

妄想

インポート カタログ



UZプロダクション

## 妄想インポートカタログ



## UZ プロダクション

### <ご注意>

本カタログの製品は全て実在しておりませんので、お問い合わせいただいてもご提供できません。また、説明文も虚構（ウソ）であり実在のモデルはありません。

## 目次

---

### 妄想インポートカタログ 目次

番号	名称	分類	輸入元国
001	アルクァンツァ	楽器	ドイツ
002	ティンクェ	食品	サントメ・プリンシペ
003	カストライト	衣料品	カナダ
004	ソリッピ	日用品	ドイツ
005	ナムサル	動植物	モロッコ
006	ダイトミー	動植物	ブラジル
007	ウォーラリカー	日用品	スコットランド
008	ユーカソー	動植物	パプアニューギニア
009	メンドロジン	日用品	アメリカ合衆国
010	ハイオロニクス	精密機械	韓国
011	ネムニム	楽器	インド
012	シートーメ	食品	中国
013	キサロジウム	建設用品	シエラレオネ
014	ミサリ	家庭用品	エチオピア
015	ヒューロマイン	精密機械	ギリシャ
016	レザンブース	酒類	スイス
017	ローバンハイム	玩具	ドイツ
018	ワップシン	医薬品	韓国
019	ミワサイキ	工芸品	トルクメニスタン
020	クーチャーミン	家庭用品	中国

## 目次つづき

### 妄想インポートカタログ 目次つづき

番号	名称	分類	輸入元国
021	リッケンブーマ	食品	タンザニア
022	モッサ	プロテクター	スペイン
023	アスクラーナ	スマホアプリ	イタリア
024	ドノノ	リキュール	エチオピア
025	ブンラジアー	楽器	ケニア
026	ウーマリ・リー	フィギア	中国
027	マファーラッキ	文具	フィンランド
028	ドルナプル	果実	セントクリストファー・ネイビス
029	チュチャメチュ	ドレス	韓国
030	フングルムン	拳銃	ドイツ
031	サーチークー	食品	中国
032	レーベ克蘭チ	音楽CD	ベネズエラ
033	ケンワークラ	スポーツ用品	カナダ
034	ジノシーソー	串	トルコ
035	キンツァーラ	衣類	モナコ
036	パナナリッソ	化粧水	フランス
037	イガジシン	置物	チャド
038	ゼーガップ	ダイエット器具	アメリカ

## アルクァンツァ

---



品名：楽器

価格：89,000円

輸入国：ドイツ

アルクァンツァは1860年にドイツで生まれた木管楽器であり、フルートとよく似ているが、頭部管と主管に20度ほどの屈折がある。この形状の特徴によりフルートよりも柔らかい音色を出すことができる。フルートが生まれたのと同じ時代に流行し、19世紀にはこの2つは代替財(\*1)として使われたが、結局製造費用の高いアルクァンツァが駆逐される形となった。アルクァンツァを愛した作曲家にブラームスがあり、彼は交響曲のスコアの中でわざわざフルートでなくアルクァンツァを用いるよう指定している。ほぼ100年全く製造されなかったアルクァンツァだが、ドイツのテレビ番組でアルクァンツァが特集されたことで注目され、再製造されるようになった。この商品は樹脂製の普及版である。

---

\*1 代替財 ある財Aに対して、それに代わるような財Bのことを代替財という。財Bが財Aの代替財であれば、財Aの価格の上昇は財Bの需要を増加させる。ドルナプル (page 31)の項も参照。

## ティンクェ

---



品名：木の实

価格：380円／180g

輸入国：サントメ・プリンシベ

西アフリカ島国原産のナッツの一種。ティンクェはもともと苦みが強く、食用には用いられなかったが、カカオと一緒に食べるとカカオの苦みと中和されることが発見され、今ではチョコレート菓子になくてはならないナッツとなっている。2008年の輸入開始と同時に日本の菓子メーカーや有名パティシエがこぞって買い求め、国内価格が高騰したのは記憶に新しい。サントメ・プリンシベはカカオの輸出で生計を立てている国であるが、ティンクェが補完財(\*2)の役割を果たし、カカオの輸出量も増加した。

---

\*2 補完財 ある財Aに対して、それと同時に消費される傾向のある財Bのことを補完財という。財Bが財Aの補完財であれば、財Aの価格の上昇は財Bの需要を減少させる。フングルムン (page 33)、キンツァーラ (page 38)の項も参照。



品名：帽子

価格：5,980円

輸入国：カナダ

カナダの職人が作るベレー帽。もとはアメリカ合衆国の特殊部隊グリーンベレーの軍服用にデザインされたが、コンペで不採用になったため、グリーンベレーがこのカストライトモデルのベレー帽をかぶることはなかった。軍服マニアの間では国際的に認知されていたが、日本での火付け役は戦場カメラマンのW氏。彼が愛用していることが最近話題になり、年明けに同氏の写真集と抱き合わせ販売（\*3）することが決まっている。

---

\*3 抱き合わせ販売 2つの違う種類の財・サービスを一緒にして売ること。抱き合わせ販売は消費者にとって必ずしも悪いことではない。抱き合わせ販売をして多くの消費者を取り込むためには、通常価格を低く設定しなければなら





