

アートクレヨン開発

ぺんてるが体験発表会 クラウドファンディングも活用



ぺんてる株式会社（高橋智和社長、東京都）は、11月9日午後1時から、アートを誰にとっても日常の身近にあるものとする「アートクレヨンプロジェクト」の体験発表会を開催した。

同社は、「大人が自由に描きかきを取り戻す」ことを目標に、174万人のチャネル登録者を誇る画家・美術系ユーチューバーの柴崎春通氏の監修のもと、大人が日常で描くことに寄り添う画材「アートクレヨン」8色セットを共同開発した。

「アートクレヨン」は、クレヨンの手軽さで、油絵のようなタッチの絵を描ける画材。筆圧によって線幅を自由自在にコントロールできる柔軟なテクスチャで、鮮やかなまなこ色を混ぜ合わせたり、何度も重ねたりする事ができ、多彩な表現を楽しめる。仕上がりの色の鮮やかさを重視し、さまざまなモチーフを描くのに適した最小単位として柴崎氏が選定した。パッケージは、柴崎氏描き下ろしの愛らしい猫が描かれたパッケージ入り。

「アートクレヨン」の発売にあたって、同社初の試みとして、CCCグループのクラウドファンディングサービス（クラウドファンディング）を活用し、近畿IDCよりASKUL LogiPARK 福岡（福岡市東区）に路線便（他社の荷物との混載）で在庫移動商品の輸送を行っていたが、日々の物流変動により積載効率も上下する状態だった。そこで両社の発倉庫であ



高橋社長と柴崎氏を囲みフォトセッション

ココヨロジとアスクル 同一納品先へ共同輸送

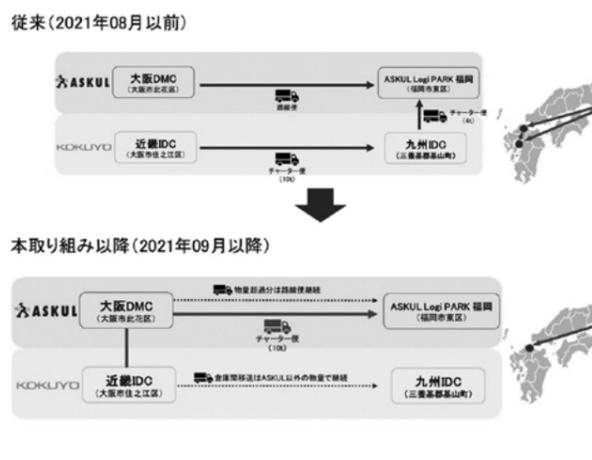
同一納品先へ共同輸送

ココヨグループのココヨサプライロジスティクス株式会社（若林智樹社長、大阪市、略称KSL）は、アスクル株式会社（吉岡寛社長、東京都）とともに、大阪から九州へ向けて行っている同一納品先への輸送の共同化へ向けた実証実験を2021年9月より実施し、効果を検証することができたため、2022年10月より本格運用を開始している。

両社同一の輸送先であるASKUL LogiPARK 福岡（福岡市東区）へ、KSLはチャーター便（トラック1台貸し切り使

用）を利用して、社の物流拠点である近畿IDC（大阪市住之江区）より同じく物流拠点の九州IDC（三養基郡基山町）に在庫輸送を行い、九州IDCより配送を行っていた。

一方、アスクルは物流拠点の大阪DMC（大阪市此花区）より同じく物流拠点のASKUL LogiPARK 福岡（福岡市東区）に路線便（他社の荷物との混載）で在庫移動商品の輸送を行っていたが、日々の物流変動により積載効率も上下する状態だった。そこで両社の発倉庫であ



リオンファンディング)で、「アートクレヨンプロジェクト」(https://greenfunding.jp/lab/projects/7690)の支援を受け、11月9日より開始、来年2月15日まで実施している。

