

2020年1月15日

2020年度 Challenge Local Cool Japan in パリ 募集要領(追加募集)

～全国各地のクールジャパン商品をパリで常設展示し、テストマーケティングを支援します～

【主催】

SAS ENIS

【共催】

北海道経済産業局

近畿経済産業局

中国経済産業局

四国経済産業局

内閣府沖縄総合事務局

本事業は、全国のクールジャパン商品の常設展示及びテストマーケティングの実施を通じて、全国各地の優れた商品の海外販路開拓を支援することを目的としています。この度、下記のとおり、2020年4月から2021年3月末までパリ市内のショールームに出展するクールジャパン商品を募集します。

・事業概要

本事業は、全国のクールジャパン商品を対象に、パリ市内のショールーム「maison wa (メゾン・ワ) (運営事業者:SAS ENIS)」において、原則1年間のテストマーケティングを行います。選択したコースに応じた現地からのレポートにより、自社商品に対するパリでの現地の反応を把握することができます。

・募集期間

(追加募集)2020年1月14日(火)～2020年2月7日(金)

2019年11月8日(金)～2019年12月26日(木)

・申込み方法

参加申込書を以下のURL(近畿経済産業局HP)からダウンロードいただき、必要事項をご記入の上、下記参加申込書提出先までご提出ください。

(詳細は、募集要領10ページ「8. 事業参加申込み方法」を参照ください。)

<https://www.kansai.meti.go.jp/3-2sashitsu/CCKansai/france/challenge4/boshu.html>

・参加申込書提出先、お問い合わせ先

SAS ENIS(ショールーム「maison wa」運営事業者)

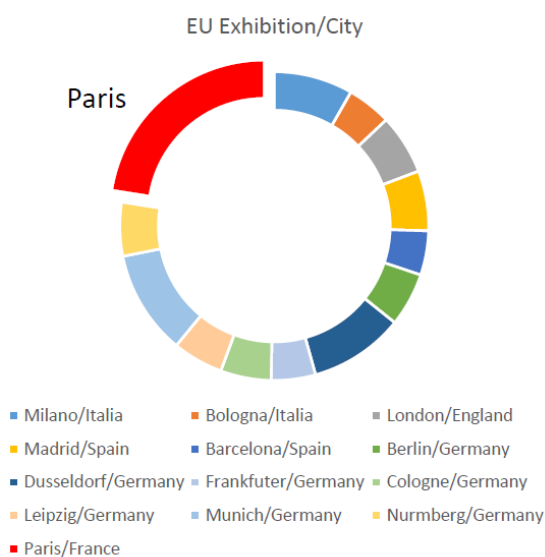
メールアドレス: clcj.info2020@gmail.com

1. 目的

本事業は、SAS ENIS(サス・エニス)(※)が、経済産業局、クールジャパン機構等と連携し、世界のショーウインドウといわれるパリにおいて、全国のクールジャパン商品(以下、「商品」といいます。)の常設展示及びテストマーケティングの実施を通じて、全国各地の優れた商品の海外販路開拓を支援することを目的に、2015年8月から実施しています。

本事業におけるテストマーケティングの拠点となるパリは、ヨーロッパの中で最も展示会の開催数とバリエーションが多い都市です。

【図】欧州の都市別展示会開催数



特に欧州の販路開拓では、現地での実績や価格設定に敏感なため、各種展示会出展前のマーケティングが非常に重要になります。

本事業で、出展商品に対する現地消費者や訪問バイヤーの反応、感想、ニーズを参加事業者にお伝えすることで、その後、現地バイヤーとの交渉の際、有効なデータとなるような支援を行います。

(※)参考：SAS ENIS(サス・エニス)について

SAS ENIS(以下、同社)は、フランス・パリにおいてショールームを運営しています。同社は、日本各地の優れた地域産品をプロモーションし、フランスでの販売や卸売業につなげる事業を実施し、日本各地で育まれた多様な文化の発信や地域のブランディングを推進しています。こうした取組に対しまして、2015年にはクールジャパン機構(株式会社海外需要開拓支援機構)より約1億円の出資を受けました。

本事業における商品展示場である「maison wa(メゾン・ワ)」は、日本の商品を発見してもらうことを目的としたスペースとして、2015年にオープンしました。そのロケーションは、パリ1区にあり、日本人街サンタンヌ通りからほど近く、日本に関心を寄せるフランス人等が数多く来店します。

<住所：8 bis, rue Villedo, 75001 Paris>

(SAS ENISの詳細については、下記クールジャパン機構HPをご参照下さい)

<https://www.cj-fund.co.jp/investment/project/vol4/>

2. 事業概要

パリ市内のショールーム「maison wa」(メゾン・ワ)(運営事業者:SAS ENIS)において、50点程度の商品を対象に、原則1年間(半年間の選択も可)常設展示及びテストマーケティングを行います。

テストマーケティングにおいては、商品に対する maison wa スタッフや購入者、来店者等のコメント等を、選択するコースに応じて毎月提供します。

(1) 商品の募集及び選定

- ・本事業への参加を希望する商品を公募
- ・書類選考及び商品選定会を実施し、SAS ENIS 責任者が出展商品を選定
- ・選定されなかった商品については、選定されなかった理由等をフィードバック

