

August
2026
8月号
Vol.564

FUJI COFFEE NEWS



【営業日カレンダー 8月】

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
						1 赤口
2 先勝	3 友引	4 先負	5 仏滅	6 大安	7 赤口	8 先勝
9 友引	10 先負	11 仏滅 山の日	12 大安	13 先勝	14 友引	15 先負
16 仏滅	17 大安	18 赤口	19 先勝	20 友引	21 先負	22 仏滅
23 大安	24 赤口	25 先勝	26 友引	27 先負	28 仏滅	29 大安
30 赤口	31 先勝					休業日

ケニア アフリカンベッド (左、右) 農園風景 (中央)

～目 次～

- マンスリーコーヒーインフォメーション — 1
- 外食産業レポート No.140 — 2
- セレージャ栄・周年祭について — 3
- 「食品主要195社」価格改定動向調査 — 4
- 2026年8月～10月ランチ商品のご紹介 — 5

シリーズ
SERIES



Jamhuri ya Kenya

MONTHLY COFFEE INFORMATION

マンスリーコーヒーインフォメーション vol.233

ケニア〜ギニア〜AA-TOPカラティナ〜中深煎り〜

カラティナコーヒーファクトリーはバリチュ生産組合に参画しているコーヒー生産者のチェリーを水洗する設備として設立されました。参加生産者の平均の栽培面積は大変小さく、標高1700mの1/2ヘクタールにわずか200本ほどの木を植えているところが主です。

持ち込まれたチェリーはオーソドックスな水洗発酵処理が行われ、果肉除去後、豊富かつ清涼な水源によるミューシレージの発酵除去が行われています。マッキノン製の特徴的なデュアルディスクのパルパーは比較的大粒なケニアの豆に相性がよく、効率かつ良質な果肉除去を実現し、またお家芸ともいえるサスペンデットパティオ、通称アフリカンベットの乾燥は異物混入のリスクを低下するだけでなく、上面、下面ともに風通しがよく効率的な乾燥を実現しています。

十分な乾燥を経た豆はパーチメントを脱殻後、ドライミルと呼ばれる選別施設を通り、最後の精選がなされ、輸出されています。

【焙煎度合】

■■■■■□□□

(シティロースト 中深煎り)

今日のコーヒー、味の特徴は？

- ・ 滑らかで、とても透明感の高い液質
- ・ 黒糖のような甘味が長く持続
- ・ フローラル、ハーバル、アスリコット、ホワイトグレース
- ・ しっかり、重厚感が特徴のコーヒーです。

《ケニア〜AA-TOPカラティナ〜概要》

地 域：ニエリ地方

標 高：1,770m

精選/乾燥：ウォッシュド

品 種：SL28、SL34、ルイル11

◆格言24『内装工事より外装工事で客数20%増える』

最近の話です、筆者がある大手カフェチェーンのトップにお会いした時の話です。今の外食産業の話から、物価高の今の世の中にどう対応していけば良いかとの話の中で、突然トップが「知っているかい、店の内装をリフレッシュして、壁をキレイに床を新しいものに換えたら、売上が10%も上がったんだ、費用対効果が抜群だ、世の中のせいにして売上が悪いと嘆くより、まずは店をキレイにする事だよ！」と話されたのです。たしかにその通りだと思いました。次にこれも最近の話です。大阪のカフェを経営している方が、取引先のコーヒー卸業者の社員にこう云われたそうです。「テントが汚れて、傷もついてしまった。外回りの塗装もはげて見すばらしい、10年以上手を入れていない、かなりの投資だったけど思い切って工事をしたのよ、そうしたら月に20%も来店客数が増えたの、ビックリよ、増えたお客様は全て新しい方ばかり、もっと早くやっておけば良かった。」

内装をリフレッシュして10%、外装をリフレッシュして20%、興味深い話です。しかしここでしっかり分けておかなければならないのは「改装工事」と「リフレッシュ工事」の違いです。すなわち、目的が異なるのです。

