バイモ11に新色

ネイビーとピンクの2色追加

マックス

マックス（本社東京、三井田孝嗣社長）は、高い評価を得ている二枚から四十枚までを片手で楽にとじることができるハンディタイプのホッチキス「Vaim o11（バイモイレブン）」に、シックなイメージの「ネイビーブルー」と「ピンク」の二色を新たに追加、十二月二十二日に発売した。専用ホッチキス針「No.11」一箱（千本入）付きで千五百七十五円（従来モデルと同価格）。

購入にあたって機能だけでなくデザインやカラーなども重要視されるようになってきており、多くのユーザーからカラーに対する要望が出ていたことから、従来の「ブルー」、「レッド」、「イエロー」、「ブラック」、「ホワイト」の五色に加え、新たに二色を追加し、カラーバリエーションを豊富に揃えた。

二〇〇八年九月発売の「Vaim o11」は、テコの原理を応用した「軽とじ機構」の採用と一般的に広く使われている「No.10」と同じ細い線径で、針足の長さを四十枚の厚さをとじられるよう一ミリ長く設定した専用針「No.11」を新たに開発することで、厚い書類も軽い力でとじることができ、見た目も美しく仕上げることができるホッチキス。その高い機能性から二〇〇八年グッドデザイン賞と第十八回日本文具大賞機能部門優秀賞を受賞するとともに、利用者からは中型ホッチキスでしかとじられなかった四十枚を小型のハンディタイプで軽くとじられる機能性が高く評価されている。そのため、景気低迷による企業の経費抑制下においても、ハンディタイプのホッチキスとしては高価格にもかかわらず、当初計画に対して「倍の」販売実績となっているという。

エアロフィット第2弾

コクヨS&T

学習はさみ含む7種類

コクヨS&T（本社大阪、森川卓也社長）は、はさみのハンドル内側に柔らかで空洞を設けたエアークッション構造と、ガムテープなどの切断時に粘着材が刃に付着しにくいグルーレス刃を業界で初めて採用した「エアロフィット」シリーズの第二弾七種を今月一五日から順次発売する。

新製品は、「ハサミ〈エアロフィット〉（ウェーブハンドル）」四種類と、主に小学生の使用を想定した「学習はさみ〈エアロフィット・キッズ〉」の三種類。

「ウェーブハンドル」は、しっかり握れて高いフィット感を追求した左右非対称形のハンドルで、人差し指や小指をハンドルの外周部にも掛けられるデザインを採用し、好みに合わせた握り方ができるのが特徴。十五日発売でスタンダード刃タイプ二種（三百十五円、三百六十七円）、グルーレス刃二種（四百二十円）。

「学習はさみ〈エアロフィット・キッズ〉」は、子供の使いやすさを考えた、握りやすい大きさの左右非対称形のハンドルで、はさみの刃先も丸みのあるデザインを採用。左手用もラインアップするとともに、刃先を保護するキャップも付属している。刃タイプはいずれもグルーレスで価格は四百二十円。

グリーン購入法適合

エコノミー再生紙ラベル発売

ヒサゴ

ヒサゴ（本社名古屋市、山尾裕一社長）は、昨年二月の発売以来、宛名・分類ラベルのお得価格シリーズとして好評を得ている「エコノミーラベル」のグリーン購入法適合タイプ「エコノミー再生紙ラベル」六アイテムを先月から好評発売中。オープン価格。

ラベル、剥離紙ともに古紙配合率一〇〇生紙を使用しており、に剥離紙には樹脂ラト加工がされていなそのままリサイクルのが特徴。

GPN（グリーンネットワーク）エコ商ト掲載商品。無駄なできる百シート入で、在庫負担が少なむ。レーザー、インット、熱転写、コピ各種プリンターに適おり、綺麗に印刷でシートサイズは全て

で、ラインはノーカッ面四辺余白面、十二面白、二十面一面の六種サゴの印刷

消しゴムはんこ教室をテレビが紹介

山口の木阪賞文堂

昨年十二月二日放映の山口放送（KRY）朝の情報番組「さわやかモーニング」で、柳井市の木阪賞文堂（本社柳井市、木阪泰之社長）柳井中央店が紹介された。

各局で放送された文具特集が好評なことを受け、番組担当者が「年末商材」と「文具」のキーワードで地元山口県内の文具店を検索したところ、「消しゴムはんこで手作り年賀状に挑戦！」をテーマに消しゴムはんこ教室を開催している木阪賞文堂にヒットしたことから、取材につながった。

放送のもよう、下は木阪社長と小野口アナ

十一月二十五日、当日開催の十一月の消しゴムはんこ教室の取材にKRYのスタッフ四人が訪れ、KRY入社二年目の小野口奈々アナウンサーが一般の生徒に混じり消しゴムはんこ教室を開催して体験。年賀状作りにふさわしい店内のおすすめ文具の紹介なども取材して十二月二日早朝五時五十一分から約七分間オンエアされた。

「山口県内では当店よりも大きくて立派なお店はたくさんあるにもかかわらず、今回取材対象に選ばれた理由を聞くと①大型店ではなく、町の文具屋さんであること②ホームページやブログでお店やスタッフの人となり（キャラクター）がわかることの二点だった。小さなお店が存在をPRできるツールとしてのホームページやブログは必要不可欠なのだと今更ながら痛感。早朝の番組だったが、店頭や納品先、電話などで「見たよ」と言われ、テレビの影響力に驚いている。一つの分野に特化し、そこから派生して文具全般相談される店になりたいと思う」と木阪社長。

なお、木阪賞文堂では平成十九年から消しゴムはんこ教室を毎月継続して開催している。