

TOY BOX

- 夢や希望そして未来がいっぱい詰まったおもちゃ箱 -

Vol. 31



AJCRA

大阪珈琲商工組合

All Japan Coffee Roasters Association

目次



1) 令和7年第76回 大阪珈琲商工組合通常総会	1
大阪珈琲商工組合 理事長 中村訓康	
2) 令和7年第62回 全日本コーヒー商工組合連合会通常総会	3
大阪珈琲商工組合 理事長 中村訓康	
3) 令和8年一般社団法人全日本コーヒー協会 賀詞交換会	5
ワタル株式会社 大阪支店 阪口真也	
4) 「10月1日は国際コーヒーの日」コーヒーフェア2025	6
大阪珈琲商工組合 常務理事 檜垣良市	
5) 大阪珈琲商工組合主催イベント進捗報告	8
大阪珈琲商工組合 専務理事 丹後大志	
6) 全日本コーヒー公正取引協議会の概況	10
常務理事 西野豊秀	
7) 活動強化委員会主催「ステップアップセミナー」	16
広報委員会 委員長 田代宜達	
8) コーヒー市況「ステップアップセミナー」	19
広報委員会 委員長 田代宜達	
9) 第2回大阪珈琲商工組合工場見学報告（共栄製茶株式会社様）	30
島野珈琲株式会社 島野渉	
10) 平成から令和へ——おもちゃで振り返る子ども時代と父親の視点	32
株式会社旭珈琲 藤井栄治	
11) コーヒー年表	36
12) 編集後記	37
広報委員長 委員長 田代宜達	

大阪珈琲商工組合 令和7年度 第76回通常総会

令和7年11月14日に大阪珈琲商工組合の第76回通常総会を当組合事務所会議室にておこないました。今総会出席者は組合員10名、事務局1名の計11名の参加となりました。

丹後専務理事の司会進行で理事長開会挨拶に引き続き、理事長が議長に選出され総会議題の審議を諮りました。

第1号議案：令和6年第76期事業報告並びに決算書及び利益金処分案承認と監査報告の件

第2号議案：令和7年第77期事業計画案、収支予算案並びに経費の賦課及び徴収方法決定の件

第3号議案：令和7年第77期借入金最高限度額決定の件

第4号議案：令和7年第77期1組合員に対する貸付及び債務保証金額の最高限度額決定の件

第5号議案：令和7年第77期役員に対する報酬の件



総会後の懇親会（シティプラザホテル大阪）

以上の議案審議は全ての内容が提案通りに承認可決された後、檜垣常務理事の閉会挨拶で閉会となりました。スムーズな議案審議にご協力頂き厚く御礼申し上げます。

本年度は、共栄製茶(株)様の工場見学会、大阪関西万博にて、ボリビア多民族国家様とのコラボイベントや、大阪府中小企業団体中央会様の「大阪のええもん！大集合フェスタ」に参加するなど、組合で積極的にイベント参加を行ってまいりました。

新年度では組合員拡充を目的とした新規事業の為に予算を組むなど、未来のために取り組む姿勢を打ち出しております。組合員皆様の更なるご協力をお願い申し上げます。

懇親会は会場をシティプラザ大阪に移し開催されました。全日本コーヒー商工組合連合会会長鈴木様、大阪府喫茶飲食生活衛生同業組合会長荻原様をご来賓としてお迎えし、組合員16名、事務局1名、賛助会員12名の総勢31名のご参加を頂きました。

親睦委員会の梶川委員長司会の元、まずはご来賓ご両名より挨拶を頂きました。

中村理事長の開会挨拶の後、賛助会員の石光商事金井様の乾杯で懇親会が始まりました。

食事を楽しみながら和やかな雰囲気では進みました。各賛助会員様には自社のプレゼンテーションをして頂く時間を設け、組合員様も興味をもって聞いておられました。

高尾常務理事の中締めにて懇親会はお開きとなりました。



このような交流の場を活用し組合員様、賛助会員様と交流を深めながら大阪組合がより活発な組合となるように活動してまいります。今後とも大阪珈琲商工組合にご指導ご鞭撻を賜りますよう、宜しくお願い申し上げます。

大阪珈琲商工組合 理事長 中村訓康

全日本コーヒー商工組合連合会 令和7年度 第62回通常総会

全日本コーヒー商工組合連合会の令和7年第62回通常総会が、令和7年1月17日にグランドプリンスホテル新高輪にて開催されました。

畔柳専務理事の司会進行の元、鈴木会長の開会挨拶に引き続いて、鈴木会長が議長に選出され、議案の審議に入りました。

第1号議案：令和6年第61期事業報告書及び決算関係書類承認の件

第2号議案：令和7年第62期事業計画、収支予算並びに経費の賦課及び徴収方法決定の件
第3号議案：令和7年第62期借入金最高限度額決定の件

第4号議案：令和7年第62期1会員に対する貸付（手形の割引を含む）及び1会員に対する債務保証金額の最高限度額決定の件

第5号議案：令和7年第62期役員に対する報酬の件



第1号議案から第5号議案まで滞りなく審議が進みすべての議案が可決されました。

本年は全日本コーヒー商工組合創立60周年にあたり、総会後は同ホテルにて60周年記念式典が執り行われました。

農林水産大臣鈴木様をはじめご来賓20名、関連団体、各地組合員を含め総勢約170名が集まる大変盛大な式典となりました。

第一部では記念式典が平安の間で行われ、まずは功労者表彰がございました。表彰では最初に農林水産大臣感謝状が、鈴木大臣より直接手渡されました。連合会会長鈴木様に続き当組合名誉顧問で元理事長の西埜伊宜様も表彰さ

れ、いささか緊張気味とお見受けしましたが、笑顔で感謝状を拝受されました。他にも当組合からは、全日本コーヒー協会会長感謝状を前理事長の高尾常務理事が、全日本コーヒー商工組合会長感謝状を島野常務理事と私中村が、そして全日本コーヒー商工組合会長表彰状を事務局の溝淵さんがそれぞれ授与され、計5名の方が当組合より表彰されました。おめでとうございます。

次に来賓の方々の祝辞を賜りました。中でも鈴木農林水産大臣は自ら2件のカフェを経営しておられ、コーヒーに深い造詣がありこの式典には絶対参加したかったと述べられ会場が大変盛り上がりしました。

最後にコーヒートークショーが行われ、「日本のコーヒーの歴史を振り返る」というテーマで大阪組合より西埜元理事長が再登壇され、萩原様、松下様と共に楽しいエピソードをご披露されました。また特別ゲストとして石光商事名誉会長石光輝夫氏が動画出演されました。102歳とは思えない元気なお姿に皆感銘を受けておられました。

第二部に移り、祝賀会が開催されました。立食のビュッフェ形式でそれぞれに交流を深めておられました。最後には恒例？のサンバショーもあり、会場一体となって60周年のお祝いムードが最高潮に達したところでお開きとなりました。

記念式典には当組合からも10名の方にご参加いただきました。ご多忙にもかかわらず東京までご足労賜りました事、厚く御礼申し上げます。



大阪珈琲商工組合 理事長 中村訓康

令和 8 年 全日本コーヒー協会 賀詞交歓会

日時：令和 8 年 1 月 15 日（木）

会場：ANA クラウンプラザホテル神戸「ザ・ボールルーム」（神戸市中央区）

一般社団法人全日本コーヒー協会（全協）は 1 月 15 日、ANA クラウンプラザホテル神戸において令和 8 年賀詞交歓会を開催いたしました。当日は、農林水産省近畿農政局や全日本コーヒー公正取引協議会をはじめとする来賓、会員・組合員など約 220 名が出席し、新年の門出を祝うとともに、会員・関係者相互の親睦を深め、コーヒー業界のさらなる発展を願う場となりました。

開会にあたり、主催者を代表して全協会長の柴田 裕氏（キーコーヒー株式会社 社長）が年頭の挨拶を行いました。柴田会長は、2025 年を振り返り、「最も明るいニュース」として大阪・関西万博の成功に触れ、その要因の一つとして関西の人々の高いコミュニケーション能力を紹介されました。また、国内のコーヒー市場については、1965 年には 3 万トン弱だったコーヒー輸入量が現在では 40 万トンを超える規模にまで拡大し、業界全体で積み重ねてきた努力の成果であるとの認識を示されました。

さらに、本年 10 月 1 日の「国際コーヒーの日」には、喫茶文化・モーニング文化で知られる名古屋においてコーヒーイベントを開催する予定であることに言及するとともに、小規模生産者を含めた産地支援を継続し、コーヒーを通じて世界の友愛と平和に貢献していく方針を示されました。

加えて、コーヒー相場の高騰が続く中においても、その価値を消費者へ伝え続けることが業界の使命であるとの考えを語られました。

続いて、来賓を代表し、農林水産省近畿農政局経営・事業支援部長 廣瀬 勝士氏より祝辞が述べられました。その他の来賓として、同局経営・事業支援部食品企業課長 吉田 倫氏、全日本コーヒー協会前会長 萩原 孝治郎氏、全日本コーヒー公正取引協議会常務理事 西野 豊秀氏にもご臨席いただきました。

乾杯の発声は、全協副会長の上島 達司氏（UCC 上島珈琲株式会社 名誉会長）が務められました。上島副会長は、国内のコーヒー消費量が減少傾向にある現状に触れ、こうした環境だからこそ業界の力が試されるとしたうえで、コーヒー業界のさらなる活性化への期待を述べられました。続いて、恒例の「コーヒーで乾杯」が行われ、会場では終始和やかな歓談の輪が広がりました。

