新製品46アイテム発表

レイメイ藤井　東西で秋冬新製品発表会

株式会社レイメイ藤井（藤井章生社長、東京都）は、7月21日～8月10日まで、江東区森下の東京本社、阿倍野区天王寺の大阪支店で、「2023秋冬新製品発表会」を開催、初日の21日にプレス発表を行った。

記者会見は宮坂裕介取締役商品企画室長の司会で進め、始めに藤井社長が「前期は減収減益計画としたが、6月28日の決算では、計画を上振れした。7月からの新年度は中期経営計画の最終年度であり、総仕上げの年となる。熊本本社に続いて、鹿児島の社屋の建て替え、リブランディングの着手など、『リ・モデルⅡ』（2019年に外部環境の変化により中期経営計画を見直し）の総仕上げの年でもあり、リブランディングの効果を検証して、今後の成長戦略の策定を進めていきたい」と挨拶、6月30日付けで実施した役員人事の異動と新体制の始動を報告した。

リモートで挨拶する藤井社長

㊥執行役員に新任した古川恵三ステイショナリー事業本部長

続いて、古川恵三執行役員ステイショナリー事業本部長兼東京営業部部長が「前期は『リ・モデルⅡ』の3カ年の2年目。売上目標は未達だが、ほぼ前年並みの水準を確保した。原材料高、円安の影響を受けて、大幅減益の厳しい決算となり、7月から一部の商品の値上げに踏み切った。『魔法のザラザラしたじき』、『ケプト』は依然として人気が高く、更に販売に注力し、秋冬発売の新製品で弾みをつけて、この1年を乗り切っていきたい。新体制となり、商品企画室を生産管理部門へ変更してスタート、品質管理、納期、価格面での強化を図る。もう一度原点に立ち返って進めていきたい」と抱負を語った。

このあと、宮坂取締役が新製品の概要について詳細に説明した。

人気の「ケプト」に待望の筆記アイテム

2023年秋冬新製品は「新機能・新デザイン新しい発見がいっぱい」をテーマに、得意の縫製品で培った技術を生かした筆入れやビジネスアイテム、変化するライフスタイルやトレンドに対応したデザイン、新アイテムなど46アイテム173SKUを発表した。新製品の概要は次の通り。

7月発売＝女子高校生のトレンドに対応した「KUM（クム）」、カルタと連動したしゃべる地球儀「しゃべる国旗付き&カルタタッチミー」

9月発売＝デザイン・機能が進化したマグネット開閉が人気のペンケース「コハコ　ネオ」

10月発売＝「ケプト」新商品、マグネット軽量筆入れ「カルピッタ」、フタ部分が軽くて丈夫な透明PET素材の筆入れ「トップライナークリアシリーズ」第2弾、小学女児向けの可愛らしい色合いのペンケース「トップライナー　リボン」、忘れ物防止メモポケット付きの「メッシュれんらく袋」、戻す位置が一目でわかる色ガイド付き新ケース仕様の「先生おすすめ色鉛筆（12色、24色）」、アウトドアリュックデザインの「収納ポケット付きランドセルカバーアウトドアデザイン」、軽量で使い勝手の良い合皮製シリーズ「グローワール」、「ダ・ヴィンチ　グレンデロロマクラシックシリーズ」限定色、ランドセルのカラーにマッチする「カラフルキーチェーン」、ICカードや小銭、鍵をひとまとめにできる「コイルコード&小銭入れ付きパス」

11月発売＝ドット方眼のガイドライン付「ドット方眼ブラックボード」

このうち、「ケプト」新商品は、「ずっと変わらず好きなもの」をコンセプトに、好きなものを追求する人に寄り添うアイテムを提案。今回は待望の筆記アイテムを発売。全色揃えたくなるゲルボールペンやシャープペンと消しゴム、推し活アイテムとして新提案する「イベントボード」と「マルチ収納ファイルのポストカードサイズ」など9アイテム31SKUをラインアップ。

