク氏よりご挨拶をいただいた。

【タンザニア大使館からのご挨拶】

タンザニアのコーヒーをご紹介できる機会を、4年連続でいただいたことに感謝したい。そして本日この場にご参集いただいたことは、日本で日増しに人気を高めつつあるタンザニアコーヒーへの関心の証であると感じ、大変うれしく思っている。

タンザニアコーヒーは、理想的な気候と肥沃な大地に恵まれたことで、世界でも有数の高品質なコーヒーとなった。こうした風土に加え、献身的にたゆまぬ努力を続ける生産者の方の



▲エドナ・ディオニス・チュク氏

存在が、タンザニアコーヒーのおいしさを生み出している。そのおいしさの特徴とも言えるのが、独特な風味と魅力的な香り。柑橘やベリー、スパイスが織り成す調和の取れたブレンドに、芳醇でコクのある口当たりが魅力である。さらに、生産者が実践する倫理的な取り組みに裏打ちされたサスティナビリティの物語が息づいているのも、特筆すべきポイントだ。

最後に、本日ご出席の全てのコーヒー関係者の方々の揺るぎない情熱に深く敬意を表したい。そして今日は、日本とタンザニアの絆がより強固なものになるようなコーヒーがそろっているの、ぜひその魅力に触れていただきたい。

続いて、タンザニア・コーヒー・ボードの品質・プロモーション責任者であるフランク・ジョセフ・ニャルシ氏より、タンザニアコーヒーについてのプレゼンテーションがあった。

【タンザニア・コーヒー・ボードによるプレゼンテーション】

<タンザニアコーヒーの基本情報>

先ほどの大使からのご挨拶にもあったように、タンザニアはセレンゲティ国立公園に代表されるような、非常に豊かな自然に恵まれている。だからこそ、コーヒーの生産には最適な場所だ。

タンザニアコーヒーの歴史を見ると、アラビカは1898年、カトリックの宣教師によって導入されたのが始まり。今でも有名なキリマンジャロに商業的に導入されたのである。一方、ロブスタはタンザニア西部が原産で、この種は



▲フランク・ジョセフ・ニャルシ氏

ウガンダやコンゴの森林にも自生している。

基本的なスペックについては、以下の通り。

- ・年間総生産量：120万袋(60kg麻袋) ※内34%を輸出
- ・年間平均生産量：140袋
- ・品種内訳：アラビカ60%、ロブスタ40%
- ・生産量における順位：全品種で見ると、アフリカで第3位
- ・栽培面積：全品種を合わせて220,000ヘクタール
- ・栽培地の標高：アラビカは標高1,000~2,000m地帯、ロブスタは標高800~900mの地帯
- ・精製方法：フルウォッシュドとナチュラル。ちなみに、乾燥機などを使用する人工的な製法ではなく、天日乾燥できる環境で精製している。
- ・小規模農家の割合：生産者の90%
- ・フェアトレード認証割合：25%

間接的なものも含めると、40万世帯となる約240万人(国内人口の約6%)のタンザニア人にとって、コーヒーが収入源になっている。コーヒー生産が国内の農業GDPの約24%を占め、2023/24年のコーヒーによる収益はおおよそ2億5,000万USDにも上ることから、コーヒーはタンザニアにとって経済の要と言っても過言ではない。

<タンザニアコーヒーの品質と購入方法>

タンザニアのコーヒーで最も有名なのは「キリマンジャロ」であり、その心地良い香り、バランスの取れた酸味と豊かなコクが魅力なのは言うまでもない。ちなみにこの味わいは、火山性の土壤に含まれるミネラルによって生み出されている。加えて、高地にあることがコーヒーの香りの発達に非常に適している。味は全体的に甘くフルーティーで、ベリー、カシス系のニュアンスもある。

そんなタンザニアのコーヒーを手に入れる方法は、以下の2つ。

- ①オークション
- ②直接購入

特に②に関しては、タンザニアではプレミアムコーヒーの生産者はバイヤーと直接交渉・販売することが許可されて

いる。また、輸出時にはコーヒー・ボードによる品質等の証明書と共に出荷。さらに、タンザニアから東京へ輸出する際には経由する港が2つだけ(ダルエスサラーム港、タンガ港)なのも非常にラッキーである。

