



会社概要

Procafecol S.A.は小規模コーヒー農家の所得向上を目的として、コロンビア全国コーヒー農家連合会(Fedecafe)によって2002年に設立されました。Procafecolは高級コロンビアコーヒー豆を販売し、チェーンの喫茶店、小売り、その他の付加価値のある事業を世界的に展開するJuan Valdez®ブランドを運営しています。Fedecafe、IFC、そして1万8,000人以上のコーヒー農家がProcafecolの株主です。

BOP層へのインパクト

50万人以上の小規模農家が加入するFedecafeからコーヒー豆を調達

課題

- 2000年のコーヒー豆の価格下落が小規模農家の所得に偏って大きな影響を与える
- 国際市場におけるコロンビアコーヒーの知名度の低さ
- 国内および国際市場で消費者と直接取引ができる経路の不足
- 統一されたブランドと、フェアトレードなどのさまざまなプレミアムコーヒー豆に対する高い需要

戦略

- Juan Valdez®ブランドを用いて、国際市場におけるコロンビアコーヒーの知名度を高める
- オーガニックやさまざまな社会・環境基準の認証付きのプレミアムコーヒー豆を販売し、コーヒー農家の所得を向上する
- コーヒー農家に会社の直接所有権を与えることで、農家が手にする利益を高め、彼らのさらなる取り組みを促す
- 世界中でチェーンの喫茶店を展開し、その他の流通経路も確保することで、消費者と直接取引を行う

成果

- Procafecolは農家から通常のコーヒー豆の値段より平均0.25ドル高い価格でコーヒー豆を買い取る
- 274のJuan Valdez®ブランドの喫茶店をコロンビア、米国、スペイン、アルバ、チリ、エクアドル、エルサルバドル、メキシコ、ペルー、パナマ、クウェート、韓国、マレーシアの13カ国で展開
- 20カ国でさまざまなコーヒー豆の流通経路を確保
- 2013年時点で7,600万ドルの営業利益と240万ドルの純利益を確保し、純利益に関しては2012年より229%の割合で増加

IFCの役割

- 2007年、2,000万ドルの資本参加を行う
- 地場企業から世界的な企業へと、会社の成長を支援
- 資本参加することで、潜在的な投資家に好意的な印象を与える



Procafecolのインクルーシブ・ビジネスモデル

コロンビアのコーヒー豆市場の恐慌を受け、Fedecafeは2002年に3つの目標を掲げてProcafecolを設立します。第一に、コーヒー農家と事業の収益を分担し、第二に高品質のコーヒー豆への需要を高め、最後に国際市場におけるコロンビアコーヒーの知名度を高めるという目標です。これは、Procafecolのサプライチェーンに属する50万人のコーヒー農家のうち、96%以上が5エーカー以下の土地しか持たず、貧困ラインと紙一重の所得しか得ていないためです。こうした小規模コーヒー農家は直接、もしくはFedecafeの系列組合を通じて、Procafecolの株式を保有しています。

ProcafecolはFedecafeが所有するJuan Valdez®ブランドのライセンスを保有しており、ブランド使用料は1940年にコーヒー産業の開発を目的とし、政府によって設立された国立コーヒー基金(National Coffee Fund: FoNC)に納められます。Fedecafeは政府の代わりとなってFoNCを運営管理しています。Procafecolが納めたブランド使用料は、市場価格での購入保証、科学研究、技術支援、そしてコロンビアコーヒーの情報普及や販促、広告のほか、Fedecafeが運営するその他の活動に用いられ、コーヒー農家の所得向上に役立てられます。

ProcafecolはFedecafeからプレミアムコーヒー豆を調達し、Juan Valdez®ブランドのもと販売を行います。同社が販売するコーヒー豆にはUTZやレインフォレスト・アライアンス、米農務省の認証基準を満たしたのも含まれます。また同社の販売網には、チェーン展開するJuan Valdezの喫茶店のほか、スーパーマーケット、企業やホテル、レストランなどの法人顧客などが含まれます。詳しくは<http://www.juanvaldezcafe.com>と<http://www.cafedecolombia.com>をご参照ください。