



地域に根差し外食文化を支え続ける

フジエダ珈琲株式会社 奈良県大和郡山市

フジエダ珈琲株式会社は、珈琲豆の焙煎・卸販売を主業とし、奈良県内の喫茶店や飲食業者を販路にパンやケーキ等も取り扱う。また、グループで自社商品を活かしたカフェレストラン「フジエダハウス」と「オランダ屋」(5店舗)を運営し、同社がその中核企業となる。

移り変わりが激しい飲食業界において、一昨年に創業50周年を迎えた。県内にまだ外食習慣が根付いていなかった時代から喫茶文化に密接に関わり、珈琲業界を牽引してきた。

「ちょこっと贅沢、幸せ気分」をコンセプトにして店舗展開し、創業以来、県内かつ直営店に限定のうえ、コストがかかっても日々必要な量の珈琲豆のみ焙煎を行うことにこだわり、現在も時代の流れや顧客のニーズに合わせ、常に挽きたての新鮮な味わいを提供するよう心掛けている。

会社概要



会社名：フジエダ珈琲株式会社
所在地：奈良県大和郡山市大江町112-1
電話：0743-52-6660
FAX：0743-52-7279
創業：1973(昭和48)年
設立：1975(昭和50)年1月
代表者：代表取締役 藤枝 一典
資本金：2,000万円
従業員：40名
事業内容：珈琲製造・販売事業、フードサービス事業、店舗プロデュース事業
URL：<https://www.fujieda-coffee.co.jp>



本社店舗「フジエダハウス」

世の中のトレンドをつかむ

同社は、1970年代前半から日本全国で起こった喫茶店ブームと創業期が重なり、その波に乗って珈琲製造・販売事業を拡大。主力販売先である喫茶店の数はバブル崩壊とともに減少に転じるが、敏感に世の中の情勢を読み取り、自社商品を活かした飲食を提供するカフェレストラン事業に注力することで、業容を拡大していった。

同社の経営するカフェの店舗はアーリーアメリカン調の外観を擁し、天井は一般的な建物の約2倍の高さでくつろぎの空間を演出。こだわり抜いた珈琲に加え、毎朝焼き上げるパンや自家製ケーキに窯焼きピザもメニューに加えた。また、店頭では自社農場「當麻の里」で栽培した米も販売するなど、今までその地域に無かった取り組みをいち早く取り入れたことが誘客を高め、同社の認知度アップへとつながった。

カフェレストラン事業は、世の中のトレンドに大きく左右されると言われる。世間の流行りやお洒落の感覚も時代とともに変化すると同様、求められるニーズも変化するため、社会にアンテナを高く張り巡らし、珈琲の味をはじめ食器や提供するメニュー、サービス、店舗の内装に至るまで、絶えず流行を見極めながら調整している。



店舗内装(左)と焙煎風景(右)



コロナ禍の試練

同社は、1973年に奈良県で創業し、2011年に藤枝一典氏が3代目社長に就いた。

順風満帆の経営が続くと思われたが、2019年にコロナ禍が同社を襲った。もともと「事業を拡大することよりも、身の丈に合った経営をする」との考えから、過度な投資をせず、堅実に取り組んできたが、先行きが見通せないコロナ禍で36日間も全店舗を閉鎖し「毎日、預金残高が減っていくのを見てひりひりしていた」と社長は当時を振り返る。「コロナ禍では予定通りに物事は進まないし、計画を立てても意味がない。感染者数が急増すれば即、生産調整しなければならず、一方、緊急事態宣言が解除されれば、お客様を誘致するために商品開発やPRをしなければならない。いつも会社は緊張感に包まれジェットコースターのような感覚だった」と語る。

コロナ禍のような非常時は、朝に経営判断を下しても、夕方には状況が変わり、方針を変更しなければならないことがある。今までは社長1人で全てを判断し決定する形に近かったが、若手社員の柔軟な意見を取り入れ組織の活性化を図り、スピーディな方針決定に取り組んだ。その他、外部からマーケティングに精通した元経営学部教授を招聘し、組織のガバナンスを高めるため、経営会議や支店長会で運営方針等をチェックする社内監査チームを作った。また、コロナ禍で店舗閉鎖した期間中に、弁当やテイクアウト商品の開発を強化し、マーケティング部署やDX部署といった間接部門を新設したことが、組織力を高める礎となった。

総合力で勝負

珈琲は嗜好品で好みも千差万別。また、好みは地域や時代とともに移り変わるため、いかにお客様に受け入れられるかがカギとなる。同社はその年に生産された珈琲豆の中から一番品質の良いものを選び抜き、熟練の焙煎士が長年培ってきた技術を基に県内カフェやホテルなど、お客様の好みに合わせ500種類を超える珈琲の提案を行いながら商品を作り出している。一方、カフェレストランでは、幅広い世代のお客様が求め易い価格帯で喜んで頂き、何度来ていただいても飽きのこない

メニューを提供するため、1週間に一度、各部署からアイデアを募り商品開発を含む戦略会議を行い、朝のモーニングから夜のディナーに至るバラエティに富んだメニュー開発を続けている。

こだわり抜いた珈琲を軸に、多彩なメニューから癒しの空間まで幅広く提供できる総合力が、永らく地域のお客様に支持され続ける所以である。



自家焙煎珈琲と焼きたてパンが自慢のモーニングセット(左)
はたらく鹿が描かれた可愛いパッケージの奈良藤枝珈琲焙煎所商品(右)

外食文化を支え続ける

同社を取り巻く珈琲業界では、世界中の珈琲人気がの高まりを受け、2050年頃には豆の生産が必要に追い付かない「2050年問題」に直面すると言われている。また、高齢化の進展により、外食頻度は減り内食(うちしょく)が増える見通しから、外食文化が衰退することも懸念されている。このため、同社では、生活雑貨工芸品を手掛ける(株)中川政七商店からアドバイスを得て、新たに「奈良藤枝珈琲焙煎所」というブランド名のECサイトを立上げ、家庭で楽しめる珈琲豆やドリップバッグなどの商品開発を推し進めている。また、入れ替わりの激しい飲食業界において、当地での長年の実績が買われ、同社からの営業指導を要望する声も多いため、業界やライバル店の垣根を越えて、研修やコンサル事業も始めている。

藤枝社長は「今後も地域に根差し、永らく地域のお客様に喜んでもらうためには、会社も人も持続的に成長しなければならない。そのためには新しい取り組みや人材育成が必須である」と考え「将来は、外国人観光客向けの店舗や飲食関連の学校開設にも挑戦したい。また、今後も地域の外食文化を支え続けるため、飲食業界全体の盛り上げにも貢献したい」と熱く語っていた。

(岡村俊幸)