## ソリッピ

---



品名：髭剃り

価格：1,860円

輸入国：ドイツ

ドイツ国産メーカー、ゲーテンモルゲン社による最新の髭剃り。日本のシェーブ社製品に多大な影響を受けており、製品名のZolichも「剃り」の日本語音からとったといわれる。日本では発音の難しさから「ソリッピ」と名称を変更し販売されている。発売当初デザインがシェーブ社製品に酷似していたため、シェーブがゲーテンモルゲン社を意匠権で提訴するのではないかと噂になった。この問題は、ゲーテンモルゲン社の持つヘッド部分の特許（消費者には「ぴったりヘッド」として知られている）とクロスライセンスすることで決着がついたが、そのために2社の製品は一層差別化（\*4）が難しくなっている。

---

\*4 差別化 企業が市場支配力（価格決定力）をもつために行うのが差別化である。差別化は色や形状といったデザインのほかに、立地や販売方法で行うこともある。レザンブース（page 19）、レーベ克蘭チ（page 35）の項も参照。

## ナムサル

---



品名：花

価格：450円／一輪

輸入国：モロッコ王国

モロッコに伝わる婿選びの伝説の中に出てくる花で、14世紀から続くモロッコの伝統的結婚式には必ず飾られる。伝説は、「王女のために最も有益なものを持ってきた若者を王女の婿にする」という国王のおふれに対し、ナムサルを持ってきた者が選ばれたという話である。このとき、家畜を持ってくる者、布を持ってくる者、薬を持ってくる者などがおり、その中でナムサルは最も役に立ちそうもないものだった。しかし、ナムサルはトゥブカル山頂近くにしか咲かない花で、その花を持ち帰るためには大きな労力と危険を伴う。よってこの花を持ち帰ることが、勇気を示すための有効なシグナリング(\*5)となったのである。そして、その勇気こそが「最も有益なもの」として国王に認められたのである。現在は栽培技術が進歩したために費用が低下し、モロッコの特産品となっている。見た目のかわいさが日本でも受け入れられ、若い女性の間で伝説とともに流行している。

---

\*5 シグナリング 市場の中で財の質などのタイプが区別できない状態にある時、情報を持つ側が間接的な行為によっ

てタイプを区別できるようにすること。モッサ (page 25)の項も参照。

## ダイトミー

---



品名：熱帯魚

価格：1,580円

輸入国：ブラジル

アマゾン川の全域に生息する淡水魚であり、もともと珍しい魚ではない。ダイトミーは飼育が容易であり、いわば初心者用の熱帯魚だが、その生命力の強さが注目され、近年アメリカで生態研究が進められた。その結果、ダイトミーが体からある物質（プロトクトラン）を分泌しており、それが自らの体を保護するだけでなく周りの水質を整えていることが突き止められた。このため熱帯魚愛好家の間では観賞用だけでなく、パイロットフィッシュとしても需要が増えており、共有資源（\*6）であるダイトミーは乱獲気味となっている。

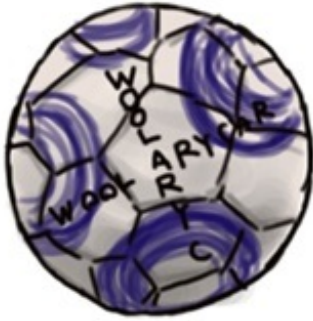
---

\*6 共有資源 海の魚や牧草のように、初期には誰にも所有権がなく、その利用を誰も排除できないが、一度採取してしまえば採取した者に所有権が発生する資源のこと。このような資源は過剰利用され、状況によっては枯渇してしまう

この表は採択された自治体の特徴の概要を示しています。この表の記載内容は、採択自治体の公表資料に基づいています。ユーカソー（page 11）、パナナリッソ（page 39）の項も参照。

## ウォーラリカー

---



品名：サッカーボール

価格：17,010円

輸入国：スコットランド

スコットランドの人気フリースタイルフットボールチーム「ウォーラリカー」のオリジナルブランドのボール。縫い目の数や、衝撃の吸収の度合い、重心の位置など、フリースタイルフットボールに求められるあらゆる点が計算されて尽くされており、きわめて技がやり易くなっている。2011年からは同国内のフリースタイルフットボールイベントでこのボールを持って来場すると入場券が無料になるというインセンティブ（\*7）が設けられたため、フリースタイルフットボールの普及に一役買った。最近では、若者の間ではフリースタイルフットボールという競技の自体の名称として「ウォーラリカー」が使われ始めている。スコットランドで、「レッツ・プレイ・ウォーラリカー」といえば、フリースタイルフットボールをしよう、という意味で、サッカーをしようという意味の「レッツ・プレイ・フットボール」と使い分けられている。

---

\*7 インセンティブ 行動を促す誘因。経済学ではベネフィットが大きいほど、そしてコストが小さいほど、人をその行動へ向かわせると考える。したがって、狭義のインセンティブは報奨金や罰金など、人の行動を変えるための付加的

市場で買収されたことによる。したがって、買収された企業は、買収された企業と買収した企業間の  
なベネフィットやコストのことをさす。

## ユーカソー

---



品名：麻薬

価格：1gあたり17万円

輸入国：パプアニューギニア

現地のシャーマンが口寄せのために使用している麻薬の一種で、強力な催眠効果と強壮作用がある。依存性の低さや副作用の少なさが最近の研究で明らかにされている。鎮痛剤として開発が進み、現在は治験段階である。ユーカソーはパプアニューギニアの近隣諸国で自生するが、麻薬成分が含まれるのはパプアニューギニアの特定地域のものに限られる。この地域を買い占めたオーストラリアのファーガソン氏がF&YOU Corp.を設立し、ユーカソーの栽培から流通まで一手に担っている。よって、ユーカソーはF&YOU Corp.の独占状態（\*8）となっているが、乱獲（\*9）による絶滅を免れている。なお、なぜ、その地域のユーカソーだけに麻薬成分が含まれるのかは、地質のせいとする説と、遺伝子のせいであるという説があり決着がついていない。

