

毎日アジアビジネスレポート

特集号・タイのコーヒー

発行 毎日新聞社・毎日アジアビジネス研究所 東京都千代田区一ツ橋1-1-1
 編集協力 在京タイ王国大使館農務担当官事務所 <https://www.opsmoac.go.th/tokyo-home>

©2021 Mainichi Newspapers

タイのコーヒーを知る

山の暮らしを改善
 自然と共生する栽培



特集：タイのコーヒーを知る

「たかが1杯、されど1杯」のコーヒー。農業国として知られるタイだが、コーヒー生産国としての認知度はまだ日本では高くない。しかし、麻薬の原料となるケシ栽培を撲滅しようと、半世紀前にラーマ9世プミポン国王のアイデアで導入された北部山岳地帯のアラビカ種コーヒーは、農家や支援団体の努力が実を結び、世界でも評価される高品質のコーヒー豆にまで成長した。森林に優しい持続可能な農法で製造されるタイ産アラビカコーヒー。栽培農家を支援する日本人や、タイ産コーヒー豆を扱うこだわりのコーヒー店を取材した。 【毎日アジアビジネス研究所】

目次

記事の内容は取材時（2021年7～8月）のものです。

インタビュー

コーヒー生産の開発戦略を推進 日本での認知度アップと消費拡大めざす ——ソムサック・ヴィヴィットゲユーンウォン・タイ大使館公使参事官（農務担当）に聞く	3
---	----------

ストーリー

王室プロジェクトで始まったコーヒー栽培を支援 森の保全と農民の暮らし改善 ——コーヒーハンター José. 川島良彰さん	5
--	----------

農協に協力し専門家が支援 課題は質の安定と販路拡大 ——独立行政法人国際協力機構（JICA）	8
--	----------

生産地と心通わせ取引実現 全国展開の店舗網で販売し応援 ——カルディコーヒーファーム	10
--	-----------

タイの巨大カフェチェーンを日本で 震災復興願い福島県浜通りに開店 ——カフェ・アメイゾン	12
--	-----------

新たなコーヒー豆飲料「オーカー」 タイの産地との関わりきっかけに開発 ——Signal	14
---	-----------

コーヒー好き集う店で売れ筋キープ コストパフォーマンスのよさ際立つ ——やなか珈琲	16
---	-----------

「アカ族のお母さん」のコーヒー 思い引き継ぎ東京に出店 ——アカアマ・コーヒー 山下夏沙さん	18
--	-----------

タイのコーヒーを知る 大使館・ソムサック公使参事官インタビュー

コーヒー生産の開発戦略を推進 日本での認知度アップと消費拡大めざす



ソムサック公使参事官

タイ北部のアラビカ種コーヒーは世界が認める品質を実現し、山間部の生産者の暮らしを一変させるまでに成長した。政府の今後のコーヒー戦略や日本での消費拡大策について、タイ王国大使館のソムサック・ヴィヴィットゲユーンウォン公使参事官（農務担当）に聞いた。

■タイの主要な農産品

——タイのコーヒーの生産、輸出の現状を教えてください。

ソムサック公使参事官 タイコーヒー茶協会の資料によると、2020年のタイのコーヒー収穫面積は3万5790ヘクタールで、うちアラビカ種が1万4980ヘクタール、ロブスタ種が2万810ヘクタールです。収穫量は2万2505トンで、アラビカ種とロブスタ種の割合はほぼ1対1です。

アラビカ種はタイ北部で栽培されており、主要産地はチェンライ県、チェンマイ県、メーホーソン県とナーン県。一方でロブスタ種のほとんどは南部で栽培されており、主要産地はチュンボン県とラノーン県です。

コーヒー豆の輸出は2020年、467トン（9270万パーツ）、インスタントコーヒーは9301トン（7億822万パーツ）でした。主要な輸出先は米国、カナダ、カンボジア、日本です。

——タイのコーヒー栽培の歴史と、味の特徴は？

公使参事官 コーヒーはタイの主要な農産物の一つです。世界の生産量の8割を占めるアラビカ種は、タイでは1950年ごろから栽培が始まりました。

その後、ラーマ9世プミポン国王の「高地の山岳民族の農民に、アヘン栽培に代わってアラビカコーヒーを栽培することを奨励し、それによって森林保護、自然森の保護、環境保護、特に水源保護と持続可能な収入につなげる」というお言葉がありました。北部で多く栽培されている理由は、地域の性質と気候です。コーヒーの木は木陰に植えられます。落ち

葉が土壌により肥料となり、豊かな生態系や環境を守ることができます。

栽培地域は海拔1100～1700メートルで、一年を通して涼しく、栽培から加工まで統合された生産が行われています。

タイのアラビカコーヒーはその品質と独特の味で有名になりました。香ばしくまろやかな味わい、少し酸っぱく、飲んでねっとりと感じること、カフェイン含有量が少ないことなどです。

もう一種のロブスタ種は、イスラム教徒のタイ人が発祥です。1904年、ディー・ムン氏がメッカ巡礼で訪れたサウジアラビアからコーヒーの種を持ち帰り、ソンクラーク県の自宅に植えました。以後ロブスタ種はタイ南部で広く栽培されています。現在、ロブスタコーヒーはドリアン、パームなどの他の作物と組み合わせて植えられています。

