ニッケン文具

学童からこども文具へ

会場拡充して多彩に提案

ニッケン文具株式会社（徳弘恭子社長、東大阪市）は、10月17日、大阪市中央区のマイドームおおさかで、「マーケティングシフト」をテーマに、「Nikken Stationery Exhibition2025」を開催、全国から243社637人が来場、活発な商懇談を行った。

朝礼で徳弘社長は「今年8月に新社屋が完成し、第二支店、第七支店、なみはや支店、エヌケイ深井、情報管理部、マーケティング部門もまもなく入居予定で、本年度は『新生ニッケン文具』としてのスタートの年と位置付けている」と紹介し、業績の概況について「昨年度のグループ全体の売上高は291億円、前年比104%、経常利益は117%と、増収増益を達成した。全国ほぼすべての支店で好調な成果を上げたのは創業以来初。今期も第1四半期で売上104%、経常利益113%と、好調なスタートを切っている」と好調な業績を報告。続いて、今後の方針について「1つ目は『支店の統合の推進』。支店を積極的に統合することで、さらなる成長と効率化を図っている。また、サービス体制の一体化によって、お客様への対応もより迅速かつきめ細やかになり、満足して頂いている。統合は『変化』だが、その先にあるのは『成長』。新しい環境を前向きに捉え、更なる飛躍を目指す。2つ目は『人材育成の強化』。社員一人ひとりが持つ創造力を十分に発揮できるよう会社として全力で支えていく。3つ目は『マーケティングの新しい歩み』。マーケティング部門は市場やお客様の動きをいち早くとらえ、お客様とメーカーをつなぐ架け橋として会社の成長を支えてきた。今年度からさらに一歩進めて、ブラッシュアップしていきたい。今後の新しい取り組みの一つとして、コミュニティを卒業したメンバーによる『コミュニティプラス』と力を合わせて、現場の声や若い感性を積極的に取り入れながら活動を進めていきたい」と今後の展望を語った。また、展示会概要について、「本年度は『マーケティングシフト＝売場・価値・顧客の再定義』をテーマに掲げた。変化の大きい時代の中で、『売り場とは何か、価値とは何か、お客さまは誰か』という原点を改めて見つめ直し、これからの文具ビジネスを再構築していく必要がある。そうした想いを込めた。さらにサブテーマとして①推し活が売り場を変える②価格と価値の両立③品目別・学童文具からテーマ別・こども文房具へ、を設定。これからの売り場づくりや商品提案のヒントになる内容であり、新しい発見と気づきを提案願いたい」と挨拶した。

昨年度に比べ1・8倍のスペースに拡充した会場には40社増の119社が出展。ストアへの提案コーナーは「テーマ別こども文具売場の提案」「売り場を変える推し活の提案」「価格と価値、二極化対応の提案」の3つのコーナーを展開。このうち、「テーマ別こども文具売場の提案」では、「学習支援コーナー」を入り口に設けて、支援が必要な子どもや、不器用な子どもの「困った」を解決する文具を集めて社会的意義を訴求する売場を提案。また、入り口に設けたコミュニティのメンバー（入社4年未満の社員）の提案ブースでは、ユーザー視点で選んだ文房具と推しの理由を本人の写真入りで紹介、ニーズを探るヒントとなる企画として注目を集めていた。

同社はコロナ禍でも好調を維持、14年間増収増益を継続。学童数が減少する中、こども文房具の提案では、「学習支援」など新しい視点での市場開拓の提案を積極的に行っている。

挨拶する徳弘社長

注目集めた「学習支援コーナー」

新本社ビルが完成

環境変化に対応のオフィス

また同社は、東大阪市長田東の物流倉庫跡地に建設を進めていた新本社ビルを8月末に竣工、各支店から順次入居を始め、本社は年内の移転を予定している。

同社では物流倉庫の老朽化と外部環境の変化に対応し、一昨年7月から倉庫跡地活用プロジェクトをスタート。人材採用の効果を高める新本社ビルの建設を決定、今年夏の完成を目標に準備を進めてきた。

新本社ビルの敷地面積は150坪、4階建ての瀟洒なビルに各支店と本社の社員約50人が入居する予定。

フロア構成は、1階がエントランス、商談室、応接室、情報管理部、2階が応接室、執務室、3階がキッチン・カフェスペース、執務室、4階大会議室、役員室、社長室、会長室。

1階のオフィスエントランスは、「変化に挑戦する」企業文化を表現。出入口は来客用入口と従業員通用口の2カ所に分けて、スムーズな動線を確保している。ビル空間は廊下・通路の柱型が出さない工法を採用した開放感の高い造り。3階の執務室はフリーアドレスを導入。キッチン・カフェスペースは社員同士のコミュニケーションを図る場としてカジュアルな雰囲気で解放感を重視。4階の大会議室は30人の利用が可能で、プレゼン発表や業務報告などをする際に適したロの字型のレイアウトで、オンライン会議にも対応。

防犯や防災など危機管理にも対処している。

新本社ビル所在地＝東大阪市長田東1―1―17。

ニッケン文具新本社ビル

雑貨やボードゲームも

日販・中三商談会

「ふれるーむ」で商材体験

日本出版販売株式会社（富樫建社長、東京都）と日販グループの中三エス・ティ株式会社（長豊光社長、東京都）は、9月12日、東京都台東区の東京都立産業貿易センター台東館で、文具の共同商談会「Discover New Items 2025 Autumn」を開催、書店・文具店など約500人が来場、活発な商談を行った。

共同商談会の会場

開会式で、日販・中西淳一専務取締役は「経済産業省が主導する『書店振興プロジェクト』では、書店において、文具や雑貨などの新たな商材を取り扱うことを推奨する提言が出されている。そうした動きを踏まえ、会場には雑貨やボードゲームなどのメーカーが出展、それらの商材の魅力を来場者に実際に体験してもらう企画コーナー『ふれるーむ』を用意した。クロスメディアの効果は文具・雑貨の売上にも大きい影響を与える。取引書店店頭での取り組みとして、10月より劇場版が公開される人気コンテンツ『すみっコぐらし』と連動した店頭施策『書店祭』を開催している。また、本日、東京・高輪にオープンする『BUNKITSU TOKYO』や、全国3カ所の図書館で書籍や雑誌、地域商材の販売を実証実験中の『TOSHOP』など、新たな形での文具・雑貨の取り扱いにもチャレンジしている。本日の商談会が新たな発見へとつながる、実り多い会となることを願う」と挨拶。

会場には初出展14社を含む123社が出展、新商品や季節商品、トレンドの生活雑貨、玩具、食品など、幅広い商品を展示。各小間では熱心な商談が展開された。

日販は実際に商品を手に取って体験できる企画コーナー「ふれるーむ」のほか、オリジナル文具・雑貨ブランドを取り揃えた「Komamono Lab」ブースを出展した。

にゃんにゃん
毎月22日は
「ねこの日」
www.sedia.co.jp

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
便利なケース付き
日本仕上げ
滑らずゴッソリ取れる
取れた耳垢がよく見える
美しい暮らしを創る装粧利器刃物
グリーンベル
https://www.greenbell.ne.jp/

KOKUYO
貼るって、こんなに変われる。
GLOO