

令和元年度海外視察研修報告書

令和元年7月7日（日）～7月14日（日）

イタリア（ミラノ、フィレンツェ、ヴェネツィア）



（ヴェネツィア サンマルコ広場にて）

奈良経済同友会

目 次

1. 全体概要	
(1) 日程表	1
(2) 参加者	2
2. 訪問地（先）の基礎知識	
(1) ミラノ	3
(2) フィレンツェ	3
(3) ヴェネツィア	4
3. 視察活動の記録	
(1) 第2日目（7月8日）	
〔ミラノ、コモ〕	5
(2) 第3日目（7月9日）	
〔ボローニャ、モデナ〕	9
(3) 第4日目（7月10日）	
〔フィレンツェ〕	18
(4) 第5日目（7月11日）	
〔フィレンツェ〕	22
(5) 第6日目（7月12日）	
〔ヴェネツィア〕	25
(6) 第7日目（7月13日）	
〔ヴェネツィア〕	29
資料1	
・「イタリアの政治経済情勢」 ジェトロ・ミラノ事務所長 井手 謙太郎 氏	
.....	31
資料2	
・訪問都市「散策MAP」	
ミラノ	53
フィレンツェ	54
ヴェネツィア	56

1. 全体概要

(1) 日程表

【奈良経済同友会 イタリア視察ツアー 8日間】

No	日付	発着地	現地時間	交通機関	概要	食事
1	2019年 7月7日 (日)	関西国際空港 発 ヘルシンキ 着 ヘルシンキ 発 ミラノ (マルペンサ) 着	10:45 14:40 16:10 18:10	AY-078 AY-1755 専用車	空路、ヘルシンキ経由イタリア (ミラノ) へ ※所要時間：10時間 乗り継ぎにてイタリア (ミラノ) へ ※所要時間：3時間 夕食後、ホテルへ 【ミラノ スターホテル ローザ グランド 泊】	機内 夕食
2	2019年 7月8日 (月)	ミラノ 滞在	10:00 14:30 17:30	専用車	ドゥオモ、ガリア・ヴィットリア・イヌーレ2世見学 (10:00~11:00) ホテル会議室にて『ジェットロ・ミラノ』による説明 (14:30~16:00) 『イン・コモ社』にて工場見学&質疑応答 ホテル到着 【ミラノ スターホテル ローザ グランド 泊】	朝食 昼食 夕食
3	2019年 7月9日 (火)	ミラノ ボローニャ モデナ フィレンツェ	09:00 15:30 18:30	専用車	(11:30~14:30) 『FICO EATALY WORLD』食のテーマパーク 専用見学ツアー (15:30~16:30) 『ランボルギーニ』本社視察見学 ホテル到着 【フィレンツェ シーナ ヴィラ メディチ 泊】	朝食 昼食 夕食
4	2019年 7月10日 (水)	フィレンツェ 滞在	11:30 午後		(9:30~11:00) 『PIERO TUCCI』革メーカー視察見学 フィレンツェ観光施設 (ウフィツィ美術館、ドゥオモ、ヴェッキオ橋) 【フィレンツェ シーナ ヴィラ メディチ 泊】	朝食 昼食 夕食
5	2019年 7月11日 (木)	フィレンツェ ヴェネツィア	09:00 午後	専用車 列車 ボート	(10:30~12:45) 『CASTELLO VICCHIO MAGGIO』ワイナリー フィレンツェから列車にてヴェネツィアへ 到着後、専用ボートにてホテルへ 【ヴェネツィア モナコ&グランドカナル 泊】	朝食 昼食 夕食
6	2019年 7月12日 (金)	ヴェネツィア 滞在	午前 午後		視察：ヴェネツィア観光施設 (サンマルコ広場、サンマルコ寺院、ドゥカレ宮等) 午後はヴェネツィア自由散策 【ヴェネツィア モナコ&グランドカナル 泊】	朝食 昼食 夕食
7	2019年 7月13日 (土)	ヴェネツィア ヴェネツィア 発 ヘルシンキ 着	午前 午後 21:00頃 24:00頃	ボート 専用車 AY-1782	視察：ヴェネツィアングラスで有名なムラーノ島へ 視察：鮮やかな街並みのブラーノ島へ 帰国の為、空港へ 空路、ヘルシンキへ	朝食 昼食
8	2019年 7月14日 (日)	ヘルシンキ 発 関西国際空港 着	07:00頃 22:40	AY-067	飛行機遅延のため空港近くのホテルにて宿泊 帰国の途へ 解散	機内

(2) 参加者

北 義彦	南都商事株式会社 取締役社長
吉田 裕	株式会社大和農園ホールディングス 代表取締役社長
吉田 明美	吉田 裕 令夫人
鳶川 安雄	一般財団法人南都経済研究所 理事長
鳶川 慶子	鳶川 安雄 令夫人
山田 善久	大光宣伝株式会社 代表取締役社長
出口 悦弘	ディライト株式会社 取締役会長
板床 俊祐	野村證券株式会社奈良支店 支店長
上田 昌平	株式会社レナ 代表取締役
植田 英寛	株式会社中和商事 代表取締役
大浦 良幸	大浦貴金属工業株式会社 代表取締役社長
上武 敏一	上武建設株式会社 代表取締役会長
河村 善一	社会福祉法人飛鳥学院 常務理事・院長
高垣 一生	株式会社近畿日本ツーリスト関西奈良支店 支店長
武士 昌弘	株式会社奥村組関西支店 副支店長
田中 秀直	株式会社三菱UFJ銀行奈良支店 支店長
豊澤 安男	奈良豊澤酒造株式会社 代表取締役会長
豊澤 宏子	豊澤 安男 令夫人
畠山 春子	株式会社サロンまき 代表取締役
前川 浩二	株式会社都市企画設計コンサルタント 代表取締役
松本 喜久子	白鳳会 西大和保育園 理事長・園長
松本 健介	SMB C日興証券株式会社 奈良支店 支店長
森山 斗福	株式会社らくじ会 代表取締役
森山 朋子	森山 斗福 令夫人
山浦 克久	みずほ証券株式会社奈良支店 支店長
井阪 英夫	奈良経済同友会 事務局長

以上 26名
(敬称略)

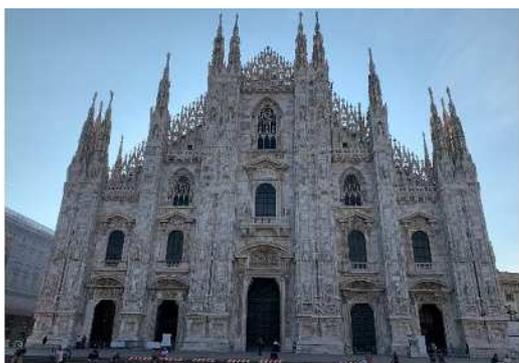
2. 主な訪問地の基礎知識

(1) ミラノ

ミラノは、イタリアで最大の都市圏人口を擁する都市で、ミラノ県の県都およびロンバルディア州の州都である。イタリア全土では首都ローマに次ぎ第2位、北部イタリアにおいては最大の都市で商業、工業、金融の中心。観光地としても名高い。

1982年に1,607,804人いた人口はその後の1990年代ころからの近郊都市へのドーナツ化現象による人口流出の影響で長く減り続けたが、ここ数年はおよそ130万人前後の人口で落ち着いている(2017年1月1日時点の人口は1,351,562人)。2015年の近郊を含む都市圏人口は約526万人であり、イタリアで最大、南ヨーロッパではスペインのマドリードに次ぐ都市圏を形成している。日本の稚内市とほぼ同緯度に位置するが、最寒月の平均気温がおよそ5°C程度と、比較的温暖。

ミラノ・コレクションなどで知られるように古くから服飾・繊維産業などファッション関連の産業が盛んな土地柄であるが、近年は航空産業や自動車産業、精密機器工業なども発達しており、イタリア最大級の経済地域を形成している。2015年にミラノ国際博覧会(ミラノ万博)が開催された。



(2) フィレンツェ

フィレンツェは、イタリア共和国中部にある都市で、その周辺地域を含む人口約38万人の基礎自治体(コムーネ)。トスカーナ州の州都、フィレンツェ県の県都である。英名由来のフローレンスで呼ばれることもある。

中世には毛織物業と金融業で栄え、フィレンツェ共和国としてトスカーナの大部分を支配した。メディチ家による統治の下、15世紀のフィレンツェはルネサンスの文化的な中心地となった。市街中心部は「フィレンツェ歴史地区」としてユネスコの世界遺産に登録されている。1986年には欧州文化首都に選ばれた。

産業としては、観光業、繊維工業、金属加工業、製薬業、ガラス・窯業、ジュエリーや刺繍などの工芸が盛んである。貴金属、靴、皮ジャケットなどの革製品、フィレンツェ紙や、手作り香水や化粧品、焼き物など、伝統的手芸製品の小売店も多い。

観光では、サンタ・マリア・デル・フィオーレ大聖堂、サンタ・クロッチェ聖堂、サン・ロレンツォ聖堂、サンタ・マリア・ノヴェッラ教会、ウフィツィ美術館などの歴史的

な建造物が中心である。これらの観光客を受け入れる高級ホテルから学生向けの安宿までが多数存在している。



(3) ヴェネツィア

ヴェネツィアは、イタリア共和国北東部に位置する都市で、その周辺地域を含む人口約26万人の基礎自治体（コムーネ）。ヴェネト州の州都、ヴェネツィア県の県都である。

中世にはヴェネツィア共和国の首都として栄えた都市で、「アドリア海の女王」「水の都」などの別名をもつ。

かつては海上に浮かぶ孤島であったが、オーストリア帝国治世下の1846年にイタリア本土との間に鉄道が敷かれ、後に自動車用道路の「リベルタ橋」も架けられ、イタリア本土との往来は容易である。ただし、ヴェネツィア本島内は自動車だけでなく自転車の使用も禁止されているため、車はリベルタ橋を渡ってすぐの所にある「ローマ広場」の駐車場に置いて、島内を徒歩か船舶で移動することになる。

一方で運河が発達していることもあり、主な交通機関は必然的に船になる。水上タクシー、水上バス、渡し船などが運河を用いて頻繁に運行されている。なお gondola と呼ばれる手漕ぎの舟がヴェネツィアでは有名だが、現在では一部の渡し船を除き観光用途で運航されている。

現代のヴェネツィアは、他地域への人口流出、水害や地盤沈下、大気や水の汚染、建造物の老朽化など多くの問題に直面している。1966年の大水害の後には、歴史的な町を守るための国際的な運動がユネスコの主唱で組織された。



(参考資料 ウィキペディア)

3. 主な視察活動の記録

(1) 第2日目（7月8日（月））

【報告者 SMBC日興証券株式会社奈良支店 支店長 松本 健介】

≪10:00～11:30 JETRO・ミラノ事務所長 井出謙太郎氏「イタリアの政治経済情勢」≫

- ・2015年現在、イタリアの人口は5,980万人、面積は301,000平方km、GDPは18,148億ドル、一人当たりGDPは32,790ドル。
- ・二大政党制ではないが、政治は中道右派と中道左派の二つの塊で動いている。中道右派とポピュリズム政党である五つ星運動との連立が決まり、フィレンツェ大学教授のコンテ氏が首班指名された。元々は右派と左派がシーソーの様に政権を取っていたが、現在は反EUという共通認識で連立している。
- ・イタリアには、北部が豊かで南部が貧しいという貧富の差があり、北部同盟がルーツの右派Lega（同盟）は名称から「北部」を取って穏健化を図り、南部とも折り合いを付けた上で全国政党への道を開いた。
- ・足元では二つの混乱があり、一つは欧州懐疑派のサヴォーナ氏の経済相就任をマッタレウラ大統領が問題視したことと、もう一つは財政出動による赤字予算にEUが反発したこと。政党が若く、真っ当な政策が出てこないことが政治的課題である。
- ・イタリアの経済は1990年代が黄金時代であったが、2000年代にユーロを導入し、市場統合を行ってから徐々に落ち込みが目立つ様になってきた。リーマンショック以降は、2015年に持ち直したものの2017年に再び減速し、2018年後半はマイナス成長となっている。
- ・2月に発効した日本とのEPAについては、両陣営ともサポーターであり、特定の地域・作り方の地域商標／地理的表示（GI：パルミジャーノレッジャアーノ等）が日本でも守られるという措置に関心を抱いている。
- ・イタリアのかつての通貨であるリラは桁数が多かったが、ユーロになってレートがさほど動かなくなったため、モノの値段が上がり、生活が苦しいと感じる国民が多く、ユーロ導入時は皆嫌悪感を抱いていた。現在は、通貨としてユーロから切り離されることには懸念があり、また、BREXITを見てEUから外れることに対しても前向きではなくなっている。
- ・若年層（15～24歳）の失業率が32.5%（2018年第2Q）と高い。労働者は同じ職場に居座り続けるため、若い労働者が入り込めない体質になっている。スペイン・ポルトガル・ギリシャといった経済危機を迎えた国々は構造改革を余儀なくされたが、イタリアはそこまでではなかったこともあり、体質が変わらずダラダラときてしまっている。

