

## フランス（パリ）の和雑貨セレクトショップ「Discover Japan」について

去る8月1日、本市都市交流室からの紹介により、フランス・パリで和雑貨セレクトショップ「Discover Japan」を経営している塩川嘉章しおかわよしあきオーナーとお話する機会に恵まれましたので、その時にお聞きした伝統的ものづくり製品の海外販路開拓についての情報について、簡単にご報告します。

### 1. Discover Japan 店舗概要

- 2011年10月開業
- ピラミッド駅から約100m、通称「日本ストリート」と呼ばれる日本料理店が軒を連ねる通りの入口にある。ルーブル美術館やオペラ座からも徒歩圏内。
- 取扱品は日本製雑貨。食器全般、手ぬぐい、風呂敷、和・洋服、地下足袋、雪駄、和風アクセサリ、小物・バック類、和柄生地など。
- 来店客は日本に興味のある地元市民のほか、世界各地からの観光客など。
- 来店客数は月平均で約2,100人程度。イベント内容により変動あり。

### 2. オーナー：塩川嘉章氏の略歴

- 1998年、現地日系企業に就職後、2002年にフランスのレジデンスカード（永住権に相当）取得。2005年に勤務先の代表取締役社長に就任した。
- 2011年に日本製品全般（職人の手による伝統工芸品やクラフト製品を中心とする）をフランスおよびヨーロッパ全土に紹介・販売するための拠点として、共同出資者とともに、有限会社ISONOを設立。同年10月、パリの日本人地区の中心に日本製品のコンセプトショップ「BUKIYA」を開店。
- 2013年、株式会社エイ出版社発行の雑誌「Discover Japan」とのライセンス契約を締結し、2014年1月に店舗名も「Discover Japan」に変更。

### 3. ヒアリング内容

- ヒアリング当日は、塩川さんを市役所会議室にお招きし、都市交流室長、産業振興課職員のほか、株式会社tao代表取締役の久保様、まちのシューレ963の谷様、AJI PROJECTをご担当されている牟礼庵治商工会の平田さんにも同席いただいて、高松市の伝統的ものづくりのPRや意見交換を行いました。当日お聞きしたお話については以下のとおりです。

- (1) まず、フランスのショップで日本製品を販売しようとする場合、たくさん販売して儲けることを目的としてはいけない。フランス人は長期バカンスをとるために、日常生活は極めて質素であり、モノにあまりお金をかけない。和菓子のトラヤがそれほ

ど儲からなくても30年以上前からフランスに出店しているのは、フランスに出店していることがステイタスであり、最高の宣伝効果をもたらすからである。

- (2) 岐阜県が「Discover Japan」店舗において、テストマーケティングを実施した。本事業が実現できたのは、岐阜県知事が経産省、外務省、ジェトロでの前職があり、フランスとのパイプを持っていたことが大きい。

従来の行政が行う海外販路への助成内容は、渡航費や滞在費、その他費用の2分1補助などが主流だったが、今回の岐阜県の事業で県が負担するのは現地での場所代のみである。その他経費は全て参加企業の自己負担で、売上は全て企業がとるため、コスト<売上となればプラスとなることから、本当にやる気のある企業しか応募してこない。出店者の目的によって価格設定も変わってくる。とりあえず商品の反応が見たければ安く価格設定をしてもよいし、継続的に販売したければ、最初からマージンをのせて価格設定してもよい。

平成26年1月24日から2月6日までの14日間で、12事業者が150種類の商品を出展し、販売個数147個、販売額は約36万円、来店者数は1,100人だった。

- (3) フランスではたくさんの日本関連のイベントが開催されているが、バラバラで一体感がない。せっかく興味を持たれても販売につながっていない。行政が関わるとテーマが分からなくなる。

自分のショップの場合、例えば「食卓の風景」などテーマを決めて展示をしている。11月には「和紙（ラッピング）」をテーマにする予定。日本人特有の洗練された包装技術と組み合わせ、文化も含めて付加価値をつけるとフランス人は興味を持つ。

- (4) 日本のモノを外国で売ろうと思えば、商品代金に送料と関税が加わる。まず、現地でいくらで販売できるのかを把握しなければならない。また日本の包丁はとても評判がよいが、海外の価値観は一度やってみないと分からない。

- (5) 現地の人にとっては、「ALL JAPAN」という捉え方であり、日本国内の細かな地名にはあまり意識はない。そういう意味では国がもっとリーダーシップをとって、全国の伝統工芸品を海外に売り込んでほしい。