最後に、全協副会長の武田 太郎氏（日本珈琲貿易株式会社 会長）が中締め挨拶を行い、令和 8 年賀詞交歓会は盛会のうちに閉会となりました。



ワタル株式会社 大阪支店 阪口真也

レギュラーコーヒーフェア 2025

10月1日は国際コーヒーの日 コーヒーショップデジタルスタンプラリー

コーヒーフェア委員会では、例年通り全国のコーヒーショップを巻き込んで、日本中の方々にコーヒーを楽しんで頂く企画を実施しました。

昨年から変更した点として、1回でもコーヒーショップにご来店されたお客様に、スタンプラリーにお申込み頂けるようにし、参加者数を増やそうとしました。1ポイント獲得で、QUOカード Pay500円分が抽選で70名様に当たります。さらに7ポイントまで獲得されたら、QUOカード Pay2,000円分が抽選で31名様に当たります。



結果から申し上げますと、

LINE キャンペーン参加数：1,867 人（前年 2,174 人 前年比 85.8%）

LINE 友達登録者数：14,255 人（前年 10,618 人 前年比 134.3%）

キャンペーンページ閲覧数：35,687 セッション（前年 32,139 セッション）

参加店舗数：716 店舗（前年 772 店舗 前年比 92.7%）

参加者性別：女性 69.1%

LINE 友達追加詳細結果では、45 歳～49 歳女性：12.3% 55 歳～59 歳女性：10.7% 50 歳～54 歳女性：10.0% 40 歳～44 歳女性：9.9% 35 歳～39 歳女性 9.1% 30 歳～34 歳女性：6.5% 60 歳～64 歳女性：4.9%でした。

やはり、女性の集客には、ポイント還元が有効だという結果になりました。

年齢別アンケート回答者数：40代：21.7% 50代：28.4% 60代：17.9%
 18歳～40代をコアターゲットに設定しましたが、20代：7.3% 30代：17.4% でした。

項 目		実 績		前年比	前年差
1	参加店舗数	716	店舗	92.7%	-56
2	キャンペーン参加人数	1,867	人	85.9%	-307
3		613	人	-	613
4		414	人	69.3%	-183
5		352	人	-	352
6		312	人	92.0%	-27
7		286	人	-	286
8		277	人	-	277
9	友達登録数	14,255	人	134.3%	3,637
10	広告総表示回数	512,550	imp	95.8%	-22,676
11	広告クリック数	24,300	回	116.5%	3,447
12	WEBサイトページビュー数	35,687	セッション	111.0%	3,548

地域別アンケート回答者数：昨年に続いてダントツ 1 位：愛知県 862 人
 2 位：大阪府 220 人 3 位：兵庫県 197 人 4 位：東京都 125 人
 結果としまして、キャンペーンサイトへの流入数（閲覧数）自体は拡大しているが、参加者自体は減少となりました。

キャンペーンサイト、及びキャンペーン自体の参加のハードル、商品の魅力、サイトから店舗へのアクセスしやすさなどの再検討が必要となります。

今後の改善として

- 参加者数の減少⇒景品内容の見直し、実施店舗への分かり易い告知のお願い
- 昨年参加者のリピート率が 17.9%⇒新規参加者獲得強化（ターゲット選定）
- 参加店舗数の減少⇒参加店舗にも景品が当たるようにする

※ 組合員の皆様の更なるご協力が必要です。今後ともよろしくお願いします。

以上

大阪珈琲商工組合 常務理事 檜垣良市



文／イベントプロジェクトチーム 株式会社インフィニティ 丹後大志

組合事業の活性化と会員増強、そして大阪の珈琲文化を次代へつなぐことを目的に、大阪珈琲商工組合による本格的な体験型イベントの準備が進んでいます。開催まで約 3 か月。7 月 17 日現在の進捗をご報告します。

大阪珈琲商工組合では、組合員・賛助会員の皆様のさらなる活性化と、新たな仲間の参加を促す取り組みとして、2026 年 10 月に組合主催イベントを開催します。1 月 28 日のキックオフミーティング以降、組合員各社から選出されたプロジェクトメンバーが中心となり、専門家の助言を受けながら企画を重ねてきました。

プロジェクトは、私、株式会社インフィニティの丹後大志をリーダー、株式会社旭珈琲の藤井栄治氏、高尾珈琲株式会社の高尾悠太郎氏、アラブ珈琲株式会社の西埜元成氏、THREE RIVERS 株式会社の中川志織氏、有限会社田代商店の田代宜達氏、株式会社中村商店の中村有佑氏がメンバーに参画しています。5 月からは大阪府中央会の支援事業として、株式会社教育総研の岡本充智先生、大阪府中央会の堀内様にもご協力いただき、実現に向けた準備を加速させています。

イベント名は「大阪珈琲体験会～道具・検定編～」に決定しました。開催日は 10 月 23 日（金）から 25 日（日）までの 3 日間、会場は株式会社富士珈機 様です。会場では、懐かしい喫茶店の道具やコーヒー器具に触れる展示をはじめ、組合員各社によるコーヒーの試飲・販売、焙煎セミナーなどを通じて、来場者がコーヒーを「知る・触れる・味わう・学ぶ」ことのできる内容を計画しています。

今回、特に重視しているのは、展示、講習、試飲、物販を個別の催しで終わらせず、「コーヒーとの新しい出会い」という一つの連続した体験として届けることです。SNS でイベントを知り、会場で道具や技術に触れ、味わい、学び、その感動を誰かに共有する。その一連の流れを通じて、大阪の珈琲文化と組合の活動をより身近に感じていただくことを目指しています。

本イベントに先立ち、10月4日（日）には大阪珈琲商工組合事務所で「コーヒーインストラクター3級」講習・検定を開催します。午前・午後の2部制で、各部20名を予定。講習料は3,000円で、受講者には本イベントで利用できる1,000円分のチケットを進呈します。初めてコーヒーを体系的に学ぶ方にも参加いただきやすい機会とし、本イベントへの期待を高めてまいります。

広報面では、大阪珈琲商工組合のInstagramを活用し、組合員各社の紹介とイベント情報の発信を進めています。また、組合ホームページとInstagramのQRコードを掲載したカード2,000枚を作成したほか、A3ポスターのデータ配布、A6サイズの案内チラシの制作・配布も予定しています。組合員42社、賛助会員23社の皆様にもご協力いただき、組合全体で情報を届ける体制を整えていきます。

今後は、コーヒー器具の出品、コーヒー豆の販売・試飲、当日の運営参加などについてアンケートを実施し、具体的な会場構成や役割分担を決定していきます。組合員・賛助会員の皆様には、Instagramへの掲載や再投稿、ポスター掲示、チラシ配布をはじめ、得意分野を生かしたご参加をお願いする予定です。

このイベントは、単なる一度限りの催しではありません。組合員同士のつながりを強め、新たな顧客や仲間との出会いを生み、大阪珈琲商工組合の魅力を広く伝える第一歩です。組合一丸となって、「大阪の珈琲文化の未来をつくる」イベントへ育ててまいります。皆様のご理解とご協力を、心よりお願い申し上げます。

開催概要（2026年7月17日現在）

イベント名	大阪珈琲体験会～道具・検定編～
開催日時	10月23日（金）10:00～17:00 10月24日（土）9:00～17:00 10月25日（日）9:00～16:30
会場	株式会社富士珈機
参加費	無料
受講料	3級講座：3,000円、コーヒー焙煎講座：3,000円
主な内容	喫茶店の道具・コーヒー器具の展示、試飲・販売、焙煎セミナー、コーヒーインストラクター3級講習等
事前講習	10月4日（日）大阪珈琲商工組合事務所 コーヒーインストラクター3級講座 第1部10:00～11:30／第2部13:00～14:30（各部20名） 10月23日～25日 株式会社富士珈機 様（イベント会場） コーヒーインストラクター3級講座 各日ともに、第1部10:30～12:00／第2部15:00～16:30（応募人数未定） 10月24日～25日 株式会社富士珈機 様（イベント会場） コーヒー焙煎講座（仮称） 各日ともに、第1部9:30～10:20／第2部14:00～14:50

※内容は今後の協議・調整により変更となる場合があります。

全日本コーヒー公正取引協議会とは

1. 概要

(1) 協議会の概要

全日本コーヒー公正取引協議会（以下「コーヒー公取協」と称する。）は、一般消費者に「レギュラーコーヒー及びインスタントコーヒー」製品の購入に資するよう、「レギュラーコーヒー及びインスタントコーヒーの表示に関する公正競争規約・同施行規則」（コーヒー公取協ホームページに掲載）を策定し、公正取引委員会委員長の認定を 1991（平成 3）年 11 月 13 日に受け、1991 年 11 月 27 日に官報に告示された。

コーヒー公取協は、1991 年 11 月 29 日に、団体設立に賛同するコーヒー関係事業者を会員とする任意団体として発足し、現在に至っている。

その後、2009 年に消費者庁が設立されるとコーヒー公取協は、消費者庁と公正取引委員会の所管団体として運営されている。

(2) 設立の経緯

昭和 50 年代にブルマンブレンドなどのブレンド表示について、消費者等からブレンドの実態が不明との意見が多く寄せられ、1983（昭和 58）年に東京都等からの要請もあり、社団法人全日本コーヒー協会（農林水産省所管）がコーヒー製品の表示について検討し、公正取引委員会の指導の基、コーヒー公正競争規約を策定し、コーヒー製品の表示ルールを定めた。