今後も日本の良きパートナーとして、タンザニアの高品質なコーヒーを守るために継続的な努力をしていきたいと考えている。

プレゼンテーションが終わると、タンザニアコーヒーの魅力を伝える動画が流れた。動画では、フランク氏のプレゼンテーションにもあった基本的な情報や、魅力も説明されていた。また、映像で見ることによって、生産設備等が拡大していることも一層実感しやすかったように思う。

最後に、現地で農園を営む株式会社OSTI Japan(以下、OSTI)の白取 竜也氏より、自社および農園の紹介があった。

【現地のコーヒー会社紹介】

OSTIが経営している農園の名前は「TANJA」。これは隣接する3つのエリア「Bergfriden」「Shah」「Tinga Tinga」を総称した呼び名である。場所はンゴロンゴロ自然保護区にある標高1,400~1,860メートルのあたり。サファリとしても有名なこの場所は自然が非常に豊かで、農園にゾウやバッファローが出現することは日常茶飯事である。そもそもこの農園の始まりは、千代田区1.6個分にあたる1,763ヘクタールの土地を、2023年に前オーナーから引き継いだこと。コーヒーの作付け面積は270ヘクタールほどで、今年の生産量は235トンを見込んでいる。セミナー開催時点で、従業員数は約500名。日本人スタッフも3、4名ほど駐在し、現地の方と一緒に農園の管理・運営に携わっている。

農園の変遷として、2023年当時は84トンの収穫量だったが、今年は先述の通り235トン見込みとなっている。これは地道に肥料や土壌整備などを行っていった賜物だと考えられる。他にも、道路の整備やセキュリティポストの設置、太陽光パネルや蓄電池の完備など、インフラの



▲白取 竜也氏

整備も行った。Tanjaの発展は現地ワーカーの雇用も生み、農園で働く人はもちろん、ランチを作って提供する「ランチチーム」や制服の縫製などを行う「ユニフォームチーム」なども作り、裏方の仕事も充実させている。こうした地道な努力が実を結び、従業員にも帰属意識が芽生えてきた。さらに近隣の村でも「TANJAで働くのが良いらしい」という噂が広がっているとのこと。

そんな「TANJA」の強みは、生産地からのトレーサビリティが確立されていることと、価格の安定性。特に価格に関しては、農園の方針としてダイレクトトレードがあることから、現在のような高値相場でも安心して取引できる利点がある。

【カップング】

カップングセッションでは、フルウォッシュドのアラビカ(ブルボン/ケント)を中心に、26のサンプルが並んだ。中には、プレゼン内でもお話があった「天日干し」のロブスタも数点あり、タンザニアの大地を思わせる力強い風味が感じられた。また、TANJAの豆も3ロットほど出していた。

冒頭で大使から「タンザニアのコーヒーは、日本で日増しに人気が高まっている」というお話があったが、セミナー会場が満席だったこともあり、日本人のタンザニアコーヒーへの注目度、期待感を体感できるようなセミナーであった。コーヒーは、サファリなどにも代表されるような自然の恵みを感じられるようなものも多く、来場者たちは豊かなタンザニアの大地に想いを馳せつつ、プレゼンを聴講したりコーヒーをカップングしたりしていた。

広報委員会
若岡 桃子



9月26日 (金) 13:00~14:30

Uganda

ウガンダコーヒーの旅路 ~その起源からカップまで~



特徴的なロブスタの風味によって、近年注目が高まりつつある生産国「ウガンダ」。久しぶりの開催となった本セミナーでは、ロブスタをメインにウガンダにおけるコーヒーの魅力や品質、サスティナビリティへの取り組み等について、カップングも交えながら紹介された。

はじめに、ウガンダ農水省のGordon Katwirenabo氏より、ウガンダコーヒーの概要や魅力等についてプレゼンテーションがあった。

【ウガンダコーヒー概要】

<基本情報>

ウガンダは146の県から成る国だが、その内126県でコーヒーの生産が行われている。品種の内訳としては、アラビカが20%、ロブスタが80%となっており、ロブスタの方が多いのが特徴。そしてアフリカだけで見ると輸出量は