- ・産業は、弱いながらも商業、工業、不動産業など「フルセット」のバランスの取れた構造。工業分野別の付加価値額の割合では、機械、金属製品、食品、ファッションの4分野で5割弱を占めている。
- ・日本からの輸出品目の1位は自動車であるが、欧州内の工場での生産数が増えており、輸出額は減少傾向。但し、日本から見たマクロ的な影響は軽微で問題にはなっていない。
- ・日本企業はドイツに2,000社超えているものの、イタリアには280社程度で、欧州というよりもイタリアへの関心の表れだと感じている。一方、先般のミラノ博では、予想に反して日本館に長蛇の列が出来、人気・関心が高まっている。万博前は中国が持て囃されていたが、万博後には日本食ブームが発生し、結果的に訪日客が大幅に増加している。訪日イタリア人の訪問先は奈良県が7位となっている。

(以下、質疑に対する応答)

- ・移民を追い出すという話は特に出ておらず、排斥もしていない。政府は移民がイタリア化してくれることを望んでおり、中国系は融和しているものの、アラブ・アフリカ系はまだ馴染んでいない印象。
- ・企業経営者は仕事への誇りを持っており、信念を持ってよく働いている。一方で国全体で大きな社会的システムを構築することが苦手で、ある意味では大企業病とも言える。
- ・イタリアの食文化の中に日本酒等を入れ込むのは難しいが、提供する料理店は増えてきている。食については背景のあるものが好きで、趣味としての日本酒愛好家は増えている。
- ・ミラノは観光地が少ないと評判だったが、宿泊者が増えており、ブランドショップが集中していることから買い物のし易い街として認知が高まっている。
- ・世界規模のファッションイベントであるピッティには日本企業も多数出店しているが、どちらかというバイヤーの数の方が多い。日本のモノは良いが、イタリアで販売する過程において値段が上がっており、買い手を納得させるだけの物語を付すことが必要となっている。
- ・政党を支持するにあたっては、各党の政策や予算額を比べて投票出来るような流れになっている。一人当たりGDPの割に失業率が高いのは、貧富の差が大きいからで、スリは社会に溶け込んでいない様なジプシーが多く、政府もやや放置している様なところがある。
- ・イタリアの教育制度は中学生までが義務教育で、大卒よりも高卒の方が多くいる状況。大学は入学がし易く卒業がし難い。
- ・スタートアップ企業は低調で、国として奨励しているバルト三国やオランダの様なお状態ではなく、ファンドも弱い。イタリアは居住するための手続きが相当に煩雑で、緩和の

動きも今のところ見られないことから、こうした影響もあるのではないかと感じている。



《15:30~16:00 コモ県 INCOMO 社（服飾会社）工場見学》

- ・従業員数は約 50 名で、工場の生産体制は、月曜日から金曜日が 2 シフト制、土曜日は 1 シフト制。平日は 15 : 00 にシフトを交代し、土曜日は 6 : 00 ~ 13 : 30 の勤務時間。
- ・シルクの原料は中国から来るが、染色技術はイタリアに及ばない。
- ・インクジェットについてはコンピュータ制御されており、コニカミノルタ製のプリンタやエプソンのインクジェットなど日本の製品が目立った。



【2019.7.8 16:20~16:50 アウトレット訪問】

- ・シルク商品を中心としたスカーフやネクタイのアウトレット店に立ち寄り。



(2) 第3日目(7月9日(火))

【報告者 野村證券株式会社奈良支店 支店長 板床 俊祐】

《11:30~14:15 ポローニャ 食のテーマパーク「FICO EATALY WORD」視察見学》

FICOとは、Fabbrica Italiana Contadinaの略で「イタリア農業工場」の意味。「食」の価値を問い、生み出す場所で、扱う食品は純正イタリアン。コンセプトは各土地・気候の中で、「大地が作り出すもの」を、「育て」「形を変え」「料理する」術を知り、学ぶこと。

デモンストレーション用農場や牧場で、農産物耕作や家畜地元種生育現場見学などを通して、種まきから食品になっていく製造過程をライブで見られます。レストラン・ストリートフードは45軒。提供される8割の食材がFICO内で作られたものです。(公園内出展業者製)。イタリアの最高品質の特産品を販売する9,000㎡の巨大マーケットでは、広い敷地内もピアンキの自転車で買い物が可能です。ヨーロッパ最大のソーラーパネル設置や、施設内完全分別ゴミ収集を実施し廃棄物ゼロをめざすなどの環境に配慮した取り組みも注目されています。

フランスのメディアから、「食のディズニーランド」(France Info、2017年11月15日)、あるいは「農産食料品産業の遊園地」(フィガロ、2017年11月11日)と呼ばれるFICOは、Fabbrica Italiana Contadina(イタリア農業工場)の頭文字をとった呼称で、イタリア語で「イチジク」を意味します。傘下には、エレクトロラックス社[家電]、コーヒーのラヴァッツァ社、トラクターのニューオランダ社、トマト缶詰のムッティ社、サムスン社[家電]、ポローニャのモルタデッラソーセージ生産者組合、ワールプール社[家電]、家具のカルテル社、コーヒーメーカーのアレッシ社、それに乳製品大手のグラナローロ社など、多数の事業者が集められています。2017年11月15日に行われた開幕式には、パオロ・ジェンティローニ首相のほか、環境、労働、農業、それに文化・観光の各大臣が出席し、この施設の名前の由来となった食料品流通ブランドEatalyの創業者オスカー・ファリネッティ氏以下、150以上の企業のトップも列席しました。



◎モデナのバルサミコ酢

モデナのバルサミコ酢は 1000 年以上の歴史がありながら、その希少さのせいでイタリア中にその存在が知られるようになったのは 1900 年ごろから。バルサミコ酢への注目度が急上昇しているのに、生産される量は需要に対して圧倒的に少ないので、バルサミコ酢はいつも「**幻の食材**」状態でした。貴重すぎて手に入らないという理由で、ついには「ニセモノのバルサミコ酢」が世界中に出回ることによって、**「バルサミコ (Balsamico)」** はイタリア語で「心地いい」「マイルドな」という意味をもつ一般的な単語で、つまり「バルサミコ酢」とは、ざっくりと「マイルドな酢」という意味です。ということは、世界中のどこでも、誰でも、カラメルで色をつけたただの酢を「バルサミコ酢」と呼んで製造、販売することができるのです。そこで、**伝統的な製造方法に敬意を払い、製造コストを抑えながら、おいしいバルサミコ酢をつくる方法**への模索が始まりました。モデナのバルサミコ酢の生産業者がそれぞれに研究を進め、1950 年ごろになると「伝統的な製法のバルサミコ酢」とは別に、時間と手間を省いた一般消費用のバルサミコ酢の製法が確立されはじめて、「**伝統的でないけれど、ニセモノでもないモデナのバルサミコ酢**」が市場に並ぶようになりました。ただ、これらのバルサミコ酢は、各々の生産業者が、試行錯誤しながら生み出したオリジナルの製法で好きなようにつくっていたため、品質も味も「バラバラ」でした。そんなとき、目指したのが「IGP」の獲得。IGP はイタリア語で「Indicazione Geografica Protetta」、**ヨーロッパ各地の重要な特産物を保護するために EU が定める規格**です。モデナのバルサミコ酢生産者たちは「モデナのバルサミコ酢」という名前の商品がおいしかったり、おいしくなかったりすることは、モデナのバルサミコ酢全体にとってよくない！と考えたのです。何年にもわたってモデナの生産者たちは MIPAAF との研究を続け、ついに 2009 年、バルサミコ酢としての品質と独特の風味を保証するための細かなルールが確定し、新しい製法のバルサミコ酢が「IGP」として認定されました。こうしてモデナには、「**本物のバルサミコ酢**」が、DOP（保護指定原産地表示）と IGP の 2 種類存在することになりました。



◎パルミジャーノ・レッジャーノチーズ

パルミジャーノ・レッジャーノは、EUの原産地呼称保護（PDO）の認定を受けた、唯一本物のパルメザンチーズです。パルミジャーノ・レッジャーノは、その原産地の生乳のみを使用し、添加物や保存料を使用せず、今もなお昔ながらの製法で作られています。最低1年、通常は2年熟成させます。



◎生ハム「プロシュット・ディ・サン・ダニエーレ」

プロシュット・ディ・サン・ダニエーレ (Prosciutto di San Daniele) は、イタリアのフリウーリ地方のサン・ダニエーレの 29 社により作られているプロシュットで、生ハムの一つです。DOP（保護指定原産地表示）の一つとなっており、産地保証による品質管理のため、この名称を使用する条件は厳しく運用されています。イタリア北東部、オーストリア国境の近くにあるこの地は、雪に覆われたアルプスの山々から山肌を伝わって降りてくる、冷たく乾いた空気と、アドリア海から吹く湿った暖かな風が出会う場所であり、生ハム作りに適したところと言えます。

Consorzio del prosciutto di San Daniele：サン・ダニエーレ生ハム協会による決まりの元、指定農場で飼育された生後 9 ヶ月、生体重 160Kg 以上のものでト畜後フレッシュな状態で 11Kg 以上の豚もも肉を原料とし天日海塩を用いて熟成して作られています。イタリアの生ハムといえば世界三大生ハムの一つとされるプロシュット・ディ・パルマの方が有名だが、値段の点から言えばサン・ダニエーレの方が高く、別格として扱われています。

パルマ産に比べ、豚もも肉全体を圧縮しギター型にすることで脂肪が毛細血管を通じて全体に広がり、生ハム全体にまろやかさを醸し出しています。肉々しい感じは控えめでサッパリしており、上品な香りが特徴的。



《15:10~16:45 モデナ ランボルギーニ本社視察見学》

ランボルギーニグループでは自動車とトラクターに、デザイン違いの猛牛エンブレムを与えた。このエンブレムの由来は諸説あるが、初めて採用されたのは 350GTV。当時、製造されていたトラクターには、猛牛エンブレムは与えられておらず、1983 年ごろに発売されたトラクター(ランボルギーニ 1706)が最初だった。

エンブレムの歴史を見ると、フェラーリの跳ね馬エンブレムに対抗する猛牛説が一番説得力あるように感じる。さらに、フェルッチオ・ランボルギーニ氏の農家出身の誇り、トラクター製造の誇り、スポーツカー業界への反発心など多くの想いが込められたデザイン。創業者であるフェルッチオ・ランボルギーニは、第二次世界大戦後、イタリアにトラックが不足していることに目を付け、軍が放出するトラックを民生向けに改造し販売することで富を得た。大戦中、ロドス島にて兵器のメンテナンスに当たっていた彼の経験が活かされるかたちとなった。



1947 年、当時から自動車好きであった彼は、これを元手に小さなチューニングショップを開いた。1948 年、彼は友人と共にミッレミリアに参戦した。車両はフィアット・トポリーノで、自作の OHV ヘッドが載せられていた。しかし途中で友人が運転を誤り、レストランに突っ込んでしまう。この際、彼は友人と共に車外に投げ出され、大ケガを負った。後に彼がレース界から距離を置くようになったのは、この経験が一因であるとされている。その後、彼はトラックに続いてトラクターの自社開発に取り組み、1949 年にランボルギーニ・トラットリーチ SpA を設立した。当初はただ同然で手に入れた軍放出車両のモリスエンジンを用いた一般的なものであったが、後に自ら開発した排気熱で軽油を気化するイン・パボリザトーレというシステムを使って高性能なトラクターを作った。これは当時高価であったガソリンをエンジンの始動と暖気に使うだけで済み、後は安価な軽油で十分に動かせたため、大ヒットに繋がった。また 1960 年にはランボルギーニ・ブルチアトーリ SpA を設立し、ボイラーとエアコンの製造販売を手掛け、これも成功を収めた。

2001 年に誕生したランボルギーニ・ミュージアムは、今回の全館改修で館内のレイアウトや展示をすべて一新。室内は新コンセプトにもとづいて白い床やグレーの壁でまとめられ、ランボルギーニの鮮やかな色彩の車両を引き立てた。また、マルチメディアを使用した展示やアティビティーなどにより、ランボルギーニの過去から未来に向けて、その世界観を体験できるようにした。

