

海外事務所だより

パリ事務所

JAPAN EXPOだけじゃない！ フランスの見本市

(一財)自治体国際化協会パリ事務所所長補佐 谷崎 謙一郎(熊本市派遣)

地理的にヨーロッパの中心に位置するフランスは、見本市の開催件数が多い国として知られています。パリを中心とした首都圏イル・ド・フランス州では、年間400以上もの見本市が開催され、来場者数は延べ900万人以上。近年、こうしたフランスでの見本市へ出展する日本の自治体も増えており、クレアパリ事務所にも活動支援の依頼をいただいています。

本稿では、7月に開催されたJAPAN EXPO（以下、JE）の様子とともに、フランスの見本市のうち日本の自治体にご参加いただけるような物産や観光分野のものについて、概略を紹介します。

JAPAN EXPO —— 24万人が集う「文化祭」

パリ近郊、ノールヴィルパント展示場で毎年開催されているJEは、今年で15回目を迎える日本文化の総合イベントです。開始当初はマンガやアニメなどポップカルチャーの祭典という側面が強かったこのイベントですが、近年は食文化や伝統芸能、武道、工芸品といったあらゆる日本文化を紹介する内容へと変化。入場者数も24万人という大規模なものとなっています。

約12万㎡の巨大な展示場には、アニメ・ゲーム関連をはじめ大小さまざまな展示ブースが並び、たこ焼きや焼きそばの店にはコスプレをした若者が長蛇の列。弓道や剣道の実演の隣では麻雀教室が開かれ、ステージではアイドルが歌い踊る—「なんでもあり」のその光景は、さながら日本の学校

の文化祭や学園祭の規模を拡大したようにも映ります。



2014年のJE。ステージでは日本の伝統文化などの紹介も

プロ向けの見本市と異なり、JEの来場者の大半は一般の消費者であるため、専門業者の反応を見ることはできません。しかし、ブースを訪問する方のほとんどは、元々日本の文化や物産に興味をもっている層であり、お祭りのな雰囲気も手伝って意見の聴取には協力的です。こうした購買層の生の声を聞くことができるのが、このイベントに出展する最大のメリットといえるでしょう。

今年7月に開催された第15回のJEにも、日本から多数の自治体が参加し、観光や物産のPRを実施しました。ここではパリ事務所が支援を行った2つの自治体ブースの様子をお伝えします。

経済活動の足がかりにJEを活用

長崎県は、県産品の麺類と陶器のフランスでの販路開拓を目的として、今年度のJEにブースを出展されました。ブースに長いバーカウンターを

設け、ゆでたてのそうめんとうどんの試食と焼酎の試飲を実施。器には「波佐見焼」を用いました。



麺類の試食が好評を博した長崎県

ブースには連日長い行列が絶えず、時間制限を設けるほどの人気となり、5日間の会期中に集まったアンケートは5,000を超えました。その後、長崎県はプロ向けの食品展である「SIAL」（後述）にも出展されていますが、JEへの出展は、販路開拓事業の最初の一步として、確かな手ごたえを感じる機会となったようです。

また、福岡県と合同で出展した福岡市は、JEを地域のクリエイティブ産業をPRする機会であるにとらえ、ゲームやアニメを中心としたコンテンツを前面に出したブースを展開されました。

前述のとおり、JEはビジネスを主目的としたプロ向けの見本市ではありません。しかし、アニメやゲームなどのデジタルコンテンツについては、イベントの核をなす分野であり、日本から多数の企業が出展し、フランス国内のコンテンツバイヤーが新たな商品を探しに訪れるのです。福岡市のブースにも多くの業界関係者が訪れ、その後商談に発展したケースもあったようです。

流行の発信地ならではの デザイン見本市

前述のとおり、パリにはJEだけではなく世界規模の見本市が数多くあります。物産関連でよく知られているのは食品見本市のSIALですが、やはり流行の発信地だけに、ファッションやインテリアに関するものも多数開催されています。

■SIAL (Salon International de l'Agroalimentaire)
会 場：パリ近郊

開催時期：10月（隔年）

分 野：食品全般

来場者数：14万人

■MAISON&OBJET（メゾン・エ・オブジェ）

会 場：パリ近郊

開催時期：1月・9月（年2回）

分 野：インテリア、食器、美術・工芸品など

来場者数：8万5,000人

■Premiere Vision（プルミエール・ヴィジョン）

会 場：パリ近郊

開催時期：2月・9月（年2回）

分 野：テキスタイル全般

来場者数：5万3,000人

SIALは6,000近い出展者数を誇る世界最大の食品見本市で、2年に一度開催されています。過去には、この見本市から人気に火がついた高知県産のゆずのような例もあり、日本からの出展者も増えています。今年度は長崎県が県産品の麺類を出展されました。

「メゾン・エ・オブジェ」はメゾン＝家に関するものすべてを扱う大規模な見本市です。ラグなどの布製品から陶器まで、多様な製品が出展されており、毎年、日本の自治体の出展も多く見られます。2014年9月の当イベントにも、日本から佐賀県が有田焼を出展されました。



2014年の「メゾン・エ・オブジェ」の様子

「プルミエール・ヴィジョン」はテキスタイル専門のプロ向け見本市で、厳しい審査を通過する必要がありますが、出展すればそれだけ品質の高いものとしてバイヤーの評価を受けることになります。過去に日本の自治体では、和歌山県がニット

製品をPRする目的で出展された例があります。

高品質な「メイドインジャパン」の製品は、欧州での市場拡大のチャンスが大いにあると考えられており、今後もこれらの見本市に出展される自治体は増えると予想されます。

バカンス市場で活況の旅行博

フランスは長期のバカンスが文化として根付いている国です (P.20-21「海外生活だより」参照)。そのため旅行関連の見本市も盛んで、パリおよび地方都市で大小さまざまな催しが行われています。一般消費者を対象とした旅行博には、以下のようなものがあります。

■MAP (パリ国際観光博覧会)*

会場：パリ市内

開催時期：3月 (年1回)

来場者数：11万2,000人

■Mahana Lyon (リヨン旅行博覧会)*

会場：リヨンの市内

開催時期：2月 (年1回)

来場者数：2万7,000人

■SITV (コルマル国際旅行博覧会)*

会場：アルザス地方コルマル市

開催時期：11月 (年1回)

来場者数：2万6,000人

「パリ国際観光博覧会」は、フランスで最大規模の観光関連の見本市です。前は東京都、高山市、金沢市、広島県、愛知県、奈良県、和歌山県と多数の自治体に参加されました。

「コルマル国際旅行博覧会」は、フランスでもとくに日本への関心が高いとされるアルザス地方で開催される旅行博で、2014年は日本が名誉招待国となりました。このため訪日観光ブースには、東京都、愛知県、石川県、岐阜県、高山市、奈良県、和歌山県、豊岡市、広島県、島根県、松江市など多数の自治体の参加がありました。

上記3つの見本市には、日本政府観光局 (JNTO) パリ事務所による「ジャパンプース」への共同出展者として参加することが可能で、出展のハードルは低いといえるでしょう。今後も多くの自治体の参加が見込まれます。

クレア独自企画・伝統産業の展示会をパリで

クレアパリ事務所では、独自の企画展示会として、パリ日本文化会館 (MCJP) との協力により、日本の伝統産業技術にスポットを当てた展示会を開催しています。

第1回となった昨年度は、「伝統と先端と～日本の地方の底力～」と題し、伝統工芸作品とそれらを製造する技術が、他分野の先端産業や現代の生活スタイルのなかで生かされている事例を紹介しました。10日間の期間中には7,500人を超える方々にご来場いただき、大きな反響を呼びました (展示会の詳しい様子は本誌2014年7月号およびクレアパリ事務所HPのブログ記事をご参照ください)。



昨年度 (2014年2月) の展示会の様子

今年度はさらに展示方法を充実させ、2014年12月9日から20日の期間で開催し、14の自治体から出展していただきます。クレアパリ事務所では、今後もこうした展示会を継続して開催していく予定であり、出展された自治体の皆様からのご意見をもとに、より効果的なPRの場となるよう内容の改善に努めてまいります。優れた伝統産業をもつ自治体の皆様は、来年度以降の出展をぜひご検討ください。

本稿に掲載したもの以外にも、フランスでは数多くの見本市が開かれ、新たな製品を求めて、欧州はもとより世界中から人が集まっています。地域製品のPRにご興味がある自治体の皆様は、ぜひクレアパリ事務所に支援のご相談をいただき、新たな販路開拓の手がかりとしていただきたく思っております。

*情報提供：JNTOパリ事務所