規約等の原案は、コーヒーの消費振興を担う全日本コーヒー協会が策定したが、その後、コーヒー表示の自主規制機関として全日本コーヒー公正取引協議会が設立され、規約を管理している。

会員は、コーヒー公正競争規約などを遵守することにより、景品表示法に定める優良誤認表示や有利誤認表示のような法令違反が生じることのないよう努めている。

2015 年に JAS 法、食品衛生法、健康増進法等の関係法令を基に食品表示法が施行されたが、施行前に関係部局に景品表示法に基づくコーヒー公正競争規約のブレンド表示や生豆生産国名表示について説明し、ご理解を得、今日に至っている。

適正な表示の推進を通じ、事業者がコーヒー業界内で公正な競争を行い、健全な産業に育つことを目指している。

2. 団体・規約の目的

全日本コーヒー公正取引協議会は、「レギュラーコーヒー及びインスタントコーヒーの表示に関する公正競争規約・同施行規則」に則り、一般消費者がコーヒー製品の表示を確認することにより、商品選択が適正に行えることを目的としている。

また、「レギュラーコーヒー及びインスタントコーヒーの表示に関する公正競争規約」は、コーヒーの取引について行う表示に関する事項を定めることにより、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保することを目的とする。

3. 事業

レギュラーコーヒー、インスタントコーヒーの表示の適正化を図るため、会員向けに次の事業を行う。

- ① 公正競争規約、同施行規則の周知
- ② 公正競争規約、同施行規則等に関する問合せへの対応
- ③ 公正競争規約、同施行規則等の遵守状況の調査
- ④ 消費者からの苦情の処理等
- ⑤ 表示に関する研修会の実施（研修会前に合った質問を基に Q&A を作成し配布）
- ⑥ その他

4. 会員

- (1) 会員数（2026年7月9日現在）

123会員（3団体含む）

（会員名簿は公示する。）

- (2) 全日本コーヒー公正取引協議会は会員組織。会員の拠出する会費を基に運営。そのため、会員からの表示に関する問合せには適宜対応。問い合わせは原則 E メール又は FAX で行う。

- (3) 年会費 6 万円

- (4) 会員が一般消費者に販売する製品に公正マークを付すことができる。

- (5) 会長

鈴木 修平（美鈴珈琲株式会社代表取締役社長）

- (6) 会員になるためには？

会長あてに加入申込書を提出。加入申込書には申込者の事業内容が判断できるもの及び定款等を添付。理事会で入会が承認され、会費が納入されれば会員資格を得る。（加入申込書様式添付）

- (7) その他

団体の所管が独禁法や下請け法などを担当する公正取引委員会でもあり、入・退会に特別の制限は設けない。

5. 組織・運営

- (1) 理事会
- (2) 規約委員会
- (3) 試買検査委員会

6. コーヒー公正マークについて

コーヒー公正マークは、コーヒー公正競争規約の目的に賛同した全日本コーヒー公正取引協議会の会員社のみが、一般消費者向けに販売するコーヒー製品に、公正マークを付すことが認められる。故に、コーヒー公取協の非会員がマークを付することはできない。

製品に記載されている表示を信頼して購入していただけるマークとなる。

7. コーヒー製品を購入する際のチェックポイント

- (1) レギュラーコーヒー及びインスタントコーヒーにかかわらず、製品の裏面に枠で囲われた一括表示（下に掲載）がある。

- ① 品名又は名称
- ② 原材料名（生豆生産国名を含む。）
- ③ 内容量
- ④ 賞味期限
- ⑤ 保存方法
- ⑥ 使用上の注意
- ⑦ 挽き方
- ⑧ 輸入品にあつては、原産国名
- ⑨ 事業者の氏名又は名称及び住所又は所在地

（上記注釈）

①「品名又は名称」について

ドリップして飲用するいわゆるレギュラーコーヒーであれば、粉は「レギュラーコーヒー（粉）」、丸豆は「レギュラーコーヒー（豆）」と記載。また、レギュラーコーヒーにインスタントコーヒーを加えたものは「レギュラーコーヒー（インスタントコーヒー入り）」と記載。

インスタントコーヒーであれば「インスタントコーヒー」、インスタントコーヒーにレギュラーコーヒーを加えたものは「インスタントコーヒー（レギュラーコーヒー入り）」と記載。

②「原材料名」について

当該製品の原料コーヒー生豆（なまめ）生産国名を記載。インスタントコーヒーであれ、レギュラーコーヒーであれ、国名を記載するが、3ヶ国以上使用している場合は重量順に上位2ヶ国を記載し3ヶ国目以下を

「他」又は「その他」として記載することも可能。コーヒー公取協会員社にはコーヒー生豆生産国名を「輸入」、「又は」で表示することは設立の経緯から認めていない。（食品表示法は一定条件の基で認めている。）

近年、消費者庁はフードサプライチェーンの把握を重視しており、入手経路が不明は問題視する傾向あり。

③「内容量」について

製品の重量が記載されている。スティックタイプや簡易ドリップ（一杯取り）コーヒーには△△g（○g×10本（個））などと記載されているものもある。コーヒーは計量法により特定商品に指定されているので内容量表示には十分注意が必要。

④「賞味期限」について

「容器包装の開かれていない製品が表示された保存方法に従って保存された場合に、その製品として期待されている全ての品質特製を十分保持しようと認められる期限」のことである。

簡単に言えば、「適正に保管又は保存（高温多湿などを避けるなど）されている場合、美味しく賞味できる期限」のこと。一括表示枠内に記載できないときは、記載場所を記載して表示する場合がある。

安全係数について以前は0.8が推奨されていたが、レギュラーコーヒーやインスタントコーヒーは200度程度で焙煎されており、適正な包装をされておれば、賞味期限を延ばして食品ロスにつながらないようにすることも大切なこと。

⑤「保存方法」について

④に記載している「高温多湿の場所を避ける」、「冷暗所に保存」、「乾燥した場所に保存」などと記載。

⑥「使用上の注意」について

インスタントコーヒーの場合は「乾いたスプーンを用い、使用ごとにフタをしっかりとめ、お早めにお召し上がりください」などと記載する例が多い。レギュラーコーヒーでも「乾いたスプーンを用い、湿ったスプーンを用いないでください」、「開封後はお早めにご賞味ください」などと記載できる。絵表示等で記載することもある。

⑦「挽き方」について

レギュラーコーヒーの粉状の製品には、以下のように「粗挽き」などと記載する。挽き方表示は、コーヒー公取協非会員は義務ではないが、会員社には記載をお願いしている。

- i 粗（荒）挽き（挽いた粉はザラメ状又はそれ以上の粗さ）
- ii 中挽き（グラニュー糖程度の粗さ）

- iii 中細挽き（中挽き細挽きの中間の粗さ）
- iv 細挽き（グラニュー糖と白砂糖の中間の粗さ）
- v 極細挽き（細挽き以下の粗さ）

⑧「原産国名」について

輸入されたインスタントコーヒーやレギュラーコーヒー製品にあっては、当該製品の生産された国名が記載される。

⑨「事業者の氏名又は名称及び住所又は所在地」について

製品の製造者や輸入者の名称や住所が記載される。

(2) インスタントコーヒーはフリーズドライ製法かスプレードライ製法か記載。

(3) インスタントコーヒーにレギュラーコーヒーの粉末を入れた製品は、「インスタントコーヒー（レギュラーコーヒー入り）」とし、レギュラーコーヒーにインスタントコーヒーを加えたものは「レギュラーコーヒー（インスタントコーヒー入り）」と製品の性格に従った記載をする。

(4) レギュラーコーヒーは「粉」か「豆」か、焙煎度が浅煎りか深煎り消費者の判断につながる記載が大事。

(5) 「モカブレンド」や「コナブレンド」などと冠表示する場合、コーヒー公取協会会員社は冠に相当するコーヒー生豆を30%以上使用することが必要。

ブレンドの冠表示はコーヒー公取協の設立時の肝で、コーヒー公正競争規約の肝でもある。食品表示基準のQ&Aにおいて「特色ある原材料表示」に「キリマンジャロブレンド」を例示として掲載していますが、これは景品表示法の優良誤認を避けるため、1991年に公正取引委員会に認定された規約の趣旨を生かしたものである。

この30%ルールはコーヒー公取協会会員社に適用されるもので、非会員社には適用されない。非会員社が「特色ある原材料表示」を行う場合、冠表示に相当するコーヒー生豆の使用割合の記載が必要。割合は10%でも、20%でも30%でも可能であるが、表示しなければならない。

8. おわりに

全日本コーヒー公正取引協議会に加盟されていない企業におかれては、一度加入をご検討ください。よろしくお願い申し上げます。

全日本コーヒー公正取引協議会 住所 〒105-0004 東京都港区新橋 6-9-5 JB ビル 5 階 TEL 03-6381-5588
--

加 入 申 込 書

年 月 日

全日本コーヒー公正取引協議会
会 長 鈴木 修平 殿

事 業 社 名

代 表 者 名 ⑩

事 業 所 住 所

T E L
F A X
E メールアドレス

貴協議会の設立の趣旨に賛同し、全日本コーヒー公正取引協議会に加入の申し込みを致します。

(加入申込社の事業内容が判る資料 (定款、会社案内など))

