

## ユーロショップ出展記

20年以上前のことなのに、不思議に「今」がわかる！  
1981年、日本の小さな企業・コミーが外国の展示会に初めて出展。  
その経緯とともに、感激と驚きの体験を記録した。



# ユーロショップ出展記

20年以上前のことなのに、不思議に「今」がわかる！ 1981年、日本の小さな企業・コミーが外国の展示会に初めて出展。その経緯とともに、感激と驚きの体験を記録した。

---

## 出展決断まで

1980年の確か7月であった。なにげなく捨てようとしたDM（ダイレクトメール）の中に、「ユーロショップ'81」の出展案内があった。当時、コミーの商品は、輸出に向けたPR活動はほとんどしていなかったのに、少しずつ注文が入ってきていた。しかし、ヨーロッパでは2～3件の問い合わせがあったぐらいで、まだ一つも実績がなかった。もちろん私自身、あんな遠いところへ一度も行ったことはない。見に行くだけでも大変だ。

この窓口であるドイツ商工会議所（日本支部）に一応聞いてみた。「3年に一度しかない世界最大の店舗ショーである。通訳、宿泊、展示装飾などあらゆる問題はまかせてくれ。あっせん料は一切とりません。申し込みまでまだ時間があるので検討してください」とのこと。

しかし、データもなにもなく、金とヒマをかけて出展して、「ヨーロッパではああいうものは売れない…」などではさまにならぬ。あらゆる人に相談してはみるが、みな専門外なのでどうにもならない。そんなとき、ウチのお得意さんで旅慣れている社長より、「少し金がかかっても、下見は必要だよ。初めて行き、初めて展示したのはショックが大きすぎるよ」というアドバイスをもらう。確かにそうだ。しかし今回ショーを下見だけにしたらあと3年待たねばならぬ、と思っていたところ、フランクフルト見本市の団体旅行があるので、早速申し込み、9月に行くことになった。市場調査と慣れのためというわけ。

フランクフルトでは、ショーウィンドーのカメラや家電はほとんど日本製だった。これには、聞いてはいたもののちょっとびっくりさせられた。また、我がライバルに相当する防犯ミラーもかなり取

り付けられてはいるが、質が相当悪い。我が社の製品は小企業といえども可能性大いにありと感じた次第だ。

そして、ユーロショップ出展には金とヒマもかかるが、3年～5年の償却と思えば何とかなるのではないかと思った。かつてジャパンショップに初出展したとき（1972年）も、初めは出展費用だけでも我が社の1か月の売り上げに近く、売れると思ったものがさっぱり売れず、しかも決算書を税理士に見せられ青くなつたことがあつた。しかし後になれば、このときのジャパンショップ出展により、世間が急に広がり、相当な勉強になったことも事実であった。

当時に比べればユーロショップ出展費用なんかチイセイ、チイセイ、早く世界に飛び出そうということになった次第。こうしてコミーが小さい会社ながらも、私が半月も不在となつても、電話だけで自然と注文が来て、問題なく処理できる会社に成長させて頂いたことは大変ありがたいことである。とにかくやってみよう。

## 出展までの日程

<3月30日～4月1日>

シンガポール航空で成田発、朝10時。

飛行機は全くの「鈍行」で、経由地が多く、台湾→香港→シンガポール→コロンボ→ドバイ→チューリッヒでそれぞれ1～2時間停まりながら、フランクフルトにやっと着き、それから電車で目的地のデュッセルドルフの民宿まで、延々36時間。民宿では貫録たっぷりの親父さんと奥さんが堂々と握手を求めてきて、大歓迎！ ひとまず安心。

<4月2日>

展示会場の下見や、取引銀行（三和銀行支店）に現地の様子を聞きに行く。何か伝えることがあるか、というから同行の顧問の人がタイプを借りる。外国での書類作成は、タイプとレターヘッド（自社名表記）が必需品であることが後でわかる。日本商工会議所の出先にも挨拶をすませ、以後これから的生活や仕事のためにデパートで買い物。

<4月3日>

日本から送っておいた展示品（2か月程前に船便）やカタログ（10



コミーの小間での小宮山



ナオコ女史とエーワンの新井社長

日前に航空便。送料だけで16万円)を運送屋さんより無事に引き取る。商品にキズは付いていなかったが、かけたヒモがゆるみ、1本なくなっている。また、カタログは一度破けて中身が出てしまったのか、ガムテープでベタベタ貼り直してある(日本へ帰って梱包を研究しなくては)。

