Publication: The Home Living
Country: Japan
Date/Issue: 5 May 2009

IFFS／AFS2009

シンガポールデザインをアジアから世界へ

〈4〉

jans 2 en社

クラシック家具・装飾品

幅広い層に支持される個性

今回はjans2en（ジャンセン）社を紹介する。

同社はオランダ創業、ハイエンド向けのクラシック家具、装飾品メーカー。1997年にセールスオフィスを香港に移転し、拠点として物流管理を統括。製造工場をインドネシアに持ち、ショールームはオランダ、ベルギー、イギリス、アメリカ、カナダに展開するグローバル企業である。すでに日本への輸出も手がけている。

昨年に続く連続出展となる同社。今回はホール7の広々としたブースに新製品などを多数出展した。重厚なアンティーク調の家具、動物や人物モチーフのブロンズの置物が独特な雰囲気を醸していた。

アカウント・マネージャーのモニカ・ターウィント氏に話を聞いた。

「新製品は3つのテイストがある。まず1つめは、エレガントでありながら、よりプレーンなスタイル。小さなスペースに適したアイテムや、装飾品がそろう。

2つめは、模様の彫りなどが装飾的なフレンチスタイル。セットアイテムは少ないが、アクセント使いに適したアイテムが多くそろう。

3つめはアールデコスタイル。1930年代調で、従来の伝統的なクラシック家具とは異なるセットアイテムがそろう」と紹介する。

また、「スタジオ・グループ・ウェルニッケ」コレクションからも新製品が多数登場し、パリエーションが幅広くなった。

耳慣れない「ウェルニッケ」という言葉は、1874年にドイツの脳外科医ウェルニッケ氏が発見した、脳の中で言語を理解する領域を示す。

同社はこの「ウェルニッケ」の名のもとに製造する独占的な権利を持つ

ジャンセン社のブース

ペットのケージ

という。低い天井の部屋では窮屈であろう背高のシェルフには、ぎっしりと多数の引き出しが収められている。

「ウェルニッケ」からの出展製品には、シークレット・ドア、つまり隠し扉のあるシェルフ、ワードローブがある。これは同社の大成功に一役買ったアイテムでもある。「輸入業者はとても限られている。というのも、この製品を保管するのはとても複雑な作業のため。引き出しの数がとても多いから」とターウィント氏は語る。

ユーザー層は国によって異なる。「ロシアでは20歳から25歳のユーザーが多く、一般的なクラシック家具のユーザー年齢層とのギャップが顕著。収入や家具への金銭感覚を平均的に考慮すれば、30歳代から50歳代がコアターゲットなのではないか」とターウィント氏。

（続く　小林）