経営理念で人財採用！

年功序列・家族主義の青果仲卸が躍進する秘密

令和8年3月4日（水）1時半より大阪産業創造館にて中路和宏氏に講義していただきました。

中路和宏氏は現在京都中央卸売市場内の「万松青果（まんまつせいか）株式会社」で代表取締役会長を務めておられます。

会社の売上はここ10年で倍増しており、増収増益を続けており従業員数は22名ですが9名が20代です。

京都中央卸売市場では50年ほどで青果店は半分以上に減っている中、どのようにして増収を続け、人材を確保しているのかをお話しいただきました。

講義内容は以下に記す主に4つの内容で進められました。

- 1) 自己紹介
- 2) 会社の経営理念、ポリシー それから私たちの4つのポリシーについて
- 3) 会社としての取り組み、考え方
- 4) 採用について、その方法と基準について

1) 自己紹介

中路氏が入社した当時は会社の評価基準は先代の方針で実力主義の能力、成果評価でした。

そのため社内の雰囲気にも影響し、社員からは次期経営者として待遇の改善を期待されておりました。

そういった期待に応えるべく給料面の優遇や労働時間の短縮、人員の増加と言った施策を行いました。売り上げに伴わない労働条件の改善は業績を悪くし借金が増え、結果以前よりも給料は下がり人員は減らさざる状況になりました。

従業員への待遇悪化に伴い顧客も減り、皆の期待を裏切ってしまう信頼を失った事で社内では孤立してしまうようになってしまいました。

その時に改めて「自分が理想とする会社とはどういったものか？」と思い悩んだ時期がありました。

2) 会社の経営理念、ポリシー それから私たちの4つのポリシーについて

経営理念は”私たちは、理想を目指し綺麗ごとだけで仕事をします。”です。

会社の経営理念はこれ自体、社員を縛るための物であってはならないと考えています。

例えば、何気ない日々の行動が会社の理念とかビジョンに沿ったものになってしまっていたの様に、後になってスタッフ自身が気がつくことが大事だと思います

また経営理念の元に以下の4つのポリシーを掲げています。

年功序列

家族主義

正社員主義

要は不当なリベートは支払わない

2) 会社としての取り組み、考え方

今の会社の基幹となっていますのが年功序列、家族主義と言った、今では流行らないスタイルをあえて採用しています。



例えば、働き方改革で無理な就業スケジュールをたてない。

ホームページは社員とのコミュニケーションツールとして活用し、会社の雰囲気伝えるものになっています。

どんな仕事をするのかではなく、だれと仕事をしていくかを明確にしていくようにしています。

販促ツール、受発注システムに関しては最新式の物を使い、様々な情報をすべてクラウドのデータベースで管理して誰もが見ることが出来るようにしています。

スマホでクラウドの情報を閲覧が出来るようにして、すべてのデータを社員全員で共有できるようにしています。

社員全員が日々の損益分岐点を知ることで自社の位置を把握しています。

ユニフォームは従業員が各々デザインを選べるようにすることでユニフォームを汚さないよう意識づくりしています。

きっちりとした身なりで顧客と向き合うようにしています。

最近では敬遠されがちな社員旅行や食事会も頻繁に行うようにしています。

旅行であれ、飲み会であれ、一切仕事の話はしないです。

誰かがしたくないことは一切しないという風になっています。

この業務時間外で仕事の話をしていない事で社員旅行とか食事会とかに参加するのが楽しくなり、仕事にも反映され、当初の目的であった会社としての結束力が高まる事になりました。

また、新年会、忘年会、社員旅行などには家族連れでも行っています。

事務所のレイアウトはフリーアドレスにして机の上はきれいな状態で仕事は終わります。

書類はクラウド上におき、電話は携帯のビジネスフォンです。

また会議ではKJ法を取り入れたオリジナルな会議を行っています。

ポストイットを使った会議方法でポストイットに議題に対する意見や提案を書いてもらい進めていきます。

普段はあまり発言しない社員や部門が関係なさそうな社員も自分の意見を言うことができます。

数値目標をやめて、社員の幸せとお客様のためになる事だけを実践するようにした結果、そちらの方が売上アップにつながりました。

売上目標を連呼していたころの従業員は経営者の顔ばかり見るようになっていましたがやめることで社

員が顧客の方を向くようになりました。

お客様に喜んでもらえることだけをしようと売上はその結果についてきました。

経営者は従業員のために仕事をする。

従業員はお客様のために仕事をする。

経営者は従業員の、従業員はお客様の、期待を少しずつ少しずつ上回る

努力をするこれが大事なかなというふうに思っています

4) 採用について、その方法と基準について

求人方法はいろいろとありますがハローワークがいいかと思います。

無料で使えますし、窓口では様々な条件にあう人を絞り込んでもらえ、求職者リクエストと言うスカウトメールを送れます。

人材の足りない会社で大事なものは過大な自己主張をしてやめていく社員よりも残されたスタッフのケアが大事です。

そして、新しい人には給料面や待遇面などとは違う、自社でなければいけない理由を伝えて共感できる人に来てもらうようにしています。

社員とのコミュニケーションを主目的で作ったホームページを見て入社を決めた人もいます。

考え方が違って自分たちの生き方とか考え方、理念とかに共感してくれる人を選ばなければならないです。

最後に講義でお話しされていた内容と順番が異なりますが、中路氏が会社で孤立し思い悩んでいた時に考えていた理想的な会社像、

社員が自発的に働くことで成果が上がり給料に反映していく

社員のみでなく、その家族とも心のつながりを持ち続ける事のできる会社

に入社して 35 年以上経ちますが会社も思い描いていた感じになっていますとの事です。



大阪珈琲商工組合 広報委員会
委員長 田代宜達

ステップアップセミナー ～コーヒー市況について～

石光商事株式会社
2026年3月4日

1

本日のハイライト

需給バランスは歴史的な「タイト」局面で手前は強気。

26/27年度のアラビカ種「大幅な余剰(+700-800万袋)」への転換によるダウントレンド。



2

コーヒー相場の動き ～ アラビカ 過去1年間のチャート



3

コーヒー需給状況

世界のコーヒー生産量（主要生産国別）

単位: 千袋/60KG

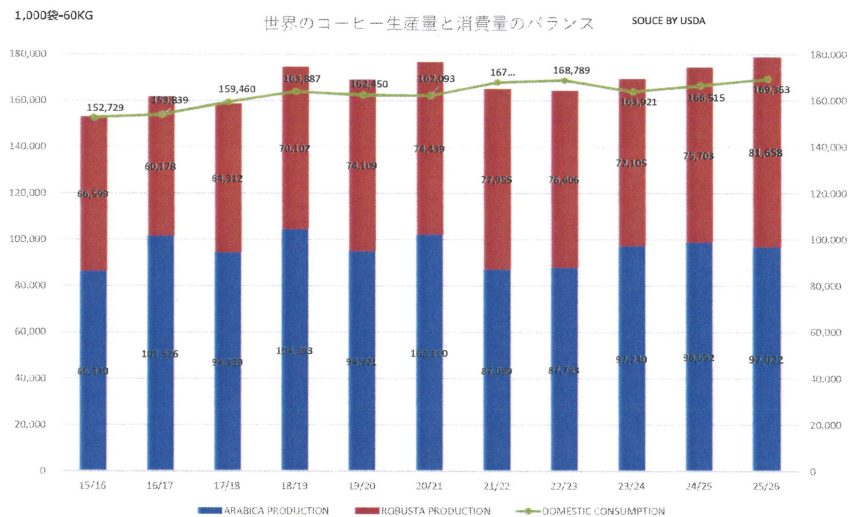
	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25	2025/26 最新
ブラジル	58,100	62,600	66,300	64,700	63,000
ベトナム	31,580	28,300	27,550	29,000	30,800
コロンビア	11,800	10,700	12,760	13,200	13,800
インドネシア	10,580	10,700	8,150	10,700	12,450
エチオピア	8,150	7,300	9,130	10,630	11,560
総生産量	165,044	164,389	169,345	174,395	178,848
* アラビカ	87,089	87,783	97,240	98,692	95,515
* ロブ	77,955	76,606	72,105	75,703	83,333
総消費量	167,868	168,789	163,921	166,515	173,852
欧州	41,882	44,522	39,578	39,876	41,870
アメリカ	26,708	24,623	23,550	25,350	26,550
ブラジル	22,340	22,450	22,160	21,970	22,280
日本	7,210	6,886	6,996	6,766	6,718
その他	69,728	70,308	71,637	72,553	76,434
生産量-消費量	-2,824	-4,400	5,424	7,880	4,996

※ USDAのデータを使用しています。

- ・アラビカ: 26/27年度は大幅な黒字化予測
- ・ロブスタ: 供給不足のリスクも言われてきたが黒字化予測
- ・安定需要: 高値圏でも欧米・アジアの消費は堅調に推移

4

コーヒー需給状況



5

コーヒー需給状況(26/27の最新クロップ予想)

Million Bags	2023/24	2024/25	2025/26	2026/27
Brazil	68.0	67.1	64.4	75.8
Vietnam	32.3	31.3	35.6	33.1
Colombia	12.7	14.9	12.9	14.1
Indonesia	10.6	12.0	12.0	10.6
Honduras	4.8	4.8	5.4	5.4
Others	47.0	45.7	48.7	48.1
Total Production	175.4	175.8	179.0	187.1
Net Disappearance	179.9	178.3	178.3	178.7
S&D Balance	-4.5	-2.5	+0.7	+8.4

