飲食店の売上アップのためのコーヒー

[コーヒーによって店舗のブランドイメージ強化、売り上げアップを図る]

464－0032

愛知県名古屋市千種区猫洞通 5－15MS ビル 3F

代表: 舟戸貴織 **電話:** 052-751-2140 **電子メール:** info@coffeenote.biz

要旨

レストランやベーカリーなど、飲食店においてコーヒーは"付属品"です。ランチのおまけとしてのサービスとして。ベーカリーではパンと抱き合わせで売上を伸ばすためのドリンクとして。これまでのコーヒーは「ないよりはあったほうがいい」ものでした。

ですが、最近、飲食店利用者の二極化が進むなかで「ランチ料金+α」を生み出す商材として、コーヒーの高品質化が進み、大きな注目を浴び始めています。コーヒー豆を高品質化することでランチに+200 円のコーヒーを付けたり、こだわりのパンの商品価値を上げるために高品質なコーヒーをセットで販売したり、改めて飲食店におけるコーヒーの利用法が見直され「売上アップのための商材」になりつつあります。あなたのお店でも、上質なコーヒーを利用することで売上アップを図りませんか？

内容

note 合同会社からのご提案 4

「コーヒーで売上を上げる」という考え方 4

コーヒー豆の卸売りについて 4

スペシャルティコーヒーの魅力とは？ 5

スペシャルティコーヒーとは？ 5

スペシャルティコーヒーの流通に関して 5

スペシャルティコーヒーを導入するメリットとは？ 6

スペシャルティコーヒーの原価と売上 6

コーヒードリンクの品質向上は、飲食店の売上に貢献するか？ 6

スペシャルティコーヒーの実際の利用例 7

セミナーによるトレーニング、技術力向上の提供 8

本社セミナールームでのトレーニング 8

出張セミナーによるトレーニングやバリスタ派遣 8

お問合せ方法 9

メールとお電話でのお問合せ 9

出張セミナーによるトレーニングやバリスタ派遣 9

note 合同会社からのご提案

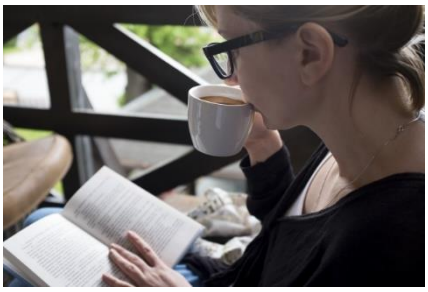
「コーヒーで売上を上げる」という考え方

集客力アップとブランド強化

消費者の"美味しい"コーヒーへの関心の強まり

「ランチコーヒー無料」「コーヒーお替りし放題」などでは消費者の関心が集まりづらい時代になってきている。コンビニ、チェーン店やホテルも高品質化の流れへ。

—「高品質なコーヒー」を使用していることをウリにし、ランチ等への集客を促すアプローチ。やり方次第で、ランチ+αの売上に繋げることも可能。



ブランドイメージの強化

こだわりのパンや食事を提供している飲食店では、ドリンクも美味しいだろうと期待される傾向がある。逆に美味しくないコーヒー、あるいは普通のコーヒーを提供している場合、それがブランドイメージの悪化につながりかねない。

— 「コーヒーにこだわりがある」ことを PR するレストランやベーカリーは多い。それが食事やパンのブランドイメージにつながるからである。

コーヒー豆の卸売りについて

note のコーヒー豆を使用するメリット

1. 店舗ごとにおすすめの豆をご提案

   — バリスタが店舗のコンセプトに適したコーヒー豆のご提案いたします

2. 小ロットからのオリジナルブレンド作成も可能 ⇒ 集客・物販につなげやすい
3. バリスタによる抽出や保管指導などのサポート付き
4. コーヒー豆のプロフィール資料の送付など、コーヒー豆の情報が分かりやすい

   — コーヒーの情報を提供があることでドリンクのクオリティアップにつながります

スペシャルティコーヒーの魅力とは？

スペシャルティコーヒーとは？

スペシャルティコーヒーとは、端的に言えば、**「高品質で美味しいコーヒー」**のこと

大別すれば、コーヒーは以下の 4 つの品質に分けられます。

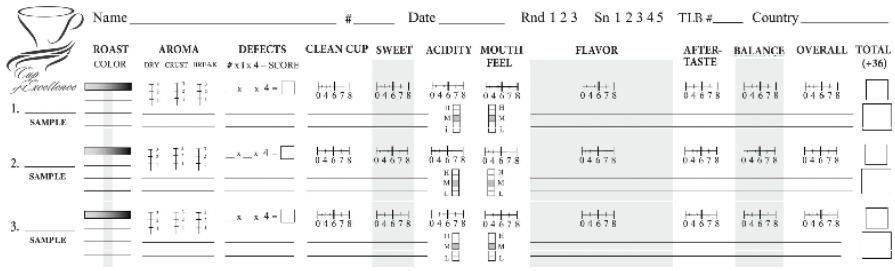
1. 特定の基準によって高品質であると評価されたスペシャルティコーヒー〈Specialty Coffee〉
2. ブランド(ハワイコナやモカコーヒーなど)で取引されるプレミアムコーヒー〈Premium Coffee〉
3. 喫茶店やスーパーなどで利用されるコマーシャルコーヒー〈Commercial Coffee〉 ← いわゆる”普通”のコーヒー
4. 缶コーヒーやインスタントコーヒーに使われる低品質コーヒー〈Low Grade Coffee〉