小間装飾はだいたい指示通りできているが、ジュータンはまだ(こちらから色の指示がなかったという)。あわてて、やっとやらせて、今度は私だけで展示品の取り付け。ビス1本取り付けるのにもくたびれる。電動ドライバーと人手が欲しい。なんとか格好だけはつける。そして、明日から通訳をしてくれるナオコ女史(後述)と夕食。緊張のせいか、夜もあまり眼れず。いよいよ明日から開幕…。

<4月4日～9日>

ユーロショップ出展。午前10時から午後6時まで。

## 大規模な展示場

西ドイツは展示会の国ともいわれている。ヨーロッパ全土やほかの国から商売に来るのだろう。事実、私がもらった名刺だけでも30か国ぐらいはある。この国の人々は真面目で、安心できるからだろうか。展示したものがなくなったり、装飾業者に頼んでもいつできるかわからない国だったら出品者もいなくなるに違いない。

また、デュッセルドルフの市自体が真剣に取り組んでいるように見える。展示会があると、ホテルはまず満員になるという。今回も日本からの旅行者のかなりの人が近くのケルンに泊まり、そこから通っているし、我々出品者の多くも民宿を借りている。我々の泊まった民宿は、かつてこの家の娘さんが使っていた部屋を貸して、小遣い稼ぎをしている。展示会は大きな観光事業みたいなものかもしれない。

日本はどんなに大きな展示会でも1日見ればたくさんであるが、ここではだれでも2～3日は泊まって根気よく商談していくようである。会場は東京・晴海の国際貿易センターの5倍ぐらいはあるであろうか。歩くのが大変なのでホールとホールの間には動く歩道もあり、専用バスもある。中心には大きなビルがあり、スーパーあり郵便局ありで、一つの街になっている。また、大きな会議場もあり、そこで出展者だけのパーティーがあり、我々も出席したが、3つの

バンドを入れて派手にやっていた。何人かは数えられなかったが、500社が出展したので、平均1社2人としても1000人のパーティーになる。

ほとんどの展示会場は1階にあり、そのすみでは立ち喰い屋台店がビール、パン、スープなどを出している、高級レストランは2階にあるようであったが、私は金と時間がもったいなかったので、1階のすみで、パンとソーセージとコーラを飲み込んだ。

一度スープを飲んだが、周りの人たちが何か異様な雰囲気である。なぜか鼻息だけ聞こえる。ワカッタ、ここではスープは音を立てて飲んではいけないのである。すすり音が聞こえなくなると同時に、口で息ができなくなるから鼻息だけになるのだろう。大発見(?)であったがスープの味はどうしてもマズく、半分ぐらいこっそり捨てた(私は嫌いなものはない方だが)。



初日は、ハッピ姿で…

### 頼もしき通訳ナオコ女史

我が出展小間の頼もしき助っ人、通訳の「ナオコ女史」についてふれておきたい。

彼女は、日本の医者の娘で、かつて日本、アメリカ、ドイツの大学を出て、現在はドイツ人と結婚、43歳で2人の子供がいるという。

今回は国際見本市なので、3か国(英独仏)のカタログを作っていくが、彼女はそれ以上に6か国語をしゃべれるというので非常に心強い。まず英語で相手に何語を話すか聞き、それに合わせた言葉で、我が社の製品の特長をべらべらしゃべってくれる(私なんか、日本語だけでも何回やってもよくしゃべれないのに)。

彼女には、こちらの製品を説明し、相手は本気か、ひやかしか、輸入業者なのか、問屋なのか、店舗業者か、お店のオーナーなのか、どれくらい大きい会社か、ライバルなのか、今まで扱ったことがあるのか、我が社の製品についてどう思ったか…等々、少しでも多く聞き出してもらう必要がある。

また、それによってランク付けをし、カードに記入する。◎は、取引先になりそう。○は、なる可能性がある。×はひやかしと決めた。彼女はこれらの仕事を実際にテキパキとこなし、一度に2~3人の相手をする。もちろん言葉も使い分けている。用事が済んだお客様

さんに彼女は堂々と握手している。私も社長の手前、大事だと思ったお客様にはあわてておどおど握手する。

実は出展にあたり、コンサルタントにどう演出したらよいか聞いた。コンサルタントいわく「ハッピを着て、タイコをドンドン叩きなさい。向こうは、日本の神秘性にあこがれている」。そうかもしれない。タイコのドンドンは隣の小間から苦情が出たら困る。しかし、ハッピはちょっと恥ずかしいがやってみようということになった。わざわざ日本橋(東京)まで行って買ってきていたのだが、私は一日着ただけでやめてしまった。なぜか?