Arabica +7.3
Robusta +1.1

参考資料: 輸出業者Aの資料より

ブラジルは手前売り切れておりタイト。8月以降のオファーが出てきている。今年夏から年末にかけて産地価格は下がっていく予想。

6

逆ザヤから順ザヤへ？

供給不安の緩和が安定していく見通しがたってきている。

More Coffee Quotes

Contract Name	Latest	Change	High	Low	Volume	Time
Coffee (Mar '26)	284.60s	-1.40	286.45	284.60	25	02/27/26
Coffee (May '26)	280.75s	-1.55	282.60	276.10	13,700	02/27/26
Coffee (Jul '26)	275.90s	-1.50	277.70	271.30	6,976	02/27/26
Coffee (Sep '26)	271.40s	-1.55	273.10	266.90	3,379	02/27/26
Coffee (Dec '26)	266.90s	-1.45	268.50	262.60	2,275	02/27/26
Coffee (Mar '27)	264.10s	-1.25	265.55	259.75	551	02/27/26

参考資料: Barchart HP より

早ければ2026年末には順ザヤに戻る可能性も。
順ザヤに戻ると、手前で安価な原料が探しやすくなり、コスト管理がしやすくなります。

認証在庫への販売が中米で進んでいる

【受渡可能オリジン】

メキシコ、サルバドル、ニカラグア、PNG、パナマ、
タンザニア、ウガンダ、ホンジュラス、ペルー
→相場レベル

グアテマラ

→+5セント

コロンビア、コスタリカ、ケニア

→+10セント

ブルンジ、ルワンダ、ベネズエラ、インド

→-1セント

ドミニカ、エクアドル

→-4セント

ブラジル※2027年5月からベトナムも加わる

→-6セント

【受渡可能場所】

米州5港及び欧州4港の指定倉庫

(2) The differences in value between various grades and growths shall be as follows:

Schedule C-2

Mexico, Salvador, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua, Kenya, Papua New Guinea, Tanzania, Uganda, Panama, Peru and Honduras	Basis
Colombia	Plus 400 pts.
Venezuela, Burundi, Rwanda and India	Minus 100 pts.
Dominican Republic, Ecuador	Minus 400 pts.
Brazil	Minus 600 pts.

Effective with the March 2026 contract and all delivery months thereafter.

Schedule C-2

Mexico, Salvador, Nicaragua, Papua New Guinea, Tanzania, Uganda, Panama, Peru and Honduras		Minus 500 pts
Guatemala		Plus 500 pts
Colombia, Costa Rica and Kenya		Plus 1000 pts
Venezuela, Burundi, Rwanda and India		Minus 100 pts
Dominican Republic, Ecuador		Minus 400 pts
Brazil		Minus 600 pts

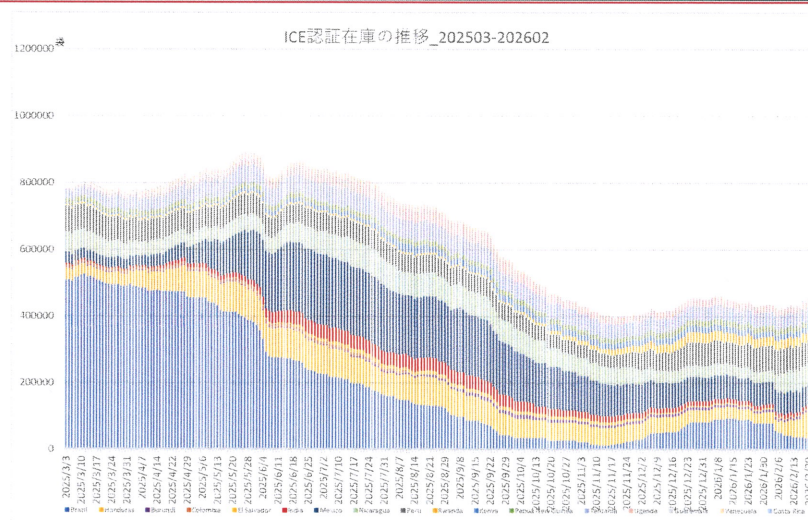
Effective with the May 2027 contract and all delivery months thereafter.

Schedule C-2

Mexico, Salvador, Nicaragua, Papua New Guinea, Tanzania, Uganda, Panama, Peru and Honduras		Minus 500 pts.
Guatemala		Plus 500 pts.
Colombia, Costa Rica and Kenya		Plus 1000 pts.
Venezuela, Burundi, Rwanda and India		Minus 100 pts.
Dominican Republic, Ecuador		Minus 400 pts.
Brazil and Vietnam		Minus 600 pts.

参考資料: ICO HP より

ICE認証在庫の推移



在庫は低水準をキープ→消費国にコーヒーがない、と投機筋に映る。
中米各国のコーヒーがこれから流れて増えるか？

EUDR(欧州森林減少防止規則)について

2020年12月31日以降に森林破壊されていない土地で生産されたコーヒーのみが対象。

2023年6月29日に発効したが、実際に事業者へ義務が課される適用の開始時期は延期中。

適用開始スケジュール(延期後)

大企業・中堅企業: 2026年12月30日 から適用

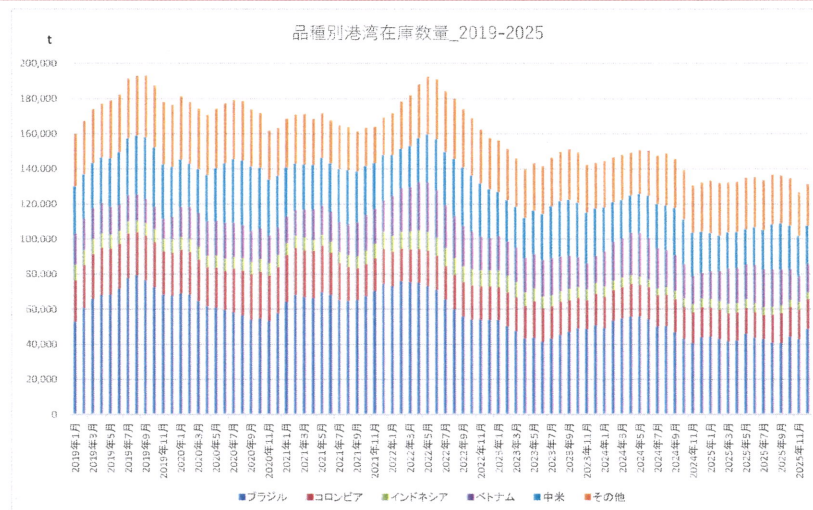
小規模・零細企業: 2027年6月30日 から適用

現時点では「施行(準備期間)」の段階であり、法的強制力を持って罰則が適用される本格的な運用はまだ先。



10

日本の港湾在庫



在庫は低水準をキープ→消費国にコーヒーがない、と投機筋に映る。
結果、手前のコーヒーが高くなり、手前がタイトに感じられる。

11

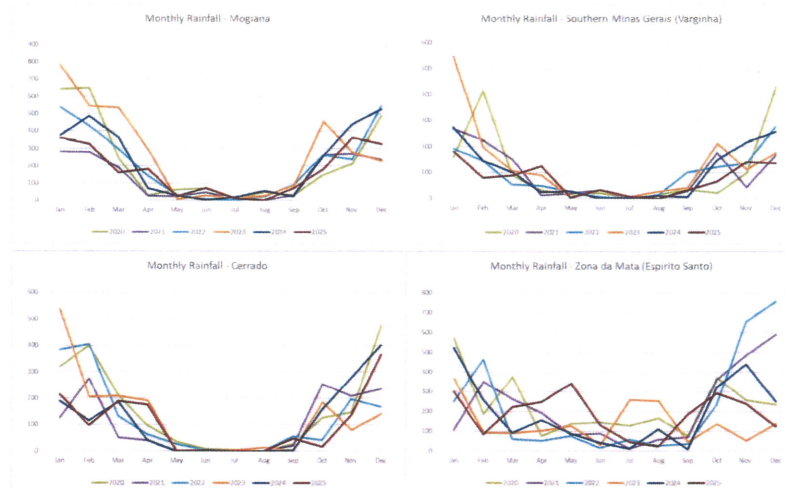
ブラジルCONABのクロップ予想

★ CONABのブラジルクロップ予想_2026				単位: 千袋/50KG
回数	2023 4回目	2024 4回目	2025 4回目	2026 1回目
TOTAL	55,072	54,215	56,535	66,186
差(前年)	4,151	-857	2,320	9,651
アラビカ	38,905	39,598	35,763	44,091
差(前年)	6,183	694	-3,835	8,328
ミナシ	28,650	27,708	25,170	31,822
サバ	5,031	5,445	4,740	5,499
ミナシ	2,859	4,022	3,289	4,160
ロバ	1,108	1,117	1,145	1,181
その他	1,257	1,307	1,420	1,429
ロブスタ	16,167	14,617	20,772	22,095
差(前年)	-2,032	-1,581	6,156	1,323
ミナシ	10,155	9,843	14,159	14,863
ロブスタ	3,041	2,094	2,320	2,745
その他	2,971	2,680	4,293	4,488

今年のクロップが豊作であることを裏付ける予想に

12

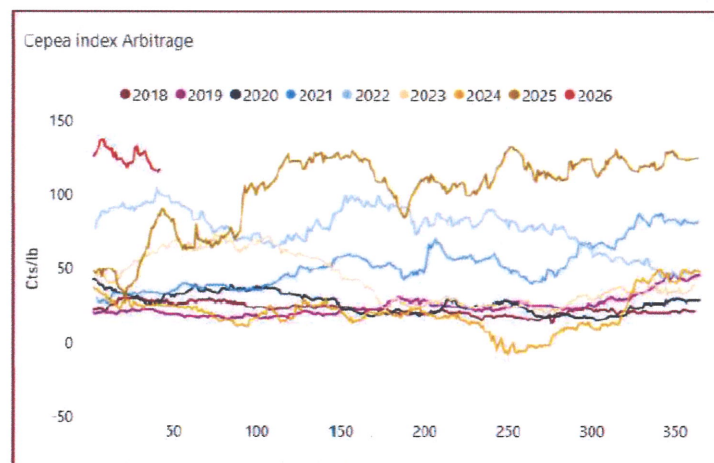
ブラジル降雨情報



12月は例年対比やや降雨が少ない状況ながらも土壌水分量に問題はなく順調に生育が継続。2026年も引き続き順調な降雨と実の生育進捗が確認されている。
スクリーンサイズも品質も良好な2026/27クロープになりそう。

