

コーヒー豆の評価

2020-02-04

きなっしー

概要

2つのコーヒー豆の評価基準を題材にして、コーヒー豆の評価基準の曖昧さと実際に客観的手法でコーヒー豆を評価することの難しさを指摘する。

その上で、このような評価システムが乱立し、さらには維持されている歴史的背景とその原因がコーヒー企業のブランディング問題や消費者の無知・無理解であると推察できることを認知科学や心理実験の側面から証明する。

最後に、こうした評価基準の乱立が多様なコーヒー社会の障害となっている可能性を指摘する。

目次

1. コーヒー豆

1. 1 等級(グレード)

1. 2 Q コーヒー

2. 評価システム

2. 1 歴史的要因

2. 2 社会的要因

3. あとがき

謝辞

参考文献リスト

はじめに

あらゆるコーヒー豆は、一部の専門家によって高品質の認証を得たコーヒーとして消費者に伝わっている。

[図 1] アラビカ豆 100% を謳った標品の例



1. コーヒー豆

二つの評価システムの“等級（グレード）”^{[1] [3]}及び“Q コーヒー”^[3]を分析する。

1. 1 等級（グレード）

生産国がコーヒー豆の品質を評価する枠組みを等級（グレード）^[1]と呼ぶ。

ここで問題なのは、評価基準が国ごとで異なるために生じる弊害だ。国ごとの評価項目・評価基準が異なると、国家間で豆が相対的に評価されない。

※1 スクリーン数とは、コーヒー豆の大きさを指す。国によって評価するスクリーンサイズの基準値も異なる。

[表 1] 国別にみる コーヒー格付けの一覧

国名	指標	等級	等級(欠点数)	サイズ(SC)	カップ	備考
アメリカ	欠点豆	Extra Fancy Fancy No.1	Extra Fancy:10個以内 Fancy:16個以内 No.1:20個以内			
インドネシア	欠点豆	G1 G2 G3 G4 G5	G1:0-3 G2:4-12 G3:13-25 G4:26-45 G5:46-100			
タンザニア	欠点豆 サイズ	AA A B	AA:割れ豆およびエレファントが2%以内 黒豆無し、豆は緑色 炒り上がりよく、死に豆1%以内	AA:スクリーン18以上の豆が86%以上ふくまれる		左記すべてを満たさない豆がグレードA・Bとされる
ケニア	サイズ	AA AB C		AA:17~18 AB:15~16 C:15以下		
コロンビア	サイズ	スプレモ(Supremo) エキソルソ (Excelso)		スプレモ(Supremo):スクリーン17以上が80% エキソルソ (Excelso):スクリーン14~16		
ジャマイカ	サイズ 収穫場所	No.1~No.3		No.1:18以上 No.2:17以上 No.3:16以上	Blue Mountain:ブルーマウンテン地区で 生産される豆 High Mountain:島中央地域・標高1000M~1200M	
ブラジル	欠点豆 サイズ カップ	No.2~No.8	No.2:4 No.3:8 No.4:26 No.4.5:36 No.5:46 No.6:86 No.7:160 No.8:360	20-13	StricitySoft:十分に滑らかで甘味がある味 Soft:滑らかで甘味がある味 Hard:鋭い刺激のある味 Rioy:軽いヨード/ホルム臭 Rio:ヨード/ホルム臭	

