

Fånighetens marknad

Ur den lilla högtalaren strömmade den gamla Elvis Presley klassikern "Treat me nice". Men LP:n snurrade inte på en skivtallrik utan låg helt stilla på köksbordet. Och inte fångades ljudet upp av den diamantnål som vanligtvis sitter längst ute på en skivspelares tonarm. Nej istället körde en miniatyrbil, en Volkswagen pick up modell alltså, runt runt på LP:n. Nålen under bilen följde skivans spår och ur den lilla högtalaren strömmade musik!

Allt eftersom Pick Up BILEN kom närmare mot mitten av LP:n körde den allt fortare. Till sist tappade den spårkastet och under den innersta Elvislåten kanade bussen rakt ut från LP:n ut på köksbordet. De rörliga skivspelaren hade visat upp sig! En brilliant idé. Alltså, nästan en brilliant idé.

Vid femtiden på morgonen startade det enkla japanska enfamiljshuset i trä att så smått vibrera-ja nästan skaka. Det var den automatiska brödbakningsmaskinen som startade med att knåda degen. Snart skulle familjen vakna upp till doften av nybakat bröd! Vi talar om Årets Julklapp 1988. Ett måste! Den automatiska bakmaskinen som genast tog värden med storm för att sedan dala till en av de där köksprodukterna som bara tar alltför mycket plats i köket.

Tyvär blev dock inte kylskåpsgrisen någonsin årets julklapp. Det var en liten rosa gris i plast som man placerade i kylskåpet. När någon öppnade kylskåpet och ljuset tändes grymtade grisen skvallrande sitt NÖFF NÖFF. Detta som påminnelse om kylskåpsbesökarens bantningsambitioner och till övriga familjens nöje.

Berättelserna om innovativa japanska produkter som "nästan lyckats" kan bli till en tegelstensbok. Kanske beror det på det stora inslaget av lekfullhet i framtagandet av nya produkter. Detta i stor kontrast till oss i väst där vi gärna fokuserar på nytta, alltså vad är

nyttan av nya produkter och tjänster. Hos oss skall de helst göra världen bättre!

I Japan värderas lekfullheten och ett enkelt underhållningsvärde högt. Med en homogen och gigantisk hemmamarknad har man råd med att testa nya ganska onyttiga men lekfulla produkter. Jag minns den lilla vispen som bara bestod av en enda tunn vinklad nål. Den påstods vara så tunn att man kunde föra in den genom skalet på ett ägg, vispa med nålen och därmed åstadkomma scrambled eggs utan att knäcka ägget!

Tala om nytta!

Nya produkter i Japan föregås inte alltid av omfattande marknadsanalyser. Istället går man rakt på och testar mängder av nya produkter direkt mot verkligheten. Om den hittar sin nisch blir den snabbt lönande. Glöm inte att det är volym i nischerna i Japan. Blir den en framgång på den stora hemmamarknaden jublar tillverkaren. Några få produkter hittar dessutom ut på världsmarknaden och blir till globala succéer. Vem minns inte Pokemon Go-sommaren när familjer över hela världen tillsammans gick ut på äventyrliga jakter efter pokemon figurer.

Ibland kan jag känna en längtan efter lekfulla, ja rent av fåniga japanska prylar. Tänk lyckan av att i sin hand få hålla en liten ny pryl som löser ett problem som man inte ens visste att man hade. Eller en manick som får dig att le inombords och helt kort i tanken fly Coronatidernas tyngd och alvar. Hoppas nu bara att ingen i min närhet noterade mitt avsteg från tanken om NYTTA.

Ingen hörde väl mitt mumlande "Hej då nytta och Länge leve fånighetens marknad. Den frodas fortsatt i Japan"