▲Gordon Katwirenabo氏

トップで、全世界ではアラビカ、ロブスタを合わせて6番目、ロブスタに限定すると4番目の輸出量を誇り、24/25 cropsは60kg麻袋換算で900万袋を世界に輸出している。そんなコーヒーを作る生産者については、小規模農家の割合が80%を占めており、基本的には化学肥料等を使わない製法も特徴。味はキャラメル、チョコレート、ナッツ系のフレーバーで、エスプレッソによく合う風味がある。そのため、イタリアのマーケットでエスプレッソに使われることも多い。

そして現在、大統領からの拜命を受けて、「2030年までに2,000万袋(60kg麻袋換算)生産」を目標として、国ぐるみでの生産を推し進めている。

<ウガンダのロブスタについて>

ウガンダにとってコーヒー、とりわけロブスタは特別な存在である。その理由は主に2つあり、ひとつはウガンダがロブスタの原産地であること。もうひとつは、標高900~1,500メートルの高地が、ロブスタの栽培に適していることである。特にこの標高のおかげで、マイルドな甘みとナチュラルなテイストを持つロブスタが生まれている。

<ウガンダのアラビカについて>

ロブスタをメインに生産しているウガンダだが、先述の通りアラビカも生産している。アラビカの生産地域は、エルゴン山の麓にある「シピ」、海拔4,000メートル超えの山で、ゴリラの住む森が近くにある「ムハヴラ山」、南西にある5,000メートル級の山岳地帯「ルウェンゾリ」の3カ所。

特にシピで取れるものは「ブギス」と呼ばれており、スムーズなボディ、甘みとはっきりした酸味、さっぱりした後味で非常に好まれている。

【品質と現状の輸出量】

コーヒー豆の品質保証のために行っているのが、Qグレーダーによる国内のラボでのカップング。このおかげもあって輸出量は年々増加し、世界的にもウガンダコーヒーの特別性が認知されてきていると言える。日本でもその認知は高まりつつあり、去年から今年にかけての日本への輸出量は60kg麻袋で1万2,942袋。日本へ輸出される豆の精製方法は、ウォッシュドが半数近い47%を占めている。ちなみに、ウガンダコーヒーの輸出が最も多いのはヨーロッパで、次点がアメリカ、3番目が日本。3番目にいる日本市場の拡大も視野に入れており、今後3年で「輸出量50%増」を目指している。

【ウガンダコーヒーのアピールポイント】

ウガンダコーヒーの魅力は、なんと言っても「他とは違うロブスタ」であるが、コーヒー全般で以下のようなアピールポイントもある。

- ・新たなヨーロッパの基準であるEUDRを満たしているため、安心して輸入していただける。
- ・雨季・乾季の二季制だが、地域差があるため年間通してコーヒーを生産できる。
- ・これから開拓する土地もあるので、将来性がある。
- ・コーヒーには関税がかからない。

さらに、「農水省が輸出を全面的にサポートしている」というのも大きなポイント。政府がサポートしていることで、どれほど小規模な生産者でも無料で技術提供・指導が受けられる体制ができている。だからこそ、小規模生産者であっても安心して取り引きができるという利点がある。

続いて、マウンテン・ハーベスト社のKenneth Barigye氏より、ウガンダにおけるサスティナビリティについてのお話があった。

【ウガンダのサスティナビリティについて】

マウンテン・ハーベスト社は、小農家で構成されている会社。基本的にはアラビカを生産しており、ハニープロセスのコンペティションではエチオピアを抑えて1位を獲得したこともある。

そんなマウンテン・ハーベスト社が取り組んでいるサスティナビリティは、永続的な事業の継続を見越した「循環型」である。気候変動への対策や小規模生産者への補助、オーガニックやフェアトレードなどの認証取得はもちろんのこと、現在は「女性生産者への支援」と「若い世代へのサポート」を2つの大きな柱としている。こうした取り組みが評価され、今年のSCAでは「サスティナビリティ・アワード」にも選ばれた。会社としてサスティナビリティへの取り組みにおいて最も重要だと考えているのは、「バリューチェーンにいる全ての人々が儲かること」。つまり、誰か1人でも損をする人が出てはならないのである。

【質疑応答】

Q1. 試飲したコーヒーの焙煎度合いと、使用した焙煎機について知りたい。

A1. 焙煎機はプロバットのものを使用、焙煎度合いはミディアム・ローストである。

Q2. 「今年から来年にかけて、日本に輸出するコーヒーの47%がウォッシュド」というお話があったが、これは日本のマーケットがウォッシュドを求めているということなのか。