——北部でアラビカ種が栽培されるきっかけとなった「ロイヤルプロジェクト」とは何ですか？ コーヒー栽培で山岳少数民族の暮らしは変わりましたか。

公使参事官 ラーマ9世プミポン国王は1974年、チェンマイ県ドイインタノン山のバンノンロムを訪れ、アカ族、リス族などの山岳民族の居住地のアヘン畑の真ん中で成長している何本かのコーヒーの木を見つけました。国王は、違法な作物であるアヘンの代わりにコーヒー栽培を勧めることを思いつきました。これが地域振興のためのロイヤルプロジェクトの始まりです。同時に樹木を伐採をしない森林保護、水源林としての保護の意味もあって始まったアラビカコーヒー栽培ですが、現在ではアヘンの代替作物としての意味合いから、より高品質のコーヒー農園に変貌を遂げました。山岳民族の農民に現金収入をもたらす、持続可能でよりよい生活環境をつくることに成功しました。

■持続可能な農業

——タイのコーヒーのSDGsとの関連について教えてください。

公使参事官 タイ政府の農業・協同組合省は、SDGsの目標に沿った農業開発に取り組んでいます。コーヒーは水源地や自然林で栽培する植物であり、持続可能な農業にとって重要な作物です。ほかにもコーヒー栽培は雇用と収入の創出、集落の発展にも役立ちます。集落の発展への住民参加を



バンコクで6月22日開かれた「タイコーヒーエクセレンス2021」の授賞式。
マナーヤー・タイセート農業・協同組合副大臣が出席し、大賞受賞者に
シリントン王女杯が贈られた=タイ大使館提供

促す、持続可能で環境を重視した職業訓練によって、ネットワークパートナーとの情報交換が図られています。タイコーヒー茶協会は、地域の町づくりにおける仲介役として、「コーヒー栽培による森林保護、収入の創出、地域の生活の質の向上、収入の持続可能性」というコンセプトの下で、環境面で在来種の木の植樹を支援するとともに、地域に適した果物の栽培を支援しています。アボカド、柿、マカデミアなど、地域に適した生態系のバランスをとることに役立ちます。

■日本での認知アップへ様々な作戦

—政府は、タイのコーヒー豆生産を今後どう支援していきますか？

公使参事官 タイ農業・協同組合省は2009年からコーヒーに関する開発戦略を推進しています。開発の次の段階は、環境にやさしい栽培の下、包括的管理、タイコーヒーのアイデンティティの向上に焦点を当てます。政策として、川上から川下までの各段階での持続可能なコーヒー生産を研究開発する方針があります。例えば、品種、加工、イノベーション、最新の管理システムなどです。ほかに、川上から川下まで、農場から消費者までの効率と生産基準、品質基準の国際レベルへの引き上げ、タイコーヒーのアイデンティティをより広く認知してもらうためのPR活動、生産農家と事業者のネットワーク化、「マーケティングは生産につながる」という方針の下での、雇用の創出と地域経済の活性化の推進などです。

—日本ではまだ、タイ産アラビカ種コーヒーの認知度はそれほど高くありません。どのようにして日本でタイ産コーヒーを広げて

いく方針ですか？ また日本のコーヒー業界、あるいは日本の消費者にアピールしたい点があればあればお話しください。

公使参事官 日本は世界でトップクラスのコーヒー消費国です。タイ農業・協同組合省は、日本国内においてタイのコーヒーについてよく知ってもらい、普及させていく目標を立てています。今回の特集記事によって、タイ産コーヒーについての考え方、タイコーヒーの歴史、森林に配慮したコーヒー栽培と森林保護、自然保護、特に人と生物の源としての水源保護などを知ってもらいたいと思います。私たちは、日本国内でタイコーヒーを販売している店を集めた『タイコーヒーマップ』も作成しています。さらに、日本国内での消費拡大のためのビジネスマッチングイベントも予定しています。

タイ産コーヒーを飲むことは、タイのコーヒーの独自性に触れるだけではありません。それは森林保護、地域経済への支援、環境の保護につながります。COVID-19はタイのコーヒー農家や事業者に深刻な影響を与えました。農家や事業者を支援する目標もあります。タイコーヒー茶協会も、PRのためにタイのコーヒーのアイデンティティ、味を体験するための試飲イベントを開催しています。また、農業ツーリズムの形で地域社会の生活を体験する、コーヒー加工農園を訪問するウォーキングツアーも開催しています。そのほか、タイ国内では様々な活動が行われています。

タイ産コーヒーの宣伝や、コーヒー農家と事業者の可能性向上、市場拡大を目的に6月22日、タイで農業・協同組合省農業局と商務省の共催、国際コーヒー機関（ICO）の協賛で「タイコーヒーエクセレンス2021」が開催されました。ロブスタ種、アラビカ種のコンテストで、大賞受賞者にはシリントン王女杯が贈られました。

タイのコーヒーを知る

コーヒーハンター

Jose. 川島良彰さん

王室プロジェクトで始まったコーヒー栽培 森の保全と農民の暮らし改善



ドイトゥン開発プロジェクトのコーヒー技術指導員
＝ミカフェート提供

コーヒーハンター Jose. 川島良彰さん

山間部の北部、アラビカ種に好適

世界各地のコーヒー農園を訪ね歩いて栽培技術を指導し、農園の開発を手がけてきた株式会社ミカフェート社長のJose. 川島良彰さん。コーヒー業界の第一人者として「コーヒーハンター」の異名で呼ばれる川島さんは、2014年にタイの王室系財団法人、メーファールアン財団から「コーヒーアドバイザー」に任命された。北部チェンライ県ドイトゥン地区のコーヒー栽培を技術指導し、コーヒーの品質向上に協力してきた川島さんに、タイのコーヒーについて聞いた。

