

Jwima 通信

Japan Writing Instruments
Manufacturers Association

日本筆記具工業会

〒111-0053 東京都台東区浅草橋 1-3-14

東京文具工業健保会館 1 F

電話 03 (5829) 3848

FAX 03 (5829) 3852

発行：日本筆記具工業会 調査研究広報委員会

URL <http://www.jwima.org>

新年のご挨拶

日本筆記具工業会 会長 西村 彦四郎



2025年の年頭にあたり、謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

昨年発生した能登半島沖地震や、各地で記録的な大雨による被害に遭われた皆様に、心よりお見舞い申し上げます。一日も早い復旧と、皆様のご健康と安全が守られますようお願いいたします。

会員各社の皆様におかれましては、旧年中も筆記具業界の発展のため、多大なるご尽力をいただき、誠にありがとうございます。

2024年におきましては地政学的なリスクが表面化の有無を問わず存在しており、資源価格や原材料価格の高騰も依然として続いています。原材料価格への影響は物価の上昇につながり、一般消費者の家庭生活に大きな影響を与えています。我々企業といたしましては、あらゆるリスクを想定しつつ、商品価値と価格を両立させ、お客様のため、社会のため、企業の成長のために挑戦を続けていくということが一層強く求められているのではないのでしょうか。

個人消費につきましては節約指向が強くなっていますが、その一方で推し活のように自身が好きなもの、こだわりたいものには積極的に投資する傾向も強くなっています。その中身も「モノを買う」ことで満足するというよりは、「モノを買った先にあるもの」や旅行など「コト消費」で満足感を得たいという思いが強くなっているように感じます。筆記具業界としてもそういった個々人の顧客体験価値を満足させるような商品開発を進めていくことが大切であると考えています。今の時代、私たちは筆記具という「モノ」を売っているように見えて、実際にはモノについている様々な「コト」のような価値を売っているのではないのでしょうか。

日本の筆記具は世界的に圧倒的な技術力と企画力を持っています。一方で世界的なデジタル化も加速度的に進んでいます。その中で筆記具が果たせる役割は何なのか、「かく」ということはどういった力を持っているのか、お客様が商品を買った先に何をいただくことができるのか、日本の筆記具の技術力と企画力の中にそういった考え方をこれまで以上に盛り込んでいくことが、筆記具業界のさらなる発展につながっていくのではないのでしょうか。

最後になりましたが、本年も筆記具業界関係各位ならびに会員各社にとりまして一層の飛躍となる一年となりますことを心よりお祈り申し上げますとともに、日本筆記具工業会に更なるご支援とご鞭撻を賜りますようお願い申し上げます。新春のご挨拶とさせていただきます。

講演会・年末懇親会 盛大に開催(12/3)

元 タカラトミー代表取締役社長 ハロルド・ジョージ・メイ氏の熱量に圧倒！



本年が第22回となります年末の講演会・懇親会が2024年12月3日(火曜日)に上野精養軒で開催されました。お忙しい中、66名の多くの方にお集まりいただき、楽しいひと時を過ごしました。第1部の講演会では、元(株)タカラトミー代表取締役社長・元日本コカ・コーラ(株)副社長のハロルド・ジョージ・メイさんの「外国人経営者が考えるリーダーシップの在り方」というテーマでのお話をお聞きしました。第2部の年末懇親会では、昨年引き続き立食形式での開催でしたので、多数の方と懇親することができ皆さん喜んでおられました。

懇親会の冒頭、西村彦四郎会長より次の様なご挨拶がありました。

「日本の筆記具メーカーは、皆一様に高い技術力を持っている。その技術力を持ってユーザーの欲する製品を開発すれば道は開ける。海外からの渡航者も過去最高でインバウンド需要も期待できる。そのあたりも追い風に頑張っていきたい」と会員みな士の士気を挙げ、万雷の拍手を浴びていました。