その理由は、この展示会の主役は彼女である、ということである。

彼女は43歳とはいえ、言葉が自由なうえ、毎日派手な服装をしている。あるときなどは胸元が目立つ洋服を着て、少女のように長い黒髪を背にたれ下げている。しかも日本人だから小さいが「日本人は若く見えるのヨ」と青春を楽しんでいるようである。そのためか、ヒマなときには出展者仲間が、うちの小間に来ては彼女と話したがる。私などはハッピを着たところで彼女のそえもの程度でしかないのである。

そんな私の気持ちも知らず、彼女は「シャチョー、ハッピを着れば!! 目立つのに!!」

また、「あたし、子供から老人まで人間が好き」と言いながら、出展者パーティーのとき、我々関係者の3人が誘おうとしたら、「あたし、別の人と行くかもしれない」と言い、いざパーティーのときは、どこかの若い男と「この人、とってもダンスがうまいのよ」と楽しそうに(あるいは必死に)踊っていた。この会場を出たのは夜の10時半だったそうだ。ダンナや子供たちはどうしているのだろう。人ごとながら気になる。



「コマイコウガイ」とドイツ人に読まれた



主役はナオコ女史

### 来なかつた「レバノンの兄イ」

また、このパーティーのときに、彼女は“レバノンの兄イ”に会つたという。彼は我がコニーの製品に非常に興味を持ち、展示会の最終日にサンプル(有料)1個を渡す約束がしてあった。彼女は「非常に感じの悪いヤツだ。サンプルは取りに来ないだろう」という。私は「あれだけ約束したんだから来るだろう」というと、実はこのパー

ティーのときに、彼は千マルク札(約10万円)をたくさん見せ、「つきあえ」といったという。「ああいうヤツに限って、商売はケチなんだから」と彼女は言う。

プライドを傷つけられ、怒ってはいたが、本心はまんざらでもなさそうであった。しかし、彼女の察しの通り“レバノンの兄イ”はやはり最終日に来なかった。

そうした中で彼女はまた、同じホールの出展者と食事でも約束したのであろうか、いそいそと肩を並べて帰ることもあった。私の方は彼女と握手もしなかった。念のため。

日本人のお得意さんがウチの小間に立ち寄ったとき、「あたしこの展示会場でいろいろ見本市の経験があるのよ」と言うと、彼に「それなら、あなたはミス・メッセ(展示会)だ」と言わされて、彼女は大喜び。43歳で日本人からミスと言われればうれしいわけだ。彼女、そう言われたと、会う外人に言っては喜んでいたようだ。

一方、彼女は日本の古典が好きだと言い、万葉集を持ち歩き、これから大学院に行きたいというから恐れ入る。また、タバコをたくさん吸っていたが、子供に意志の強さを示すため、先日きっぱりやめたという。

彼女は通常、翻訳関係の会社に勤めているが、有給休暇を取って通訳アルバイト(6日間で約20万円)に来たという。まさにトンデル女性である。日本に帰ってきて、電車の中で若い男たちはマンガ本を読み、女性は文学書やトンデル雑誌を読んでるのを眺め、今後はますます彼女のように外人と結婚する女性が増えていくのではないかしらなどと改めて思ってみたりもしている次第。

### コニーの小間に来たお客様たち

なにせ、もらった名刺だけでも30か国近くになった。いろいろな人間がいるものだと、つくづく感心した。その中で印象に残ったものを少し…。

#### ①フランスの社長と常務

社長はロータリークラブのマークを胸につけ、落ちつき、大社長という感じ。常務はたくましくいかにもバリバリやり、強

そうだ。だがなんとなくいぱり、ちょっと感じが悪いと思っていたら、固定ミラーの値段が高いと言って口笛を吹きやがる。

回転ミラックスについて、うるさいほど質問された。フランス人には珍しく英語でしゃべってくれる(フランス人は英語がわかつてもプライドが高いのでしゃべらないという)。

「ミラックス、ミラックス」「ワンモアクエスチョン?」をくり返し、これだけは私もよくわかり、しかもウチの製品の商品名を言ってくれるのでうれしい。100~1000個の見積もりを出せ、明日また来るという。その夜、あわてて見積もりを作る。約束通り翌日2人とも来て、「ワンモアクエスチョン?」を言いながら細かい質問をしていった。有望なお客さんになるかもしけぬが、こっちは貫録負け。