A2. 仰る通り、日本のスペシャルティコーヒー市場のニーズに応じてウォッシュドで精製したものを輸出している。ちなみにウガンダでは基本的にはナチュラルで精製しているので、これはニーズに応じたイレギュラーな対応である。なお、今回のような展示会の場などに持ち込む際も、ニーズを見込んでウォッシュドの豆を持って来ている。



質疑応答が終わるとウガンダ大使よりご挨拶があり、「ウガンダの素晴らしいコーヒーを日本へお届けするサポートとともに、ロブスタに対するステレオタイプな意識を変えられるよう努めたいと考えている。生産者から意見も聞きつつ、日本の皆さんのニーズにももっと応えていきたい」と日本市場拡大への意欲が語られた。

【カップング、試飲】

ロブスタのウォッシュド、ハニープロセス、ナチュラルなどを中心に、6種類が用意された。プレゼンからもロブスタへのこだわりと誇りが感じられたが、コクがありつつも飲みやすいものが多く、プレゼン内容に相違はないと言える。また、「イタリアではエスプレッソによく使われる」「ヨーロッパへの輸出が最も多い」という話も出ていたが、たしかにエスプレッソやアイスコーヒーなどにも合いそうな風味のものが多く感じた。

カップングとは別で試飲も提供されたが、特に「ファイン

ロブスタ」はロブスタ特有の臭いもほとんどなく、ロブスタにマイナスイメージを持っている人にこそ飲んでほしい一杯だった。

セミナーを通して、ウガンダが原産地でもあるロブスタの魅力がひしひしと伝わってきた。また、「日本のニーズに応じて、自国のスタンダードとは異なる精製方法で輸出している」という話もあったことから、日本を含む輸出国に対しての誠実さも強く感じ取れるセミナーであった。気候変動等の影響でアラビカの生産量が減少しつつある今こそ、「ブレンドせずに、まっすぐロブスタのみ」でも存分に楽しめるウガンダの豆は、今後もより注目されていくことだろう。

広報委員会
若岡 桃子



9月25日 (木) 9:00~10:00

IWCA日本支部

IWCA朝食会および日本支部設立10周年祝会



今年もSCAJ2025展示会2日目の早朝から、IWCAの朝食会が開催された。そして今年、IWCA日本支部設立10周年という記念すべき年。会場には、他国の支部を含むIWCAのメンバーや関係者の他にも、SCAJ事務局長やフィリピンから豆を仕入れるほどのコーヒーラバーである参議院議員の塩村あやか氏も駆け付けた。

「朝食会」ということで、今年も参加者たちは淹れたてのコーヒーとサンドイッチを楽しみつつ、IWCA日本支部メンバーや他参加者たちの話に真剣に耳を傾けていた。

はじめに、現IWCA日本支部長である木原理恵氏よりご挨拶ならびにIWCAの説明があった。

【IWCAの概要】

IWCAは、コーヒー業界で働く女性たちの「どうしたら生産国の女性をサポートできるだろう」という話し合いを



▲木原 理恵氏

きっかけに、アメリカで発足した。そもそも生産国ではコーヒーチェリーの70%が女性の手によって採取されているものの、パッキングや輸送といった最終工程は男性が担うことが多い。そのため「男性が作ったコーヒー」とみなされ、結果として女性に賃金が支払われなかったり、消費者のトレンド等の情報を得られなかったりすることも少なくはないのである。現在では生産国、消費国合わせて世界36カ国に支部があり、支部同士のネットワークも活かしながら「コーヒーコミュニティにおける、女性の活動を成長させること」を使命として活動している。IWCA自体は設立から20年以上経っており、2023年にはコーヒー発祥の地と言われているエチオピアで全支部が集まって、20周年記念パーティーも行われた。ちなみに日本支部は、消費国の中で初めて法人化された支部である。引き続き、活動へのご支援をいただけるとありがたい。

次に、IWCA日本支部の初代支部長である栗田鏡子氏より、IWCA海外支部との交流をうかがえるお話があった。

【初代支部長のご挨拶】

私がIWCAの存在を知ったきっかけは、2006年ごろにIWCAアメリカ支部のマーガレットさんが、他支部を含めたIWCAメンバーを20名ほど率いて来日したこと。私のところに「浅草などの観光地を案内してほしい」という依頼が来たため、彼女たちをアテンドしたのを覚えている。それ以来、マーガレットさんとは交流も深まり、当時のSCAAの展示会に私たちが参加させてもらうなどした。



