

石川県議会議員
イタリア地方行政視察
報 告 書

平成27年10月

石川県議会

目 次

I	日程	1
II	団員名簿	2
III	視察記録	3
IV	参加議員報告	40

イタリア地方行政視察日程

日 時	時間帯	日 程	備 考	
10月17日 (土)	7:00	小松空港集合		
	7:15	結団式 (小松空港 2F待合室「小松」)		
	7:45	小松空港発 (NH752)		
	8:55	羽田空港着		
	12:20	羽田空港発 (LH715)		
	17:25	ミュンヘン空港着		
	18:25	ミュンヘン空港発 (LH1862)		
	19:30	ミラノ・マルペンサ空港着		
			専用車でホテルへ移動	
			【ミラノ泊】	アタホテルエグゼクティブ 時差：-7時間
10月18日 (日)	9:00	ホテル発		
	10:00	○ミラノ博 (日本館) 訪問 (~15:00) ●日本館にてミラノ万博日本政府代表と意見交換		
	12:00	●石川の日イベント視察 (イベント手伝い)		
	16:00	○伝統工芸ミラノスクエア訪問		
			【ミラノ泊】	アタホテルエグゼクティブ
10月19日 (月)	7:30	ホテル発		
	9:30	○ジェノバ港湾 (SECH社) 訪問		
	11:00	○コスタ・クルーズ社訪問		
	18:00	○伊藤忠イタリー社長と意見交換 (県内の繊維産業について)		
			【ミラノ泊】	アタホテルエグゼクティブ
10月20日 (火)	8:30	ホテル発		
	9:00	○ミラノ交通社 (ATM) 訪問		
	10:30	○LRT 実地調査		
	14:03	ミラノ発		
	17:03	ローマ ティブルティーナ駅到着		
	19:00	○ローマ日本人会との交流会		
			【ローマ泊】	ホテルベルニーニプリストル
10月21日 (水)	9:30	ホテル発		
	10:30	○国際連合食糧農業機関 (FAO) 訪問		
	14:00	○グルメライン (ニッポニア) 訪問		
	16:00	○スローフード協会訪問		
		【ローマ泊】	ホテルベルニーニプリストル	
10月22日 (木)	9:30	ホテル発		
	10:00	○イタリア政府観光局訪問		
	14:00	○チネッタ訪問		
		【ローマ泊】	ホテルベルニーニプリストル	
10月23日 (金)	9:00	ホテル発		
	12:10	フィウミチーノ空港発 (LH1843)		
	13:45	ミュンヘン空港着		
	15:35	ミュンヘン空港発 (LH714)		
		【機中泊】		
10月24日 (土)	9:55	羽田空港着		
	12:35	羽田空港発 (NH1091)		
	13:35	小松空港着、解散		

※NH: 全日空 LH: ルフトハンザ航空 ※時刻は現地時間

イタリア地方行政視察団 団員名簿

団 長	山 田 省 悟	(自由民主党石川県議会議員協議会)
顧 問	金 原 博	(未来石川議員会)
副団長	吉 崎 吉 規	(自由民主党石川県議会議員協議会)
副団長	盛 本 芳 久	(未来石川議員会)
秘書長	井 出 敏 朗	(自由民主党石川県議会議員協議会)
団 員	米 澤 賢 司	(自由民主党石川県議会議員協議会)
団 員	焼 田 宏 明	(自由民主党石川県議会議員協議会)
団 員	田 中 哲 也	(自由民主党石川県議会議員協議会)
団 員	八 田 知 子	(自由民主党石川県議会議員協議会)
団 員	車 幸 弘	(自由民主党石川県議会議員協議会)
団 員	田 中 敬 人	(自由民主党石川県議会議員協議会)
団 員	吉 田 修	(未来石川議員会)
団 員	富 瀬 永	(未来石川議員会)
団 員	一 川 政 之	(未来石川議員会)
団 員	増 江 啓	(公 明 党)

〔 随 行 職 員 畝 村 栄 治 議 会 事 務 局 企 画 調 査 課 調 査 専 門 員 〕

〔 北 野 映 里 議 会 事 務 局 企 画 調 査 課 調 査 専 門 員 〕

平成 27 年 10 月 17 日 (土)

結団式 (小松空港)

小松空港で結団式を行い、今回の視察団の団長を務める山田省悟議員から出発にあたっての挨拶があった後、顧問の金原博議員の発声により視察の安全を祈願してお茶で乾杯した。



挨拶する山田省悟団長



金原顧問の発声で乾杯

出発 (小松空港からミラノへ)

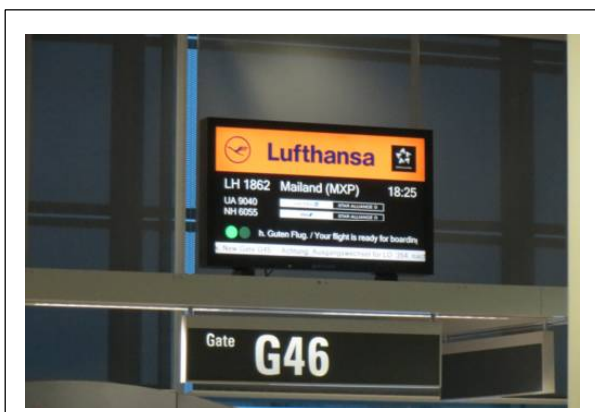
小松空港から全日空 752 便で羽田空港へ行き、羽田空港からはルフトハンザ航空 715 便にてミュンヘン空港に到着。ミュンヘン空港からルフトハンザ航空 1862 便に乗り継ぎ、ミラノ・マルペンサ空港に到着。

