

カフェ・喫茶店向け

原価高騰

人件費高騰

に対応する!

コーヒー専門店

業績アップセミナー



☞ セミナーでお伝えするポイント

- ☑ コーヒー豆の物販売上比率を高めることで高収益化する方法とは?
- ☑ 「単品多用途」の発想で“ギフト需要”獲得!
- ☑ 名物カフェメニューの開発のポイント
- ☑ SNSで集客するための活用方法! ほか

特別に中面にてセミナーの内容を一部公開!!



Unir 特別ゲスト講師

京都を中心に6店舗展開

株式会社ヒサシヤマモトコーヒー

代表取締役 山本 尚氏

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆様、および関係者の皆様に心よりお見舞い申し上げます。

主催

明日のグレートカンパニーを創る
Funai Soken

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

コーヒー豆販売で事業成長するセミナー

船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

※お問い合わせの際は(セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名)を明記の上、ご連絡ください。

お問い合わせNo.S097133

Webからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → 097133

カフェ・喫茶店のこれからの成長にお悩みの事業者の皆様にご覧いただきたい内容です!

- ☑ コロナ禍で売上が大きく毀損してしまい
いまだに売上が回復していない。回復めども立っていない。
- ☑ 緊急事態宣言や、感染拡大状況が変わるたびに売上が変動し
なかなか売上が安定化しない。
- ☑ 人手不足が深刻で、今後の運営にも不安がある。
- ☑ 原価高騰が厳しく、低原価な商品を模索している。
- ☑ 今後も安定・持続的に成長していけるビジネスモデルがほしい。
- ☑ 流行り廃りに左右されず、対象が広いビジネスを行いたい。

その経営課題、実は!

コーヒー豆の物販で 解決できます!

店内売上を前提としたカフェスタイルのみの経営では、今後も外部環境の大きな変化が起こる度に、売上が不安定となってしまいます。実はコーヒーの小売部門は直近20年ほぼ一貫して右肩上がり市場成長中で、コロナ禍でそのニーズはさらに拡大しています。上手に物販売上比率を高め、収益性を高めていきましょう。



株式会社船井総合研究所
地方創生支援部 外食チーム②
リーダー 玉利信

次ページで成功事例を解説!

成功事例

コーヒーを中心とした物販売上に特化することで大きく成長!



高い豆売り比率が高収益・多店舗展開の鍵! Unirを展開する株式会社ヒサシヤマモトコーヒー

京都を中心にスペシャルティコーヒーの専門店「Unir」等を6店舗展開。
1号店創業当時は店内で座席も設けたカフェスタイルをメインとしていたが、売上傾向の分析や試行錯誤を重ねた結果、最終的には**コーヒー豆を中心とする物販を主体とした店舗形態に変更し、業績を大きく伸ばした。**

現在は店舗併設のガラス張りの**自社焙煎工房**で焙煎した豆を各店舗に配送し、販売する。ほとんどのコーヒー豆を直接買い付け、生産国からダイレクトに仕入れ、それを日本でも数少ない最先端の焙煎機を使用して焙煎することでよりスペシャルティコーヒーの高品質な味わいを追求している。

利益率の高い小売での**豆売り**が約4割、**卸事業**で約4割と、安定感のある事業売上を獲得し、着実に成長を続けている。

なぜコーヒー豆の小売がいいの？ データとともに徹底解説！



コーヒーの小売部門における市場は直近20年で1.35倍市場成長!さらにコロナ禍でもおうち需要の高まりを受けてさらに市場が成長しました。一方、店内売上を前提とした喫茶代はコロナ禍で大きく減少。物販売上アップが今後の売上安定と事業成長には必須となります!

その他データからは、

- ☑ **家庭内での需要が大きく、**
コロナ禍でも市場成長している!
- ☑ **インスタントコーヒー・缶コーヒーの需要は年々減少し、反対にレギュラーコーヒーやリキッドの需要が年々増加傾向中!**

☞このことからおうち需要を捉える物販商品が好調で、さらに本物志向の高まりにより高品質な商品が求められていることがわかります。

スペシャルティコーヒーの自宅用商品の販売に注力することがおすすめです!