▲栗田 鏡子氏

そんな私たちは消費国の支部だが、コーヒー業界で働く生産地の女性たちは手摘みなどの仕事をしているため、汚れて真っ黒になった手で子育てをしている人もいます。彼女たちの苦労は私たちから見えにくいものの、生産国にいる女性たちが作ったコーヒー——IWCAのロゴが付いたコーヒーの販路を、もっと広げていきたいと思う。

浅草を案内した際、当時参加していた長瀬氏からも「中米の生産者の方が、浅草で初めてお寿司を食べたのですが、わさびを自国のワカモレと勘違いして大量に入れてしまったこともありましたね……!」というエピソードが添えられ、会場を和ませていた。

続いて、IWCAインドネシア支部の支部長であるフランシスカ氏より、生産地の支部から見たIWCAの活動についてお話があった。

【IWCAインドネシア支部長からのお話】

私はIWCAインドネシア支部の支部長だが、オセアニアを含むアジア東部のエリアをカバーする形の活動をしている。IWCAには、生産者、輸出業者、コーヒーショップで働く方など、コーヒーのバリューチェーンで働くさまざまな方が集まっており、成功事例の共有や課題解決のための意見交換などができる。大きいものとしては、2年に1度、生産国をはじめとするいろんな地域で開催している



▲フランシスカ氏

「グローバル会議」があるが、これは単なる支部同士の交流・意見交換の場に留まらない。特に私たち生産国からすると、産地・地域ごとに生産方法が異なるので、参加することで大きな学びも得られる。ちなみに来年のグローバル会議は、バリで2週間開催される。農園ツアーなども予定しているので、ご興味がある方はぜひお越しいただきたい。

フランシスカ氏からのお話が終わると、新たにIWCA日本支部の事務局メンバーとなった鈴木ちひろ氏の紹介があった。彼女は東ティモールを中心に活動し、昨年初めてIWCAのボランティアとしてSCAJに参加。そこから事務局へ入り、本朝食会では受付なども担当していた。

【動画: IWCA日本支部10年のあゆみ】

IWCAについてのお話が終わったところで、IWCA日本支部10周年の間の出来事を紹介する動画が上映された。



動画の冒頭では、日本支部が2015年に設立されたことをはじめ、女性向けカップリング・焙煎セミナー、SCAJでのブース出展や、海外のIWCA支部会への参加など、幅広い活動内容を紹介。そしてここ10年間での出来事である、オンラインミーティングでつながりを持ったコロナ禍、初のクラウドファンディングへの挑戦と成功、COEやIWCAグローバルの方の講演や、2023年に開かれたIWCAエチオピア国際会議の様子などを写真と共に振り返った。動画の最後には、「活動を応援してくれる皆さまのおかげで、10年も歩んでこられた。改めて、皆様のご支援に感謝します」というお礼が述べられていた。この動画に加えて、IWCAグアテマラ支部の代表ブランカ氏からお祝いのビデオメッセージが流された。



▲ブランカ氏からのビデオメッセージ

さらに、SCAJ事務局長の佐々木氏からも、設立10周年のお祝いと共に「IWCAは、設立当時から現在のSCAと同様の目標を掲げて活動してきている。今後も、当協会と共に発展していけたらうれしい」というメッセージが贈られた。

終盤には、IWCA日本支部を長く支援している人たちへの感謝が伝えられる場面もあり、朝食会は非常に和やかな雰囲気です幕を閉じた。

日本支部設立10周年ということで、例年以上に多くの人たちが、さまざまな業界から参加していた印象があった。参加者たちは普段の仕事内容なども多種多様だったが、全員に共通していたのはIWCAの活動を支援する意志と、「業界(特に生産国)で働く女性たちの支えになりたい」という想いであったと思う。近年では、業界および競技会などでも女性の活躍が見えるコーヒー業界だが、生産国の女性たちへの支援はまだ十分とは言えない。明るく和やかな雰囲気がありつつも、「女性生産者のために、我々消費国の人間は何かできるか」を深く考えさせてくれる朝食会であった。

広報委員会
若岡 桃子



▲木原氏と塩村氏

イベントの様子



▲展示会入口付近



▲南1、2ホール入口で待機する来場者たち



▲会場内の様子



▲SDGs アクション



▲NEW PRODUCTS AWARD 特設展示



▲南3、4ホール入口



▲展示会物販コーナー

環境に優しい試飲カップも販売!



