

2016 年 7 月 19 日

株式会社ゼンリン

身近な街がステーションナリーになった「mati mati(マチマチ)」 第一弾が好評で新ラインナップ登場、関西でも販売開始 ～新アイテム「TRAVEL TAG FUSEN」、新柄は京都・梅田・神戸・横浜の 4 エリア～

株式会社ゼンリン(本社:福岡県北九州市、代表取締役社長:高山善司、以下ゼンリン)は、実際の地図データをデザイン化したステーションナリー「mati mati(マチマチ)」シリーズの新アイテム「TRAVEL TAG FUSEN」(ふせん)と、新柄「京都」、「梅田」、「神戸」、「横浜」の 4 エリアを、2016 年 7 月 20 日(水)から順次発売します。首都圏、関西圏を中心としたロフト 47 店舗と「オムニ 7」で先行販売し、今後取扱店舗を拡大する予定です。



ゼンリンは、長年蓄積してきた地図データ等をこれまでにない概念で捉え、新たな市場の開拓を進めています。「mati mati」は、出身地や方言が人々の会話のきっかけになりやすいことに着目し、身近な街の地図柄を通じて人々のコミュニケーションを創出することを目指したステーションナリーシリーズです。

この度、2016 年 1 月から展開している第一弾が好評につき、新アイテムと新柄 4 エリアを投入し、関西圏などでも販売を開始するとともに、より多くの方々に楽しんでいただけるラインナップとなりました。

■新アイテム ふせん「TRAVEL TAG FUSEN」が登場

デザインも素材も“まちまち”な 5 種類のふせんを組み合わせた新商品「TRAVEL TAG FUSEN」が新登場! スーツケースに取り付ける「トラベルタグ」をモチーフにしました。

■“働く女性”のライフスタイルをイメージした街の地図をデザイン

今回は、「旅」をテーマに出張や旅行で訪れる機会が多い京都、梅田、神戸、横浜を商品化。なお、第一弾は「出身地は福岡・天神、住まいは吉祥寺、職場は丸の内、休日は表参道に出かける女性」をイメージしています。

■女性社員プロジェクトチームが企画

ターゲット(20～30 代)と同年代の女性社員によるプロジェクトチームが、これまでの地図の「機能的価値」ではなく、地図柄や街の特徴に着目した商品として企画。女性ならではの目線での商品が実現しました。

本件に関するお問い合わせ

■一般:

株式会社ゼンリン カスタマーサポートセンター

☎ 0120-210-616

<補足資料>

■商品紹介ページ:

<http://www.zenrin.co.jp/goods/matimati/>

■「mati mati」商品ラインナップ

地図柄エリア

第二弾: 京都、梅田、神戸、横浜 **【新発売】**

第一弾: 丸の内、表参道、吉祥寺、福岡・天神 **【販売中】**

商品イメージ	商品名	価格(税別)	仕様
	3LAYER mati FILE	各 380 円	(サイズ) A4 サイズ (H310 mm × W220mm)
	●ゼンリンの地図データベースの「レイヤー構造」をイメージした、3ポケット仕様。異なるデザインの4枚のシートが重なると、1枚の地図が完成します。		
	STREET MEMO TAPE	各 430 円	(サイズ) 幅 27 mm、長さ 5m
	●各地の有名な通りをモチーフとした、幅広タイプ。 ●実在する“通り”に落書きをするような楽しい気持ちでメッセージが書き込めます。		
	MAP WRAP NOTEPAD	各 380 円	(サイズ) 177 mm × 177 mm、 (内容) 2 カラー × 10 枚 合計 20 枚
	●使い勝手のいい、B5幅の正方形。 ●中紙は切り離しができ、便箋としてはもちろん、ラッピングペーパーや折り紙としても使えます。 ●日中と夜をイメージした「デイカラー」と「ナイトカラー」の2色入り。		
	【NEW】 TRAVEL TAG FUSEN	各 480 円	(サイズ) 台紙 縦 390 mm × 横 80 mm (内容) ふせん 5 種 × 20 枚 計 100 枚
	●形や素材、使い方も“まちまち”で実用的なセット。 ●ノートやガイドブックに貼って、旅行などの計画・記録に使えます。 ●家の形のふせんに貼るたびに、まるで本の上に街並みが広がっていくような様子を楽しめます。		

■ふせんはターゲット層が購入する定番アイテム

20～30代の女性約2,000人に対するアンケート調査の結果、「直近3年で、自分で購入したステーショナリー」として、ボールペン・シャーペン、ノートに次いでふせんが約4割の方が購入しており、3位にランクイン。定番のアイテムであることが分かりました。

■“地図柄”に対するターゲット層の評価

「mati mati」シリーズのターゲット層である 20～30 代の働く女性約 100 名に対するアンケート調査の結果、「ゆかりのある場所の地図柄に興味がある」人は約 9 割、「地図柄そのものに興味がある」人も約 7 割と、高い興味・関心があることがわかりました。その他、アンケート結果で得られた実際の声を参考にした商品企画を行いました。

(上記はいずれも当社調べ)

■主な取扱店舗

下記ホームページをご覧ください。

<http://www.zenrin.co.jp/goods/matimati/shoplist/>