「書く価値」アピール

エコール春の大見本市

来場者は昨年比２桁増

エコール流通グループ株式会社（一ノ瀬巌社長、東京都）とエコール事務機チェーン、エコール・ステイショナーズ・チェーンは、1月19、20日、東京・大田区の東京流通センターで、「わくわくいっぱい新時代の〝ジン・大見本市〟さぁ〝NEXT STAGE〟へ！」をメインテーマに、「第118回エコール春の大見本市」を開催、来場店1410店、随行者も含めた総来場者数2263人と、いずれも昨年比2桁増となったが、売上高は46億91百万円と目標にわずかながら届かなかった。

開会式で挨拶する一ノ瀬社長

多彩な新商材提案するイベント館

開会式で、一ノ瀬社長は冒頭、能登半島地震被災者への見舞いを述べた後、「昨年上半期の統計によると、『書く・描く』に関連する商材の販売数量が落ちているという。減少要因についてはタブレット学習の導入が紙に書く機会を減らしている。『紙に書くこと』が脳の成長や記憶力の維持・認知症の予防、想像力にも役立つなど、『書く価値』を多くの学識者が発信しているが、消費者やユーザーは知らない。『書く・描く』価値を伝えていくのは関連商材を取り扱う3団体流通の責務ではなかろうか。業界全体の共通課題として取り組み、消費者、ユーザーへの理解を深めることができれば数量減に歯止めをかけることができる。今回の大見本市では、書くものと書かれるものの商材を扱う出展社32社の協力を得て、『書く・描く』ことの大切さを訴求するパネルを掲示してもらった。とりわけショウワノートとデザインフィルは意図をくみ取った提案だった。1月に始まった大河ドラマ『光る君へ』でも筆のシーンが多いが、日本独自の文化である『書初め』がユネスコ文化遺産としてノミネートされている。今後、書く価値を消費者にどう伝えていくか、知恵を出し合っていきたい。来場者の満足を得る大見本市となるよう各位の力添えを願う」と挨拶。

続いて、賛助会代表のゼブラ・石川真一会長が「中国の巨大EC市場で日本製の文具が好調。中でも筆記具のシェア伸長率は著しく、日本の文具の品質と機能性が高く評価されている。グローバル市場で利益を上げ、研究開発に投じて、更なる品質と機能性の向上、更なる革新に結び付けいくことがひいては国内市場の活性化につながる」と海外市場の現況を交えて挨拶。見本市委員長の東京エコール・杉山一徳社長の開会宣言、テープカットを行い開場した。

会場には117社が出展、需要期に向けて新製品や販促施策を提案、各小間では熱のこもった商談が行われた。

イベント館（エコールが独自に提案するコーナー）では、新たな起爆剤となる①シン・ワークスタイル②命を守る・会社を守る③デジタル化への第一歩④ワクワク・プロモーション⑤リアル店舗への提案の5つのテーマで提案を行い、注目を集めた。ショートセミナーは文具プランナー・福島槙子氏や文具王・高畑正幸氏が登壇、各回とも満席の人気を博した。

今回初めて出展社との共同プロモーションを企画、筆記具とノート手帳などを取り扱う32社の協力を得て、脳の活性化につながる「書くこと描くこと」の大切さを消費者に訴求するパネルを掲示。来場者に「ユーザーに『書くこと描くこと』の大切さを伝えます」と記した資料の配布も行った。販売店からは「良い材料をもらったので教育委員会に手書きの良さを伝えたい」「店のイベントで手書きの良さを伝えるイベントをやってみたい」など、多くの反響があったという。

なお、1月5日から20日まで、オンライン見本市が開催された。

幅広い業種が来場

日販、中三エス・ティ

雑貨など多彩な商材提案

日本出版販売株式会社（奥村景二社長、東京都）と日販グループの中三エス・ティ株式会社（小林正史社長、東京都）は、1月19日、東京都台東区の東京都立産業貿易センター台東館で、第6回目となる文具の共同商談会「Discover New Items 2024 Spring」を開催、書店、文具店、雑貨店など400人が来場、活発な商談が繰り広げられた。