続いて、経済産業省大塚恒明課長補佐の来賓ご挨拶。小川晃弘副会長が、デジタル化の先進国であるスウェーデンが、デジタル端末中心の学習報告に変えたところ生徒の学力が低下した。今後は紙の教科書を使用するなど、紙や筆記具に回帰するという記事を紹介。日本もこの方向で進んでほしいという言葉が述べられ、乾杯を行い、歓談に移りました。しばし歓談を楽しんだ後、和田優副会長の閉会の挨拶で懇親会を終了いたしました。

＜ハロルド・ジョージ・メイ氏講演内容＞

司会からハロルド氏の登場が案内されると、プロレスラーのリング入場さながらの音楽にのり、肩にチャンピオンベルトを掛けたハロルド氏が派手な登場のパフォーマンスで、一気に会場の心をつかんでリングインならぬ登壇！さすが元新日本プロレスリング社長。そう、この人の心をつかむことが重要、物事はポジティブに考えるべきだと訴えます。そのポイントとして、ハロルド氏が考えるリーダーシップの在り方の10アクションを紹介してくれました。

① 企業に対する誇りがパワーの源！(プライド)

巨大な全世界208カ国での販売マップを受付に飾っているコカ・コーラさんの話などを例として話していただきました。

② 採用プロセスで、その人の本心を突き止める。

外資系企業の面接例として、わざと話を遮り、その後の反応で芯の強さを確かめるというものがあるそうです。

③ 一人一人にリーダーシップ精神を求め。

・イニシアチブが重要。イニシアチブとは自分から物事を提案することである。・熱量が重要。リーダーの熱量も伝聞されていくと途中のフィルターや、バリアもあり最終的に100→30になってしまう。そうであれば、リーダーは最初から「300」の熱量で発信しなくてはならない。

④ 発想の転換

既存の概念からの発想は限界がある。コカ・コーラ時代の事例。お茶の「濁り」を特徴とした「綾鷹」。コカ・コーラなのに「カロリーゼロ」。味の差で訴求が難しいミネラルウォーターでなら、ボトルでアピール(つぶして廃棄でき、環境にやさしい)の「いろはす」。見る角度の違う人材の登用。プロジェクト活動は重要。

⑤ 法務能力の有無が、運命を分ける。

ますますグローバル化。契約社会のアメリカ。現地社長の契約書はA4両面30枚。日本流、不測の事態が生じた際は、誠意をもって協議し・・・通用しない。法務部の社内での位置づけ重要である。



⑥ 高い目標を掲げる

1961年のアポロ計画をケネディが発表した。(1960代中に人間を月に行かせる)国民の士気が高まる。新日本プロレスのニューヨークMSG興行。16,000枚のチケットが19分で完売。目標を掲げたら、「やればできる、一緒にやろう、どうしたらできる? アイデアだけでも言ってくれ、計画書だけでも見せてくれ、そのために何が必要なのかを言ってくれ」を言い続け、周りも巻き込みその気にさせる。

⑦ 360度評価で満足度の向上

上司が部下を評価するだけでなく、他部署の上司や同じランクの人、部下が上司を評価するもの。他の人の評価が加わり、その合わない上司と働いていたとしてもフェアになり、パワハラを抑止力にもなる。主観評価と客観評価のギャップが明らかになり改善点がわかる。

⑧ 組織の3大課題を克服

他の部署が何をやっているかわからない。上司の意見が部下に伝わらない。部下の意見が上司に上がってこないなど。オープンコミュニケーション。14の階層を6にした。正確で素早い情報が収集できるようになった。

⑨ マーケティング力で勝負

マーケティング御三家 P&G、ユニリーバ、ネスレ。扱っているのは商品の特徴を出しにくい一般消費財が中心。品質の差は打ち出しにくいがウソは×。人気者感を植え付ける。定期的に発信。数字を使う。プレゼン中には良いことばかりでなく、悪い事例も20%ほど入れる。(話の信憑性が増す)新日本プロレスが、ハロウィンの日渋谷の109前で試合の調印式を行った。その日の人出は44万人(新日本プロレスが、44万人の前で調印式を行った!すごいとなる。ウソではない)サンタクロースの服は赤い。これは、コカ・コーラ社が宣伝用に考えだしたもの。赤い服を着せることによって、クリスマスといえばコカ・コーラを連想してもらうことを狙った。ブランドを好きではなく、愛してもらう。消費者とのエモーショナルボンド(顧客とブランドの間に築かれた情緒的な絆)を築く。

