

J-Kanji 漢字文化を世界へ



独自の商品アイデアとデザインで世界に勝負をかけるブランド「J-Kanji」。日本の漢字文化を世界に広めることをコンセプトに、千社札や印鑑をはじめとするユニークな雑貨などを企画・販売し、日本の観光地などで存在感を増している。今号は、現在も次々と生まれているJ-Kanjiのアイデア商品をいくつか紹介する。

根強い人気、名前入り千社札と印鑑

J-Kanjiの商品は、扱うテーマがユニークなことが特徴でもある。中でも最も売れ行きが良いのは人の名前を扱った製品。「J-Kanji」を「叙恩」など、英語名を漢字に当てた千社札や印鑑絶大な人気がある。自分の名前が漢字になるという興味深さや、自分だけのものというプレミアム感が、根強い人気を支えている。

場所やファッションテーマに多彩な商品

また、場所をテーマにした商品も多い。「日本の原風景」を詰め込んだアクリル



英語名の自分の名前が漢字に。根強い人気の千社札と印鑑

心の奥をくすぐる選ぶ楽しみ

ルファインダーキーチェーンは日本の各都道府県のモチーフ60種類をそろえる。特殊加工で

奥行きを待たせ、まるでファインダー越しの世界を見ているかのような仕上がりが。47都道府県と三つの地域、全50種類をレトロなスタンプ風にデザインしたステッカーは、集めていくとスタンプラリーを楽しんでいるような感覚になる。そのほか日本の風景をモチーフにしたモザイク調のタイルマグネットや、五輪を控え、世界の国旗をモチーフにした缶バッチやマグネットもそろえている。

さらに、ファッションとアートもそのテーマに加わる。日本のイラストレー



「日本の原風景」を詰め込んだアクリルファインダーキーチェーン

一つの商品に何十何百種類ものモチーフ

これらの商品に共通しているのは、まず選ぶ楽しみがあること。一つの商品に何十、何百種類ものモチーフがそろえられているため、消費者は自分のお気に入りを選びたい喜びを味わえる。また、初めて商品に出会った時はささやかな感動があり、種類の多さや意外性のある作りにときめく。人が普段気づかないような心の奥をくすぐるものばかりだ。そこにはデザインの力があるの言うまでもない。

もちろんこれら商品は思いつきで生まれるわけではない。J-Kanjiを擁

ターが、日本をテーマに描いたイラストをプリントしたTシャツは、100人のイラストレーターによる100種類のアートを用意。「着ることが出来るアート」というコンセプト通り、絵画を購入する感覚で選ぶことができる。そして、ひたすら「便利」を追求した



日本のイラストレーターが、日本をテーマに描いたイラストをプリントしたTシャツ



大人のための練習箸

商品もある。柄の半分をフォークやスプーンに付け変えられる、持ち運びに便利な弁当用箸や、箸の頭に鳥居がついている練習用箸など。子供向けの練習用箸はよく見かけるが、こちらは箸文化ではない国の大人向けだ。

する株式会社ZEN（代表取締役・吉田啓資氏）では、「消費者の心を探る」一つの方法として、自社がコンテンツを発信するオウンドメディアを活用している。「数字だけに踊らされないようにしたい」と同社のマーケティング責任者・堀米潮氏は話す。インスタグラム、ツイッター、フェイスブックといったSNSで打ち出す内容は商品紹介ではなく少々不思議なコンテンツだ。「『?』と感じるようなものを出して消費者の興味入り口を探り、その反応を見て判断基準にしています」と堀米氏は説明する。

なお、現在製作中の新商品は「招き猫」。市場ではファンシーなデザインなものが多いが、コンセプトにのっとりあくまで「真面目な」招き猫を製作するという。（次号に続く）