高い物販売上を獲得するための 商品・販促のポイント

単品多用途の考えで
幅広い品揃えがポイント!



自宅でコーヒーを飲む習慣の無いお客様がいきなり単価の高いコーヒー豆を買わないため、まずは興味を持って来店いただいた**ビギナーのお客様**に手軽に自社の商品力や世界観を体験いただくことが重要です。また自家消費だけでなく、**ギフト需要**などの他の動機への対応が繁盛店化のポイントです。

世界観や楽しみ方を
発信するSNSがポイント!



販促の中で特に大事なのが、**自社を知っていただくきっかけとなるSNSの活用法**です。特に写真や画像が中心のInstagramにおいては、商品やイベントの宣伝ばかりでなく、大切にしている想いや共有したい世界観、商品やサービスへのこだわりや、コーヒーの楽しみ方の発信による**ファン獲得**が大事です。

中長期で実現したい 物販売上を中心とした事業展開

<船井総合研究所がおすすめするコーヒーでの多角化経営>



多チャネル展開することでコーヒー事業
全体の売上安定、持続的成長を実現!

旗艦店(本店)を軸に、コーヒーというひとつの商材に特化することで専門性と生産性を高めつつ、事業範囲としては「外食～中食まで」、そして「BtoC～BtoB」まで網羅的に展開していくことで、外部環境の変化に大きく左右されず、かつ安定度合いの高いコーヒー事業を構築していくことが可能です。

コーヒーは、数あるフード商材の中でも老若男女、どの顧客層にも受け入れられやすいジャンルであるため、商圈や利用動機に合わせた多様な事業展開ができるのが大きな特徴です。地域で持続的に成長するフード事業を構築していくことができます。

船井総合研究所がおすすめる コーヒー豆専門店のビジネスモデル

＜カフェ中心の店舗と豆売り中心の店舗との違い＞

| | 豆売りが中心の業態 (豆物販について) | 飲食を伴うカフェ中心の業態 (飲食部分について) |
|---------|--|--------------------------------|
| 粗利 | 80% | 70~75% |
| 客単価 | 1,500~2,000円 ※100g800~900円の豆を 200~250g購入する | 500円~800円 |
| オペレーション | ドリンクやフードなどの 難しい外食オペレーションが ほとんど無い。 | ドリンクやフードなどの 難しい外食オペレーションがある |
| 必要人員 | 2名~ | 30席のカフェなら3~4名 |
| 初期投資 | 小坪で物販中心だから低い ※サテライト店で約700万円 | 厨房設備・店内座席づくりなど 初期投資がかかる |

※船井総合研究所クライアント企業実績を基にした目標値モデル数値です。
※個別の商圏、物件によって目標値の設定は異なります。

＜コーヒー豆が売れやすい2大立地＞

| | 地方郊外ロードサイド | 大都市ベッドタウン |
|--------|--|---|
| エリア | 郊外ロードサイド | 住宅街（最寄り駅から徒歩圏内） |
| 商圏人口 | 自動車10分圏内で15万人以上 ★地方の場合は5万人以上 | 自動車10分圏内で50万人以上 |
| 世帯年収 | 460万円以上 | 500万円以上 |
| 駐車場台数 | 豆売り中心の店舗 7台以上が目安 ※カフェ併設の場合は15台以上が目安 | - |
| 駅からの距離 | - | 300m 以内が目安 |
| 駅の乗降客数 | - | ・東京や大阪=5万人/日以上 ・名古屋、博多、仙台、札幌などの大都市=2万人/日以上 |

**地方郊外なら5万人商圏でコーヒー豆の
物販を中心に、一部ドリンク販売もしながら
月商300万の繁盛店売上を目指せる!**

カフェ・喫茶店を数多くサポートしてきた船井総合研究所の玉利が「ズバリお答えします!」よくある質問

Q.1 売上を上げるために、何をやったらいいですか?

A.1

コロナ禍を経て、お客様の飲食店選びの目線はさらに厳しくなっております。競合他社と差別化し、目的来店を作り出すような名物商品を開発するとともに、店内売上に頼らない仕組み = **物販売上を高めていく**工夫が、これからのカフェ・喫茶店経営においては必須です。

Q.2 いきなりコーヒー豆の販売をして売れるんですか?

