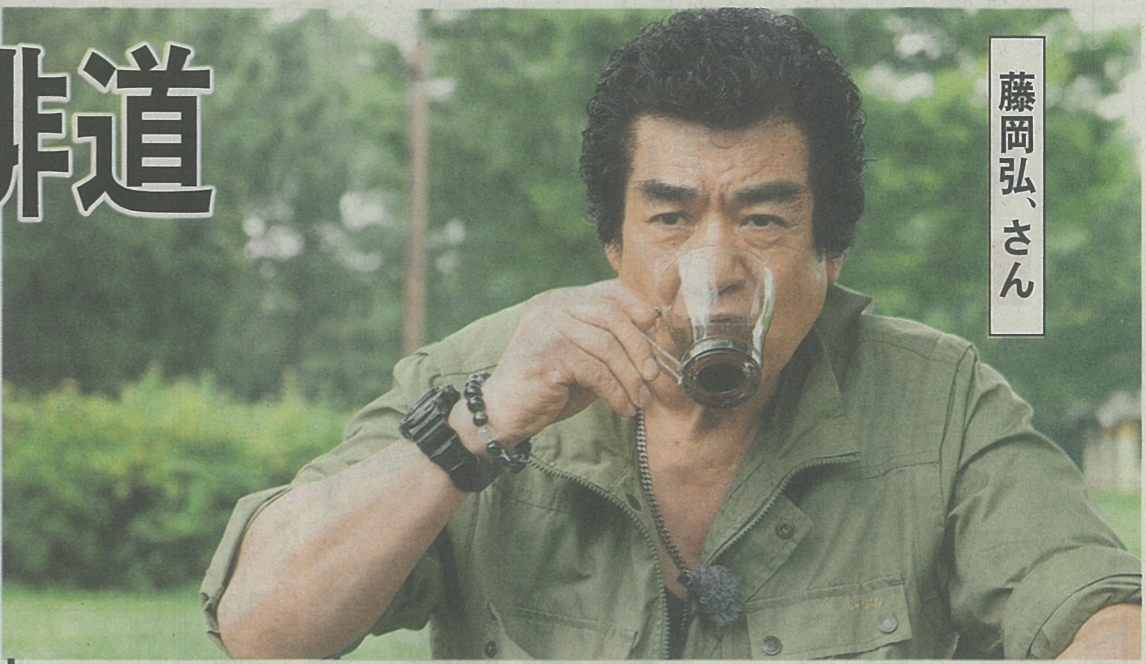


日経 MJ

トレンド

俺のワイルド珈琲道

藤岡弘、さん



この無造作な味 いいねえ

「この無造作な味 いいねえ」
 コーヒー、そしてワイルドといえはこの男、俳優の藤岡弘、をおいて他にはいないだろう。いかんかの蓋を開け、自前のナイフでかきまぜると芳醇(ほうじゅん)な香りが立ちこめる。納得顔でコーヒーをカップに注ぎ、片合掌で感謝の言葉を投げかけると、一言。「至極の一杯! はははっ!」ぐっと口に含み、うーん、たまらんと口をばかると至福の表情でコーヒーを味わう。「決して洗練されてない、でもこの無造作な味、未完成な味、このワイルド感がいいね!」自身も茶器と茶せんを使った独自のいれ方を開発し、日ごろからいれ方にもこだわる。「ははっ、こっちのが好きになっちゃうな。自然の中で味わうのが最強。野趣味あふれる、コーヒーの原点だよ」上機嫌で記者にもコーヒーを振る舞う藤岡。「『こうじゃなきゃダメだ』なんてこだわりは邪道。コーヒーはコミュニケーションだよ」ワイルド珈琲道、ここに極まれり。(敬称略)

煮るだけ待つだけ注ぐだけ

世は「大珈琲時代」。米西海岸でおなじみの手軽なフライベントコーヒーや、「インスタ映え」する都会のコーヒーショップが女性らに人気だ。一方、野外でたき火をおこし、沸騰した湯に粗びきしたコーヒー豆をそのまま注ぐ野性味あふれるコーヒーを楽しむ人たちも目立ってきた。さあ、俺たちのワイルドなコーヒーを飲んでくれ!