コーヒー豆には大きく分けて、「アラビカ種」と「ロブスタ種」の2種類がある。ロブスタ種はアラビカ種に比べて高温多湿の低地でも栽培できるが、価格はアラビカ種に比べ安い。カフェで提供される焙煎コーヒーなどには主にアラビカ種が使われ、ロブスタ種は主にインスタントコーヒーの原料やブレンド用として使われている。

川島さんによるとアジアでのコーヒー栽培はロブスタ種が主流で、タイでも南部ではロブスタ種が生産されている。一方、北部の山岳地帯では半世紀ほど前から、住民の貧困対策の一環



栽培技術を指導する川島さん＝ミカフェート提供

としてアラビカ種の栽培が始まった。

ラオス、ミャンマー国境に近く「ゴールデントライアングル」とも呼ばれるタイ北部の山岳地帯は、貧しい少数山岳民族が多く暮らし、麻薬であるアヘンの原料となるケシが現金収入の手段として広く栽培されていた。麻薬栽培をやめさせるための新たな現金収入源として、タイ王室が国民の生活改善のために私財を提供して進めた「ロイヤルプロジェクト」の一環として導入されたのが、北部のアラビカ種コーヒー栽培だ。

川島さんによると「山間部のタイ北部は寒暖の差が大きく、アラビカ種向き。土壌もアラビカ種栽培に適してい

る」という。今世紀に入りタイでは、

経済成長で暮らしに余裕が出た都市部の住民を中心に、ストリートで焙煎コーヒーを味わう「カフェ・ブーム」が起きた。バンコクにはおしゃれなカフェが雨後の竹の子のように次々に開店した。それに伴い北部のアラビカ種コーヒー豆にも注目が集まり、生産量も年々増加した。

故プミポン前国王の母であるシーナカリン王太后が設立した王室系財団「メーファールアン財団」から川島さんの元に2014年、「コーヒーアドバイザー」に就任してほしいとの要請6が届いた。

財団要請で コーヒーアドバイザーに就任

財団は、タイ最北端のチェンライ県ドイトウン地区で、「ドイトウン開発プロジェクト」の一環としてコーヒー栽培を進めてきた。地区は同じく財団が地元農民に栽培を推奨したマカデミ

ア・ナッツが評判を博して名前を知られるようになっていたが、コーヒーに関しては世界各地から情報を集めて試行錯誤を繰り返すものの、なかなか生産が伸びない状態だったという。



ミカフェートで販売されている
ドイトウンコーヒー
＝ミカフェート提供

アドバイザー就任後、川島さんは数カ月に1度のペースで現地を訪れ、生産農家に対してコーヒー豆生産の第一

歩である苗木づくりから指導を始めた。雨期に日射量が減る現地の天候に合わせて、日照を確保するために枝を落したり、標高ごとに試験畑をつくり、それぞれに合う栽培種を見極めるなどきめ細かい技術指導を実施した。

実の完熟を待つて収穫することや、ムダのない乾燥方法などについても指導。コーヒーは苗木を植えてから3〜4年ほどで収穫が可能になる。2018年にはドイトウン・コーヒーは選りすぐりのコーヒー豆だけを扱っている自身の会社「ミカフェート」で単独で

製品化できるまでに品質は向上。同年からは日本とタイを結ぶ日本航空の機

価格ではなく 品質とサステイナビリティで

「世界では70カ国以上でコーヒーが栽培されている。価格競争になれば大量生産されているブラジルやコロンビアにかなわない。タイのコーヒーは品質とサステイナビリティで、独自の市場を築いていくべきだ」と川島さんは指摘する。

メーファールアン財団のプロジェクトには、ケシ栽培などで丸坊主となっ

内で提供されるコーヒーにも、ドイトウン・コーヒーが採用された。

た山の森を復活させたいという大きなテーマもあり、それを成し遂げてきた。

「サステイナブルな農業で住民の生活を改善するという財団のリーダーの姿勢には、揺るぎないものがある」と川島さん。財団はチェンライ県の東側に当たるナン県でも、森林破壊につながる焼き畑農業の代替手段としてコーヒー栽培を導入するプロジェクトを進めており、川島さんも苗木づくりなどから協力している。

「フェアトレード（途上国の生産者と先進国の消費者が対等の立場で貿易取引すること）とはいうが、消費者が『おいしいから買う』というものをつくらないとチャリティー（寄付）になつてしまい関係は続かない。おいしいと評価され、購入してもらえるコーヒーづくりに協力していきたい」と川島さんは話す。



■ José. 川島良彰さん

中米エルサルバドル国立コーヒー研究所で栽培や精選を学んだ後、大手コーヒー会社に入社し世界各地でコーヒー農園開発やコーヒーの種の保全、コーヒー産業復活などに携わる。同社執行役員農事調査室長を経て退社後、日本サステイナブルコーヒー協会設立。2008年「ミカフェート」社を設立し社長就任。メーファールアン財団アドバイザーのほか、日本航空コーヒーディレクター、国際協力事業団（JICA）コーヒー分野にかかる課題別支援委員会委員長なども務める。

