

欧米文具業の現状

◆欧米主要国の文具店数及び人口比

国名	文具店数	全人口を文具店数で割った単純人数
アメリカ	3,000店	43,000人
イギリス	3,000店	22,000人
ドイツ	3,500店	23,000人
フランス	4,000店	14,000人
日本	19,000店	6,300人

◆日本の文具店数

昭和 60 年	31,158店
平成 3 年	25,970店
平成 6 年	23,750店
平成 9 年	21,284店
平成 12 年	19,000店
平成 15 年	？店

※ ヨーロッパの小売企業減少の要因に、アメリカ資本のカテゴリーキラーのオフィスデポ、ステイフルズの進出と、M&Aが続いている。

※ アメリカの文具スーパーのオフィスデポ、オフィスマックス、ステイフルズは1992年以降に開発された新業態で急成長をしている。

※ 日本の市場、文具関連用品の1兆4000億円にスチール家具を加えると、2兆円市場ともいわれ、文具店の売上市場を1兆円とすれば、平均1店の年商5000万円位あります。

※ 生き残っている条件

- ・ 専門店として、顧客評価される規模とMD
- ・ " , 商品知識とサービスの品質向上
- ・ " , 情報システムと顧客満足

ヨーロッパの文具店数は減少傾向にあるが、日本は逆に増加傾向にある。
 jointex 24-1月 1500人 今 400人分
 マスクは通販? 5人市場を2倍以上に伸びてきました。
 文具業界の一角

米国業界の現状

業界最大手の現状(2000年1月～9月、2002年1月～9月)

業態／社名	2002年		2001年		前年比%	
	売上高	税前利益	売上高	税前利益	売上高	税前利益
(卸業)						
ユナイテッドステーションナー	2,160	47.9	2,000	52.2	8.0	△ 8.2
SPリチャーズ	1,426	32.5	1,560	29.6	△ 8.6	9.8
(納品業)						
ボーイズキャスケイド	6,734	13.8	6,799	78.0	△ 1.0	△ 82.3
コーポレイトエクスプレス	9,205	129.6	9,212	136.8	-	△ 5.3
(文具スーパー)						
オフィスデポ	10,218	247.8	9,877	237.8	3.5	4.2
オフィスマックス	1,211	△ 40.1	1,175	△ 28.8	3.1	-
ステイプルズ	6,205	237.0	5,977	155.9	3.8	52.6

※但し、オフィスマックスは1月～7月、ステイプルズは1月～8月。

※卸業

全米を網羅している卸業はユナイテッドステイショナーとSPリチャーズの2社のみであります。その他、地域卸 25社は、共同仕入機構を形成し生き残りをかけています。

※納品業

ボーイズキャスケイドの利益が大幅ダウンしているのは、紙の買付けに失敗したことによるもの。コーポレイトエクスプレスはアメリカの大手納品ディーラーであります。オランダのバーマンに数年前に買収されております。

※文具スーパーの大手三社に大きく格差がついてきました。
日本を撤退したオフィスマックスは厳しい経営環境になっております。

日本における オフィス・デポ の経営環境 (資料)

バイキング 力タログ通販 今期売上金額 70億円

オフィス・デポ 力タログ通販 → 今期売上金額 75億円

店舗 12 店 / 1 店 4 億 . 1 日 138 万店

オフィス・デポがバイキングを買収し、日本法人の売上規模は145億円に成長している。

新組織 新しい政策転換

1、バイキングとオフィス・デポを事業統合

(バイキングは日本市場で消滅する)

2、店舗展開

規模100坪 全國200店舗

3、書店と複合店の四谷店 11月26日にグラ

(由玉畫房 100 枚、示求 70 枚)

4、大学生協購買事業 & 丸善との事業提携

5、価格戦略、アスクルプライスに対峙

店頭小売の不振を嘆く声が一段と強まってきた。特に東京や大阪など、大都市などでそういった声をしばしば聞き、実際に店舗を開めるところも目につくようになった。しかし、一方では地方に文具館コバヤシ焼津店(十一月十一日開店)、文具生活東かがわ店(十一月二日開店)といった百坪を超える店頭販売主体の大型専門店も次々オープンしている。

大都市圏の小売店が不振に陥っているのは、文具が売れなくなつたのではなく、消費者の購買行動が変化してきた

ため。一般文具、事務用
体の店舗が従来のままの
スタイルを継続する限り
格面からみても、品揃え
みても、サービスからみ
通販、ネット販売など新
に対抗できる要素は少な
何らかの店舗革新が必要

和文具・和雑貨がブーム

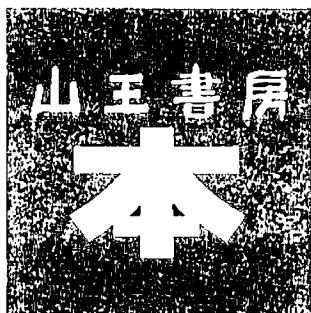
デポが書籍店にトライする。

黒船の上陸とオ

オフィス・デポ 四ツ谷店 山王書房内にオープン!

