

## 一般調査報告書

### 県内産品の仏百貨店における販売までの一事例

三河地方で古くから生産され、地域ブランドとして認定されている「三河木綿」は、本県を代表する織物の一つですが、豊川市で三河木綿の刺し子織の武道着を製造する老舗メーカー「株式会社タネイ」が、東京の企画会社とフランスのデザイナーと共に、独自の伝統織物を進化させたトートバッグを作成し、パリ市内のボン・マルシェ百貨店において販売を開始しました。

本県の伝統技術が新しい分野に進出するだけでなく、世界初の百貨店であり、現在でも世界有数のトップレベルの百貨店ボン・マルシェで販売されることは、とても希少であり、素晴らしい成果であると思います。

今回のレポートでは、新商品の販売までの経緯のほか、現地での状況報告、更には関係者の今後の展開について報告します。

県内産品の海外展開の成功事例として、パリ産業情報センターの今後の事業活動の参考として調査したのですが、県内企業の方々においても、今後の海外展開において一助となれば幸いです。

#### 〈武道着メーカーの新分野進出〉

前述した豊川市の株式会社タネイ（以下「タネイ」と記載）は、1920年創業の老舗の武道着メーカーです。創業時において、それまでの手刺し製織から機械織での製織に国内で初めて成功したうえで、これまで事業を拡大されています。

2000年から武道着だけでなく、刺し子織での作務衣を開発したほか、2008年には刺し子織のバッグや帽子、シャツ、ジーンズ等の開発をされています。翌年には「sasicco」というファッションブランドを立ち上げましたが、これは、「武道の経験のない方にも、自分自身を探求する武道の精神を日常生活の中で思い起こしていただく」ために開発したとのことでした。

新分野進出にあたっては、中小企業地域資源活用促進法に基づく「地域産業資源活用計画」に認定されたうえで、国や中小企業基盤整備機構などの支援を受け、専門家によるアドバイスや試作品開発や販路開拓に対する支援を受けられたとのことでした。

なお、本来事業である武道着の製造販売についてですが、2013年4月からは全日本柔道連盟の公認をとっている柔道着・帯しか、公式試合で使用できなくなるということで、現在は、その公認のための申請を準備されているということでした。



「sasicco」ブランド トートバッグ

## 〈海外展開への発展〉

当初は、国の販路開拓の支援の一部として、東京・表参道にある(独)中小企業基盤整備機構のアンテナショップで新商品の販売を実施していたのですが、三河木綿の刺し子織の新商品を、地域商品開発等の地域活性支援や国内外の販路開拓支援を行う株式会社ライヴス（以下「ライヴス」と記載）との連携による海外展開を目指すこととなり、急遽「地域産業資源活用計画」を変更することとなりました。

海外展開用の新商品については、タネイの **sasicco** ブランドをそのまま使用するのではなく、ライヴスとフランス人デザイナーとのコラボレーションにより、フランス語で大きな鞆やショッピングバッグを意味する「**CaBas**」というブランド名でグローバルブランドとしての商品展開を実施したものです。

但し、商品 PR 用の **WEB** には材料としての「愛知県 三河木綿 刺し子織」の説明や、タネイの事業概要が詳細に記載されているほか、商品内側のタグにも説明が記載されており、三河木綿の刺し子織製品であることをブランドとして強調していることが分かります。

新ブランドの **CaBas** についてですが、フランスのデザイナーとのコラボレーションにより、トートバッグの取っ手の部分にビビットなカラーが使用されているほか、リバティの生地と裏地を使用するところなどは、個人的にはフランスらしさが出ていると思いました。

ただ、ライヴスの担当者の方に聞いたところでは、**CaBas** の場合、材料の取っ手や裏地等にビニールを使用することにより、**sasicco** ブランドのように丸洗いすることができなくなるとのことでした。

また、**CaBas** の場合は、**sasicco** ブランドのように「武道着にも利用する」丈夫な三河木綿の刺し子織というキャッチフレーズを使用せず、「日本の伝統技術である」三河木綿の刺し子織という宣伝をしています。個人的には、フランスでは柔道が盛んなことから「柔道着にも使用する」三河木綿という宣伝のほうが、より効果的なのではないかと思いました。