（写真右。左はメーファールアン財団のディスパッター・ディサクン氏）



水洗いしたコーヒーの実を乾燥させる
栽培農家の男性ドイサケット農協提供

農協に協力し専門家が支援 課題は質の安定と販路拡大

独立行政法人国際協力機構（JICA）

北部の主要都市チェンマイからさらにその北にあるチェンライへ、山岳部を抜ける幹線道路の国道118号線。その沿線にあるチェンマイ県ドイサケット郡のテープサデット行政区は、山あいに村が点在して耕作地が限られていることもあり、かつてはタイ国内でも最も貧しい地域の一つとされてきた。

20年ほど前から、住民の生活改善をめざすロイヤルプロジェクトの一環としてコーヒー栽培が始まったが、コーヒー豆の質や味の安定、販路の拡大などの課題も抱える。日本の独立行政法人国際協力機構（JICA）は2019年6月から3年間の予定で、現地の農協に協力するプロジェクトで専

門家を派遣して支援に取り組んでいる。

JICAが支援を行っているのは、国道118号から山間部へ入ったドイサケット郡内でも遠隔地の、海拔900〜1500メートルほどの急斜面にある村々だ。

この地域を総称する「パー・ミアン」という地名は「お茶の木のある森」という意味で、元々はお茶の産地として知られた。いまでも多くのお茶の木が残っていて、農家はコーヒー栽培とともに伝統的なお茶の生産も行っている。

地元の農家が栽培するコーヒーの木から収穫された豆は農家自身が、果実をむいて水洗いした後に乾燥させる「ウオッシュド」の手法で精製している。

タイでは2000年代以降、カフェブームとも呼べる状況が起き、全国で焙煎コーヒーを楽しむカフェが数多く開店している。地域で生産されたコーヒー豆は地元農協やロイヤルプロジェクトを通して主に国内の流通ルートに乗るほか、焙煎コーヒー店への直接販売、さらには農家自身による直接販売も行われている。

品質向上へ意欲高まる 収支バランス確認も必要

現地で販路拡大などを含め、コーヒーバリエーションの開発支援を担っているJICA専門家、岡田昌浩さんによると、地区では栽培農家の高齢化が進んでおり、栽培、加工に作業員を雇い収穫コストが上昇している。自前の焙煎機や抽出機器まで持つ農家が出てきた一方で、小規模な農家は収支バランスが取れていない可能性もあり、現在、農家の収支分析のためのデータを収集中だ。

また、タイ国内では「タイスペシャリティコーヒー協会」(SCA TH)などのカップピング競技会(定められた方法でコーヒーの味を評価する品評会)で高い評価を得た豆が高値で取引される。コーヒー専門家の立場から、ドイサケット産コーヒーの品質・加工技術向上に関して助言を行うアドバイザーの倉持晋作さんは、「中南米やアフリカの高地で生産されるスベ



栽培や加工技術の講習を受けるために集まったコーヒー農家

ドイサケット農協提供

郡の名前を商品名に取り入れて販売されているコーヒードイサケット農協提供



シャルティコーヒーは良質な酸味を高く評価されるものが多いが、ドイサケット産はやや深煎りに適し酸味と甘さのバランスが良好」と評価する。

岡田さんによると、競技会への参加などを通して品質向上への意欲が強まり、品質も年々高まってきているという。一方で品質や味を安定させることも課題の一つだ。岡田さんは「生産性向上のために病害虫対策や堆肥についての情報を提供し、品質向上のためには完熟した実のみ収穫するよう指導。また、精製後の水分量など、精製に関する技術情報も提供するなど、生産から焙煎まで一貫した質の向上のための支援を行っている」と話す。また、「マーケティングに関しては、地元農協に対してビジネスプランやマーケティング戦略策定を指導している。」

トレンディーなコーヒー栽培 村へ若者引き戻す効果も

プロジェクトの現地スタッフのラウイワン・ブンチャイさんは「これまではどんな品質の豆でも同じ価格で買われていたが、JICAのプロジェクトが始まり、品質のよい豆は他よりも少し高く売れるようになり、意欲が高まっている。倉持さんの高い評価を得た農家の豆を、単独で売り出す試みも始まった」と話す。

タイでは日本と同様に、地方の過疎化、高齢化の問題が深刻化しつつある。ドイサケット郡でも若い世代はバンコクやチェンマイに働きに出て、後継者のいない農家も多い。

しかし、「コーヒーは他の農産物と違っておしゃれなイメージもあり、若者を引きつける魅力がある」とラウイワンさん。特に新型コロナウイルスの感染が広がった後は、都市部へ出ていた20〜40歳の若い世代が、コーヒー栽培のために村へ戻ってくる動きが出ているという。