◎車種「ウラカン」

車名はスペイン語で「ハリケーン」を意味し、直接的な由来は1879年8月のアリカンテで行われた試合で活躍したスペインの闘牛から名付けられたもの。アウディ・R8は兄弟車である。エンジンはV型10気筒NAエンジン、駆動方式は4WDとウラカンでも踏襲。変速機は、ランボルギーニ・ドップピア・フリッツィオーネ(LDF)と呼ばれるDCTをランボルギーニで初めて採用した。ANIMA「アニマ」(Adaptive Network Intelligent Management アダプティブ・インテリジェント・マネージメント)と呼ばれる走行モード統合制御機構を搭載させた。ちなみにANIMAはイタリア語で“魂”という意味である。



◎車種「アヴェンタドール」

車名はスペイン・サラゴサの闘牛場において1993年10月から活躍した雄牛の名にちなむ。2011年に市販化された。また2016年3月、生産台数が5,000台に達したエンジンフードカバーのデザインは、カメムシの外観から発想を得たもの。フロントやリア周りの意匠は、2007年に公開されたムルシエラゴ・ベースの限定車レヴェントンと、2008年に公開されたコンセプトカー・エストーケと共通性を感じさせるものとなっている。カーボンファイバーモノコックを採用し、サスペンションはプッシュロッド式、エンジンは新設計のV12となっている。トランスミッションはマニュアルを廃止しセミオートのみとなった。



◎車種「ミウラ」

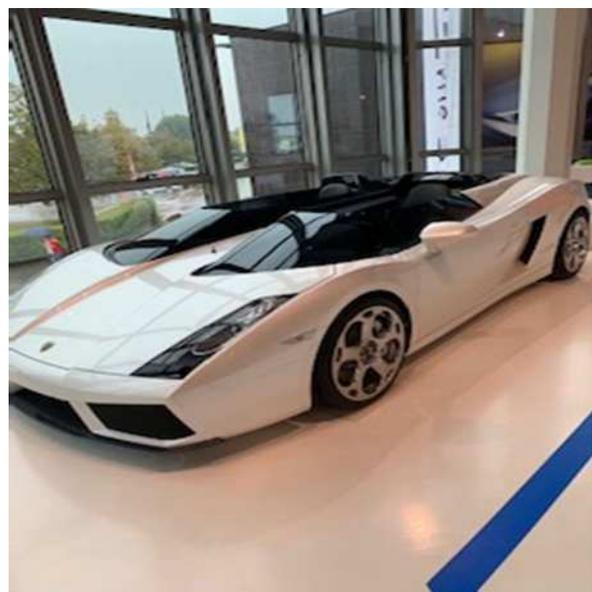
伝説の闘牛牧場ミウラの名にちなんで命名された。トラクターの製造販売やエアコンなどの事業で大成功を取めたフェルッチオ・ランボルギーニがフェラーリに対抗すべく 1963 年に興したランボルギーニによって 1966 年 3 月ジュネーヴ・モーターショーにて発表され、1966 年から 1973 年までに約 750 台が生産された。ミウラのドアを全開にし、前から見た姿は正に大きく立った角をもつ闘牛のようである。



◎車種「ガヤルド」

2003 年、ガヤルドはフラグシップ以外の車種として久しぶりに発表された。スタイリングはムルシエラゴと同様に、ベルギー人デザイナーのルク・ドンカーヴォルケによって主導された。車名は闘牛名に由来するものではなく、18 世紀スペインの闘牛飼育家であるフランシスコ・ガヤルドから採られている。

本車は、日常使用の使い勝手を向上させるためシザードアは採用されず、一般的な前ヒンジの横開きドアとなっている。また、2005 年モデルよりフロント部車高を少し上昇させることが可能となっている（日本仕様では標準装備）。このシステムは油圧式であり、車高を上げた状態でも 70km/h で走行でき、またタワーパーキングへの入庫が可能となっている。



◎車種「カウンタック」

イタリアのランボルギーニが 1974 年から 1990 年にかけて製造していた自動車（スーパーカー）である。Countach とは、イタリア北西部ピエモンテ地方の方言で「驚いた」を表す *contacc* [kɔŋˈtatʃ]（クンタッチ）の綴りを一部改変したもの。カウンタックは、ミウラを凌駕する次世代のミッドシップ・スーパースポーツカーとして、エンジニアのパオロ・スタンツァーニを中心に開発された。ミウラは横置きミッドシップの V 型 12 気筒エンジンを導入して大成功を収めたが、極端に後寄りの重量配分に起因する高速走行時の不安定性、複雑なトランスミッション系に起因するシフトフィールの悪さなど、横置きエンジン固有の欠点が課題として残された。



(3) 第4日目 (7月10日 (水))

【報告者 みずほ証券株式会社奈良支店 支店長 山浦 克久】

≪9:30~11:00 フィレンツェ 革製品製造・販売「PIEROTUCCI」視察見学≫

■ピエロトゥッチ社概要

- ・『PIEROTUCCI (ピエロトゥッチ)』はイタリア・フィレンツェのレザーファクトリー。
- ・ピエロトゥッチ社は PierLuigi Tucci (ピエルルイーダ・トゥッチ) が、1972年、フィレンツェの中心地ヴェッキオ橋の近く、自社ブランド「トスカネッラ」の名前の由来ともなる Via Toscanella に小さな工房を構えることから始まった。
- ・卓越した技術とセンスの良さで頭角を現し、数々の有名ブランド製品製作にも携わるなど40年以上に渡りイタリアンモード界で活躍している。
- ・Matteo (マテオ)、Marco (マルコ)、二人の息子たちに受け継がれた現在では、ピエロトゥッチ、トスカネッラなどの自社オリジナルブランド製品を製作。

■会社の歴史

- 1972年 フィレンツェの中心地、ヴェッキオ橋の傍らに工房を構え、ピエロトゥッチ社を創業。
- 1975年 生産拡張のため工房と本社を移転。ピエロトゥッチ製品をヨーロッパをはじめ、アジア、アメリカへと輸出。
- 1986年 組織拡張のため現所在地となるフィレンツェ郊外へ工場を設立。Dunhill、Bally、Valentino Garavani、F.lli Rossetti、Cole-haan 等のブランドと職人協力を開始。
- 1994年 工場敷地内にファクトリーショップをオープン。
- 1999年 レザーショップに隣接させたアート&ジュエリーショップをオープン。
- 2002年 世界各地に向けたイタリアの皮革製品販売を目指し、オンラインファクトリーショップを始動。
- 2005年 レザーファクトリーショップの拡張。Hugo Boss ベルリン店オープニングに向けてのバッグ製作。
- 2007年 ファクトリーショップにて、「Fulra」(フルラ)、「GHERARDINI」(ゲラルディーニ)の販売を開始。
- 2002年 ローマに姉妹店「マルコ・アウレーリオ」をオープン
- 2013年 ファクトリーショップにて、「MICHAEL KORS」(マイケル・コース)、「MONTBLANC」(モンブラン)の販売を開始。
- 2014年 レザーショップに隣接させたシューズショップをオープン。

■見学内容

- ・昔ながらの技法を継承した、熟練革職人マテオ氏アテンドによる鞆づくりの工程、工房見学。
- ・使用している革は90%が牛革であり、イタリア、フランス、スイスから厳選され、生後18か月から24か月目の牛に限定と説明を受け、実際の革を拝見した。
- ・牛1頭から、革の部分は4つに分けられ、鞆制作にはさらに25から40のパーツに分けられる。革の厚さを調整し、色を付け、パーツを組み立て、すべて手作業による作業工程を見学した。
- ・道具においては、長年（40年前）使い込んだものを使用しており、昔ながらの技法、伝統を重んじ、大量生産を行わず、一つ一つ手作業により丁寧に製品を仕上げていく素晴らしいものを見学できた。



《午後からフィレンツェ市内の観光施設を見学》

① ウフィツィ美術館

ウフィツィ美術館 (Galleria degli Uffizi) は、メディチ家歴代の美術コレクションを収蔵する美術館であり、イタリアルネサンス絵画の宝庫である。展示物は 2,500 点にのぼり、古代ギリシア、古代ローマ時代の彫刻から、ボッティチェリ、レオナルド、ミケランジェロ、ラッファエッロらイタリアルネサンスの巨匠の絵画を中心に、それ以前のゴシック時代、以後のバロック、ロココなどの絵画が系統的に展示されている。

1591 年より部分的に公開されており、近代式的美術館としてヨーロッパ最古のもの 1 つである。また、イタリア国内の美術館としては収蔵品の質、量ともに最大のもので、1982 年に世界遺産フィレンツェ歴史地区の一部として認定されている。また、トスカーナ方言である Uffizi は英単語 office の語源になった。



② サンタ・マリア・デル・フィオーレ大聖堂

続いて、サンタ・マリア・デル・フィオーレ大聖堂のクーポラ（ドーム）登頂に参加者のうち 17 名が挑戦した。クーポラの高さは 107m。実際に上ったのは 90m で、階段数にして 464 段。17 名全員が脱落せず上りきり、フィレンツェ市内の 360 度の景色を堪能した。

※サンタ・マリア・デル・フィオーレ大聖堂について

世界遺産フィレンツェ歴史地区にある、キリスト教・カトリックの教会。フィレンツェの大司教座聖堂であり、ドゥオーモ（大聖堂）、サン・ジョヴァンニ洗礼堂、ジョットの鐘樓の三つの建築物で構成される。教会の名は「花の（聖母）マリア」の意。

1296 年から 140 年以上をかけて建設。外装は白大理石を基調とし、緑、ピンクの大理石によって装飾され、すこぶるイタリア的なゴシック様式に仕上がっている。クーポラとランタン（採光部）は初期ルネサンス、そして 19 世紀に完成したファサードはネオ・ゴシックによる混成様式である。全長 153m、最大幅 90m、高さ 107m。八角形の大クーポラの内径は 43m。聖堂の大きさとしては世界で 4 番目に大きい。



(4) 第5日目 (7月11日 (木))

【報告者 株式会社三菱UFJ銀行奈良支店 支店長 田中 秀直】

《10:40~11:40 キャンティ地方のワイナリー「CASTELLO VICCHIOMAGGIO」視察見学》

◆概要

日時：7月11日 (木) 10:40 ~

訪問先：CASTELLO VICCHIOMAGGIO

(ワイナリー)

目的：ワインセラー見学

案内者：MS. INES



◆要旨

・ キャンティ・クラッシコ地区のワイナリーを訪問。ワイナリーの歴史・概要やワイン製造工程の見学・説明を受けた後、当ワイナリーで製造している代表的なワイン2本の試飲を実施。

◆見学・説明内容 (主に MS. INES からのヒアリング内容を纏めたもの)

・ 今回訪問した CASTELLO VICCHIOMAGGIO はトスカーナ州キャンティ・クラッシコ地区のワイナリー。同州はイタリアの中でもワインの生産が盛んな地域だが、特にキャンティ・クラッシコ地区は高品質なワインの産地として有名で、約 70km 圏内に凡そ 500 軒のワイナリーが存在する。同地区で生産される「キャンティ・クラッシコ」には、例えば葡萄の品種はサンジョヴェーゼ 80%以上使用、トスカーナ州の葡萄に限定、生産量は 2,500l/ha 以内に限るといった厳しい決まりがあり、各ワイナリーが少量ずつ生産している。地理的にはトスカーナ州の州都フィレンツェとシエナの中間付近に位置し、フィレンツェから車で1時間程度の場所にある。

・ CASTELLO VICCHIOMAGGIO にはホテルやレストランも併設、全体の敷地面積は 130ha に及ぶが、葡萄畑は 30ha・オリーブ畑は 10ha に過ぎず、オーナーの強い意向により量より質の良いものを作ることに専念しているとのこと。所有者が現オーナーに代わったのは 1964 年だが、元々要塞だったものを貴族が買取り屋敷としていた頃もあり、建物の一部は 10 世紀頃に建造されたものが今も残る。レオナルド・ダヴィンチがデッサンのために滞在したこともあるという。