クラウドファンディングでは、「アートクレヨン」はもともと、会場で柴崎氏から直接3時間程度のクレヨン画のレクチャーを受けられる「柴崎先生のアートクレヨン教室」とのセットなど、さまざまなリターンを用意。また、代官山葛屋書店（11月9〜24日）、京都葛屋書店（12月9〜30日）で、アートのある日常をテーマに、「アートクレヨン」と柴崎氏の描き下ろしたアートクレヨン画作品の展示も行う、オンラインだけでなく、リアルにつながる。

体験発表会では、冒頭、高橋社長は「ハラスとイストラの紛争勃発で、バンク

が両立できるようにしている。また、従来の近畿IDCから九州IDCへの在庫補充はアスクル納品以外の物量で積載量を維持、継続している。

近畿IDCと大阪DMCが近隣に所在していることに着目し、近畿IDCよりASKUL LogiPARK 福岡（福岡市東区）へ、KSLはチャーター便を定期運行し、積載量を調整しながら両社の荷物を合積みすることを検討、物流効率化及びCO2排出量の削減を目的に2021年9月より実証実験を開始。運用上の調整をしながら効果測定を行い、当初の目論見通り積載率を従来より9%（年間）向上させること、CO2排出量の13%年間削減を達成し、2022年10月より本格運用を開始した。

なお、アスクル側で共同輸送便の積載量が超過した場合は、従来通り路線便で輸送を行うことで、物量変動の吸収と積載効率の向上

シーがバレスチナ・パツレームの壁に描いた、武器の代わりに花束を授ける少年を描いたアートを想起した」と平和への願いを表

「世界のアートの市場のデータによると、全体で7兆円、国別1位の米国は3兆円、日本は1兆円、中国は0.3兆円、アート市場はわが国は13歳からのアート思考の著書では、中学生に上がると図工・美術が全科目で最大の下落幅となり、人気が高くなる。今年8月

に視察したドイツの文具店には壁一面に色鉛筆が並んでいた。こうした光景は日本では見られない。果たしてこの差は何だろうか。ドイツでは、身近にアートを愛する人が6割を占め、そのうち本人と家族が楽しむ人は8割、年齢層は20歳以上だった。日本では13歳を過ぎると、アート市場は専門的になっていく。2045年、全大衆の脳処理能力は10万円のPCを超えてしまうと言われてい

る。デジタル化の加速は、人に備わっている感性を脆弱にする。AIは処理や予知能力に秀でていくが、創造力はない。人間の創造力が衰退すると、AIの暴走が始まる。AIと人間の創造力の戦いは目の前にある。危険だと認識している。危機を回避する鍵は創造力をアートの力であり、デジタル化の加速はアートへの回帰を加速させるだろう。コロナ禍で顕在化したアートの回帰はとまらぬ。弊社は今年度、新タグライン「Reimagine your world」を

策定したが、今回のアートクレヨン発表を皮切りに、アートにかかわる事業を加速させていきたい」と挨拶。開発担当者、研究開発本部、三浦愛美氏より機能紹介があり、「アートクレヨンは混色、重色ができること、油絵のような表現ができる」商品の最大の特徴を説明。発色について「色の素となる顔料は、微細な粒。他の原料と均一に混ぜ合わせるには高度な技術が求められる。長年画材をつくり続けてきたぺんてるに

は、顔料を均一分散させた」と語った。

このあと、①描き心地②混色③重色の3つの試し描き体験を用意。③の重色体験では下地に黒を塗った紙に重ね塗りを行い、参加者も色を塗り、参加者色を表現した」と説明。最後に「人は新しいことを思いついて、考えて、挑戦していく生き物だと思つて。子どもが成長していく過程が、大人になってもずっとそれをやっている。挑戦を続ける人が使うものが画材。メーカーとしてどういうものづくりをしているのかを、考えるきっかけとなっ

た」と語った。

このあと、①描き心地②混色③重色の3つの試し描き体験を用意。③の重色体験では下地に黒を塗った紙に重ね塗りを行い、参加者も色を塗り、参加者色を表現した」と説明。最後に「人は新しいことを思いついて、考えて、挑戦していく生き物だと思つて。子どもが成長していく過程が、大人になってもずっとそれをやっている。挑戦を続ける人が使うものが画材。メーカーとしてどういうものづくりをしているのかを、考えるきっかけとなっ

