

店舗サイズ15坪～ 投資1500万円～ 投資回収3年目標 豆の小売・卸で収益アップ 1拠点売上最大化

異業種からの
新規参入◎

自家焙煎コーヒー専門店ビジネス

船井総合研究所がおすすめするコーヒー専門店のビジネスモデルは、焙煎士やバリスタといったコーヒーの専門職が社内になくても最新の全自動デジタル焙煎機や抽出マシンを使って、高品質なコーヒー提供と運営ができる自家焙煎コーヒー専門店です。旧来型のカフェ売上だけの業態ではなく、コーヒー豆の小売や卸も売れるように設計されたビジネスモデルです。

初期投資イメージ	月商推移モデル	収益モデル
施工関連 850万円	 コーヒー豆小売は リピートビジネスだから 売上が積み上がっていく! 3年後 350万 ▼ 豆小売170万 ドリンク100万 卸80万 ◎徐々に売上が上がり 約3年で投資回収! ◎カフェのドリンク売上 だけじゃない! 豆の小売と卸で 売上の柱が複数作れる!	月商 350万円
機材 590万円		原価 100万円
販促 160万円		人件費 90万円
その他 90万円		その他 70万円
1,690万円 ※概ね1,500～2,000万円ほど		営業利益 90万円
		利益率 約25% ※営業利益は償却前

いま参入すべき!自家焙煎コーヒー専門店について分かるセミナー

第1講座	人口5万人の地方でも参入可能 投資回収3年、小さなコーヒー専門店の参入モデル 船井総合研究所がおすすめするコーヒー専門店ビジネスモデルである、15坪の小さな店舗からスタートできて、初期投資1500万～、年商3000～4000万、利益率20～30%、投資回収2～3年のスモールスタートができる高収益コーヒー専門店のビジネスモデルをつくることから、卸・店舗展開・サブスク・通販、と広げていくことで年商1億超えをするための中長期的な事業戦略まで解説いたします。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 リーダー 玉利 信	
特別 ゲスト 講座 第2講座	人口5万人の町でも物販中心の店売りと通販と卸で繁盛店に 自家焙煎珈琲専門店 KAMIN COFFEE ROASTERS成功の秘訣 地元の有名カフェ店で立ち上げメンバー・店長を10年経験する中で、同じコーヒーでも、おうち需要としてのコーヒー豆や車社会の地方郊外での需要としてのドリンクの市場の良さに気づき、自家焙煎コーヒー専門店KAMIN COFFEE ROASTERSを2020年10月にOPEN。人口わずか5万人の和歌山県岩出市でも、コーヒー豆、ドリンク、卸、通販と幅広い展開を行うことで繁盛店売上を獲得。週2定休・2人体制の店舗運営でも地域に愛されるお店づくりを行なう方法について、たっぷりと語っていただきます。 KAMIN COFFEE ROASTERS 代表 西田 武史 氏	
第3講座	こうすれば上手いく!小さな高収益コーヒー豆専門店のつくり方と繁盛化のポイント ・立地、物件の選び方 ・売れる商品ラインナップの仕方 ・投資回収2～3年のスピード回収をするための早期集客術 ・SNS、メディアの上手な活用法 ・オペレーション効率を高める店舗設計 ・店舗運営方法<1日の作業> ・他社と差別化するためのブランディング、コンセプトの作り方 ・店舗展開、通販、卸など、コーヒーで成長しつづけるための中長期戦略 など、これならうちでも成功する!と確信を持ってもらえるコーヒー事業の気になるポイントを、事例とともに解説します。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 光永 春華	
第4講座	コーヒー事業参入において経営者として押さえるべきポイント コーヒー事業を立ち上げて成功と失敗を分けるポイントやコーヒー事業に投資する上での決断の後押しになるような、経営の原理原則と時流適応について解説いたします。 株式会社船井総合研究所 地方創生支援部 リーダー 玉利 信	

開催日時

東京会場 2024年 7月2日火 14:30～17:30 (受付開始:開始時刻30分前～)