[表2] 国別にみる コーヒー格付けの一覧

国名	指標	等級	範囲	備考
グアテマラ	標高	Striethy Hard Bean(SHB) Hard Bean(HB) Semi Hard Bean Extra Prime Washed Prime Washed Good Washd	Striethy Hard Bean(SHB):4500フィート以上 Hard Bean(HB):4000~4500フィート Semi Hard Bean:3500~4000フィート Extra Prime Washed:3000~3500フィート Prime Washed:2500~3000:フィート Good Washd:2000フィート以下	
ホンジュラス	標高	Striethy High Grown(SHG) High Grown(HG) Standard	Striethy High Grown(SHG):1500~2000M High Grown(HG):1000~1500M Standard:700~1000M	
メキシコ	標高	Striethy High Grown(SHG) High Grown(HG) Standard	Striethy High Grown(SHG):1700M以上 High Grown(HG): 1000~1600M Standard:700~1000M	
コスタリカ	標高・産地	Strecity Hard Bean(SHB) Good Nard Bean(GHB) Hard Bean(HB) Medium Hard Bean High Grown Atlantic Medium Grown Atlantic Low Grown Atlantic	Strecity Hard Bean(SHB):3900~5400フィート Good Nard Bean(GHB):3300~3899 Hard Bean(HB):2600~3299 Medium Hard Bean:1600~3300 High Grown Atlantic:3000以上 Medium Grown Atlantic:2000~2900 Low Grown Atlantic:500~2000	Strecity Hard Bean(SHB):太平洋側斜面の高度・産地による Medium Hard Bean:太平洋と大西洋の間 High Grown Atlantic:大西洋側の高度

1. 2Q コーヒー

Q コーヒーとは、SCAA (Specialty Coffee Association of America)^[5]の定めた品質に合致することが条件となるコーヒーだ。その目的は、コーヒー豆本来の味を評価することにある。

カップング評価の流れ^[3]を分析すると、カリブレーションの問題が浮上する。カリブレーションは、評価の擦り合わせ、すなわち最終的な評価を下す前段階である。だが、仮に5人のQグレーダーの内2人の判断と3人の判断に食い違いがあった場合、2人の判断は修正される。そして、2人の評価は最終評価に反映されない。いわゆる、多数決の原理が働いてしまう。

[図2]SCAA の評価シートの例 [3]から

Specialty Coffee Association of America Coffee Cupping Form

Name: _____ Date: _____

Quality scale:	9.00 -	7.00 -	6.00 - Specialty	5.00 -
	6.25 -	7.25	8.25	9.25
	6.50 - Good	7.50 - Very Good	8.50 - Excellent	9.50 - Outstanding
	6.75	7.75	8.75	9.75

Sample #	Roast Level of Sample	Fragrance/Aroma Score: 0-10 Dry: _____ Qualities: _____ Break: _____	Flavor Score: 0-10 Aftertaste Score: 0-10	Acidity Score: 0-10 Intensity: High _____ Low _____	Body Score: 0-10 Level: Heavy _____ Thin _____	Uniformity Score: 0-10 Balance Score: 0-10	Clean Cup Score: 0-10 Sweetness Score: 0-10	Overall Score: 0-10 Defects (subtract): Taint#2 _____ # cups Intensity _____ Fault#4 _____	Total Score: _____
Notes: _____									Final Score: _____

Sample #	Roast Level of Sample	Fragrance/Aroma Score: 0-10 Dry: _____ Qualities: _____ Break: _____	Flavor Score: 0-10 Aftertaste Score: 0-10	Acidity Score: 0-10 Intensity: High _____ Low _____	Body Score: 0-10 Level: Heavy _____ Thin _____	Uniformity Score: 0-10 Balance Score: 0-10	Clean Cup Score: 0-10 Sweetness Score: 0-10	Overall Score: 0-10 Defects (subtract): Taint#2 _____ # cups Intensity _____ Fault#4 _____	Total Score: _____
Notes: _____									Final Score: _____

Sample #	Roast Level of Sample	Fragrance/Aroma Score: 0-10 Dry: _____ Qualities: _____ Break: _____	Flavor Score: 0-10 Aftertaste Score: 0-10	Acidity Score: 0-10 Intensity: High _____ Low _____	Body Score: 0-10 Level: Heavy _____ Thin _____	Uniformity Score: 0-10 Balance Score: 0-10	Clean Cup Score: 0-10 Sweetness Score: 0-10	Overall Score: 0-10 Defects (subtract): Taint#2 _____ # cups Intensity _____ Fault#4 _____	Total Score: _____
Notes: _____									Final Score: _____

