



# 毎日をわくわくさせる 新感覚の和文具を提供



社長の松尾安浩さん

## 日常使いの用途を提案し 使い手の間口を広げる

色紙や短冊、和本等の文具・書画用品はユーザー層が限られている上、ネット通販などの普及により、市場競争はますます激しくなっている。「思わず手に取ってみたいくなるような魅力あるものづくりができないか…」と松尾安浩さん。現代のライフスタイルに応じた、新たなものづくりに挑戦している。

例えば、和綴じ帳といえば結婚式などの芳名帳として使われることが多いが、同社では「糸で綴じる」という独特



## 株式会社 尚雅堂

代表者／松尾 安浩  
住 所／京都市右京区太秦門田町4-1  
T E L／075-881-8488  
<http://www.shogado.co.jp>  
事業内容／色紙・短冊・和本帖・朱印帖・和文具（製）（加）（卸）

の和の風合いを生かしつつ、紙にミシン目を入れ、メモ書きとして一枚ずつちぎって使えるコンパクトで愛らしい和綴じメモを開発。若い女性客を中心に売り上げを伸ばしているという。その他、小さくてカラフルな色紙を貼り合わせて作るモザイク色紙など、従来の用途にとられない日常使いのアイテムを提供して市場の間口を広げ、埋もれた顧客の掘り起こしに努めている。

## 売り場重視の商品開発で バイヤーとの信頼関係を 構築

「単なる和文具・和小物からの脱却を目指したい」と松尾さん。これまでの「京都らしさ」とは違った、「かつこいい」「かわいい」デザイン、使い勝手に優れた機能をプラス。伝統商材の朱印帖にモダンな色使いの京友禅和紙を組み合わせたgoen(ゴエン)シリーズを開発するなど、和文具コーナーだけでなく、例えばインポート文具の横に並べてもらえるような、売る側にとって商品展開のイメージを広げやすい提案を行っている。

展示会などではバイヤーと商談する時間は短く限られている。「ひと目で判断できる材料が必要」。会社では、全商品の色柄、サイズごとに売上げを細かくデータベース化し、売れ筋アイテムを中心に提案するなど独自の工夫をしている。今、何が売れているのか、市場は何を求めているのか…、バイヤーが最も知りたい情報を信頼できる実績数値として伝えることで、商談がスムーズに進み、大手百貨店やセレクトショップなどとの取引に結びつくことも多いという。



新ブランド「ginger」の商品



小さくカラフルな「モザイク色紙」



かわいらしいデザインが人気の御朱印帖「goen」



### ★ Point.1 尚雅堂らしさの追求

手に取って「かわいい」「かつこいい」と思ってもらえる色、柄、デザインのものづくり。土産品にありがちな「京都らしさ」ではなく、「日常使いのなかにあるかつこよさ」の追求で他社にはない独自ブランドを展開する。

### ★ Point.2 外部パートナーとの連携

鋭敏な感覚を持ったデザイナー、試作を繰り返し行ってくれる加工先など、信頼できる外部パートナーと連携し、時代ニーズに叶う和文具を開発。これまで培ってきたネットワークをものづくりに生かす。

### ★ Point.3 実績データに基づいた提案

全アイテムの売上げ実績を細かくデータ化して蓄積。市場の変化を見据え、「売れる」商品開発を行うとともに、展示会などで活用することで、スムーズかつスピーディーな商談につなげる。

応援  
します!

経営革新・知恵の経営に取り組む企業のご相談にお応えします。  
【相談無料】TEL.075-212-6470  
中小企業経営支援センター知恵産業推進室

## 目に見えない強みを磨き 和文具の新たな魅力を 発信

工場を持っているわけではない、技術や素材を開発しているわけでもない…。では、存在価値をどこに見出すのか? 「知恵の経営」報告書の作成を通して、「企画力やデザイン力、ネットワークなど、目に見えない強みに気づくことができた」と松尾さ

んは振り返る。今後は、文具・書画だけでなく、京友禅和紙を使ったインテリア商材の開発や、こだわりのある男性向け和文具として高級ライオンナップを取り揃えた新ブランド「ginger(ジンジャー)」などの展開に力を注ぐ。  
和の魅力を大切にしながら、時代に叶う感性を取り入れ、新しい商品を作り続ける尚雅堂。私たちの心に響くクラフトマンシップが、ここにある。