

Talk-s

Craftsmanship
Interview Contents
Sakai printing Creative Works



ハマヤ株式会社

取締役 本社営業本部
部長 梶川 貴史
商品課 次長 向井 吉秋
商品課 課長 北野 洋友

坂井印刷所

代表取締役 奥 敦雄
営業本部 米川 力
営業本部 松谷 弘一

モノづくりのはなし。
対応力で他社の参入を防ぐ。

(順不同 敬称略)



あの時はほんとに大変でした。

— まず、坂井印刷所との取引開始の経緯について教えてくださいませんか？

H 梶川さま もう10年ぐらいですかね。気持ちは20年ですけど(笑)

最初は寝屋川でしたっけ？お伺いしたことを覚えています。その時お付き合いしていた取引先がなくなってしまって...お願いするところがなかったんです。当時の担当が思い当たるところがあるということで紹介されたのがきっかけだと思います。

寝屋川に広い物流倉庫があって、条件にあったのでそのまますぐお願いすることになりました。ほんとにすぐをお願いしないと間に合わない感じでしたから。

H 向井さま 最初はできないと松谷さんから返答いただいていたんですけど、再度来ていただいたときに協力していただけるお返事をいただきました。

米川 すぐには受け入れ体制が整ってなかったこともあり、一度お断りしてしまったんですが、社内で体制整えて再度チャレンジさせていただくことになりました。



ほめていただけるんですか!?(笑)

— 坂井印刷所のイメージについてお聞かせください。

H 梶川さま 小回りが利いて、良くやっていたイメージです。向井が無茶言うてると思いますよ(笑) コーヒーの原価値上げの時に、コストダウン提案してもらえり、新しい商品やリニューアルの際は、形状サンプルもたくさん上げていただいていますし、助かってます。

H 向井さま 正直に腹割って話させてもらえることが、お付き合いさせてもらってる理由です。お互いぎりぎりのラインでやり取りしています。正直に話せる相手なんで。

他社さんは、腹の探り合いがありますが松谷さんとは、正直に話しができるのが大きいですね。

奥 弊社の方針ではないですが、組織の変更はあってもお得意先の担当替えをせず長く担当していることが多く、各クライアントの事情を深く関わる営業が多くなっています。

よく商品や市場について事情を知った営業が対応した方がいい場合もあるようです。





カタチにこだわっています！

ー グランデックスの御社のラインナップでの位置づけは？

H 梶川さま もちろん、柱となる商品ですね。コーヒーは数十種類もありまして、ギフトでも上位ランクの商品です。

ー パッケージ等は弊社で担当していますが、印刷加工、設計などで苦労された点はありますか？

H 梶川さま カタチですね！うちの相談役がすごく、意匠に力を入れている人ですので、これも力が入ってます。ネーミングや仕様に関するところまでこだわって作ってます。

H 向井さま シリーズ通じてどんどん、変化していますね。現在の形状が一番しっくり来てますね。どこにもないですし、どこから見ても立体感があって一番いいですね。

松谷 後加工も今のが形状がバランスがいいんです。

奥 いろんな角度から見るとというのが大きなポイントですか？

H 向井さま そうですね。お店では、いろんな角度からお客さんが来ますから、文字が見える。浮き上がってみると目立ちますよね。目につくというのが大切です。他の商品との違いをパッケージでも感じてほしいですね。

店頭で決める時代から WEB を含むカタログで選ぶ時代に。

ー コーヒー業界、コロナの影響は大きかったのでしょうか。

H 梶川さま 2020年の4月5月特に百貨店さんは、大変でした。喫茶店関係も閉まってましたし、ほんとに大変でした。今年、緊急事態宣言後は徐々に戻りつつありますね。

組合の会合もありましたけど皆さん同じですね。カタログギフトは堅調ですが、現物見て決めていただくギフトセンターみたいところはダメでしたね。

今は、カタログにどれだけ載せてるかが勝負ですね。かつては、ギフトセンターの場所の取り合いでしたけど... カタログで選ぶ (WEB も含む) 風潮は今までもありましたが、コロナで一気に変わりましたね... 今年はギフトセンターにも、少しづつお客さんが戻ってきてますね。

松谷 でも、コーヒー豆の価格がかなり上がるんですね...

奥 その分こちらもいろいろ提案をしていかないとですね。モノづくりの会社としては、QCD をずっと改善していかないとメリット出せないと思っています。

冒頭の話ではないですが、やったことないことにもチャレンジしていかないと新しいものは生まれません。いろんな宿題をいただけるので、こちらも考えるきっかけをいただいています。

H 向井さま 先ほどもありました、現物見て買う時代からカタログを見て買うという話も、新しいことを試していかないと。カタログで見て選んでもらえるインパクトのあるものをどうするか。

H 梶川さま カタログベースになると、写真の大きさが決まっています。

今までは、たくさん種類があって大きい方が良かったんですがカタログだと、少ない方がよく見える場合もありますしね。工夫が必要です。

H 向井さま その辺も提案してほしいですね。



対応範囲が広いのは御社の強みですね！

松谷 次のグランデックスは FSC で生産します。

ー 脱プラやエコに関しては、コーヒーの業界でも取り組まれているのでしょうか？

H 梶川さま そうですね。取り組んでいかないといけないと思ってますし。コーヒー自体がそういうイメージがありますんで、進めていかないとですね。

奥 ハマヤさんとのやり取りは、ほかの業界のクライアントと比べてどんな感じでしょう。

松谷 もう向井さんとは、素でやり取りさせてもらってますし、仕事が進めやすい環境です。

H 向井さま デザイン以降の印刷 / 加工 / セットをがっちり松谷さんが抑えてるから、他社さんにはほとんど出してませんよ。セットまでできるのはものすごい強みだと思います。

他のところとも商談させてもらってるけど、そこまでできるところはないですね。

本日は、たくさんお話いただきありがとうございました。

対談を終えて。

自社企画のインタビューメディアは5回目を迎えさまざまな業界のお話を聞いてきました。今回は、ギフトでもよく見かけるコーヒー業界の裏側をお聞きすることができ、パッケージのデザインや形状も PC やスマートフォンでの見え方も重要であることを再認識しました。

また、うちの営業とお客さまの信頼関係の強さにびっくり。デザインや形状だけでなく、印刷加工、セット加工など、いろいろトラブルも経験し、得た信頼関係は大きいですね。

今後もさらにクライアントととのモノづくりの現場をお届けしていきます。



WEB版はこちらのQRコードから。

次回もお楽しみに。