---

\*8 独占 1社のみが売り手として市場にいる状態。売り手独占。この状態では企業は価格決定力をもつことができる。キサロジウム（page 16）、リッケンブーマ（page 24）の項も参照。

\*9 乱獲 共有資源に起こる過剰生産のこと。ダイトミー（page 9）、パナナリッソ（page 39）の項も参照。



## メンドロジン

---



品名：洗口液

価格：1,080円

輸入国：アメリカ合衆国

現在日本で有名な、モンダミン、リステリンに代表される洗口液の先駆け的商品。アメリカの歯科医ライアン・L・メンドロがシアトルの製薬会社MediUS（メディアス）の研究機関に協力し商品化された。イギリスで開発されたリステリンとほぼ同時期に日本に輸入され、20年ほどはリステリンとの寡占（\*10）状態が続いた。しかし、特許の切れた1988年から、多くの企業が参入したために価格の下落圧力が強く働き、メンドロジンも初出荷当時に比べて、日本での国内価格は30%以上も価格を下げ（物価調整済み）、1996年にはとうとう出荷停止に追い込まれた。現在この製品は米国の西海岸の州でのみ販売されている。

---

\*10 寡占 少数の企業が市場の中で競争している状態。完全競争市場と独占市場の間に位置する。それぞれの企業は相

手の行動を考慮しながら価格や数量を決定することになる。



品名：デジタル一眼レフ

価格：2万8000円

輸入国：韓国

韓国の新興家電メーカーA G L 電機が新たに発売したデジタル一眼レフカメラ。世界中で同一のモデルを大量に生産し、規模の経済（\*11）で低価格を実現。デジタル一眼としては破格の値段を打ち出した。日本では、発売直後にカメラ愛好家に二流品扱いされてシェアが伸びなかったが、写真家の安藤朋彦氏が『月刊グラビノー』で「ハイオロニクスでアイドルを撮る！」を始めたところからシェアが急激に伸びている。一眼レフの重厚なイメージを払拭しようとブルー系とオレンジ系の2色が販売されているが、形状との mismatch を指摘する声も多い。

---

\*11 規模の経済 大量に生産し操業規模を大きくすると製品1単位当りの費用を低くなる時、規模の経済が働くと

いう。

## ネムニム

---



品名：笛

価格：20,000円

輸入国：インド

インドに古くからある、不思議な音色の笛。口元から主管に至るふくらみが特徴で、このふくらみの中で空気が対流することで微妙な音程の揺れがおきる。カシミール地方でのみとれるポルニガという品種の木材を使わないと生産できないため、希少性（\*12）は高いが演奏が難しい。ネムニム演奏家としてはビジャイ・ジマ氏が有名である。民謡「小麦畑で会いましょう」がこれほど世界的に有名になったのは、ジマ氏がネムニムを演奏する同名タイトルCDが世界的ヒットとなったからである。1999年にジマ氏が亡くなり、この先、彼を超える演奏家は出ないとまで言われている。

---

\*12 希少性 財・サービスへの欲求に対してそれを満たすだけの財・サービスの量が存在しないとき、希少性があると

いう。経済学は希少性のある財・サービスを対象にしている。



品名：果物

価格：280円／個

輸入国：中国・西安

日本の果物開発の第一人者である大柴陽三郎が、キウイフルーツとパパイアを交配して作った糖度の非常に高い果物。生で食べる他に、砂糖漬けやドライフルーツなどでも食される。見た目の美しさから、ホテルのバイキングやケーキの材料としての需要が高い。キウイフルーツの原産地である中国西安郊外で栽培され、日本に輸入されている。日本の商社が契約農家に栽培させることで安定的な輸入が可能になっているが、現地栽培者のモラルハザード（\*13）による果物の質の低下も問題となっている。

---

\*13 モラルハザード 契約や制度があるがために引き起こされる怠業のこと。例として、固定給のもとで働く労働者

が努力を怠ったり、自動車保険に加入したドライバーが運転時の注意を怠るようになることがあげられる。



## キサロジウム

---



品名：競技場

価格：1 場500万円～4,000万円（工費）

輸入国：シエラレオネ

キサロジウムとはバサナベーチェを行うためのフィールド及び道場のこと。バサナベーチェとは、シエラレオネのレスリングに似たスポーツである。ルールはほぼ相撲と一緒に、フィールドがスリ鉢状なのが特徴。2016年のリオデジャネイロ夏季オリンピックに正式種目として追加されたため、世界中でキサロジウムの建設が進んでいる。正式にはインドアスポーツだが、アウトドアキサロジウムも比較的広面積の公園に作られている。キサロジウムの建設や設計にライセンス等の許可はいらないが、公式キサロジウムを建設するためには専用の土が必要で、独占販売権を持っているシエラレオネバサナベーチェ機構から輸入しなければならない。この公式土にはシエラレオネで採れる金紅石が含まれており、それがフィールドに独特の色と光沢を与える。