(2) パリでの常設展示及びテストマーケティング

- ・出展商品の海外輸出関連手続のサポート(通関、物流)
- ・SAS ENIS が運営するパリのショールーム「maison wa」において、商品の常設展示及びテストマーケティングの実施(一定程度の在庫保有も可能)
- ・事業開始前に選択したコースに応じて、現地からのレポートを毎月、事業者へフィードバック
- ・商品に関し、商談や問合せが発生した場合、言語面や営業面でサポート
- ・参加事業者による自主的な営業活動について必要に応じて助言・サポート等を実施

※本事業は、小売店舗への売込み等の営業活動は含まないため、より効果のある事業を展開したい場合は、参加事業者による見本市や展示会への出展等、また自主的な営業活動を併せて実施することが望ましいです。



【写真】(左から)「maison wa」外観、「maison wa」ショールーム内の様子、定期便を活用した混載輸送

(3) 出展開始までの流れ

①商品公募 2019年11月8日～ 2019年12月26日 【追加募集分】 2020年1月14日～ 2020年2月7日	②書類選考 2020年1月中旬 結果通知(予定) 【追加募集分】 2020年2月中旬 結果通知[予定]	③商品選定会 2020年2月中旬 (書類選考通過者 のみ)	④選定 2020年2月末 結果通知(予定)	⑤常設展示 2020年4月～ 2021年3月末 (原則1年間)
---	---	---	------------------------------------	---

3. 参加コース及びサービス内容

本事業では、テストマーケティングを通じて得られる来店者の反応や購入者の感想など、様々な情報を欧州での販路開拓のきっかけにさせていただきたいと考えています。テストマーケティングに参加する目的に応じて、①基本コース、②お試しコースの中から、参加するコースをご選択ください。

【参加コース一覧】

① 基本コース

- 「(1)現地スタッフからのコメント、(2)商品購入者のコメント、(3)来店者のコメント」の全ての情報を得ることができます。
- 本格的にテストマーケティングを行い商品の改良等に取り組むことで、欧州でのビジネスのきっかけにしたい方におすすめです。

② お試しコース

- 「(1)現地スタッフからのコメント、(2)商品購入者のコメント」を得ることができます。
- 購入者の感想や現地店舗の反応を見ながら、まずは簡単にテストマーケティングに取り組んでみたい方、パリで商品が売れるかどうか反応を確認したい方におすすめです。

※商品の購入実績がない月のフィードバック内容は、「(1)現地スタッフからのコメント」のみです。

【テストマーケティングで得られる情報】

(1) 現地スタッフからのコメント

月次の商品の販売実績データと、パリ現地の販売スタッフによる商品に対する来店者の反応などをまとめた数行程度のコメントを提供します。

【提供コメント例】

9月に入ると徐々に秋の気配が漂うように、パリの街もメゾン・エ・オブジェ（デザインとライフスタイル分野の国際見本市）や様々なイベントや展示会が次々に開催され、華やかに色づき始めます。パリが最もパリらしく感じられるカルチャーが充実した季節が始まりました。メゾンワでも9月の第1週目には企業Aによる染小紋のワークショップや企業Bによる組子のアトリエが開催され賑わいました。漫画やゲームのキャラクターの影響などもあるようで、特に企業Aの商品Cが人気です。日本でのDという動物の持つ意味合いに興味を持たれる方も多く、商品Eの醸し出すエキゾチックでミステリアスな雰囲気、多くのお客さまを引きつける魅力ではないかと思われま。商品Eが残り1点となりました。次回のご送付の際に補充をお願いします。

(2) 商品購入者のコメント

実際に商品を購入した来店者のコメント(商品購入の動機、感想、購入者の属性付き)を提供します。

※なお、購入実績があった場合のみ提供します。

【提供コメント例】

- ・カップルでご来店のお客様。商品 A と商品 B を 1 点ずつ購入された。選ばれた理由をお尋ねすると「僕が遊ぶためです。というのは冗談で、何かインテリアのアクセントになるようなものを探していたので、これはユニークで面白いと思いました」と同企画で出展していた企業 C の商品 D も同時に購入された。
- ・度々ご来店される漫画ファンのお客様。息子さん、娘さんへのプレゼントとして商品 C、商品 D をご購入。「私は日本製品が好きなので、子供たちにもクリスマスやお誕生日には日本製の商品をプレゼントしています。彼らも私のような父親の影響で日本文化に馴染んでいると思います」と仰っていた。

(3) 来店者のコメント

商品に興味を持った／実際に手に取った来店者による商品へのコメントを提供します。

また、上期の 6 ヶ月間で得られるコメントを参考に下期の 10 月以降は、来店者に重点的に質問したい項目を設定いただいた上で、来店者からのコメントを収集します。

【提供コメント例】

- ・日本の伝統工芸品がお好きだという男女 2 人組。男性が当店で 1 番美しいと思われたのが、御社の商品 A だった。「B 製品が好きなので。以前は企業 C のものを使っていたのですが、色もサイズ感も似ています。価格も丁度 D ユーロくらいでしたが、私にとっては名前を聞いたことのないブランドですし、フランス語で特徴がわかるような簡単な説明書きや保証書があると安心します。しかし中を見たらこちらの方がより美しいです。この商品の E の部分に作り手のこだわりを感じます」とのご意見を頂戴した。
- ・初めてご来店されたお客様。日本在住経験があり、日本の文化に精通。御社の商品について「色合いが特に好きですね。金属製だから長持ちするし、値段も妥当な気がします」とおっしゃった。加えて何度も使えるのか自分で体験できるサンプルがあると良いと思うとのご意見も頂いた。