A.2

一般的にはコーヒー豆の販売で売上が軌道に乗るまでは時間がかかります。ただし、新規客を呼び込む**SNSやメディア活用**、そしてチラシ等を活用したアナログ販促と、それによって来店されたお客様への**囲い込み施策**の強化によって、早期に会員基盤を固め固定客化を図っていくことで売上を獲得していくことが可能です。

Q.3 地方郊外でもコーヒー豆って売れるんですか?

A.3

地方郊外こそ、チャンスが広がっています!

繁華街やビジネス街よりも、周辺に居住人口を抱えている郊外エリアのほうがご自宅でのコーヒー需要を捉える商品としてのコーヒー豆やその他の物販商品が売れやすいです。また繁盛店のように「**単品多用途**」の考え方で、自家消費だけでなくギフト需要も上手に捉えることが売上アップのポイントです。

Q.4 やっぱり自家焙煎をやらないといけないですか?

A.4

必ずしも必要というわけではありませんが、物販をした際の粗利率は変わってくるため、おすすめはしています。立地や物件規模、今後の計画等によって、船井総合研究所が柔軟にプランをご提案します。

コーヒー物販について徹底解説する セミナー開催のお知らせ

コーヒー豆販売で事業成長するセミナー

| 講座 | 内容 | 講師 |
|------|--|--|
| 第1講座 | コーヒー豆販売で 店舗展開を実現する事業戦略 | 株式会社ヒサシヤマトコーヒー 代表取締役 山本 尚 氏 |
| 第2講座 | 年商1億円事業の スペシャルティコーヒー専門店の ビジネスモデル | 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 外食チーム リーダー 玉利 信 |
| 第3講座 | 高収益なコーヒー事業を つくるための商品・販促戦略 | 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 外食チーム リーダー 玉利 信 |
| 第4講座 | コーヒー事業参入を 決断する上でのポイント | 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 マネージングディレクター 横山 玟洙 |

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

開催要項

お問合せNo.S097133

日時



- 日程①** 2023年3月29日(水)10:00~12:30 ※お申込期限：3月25日(土)
ログイン開始時間 (09:30~)
- 日程②** 2023年3月30日(木)10:00~12:30 ※お申込期限：3月26日(日)
ログイン開始時間 (09:30~)
- 日程③** 2023年4月13日(木)14:00~16:30 ※お申込期限：4月9日(日)
ログイン開始時間 (13:30~)

場所

- ・本講座はオンライン受講となっております。
- ・諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
- ・オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。
- ・Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 Web参加」で検索
- ※全日程とも内容は同じです。ご都合のよい日程をお選びください。

ご参加 料金

一般価格 税抜20,000円 (税込22,000円) / 1名様 **会員価格** 税抜16,000円 (税込17,600円) / 1名様

●お支払いが、クレジットの場合はお申込み手続き完了後の案内(メール)をもって、セミナー受付とさせていただきます。銀行振込の場合はご入金確認後、お送りする案内(メール)をもってセミナー受付とさせていただきます。●銀行振込の方は、税込金額でのお振込みをお願いします。お振込みいただいたにも関わらずメールがお手元に届かない場合や、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。尚、ご入金を確認できない場合は、お申込みを取消させていただきます。●ご参加を取り消される場合は、開催3日前まではマイページよりキャンセルをお願いします。それ以降は下記船井総研セミナー事務局宛にメールにてご連絡ください。尚、ご参加料金の50%を、当日の欠席は100%をキャンセル料として申し受けますのでご注意ください。●会員価格は各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み 方法



右のQRコードよりお申込みください。
クレジット決済が可能です。
受講票はWeb上でご確認いただけます。

または、船井総研ホームページ (www.funaisoken.co.jp)、
右上検索窓にお問い合わせNo.097133を入力、検索ください。



お申込みはこちらからお願いたします。

お問合せ お申込



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

内容に関するお問合せ / 玉利 お申込みに関するお問合せ / 佐野

TEL : 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください。