

Paris

研究員レポート

Part 1 パリ見聞記

研究員 脇田 弘樹

メゾン エ オブジェの会場。ひととき目を引く看板が来場者を迎える。



修を振り返り、「経験に勝るものはないだろう」と単純に盛り上がりつつ、フランスへの同行を決意、その際、一番のネックとなる金策まで二人で真剣に話し合った。(しかし実はこの時点では、JB事業へ申請をした段階であって、採択されるかどうかは未定だった。正式に採択されるのは6月に入ってからのこと。それにしてもこの時点での亀岡さんの確信めいた誘いはやはり「※師連盟 副会長」のなせる業だったのか、我々もすっかりその気になってしまっていた。

合上、拙い摘んで紹介する。今回の五十崎町商工会のパリ視察は、JBゼロ年目の取り組みという位置付けから、現状を認識するための市場調査が主な目的となる。具体的には、①「メゾン エ オブジェ」といわれる欧州最大規模のインテリアとデザインの見本市を視察。②実際に現段階での素材や製品をパリに持ち込み、小規模な展示会を開催。という2つの方法で市場の調査、情報収集を行った。が、詳しい調査報告などについては、後日の報告会を待つことになる。

「どうしよう、今度フランスに視察に行くことになったんじゃがな、よかつたら一緒にいかなかね。自費で。」
まだ寒さの残る4月上旬、私は同僚の兵頭研究員と共に五十崎の亀岡徹さんを訪ねていた。そこへ冒頭の誘い。突然のことではじめは何のことかわからなかったが、聞けば亀岡さんが副会長を務める五十崎町商工会が中小企業庁の「JAPANブランド育成支援事業」(以下JB育成支援事業)に申請し、そこでどうやらフランスの視察が予定されているらしいとのことだった。その場で「はい行きます!!」とは言えなかったが、その帰り道、昨年やほりふとしたいきさつから二人で同行させてもらった「石畳を思う会」のスイス研

6月。五十崎町商工会の申請は無事採択されJBゼロ年度の取り組みは幕を開けた。(五十崎町商工会は地元産業である手漉き和紙でJB育成支援事業の採択を受け、ブランド名「JaGena」で商品化を目指している。JAPANブランドと、それに対する五十崎町商工会の取り組み詳細はP10~11参照。)今回は事業の一環としてパリを訪れ、見聞したことをページの都

●メゾン エ オブジェ
経済的諸事情により我々(兵頭、脇田)が五十崎町商工会のみなさんと別ルートでシャルル・ド・ゴール空港に降り立ったのは9月2日の早朝である。そのまま「メゾン エ オブジェ」が開かれているパリ郊外の会場に向かった。3,000を超える企業が出展、世界中から70,000人を超えるバイヤーが集結する見本市とあってさすがに会場は広大である。パリ市内からの電車が着くたびにその会場に向かって大勢の人が吸い込まれていく様はそれだけで何かを予感させる。ちなみに「メゾン エ オブジェ」開催に合わせて電車は増便されているが、最後まで会場にいると、片付けて帰る出展者と重なり、



和紙を扱う出展者に五十崎の和紙を見せよう。

「どうしよう、今度フランスに視察に行くことになったんじゃがな、よかつたら一緒にいかなかね。自費で。」
まだ寒さの残る4月上旬、私は同僚の兵頭研究員と共に五十崎の亀岡徹さんを訪ねていた。そこへ冒頭の誘い。突然のことではじめは何のことかわからなかったが、聞けば亀岡さんが副会長を務める五十崎町商工会が中小企業庁の「JAPANブランド育成支援事業」(以下JB育成支援事業)に申請し、そこでどうやらフランスの視察が予定されているらしいとのことだった。その場で「はい行きます!!」とは言えなかったが、その帰り道、昨年やほりふとしたいきさつから二人で同行させてもらった「石畳を思う会」のスイス研

電車を1~2時間も待つという状況になるそうだが、さて、いよいよ我々も会場に入る。基本的に入場はバイヤーなど業界関係者に限られる。係員からパスのチェックを受けて展示会場へと進むと、そこに入るのは200,000平方メートルという広大な敷地に展開されるブース群である。通常、業界関係者は目当てのブースを、ガイドブックを頼りに巡っていくのだから、我々は無作為である。とにかく歩いた。歩くうちに、ごく自然に足を止めて見るブースと素通りするブースがあるのに気づく。大量のブースが展開するこの空間では、ただ歩くだけで景色は目まぐるしく変わっていく。そこへ少々変わったものを置いたところで、他の同じような商品を扱うブースと見分けがつかないのである。とにかく最初に目に飛び込んだ時の印象が肝心となる。具体的には圧倒的に巨大なもの、見たことのない機能を備えたもの、また動きのあるもの(人による実演や炎のゆらぎ、水し



日本から出展している山中漆の新ブランド「NUSSHA(ヌツシャ)」を視察。

ぶき、煙など)など、一瞬で「これはなんだ?」と思うようなものが私の目につき、気がつけば自然と足を止めて見入ってしまった。
さらに歩いた後、五十崎町商工会のみなさんと合流して、メゾン エ オブジェについての簡単な説明を受けた。それによると「会場には来場者を次のゾーンへ誘導するために比較的大きな通路には赤い絨毯が敷いてあるのだが、この絨毯がある通路とない通路では人通りに雲泥の差がある」という。言われてみれば当たり前前のことなのだが、迷いそうなほど広大な会場が目当てのブースを探すためには意



会場内で売られていた水は一つなんと4ユーロ(約600円)。

識せずとも、天井から下がる案内板と平行的に足下の赤い絨毯に誘導されていることがわかる。さらに出展料でいえば絨毯の有無による違いはないというから、必然、「メゾン エ オブジェ」への出展は、その効果を最大限高めるために絨毯の通路脇でのブース展開を考えたい。
その後は日本から出展しているブースもいくつか見て回った。どこもみな口をそろえて「継続して出展することが大切」だという。ある人は「継続してこそ効果が出るものだが、続けると場所の確保も困難になる」と実状を明かしてくれた。出展するにはそれなりの費用も必要だから、それを積み重ねるとなるとまずは費用面での体力をつける必要がある(以下、次号)。

※「師連盟」については幣誌Vol.88 P17参照。