

津市で焙煎し、地域の魅力を全国へ



株式会社富士珈琲



店舗外観

企業概要

代表取締役

阿竹 実氏



所在地 三重県津市藤方1574-5
TEL:059-225-0753 FAX:059-228-2597
創業 1968年(昭和43年)10月
資本金 1,000万円
従業員数 5名(2026年8月現在)
事業内容 各国産コーヒー豆焙煎加工及び販売、輸入紅茶・ココア・食品・喫茶材料卸売り、直営珈琲豆専門店
URL <https://fuji-coffee.co.jp/>

地域の老舗珈琲メーカー

株式会社富士珈琲は、創業1968年以来、三重県津市に根差した珈琲メーカーとして、生豆の選定から焙煎、卸売と小売販売を続けてきた。近年では、「津焙煎珈琲」をはじめとするオリジナルブランドの開発などをを行い、県下のレストランやホテル、商業施設では同社のコーヒーが多く採用されているほか、地域のスーパーマーケットなどでも、本格的な味わいのコーヒーを求める顧客に同社の「津焙煎珈琲」が選ばれている。まさに地域のコーヒー文化にはなくてはならない存在となっている。

喫茶店ブームを支えた創業期と時代の変遷

同社は、創業者である先代社長の阿竹孝氏が、自ら仕入れたこだわりの生豆を自家焙煎し、卸売り販売したことからスタートした。主な顧客は喫茶店の

あたりまえの美味しさを地域に、コーヒーを通じて人と地域をつなぐ

オーナーで、それぞれの好みに合わせた豆の選定や焙煎技術が評価され、全盛期は県内に1,000件以上の取引先を抱えた。喫茶店ブームも後押しし事業は大きくなったが、2010年前後を境に、同社を取り巻く市場環境は急激に悪化する。コンビニエンスストアのセルフコーヒーの普及や、シアトル系カフェチェーンの台頭で、多くの喫茶店が閉店・廃業を余儀なくされ、この影響で同社の売上は大きく落ち込み、赤字経営へと転落した。

そんな中、追い打ちをかけるように先代が急逝。先代とともに、家業を支えていた2代目の現社長 阿竹実氏が、厳しい状況下で経営を引き継いだ。

「BtoB」から「BtoC」への挑戦

喫茶店市場が縮小し、業務用卸売りメインからの脱却を迫られていた当時、阿竹社長の改革



同社の誇りである焙煎技術を支える焙煎機

**販売にとどまらず
コーヒー事業を包括支援**

同社のもう一つの他社にない優位性は、法人顧客のコーヒー事業全体を包括的に支援する「コーヒーコーディネーター」としての付加価値提供だ。ホテルやレストランなど顧客に応じたオリジナルブレンドの開発、焙煎度の最適化、抽出機器の選定・

を運んだり、珈琲豆を実際に口に含ませて香り・味わいを確かめる「カップテスト（香味評価）」も実施し、仕入れる豆を選別している。一定水準の生豆を選別し、仕入れることで顧客の期待を裏切らない品質を保持している。



みえセレクションに選定された「三重県産はちみつ使用のカフェオレベース」牛乳4〜5倍希釈で本格的なカフェオレが味わえる大人気商品

支援拠点で出会ったコーディネーターは商品開発や販路開拓を得意としており、「BOB」から、「BOC」市場への参入を目指す同社に「高品質志向層」を

の力となったのは、長年交流のあった人物からの「家庭用市場に参入すべき」の言葉だった。3人姉弟の末っ子で、年長者や先輩経営者を慕い慕われる氣質を持つ阿竹社長は、日頃からその交流の中で多くを学び、経営のヒントを得てきた。「教えてもらったことは、まずやってみる」という阿竹社長の「素直さ」を武器に同社は新たな販路開拓のヒントを見つけるため、公的支援機関である三重県よろず支援拠点をとおすれた。

現在同社は従業員5名、限られた人員の中で業務用・家庭用流通事業と、直営店舗事業の2つの事業を行う。

常に、従業員各自が創出する付加価値をいかに高めることが出来るのかを念頭に置き、直営店舗の業務のスリム化や販売業務の受注のデジタル化等さまざまな方面からアプローチしている。

