

どうする日本?! どうする文具業界?!

新しい価値を創造 日本酒やデコピンはさみ

セキセイ株式会社は現在の状況と、新たな挑戦についてお聞きください。

西川 当社がこれまで、ファイルやポケットアルバムといった文具製品で多くのお客様に支えられてきた。創業以来紙製品を中心とした。日本の家庭やオフィスで使われる実用品を提供してきたわけだ。

しかし、時代が変わる中で、私たちは単なる文具メーカーにとどまるのではなく、新しい価値を創出する企業へと進化しようとしています。例えば、「雅風」ブランドでは、伝統工芸で

国内需要の伸び悩み 海外に目を向けることが急務

次に、日本の文具業界の現状と課題についてお伺いします。少子化やデジタル化の進展で、紙製品や文具の市場縮小が懸念されています。現在の文具業界の最大の課題は何だとお考えですか?

西川 確かに少子化やデジタル化は大きな影響を与えています。子供の数が減り、学校で使うノートや鉛筆の需要が減る。パソコンやタブレットが普及して、手書きの機会が減る。こうした状況は業界全体に影響を及ぼしています。でも、私が考える最大の課題は、国内需要の伸び悩みと、それに伴う海外展開力の不足です。

日本は人口減少が続いています。戦後80年、昭和100年を迎えた今、かつてのように人口が増えて経済

本持っている唯一の方です。さらに、文具以外にも挑戦しています。葛飾北斎の「富嶽三十六景」をモチーフにした「雅風」ブランドの日本酒を岐阜県の渡辺酒造店とコラボして開発しました。赤富士と白富士をイメージした紅白セットは、海外の方にも喜ばれています。また、「デコピン」という商標を出願し、ハサミなどを新発売いたしました。これらは、日本のものづくりや文化を次世代に繋げるための新たな一歩だと考えています。文具屋がなぜお酒やハサミを出すのかと驚かれることもありますが、伝統と革新を融合させることで、セキセイの可能性をさらに広げたいと思っています。

コラボと多角化が鍵 商品に物語や体験付ける



では、文具メーカーが生き残るための戦略はどのようなものになるとお考えですか?



「デコピン」グッズ
ステイショナリーやファッション雑貨など12品番発売

西川 生き残るには、コラボレーションと多角化が鍵だと思います。大手は新しい分野に進出し、中小企業同士が連携して強みを活かす。例えば、当社ではお酒と文具を一緒に展開していますが、これは異業種とのコラボの一例です。岐阜の渡辺酒造店と組んで「雅風」ブランドの日本酒を作り、万博でPRします。文具屋が酒屋と手を組むなんて、昔なら考えられなかったでしょう。でも、これが新しい価値を生みます。

また、最近のZ世代を見ていると、商品自体にブランド力や物語が求められる傾向があります。文具業界においても、日本が海外に力を入れているところが増えています。例えば、中国がコストで勝負し、アメリカやアジアは伸び悩んでいるところが増えています。経済学者も「日本は伸びない」と言っています。日銀の支店長の講演を今年だけで3回聞きまして、「上がらないだろう」と輸出も不安なのに全然伸びていません。

なぜかと言えば、日本のみならず、現地生産、現地販売の企業が増えているのが急務だと感じています。

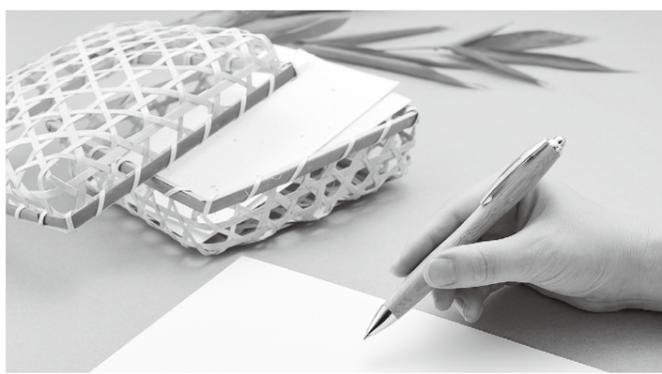


「デコピン」キーホルダーはさみ(関の刃物)

また、最近のZ世代を見ていると、商品自体にブランド力や物語が求められる傾向があります。文具業界においても、日本が海外に力を入れているところが増えています。例えば、中国がコストで勝負し、アメリカやアジアは伸び悩んでいるところが増えています。経済学者も「日本は伸びない」と言っています。日銀の支店長の講演を今年だけで3回聞きまして、「上がらないだろう」と輸出も不安なのに全然伸びていません。

伝統と革新で描く未来像

Let's save the earth!®



世界初ノーベルクラスの「超竹ごち」G2規格バイオマスインク採用

環境対応に大きな責任 地球を救おうスローガンに

SDGsと環境対応の取り組みについてもお聞かせください。どのような活動をされていますか?

西川 NPO法人ジャパニメディカルケアアソシエーション(JMCA)理事として、また企業人として、環境対応は大きな責任だと感じています。当社では植物性のバイオマスインクを使ったボールペンを開発しました。従来の油性インクは石油由来でしたが、今度の「超」が付いたモデルはサステナブルインクを使用しています。来月発売で1本1000円と、前モデルの700円から値上がりしますが、持続可能な商品として価値があると思っています。

サステナブルインクを採用した竹製ボールペン「超竹ごち」は、天然素材の竹と環境に配慮したインクの組み合わせにより、従来の筆記具にはない、画期的なサステナブルリティを実現しました。

石油由来成分を極限まで削減し、植物由来成分を主原料とするインクを採用。製造過程における環境負荷を低減し、廃棄時の環境への影響も最小限に抑えま

す。軽くて丈夫な竹素材は、手に馴染みやすく、長時間使用しても疲れにくい書き心地を実現。天然素材ならではの温かみと、美しい木目特徴です。竹は成長が早く、再生可能な資源であるため、森林資源の保護に貢献。製造過程においても、環境負荷の少ない製法を採用し、サステナブルリティを徹底追求しました。

高齢社会見据えたビジネス コラボが新しい価値

異業種とのコラボレーションの可能性について、どうお考えですか?

西川 コラボはどんどん盛んになっていくでしょう。お酒とのコラボはその一例ですが、今後は高齢者社会を見据えたビジネスが重要だと思います。日本は65歳以上が3分の1になり、空き家が1000万户を超える。いろいろな

手書きの暖かさに価値 アナログの良さ

デジタルが進む中、アナログ文具の未来をどう見えていますか?

西川 デジタルとアナログは並行して進むでしょう。AIやスーパーコンピュータでデータを処理しても、最後は人間のアナログな判断です。右に行くか左に行くか、やめるか進

「やってみなはれ」の精神で 一歩踏み出す勇気を

文具業界の次世代経営者にメッセージをお願いします。

西川 とにかく海外に出て、英語を話せるようになってほしい。日本の男性は弱くなった気がします。女性の方が強い。ゲイも増えています。自国ファーストが強まる中、調和をどう取るかが課題。万博のテーマ「進歩と調和」を思い出し、SNSの時代に和の精神を発信してほしい。一歩踏み出す勇気が、日本を未来に導きます。政治も経済

も、すべてにおいて海外と取り組む覚悟が必要だと思います。

西川 雅夫会長の話からは、伝統を守りつつ革新を重ねる姿勢が伝わってきます。輪島塗との出会いから始まった「雅風」の挑戦は、文具業界を超え、日本の文化と未来を担う一歩だ。どうする日本、どうする文具業界——その答えは、西川会長の行動とビジョンに凝縮されている。