

まちの珈琲豆卸からメーカーへの転身、新たな展開を目指す

売上拡大

施策活用

企業名

株式会社富士珈琲

企業
プロフィール

【業種】 卸売業
【代表者】 代表取締役 阿竹 実 氏
【創業年】 昭和43年
【従業員数】 5名以下
【URL】 <https://fuji-coffee.co.jp>



事業の現状と
相談のきっかけ

ヒアリングによる
課題の整理

課題解決の
提案・アドバイス

● 新たな展開を目指す

・もともと三重県内の喫茶店など飲食店に珈琲豆を中心に喫茶店向け食材卸を行っていた。
・一時期は1000店舗以上の取引があったが、個人店舗の減少により売り上げが低迷していた。そのような時期に現経営者の先代が急逝し、社長を引き継ぐことになった現社長の阿竹実さんは、新しい珈琲が作れないかと商品開発をきっかけに、新しい経営に向けて総合的な観点から相談をおこなった。

● 過去にこだわらない事業展開の見直し

・近年のコンビニエンスストアでの100円珈琲やチェーン店の台頭により経営が珈琲豆の世界相場によっては赤字も覚悟の経営状態になってきていた。
・一時期には松阪と本社に直営カフェを持ったが、人件費等の経費の圧迫で期待できるような利益は生まなかった。

● 新商品から始まる販路開拓

・流通現場で珈琲豆の新規参入があることをトレンドで感じ取ったCOは、焙煎豆を「津焙煎」として販売を行うこととし地元デザイナーなどをコーディネート。
・地元の高級路線スーパーに商談マッチングを実施し販売を開始。
・マスコミ等へのアプローチで話題を作り、販売に向けての商品開発や商流づくりが無事進んでいくようアドバイスを行った。

取組内容と成果

事業者の声

● 新たな新分野の確立と経営の未来展望

・夏用の商品として、濃縮タイプのカフェオレベース、津焙煎アイスコーヒーなども発売し、年間を通じての商品展開が行えるラインナップを展開している。
・コロナ禍のなか外食関係は厳しい状況であり、5年ほど前から同時に推進してきた飲食店でも伊勢志摩地域の大型ホテル等へのオリジナルブランド提供なども厳しいが、中小零細喫茶店向け販売が半分程度に減少する中、流通向け商品は全体の2割ほどを占め安定的な売り上げを獲得、大手ホテル等への売上げとともにこの2業態で全体の売上げの約半分を占めるほどになってきている。今後はネット販売などで富士珈琲ブランド化を推進していく。

コーディネーターとの出会いは運命的なものを感じます。商品開発から販売先、流通関係への知識人脈だけでなく、経営全般において何が必要で何が不要かを適切にアドバイスを頂いていると感じます。
経営者としてはまだまだだと感じていますので今後もアドバイスを続けてお付き合い願えればと感じています

コーディネーター

よろず支援拠点 高垣 和郎

マーケットが変化する中で、自社の置かれている環境を客観的にとらえ、時代に合った事業や商品を作り出し、市場に送り出していくとする姿はとても素晴らしいと思います。そうした取り組みのどのフェーズにおいてもお役に立てればと考えています。



富士珈琲