村では、自家栽培したコーヒー豆で入れたコーヒーを提供する、地元農家

などによるおしゃれなカフェの開店も相次いでいる。

一粒は小さなコーヒー豆が、タイの山村の風景を大きく変えつつある。



ドイサケット農協が運営するカフェ

同農協提供



店頭のカフェで常時30種類のコーヒー豆を販売するカルディコーヒーファーム。
タイの「ドイトンコーヒー」は毎年、季節限定で販売されているニキヤメル珈琲提供

生産地と心通わせ取引実現 全国展開の店舗網で販売し応援

カルディコーヒーファーム

全国に474店舗を展開する「カルディコーヒーファーム」。「地球にいいことしてる？」をテーマに、世界各国の生産者の顔が見える食品を中心に輸入販売し、味だけではなくフェアトレードやSDGsなどの社会問題に敏感な消費者の人気を集めるカルディは、2009年から北部チェンライ県ドイトウン地区で生産されるコーヒー豆を季節限定で販売している。

カルディコーヒーファームを運営する「株式会社キヤメル珈琲」（東京都世田谷区、尾田信夫社長）の安黒仁昭氏は「株主の本音は、ドイトンコーヒーは我々にとって思い入れの深いコーヒー」と語る。「ブラジルなどの広大なコーヒー農園に比べれば、規模はそう大きくはないが丁寧なコーヒーを栽培している。我々ができる（生産

者への）応援は、我々の店舗で販売していくことです」

キヤメル珈琲は2005年にタイに現地法人を設立。当初はココナツミルクや調味料などタイ食材の輸入とタイへのコーヒー豆の輸出が目的だったが、同年11月に尾田社長がドイトウン地区を訪れたことが、タイ産コーヒーの輸入販売のきっかけになった。

現地法人立ち上げに伴いバンコクに赴任していた安黒さんは、何回か現地に通ううちにコーヒーを栽培加工する農家の姿に心をひかれた。

「ケシ栽培から転換してコーヒーに取り組む農家だったのでしょ。しかも飲んでみるとおいしかった」。一方で、ドイトウン地区にコーヒー栽培を導入したロイヤルプロジェクトの代表者も、「生産者の思いとともに、おい



タイの山岳少数民族がデザインされた
ドイトンコーヒーのパッケージ=キャメル珈琲提供

「おいしいコーヒーを多くの人に届けたい」というカルディの姿勢に理解を示した。「一方的にお願いして取り引きが実現したのではなく、お互いに気持ちを通じて扱いが始まった」と安黒さん。

カルディコーヒーファームは常時、店頭で30種類のコーヒー豆を販売している。30種は季節に合わせて入れ替えるが、「ドイトンコーヒー」は消費者の人気も定着。現地の良質なコーヒーの生産量が増えていることもあり、最初のころに比べると取扱量は3倍に増

えた。

同社ではドイトンコーヒーを「ロースタナッツのような香ばしさと、ほんのりスパイシーなテイストが特徴」と位置付けている。毎年10月にはキャンペーンで割引で販売されるが、コーヒーが好きて1994年に入社以来、ドイトン一筋に歩んできた安黒さんは「ドイトンコーヒーの特徴を活かすため、少し深煎りにしている。秋のシーズンに、栗やサツマイモのケーキ、あるいは餡子などとてもよく合う。そんなイメージです」と話す。



「地球にいいことしてる？」をテーマに、世界中から輸入された食品が並ぶカルディコーヒーファーム=キャメル珈琲提供

タイ産コーヒーを扱う「意味」 消費者が関心持つきっかけに

安黒さんの所属するコーヒー事業本部のスタッフは、コーヒーの特徴などのほか、ケシ栽培からの脱却を目指して始まったロイヤルプロジェクトの意味合いや、地区の農民の暮らしがコーヒーでどう変化したかなどを説明した社内向けレポートを作成。店舗スタッフ

フに「ドイトンコーヒーをカルディで扱う意味」を知ってもらうことに努めてきた。

社内ではコーヒーの背景やSDGsとの関連などを知っておく必要があるが、消費者に対してそれを積極的にアピールはしていない、と安黒さん。

「私たちがお客様に価値観を押し付けるのではなく、買って頂いたお客様が『おいしかった』と気に入って、その背景を調べるような、きっかけづくりになればいいと思っています」と広報部の高橋早智子さんは話す。

今年ドイトンコーヒーは9月上旬に入荷予定。挽き売りは200グラム961円で全国のカルディコーヒーファームで販売される。また個包装タイプのドリップコーヒーとしても9月中旬から1個1200円で販売。コーヒーの日である10月1日からはキャンペーン期間が始まり、期間中は割引価格で購入できる。



福島県川内村に開店したカフェ・アメイソンの日本1号店

ニコードモインターナショナル社提供



赤いオウムが目印のCafé Amazonのトレードマークニコードモインターナショナル社のホームページから

タイの巨大カフェチェーンを日本で 震災復興願い福島県浜通りに開店

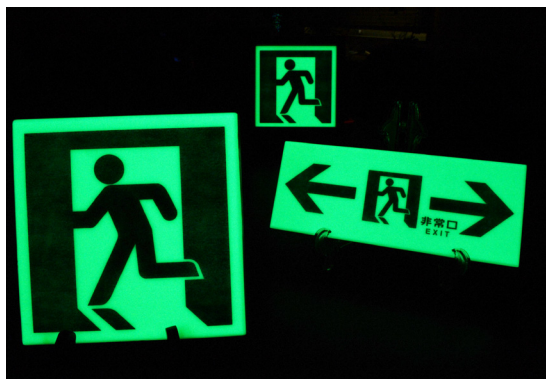
カフェ・アメイゾン

タイ全土に2300店舗以上を展開する巨大コーヒーショップ・チェーン「Café Amazon」。その日本店が東日本大震災で大きな被害を受けた福島県の浜通りにある。運営しているのは大阪市旭区に本社を置く、環境に優しいものづくり企業「コードモエナジー」の関連会社「コードモインターナショナル」社だ。コードモエナジーの岩本泰典社長が「震災復興の支援になれば」と自社の工場を開設した福島県川内村に、カフェ・アメイソンの日本1号店を開店した。