#### <後日談>

日本に帰ってさっそく、彼らに改めて手紙や100個だけの見積書や写真を送った。忘れたころやっと返事がキタ、キタ! しかし、フランス語で書いてありやがる。「解読」してもらったところによると「100個なんてとうてい無理、5~20個なら売れるかもしれない」とつれない返事。サンプルを買ってでも売ってみようとする意欲もなさそう。

当時、会場で彼らが鋭い質問をしているとき、あまり貫録のないアルゼチン(南米)のオジさんが、ああくたびれたといった表情で椅子に座り、何も質問をせずに数分いただけで、140万円ぐらいの注文をくれた(入金発送済み)。人は見かけによらぬもの、といったところか。

#### ②大演説が止まらないケルン(西独)のオッサン

私がトイレに行き、戻ってみると、ナオコ女史に向かい、ドイツ語で1人しゃべりまくっているオッサンがいる。彼女がしきりに私に通訳しようとするがそのスキを与えない。ほかのお客も彼女に話そうとするが、そのスキも与えない。椅子に座り込んで大演説だ。あまりの剣幕に、ほかのお客さんも笑い出す。笑われても演説は続く。延々30分ぐらい続いたと思う。

後で聞いてみると、内容は「俺は年間、これだけのミラーを売った。数人のセールスマンを使い、車に積んでドイツ各地を売り歩いている。こういうものは一店一店に売って取り付けなくてはダメ。コニーのパンフレットもこんなものでは駄目。現在使っているガラス製は重くて扱いづらい。アクリル製が欲しい。前に日本に引き合いを出したが、なしのつぶてだった。俺は英語がわからないのでドイツ語で見積もりを書いてくれ」ということだそうだ。明日もまた来ると言って帰っていったが、本当に来たらどうしよう。仕事にならん。翌日確かに来たが、10分ぐらいで帰っていったのではっとする。

チャップリンの映画「独裁者」のヒットラーみたいだった。ナオコ女史は「ドイツ人はしつこいので嫌いだ」という。じゃあ、なぜ結婚したと聞いたら「ウチのはそうでもない」という。それは良かった。

### ③カナリー諸島の坊や

まだ30歳前だろうか、にこにこして話す。実は以前、東京・晴海の展示会のときも会った。人口が少ないので数はあまり出ないが、見積書を送ってくれと言う。私より身体が小さく正直そうだ。こういう再会はうれしい。

### ④説得調のスペイン人

私にもわかりそうなゆっくりした英語をしゃべり、日本のハンドラベラー(価格札付機)のメーカーとも取引があるという。売ってみたいのでサンプルを欲しいという。広い会場でウチの小間まで再び来るのは大変なことであるが、約束した最終日の6時に来てくれたので、こちらが価格を示し、領収書を書こうとすると、「これは借りるのだ、市場で調べてみて、駄目なら返す」という。遠い日本へどのようにして返すつもりだ。遠い国のスペイン人で、しかも赤の他人を信用しろというのか、ナオコ女史もいくらなんでもヒドイという。結局ものわかれであった。

## 格好よいとは言えぬ私を含めた日本人

前年、フランクフルト見本市を見たときに自閉症気味になったことがあった。広い会場を1人で歩く。デザインは素晴らしいと思う

ものがあるが、特に輸入したいものもない。展示会場では写真を撮つてはいけないという。

私はストレートに真似ができない性格であるが、それでは何をしにいったかわからないので、ひたすら真似をするためにこっそりメモをする。うろうろしていると「キャン・アイ・ヘルプ・ユー？」(何かご用ですか)と言われ、それに答えられず黙って立ち去る。おそらく先方には「なんて感じの悪い人だ、どうせエコノミックアニマルが真似をしに来たのだろう」と思われているに違いない。しかし、金とヒマをかけて来たのだからと、自己にムチ打ち、こんなことを何回となく繰り返す。やっと一回りして、日本の会社の出展小間に行き、ホッとして日本語を話すが、もとより彼らは本業(商品説明など)が忙しく、あまり相手にしてくれず、ほんの数時間であつたが自閉症気味になった次第。

我々日本人は背が低く猫背である。これだけならやむを得ないが、カメラを持ってカバンを肩から下げ、デザインを盗もうとし、しかも言葉がうまくできないので、まことに格好悪い。団体であればなおさらである。

それに比べ外人はアタッシュケースを下げ、背が高く、堂々と歩き、言葉に不自由もなく、格好がよい。

だが今回、やはり私にはそんな風に格好よくできないことがよくわかった。金とヒマをかけた旅行では、写真は撮らなければいけないし、引き合いカードなどあらゆる大切なものを肌身離さず肩掛けカバンに入れて持ち歩いていなければ安心できないのである。