▲休憩・商談コーナー

Coffee Village



Coffee Villageのゲート。今年はキャッチコピーも付いています。



イベントスペースでは、セミナーやイベントを開催。小規模ながらも多くの学びや発見があり、来場者たちは真剣に話を聞いていました。



お店ごとの個性が光るブースがずらり。ブースの数だけ、新たなおいしさとの出会いもあります。



人気のブースには行列ができていました。並んで飲むコーヒーだからこそ、ワクワク感・特別感もより大きくなります。



ブースを使って、ライブ配信を行う出展者も。会場の熱気も含めて、リアルタイムで全国に届けます。



本物のイチゴを浸漬したコーヒーを販売。プロデューサー自らブースに立っていました。



フェアトレードに取り組み続けてきた会社のブース。スペシャルティもサスティナビリティも両立させたコーヒーです。



他ロースターとのコラボブレンドを展開。中には、Coffee Villageに出展しているお店のロゴも見えます。



フィットネスクラブとコーヒーメーカーが共同で開発した、プロテインコーヒー。スタイリッシュなパッケージも魅力的です。



瀬戸焼で有名な、愛知県瀬戸市から出展。ドリッパーも瀬戸焼で、職人の技術が光っています。



おしゃれなコーヒーツールも多数。静岡県から来たメーカーのブースには、富士山の形のドリッパーも見えます。



カップのふたとしてかぶせてから食べる「ストロップワッフル」。オランダでは定番のスタイルだそうです。



コーヒー以外の飲料も多数出展。グッドデザイン賞を受賞したパウダータイプの日本茶は、目にも鮮やかです。

ウェルカムパーティー



今年も、SCAJ2025初日にあたる9月24日(水)の18時30分からウェルカムパーティーが開催されました。開催場所も例年同様、有明セントラルタワーでした。会場には国内のさまざまな企業・団体の方や世界各国の方が集まり、にぎやかな会となりました。

パーティー内では、SCAJ会長とゴールドスポンサー2社からのご挨拶もあったため、以下ご紹介いたします。

【SCAJ会長 加藤 慶人氏】

本日はウェルカムパーティーにご参加いただき、誠にありがとうございます。多くの方が足を運んでくださり、展示会初日は大変にぎやかで活気に満ちた1日となりました。また、各ブースでは新たな取り組みや挑戦が次々と披露され、スペシャルティコーヒーの進化と広がりを強く感じることもできました。

さらに、SCAとのMOUを締結した本年は、国際的な連携をいっそう深める節目の年です。私はこのつながりが、今後の日本と世界のコーヒー文化をさらに豊かにしていくと確信しております。

改めまして、出展者の皆さま、関係者の皆さま、そして



▲加藤 慶人氏

ご来場の皆さまに心より感謝申し上げます。これからの3日間も盛況で、何よりも安心安全にイベントが進むことを祈念しつつ、皆さまと杯を交わしたいと思います。どうぞコーヒーの仲間たちと共に、楽しいひと時をお過ごしください。

【ゴールドスポンサー 伊藤忠商事(株) 食料カンパニー 食糧部門 砂糖・コーヒー・乳製品部部長代行 山中 健盟氏】

SCAJ2025が盛大に開催されたことを、非常に喜ばしく思っております。本年度20周年を迎える今回の展示会ですが、“Belong Together in Coffee”というテーマに込められているのは、「生産者から消費者までコーヒーを通じてつながり、新しい価値の創造をしよう」という想いです。

そんなコーヒー業界では、今年の2月にアラビカコーヒー相場が過去47年間において最高値をつけるなど、コーヒーの価格高騰が続いております。こうした状況の中で急務となっているのは、サプライチェーンを通じた品質の安定性、適正価格の維持を両立させる仕組み作りです。さらには、気候変動への対応、環境保全、生産者の生活



