

2022 年度第 1 回クレア北京事務所ウェビナー  
「中国における日本の伝統工芸品市場～中国人の嗜好と今後の展開～」を開催しました

# 中国における日本の 伝統工芸品市場

～中国人の嗜好と今後の展開～

2022.9.20 @ 重慶青山SQUARE (重慶市)  
(一財) 自治体国際化協会北京事務所ウェビナー

## 【概要】

2022 年 9 月 20 日 (火)、クレア北京事務所は中国重慶市において、2022 年度第 1 回クレア北京事務所ウェビナーを開催しました。重慶市には一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会が運営する伝統工芸品アンテナショップ「重慶青山 SQUARE」があります。当日は「重慶青山 SQUARE」の執行総裁である鈴木氏を講師にお招きし、中国における伝統工芸品の販売戦略、自治体と連携したイベント事例などをお話いただきました。ウェビナー後半には、実際に「重慶青山 SQUARE」の店舗をライブ中継し、売れ筋の伝統工芸品や陳列方法の紹介などを通じて視聴者とリアルタイムで交流を行いました。約 100 名の視聴者からは「実施の売り場を見ながら、事実在即した話を聞けてよかった」等の感想が寄せられました。

## 【セミナープログラム】

15:00～15:05	<b>開会あいさつ</b> 一般財団法人自治体国際化協会北京事務所
■ 講演 15:05～15:35	<b>「中国における日本の伝統工芸品市場 ～中国人の嗜好と今後の展開～」</b> 上海得而克文化传播有限公司 総経理 鈴木 俊哉 氏 (「重慶青山SQUARE」 執行総裁)
■ ライブ中継 15:35～16:00	<b>「重慶青山SQUARE」店内の様子をライブ中継し、 皆さんからの質問にお答えします！</b>
16:00	閉会挨拶

## 【鈴木氏の講演概要】

※講演資料の提供は実施しておりません。

講師の鈴木氏からは、中国で日本の伝統工芸品を販売するにあたっての注意点を3つご紹介いただきました。概要は以下の通りです。

### (1) 工芸品を包装する「箱」について

中国においては、工芸品そのものの価値はもちろんですが、特に贈答品を購入する場合に、「入れ物・箱」を重視する傾向にあることをご説明いただきました。たとえば、中国の街中で陶器を購入してみると、安価な場合であっても箱だけは立派といった状況が往々にしてあるほか、重慶青山 SQUARE にご来店されるお客様もどのような箱に入っているかという点を気にされる方が多いそうです。

工芸品はそのものが高級品であることから中身を守るためにも木箱などを使用している場合が多く、箱がないもの・段ボールなどの質素すぎるものしかご用意がない場合は、店舗側で箱を準備したり産地に提供を依頼したりしていることから、高級な木箱にこだわる必要はありませんが、工芸品の付加価値を高めるために留意してほしい点としてご紹介いただきました。

### (2) 「証書」の重要性について

中国における模造品と区別するための1つの対策例として「証書」の重要性にも触れていただきました。「証書」には、「製作者本人の氏名」の記載のほか「履歴」や「ここが産地となっている」という記載があると良いとのこと。また「捺印」があることも重要で、個人の捺印文化がない中国では捺印の存在により消費者に安心感を与えることができるとのことでした。なおかつ、これらが記載された紙についても和紙などのしっかりした紙を使用することが望ましいそうです。実際にお客様から証書のリクエストがあることも。

箱に制作者本人のサインを入れる等も工夫いただけます。商品付加価値を高めるための要素として、証書の同封を意識していただきたいとご説明いただきました。

### (3) 工芸品の付属品（展示台や金具）について

工芸品を展示するための台、アクセサリ類の金具など、工芸品には各種付属品が必要となる場合がありますが、この部分だけが安価なパーツであることが見受けられるとのこと。お客様からは、工芸品本体は気に入っているのに付属品が惜しい、という意見をいただくことがあるそうで、可能であれば付属品に関しても高級感を意識したものにしていただけたらとご提言いただきました。

たとえば、プラスチック製の台座よりは厚めの和紙を利用する、また金属アレルギー対応の付属品を利用したり、メッキし直したりといった加工をすることが可能ではないかとのこと、ぜひともご留意いただきたいとご説明いただきました。

## 【ライブ中継】

ウェビナー後半に実施したライブ中継では、開催時期に実施していた群馬県産「高崎だるま」の特別展示販売イベントのご紹介を皮切りに、店内全体のご紹介と視聴者からの質疑応答を実施いたしました。ウェビナー全体のQ&Aについて下部に掲載しましたので、参考にご覧いただければ幸いです。



