

2017年2月8日

株式会社ゼンリン

地図ステーションナリー「mati mati」のラインナップに 名古屋と広島が仲間入り 全国12都市に拡大！ 愛知県、中国・四国地方のロフトを中心に2月10日(金)発売

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、地図ステーションナリー「mati mati(マチマチ)」シリーズに、新しく名古屋と広島を追加し、発売します。2017年2月10日(金)から順次、愛知県内、中国・四国地方のロフトを中心に、各地のロフトで取り扱いを開始します。



「mati mati」シリーズは、ゼンリンが長年蓄積してきた地図データ等を、緻密性や正確性といった地図本来の機能ではなく、これまでにないコンセプトでデザインやグラフィックとして捉えた商品です。出身地や方言の話題と同じように、身近な街の地図柄を通じて人々の会話がうまれることを目指して企画しました。2016年1月のシリーズ発売以降、大変好評をいただき、この度、名古屋と広島を新たに加え、色とりどりの全12都市48種類のラインナップとなりました。

各商品には、その街にまつわる文化・歴史など様々なテーマや、イメージカラーを地図上に表現しています。

【名古屋】

テーマ: モーニング

名古屋に根付いた独自の文化「モーニング」を提供している喫茶店の場所を地図上にプロット。

カラー: レトロ喫茶/喫茶店の電球をイメージ



名古屋
NAGOYA
モーニング



【広島】

テーマ: 路面電車

街が三角州上に広がり、地下鉄工事が難しいことから、市民の足として発達した路面電車。

カラー: 地元球団カラー/もみじをイメージ



広島
HIROSHIMA
路面電車



※「mati mati」は、株式会社ゼンリンの登録商標です。

本件に関するお問い合わせ

■一般:

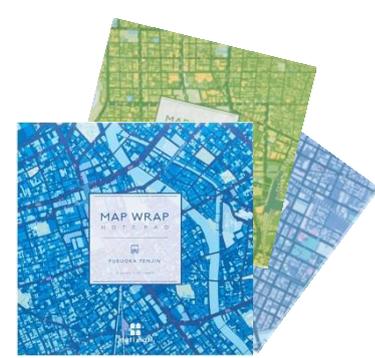
株式会社ゼンリン カスタマーサポートセンター

0120-210-616

<補足資料>

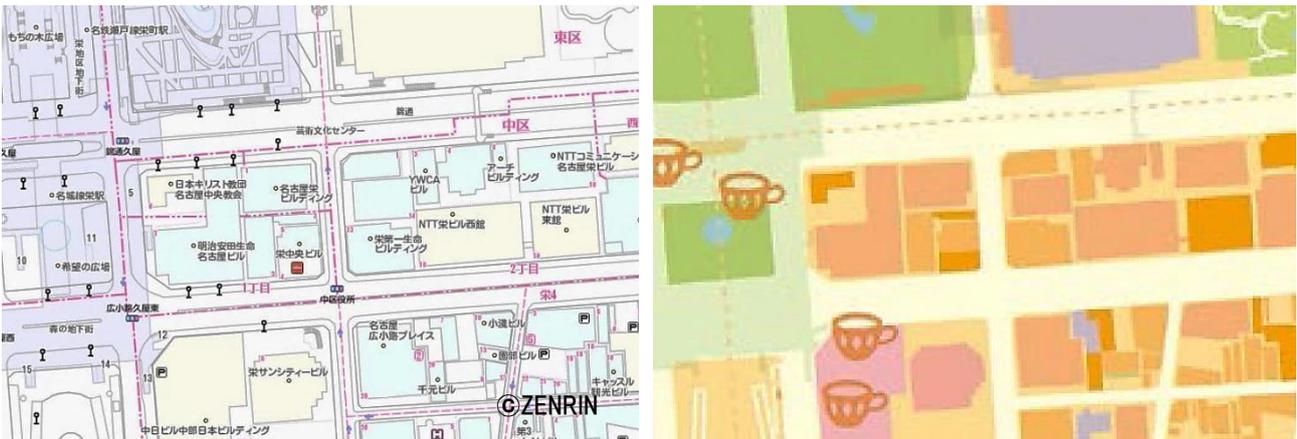
■「mati mati」商品ラインナップ

| | | |
|--------|-----|-------------------------------------|
| 地図柄エリア | 新発売 | 名古屋、広島 |
| | 販売中 | 丸の内、表参道、吉祥寺、福岡・天神、京都、梅田、神戸、横浜、仙台、札幌 |

| 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) |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●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。3 枚目に、名古屋は喫茶店、広島は路面電車のマーク。 | | |
|  | STREET MEMO TAPE | 各 430 円 | (サイズ) 幅 27 mm、長さ 5m |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●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。 ●名古屋は「久屋大通」、広島は「相生通り」をモチーフにしました。 | | |
|  | 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 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●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。 ●昼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。 | | |
|  | 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 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ●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。 ●家の形のふせんを貼るたびに、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。 | | |

■ デザインのもと住宅地図

「mati mati」のデザインは、住宅地図データがもとになっています。住宅地図と「mati mati」を並べてみると、調査スタッフが一軒一軒歩いて調べた建物、道路などが同じ形状になっていることがわかります。



■ 女性社員プロジェクトチームが企画

購買想定層(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。

■ “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。(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/>

■ 商品紹介ページ: <http://www.zenrin.co.jp/goods/matimati/>

