

風向計

コーヒー焙煎機 「第4の波」は自宅から？

高級豆をこだわりの焙煎（ばいせん）技術で楽しむ「スペシャルティコーヒー」ブームが新たな段階を迎えた。専門のコーヒー店で楽しむだけでなく、焙煎豆を買い、自宅でミルして本格的にゆったりとコーヒータイムを楽しむ人が増えているのだ。

そんな中、パナソニックが始めた「The Roast（ザ・ロースト）」は、スマート家電をベースにした新たなコーヒーサービス事業と言える。ザ・ローストは自社ショッピングサイトを通じて、焙煎機や生豆、情報を販売する。英国のベンチャー企業と技術提携し、開発した焙煎機に加え、老舗コーヒー輸入商社の石光商事、

中村泰子

2013年のコーヒー焙煎世界チャンピオンの後藤直紀氏とも協力。専用の生豆、焙煎プロファイルの定期頒布販売は業界初だ。

焙煎機の本体価格は税抜きで10万円。専用アプリで焙煎プロファイルデータを生豆パッケージのQRコードから読み取る。Bluetoothで本体に送信し、簡単に操作できる。専用の生豆は、毎月3種セット（税抜きで5500円）コースを選べば、通年では世界約15か国36種類のスペシャルティ豆が届く。焙煎度は3段階選べるため、1年間で108種類の焙煎豆を体験できる計算だ。コーヒー豆を通して世界を旅する感覚に近

い。

早速購入した40代男性は「焙煎する香りに癒やされる」「夫婦で浅煎り、深煎りと味の好み異なるが、焙煎度を変え、2人とも満足できる」という。また「実際に体験するとコーヒーの新たな魅力に気づく」



という声も聞かれた。

コーヒーの味は生豆と焙煎で9割が決まり、抽出技術は1割程度との見方がある。コーヒーを画一的な味に仕上げた大量販売する時代が過ぎ、スペシャルティ豆を楽しむ「サードウェーブ」がブームになった。さらに、個人のスタイルで楽しめる趣味として演出する「第4の波」が到来しているようだ。

スマートコーヒー焙煎機は、単に商品を提供するだけではない。コーヒーを舞台に、サービスビジネスへの進化を狙う動きのひとつと言えるかもしれない。

（ブームプランニング社長）