## ミスリ

---



品名：絨毯

価格：10万円（1.5×1.5m）

輸入国：エチオピア

ミスリはエチオピア原産の高級綿で作られた絨毯である。綿が持つ独特の美しくやわらかい毛質で、長年エチオピア皇室で親しまれてきたミスリは、今では国外の高所得者に買われるようになり、生産物のほとんどが輸出用である。多くの贅沢品と同じく、需要量が価格に敏感であり、価格弾力性（\*14）が高いため、輸出も為替レートに大きく影響を受ける。近年の円高は日本人がミスリを手にする絶好の機会を提供しているが、ヨーロッパやアメリカでは「日本人がミスリを買いあさっている」といった批判とも非難とも言える声も多く聞かれる。

---

\*14 価格弾力性 価格の変化率に対する需要量（購入量）の変化率の比。1%の価格下落（上昇）が何%購入量を増加（減少）させるかを表す。1を基準に、価格弾力性が1より大きい場合を「弾力的」「弾力性が大きい」といい、1よ

加減が小さい場合を「非弾力的」「弾力性が小さい」という。ドノノ（page 27）、サーチャー（page 34）の項も参照。

## ヒューロマイン

---



品名：大型天体望遠鏡（中古）

価格：1基2億円（建設費含む）

輸入国：ギリシャ

ヒューロマインは米ヒューストン・ロマスター社が開発した口径6.8mの主鏡を持つ大型天体望遠鏡である。日本はハワイ島マウナ・ケア山山頂に世界最大級のすばる望遠鏡を所持しており、ヒューロマインはもちろんその比ではない。しかし、大学、研究所レベルで所持する望遠鏡としては贅沢な部類である。性能に比較して安価であるため、1990年代に世界中の多くの大学、研究所がヒューロマインを購入した。しかし、建設費の他にかかる広大な敷地と施設などの固定費用（\*15）、さらにメンテナンスなどにかなり大きな可変費用（\*16）が必要である。そのため、財政危機にあるヨーロッパのいくつかの政府系研究所が縮小されており、それとともに中古のヒューロマインが売りに出されている。この望遠鏡もギリシャの某研究所が手放した一機である。

---

\*15 固定費用 \*16 可変費用 一般的には、財の生産に関して生産量にかかわらずにかかる費用を固定費用、生産量に応じて発生する費用を可変費用という。短期の概念。ここでは、財の購入者がそのサービス（望遠鏡の利用から得るサービス）を得る時のコストとして、サービスの量にかかわらずにかかる費用を固定費用、サービスの量に応じてかか

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩ ⑪ ⑫ ⑬ ⑭ ⑮ ⑯ ⑰ ⑱ ⑲ ⑳ ㉑ ㉒ ㉓ ㉔ ㉕ ㉖ ㉗ ㉘ ㉙ ㉚ ㉛ ㉜ ㉝ ㉞ ㉟ ㊱ ㊲ ㊳ ㊴ ㊵ ㊶ ㊷ ㊸ ㊹ ㊺ ㊻ ㊼ ㊽ ㊾ ㊿

## レザンブース

---



品名：ビール

価格：350ml一缶、1ケース（24本）5,800円

輸入国：スイス

スイス南西部のレザンで醸成された地ビール。1948年に誕生し、地元の人々に愛飲されてきたが、2000年代にこの土地でスノーボードヨーロッパ選手権が開催されるようになったことがきっかけで観光客を中心に人気が発火した。レザンブースは黒ビールだが、強い苦みに甘みが混じり、チョコレートリキュールのような風味を持っている。そのため他社ビールとの製品差別化に成功し、南ヨーロッパに圧倒的なファンを確立しつつある。日本ではまだ認知度が低いですが、レザンと姉妹都市である長野県飯山市の斑尾高原スキー場を始め、スキーリゾートでよく見かけるようになった。

## ローバンハイム

---



品名：玩具

価格：198,00円

輸入国：ドイツ

シルバニアファミリー（エポック社）に対抗して、バキラ社が輸入販売しているドールハウス。ローバンハイムはシリーズ『世界の家』の中の一つで、ドイツの代表的な家を模している。シリーズ第1作として、建築家フランツ・ローバン氏に設計依頼し、初回に100台だけローバン氏のサイン入りローバンハイムを販売した。現在売られているローバンハイムは素材が木製から樹脂製に変わっている。初回販売の100台はコレクターの間では、「オリジナルローバン」と呼ばれ、ネットオークション（\*17）で高値で取引される。しかし、ドールハウスとしてはシルバニアファミリーに大きく差を付けられ、世界の家シリーズもいまだ3カ国（ドイツの家、スイスの家、日本の家）にとどまっているため、ドールハウス市場から撤退の噂もある。

---

\*17 オークション オークションは売り手と買い手を結びつける、市場の一形態である。日本語では「入札」や「競り」と訳される。オークションには公開方式と封印方式があり、公開方式には競り上げ方式（イングリッシュオークション）と、競り下げ方式（ダッチオークション）が有名である。現在、オークションには様々なバリエーションがあり、

このように、加齢に伴って、認知機能の低下は、生活機能の低下にも影響を及ぼす。現在、この問題を解決するための研究も進んでいる。



## ワップシン

---



品名：禁煙パッチ

価格：1個1,980円

輸入国：韓国

韓国産の鼻孔に貼るタイプの禁煙パッチ。同商品のCMでお笑いタレントがくしゃみのように発音する「ワップシン！！」がギャグとして大ヒット。2010年、韓国でギャグオブザイヤーにノミネートされているが、くしゃみ芸の元祖、加藤茶(本名：加藤英文)氏が「アイデア財の盗用である」と抗議。それに対しそのお笑いタレントは「ギャグは公共財(\*18) ハムニダ」と反論。今後も、ギャグに関しては議論が活発化すると思われるが、肝心の商品は他の禁煙グッズとの優位性が確立されず、売り上げ状況はお寒い状態で、販売元の社長も「ワップシン」。