時刻	目的地	航空会社	機体	航空会社
11:20	ロンドン(LHR) 런던(LHR)	JL43	BA	BA
11:30	シンガポール 싱가포르	JL37	BA	BA
11:30	フランクフルト 프랑크푸르트	QF4018	LH	LH
11:40	ロンドン(LHR) 런던(LHR)	NH223	VS	VS
11:45	ジャカルタ 자카르타	GA875	NH	NH
12:05	ソウル(金浦) 서울(GMP)	OZ1075	NH	NH
12:20	ソウル(金浦) 서울(GMP)	KE2708	JL	JL
12:20	ミュンヘン 뮌헨	LH715	NH	NH
12:30	ミュンヘン 뮌헨	NH217	LH	LH
12:40	台北(松山) 타이베이(TSA)	BR191	EA	EA
13:20	台北(松山) 타이베이(TSA)	NH853	NH	NH
13:30	上海(虹橋) 상하이(SHA)	F816	FM	FM
13:55	北京 베이징	CA182	CA	CA

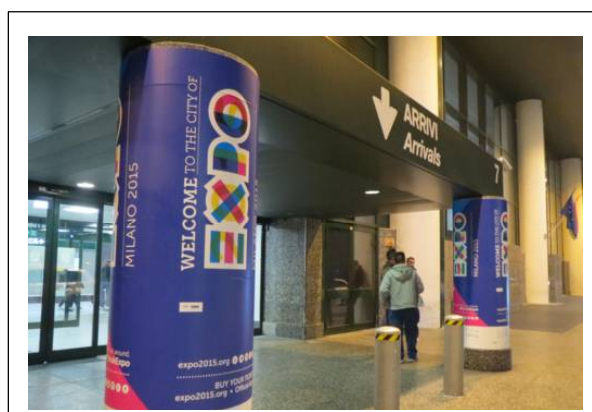
羽田空港出発 (定刻 12:20 発)



ルフトハンザ 715 便



ミュンヘン空港で乗り継ぎ (定刻 18:25 発)



ミラノ・マルペンサ空港に到着

平成 27 年 10 月 18 日 (日)

ミラノ国際博覧会

【視察目的】 期間中に開催される本県の「食文化の総合力」や世界農業遺産「能登の里山里海」の魅力発信の取り組みについて調査

【面談場所】 日本館 1 階貴賓室

【面談者】 加藤辰也 2015 年ミラノ国際博覧会陳列区域日本政府代表

1 説明概要

- ・ 6 ヶ月間にわたり 35 の自治体がそれぞれ地元の食文化や伝統芸能を直接発信した。
- ・ 日本館は大変好評であり、元々日本の食文化に大変興味のある方がたくさん来ている。
- ・ 地元のメディア、実際に来た方の口コミも含めて、日本館は大変面白い、いいものが見られるということで、期待を持って毎日たくさんの方に来ていただいている。
- ・ 1 日 1 万人程度、来週には 200 万人の来館者となる見込である。
- ・ 会期が残り 2 週間だが、日本館としては、引き続き日本の多様な農林水産業、各地の多様な食の文化を発信し、将来的に農林水産物の輸出や外食産業の海外進出など、ビジネスに結びつけられるようなお手伝いをさせてもらいたいと考えている。
- ・ 中の展示は、単に日本食を紹介しているだけではなく、その背景にあるものづくりや、日本の農業を体感していただけるような工夫をしている。



貴賓室内で説明を受けている様子



2 質疑応答・意見交換

Q：特に日本館は 8 時間、9 時間待ちと聞いたが、皆どこに魅力を感じるのか。

A：一言では説明しきれないが、前提として日本への関心、アジアへの関心があると思う。ヨーロッパでは、日本食がブームになっているので、ちょっと見に行ってみたいという関心が元々ある。地元メディアに取り上げてもらったり、実際に来館された方からすごくよかったと言ってもらえたりと、口コミなどで評判が評判を呼んでいる。

もう一つは、単に展示をしたり、単に説明をしたりというのではなく、いろんな形で体感していただく、五感で感じていただくなど、演出上の工夫に力を入れている。他館と比べる訳ではないが、日本館はよくできている、丁寧につくられているとの印象を持っているのではないかと。

現地の新聞主要紙のインターネット版で万博特集でのアンケートを実施した際、「万博が終わった後どこの国に行ってみたいですか」という問いで、日本が 1 位であった。我々のミッションである日本に関心を持っていただくということにつながっているのではないかと考えている。

Q：イタリア以外ではどこの国の方が来館しているのか。

A：7割前後がイタリア、2割前後が周辺のドイツやスイスなどのヨーロッパから、残りはそれ以外。夏場は日本も含めたアジアの方もよく見られたが、最近は減っている。

Q：加藤氏はどこの官庁の方か。

A：日本館の幹事省は農林水産省、経済産業省である。私自身はジェットロから来ており、役所の者ではない。

Q：日本の食品ということで、昨年のデータを見ても日本の食材を売る店が8万点を超えている。4年前から見ると1.6倍になっているという数字もあるが、日本館の中でマーケットを広げようと考えている方もいるのではないか。

A：日本からもたくさん来られており、JAグループも多数来られている。日本、北米だけでなくヨーロッパの今後の展開というものを視野に置いて、そういった観点でも支援いただいている。

今回は2階にフードコートを設置し、途中で入れ替わりになっているので、期間中合計7社の日本でチェーン展開をしているような外食産業の方に参加いただいている。懐石料理を出す美濃吉は、席数が少ないが参加していただいている。