13

アラビカとロブスタの値差が大きくなっている

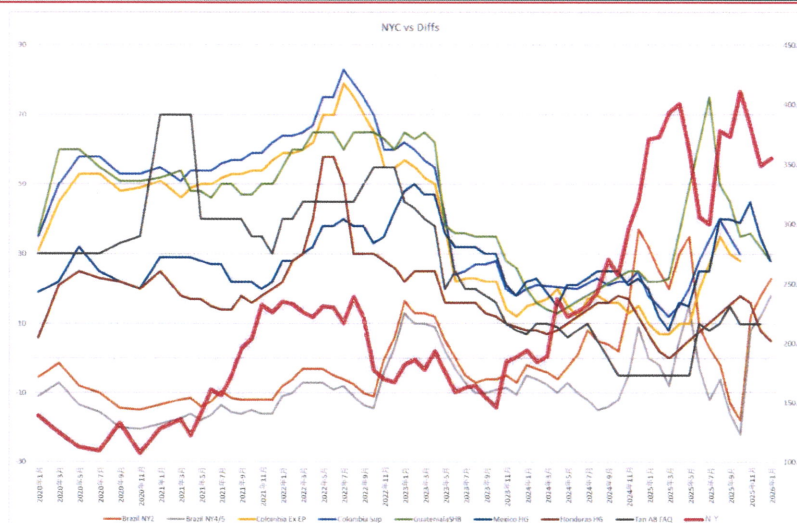


参考資料:Toutonの資料一部抜粋

ブラジルのロースターは現在、ユニロンをほぼ100%使用に舵を切っている。
ブラジルの収穫が進むとこれが緩み、両方とも下がってくるか。

14

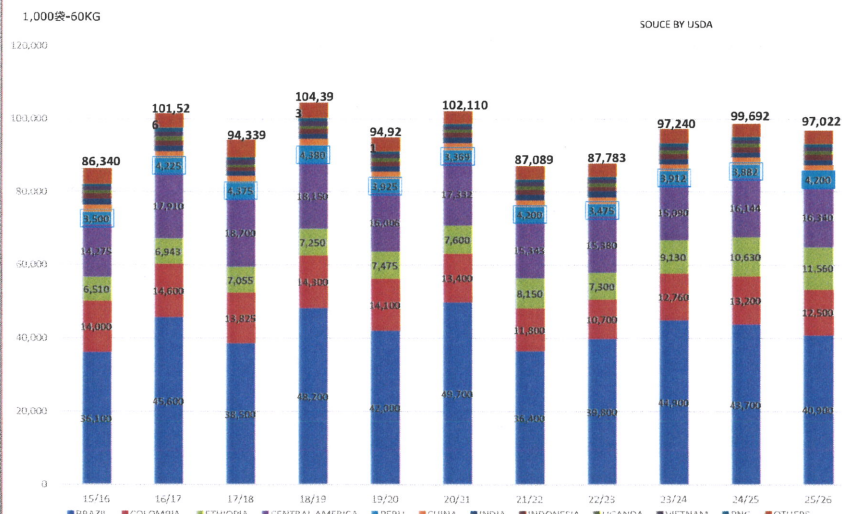
ディファレンシャルの推移



ブラジルの産地価格が上がっている。キャッシュリッチで手前は固い価格でしか出てこない。

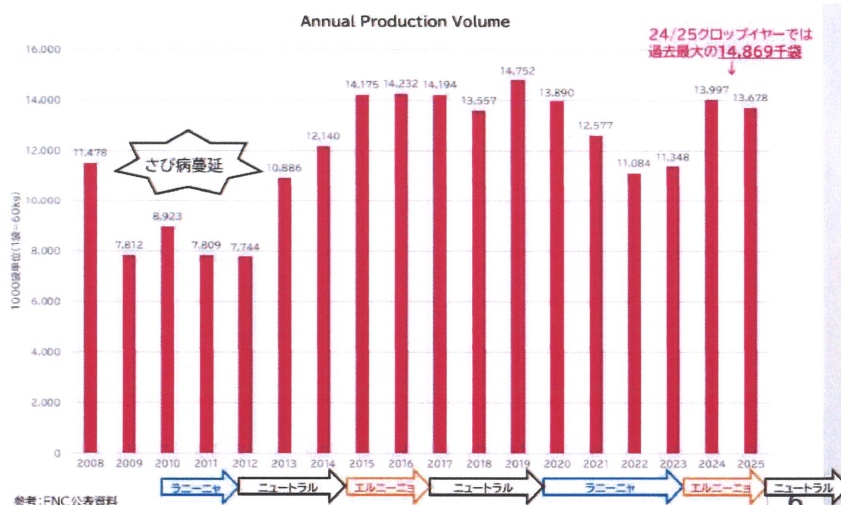
15

世界のアラビカコーヒー生産量推移



16

コロンビアの動き



17

中米各国の動き

全体として、収穫は概ね順調に進んでいるものの、先物市場の激しい逆ザヤの影響により、輸出業者は期先のオファーに消極的で、認証在庫への販売が進んでいる。

グアテマラ:

平年より気温が低く収穫が1ヶ月ほど後ろ倒しになる見込みで、生産量は前年同等(300万袋)から10%減(270万袋)と見方が分かれている。

ホンジュラス:

相場の急落により農家が売り渋り、輸出業者も販売を停止するなどの動き有り。

ニカラグア:

欧米バイヤーの買付は一定程度終了している。コンテナ不足による船積み遅れが深刻化しており、注視が必要な状況。



早めの買い付けをするに越したことはない

18

インドネシアのサイクロン被害について

1. 現在の被害状況と死者数

2025年11月に発生したサイクロン「セニヤール(Senyar)」により、アチェ州、北スマトラ州、西スマトラ州に壊滅的な被害を与えた。

死者数: 約1,200人(2026年1月末時点の発表)

アチェの主幹道路が全て土砂崩れにより、通行できない状況になった。



被害地域の道路のアクセスは一定程度回復しており、過度な悲観的な見方は後退傾向

19

マンデリンは相場より需給バランスが価格に反映

マンデリンは月間300コンテナ輸出/販売されており、従来はスターバックスが150コンテナを買っていたが、勢力図が変化?

マンデリン輸出/販売総量: 月ベース

①企業ランキング(ヒアリングベース)

1位: スターバックス 80-90コンテナ

2位: キューリグ 60コンテナ

3位: Cotti 20-25コンテナ

4位: Mixue 20コンテナ

5位: Salimグループ 15コンテナ

②エリア別輸出力(ヒアリングベース)

北米+欧州+カナダ: 150-180コンテナ

中国: 50-60コンテナ

インドネシア国内: 30コンテナ

日本: 15-20コンテナ

東アジア(韓国・台湾・香港、日本・中国除外): 10コンテナ

中東: 5コンテナ



相場が不安定な状況で需給に応じた価格設定になるマンデリンに需要が集中し、高値継続している。

20

中国の統計データ(ヒアリングによる)

雲南のコーヒー生産量は80,000トン(約130万袋)/年

雲南コーヒーの国内消費と輸出比率

中国国内消費

アラビカ: ロブスタ=7割:3割(ロブスタ比率が増加傾向)

雲南コーヒーの流通

輸出: 国内消費=7割:3割

主要プレイヤー(年間)

Luckin Coffee: 約1,170,000袋

Cotti: 約580,000袋

Mixue: 約500,000袋

Lucky Cup: 約100,000袋



21

アジア主要国のコーヒー消費量推移（10年間比較）

（単位：1,000袋 / 60kg換算 / 出典：USDA "Coffee: World Markets and Trade"）

国名	2015/16	2025/26(予)	10年間の増減率	傾向
中国	2,365	5,850	+147.4%	爆発的成長
ベトナム	2,250	4,900	+117.8%	2倍以上の成長
インドネシア	3,320	4,810	+44.9%	大幅な増加
フィリピン	4,775	6,750	+41.4%	大幅な増加
韓国	2,405	3,400	+41.4%	着実な増加
日本	7,820	6,718	△14.1%	唯一の減少

