

ジャパンエキスポ

JAPANEXPO 出展と品評会 実施報告

地域工芸品のフランス パリでのビジネスチャンスを探る

日本とEUのEPA（経済連携協定）合意による、関税の引き下げなどを受け、両者の経済交流は活発になることが予想される。欧州市場で注目を集めるフランス パリでは、7月5日(木)から8日(日)にかけて日本文化の発信を目的とした大規模な展示会「Japan Expo」が開催されることから、県内工芸品による出展を行った。また、現地のギャラリーや日本からの進出企業を訪問してヒアリングを行い、工芸品への関心や販路の可能性を探った。

JAPAN EXPO 出展

パリ郊外に位置する展示会場は東京ドーム4個分の広さで、ヨーロッパ各国から4日間で約25万人の日本ファンが訪れる大規模な展示会である。企業や団体が出展する展示ゾーンや日本のタレントらが出演するステージ等で構成され、アニメ、ゲームなどの現代文化から食文化、観光などの地域文化、美術・工芸品や芸能などの伝統文化まで、日本の様々な文化が紹介されている。

その中で最大規模の地域文化パビリオン「WABISABI（ワビサビ）」へ福井市が昨年に引き続き出展ブースを設けた。その一角で工芸品の展示・実演

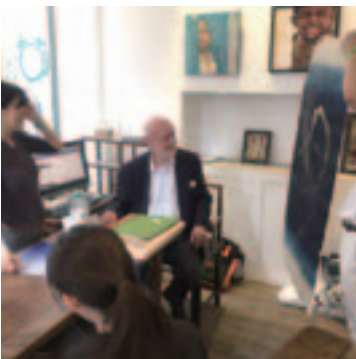


フランス人は日本の歴史や伝統を好む

を行うにあたり、当所と福井工芸産業振興協議会が参加した。

出展ブースでは、漆器、染物、和蠟燭、畳、組子細工など、生活に密着した工芸品の展示と、金箔張りの実演・体験を行った。ブースには訪日経験者、観光や製品問わず日本好き、アニメや漫画が好きな「おたく」など年代問わず、様々な方に立ち寄っていた。

フランス人は興味を示すと、パンフレットを長時間に渡り熟読したり、工芸品の素材や作り方を熱心に質問したりと、物事の背景や物語性を好む。デザインは伝統的なもの、また歴史ある素材や職人へのリスペクト（敬意）が根底にあり、工芸品の販売へ可能性を感じた。



ギャラリー等で工芸品の品評を行う
価格やデザインが重要

フランスにおけるビジネスポイント

展示会期間の前後には、現地ギャラリーや日本からの進出企業10社を訪問し、持参した工芸品の品評やビジネス状況について話を伺った。今回の訪問でわかったフランスへの販路開拓のヒントを以下にまとめる。

- トレンドの発信地であるパリへの日本企業の進出は増加傾向。
- 価格にはシビア。ブームに左右されず商品の歴史や背景、独自性など自分で価値を判断し、良いものであれば高額品も購入。
- フランスへの販売は価格設定が重要。輸出の送料や関税等で価格が3倍程に上がるため要注意。
- 歴史や職人をリスペクトする文化素地があり、外国語対応のホームページ等、詳しい情報を発信するツール作りが効果的。

7月17日に日本はEUとのEPAに署名し、欧州市場の開放も近い。当所ではEPAの発給や相談窓口を設けており、海外へ販路を求める企業の皆様にぜひ活用いただきたい。

（地域事業課 水野洋人）