

『なんでやねん』から生まれた商品が、ヒットを生む!

セキセイ 株式会社

京都から“文具のまち”大阪へ

セディアブランドの新品を次々に開発され、著書『なんでやねん』でも有名な、セキセイの西川社長に、大阪に文具事業者が集積した理由と新商品開発について伺った。

「紙の加工品であるファイルバインダーやノート類は、紙産地が福井から鳥取、島根、四国に分布し、大阪の利便性が高かったからでしょう。また、筆記具や金属文具は、軽薄短小で付加価値が高く、港に近い大阪に集められ、欧米向けに輸出されていました。こんな理由で文具関係事業者が、大阪に集積したと考えられます」

西川家は、代々「下村大丸(後の大丸)」の別家(番頭のような職務)として仕え、先々代が京都で文具商として独立している。セキセイは、先代の西川誠一郎氏が

昭和7年に京都から大阪に進出し文具卸商として独立創業したのが始まりで、大阪を拠点にセキセイインコマークのノートなど文具一筋で成長した。そんなセキセイが、次々と新商品を出しているのは、アイディアマンの西川社長によるところが大きい。

何事も『なんでやねん』と考える探求心と生まれ持った経営センスが、文具の集積地大阪での、セキセイ発展の屋台骨となっている。

成功のポイントは 大阪と東京の両本社制

「昭和60年に社長になるやいなや、友人の総研会社社長から『情報の98%が東京に集中する“東京一極集中”の時代が来る』という話を聞きました。そこで、東京店を東京本社に改名し、大阪本社と

両本社制を採用したんです。両本社制をとる企業は弊社が採用した4~5年後に増えましたが、当時は大変珍しかったと思います。関東では、東京支店や営業所には就職希望者が集まりません。本社にすることで、新規採用が非常にスムーズにいきました」

東京の市場規模は、大阪の3~4倍ある。現在では売上の80%を東京が占め、東京に拠点を置いた効果は、非常に大きかった。

『なんでやねん』が新商品を生む

「平成元年は、私の頭も冴えていましたね。『透明革命』を合い言葉に、P・Pファイルなどのプラスチック関係商品を全て透明にしました。今では当たり前ですが、最初に商品化したのは弊社なんですよ」

他社の透明なビデオケースを初めて見たのが、商品企画の発端だった。

「紙製だったケースを透明にしたのは、『なんでやねん?コストか?機能か?』と考えてみたんです。これまではビデオ本体とケースの両方にラベルを貼っていましたが、ケースを透明にするとビデオ本体にラベルを貼るだけで中身が確認出来るんですね。透明は“機能”であることに気付いたんです」

なぜこんな商品が出来てきたのか、なぜこんなに便利なのか等、常に『なんでやねん』と考え、追究する姿勢が、売れる商品開発に繋がっていく。

『なんでやねん』を商品化する 新商品開発プロセスとは?

『なんでやねん』を追究し商品化を進め



書籍『なんでやねん』と西川社長



開くとハート形になる人気のアルバム『ジーハート』



贈り物にも最適。光触媒『コチョコウランラン』

るには、サンプルを作って現物を見せることが大切だという。現物がないとイメージが伝わらないのだ。

「弊社では、企画会議で社員の反対のあるものほどヒットします。『これはいける!』と皆が合意するものは、既に他社が先行しており、2~3番手になっています。すぐに試作費を出せるか、失敗を恐れずにやるかというのがポイントです」西川社長は開発担当でもあるため、意思決定のスピードが速く、企画から発売まで28日間で出来た商品もあるという。

FDFD(ファンクション・デザイン・ファッション・デリバリー)が大事

「商品開発に必要な要素は、『ファンクション(機能)・デザイン・ファッション・デリバリー(販路)』です。機能性だけでなく、デザイン性・ファッション性のある商品を作り、収益に繋げるための販路・売り方を考えます。流行や発売のタイミング、商品の並べ方・見せ方もデリバリーの要素ですね」

最近では、ハート型のアルバムがヒットしているという。

「写真の横にコメントが書けるものや携帯電話につけられる小さなアルバムが、若い女性を中心に好評です。商品にお客さま自身がギフト用の加工をすること、一

手間加える=アドワンが“ミソ”なんです。来年は『アドワン革命』を宣言します」

また、女性客が多く訪れる店では、加工見本を示し、色のバラエティーを揃えることで、ヒットに繋がるという。

「不思議なことですが黄色の商品はあまり売れません。しかし、黄色が並んでいないとヒットしないのです」

売れる色は限られているので、在庫管理も重要な要素のようだ。

『かさばらんか!作戦』で 海外に対抗する

セキセイは、松原市に自社工場、中国に現地法人の提携工場を持っている。現在の生産量は半々で、国内は付加価値の高いアルバム関係を、中国はプラスチック関係を製造し、すべて日本で販売している。

「海外製品と競争する策として、平成元年に『かさばらんか!作戦』を考案しました。製品の価格を構成する要素には、材料費、人件費、運賃があります。材料費に少ない商品の場合、運ぶのにかさばるものは海外で生産しても運賃がかさむため、日本製の方が有利です。かさの大きい商品は国内に残ると考え、海外に対抗する作戦としてこの名前を付けました」

アイディアマンの西川社長ならではのわかりやすいネーミングが、社員のモチベーションも上げている。

新商品で新チャネルを開拓!

セキセイは実用的な文具以外に日本の伝統技術を駆使した蒔絵の筆記具や、本物と見間違えるような胡蝶蘭鉢などを企画制作している。

「蒔絵の筆記具は最近中国からのインバウンドに人気があり、富裕層へのお土産やネット通販で好調です。また、造花の胡蝶蘭鉢などは光触媒処理がなされているため抗菌・除菌を売りにして、メディカル分野や老人介護施設などに急速な売上がみえています」

さらに、最近、企画制作したピンク色の高級お花見シートはメディアにも取り上げられ、「桜満開のお花見に敷くシートの色が風景に似合わないブルーシートなのは、なんでやねん」と、パブリシティ効果も絶大だ。このように新商品が、新しいショップや職場など、従来とは異なる新たな販路を開拓する役割を果たしている。「職場を明るく、心を豊かに」をモットーに世の中を明るくし、内需拡大に貢献する西川社長の今後の活躍を期待したい。



『アドワン』『パブリエ』などのセキセイ・ブランド商品

セキセイ 株式会社

〔住所〕 大阪市阿倍野区松崎町2丁目6番43号
〔業種〕 文具・事務用品卸売業
〔代表者〕 代表取締役社長 西川雅夫
〔資本金〕 10,000万円
〔従業員数〕 約135名
〔取材日〕 平成22年11月19日(火)
〔取材対象者〕 代表取締役社長 西川雅夫氏

〔沿革〕
昭和7年 創業
昭和60年 現社長西川雅夫氏が社長就任
平成12年 セキセイ興産(株)と共にISO9001認証取得
平成18年 プライバシーマーク認証取得
平成21年 『大阪ものづくり優良企業賞2009』受賞
平成22年5月 『経営合理化大賞』受賞



代表取締役社長
西川雅夫氏