皆さんテストマーケティング的な観点も含め、色々取り組んでいただいている。

今回は万博の特例というものがあって、普段ヨーロッパに持ち込めない食材も輸入され使用されている。例えば日本産の鰹節は、現在いろんな規制がありヨーロッパに入っていないが、万博には入ってきている。またヨーロッパは今回初めてだと思うが、途中から国産豚肉を持ってきている。

今の日本食品の輸出は、8割方アジア諸国、後は米国が上位5ヶ国、6ヶ国位で8割位を占めている。

潜在的にはヨーロッパの市場も可能性がすごく高いと思うので、そういう意味では、今回の万博での取り組みが今後いろんな形で、成果に結びついていけばと我々は思っている。

Q：今日本館で人気があるのはどういったものか。

A：8つの展示コーナーがあるが、2番目の部屋が日本の食の産地、水田の風景や日本の里山里海をデジタルで再現しているもので、そこは皆さん包み込まれるようで良いと評価いただいている。

最後の展示室は106人ほど入るシアターになっている。未来のレストランという設定になっており、いろんな日本の食、懐石料理を含めて、ショー形式で紹介して楽しんでもらっている。

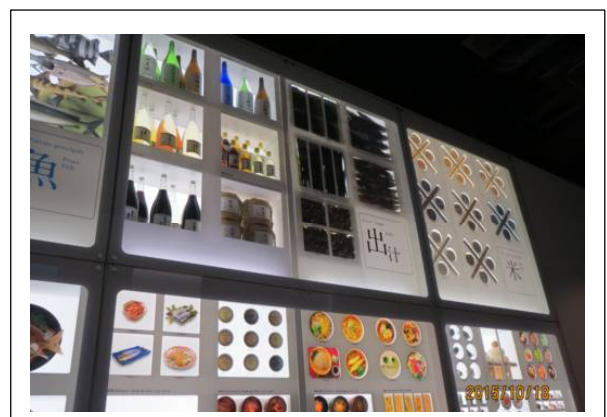
イタリアの方々のはのりがよくて、「いただきます」「ごちそうさま」「平和の輪」を一緒にやっていただいたりして非常に盛り上がっている。こちらも非常に人気である。

Q：全体での入場者数は。

A：ミラノ博全体では、おそらく週末は1日25万人前後入っている。6ヶ月間で2千万人という目標を立ててやっているが、おそらく2千万人は行くだろうと思われる。



日本館前に並ぶ来館者



日本食の知恵と技を紹介するコーナー
(加賀麩のレプリカを展示)



石川の日イベント会場にて



日本酒、寿司、天ぷらをふるまう視察団



石川の日イベント広場入口の花嫁のれんと
記念撮影用海女の顔出し看板



日本館前にて

伝統工芸ミラノスクエア

【視察目的】 石川県伝統工芸における販路拡大の可能性について調査

【面談者】 水 ともこ 伝統工芸ミラノスクエア ショップマネージャー

1 説明概要

- ・5月1日から10月31日まで、エキスポと並行して、伝統的工芸品産業振興協会が、欧州における流通の調査と、日本の伝統工芸の将来についての販路を拡大する調査という名目で開店させた。
- ・5月1日のエキスポの前に、ミラノでドゥオーモの側で世界的な見本市があり、そこでも出展した。
- ・見本市では、ニュー伝産にしぼり、若い職人とのコラボレーションでできあがったものを中心に展示させていただいた。
- ・その時の感触がとてもよかったということもあり、さらに力をいれて今回展開していこうということになった。
- ・今現在は、伝統的なものと、ニュー伝産のものが混ざって入っているが、基本的には伝統的なものをと考えている。
- ・5月1日から先週までの平均の入場者数は1日平均50人、日曜日はこの限界に骨董市がたつので、人の出も多く、催し物があるときは100人を超える来場者がある。
- ・売り上げは1か月平均1,400ユーロである。
- ・全体的な傾向としては、安いものだけでなく、高価なものも売れる。
- ・選ぶポイントとしては、手間がかかっていることがはっきりわかるもので、他国との差異がはっきりするものに関しては、納得されたらある程度の金額を出す。
- ・例えば、竹細工商品も一見すると中国製ならばもっと安価なものがあるのではないかと最初は話されるが、どのようにしてひとつひとつ丁寧につくられていくかという説明をすると、納得して購入される。
- ・漆に関しては、伝統的なものの方がより価値があることは皆さんわかっているが、やはり値段が張るので、ごく限られたお客様が対象になる。
- ・布製品については、手がかかっているものに関しては納得して買ってもらっている。
- ・木のものでは、からくり箱が評判よい。
- ・石川県産のものに関しては、ニッチな客だが、価値観を見いだす方には売れている。
- ・山中塗に関しては、店舗にてデモンストレーションをした関係で見ただけには価値を理解いただき、ある程度売れている。
- ・刃物に関しては、日本の包丁はよく切れると評判になっているので、ここで売っていると知った方は買いに来る。
- ・鉄瓶に関しては、今フランスでブームである。イタリアはコーヒー文化であり、お茶がやっと今浸透し始めたところなので、市場はこれからではないかなと思う。
- ・高級レストランがあるので、丸谷焼なども徐々に浸透していくのではないかなと思う。特別なお客様用ということで、レストラン関係の方でまとめ買いする方もいるのでそういう需要もあるのではないかなと思う。

2 質疑応答・意見交換

Q：お客様の層はどういう方々か。

A：主にイタリア人だが、場所柄観光客の方も多し。大部分はヨーロッパの方である。

Q：先ほどの話にもあったが、漆は価値のわかる方が少数であり高い。これからの拡大のために何かヒントになるようなことがあれば教えていただきたい。

A：先日ホテルで行われた商談会においては、「漆」は手入れ、扱い方が難しいということがあり、食器関係では難しかった。自宅用にしても、営業用にしても、洗うのではなく、