・ 当ワイナリーでは年間 15 万本のワインを生産しているが、主に熟成期間の長さ等によって以下の 3 種類に分類される。

① キャンティ・クラッシコ ベーシック：熟成期間 1 年

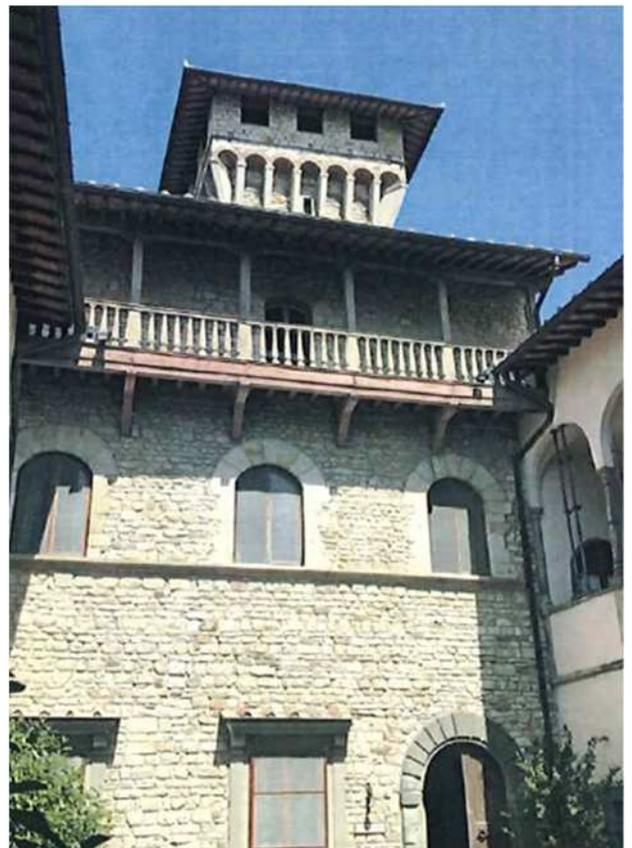
② キャンティ・クラッシコ リゼルヴァ：熟成期間 2 年

③ キャンティ・クラッシコ グラン・セレツィオーネ：熟成期間 2.5 年以上

・ 最上級の③は一番古い苗の葡萄を使用している。古くなれば古くなるほど葡萄の生産量は落ちるが品質が良くなるため、結果として③のワインの生産量は全体の 5~6%に留まる。

・ なお、葡萄の収穫時期は気温や湿度によって毎年異なり、酸度が落ちて糖度が上がるのを待ってから収穫する。ワイナリーの従業員は 5 名で収穫は全て手作業で実施、そのため収穫には 2~3 週間を要するが、これにより品質が保証されるという。

・ 収穫の次は発酵工程。衛生的でかつ温度を一定に保つため発酵工程ではステンレス製の容器を使用。酵母は温度に敏感で高いと死滅するためステンレスは二重構造になっており、隙間に水を入れることで 18℃を保っている。同工程で重要なのは発酵時に葡萄の皮が剥がれていないこと。ワインのタンニン・香り・色は全て皮から生まれる。



・ 次の熟成工程ではフランス産のオークで作られた樽を使用。バニラの香りや柔らかいアロマを引き出すにはフランス産のオークが最適とのこと。樽には5,000ℓと225ℓの大小2種類のサイズがあり、小さい樽の方が木との接触面積が増えるため、よりまろやかになると。また、大きい樽は20,000€（約2,400千円）、小さい樽は1,200€（約150千円）。大きい樽は中に人が入って洗浄できるため50年は使えるが、小さい樽は洗浄できないため約3年で処分される。当ワイナリーでは大きい樽を10数個、小さい樽を70~80個所有している。



以上

見学及び同ワイナリーにて昼食後、フィレンツェに戻り、サンタ・マリア・ノヴェッラ駅から列車にてヴェネツィアに移動。



到着後、専用ポートにてホテルへ

(5) 第6日目 (7月12日 (金))

【報告者 奈良経済同友会 事務局長 井阪 英夫】

《午前中 ヴェネツィア観光施設等見学》

① ゴンドラ乗船

ゴンドラとは、ゴンドリエーレと呼ばれる船頭が、一本のオールだけで漕ぐ小舟。かつては、地元の交通手段として活躍したが、現在では観光客を乗せる遊覧船となっている。4~5名程度に分乗し、大きな運河や両岸に石造りの建物が所狭しと並ぶ細い運河を巡った。



② サン・マルコ広場

ヴェネツィアの中心的な広場。回廊のある建物に囲まれ、ドゥカーレ宮殿やサン・マルコ寺院などがある。世界で最も美しい広場とも言われており、観光名所のほか、海からの玄関口でもある。

サン・マルコは、ヴェネツィアの守護聖人である福音記者マルコに由来する。サン・マルコ寺院の聖堂の正面部分は柱廊に囲まれた台形になっていて、実際より奥行きがあるように見える。この台形広場（piazza）に、海に面したサン・マルコ小広場が続いており、全体としてL字型になっている。小広場にはカナル・グランデに面して2本の円柱があり、それぞれ頂上には聖マルコを象徴する「有翼の獅子」像と、「聖テオドーロ」像がある。



③ サンマルコ寺院

サン・マルコ寺院（Basilica di San Marco）は、福音記者マルコにささげられた、イタリアのヴェネト州の州都ヴェネツィアで最も有名な大聖堂。聖マルコの聖遺骸を安置するために828年に建てられた。その後改築を経て11世紀に再建された。

縦と横がほぼ同じ長さの十字架で、5つのドーム屋根が特徴。建物内は、黄金に煌く壁や天井と、祭壇には2,000個もの眩い宝石が埋め込まれた黄金の衝立がある。



④ ドゥカーレ宮

ドゥカーレ宮殿は、ヴェネツィア共和国の総督邸兼政庁であった建造物で、住宅、行政府、立法府、司法府、刑務所という複合機能をもっていた。教会と一体となった国家権力を誇示するため、中庭の北側面は大聖堂の外壁と接するようになっている。外観はゴシック風のアーチが連続し、イスラム建築の影響も見られる細やかな装飾が施されている。サン・マルコ広場に面して建造され、運河を隔てて対岸の牢獄跡と、ため息橋で結ばれている。現在内部は、ヴェネツィア市民美術館財団（MUVE）の運営する美術館の一つとして公開されている。

8世紀に創建され、12世紀まで宮殿として使われていた痕跡が残っており、14世紀にはゴシック様式に改築。16世紀にはヴェネツィア派の画家たちが壁画や天井を画描いた。世界最大の油絵といわれる「天国」がある大評議会の間や中庭、2階の回廊などを見て回った。



⑤ リアルト橋

昼食後、有志 10 数名でリアルト橋まで散策、ショッピング等に出かけた。

リアルト橋は、ヴェネツィアのカナル・グランデに架かる 4 つの橋の一つで、「白い巨象」とも呼ばれる。13 世紀に架けられた最初の橋。この橋の周辺は海拔が比較的高く洪水の被害も少ないため、ヴェネツィアでは最も早くこの周りに集落ができ商業の中心地となったところである。橋の上にはアーケードが作られ、商店が並んでいる。ヨーロッパの橋としては珍しく、カナル・グランデを見晴らす欄干と花瓶型の手摺がついている。



(6) 第7日目(7月13日) 【報告者 奈良経済同友会 事務局長 井阪 英夫】
《ヴェネツィア本島から、クルーザーに乗船し、ムラーノ島、ブラーノ島を見学》

① **ムラーノ島** ヴェネツィアガラス工房見学



○見学訪問先

VETRERIA ARTISTICA MAZZUCATO

※ヴェネツィアとガラス

ヴェネツィアガラスの始まりは13世紀ごろ。当時珍重された中東産のガラス製品を自国で生産するため、シリアから技術を導入したことに端を発する。火災による延焼と技術の流出を防ぐため、工房はすべてムラーノ島に集められた。

島内にはあちこちにヴェネツィアガラスの工房やショップが点在している。



② **ブラーノ島** カラフルな家並みが特徴の漁師の島を見学、伝統工芸はレース編み

※ヴェネツィアとレース

ブラーノ島はカラフルな建物が特徴。漁から戻った船が霧の中でも自分の家を見分けることができるようにと漁師が自分たちの家を赤・黄・青などに塗り分けたとのこと。

元々漁業が盛んな島で、漁業用のネットを作ったり修繕したりする技術の蓄積があり、中世からレース編みの技術が生み出され、貴族の衣装を飾るものなどとしてヴェネツィアだけでなくヨーロッパ中で流行した。



(資 料 1)

「イタリアの政治経済情勢」

ジェトロ・ミラノ事務所長 井手 謙太郎 氏

奈良経済同友会様

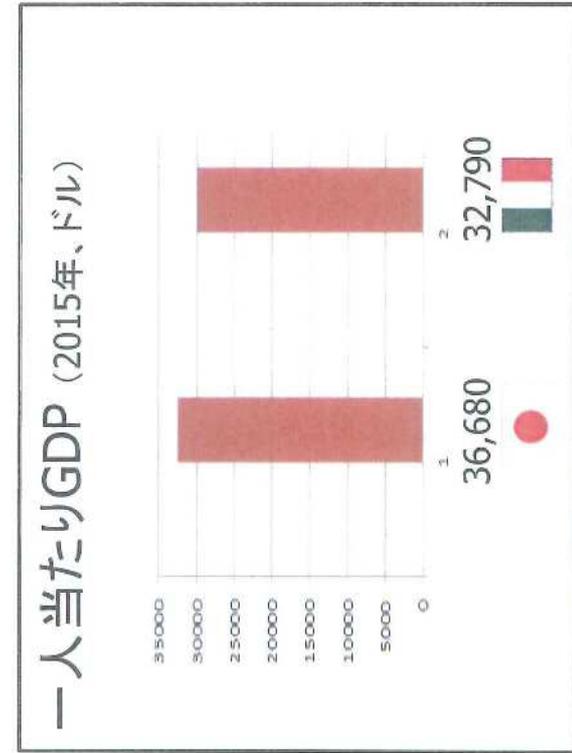
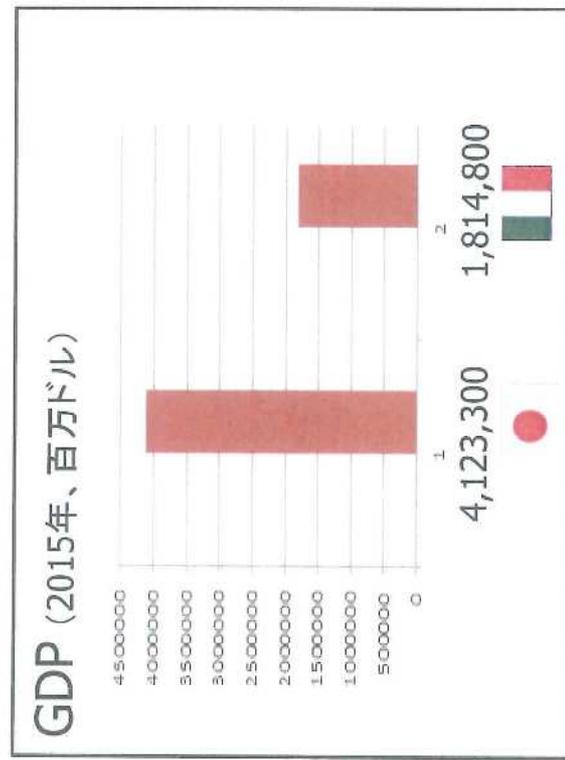
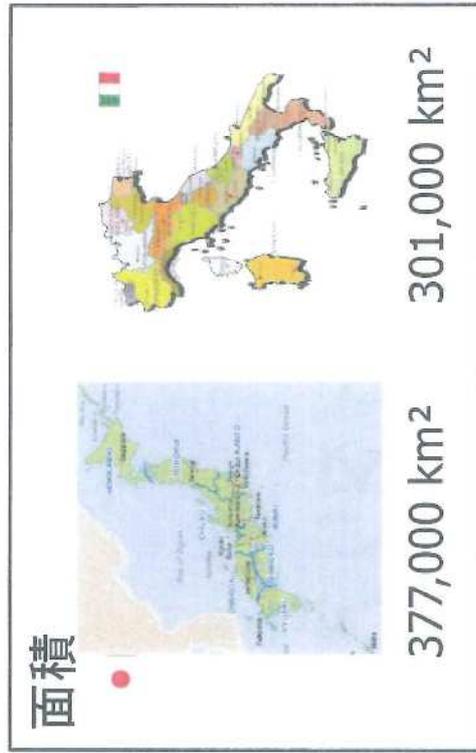
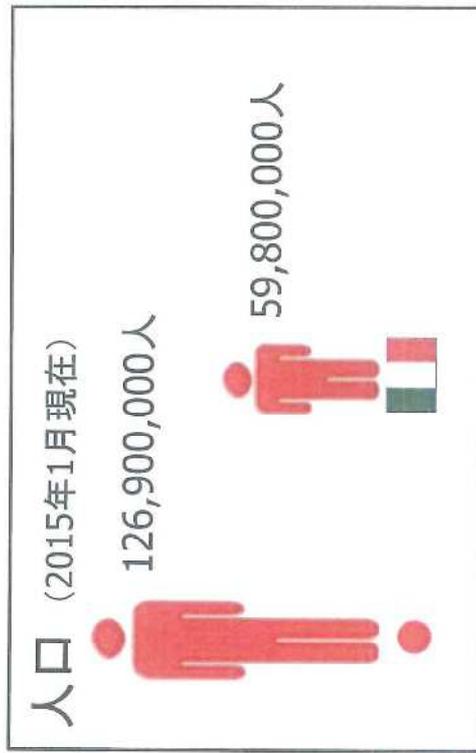
イタリアの政治経済情勢

