

とにかくまずやってみた。新しいお客様・販路を獲得するまで 万年筆にこだわり抜いた軌跡 ~ 株式会社竹内文具店 ~

店長：竹内さちよ 氏
岡崎市伝馬通1丁目22
(0564) 21 - 0864
<http://www.takeuchi-os.co.jp/>



▲とても分かりやすいお話でした

商業部会2月例会では、「一点突破で新しいお客様と販路を獲得する!! ~老舗文具店(株)竹内文具店のチャレンジに学ぶ~」と題した繁盛店創造セミナーを開催。飾らず一生懸命にお話される、竹内さちよさんの姿がとても印象的でした。街の中のお店は、一生懸命頑張っています!

ジリ貧のじれんま = 客が減り、同業者の倒産・廃業 =

「時代の流れか、康生通から伝馬通りにかけ1店づつ自然にお店が減り、人が少なくなっていく」(竹内さん)当然、公共機関や金融機関を訪れるついでに寄ってくれていたお客様も減り、「このままではイカン」と思いながらも、何をどうしたらいいのか悩む日々。

“あせり”を“行動”に = 仲間との出会い =

そんな時に会ったのが、三河経営革新塾や、商業部会での勉強会。三河経営革新塾は、商店街の有志で月1回開催する経営に関する勉強会。閉店後ということもあり、時間的・肉体的にキツかった上、勉強会では必須のPCが苦手なさちよさん、様々なプレッシャーに押しつぶされそうに。でも一念発起でPCを習いに。勉強を続け、自問自答を続けるうちにキーワードが見えてきた!それが“万年筆”

やるぞ、と決めたものの・・・課題続出
= スタッフと共にひとつずつ 日常業務との板挟み =

売り上げが減少とはいえ作業量が減るわけでなく、日常の接客で手一杯の日々。自分自身・社内からの、変わるこ

とへの抵抗も見え隠れ。そんな時の解決は「とにかくみんなの意見を聞くこと」。店長含め、月1回のスタッフ会議を開催。そうやって頑張っていると、メーカー側からも応援が。

“ペン”ではなく、“商品を使うシーン”の提案
=そして奇跡は日常の中でさりげなく。=

長年お馴染みの、店の看板をリニューアル。商品には1本づつ丁寧な価格表示と商品説明。“書く道具としての万年筆”ではなく、自分が万年筆を使って書いている姿や、手紙を書いている相手を思い出すという“シーンを提案すること”を考え、什器も刷新。試し書きスペース用に思い切ってアンティーク机を購入。店を少しずつ少しずつ変化させていったある日、何気にやってきたお客様が25万円の万年筆を現金で購入!



▲あっという間の1時間半

笑顔を忘れず、次なる道を模索

「自分の思いを込めた商品を買って行きたい」一方で、「お客様の好みを考えた仕入れ」も必要と、現実を見据える。とはいえ、数枚のコピーのために、電車に乗って来てくれるお客さんも大切。「両方のバランスを上手にとり、今後も勉強を続け、お客様に楽しんでもらえる万年筆ショップを目指して行きます。」大型店に勝つには、個人商店はお客様にいかに心から笑顔で接客できるか!!ですネ。

ペンで紙にタッチ 映像・音声が生 ~ ブラザー印刷株式会社 ~

代表取締役 岡田 吉生 氏
岡崎市戸崎町原山54-3
(0564) 51 - 0651
<http://www.brother-p.com/tombow/>



▲花火のカタログをペンで“ピッ”画面には、打ち上げ花火が“ドッカ〜ン”

紙に印刷された文字や絵をペンでタッチすると、パソコン画面に画像等が再生される「コミPen」の評判が上々。従来タッチパネルであった機能を、紙で再現。初期設定で用意されている図柄に加え、オリジナルのものを作成することもできる。

例えば、観光名所を紙に印刷しておき、触れるとその名所の画像・情報がPC上に現れる、といったことが可能。普段入れない箇所を覗くバーチャル工場見学等、応用範囲は

広い。印刷された紙は、折り目や多少の破れ、ラミネートを施しても問題なく使用できる。

様々な機会にデモを行い、福祉展に出品した時も反響は大きかったそう。「パソコンの画面を通じ、商品や場所が実際に見えることが大きい。加えて、ペンで文字をなぞりパソコンが発声する仕組みも、障害者の方には利用価値が高い。シート上で、配列を自分好みのキーボードや、文字サイズをアレンジすることも自由自在で、使い勝手がとてもいい」とは、岡田社長。

「ゆくゆくは、携帯みたいにみんなが持つようになるのもいい。でもそれよりは、コミPenを中心として人が集うようになって欲しい。拠点となる場所に数個のコミPen、それが街の活性化につながるのではないかと」。

ソフト・ペン・専用印刷用紙がセットで、47,250円。