拭くくらいの程度でのメンテナンスができるような使い方があれば良い。例えば、一部に使ったり、わざとつや消しをしてしまうなど。「漆」も評価されるのはこれからだと思う。欧州はどうしてもナイフ、フォークを使うので傷が付きやすい。そういう所が改良されればと思う。

Q：木目を消してしまうのは、ヨーロッパでは木目をいかした食器の評価が出てきているという情報もある。今回、そういった動きは見られるか。

A：すごく難しいところである。

食器に関してだけではないが、少なくともイタリアにおいては、素地そのままの美しさを見せるということに関して、価値観を見いだすのがすごく遅い。

つるっとしているものが高価だという観念が基本的にある。

和紙においてもここ数年好まれる方が多く、和紙商品はよく売れるが、少し前までは、和紙がどうしてもこんなに高いのか理解されていなかった。いくら手すきで手間がかかっていると説明しても、こんなにざらざらしてラフなものがなぜ高いのか理解されない。

そういった意味では、陶器でも九谷のようなものはいいい評価をもらえるが、備前はこれからだと思う。

一概にこうやったからこうだというのは言えないが、今後の課題としては、どのようにして広報活動を行っていくかにかかっていると思う。

Q：食器関係について、山中塗に限らず、陶器でもきちっとした円ではなく、わざと反ったような商品がここには並んでいないようだが、受け入れられているか。

A：山中塗でそういったものがあつたが売れてしまった。受け入れられていると思う。

Q：中国製で安いものが多いと市場に出ると、どうしても押し切られるのではないか。

A：この半年間での発見として、特にイタリアの場合には、イタリアにも伝統工芸の高級品があるので、違いがわかる方が多くいるので高価なものでも買う。

大量に売れるものではなく、細々と確実に売れるものとして展開していくと、マーケットは続いていくと思う。



ショップ内で説明を受けている様子



九谷焼などの商品



平成 27 年 10 月 19 日 (月)

ジェノバ港湾 (SECH)

【視察目的】 ジェノバ港湾における、港湾整備状況やコンテナ貨物取扱状況について調査

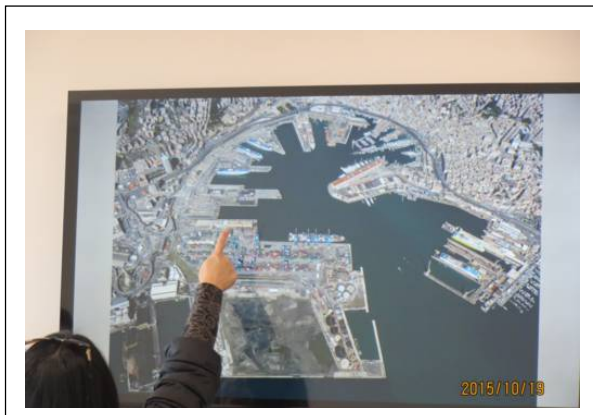
【面談者】 アルド・ネグリ 大株主

パオラ・カベッティニーニ 営業・顧客担当

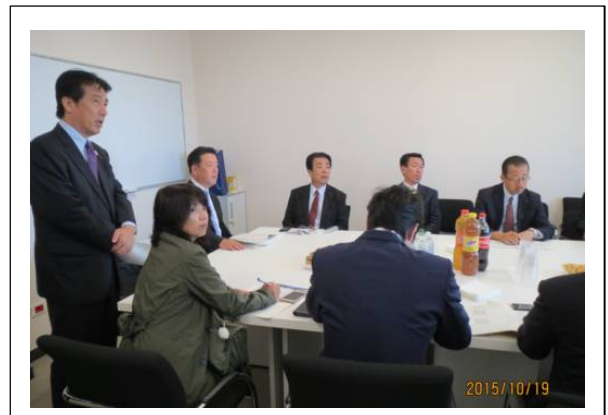
マッシモ・ラベッティニーニ 事業部長

1 説明概要

- ・この会社が港の拡大の事業を始めて 20 年である。
- ・港の面積は 206,000 平方メートル、2014 年のコンテナ取扱いは 447,345TEU である。
- ・グルー (クレーン) をたくさん設置したことが重要な事業である。
- ・南イタリアのカラブリア州の港の方がコンテナの取扱量は多いが、そちらはハブ港であり、目的地としての取扱いはジェノバ港が多い。



ジェノバ港の上空写真

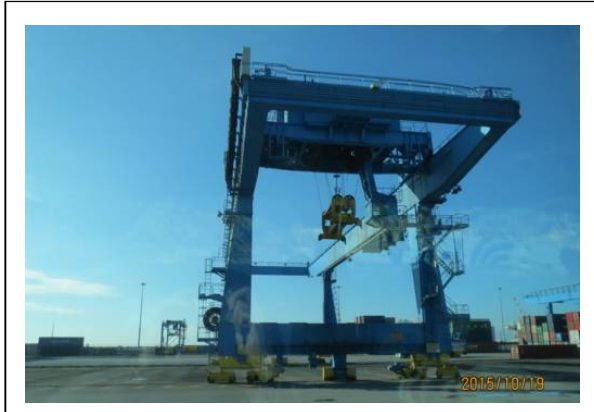


オフィス内で説明を受けている様子



2 施設案内

- ・オフィスの下が機械を置くためのスペースとなっている。
- ・14.5mより浅いところはない。
- ・川がないので砂は入り込まない。
- ・荷物を外に運び出すため線路がとおっているの、コンテナをトラックで運ぶか電車で運ぶ。
- ・ここにはバラ積みはない。



