

世界最大級のホームインテリア用品見本市「メゾン・エ・オブジェ」

(財)自治体国際化協会 パリ事務所
野村 隆 (高山市役所派遣研修生)

2010年1月22日から26日にパリ近郊の「パリ ノール ヴィルパント (Paris Nord Villepinte) 見本市会場」で開催された世界最大級のホームインテリア用品見本市「メゾン・エ・オブジェ (Maison et Objet)」を視察した結果を報告します。

「メゾン・エ・オブジェ」の入口をくぐると、家具、寝具、食器、骨董品、織物、アクセサリーなどホームインテリアに関するありとあらゆる色とりどりの品を取り扱う出展者が所狭しとひしめいています。会場内は写真撮影が制限されており、その様子を視覚的に皆さんにお伝えできないのが残念なほどです。

「メゾン・エ・オブジェ」には、厳しい出展審査をくぐり抜けた国際的有名ブランド、伝統ブランド、新鋭気鋭のクリエイターなどが世界中から集まります。入場者も原則としてバイヤー等のプロフェッショナルに限られ、一般客や子供の入場は制限されており(ちなみに会場には3歳~12歳までの託児施設が用意されています)、入場料(期間中有効)も56ユーロ(1ユーロ130円として日本円で約7,300円)とかなり高額ですが、昨年(2009年)は、75,755名もの来場者(うち32,043名はフランス国外から来場)を集めました。

私は、高山商工会議所が中心となり、岐阜県内の伝統工芸品である飛騨の家具、飛騨春慶(漆器)、美濃和紙を用いた照明器具、美濃焼、岐阜の繊維などを取り扱う企業が連携して出展した「Re-mix Japan」ブースの設営、接客、撤収作業をお手伝いさせていただく機会を得ることができました。ここに、私が肌で感じた「メゾン・エ・オブジェ」の空気を地方自治体の皆様にご紹介し、今後出展を検討される際の参考になれば幸いです。

設営作業は、1月20日、21日の2日間に行われました。初日は、大量の商品や展示機材の荷解き、組立てに追われました。この時期のパリは零度前後に冷え込み、会場内は暖房も入らず、空気は乾燥し、埃も舞っているので、過去には設営時に体調を壊してしまう方がいらっしゃいました。設営・撤収作業時に使い捨てカイロとマスクは必需品です。2日目は、商品の陳列も終わり、今回のブース出展をコーディネートしていただいたデザイン事務所の方に最終確認をしていただきました。

「世界」に漕ぎだそうとする出展企業や自治体は大きな壁を乗り越えなければなりません。「メゾン・エ・オブジェ」に出展した高山商工会議所の例で具体的に言うと、ヨーロッパで受け入れられる商品選定や価格設定、異なる商品をどう組み合わせる魅力的な陳列をするか、国外では知名度の低い商品をどのように訴求するか、外国語(主として仏語・英語)による接客、決済手続きや関税の処理、日本から海外への発送手続きはどう対応すればよいのか等々、海外市場に進出するには幾つもの難題があります。

当初は、通訳費用を節約しようと学生に通訳を依頼しましたが、商品の背後にある日本文化の説明や実務的な駆け引きが要求される商談には太刀打ちできませんでした。その後、フランス在住約40年で定年後も日仏間の企業交渉等を務めている経験豊かな70代の方や日本美術に関する博士号を持ったフランス人の学芸員の方に通訳・商談を務めていただき、徐々に商品力を訴求し、商談、成約へ繋がるようになってきました。

また、日仏間の商品・決済のやり取りは、パリと岐阜県内のそれぞれに代理店(と言っても、日本人が本業の傍らに営んでいるため費用負担は発生しない)を設け、お客様がパリの代理店に発注を行うと、それが受注企業に伝達され、受注企業は商品を岐阜県内の代理店に配送すれば、岐阜県内の代理店がお客様の元へ商品を転送し、パリ市内の代理店が決済を行うという仕組みを今回から設けました。企業側から見ると、言葉の壁や決済の煩雑さといった壁が一気に低くなり、日本の企業と同様に取引できることになりました。

商品の訴求方法にも工夫が必要です。漆器はヨーロッパの人々に馴染みが薄く、プラスチック製の食器と見間違われてしまい、その値段を聞くやいなや「考えられない値段だ」と言わんばかりの顔色になりブースを去っていくお客様が多かったようです。そこで、出展5回目となる今回からは、漆器の製造工程を詳しく展示し、漆器の芸術性や耐久性等を示し、日本人の食生活と漆器との間に長い歴史と深い関わりがあることを「物語性」を持って訴求したところ、大きな成果を得ることができました。

また、この漆器職人さんは、様々なブースを見学し、新商品のアイデアとなる「ひらめき」を得たようで、見学から戻ってくるとその「ひらめき」を無心にデッサンしていました。このように、日本人の「感性」と外国人の「感性」がぶつかり合うことによって、「メゾン・エ・オブジェ」は新たなイメージが創造される場ともなり得るのです。

以上の高山商工会議所の取組みのように、一度の出展で成果が得られなかったと諦めることなく、様々な工夫や人脈などを駆使して、「世界」から受け入れられるように改善を積み重ねながら継続的に出展を重ねていくことも重要な要素だと思います。

さて、フランス見本市協会の2009年11月9日現在の集計によると、今回の「メゾン・エ・オブジェ」には日本国内から39社・団体が出展申込みをしたようです。そのリストの中から個別企業を除き、地域レベルの団体として出展申込みをしたものを挙げます。(順不同)

- ・ 東峰村商工会
- ・ 高山商工会議所
- ・ 輪島商工会議所
- ・ 大木町商工会
- ・ エコアス馬路村
- ・ 宮城県商工会連合会
- ・ 弘前商工会議所

私は、輪島商工会議所さんのブースにお邪魔し、里谷会頭から興味深い話を伺いました。2007年3月25日に発生した能登半島地震で、輪島市周辺地域は大きな被害を受け、輪島塗も苦境に陥りました。これを救おうと、フランス高級ブランドの「ルイ・ヴィトン」社と輪島塗の工房が連携し、特製の小物入れを製作し、ヴィトン社は収益を輪島商工会議所に寄付したそうです。また、里谷会頭もヴィトン社のアトリエのあるアニエール(Asnières)を訪問し、高度な工芸技術を習得したヴィトン社の職人が社会的にも高い地位を得て、誇りを持って働いていることに感銘を受けたそうです。輪島市では、ヴィトン社の職人と輪島塗の職人の交流を行い、輪島塗の活性化を図るといった経済交流を今後進めたいと考えているとのことでした。さらには、会場で出会った里谷会頭と高山商工会議所・北村副会頭との間で能登空港を活用し、輪島市と高山市との間で観光提携を推進したいとの話題も持ち上がったようです。海外で頑張る地方同士の間には、このような深い絆が生まれるのかも知れません。

当事務所では、日本の地方自治体の当地における経済活動や観光振興活動にも対応すべく、情報を蓄積し、JETROやJNTO等の関係機関とも連携を取りながら皆様の活動をお手伝いしていきたいと考えております。今後とも当事務所を有効活用いただきますようお願いいたします。

「Maison et Objet」ホームページ: <http://www.maison-objet.com/>

「Re-mix Japan」ホームページ: <http://www.re-mixjapan.com/>



設営前のブース



ブース全景



飛騨春慶の製造工程に関する展示



バイヤーとの商談風景

※上掲写真は、高山商工会議所から承諾を得て撮影したものです。