

多彩に新商材提案

アケボノクラウン ワンストップソリューションで対応

挨拶する松本社長



株式会社アケボノクラウン(松本圭司社長、東大阪市)は、10月16日、大阪・天満橋のOMビルで、西日本最大級オフィス用品の祭典「2024秋の見本市」

株式会社アケボノクラウン(松本圭司社長、東大阪市)は、10月16日、大阪・天満橋のOMビルで、西日本最大級オフィス用品の祭典「2024秋の見本市」

を開催、近畿圏を中心に北陸、中四国、福岡、沖縄地域の有力販売店800社1200人が来場した。開会式で松本社長は「見本市は春以来半年ぶり。文具をベースに幅広い商材を扱い、ワンストップソリューションで提供していく。会場を回って何かあれば遠慮なく白いジャンパーを着用した弊社社員に気軽に申し付けてほしい」と述べ、業績の概況について「今期7月〜9月の3カ月間は目標に沿って進捗してい



特別企画02

る。関西の景況も大阪・関西万博に向けて盛り上がりつつある。万博景況に乗って拡販を図っていきたく」と抱負を交えながら挨拶した。

続いて、サクラクレパス・西村彦四郎社長が「現代美術は難解と敬遠されがちだが、新しい時代には新しい視点や創造性を取り入れることも有効」とし、創造力を導く発想の場としての活用を提案する旨の祝辞を述べた。

この後、主催者、関西の有力販売店と、北海道クラウン・速水社長、東京クラウン・原田社長、青雲クラウン・青山社長、新九州クラウン・中村常務、クラウングループ・鎌田社長、柳澤部長らによるテーブルトークと銅鑼の合図で開場した。

会場には文具を中心にオフィス家具、オフィス機器、デジタル関連など多様なジャンルのメーカー166社が出展、各ブースでは「ネット通販やノベルティにおすすめの商品」「新入学・新学期準備用品」などのPOP掲示とあわせて商品展示や当日特価コーナーなど、来場者を惹きつける工夫を凝らし、商品アピールに力を入れた。

受付入り口に、秋冬号と主な掲載商品を表示した「よくばり通信コーナー」、出入口付近に「トライアングル相談コーナー」、窓側に新規出展社社を集めた「ECC向けの特別展示とソリューション事業の提案

のタイトルで、Z世代の社員の視点で商品を選び、ランキングした売場を提案している。ニッケン文具の展示会に行けば何かを掴める、発見があると思える接客を願いたい」と挨拶。

会場には4社増の102社が出展。入り口からすぐの提案コーナーでは、新企画の「即戦力の売場提案」と「用途別ランキング」を展開、「即戦力の売場提案は売り場づくりの参考になった、売上アップにつながる」、「用途別ランキングはZ世代の消費行動の参考になった」と来場者から好評を得た。

ニッケン文具 高質化・高度化テーマに 即戦力になる売場を提案

ニッケン文具株式会社(徳弘恭子社長、東大阪市)は、10月1日、大阪市中央区のマイドームおおさかで、「Up Scale」高質化・高度化をテーマに、「Nikken Stationery Exhibition 2024」を開催、全国から量販店を中心に前年を上回る285社683人が来場、活発な商懇談を展開した。

午前9時からの社員朝礼で、徳弘社長は業績の概況について「売上高は前年比103.5%の281億円、経常利益は同108.5%

と増収増益で終了。今期は第1四半期終了時点で売上高104%、経常利益100%で推移している。今後このペースを維持していきたい」と好調な前期業績を報告。

続いて、今期の重点方針について、「第1に掲げているのは『人材育成』。新入社員を毎年採用、社員の個性を活かして働く場の創出を目指している。一昨年から『コミュニケーション活動』では、北海道から九州までの若手の社員が月に一度大阪

に集まり、活発な議論を行い、様々な事業改善に取り組んでいる。今後もこのような取り組みにより、社員一人一人の創造力を最大限に生かす仕組みを構築していきたい。第2に『設備投資』。前期にITシステムを刷新し、業務効率化、業

務改善に取り組んでいる。また、来年8月には新社屋竣工を予定している。第3に『マーケティング』。12年間の取り組みの中で得意先から一定の評価をいただき、最初は手探りで始めた得意先への情報発信「SNSクリップ」は弊社の強みと自負している。これからの現状に満足せずブラッシュアップしていきたい」と力強く説明。

最後に展示会の概要について「今回の特徴は、1つ目は『新しいメーカーの商品発掘』で、様々な新商品、目新しい商品を取り揃えている。また、売り場づくりの提案として『即戦力売場提案』と『用途別ランキング』を企画、『即戦力売場提案』では、消費ニーズを①ニード②③顧客ニーズ④自分時間の充実⑤自分志向⑥子供志向の5つのセグメントに分けて提案

『用途別ランキング』は、『アニマルリアワード』を設けた。会場には文具を中心にオフィス家具、オフィス機器、デジタル関連など多様なジャンルのメーカー166社が出展、各ブースでは「ネット通販やノベルティにおすすめの商品」「新入学・新学期準備用品」などのPOP掲示とあわせて商品展示や当日特価コーナーなど、来場者を惹きつける工夫を凝らし、商品アピールに力を入れた。

受付入り口に、秋冬号と主な掲載商品を表示した「よくばり通信コーナー」、出入口付近に「トライアングル相談コーナー」、窓側に新規出展社社を集めた「ECC向けの特別展示とソリューション事業の提案

のタイトルで、Z世代の社員の視点で商品を選び、ランキングした売場を提案している。ニッケン文具の展示会に行けば何かを掴める、発見があると思える接客を願いたい」と挨拶。



挨拶する徳弘社長



市場変化に対応した売場提案

にゃんにゃん
毎月22日は
ねこの日
www.sedia.co.jp

海外文具ビジネスマンセミナー

○：東京文具週間
東京文具週間(TOKYO STATIONERY WEEK)実行委員会は、越境ECや海外展示会への出展など、海外文具ビジネスに関する情報交換を目的としたセミナー(第1回「TOKYO STATIONERY MEETING」)を11月5日に株式会社ラークンコーポレーション東京本社で開催する。

セミナーでは、実際に海外市場での販売経験者を招いて情報を共有する。セミナー終了後には懇親会も予定。複数人、TSW外でも参加できる。

開催時間は午後5時〜8時予定。料金は前売り4000円、当日4500円(税込)。問い合わせ先：info@frat.tokyo

折れない・割れない・サビない
匠の技
チタン製 ツーウェイ
耳かきブラック
極薄極細仕上げ

日本仕上げ
取れた耳垢が見える
滑らずゴツリ取れる

便利なケース付き

美しい暮らしを創る楽器科器習物
グリーンベル
https://www.greenbell.ne.jp/

KOKUYO

貼るって、こんなに変わる。

GLOC