スウェーデンの「フィーカ」沸騰

「ワイルドな香りがたまらない」と語るのはスウェーデン人のロール・フィンランダーさん(30)。実際に口に含むと普段のコーヒーよりも香りが強く、豆の味もはっきり。ニリンダーさんはこの日、アウトドアショップ「UPI OUTDOOR 鎌倉」でスウェーデンの伝統的ないれ方をしたコーヒーを1杯400円で振る舞っていた。作り方は簡単。水を入れたヤカンにローストして粗びきしたコーヒー豆や岩塩をそのまま入れ、煮だすだけ。時間などは特別に決まっておらず、「その時のフィーリングかな」とワイルドだ。ドリッパーコーヒーが普及するまでスウェーデン北部では一般的な飲み方だったという。ニリンダーさんによると、スウェー



たき火で煮出すスウェーデンのコーヒー(神奈川県鎌倉市のUPI OUTDOOR 鎌倉)

デンでは、コーヒーを飲む時間を「フィーカ」と呼ぶ。かつてはトナカイの毛皮を敷いた上でコーヒーを飲むのが普通だったとか。フィーカの香りに誘われて来店した三神一記さん(36)は、毎日欠かさず飲むという大のコーヒー党だが、初めて味わ

「一杯に驚きを隠せない様子だった。『コーヒーは何分、何グラムと正確に細かく調整するのが今のやり方。こんなに自由にいれてるのに、こんなにいいのなんて!』」ちよっとワイルドなフィーカのひとときを楽しむ人はまだいる。目の前に広がるのは夕焼けに染まる海と優しく揺れるたき火の炎。そんな景色を眺めながら自分で焙煎(ばいせん)したコーヒーを楽しむのは「焚火カフェ」だ。完全予約制で1日1組限定。決まった場所はなく、三浦半島で当日夕日が一瞬だけ見える浜辺で開かれる。火を起こしてコーヒーをいれたら、あとは暗くなるまで杯を乾かすだけだ。女性中心に人気が高い。コンセプトは「サボリ」。主催する寒川一さん(55)は「アウトドアはアクティブなものがどうしても多い。夕日の時くらい(仕事を)サボってもいいんじゃないか」と考えたのが始めたきっかけだ。そんなゆとりとした時間が「人生のスパイス」になると説く。(千住貞保 二村俊太郎)

カップ片手に夕日楽しむ

「自然の解放感、広がる世界観を、ゆとりをも

秋冬のルイ・ヴィトン

今秋冬の「ルイ・ヴィトン」に一足先に出合える。東京・新宿の伊勢丹新宿本店本館で、7月4~17日にヴィトンの今秋冬メンズコレクション、同11~17日に同ウィメンズコレクションの期間限定店が登場する。メンズは1階、ウィメンズは1~4階。同店でメンズとウィメンズの期間限定店が同時期に開設されるのは初めてで、同店では過去最大規模。



限定商品として、メンズではキャンパスの表面に鏡面加工した新素材を使ったバッグ、ウィメンズではイニシャルのペイントが特徴的なモデル=写真右=などをそろえる。詳しくはルイ・ヴィトンクライアントサービス(0120・001854)まで。

いち早 Check

布泳ぐ魚のオブジェ

東京・銀座のファミリア銀座本店(0120・078345) 1階イベントスペースで7月11日~8月29日、夏休み特別イベント「familiar AQUARIUM by Masaru Suzuki(ファミリア・アクアリウム・バイ・マサルスズキ)ーテキスタイルデザイナー鈴木マサルとみんなで作る水族館!」が開かれる。



会場では鈴木氏が手描きした魚のオブジェを幾重にも重ねた透ける布に展示。水族館さながらの空間ができあがる。来店客(参加無料)は同氏がシルエットを描いた紙の魚に絵の具やクレヨンを使って自由に色を塗り、会場各所に貼り付けられる。会期中に水族館ができあがる趣向という。



イチ押し

「腸活」ゴロゴロ動き出す
便秘や肌荒れ対策として腸内環境を整えようとする「腸活」は従来、ヨーグルトが主流だった。最近では新たなスーパーフードが台頭。「美腸」メニューや腸活ヨガも人気だ。

3

日経 MJ

6月29日(金曜日)

月/水/金 発行



- ▲ W杯、関連消費にお国柄 8
- 生活の「困った」相談して 9
- レシピ動画「有料OK」4割 11
- 1000円超の優雅な1杯 13



ワイルド珈琲 フィーカ沸騰

世は「大珈琲時代」。野外でたき火をおこし、沸騰した湯に粗びきしたコーヒー豆をそのまま注ぐ野性味あふれるコーヒーの人气が沸騰中。俳優の藤岡弘、さんと楽しんで。

14

日経流通新聞

MJはMarketing Journalの頭文字です。

発行所 日本経済新聞社

東京本社 ☎(03)3270-0251
〒100-8066 東京都千代田区大手町1-3-7

大阪本社 ☎(06)7639-7111
〒541-8515 大阪市中央区高麗橋1-4-2

購読のお申し込み ☎0120-21-4946
<https://www.nikkei4946.com>

新提案! スペースチャーター便

ロールボックス単位の安全輸送でコスト削減

専用フルカバー封印でセキュリティ管理

荷物追跡システムに対応

信頼のネットワーク

配達時間指定可能

福山通運

ハレット経費が削減できます
※ロールボックス(内寸102cm×102cm×175cm)積載重量500kg以内、1単位での輸送サービス

<http://www.fukutsu.co.jp>

理想の体形、自分でつくる時代

ア