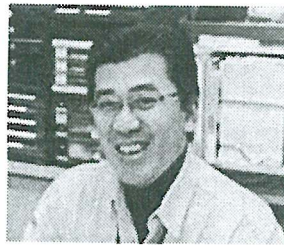


創業100年の老舗文具店 木阪賞文堂 木阪社長



業省中国経済産局の広報誌「めでいちゅづん」

経済局広報誌にインタビュー記事

「客に選んでもらえる窓口」に

山口県柳 四月号に掲載された。

木阪社長は保険会社の

所長を辞め、家業の文具店を継ぐために千葉から地元に戻る。「ランチェスター経営戦略法」を学び、「狭く・狭く・狭く」

事が経済産

を修行。一般の人がわかりやすい「つくれる文具屋さん」をキャッチコピーに、地元の顧客開拓に

力を入れる。問い合わせのきっかけにする仕掛けとして、ホームページに加え、ニュースレターを

月一回発行。大人の塗り絵教室は継続開催している。平成十五年ISO2

7

14001取得。十九年十月中国地域の歴史ある中小企業選に選定された。

「長く続ける秘訣は？」の質問に、木阪社長は次

▼分相応に、コツコツとでしようか。(中略)。

以前、防犯商品のフラン

チャイズの話があつて説明会に出かけたことがあり

ります。しかし、うちの主力商品である文房具に



対して、真摯に向き合っ

ていない状態で、あれも

これも手を出してもうま

くないきません。愚直なく

らに、うちの営業品目

がもっと売れる態勢に整

えなければいけません。

「斜陽産業」なんていう

言葉もありますけれど、

消えてなくなるものは少

ないと思います。文具に

しても、これだけパソコン

が普及した今でも、ペ

ンは必要です。「買う窓

口」として選んで頂ける

努力をすることです。誰

でもどこでも買える商品

だからこそ、お客さんに

選んでいただける店にな

るよう、日々の積み重ね

が大切です。