Sample #	Roast Level of Sample	Fragrance/Aroma Score: 0-10 Dry: _____ Qualities: _____ Break: _____	Flavor Score: 0-10 Aftertaste Score: 0-10	Acidity Score: 0-10 Intensity: High _____ Low _____	Body Score: 0-10 Level: Heavy _____ Thin _____	Uniformity Score: 0-10 Balance Score: 0-10	Clean Cup Score: 0-10 Sweetness Score: 0-10	Overall Score: 0-10 Defects (subtract): Taint#2 _____ # cups Intensity _____ Fault#4 _____	Total Score: _____
Notes: _____									Final Score: _____

Sample #	Roast Level of Sample	Fragrance/Aroma Score: 0-10 Dry: _____ Qualities: _____ Break: _____	Flavor Score: 0-10 Aftertaste Score: 0-10	Acidity Score: 0-10 Intensity: High _____ Low _____	Body Score: 0-10 Level: Heavy _____ Thin _____	Uniformity Score: 0-10 Balance Score: 0-10	Clean Cup Score: 0-10 Sweetness Score: 0-10	Overall Score: 0-10 Defects (subtract): Taint#2 _____ # cups Intensity _____ Fault#4 _____	Total Score: _____
Notes: _____									Final Score: _____

2. 評価システム

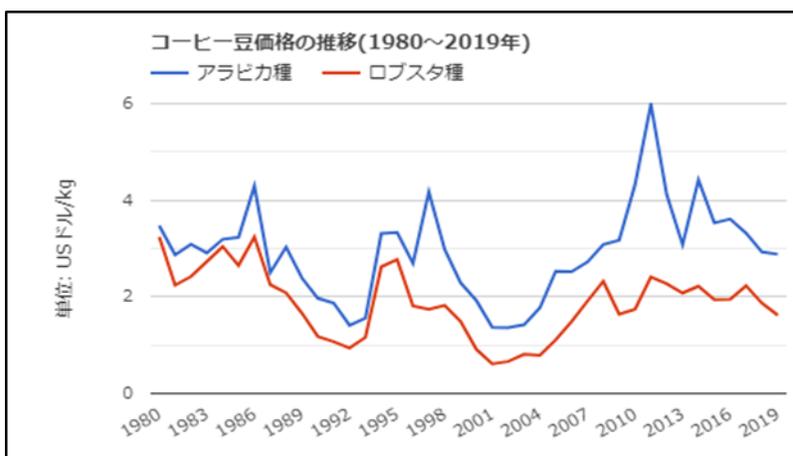
等級や Q コーヒーの他にも、コーヒー評価システムは存在する[3]。 “2. ”では、こうした評価システムの成り立ちから説明し、現在ではコーヒー企業のブランディングとして使用されている現状、その要因として、事業者の諦観と消費者の無知無理解が“高品質”なコーヒー商品を生み出している現状について説明する。

その要因の一つとして、消費者の知識不足が随所に見られることが理解できる。したがって、これらの評価システムは現在でも維持され、使用されているのだと推測できる。

2. 1 歴史的背景

コーヒー豆の評価システムは、1970 年代頃から考えられていた[4]。市場では政府主導でコーヒーの価格安定政策がとられるようになり[3]，“フェアトレード”などの普及も相まって、コーヒー農家を保護する動きが加速した。