海外市場が拡大中 タイで初のポップアップ店

ココヨ株式会社（黒田英邦社長、大阪市）は、タイ初となる「POP UP SHOP」を10月19〜25日まで、首都バンコクのショッピングモール「Me ga Bangna (メガバンナー)」で開催。延べ約1千人が来場し、買い物を楽しんだ。

タイではSNSの普及と契機に自己表現ニーズが高まり、付加価値文具市場が拡大している。2022年9月にオープンしたココヨのグローバルECストアで一部商品を購入することが可能だったが、現地でココ

ヨの文具に触れる機会は限られていた。今回の「POP UP SHOP」は、若者に人気のショッピングモールに出店し、中国の学生に人気の「バステルックキッソー」シリーズや日本で人気の「グッドツールズ」シリーズを含む363品番を展開した。

中国では、2022年に上海に直営店「Campus STYLE」をオープンし、また、2年ぶりに開催したイベント「KOKUYO HAKU上海2023」では、過去最高となる9200人が来場するなど、人気が高まっている。

また、今年度はマレーシアにおいても「POP UP SHOP」を出店、多

数の来場客で賑わった。

BE 2023が11月9〜11日、神戸・元町の大丸神戸店9階イベントホールで開催。テレビニュースでも紹介され、期間中多数の来場者で賑わった。

第8回目の今回は、例年会場に使用している新神戸アロードの体験型スポット「北野工房まち」から、アクセスのよい元町駅直ぐの「大丸神戸店」に移して50のブース規模で展開。紙を愛するアイテムとして人気のスタンプや筆記具も揃えて、気軽に参加できるワークショップも多彩に企画した。

多数の女性客で賑わう会場

「初日は平日にもかかわらず予想以上の来場者、大きな賑わいとなった。来場者の層は30代以上の成人女性が大半で、静かに、熱く楽しまれている。今回、お

声かけいただいた大丸神戸店さんに集客や来場者の満足度を高めるイベントとして喜んでいただいている」と竹内直行室長。

業界関連では、紀寺商事、呉竹、サクラクレパス、サンプー、シャチハタ、セキセイ、ゼブラが出展した。各社の主な出展内容は次の通り。

紀寺商事はメーカーとのコラボ文具シリーズ「きてらの文具」シリーズ、「ゲゲの鬼太郎」の新しいコンセプトシリーズ「Hey, KITARO」など。呉竹はレトロな紙で遊ぶ

多量の来場客で賑わう会場

「初日は平日にもかかわらず予想以上の来場者、大きな賑わいとなった。来場者の層は30代以上の成人女性が大半で、静かに、熱く楽しまれている。今回、お

神戸で紙フェス開催 ナガサワ文具センター 大丸神戸店会場に盛り上がる

株式会社ナガサワ文具センター（長澤宗弘社長、神戸市）が主催する、紙と文具の祭典「紙フェス KO

多数の女性客で賑わう会場

「初日は平日にもかかわらず予想以上の来場者、大きな賑わいとなった。来場者の層は30代以上の成人女性が大半で、静かに、熱く楽しまれている。今回、お

声かけいただいた大丸神戸店さんに集客や来場者の満足度を高めるイベントとして喜んでいただいている」と竹内直行室長。

業界関連では、紀寺商事、呉竹、サクラクレパス、サンプー、シャチハタ、セキセイ、ゼブラが出展した。各社の主な出展内容は次の通り。

紀寺商事はメーカーとのコラボ文具シリーズ「きてらの文具」シリーズ、「ゲゲの鬼太郎」の新しいコンセプトシリーズ「Hey, KITARO」など。呉竹はレトロな紙で遊ぶ

多量の来場客で賑わう会場

「初日は平日にもかかわらず予想以上の来場者、大きな賑わいとなった。来場者の層は30代以上の成人女性が大半で、静かに、熱く楽しまれている。今回、お

多量の来場客で賑わう会場

「初日は平日にもかかわらず予想以上の来場者、大きな賑わいとなった。来場者の層は30代以上の成人女性が大半で、静かに、熱く楽しまれている。今回、お