【(参考)各コースと得られる情報の比較表】

	基本コース	お試しコース
(1) 現地スタッフからのコメント	○	○
(2) 商品購入者のコメント ※購入実績があった場合のみ	○	○
(3) 来店者のコメント	○	×

※選択するコースによって事業参加費が変わりますので、御注意ください。(詳しくは、6 ページ「基本参加費用」をご覧ください。)

※「基本コース」は、1 年間出展予定の方のみ選択可能です。

※事業期間中のコースの変更は出来ません。

4. 出展の基本条件及び留意点

【基本条件】

対象商品	各地のクールジャパン商品 ※「クールジャパン商品」とは、地域性・デザイン性が感じられ、 伝統・文化・技術等を背景に有する商品とします。 ※フランスに輸出可能な商品に限ります。ご自身で事前に JETRO (ジェトロ) 等に輸出に際しての留意事項等は必ずご確認ください。また、書類選考通過後に、実施する商品選定会にて商品をご持参いただく必要があります。 ※本事業において、飲食料品は対象外です。
商品選定数	50 点程度 (全国計) ※SAS ENIS 責任者が選定
常設展示期間	原則 1 年間 (2020 年 4 月～2021 年 3 月末) (予定) ※半年間の展示はお試しコースのみ選択可
商品販売形式	委託販売形式 ※SAS ENIS と参加事業者との間で直接契約を締結していただきます。
商品陳列方法	SAS ENIS に一任
応募費用	無料 ※本事業へのエントリー及び商品選定にかかる費用は無料です。 最終的に商品選定された事業者については、下記基本参加費用が発生します。
参加コース	①基本コース ②お試しコース ※詳細は 4 ページ「3. 参加コース及びサービス内容」をご参照ください。 ※選択するコースによって事業参加費が異なりますので、御注意ください。
基本参加費用 (参加事業者が最低限負担する必要がある費用)	○事業参加費 (1社あたり・税抜): 基本コース 50,000 円/月 (半年コースは選択不可) お試しコース 30,000 円/月 (1 年間)、35,000 円/月 (半年間) ○商品輸出入関連費: 実費 「国内外運送料及び通関手続費用」、「関税」、「VAT (通関時支払)」 ○販売手数料: 売上の 10% (※) ※1ヶ月間 (月末締め) の販売手数料が、毎月の事業参加費 (税抜価格) に満たない場合、販売手数料は無料とします。ただし、当月の販売手数料が事業参加費 (税抜価格) を超える場合は、当該販売手数料から事業参加費 (税抜価格) を控除し算出した金額を、SAS ENIS に支払う必要があります。

<p>追加的費用 (参加事業者が必要に応じて負担する必要のある費用) ※SAS ENIS や支援機関等に随時相談</p>	<p>本事業を有効活用するにあたっては、JETRO(ジェトロ)や中小機構等の各種支援施策等の活用を含め、併行して自主的に次のような現地営業活動等を実施することが望ましいです。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自社商品のテイストに合致する現地展示会への出展 ・現地専門家を活用した現地小売店等への営業活動 ・現地でのワークショップやポップアップイベントの開催 ・現地ディストリビューターへのコンタクト ・現地市場調査 等 <p>※詳細は「11. 本事業でより良い成果を出すためにお願いしたい事項」、「12. オプション」をご覧ください。</p>
--	--

【留意点】

- ①参加事業者は、商品の海外展開を自社戦略として取り組む意欲・計画(又は実績)を有する者であることを要します。
- ②常設展示期間は原則1年間ですが、お試しコースを選択した場合のみ申請時に半年間の展示を希望することも可能です。ただし、当該1年間(2020年4月から2021年3月)のうち、半年間の展示期間の設定については、SAS ENIS との協議の上決定することとなります。
- ③日本からフランスに商品を輸出する際は、SAS ENIS が業務通関を代理で行い、関税処理等を行います。輸出に際して、インボイスの作成等は参加事業者自身が行うこととしますが、SAS ENIS が様式の提示等必要なサポートを行います。
- ④テストマーケティングの状況については、毎月 SAS ENIS より参加事業者へレポートをフィードバックすることとし、毎月の売上金額等についても併せて通知します。ただし、事業開始前に選択するコースの内容によって得られるコメントの内容が異なりますのでご注意ください。
- ⑤事業を円滑に実施するため、参加事業者は E メール利用、EXCEL(エクセル)の操作及び PDF ファイルの閲覧等が可能なパソコン環境等を整備している必要があります。