BOOKS 本 & OFFICE SUPPLIES 文具

書籍からオフィスに必要なものまで、何でもそろいます。



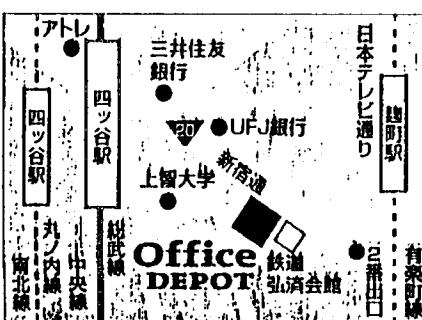
- 事務用品・文具
 - オフィス生活用品
 - ビジネス機器
 - OA・コンピューター関連用品
 - オフィス家具
 - ビジネスサービス
 - セルフコピー



11/26(火)～12/2(月)
オフィス・デポ 四ツ谷店
Grand Opening Sale
■限定セール品多数 プレゼントあり!

数量限定セール品多数、プレゼントあり!

（オブリガードストアが対象となります。）（王道店は通常営業）



**TEL.
03-3264-6900**

平日 9:00~22:00
土曜日 10:00~18:00
日・祝 休業

JR四ツ谷駅 麻町口、地下鉄麹町駅 2番出口
新宿通り沿い、弘済会館隣り、山王書房内

Office DEPOT

時評

オフイス・デポ
評
トオーブン(グランドオープ
ンは1月26日)した。同店は
山王賈羅との複合店舗(全金
170坪/内デポ約70坪)。
オフィス用品販売で世界No.
1の売上高(2001年度約112億
ドル)を誇るオフィス・
デポも日本展開ではかなり苦

「スマッシュ」と共に憲憲られたデボ。コクヨ黒田社長は、デボ、マックスのオフィス用品ストアの日本来製と轟がれた時、「通販よりも外貿小売店の方が影響は大きい」とその対策に舌鼓する発言をしていた。そのマックスは日本撤退、デボも出店を停止しているものの、そのスピードは驚くほどでなく、暗中摸索が続く。

ど、流逝に与えたインパクトはアスクルの方がはるかに大きい。そのデボが、狙い目を書籍店に向け、新しい試みにチャレンジしてきた。

ツブし、インショップ展開を推進するという。本屋は人を引っ張れるというメリットを活用する考え方である。ある人は、書載のDR商品の消化策と見るが、それでも切り口としてはおもしろい。この着眼は本来は文具問屋がやってしかるべき。一部でこの傾向は見られるが、業種を越えての新分野トライは四屋の仕事だ。

その後の黒田社長談話で、「アスクルがあれほど伸びるとは…」と言われしめたほど、来春には900社にラインアップ。現在の文具関係PB商品は約300アイテム、これを年内に

カウネット・アスクル仕入価格

1. 仕切価格

仕切価格は、カタログ表示価格に対して

	カテゴリー	カウネット掛率	アスクル掛率
1	OA・パソコン用品	89.00%	88.90%
2	オフィス作業用品・生活用品	78.00%	77.80%
3	カウネット工房〈封筒/印刷代〉	78.00%	77.80%
	アスクル・印鑑/名刺/その他名入		80.00%
4	事務機器・電化消耗品	77.50%	
	電化消耗品1部は	89.50%	88.90%
5	事務用品	77.00%	77.80%
	筆記具〈カウネット〉	79.00%	
	接着用品〈カウネット〉	83.00%	
6	オフィス家具・インテリア	77.00%	77.80%
	設置収納家具〈カウネットは設置料合算〉		83.30%
7	専門用品	89.00%	88.90%
	製図用品	77.00%	77.80%
	オフィスユニホーム	89.00%	88.90%
8	東急ハンズオリジナル商品	93.00%	
9	法人ギフト商品〈松坂屋・伊勢丹〉	93.00%	90~100%
10	書籍	93.00%	93.00%
11	リサイクルトナー	89.00%	88.90%
12	インク/トナー/コピー/カートリッジ	90.50%	90.50%
13	ビジネスマシン全品	91.00%	91.00%
14	オリジナルP P Cペーパー	90.50%	90.50%
15	オリジナル・クラフト/クロス/セロテープ	89.50%	88.90%
16	電子文具・キング/カシオ/シャープ	85.00%	84.00%
17	電化商品全品	89.50%	88.90%
18	飲料水・食品・生活用品	89.50%	77.80%
	アスクル〈トイレ用品・キッチン・洗剤・食品・飲料全般〉		88.90%
19	キングジム・Gファイル/スーパードッチ	85.00%	84.00%
20	コクヨ・パイロット全商品		88.90%
21	スチールデスク・OAデスク/チェア/家具	89.00%	88.90%
22	取寄せ商品〈カタログ掲載以外〉	95.00%	95.00%

