

## honu 加藤珈琲店株式会社

愛知県名古屋市

<http://www.katocoffee.net/>



### 経営方針

私どものミッションは、本当にいい珈琲を通じて世界の沢山の方に楽しみと幸せを感じて頂き、それによって私どもも楽しみと幸せを感じ、そして珈琲豆栽培農家の方にも楽しみと幸せを感じて頂くことを使命としております。

### 店舗概要

創業年 1986年(昭和61年)  
売場面積 68.96㎡(20.9坪)  
※本店支店合計  
従業員 38.2人  
営業時間 7:00~19:00  
定休日 なし  
売上高 1,267,510(千円)

### 商品構成

珈琲製品 78.0%  
(内訳：珈琲豆 70%・珈琲バッグ 15%・珈琲リキッド 15%)  
珈琲器具類 6.0%  
食品等(輸入食品・菓子等) 10.0%  
喫茶飲食(栄店・白鳥店) 6.0%

## 品質へのこだわりと顧客サービスと値頃感で人気の珈琲豆店

[圧倒的な品質格差による他店との差別化]

おいしさの原点は生豆の質にあるという考えに基づき、珈琲生豆の仕入時には必ずテスト焙煎を行い、カップング(珈琲の甘味や酸味、苦味、あとに続く余韻等味や香り、品質の良し悪しを総合的に判断する方法)を行い、SCAJ(日本スペシャルティコーヒー協会)の基準を元に点数付けを行い、厳選している。

また、珈琲豆の中でも最上位(上位5%のみ)の珈琲豆(スペシャルティコーヒー)を品揃えしている。スペシャルティコーヒーの中でも希少価値であるカップオブエクセレンスとQグレードコーヒーの品揃えは日本一である。※カップオブエクセレンス認証を得た珈琲豆の内、10%を加藤珈琲が仕入れ(世界シェア



10%)。Qグレードコーヒーの認証を得た珈琲豆の内、28%(世界シェア 28%)を加藤珈琲が仕入れている。※カップオブエクセレンス、Qグレード珈琲の流通量は珈琲豆全体流通量の 2%弱に過ぎない希少価値の高い商品である。

相場に左右される珈琲豆を扱っている為、苦しい時期は何度もあったが、品質にこだわり、おいしさにこだわり続けたからこそ顧客に支えられ、乗り越えることができた。

[インターネット販売で1日あたりの出荷件数平均 1000 件]

顧客にとって一番近くのなじみの店になる為に、国内外共に距離を感じさせないスピードで商品を届けることを心掛け、出荷待ち状態は極力避けるようにしている。

一日あたりの出荷件数は平均 1000 件であり、平均客単価は 3000 円程度になる。常時利用の顧客数は全国で 10 万人に達している。楽天がネット参入した 3 年目よりスタートして 14 年目になる、2003 年から 2013 年の 11 年連続楽天市場ショップオブザイヤー受賞、さらに 10 年連続受賞も獲得。現在も記録を更新中である。



[1 日に 2 回のメルマガの配信]

1 日に 2 回メルマガを配信している。また、手紙を下さるお客様には手紙で返事を出し、メールを下さるお客様にはメールで返事を送信するなど、ネットとアナログのきめ細かな配慮がなされている。

現在インターネット通販は日本だけでなく、台湾、シンガポール、香港、中国、韓国などの海外からも発注がある。

[3 種類のポイントカードを導入]

わざわざご来店下さるお客様には、ポイントカード(スタンプカード:3 段階ステップアップカード)を導入している。最初のカードは茶色のカードで 100 g 毎に 1 個押印し、20 個揃ったら 525 円の金券として使用できる。ステップアップカードとして、次は青カードを発行する。青カードは 16 個揃ったら 525 円の金券として使用できる。更にステップアップし、緑のカードは 12 個で 525 円の金券として使用できる。ステップアップするので顧客にとっては購入意欲が高まり、店舗にとっては固定客化の促進効果が高まる。

イベントやポイント 2 倍デー、3 倍デー等に利用すると、より早く溜まる為イベント等の参加率は高まる。スタンプには購入した珈琲豆が記載される為、顧客への商品提案(次はこの珈琲豆は如何ですか等)がしやすくなる。

[特売やイベントなど話題性のある商品作り・店作りを行っている]

話題性のある商品として、テイクアウトのみ 1 ドルでコーヒー 1 杯を提供している。日経新聞夕刊が発刊される時点でのレートにより店頭の黒板を毎日書き換える(1 ドル〇〇円)。1 ドル 140 円から 150 円台だった 1990 年頃始めたが、円高が続いた時期はやめようかと思ったという。

愛知地球博ではライセンス企業として、モリゾーキッコロマークを入れたアイスコーヒーリキッド 1ℓを販売した。COP10 でもサポーター企業として、エコロジー商品を店頭やネットにて、エコ推進

活動をサポート。

東海3県主催のグリーン購入キャンペーンでは、景品としてレインフォレストアライアンス認証コーヒーを2013年に続き、2014年も協賛することが決まっている。

今年度の伊勢式年遷宮時には外宮奉納品(2013年10月17日奉納)として「しゃちブレンド珈琲」「しゃちブレンドドリップバック」「スペシャルティアイスリキッドコーヒー」が選定された。

これらの新しい商品開発時やイベントを開催する際には、テレビ局や雑誌社にプレスリリースを行い周知を図る取組を行っている。



#### 【店舗立地】

店舗は名古屋市のビジネス街の中心部、桜通りに面した場所に位置している。最寄駅の地下鉄桜通線「久屋大通」駅から徒歩2分の好立地である。ビジネス街の為、住民よりもオフィス従業員が顧客として多くなっている。

土日・祝日は雑誌を見た県外からの来店客が多くなる。平日と土日は集客に差があるので営業時間を変更している。平日は午前7時から午後七時まで営業。土日は午前8時から午後5時まで営業。

#### 【店舗実績】

東京農業大学で熱帯作物専攻。

最大手コーヒーメーカー(UCC)勤務後、1986年、25歳の時に自家焙煎店「加藤珈琲店」(現店舗)開業(顧客であった喫茶店が店を閉めると聞き、立地がいい為もったいないので自ら開業した)。

その後、1994年に「有限会社加藤珈琲店」、さらに2005年「honu 加藤珈琲店株式会社」に拡大を続け、2009年名古屋学院大学白鳥学舎内に白鳥店開店。現在に至る。



↑代表取締役社長の加藤達也さんと奥様の加藤ひろみさん