---

\*18 公共財 一人の消費者の消費が他の人の消費を妨げない性質を非競合性という。また、対価を支払わない消費者を消費から排除できない性質を非排除性という。この二つの性質を持ったものが公共財であり、打ち上げ花火や情報、国

この契約に於いて、当事者は、本契約の目的を達成するために必要と認められる範囲で、相手方から、個人情報、情報、目  
防サービスなどが当てはまる。

## ミワサイキ

---



商品名：陶器

価格：100万円～10億円

輸入国：トルクメニスタン

ミワサイキとは、トルクメニスタンの伝統工芸である。起源は厳密には明らかになっていないが、13世紀説が有力である。その特徴は一部が非常に（ミワ）細く（サイキ）作られることであり、細くなるまでのカーブ・ラインの美しさがミワサイキの芸術的価値である。富裕層を中心に人気が高く、ケネディー上院議員がその蒐集家であったことで知られている。世界のミワサイキ蒐集家の間では不定期に「ミワサイキを語る会」が開かれているが、テレビアーノ・シュバイツァ会長が次回の「ミワサイキを語る会」を2015年に東京で開催すると発表したため、日本での需要（\*19）がさらに価格を押し上げるのではないかとわれている。

---

\*19 需要 需要とは「価格」とその「価格に応じて購入される財の数量」の組み合わせの全体のことである。経済学

で定義される需要とは単なる財に対する欲望や欲求ではない。供給に関してはチュチャメチュ (page 32)の項を参照。

## クーチャーミン

---



品名：炊飯器

価格：250元（約3,000円）

輸入国：中国

輝七民は中国の中小家電メーカー九蓮宝燈（チューレポートウ）が2010年4月に販売を開始した最新の家庭用炊飯ジャーである。発売当初から簡単にスープ粥が作れる家庭用炊飯ジャーとして中国江南省で大人気を博し、その勢いに乗って同年6月に日本市場での販売を開始した。しかし、その古臭い外観とあまりに低すぎるその輸入価格から家電販売店では炊飯器として財が認知されず、ドン・キホーテなど「海外おもしろグッズ・おもちゃコーナー」に置かれるに留まった。同年7月に日本市場から退出（\*20）した。輝七民（クーチャーミン）には、「一週間（七日間）毎日皆においしいお米を味わってほしい」との願いが込められている。

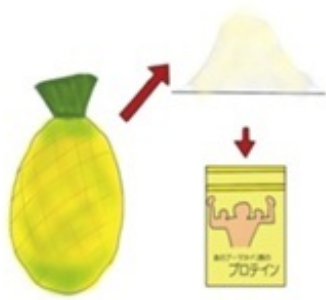
---

\*20 退出 企業の長期意思決定の一つ。企業がある市場で損失を出しているとき、いくつかの工場を閉鎖するなどして操業規模を変更しても利益を得られないのならば、その市場から退出する。反対語：参入。参入に関してはメンドロジ

採集状況と実施した調査項目については、採集状況調査書（表1）及び採集状況調査書（表2）の項を参照。  
ン（page 12）、ケンワークラ（page 36）の項を参照。

## リッケンブーマ

---



品名：プロテイン

価格：1キログラムあたり8万円

輸入国：タンザニア連合共和国

リッケンブーマはタンザニア共和国のブーマヌイリ族が暮らす村でしか採ることのできないリッケンクルーという木の实から作られたプロテインである。リッケンクルーにはカルニチン、CLAといった体の余分なものを燃焼させる役割のある栄養素に加え、グルタミンなどの筋肉を構成する栄養素、さらにはBCAAなどの体力回復を手助けする栄養素を豊富にバランスよく含んでいるという特徴がある。ブーマヌイリ族は昔から最強の民族といわれ、リッケンクルーの摂取が一因とされている。これに目を付けた南アフリカのビクトリア社がタンザニアに直接投資（\*21）してリッケンクルーを独占的に採取し、リッケブーマを製造販売している。

---

\*21 直接投資 海外に法人を設立したり、外国企業の株を取得したりして、外国で企業の経営権を取得すること。

## モッサ

---



品名：プロテクター

価格：8000円

輸入国：スペイン

スペインで毎年行われる「牛追い祭」（サン・フェルミネス）で着用する尻カバーである。もともとモッサは闘牛士が用いた少し厚手の下着であったが、現在は耐久性や柔軟性、衝撃吸収性に優れたEVAなどを用いて作られている。これがスノーボーやスケボーのプロ選手にプロテクターとして利用されるようになり、全世界に広がった。日本への輸入はもっぱらこのためのものである。今後、防刃服などあらゆる分野への応用が期待されている。最近では牛追い祭りでモッサを着用することは危険回避者（\*22）としてのシグナリングとなってしまうため、勇敢さを誇示するためにわざとモッサを着用しない者も増えている。

---

\*22 危険回避者 期待値がゼロの賭けを「正当な賭け」という。例えば、コインを投げて表が出れば1万円得られるが、裏が出れば1万円失うという賭けの期待値は0円である（ $0.5 \times 1 + 0.5 \times -1 = 0$ ）。このような正当な賭けをやる人を