ただ今回、逆に出展する側になって考えてみると、こっそり陰険に写真を撮るよりも、英語なんかできなくても、「ワンダフル!!」と言って撮りたいものを指さし「ピクチャーOK?」と、盗むというより、お世辞を言って学ぶということだったら、きっと楽しい見学会ができたかもしれないと、それなりの反省がある。

### 酔っ払って今度はいばつてみたが

これらのコンプレックスの裏返しというか、ドイツ人をつかまえてはしゃべってきた。20年以上前に高校のときにガリ勉した英語が、不思議と酔っ払うと出てきた。「日本に行ったことがあるか」(私は

こんな遠いところまで来ることができたんだぞ)。「日本人の平均寿命は世界一だ」「うちの会社はうんと小さいが、世界で1つしかないものを作っている」「日本はヨーロッパより百年近く学び続けてきた。しかし、これからはお互い学び合わなくてはならぬ」(日本は真似ばかりしてきたが、もう製品そのものにおいては真似するものがなくなった。そろそろ日本の真似をしてみたらどうか)。「日本へ来たら連絡してくれ」と、身ぶりやノートなどを利用して英語で話しながら名刺を渡してきた。相手はわかったような顔はしてくれた。これで私はずいぶん気分は良かったのであるが、今考えてみると次のようなことからゾオッとした。

電車で話しかけただけで、民宿まで車で送ってくれたドイツ人が「デュッセルドルフのメインストリート(インマーマン通り)は日本の企業でどんどん占領されている」と笑いながら言う。

また、デュッセルドルフで副支配人(日本のメーカーの販売会社で従業員約60人、日本人は数人のみ)をしている友だちが深刻な顔で話してくれたのは、次のことだった。「カメラや電化製品で日本が勝っていたときは、日本人はよくやるといった程度で、まだたいしたことはなかった。ただ、最近の日本からの自動車輸入が年毎に倍々ゲームするに至って意識が変わったようだ。会社に通っている者も日本の自動車に切り換えてる。自動車だけは負けんぞという気持ちが彼等にはあった。個人的には安くて良いものを求める。しかし、産業全体からみると政治的にも大変な問題だ。少しづつなら良いのだが、急激なのだ。今では日本これらの問題がテレビに出ない日はない」ということだった(彼は古いベンツに乗っていたが)。

写真をパチパチ撮り、集団でわからぬ言葉をしゃべり、みやげをワッサワッサと買う日本人。

技術的能力の高さと、これらの姿がどう結び付くのか、プライドの高い現地の彼等としても複雑な気持ちにならざるを得ないように思えるのである。

## 民宿の夫婦におびえる我々お客様たち

先に一度書いたが、大きな展示会があるとホテルは全部満員にな



ケルンの大通り。人の賑わいは終日。シチズン時計の壁面看板が見える



民宿の前にて

り、出展者は安い民宿を紹介してもらう。我々の場合、かつて娘さんが使っていた2階の部屋を3人でそれぞれ借り、朝食付きで一泊4千円ぐらい（ホテルだと7千円から1万5千円）と安上がりで済んだ。

長旅からやっとここに着いたとき、中年夫婦が出てきた。だんなは実に貫録があり、握手を一人一人に求める。まず手を出し、いつたん握り、それから強く握る。大声で何かしゃべりながらである。こっちも何とかしゃべる。すべて真似である。どっちが客かわからん。すべて先手を打たれる。朝食で1階へ降りるときは3人でまだ早すぎるとか協議しながら同時に降りていく。朝のあいさつは、こちらから先に「グーテンモルゲン（おはよう）」と、大きな声で言おうとしても、なぜか小さくなってしまう。それに対して先方は大声で「グーテンモルゲン」と返事。だんなは英語を少ししゃべるが、かみさんは我々が全然理解できないとわかっても絶対にドイツ語しかしゃべらない。

初日はこれから的生活のことについて話した。いつもだんなはかみさんと相談している。今後必要なことを我々は聞く。

「風呂は何時まで」「10時まで」「湯沸かし器を使って日本から持ってきたものを部屋で沸かしてもよいか。電気料について問題はないのか」（実はここら辺があいまいであったようだ）。

まずはこれでひと安心。翌日早速、スーパーで湯沸かし器や水筒を買うが、これがあとで我々がおびえる結果となる。

3日目の夜、仕事も終わり、ほっとして、日本から持って来たインスタントラーメンを3人で食べ終わった夜10時過ぎだったろうか、夫婦で我々の部屋にいきなり入って来て、「部屋でコッヘン（料理と思うが）するな！」「洗濯もダメだ」「10時過ぎに風呂に入るな」