市場に流通するコーヒーの**約 11%**が、このスペシャルティコーヒーとされています。

⇒ 弊社で使用するコーヒー豆は”すべて”スペシャルティコーヒーです

スペシャルティコーヒーの流通に関して

プロのバリスタは、客観的な基準(下図)をもってコーヒー豆の品質を評価し、「スペシャルティコーヒーである」と販売しますが、販売業者によっては**明確な根拠もなく、スペシャルティコーヒーを自称し、販売する**こともあります。



出典:
https://legacy.sweetmarias.com/COE_Cupping_Form.pdf

日本スペシャルティコーヒー協会(SCAJ)の調査によると、**約 2 割**の企業において、スペシャルティコーヒーと販売しているものの「高く購入したから」「認証コーヒーだから」といったように、高品質ではない(高品質かは不明である)コーヒーを販売しているとのこと。

出典:
http://www.scaj.org/wp-content/uploads/2014/03/113dc93c1985b606758331f47bb30b74.pdf

確実にスペシャルティコーヒークラスのコーヒー豆を扱いたい場合…

⇒ **信頼できる業者を発見すること**が、第一に必要な手続き

スペシャルティコーヒーを導入するメリットとは？

スペシャルティコーヒーの原価と売上

スペシャルティコーヒーは原価が高くなり、敬遠されがち…

Question. 高価なコーヒー豆は売りづらいか？
Answer. **「美味しいコーヒーは、高くても売れる」**

最近の飲食業界は「低価格帯」と「高付加価値・高単価」の店舗とで二極化している

⇒高くても美味しいものが売れる

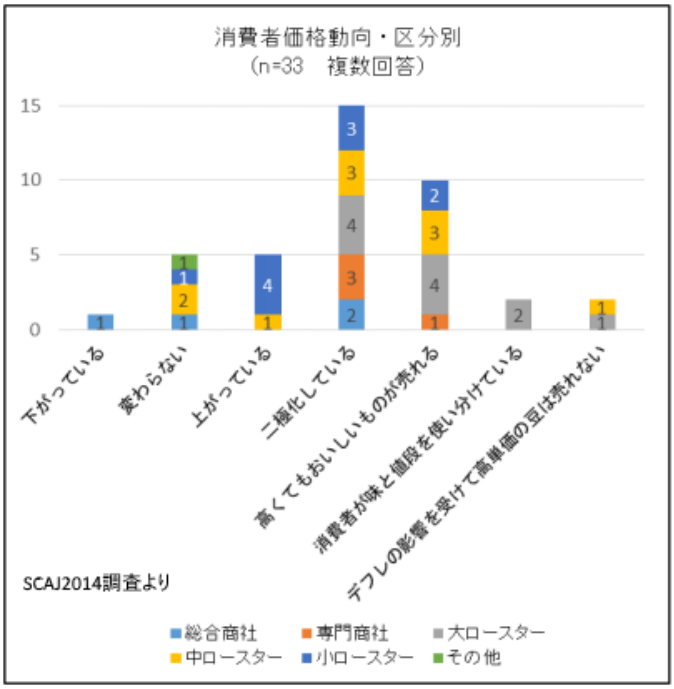
⇒"普通のもの"こそ売れづらい

スペシャルティコーヒーは…

⇒原価上がりがち(1 杯約 50 円)だが高値がつけられる

⇒高いとは言っても、普通のコーヒー(約 35 円)と大差はない

⇒**売上アップを十分に期待できる**商材



コーヒードリンクの品質向上は、飲食店の売上に貢献するか？

コーヒーの品質向上によって売上アップを図る世界的な流れ

マクドナルドでは、高価なエスプレッソマシンを導入し、スターバックスへ対抗

ダンキン・ドーナッツでは、スペシャルティコーヒーを導入

– いずれも大きな売上アップを期待した変更

– アメリカ市場を中心に、コーヒードリンクの品質向上によって売上アップを狙う企業が増えている

・ 国内でも、サガミチェーンやホテルなどがスペシャルティコーヒーを続々と導入しています

⇒ **コーヒーの品質向上によって、売上アップを狙う流れは今後も加速**していく

スペシャルティコーヒーの実際の利用例

弊社のコーヒー豆を使用し、実際にブランディングや売上アップを図ったケースをご紹介します。

ブランドイメージの確保・強化

名古屋市内の高級イタリアンレストランのケース

客単価 1 万円以上のコースを提供しており、フードやスイーツなどはすべて店舗で調理、そのクオリティに自信を持っていたが、コーヒーだけは一般的なイタリアンレストランで使用される普通のコーヒー豆を利用していため、スペシャルティコーヒーを導入。