ガントリークレーンやコンテナの様子



3 質疑応答・意見交換

Q：天然の港だったのか。

A：埋め立てをした。

Q：アジア圏との取引の推移はどのように変わってきているか。

A：以前は輸入が多かったが、輸出が多くなってきており、今は輸入と輸出の数は同じくらいである。

コスタ・クルーズ社

【視察目的】 世界各国へ寄港する大型クルーズ船企業の実績、今後の展開予定について調査

【面談者】 ロバート・フェラリーニ 港湾担当副社長
アルマンド・ボキヤルド CSR部長

1 説明概要

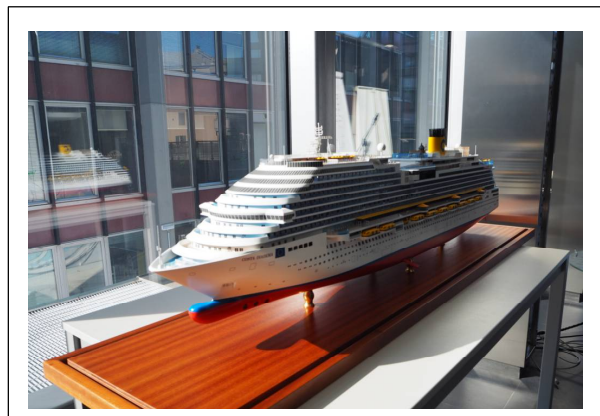
- ・アジアは非常に興味深いマーケットである。
- ・最近では日本を経由していく船が増えているが、寄港するケースがほとんどで、経済効果としては最終目的地であることが一番であるため、現状としては、残念ながら日本のマーケットとしては拡大していない。
- ・コスタ・クルーズ社が初めて日本発着設定する会社である。
- ・日本でクルーズ船を寄港させることが重要なビジネスであると決断した。
- ・将来、日本、中国、韓国はこれから大きなマーケットになると思う。
- ・クルーズ船の重要なポイントはサービスである。
- ・我々は日本に非常にいい印象を持っていて、ホスピタリティーの問題があるが、日本にはおもてなしの精神があると思っている。
- ・着物でのお出迎え、お見送りは外国人に喜ばれている。
- ・コスタ社がヨーロッパで一番大きなクルーズ船を取り扱う会社であり、乗船客数でも、売り上げでもナンバーワンである。
- ・コスタアジアというグループ会社が最も新しく、上海、香港にもできた。
- ・設立時は貨物船もあったが、今はクルーズ船業務だけである。
- ・テレビコマーシャルや船にバルコニーを設置、また、中国市場に進出したのもコスタ社が最初である。
- ・15のクルーズ船を持っている。
- ・200の国、地域のお客様の利用がある。
- ・38,000以上の世界中の旅行会社と契約をしている。
- ・イタリアのイメージは料理、ファッション、歴史があるが、コスタ社の船では、街にいるような文化、歴史などを体験してもらうことに重点を置いている。
- ・最初、日本に就航したときは小さな船だったが、今はマーケットとしては拡大している。



説明を受けている様子



アルマンド・ボキヤルドCSR部長



説明会場に展示されているクルーズ船

2 質疑応答・意見交換

Q：お客様は日本のどこに魅力を感じているのか。

A：ヨーロッパでは、日本の伝統文化はよく知られている。

礼儀正しいこともよく知られており、文化がヨーロッパと大きく違うので興味深いと考えられている。

日本から来られるお客様には、文化の違いを楽しんでいただいている。

Q：来年7月に金沢発着のヴィクトリアが就航すると聞いており、本当にありがたい。ぜひ継続してもらいたいが、どれくらいの乗船率があれば、継続してもらえるのか。

A：新しく就航した地域において、発展が遅いところがある。港の整備や、町と港の協力関係が重要。まず港に着いてから、街に入るときにはバス等に行くと思うが、その乗り物の利便性が重要である。

Q：船中で、日本食を提供してもらうためには、どのような取り組みが必要か。

A：もうすでに日本食は人気がある。私達の目的はイタリアズファイネストである。イタリアの良いものを提供したいと考えているので、船上でなく、船をおりた時においしい日本食が食べられるようにしてもらいたい。

船の中では体験できないようなことをたくさん提案していただくのはいかがか。

Q：航海中に急病人が出たときなどはどうするのか。

A：病院があり、必要に応じて手術もできる。小さな町といえるのではないか。

医者判断だが、場合によっては、船からおろして、近くの病院に連れて行かなければならない時もある。

伊藤忠イタリー社 社長との意見交換

- 【視察目的】 石川県繊維企業（サンコロナ小田社）の海外戦略状況、繊維ブランド戦略について調査
- 【面談場所】 日本食 友よし遠藤
- 【面談者】 ^{めあらし}明嵐 陽一 氏 伊藤忠イタリー会社 社長

1 説明概要

(イタリアの概要)

- ・国土面積は日本とあまり変わらない。日本と同様、南北に長い。
- ・人口は日本の半分程度。
- ・経済の動きはやや遅く感じる。
- ・平均寿命は非常に長く長寿国である。
- ・経済成長率はマイナス、失業率 12.8%と日本より非常に高い。
- ・直近の 2015 年第 2 四半期では成長率はプラスに転じ、失業率は若干低下して 12%となっている。
- ・先日、イタリア議会の上院である元老院の定数を 315 人から 100 人に絞る法案が国会をとおし、40 歳の首相が進める経済改革の目玉となっている。官庁、省庁の削減法案がとおった。戦後イタリア史上、特筆されることである。