2019年7月8日
ジェトロ・ミラノ事務所長
井手謙太郎

JETRO Japan External Trade
Organization

© 2019 JETRO-MILANO

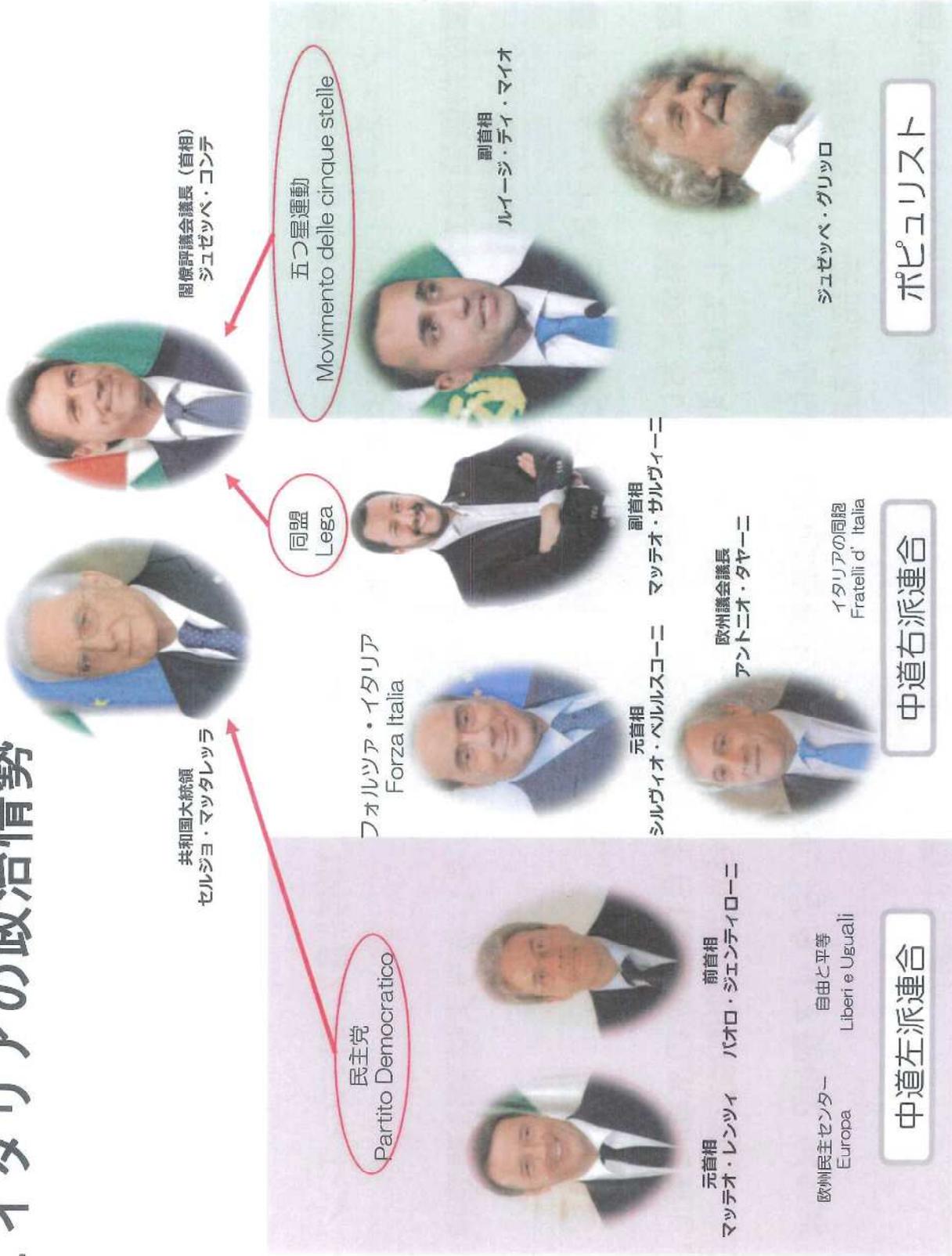
1. イタリアの概要



2. イタリアの政治情勢

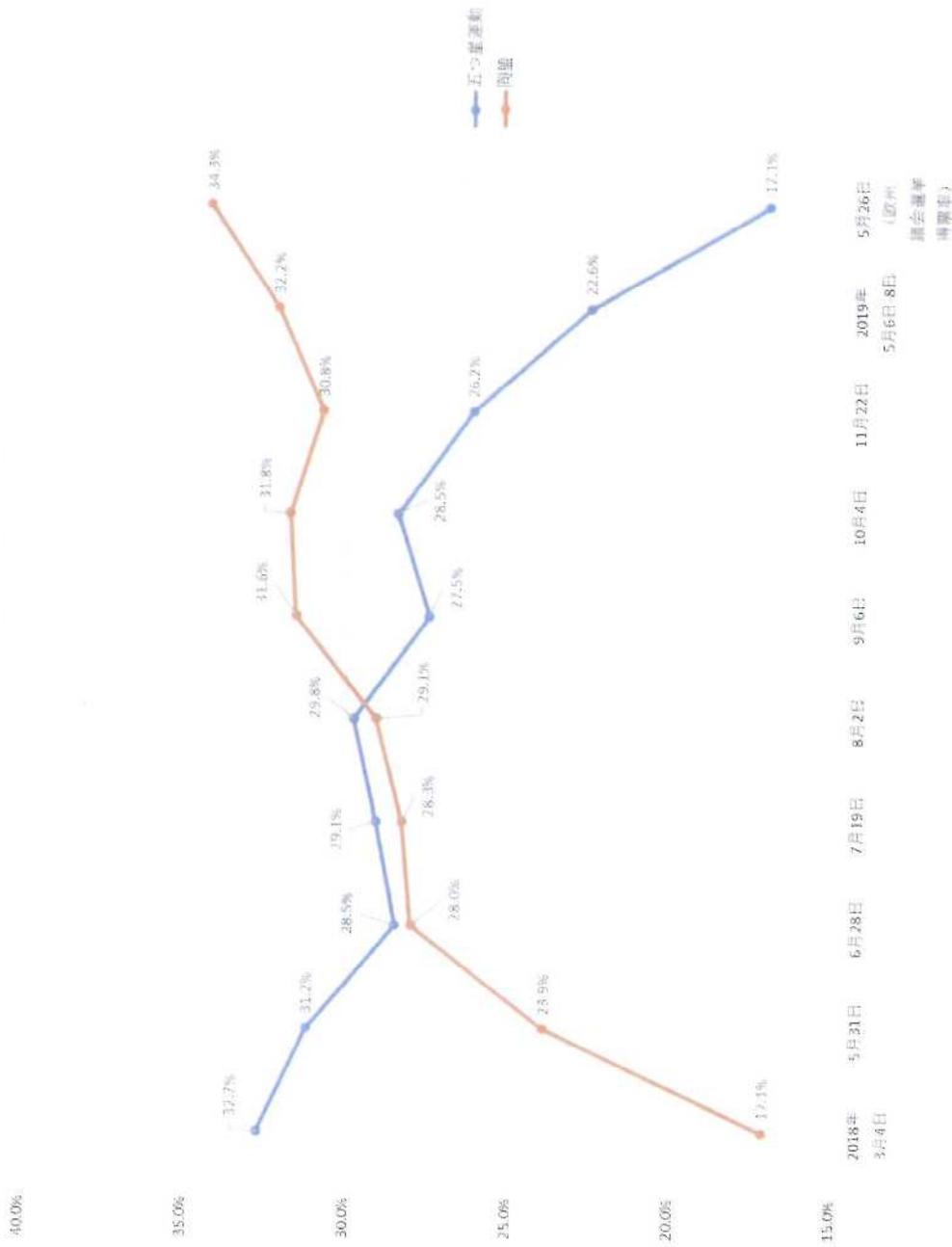
- 18年3月4日の総選挙で中道左派政権が敗北。
- 単独過半数を占める党派がなく、第二勢力である五つ星運動との連立工作が難航を極める。
- 中道右派のうち同盟と五つ星運動の連立が決まり、18年5月23日にフィレンツェ大学教授のコンテ氏を首班指名。
- 欧州懐疑派であるサヴォーナ氏の経済相就任をマッタレッタ大統領は問題視し、組閣難航。
- サヴォーナ氏を外すことで、18年6月1日に政権発足。
- 2019年度予算編成において、EUが求める対GDP比赤字目標1.8%の水準に対し、コンテ政権としては2.4%にて、押し切る構えを見せたが、EU側は反発。
- 18年12月に入りEUからは1.95%に緩和し圧縮を要望、イタリア側は2.04%まで歩み寄り、妥協が成立。
- 19年5月の欧州議会選挙では同盟が躍進。五つ星運動は低調。

2. イタリアの政治情勢



2. イタリアの政治情勢

政権発足後の連立与党の支持率



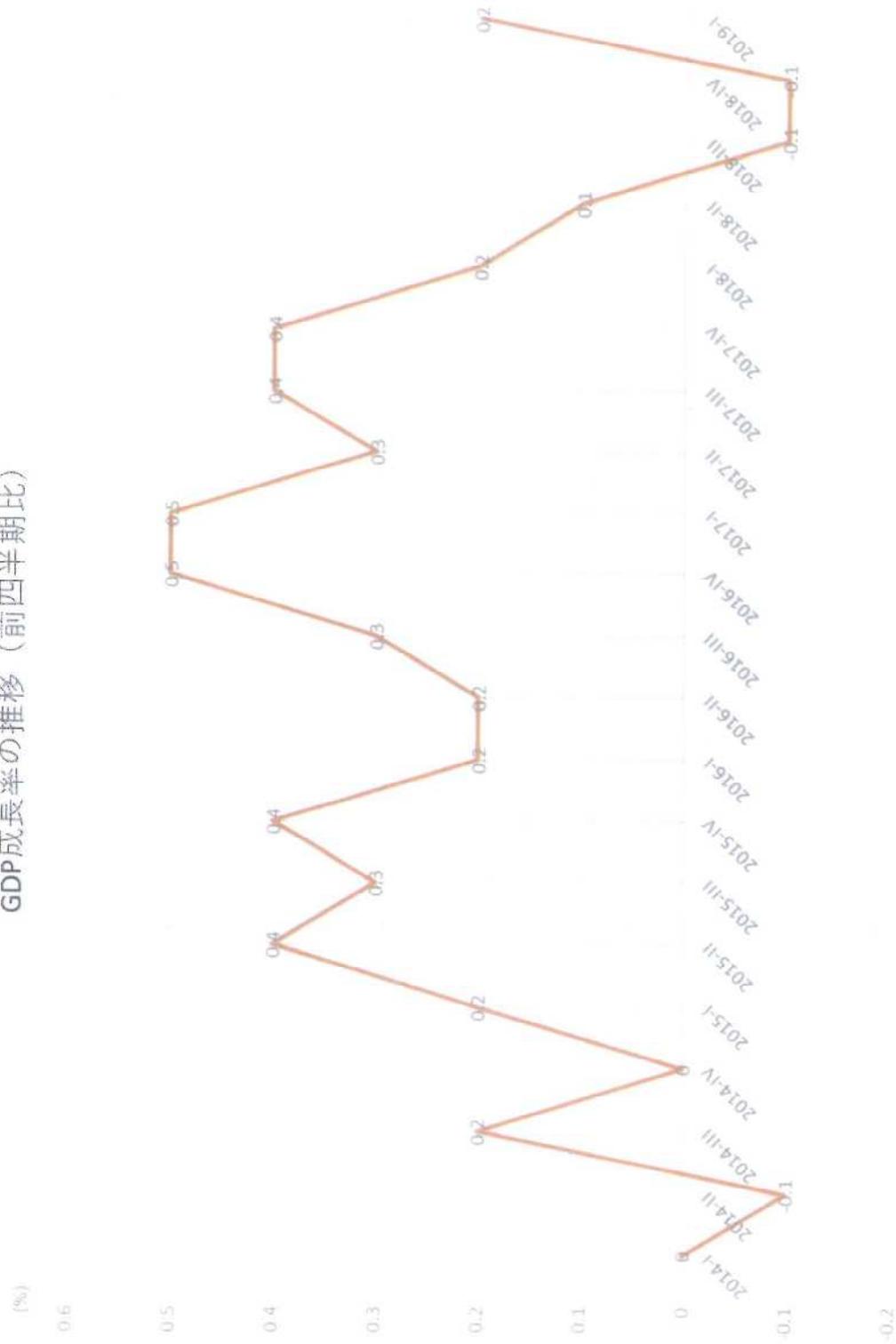
(出所) ラ・レプブリカ紙

3. イタリアの経済情勢

- 景気は2015年以降ようやく持ち返してきたが、2017年以降再び減速。高水準の財政赤字、高失業率。
- 従来、輸出・輸入とも対EUが占める割合が6割程度。
- 日-EU EPAに関しては、五つ星運動もサポーター。経済界は関税と地域商標／地理的表示（GI）にかかる措置に関心。
- BREXITでイタリア国内のアンチEU派の活動活発化。経済界は静観。イタリアの輸出に英国が占める割合は5.2%、輸入は2.8%（2017年）。
- EU域外へのアプローチ
（中国）経済の行き詰まりを反映し、対中輸出、中国からの投資、伊中による第三国協力などへの期待。親中派である経済発展省ジェラール・チ次官のイニシアティブで、10月にイタリア政府内に「中国タスクフォース」が発足。議題がセクター別に細かく設定され、G-Gベースでの協力深化を目指す。
（米国）鉄鋼、アルミニウムへの関税賦課、自動車への波及などを懸念するも、EUと歩調を合わせつつ静観。
- （ロシア）2018年10月に、コンテ首相がロシアのプーチン大統領の訪伊を招請。