⇒これまで使用していたコーヒー豆と飲み比べ、「スペシャルティコーヒーのほうが美味しい」とスタッフ全員が評価し、コース全体のクオリティの向上につながった。

物販による直接的な売上アップへの貢献

三重県内のベーカリーのケース

これまでは自家製パンのみを販売していたが、売上アップのためにコーヒーの導入を検討。しかし、なかなか見合うクオリティのものがなく、また素人でも扱いやすいオペレーションが分からなかったため、相談があった。

⇒スペシャルティコーヒーを使用することによって、店舗の売上が直接的にアップした。テイクアウトコーヒーの提供法を相談し、さらなる売上アップを図っている。

観光客へのアピール＆売上アップへの貢献

名古屋市内のカフェのケース

ランチタイムに無料でコーヒーを付けようと考えており、原価率を下げるため普通の市販のコーヒー使用を検討していたが、弊社への相談後、ランチに+200 円を付けることでスペシャルティコーヒーを提供することとした。

⇒結果、ランチ後のコーヒーを望んでいる人はそれほど多くなく、むしろ+200 円でコーヒーを飲めることにお得感を感じる人が多く、売上アップに貢献した。

セミナーによるトレーニング、技術力向上の提供

本社セミナールームでのトレーニング

開業前のオーナー、スタッフトレーニング

・単発講座で、「とりあえずのコーヒー技術を磨く」

・継続して通学し、「バリスタとしての必須知識・技術を身に着ける」

⇒コーヒーのトレーニングだけでなく、開業の際に必要な道具や、店舗の広さに応じたコーヒー器具の案内、レシピの開発、オペレーションの提案や価格の設定まで、セミナー内容は、受講者の希望に応じて多岐にわたります。

開業後のオーナー、スタッフトレーニング

・エスプレッソマシンを店舗に導入したはいいものの、使い方が分からず持て余している

・時代の流れに合わせて、新たなコーヒー器具を導入したい

⇒実際に道具を使いながら、使い方や使い心地を体験できるので、トレーニング効果が高く、店舗でのコーヒー器具の購入、トレーニングがしやすいと好評です。

出張セミナーによるトレーニングやバリスタ派遣

受講者の希望に応じた完全カスタマイズフリーなトレーニング

実際にあった依頼例

・コーヒーを淹れられるスタッフが辞めてしまい、技術がのちのスタッフに引き継がれなかったため、スタッフトレーニングを行ってほしい

・コーヒーのトレーニングをしたものの、まだ技術的に不安があるため、オープンしてから数日間だけ店舗に入ってもらい、トレーニングをしながらコーヒーを提供してほしい

・セミナールームのマシンではなく、実際に店舗で使用しているマシンや器具、コーヒー豆を使ってトレーニングをしてほしい

・オーナーが多少の知識は持っているものの、スタッフに教えるレベルとなると不安。スタッフトレーニングを行ってほしい

お問合せ方法

メールとお電話でのお問合せ

メールでのお問合せ

・info@coffeenote.biz へ「業務用コーヒー豆の問い合わせ」とご記入ください

・本文に「店舗名」「氏名」「お電話番号」「店舗の業態」などをご記入ください

⇒メールを確認後、弊社の担当スタッフが 2 営業日以内にご返信をさせていただきます。その後、店舗の状況や詳細をうかがいながら、今後の流れについてご相談させていただきます。

電話でのお問合せ

・052-751-2140 あてに「業務用コーヒー豆について」のお問合せであることをお伝えください

・担当より、ヒアリングさせていただきますので、お応えいただければ幸いです

⇒可能であれば、その後店頭にお越しいただけますと、実際にコーヒーを飲みながらオリジナルブレンドなどを作ることも可能です。ぜひご検討ください。

note 合同会社について

note 合同会社

〒464-0032　愛知県名古屋市千種区猫洞通 5-15MS ビル 3F

TEL/FAX　052-751-2140

WEB　http://note.partners

講師契約(カフェ実習等)

名古屋文理大学　　ユマニテク歯科・製菓専門学校

直営店

seminar box note

note coffee house

note coffee & tools

主要取引先

ワタル株式会社

LUCKY i CREMAS CO., LTD. BONMAC

トーエイ工業株式会社

FBC International

e-com. Japan