「カルピッタ」は、ファスナーが苦手な児童でも開閉が簡単、大容量に収納できるマグネット軽量筆入れで、新入学向けに提案する。机の上から滑りにくい底面に滑り止め付き。

「収納ポケット付きランドセルカバーアウトドアデザイン」は、トレンドに対応したアウトドア感覚のデザイン。デザインで収納力を向上させた。

記者会見で、6月1日に導入したコーポレートブランディングの効果について質問を受け、藤井社長は「『黎明』を表現するビジュアルが弊社の歴史文化を表現していると評価を得ている」、宮坂取締役は「外部からはこの時期に思い切った決断を行ったと称賛いただいている。社内的には社員のモチベーションアップにつながり、7月からの新体制スタートにプラス効果を実感している」と、導入後の効果を語った。

なお、ステイショナリー事業部の責任者として陣頭指揮を取ってきた井上俊哉専務取締役、取締役大阪支店長の満田恵氏は6月30日付けで退任した。

また、7月1日付けで、ステイショナリー事業本部長兼東京営業部部長の古川恵三氏が執行役員に新任、大阪支店大阪営業部部長の森下正義氏が大阪支店長に新任した。

ポケモン学習帳リニューアル

ショウワノートグループ3社　東西で秋冬コレクション

ショウワノートホールディングス株式会社（片岸茂社長、東京都）、ショウワノート株式会社（氷鉋富雄社長、同）、株式会社文運堂（谷口晴久社長、同）の3社は、8月2、3日に東京・柳橋の共和フォーラム3階で、8、9日に大阪・天満橋のOMMビルで、「ショウワノート2023年秋冬コレクション」を開催、「ReBORN～新たな一歩を踏み出す～」をテーマに、ポケットモンスター学習帳、ジャポニカセクションのリニューアルや環境配慮素材「LIMEX（ライメックス）」を使用した新商品など多彩に提案した。

左よりショウワノート・氷鉋社長、片岸会長、文運堂・谷口社長

東京会場の初日午前9時から3社の代表者が出席して記者会見が行われた。

片岸会長は「デジタル化の環境変化は私どもの商環境に様々な影響を及ぼしている。ゲーム業界もゲームアプリが伸びている一方で、ゲームソフトが売れない。教育へのICT（情報通信技術）活用が進み、子どもの学習環境が変化しているが、教育のICTだけで学力は育まれない。そこに私どもノート業界の存続も関わってくる。ショウワノートグループは7月から第108期に入り、新体制でスタートする。文運堂は2年目を迎えた谷口社長の営業力もあり、売上も伸びている。ピカチュウの学習ノートの売れ行きも好調。これからの3年間に生き残りがかかっている。今後とも変わらぬ支援を願いたい」と挨拶。

続いて、氷鉋社長は「新たな体制のもと、新しい一歩を踏み出す覚悟や想いを今回の展示会テーマに込めた。新商品としてポケットモンスター学習帳、ジャポニカセクションのリニューアルや環境配慮型の新素材『ライメックス』を使用した下敷きを発表した。『ポケットモンスター』新シリーズのTVアニメも好調で、商品の販売にもプラスに作用している」と挨拶、加えて、東西の営業本部長に新任した三浦公司東日本営業本部長、米川雅晴西日本営業本部長を紹介した。

文運堂・谷口社長は「第1期の売上は前期並みで大変苦戦した。利益面では生産をショウワノート高岡本社に移管したことで少しは改善したが、長期化する原材料費・物流費の高騰や売上の半分を占めるコピー用紙関連が原紙の値上げで、利益は減少した。一方、販売面では主力文具卸との新規取引、『ポケモンセレクト学習帳』、『ポケモンB7ミニノートシリーズ』の発売など、キャラクターメーカーとしての一歩を踏み出せたことで、一定の成果は見られた。今期以降もキャラクター商品をはじめとする自社製品の開発・販売の強化に努め、一層の取引拡大と共に卸・小売の流通に対して企業アピールしていきたい」と前期の業績と今後の方向性について説明。

今回の注目ポイントは、学習帳のリニューアル、ポケットモンスター、環境配慮型素材ライメックス。このうち、学習帳のリニューアルでは、ポケットモンスター学習帳が絵本の1ページのような手書き風のデザインでイメージを一新、ジャポニカセクションが無線綴じにリニューアル。

