



WITH A TWIST
MENU BOOK
No



No
MENU BOOK
AUTUMN 2020

KEEP YOUR EYES OPEN

まばたきする暇もなく

TEXT by SHOGO OTANI

1周年を迎えた No. は、
自由な発想と新しい可能性を胸に、進化し続ける――。

2020年9月、No.(ナンバー)という場所をつくってから、早くも1年という月日が流れた。生きることと働くことを、ひとつながりのものに変えていくこと。文化とビジネスが、本質的に融合する社会をデザインしていくこと。新たなカクテルシーンを日本に確立させること。飲食業の働き方と可能性を、「現場」という制約から解き放つこと。非日常の創造ではなく、日常に対する「眼」の探求に創造性を発揮すること。

こうした複数の文脈とミッションを持って生まれた No. は、純粋な飲食店でもなければオフィスでもなく、1年が過ぎた今も、自分たち自身でもその正体を明確には定義できていない。しかし、この先に何だかわからないけれど圧倒的な魅力と可能性がありそう、という感覚が、そこに関わる人々の気持ちをつなぎとめているように思う。

この1年は、まるで歩き方を知らなかった赤ん坊が自分の手と足で立ち上がり、体の動かし方を試行錯誤しながら、ゆっくりと自らの力で歩く方法をつかんでいくような、そんな時間だった気がする。自分の力で立ち上がることができた赤ん坊は、これまでとはまったく違う視点でこの世界を見ることができる。これまでよりも広い視野で、高い視点で、遠くを見つめながら、これまでよりも自由な一歩を踏み出すことができる。2年目の No. とは、そういうものでありたい。

今回、No. のシグネチャーカクテルである「ON NUMBER」シリーズのコンセプトを再定義し、「クラシック・カクテル」と呼ばれるドリンクを改めて見つめ直してやることにした(その意図はぜひ No. でスタッフ

に尋ねてみてほしい)。そして、外部の編集チームとのコラボレーションにより(今号は『NEUT Magazine』)、No. という場所の意味そのものをある種の「異邦人の目」から切り取っていくことにした。さらに、渾身のオリジナル・プロダクトを開発することにしたり、No. を舞台にしたフェスのようなイベントの開催に挑戦することも決めた。

どうやら2年目の No. の「やりたいことリスト」は、すでにもう予約がいっぱい。そうした営みの中で変化し続ける No. の「今」を、どうか一瞬たりとも見逃さないでほしい。進化し続ける No. のフードやドリンクとともに、みなさんの人生観を変えるかもしれない小さなきっかけを、様々なアイデアの実践を通して届けていきたい。



No.



MENU AUTUMN 2020

KEEP YOUR EYES OPEN

P1 MESSAGE FROM No.

COFFEE

P4 BEVERAGE

P6 PRODUCTS

FOOD

P8 PRESSED SANDWICHES

P10 SWEETS

P12 QUICK BITES

P14 BAR FOOD

COCKTAILS

P16 ON NUMBER COCKTAILS

P22 ON NUMBER MOCKTAILS

P24 MORE COCKTAILS

P26 DAYTIME COCKTAILS & BEER

COFFEE BEVERAGE



FLAT WHITE



LATTE



FILTER COFFEE



COLD BREW

9:30-23:00

ESPRESSO DRINKS

FLAT WHITE 500
フラットホワイト

コーヒーの風味とコク、滑らかな飲み口が特徴の No. の定番。コーヒーとミルクの比率、油分値、スチームミルクの調和が生むミルクチョコレートのような味わい。

CAPPUCCINO 500
カプチーノ

フラットホワイトと比べミルクとコーヒーのバランスも異なり飲み口もマイルド。ふわふわのミルクフォームの上にエスプレッソの風味が感じられる一杯。

LATTE HOT/ICE 500
ラテ

フラットホワイト同様の滑らかな飲み口を 9oz のグラスに注がれたたっぷりのミルクで楽しめる。ミルクの柔らかな甘味とエスプレッソがまろやかに溶け合う。

AMERICANO HOT/ICE 500
アメリカーノ

エスプレッソのお湯 / 水割り。すっきりした飲み口よりもエスプレッソのロースト感や風味を感じたい方に。

COFFEE & OTHERS

FILTER COFFEE 500
フィルターコーヒー

世界中から季節ごとの美味しさを届けるスペシャルティーコーヒー。毎日飲める日常に溶け込む上質な一杯のために、コーヒー豆の選定・焙煎から行っている。

COLD BREW 500
コールドブリュー

「Holy Amethyst (ホーリー・アメジスト)」という名の特別なコールドブリュー。透明感の中に感じる華やかさとキャラメルのような柔らかい甘味が特徴的。

TEA 600
紅茶

茶の世界へのカジュアルな入り口を作る EN TEA の茶葉を、季節に合わせてセレクト。No. ではカクテルにも使われることも。

HOT CHOCOLATE 550
ホットチョコレート

海外ではココアと同じように幅広い年代から愛されるメジャーな存在。ほんのり甘くお子様にもおすすめ。

*MORNING COFFEE 平日朝 9:30-12:00 は コーヒービバレッジ全て ¥400

TWIST YOUR COFFEE

MINOR FIGURES OAT M*LK 全てのミルクドリンクは +50 円でオーツミルクに変更可能 +50
コクがありつつもすっきりした植物性ミルク。ヴィーガンでなくても選びたくなる美味しさ。詳細は次ページ。

DECAF ホットコーヒー / エスプレッソドリンクは +50 円でデカフェに変更可能 +50
エチオピアの高品質な豆を、全く化学溶剤を使用せず、かつ味のクオリティも落とさない「スイスウォータープロセス」でデカフェに。どんな方にも安心して楽しんでもらえる、コーヒーの新しい提案。

MY BOTTLE 全てのコーヒードリンクはマイボトルでテイクアウト可能 -50

COFFEE PRODUCTS

9:30-23:00



COFFEE BEANS



COLD BREW KIT



MINOR FIGURES OAT M*LK



MOCCAMASTER

COFFEE BEANS by Swim

ASK

コーヒー豆

No. のコーヒーを監修するコーヒーコンサルティングチーム「Swim」が豆の選定から焙煎まで徹底管理。コーヒーの持つ多様性を最大限に表現できるよう、世界中から注目される Giesen 焙煎機を使用。コーヒーの風味を最大限感じられるシーズナルのフィルターコーヒーは、ミルクと合わせた時に最も美味しく感じられるエスプレッソロースト、質感、そして、甘味、風味などにこだわったコールドブリューなどそれぞれ独自のローストプロフィールを用いて焙煎を行っている。

COLD BREW KIT by Swim

1000

コールドブリューキット

No. の特別なコールドブリュー「Holy Amethyst (ホーリー・アメジスト)」をご自宅でも。パックを水出しでつけておくだけなので、お店の味を誰でも簡単に日常生活に取り入れることができる。

MINOR FIGURES OAT M*LK

750/1ℓ

マイナーフィギュアズオーツミルク

No. のすべてのミルクドリンクは、イギリスのコーヒー専門家が作ったオーガニックミルクに変更可能。ビーガンフレンドリーなオーツ(大麦)で作られた植物性のミルク。気になるパッケージの鴨のイラストは、オーナーが京都で鴨川を眺めながらコーヒーを飲んでいた時に思いついたからだとか(真偽不明)。

MOCCAMASTER

ASK

モカマスター

No. のフィルターコーヒーの美味しさの秘密でもあるモカマスター。お湯の温度・抽出時間・抽出量を一定に保つことができるため味のブレがほとんどなく、ハンドドリップに劣らない優れもの。その実力と、発売当初からほぼ変わらぬオーセンティックなデザインで、世界中のコーヒー愛好家から愛され続けている。自宅やオフィスに手軽で高品質なコーヒー体験を導入したい方は、是非 No. のスタッフに相談を。