⑩ 仕事は楽しく

例えば、タカラトミー時代は。ハロウィン時に社員が仮装して出社。一番疑った仮装がハロルド社長!。部署でお揃いにしたり、楽しさが伝播。マスコミも取り上げ、楽しそうな会社が認知され、就職企業人気ランキング圏外から2桁台に。業績も向上。楽しい職場はモチベーションが上がる。

講演会に出席ができなかった皆様も、是非この10アクションをご確認ください。

尚、この講演会内容は会員の皆様への情報共有として開示させていただいているものですのでその点ご理解いただき、お取り扱いにはご注意願います。

参考：ハロルド氏の著書。「百戦錬磨」(時事通信社)
(下記の写真は、その後行われた年末懇親会の様子)



会員研修会 「IT ツールの活用」と「商品の魅力再認識」のテーマで開催 (11/5)



本工業会では、会員の皆様への情報提供の一環として、毎年各分野のスペシャリストに講師をお願いし、研修会を開催しております。本年は、2024年12月5日（火曜）ベルモントホテル（浅草橋）に、IT 分野と実際の仕事の現場両方に精通したスペシャリストの竹内幸次氏と、文具ソムリエルの菅末里氏をお招きし開催しました。

最初に開催者である工業会総務委員長の杉浦正氏により「60名近くの多くの皆様にご参加いただきました。今回の2部のテ

ーマの研修から是非何かヒントを得て、個人や職場で活かしていただけただけならありがたいと思います」という挨拶がありました。企画開発や、マーケティング担当など多くの部門にご参加いただき、それぞれの今後の活動に結び付いたのではないかと思います。

<開催概要>

講師：中小企業診断士 株式会社スプラム 代表取締役 竹内幸次氏

第1部 13:30~15:00

ウェブで行う市場調査と市場アプローチ～ネット情報収集から SEO.SNS 活用

<講義内容>

インターネットを使った市場活動である WEB マーケティングは、ますますその規模を拡大しています。主婦や高齢者利用の増加、ツールとしてのモバイル利用へのシフトなどの変化が拡大をもたらしています。この膨大なマーケットには、企業にとって貴重な情報があふれています。しかし、その市場調査とアプローチを有効に行うためには、ポイントがあるのです。その手法について丁寧に説明してくれました。また、必要性の高まる SEO（Search Engine Optimization：検索エンジン最適化）や、変化の激しい SNS の活用方法についても、具体的な事例を通じて、ご紹介をしていただきました。多くのツールの紹介などもあり、会社に帰ってからチームでも共有できる内容の濃いものでした。



講師：文具ソムリエル 菅末里氏

第2部 15:20~16:50

私の文具への思い 日本の文具メーカーの魅力～この数年の変化～

<講義内容>

日本の文具メーカーの商品は、「品質の高さ」「良心的な価格」種類の多さや、機能・デザイン・快適さが大きな魅力である。しかし、それを人に伝えることが肝心。そのためには、対応の際の「マジックワード」があると紹介していただいた。また逆に「NGワード」もあるので、それらを意識して、皆さんが是非この魅力的な商品の「伝道師になって欲しい」という希望を伝えられた。来場された皆さんにも心に残ったものと思います。

<懇親会>17:00-18:30 立食にて。36名参加。菅末里氏にもご参加いただき、会員との交流や会員同士のコミュニケーションが高まる懇親会となりました。

JWIMA技術交流会 2024

2024年6月19日（水曜）8年ぶりに浅草橋共和会館で開催

本年はオリンピックイヤーでもありますので、恒例の「JWIMA 技術交流会2024」を6月19日（水曜）の午後に浅草橋共和会館で行いました。前回の2020年は新型コロナの為に中止となりましたので、2016年以来8年ぶりの開催となります。この会は、主に会員である部品メーカーが完成品メーカーをはじめとする他の会員企業に自社製品をご紹介し、工業会全体の交流を図るとともに、工業会全体の技術的スキルアップを期待するものです。それもあってか開始前から多くの人で賑わい、女子の姿も多く目につきました。