1. 改装工事の目的

改装工事となりますと、かなりの投下資本がかかり、直す所は一か所だけでなく、複数になる場合があります。その大きな目的は二つあります。

1). 客数を増やして売上を上げたい

新しく開業した時から時間が経過すれば、内装も外装も汚れ傷んでいきます。快適な居心地感も薄れ、外装のレベルが下がれば、新しい顧客は入りづらくなります。新店の輝きを取り戻す為に店に手を入れる、これが改装工事の主たる目的です。では限られた予算の中で、内装をキレイにした方が良いのか、外装をキレイにした方が良いのか、その答えは、前の二人の経営者が答えています。そう、外装を重点に改装した場合は20%の売上増、内装をキレイにした時は10%の売上増でした。内装の売上10%の内には、店内環境が改善された効果で、フード・デザートの販売数が増え、客単価が上がったとも想定出来ます、しかし外装の場合はダイレクトに客数増になっています。外装工事によってテント、ドア周りの塗装、看板照明の見直し、店頭のショールディング（メニュースタンド看板、観葉植物、花のプランターの設置）等で、正しく新しい店の出現になったのです。店が新しくなると云うのは、若い客層、女性客の吸引に絶対的な効果があります。内装より外装を優先して改装工事を行う事は格言として残して良いと思います。

2). 新しい商品を販売して売上を上げたい

もう一つの考え方は新しい商品を導入して客単価を上げ、結果として売上を上げる為に改装工事を行う場合です。工事の大半は厨房設備機器の強化、交換に投入されます。三ツ口のコンロ、旧式なオーブン、フライパン調理の火力システムでは、新しい商品の開発に限界が来てしまいます。新しいキッチンシステムは、ホール担当者がドリンクメニューを作ったり、キッチン担当がフード、デザートを担当するワンマンキッチンです。火力の中心は電子レンジ+オーブン一体式のもので大きさもキッチンの作業台の上に置けます。これに60cmから90cmのグリドルが一枚、小型の卓上フライヤー、トースターで、フライパンを使わないでカフェメニューの提供が出来ます。電子レンジ+オーブンは小型から中型まで販売されています。あるカフェチェーンではこの小型の機種を用いて、冷凍パスタメニュー、グラタン、ドリア、冷凍ピッツァでフードメニューの70%を提供しています。投下資本のリターンで云えば、改装工事の内でも投資効率が高いと云えます。しかし多くの店はこのキッチンへの投資をなぜか後回しにして来ましたが、その原因は調理担当する経営者がなれた作業を新しくすることへの心理的な抵抗があったからです。パート・アルバイトでは所詮うまく作れない、慣れているから前のままで良い、これではいつまでたっても売上は上がりません。キッチンがパート・アルバイト調理の出来るシステムに直して、自らは、商品開発や接客を担当すれば、自店をもっと客観的に見ることが出来、後継者も育ちます。カフェメニューはパート・アルバイト・女性でも作れるからカフェ、喫茶店が成立するのです。

2. リフレッシュ工事、作業の目的

リフレッシュの工事や作業を行う目的は、お客様が感じる、気持ちよさ、居心地の快適度を上げる事にあります。なぜ作業を入れたのかは、だれでもが、毎日、簡単な作業でマニュアル化出来、快適さを継続する事が出来るからです。このリフレッシュのコンセプトは一に清掃、二に清掃、三に磨き上げです。あるファストサービスのチェーン店は、自らのシフトが終わる10分前に、自らの担当業務を終え、残りの10分間で決められた所の清掃、片付け、補充の作業を行います。遅番シフトの担当者は自らのポジションに入る前に、決められた清掃、磨き込み、チェックを行います。この店に10名のスタッフがいたら10分×10名＝100分の清掃、磨き込みが出来、日常清掃の80%がキチンと出来るのです。ダスター一枚でリフレッシュ作業は完遂出来ます。改装とリフレッシュの違いを理解して頂けるとありがたいと思います。

COFFEE ROASTERY CEREJA

いつも“カフェ・セレージャ栄”を
ご愛顧いただきましてありがとうございます。
感謝を込めて、周年セールを開催いたします。

2026 8周年 お客様感謝祭

8 DAYS開催決定！

8.1^{SAT} - 8.9^{SUN} (定休日火曜除く)

特別イベント詳細

コーヒー豆SALE

100gで100円引き
300gで300円引き
500gなら500円引き！
買えば買うほどお得な8日間！

おみくじ抽選会

【LINE公式アカウントをお友だち追加】
または【Instagramフォロワーの方】限定
※1会計につき1回、くじ引きにご参加いただけます。
最大1000円引きのクーポン券が