3. イタリアの経済情勢

GDP成長率の推移（前四半期比）



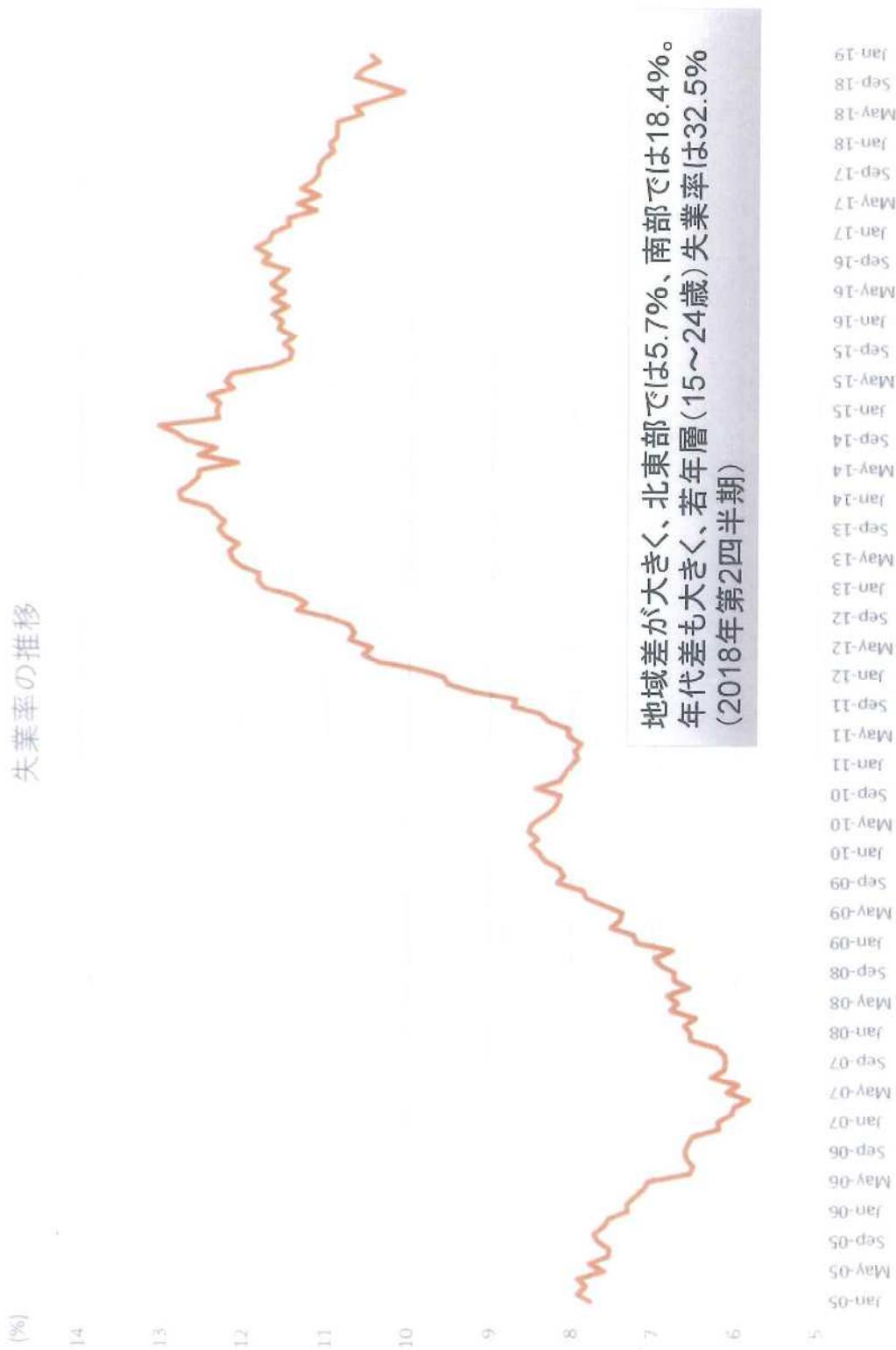
(出所) イタリア国家統計局(ISTAT)

3. イタリアの経済情勢

各機関のGDP成長率予測

	2017	2018	2019
	1.6%	0.9%	
イタリア銀行 (1月)			0.6%
EU (2月)			0.2%
OECD(4月)			0.2%

3. イタリアの経済情勢



(出所) イタリア国家統計局(ISTAT)

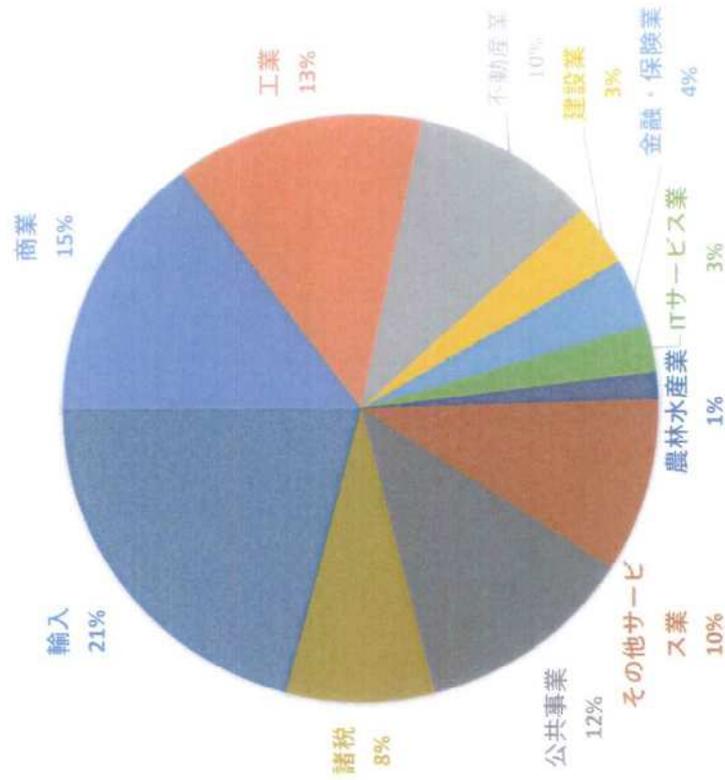
3. イタリアの経済情勢

イタリアのGDP (2016年)

(単位：百万ユーロ)

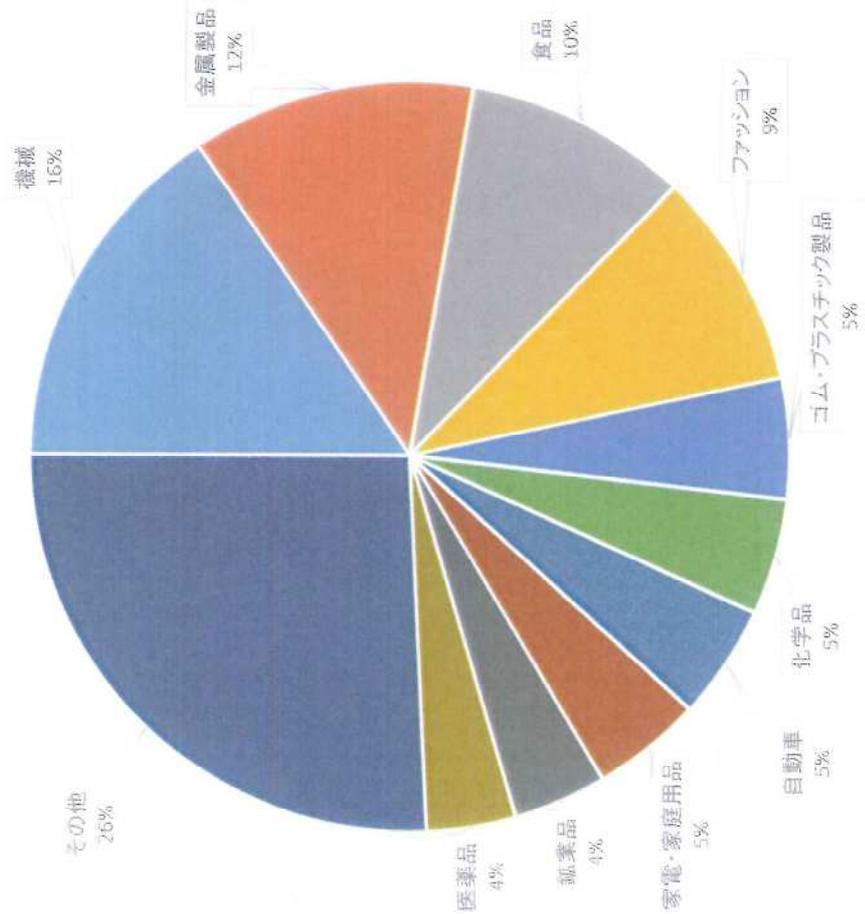
支出側合計	2,124,682	生産側合計	2,124,682
家計支出	1,012,804	生産計	1,680,523
政府支出	315,213	商業	313,598
社会団体支出	9,733	工業	288,616
設備投資	287,086	不動産業	212,156
在庫	△1,239	建設業	71,958
輸出	501,085	金融・保険業	79,156
		ITサービス業	55,011
		農林水産業	31,615
		その他サービス業	203,829
		公共事業	252,727
		諸税	171,857
		輸入	444,159

イタリアのGDP (生産側) 構成割合
(2016年)

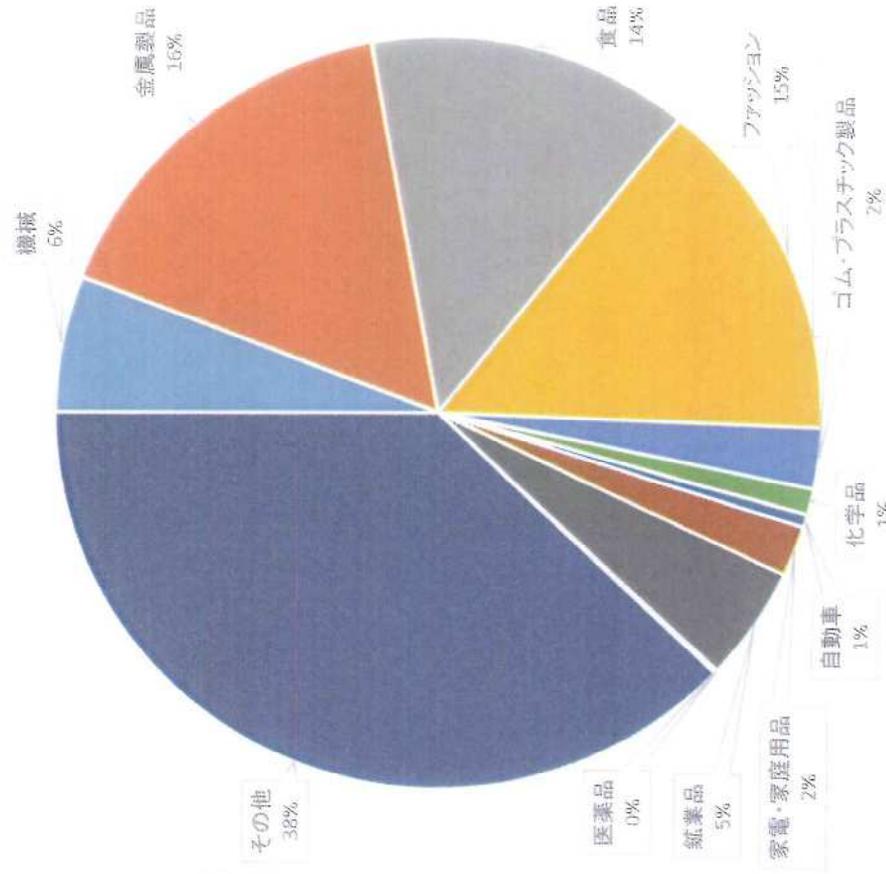


3. イタリアの経済情勢

イタリアの工業分野別付加価値額割合
(2015年)