地域のコーヒー文化を 未来につなぐために

リリース調達、現場スタッフへの技術指導、開業後のメンテナンスやレシピ改善に至るまで、コーヒービジネスの全工程をトータルで支援している。時には、顧客の仕入れ状況にまで気を配り、焙煎から提供されるまでの期間が長くないよう一度に納品する量を調整することもある。阿竹社長は「当たり前のことを当たり前にやっているだけ」と話す



小売店でよく目にする同社のオリジナルブランド「津焙煎珈琲」ロゴマーク

高品質志向の家庭向け商品の開発に注力するなか、夏場に落ち込む売上を見込んで企画したのが、紙パック型のアイスコーヒーと希釈型のカフェオレボトル。アイスコーヒーは定番商品で

ターゲットにした商品づくりと、地域を巻き込むブランディングを提案。「100人いても9割は大手の商品を選ぶ。我々は残りの割を確実に狙いたいと思う」と阿竹社長は話す。そこで生まれたのが自社ブランド「津焙煎珈琲」だ。同社の強みである「仕入れルート」と「生豆の選別・焙煎技術」、そして津市唯一の珈琲メーカーという独自性に着目して差別化を図ることにした。さらに、商品の付加価値を高めるためオリジナルのロゴマークも作成した。

注目すべきは、この地元ブランドが小売販売業者にとつても「差別化の手段」として機能している点だ。小売店のコーヒー売り場で、同社の「津焙煎珈琲」を取り扱うことは高品質な商品を選択肢として消費者に提示することになり、他店との差別化の一手になる。実際、愛知県を中心に約80店舗を展開する

「津焙煎珈琲」を取り扱う ことが差別化に

あるため、既存の商品との競合が懸念され売り場参入のハードルが高い。一方、希釈型のカフェオレボトルは類似商品が少なく、大手スーパーマーケットとの取引を開始することができた。

この商品を足がかりとして、高級路線のスーパーマーケットを中心に取引数が増え、高価格であつても本物志向の消費者に選ばれる地元のブランドとして認知度を高めていった。現在ではアイスコーヒーや、珈琲豆まで取り扱い商品も増え、「津焙煎珈琲」は同社の売上の約50%を占める主力事業へと成長した。



直営店舗では世界中から集まったコーヒー豆がならぶ

また、珈琲メーカーとしてより高い専門性を持った従業員の育成にも向き合っており、コーヒーインストラクターの上位資格取得なども後押ししている。将来的には海外生産者との直接取引も見据えた体制整備を目指す。コーヒー卸売りへの回帰と高付加価値化を徹底し、2019年比で売上高は約2割増を達成した。

「100年続く企業にしたい」と語る阿竹社長は、時代の変化から目を背けず、グローバル商社と対等に向き合い、自らの目と舌で品質を見極め、顧客の現場課題に深くコミットしてきた。



百五銀行 橋南支店長 福森 善隆

同社は三重県唯一の「珈琲メーカー」として、家庭用からホテルなどの観光業者と密接に結びつきファンを増やし続けています。本取材にて老若男女を問わずどんな人でもすぐに仲良くなる社長の人柄に改めて感服しました。同社が拘り抜いた「津焙煎珈琲」は県内どこでも味わうことができます。他のメーカーとの違いを是非ご賞味ください。100年続く企業となるよう様々な面で今後もサポートさせていただきます。

支店より一言

生豆の産地選定から消費者の口が届くまで、サプライチェーン全体の価値を自ら設計し続ける富士珈琲。

規模を制約と捉えず、自社の強みを研ぎ澄ますことで持続可能な競争優位を確立した同社の取り組みは、激変期を生き抜く中小企業にとつてひとつの道標となるだろう。

編 〃 会員事業部 山本 奈月

老舗としての基盤を 生かし守る「品質と価格」

先代の時代から培った仕入れ業者との関係で、同社は世界最大級の生豆商社などから直接仕入れるルートを持つ。このように中間の問屋を通さずに輸入商社と直接取引できるのは、東海エリアでも同社含め数社しかない。取引価格についても先物取引を用いることで、価格の変動に対応し販売価格の安定と収益の確保に努めている。

また、阿竹社長は毎年作柄が変化するコーヒー生豆の品質を確認するために各国の農園に足

大手スーパーは、富士珈琲の商品を採用し続けており、三重県内の大手スーパーでも、10年以上にわたり継続的な取引が維持されている。

「量産メーカーと同じ棚で価格競争をする」のではなく「大手にはない独自価値を提供する」ことで、同社の商品が消費者の商品選びをより豊かなものに、多彩な売り場作りに貢献している。