(貿易について)

- ・輸入と輸出を比べると輸出の方が常にやや上回っている状況である。
- ・輸入品目については、第一次製品、天然資源の輸入大国であると言える。
- ・フランスに次いで農業が盛んな国であり、食糧自給率は非常に高い。
- ・輸入の相手国は、ユーロ域内のドイツ、フランスが多い。中国も近年増えている。
- ・輸出では、機械、金属に次いで、繊維、衣料品、皮革製品とあるが、これが正に我々が常駐して商売として掲げているところである。
- ・機械と金属製品に関しては、精密機械、オンリーワンの商材、非常にニッチなところの製品がメイドインイタリーということ、他にないということで輸出の大きな部分を占めており特徴となっている。

(イタリアの繊維産業の特徴)

- ・イタリア製品は、概して高付加価値であると一般的に認知されている。
- ・モードをつくりだすのはフランス、クリエイションはパリ、具現化するのイタリアである。
- ・非常に強い素材の提案力を持っている。
- ・北陸、尾州、泉州に代表される産地がビジネスモデルとしているコモ、プラトーが日本のいろんなマスコミ等から産業研究として言われて久しい。
- ・圧倒的に中小企業が多く、提携して、情報共有している。
- ・日本との関連は、日本からみた場合、衣料の第 2 位の輸入国、原料の輸出の第 8 位であり、ここが今回ご紹介させていただく、サンコロナ小田のテリトリーである。

(伊藤忠商事の取り組み)

- ・6つのカンパニーに分かれており、それが大きく3つ（原料、アパレル、ブランド部隊）に分かれている。
- ・原料部隊はシルストロンなどの現地での調達など、アパレル部隊は主に北陸地方の地場の製品を中心に特殊な高付加価値のメイドインジャパンの販売協力、ブランド部隊は1980年代初頭から活動を開始し、現在は著名ブランドを含む50ブランドを扱い、日本の総合商社としては最大である。

(サンコロナ小田について)

サンコロナ小田の商品、イタリアでの販売の経緯、販売戦略、今後の展望について概要を説明

- ・20 デニールまでポリエステルを細くするのは、ほぼサンコロナ小田が世界で最も進んだ技術を持っていると言える。
 - ・分繊糸を分繊機でオリジナルでつくることがこちらで拡販する際の商品の魅力になっている。シルクのようなポリエステルである。
 - ・用途と販売先としては、欧州のインテリアの扱い業者、素材メーカーということになる。
 - ・イタリアへの販売経緯だが、サンコロナ小田は欧州への販売を目指され、伊藤忠が当初からお手伝いさせてもらっていた。現在年間で50~60 t 位、金額で1億4千万円くらいとなっている。
 - ・販売方法は、セールスエンジニアとして、機屋を1件1件訪問。技術指導を行って、取引開始に向かって商品を理解していただいている。
 - ・流通政策として、取引先が多く細くなるので在庫リスクをもって販売している。
 - ・サンコロナ小田社の方も日本から現地に来て、お客様の生の声を商品に反映させている。
 - ・今後の展望は、シルストロンからミストロンへと考えている。これは20 デニールから2 デニールの割繊糸というものである。マットな光沢感でしわになりにくく洗濯しやすい。ジャパンテクノロジーを世界へ発信するところである。
- (実際のサンコロナ小田社製品 (見本) を手にする)



めあらし
明嵐 陽一 氏



説明を受けている様子



2 質疑応答・意見交換

Q：（実際のサンコロナ小田社製品のサンプルを手にして）このサンプル生地はコモでつくっているのか。また国内でもつくっているか。

A：これがまさにサンコロナ小田社商品でつくったものであり、コモだけでなくいろんなところでつくっている。

Q：ミストロンはもう開発できたのか。

A：これからである。

Q：普通フィラメントは三〇（サンマル）の12とか48などといった単糸を一本にすると思うが、これもよっているように見えるのだが、実際はどうか。

A：シルクに似せた合繊なので、ねじれといったものではなくて、直線のポリエステルである。

Q：イタリアの自給率が高いということだが、何%程度か。

A：はっきりとした数字は把握していないが、ほぼ自給しているのではないかと。米についてもミラノから2時間程度車でいったところに日本同様の田園風景がある。

Q：モードはフランスから、イタリアで生産という話があったが、イタリアにもブランドがある。フランスとイタリアのファッション、デザインというものをイタリアが生産するということか。

A：フランスにモードがあると私の極論を申し上げてしまったが、イタリアにもフランスに負けず劣らずのファッションデザイナーが非常にたくさんいる。イタリアにもモードがある。ファッション業界でいう一番高い1点もの、オートクチュールはパリ、プレタポルテというオーダーメイドでないものはミラノを中心としたイタリアとフランスで争っている。社内でもロンドン、パリ、ミラノにオフィスがあるが、取扱いのブランド数でいくとイタリアが最大である。日本への輸出、日本から見た輸入もおそらくイタリアブランドが一番多いのではないかと。

平成 27 年 10 月 20 日 (火)

ミラノ交通社 (ATM)