5. 参加事業者にとっての主なメリット

- ・パリ市内の好立地な実店舗にて、低コストで自社商品を常設展示することができます。
- ・また、毎月、自社商品に対するパリ現地の反応を確認することができます。
- ・日本人スタッフが店舗に常駐しているため、現地の言語が分からなくても、テストマーケティングを効率的に実施できます。
- ・本事業を核に、現地での営業活動や展示会出展等、参加事業者が自主的に実施する他の営業活動との組み合わせ次第で、成約率や現地での信用度が高まることが見込ま

れます。

- ・本事業における全てのプロセスは、日本語のみで対応することができます。
- ・商品輸出に関する煩雑な通関手続や関税処理にかかる業務負担を軽減できます。
- ・定期便を活用した航空便輸送により、物流コストを軽減できます。
- ・販売手数料は事業参加費に充当するため、事業参加費額に達するまでは無料です。

※基本コースに参加される場合、年間で事業参加費 66 万円(税込)と運送費等諸費用の実費を要します。一方で、パリに渡航して展示会を見学する場合にも渡航費で1回あたり 30~40 万円程度要しますので、比較的lowコストで、パリ現地でのテストマーケティングを行うことが可能です。

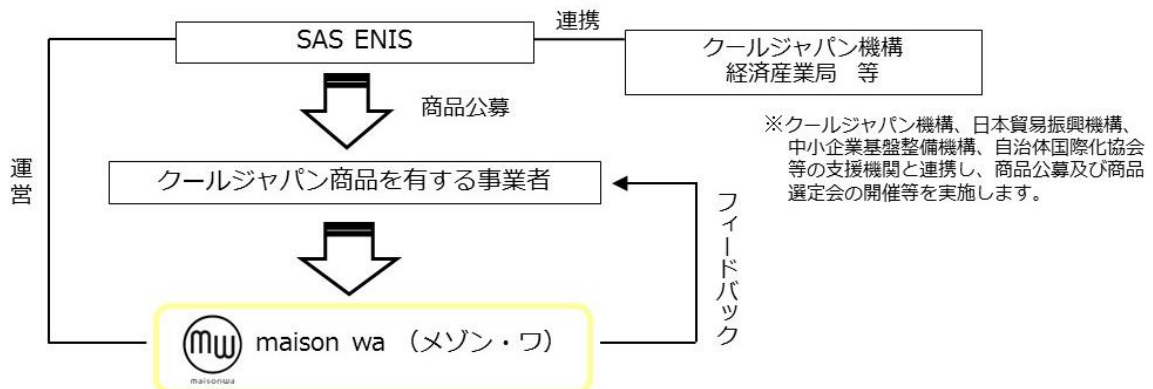


【左写真】「maison wa」の外観、【中、右写真】ショールーム内で陳列される商品の様子



【写真】maison wa での出展商品を手を持つ店舗スタッフ

6. 実施体制



※経済産業局、クールジャパン機構等と連携し、商品公募及び商品選定会の開催等を実施します。

7. 事業スケジュール

- ・商品公募期間 : (追加募集分)2020年1月14日(火)~2020年2月7日(金)
(終了)2019年11月8日(金)~2019年12月26日(木)
- ・書類選考結果通知 : (追加募集分)2020年2月中旬[予定]
2020年1月中旬 [予定]
- ・商品選定会開催 : 2020年2月中旬 [予定]
※書類選考を通過した申請事業者は、商品選定会にご参加頂く必要があります。
※商品選定会は東京・大阪の2会場にて実施予定です。また、申請商品を会場までご持参いただきますようお願いいたします。
※商品選定会の詳細は、書類選考結果通知の際にご連絡します。
- ・常設展示期間 : 2020年4月~2021年3月末 [予定]
※原則1年間。「お試しコース」のみ、半年間の展示も選択可。

8. 事業参加申込み方法

下記に従い、「参加申込書」をご記入の上、メールにてご提出下さい。

(1) 提出書類	<p>・参加申込書</p> <p>※下記 HP よりダウンロードの上、必要事項をご記入下さい。 https://www.kansai.meti.go.jp/3-2sashitsu/CCkansai/france/challenge4/boshu.html</p> <p>※メールにてご提出の場合は、Excel ファイルのままご添付ください。 添付ファイルの容量が 8MB を超える場合は、メールが届かない場合がございますので、表紙に記載しているお問い合わせ先まであらかじめご相談下さい。</p>
(2) 提出期限	<p>2020 年 2 月 7 日(金)必着 (追加募集分)</p> <p>2019 年 12 月 26 日(木)必着</p>
(3) 提出先	<p>参加申込書は、E メールにて下記までご提出ください。 SAS ENIS(ショールーム「maison wa」運営事業者)： メールアドレス：clcj.info2020@gmail.com</p> <p>(ご注意) 件名を「(応募)Challenge Local Cool Japan in パリ」として下さい。</p>

9. 申請事業者の皆様へのご連絡方法

- ・SAS ENIS からのご連絡(書類選考結果通知、商品選定会の開催や結果通知等)につきましては、原則として、「参加申込書」にご記入頂く「担当者連絡先」宛てに、メールにてご連絡いたします。
- ・また必要に応じて、「担当者連絡先」宛てに、電話連絡等を行う場合もありますので、日中連絡がつく連絡先を必ずご記入下さいますようお願いいたします(連絡がつかない場合、必要な情報をお届けすることができない可能性があります)。