また、表で示したように、危険回避者（risk averse）は、リスク回避の傾向を示し、リスクを好まない人、危険愛好者、やらない人を危険回避者と呼ぶ。

## アスクラーナ

---



品名：ファッション・コーディネート・アプリ

価格：525円

輸入国：イタリア

アスクラーナはイタリア発のファッション・コーディネート・アプリである。イタリアのおじさんはオシャレという定着したイメージがあるが、実は彼らもコーディネートに毎日頭を悩ませており、そのための時間もばかにならない。このコーディネーションの機会費用(\*23)を劇的に削減したのがアスクラーナである。最初に自分の年齢、身長、体重、好きな雑誌、好きなショップなどを入力し、自分の買った服や靴の写真を入力すれば準備完了。毎日起動すれば、天気や予定に合わせたコーディネートがシチュエーション別に5パターンずつ提案される。最近ではショップとアスクラーナが連動し、購入と同時に自動的に写真が入力される仕組みや、アイテムを追加購入する際の提案機能も付いている。日本では団塊の世代を狙って輸入されたが、妻が夫のためにアプリを購入する例も多いという。

---

\*23 機会費用 何かを得るためには何かを諦めなければならない。諦めた最高のものを機会費用という。経済学にお

ける費用はすべて機会費用であり、単純な支払金額ではない。



品名：リキュール

価格：1280円／350m l、2480円／700m l

輸入国：エチオピア

ココナッツリキュールの一種。中央アジアのバルバドス産の「マリブ」がココナッツリキュールとしては有名だが、ドノノは透明でなく白く濁っていてアルコール度数が高めになっているのが特徴。現地では既製品のリキュールも販売しているが、家庭でもある程度の品質のものが作れるので、価格弾力性の高い商品である。日本ではマイナーであるが白い濁りの原因である細かい果肉を好み、買っていく人が多く、女性にはウケのいい商品である。Dononoの「Do」の正式な発音が難しい。息を吐き出すのではなく、舌尖を前歯の付け根に付け、軽く息を吸い込むこととで破裂音を作るのがコツである。息を吐き出す「Donono」を発音すると、全く違う、卑猥な意味になってしまうので注意する必要がある。

## ブンラジアー

---



品名：楽器

価格：80万～100万円

輸入国：ケニア

ブンラジアーは楽器である。鎖分銅のように振り回して使い、風を切る際に「らじ～」という奇妙な不協和音を得る。個体によって出る音が千差万別であるため、蒐集家はそれぞれの音色を単体で楽しむが、複数のブンラジアーを同時に鳴らすとより複雑な音を得られるため、ブンラジアー愛好家は時に集会を開いて合奏を楽しむ。こうしたネットワーク外部性(\*24)のために、世界中の不協和音愛好家が協和する姿は周辺住民に脅威を与え、一時期カルト教団と間違われたりもした。1976年にカリフォルニア州でブンラジアーの排斥運動が起こったのが反対運動のピークで、その後沈静化した。ブンラジアーはもともとケニアのトゥルカナ族に伝わる武器であるが、猛獣除けにもなり、狩りの儀式に楽器として使われていた。その儀式を見たスペイン人が楽器として持ち帰り、不協和音愛好家に広まった。金属製で遠心力によって非常に高い殺傷能力を持つため、多くの国では個人での携帯が制限されている。

---

\*24 ネットワーク外部性 電話のように、それを利用（消費）するひとが多いほどその財・サービスの価値が増加する効果をネットワーク外部性とよぶ。ネットワークが形成されるには参加者がある程度の規模に達することが必要で、その規模をクリティカル・マスという。また、いちどネットワークが形成されると、新たなネットワークが形成されにく

この領域は、 $\frac{1}{2} < x < 1$  の範囲で、 $y = 2x - 1$  の領域となる。

## ウーマリ・リー

---



品名：フィギュア

価格：3800円

輸入国：中国

ウーマリ・リーは、ブルース・リー、ジェット・リーと並ぶ中国が誇る三大リーのうちの一人であり、三大リーの中で唯一の女性である。アクション女優ウーマリ・リーの半生を描いた、本人監督主演の同名映画作品『ウーマリ・リー』が2001年に公開されたのを最後に映画界を去っており、ファンや映画関係者から復帰を望まれている。可愛らしい顔立ちと鍛え抜かれた筋肉質な肉体のアンバランスさも人気の一因である。わりと巨乳。映画、フィギュアともにウーマリ・リーがもたらすスーパースター現象（\*25）を利用した商品である。

---

\*25 スーパースター現象 スポーツや芸能でスーパースターが生まれるのは、他の人が代替できない能力をもっており、しかも彼らを「観る」というサービスが非競争的であるにもかかわらず、排除が可能だからである。代替財に関する

また、このほか「セーフティネット」等の取組が、本報告書に記載されているほか、追加の取組として、本報告書に  
るアルクアンツァ (page 4)、公共財に関するワップシン (page 21)の項も参照。



## マファーラッキ

---



品名：修正ペン

価格：1000円

輸入国：フィンランド

従来の文字を上から塗りつぶす修正液と違い、文字を吸い取る修正ペン。フィンランドの文具メーカーGeepap社が開発したもの。ここの開発部の従業員がボールペンインキとラッキという樹脂素材が互いに吸着しあうことを偶然発見し、この製品化に至った。まふぁーとはフィンランド語で「奇跡」を意味し、「ラッキの奇跡」と名付けられた。この技術・製品の特許はすでにGeepap社が取得済み。2010年10月に日本の文具メーカーK社と提携し、K社のボールペンとの抱き合わせ販売を行うキャンペーンをはった。しかし、このことによってマファーラッキがK社の特定ボールペン専用だと思い込む消費者が多く、マファーラッキの販売促進を妨げている。

