隔日刊
食品新聞
発行所 食品新聞社
http://www.shokuhin.net/
大阪市北区西天満5－10－17
郵便番号 530－0047
電話 06（6361）4972㈹
東京都中央区入船1－9－8
郵便番号 104－0042
電話 03（3552）3756・4031
名古屋市中区丸の内2－10－11
リブラ丸の内6 305号
郵便番号 460－0002
電話 052（221）5391㈹
（支局）広島・福岡
© 食品新聞社 2019
THE JAPAN FOOD NEWS
購読料 半年33,346円

五感で味わう 路地裏コーヒー

東京・谷中に「森彦の時間」出現

北海道・札幌の路地裏にひっそりと佇む木造民家の珈琲店「森彦」が人気だ。歩くとギシギシと音を立てる木造の建物、建物を守るように絡みつくツタ、窓から差し込む陽光がそのツタをコーヒーの液面に映し出す瞬間など、空間とコーヒーが織りなす心地よい時間が過ごせるというのが人気の理由となっている。

味の素AGF社

「森彦」を運営するアトリエ・モリヒコの市川草介代表取締役は「ローカルカルチャーが見直されている。昔は一杯のコーヒーを求めて並ぶのは考えられないことであったが、今は週末になると数人が並ぶ。体験が価値を生む時代で〝コーヒーを飲む時間〟が求められている」と語る。

この「森彦」の世界に共感した味の素AGF社（AGF）が、アトリエ・モリヒコと協働開発したのが新レギュラーコーヒーブランド「森彦の時間」。

同商品と森彦の世界観を味わう・嗅ぐ・聴く・見る・触れる――の五感で堪能してもらうべく東京・谷中の路地裏にある最小文化複合施設「HAGISO（萩荘）」は、1955年から木造アパートとして、2004年から東京藝術大学の学生によってアトリエ兼シェアハウスとして使われていたのを13年に現在の姿へと改修。ギャラリー・カフェ・レンタルスペースを常設し多様な活動の舞台となっている。

「森彦」と似た雰囲気を持つ東京・谷中の路地裏にある最小文化複合施設「HAGISO」で「カフェ 森彦の時間」を期間限定でオープン

そのこだわりや佇まいがそもそも「森彦」と合致している上に、店内には「森彦」を感じさせるさまざまなアイテムを散りばめて「森彦」の世界を再現。薪や「森彦」の近くで採集した北海道の植物の標本、イラストなどを用いて北国の季節を身近に感じられるように構成し、カウンター・展示台・額装は珈琲染めで仕上げた。

14日、市川代表とともに訪れたAGFの品田英明社長は「首都圏のさまざまな方にもっと知ってもらいたいので、来年のしかるべき時に少し期間を設けて同じような世界観が味わえる森彦カフェを展開する予定」と述べる。

味の素AGF社の品田英明社長㊨とアトリエ・モリヒコの市川草介代表取締役

コーヒーは「森彦の時間」のラインアップである深煎りの「森彦ブレンド」、中煎りの「マイルドブレンド」、浅煎りの「アフリカン・ムーンブレンド」の3種類を用意。「森彦」のスタッフがハンドドリップで淹れて提供する。価格はすべて税込300円。特製フードやデザートも取り揃えている。

「森彦の時間」3種類は、180g粉タイプとドリップコーヒー（一杯抽出タイプ）5袋タイプをラインアップしている。

「森彦の時間」3種類（180g粉タイプとドリップコーヒータイプ計6品）

これらの初動については「販売状況を語るには時間は短いが、一緒に育ててくださるお取引先さまとじっくりお話して全国200数十企業さまに採用されご好評をいただいている。この秋に発売した新商品の中ではトップクラスの売上げでスタートを切った」という。

AGFは、休息（Rest）・やすらぎ（Relaxation）・気分一新（Refreshment）の3Rと健康的な生活に貢献する多様なライフスタイルに向けたさまざまな飲用シーンや食とのマッチング提案を強化しており、「森彦の時間」の展開もその一環となる。

品田社長は「カフェでは限られた人しか体験できないが、ここで時間を味わってもらい、その感想をSNSで拡散してもらいたい」と期待を寄せる。

市川代表も「スマホの普及で路地裏にあるような店にまでたどりつけるようになった。空前のローカルカルチャーブームで、感度の高い人たちからその余波が広がっていく」との見方を示した。

グローカル、下関発

学習塾向け商品も好調

この人と30分

オンガネジャパン 社長 岡本 昭宏氏

オンガネジャパン（山口県下関市、岡本昭宏社長）は日韓ビジネスの旗手として近年、業界関係者の注目を集めている。韓国海苔を手始めに創業した同社は、優れた韓国食品の輸入でヒットを量産してきた。「サリ麺」「高麗紅参」「エゴマ油」などはその一角だ。