はじめに西村会長が「世界に誇る日本の筆記具の部品や技術を提案、提供してもらおう。また、来場者の意見を取り入れ、今後、ますますいいものを皆さんに作っていただきたい。」と挨拶しました。

続いて、今回の出展社10社（島田製作所、司フェルト商事、東京金属工業、東洋繊維化工、守屋彫刻工芸、テイボー、オリエンタル産業、オーベクス、日本万年筆製造所、大平）からの「アピールタイム」となり、自慢の技術や部品など本日の見どころのアピールが行われました。この技術交流会は、高度な技術を持つ部品メーカーと、その技術を用い、完成品を企画するメーカーの技術者や、デザイナーなどが交流する場であり、各メーカーのベテランから若手に、そのノウハウ10社分を一度に伝えることができる会ともなっています。開会の午後1時30分から閉会の4：30分までに200名を超える来場者が詰めかけ、熱心に出展社の説明に耳を傾けるなど盛況でした。出口では、出展社それぞれのご当地の「名産品」が景品となったくじ引きも行われるなど、趣向をこらした和やかな会となりました。

次回開催は4年後、ロサンゼルスオリンピックが行われる、2028年を予定しております。



出展社それぞれの地区の、名産品が並ぶ福引コーナー

懇親ゴルフコンペ開催(11/6)

名門「我孫子ゴルフ倶楽部」の難コースにチャレンジ



本工業会では年間行事の一環として会員間の交流を図るため毎年ゴルフ親睦会（岡本信一会長）が懇親ゴルフコンペを開催しております。本年も、4年ぶりに開催した昨年に引き続き、名門我孫子ゴルフ倶楽部をお借りし、5組20人ダブルペリアで回りました。当日は晴天に恵まれ、大変楽しくプレイを楽しみ、おおいに交流を深めさせていただきました。

しかし、コースは非常に難しく、どのホールもグリーンはいくつもの顎の高いバンカーに囲まれ、そのグリーンもとても早くなっています。昨年のリベンジという気持ちで参加されていた方も多かったのですが、それをまた容易にさせてくれないのが名門コース。そんな中、優勝は加藤金属工業の加藤精亮社長です。スコアはネット70.6、グロス91の成績でした。ゴルフ親睦会の会長の岡本信一会長から賞金と足立音衛門の栗のテリーヌの副賞を授与されました。次回はぜひ皆様もご参加ください。



対 面 会 議 も 活 発 に

効率的な「WEB会議」「書面審議」も今後も大いに利用

工業会の会議では、対面を取り入れ効率的に運営ができる、ハイブリッド方式を活発に行っています。10月25日にISOのエキスパート会議を行いました。WG18の今後の方向性を確認しスケジュール化するために急遽の開催が必要となったものです。工業会事務所と大阪地区メンバーが、ハイブリッド方式で会議を行い速やかに方向性決定し、スケジュール感を共有することができました。（下左）また、11月25日開催の製品安全小委員会は対面での参加者が14名となり、会議後の懇親会でもメンバー間で情報共有ができる場となりました。その他7月26日には、経済産業省生活製品課の宍戸さんを事務所にお招きし対面にて、総務委員会メンバーと工業会の取り組み、業界全体の課題、DXやIT化の状況について質疑を受け、意見交換を行い各課題の認識を深めることができました。（下右）。



会員さん探訪記 (Vol.1)