## ※重慶青山 SQUARE と群馬県が連携して実施した「高崎だるま」PR イベントについて

2022年9月17日（土）～9月30日（金）の日程で展開する特別展示販売イベント。初日となる17日は重慶青山 SQUARE の会員を招待するレセプションを開催。だるまの絵付けイベントと「だるま弁当」の提供を実施した。だるまは、日本と中国で縁起物としての認識が近く、安定して人気のある工芸品。色によって意味合いが異なる点をPRさせていただき、売れ行きも好調だそう。自治体と連携したイベントは月に1回の頻度で実施しているとのこと。初日レセプションの際は、その自治体の郷土料理を紹介いただき、中国の食材で再現するという取組も実施しているという。

## 【Q&A 概要】

Q1) 中国人に売れている工芸品及びその理由等が分かれば、ご教示いただきたいです。

- 売れている工芸品は幅広くあるため一概に申し上げることが難しく、逆に「売れにくい」工芸品は明確で、財布・名刺入れ・高級バッグの3種類です。スマートフォンやキャッシュレス決済の普及により、財布を利用する方はほとんど見かけないという理由と、名刺交換する文化がなくなってきているという理由から財布・名刺入れは売れにくいものとなりました。名刺入れは現在、カードケースとして使用される方も一定数いらっしゃいますが、以前よりも使用者が大幅に減少している印象があります。
- また、高級バッグについては、日本から輸入し、店頭販売するにあたってハイブランドのバッグの価格帯と同じくらいになってしまうことが難点です。この場合、同じ値段ならハイブランドを選択するという顧客の声が多く、売れにくいという印象があります。

Q2) 重慶の店舗ではどのような商品が売れていますか。また、どのくらい売れているか（数量や金額など）ご教示いただきたいです。

- 重慶青山 SQUARE の人気商品である「招き猫（※1）」です。オープン当初からお客から常に注文をお受けする商品（価格帯は600元～1000元程度）であり、箱とセットで飾りたいという人が多い印象です。

- また、万人受けとは言えないものの「墨（※2）」も人気があります（価格帯は1000元～4000元程度）。使用するものと飾るものをセットで購入したり、コレクション目的で購入されたりする方が増えています。墨の濃度を紙によりディスプレイしていますが、日本らしさを感じられるとして人気の商品になっています。
- また、「薩摩切子（※3）」も人気が高く入荷してすぐに売約済みとなるものもあります（価格帯は2000元～4000元程度）。コロナ禍の影響などが理由で来店が難しいお客様が購入した商品の一部をお客様から許可をいただいて展示させて頂いている場合もあります。
- 焼き物類も非常に人気があり、スタンダードなデザインから洗練されたオシャレなデザインまで幅広く売れている工芸品です（たとえば長崎県の「三川内焼（※4）」は価格帯1000元～3000元程度）。
- 神奈川県「箱根寄木細工（※5）」、福島県「赤べこ（※6）」、群馬県「高崎だるま（※7）」も人気があります。秘密箱のような仕掛けがある寄木細工、また首が動く赤べこのような玩具は子どもが遊んでみて面白いと感じ、親にねだって買ってもらったケースがよく見られます（価格帯は600元～1000元程度）。
- 2019年に店舗がオープンしてから現在まで、新型コロナウイルスによる感染防止対策を実施しなければならない状況下では、特産の紬で作られた「マスク（※8）」も家族への贈答品として人気があります（価格帯は1枚600元程度）。

**Q3) 中国人の嗜好の特徴が知りたいです。**

- お客様からは「華やかな色合いのもの」が好まれる傾向にあります。日本人がよいと思うような、シックで柄がない・物静かなものは逆に地味だとコメントを受けることが多いと感じています。

**Q4) 年代、性別による嗜好の違いについて伺いたいです。**

- 重慶青山 SQUARE の会員は20代～50代の方々が中心で女性の割合が多いです。ご購入いただく商品は様々ですが、お子様連れで来店され玩具などの飾り物を購入されるパターンが増えています。
- たとえば自治体と連携してイベントを展開する際は、顧客の購入記録から傾向を掴み個別イベントへ招待したりPRを実施したりするようにしており、女性だけ・男性だけとなるイベントもあります。花瓶、茶器、飾り物などは女性に人気があるという印象ですが、刃物や江戸木版画（※12）など男性に圧倒的人気があるものもあります。

**Q5) 刃物は男性に人気とのことですが、料理用ではなく、コレクト用でしょうか。**

- 料理好きな方が多いのでは。砥石も一緒に欲しいという声がよく聞かれます。

Q6) 漆器はいかがですか？

- (ライブ中継を実施している 2022 年 9 月 20 日現在) 漆器は一通り売れてしまっています。現在展示販売しているものは会津塗です。赤と金を基調とした華やかな装飾の漆器は人気があります。