[図 3] コーヒー豆の市場取引価格



2. 2 社会的背景

現代においてコーヒーの評価システムは、コーヒー農家を保護する方面から、企業のブランディングに活用されるようになった。

こうした企業または個人事業の努力の結果、コーヒー事業者の多様性が生まれ、消費者が目に入るコーヒー豆の種類は増加した。

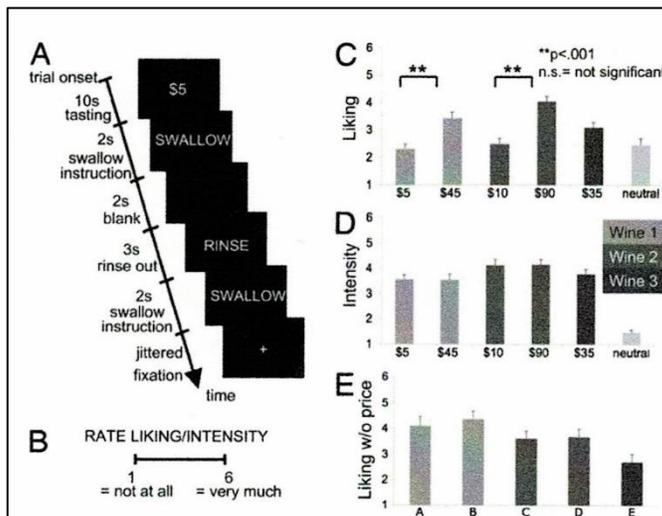
図4 ミカフェートの品質評価の例



一方で、消費者はコーヒー豆がどのように品質を評価されるのかを知らずに購入している場合が多い。

、専門家がお墨付きを押した値段の高いコーヒーは、その品質やおいしさにかかわらず高い評価をする人がいる可能性が多いといえるだろう。

[図5] ヒルク・プラスマンによるワイン評価の推移



3. あとがき

コーヒーの更なる多様性に挑むことで、コーヒー市場は成熟し、より自由度の高い消費者と事業者との取引につながるであろう。

謝辞

本論文を薦めるにあたり，黒澤龍弥様，藤井和宏様には多大な助言を賜りました。厚く感謝申し上げます。また熱心に相談に乗ってくださった西村和夫教授に感謝の意を表します。

参考文献リスト

- [1]伊藤亮太 “常識が変わる スペシャルティコーヒー入門”
青春新書プレイブックス，2016
- [2]日下部裕子 著 和田有史 編 “味わいの認知科学 舌の先から脳の向こうまで”
勁草書房 2011 年
- [3]田口護 “田口護のスペシャルティコーヒー大全” NHK 出版，2011
- [4]マーク・ペンダーグラスト，樋口幸子 訳 “コーヒーの歴史 The History Of
Coffee” 河出書房新社，2002 年
- [5]スペシャルティコーヒー協会 スペシャルティコーヒーの定義，
閲覧日 2019/10/09 <http://scaj.org/about/specialty-coffee>
- [6]PICO coffee, コーヒー豆の等級, 2002-10 ,
閲覧日 2019-09-25
<https://cafe-pico.com/coffeepedia/archives/toukyuu>
- [7]ジェイミー・グッド著 梶山あゆみ訳 “ワインの科学” 河出書房新社
2008
- [8] Plassmann, H. , et al. (2008). Marketing Actions Can Modulate
Neural Representations of Experienced Pleasantness. Proc. of Natl.
Academy of Sci. 105 (3) 1050-1054.
<http://www.rnl.caltech.edu/publications/pdf/plassmann2008.pdf>
- [9]内藤誼人 著 “人も自分も操れる！暗示大全” すばる舎 2019
- [10] SCAA 公式サイト <https://sca.coffee/>
- [11] Bartoshuk L. M. Genetic and Pathological Taste Variation: What Can
We Learn from Animal Models and Human Disease? Ciba Foundation
Symposium 179:251-267, 1933

[図 1] <https://www.sej.co.jp/i/item/300501210115/html?category=196&page=1>

[図 2] SCAA の評価シートの例 [3]から

[図 3] https://ecodb.net/commodity/group_coffee.html から引用

[図 4] https://ecodb.net/commodity/group_coffee.html から引用

[図 5] <https://yamaguchi-coffee.com/mi-cafeto-blue-mountain> から抜粋

[表 1] 文献 [6] から引用 一部編集.

[表 2] 文献 [6] から引用 一部編集.