タイの「Café Amazon」は、石油、天然ガス事業を営む同国最大規模の企業「タイ石油公社」(PTT)が運営している。PTTのガソリンスタンドへの併設を中心に店舗を拡大し、赤いオウムがトレードマークのコーヒーショップは全国至る所で目にすることができる。

一方、岩本社長とタイとの関わりは1990年代、日本青年会議所を通してタイで障害者やエイズ孤児の自立を支援するNGOの活動に加わったのがきっかけだ。

たまたま通訳として働いてくれた男



電気を使わずに発光する「ルナウェア」
＝毎日新聞社撮影

福島とタイを結ぶコーヒー ブランドを大切に育てたい

性が地方のLPガス販売会社で働いており、男性を通じてPTTのエリアマネジャーと知り合いになった。さらに

そこからPTT本社の副社長へとつながり、岩本さんは同社やタイ国鉄などの幹部に人脈を広げた。

岩本さんが経営する「コードモエナ

ジー」は、有田焼の釉薬を塗る技術に応用して蓄光顔料を陶磁器タイルに厚く焼き付け、明るさを長時間保つ蓄光タイル「ルナウェア」を開発。2012年に「第4回ものづくり日本大賞内閣総理大臣賞」を受賞した。東日本大

震災の直後で、電気を使わずに発光する環境に優しいタイルを被災地で製造し復興に役立てたいと、東京電力福島第1原発から20キロほどで一時は全村避難となりながら、いち早く「帰村宣言」を行った川内村に工場の開設を決断した。

岩本さんは川内村に工場を開いて雇用を創出するだけでなく、地域の交流拠点となるようにと古民家を改造したコミュニティ拠点もオープン。「福島の現状を見たい」というPTT幹部らを村に招待して地元の手料理でもてなした。交流を重ねるうちに、PTT側から「Cafe Amazonを日本

でやってみたいか」と誘われた。日本でのフランチャイズ権を得て、タイから直輸入した豆だけを使ってコーヒーをいれる「カフェ・アメイゾ

ン」日本1号店を村にオープン。さらに福島県楢葉町にあるJヴィレッジにも店舗を開設した。

イメージで全国展開したら日本では大手カフェチェーンと同じブランドイメージになる。タイ産の豆は日本で専門家のカップピングを受けても非常にクオリティーが高く、福島の復興にも寄与しながら、大手チェーンとは違う日本のカフェ・アメイゾン育てていきたい」と岩本さん。



2017年7月、川内村視察の際にカフェ・アメイゾンに立ち寄り、コーヒーを飲みながら岩本社長（右）と懇談する安倍晋三首相（当時） 毎日新聞社（代表撮影）

2018年にタイのサッカーチームの少年たちが洞窟に閉じ込められた事件は、北部チェンライ県のコーヒーが栽培されている山間部の、まさにそのエリアで起きた。岩本さんは救助活動に役立ててもらおうと、暗闇で発光する自社のルナウェアを現場に届けた。救出された後、岩本さんは少年たちを日本に招待し、サッカーの関連施設見学や桜の花の下での花見を経験してもらった。

「PTTはタイを中心にオマーン、フィリピン、ラオス、カンボジアなどにもCafe Amazonを展開しているが、そのなかで店から桜の花や雪を見ることをできるのは日本店だけ」。岩本さんはそう胸を張る。



焙煎時に焦がさないため、黄土色になる「オーカー」

=Signal提供

新たなコーヒー豆飲料「オーカー」 タイの産地との関わりきっかけに開発

黄土色を意味する「オーカー」と名付けられた、コーヒー豆を原料とした新たなコーヒー豆飲料。「豆を低温で焙煎し、焦がさず苦みを押さえた。お茶に紅茶や緑茶があるように、同じコーヒー豆が原料でも製造方法を変えて誕生した新しいカテゴリーの飲料です」。オーカーを開発し販売している「Signal株式会社」（名古屋市の加藤拓磨社長は話す。加藤さんがコーヒー豆と関わるようになったきっかけは、自身の姉が北部チェンライ県の少数民族アカ族の男性と結婚したことだ。



ハーブやお茶とのブレンドで、様々なバリエーションを楽しむこともできる =Signal提供

ドイツチャン地区は1969年にロイヤルプロジェクトによるコーヒー栽培が始まったタイ北部のアラビカ種の産地。2000年代に入ってコーヒー経営が安定し、地区名を会社名とした「ドイツチャン・コーヒー」社が誕生。世界的なコーヒーの評価機関で高い評価を得ている。タイの飲料大手シンハコーポレーション子会社と提携して販路を拡大し、タイでは最も品質の高いアラビカ種コーヒーブランドの一つとして認識されるようになった。

姉夫婦は日本で暮らしていたが、加藤さんは2012年、新しい親族と会ってみようと単身、タイを訪れた。親戚の一家はコーヒー栽培に携わり、加藤さんは初めてコーヒー豆の原料である赤い果実に出会った。