10. パリにおけるテストマーケティングの留意点について

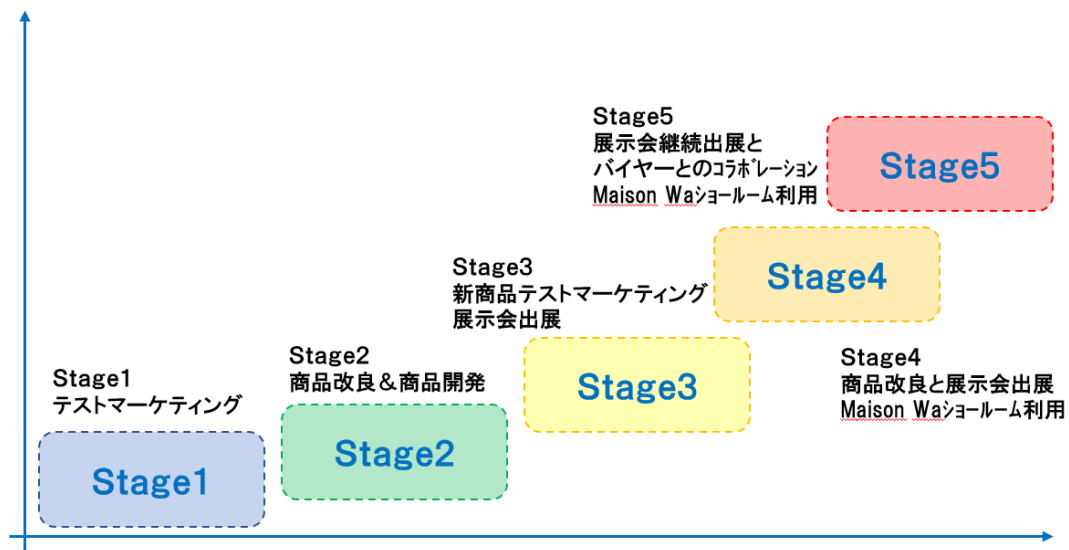
国外エリア(特に欧州)におけるマーケティングからバイヤーとの商談については、商品の価格やニーズが合致していればスムーズに取引が進みますが、そうでない場合、現地での販売活動年数や実績、認知度等により、3~5年間の時間軸で検討する必要があります。

欧州では、展示会に出展してから一定の成果を上げるまで、往々にして5年前後かかると言われています。しかし、事前に欧州でテストマーケティングを行い、ニーズや価格構成がマッチしていれば、この期間を短縮することが可能となります。

本事業を有効に活用するにあたり、海外販路開拓における事業ロードマップを参考と

してお示しします。

- 1年目 : 既存商品のテストマーケティング
まずは1年を通じて、現地や季節のイベント(バカンスやクリスマス等)における商品の反応を確認。
現地マーケットの他社商品比較。
- 2年目 : 現地向け商品開発
1年目のレポートや現地メンバーの意見も踏まえ、現地向け商品の開発・改良。
展示会での他社商品の価格や動向を確認、検証。
- 3年目 : 新商品のテストマーケティングと展示会出展
1年目・2年目のテストマーケティングの結果と新商品を持ち展示会等に出展。
- 4年目 : 更なる商品改良と展示会出展
展示会は1回の出展だけではなく、複数年度にわたって出展すると、バイヤーとも馴染みが出始め、展示会内での商品認知度も高まります。
- 5年目 : 展示会出展とバイヤーへの案内・フォロー
バイヤーや商品の認知度が上がり、取引の可能性も高まってきます。
展示会に出展し来訪を待つという受け身の展開から、これまでのバイヤーへのコンタクトを含め、様々な角度からのコラボレーションを試みます。



【図】事業ロードマップのイメージ

実際に、テストマーケティングによる商品へのコメントから商品改良や価格改定を行い、展示会に出展された企業があります。

事前のマーケティングを行わないで展示会へ出展するより、パリの実店舗での実績や最終消費者のコメントを活用し、バイヤーがどこに興味を持つか、どのようなコメントがキーとなるかが、展示会でのPRの『武器』となります。

本事業では、テストマーケティングを通じて、これらの海外販路開拓がより円滑に進めるための支援を目的としています。

11. 本事業でより良い成果を出すためにお願いしたい事項

本事業は、商品が欧州／パリにおいてどういった評価なのか。またそもそも売れるのか？売れないのか？それはなぜなのか？といった海外販路開拓にあたっての根源的かつ初期段階のマーケティング事業です。

本事業は、「maison wa」において、テストマーケティングを行います。下に示す事項を合わせてご検討、実施いただくことにより、さらに良い成果を得ることが見込まれます。

- ・現地競合商品取扱店訪問及び競合調査
- ・展示会訪問
- ・maison wa 訪問による現地販売スタッフへのヒアリング

※欧州のバイヤーは、基本的に展示会で仕入れを行います。

したがって、本事業の中でバイヤー等をご紹介することはありません。

12. オプション

欧州展開をより良い形でサポートするために、以下のオプションがございます。これらは個別対応となりますので、採択後に運営事業者である SAS ENIS 窓口担当者にご相談ください。