Q7) 漆器で売れる価格帯はいくらくらいでしょうか。

- 漆器に限らず店内商品でいうと、3000 元台まで (日本円で約 6 万円程度) の商品がよく売れています。

Q8) 筆のニーズはございますでしょうか。

- 墨を紹介しているコーナーで併せて展示販売しています。墨を購入する際にセットでご購入される方が非常に多い印象です。

Q9) 伝統工芸品とは、いわゆる地場の名産品などを指すのでしょうか。たとえば、書道家などの伝統文化を活用した照明器具などの電機製品も該当するのでしょうか。

- 現在店内には「伊勢形紙」をあしらった照明器具の取り扱いがあります (※11)。工芸品を加工した照明器具なども取り扱っています。

Q10) 愛知県の伝統工芸品 (焼き物等) の知名度はいかがでしょうか。

- 「常滑焼 (※9)」と「七宝焼 (※10)」の知名度が高いと感じます。中でも常滑焼は名前が独り歩きするくらいで、見たことはなかったが名前は知っているというお客様も多くいらっしゃいます。七宝焼についても入荷前から問い合わせをいただくことが多く、「日本のものが欲しい」という顧客層に人気を博していると感じます。

Q11) 中国における「奈良」や「伝統工芸」の一般的な認知度や印象等をお伺いしたいです。

- 現在店舗では、奈良県産の工芸品を展示販売しておりません。店舗内には伝統工芸品の産地分布地図 (どの都道府県で何が生産されているか) を掲示しており、お客様からは「行ったことがある」との声が多数聞かれます。奈良県産の工芸品については過去に「茶せん」など扱わせていただいたことがあります。

Q12) 店内の配置でこだわっている点はありますか。

- 商品ディスプレイはまめに変更するようにしています。毎週のように来店いただくお客様もいるため、レイアウトを変更することで新しい発見をしていただけるよう心掛けています。

Q13) 店内が暗いようですが、何か理由がございましてでしょうか？

- 消費者には各種工芸品の陰影を感じ取っていただきたい思いがあります。商品ごとに高級感を出すためにも、間接的なライトアップを意識しています。

**Q14) 青山スクエアが重慶に進出したのはなぜですか？他の地域にも進出するご予定はありますか？**

- 重慶市は、他の地域と比較し工芸品に対する嗜好が根付いている街といわれています。また、上海市・北京市などには中国人が展開する日本の伝統工芸品輸入ショップが既に存在しますが、内陸エリアである重慶市には情報発信の拠点となるアンテナショップがなかったため選定しました。
- 個人的な見解となりますが、コロナ禍が未だ影響していることもあり、現時点では重慶市を拠点とした情報発信に力を入れてまいりたいと考えています。

**Q15) 工芸品というルーツは大抵中国だと思ってしまうのですが、その中で日本の工芸品が注目されるポイントは何ですか？**

- 「緻密さ」ではないでしょうか。日本の伝統工芸品に共通して、お客様からお褒めの言葉をいただいている点です。

**Q16) ネットショップの予定はありませんか？**

- オンラインショップに関しては、産地で独自に実施されている場合があるほか、様々な制約が課題となることから重慶青山 SQUARE は展開しておりません。新型コロナウイルスにより、お店にいらっしゃることができないお客様に向けて、WeChat（中国の SNS メッセンジャーアプリ）上に開設している重慶青山 SQUARE の公式アカウント上でビデオチャットによる商品説明・購入手続を実施することはあります。

**Q17) 青山スクエアで今後、求めている工芸品はどんなものですか？商品価格、アイテムの種類、等。**

- 作り手が作りたいものが売れるものではないと感じています。お客様の声・ニーズを反映した商品の開発ができるよう、お客様からの声を産地にフィードバックする取組を今後も継続していきます。

**Q18) 中国で伝統工芸品を販売する際に気をつけること（現地バイヤーとの取引条件など）を教えてください。**

- 伝統工芸品販売に限りませんが、中国の代理店は独占契約をしたがる場合が多いです。独占契約をしてしまうと、目ぼしい結果が得られない際に他の代理店と商談ができない状況に陥りトラブルになるケースも見受けられます。代理店から独占契約の話を振られた場合でも、まずは1年間のテスト販売によって事業を進めていきたいと思います。

慎重に話を展開するようにした方が良いと考えます。焦った契約をしないよう注意していただきたいです。

Q19) 中国展開を事業者の方に案内すると、懸念点として商標（意匠）登録の必要性が話題となります。キャラクタービジネス等では権利侵害が話題になりますが、伝統的工芸品のマーケットにおいても同様な問題等が生じたケースはありますか。また、おすすめの対応策はありますか。