## ドルナプル

---



品名：果実  
価格：500円  
輸入国：セントクリストファー・ネイビス連邦

ドルナプルとは近年西インド諸島の一角にあるセントクリストファー・ネイビス連邦で1968年に発見された果物である。命名は現地の研究を行っていた発見者のジェームス・コリンズ。形はドーナツに似て中央部がへこんだ楕円形をしており、味はリンゴに似ていたことからドルナプル (dornapple) と名付けられた。ただし、食感はリンゴよりも洋梨や固めの桃にちかい。日本へは夏場にリンゴの代替財として少量輸入されている他、沖縄でも2009年からテスト生産が行われている。



品名：ドレス

価格：100万円

輸入国：韓国

韓国で結婚式の際に着用されるドレス。近年韓国の有名デザイナー、ヒー・ヒョンジュンがデザインした。チマチョゴリに似ているが、上着は韓式、スカートがドレスの韓洋折衷となっているところが大きな違いである。韓式、洋式どちらの結婚式でも着用可能なためここ数年で急激に広まっており、需要に供給（\*26）が追いつかず、超過需要の状況にある。上着には柄のあるデザインが多く、花柄のほかに動物、チェック柄などがある。スカートはウェディングドレスのように白の無地が主流で人気があるが、色物や複数色を使ったものも生産され、最近人気が高まってきている。韓国の人気アイドルであるKARAや少女時代などが着て宣伝をしたため日本の韓流ファンに火をつけ輸入された。そのため、日本ではウェディングで使われる以外に、Kポップファンのコレクター商品としても需要がある。

---

\*26 供給 「価格」とその「価格に応じて生産販売される財の数量」の組み合わせ全体のこと。ある価格のもとで需要

量が供給量よりも多ことを超過需要という。需要に関してはミワサイキ (page 22) の項を参照。

## フングルムン

---



品名：拳銃

価格：10万3000円

輸入国：ドイツ

小型拳銃。特徴は完全補完財である専用の銃弾にある。フングルムンの銃弾は、従来のハンドガンの中でも最小の0.22口径である。よって殺傷能力は低いですが、0.38口径ガンの3倍の威嚇効果があるされる。それは、銃の構造と弾丸の火薬成分によって、人が恐怖を感じて戦闘意欲を削がれる音を再現できるように設計されているからである。この開発には心理学実験が繰り返し行われたということである。小さい銃弾という特徴から、これまでの標準銃弾数（回転式で6発、オートで15発程度）を大きく超える25発の充填を可能にしている。外国では女性の護身用としての需要が高いが、日本の警察がフングルムンを導入した背景には繁華街や住宅地など人口密集地帯での使用を想定していると言われている。

## サーチークー

---



品名：食品

価格：430円

輸入国：中国

サーチークーとは、中国の伝統的な食品で豆腐をチンティユーやツォンイエーなど、様々な20種類以上もの香辛料につけて発酵させたものだ。臭いがきつく、日本では在日中国人や中国マニアにのみ需要がある。ニッチ市場（\*27）ではあるが、彼らの価格弾力性は低く、比較的高価で取引される。なお、中国と国境を接するブータンにはサーチークーというジャンケンに似た身体遊戯があるが、本食品との関係はないとされている。

---

\*27 ニッチ市場 すきま市場ともいわれる。特定の購買層による小さい市場のこと。市場が小さいが故に一社の独占となることもある。また、市場によってはこだわりの強い消費者が集まっており、価格弾力性が低いために高価格で取引

ことと見られる。また、市場に於ける競争力強化の観点から、価格引き下げ等の対応が期待されることもある。ミサリ (page 17)、ドノノ (page 27)の項も参照。

## レーベクランチ

---



品名：音楽CD

価格：1500円

輸入国：ベネズエラ

レーベクランチとは、5人のベネズエラ人で結成された歌手グループである。アジアのアイドル人気に目をつけたレーベクランチの所属事務所（to world）がアジア進出を決定。アジアの可愛いアイドルと差別化を計り、美しい大人っぽいセクシーなアイドルをコンセプトとする。平均年齢は27歳と、一般的にイメージされるアイドルの年齢より少し高めである。そんな彼女たちの、いきなりのデビューアルバムが「レーベクランチ」である。美女たちの顔はジャケットの内側に写っているため、CDを購入した人しか見ることができない。身長、体重3サイズのみ公開されている。



## ケンワークラ

---



品名：スポーツ用品

価格：56,000円

輸入国：カナダ

四つん這いになって雪山を滑るスポーツの名称、およびその器具のこと。失業ですることのなくなった二人のカナダ人、リッキー＝ケントとブルーノ＝ワークリックがスリルを求めて、自らの遊びのために作ったのがこの新ウィンタースポーツ、ケンワークラである。まだ、国際的には認知度が低く、日本ではスキーやスノボの雑誌に、2、3度紹介されたただけだが、カナダでは人気が出始め、多くのスポーツメーカーがこのスポーツ器具市場に参入（\*28）し始めている。その結果、3年前より30%ほど器具の価格が下がってきている。失業者の成功物語として語られることが多いケンワークラだが、現在大きな試練を迎えており、海外に販路を拡げることができるかどうか生き残りの鍵と言われている。

