

# Små ting går hem i Japan



Småsaker i alla dess former är populära i Japan.



– vi besökte världens största småföretagarmässa

Det japanska ordet zakka betyder små saker.

I Tokyo pågår varje sommar världens största internationella företagarmässa med "små saker". Nu kan svenska småföretag få hjälp att lansera sig på den japanska marknaden.

TEXT OCH FOTO: CHRISTINA ADLERS/TOKYO

**J**apanerna själva ger ofta bort zakka-presenter, och de gillar att inreda sina hem med zakka.

Att bo i ett av världens mest tätbefolkade länder, 128 miljoner invånare på en yta av 377 835 kvadratkilometer, innebär små bostäder med anpassade inredningslösningar. Där har små ting sin givna plats.

Den naturliga handelsplatsen för "små ting" är den internationella mässan Giftex/Design Accents Expo Tokyo. Mässan kan närmast jämföras med Formex i Stockholm.

300 utställare från hela världen (drygt tjugo länder) besöktes i år av omkring 63 000 inköpare, importörer, grossister, varuhuskedjor och butiksägare.

Även Sverige deltog och

intresset för svenska produkter är stort. Anledningen är bland annat Ikea som öppnat två varuhus i Japan och drar massor av kunder.

Men att som svensk småföretagare själv ställa ut på Tokyo Big Sight, utställningsområdet som ligger på ett relativt nytt konstgjort landområde, är svårt om man inte kan språket eller är insatt i hur den japanska

marknaden fungerar.

Därför har Japanporten, ett svenskt export- och importföretag, tagit sig an uppgiften att marknadsföra de svenska produkterna. I år ställde sju småföretagare ut i en gemensam monter. Jerker Bergström, som driver Japanporten, har bott i Japan av och till i många år, och han menar att många fler borde ta chansen att exportera till landet.

– Svenska produkter har både form, färg och mönster som tilltalar japanen, och deras intresse för mode, smycken, glas, porslin, vackra förpackningar och fritidsprylar borde locka fler företag att ställa ut.

– Vi hjälper till att lansera produkterna på mässor, men också på vår japanska webbplats ▶

# Ta en titt på Exportrådets Japansidor

▶ där varje företag har sin egen hemsida. Vi översätter visitkort och texter till japanska, förmedlar affärskontakter och håller kontakt med företagen så länge de vill, säger han.

– Men man ska tänka på att japaner är eftertänksamma och sällan gör affärer på själva mässan. Den som satsar på Japan ska vara beredd att ställa ut minst tre år, säger Jerker Bergström.

Keramiker Lena Larsson, med företaget Design Lena Larsson, Stockholm, har en ateljé i Gustavsbergs porslinsfabrik där hon formger bruksföremål som koppar, muggar, fat och skålar. Hon är med för andra gången på mässan i Tokyo.

– Att ställa ut på en mässa tar tid med alla förberedelser och utskick, den erfarenheten har jag från svenska mässor. Med hjälp av Japanporten får jag tid att ägna mig åt att formge i stället. Jag har förstått att intresset varit stort och besökarna lämnar många visitkort. Jag kommer att ställa ut även nästa år, säger Lena Larsson.

**Det ska också** Nils Olsson Hemslojd i Nusnäs, som tillverkar den kanske mest svenska symbolen, dalahästen. Företaget började redan 1928 producera dalahästar och i dag exporteras de över hela världen.

På Giftex ställdes dalahästarna ut i olika storlekar. Det senaste tillskottet, minihästen på en och en halv centimeter, gjordes först som ett örhänge, men har nu också blivit ett mobiltelefon Smycke för den japanska marknaden.

Ett annat utställarföretag, Tussilago Smycken i Göteborg, designar och tillverkar barnsmycken i silver och guld som passar pojkar lika väl som flickor.

– Jag tror att svensk design



## 3 råd om du satsar på Japan

1. Ha tålmod och ställ ut flera år i rad. Japaner är eftertänksamma men trofasta när företag återkommer. De förväntar sig en säker produktion och säkra leveranser. De behöver inte ske över en natt, men alltid före utsatt datum.
2. Gå samman och ställ ut med andra företag, det som säljer är Sverige, inte enskilda företag.
3. Titta på Exportrådets Japansidor (Swedish Trade Council).

går hem i Japan. Smyckena är inte gulliga, utan har enkla, klassiska former. Och de är inte massstillverkade. De säljs redan i en butik i Osaka, men jag skulle vilja komma in på en japansk kedja eller flera enskilda butiker, för att öka volymen, säger Lena Månsson på Tussilago Smycken.

– Satsar man inget vinner man inget, menade Kerstin Westin, illustratör i Luleå sedan 22 år tillbaka.

Hon har tidigare ställt ut "Min första bok" på Japanmässan. I dag finns den även digitalt översatt till japanska och väntar på att någon där vill köpa konceptet.

Smycken och bijouterier är stort på mässan, och i många montrar fanns en uppsjö av väskor och allehanda småsaker för

barn att gosa med eller ha i skolväskan.

Det fanns även mycket glas, porslin, kalendrar och lädervaror. Förr i tiden knöt japanska kvinnor kassar av tygstycken, Furoshiki, att bära varor i. I mer än en monter visades vackra tyger och beskrivningar på hur personliga väskor och kassar fortfarande kan skapas.

**Tekniken att tillverka** papper i Japan är närmare tvåtusen år, och kalendrar, vackra brevpapper och konstkort fanns det gott om. Och både Ingrid Roths konstkort och litografier liksom Maj Fagerbergs korrespondentkort, julkort och illustrerade sagoböcker väckte intresse. Båda har eller har haft kontakter med Japan, men tycker det är svårt på egen hand.

– Mina kort såldes tidigare i Japan men språksvårigheter gjorde att jag inte orkade. Och jag deltar redan på bokmässan och två Formexmässor, så jag är tacksam för den här möjligheten. Jag tycker att mina enkla illustrationer, inspirerade av naturen, känns besläktade med

japanernas klassiska formspråk med andligt och lugnt tilltal. Jerker kan också översätta mina texter till japanska vilket är en fördel, säger Maj Fagerberg.

**Japanerna tar av** sig skorna innan de går in i ett hem och sockor och inneskor sågs både här och där. Filttofflorna från företaget Ullcentrum i Löttorp gick hem liksom grytunderlägg, glasögonfodral och tehuvor i tovad ull.

– Jag är övertygad om att våra ullprodukter passar i Japan. Svenskar och japaner är lika till sättet, det enkla, grafiska formspråket passar. Vi har kontinuerligt sålt lite till Japan några år, men det tar ett tag innan man får de stora volymerna. Med flera butiker i Sverige hinner vi inte själva ställa ut på mässan, säger Ann Linderhjelms, Ullcentrum.

Förutom Sverige, ställde även Island och Färöarna ut. Men till nästa år hoppas mässarrangören Reed Exhibitions att ännu fler svenska och skandinaviska företag ska finnas på "Zakkamässan", som ingår i en gigantisk kontorsmässa som pågår samtidigt i Tokyo Big Sight. ■

*Svenska montern var mycket välbesökt under samtliga mässtdagar.*