親戚が運営するNGOが支援する子どもたちと、コーヒーの実を収穫する加藤さん
=Signal提供

「コーヒー豆の可能性広げたい 日本から世界のスタンダード目指す」

コーヒー栽培に魅せられ毎年ドイツチャンへ通うようになった加藤さんは、コーヒー豆の幅広い可能性を追究しようと考え始めた。

「コーヒー豆の栽培、収穫は手作業で大変。だからこそ、コーヒー豆の活用法を広げたいと思った」と加藤さん。コーヒー豆は焙煎の際に焦がすことで健康成分が失われ、苦みも出る。

コーヒーの苦みが苦手な人でもお茶のように飲むことができる、健康成分を残した焦がさないコーヒーはできないかと思いついた。

2012年から焙煎方法などの研究を重ね、新たな飲料「オーカー」にたどりついた。

「コーヒーは嗜好品だが、オーカーは健康志向品」と加藤さん。ハーブなどと合わせてティーバッグに詰められた飲用の商品のほか、様々な料理に活用できるオーカーの濃縮パウダー、ほうじ茶やだしなど他のメーカーの和食の製品にオーカーを配合したコラボ商品などが誕生し、Signal社のホーム

ページから購入することができる。

2020年12月には、名古屋市千種区に「ラボ・シグナル」を開設。予約制でコーヒー豆の研究施設見学や試飲ができるようにした。

さらに「ドイツチャン・コーヒー」社の日本での販売権も獲得。今後、日本の他の企業と提携してコーヒー豆を国内で販売する計画も立てている。

加藤さんの親族であるアカ族のアリヤ・ラッタナウイチャイクンさんは、少数民族の村の自立や文化の継承をめざし、身寄りのない子どもたちを高校卒業まで世話をするなどのNGO活動を続けている。

毎年、現地を訪れ子どもたちとの交流を重ねてきた加藤さんは「輝いた瞳で夢を語る子どもたちの言葉は、日本で生まれた生活を送ってきた私の心に突き刺さった。私も『オーカーを世界のスタンダードにする』という夢をかなえていきたい」と語る。



「これがタイ産の『リースプレミアムセレクト』。コストパフォーマンスに優れた実力のある豆」と話すやなかコーヒーの権藤則彦社長
＝西尾英之撮影

タイのコーヒーを知る

やなか珈琲

コーヒー好き集う店で売れ筋キープ コストパフォーマンスのよさ際立つ

やなか珈琲

東京都内を中心に34店舗を展開する「やなか珈琲」は、注文を受けてから店内で豆を焙煎する、コアなコーヒー好きが集まるコーヒー豆専門店だ。常に香ばしい香りが漂う同店で、北部チェンライ県ドイチャン産の「リースプレミアムコーヒー」は、取り扱っている豆の上位3分の1に入る「売れ筋」。権藤則彦社長は「実力ある豆だと思います」と話す。

権藤さんは10年ほど前、知り合いのコーヒー豆輸入業者に勧められて、北部チェンライ県ドイチャン産のコーヒーを初めて飲んだ時のことを覚えていいる。「クリーンで雑味がなく、ボディに厚みがある。飲んだ後に個性が残る。タイのアラビカ種はあまり知られておらず、飲むまではこんなによい

品質とは思わなかった」。豆は、アラビカ種の中でも特に風味がよいとされるブルボン種という品種。「アラビカは原種に近いものほど風味がよいが、ブルボン種は原種に近い古い品種。そもそもアジアのアラビカ種は（風味は劣るが栽培が容易な）ロブスタ種とのハイブリッドが多く、タイでブルボン種が栽培されていることが驚きだった」

これならいけると、すぐに取り扱いを開始した。「特に宣伝をしているわけではないが、うちのお客さんの大部分はリピーター。新商品が入ってくると一度は試して、味と値段のバランスがよければずっと買い続けてくれる」。

店での販売価格は100グラム78



店内で注文を受け豆を焙煎するよなかコーヒー。東京都内を中心に34店舗を展開する
＝同社ホームページから

0円。扱う豆は100グラム690円から820円、高いものではドミニカ産の同980円という商品もある中で、リースープレミアムセレクトは味覚のグレードを考えれば割安だという。長年コーヒー業界に関わり各国のコーヒー生産事情に詳しい権藤さんは、「栽培の歴史の浅いアジア圏の

コーヒーは、他に比べて全般的にコストパフォーマンスがよい」という。主要産地の中南米は、コーヒーの歴史が古く生産者も価格を釣り上げる傾向が強い。アジアは主要消費地の欧米から遠いこともあって価格は安めで、「生産者の段階でもう少し高い価格で売ってもよいくらいだ」と話す。

ていねいな栽培と加工 —— リピーターに愛される品質

コーヒーの木は本来、ジャングルの木陰で生育する。大規模な農園よりもタイ北部のような比較的規模の小さい生産地の方が本来の生育状況に近い。大規模に農薬や化学肥料を使うことが難しく鶏糞などの有機肥料が中心になるため、おのずとオーガニックになる。

品質を左右するのが収穫の方法だ。ブラジルなどの大規模農園の場合は機械収穫だが、小規模な畑では一粒ずつ、人が手で収穫することになる。収穫後、チェリーと呼ばれる赤い実のまま