PRESSED SANDWICHES

9:30-23:00



TUNA MELT CHEDDAR



BUTTER MELT



CROQUE MONSIEUR



QUATTRO CHEESE

TUNA MELT CHEDDAR ツナCHEDDAR 900

クミン、ディルなどのスパイスやハーブ、さらにとろとろのCHEDDARチーズと合わせれば、馴染みのツナの印象とは違う少し特別な体験に。No. のシグネチャーサンドイッチ。

BUTTER MELT 発酵バター 650

プレスして焼かれたサクッとした食感と、発酵バターが染み込んだやわらかな食感。その絶妙なコンビネーションは、本場ヨーロッパで食べるクロワッサンのようでもある。バターサンドとコーヒーは、今日という日の最高のスタート。

CROQUE MONSIEUR クロックムッシュ 650

チーズとベシャメルソースがこれでもかというくらい入ったボリュームのある一品。塩味のある自家製ハムとたっぷりの胡椒がコーヒーやカクテルにマッチしてお腹と心を満たしてくれる。

QUATTRO CHEESE クワトロチーズ 650

ゴルゴンゾーラ、モッツァレラ、CHEDDAR、グリエール。チーズ好きによるチーズ好きのための一皿。上からかかったはちみつと胡椒がアクセントに。

DRINK SET 9:30-14:00

好きなプレスサンドとP6「COFFEE-BEVERAGE」の中から好きなドリンクをお選びください。

COFFEE / ESPRESSO DRINK +250

TEA +300

SWEETS

9:30-23:00



CHEESE / CHOCOLATE TERRINE



BANANA BREAD



PANNACOTTA



CARROT CAKE

CHEESE TERRINE チーズテリーヌ 500

クリームチーズの美味しさを凝縮した、No. の人気メニュー。軽やかなヨーグルトの酸味と、深みのあるカラメルソースの組み合わせ。昼にコーヒーと合わせても、夜にカクテルと合わせても絶妙な、オールデイで楽しめる一皿。

CHOCOLATE TERRINE チョコレテリーヌ 500

チョコレートをぎゅっと一皿に。生チョコのような濃厚さとバニラクリームとの組み合わせが贅沢な味わい。ゼヒコールドブリューやフィルターコーヒーと一緒に。自家製バニラアイストッピングもおすすめ。

*with Homemade Vanilla Ice Cream +250

BANANA BREAD バナナブレッド 450

プレスして温めることでバターが溶け出し、しっとりとした食感に仕上がった自慢の一品。コーヒーはもちろん、カクテルとの相性が抜群なのはカルダモンをふんだんに使っているから。スパイス香る大人のバナナブレッド。

PANNACOTTA パンナコッタ 450

喫茶店の定番スイーツといえばプリン。No. ではカラメルソースが絡み合った優しいミルクの味のパンナコッタを新しい定番として再定義。

CARROT CAKE キャロットケーキ 450

「It's Factory」のプラム入りキャロットケーキは素朴でどこか懐かしい味。自家製バニラアイスを添えればもっと美味しく。

*with Homemade Vanilla Ice Cream +250

COOKIES クッキー 400

コーヒーのお供に少し甘いものが欲しくなったら。2枚入りのクッキーは味の組み合わせが時期によって変わるので、内容はスタッフまで。

QUICK BITES

14:00-23:00



TACOS



BURITTO



CUTLET SANDWICH



CROQUE MONSIEUR WITH FRENCH FRIES

TACOS タコス

800

オリジナルで調合したスパイスを効かせた、こだわりのタコスミートを使った一皿。トマト、アボカド、ハラペーニョの定番の組み合わせで。

BURITTO プリトー

800

スパイスの調合にこだわったタコスミートと、チーズソース、チェダー、グリエール、3種類のとるけるチーズをたっぷり包んだ、満足感ある一品。

CUTLET SANDWICH カツサンド

1200

喫茶店の定番を No. 流にアレンジ。洋食屋をイメージしたデミベースのオリジナルソースがどこか懐かしく、それでいて洗練された味に。

CROQUE MONSIEUR WITH FRENCH FRIES クロックムッシュ

1000

チーズとベシャメルソースたっぷりのクロックムッシュに、夜はポテトを添えて。朝食のイメージのある一品を、カクテルにも合う味へと昇華。

BAR FOOD

17:00-23:00



POTATO SALAD, NUTS, PICKLES



OILED SARDINE, OEUF MAYONNAISE,
OLIVE FRIET



ROASTED HAM, FISH&CHIPS, PICKLES



FRIED CHICKEN, NUTS, PICKLES

NUTS ナッツ 500

燻製したナッツは言わずもがなお酒にぴったり。食事はじめの一品にも、ナイトキャップのつまみにも。

OLIVE FRIET オリーブフリット 500

イタリアンのおつまみの定番。シンプルな一皿だが侮れない。塩気のあるオリーブとさくさくの衣でお酒が進む。

POTATO SALAD ポテトサラダ 500

コーンビーフが入ったポテトサラダに半熟卵を乗せて。絶対的な組み合わせ。

PICKLES ピクルス 500

ちょっと意外なセロリとリンゴのピクルス。ピンクペッパーがアクセントになり、カクテルに合う味に。

OEUF MAIYONNAISE ウフマヨ 1pc 400

半熟卵にカレーマヨネーズソースをたっぷりかけて。卵(ウフ)とマヨだけ。シンプルだからこそ究極。

OILED SARDINE オイルサーディン 800

イワシをハーブとにんにくでじっくりコンフィした自家製のオイルサーディン。すだちをかけるとカクテルに一層寄り添う。

ROASTED HAM 自家製ロースハム 800

温度管理を徹底した火入れでやわらかくマイルドに仕上げた無添加のハム。塩漬の生胡椒と一緒にどうぞ。

FRENCH FRIES フライドポテト 800

とりあえずの一皿、に。レッドホットマヨ、アンチョビマヨの2種類のディップを楽しんで。

FRIED CHICKEN カラアゲ 3pcs 800 / 5pcs 1200

骨つきでジューシー。スパイス入りの衣がカクテルを進める、居酒屋メニューをツイストした No.らしい一皿。

FISH & CHIPS フィッシュ&チップス 1600

レッドホットマヨ、アンチョビマヨ、タルタルソース。色々な味を色々なお酒に合わせて、シェアしてラフに楽しんで。

ON NUMBER COCKTAILS

新しいものが注目されやすい今の時代に、
No. から、基本に立ち返る提案を。
クラシックカクテルに "ツイスト" を効かせて。



NO. 1



NO. 2



NO. 3



NO. 4



NO. 5



NO. 6



NO. 7



NO. 8



NO. 9



NO. 10

16

14:00-23:30



NO. 1

1100

最初にして最高

王道のシンプルな Gin&Tonic に、複雑な香りのシェリーを合わせ、新しいテイストに。さっぱりした味の中に少し苦味を感じる、すっきりした飲み心地。はじまりはいつだってこの一杯から。

Gin, Sherry, Lime, Tonic



NO. 2

1200

二つの要素の出会い

玄人好みのオールドファッションと馴染みのあるハイボールの出会い。どっしりとしたウイスキーの香りと甘み、ソーダの清涼感が合わさった絶妙なバランス。いつでも誰でも楽しめる新しいカクテルに。

Bourbon Whisky, Scotch Whisky, Sugar, Orange Bitters, Angostura Bitters, Soda

17

ON NUMBER COCKTAILS

14:00-23:30



NO. 3

1300

三位一体の完璧なバランス

ショートカクテルであるエスプレッソマティーニを、コーヒーフロート風にロングカクテルに。バリスタ、バーテンダー、パティシエの三者が生み出す、ほろ苦くも甘い、夢のような一杯。