「輸出する側」から「飲む側」への転換が起きている。

22

エチオピアのニュークロップの状況

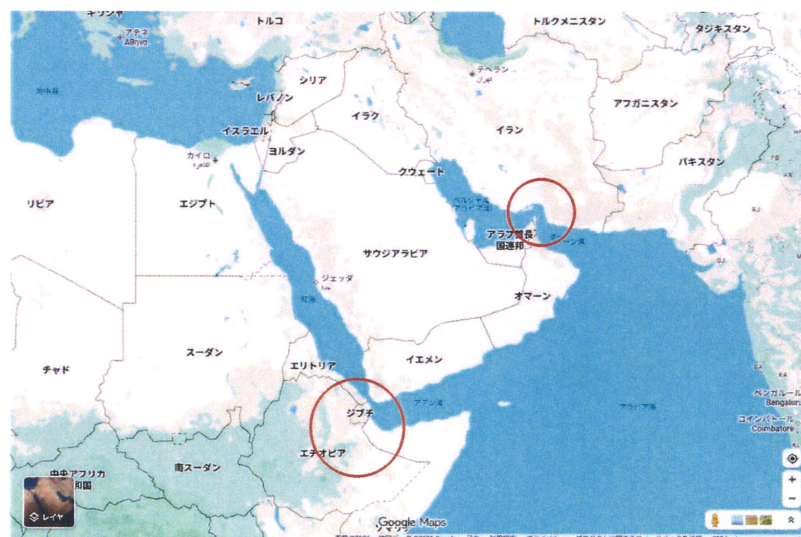
・25/26年度の総生産量は前年比5%増加の850万袋と見込まれているが、地域別には西南部の増産に対し、シダモやイルガチエフェなど特定地域では減少が予想されている。

・最低輸出登録価格政策による高値維持:

市場価格が下落傾向にある中でも、政府の最低輸出価格政策により、25/26クロップの最低輸出登録価格は底堅く維持されており、特にWashedコーヒーは高値。



中東情勢悪化による影響



輸出制限と海上運賃コスト増大のリスク有り

24

コーヒー相場の動き ～ ロブスタ 過去1年間のチャート

02/24/2026 Robusta Coffee 10-T (RMK26) [ICE/EU] O3,550 H3,654 L3,534 C3,640 Δ+80 (+2.25%)



25

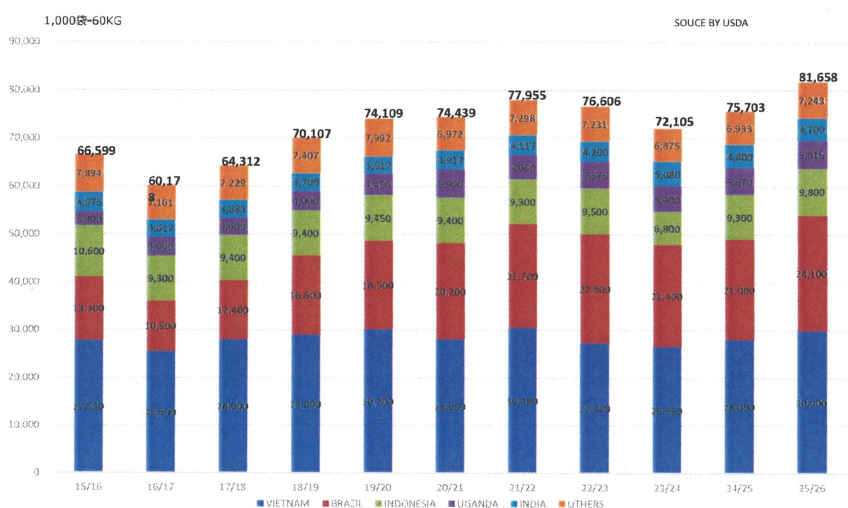
コーヒー相場の動き ～ アラビカ 過去1年間のチャート

02/24/2026 Coffee (KCK26) [ICE/US] O276.80 H285.80 L275.35 C285.50 Δ+7.45 (+2.68%)



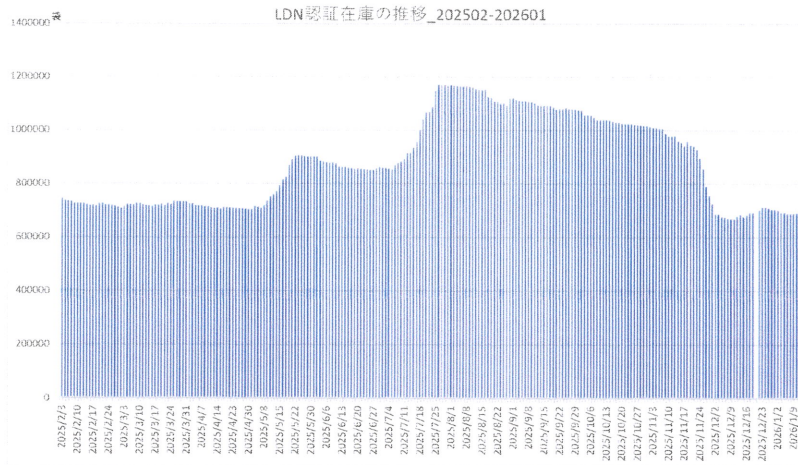
26

世界のロブスタコーヒー生産量推移



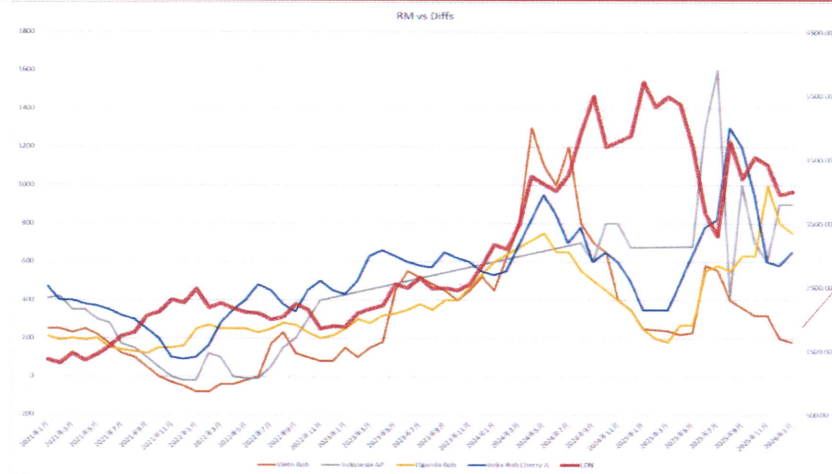
27

LDN認証在庫の推移



LDNの認証在庫は120万袋あった在庫が11月時点で70万袋迄減少したが、ベトナムの収穫が始まり、現物が出てきているので在庫数量は70万袋台で安定している。相場が下がり、低い産地価格で商売したくないプレイヤーが積み増しを強めるか。

ディファレンシャルの推移(ロブ)



ベトナムのディファレンシャルは一時緩んだが、LDN相場が下がりにすぎた為、ホールドする状態に。4月から始まるブラジルとインドネシアの収穫が待たれる。

29

ベトナム今年豊作。来年も？



ここ数年の相場高の影響でロボの生産国の農家は生産意欲を持っている。

30

ロブスタを沢山作るやる気がある国が出てきている。

タイは今後数年で生産量が伸び、200万袋にいくポテンシャルあり。
ドリアンやキャッサバからの転作なども見られる。



タイ南部で再生農業トレーニング



ネスレHPより

ロブスタはブラジル、インドネシアが少し減産するも、ベトナムが好調そうなので、需給バランスもアラビカに引っ張られてプラスに働くか？

31

本日のハイライト

需給バランスは歴史的な「タイト」局面で手前は強気。

26/27年度のアラビカ種「大幅な余剰(+700-800万袋)」への転換によるダウントレンド。



32

第二回大阪珈琲商工組合工場見学の報告

見学先企業：共栄製茶株式会社 様

実施日：2026 年 5 月 19 日（火）

募集人数：25 名

参加費：4,000 円

集合場所：京都テクノセンター10:00 集合（JR 木津駅 9：45）

見学場所 ①京都テクノセンター（研究開発・工業用抹茶粉碎工場）

立派な設備で製造ラインはオートメーション化されており、人の手があまり触れないで加工できるようになっている。1 日に 2 トン以上の抹茶生産能力がある。残留農薬検査や細菌検査など品質管理も最新の検査機器でされている。今は世界的に需要が増えテクノセンターはフル回転で稼働している。



見学場所②京都南山城工場見学、荒茶製造ライン見学

こちらは 2025 年 5 月 1 日に開設され、年間 100 トン以上の抹茶原料のてん茶を生産できるとのこと。同じく最新設備でオートメーション化されていて、広い工場なのに従業員の方は少なそうだった。有機 JAS 認証も取得済みで世界的な需要にも対応できるらしい。



見学場所③道の駅 お茶の京都みなみやましろ村

昼食を予約してもらっていて、天ぷらのころももそばもスーツも抹茶尽くしで大満足のランチをいただいた。お茶の佃煮や抹茶素麺などのお土産も購入し参加者の皆さん大満足でした。

見学場所④最高級宇治茶 丸利吉田銘茶園

昨年の5月にも訪問し新茶の茶摘み体験をさせていただいた。

こちらは日本のお茶生産者のトップ吉田利一さんの畑と工場とのことです。

見学場所⑤TEA SQUAERE MORIHAN

お茶のテーマパークとして 140 年前の町家をリノベーションして、お茶室・拝見場、蔵を改装したカフェや売店などお茶の魅力を体感できます。拝見場では、コーヒーで言うカップリングをさせていただき、お茶の風味の違いも体験させていただきました。またカフェではいろんな抹茶スイーツがあり、私は抹茶ラテと抹茶どら焼きをいただき大満足でした。最後に売店で皆がお茶や抹茶、お菓子など沢山のお土産を購入し大満足の笑顔で解散となりました。



今回の見学にも、森下新社長、西坂会長、森下代表取締役兼 CEO がお忙しい中、つきっきりで対応説明していただき、改めてお礼申し上げます。

当日の追加エピソードとして、ちょうど森下代表取締役が少しの間おられなかったもので、帰って来られた際に聞いてみると、ちょうど全国のローソンで抹茶フェアが始まった日で「森半の幟などが店頭に出ているので確認しに行っていた」とのことでした。 やっぱり熱心な方でした！