【視察目的】 L R T 等都市交通システムの整備状況や対策についての調査

【面談者】 ピエール・フランシスコ・マラン助役
バレンティノ・セヴィーノ局長
パオロ・キャンパス担当職員

1 説明概要

- ・ミラノは戦後非常に速いスピードで変化しつづけ、発展している。
- ・ガリバルディ駅の周辺も再開発が進んでおり、駅近くのボスコ・ヴェルティカーレという建物は、森のタワーと呼ばれているが、世界で一番美しい建物であると自負している。
- ・ユニクレジットタワーや磯崎タワー（磯崎新が設計）など、旧見本市会場も再開発されている。
- ・開発は街の中心であるミラノだけではなく、郊外でも進んでおり、郊外では市民と一体となって再開発プロジェクトを進めている。
- ・今は E X P O が行われているので特にそうであるが、E X P O の期間だけではなく、ミラノは常に外国人の訪問を受けている。
- ・ミラノで行われる見本市は、ヨーロッパでも重要な魅力ある見本市である。
- ・ミラノの面積は 1,575 平方キロメートル、人口は 134 万人。首都ではないが首都圏と呼ばれている。
- ・ミラノでは 57% がバスや路面電車、地下鉄を利用し、30% が車を利用。残りは自転車等である。
- ・ATM では、延べ毎日 567 万 8 千人、年間 7 億人を通勤、通学を含め輸送している。
- ・ミラノでは電車、地下鉄、バス、トロリーバスが走っている。
- ・路面電車はトータル 323 キロメートルあり、ヨーロッパの中でも最大級である。
- ・ミラノには古い町並みが残っているが、路面電車は通勤に便利のように街の中心に向かって整備され、地下鉄が走っていないところに路面電車が通っている。
- ・路面電車の線路と道路が一緒に走っている線路があり、また、路面電車によって渋滞を招かないように取り組んでいる。
- ・ATM ではカーシェアリングやバイクシェアリング、パーキング整備にも取り組んでおり、自転車で動くことが増えている。
- ・35 ユーロを払うと、ミラノでは 83 キロメートル、ローマでは 61 キロメートル、トリノでは 54 キロメートル移動でき、コスト的にはミラノが安く長く距離を移動できるということである。
- ・ミラノでは 42% が路上駐車である。
- ・車が入れないゾーンが増えている。
- ・ミラノが魅力ある都市になるように努力している。
- ・新しいプロジェクトやメンテナンスが 10 年計画で行われている。
- ・10 年間の計画の中には、新車両の導入、ジュニア用のバイクレンタルがある。
- ・常に人々の安全を考えるように、自転車や車のシェアリングにより渋滞を軽減し安全を考えている。
- ・路面電車は郊外まで延びる計画があり、一番効率的な路線図を考えている。
- ・路面電車が通るときは信号が青に変わるようなシステムが取り入れられ、渋滞を引き起こさないようにスムーズに走れるようにしているところがある。
- ・実際 7% 渋滞が少なくなったが、これは、車で行くよりも公共の乗り物に乗った方が早く動けるということである。



山田省悟団長からの挨拶



説明を受けている様子



街中のバイクレンタル

2 質疑応答・意見交換

Q：ミラノはそれほど大きい人口の街ではないはずだが、年間どれくらいの観光客が入ってくるか。

A：人口は約130万人、郊外を入れると320万人だが、年間どれだけの人が訪れるかはわからない。年間延べ7億人がATMを利用している。

Q：これだけいろいろな交通機関を走らせて採算が採れているのか。赤字なのか。

A：1日で10万人が訪れている。

Q：万博等を含め10年ごとに計画をして人が集まるような対策を取っているとのことだが、それでまかなっているのか。

A：公共の乗り物では採算が採れている。50%は国から助成金が出ている。国の施策としてミラノの発展のために助成金が出ている。国の助成金がなくプライベートで投資されている路線もある。

Q：ミラノに滞在して3日目だが、城下町でロードパーキングがあるにもかかわらず渋滞をあまり経験しなかった。すばらしい交通政策が体系化されていると感じた。城下町でインフラ整備をする際には技術的にも問題点があったのではないかと思う。課題は何か。

A：エコパスといって城壁の内側（Cエリア）に入るためには、どんな車も5ユーロを払わなければならないシステムになっている。時間は決まっている。このおかげで30%渋滞が減った。

Q：ゲートがあるのか。

A：カメラが設置されている。

Q：城下町での地下鉄の建設に問題点はあったか。町並みを保存しながらということになれば高度な技術も必要になる。

- A：地下鉄は非常に難しかったが、ローマに比べれば古い建物が少ないので進んでいる。
- Q：5ユーロはすごく大胆なアイデアである。支払はどうしているのか。市外から来る人からも取るのか。
- A：ナンバーを登録しておく、エリアに入ったときにカメラのセンサーが感知して自動的に請求がくる。それ以外はチケットを購入しその番号を自分で登録するか電話で登録する。一日に一度買えば何度でも行き来できる。外から来た人はチケットを買わなければならない。そういう手間があるので30%減ったということもある。
- Q：そのような制度を知らずに入ってくる車はないのか。
- A：手前にそういうシステムがあると表示してある。無視して入ると罰金が課せられる。
- Q：現金支払いは可能か。
- A：現金支払いはできない。チケットを買うことが現金支払いするということ。
- Q：外から中心部に入る際のパークアンドライドの駐車場の整備にもかかわっているのか。
- A：そのとおりである。
- Q：駐車場は無料にしているのか。
- A：有料である。地下鉄の終点の駅に整備している駐車場料金は、街中でメーターパーキングを借りるよりも非常に安い。車を置いて公共の乗り物を使ってもらって渋滞を解消するシステムになっている。
- Q：全体で何台分の駐車場があるのか。
- A：約2万台分。
- Q：カーシェアリングやレンタサイクル、LRTなど、料金的にはそれぞれ連動しているのか。例えば、LRTに乗ってきてレンタサイクルを利用する場合、全部別々になっているのか。
- A：別々である。
- Q：路上駐車が42%あるということだが、無料か。
- A：無料のところ、有料のところ、許可証が必要なところがある。
- Q：敷地に乗り上げて、その後ろに停めている車があったが、車を出すときにトラブルにならないのか。
- A：トラブルにならないように停める。他の車が出られるように考えて停めている。
- Q：日本の目線からすると路上駐車は非常に見た感じ違和感がある。路上駐車を解消することによって車の流れが良くなるのではないかというイメージがあるが、ミラノの都市計画のためにも将来、路上駐車解消のための施策はあるのか。
- A：そうだと思う。
- 全てのプロジェクトがここでできるわけではないが、エコパスのシステムなど、我々なりに取り組んでいる。住んでいる人たちや旅行者もそうだが、ミラノでは自分の車を使わずに動けるようにこちらではサービスを提供している。ミラノはイタリアの中でもそれがかなり進んでいる都市である。カーシェアリングをすることによって、1台の車で8台から15台分の車の代わりができる。ミラノはイタリアの中でも一番カーシェアリングが進んでいる。ローマに行ってもらえばわかるが、渋滞の問題はミラノがイタリアの中では一番進んでいる。