▲山中 健盟氏

安全性の向上などをはじめとする、持続的なコーヒー生産への対応もますます注目されています。

また、ブロックチェーンなどを通じたサステナビリティの革新により、消費者がスマホで生産の過程、風味の確認などをできるような時代も目前まで迫ってきています。こうした情報の透明性は、生産者への信頼の要になることでしょう。

本日は、“Belong Together in Coffee”の精神のもと、皆さんと忌憚のない意見を取り交わさせていただき、コーヒー産業の新しい未来を共に開拓していければと思います。

【コロンビアコーヒー生産者連合会 コーヒーマネージャー サンティアゴ・サボガル氏】

皆さま方もご存知かと思いますが、今年は特にコーヒー業界にとってさまざまな課題に直面している年です。その課題のひとつとして挙げられるのは「コーヒーの価格高騰」ですが、もちろん課題はこれだけではありません。他の例として、オリジンコーヒーで有名な我々コロンビアなどは、気候変動はもちろん、輸出先のさまざまな国の規制にも対応する必要が出てきています。今年のSCAJは、こうした課題を解決するのにちょうど良いタイミングで開催されました。“Belong Together in Coffee”というテーマのもと、皆さまとさまざまな課題を解決していけることを願いつつ、乾杯の盃を上げたいと思います。



▲サンティアゴ・サボガル氏

加藤会長のご挨拶にもあったように、今年はMOUを締結した特別な年です。ということで、SCAのCEOからもご挨拶いただきました。

【SCA CEO ヤニス・アポストロプロス氏】

本日、私どもSCAとSCAJでMOUを締結いたしました。皆さま方にもご存知の方がいらっしゃると思いますが、コーヒーの新たな品質基準としてCVAというものが設定されています。MOU締結は、このCVA含めさまざまな形で皆さまの助けになることでしょう。ぜひとも、コーヒーを評価する際はCVAをご活用いただけますと幸いです。

また、CVAに関しては、今後日本でもさまざまなイベントを計画しています。啓蒙の一環として、UCCによるトレーニングも実施する予定です。こういった試みは初めてなので、



▲ヤニス・アポストロプロス氏

私どもも非常にワクワクしています。

最後に、皆さまが日本国内で業界やCVA推進のリーダーシップを取っていただいていることに、心より感謝いたします。今後ともご協力のほどよろしくお願いいたします。

例年同様、パーティーの中締めはコンファレンス・展示会委員会の委員長である長谷川 勝彦氏が担当。中締めまで約1時間半のパーティーでしたが、会場ではあちこちで国内外のコーヒーの仲間同士が歓談する姿が見えました。昨年のSCAJぶりに顔を合わせる人たちもおり、会場内は業種も国籍もさまざまな人々の穏やかな笑顔と、朗らかな笑い声に満たされていました。

広報委員会
若岡 桃子



アジア最大級のスペシャルティコーヒーイベント



SCAJ 2026

WORLD SPECIALTY COFFEE CONFERENCE AND EXHIBITION

Brew the Future

2026.10.14^{WED} - 17^{SAT}

東京ビッグサイト

南展示棟 1-4 ホール



SPECIALTY COFFEE ASSOCIATION OF JAPAN

Editor's note [編集後記]

広報委員会 / 戸井田 紀人

SCAJ2025はいかがだったでしょうか。今回は4日間で9万6,000人を超える方にご来場いただきました。ご来場いただいている方々、業界関係者、競技者、生産国の方々が作り出している会場の熱気は、毎年の来場者数、規模、質が上がっている大きな要素になっていると思います。まさに今年のテーマである、“Belong Together in Coffee”(コーヒーで一緒にいよう!)に通じる、全員で作る素晴らしいSCAJになっていることを改めて体感できました。日本中のCoffee Loverが1つの場所に集まり、語った4日間。“最も強いものが生き残るのではなく、最も変化できるものが生き残る。”というダーウィンの進化論が示すように、スペシャルティコーヒーは、これから時代とともにどう変わっていくのか? そもそもスペシャルティコーヒーとは? という変化に対して、私たちは、柔軟に変化に適応し、消費者に改めて「おいしいCoffeeとは何か」を示すことを求められていると感じました。これからもSCAJが、あなたにとっての特別な時間を過ごす場所となっていれば幸いです。

SCAJニュースレター

SCAJニュースレター-Vol.83 2025年12月23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

info@scaj.org

2025 12 NL 83