

# 田代珈琲 株式会社

## 鮮度と連動させた商品の開発で、鮮度に対する理解を向上

### 事業内容 コーヒー牛乳のシロップから

昭和8年に創業し、昭和28年に設立した。コーヒー牛乳のシロップの生産から始め、大阪府東大阪に構える本社でコーヒー豆の焙煎を手がけるようになった。現社長の田代和弘社長は食品メーカーに勤務したのち、「田代珈琲」に入社して家業を継ぐ。入社から数年後の平成9年に田代社長は渡米し、大手コーヒーチェーンが提供するコーヒーの品質に驚く。

そして平成14年にニカラグアで開かれた品評会に参加した同業者からコーヒー豆を譲り受けたのをきっかけに、スペシャルティコーヒーの魅力にどっぷりとはまってしまう。スペシャルティコーヒーは品評会でしか手に入らないものだったため、平成16年に品評会で単独落札。平成26年に現地で買い付けする直接輸入を始めた。また、国内を中心に販売していたがロシアやタイの展示会に「田代珈琲」が焙煎したコーヒー豆を出品。現在は国内での販売のほか、海外販売を視野に入れている。

### 補助事業 鮮度の良さを引き出すには、在庫管理から

平成15年に焙煎したてであることをうたった「焙煎そして発送セット」を始めた。だが当日注文分すべてを出荷することは不可能。鮮度の良さを打ち出す一方で焙煎から時間が経過しているコーヒー豆も社内存在しているという状況があった。「焙煎そして発送セット」にそういったコーヒー豆を組み込んでいないとはいえどこかすっきりしない。そこでまず、ばらつきがあった在庫管理を明確にすることにした。

中小企業庁の「ものづくり補助金」を活用して、平成26年11月に受発注システムを導入。社内の在庫を適正に管理できる体制を整えた。約1年ほどの準備期間を置いて平成28年に焙煎から約7日後のコーヒー豆から価格を下げ、約1ヵ月で0円になる販売方法「鮮度劣化連動販売」をインターネットを通じて始めた。現在販売している「ブレンドエクセレンス」を例にとると、焙煎後21〜24日で価格が100gあたり23.0%減の361円となる。

### コーヒーの可能性に魅了され、追及し続けています。

代表取締役 田代 和弘

「コーヒー豆の品質向上」と「生産者の生活」、「環境」の計3つのサステナブル（持続可能性）を理念に掲げ、その実現を追究しています。社員の働き続ける持続可能性を軸に顧客との持続可能性、生産者との持続可能性のすべてを追求する理念の達成を目的としています。



TASHIRO



サステナブルな生産体制を構築する



品評会などを通じてコーヒー豆を選定



東大阪の本社でコーヒー豆を焙煎

### 具体的な成果 今後3年で鮮度を重視するマーケットを作る

鮮度劣化連動販売により鮮度価値に連動し価格の下がった製品を購入する客は増えており、インターネット上の販売では売り切れが続いている。田代社長は、「少しずつ鮮度に関心をもってもらえるようになった」と手応えを感じている様子。業界では焙煎から1ヵ月を超えた製品は一般的に流通している。しかし、「田代珈琲」は店頭で販売しているスペシャルティコーヒーの、製品名や焙煎日を必ず明記して消費者に提供している。焙煎日などの提示について義務化されていないため、自社で差別化を図っている。

このため購入客から、「良い製品を安く購入できてラッキーだった」との声が挙がっているという。コーヒー豆の鮮度劣化連動販売に取り組むことで、「3年継続すれば鮮度を重視するマーケットは認知されてくるはず」と田代社長は話す。現在、鮮度劣化連動販売が走り出したばかり。価格が下がった商品を購入したのちに通常商品を購入するといった、合わせ買いが起きているという具体的な消費性向の分析にまだ取り組んでいない。だが、鮮度劣化連動販売をきっかけに顧客を開拓して客単価を上げていく目標を据えている。

### 今後の戦略 コーヒー鮮度協会の立ち上げを目指す

約2年という時間をかけて鮮度劣化連動販売を完成した。鮮度劣化連動販売を実現するため、社内で脆弱だった在庫管理に取り組んだ。その過程で、自身の経験を元にした取り組みを広げたいという思いが田代社長の中で芽生えつつある。田代社長は、鮮度劣化連動販売をシステム化し、外部に販売することを視野に入れている。その具体例として、「コーヒー鮮度協会を作りたい」と意気込む。

協会での取り組みや設立時期などは今後詰めていくが、自家焙煎の業者や鮮度を商材にした人を集めて設立する方針。共感する人は少なからずいるという感触を得られているものの、鮮度を重視する動きを堂々と掲げていくために自らが所属する社内の体制を変えていくのは並大抵ではないだろうという認識を自身の経験から感じている。だが、鮮度に焦点を合わせた展開に対する関心は日に日に高まっていると見る。それはインターネット上の鮮度劣化販売の活況を見ると明らか。「新しいモノを食卓に届けたい」という人を集めて、システムを広げたい」と田代社長は夢を膨らませている。

### 取材を終えて

#### 砂糖とミルクなしで飲めるコーヒー

コーヒーは苦くて、砂糖とミルクなしでは飲めない。そんな人は多いのではないだろうか。記者自身もそういったタイプの人間だった。ただ、「田代珈琲」で勧められたコーヒーは苦いものの、アクがなく奥行きある味わいが印象的だった。品質管理を徹底しているゆえに、実現できる味なのだという。従来は「田代珈琲」のコーヒー豆は国内の販売が中心だったが、海外での販売を視野に入れるようになってきた。米国でのスペシャルティコーヒーの出会いが、多様な可能性を引き出しつつある。

<http://www.tashirocoffee.co.jp/>