イタリアの工業分野別企業数割合
(2015年)



(出所) イタリア国家統計局(ISTAT)

© 2019 IETRO MILANO

4. 日本とイタリアの関係

■ 貿易関係(2017年)

日本→イタリア	42億ユーロ(全体の1.0%)
イタリア→日本	65億ユーロ(全体の1.5%)

※マクロ的・短期的には、日-EU EPAの関税にかかる規定の影響は限定的にとどまるものとみられる。

※イタリア側においては、関税および地理的表示(GI)にかかる規定による状況改善を見込み、対日輸出増加への期待が強い。

■ 進出日系企業
約280社

■ 在留邦人数
約14,100人 (2017年10月)

◎日本を訪れるイタリア人の増加

◎ミラノ万博日本館、そして日本食の人気

4. 日本とイタリアの関係

貿易動向(伊→日)

(単位：100万ユーロ、%)

	輸出						
	2015年		2016年		2017年		
	金額		金額		金額	構成比	伸び率
繊維・衣料品・皮革製品	1,595		1,720		1,700	25.9	△1.2
食品・飲料・たばこ	783		924		1,323	20.2	43.2
輸送機器	926		1,080		1,122	17.1	3.9
機械	490		518		629	9.6	21.5
医薬品	417		452		440	6.7	△2.6
化学品	359		403		431	6.6	6.9
コンピュータ・電子・光学機器	216		205		229	3.5	11.4
ゴム・プラスチック・非金属鉱物製品	131		130		131	2.0	0.6
電気機器	116		117		102	1.6	△13.1
金属製品	84		82		83	1.3	1.4
農林水産物	25		28		32	0.5	11.4
木材・木工品・紙製品・印刷物	25		29		21	0.3	△28.0
合計(その他含む)	5,507		6,022		6,564	100.0	9.0

(出所) イタリア国家統計局(ISTAT)

© 2019 IETRO MILANO

17

4. 日本とイタリアの関係

貿易動向(日→伊)

(単位：100万ユーロ、%)

	輸入					
	2015年		2016年		2017年	
	金額	伸び率	金額	伸び率	金額	伸び率
輸送機器	765	1,490	1,656	39.6	11.1	
機械	841	927	987	23.6	6.5	
化学品	385	408	402	9.6	△1.5	
コンピュータ・電子・光学機器	283	239	233	5.6	△2.4	
電気機器	225	96	179	4.3	86.2	
ゴム・プラスチック・非金属鉱物製品	168	165	150	3.6	△9.3	
繊維・衣料品・皮革製品	126	146	147	3.5	1.0	
金属製品	117	270	130	3.1	△51.9	
医薬品	80	116	90	2.2	△22.0	
木材・木工品・紙製品・印刷物	13	15	18	0.4	20.2	
食品・飲料・たばこ	9	11	12	0.3	7.1	
農林水産物	4	5	5	0.1	8.1	
合計(その他含む)	3,121	4,018	4,184	100.0	4.1	

(出所) イタリア国家統計局(ISTAT)

© 2018 JETRO

4. 日本とイタリアの関係

日-EU EPA発効後のワインの輸入

(1,000円)

	2019 Feb-Apr	2018 Feb-Apr	2019/2018	2019/14.7% /2018
	47,279,582	41,223,934	14.7%	
EU				
	35,882,900	30,101,159	19.2%	3.9%
フランス	25,956,890	22,224,039	16.8%	1.8%
イタリア	5,644,212	4,586,497	23.1%	7.3%
スペイン	3,396,901	2,469,909	37.5%	19.9%
ドイツ	446,697	406,387	9.9%	-4.2%
ポルトガル	215,738	201,658	7.0%	-6.7%
チリ	5,271,974	5,152,831	2.3%	-10.8%
米国	3,781,041	3,542,546	6.7%	-6.9%
オーストラリア	1,272,924	1,370,153	-7.1%	-19.0%
南アフリカ	322,590	330,709	-2.5%	-15.0%
ニュージーランド	305,516	280,764	8.8%	-5.1%
アルゼンチン	233,276	215,509	7.7%	-6.1%

(財務省貿易統計より加工)

4. 日本とイタリヤの関係

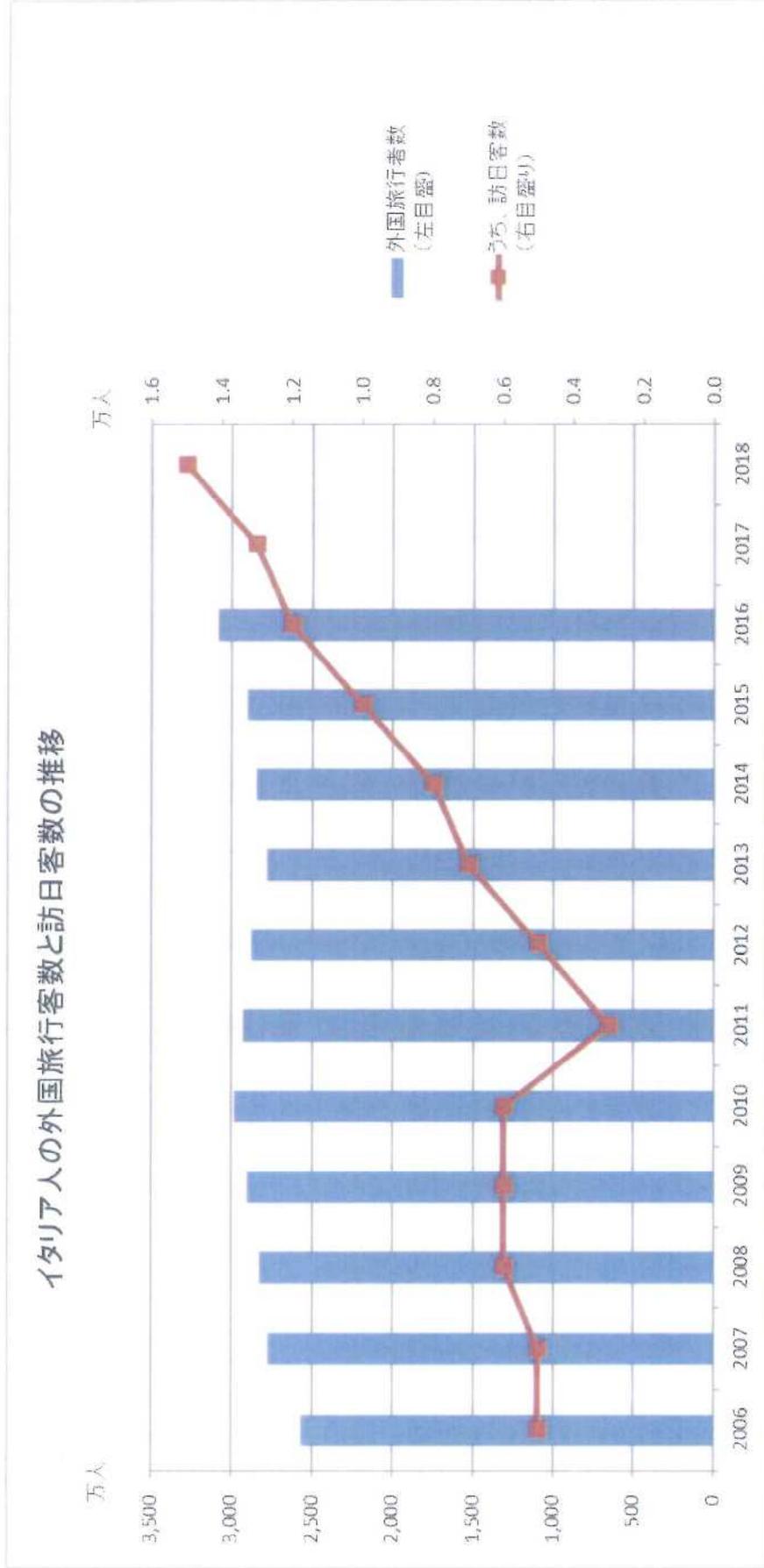
日-EU EPA発効後のチーズの輸入

(1,000円)

	2019 Feb-Apr	2018 Feb-Apr	2019/2018	2019/114.0% /2018
	39,973,381	35,073,377	14.0%	
EU				
オランダ	15,037,983	12,404,653	21.2%	6.3%
イタリヤ	3,537,649	3073372	15.1%	-1.0%
デンマーク	2,774,722	2125093	30.6%	14.5%
フランス	2,731,043	2290071	19.3%	4.6%
ドイツ	2,199,494	1975883	11.3%	-2.4%
アイerland	1,894,780	1652723	14.0%	0.0%
フィンランド	1,325,540	983716	34.7%	18.2%
オーストラリア	315,552	80050	294.2%	245.8%
ニュージーランド	11,493,250	10318549	11.4%	-2.3%
米国	7,882,571	7285808	8.2%	-5.1%
アルゼンチン	4,683,227	4239747	10.5%	-3.1%
スイス	555,307	523275	6.1%	-6.9%
	275,598	234701	8.2%	-5.1%

(財務省貿易統計より加工)

4. 日本とイタリアの関係



(出所) 日本政府観光局 (JNTO)

4. 日本とイタリアの関係

訪日イタリア人の訪問先(2017年)		訪問率	人泊
1	千葉県	82.7	9,230
2	東京都	82.5	235,990
3	京都府	54.8	130,420
4	大阪府	43.6	34,170
5	広島県	15.9	20,410
6	神奈川県	15.4	14,690
7	奈良県	14.7	2,750
8	石川県	14.2	17,580
9	岐阜県	13.7	14,000
10	兵庫県	6.6	6,270
11	栃木県	6.0	1,790
12	和歌山県	4.5	1,650
13	愛知県	4.4	7,370
14	静岡県	3.6	11,810
15	山梨県	3.4	1,340
16	長野県	3.3	2,530
17	岡山県	2.4	3,210
18	沖縄県	2.3	5,350
19	福岡県	1.7	4,020
20	香川県	1.5	450

(出所)日本政府観光局(JNTO)

5. ミラノ万博日本館



5. ミラノ万博日本館のコンセプト

■展示コースにて

わが国の農林水産業および食と食文化における伝統の技と知恵、これらを背景とした先端技術を紹介し、地球人類が安定的かつ持続的に食糧供給を確保していくために貢献していることを示したうえで、来場者の多様な気づきと具体的な行動につなげる。これによりわが国のプレゼンス向上に資する。

産業振興の観点から「クールジャパン」や「攻めの農業」を発信して輸出に繋げるとともに、地域振興やインバウンドの増大に貢献する。

■レストランにて

各国からの来館者に、日本の食や食文化を実際に体験してもらい強く印象付ける。日本食への理解を深め、「共感」ひいては「感動」にまで深める場とすることを目指す。

これにより、日本食と日本産の食材・加工食品の振興、外食産業の海外進出などに貢献する。

■イベント広場にて

展示コースで体験した日本食と食文化を、ケーススタディとして体験する場。試食や、伝産品等に触れるとともに、食と密接な関係がある祭などの文化を体験する場。

イベント広場の展開により、地域振興やインバウンドの増大に貢献する。

(資 料 2)

