

コクヨ「キャンパス」を刷新

ノートブランドから「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

コクヨ株式会社(黒田英邦社長、大阪市)は、今年発売50周年を迎えるキャンパス「Campus」を9月よりノートブランドから学生のまなびを支える「まなびかた」ブランドへ刷新する。文具を用いたまなびかたのヒントやアイデアにより、学生が自分らしいまなびかたを見つけてサポートをする「まなびレシピ」を公開。商品に



ブランド戦略を説明する梅田由紀子氏

ECAMPUS」でメディア向けキャンパスブランド新商品のタッチ&トライ会を開催した。タッチ&トライ会は、グ

富士封筒
フジックス株式会社
http://www.fujix-ko.com

ローバーステーションナリー事業本部・梅田由紀子氏。キャンパスブランド責任者の木村香代子氏が登壇、ブランド戦略や新商品について社内

の説明を行った。学生ユーザーの「勉強のスイッチが入るとキャンパスノートを買う」、文具店の「ノートを買いに来る学生は勉強への意気込みが入っている」など、お客様の感想や意見から、ノートは単なる紙ではなく、学びをサポートするツールであるという気づきを得た。キャンパスブランドを、まなびかたを提供するブランドへと転換を図り、国内にとどまらずアジアナランワンを目指したい」と話した。

キャンパスノートは1975年に誕生して今年50周年、進化を続けながら累計販売冊数37億冊を超えるキャンパスノートの中高生の認知率は98%を超える。中国やベトナムなどアジアを中心に海外でも展開している。

ローバーステーションナリー事業の第4次中期事業経営計画は、提供価値の中心を「まなびかた」に据えたキャンパスブランドにより、グローバルで前向きな学びをチャレンジする機運

を盛り上げる事業への転換を目指す。

2027年にアジア学生文具ブランドナンバワ、2030年アジアスーションナリー事業(まなびかた事業)ナンバワを目標とする。長期ビジョンでは、2030年に働き方・まなびかた・暮らし方の体験価値をグローバルに提供する「キャンパスSKプレイヤ」となるべく、従来の文具を提供するだけの

「まなびレシピ」をもとに

9月5日発売の第1弾は、学生の頭を二重で「時間の有効活用」「モチベーションの創出・維持」につながる5つの「まなびレシピ」と、レシピにもとづく文具12種類56品番。

「まなびレシピ」は、教科書などをメモしてすぐ見返すための「メモ勉」、コンパクトなサイズでスキマをのり、部署やフロア単位での管理も増えている。企業が理想とする防災備蓄の条件では半数以上が「すぐ使える」が最多で、次いで「収納しやすい(省スペース)」、管理・点検が簡単だった。このことから、企業は使いやすい・省スペース・簡単管理」という条件を重視、管理や保管の負担が少なく、日常業務の中で運用できる防災備蓄を求めていることがわかった。

高荷氏は「社員が防災意識をどう高めるかが、担当者や総務の悩みの種。関心を高め、備蓄を求め、取り入れるようになった。社員が防災意識を高めるためには、見せる防災が役に立つ。『ここにある防災』をコンパクトに、オフィス内で見える形で伝えていくことが、意識向上に役立つ」と話し、オフィス内で見せる収納が特徴のA4ファイルサイズの災害対策セットを高く評価した。

「縦横使える防災テント」は縦横2WAYで使える、簡単設置のコンパクトな防災テント。着替え時には縦置き、休憩時には横置き、用途に応じて使い分けできる1人用。誰でも簡単・スピーディに設置でき、収納時はコンパクトに収まる。本体価格1万1000円。

「屋根が開く防災テント」は、屋根部分がファスナーで開閉可能な仕様で、内部が暗くなりすぎず、採光や換気にも配慮。閉塞感を軽減して快適性を高める。大人3人までは入れるサイズ。本体価格2万2000円。

製紙連合会に協力して紙工作

○全紙工

全日本製紙工業組合(黒田章裕理事長)は、8月2、3日に東京都汐留で開催された子ども向け体験イベント「汐留サマースクール2025」(日本テレビ主催)に、日本製紙連合会の協力団体として参加、紙工作コーナーを出展した。

汐留サマースクールは、マ時間にサッと出して勉強できる「ミル・スリフ」や「ミニバンター」など、手軽にできる薄型軽量の「パンチ」など、「まなびレシピ」に関連する商品ラインアップ。

デザインをテーマにした夏季研修会

○大阪FB協会

大阪ファイルバンター協会(西川雅夫会長)は、第19回夏季研修会を8月7日午後3時から大阪市中央区の大阪文紙会館で開催した。

当日は40人が参加し、西川会長が「当協会も来年で70年を迎える。会長になってから20年が経過した。一時はSDGsの勉強などもテーマに開催していたが、昨年からデザインをテーマにした夏季研修会を開催している」と話した。

この後、一般社団法人総合デザインナー協会の能口仁

「ベース文具」では、5年の歳月をかけて開発した自社生産の「キャンパスよく消えるのに折れにくい消しゴム」を発売。「よく消える」「折れにくい」を両立するハイブリッド製法を自社生産で実現した。

「ベース文具」では、5年の歳月をかけて開発した自社生産の「キャンパスよく消えるのに折れにくい消しゴム」を発売。「よく消える」「折れにくい」を両立するハイブリッド製法を自社生産で実現した。

防災新ブランド「KOKOBO」発表

○…キングジム…○

テントなど10月より発売

株式会社キングジム(木村美代子社長、東京都)は、防災を特別なものから日常へと発想を転換する新しい防災ブランド「KOKOBO



新製品の「縦横使える防災テント」「屋根が開く防災テント」「自動で膨らむ防災マット」(以上10月10日発売)、「災害トイレセット(1000回分)」(8月27日発売)の4製品を、8月5日に発表。また、防災診断コンテンツや、製品を1挙に掲載したKOKOBOブ

新防災ブランド「KOKOBO」のテント

「企業の防災意識調査」の結果報告、植氏と備え。防災アドバイザーで防災YouTuberの高荷智也氏とのトークセッションの後、体験会を行った。

同社が防災用品を販売スタートしたのは2008年からで、一貫してはたらく

「KOKOBO」は、防災を特別なものとしてではなく、「日常に寄り添った防災」をコンセプトに立ち上げた防災ブランド。基幹商品の「災害対策セット」は、A4ファイルサイズで統一した高い収納性、ピクテグラムやイラストを用いたパッケージなど直感的に扱いやすいデザイン、3日

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

「まなびかた」ブランドへ