と命令調で言う。

我々はあっけにとられ、「なぜ」「先日ポットを使ってもよいと言ったではないか」「洗濯はどこでしたらよいのだ」と言いたいのだが、相手を怒らせない言葉で言えっこない。嫌われでもして、「金はいらないから出ていってくれ」とでも言われたらどうしよう。モタモタしていると、明日の朝に話すからと言って出て行った。

さあ困った。3人で相談するが、結局、うまく言えないからポットを使うのはやめよう。展示会場の自分の小間でラーメンは食べようということになった。洗濯については、弱った。靴下はムレムレ。また、ワイシャツは出展者なので必需品。コインランドリーは近くはない。だが、とにかく相手を怒らせるとまずいので、言いつければ守るように翌朝3人で確認(ちなみに我々の年令は40、50、60をチョット過ぎたころである)。

しかし、その晩から、どういうわけか風呂の水が冷たくなる。冷たいのを我慢しながらシャワーを浴びるだけ。ワイシャツは古いものをだましだまし使い、靴下も臭いがあまりしないものから再使用する。

ナオコ女史にこれを話すと、「それはあんまりかわいそうだ。電話してあげる」と言う。それをどうしたものかと、仲間2人に相談するが、そんなことを言って相手を怒らせてはまずいので我慢しようということになったが、2日後には耐えきれなくなって、彼女に電話してもらう。「くれぐれもお世辞を言ってくれ」と頼んだ上で。

かみさんの返事は「あの部屋は寝るところで洗濯場ではない」(風呂場にヒモをかけてくれてもよいではないか)。また風呂の水が冷たいことについては「彼等はシャワーの蛇口をこわした」(前からこわれていたのに)、などであったが、ナオコ女史のお世辞がきいたせいか、その晩風呂にいってみるとお湯が出るではないか。そのうれしさ! だけどチョロチョロであった。湯のたっぷり入った風呂に入りたい。それでも我々は、日本から持て来た小さなみやげを持って機嫌とりに励んだ。

### さながら親と子の関係みたい

しかし、かみさんは私が民宿の入口のカギをうまくあけられない

のを見て、何度もしつこく大声で「ニヒトゾー！」(そうじゃない)を繰り返す。身振り手振りも入って、いささかうんざりせられる(でも本当にあけ方の難しいカギであった)。また、こここの住所の発音が違うといっては、しつこく「ニヒトゾー」と怒鳴るのである。もうどうでもいいからよしてくれと思うのだけれど、それでもしつこく「ニヒトゾー」と、私の耳にはタコができるばかりである。これらの接し方は権力を持った親(先方)と子供(我々)の関係みたいである。

逆に日本の民宿のおばさんがドイツよりはるばる商売にやって来た人間を3人泊めたらどうであろうかと考えてしまう。「会社は何人ぐらいで、商売はうまくいっているだろうか」「日本をどう思うか。ウチみたいなところで満足してくれているか」「日本語がわからず不便していないだろうか」ぐらいは考えるかも知れぬ。また、朝のあいさつぐらいはドイツ語か、英語でやるだろう。

これらのこと、西ドイツ在住の友達(日本人)に話してみたところ、この国では当たり前で、彼らは典型的なドイツ人だという。その友達も他の民宿に泊まったことがあるというが、私のところと五十歩百歩、数回しか口をきかなかつたという。それでもなかには、洗濯はしてくれる、映画には連れて行ってくれるなどのサービス精神旺盛な民宿もあるという。そういう民宿に泊まれた人はまさに幸運というべきであろう。我々には信じられない話で、3人で泊まっていたから何とか気がまぎれて過ごせたものの、たった10日間とはいえもし1人だったらノイローゼになっていたかもしれない。この民宿だけには未だに礼状や写真を送りかねている。

### ドイツは初老期、日本は青年期

今度の出展を通じて、いくつか考えさせられることがあったが、その一つは、国自体にも老若があるような気がしたことである。実は、遠いヨーロッパには、さぞ珍しい品があるだろうと期待して行った。しかし、珍しい品は見付からなかった。

考えてみれば、日本はここ百年、欧米からたくさんの輸入をしてきた。ひたすら夢中になって真似をしてきたような気がする。これまでに、語学ができて、そっくり真似したり、輸入したりして大儲

けした商人や、かなりの地位を得た学者や政治家がいたように思う。つまり「欧米では…」といった具合に、カタカナを駆使して、欧米には何も与えず真似だけ。人生でいえば、日本は幼年期であったかもしれない。