船井総研グループ 東京本社 サステナグローススクエア TOKYO
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号 東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー35階
JR「東京」駅 地下直結(八重洲地下街経由)

※【2024年4月1日】より八重洲に移転いたしました、ご来場の際はご注意ください。

諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場はマイページにてご確認ください。また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。
尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

お申込み期日 銀行振込み:開催日6日前まで クレジットカード:開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます。

受講料 一般価格 税抜20,000円 (税込22,000円) / 一名様 会員価格 税抜16,000円 (税込17,600円) / 一名様
※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

 【QRコードからのお申込み】
右記QRコードからお申込みください。

 【PCからのお申込み】
<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/114999>
船井総研ホームページ(<https://www.funaisoken.co.jp>)の
右上検索窓に「114999」をご入力し検索ください。



E-mail E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp TEL 0120-964-000 (平日9:30～17:30)

※よくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索して確認ください。
※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。

小さな街でもカフェ参入したい方向け

✓ 人口5万の地方都市
✓ 9坪の店舗 ✓ 2名運営

営業利益
25%
実現!

月商350万を 達成したビジネスモデル

POINT①

お持ち帰りドリンクで
売上100万!

POINT②

自家焙煎コーヒー豆で
売上180万!

POINT③

豆の卸・ギフト通販で
売上70万!

商圈人口5万人の地方都市で成功しているカフェ業態モデル公開



特別ゲスト講師

KAMIN COFFEE ROASTERS
代表 西田 武史 氏

- ✓ 和歌山県岩出市という人口5万人の地方エリアで2020年10月創業。
- ✓ 地元の有名カフェ企業にて店舗立ち上げと店長を10年経験した経験から、席あたり売上に頼るカフェの売上方式を進化させたビジネスモデルを開発!
- ✓ 店内外にはちょっとした木製ベンチのみ、テイクアウトドリンク売上のみで月商100万を売り上げる。さらに、店内に設置された焙煎機で自家焙煎したコーヒー豆やギフトの売上で月商180万以上の売上を獲得している。
- ✓ コーヒー豆の卸や通販にも取り組むことで、人口5万人の地方都市でも9坪の販売スペースで月商350万を達成したモデル事例!
- ✓ 近隣有名パティスリーとのコラボなどで、いまでは市外からも人気
- ✓ コーヒーを軸にした新商品開発によって、ギフトや季節商品も売れる仕組みも構築中!

地方の高収益・小型コーヒー専門店セミナー

お問い合わせNo. S114999

主催



サステナグロースカンパニーをもっと。

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

当社ホームページからお申込みいただけます。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。

114999



人口5万人の町でも**成功事例**あり!小さなカフェの高収益化手法を公開! ドリンク売上だけじゃない!**自家焙煎コーヒー&豆販売、卸、通販**でも売上を作るカフェ

あなたの街でも、全自動焙煎機と付加価値の高いコーヒーのお店をオープンしませんか?

事例公開

ドリンクで**月商100万を確保**
さらに自家焙煎コーヒー豆の
小売で**+180万を売り上げる!**

コーヒー豆の自家焙煎と小売で圧倒的売上を獲得!



地元の有名カフェ店で立ち上げメンバー・店長を10年経験する中で、同じコーヒーでもおうち需要としてのコーヒー豆の市場の良さに気づき自家焙煎コーヒー専門店KAMIN COFFEE ROASTERSを2020年10月にOPEN。人口わずか5万人の和歌山県岩出市でもコーヒー豆、ドリンク、卸、通販と幅広い展開を行うことで、1店舗で月商350万(コーヒー豆180万、ドリンク100万、卸50万、通販20万)の繁盛店売上を獲得。週2定休・2人体制の店舗運営でも地域に愛されるお店づくりを行なう。

コーヒー豆販売のために取り組んだポイントをお伝えします

POINT1 スペシャルティコーヒーを自家焙煎する!

長期的に成長市場であるコーヒーの小売市場を捉え、かつスーパー等で売っている商品と差別化するため、高品質な豆である“スペシャルティコーヒー”を扱い、それを店内の焙煎機で自家焙煎することで、付加価値を高めました。



POINT2 ギフトの品揃えも徐々に増やしていききました!