挨拶する中三エスティ小林社長

多数の来場者で賑わう会場

開会式で、中三エス・ティの小林社長は「新しいジャンルの商品が増えてきている。日販グループからは日販オリジナル商品や、学研ステイフルの『ぱっけんパズル』などの知育玩具、中三エス・ティのブースでは雑貨や本の提案に加えて、本年秋の稼働を予定している日販の新物流センターも紹介。書店店頭の文具の売上実績は昨年から前年比100%を超え続けており、文具・雑貨への期待が高まっている。文具・雑貨の取り扱いを増やしたいという販売店に商品を提案して、流通に結び付けることが卸の使命。新春にふさわしいスタートを切って、エネルギッシュな1日にしていきたい」と挨拶。

出展メーカーを代表してサンスター文具・小林大地会長は「文具のインバウンド需要で筆頭に挙げられるのは筆記具だが、『付箋や接着剤は自国には2~3種類しかない。日本にはいろいろな種類があって面白い』という外国人のコメントがテレビ番組で紹介されていた。昨年の訪日外国人観光客数は2500万人を超え、旅行消費額は過去最高の5兆円超と、インバウンドによる国内消費も大きい。インバウンド集客につながる魅力ある商品を開発、店頭からアピールしてもらいグローバルに展開していきたい」と挨拶。

会場には新規出展の10社をあわせ、115社が出展、新商品や季節商品、店頭企画コーナー向けの雑貨など、幅広い商品を展示。

日販は筆記具ブランド「Fonte（フォンテ）」、「文具女子博」プロデュースのブランド「Old Resta（オールドリスタ）」、絵本から生まれた雑貨「eHONTOMO（えほんとも）」などオリジナル文具や雑貨を出展したほか、学習棚やkids棚の棚提案や特価商品などのセット・企画を紹介。また、一部の日販取引書店で、1月中旬より展開を開始している「文具女子博2023」の「文具女子アワード」受賞商品のコーナーも展開、関心を集めていた。

墨の魅力伝える

墨運堂 墨アート展に協賛

株式会社墨運堂（松井昭光社長、奈良市）が協賛、NPO法人墨アートプロジェクト（松崎としよ理事長）が主催する「墨アート展」が1月22~28日、奈良市のギャラリー天平ならまちで開催、連日多くの来場者で賑わった。

墨アートプロジェクトは墨を画材とし、その美しさや面白さを表現するアート活動の総称。墨を使った美術表現を教育や文化活動、国際交流活動の中に広げる活動を行っている。教育活動では幼稚園から大学生の先生向けの研修やワークショップを通して、墨の表現技法をわかりやすく紹介している。

展覧会の模様

松崎代表は「墨の魅力を墨アート活動を通じて広めていきたい。私たちの活動は教育、アーティスト養成や作品の販売、国際交流の3つを柱に活動している。2025関西・大阪万博では共創チャレンジとして認可されており、国際交流を通じて墨アートの魅力を伝えていきたい」と話す。

墨運堂は同団体の設立当初から活動に協力、アート活動を広く進めるうえで必要となる教本「墨アート」の制作・発行、ワークショップやイベントへの協賛を行っている。最新版の「墨アートII　墨の不思議」は技法のDVD付。

会場では個性豊かな会員の作品や2人の作家による墨と彩の空間アートなど全40点を展示。輪島や穴水町の風景をモチーフとした墨アート作品の販売を通じて義援金寄付とする取り組みも行われた。

会期中は外国人観光客に墨のぼかしの魅力を発信するしおりの配布、27、28日は墨液と紙、水の材料を用意するだけで墨の不思議を体験できる「墨傘ぼかし」のワークショップも開催、好評を博した。

キッザニア筆記具屋 パビリオンをリニューアル

○…三菱鉛筆

三菱鉛筆株式会社（数原滋彦社長、東京都）は、KCJ GROUP株式会社が運営するこどもの職業・社会体験施設「キッザニア甲子園」（兵庫県西宮市）に出展中の「筆記具屋」パビリオンをリニューアルし、2月21日にオープン。