ポケットモンスターは女子向けの新キャラ「ポケピース」が登場。

ライメックスはプラスチック・紙の代替素材として注目を集めている石灰石を主原料とした環境配慮型の新素材で、商品化第1弾として「下敷き」を提案した。

文運堂は、「ポケットモンスターセレクト」の10ミリ方眼罫と横罫の22行と27行、インバウンド向けの「江戸前文具シリーズ」、キャラクターのポチ袋を提案。

秋発売の新商品は次の通り。

9月以降＝仮面ライダーガッチャード商品

㊤多数の来場者で賑わう会場㊦リニューアルのポケモン学習帳など

商品説明会と展示会

エコーマインド　学納店を対象に懇談会

10月発売＝2024わくわく新学期シリーズ、ジャポニカセクション（新柄）、ポケットモンスター・リビトレ、和紙千代紙（ねこ・小鳥・桜）

11月発売＝新学期ギフトセット&小型セット、ポケットモンスター学習帳（新柄）、劇場版SPY×FAMILY文具シリーズ、ポケットモンスター・クリアスタンプ、アイシナモロール（新）

2024わくわく新学期シリーズは、ポケットモンスター、同（シンプルシリーズ）、同（パステルフレークシリーズ）、ポケピース（新）、スパイファミリー（新）、ドラえもん、ジュラシック・ワールド、ミニオンズ、美女と野獣、リトル・マーメイド、ドラゴンボール超の11キャラクターで展開する。

エコーマインド株式会社（村田和俊社長、大阪市）、日本ノート株式会社（角坂靖夫社長、東京都）、ぺんてる株式会社（高橋智和社長、東京都）主催による「エコー学納懇談会2023」は、7月27日午後3時から天満橋の大阪キャッスルホテルで開催した。

懇談会には180人が出席。第1部商品説明会、第2部商品展示、第3部懇親宴のスケジュールで構成した。

はじめに村田社長が「2009年は1年生から6年生の児童数は710万人いたが、昨年は610万人と100万人減少している。また、教科書のデジタル化で、図書教材のドリルなどがどうなっていくのか。今日の出席者も今後の変化は目まぐるしくなるという予測はしているかと思う。デジタルとアナログをどう調和していくのか。変動、変化がどうなるのか。今日は地域についている予算などを当社と出展メーカーとの会話を通して、次のヒントとして何かできないかと思っている。昨年は、着席形式の懇親会だったが、今年は立食形式で開催する。この後のメーカーの講演、商品展示、懇親会まで長丁場になるがよろしく願いたい」と挨拶。

次に、コーラス・亀谷穣取締役副社長兼営業本部本部長が「昨年日本ノートのベトナム工場の話をした。今年になって生産がスタートしたが、生産数も上がってきており、日本で作っている商品とともに愛顧願いたい。我々の本業は学習帳だが、アゲインストの風が吹いているのも事実で業績も厳しい状況。要因としてタブレットの支給だが、学校の先生によっては書くことによって学業が維持できると考えている人もいる。もう一つは児童数で、2012年に107万人いた児童が、2022年は77万人と25%減少している。2020年からのコロナ禍で勉強の仕方が変わってきているのかとも思っている。このようなことから厳しい状況になっている。そこで何をするかだが、一つは今年『合理的配慮のためのノート』を発売した。障害者差別解消法が施工されて、合理的配慮の商品を出していくことが義務付けられており、先生方とヒアリングして出したのがこのノートで、こういった他社にない商品を出していくのがメーカーの役割。今日の出席者は現場の情報を知っていると思うので、学納店、エコーマインド、我々が情報を共有しながら、どのような商品を出していけばいいのかのヒントが得られるのではないかと思っている。それを商品化することで厳しい状況ではあるが、学習帳をきっちりと販売していきたい」と挨拶した。

この後、コーラス・一般ビジネス西日本営業本部関西中四国グループ・磯田政輝サブリーダーが「新商品　合理的配慮のためのノートについて」をテーマに講演した。

展示会では、21社から学校納品向けの各種商品を展示しアピールした。

第3部の懇親会は、開宴に先立ち村田社長が「8月にキャンペーンを予定している。定番、WEB受注について1%の値引きを行う」と述べ、ぺんてる・高垣克己執行役員国内営業本部本部長の乾杯で開宴し、種々歓談した。

挨拶する村田社長と講演会の会場