Vodka, Espresso Syrup, Mr. Black Coffee Liqueur, Soda, Vanilla Ice Cream



NO. 4

1200

四番打者

植物性のオーツミルクを「ミルクウォッシュ」という技法で透明に。飲んだ瞬間、口いっぱいに秋が広がる。No. の花形は、バーテンダーの技が生み出す新しいミルクパンチカクテル。

Dark Rum, Pinot Noir Syrup, Chestnut Puree, Walnut Liqueur, Lemon, Oat Milk



NO. 5

1500

革命的な味

ギムレットの切れ味はそのままに、スロージンを使うことでフルーティーに。タイムオイルが入ることで生み出される絶妙なバランスが新しい。ドライジンよりも度数が低いので「早すぎる」時間帯にも。(そのヒントは、レイモンド・チャンドラー著『長いお別れ』を読んでみて。)

Sloe Gin, Lime, Absinthe, Thyme Oil



NO. 6

1300

五感を超える一杯

さっぱりした印象が強いウイスキーサワーに、カカオの濃厚なニュアンスとウッディな香りを加え新鮮なテイストに。一見爽やかそうに見えるカクテルは、あなたの予想を超えてくるはず。

Scotch Whisky, Cacao Liqueur, Amaro, Fortified Orange Juice, Licorice Bitters

ON NUMBER COCKTAILS

14:00-23:30



NO. 7

1300

これを飲めば今日もオール OK

王道ネグローニに複雑さと軽やかさを足して再構築。甘さの中にしっかりと薬草の苦味。軽やかながらどっしりとした味わいが残す余韻は、今日という日を幸福なものにしてくれる。

Gin, Sherry, Sweet Vermouth, Gran Classico, Orange Bitters



NO. 8

1400

永遠に飲み続けられる味わい

ミントジュレップなのにミントも氷も見当たらない。ケンタッキーダービーで飲まれるカクテルを焼酎と黒茶を使って日本的に表現。これまでの人生に思いを巡らせながら、しっぼりと楽しめる至極の一杯。

Imo Shochu, Black Tea Syrup, Mint



NO. 9

1400

終わりたく、、、ない

薬草酒が折り重なった複雑さ。バーテンダーのバランス感覚によって生み出された親しみやすさ。今日という時間をまだ終わらせないときは、二面性をもったカクテルの女王を。

Rye Whisky, Antica Formula, Amaro, Benedictine, Burnt Tea Bitters



NO. 10

1500

閉幕、最後はこれ

渋いイメージのラスティネイルにカシスの果実感を加え、今までにないイメージに。「満足のゆくお酒」という意味を持つドランプイが、眠りの前に心の錆びを落としてくれる。

Brandy, Drambuie, Cassis Liqueur, Maraschino Liqueur

ON NUMBER MOCKTAILS

今ではよく耳にするモクテルにも、昔からのレシピがある。
クラシックを No. らしくツイストするというコンセプトはそのままに、
酔えるノンアルコールをどうぞ。



NO. 1



NO. 2



NO. 3



NO. 4



NO. 5

14:00-23:30

NO. 1

900

サマーデライトにクランベリー、ジンジャーシュラブ(ピネガー入りシロップ)という別のニュアンスの酸味を足して複雑に。フルーティーなリフレッシュドリンクは夏の喜びをまだ忘れたくないあなたに。

Cranberry Juice, Grenadine Syrup, Ginger Shrub, Lime, Soda

NO. 2

900

季節のカリンとジュニパーのスパイスが効いた、バーテンダーが作るエスプレッソトニック。いつもと違うコーヒー体験は、あなたを冒険に連れて行ってくれるかも。

Cold Brew Coffee, Juniper Syrup, Karin Vinegar, Tonic, Soda

NO. 3

900

サラトガクーラーのジンジャーの要素に、同じ根っこのごぼう茶を合わせて一味違う体験に。土っぽい組み合わせとは裏腹に、キリッと爽快感のある一杯。

Lime Juice, Lime Stock, Ginger Beer, Burdock Tea

NO. 4

900

ミルクが入ったヴァージンピネコラーダを透明化し、味もクリアな印象へ。パイナップルとココナッツが甘い南国へと連れ出してくれる。

Pineapple Juice, Coconut Water, Milk, Lemon

NO. 5

900

パイとオレンジのコンビネーションが有名なモクテルの定番を、ポカリスエットでアレンジ。No. 流シンドレラは、走ってかいた汗をスカッと爽やかに拭う、健康的な女性なのかも。

Pineapple Syrup, Fortified Orange Juice, Pocari Sweat

MORE COCKTAILS

ON NUMBER COCKTAILS の他にも、
それぞれの切り口で楽しめるカクテルが3種類。
No. ファンなら一度は味わいたい名作たち。



MOCCA SHAKE



RAINY DAY ONLY



TWIN MATADOR

14:00-23:30

MOCCA SHAKE

COCKTAIL 1400 MOCKTAIL 1100

モカシェイク

パティシエによるアイスと、バリスタによるコーヒーを使い、バーテンダーセレクトのリキュールを掛け合わせて誕生した、至高のモカシェイク。バニラアイスもエスプレッソシロップもすべて自家製の、No. で不動の人気を誇る一品。美しいフォルムのグラスで、より一層、贅沢な余韻が味わえる。

Cocktail: Mr.Black Coffee Liqueur, Espresso, Vanilla Ice Cream, Milk

Mocktail: Espresso, Vanilla Ice Cream, Milk

* 9:30 からオーダー可能

RAINY DAY ONLY

1200

レイニーデイオンリー

雨の日だけの、特別なカクテル。コケやクロモジの枝など、雨から連想される香りを集めてグラスの中に。雨の匂いや質感が溶け込んだ空間で、雨音に耳とグラスをかたむけて。

Kuromoji Gin, Lime Stock, Lemon, Oak moss Bitters, Thyme & Laurier Bitters, Soda

TWIN MATADOR

1400

ツインマタドール

二つのレシピが存在するマタドールというカクテルを、まとめてひとつに。パイナップルにライムの爽やかさと、ベルモットの薬草感がマッチし、余韻と共に味が移り変っていく。グローバルにバーを紹介するサイト「WORLD'S BEST BARS」に選出された際に考案したカクテル。

Tequila Blanco, Dry Vermouth, White Curacao, Pineapple Syrup, Lime

DAYTIME COCKTAILS & BEER

オフの日に、昼から美味しいフードと一緒に。
夕方にかけてコーヒーからお酒にシフトしたい時に。
どんな気分にも寄り添うカクテルとビールを。



COFFEE & GIN & TONIC



UME SPRIZ



LITTLE MANHATTAN



SEASONAL BEER

09:30-23:30

COFFEE & GIN & TONIC

800

コーヒー & ジン & トニック

COFFEE GIN&TONIC の間違いでは?と思ったあなた。No. ではコーヒージントニックを「コーヒーとジンとトニック」に分けて層にし、ロックスタイルに。新しい常識を楽しんで。

G'Vine Gin, Lemon, Tonic Water Reduction, Cold Brew Coffee

UME SPRIZ

800

ウメスプリッツァー

日本が世界に誇る梅酒を、ヨーロッパのアペリティフ(食前酒)スタイルで。友人と楽しみたい賑やかなひと時に、カジュアルで爽やかな一杯。

Hoshiko, Lemon, Sparkling Wine, Soda

LITTLE MANHATTAN

1000

リトルマンハッタン

メの一杯として夜更けに嗜むイメージのあるマンハッタンに赤ワインビネガーの明るい印象をプラス。昼から飲めるテイストに。ほうじ茶を入れてアルコールのボリュームを小さくした、新しいマンハッタン。

Rye Whisky, Sweet Vermouth, Pinot Noir Syrup, Red Wine Vinegar, Roasted Tea

SEASONAL BEER

900~

シーズナルビール

季節に合わせてセレクトしたこだわりのビール。その時々で変わるので、詳しくはスタッフまで。

No

No. & 301

Director: Shogo Otani

No.

