キングジム

宮本会長を招いて

小売4団体が合同で研修会

大阪文具事務用品協同組合（金澤利治理事長）推進部（山中幸一部長）、神戸文具事務用品協同組合（長澤宗弘理事長）、京都文紙事務用品組合（嶋嘉秀理事長）、くまもと文具事務用品協同組合（奥羽信二理事長）の小売4団体合同研修会は、9月12日に福井県の漁場の宿「はっとり」で、講師に株式会社キングジムの宮本彰会長を招いて開催した。

研修会には、大阪文具事務用品協同組合推進部10名、神戸文具事務用品協同組合3名、京都文紙事務用品組合1名、くまもと文具事務用品協同組合1名、株式会社キングジム3名の合計18名が出席した。

合同研修会の参加者

研修会は石元理事の司会で進め、金澤理事長が挨拶した後、宮本会長が社長業32年間を振り返り、自身のプロフィールの紹介から、同社の歴史と会社概要、社長就任までの仕事の経歴などの詳細、苦労話や失敗談とその経験から今、そして未来に世の中にないもの、世界で初めてのものづくりに切磋琢磨していきたいという熱い思いを話し、きょうぶん・島理事長の御礼と締めの挨拶で研修会を終了した。

この後、懇親会が行われ、神戸文協・長澤理事長の乾杯の音頭で開宴して種々歓談し、キングジム・谷口本部長の中締めでお開きした。

サンエックス

韓国に2号店出店

リラックマ&すみっコぐらし

サンエックス株式会社（千田洋史社長、東京都）は、大元メディア（テウォンメディア）の運営により、9月25日、韓国・ソウルチャムシル・ロッテ百貨店内に、海外オフィシャルストア「Rilakkuma Sumikkogurashi PLUS by San-X」2号店をオープンした。

同社はアジア各国やアメリカなど海外でPOP－UP SHOPや周遊ツアーを実施し、サンエックスのキャラクターがインバウンドにも人気が高い背景から、今年3月末に同社初の海外オフィシャルストア第1号店を韓国・ホンデに出店。その1号店の反響が大きかったことを受け、早くも年内に2号店の出店となった。

オープンした2号店

また、同社とバンダイナムコエクスペリエンスとバンダイナムコアミューズメントが共同で展開する、「すみっコぐらし」の世界観を思う存分楽しめるあそび場「すみっコぐらしあそびスタジオ マークイズ葛飾かなまち」が9月3日、東京都葛飾区のマークイズ葛飾かなまち3階にオープンした。

今回の出店は4店舗目で、関東エリアでは初めての出店となる。

アート・プロジェクト

日本橋エリアの壁画作品を公開

○…ぺんてる

ぺんてる株式会社（石垣淳一社長、東京都）と三井不動産は、ぺんてる創業の地・日本橋からはじめるアート・プロジェクト「Pentel ミューラル ルーキーズ プロジェクト」の一環として行った、「日本橋本町一丁目5番街区計画」（仮称）の工事用仮囲いの壁画作品を10月3日から末日まで一般公開する。

同プロジェクトは、ぺんてるがBnA、TokyoDexと共に2024年から展開している世界で活躍する若手アーティスト支援の取り組みで、このプロジェクトを通じ、日本橋に新たな賑わいを生み出している。

アート・プロジェクトの壁画作品㊤とアーティスト

にゃんにゃん
毎月22日は
『ねこの日』
www.sedia.co.jp

各国の日本製品仕入動向レポート

圧倒的な支持を集める

アジア市場での日本の文具

株式会社ラクーンコマース（和久井岳社長、東京都）が運営する卸・仕入れサイト「スーパーデリバリー」は、2024年8月～2025年7月の注文データをもとに、世界各国における日本製品の仕入れ調査を行い、注文数の多い国・地域の仕入れ傾向を分析した「地域別仕入れ動向レポート（海外版）」を発表した。

海外市場では、国や地域ごとの文化・生活習慣の違いにより、仕入れの傾向も大きく異なる。レポートでは、「スーパーデリバリー」の注文データと一会員あたりの注文点数をもとに、アジア・ヨーロッパ・北米などの世界各国における地域特性が、仕入れの傾向にどのように表れているかをカテゴリ別に分析している。このうち、ステーショナリー・キャラクターグッズのカテゴリの傾向を次の様に分析している。

■アジア市場

アジア市場では、日本のステーショナリーやキャラクターグッズが圧倒的な支持を集めている。各国それぞれに独自の文化が反映され、手帳や日記を飾る習慣やコレクション需要、自己表現のツールとして多様なニーズが形成されている。

台湾は、ステッカーやマスキングテープなど、ステーショナリーの注文数が圧倒的。ぬいぐるみ・人形（特にアニメキャラ）や手作りキットも浸透。

香港は、ぬいぐるみ・人形（特にアニメキャラ）はトップクラスの注文数。ステッカーやシールも人気。また、デザイン性の高い日本のグリーティングカードの仕入れが突出している。

韓国は、ぬいぐるみ・人形とステッカー・シールがトップ層を形成。マスキングテープ、メモ帳、スタンプなど、手帳や日記を飾るための文具類も人気。飾る文化のための重要な「デコレーション素材」として高い需要が存在。

中国は、「手帳を飾る趣味の文化」により、マスキングテープの注文数が全地域最多、スタンプも高需要。ポストカードやステッカーなどの紙製品やデコレーショングッズはランキング上位を独占。ぬいぐるみ・人形も人気。

