

2024年10月2日

【イベントレポート】  
**10月1日「コーヒーの日」に俳優・町田啓太さんがバリスタに挑戦！**  
バリスタ世界チャンピオン粕谷哲さんによるアーモンドミルクを使ったアレンジ提案も！  
アーモンドミルクで広がるコーヒーの楽しみ方！

江崎グリコ株式会社は、10月1日の「コーヒーの日」に合わせ、アーモンドミルク×コーヒーの相性の良さや魅力を伝えるPRイベントを実施しました。イベントでは、俳優・町田啓太さんとバリスタ世界チャンピオンの粕谷哲さんが登壇し、粕谷さんからバリスタとしてのコーヒーの淹れ方や、アーモンドミルクを使ったコーヒーの楽しみ方を披露いただきました。



町田さんはバリスタ世界チャンピオンの粕谷哲さんから直々にコーヒーの淹れ方「4：6メソッド」を伝授してもらい、人生初のバリスタに挑戦！町田さんは「航空特殊無線」などのユニークな資格を複数お持ちで、さすがの器用さで会場を沸かせました。町田さんが淹れたコーヒーを飲んだ粕谷さんは“免許皆伝”と「プロになれるレベルでおいしかった！」と評価。プロにも認められる腕前を披露しました。町田さんも「4：6メソッドがあったからこそ近づけた！」と4：6メソッドに感動していました。



## ■本格的なコーヒーのおいしさをご自宅でも最大限に引き出す淹れ方「4：6 メソッド」

「4：6 メソッド」とはコーヒーの抽出技術を競う大会「World Brewers Cup（ワールドブリュワーズカップ）」でチャンピオンに輝いた粕谷さん考案の淹れ方で、使うお湯の総湯量を40%と60%にわけて、それぞれで味と濃度の調整をする画期的なハンドドリップの方法です。従来のようなお湯を注ぐなどの「テクニック」による味の調整ではなく、注ぐお湯の量など「数字」で見える箇所での味の調整を可能にした革新的な手法で、「誰でも簡単に美味しいコーヒーを淹れられる」というコンセプトから作られました。

また、使い方が簡単だけでなく、非常に優れた味わいを作ることが出来るとして、世界中のトップバリスタをはじめとしたコーヒー愛好家たちに愛用、支持されている抽出方法です。

### 【バリスタ・粕谷哲さん】

World Brewers Cup 2016 でアジア人初の世界制覇を達成、国内外でセミナーやワークショップを行い、精力的に次世代のバリスタ育成や一般消費者に向けてコーヒーの魅力を発信している。千葉県船橋市などで自家焙煎スペシャルティコーヒー店 PHILOCOFFEA（フィロコフィア）を4店舗運営。珈琲に関する書籍も多数。

## ■町田さんも挑戦！プロ級の腕前を披露

バリスタ入門として「アーモンドミルクオレ」作りに初挑戦した町田さん。粕谷さんから直々にレクチャーされ緊張した様子でしたが、日頃からコーヒーをドリップし、タンブラーで携帯するほどコーヒー好きな町田さん。一度のレクチャーでも器用にドリップする姿を披露し、粕谷さんも「とてもうまいですね！」と驚いていました。

完成したコーヒーの香りを嗅ぐシーンでは、粕谷さんのプロの作法を見て、「プロっほい！カッコいいですね」とご自身でも目を閉じてマネしている姿で会場を沸かせました。

粕谷さんが作ったアーモンドミルクオレとご自身で作ったアーモンドミルクオレを飲み比べた町田さんは「同じ材料や手順でも味が全く違う。なんで！？すごいまろやか…」と驚いた様子。「どうして違いがでるのでしょうか？」と尋ねる町田さんに、粕谷さんから一言「世界一なので…」。会場は笑いに包まれました。

さらに、後半では、コーヒーにちなんだトークも展開。コーヒー好きの町田さんは「イタリアに行った際に出会ったエスプレッソがおいしくて、それを機にコーヒーを飲むようになりました。コーヒーを飲むと、よく眠れる特異体質なのかもしれません」とコーヒーにまつわるエピソードを披露。毎日を楽しむメソッドについては「アンテナを張っていると日々楽しいことや面白いことが転がっているので、出会いや発見を大切に、常に新しい情報をキャッチしたい」と語りました。



## ■AI 診断 95.5 点！相性抜群のコーヒーとアーモンドミルク

近年、大手カフェチェーンにおいてミルクを植物性ミルクへ変更することも浸透しつつあり、アーモンドミルクラテ、オーツミルクラテなど、植物性ミルクカスタムを楽しむ人が増えています。2023 年に行われた調査では、カフェユーザーの 8 割超が他のミルクへの置き換えを「魅力的に思う」と回答されています。<sup>※1</sup>

そこで、この度、OISSY 株式会社の AI 味覚センサー「レオ」を使用し、コーヒーとアーモンドミルクの相性について味覚調査を行いました。AI 味覚センサー「レオ」は、AI 技術を用いてヒトの味覚を再現した味覚センサーで、人間が感じる 5 つの基本味「甘味」「旨味」「塩味」「酸味」「苦味」を総合的に測定できるツールです。今回の診断では、相性度 95 点以上が非常においしいと判断される中で、江崎グリコが販売する「アーモンド効果」はコーヒーとの相性度が非常に高いという結果が出ました。

「アーモンド効果 砂糖不使用」とコーヒーの相性診断の結果は 95.5 点、「アーモンド効果 For Barista and Chef」とコーヒーの結果は 97.0 点とさらに良い点となりました。コーヒーの苦味・酸味とアーモンド効果の甘味・旨味が相乗効果でおいしさを引き出すことができています。コーヒーと「アーモンド効果」は相性が良いと実証されました。



※1 アーモンドミルク研究会「カフェを利用する方へのアンケート調査」(2023年9月16～18日)

## ■「アーモンド効果」ブランドに関して

1930年にGlicoの創業者江崎利一がアーモンドと出会い、1955年には“1粒で2度おいしい”「アーモンドグリコ」を発売するなど、Glicoグループはアーモンドと深い関わりがあります。

「アーモンド効果」は、アーモンドの栄養価値に着目し、「飲むアーモンド」として展開する、アーモンドミルク国内市場シェア No.1<sup>※2</sup>ブランドです。コップ1杯(200ml)でビタミンE(1日分<sup>※3</sup>)と、たっぷりの食物繊維を摂れる特長があり、現在は8種類の味を展開しています。「アーモンド効果 濃厚<砂糖不使用>」も商品内容量125mlであっても同様にビタミンE(1日分<sup>※3</sup>)と、たっぷりの食物繊維を摂取可能です。

2013年に国内に初登場したアーモンドミルクは、生活者の健康意識の高まりを背景に、国内市場(販売量)は拡大し続けており、2023年には当初の約30倍に拡大しています<sup>※4</sup>。

Glicoグループは、世界の生活者にも「アーモンド効果」を通じた新たな食習慣を提案することで、食による健康づくりに貢献することを目指し、2021年に中国本土、2022年に台湾とタイ、さらには2023年にフィリピンでそれぞれ販売を始めています。今後も、アーモンドの栄養を日常的においしく摂取できる「アーモンド効果」シリーズを通じ、アーモンドとともに、健康な毎日に向けた取り組みを提案してまいります。

※2 インテージ SRI アーモンドミルク国内市場 2014年4月-2023年12月累計販売金額(アーモンド効果ドリンクシリーズ)

※3 「栄養素等表示基準値」より

※4 アーモンドミルク研究会による推計