③ 欧米大手小売業 進出急ピッチで大変化する日本市場

(資料3、1~2) … 「巨艦流通外資…戦略第二幕」

カルフール (2位) … フランス 埼玉に4号店オープン

来年関西に3店

メトロ (6位) … ドイツ 12月 千葉に1号店

ウォルマート (1位) … アメリカ 西友を買収、下期より

コストコ (14位) … アメリカ カルフールと共同出店

尼崎にオープン

ロイヤル (3位) … オランダ

ホームデポ (4位) … アメリカ

CVS 全国 40000店

7-11 9300店 11万時代から今、7万

ダイソー他 百円ショップの影響大

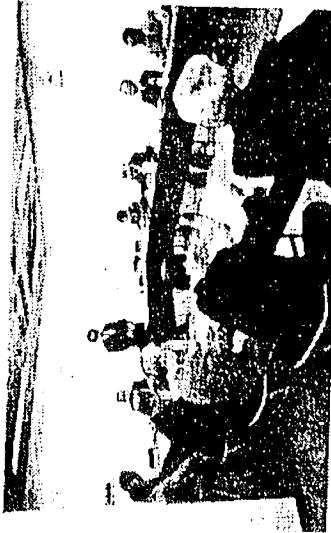
大手小売業の売場面積 160%に増大

” 小売業のオーバーストア化傾向の中でも企業の格差が大きい ”

例：1）、グルーフ[®]、イオングルーフ[®]

例：2）、20万坪超の大企業は経営近代化の決断場面

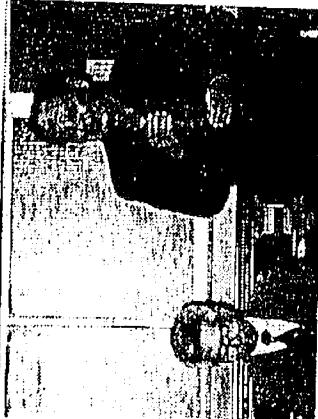
今後の具体策について意見交換



文公流 現状打開に抗議行動へ 「実力行使へ」で一致

第3回全体会議を開催

「仪仗拂拂笙歌起」
「舞遍花间也似的」
「长袖舞出时，舞出时」
「此番长袖，仪仗」
「回回人儿，长袖舞出时」
「且吹笙歌，长袖舞出时」
「长袖舞出时」



文公流 10-26 の 言

平成14年11月15日

6月以降文公流は主立った活動を経て頭をました。現行社会を堅持しない公正ながれそれは、文公流本部業者との連絡であります。この結果ではある文公流の本部業者としての常識での常識でのことと通業者との示す。

文公流は今年の春以来文公流の動機主義的価格表示を可能とする逆販路ルートメーカーに対し流連の公正化を求め、価格の是正を強く要望し統一しました。第2回文公流全体会議(6月4日)において逆販路タロク秋冬号の結果次第では重大な決議を待つて決起しております。今秋号の掲載価格は一部新製品を除きほんとうに止されてしまう、「アスクル」秋冬号の掲載価格は出店者全員の支持を起こすことを中心とした行動を起した。

全国文公流会員並びに共鳴同業者への呼びかけ

(株)キンケジム
原物ファイルじ 900番台を以上頭より撤去する。
兩三のが議論にもかかわらず厚物ファイルのトッブノーマークヤマト(株)キンケジム
は文具小売に専門店に背を向け、逆販路に繋り寄り、ファイル市場を混乱させ、
消費者に不信感を与える、文具事務用小物価格全般にわたる信頼不安を起こした
責任は重大です。

ヤマト(株)
液状のアラビックヤマトを店頭より撤去する。
運命共同体である流通3段階の生産者側の代表者ノーマークヤマト(株)は本米
流通の健全化に努力する立場にもかかわらず逆販路の公正な価格表示を可能下
どする取引に応じた結果卸、小売、消費者に混乱を生じ商業道徳を著しく低下
させた責任は重大です。

文具事務用品の公正な流通をする会
代玄幹事
本多琴作
行元宣一
幹事一同
其の他のノーマーク、アイテムに関する価格表示を是正し公正な流通を維持していく
な流通の結果と見られる価格表示を是正し公正な流通を維持するまで運動を続けます。
文公流は新たな販賣者の意見を検討しノーマークの不公平な流通にNRIと戦を上げ経営
者個々の強い意図と判断で新製品セット販売の受け入れ拒否、データケット商品の販賣
撤去等あらゆる手段を講じる所存です。

文公流情報交換会参加へのお誘い、
文公流の通り文公流の戦いは永く、業界の将来を決定する戦いで
この賛同者として参戦頂ければこそ勝る力はありません。
公流情報交換会参加へのお誘い、
この賛同者として参戦頂ければこそ勝る力はありません。

58

恒
經

川地、中猶無不^トニ^テ有^リ。
180°、即^シて^{シテ}北^西。

小売店の危機は安売りの通販よりコンビニだ

カタロウササガニの新歌品
改訂版の販賣を開始する。
情報誌「NINJA」が創刊され
がおる。1巻の週刊は、週報のカタロウ
は買えてない。但し新歌
を購入するには、カタロウの新歌品
を購入する。カタロウの新歌品
を購入するには、カタロウの新歌品
を購入する。