○訪問都市「散策MAP」

- ・ ミラノ
- ・ フィレンツェ
- ・ ヴェネツィア

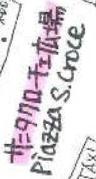
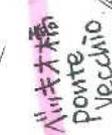
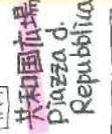
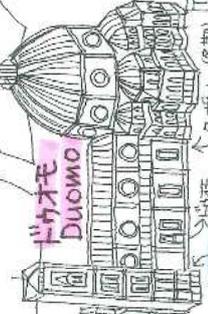
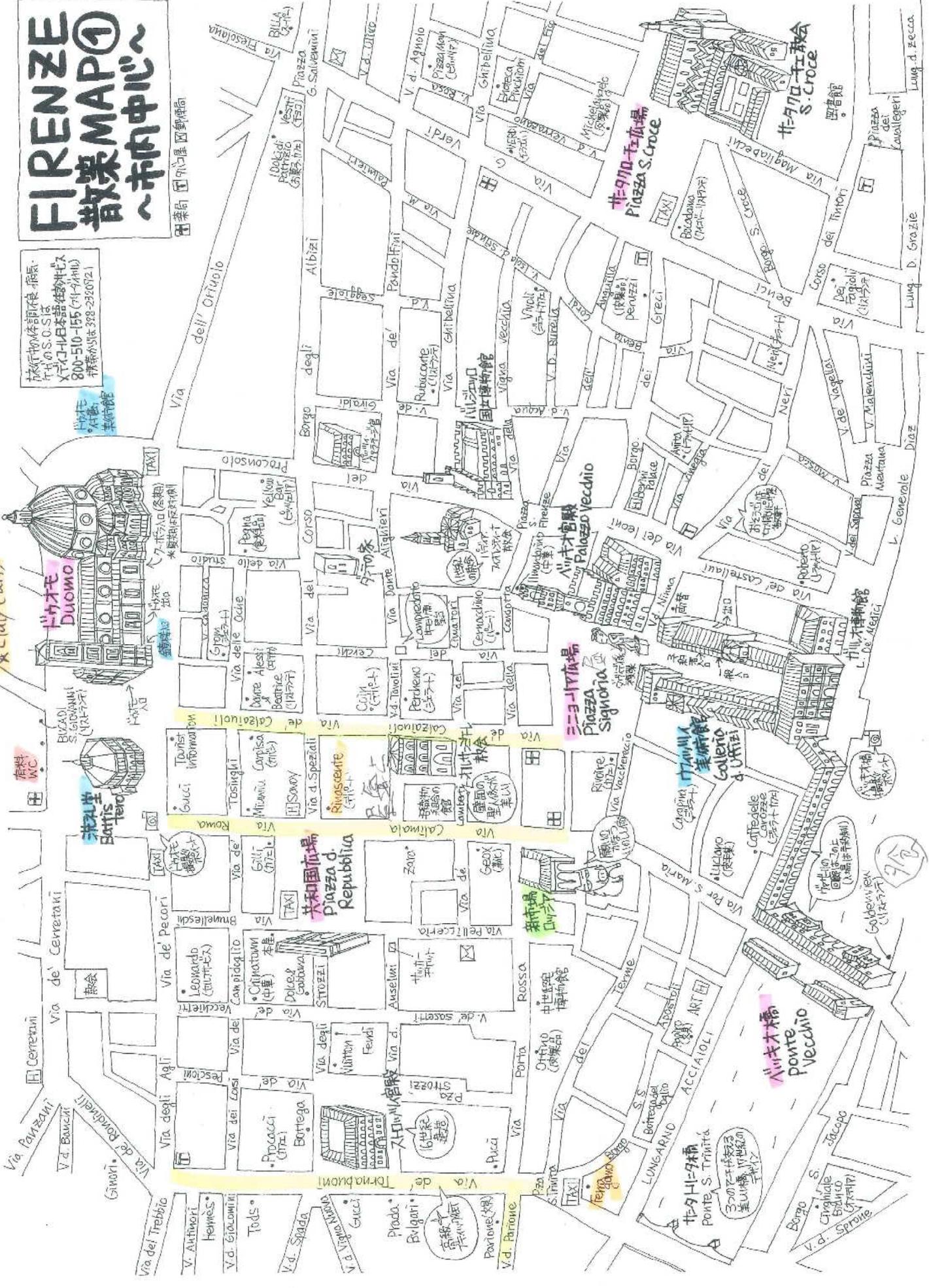
FIRENZE 散策MAP① へ市内中心へ

出発点 田 外泊屋 区郵便局

本旅行の事前情報 病氣・
行きのS.O.Sは
Xでイロハ日本語 観光ガイド
800-510-155 (7時~24時)
検索が容易 398-2920721

ホテル
ホテル
美術館

★Italy (24)

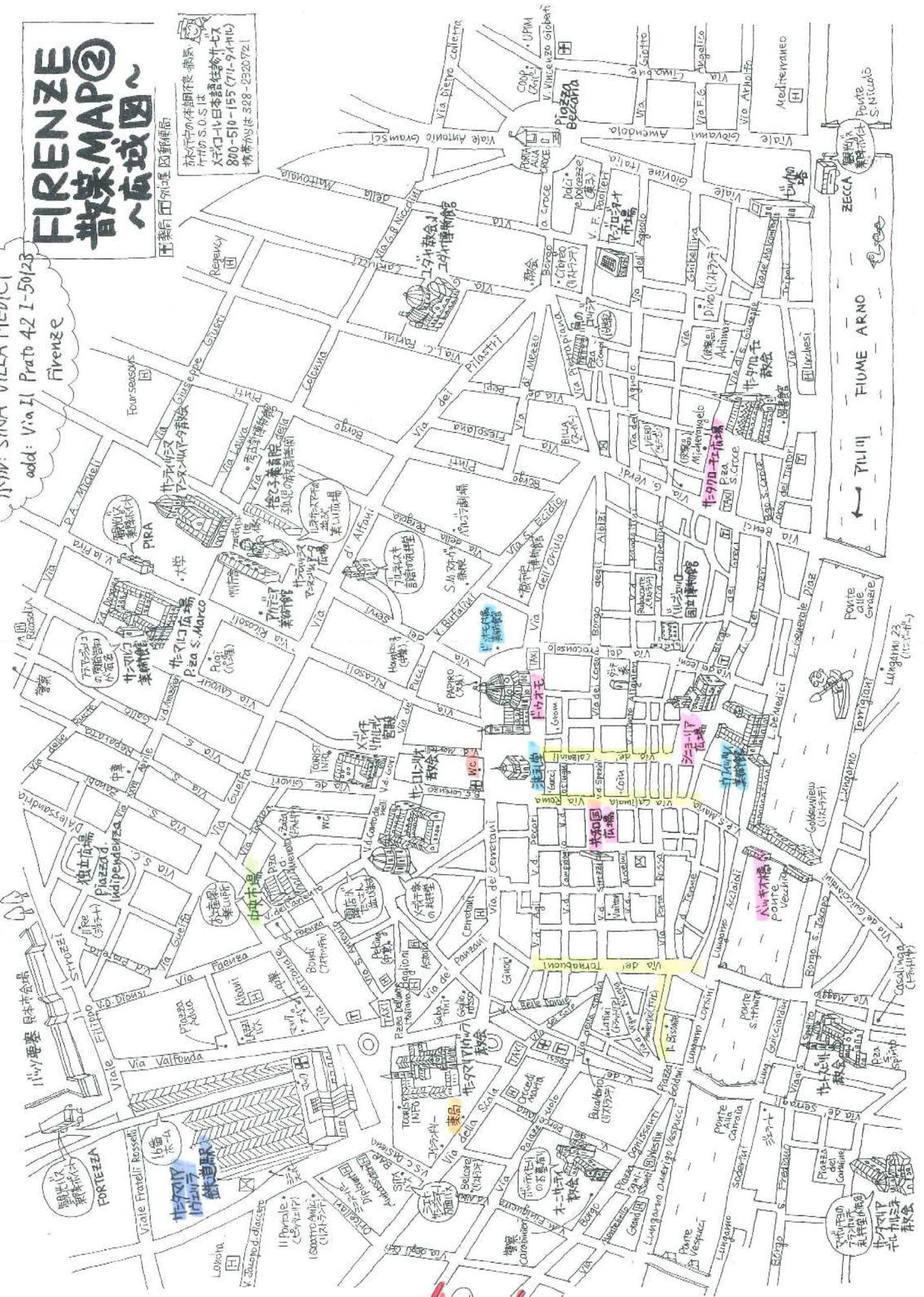


住所: SINA VILLA MEDICI
 add: Via Il Prato 42 I-50123
 Firenze

FIRENZE 散策MAP② へ広域図

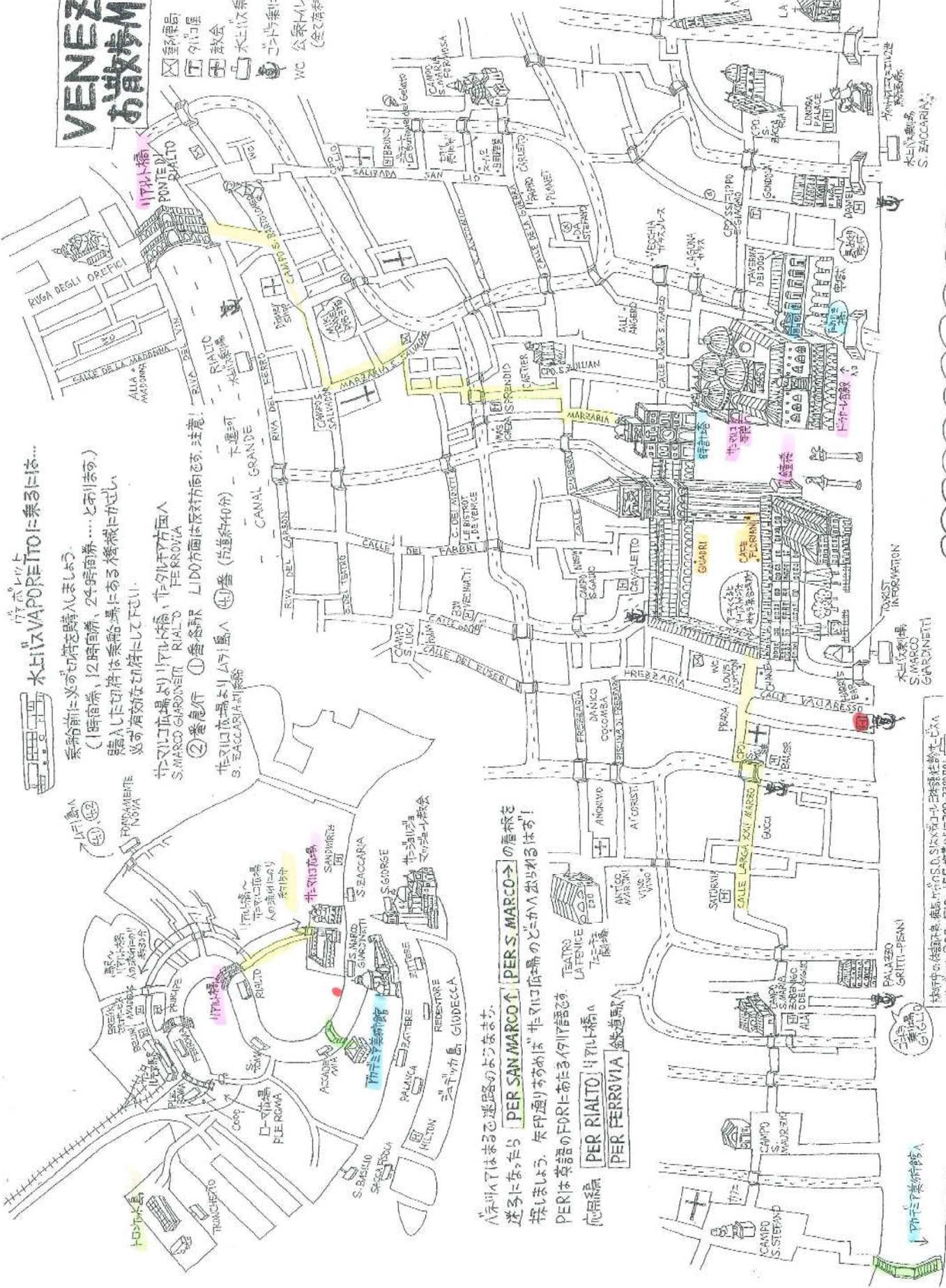
本旅行の体調不良・病気
 中のS.O.S.は
 24時間日本語相談サービス
 800-510-155 (7日-24時間)
 携帯電話は 328-2520721

五葉合 四列は 区郵便局



VENEZIA お散歩MAP

- ☒ 郵便局
- ☒ 外口屋
- ☒ 教会
- ☒ 水辺バス乗り場
- ☒ ゴトウ乗り場
- ☒ 公家トイレ (全て有料 ¥150)



水上バス
水上バスVaporettoに乗るには...

乗船前に必要切符を購入しよう。
(1時間券、12時間券、24時間券...とあります)
購入した切符は乗船場にある係員に渡せば、
必要有効な切符として使えます。

中央口広場よりリアルト橋、作タリ平方面へ
S. MARCO GIARDINETTI RIALTO FERROVIA

② 緊急行 ① 急行 ④ 急行 (お道約40分)
作タリ口広場よりリアルト橋へ
S. ZACCARIA 聖路橋

バス乗り場はまるく迷路路のようなまよ。迷子になったら「PER SAN MARCO」の看板を探しましょう。矢印通りであれば「作タリ口広場」のどきから出られるはず！

PERは英語のFORにあたるイタリア語です。
応用編 PER RIALTO 作タリ橋へ
PER FERROVIA 鉄道乗り場へ

STYLIC MONACO AND GRAND CANAL

San Marco 1332-30124

奈良経済同友会