

ナガハマコーヒー株式会社

大仙市大曲栄町13-68

法人・個人の顧客情報の連動管理によりITを活用した カフェ業務の展開、効率的な商品配送体制の整備を実現

【事業計画名】法人顧客と個人顧客の連動による新たな業態開発とサービス向上



顧客連動データシステムを導入したPOSレジスター



厳選した生豆をこだわりの焙煎方法で提供

取り組みの経緯

ナガハマコーヒーはコーヒー豆の焙煎から卸売、小売、喫茶（10店舗）を行うカフェ事業部と、約2,000件の法人顧客にコーヒー豆などを配達するオフィスコーヒー事業部を展開している。

近年のコーヒー業界は大手チェーン店の地方都市進出、コンビニの淹れたてコーヒー市場の拡大などにより競争が激化しているものの、同社は流通量が少なく大手が手を出しづらい希少価値のある生豆をコーヒー豆の国際審査員（兼ブラジル政府公認コーヒー鑑定士）である社長と常務が厳選して仕入れし、こだわりの焙煎方法で提供することで差別化をはかっている。

同社では各事業部が多くの顧客会員を有しているが、会員情報の連動が無く情報活用に課題を抱えていた。また、情報に基づく工場作業（注文→ブレンド→焙煎→梱包→発送）の効率化をはかる必要もあった。

実施内容

各事業部が保有する会員情報を一元管理して有効活用するため、顧客連動データシステムを導入したほか、焙煎したての鮮度の高い商品をスムーズに提供するためロータリー式包装機を導入した。

法人・個人会員情報をそれぞれの事業部が管理していたため、機会損失や営業活動への反映が出来ない状況もあったが、法人会員である勤務先の注文・配達に併せて個人会員である従業員の注文・配達にも応じられるようになった。また、カフェオーダーにタブレットを導入することでスピーディな商品提供が可能となったほか、販売履歴からニーズを先読みすることなどにより、積極的な営業活動につなげることも可能となった。

また、これまで手作業で行っていた商品の袋詰め作業に包装機を導入したこと、ミス無く効率的な作業が行え、工場での作業時間が大幅に短縮した。

事業の成果

オーダーへのスピーディな対応に加え、お客様の細かな指示・嗜好（例：ミルク多目、パスタ固ゆなど）を登録することで、サービス提供漏れの防止や次回以降の接客への活用が可能となった。また、オフィスコーヒー事業部では顧客情報の共有に加え、新商品の特徴や使い方をタブレットで説明することも可能となった。

「コーヒーは嗜好品であり安価なコーヒーで満足できなくなつたお客様が当社のカフェに来店する流れがある」と長濱社長は語っている。業界内の競争は激化しているが、差別化をはかる同社にとっては、競争がプラスに働いている側面がある。



導入したロータリー式包装機



焙煎機による焙煎の様子



オシャレで落ち着いた雰囲気の店内

今後の活動予定

同社では6年ほど前から「コーヒーアドバイザー」の社内資格制度を整備している。最上位のゴールド保有者は未だゼロの難関だが、当面は社員教育に力を入れ体制整備をはかる考えにある。昨年度にはカフェの新店舗を3店舗（大館、能代、盛岡）立ち上げし、新たな採用も行っている。事業拡大が続くなかで、長濱社長は「商品を販売している人間が商品の特徴や美味しさを分からなければ、お客様にその良さを伝えられない。社員教育は筋力トレーニングに通じる部分があり、地道に継続することが大事」と語る。



ナガハマコーヒー株式会社

代表者	代表取締役 長濱 浩一
設立	昭和56年4月
資本金	2,000万円
従業員数	120名
業種	飲食料品小売業
TEL	0187-63-0207
FAX	0187-63-6780
URL	www.ncafe.co.jp



代表取締役
長濱 浩一さん