- ・展示会出展設営・手配
- ・通訳手配
- ・ポップアップショップの設営・運営
- ・商品開発デザインサポート
- ・別マーケティング手法によるリサーチ
- ・EC フォロー
- ・パリ事務所開設サポート
- ・特定バイヤーからのコメント
- ・次年度以降のテストマーケティングの継続(要相談)
- ・その他

以上

(参考)よくあるご質問

本事業について、よくあるご質問をまとめています。

項目ごとによくある疑問点とその回答を Q&A 形式で分類していますので、もし本事業に関してご不明点があれば、まずは下記の Q&A をご覧いただきますようお願いいたします。

【目次】

1. 事業概要について
 - 1.1 [事業の趣旨について](#)
 - 1.2 [パリのショールーム\(maison wa\)について](#)
 - 1.3 [事業の各コースの内容について](#)

2. 事業の応募申込み～採択
 - 2.1 [対象となる商品・事業者](#)
 - 2.2 [事業の応募申込に関する手続きについて](#)

3. 出展開始後～
 - 3.1 [出展期間中の対応・手続きについて](#)

4. 特定業種の注意事項
 - 4.1 [特定業種に関わる商品の注意事項](#)

1. 事業概要について

1.1 事業の趣旨について

質問例	回答
事業開始（平成 27 年）からの実績を教えてください。	商品の販売数等については、事業参加企業様の情報であるためお伝えできません。 過去参加企業様の取組みをまとめた事例集 (https://www.kansai.meti.go.jp/3-2sashitsu/CCkansai/france/jireisyu.html) にまとめておりますので、ご覧ください。
本事業における「成功」はどのようなものか。	本事業は、1 年間（半年間）を通したテストマーケティングを通し、「どのような商品がパリで受けるのか」「パリで受け入れられるためには商品をどう改良すべきか」という点に対し、現地からのフィードバックを活かし、今後の海外展開の販路開拓に繋げていただく事業です。「成功」の明確な定義は難しいですが、出展するだけでなく、現地訪問や営業

	<p>活動、展示会への出展等の活動を自発的に行うことで、申請した商品のパリでの評価を把握し、販路開拓に役立つ情報を掴んでもらうことが理想です。</p> <p>※なお本事業は、海外展開の初期段階を想定したテストマーケティングです。現地に合わせた商品を検討いただいた上で、実際に一定の成果を上げるまで3～5年かかる場合も多い点ご注意ください。あくまで本事業は、海外展開の入り口としてお考え下さい。</p>
<p>テストマーケティングで良い反応が得られる商品の共通点はあるか。</p>	<p>基本的にリーズナブルでおしゃれ・シックな商品かつ、現地のライフスタイルに馴染むものが良い結果を出した事例がございます。また、日本らしいデザイン又は日本の技術力の高さを感じられるものが好まれる傾向にあります。パリで好まれる商品の傾向としては、「日本らしい商品」か「パリ現地である程度恒常的な需要を見込める商品」かどうかのカギとなります。</p>

1.2 パリのショールーム(maison wa)について

質問例	回答
<p>1ヶ月の詳細な来場者数、内訳を知りたい。</p>	<p>パリのショールーム(maison wa)に来店するのは、1,000～1,200人程度/月（男性4割・女性6割、現地の方が8割程度のうち8割強がフランス人）。来店者は、一般消費者の方がほとんどで、バイヤーの方が来店し取引に繋がる事は非常に稀です。詳しくは、募集要領10ページ「10. パリにおけるテストマーケティングの留意点について」をご覧ください。</p>
<p>maison wa にバイヤーが来店し、実際に取引に繋がるケースはあるのか。</p>	<p>maison wa にバイヤーが来店する場合がありますが、バイヤーとの新たな取引・ビジネスに結びついたケースは非常に稀です。パリにおいてバイヤーは、展示会で商品仕入れを行う場合が多く、本事業と併せて自発的に展示会への出展を目指していただき、本ショールームはあくまでパリ進出の「拠点」として考えてください。</p>

1.3 事業の各コースの内容について

質問例	回答
出展開始後に、コースを変更することは可能か。	事業期間中のコースの変更は出来ません。ある程度の期間置いてみなければ、幅広いコメントが得られない上、またフランスの消費者は購入まで若干検討する時間が長く、併せて現地での季節やイベント特性にも影響が大きいことから、選択いただいたコースでじっくりと取り組みいただきたい点ご理解ください。
それぞれのコースの違いが分かりません。	毎月パリ現地から送られるレポートの内容が異なります。詳しくは、募集要領 4 ページ「3.参加コース及びサービス内容」をご覧ください。
半年出展の場合、「基本コース」は選択できないのか。	「基本コース」では、上期の各コメント、データを踏まえ、下期に重点ポイント（例：利用シーン、価格帯など）を設定いただき、よりコメントを深堀りするためのテストマーケティングを実施する予定です。そのため、「基本コース」は1年間を通して出展いただける事業者様のみを対象とします。