しかし、偶然にオランダ人と話したなかで、合気道や柔道(柔道二段の証書を見せてくれた)を習っていると聞いたのにはビックリ。聞いてはいたが、日本より盛んなのではないかとさえ思われた。ハッピも知っている。いつの間にか日本の文化も輸入している。日本はもう真似することがほとんどなくなったとはいえ、従来の欧米コンプレックスがあり、相手の気持ちを理解するように努め、少しでも学ぼうとする。つまり、現在の日本は青年期であると思う。

しかし、あの民宿のおばさんは、自分は正しく、自分を理解しろという態度姿勢であった。どんなに立派であっても、相手から学ぼうとしない人間は、もう精神的に老人であると思う。あのおばさんが平均的ドイツ人であるとすれば、ドイツは初老ではないかと思った次第…。

日本は、夢中になって真似してきたとはいえ、洋式と和式に分類し、食事、トイレ、住居、結婚式においてまで、両方を使いわけている。日本は島国とはいえ、この両刀使いとコンプレックスのせいか、大変適応性があり、どんどん世界に入り込んでいけた。

## ウチの会社も青年期になろう

このユーロショップ出展を契機に、ウチの会社にもいくつかの体制変化が生まれている。寿司屋や天麩羅屋が海外で商売をする時代である。ウチでも従来の3本柱(回転装置、ミラー、看板)に加えて輸出向きの製品づくりを進めようと思っている。

業務は貿易商社などのプロにかなわなくとも、相手のニーズを知り、コミーの製品を知ってもらう意味において、直接の貿易も一応はできるように勉強しようということである。しかし、ウチでは皆、高校の時に英語をかじったという程度のズブの素人。また、従来の3本柱は絶対におろそかにできないので、2か月に一度ぐらいではあるが、各個人のテーマ(タイプ、英語、業務、看板)を決めて、土曜・日曜の全員合宿を始めた。やってみると、全員で勉強、宿泊、

風呂、また酒もたまには良い。何よりも連帯感が生まれる。

よく、会社がつぶれそうになると、上のものだけがかけずり回り、下のものはしらけて、やっぱりつぶれたというのを何回か見てきたが、そんなとき、ウチの社の場合、全員で合宿すれば打開策も出てなんとかなるのではないか、など思ったりもしている（私の片思いかもしねぬが…）。

### 肝心の商売の結果は…？

実はデュッセルドルフに行く前に「ユーロショップ注文殺到前祝」と称し、新入社員の歓迎会と合わせ新しい人を集めて自分の壮行会をやってきた。

かつて2年前のジャパンショップのとき、めずらしく外人がいると思ったら、ウチの小間に来て商社を通して、アレとコレが欲しいと言って70万円ほど買ってくれたマレーシアのおばさんがいた（今年も追加注文をもらったが）。

これらの経緯から内心で期待するところがあった。ユーロショップではなおのこと、そういう即断できる人間が数人ぐらいはいるだろう。また、自国に戻ってから、即、注文する人間も相当多いだろう。出展費用ぐらいはすぐ稼げるだろうといった意気込みで、言うなれば、とらぬ狸の皮算用をしていた。

そして結果は、前にも書いたが、引き合いだけで130社（しかし、あとで考えるとライバル社からのものもあったと思う）。

この際、売り上げを正直に言おう。あれからも4か月が経過したが、この8月末現在で、まだ200万円弱。内訳はアルゼンチン、ギリシャ、イギリスからの注文である。これだけではまだ元を取っていない。ドイツからは引き合いが40社ぐらいあったが、注文となるといまだにゼロ。

しかし、だんだんこうした結果の理由がわかりかけてきた気がする。前にも書いたようにドイツ付近は、初老の国なので保守的でムダ金があまりなく、新しいものに興味を示さないのではないか。加えて、競合する製品と比べ、いくら品質が良くても、税金、運賃、納期の点でこちらにかなりのハンディがある。

会場では、ヨーロッパで2万軒のチェーン店があるという大会社や、

有名大型スーパーから「回転ミラックス」に興味があるとの引き合いを受けた。しかしいつも在庫を持ち、どこでも供給とアフターができる体制（デポと称していた）が条件という。ユーザーにしてみれば当然のことと思う。

ウチの製品の場合、完成品はかさばってしまうので、最近、ちょっとの道具で簡単に組み立てられるようにし、あとは箱詰めをして送れば良い方法、すなわち“ノックダウン方式”を開発した。やっとこれなら競争に勝てるかもしれないと思っている。

