

事業計画名【平成28年度】

業務用珈琲事業から消費者向け珈琲事業へ進出する経営革新事業

Overview ～事業概要～

- 工程・在庫等管理体制整備と分配機更新による生産性向上
- X線検査機導入で異物混入検査が可能となり、品質保証体制を構築
- コンシューマー向け多品種小ロット製品の開発

Products

～取扱商品～

珈琲豆と人との繊細なコミュニケーションの繋ぎ手として フジエダ珈琲株式会社

当社は、人がつくり・人が運び・人が飲む、“人から人へ繋ぐ”「コーヒー」が主要な商品であり、珈琲豆の加工製造から卸売、直営カフェでのご提供や物販・通販に至るまで、栽培以降の流通工程を一貫して担うことで、全てのお客様に高品質の美味しいコーヒーと、感動と喜びをお届けできるよう、日々努めている。



【当社のビジネスモデル】



BackGround

～事業化にいたる経緯・背景～

【業務用卸売の需要低迷と、コンシューマー市場の需要増】

業務用卸売の主要取引先であった地域喫茶店は軒並み減少し、大手喫茶チェーンが台頭。卸売事業・店舗事業の取組みでは低成長あるいは現状維持に留まると考えられた。反面、コンシューマー市場においては、特にレギュラーコーヒーの需要が増え、家庭での消費量も増加しており、今後の経営方針として、本業のコーヒー製造部門をさらに強化するべく、コンシューマー向け自社商品開発を手掛けることとした。

【大手との差別化・ローカルブランドという付加価値】

基本戦略としては、大量生産品や大手NBブランドへ対抗すべく、大手には対応できないお客様のニーズに合った味覚の製品の多品種生産を行い、「奈良県産」というローカルブランド化することで付加価値を高め、セレクトショップや百貨店等、ライフスタイルにこだわりの強い顧客層をターゲットとする小売業者に絞って展開していく。

コンシューマー市場に進出するに当たり、現有の生産体制で多品種少量生産と異物混入等の品質保証体制を整えるために、本事業による取組みを行う。



フジエダ珈琲 株式会社

- 設立 昭和50年1月
- 所属組合 大阪珈琲商工組合
- 資本金 2,000万円
- 従業員数 17名
- 事業内容 珈琲の加工製造・卸売事業・小売販売事業
- 本社所在地 奈良県大和郡山市大江町112-1
- TEL 0743-52-6660
- URL <http://www.fujieda-coffee.co.jp/>
- E-MAIL info@fujieda-coffee.co.jp



■代表者 代表取締役 藤枝 一典

経営理念「Life×Coffee×Quality」を掲げています。人と社会にコーヒー文化を通じて“より良く”を生み出すために組織一丸となり取り組んでいます。本事業もお客様へ様々なコーヒー文化をお届けできるようにするために使用させて頂いております。多品種小ロットの生産体制を作るための自動計測機、食の安全を守るためのX線検査機を導入しました。これらを用いて経営理念を目指してスタッフ一同取り組んでまいりたいと思います。

Contents

～事業の詳細・成果～

【多品種少量生産体制と品質保証体制の構築】

本事業の成果としては次の3点が挙げられる。

1. 生産性向上
2. 品質保証体制の強化
3. 新製品開発

多品種小ロット生産を見越した新設備の導入により、製造速度の向上、異物混入率の低減が実現したため、生産性が大幅に向上、品質・安全性も併せて向上した。

開発したコンシューマー向けの新製品は、開発時において他社品との差別化を狙い、味覚のエビデンス化を実施。味の数値化による根拠はインナーブランディングにも影響し、販売員の自社製品に対する自信や説得力の向上という好影響をもたらした。

生産工程管理の徹底

- 構内の整理
- 品種・用途別の区分け・別管理
- 在庫・保管場所の確保

X線検査機の導入

- 金属以外の異物にも対応可能
- アルミ包装後に検査する事により、更なる安全性が向上

製造速度の向上

計量・包装：約17～30%
異物混入検査：約90%
の処理時間の短縮が実現

自動計測機NESRの導入

- 多品種小ロット生産に対応
- ロードセル(計量器)の応答速度向上
- 振幅調整による分配速度の向上

味覚のエビデンス化

- 官能検査に加え、8項目の味覚について数値化
- 他社品との比較・差別化が容易に

インナーブランディングへの影響

味のエビデンス化により、自社製品の「味」に対して自信・説得力が向上

Task

～事業化における課題～

課題 万人受けではない商品

開発した商品は万人に受け万人が飲めるものではなく、珈琲にこだわりのある層をターゲットとしているため、付加価値・価格が高い設定となった。そのため、製品のストーリー性・イメージ化が重要であり、販路・販売チャネルが限定されると考えられた。



Solution

～解決への道筋～

施策 連携先との協力

連携先企業と協力し、製品をブランド化。ローカルブランドとして「奈良」をイメージさせるべく、ブランド名は「奈良藤枝珈琲焙煎所」とし、各バリエーション別に名称・パッケージデザインを作成した。

スーパー等の量販店や一般商店では流通させず、こだわりのある商品を取り扱うセレクトショップや、百貨店などの販売チャネルを想定、販路開拓を目指す。



Future

～今後の事業スケジュール～

- 一般消費者を対象とした販路開拓（セレクトショップ・百貨店）の継続
- 「奈良藤枝珈琲焙煎所」のブランド力を向上させ、派生商品の開発、新規販売チャネル（ブランド名を冠した純喫茶・インバウンド向けのジャパニーズカフェ等）の展開
- 売上目標：5年後に初年度実績の約5倍を目標