2. 事業の応募申込～採択

2.1 対象となる商品・事業者

質問例	回答
試作段階の商品でも応募は可能か。	試作品等、販売実績がない商品でも応募は可能です。参加申込書中の価格等、記入できない項目については、「試作品のため参考値」と書いていただく等、申請書から販売実績がない商品である旨を読み取れるように記載していただけますと幸いです。ただし、過去に類似品の実績があれば、商品選定の際の参考になりますのでそれらの実績も併せて記入頂ければと存じます。
商品のサイズや価格に上限はあるか。	申請商品のサイズ・価格の上限は定めておりません。ただし、書類選考通過後に実施する商品選定会に商品をご持参いただく必要がございます。また、価格が高い場合は需要に限られるため、テストマーケティングのフィードバックが少なくなる等、想定

	される成果が得られにくくなる可能性が高い点ご留意ください。保険や警備等については、申請事業者様自身でのご対応をお願いしております。高額商品はカタログ・サンプル商品のみの出展とし、テスト販売用に低～中価格帯の商品を出展することも可能です。一般的な価格相場は数百円～3万円程度を想定しています。
申請商品がフランスに輸出可能かどうかどのように確認すればいいのか。運営事務局で確認してもらう事は可能か。	本事業運営事務局（SAS ENIS）でも確認いたしますが、まずはJETRO(ジェトロ)等支援機関に御確認いただく等、事前確認をしていただきますようお願い致します。
商品の「地域性」は申請者の所在地に限ったものではなく、日本の地域性が感じられるものでもいいか。	本事業では、日本のクールジャパン商品を公募しているため、申請者様の所在地にとらわれず、日本全体としての地域性として考えていただいても結構です。
BtoB 向け商品を出展することは可能か。	食品を除き、基本的に商品選定会にご持参いただける商品であれば、応募可能です。ただし、商品出展先である「maison wa」の来店客は、一般消費者がほとんどのため、思う様なフィードバックを得られない可能性が高い点ご留意ください。

2.2 事業の応募申込に関する手続きについて

質問例	回答
1社で複数点の応募は可能か。その場合、参加申込書は個別に出す必要があるのか。	シリーズ商品等を複数点まとめて申請する事は可能です。参加申込書については、個々の商品についての説明が不十分になる可能性があるため、1品ごとに参加申込書を出すことを推奨しています。また、展示スペースが限られているため、申請商品数は、2～3点程度/社にしていただきますようお願い致します。
参加申込書に、パンフレット等の資料を添付することは可能か。	参加申込書に、申込書以外の資料を添付することは出来ません。書類選考後に実施される商品選定会においてパンフレットをご持参いただき、商品説明に使用していただく事は可能です。
参加申込書中の「3. 申請商品の写真」は、商品のパンフレット等画像を載せてもいいか。	掲載していただく申請写真に制限はありません。写真の制限枚数(5枚)以内であれば、ご自由に写真を選んでいただいても構いません。

商品選定会への参加は必須か。	基本的に、書類選考に通過した事業者は商品選定会への参加が必須です。商品選定会の日程については、募集要領中に記載しておりますので、可能な限りご予約の確保をお願いします。どうしても当日の参加が難しい場合は、東京・大阪会場のいずれかでの参加としていただく等、対応が可能な場合もありますので、お問い合わせ先にご相談ください。主催者（SAS ENIS）といたしましては、商品を実際に手に取り、事業者から直接話を聞くというプロセスを重視しておりますことをご理解ください。
事業の申請に、公募説明会（欧州展開支援施策説明会等）への参加は必須か。	公募説明会（欧州展開支援施策説明会等）への参加は必須ではございません。ただ、皆様に事業をより効果的に活用していただくため、公募説明会に参加していただき、事業の趣旨を理解していただいた上で応募していただく事が望ましいです。
参加申込書は全項目入力しなければならないのか。	申請事業者、申請商品の基本情報を除き、記入は任意です。ただし、書類選考時に申請商品の魅力を理解した上で審査を進めるため、可能な限り全項目を記入いただきますようご協力願います。
試作商品のため、申請商品の写真を用意できない場合はどうしたらいいか。	申請商品の写真が用意できない場合は、デッサンやイメージ画像等、商品のイメージを確認できる資料を添付ください。
追加募集はあるのか。	追加募集は行っておりません。事業期間途中(2020年10月)から半年出展する事業者も、全て今回の募集で採択いたします。

3. 出展開始後～

3.1 出展期間中の対応・手続きについて

質問例	回答
1社で複数点出展した場合、事業参加費の金額はどうなるのか。	出展商品数に関係なく、1社単位でお支払いいただいております。選択するコースによって、事業参加費が異なりますので、募集要領6ページ「4. 出展の基本条件および留意点」を御確認下さい。ただし、別年度の事業において別商品が採択された場合など、商品ごとに出展料が必要となる、又は出展商品を絞っていただく場合がございます。
1年出展して、期間を延長することは可能	SAS ENIS と相談していただいた上で、可能とな