しかし、先日うれしいことにギリシャからの100万円近い完成品の追加注文の電報が入ったり、見積もりを出したオランダより色よい返事も来ている。向こうの夏休みが終わったら、もっと動き出すかもしれない。

また、よく聞くことだが、輸出の場合は「注文は忘れたころにやってくる」ということもあるし、“センミツ”といって、引き合いが「千」に対し、「三」つの注文があれば良いともいう。

輸出はなんといっても1ロットの金額が大きい。相手も慎重だろう。手紙のやりとりや、調査などをしながら、根気よく積み重ねていこうと思う。しかしながら、輸出はプロに任せたい。ウチはメーカーに徹し、国内のように90%以上を取扱店経由で販売していると思う。

すぐには無理だったが、4~5年で元が取れると思う。まあ、5年償却の機械を買ったようなものである。それより良いことには、お得意先を得ることによって、先方のニーズを知りながら、ほかの



アルトシュタットの飲食街。うまいものが安く食べられ、いつも人でいっぱい



ケルンの大通りの歩行者天国。若者たちが真昼間から酒盛りして楽しんでいる光景も…

製品もこのルートに乗せることができれば、貴重な会社の財産を得られるだろうと考えている。

### 長らくご愛読ありがとうございました

これまで書いてきたことは、私自身めったにない経験でしたので、飛行機の長旅や、民宿で退屈なときにメモしておいたものです。私自身にとって、文章をまとめることは大変な作業でありましたが、各回ごとに本誌(『総合報道』)の野口氏のお力添えで、なんとか完了することができました。おかげさまで私個人としても、忠実に書いたものが活字になって、ちょうど良い旅の記録とすることができます。

ただ、これらは半月だけの素人体験です。ご意見やご感想、ご質問などを頂いたり、弊社にお気軽にお立ち寄り頂ければ大変ありがたいと思います。

#### (追記)

ここまで読んで頂いたついでにコミー工芸のPRをさせてもらえばと思います。

私自身、技術者ブームのときに簡単にサラリーマンになったものの、ものすごいコンプレックスに悩まされた。「レポートが書けない」「図面が描けない」「しゃべれない」。はっきり言って仕事がさっぱりできないのである。私の上役は、もう私には依頼せずに私の後輩に依頼した。若くして今でいう窓際族。そうなれば、周りの人間すべてが「小宮山はバカだ」「会社のお荷物だ」と言っているような気がする。こっちだってそれが嫌だから懸命に働いてみたり、欠点を隠そうとする。

だが、本当に役立たん人間だからしようがない。実にくたびれた。それに比べ、いつも行っていた夫婦でやっているラーメン屋のなんと生き生きしていることよ。

とにかくやめよう。脱サラというより「落サラ」だ。その後、思い違いや、失敗ばかりしたが、まさか、看板で飯を食うようになるとは思わなかった。またその後、まさか、昔の機械屋だったことが役立つとは思わなかった。また、回転に詳しくなったが、その後ま

さか、防犯関係の仕事をするようになるとは思わなかった。また、まさか、ユーロショップの経験ができる、昔の英語が役立つとは思わなかった。私自身、昔、ダメ人間であったのに、現在はちょっとありがたすぎる。理由を考えると、あるときに目覚めたような気がする。利口なふりをするよりも、「この点が非常に弱い」と本当のことと言い、自分としての努力もするが、頼む、と人にお願いし、それに応じてくれた人々に恵まれたことであると思う。良きお客様、友、外注先を得ることができた。

コニーは学ぶことにより成長してきたと思う。

以上からわかりますように、コニーの得意なことは、数字による競争よりむしろ、お互い知恵を出しながら、相手に役立つことを考え、現製品の改良や、新しい商品創りをすることだと思います。もちろん、食うか食われるかの肉食の大企業が入らない分野での…。

私自身、筋金入りのコンプレックスの持ち主であり、また、コニー全員が、「素直さ」「学ぶことの大切さ」「共存共栄」「教えたり、教えられたり」が身に付いているつもりですが、やっぱりわからないのは、自分自身の姿です。少しでも、気が付いたことをアドバイスして頂ければ大変ありがたいと思います。

(この物語は、1982年に執筆し、屋外広告業界の専門誌『総合報道』に連載し好評だった内容の転載です。用字・用語等に若干の修正を加えてあるほかは、掲載当時の内容そのまましております)

死角に気くばり -----

**KomyMirror<sup>®</sup>**

コミー株式会社

コミー

検索

〒332-0034 埼玉県川口市並木1-5-13 TEL.048-250-5311 FAX.048-250-5318