

ペンてる会 展示 アート活動を推進 小学生向けシャーペン 発表

ペンてる株式会社(高橋智和社長、東京都)は、7月20、21日、東京・竹芝のニューピアホールで、2023発表展示会「Pentel Arts (ペンてるアート)」おっ!こんなペンてる あったんだ!!発表展示会を4年振りに開催、販売店、卸など2日間で1076人が来場して、盛況を博した。

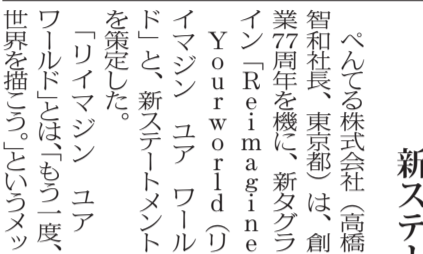


展示会会場と展示会を盛り上げた体験コーナー

展示会では、手描きの魅力を伝えていく「ペンてるアート」の活動や小学生のシャーペンデビューに向けた提案商品として、芯径1.3mmの太芯シャーペン「AMAIN(アメイン)シャーペン」を発表、注目を集めた。

20日午後2時から行われた業界紙懇談会では、高橋社長が「いま話題を呼んでいるチャットGTPをはじめとする生成AIには人に代る部分と、人を混乱に陥れる面があると言えらる。文章や画像を自動的に作る画像生成AIは、既存の大量の画像データから、その特徴をAIが学習し、それらの特徴をもとに新しいテーマの画像を生成するというもの。実際には複数の画像データをコピーし、それらを合成してさらにカスタマイズする作業を瞬時に行う。チャットGTPと原理は同じだが、これらの作業はコピーするのが大前提で、オリジナルなひらめきは存在しない。AI作品の著作権も問題になっている。『O』と『I』だけで文字や画像も自在に表

現するが実はそこにはない。では、実体とは何かという点、それは人間の心と身体。デジタルはあらゆる領域に進出し、あたかも現実存在する実態と錯覚してしまいがちだが、そこには一切の実態のフィジカルは存在しない。対して人は確実に存在し、生命として呼吸し、一生を過ごす。『描く』『表現する』ことは、五感を総動員して行うアクティブな体験であり、このような体験が創造性、創造力を活性化し、豊かな心と思考力を育む。個人のフィジカルに準拠することで生まれる力であり、絶対的な個性を育む。デジタルの加速はブレイク効果となつてフィジカルへの回帰を本格化させていく。そうした時代の流れをしっかりとらえていきたい。これ



高橋智和社長 (中央)

の売り上げ構成比が7割に達した。円安の影響も多少はあると思うが、数量ペーパーでも伸びている。コロナ禍の中、一時は厳しい年もあったが、コロナ明けからは成長路線に戻り、前期は好業績となった。今期に入っても好調に推移している」と説明。また、全体の7割に達した海外市場の販売動向について「北米は競争が激しく、苦戦しているものの、コロナ前には戻りつつある。米国についてはコロナ前には戻っていないが、今期さらに伸びていくと期待している。中南米は好調。アジアではインド国内の販売がコロナ前への戻りが早く、生産が追い付かないほどの好調で、生産能力を上げる計画を立てているところ。アジア全般は良いが、中国は景況減速が波及して停滞している。欧州はウクライナ紛争の影響から全般に苦戦している。日本国内は非常に好調。昨年、今年と、前年超えを続けている」と、国内・海外ともに好調に推移している業況を伝えた。

後、川崎貴昭製品戦略部長は、発表展示会のコンセプト「ペンてるアート」について、「書く・描くことで得られる楽しさ、うれしさを製品だけでなく活動・行動を通じて世の中にもっと広めていきたい。そうした想いから昨年7月にペンてるアートの活動を国内で開始した。『ペンてるアート』はすべての製品が表現具であり、人々が自由に表現できる楽しさ、日々の生活を豊かにする、そのことを効果的に伝えるコミュニケーションブランド。伝えたいメッセージは『手書きを贈ろう』と説明、ペンてるアートのプロモーションビデオを放映して、その活動をわかりやすく伝えた。

この後、中沢英和マーケティングインクループ長から、体験コーナーおよび新製品について説明、展示会の体験ツアーも行った。

新タグライン発表

新ステートメントも策定

ペンてる株式会社(高橋智和社長、東京都)は、創業77周年を機に、新タグライン「Reimagine Your world(リイマジン ユア ワールド)」、新ステートメントを策定した。

「リイマジン ユア ワールド」とは、「もう一度世界を描こう」というメッ

回、活動の取り組みの一環として、手書き・手描きの魅力を伝えながら販売店の拡販、店頭活性化を支援する「ペンてるアート店頭陳列コンテスト」を9月13日～11月13日の2カ月間実施する。グランプリ(1店舗、商品券10万円)、準グランプリ(2店舗、商品券各2万円)、マッドホップ賞(3



店舗、商品券3万円)、筆タッチサインペン賞(同)、アートブラッシュ賞(同)の各賞を用意。

展示会を盛り上げた体験コーナーは、「パーツを自分で自分だけの『Calm(カルム)』を作ろう」と「オリジナル替芯ケースをつくらう」。「カールム」を作ろう」では、組

年77周年を迎える。その歴史の中で、『ペンてるくればよん』『サインペン』『ペンてる筆』などの筆記具・描画材を生み出し、アート

やクラフト、ホビーなど幅広い表現にまつわる製品を世界120以上の国と地域で販売。創業以来、誰もが感じるままに想いをかたちにできる多様な道具をつくることで、人々の創造性や想像力をはぐくんできた。テクノロジーの発展とともに複雑化し、未来が予測困難となったこれからの時代に、人々が自らの手で世界を描くことを支援するその役割は、ますます重要なものになる。そこで、『ありのままに、自らの世界を描

くことが、明日の世界を創造していく」という想いを込めて、新タグライン「リイマジン ユア ワールド」の策定に至ったとしている。

タグラインとは、企業やブランドが世の中に対して、その姿勢や存在価値などを、想いとともにわかりやすく端的に表現するメッセージのこと。

ステートメントとは、企業やブランドにおける価値観や使命、存在意義などを明文化したものである。

KOKUYO logo and advertisement for GLOO products with the slogan "貼るって、こんなに変わる。" (Sticking it, it changes like this).