か。	ります。ただし、事業期間中に自主的な活動等が見られない場合は延長が難しい場合がございます。
出展期間途中で、事業を終了・脱退することは可能か。	SAS ENIS と相談していただいた上で、可能となります。ただし、最低 8 か月間は出展を継続していただき、脱退する 2 ヶ月前には SAS ENIS までにご連絡いただきますようお願いいたします。パリでのバイヤー契約に繋げるためには何年も継続して展示会へ出展する等、根気強い営業活動が必要となる点を理解した上で、本事業に応募していただきますようお願いいたします。
募集要領中のオプション（展示会出展・ワークショップ等）は、別途費用がかかるのか。費用を払えば、全て SAS ENIS で実施してもらえるのか。	展示会への参加・ワークショップは、基本的に各事業者で企画、開催を行っていただく必要があります。maison wa のスペースをワークショップ会場として使用したい場合は、SAS ENIS にご相談ください。新たな市場開拓やファンづくり、リアルな顧客の反応を見るにはワークショップ等は最適であることと、やはり BtoB 取引は見本市や展示会への継続的な出展が不可欠ですので、ぜひ検討いただきたいと思います。
パリのショールームで展示方法は要望を聞いてもらえるか。展示用の備品を送ることは出来るか。	パリのショールーム内の展示方法については、現地のスタッフが担当しております。もしも、商品の展示方法にご希望がございましたら、採択後に個別に相談の上、展示方法を決定させていただきます。展示用の備品（スタンド、生地・色見本等）をパリへ送り、パリ現地における展示に使用することも可能ですので、SAS ENIS にご相談ください。
フランス語のパンフレットを用意してもらうことは可能か。	パンフレットについては、ニュアンスや細かい表現の確認もあるので各事業者でご用意いただきますようお願いいたします。フランス語の翻訳に不安があれば相談を受け付ける事も可能ですが、既存の日本語資料をフランス語へ翻訳する作業の代行は行っておりませんので、ご了承ください。
途中で出展商品を変えることは可能か。	商品の入れ替えは可能ですが、事前に SAS ENIS にご相談ください。本事業は出展した商品に対して、パリからのフィードバックを参考にし、積極的に商品改良に取り組んでいただきたいため、色や大きさ等の異なる改良した商品を出展いただいても

	<p>構いません。ただし、出展商品をあまりにも頻繁に変更すると、フランスの消費者はじっくりと商品の検討をされるので困惑されることと、テストマーケティングの効果も薄まる可能性がございますのでご注意ください。</p>
<p>商品輸出入関連費（実費）は具体的にはどのような費用が必要か</p>	<p>基本的には、①関西国際空港からパリの配送費用、②VAT、③関税費用がかかります。具体的な金額については、商品の分類、価格、体積等によって、大きく変わってくるため、各自で御確認いただくようお願いいたします。近年、フランスとの EPA 発効により金額に変更の可能性もあるので、よくご確認ください。</p>
<p>4 月の出展開始時に、最低何点ほど商品（在庫数）が必要か</p>	<p>事業開始時期の最低納品数は、特に設けておりません。もし、商品の準備が間に合わなければ、サンプルのみを出展することも可能ですので、SAS ENIS までご相談ください。ただし、パリのショールームに商品を置いていない間は、月例のフィードバックにおいて、購入者、購入を検討している来店者からのコメントを得られなくなる点をご了承ください。商品によっても違いがありますが、初回は 5～10 個の発送をお勧めしております。追加発送等は毎月のレポートでもご案内させていただきますし、毎月、定期便もございますので、事業期間中でも定期的に補充は可能です。</p>
<p>保険を掛ける際は、費用はだれが負担するのか。</p>	<p>参加事業者（申請者）ご自身でご負担ください。</p>
<p>定期便サービスはどのような物か（利用価格・ロット・頻度）</p>	<p>利用価格は SAL 便と航空便の間くらいを想定ください。詳細な料金については、採択後にサイズや価格を基に SAS ENIS が計算いたします。輸送のペースは月一回ほどですが、ロットはその都度変更可能ですので、都度検討していただき、決定していただきますようお願いいたします。定期便以外に自社で輸送される場合も対応いたします。</p>

4. 特定業種の注意事項

4.1 特定業種に関わる商品の注意事項

質問例	回答
繊維製品(例：タオル)を出展する際に注意することは何か。	パリでは硬水を使用しているため、洗濯すると変色・手触りの変化が起きやすく、それに耐えられるかがポイントです。柔らかい素材だけでなく、カラーやデザインの特徴を持った商品を出展するのも対処法の一つです。また、タオル等、日用品としての繊維製品を出展する場合、高価な商品はあまり売れないため、サイズ等を工夫していただき、気軽に日用品として使用できる商品であることが望ましいです。
輸出・出展する際に、許可が必要になる商品はあるか。	商品によって、輸出・パリ現地における規制がある可能性があります。輸出、パリでの販売が可能かどうか及び関税率等について、自社の応募商品の情報は JETRO(ジェトロ)等支援機関を活用し、事前にご確認いただきますようお願いいたします。特に、香水等(アルコールを含む発火性のあるもの)、玩具、電気製品は、パリ現地や輸送時に規制がある可能性があり、考慮が必要な場合がありますので、御注意ください。