「筆記具屋」パビリオンでは、自分だけのオリジナル水性サインペン3色セットを作る体験や、色の仕組みやペンの構造について学ぶことができるパビリオンとなっている。

能登半島地震へ 業界各社の義援金情報

業界各社が令和6年能登半島地震への支援や寄付を発表した。1月31日現在の支援・寄付の情報は次の通り。

コクヨは、日本赤十字社を通じて1千万円の義援金を寄付。

三菱鉛筆は、総額500万円を義援金として拠出。

ナカバヤシは、避難所へ段ボール製品を提供。

プラスは、日本赤十字社を通じて1千万円の寄付。

ゼブラは、日本赤十字社を通じて300万円の義援金を寄付。

日本製紙連合会は、日本赤十字社を通じて義援金500万円寄付。

セキセイは、1月13、14日に「有隣堂アトレ恵比寿」で開催した輪島塗蒔絵ボールペンのイベント「東山雅風展」の売上の一部を義援金として輪島市に寄付。

ヒサゴは、「防災サコッシュ」の売上の一部を被災地への義援金として寄付。

コクヨ 人材領域の新規事業

複業サポートサービス開始

コクヨ株式会社（黒田英邦社長、大阪市）は、人材領域に参入、社員の成長機会を求める企業・ワーカーと事業課題を抱える企業をマッチングする複業サポートサービス「pandoor（パンドア）」を立ち上げた。これに伴い、エントリー企業の募集受付を開始した。

「パンドア」は、新規事業の立ち上げや、事業戦略・機能戦略の立案・実行など、重要度・難易度の高い課題の解決を求める企業と、社員の成長のために社外経験をさせたいと考える企業のワーカーをマッチングし、週1日・6カ月間の社外経験（複業）を提供する。

ワーカーに難易度の高い生の課題解決にチャレンジする機会を提供し、更なる成長を促進する他、受入先での業務経験を自社業務へ還元することもできる。受入企業は、解決したい事業課題に対し外部の知見・知識を取り入れることで、その解決に向け実行も含め進めることができる。

同社がワーカーの送出企業・受入企業の双方の要望をヒアリングし、複業開始のための人選や契約、ワーカーのメンタリングや労務管理といった複業中の伴走支援、複業前後によるアセスメント調査など、一貫したサポートを行う。

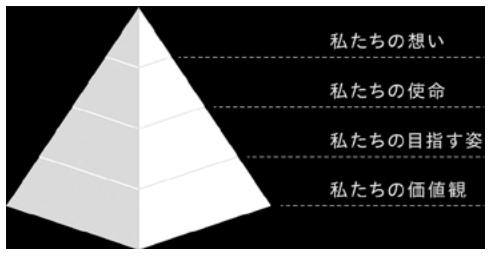
同社は文具や家具から、多様な働き方を支えるオフィス空間へと事業を発展、拡大を図っており、今回は人材領域に踏み出す。今後、コクヨは空間構築のみならず、働く人そのものを支え、多様な「働く」をサポートするために「人材価値」をテーマとして「モノだけでないコトのニーズ」に対応する総合的な価値提供を実現していく。

良い品はお徳です

LIHIT LAB.

想い・使命などを明文化

株式会社LIHIT LAB.（田中宏和社長、大阪市）は、今後10年、20年、30年、50年と発展し続け、社員全員が同じベクトルで一丸となって未来を創るために、創業からの想い「良い品はお徳です」を構成する要素を整理し、同社の想い・使命・目指す姿・価値観を明文化した。



予測し得ない変化中で、これからも様々な課題を全社で認識し、新しい時代に挑んでいくという。

私たちの想い＝良い品はお徳です。私たちの考える良い品とは精神的豊かさを感じてもらえるモノ。その価値を世の中へ広め社会に貢献していく。

私たちの使命＝世の為人の為 良い品を沢山作って皆様方と共に栄える。

私たちの目指す姿＝良質な整える品を通じて 働く・暮らす・学ぶ・遊ぶ をより豊かにする快適とワクワクを提供し 永く愛され社会に貢献する。

私たちの価値観＝あなたを想ってつくる。

あなたは「お客様」＝便利であること、身の回りが整うこと、お気に入りのデザインであること、多様な価値観があふれる時代にあなただけの理由で愛着を感じていただけるものづくりへ取り組んでいく。

あなたは「未来」＝リヒトラブが求めるのは、今だけ、私たちだけの豊かさではない。手を取り合える未来を想って社会の抱える様々な課題に向き合い、製品サービスを通じて課題の解決に挑戦し続ける。

あなたは「リヒトラブ」＝企業活動は関わる全ての人々が手を取り合わなければ成り立たない。より良い製品やサービスを提供するために、リヒトラブは共に働く全てすべての人が自分らしく活躍できる環境を整える。