Coffee Director: Masashi Oda

Bar Director: Soran Nomura

Food Director: Satoru Uchida

Bartender & Barista: Masashi Ogiwara

Photographer & Barista: Shigeta Kobayashi

Barista: Tomoyo Hishiki

Hall & Kitchen Staff: Rino Shiraishi

Kitchen Staff: Hina Katayama

301

Graphic Designer: Yu Miyazaki, Yurika Omoto

PR Manager: Kayoko Yokotani

Project Manager: Sara Hosokawa

NE UT

NEUT MEDIA

Editorial Director: Jun Hirayama

Assistant Editor: Noemi Minami

COMMUNITY

Art & Editorial Designer: Maria Kusaba

Cover & Illustrator: nico ito

Photographer: Takanobu Watanabe

Editor: Kefa Cheong

『街と山のあいだ』

(若菜 見子 著/アノニマ・スタジオ)



バーで話しかけられたくないとき、一人の時間に浸りたいときは、綺麗な文章で読みやすく没頭しやすい本を。

選んだ理由

初めて山に登ったときのことが書かれたエッセイ。街で読みながら、つくづく山に行きたくなるのは、まさにタイトルのよう。この本には出てきませんが、昔はスキレットにウイスキー入れて、寒さのぎの気付に飲んでいたと思うんですが、やっぱり外でお酒を飲むっていいなと思わせてくれます。一緒に山登りをしていたチームのみんなを待ちつつ、一人で石の上に腰掛けて待機するシーンがあるんですけど、周りの景色を眺めながら、孤独で不安だけど、「ああ気持ちいい」という描写があって、バーでも同じ心地良さを感じられるんじゃないかな。装丁も素敵で、手触り、サイズ感、軽さもいい。



PROFILE

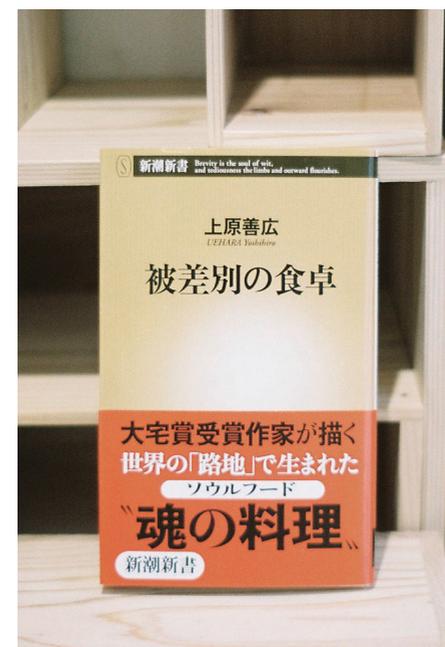
柳下恭平 (やなした きょうへい)
Instagram @kyohei_yanashita

28歳で、校正・校閲の専門会社「踏来堂」を設立。その後、東京・神楽坂にカフェとギャラリーを併設した書店「かもめブックス」をオープン。本に関わることを全般に仕事にしている。

24

『被差別の食卓』

(上原 善広 著/新潮新書)



新書はいちいち準備しなくて気軽ですし、そのとき興味があることを着にお酒を飲みましょう。

選んだ理由

ふと飲みに行きたくなくなった時に本を持っていなければ、本屋で気になった新書をパッと手にとってバーに行くのもいいと思います。これは、被差別者がどんなものを食べているかという本。一例を挙げると、アメリカのコマーシャルではスイカとフライドチキンの2つが卓上に並ぶことはないそうで、黒人が奴隷だった時代の貧しい食べ物とされていたので、その時代を想起させてしまうからという理由らしいんです。そこだけ切り取ると、ただの悲しい話になってしまいますがそれだけではなく、大阪の人たちがたこ焼きを、広島の人たちがお好み焼きを、愛知の人たちが味噌煮込みうどんを食べるように、被差別者の食卓かどうかだけでなく、それらはソウルフードであり、母の味でありそのエリアのローカルフードでもあります。食べ物は、その人の人格やカルチャーを作る原資でもあるのです。

柳下恭平が選ぶ、読みながら飲みたいお酒

グラスホッパー

山の風景を思い浮かべながら、鮮やかな緑のカクテルなんてどうでしょう。

柳下恭平が選ぶ、読みながら飲みたいお酒

ジントニック

ハムエッグなど、料理名が出来るよりも前にそのまま料理名になってしまったものには、はずれがありません。食の原点を考えながら飲むならジントニックかな。

* 柳下恭平が選ぶ、読みながら飲みたいお酒は、No. でお召し上がりいただけます。パーテナーまでお気軽にお声がけください。また、紹介されている本は全て東京・神楽坂「かもめブックス」にてお買い求めいただけます。

25

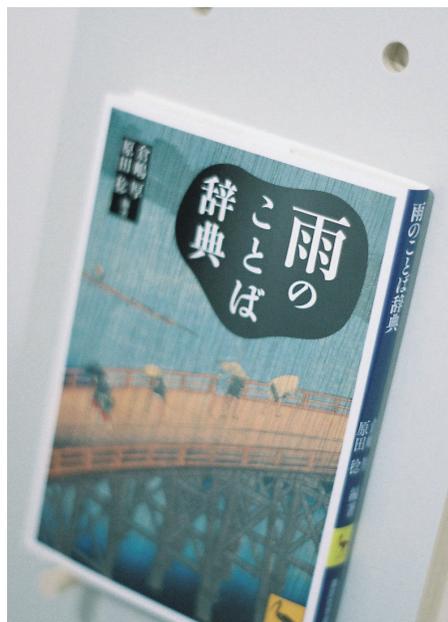
MY BOOK

「かもめブックス」店主の柳下恭平が厳選するお酒を飲みながら読みたい4冊。

本の世界へ誘うカクテルとともに紹介する。

『雨のことば辞典』

(倉嶋 厚、原田 稔 著 / 講談社学術文庫)



雨に関する単語がひたすら並んでいる本。酔っばらって文字を読むのがしんどくなっても、この本は読めます。

選んだ理由

本について聞かれたら、「雨に関する言葉がたくさん載っている辞書なんです」と一言で伝わるのもバーでおすすめの理由。何回読み直しても、こんな雨の言葉があったんだと新たな発見もあったり。日本だと雨、ゲール語だと麦というように、それぞれの国の特徴に合わせて、よく使われる言葉というのがあるんです。だから、ウイスキーでもシングル・モルト、例えば「クライヌリッシュ」なんかは、諸説ありますが「金色の湿原」という意味のゲール語です。ウイスキー自体が麦で作られていますね。

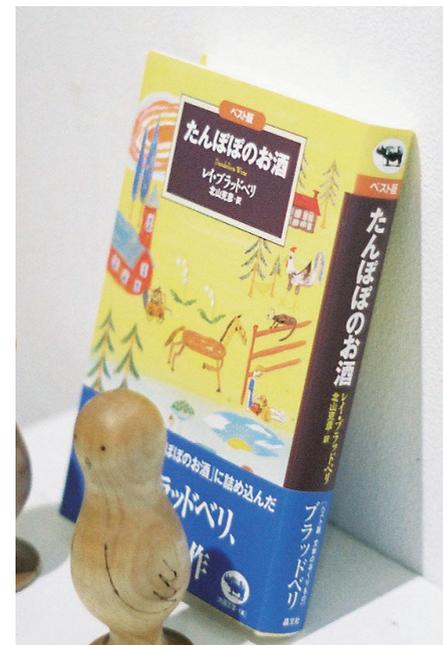
柳下恭平が選ぶ、読みながら飲みたいお酒

サイドカー

雨の日には乗れない側車付き2輪車(サイドカー)を思い出しながら味わうのも、洒落がきいてるかなと。

『たんぼぼのお酒』

(レイ・ブラッドベリ 著・北山克彦 訳 / 晶文社)



