

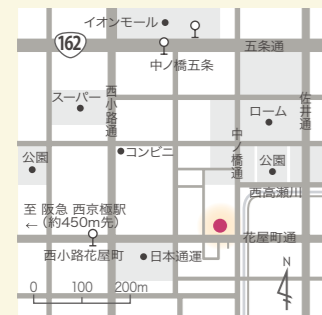
# OGAWA

## 小川珈琲株式会社

京都府京都市右京区西京極北庄境町75番地(本社)  
 TEL:075-313-7333  
<https://www.oc-ogawa.co.jp/> (会社HP)  
<https://www.oc-ogawa.co.jp/coffee-no-hiroba/>  
 (オウンドメディア)  
 従業員数:正社員154名  
 設立:1957年  
 主な事業内容:食品メーカー(コーヒーの製造および紅茶、  
 コーヒー器具、輸入食品、喫茶材料の卸、販売)

## 株式会社 小川珈琲クリエイツ

京都府京都市右京区西京極北庄境町75番地(本社)  
 TEL:075-313-7337  
 HPなどのURL:小川珈琲(株)に準ずる  
 従業員数:正社員・準社員43名  
 設立:1974年  
 主な事業内容:飲食業(喫茶及びコーヒー豆、コーヒー器  
 具販売、ケーキ製造、販売)



### JOB INFORMATION

#### 正社員募集

新卒採用の方は、マイナビサイトより応募ください。キャリア採用の方は、「おっちゃんとおばちゃん」の求人広告を見ての応募です」とお伝えください。※応募時期により充足の場合もございます。ご了承ください。

✉ [career@oc-ogawa.co.jp](mailto:career@oc-ogawa.co.jp)

#### 小川珈琲株式会社

- 6つの部門から構成されており、ご入社後、適正に  
 応じて配属部署を決定しています。
- ①第1営業部(飲食店に向けた業務用商品の販売)
  - ②第2営業部(スーパー等小売店に向けた家庭用商品の販売)
  - ③生産部(商品の生産や生産・物流管理)
  - ④総合開発部(商品の開発や購買意欲を上げるプロモーション企画など)
  - ⑤品質保証部(法律に基づく商品の衛生・品質管理)
  - ⑥管理部(総務、経理、人事、システムなど)

#### 株式会社小川珈琲クリエイツ

京都府7店舗、東京都2店舗、滋賀県1店舗、10店舗とECサイトを運営しており、ご入社後は、主に店舗スタッフ(ホール・キッチンなど)として活躍いただきます。



profile  
 榎原健太さん

1996年、愛知県生まれ。岐阜大学工学部卒。学生時代にコーヒーに興味を持ち自家焙煎の店でバイトをしたのをきっかけにのめり込み、小川珈琲に新卒で入社した。

小川珈琲株式会社とは  
 1952年創業のコーヒー製造会社。理念は「私達は珈琲職人として、未来をつなぐ本物の価値を創造し、真心を持ってお届けする」。珈琲文化を未来につなぎ、コーヒーを通して持続可能な社会に貢献していくことを目指す。

#### 京珈琲



「日常の中で少し贅沢な時間を過ごす」がテーマ。水引のようなデザインを採用することで、小さなプレゼントにも使えることを想定。

#### ASUE Fairtrade coffee



持続可能な社会を実現するために開発。有機JAS認証・国際フェアトレード認証のコーヒーを使用、商品の売り上げの一部を支援活動に寄付している。

工学部出身の榎原さんは「好きなことを仕事にしたい」と考えて、あえて大学の専門を活かさない小川珈琲に新

#### コーヒーに魅了された 珈琲職人の向上心をサポート

会社なのだ。

一貫して、榎原さんのコーヒーへの情熱が伝わってきた。小川珈琲は、はたらく人がのめりこめる環境を創出している会社なのだ。

「コーヒーというものの深さが少しわかりました」と述べると、西岡さんも「向上心に感銘を受けました。私も好きなものを見つけて仕事にしたいです。」

平岩さんが「榎原さんののめり込む、コーヒーというものの深さが少しわかりました」と述べると、西岡さんも「向上心に感銘を受けました。私も好きなものを見つけて仕事にしたいです。」

卒で入社した。「それほどまでに榎原さんののめり込ませる、コーヒーの魅力とは？」と西岡さんが聞くと「学生のときに勉強に失敗して落ち込んで、飲んだ一杯のコーヒーの味に涙したのが僕の原点。コーヒーは、心を支える存在です。またコミュニケーションを生み出す媒体でもあります。」

「京珈琲」は京都らしさをテーマに開発。ターゲットは京都在住の方で、自分が飲むだけでなく、プチギフトとしてプレゼントに使っていただけよう、水引のデザインを入れました。「コーヒーにはライバルも多いですね。他社との差別化は？」との西岡さんの質問には「まず、味がいいこと。つまり、コーヒーの質です」と榎

原さん。もともと創業者が本物のコーヒーを提供したいと始めたのが小川珈琲の原点。それを貫いている。一方で苦勞もある。「会社には、経営者や営業担当、立場が違うそれぞれの思いがあります。商品化は自分の一存では進みません。関わる全員の思いを調整するのは大変です。でも形になったときの喜びはひとしおです」と榎原さんは熱を込める。自分が苦心した商品を店頭で見かけたときは心底うれしく、商品開発の醍醐味を感じる。



## 小川珈琲はのめり込みたくなるほど、 深さのある会社でした

### 人材募集 recruitment

#### 大西ゼミの学生レポート

小川珈琲株式会社  
 「総合開発部商品開発課」編

ユニークな地域起こしや企業研究で知られる京都産業大学経済学部の大西辰彦教授のゼミ生2名が京都市に本社がある小川珈琲株式会社の総合開発部商品開発課を訪問。商品開発の仕事について取材しました。

関わる人たちと自分の思い。商品となった喜びはひとしお

京都に本社がある小川珈琲株式会社は、産地の訪問から、カフェなどに卸す業務用や、スーパーで販売する家庭用の商品開発、販売などを行なう、全国でも数少ないコーヒーに特化した企業だ。今回は商品開発課の榎原健太さんに話を聞いた。

「商品コンセプトはどのように決めるのですか」と平岩さんが聞くと、「まず性別、年代、属性、SNSを使うかなど対象を設定。続いて他部門と連携して形にします。開発件数は業務用と家庭用を合わせて、年間100を超えます」と榎原さん。

「たとえば40代の働く女性をターゲットにした(ASUE(明日へ))という商品は、アクティブとリラクセスの2種の味わいで開発。包材もアクティブは元気な黄色、リラクセスは落ち着いたグレーにしました」と榎原さんは説明しながら、別の商品を手にとった。

「京珈琲」は京都らしさをテーマに開発。ターゲットは京都在住の方で、自分が飲むだけでなく、プチギフトとしてプレゼントに使っていただけよう、水引のデザインを入れました。「

好きなことに全力に取り組む。そんなふうにも、自分も働きたい!

