

ニューヨークの展示会に出品し好評



四季折々の山形の色をモチーフにしたオリジナルインク(左)と長井市の名木「伊佐沢の久保桜」をイメージした万年筆「久保桜ブルームピンク」

創業330年余の老舗「(株)八文字屋」(山形市本町、五十嵐太右衛門代表取締役社長)のオリジナル文具が8月ニューヨークで開催された「STARTERIONERY FEST 2024」に出店し好評を博した。「今は地方から世界中のお客様に勝負を仕掛けていくことができる時代です。ドキドキ、ワクワクしながら全国、世界中に八文字屋ブランドを発信していきたい」と抱負を語る五十嵐勇大代表取締役副社長にインタビューした。



人気絵本作家のヨシタケシンスケ氏が描き下ろした「移動式本屋」のイラストをデザインした特製トートバック。フェスティバルで人気を集めた



アーティストのメッカ、ニューヨーク・ブルックリンで開催された世界的な文具フェスティバル。「キュート」と好評を得た商品を販売する五十嵐勇大副社長

「フェスティバル出店の経緯と成果についてうかがいます。」

五十嵐副社長 今回のフェスティバルは世界各国の文房具のブランドが一堂に会する展示・即売会で、ニューヨーク・ブルックリンエリアのリノベーションした倉庫を会場に、世界各国から100を超すメーカー、小売業者が参加しました。日

本からは無印良品、セーラー、パイロット、コクヨなどが出店しており、当社へは今年3月に出店の打診があり、SNSでも海外フォロワーが多いことから要請を快諾しスタッフと準備を進めてきました。

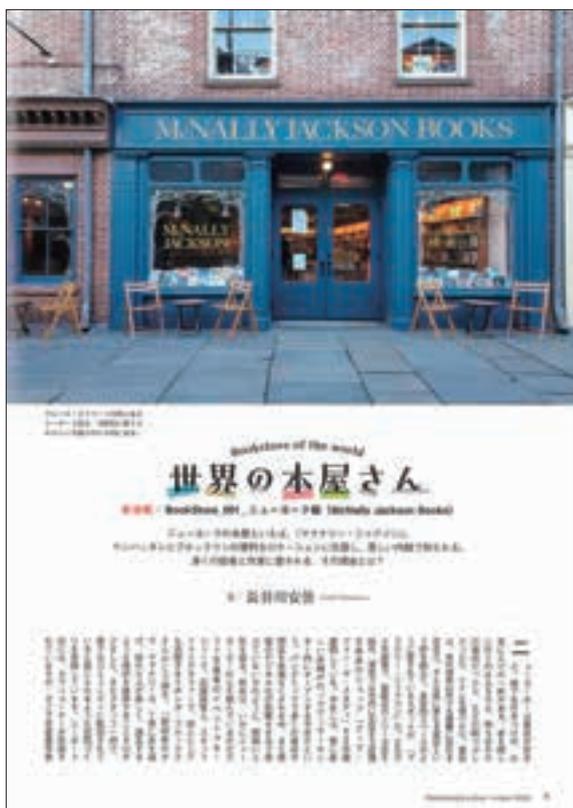
出品したのは、長井市の伊佐沢の久保桜をモチーフにした万年筆「久保桜ブルームピンク」をはじめ、「くらげアクアリウム」「樹水アメジスト」「銀山スノーグレー」と名付けた万年筆やガラスペン用のインク、ブナの森や菖蒲、初雪を表現したノート、マスキングテープといったオリジナル商品です。開催前から評判となり、初日から多くの人が訪れて、人気絵本作家ヨシタケシンスケ氏が描き下ろしたトートバックやポーチを含めて、用意した商品の数が多くが完売しました。

「海外や国内の企業で企画、営業、バイヤーとしての経験を積んでいます。オリジナル商品に力を入れるきっかけとなったのは。」

五十嵐副社長 私自身について少し紹介しますと。25歳の時にサンフランシスコのベンチャー企業に就職しました。小学館、集英社などが出資している日本のコミックの出版事業を営む会社で、企画、編集から営業まで出版の全工程を体験しました。2年後に小学館集英社プロダクションに移り、通販事業部に配属され「BEERPAL」「DIME」など小学館が発行する通販ページや通販カタログの商品企画・販売を担当するバイヤーとして働きました。

読者にとって魅力ある商品を探して日本各地にモノを探す旅に出たこともあります。探し当てた商品が支持されるかどうか毎回ドキドキしていましたが、本当に楽しい仕事でした。

2016年に八文字屋に入社しました。雑誌陳列から始めいくつかの業務を経験し、たどり着いたのが、雑貨や文具を担当していた社員が取り組んでいたオリジナル商品の販売強化でした。そうしてできたのが「四季折々の山形の色」をモチーフにした万年筆、インク、ガラスペンといったシリーズです。



八文字屋のプレミアム会員向け創刊されたライフスタイルマガジン（右）と掲載されているシリーズ「世界の木屋さん」写真はニューヨーク「マクナリー・ジャクソン」店

（株）八文字屋

本社・本店
〒990-0043 山形市本町2丁目4-56
代表取締役社長 12代目五十嵐太右衛門
連絡先 ☎023-642-8888

元禄8（1695）年に初代五十嵐太右衛門が和紙問屋「有斐堂」を創業。2代目が本格的に紅花、青苔、漆の仲買に参入、上方との「のこぎり商い」で和漢文具・雑貨類や浮世草子を買付け、「八文字屋本」と名付けて貸本業を始める。これが評判となり八文字屋の屋号として定着する。幕末の慶応年間に衰退する紅花仲買から撤退し、本業を西洋文具、書籍小売に転換するとともに、版元として教科書本をはじめとする出版事業を開始。「名所絵図」「城下絵図」などの印刷・販売にも取り組む。印刷業を始めて、教科書も出版。1968（昭和43）年に現在の本店を新築。書籍・文具等幅広い品ぞろいで、その後の大型複合店の先駆的存在に。モノやコトを通して時代の「今」を届け続ける。本社・本店のほか県内に7支店、仙台市に2支店。関連会社として（株）山形県教科書供給所、（株）エスアイエス八文字屋

都会の片隅にひっそりと佇む香港の書店。ロンドンの文教地区にある英国最大の書店チェーン店。図書館と同じ建物にあり一緒に読み聞かせ

ます。今回の出店と併せてニューヨークの書店を視察しました。各書店いずれも、差別化・ブランド化が進んでいて活況を呈していました。当社もブランドを深化させる一環として「本と書店が、よりいっそう楽しくなる」をテーマとしたライフスタイルマガジン「PLUS+」を創刊していますが、それでも世界の木屋さんを紹介しています。

地方の書店は苦境に置かれているとマスコミ等で報じられています。今後の抱負と併せうかがいます。

の会を開き、本を文化的産物としてプロモートしているアムステルダム近郊の書店。子どもたちが快適に、安全に本と出合える場所を求めて開店したセルビアの絵本・児童図書専門書店。それぞれ書店自体がブランド化し、オーナーの想いが伝わってきます。

当社も「八文字屋ブランド」を全国、世界に広げたいと考えています。今回の展示会での評価は、その一つの出発点です。八文字屋のインスタには世界中にフォロワーがいても増加中です。山形に根をしっかりと下ろしながら、「ドキドキ、ワクワク感」をもって素敵な商品を開発し世界中に発信、顧客を増やしていきたいと考えています。