

大切な人への気持ちに 感動や驚きを添えて



株式会社ヘッツズ

「包装資材」ではなく 「販促資材」を企画

商品を彩るラッピングに使う包装紙や紙袋は、単なる「包装資材」ではなく「販促資材」になり得る。ヘッツの暮松邦一社長は「包装やディスプレイ用の材料に使う予算を、経費と考えるか、販促費と考えるかで違ってきます。販促費とみなされるアイテムを企画し、お店の売上に協力したいと思っています」と話す。

包装資材を扱う問屋は昔から存在するが「包めればよい」との考え方が主流で、「中身をよりよく見せる」包装ではない。「包装次第で自身の価値が50%はアップします」という暮松社長の考え方は、従来店とは一線を画している。「小売店や、女性向けキャラクター商品を扱う企業で働いた経験から、『包装資材は重要だ』との考えに至りました。ほかの店と差別化された販促資材を作りたいと思ったんです」。

中を隠さず中を見せる 「フロストバッグ」

同社は昭和60年創業。ケーキ、花雑貨、衣料を扱う小売店と個人をターゲットに、かわいらしくて、センスのいい販促資材を企画・販売している。フラワーアレンジメントを持ち運ぶ際に使う、半透明の手提げバッグ「フロストバッグ」の発売で、売上が一気に増えた。中身がうっすらと透けて見えるフロストバッグは、いまや全国各地の花屋で日常的に使われる定番アイテムへと成長した。

暮松社長は「すべてのお店に使ってもらいたいとは思いません。販促資材との考え方に賛同してくれるお店、テイストが好きだと思ってくれる人が使ってくれればいいと考えています」と言う。それでも年に1割程度は新規の取引先が増えており、創業以来ずっとゆるやかな成長を続けている。

カンタン、キレイ、便利 誰でもできるラッピング資材

成長の秘密は、商品そのものと、テイストや気持ちを伝える方法にある。小売店・個人を問わず、同社のホームページから販促資材をネット購入できるほか、商品は季節やニーズに合わせて細かく追加・変更する。季節のラッピングやディスプレイグッズを届けるために、年間10冊にもおよぶカタログも配布。商店のディスプレイやウィンドウをイメージしやすい内容が特徴的だ。

「カンタン、キレイ、便利」も同社のモットー。「店員さんの8割はラッピングが苦手です。従来の包装紙では、上手にラッピングできる人が少なかったと思います。ラッピングする店員に左右されるのではなく、誰でもキレイに、カンタンに仕上がる商品を開発しています」と暮松社長。特別な技術がなくても、カンタンに美しく包装できる商品が並ぶ。「ラッピングがかわいらしいと、手元に置いて再利用しようとする人も増えます。だから結果的にはエコになるかもしれません」。素材も不織布等を使うようにし、商品構成にも環

境問題を反映している。今後は、海外進出も視野に入れている。花を飾り、贈る文化が根付いているヨーロッパの文化ではないかと、暮松社長は夢を語る。「お店で包装する文化は諸外国よりも日本が進んでいます。ギフトパーツのアイデアも豊富ですし、細やかさでは日本に敵う国はないのではないのでしょうか。販促資材分野では世界一かもしれません」。世界中に向かつて「中身の価値を上げる」販促資材が広がりそう。

株式会社ヘッツズ

住所／〒545-0001
大阪府大阪市阿倍野区天王寺町北3-9-11
創業／昭和60年12月
設立／平成13年10月
資本金／3,000万円
従業員／35名（平成21年1月現在）
TEL／06-6719-7311
FAX／06-6719-7351

Company Profile



暮松邦一さん
代表取締役社長

主な事業内容

業務用資材 企画・製作、ラッピング用品企画・製作 等

<http://www.heads-jp.com/>