輸入販売から国内での製造販売、輸出――。グループに「インパクトワン」（熊本県熊本市）を加え、事業領域はさらに拡大している。岡本昭宏社長に最近の注力商品を聞いた。

――日韓ビジネスでは8月のホワイト国除外で影響はありましたか。

岡本 当社の場合は韓国食品の輸入がメインなので特に問題はありませんでした。大手メーカーでは影響があったと一部で報道されていましたが、食事をすればアサヒビールを普通に飲めるし、除外の一件が現地の方の中で話題になることもありません。

――国内販売での影響はどうですか。

岡本 正直に言えば、韓国アレルギーで導入いただけないケースもあるかもしれません。しかし、ごく一部分です。

――食と政治は必ずしもひも付かない。良いものは売れる。

岡本 そうですね。この際、韓国の受験生はエナジー系ドリンクよりも高麗人参を飲んで受験に備えます。そこに着目し受験生向けに配合を変えて商品化しました。

地元の山口県では東進衛生予備校からご理解を

地に入りましたが特に何もありませんでした。今年で発売8年目。昨年はカルディさんの全売れ筋商品ランキングで18位でした。販売量も毎年2ケタ増で伸びています。

ファンも多く、SNSで検索すると驚くほどの投稿数です。韓国発の麺として、国内市場に定着した手応えを感じます。量販店向けの営業提案はこれまで西日本エリア中心でしたが、今後首都圏を含め全国へ販売していきます。

――食と政治は必ずしもひも付かない。良いものは売れる。

岡本 そうですね。この際、韓国の受験生はエナジー系ドリンクよりも高麗人参を飲んで受験に備えます。そこに着目し受験生向けに配合を変えて商品化しました。

地元の山口県では東進衛生予備校からご理解を

で食べる専用麺ですが、もひも付かない。良いもの売れる。

岡本 そうですね。この際、韓国の受験生はエナジー系ドリンクよりも高麗人参を飲んで受験に備えます。そこに着目し受験生向けに配合を変えて商品化しました。

地元の山口県では東進衛生予備校からご理解を

いただいていますが、3年前から受験生たちが飲んでいます。継続して飲んできた受験生たちの受験結果やインフルエンザに対する効果を確認できた結果、最近では私塾会から取材を受けたり、学習塾大手からのお声掛けが増えています。

――機能性表示食品としての届け出も考えていますか。

岡本 九州大学、近畿大学などの協力を得てSRは取っていますが、現段階では考えていません。当面は学習塾の必須アイテムとなるまで、あらゆる販売ツールでこの商品を育てたいです。

――「シリカシリカ」も販路が広がっているそうですね。

岡本 お陰さまで特に首都圏の量販店での導入が増えてきました。系列のインパクトワンの店舗でも好調な販売です。

――オンガネジャパンとインパクトワンの今後の事業展望は。

岡本 オンガネは輸入商社ですが、インパクトワンはアンテナショップを現在7店舗展開しているものの地域商社の立ち位置です。それぞれが互いを補完しながら次のステップへ成長したい。また、いずれは本格的な〝もの作り〟の領域にも入っていきたいですね。韓国食品の一部商品で切り替えたケースがありますが、国内製造品を求められた場合、それに対応できる体制作りを考えていきます。

ボージョレ・ヌーヴォー

今年解禁日は11月21日

話題喚起に期待のイベント

今年のボージョレ・ヌーヴォー解禁は11月21日だ。輸入量の減少は続くが、日本のボージョレ・ヌーヴォー市場は、「100年に一度の出来」といわれた03年に伸長。72万箱（750ml×12本／箱）、前年比121・9%に達し、翌04年には104万箱、145・5%とピークを迎えた。その後、緩やかな減少に転じた。12年に第二のピークが訪れ74万箱となったものの、昨年は44万箱、91%。今年は約40万箱とみられる（メルシャン推計）。

減少の要因としては景

世界の海苔を…世界の人々に
国際海苔問屋、技術と信頼の
株式会社 ヤマコ
本社 〒446-0061
愛知県安城市新田町小山119番地の1
TEL (0566)76-7611 FAX (0566)76-7788
中国
連雲港雅瑪珂紫菜有限公司
TEL 0518-2340617 FAX 0518-2340617

きょうの業界天気図
東京ギフト
くもり
ギフト離れで市場は緩やかな縮小傾向。ニーズ掘り起こしがカギ。

きょうの主な内容
4～11 冬季ギフト特集 PART1 東京地区
12 機械・資材版