2024年11月15日 (金曜) 日本万年筆製造所様



群馬県富岡市の日本万年筆製造所様を訪問させていただきました。近くには宇宙関連事業の施設などもあるエリアで、2024年で創業110年になる会社です。応接室には、主要な製品であるクリップや板バネなどのサンプルがずらりと並んでいます。当時をしのばせるレトロな万年筆のポスターも。企業理念は、「最新の設備と伝統の技」「品質こそ信頼の基本！信頼こそ会社発展の基礎！」と。穏やかな表情ながら、力強く語る山本社長。扱っているサービスは、筆記具の顔のクリップ、筆記具内部や外装の部品、嵌合用途の板バネ、電機・自動車の精密プレス品、品質の源の金型も社内製作で精度を追及しているので高品質。早速工場の中も山本社長にご案内いただきました。各棟の中は、どこも整理が行き届いていて気持ちがいい。それに見学者の私に、皆さん「こんにちは！」と元気に挨拶をしてくれます。こちらは、作業の邪魔をするように申し訳ない気持ちなのに、大変恐縮です。設備もユーザーのリクエストに対応ができるように多くの種類があり、組み立て工程を行っているところも。こういう部品メーカーさんの日々の努力に、日本の筆記具は支えられているのだと実感しました。皆さんありがとうございます！ (次回はどちらへ。探訪記は続く。)



2024年 第23回通常総会が開催されました

(2024年6月6日 (水曜) 上野精養軒にて)

2024年6月6日に行われた第23回通常総会の模様です。西村彦四郎会長の「日本の筆記具業界は世界的にも強い業界。各社の強い技術力、企画力を生かせばもっと伸びていける」という挨拶の後、議案が承認され終了。懇親会は、立食形式で行ない、会員の皆さま相互の交流を深めました。



2025年 第24回通常総会の日程が決定

(2025年6月4日 (水曜) 上野精養軒にて)

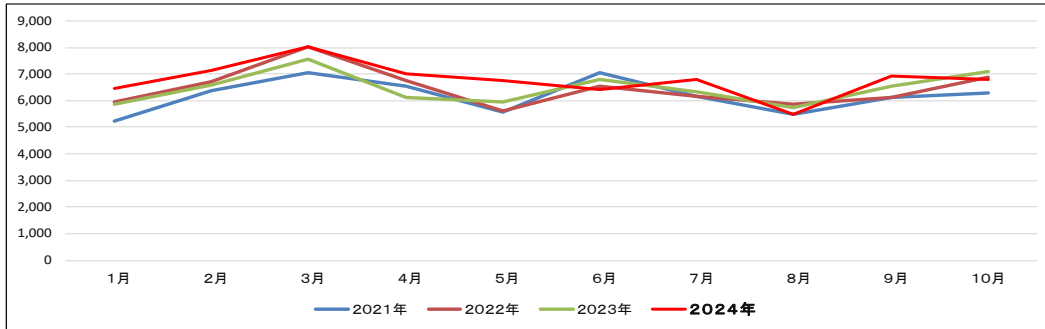
第24回通常総会は2025年6月4日(水曜)の17時から上野精養軒で行われることが決定しました。来年も、充実した活動を行いたいと考えております。皆さま奮ってご参加のほどよろしくお願いいたします

2021～2024年 月別販売金額比較（1月～10月）

機種・生活用品統計(旧雑貨統計)より		※国内向け販売と輸出向け販売を含む。										単位:百万円
機種・年/月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	計
ボールペン	2021年	5,247	6,359	7,074	6,566	5,590	7,061	6,145	5,468	6,122	6,310	61,942
	2022年	5,941	6,697	8,008	6,746	5,602	6,526	6,150	5,876	6,110	6,873	64,529
	2023年	5,879	6,600	7,564	6,117	5,965	6,786	6,351	5,720	6,554	7,104	64,640
	2024年	6,443	7,135	8,009	7,027	6,755	6,414	6,818	5,480	6,911	6,807	67,799
機種・年/月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	計
マーキングペン	2021年	3,037	3,468	4,300	3,883	3,045	3,497	3,259	2,946	3,593	3,620	34,648
	2022年	3,378	3,651	4,596	3,581	3,334	3,794	3,458	3,660	3,660	3,873	36,985
	2023年	3,447	3,725	4,196	3,509	3,421	3,800	3,382	3,791	3,926	4,095	37,292
	2024年	3,714	4,113	4,596	4,087	3,927	4,158	4,274	3,864	4,300	4,616	41,649
機種・年/月		1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	計
シャープペンシル	2021年	1,208	1,497	1,736	1,286	1,024	1,172	1,107	917	1,028	1,264	12,239
	2022年	1,322	1,551	1,910	1,137	971	1,239	1,174	1,087	1,153	1,338	12,882
	2023年	1,541	1,707	2,144	1,346	1,473	1,336	1,328	1,238	1,347	1,485	14,945
	2024年	1,600	1,992	2,047	1,706	1,410	1,526	1,610	1,277	1,441	1,605	16,214