一回読み終えた本を好きなページから読み直す。そんなバーでの過ごし方もいいかもしれないです。

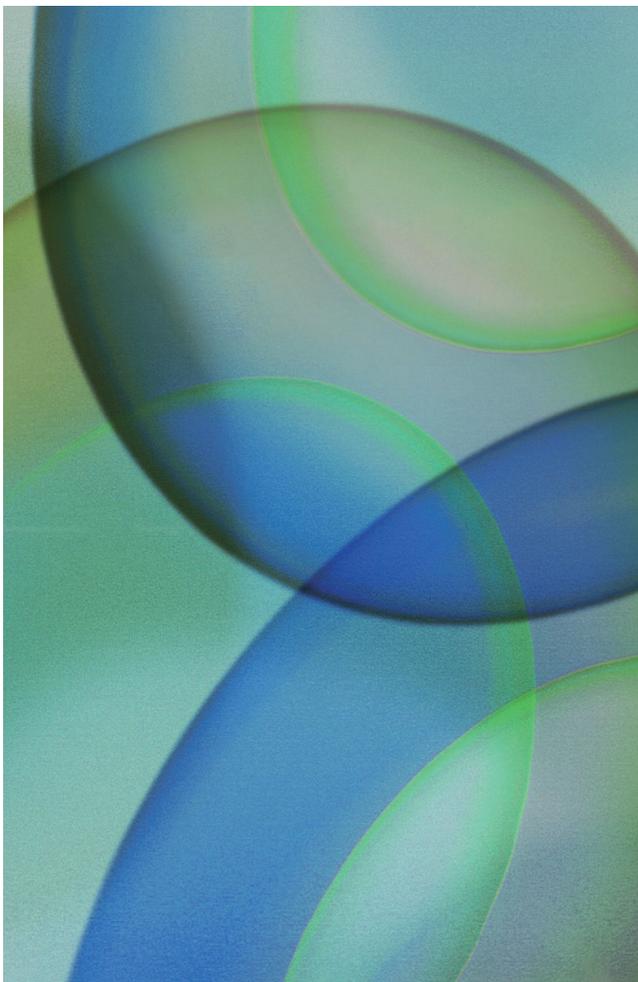
選んだ理由

幻想と叙情の詩人と言われた作家による小説です。大恐慌の前年(1928年)を過ごしたある男の子の物語なんですが、甘酸っぱくてたまらない気持ちになる。物語の舞台となる町では、日本でいう梅酒みたいに、たんぼぼの漬け込み酒を作るカルチャーがあって毎年作るんですけど、そこにはその年の夏の記憶がアーカイブされていて。たんぼぼ酒を飲む時に「夏の最初の日だ」と呟くシーンが本当に良い。子どもと大人の間について書かれていて、同時に今と昔のノスタルジーがそこにはあります。

柳下恭平が選ぶ、読みながら飲みたいお酒

シンガポールスリング

「素敵な時間を思い出す」カクテルはどうでしょう? 文豪が愛した、夕焼けの色のカクテルです。



COCKTAIL WITH A TWIST

ツイストが効いた極上のカクテルやモクテルとともに、
贅沢な時間を過ごすためのとっておきのアイデア。



JULIE GIESEN

PROFILE

ギーセン 珠理 (ぎーせん じゅり)

Instagram @juliegiesen

モデル、エディター、映像ディレクターと多岐にわたり活躍。学生時代、ビーガンについて学び体験。「環境保護と動物愛護」を目的に、今でもゆるやかに続けている。

MY MILK

今では、カフェやスーパーで普通に目にするようになった植物由来のビーガンミルク。なぜ牛乳ではなくそれを選ぶのか。その一人でもある、ギーセン珠理の豊かな選択。

編集者・映像ディレクターとして活躍する珠理がビーガン（肉・魚・卵・乳製品などの動物性食品をとらない食生活）をはじめたのは学生時代。ある授業がきっかけだった。

「もともと環境問題やボランティアに興味があったので、地球環境について学べる大学に進学しました。その頃から、週末ビーガンというやり方で取り入れていましたが、家族で暮らしていたので一人だけ食事を変えることが難しく、ちゃんとした形ではできずにいました。そんなときに、自分の好きなトピックでプレゼンテーションするという授業があり、私はビーガンをテーマにしました。ビーガンが地球環境に優しいということは知っていましたが、自分が体験してみないことには説得力がないと、1週間挑戦してみたんです。

プレゼンテーションのために始めたつもりが、想像とは違いビーガンフードはおいしいし、楽だったので、これなら問題なくできると、次は1ヶ月続けることにしたんですが、それもあつという間に過ぎてしまって、それならばできる限り続けてみよう。気がついたときには、すでに1年ほど過ぎていました」

1週間のつもりで始めたビーガン生活も気付けば1年。それからも生活環境の変化に応じて、ゆるやかなスタイルで続けることに。

「その後、タイへ留学することになり、お肉は必要以上に食べないようにしつつ、タイの食文化に合わせた食生活に変わっていきました。日本に戻ってからは、家では野菜やフルーツ、大豆を中心にしたメニューで、友人との食事や場面に合わせてお肉も食べたり、プレッシャーを感じず柔軟な食生活をしています」

では、なぜ珠理がビーガンを続けるのか？ それには理由がある。

「みんなそれぞれに理由があってビーガンという選択をしていますが、私の大きな理由は、環境保護と動物愛護

のためです。口にするものが自分を作るので、それがどうやって生産されているのかちゃんと知りたいという気持ちがあります。『なぜビーガンなの？』と聞かれるのですが、自分が殺せないものや共感できないものをなるべく口にしたくないから、私はお肉を極力食べないし牛乳も飲みません。それを他者に強要するつもりも全くないです。ただ、同じように『なぜ食べるの？』と聞かれたときに、考えたり行動してみるのはいいことだと思います。

だから、コミュニケーションも大切にしています。『昨日何食べた？』とカフェで気の置けない友人と会話を楽しむように、シリアスになりがちなこの話題をカジュアルに話して、なぜ食べて、なぜ食べないのか、食に対する意識を少しずつ変えていきたい」

そして、何よりおいしくて楽しいということ。

「豆乳はどこでも手に入って値段も安いですし、アーモンドミルクやオーツミルクは少し高いけど本当においしくて、牛乳の代わりになるものがたくさんある。強いと言うなら、もっと身近になるよう価格が下がればいいなど…。この前は、自宅でアーモンドミルクを作ってみました。フードプロセッサーで砕けて残った繊維もグラノーラみたいに混ぜて。甘くはないけど上出来でした。

最近では、ビーガンレストランもどんどん増えてきたので、友人と週末にお店巡りをしたり、おいしい発見がたくさんあります。体も心も健康でいられて、何より楽しみながら続けられるので幸せです。

もし少しでも興味があれば、家に一人いるときはビーガンデーしてみようとか、ちょっとしたルールを設けて、ぜひトライしてみてください。環境にも動物にも自分にも、みんなにとって幸せですし、新しい発見があるはずです！」

*No. では、全てのミルクドリンクをオーガニックかつビーガンフレンドリーなオーツミルクに変更できます。



MONA NEUHAUSS

PROFILE

ノイハウス 萌菜 (のいはうすもな)

Instagram @noplasticjapan

イギリス育ち、日本在住。コンサルタント会社での活動を本業にする傍ら、使い捨てプラスチックの問題について意識と知識を高めることを目的に、ステンレス製ストローを製造・販売する「のーぶら No Plastic Japan」を立ち上げる。

MY STRAW

ステンレス製のストローを提案することで、少しでもプラスチックゴミを減らそうと立ち上がった「のーぶら No Plastic Japan」代表のノイハウス萌菜。彼女に聞いた、小さなアクションから繋がる未来。

