

VEJRHØJ

## 日本の桜からブランドへのインスピレーションを受けたデンマークの若い企業家の成功談

北欧デンマークでも桜の季節が日本とは1ヶ月と少し遅れてやってきました。限られた場所ですが日本の桜の木が植えられた公園などへコロナ禍でのロックダウンの気分転換に桜の花を見に出かける人たちも少なくないようです。日本のお花見文化はなくとも、桜の花の人々の心を惹きつける美しさは国も人も問いません。

デンマーク発の時計ブランド**VEJRHØJ**(ヴェアホイ)が、昨年発表した日本の桜をモチーフにし、素材として使用したコレクションは人々の心を惹きつけるデザインとして、日本のみならず世界中で評価を得ています。



コレクションのためのクラウドファンディングを行った[クラウドファンディングサービスMakuake](#)では、わずか1か月で4,200万円相当の売り上げを成し遂げました。大成功を納めた腕時計の素材に桜の木を使用するという成功のアイデアは、**VEJRHØJ**(ヴェアホイ)創設者Janusの2017年の日本への

旅行が大きなインスピレーションとなったと明言します。

「2017年にパートナーのHeidiと一緒に日本を訪れたとき、デンマークでは見ることのできない、美しい満開の桜に2人とも今までにない感銘を受けました。その経験がコレクションへのアイデアと繋がり、帰国後構想を練り作り上げました。」とJanusは旅行を振り返って語ります。今回は、北欧のスタートアップが見つけた日本での成功の秘訣について紐解いていきます。



2017年, JanusとHeidi2人の日本での写真

## コペンハーゲンにあるオフィスと顧客が直接つながることの重要性

日本でのクラウドファンディングを経てのビジネスでの気づきをJanusは次のように語ります。  
「以前、クラウドファンディングキャンペーンを代理店を通して行った際に、コストのかかる代理店とのコラボレーションよりも、ブランド・会社としての機敏な対応が求められていることに気がきました。現地で日本人社員を採用することで、自分自身を含め、日本市場への知識を深め柔軟に対応することが成功の鍵です。」



高価な仲介業者を避けることで、大きくコストを抑え、高品質の製品を手頃な価格で購入できるようになることにブランドとして価値を置きました。そして、現地の日本人社員を雇用することにより、日本市場の声を直接汲み取ることができる体制を整えました。

## 日本人とスカンジナビアの人々に通じる同じ情熱

職人技、素材、すっきりとしたラインに焦点を当てたVEJRHØJの背後にある哲学は、誰もが手に入れることができる、何世代にもわたって続いて行くような独特でありながらも、唯一無二の木製時計を作ることです。

製品を日本で売り出す中で、Janusは日本人とスカンジナビアの人たちの共通項を見つけたと語ります。「日本人とスカンジナビアの人々は、ミニマリズム、職人技、そして天然素材に対する同じ情熱を感じます。これが私たちの時計が日本でとても人気がある理由の大きな1つだと思います。」

過度な装飾やデザインに頼ることなく、素材そのものの良さを存分に生かした製品は、様々な場面で時計の持ち主の美しさを引き立ててくれること間違いなしでしょう。



### VEJRHØJとは...

- 2013年に27歳のJanus Aarupによって創設、現在コペンハーゲンにオフィスを構える
- 木とスチールそしてスカンジナビアのミニマリズムが融合されたデザイン
- 桜の木を用いた腕時計デザインを展開し、クラウドファンディングサイト[Makuake](#)で  
**4,200万円**を1ヶ月で売り上げることに成功
- 2017年には、革新的な北欧デザインに贈られる「**Brand New Nordic 賞**」を受賞
- 現在40種類の腕時計モデルを取り扱っている。価格帯は: 20,000円~40,000円

担当者連絡先  
VEJRHØJ日本チーム 長坂 ひかり  
Mail: [hikari@vejrhoj.com](mailto:hikari@vejrhoj.com)  
[www.vejrhoj.jp](http://www.vejrhoj.jp)