ま放置すると味が劣化する。チェリーを水洗いする「ウォッシュド」などの方法で素早く生豆の状態に加工する必要がある。

「コーヒーの味は生育環境と、どれほど手間をかけて栽培、加工しているかで決まる。生産者がていねいに栽培しているかどうか、飲んでみればわかります」と権藤さん。「ドイツ産はそれがとてもうまくいっている。十分に通用する品質のコーヒーです」

タイのコーヒーを知る

アカアマ・コーヒー

「アカ族のお母さん」のコーヒー 思い引き継ぎ東京に出店

アカアマ・コーヒー

山下夏沙さん

「味に感動」から始まった
リーさんとの出会い

東京・神楽坂の住宅街にオープンした1軒のカフェが人気を集めている。カウンター席も含めも十数人で満席となる古民家風の狭い店は、いまタイで人気を集めるタイ産焙煎コーヒー店「アカアマ・コーヒー」の日本1号店だ。

店を開いたのは山下夏沙さんと市川純平さん夫妻。世界を歩く旅を続けていた2人は今から10年ほど前、旅行で訪れたチェンマイでたまたま「アカアマ・コーヒー」の地元1号店を訪れ、オーナーのリー・アユ・チュパーさんと出会った。コーヒーの味に感動した2人は、リーさんの出身地の村を訪れ

るなどしてコーヒー農家の人々との交流を深め、意気投合したリーさんの「日本でもアカアマ・コーヒーを飲んでもらいたい」という熱意にも動かされ2020年7月、東京で店を開店した。

「アカアマ」のアカは「アカ族」、アマは「お母さん」の意味だ。リーさんの出身地であるチェンライ県メージャンタイ村は、人口300人あまりの少数民族アカ族の村。貧しかった村で、リーさんの母親は子どもたちを学校に通わせるためにコーヒー栽培を始めた。

リーさんは村から離れた寺に寄宿し



東京・神楽坂の狭い路地にある「アカアマ・コーヒー」の日本1号店
＝山下さん提供



収穫したコーヒーの実を確かめるリーさん（右）と母ミラーさん。
ミラーさんが着ているのはアカ族の民族衣装だ
＝山下さん提供

て学校に通い大学まで進学して、村出身者として初めての大学卒業者となった。卒業後は少数民族の子どもを支援するNGOで働いた後、米国に渡り

コーヒーの焙煎やビジネスについて学び、2010年、チェンマイに自身のカフェ「アカアマ・コーヒー」の1号店を開店した。

森の循環守りながら栽培 社会起業家として有名な存在に

「コーヒーのような国際商品とは何か？ それを長続きさせていくためには？」村のコーヒー生産はすでにある程度成長していたが、問題はそこから十分な利益を得られていないことだった。コーヒー生産のノウハウはあっても、ビジネスには精通していなかったからだ。リーさんはインタビュウで起業に至った思いをそう語っている。

村のコーヒー畑は、桃や柿、ハーブなどが植えられている。コーヒーだけに頼らない農業で村の暮らしを守りたいとの考え方で、コーヒー栽培の効率は決してよくない。無農薬で収穫は手摘みのみ。森の循環を守りながらの栽培だ。

「最近ではコロナ感染拡大で村へ行くことができいないが、2年前に訪れた際には、最初のころは未舗装の崖の道だった村へ通じる道路が舗装されたり、家のトイレが水洗になったり」。

山下さんは、コーヒーがもたらした村の変化をそう語る。

アカアマ・コーヒーは評判を呼び、チェンマイに2号店、3号店が広がった。

村には依然、学校がなく子どもたちは寄宿しての通学を強いられる。リーさんはチェンマイ郊外に開店した3号店に、子どもたちの寄宿施設を併設し、村の次の世代を担う子どもたちの勉強を助けている。



タイ北部チェンライ県の山あいにある人口300人ほどのメージャンタイ村

＝山下さん提供

村の思い詰まったコーヒー 日本のお客さんに伝えたい

アカアマ・コーヒーは、特に浅煎りでいれると柑橘系の香りがただよ。

「コーヒーにまつわるストーリーは素晴らしいし、何よりもおいしい」。最初にチェンマイのカフェで客として感動し、10年近くを経て東京に店を開く

に至った山下さんは話す。

日本ではタイ産コーヒーの知名度は高くなく、タイの山岳少数民族についても知られていない。山下さんは開店にあたって、お客さんに来てもらうためにケーキなどコーヒー以外のメニューにも力を入れた。

「あの店のキャロットケーキはおいしい」。若い女性の間でインスタグラムなどSNSを通じた口込みが広がり、狭いカフェはコロナ禍にもかかわらず、いつもにぎわいをみせている。

山下さんが大切にしているのは、リーさんやリーさんの母親、ひいては村の人たちの思いを来店客に伝えることだ。「店のスタッフには、お客さんにコーヒーにまつわるストーリーを伝えてとお願いしている。『コーヒーで収入を得て村の家族を豊かにしたい』というリーさんたちの思いが詰まったコーヒー豆が直接ここに届いて、1杯のコーヒーになっていることを日本のお客さんに知ってほしい」。山下さんは話す。



村で記念写真に収まる市川純平さん、山下夏沙さん夫妻（左の2人）とリーさん（右から2人目）、妻のジェニーさん（同3人目）、母ミラーさん（同4人目）

＝山下さん提供