ただ豆を販売するだけでは地方の小さな商圏では売れ続けないので、徐々に商品ラインナップを広げていきました。その中でもギフトは手頃な価格帯〜中元歳暮まで、幅広い利用動機が獲得でき、売上をさらに引き上げるポイントとなりました。



POINT3 HPの整備、SNSの活用も大事でした!

船井総合研究所のコンサルタントから、販促の重要性やHP整備の大切さを聞き、店舗のオープン当初からしっかりと販促費として投下したことは良かったと思います。地方だからこそ、周りがやっていない分、大きな差をつけることができました。

なぜカフェの売上とは別に、小売や卸でコーヒー豆が売れるのか?

船井流 自家焙煎コーヒー専門店のビジネスモデル

1 中長期的に市場成長中!コーヒーの小売市場も対象にする新しいカフェのビジネスモデルです

外部環境の変化や地域の人口減少などによって本業での売上向上・維持が難しいと感じている事業主の方が増えています。そのような中で10年間で124%の市場成長中で、さらにコロナ禍を経てますますニーズが高まっている自宅でのコーヒー豆需要に着目したビジネスモデルが支持されています。

2 営利20%を獲得できる高収益ビジネスとして注目!

食材原価の高騰が続く中でも、生豆を仕入れて自家焙煎するモデルは、粗利率が約80%となり、収益性が高いです。また、焙煎士やバリスタなどの職人技術に頼らずに日々運営できる仕組みづくりをすることも評価が集まるポイントです。

コーヒー専門店の魅力	
初期投資	1,500万〜
目標年商	4,200万(3年後)
営業利益	1,080万(約25%)
投資回収	約3年

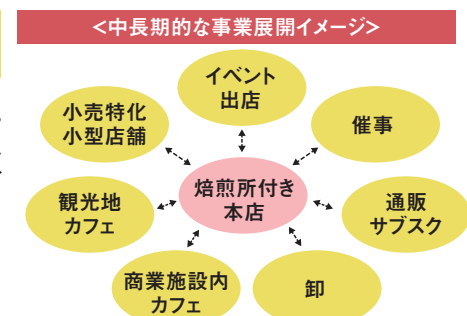
3 少人数でオペレーション可能、採用力が他の業態に比べて高い!

地域に無いおしゃれでカッコいい店舗なため、地域の若い人材が働きたいと応募が多く集まりやすいのが特徴です。さらに、最近増えているコーヒーや丁寧な暮らしに興味のある若者世代の共感を得やすいことも採用力が高い理由となっています。さらに、地域に欠かせない食分野であり、目的来店性も高いことから遠方のお客様を地域に呼び込むことにも貢献が可能です。



4 ネット通販や卸売りなど、多チャネル展開で売上拡大

まずは焙煎所を伴った本店を立ち上げ、その店舗を起点にしてコーヒー豆の小売に特化したサテライト店舗の展開や、観光地・繁華街でのカフェ業態の出店、さらにはブランド認知が高まってくると通販でも売上が立つようになり、卸としても引き合いが強くなります。このように地域内で多様な展開が可能なことも強みです。



経営者インタビュー

私が自家焙煎コーヒー専門店を選んだ理由



兵庫県 焙煎所豆labo
代表 足立 勲 氏
元々整骨院以外にも“健康”を軸にエステ等**多角化**を目指して経営計画を組んでいました。コーヒー事業は発酵食品という切り口で捉え店舗は既存会員さんとスタッフの交流の場としても活用します。うちの女性スタッフさんに責任者を任せ、大活躍いただいています。



福井県 AOI TSUKI
代表 松井 雪路 氏
介護事業・企業主導型保育事業を運営しており、新しく**就労支援**を始めるにあたりコーヒー事業の立ち上げを決めました。身近な存在であり癒しの空間を演出できる、かつ収益性の高いコーヒー事業に未来の可能性を感じました。クロワッサンと掛け合わせ、若年層を魅了する事業として幅広い人材確保も可能だと考えています。