もらえるチャンス！

Instagram



← 登録はコチラから →



焙煎の事前予約がおすすめです

オンラインショップでの店舗受取予約はこちら→
お電話でも事前の予約注文を承っております

TEL：052-259-0088



「食品主要195社」価格改定動向調査

帝国データバンク
— 2026年7月

飲食料品値上げ、7月は2566品目 年間2万品目ペース

株式会社帝国データバンクは、2026年7月以降における飲食料品の値上げ動向と展望・見通しについて分析を行った。2026年7月の飲食料品値上げは、合計2566品目となった。

SUMMARY

2026年通年の値上げ品目総数は、1～11月までの判明分で1万4902品目となった。調査を開始した2022年以降、5年連続で年間1万品目を超えたほか、2022年以降で最少だった2024年（1万2520品目）を上回った。

中東情勢の悪化を背景に、飲食料品では今夏以降に値上げラッシュが続くとみられる。

[注]品目数および値上げは、各社発表に基づく。また、年内に複数回値上げを行った品目は、それぞれ別品目としてカウントした。値上げ率は発表時における最大値を採用した。なお、価格据え置き・内容量減による「実質値上げ」も対象に含む

2026年の値上げ、2万品目ペース 「中東情勢」由来が25%

主要な食品メーカー195社における、家庭用を中心とした7月の飲食料品値上げは2566品目、値上げ1回あたりの平均値上げ率は月平均11%となった。単月の値上げ品目数が2千品目を超えるのは、2026年4月(2838品目)以来、3カ月ぶり。7月単月の品目数としては、2023年(3595品目)に次いで多い水準だった。中東情勢の悪化による原油・ナフサ高を受け、トレーやフィルムの資材価格や原材料高といった影響が表面化し、値上げ品目数を大幅に押し上げた。

2026年7月の値上げを食品分野別に集計すると、最も多いのは即席めん製品や缶詰製品を中心とした「加工食品」(1084品目)だった。「パン」(1078品目)は、食パンや菓子パン、総菜パンなどで大手メーカーを中心に一斉値上げとなった。

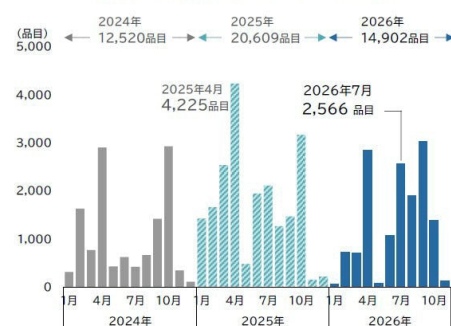
2026年通年の飲食料品値上げ品目数の累計(1～11月までの判明分)は1万4902品目が判明した。調査を開始した2022年以降、5年連続で年間1万品目を超えたほか、2022年以降で最少だった2024年(1万2520品目)を上回った。7月以降では、8月(1898品目)が単月で2千品目にせまるほか、9月(3029品目)は2026年内としては最多となり、2025年10月(3161品目)以来11カ月ぶりに単月で3千品目を超える見通しで、今後さらに増加する可能性がある。

食品分野別に集計すると、最も多いのは冷凍食品やパック米飯など「加工食品」で5780品目に上り、前年の通年実績値(4791品目)を上回った。「調味料」(3467品目)は、だしやたれ製品、醤油製品などが対象となった。「酒類・飲料」(2913品目)は、第三のビールや発泡酒、輸入ワイン、焼酎・日本酒など幅広く値上げとなる一方、酒税法改正の影響を受けてビール製品では減税分の値下げが発生した。

「原材料」(606品目)は、小麦粉製品の他に精製糖などが値上げの対象となった。

値上げ要因では、ホルムズ海峡の混乱など国際情勢の悪化が国内産業にも波及し、石油由来の樹脂素材などをはじめ、各種コスト要因として表面化した。「原材料高」の影響を受けた値上げが92.5%を占め、全要因のなかでは最も高いものの、3月以降は低下傾向で推移した。「物流費」(71.9%)は、中東情勢の悪化による原油高などの影響を受けた。「包装・資材」(69.8%)は、トレーや容器などナフサ由来の資材価格高騰を受け、前年同月から10.5ポイント上昇した。また、中東情勢による影響が要因となった値上げ(「中東情勢」)は24.7%を占めた。

月別値上げ品目数の推移 (2024年以降)



[注] 主に全国展開を行う上場・非上場の主要195社(当時)の2022-26年価格改定計画。実施済みを含む。品目数は再値上げなど重複を含む

値上げ要因の推移 (品目数ベース)