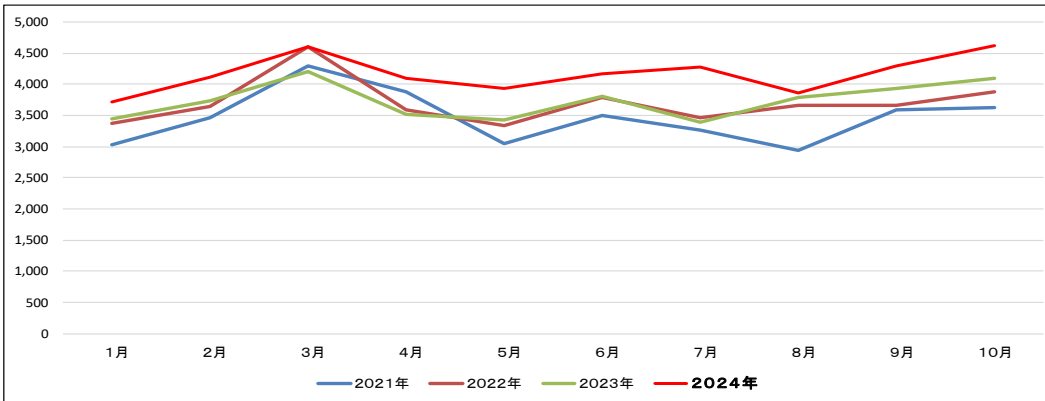
(1) ボールペン

2021年から4年連続増加中。2024/1-10累計は前年比 104.9%。



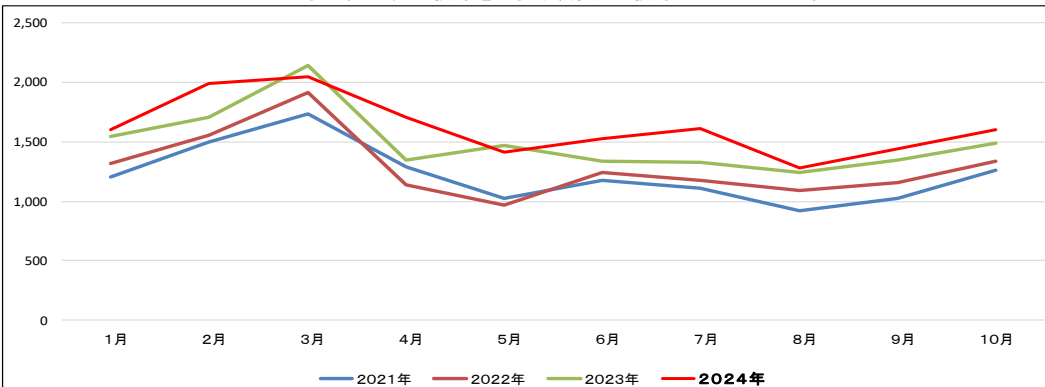
(2) マーキングペン

2024年は、10カ月連続で前年を上回る。累計は前年比 111.7%と大きく増加。



(3) シャープペンシル

2024年は、8カ月が前年を上回り、累計は前年比 108.5%。



以上



＜編集後記＞ 日本筆記具工業会事務局の、服部眞一です。
 2024年7月より着任し、本年2025年1月より、専務理事事務局長として業務をさせていただくことになりました。皆様と共に、工業会の活動を盛り立ててまいりたいと存じます。今後ともご指導ご鞭撻のほど何卒よろしくお願い申し上げます。
 (終)