萌菜が「のーぶら No Plastic Japan」を立ち上げたのは約2年前。4年前にイギリスから東京に拠点を移した彼女は世界が誇る日本のサービスに感心する反面、その裏側に見た廃棄されるゴミの多さに疑問を抱いた。

「大学に入る前から環境や社会問題に興味がありましたが、当時はそのことで誰かや何かに対して働きかけることはありませんでした。大きなきっかけは、4年ほど前に生活の拠点をイギリスから日本に移したことです。それまでは観光客と同じように、日本のサービスの良さや便利さに驚いて喜んでいましたが、実際に生活を始めると、その分ゴミが出ていたり無駄が多いことに違和感を感じて、ゴミを減らすために何かできないかと『のーぶら No Plastic Japan』を立ち上げました」

「のーぶら No Plastic Japan」のヒントとなったのは、バリで出合った1本のストローだった。

「最初は環境問題について興味のある友人たちと話すように、同じ思いの人がいるのだと発信するだけでもいいと思ってたのですが、ちゃんと外側に発信していくにはまとまった意見が必要だと気がつき、次のステップとして何ができるだろうと考えました。エコバックは作らずとも何かしら代用できるものが家にあるだろうし、マイボトルは昔からあるタンブラーやマグカップを使えばいい。すでにあるものではなく、これからもずっと使えるものを——それがストローでした。」

そのきっかけとなったのが、バリで出合った竹のストロー。これなら違和感なく生活のなかに落とし込めるのではないかと思ったのですが、日本では割り箸になっていたりと、どうしても使い捨てのイメージが強い。そこで、煮沸消毒や食洗機を使うことができても使い捨てでもなく、カトラリーと同じ感覚で使いやすいステンレスで作ることにしました」

2020年に入り、スターバックスが日本でもプラスチック製ストローの全廃に向けてFSC®認証紙ストローの提

供を始めるなど、この数年で大企業のあり方も変わり始めた。

「この2年で、お店や消費者の意識も変わってきたと思います。以前は、お店でマイストローを持っていくだけで、何かと質問されたり不思議がられていましたが、今ではマイボトルが浸透してきたように、マイストローも受け入れられるようになったと感じます。他にも、お店自体がプラスチックのストローをやめて他の素材に変えていたり。それに、企業からの問い合わせがこの1年で大きく増えんです。以前はオーガニックカフェなど、元々エコな取り組みに意識のあるお店が多かったのですが、今では一般的な大企業が一緒に取り組んでくれたり、社会全体の意識が変わってきたのを感じます」

日々の生活のなかでできるほんの小さなアクションや気軽なチャレンジが、この先の環境を守ることに繋がっていく。

「私自身はマイボトルを持ち歩いたり、包装されていない野菜を買うようにしたりしています。無理やり頑張って何かしようとしても続かないので、難しく考えずに楽しくチャレンジしてみるんです。続けていくうちに習慣になって、結果が見えてくると『もうやめられない!』と、いつの間にかそれが当たり前になるので。」

それにコロナの影響でおうち時間が増えた分、今までとだけゴミが出ていたのが気が付くきっかけになったかもしれません。だから、テイクアウトできるお店には容器を持参して、その情報をシェアしたり、同じように行動する人が増えてそういうコミュニティが広がればいいなと思います。自分にも他者にもプレッシャーをかけず、気軽にトライすることが何か始めるきっかけになると思うので。

今の行動が未来に繋がるから、楽しく気持ちいい体験をみんなで共有できたら嬉しいです」

*No. では、100%天然成分かつ生分解性で土壌へ悪影響のない、サステナブルなさとうきび製のストローを使用しています。



PROFILE

榊 風人 (さかき ふうと)
職業 モデル、イベントオーガナイザー
マイボトル歴 3年
ブランド Living Co Ltd, (リビング)
Instagram @sk2tofu

「毎日買っていたペットボトルを買わなくなったらゴミも出さずにすんで、お財布にも地球にも優しい。ステッカーを貼ってオリジナリティを出したり、それをきっかけにコミュニケーションが広がるのも楽しい」

*No. では、全てのコーヒードリンクをマイボトルでテイクアウトできます。



PROFILE



yae (やえ)
職業 シンガー
マイボトル歴 3年
ブランド Hydro Flask (ハイドロフラスク)
Instagram @xxyae

「おいしいものを飲んでも結局ゴミが出てしまう。そのサイクルが昔から嫌で悲しいと思っていたけど、マイボトルを使ってからは最後まで“おいしい”だけでいられる。とても気持ちがいいです」

MY BOTTLE

ペットボトルやプラスチックのゴミ問題から、マイボトルを利用する人が増えてきた。
今、あの人がマイボトルを使う理由。



PROFILE

中村 元気 (なかむら げんき)
職業 530week 代表、アップサイクルデザイナー
マイボトル歴 10年
ブランド Klean Kanteen (クリーンカンティーン)
Instagram @cats_genki

「あったら便利という感覚で使い始めて、ゴミに関わる仕事に携わるようになってから“ボトルを持っていない日はコーヒーを飲まない”というマイルールを設けた。今ではどこへ行くにも常に一緒」

12

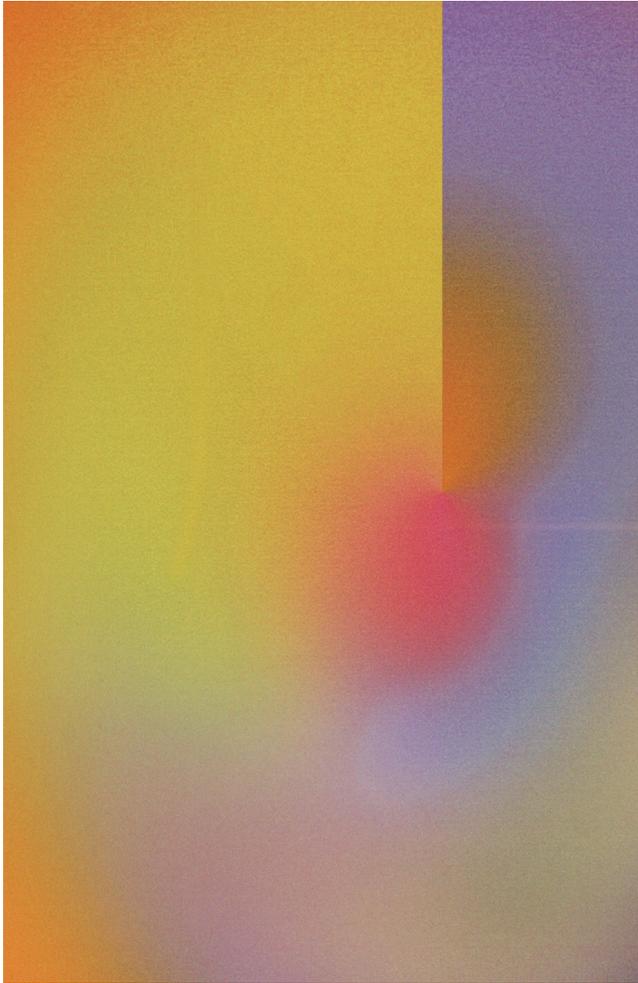


PROFILE

ペイン 理紗 (べいん りさ)
職業 学生、モデル、ギャラリーアシスタント
マイボトル歴 半年
ブランド Squireme (スクエアミー)
Instagram @_lisabayne

「自販機の横で溢れるペットボトルのゴミを見て、動物や環境のためにもマイベースにボトル生活をスタート。外出時は給水アプリ『mymizu』を使ったり、日常に取り入れてポジティブに楽しんでいます」