	2026年 6月末	2025年 6月末	2025年 年間累計	2024年 年間累計
原材料高	92.5%	97.2%	96.1%	92.2%
中東情勢	24.7%	—	—	—
エネルギー	61.1%	66.4%	63.8%	60.6%
包装・資材	69.8%	59.3%	62.7%	68.5%
物流費	71.9%	80.0%	78.6%	68.1%
円安 (為替の変動)	9.1%	12.3%	12.4%	28.1%
人件費	58.6%	53.9%	50.3%	26.5%

[注] 値上げ要因には一部重複を含む

2026年の見通し:「中東発」値上げラッシュ、今夏に本格化 年内続く見込み

米国とイスラエルによるイランへの攻撃で急激に高まった中東地域の地政学的リスクと、ホルムズ海峡の混乱に端を発した国内の石油製品の供給不安による影響が、食料品でも表面化してきた。インクや食品フィルム、トレー類などで大幅な値上げや品薄状態による包装資材のコストアップに加え、電気代などのエネルギー、物流費の上昇なども製品価格へ転嫁する動きが進んでいる。足元では、中東情勢の悪化によるコスト高などを理由とした値上げは、年内1.5万品目のうち6月末時点で2割を超えており、今後はさらに高まる可能性が高い。為替レートでは1米ドル160円を超える局面もみられ、円安による輸入コストの上昇が逆風となるほか、異常気象による小麦など穀類の不作や生鮮食品の恒常的なインフレ圧力も今後懸念される。アイス商品をめぐる価格カルテル事案なども発生しているものの、総じて食料品でもコストアップへの対応が難しく、価格の引き上げで対応せざるを得ない局面が当面続くものとみられる。

こうした情勢を背景に、飲食料品では今夏以降に広範囲な値上げラッシュが続くとみられる。年間の値上げ品目数累計は5年連続で1万品目を突破するなか、年間では前年並みの2万品目台での着地が想定される。

ランチ食材 販売期間:2026年8月10日(月)~10月下旬

キャンペーン MCG食品 冷凍スパゲティソース特集



※調理イメージ

MCC

兵庫県産バジルのジェノベーゼ 70gX5

兵庫県産バジルペーストにオリーブオイルを加え、パルメザンチーズ、ガーリック、唐辛子で仕上げた、風味豊かなスパゲティソースです。

1,204円 (税抜価格1,115円)



3220091

じゃがいもとトマトの 冷製ジェノベーゼ

みじん切りのトマトと
油でカリッと揚げた薄切りのじゃがいもをトッピング

MCC ペペロンチーノ 70gX5



オリーブオイル、ガーリック、唐辛子でシンプルに仕上げた、オイルベースのスパゲティソースです。

1,080円 (税抜価格1,000円)



※調理イメージ

カットしたトマトと釜揚げしらすをトッピング

釜揚げしらすとトマトの アーリオオーリオ

3220120

●乾麺を使う場合のラクラクポイント

- 1.1%の塩水(1Lの水に対し塩10g)で通常より柔らかく茹でて流水で冷やし、水を切る。
- 2.1食分毎にラップに包んで冷蔵保存。**この際オリーブオイル等は使用しません。**
- 3.オーダーが入り次第、流水でさらし、ソースと和える。

※経時変化(パスタの緩み)の対応として、使用する前に十分に冷えた塩水(1Lの水に対し塩10g)でさらすとシャキッと麺が締まり、アルデンテな状態に戻ります。

※冷凍麺を茹でる場合も1%の塩水(1Lの水に対し塩10g)で茹でると麺が美味しくしっかり仕上がります。

※詳しくは別配布のランチキャンペーンチラシをご覧ください。

編集後記

8月に入り、毎日うだるような暑が続いています。外に出るだけで汗が噴き出すような日ばかりです。日差しは強く、今年も暑さが厳しいので、無理をしないことが本当に大事です。こまめな水分補給や休憩を忘れず、涼しい場所を上手に使いながら過ごしてください。(I.M)

Vol.564

発行日/毎月1回1日発行
/2026年8月1日通常 第564号
発行所/富士コーヒー株式会社・営業販促課
HP/<http://www.fujicoffee.co.jp>
名古屋市中川区舟戸町6-18
TEL (052) 362-1161 FAX (052) 362-1801
ホームページ/ <https://www.fujicoffee.co.jp/>