実際に調べてみたところ、フランスのファッション雑誌「**madame FIGARO**」においては、「**JUDO CaBas**」のキャッチコピーで商品が紹介されており、今年がオリンピックイヤーであったことから、とてもインパクトのある **PR** になったのではないかと思ったところです。

そして、開発した商品をパリでの展示会に出店したところ、ボン・マルシェのバイヤーの方の目に留まり、ボン・マルシェで販売されることになったということです。

## 〈現在の売り上げ状況など〉

**CaBas** の売り上げ状況等について、ボン・マルシェの **PR** 担当者の方に話をお聞きしたところ、以下の回答がありました。



「CaBas」ブランド トートバッグ

① 売れ筋となっている品目など

現在は、各モデル中で一番小さなモデル(上記写真モデル、W22cm×H26cm×D13cm、12,600円)が売れ筋で、ちょっとしたお出かけ、買い物に重宝するという意見が聞かれたとのことでした。

色は、黄色、オレンジ、ピンクが特に人気とのことでした。

② 購買層について

ボン・マルシェの顧客が比較的に年齢層の高い方が多めであり、割合に年齢の高い方が購入しているようです。また、購入される方は、何度も見に来て検討するというよりも、その場でパッと購入してくれるとのことでした。

③ 商品のPRについて

商品そのものがいわゆる「分かりやすい」商品ではないので、接客の中で、素材が特異性(日本の伝統織物である三河木綿)を持っていることや、刺し子織という手仕事の工程を説明することが大切とのことでした。

私の個人的な予想として、売れ筋の商品や、パッと買っていく購入方法については合致していましたが、その使用方法については「収入の比較的に高いパリのマダムが、子供のお稽古事用やレジャーのためとして購入する」というイメージでしたので、今回の回答は意外な結果でした。

ただ、ボン・マルシェがこの商品を単なるデザイン性だけで売っているのではなく、製品の素材やその製造方法について、顧客にしつかりと説明しながら販売しているという事実にとっても感激したところでした。この製品が、ただフランスで販売されるという事実だけでなく、世界最古の百貨店「ボン・マルシェ」で販売されたということは、本当に素晴らしいことであると感じました。

<今後の展開について>

ボン・マルシェは、今年で何と設立160周年を迎えるということで、現在建物の半分は工事中という大改装を行っています。ライヴスの担当者の話では、今回160周年のイベントを控え、ボンマルシェには秋・冬物商品の販売を予定しているとのことでした。

また、将来の展開としては、CaBasというブランドネームからも、今後もトートバックを中心としたラインナップを考えているが、現在の刺し子織を中心としたバッグから、今後はデニム素材などの日本の素材を使用してバリエーションも増やしていきたいとのことでした。

そして、タネイの種井美文代表取締役にお話をお伺いしたところでは、今回のバッグを足掛かりとして、将来的には弊社主力製品である武道着をフランス、欧州で販売したいとのことでした。特に、フランスでは柔道が盛んであることから、三河木綿による刺し子織の柔道着を販売したいとのことでした。



ボン・マルシェでの「CaBas」ブランド  
オータム・ウインターコレクション(右)

伝統産品を海外で販売するという事は、その文化を海外に受け入れてもらうことにつながります。それが受け入れられる場合もありますが、多くの場合は文化の違いから簡単にはいかないことが多いと思います。

しかし、その伝統産品を海外に受け入れやすいものに「**redesign** (再設計)」することや、海外の文化と「**fusion** (融合)」することにより、受け入れてもらえるようになる場合があります。今回の事例は後者にあたると思います。

また、今回は「ボン・マルシェ」で販売するという実績においても、素晴らしいことであると考えます。パリのボン・マルシェでの販売実績は、メーカーにとって最上級のステータスであるとともに、製品及びそのメーカーのネームバリューが格段に上がることにより、将来の展開が望めることとなると思います。

前述したタネイの武道着のフランスでの販売についても、その可能性はますます高くなったのではないかと思います。

パリ情報センターとしては、今後もこのような県内伝統産品の欧州進出について注視するとともに、県内企業の欧州進出を支援してまいります。