13



COFFEE WITH A TWIST

バリスタが淹れる香り豊かなコーヒーをさらに
美味しく味わうために、いま私たちができること。

EDITOR IN CHIEF OF NEUT

JUN HIRAYAMA

クラシックをツイストする、その本質とは？

大谷「カジュアルなバーを作るというのは、入り口を作るという意味でも重要だと思っています。もともとバーの文化は、バーテンダーになるために師匠に何年もついて学ぶ修行の世界。そこでクラシックカクテルの基礎を学び、基本のレシピがありながら、例えば相手の気分に合わせて絶妙な液体の配分をミリ単位で提供できるまでに腕を磨く。そうやって現場の中でどれだけ腕を磨いてきたかがクオリティや深みに影響する。

そういうトップレベルの人たちが崩れて敷居を下げて入り口を作るから、カジュアルに入ってきた人たちがそこに心地良さを感じることができるし、世の中でセンスと呼ばれるものがあるとすれば、そういうものなのだと思う。だけど、トップレベルをそこ（最高のレベルを知った上で崩れて敷居を下けたレベル）に見て作ろうとすると、心地良さやセンスは生まれません。見た目だけで中身の伴わないものになってしまう危険もあります」

平山「中身よりも見た目から入ることが得意な国もあるけど、日本だと見た目よりも中身を重視する風潮がありますよね」

大谷「今の時代、あらゆるものがライトでリアルな方向に向かっているけど、見た目だけで非言語から入ってきたときにどこまで理解されるのかという疑問がある。特にお酒は嗜好品なので、言語領域をどう高めていくかという課題があるときに、No. ではメニューブックを通して言葉で高めていきたいと思いました」

崩して生まれる新しい価値観

平山「メニューブックを作ろうというときに、なぜ社内で編集チームを作るのではなく、毎回編集長を変えて、外のスタッフを巻き込んでやろうと思ったんですか？」

大谷「そこには二つの理由があります。一つは、301の組織形態を考えたときに、会社というあり方の次のモデルを探りたいと思ったから。まずは301の枠組みをぼかし

て、より多くの人たちが開かれるようにしていこうと。

もう一つは、コーヒーとカクテルが繋がって生まれるものがあるように、そうやってたくさんの人たちと関わってコミュニケーションをとり、いろんな視点や思考が介入することで生まれる豊かさや、懐の広さのようなものがある場所にしたいです」

平山「『NEUT Magazine』でいうと、どんな人を取り上げるかによってメディアの輪郭が出来上がる。それはある意味、No. のインスタグラムやメニューブックを通して世界観を見ることに近い。この1年でNo. が築いてきたその世界観を、どうやって外からツイストして輪郭をぼやかして、新しい人を巻き込んでいくのか。それはかなりチャレンジングで難しいことだし、301やNo. だけでなく、大谷さんご自身にとっても挑戦でもあるのかなと」

大谷「そうですね。これまで301として取り組んだクリエイティブワークは、ある程度自分たちでコントロールできていたけど、それに対してNo. はもっと“生もの”というか。立ち上げた段階で120点だとしても、1年後には10、20点になる可能性もあって、その逆も然りて変わっていく。ただ、リードする人の力だけでそうやって点数を出せたとしても、それだけでは面白くない。それならチームや外の力を巻き込んで、どうすれば上手くいくのか試行錯誤して、失敗しながらもどんどん挑戦していく方が、一人で取り組む以上のものが生まれる。結局は面白くありたいということです」

平山「今回は僕たちに任せてくれましたが、輪郭を作るうえでどういうコミュニティをそこに置くのが重要なポイントだと思います。チームを組むために大切にしていることはありますか？」

大谷「一言で表すなら“ナラティブ”です。本質的なナラティブは、自然と置いたものをどう人たちがピックアップしやすいかも含めてデザインすることだと思います。そのために、自分たちがすべきことは、語ら

×

OWNER OF No.

SHOGO OTANI

れるべき何かを置いてあげるとのこと。今回で例えると、平山さんのチームがメニューブックに置いてくれたものを、お客さんがどう受け取るか。さらに言えば、No. がやろうとしていることをどのように捉えて語ってくれるのか。チームを組むことで広がり生まれます」

熱狂し続けること

平山「今年の10月で『NEUT Magazine』を創刊して2年経ちますが、読者0人の誰もNEUTのことを知らない時からやっているの、会ったことがない人がイベントなどで話しかけてくれて、NEUTを読んでいることを教えてくれると毎回純粋に嬉しいし、この感情はずっと忘れたくないです」

大谷「熱狂し続けるということは僕も大事にしています。このメニューブックも、『頑張る必要ないじゃん』と言われたらそれまでだし、売り上げが本質的に変わるのかもわからない。だけど、どの飲食店もやってこなかったことをやってみようという思い一つで続けています。よく両輪に例えるんですが、プランと人、二つの車輪が同じ熱量でなければ旋回して前進しない。でもそれが揃っているなら、本気を出して回し続けてコミュニティに気を送りたい。そうやって血流を回し続けたい」

平山「立ち上げ当初の情熱を持続させることが大切ですね。最後に、2年目に向けて考えていることはありますか？」

大谷「この1年で築いてきたことをベースに、ただの飲食店としてではなく、唯一無二のアイデアで、ここだからこそできるユニークネスを生み出して、飲食シーンとクリエイティブシーンをさらに繋げていきたいです」



DESIGN WITH A TWIST

「No.」のオーナーであり、「No.」を運営するクリエイティブチーム「301」の代表でもある大谷 省悟と、今号の MENU BOOK の監修を務める『NEUT Magazine』編集長の平山 潤が対談。

2020年9月で1周年を迎えたカフェ&バー、No. (ナンバー)。お店に入るとバーカウンターが私たちを迎え、香ばしいコーヒーの香りとカクテルグラスの中でツイストされる氷の涼しげな音が響く。そしてナチュラルで心地良い空間を見渡せば、広々としたオープンキッチンとガラス張りのワークスペースが。初めて訪れた人は、きっと、ここはどんな場所なのだろうと思うはず。

海外のバーカルチャーを日本へ

大谷省悟 (以下、大谷) 「海外にあるようなクリエイティブかつカジュアルなバーカルチャーを日本にしっかりと作りたい」という目標を一つのゴールに No. は生まれました。

現代のバーは、自分たちの特徴を出すために昔からあるクラシックカクテルではなく、新しいクリエイティブなカクテルを提供する文化がありますが、No. はそういったスペシャルな場ではなく、みんなにとって日々生活するような場所でありたい。コーヒーシーンからカクテル

シーンに繋げたり、今までカクテルを飲んだことがないような人たちがメニューを気軽に手にとって飲みやすい状態を作ろうと、あえてカフェ&バーという形にしています。単に新しいものを次々と生み出すのではなく、既存のものに別の視点を盛り込んでいくということの方がクリエイティブだと思うので。

昔からあるカクテルをどう“ツイスト (アレンジ)”して意味を与え、人々の生活や人生に盛り込んでいくのか、No. を始めたときから考えていることです。さらにもっと先の話をすれば、数年かけてメニューを全てクラシックカクテルにしていきたいというビジョンがありません。海外でもほとんどそのような取り組みはしていないんじゃないかな？」

平山 潤 (以下、平山) 「クラシックカクテルやトラディショナルなものを提案する過程で、ツイストという手法を使ってハードルを下げつつ、数年後にはお客さんがクラシックなものを常に飲んでいるという構想ですか？」

大谷「そうですね。原点から螺旋状に上昇している状態を“ツイスト”と表現するとしたら、全てクラシックカクテルにしたいというのはその逆。螺旋して上昇したものを起点に帰する、究極的には戻るということです。理想は、“戻るけど提案としては新しい”ということ。オーセンティックバーでしか飲めないようなカクテルを、No. のようなでもカジュアルな空間で若者たちが昼から飲んでいたらカッコいいと思うし、海外から見ても日本すごいなってビビるのではないかな。そこまで日本のカクテルシーンを変えられたら楽しい。