---

\*28 参入 企業の長期意思決定の一つ。ある産業に参入するかどうかはその産業で利益を得られるかどうかによっている。自由市場では参入の自由が原則であり、他社が利益を得ていれば参入が起こる。反対語：退出、クーチャーミ



## ジノシーソー

---



品名：串

価格：100～500円

輸入国：トルコ

元来宗教上の理由で、トルコでは口を大きく広げてものを食べることが良しとされなかった。近年でも女性が串焼きにされたシシカカブにかぶりつくことはタブーとされている。しかし、シシカカブのあまりの美味しさに、シシカカブにかぶりつく女性が増え、一部で串焼きに対する批判が高まった。そんな中、「女性にもシシカカブを！」と1人の食器職人が立ち上がり、ジノシーソーが作られた。その特徴は串から横方向（シーソー）に出る3センチほどのとげとげ（ジノ）にある。そのとげとげに肉や具材を刺すので口を大きく広げずに肉を食べることができる。タブーとは言わないまでも上品さを重んじる日本の女性にも需要があると見込んで輸入され、シシカカブ以外にも主に料亭で焼き鳥、串揚げなどに用いられる。

## キンツァーラ

---



品名：衣類

価格：2,500～15,000円

輸入国：モナコ

元はモナコ公国に伝わる民俗衣装だが、それをアレンジしたものを、モナコ公国のイケメン王子として知られるアンドレア王子が着用したことで世界的に広まった。現在、日本ではキンツァーラを取り扱っていない洋服店はないとまで言われている。さまざまな布やヒモを組み合わせ、自分だけのキンツァーラを作ることができるのが若者に受けている。布とひもは補完財なので、店ではヒモと布がセットになったキンツァーラの他に、ヒモと布が別々に売られており、それぞれプレゼントにも用いられる。手作りのヒモも流行中で、去年は女性がヒモを編み、それを男性にプレゼントするという風景がバレンタインデーに多く見られた。

## パナナリッツ

---



品名：美容液

価格：18900円

輸入国：フランス

パナナリッツはフランスの老舗化粧品ブランド・Letteが製造販売する美容液である。原料はバヌアツ共和国のパナナの泉のわき水。バヌアツ共和国はバンジージャンプの起源となった成人の儀式がおこなわれることでその名が知られるが、あるときフランスの民族学者アンセルム・Gがこの儀式の際身を清めるために用いたパナナの泉の水にアンチエイジング効果のある成分を発見した。この水を用いたパナナリッツは世界的に大ヒット。現在ではパナナの泉にコモنزの悲劇（\*29）がおきないかと不安の声が上がり、数量限定生産となっている。

---

\*29 コモنزの悲劇 共有資源が過剰利用され、枯渇、絶滅すること。ダイトミー（page 9）、ユーカソー（page 11）の項参照。

## イガジシン

---



品名：置物

価格：3600円

輸入国：チャド

チャドのニャルコレ族に伝わる魔除けの置物。木製。全長40センチ程度。全てハンドメイドで作られる。毎朝一杯の酒をイガジシンの前に供えることで、災害や事故から身を守ってくれると言われている。沖縄のシーサーに似た役目をもつイガジシンだが、屋外用はなく室内用のみ。風水のように方角や置き場所を気にする必要はない。すべてがハンドメイドなので労働の限界生産性(\*30)が低い。イガジシンの生産は利益を上げることを目的にしているのではないので、機械生産へ移行する気配はない。なお、旅行者がイガジシンを購入するとき、2体以上買おうとすると怒られるので注意が必要である。イガジシンを2体置くとイガジシンどうしがいがみ合い、人間に害を及ぼす魔力を持つイガリシンになってしまうからである。

---

\*30 労働の限界生産性（物） 追加1単位の労働によって産み出される生産物の数量のこと。労働量が少ないうち

は労働の限界生産性が上昇することもあるが、徐々に減少していく（逡減する）と考えられる。

## ゼーガップ

---



品名：ダイエット器具

価格：1980円

輸入国：アメリカ

ゼーガップはアメリカから輸入されているダイエット器具だ。これを足に巻くとむくみが取れる上に、はいたまま運動すると筋肉が刺激されてトレーニングにもなる。肥満大国アメリカではダイエット関連市場は巨大だが、ダイエット器具も多数あるので価格競争(\*31)が激しい。ゼーガップはフォルサー社が販売したグリナー(2700円)の類似品だが、価格が安く質も良いとされている。そのためアメリカで爆発的大ヒットしており、日本でも売れ行きが期待されている。

---

\*31 価格競争 同一財の競争市場では市場価格よりも少しでも低い価格をつけることができれば、いくらでも販売が可能となる。したがって、それぞれの企業は、追加1単位の費用(限界費用)が市場価格を下回る限り、価格を少しだけ



下げた。したがって、競争の結果、価格は限界費用（限界費用）に等しくなる。価格を下げると、利益の獲得をめざす。その競争の結果、価格は限界費用と等しくなり、企業の利益はゼロとなる。

## 妄想インポートカタログ

2012年12月 初版発行

<http://p.booklog.jp/book/58868>

著者：UZプロダクション

著者プロフィール：<http://p.booklog.jp/users/1715ni/profile>

感想はこちらのコメントへ

<http://p.booklog.jp/book/58868>

ブックログ本棚へ入れる

<http://booklog.jp/item/3/58868>

電子書籍プラットフォーム：ブックログのパー（<http://p.booklog.jp/>）

運営会社：株式会社ブックログ