- 商標登録は非常に複雑で、どのジャンルで商標登録するかによって同じ名前での複数申込みをしたり、期限が切れるのを狙って申し込もうとしたりする動きが常にあります。商標登録を申請する際、工芸品の名前としてではなく独自のロゴを制作しそのロゴを商標登録するという対応がとれるため、模造品流通防止の一環として提案しています。

Q20) 郵送手段および税関についての手続きをご教示いただきたいです。（関連：輸出に関して伺いたいです。たとえば関税の支払いなど）

- 工芸品を輸入する際、成分・使用目的などによって申請の仕方が多岐に渡り、一言で説明することは困難です。たとえば装飾品は美術品のカテゴリー、口につけるコップ等は食品のように衛生の検疫を受ける必要があります。トラブルを避けるためにも、インボイスの記入方法など、中国側の知識・実績がある貿易会社とよく相談することが必要です。

Q21) 中国産類似品との差別化について教えていただきたいです。

- 類似品を模造品のことと捉えるならば、箱・証書・付属品といった部分での付加価値を高めていただくことで対応が可能と考えます。講演概要を参照してください。

Q22) 越境 EC で伝統工芸品を売るためのポイントについてご教示いただきたい。

- 越境 EC に限らず実店舗でも同じですが、そこで扱っているものが「本物である」という信頼を得ることが必要です。越境 EC では購入後に模造品が届くなどトラブルを多く聞きます。中国国内でオンライン販売を展開する中国企業は商品補償の一環として返金保障などを提唱していますが越境の場合はこのような対応が難しいため「どこの組織が運営しているのか？」などを明確にして消費者にアピールすることが大切と考えています。

Q23) 伝統工芸品の販路開拓支援で一番困った事、失敗談を聞かせて下さい。

- よく耳にするのは、現地（中国側）の販売代理店などに全てを任せてしまい、トラブルがあった際に実態を把握できないまま泣き寝入りするしかないという状況を聞きます。

中国側での運営に関して日本側で把握するのは困難なことが多いですが対応策としては中国側にある一定の「決定権」を持たせないことで防止できることは多いと思います。その一つとして先に申し上げた「独占販売権」などを持たせないこともその一つと言えます。

**Q24) 北京での伝統工芸品の販路開拓を目指していますが、販路開拓に当たり、北京と重慶の嗜好の違いがあれば教えていただきたいです。**

- 北京と重慶は対照的に気候が違います。北京は「乾燥」、重慶は「湿気」。これにより北京の方は「漆器」を敬遠する声がよく聞かれました。乾燥の度合いを表す例として北京のホテルは高級ホテルでなくともアメニティーに「ボディークリーム」を用意しているところが多いです。他の地域のビジネスホテルでボディークリームを常備しているところは少ない印象です。最終的には個人の嗜好なので全てが当てはまるわけではなく、参考程度にしていいただければと思います。

**Q25) 売り場の種類（百貨店や有名書店等）による、売れる商品の種類や価格帯の違いはありますか？**

- それぞれ顧客のターゲットが違い、PRの手法も異なるため違いはあると思います。

**Q26) 中国国内における伝統工芸品のブランディング化のコツについて伺いたいです。生産数が少なく、高単価で、何故高いのか丁寧な説明が必要と聞きます。こうした商品は、中国ではどのような商流・販売方法を狙っていくべきでしょうか（商社？越境EC？現地の百貨店やセレクトショップ？）。**

- 中国は市場の変化が非常に早い国です。現在もオンライン市場がもてはやされていますがリアル店舗への帰属も多く聞くようになりました。工芸品に関しては模造品などを疑う傾向はありますので初めは実店舗で購入（販売）し、以降信頼関係ができればオンラインでの購入（販売）などにシフトしていくことも可能かと思います。先に申し上げたようにどの販売手法を取るにせよ「信頼」を獲得しない限りは難しい市場だと思います。



(参考画像)

<p>(※1) 「招き猫」</p> 	<p>(※2) 「鈴鹿墨」</p> 	<p>(※3) 「薩摩切子」</p> 
<p>(※4) 「三川内焼」</p> 	<p>(※5) 「箱根寄木細工」</p> 	<p>(※6) 「赤べこ」</p> 
<p>(※7) 「高崎だるま」</p> 	<p>(※8) 「マスク」</p> 	<p>(※9) 「常滑焼」</p> 
<p>(※10) 「尾張七宝」</p> 	<p>(※11) 「伊勢形紙」</p> 	<p>(※12) 「江戸木版画」</p> 