そもそも、海外だと“バーに行くこと”や“カクテルを飲むこと”は産業やビジネスではなくカルチャーなんです。例えば、ロンドンは世界トップレベルのカクテル文化があり、もはやそれはクリエイティブなシーンの一躍を担っている。だけど、日本では断絶されてしまっていてカルチャーシーンの中心にはないので、バーが一つの文化として成り立つように、飲食シーンとクリエイティブシーンを引き寄せていきたい。その二つを繋ぐブリッジの役目ができるのがソランくん (野村空人さん。No. のカクテル監修を行っているパートナー)で、

彼の存在は大きいです」

平山「今のお話で“螺旋”という言葉がありましたが、まさに今回のアーティスト nico ito さんに描いていただいたカバーは、“ツイスト”から着想を得て螺旋をイメージしています。バーカルチャーの話に戻ると、カジュアルな雰囲気でも美味しいカクテルを楽しめるバーがこの数年で都内に増えましたが、大谷さんから見てこれからバーシーンが変わる気配はありますか？」

大谷「僕自身の実感としてはまだそこまで感じていない。だから、日本の飲食シーンを、もっとクリエイティブシーンと密接な場に変えていきたいし、そういう空間作りのプロデュース、ディレクション、コンセプト開発の場に携わっていきたい。No. の“コーヒーからお酒を繋いでいく”というコンセプトに心地良さを感じてもらえたら、この場所自体がプレゼンテーションにもなるのかな」

PROFILE

平山 潤 (ひらやま じゅん)
Instagram @jun_hirayama

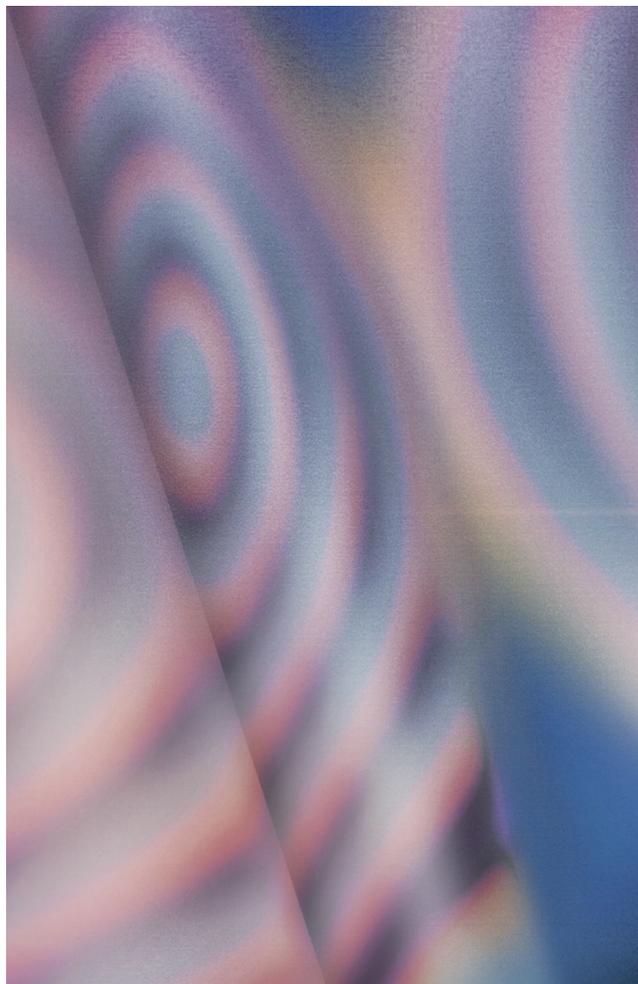
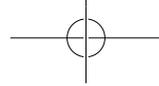
ウェブメディア『Be inspired!』編集長を経て、現在は『NEUT Magazine (ニュートマガジン)』創刊編集長を務める。より多くの人に“先入観に縛られないニュートラルな視点”を届けていくメディアとして、マスメディアで取り上げることがタブーとされるようなトピックや人に焦点を当て、発信している。

PROFILE

大谷 省悟 (おおたに しょうご)
Instagram @shogo_otani

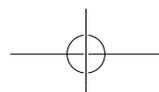
クリエイティブチーム「301」代表兼「No.」オーナー。各分野のプロフェッショナルを統括しつつ、様々なプロジェクトに携わる。「301」のオフィスでありながら「No.」としてカフェ&バーとギャラリーが融合した新しいコミュニティと空間作りを目指す。





DESIGN WITH A TWIST

日々の生活をより豊かに楽しむために。301 代表兼
No. オーナー、大谷省悟のデザインのエッセンスと
ヒントを紐解く。





BOOK AUTUMN 2020

SPECIAL FEATURE " WITH A TWIST "

P1 EDITOR'S LETTER

DESIGN WITH A TWIST

P6 SHOGO OTANI × JUN HIRAYAMA

COFFEE WITH A TWIST

P12 MY BOTTLE

P16 MY STRAW

P18 MY MILK

COCKTAIL WITH A TWIST

P22 MY BOOK

SPECIAL FEATURE " WITH A TWIST "

EDITOR'S LETTER

TEXT by JUN HIRAYAMA

シーズンごとに異なるテーマとゲストエディターを迎えて送る No. の MENU BOOK。
記念すべき第 1 回は、「WITH A TWIST」をテーマに、先入観に縛られないニュートラルな視点で物事を発信するウェブメディア『NEUT Magazine』編集長の平山 潤を迎えてお届けする。

桜が散っていることさえも知ることができなかった今年の春は、“自宅で過ごす時間が増えたから”か、コーヒーを自分で淹れることも増えた。そして、そのコーヒーをドリップする数分間、ぼくにとって“自分で自分の生活を作っている気分”にさせてくれる安らかな時間”であることに気付いた。

長い梅雨が明け、外に出たくもないほどの暑い夏がきて、“気をつけながら”カフェにも行けるようになり、ぼくはいつかのあの日常を取り戻した気分得意げに「コーヒーをください」と店員さんに言って数百円を支払った。すると、あの感じのよかった店員さんが淹れてくれたおいしいコーヒーが数分後には目の前に現れる。

孤独と寄り添い、人を想うことを繰り返したこの 2020 年前半の半年間は、“自分でコーヒーを淹れることも、だれかにコーヒーを淹れてもらえることも、尊いのだ”ということ、ぼくに教えてくれた。

もうすぐ紅葉の綺麗な秋がくる。“自宅で過ごす時間が減ったから”か、自分でコーヒーを淹れることも減ってしまった。

せっかく自分でコーヒーを淹れることは“尊いのだ”と気付いたのに、習慣にはならなかったのだ。

今回、No. (ナンバー) の MENU BOOK の特集を担当すると決まったとき、習慣やルーティンを生活に取り入れるのが苦手なぼくは、改めてどんな習慣が自分には必要なのか、必要じゃないのか、そんなことをこの冊子を手にとったあなたと考えられる特集にしたいと思った。

今年の 9 月で 1 周年を迎えた No. のフラッグシップカクテル「ON NUMBER」は、マティーニ、ネグローニ、グムレット… “THE” がつくほどの王道クラシックカクテルたちが 10 種類並ぶ。しかし、このカクテルたちはただのクラシックカクテルではなく“ツイスト”が効いているという。“ツイスト”と聞くとダンスや髪型をぼくは連想してしまうのだが、「なるべくシンプルな構成で作られているクラシックカクテルにバーテンダーが“アレンジを加えること”を“ツイスト”と表現するんだよ」と No. のオーナーの大谷さんが教えてくれた。

ステイホーム期間は、近所の友達とスーパーへ買い物に行ったり、公園で読書したり、外食もせずに自炊を毎日したり。シンプルになっていくこの生活にどう“ツイスト (アレンジ)”を効かすのか? No. の“クラシック&ツイスト”がテーマのカクテルを楽しみながら、そして No. の 1 周年を祝いながら、本誌で提案する“ツイスト (WITH A TWIST)”を生活に取り入れてみてはどうだろうか。