タイは、ぬいぐるみ・人形（アニメキャラ含む）がトップの注文数を記録。

■北米市場（カナダ・アメリカ）

北米市場は、DIYやクラフト文化が生活に根付いており、日本の高品質なステーショナリーやクラフト用品が支持されている。

カナダは、ジャーナリングやDIY需要からステッカーとシールが圧倒的な人気を誇り、マスキングテープも高需要。

アメリカは、マスキングテープとステッカー・シールはトップクラスの注文数を記録。他にもスタンプやメモ帳など、ステーショナリー全般が人気。刺繍糸、生地（綿）、刺繍キットなど、本格的な手芸・クラフト用品の仕入れも顕著。

全体として①ポップカルチャーと趣味の世界②日々の暮らしを豊かにする実用雑貨③日本の伝統美と文化体験、などの3つの潮流を中心としながらも、各国がそれぞれのライフスタイル・文化・価値観・気候等を背景に、多様な消費市場を形成していることが明らかになった。画一的な戦略ではなく、各市場の文化や価値観に合わせて日本製品が持つ魅力を届けることが、海外展開成功の重要な鍵となる。

①ポップカルチャーと趣味の世界

最も強力なトレンドは、日本のポップカルチャーと趣味の領域。ステッカーやマスキングテープ、キャラクターぬいぐるみといった商品が全地域でランキング上位を独占しており、日本のキャラクターが持つ世界的な集客力を示している。また、手帳などを自分らしく飾る「デコレーション文化」への強い需要が、アジアから欧米まで巨大な市場を形成している。

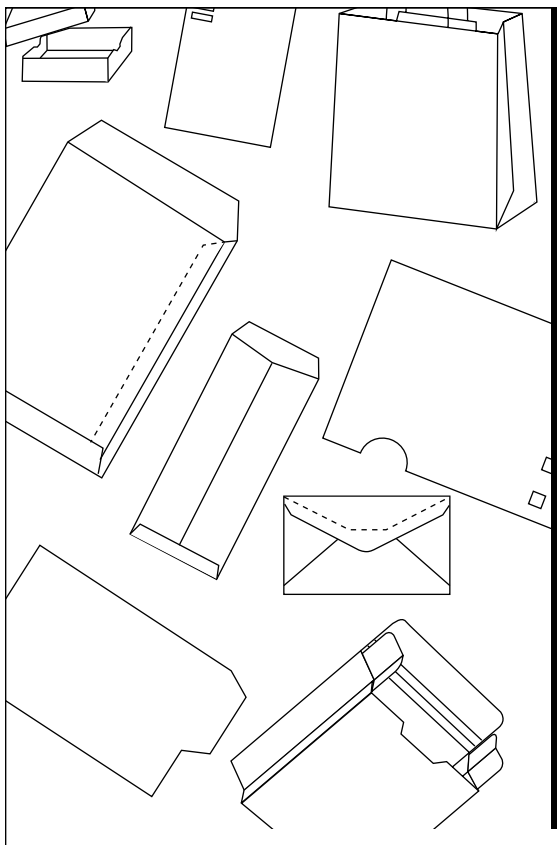
②日々の暮らしを豊かにする実用雑貨

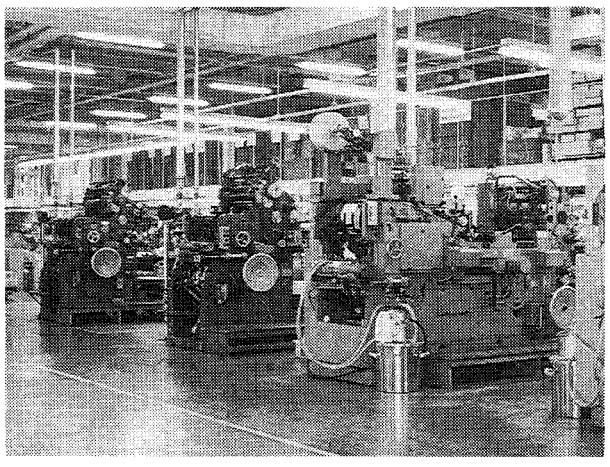
趣味の世界と並行して、実用的な商品への需要も極めて高い。ポーチ、Tシャツ、トートバッグ、マグカップなどが多く仕入れられている。これはバイヤーが、デザイン性だけでなく、品質や機能性、そして暮らしを少し豊かにする「気の利いた」価値を日本製品に求めている。

③日本の伝統美と文化体験

日本の伝統文化に根差した製品への関心も、特に欧米市場で顕著な潮流。フランスでは湯のみや箸、カナダではてぬぐいや着物が人気を集めている。これは単なる物珍しさを超え、日本の「暮らしの美学」や、その背景にある日本文化への深いリスペクトを反映している。

匠の技 ステンレス製
高級つめきり
使いやすさとデザイン性を追求した無駄のないつめきり
ワンタッチで跳ね上がる開口部
テコ表面中央部分 超微粒ヤスリ付き
美しい暮らしを創る装飾利器刃物
グリーンベル
http://www.greenbell.net/


株式会社 ヤマガタ
TRADE MARK
月印紙製品
http://le-yamagata.com
紙製品は、お客様の想いを届けるための大切なツールと考えております。
製品を通じて社会貢献につながる喜びに感謝しつつ
一つ一つ大切に作り、大切にお届けしてまいります。

充実した生産設備で

カラー封筒
セロ窓封筒
コーキ封筒株式会社
〒584-0023 大阪府富田林市若松町東3丁目7番8号
TEL 0721-25-7210（代表）
FAX 0721-25-9484