昨年に続きたいへんお世話になりました。今回もとても参考になり勉強させていただきました。ありがとうございました。



島野珈琲株式会社

島野 渉

平成から令和へ——おもちゃで振り返る子ども時代と父親の視点



子どもの頃、流行のおもちゃは、まさに"その時代の空気"そのものでした。

私が夢中になったのは、ミニ四駆、ハイパーヨーヨー、ポケモンカード、そして姉の影響で遊び始めた「たまごっち」。

どれも平成を代表するおもちゃと言っても過言ではありません。

ミニ四駆

貯めたお小遣いでパーツを買い、自分好みにカスタマイズする。

学校が終われば友達と集まり、マシーンのモーターを交換したり、ボディを軽量化する"肉抜き"をしたりして、

「少しでも速く走らせたい」と真剣に研究しました。自分だけの一台を作り上げ、試行錯誤を繰り返しながら速さを追求する。その過程こそが、ミニ四駆最大の魅力だったように思います。



ミニ四駆は1988年の『ダッシュ！四駆郎』でブームが始まり、1994年には『爆走兄弟レッツ &ゴー!!』の人気で社会現象に。そして現在では、大人が再び熱中する

"第4次ブーム"とも呼ばれ、親子で楽しむ姿も珍しくありません。

ハイパーヨーヨー

子どもにとっては決して安くはないおもちゃでしたが、お年玉を貯めて初めて買ったのが「ハイパーブレイン」でした。

最初に成功した技は「ブランコ」。ヨーヨーが糸の上をきれいに往復した瞬間の感動は、今でも鮮明に覚えています。

その後は「犬の散歩」「ロングスリーパー」「ループ・ザ・ループ」など難しい技にも挑戦し、中村名人の本を読み込みながら練習しました。

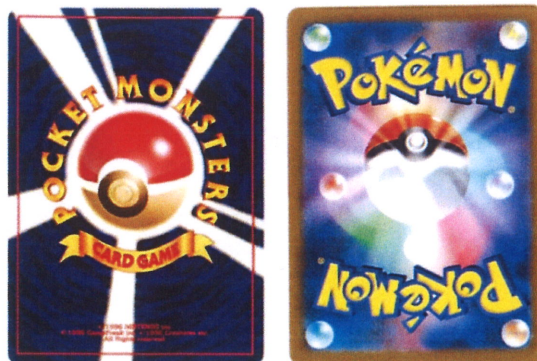


放課後、公園で友達と技を見せ合いながら何時間も練習していた時間は、今思えばとても貴重な時間だったと感じます。

ポケモンカード

好きなポケモンやキラキラ光るレアカードを集め、ファイルに並べるだけでも楽しかったものです。

ルールを覚えて友達や家族と対戦したり、学校や公園でカードを交換したりと、遊び方はさまざま。勝ち負けだけではなく、「集める楽しさ」そのものがポケモンカードの魅力でした。



たまごっち

1996年に発売された初代たまごっちは、どこへ行っても売り切れという社会現象になりました。クラスで持っている子は人気者で、みんなが画面をのぞき込み、「今どんなキャラクター？」と話題になっていました。

毎日お世話をすることで、小さな命を育てているような感覚になり、まさに"持ち歩けるペット"のような存在でした。



今振り返ると、平成のおもちゃには「競争」と「コレクション」というキーワードがあったように思います。

速さを競い、技術を磨き、レアなアイテムを集める。そしてテレビや漫画と連動しながら、友達同士で情報交換をして遊びが広がっていきました。

ゲームボーイやポケモンカードも登場し、「みんなで集まって遊ぶ文化」が色濃かった時代だったように感じます。

一方、令和のおもちゃは少し様子が違います。

現在、私は二人の娘を育てる父親となり、子どもたちの流行を間近で見えています。

娘たちが夢中になっているのは、シール帳や、YouTubeで人気になった「LABUBU（ラブブ）」や「Mellojoy（メロジョイ スクイーズ）」。



動画をきっかけに人気が広がり、「かわいい」「触り心地がいい」「写真映える」といった感覚的な魅力が支持されています。

平成のおもちゃが"勝つために改造する遊び"だったとすれば、令和のおもちゃは"見て楽しむ、触って癒やされる、そして共有して楽しむ遊び"へと変化しているように感じます。

その背景には、情報の広がり方の変化があります。

平成はテレビや雑誌、友達からの口コミが中心でした。

しかし令和では、YouTube や TikTok を通じて世界中の流行が瞬時に届きます。

子どもたちは動画を見て新しい遊びを知り、「次はこれが欲しい！」と目を輝かせる。流行が生まれて広がるスピードは、私たちが子どもだった頃とは比べものになりません。

それでも父親として娘たちを見ていると、一つだけ昔と変わらないものがあります。それは、「夢中になる気持ち」です。

スクイーズを並べて楽しそうに話している娘たちの姿は、かつて私がミニ四駆のパーツを並べ、友達と熱く語り合っていた姿と重なります。時代は変わっても、子どもは好きなものに夢中になる。

その本質は、今も昔も変わらないのでしょう。

平成のおもちゃは"熱中して競い合う時代"を象徴し、令和のおもちゃは"感性を共有する時代"を映しています。

どちらが良い、悪いではありません。

それぞれの時代の子どもたちが、その瞬間を全力で楽しんでいることに変わりはないのです。

先日、とある珈琲の会議で N 社長が「高校生の娘と一緒にカラオケへ行く」というお話をされていました。その何気ない一言が、とても印象に残っています。

子どもの好きなものに寄り添い、一緒に楽しむ時間を大切にする姿は、とても素敵だと感じました。

おもちゃや遊びは時代とともに変わります。しかし、子どもと同じ目線で笑い合える時間の価値は、いつの時代も変わりません。

おもちゃのトレンドを振り返ることは、単なる懐かしさではなく、自分がどんな子どもだったのか、そして今どんな親になったのかを見つめ直す、小さなタイムマシンなのかもしれません。



株式会社旭珈琲

藤井 栄治

コーヒー年表



2025年

●万博ボリビア大使館イベント



←○連合会「エスプレッソセミナー」開催

7月



●万博リボンステージイベント

8月



←○連合会「法律セミナー」開催

9月

○「レギュラーコーヒーフェア2025」
コーヒーショップデジタルスタンプラリー

←◇大阪・関西万博閉幕延べ2,500万人超が来場



10月



←◇高市内閣が発足

●令和7年第76回通常総会開催

←○連合会創立60周年記念式典盛況開催
(鈴木農林水産大臣ご臨席)

11月



2026年

1月

←○令和8年度全協賀詞交歓会

◇ミラノ・コルティナ冬季五輪開幕

2月

●活動強化委員会「ステップアップセミナー」開催

3月



←●共栄製茶(株)工場見学開催

◇株価が初めて6万5000円台を超えての最高値更新

5月



●……大阪珈琲商工組合の動き
○……コーヒー業界の動き
◇……社会の動き

編集後記

まずは TOYBOX31 号の発刊にご寄稿、ご協力いただきました皆様に感謝を申し上げます。

大阪珈琲商工組合も昨年の 11 月に行われた通常総会で無事に 77 期に突入いたしました。

令和 7 年度の 77 期と言う事で何かおめでたいことが起こりそうな 1 年ですね。

おめでたいと言えば、全日本コーヒー商工組合が創立 60 周年の年になります。

総会後の記念式典では当組合より 5 名の方が表彰されました。

皆様おめでとうございます。

"おめでたい"つながりで申し上げますと世界中の色々な国が参加して盛り上げたお祭り、2025 年大阪関西万博が開催されました。

当組合もボリビア多民族国家様とのコラボイベントや、大阪府中小企業団体中央会様の「大阪のええもん！大集合フェスタ」でのアイスコーヒー試飲配布への参加などを通じて組合の存在を会場の皆様に積極的にアピールすることが出来ました。

また、一般の方へのアピールと言う意味では「レギュラーコーヒーフェア 2025」も開催致しました。

デジタルスタンプラリーの形で行ったので参加者の傾向が良く分かり興味深い結果でした。

そして、当組合独自の新たな取組として計画が進められていますのが「珈琲体験会～道具・検定編～」です。

こちらのメンバーは若手を中心として組織されており、SNS を中心に告知、盛り上げをしていきます。このイベントを通じて大阪珈琲商工組合を広く知ってもらい、ゆくゆくは組合員の増強につなげていく狙いです。

今号では経過報告ではありますが開催内容は盛り沢山で興味深い内容となっています。

フライヤーの下書きを拝見しましたがコーヒー好きならワクワクするような内容で目に留まれば参加したくなると思います。

あとは、イベントの情報がどれだけ多くのコーヒー好きの皆様の元に届くかです！

皆様、ぜひとも拡散のご協力を宜しくお願いいたします。

さて、趣味のお話ですが平成の時代に流行ったおもちゃ達で懐かしくもあり、最近だったような気もする不思議な感覚ですが・・・

子供時代を昭和後期で過ごした身としては、たまごっちやミニ 4 区のような新しい技術のおもちゃやヨーヨーの様なリバイバルなブームもありなかなか興味深いです。

おもちゃは令和のも含め、遊んでいる時に子供が想像力をどれだけ詰め込めるかが大事なのかだとわかりました。

最後に今年のコーヒー市況について、相場自体は下がり傾向にあるようですが、円安の影響や生産国自体の収量によるディファレンシャルなどもあり、まだまだ予断が許せません。

広報委員会 委員長 田代 宜達