L R T 実地調査

ミラノ交通社の視察終了後、実際にL R Tに乗車し、実地調査を行った。



最新のL R T
90分乗り放題



チケット (1.5ユーロで最初の打刻から



車内の様子



車内広告



車も走ることができる併用軌道



専用軌道を走るL R T

ローマ日本人会との意見交換会

【視察目的】 ローマ日本人会との意見交換を行い、イタリアを含む欧州と石川県双方の理解を深めること

【面談場所】 日本食 濱清

【面談者】 渡邊ローマ日本人会会長（イタリア三越代表取締役社長）
高橋理事長（ホンダイタリア社長）

松本理事（ローマ日本人学校校長）

伊藤理事（JALパック支店長）

小川理事（在バチカン日本国大使館参事官）

山田団長の挨拶の後、2テーブルにわかれて食事を取りながら意見交換を行った。各面談者からご挨拶いただいたが、以下はその際の挨拶要旨である。

・ 渡邊ローマ日本人会会長

ローマ日本人会は、約40社が法人として加盟しており、中にはイタリアの会社で日本と交流のある会社も入っている。

会員数は約300人、イタリアの首都にありながら、日本人組織としてはミラノの方が大きい。私は主に流通業界だが、旅行会社や、ホンダ、トヨタ、ブリヂストン、ダイキンやYKKなどといったいわゆる製造会社の方たちで構成されている。

そんな中で、日本人学校は、私たちの重要なサポート業務の一つである。数少ない駐在員と、生徒もなかなか増えない中、日本の教育を続けていこうということで、日本人会がメインでサポートしている。いわば互助会のような組織だが、非常に仲良くやっている。特に、今年は万博があり、各県の皆様にお越しいただく機会も多いが、さすが石川県は力が入っており、たくさんの方に来ていただいてこうやって皆様とお話しさせていただけるということは、身に余る光栄である。

・ 高橋理事長

我々はローマにおいてどんどん減少する日本人の中で、一生懸命頑張っている仲だが、こうやって大勢の方が来ていただくという機会は、我々にとって非常に励みになる。

明日あさってと、ローマを視察されるということだが、何せ二千年の歴史がある遺跡が所狭しと、ごろごろしているところなので、どこを掘っても遺跡だらけで、地下鉄も未だできないというような状況である。

非常に歴史の重みがある街だと思っている。そういった中で、イタリアの人たちは非常に保守的な感覚を持っているが、若い人は徐々に変化がある。例えば、マクドナルドを受け入れるようになった。

日本館の最後のブースで、一輪車のようなものが走っていたかと思う。あれは弊社の乗り物で、ASIMOのテクノロジーを入れたバランスを自分で取って走れるものであり、誰でも乗ることができる。

・ 松本理事

日本人学校は、現在33名の児童・生徒である。非常に少ない中でやっているが、子ども達は非常にキラキラして笑顔いっぱい活躍してくれている。伊達藩の武士がこちらに来て400年、ちょうど視察団の皆様が着かれた日が400年目の日だった。その頃について今勉強しており、次の土曜日、文化発表会で子ども達が総合的な学習で発表することになっている。

子ども達もお父さんお母さんとこちらに来ているが、本当は日本の学校で学ばなかったのだろうと思うが頑張っている。外国で活躍される子どもさんは皆そうだと思う。しかし、子ども達はすごいパワーを持っている。一番パワーを発揮してくれたと思うのは、サンタジェ

ロ城で写生会をしたときである。世界中の観光客が子ども達の絵を見て、次の瞬間、その観光客がみんな笑顔になってくれた。子ども達の力はすごいと感じた。今世の中でいろいろなことが起こっているが、この笑顔を振りまいて、この子達が世界平和に役立つ子どもになってくれたらと思いつつ頑張っていきたいと思う。

- ・ 伊藤理事

「まれ」は半年間毎朝家族で楽しみにしていたドラマで、塩田に行ってみたくて家族で言っていたところである。それ以外にも石川県出身の永井豪の原作であるマジンガーZや鋼鉄ジグはイタリアですごく人気がある。私が子どもの頃に見ていたものをイタリア人がいまだに見てTシャツを着ている。永井豪という存在はイタリア人の中でも認識されていると、今日認識したところである。「ナポレオンの村」をつい先日まで見ていたが、原作が石川県だったということに驚き、早く家族に話したいと思っているぐらいである。想像以上に、イタリアといろんな部分で通じるものがあると感じた。

日本は、イタリア人からも尊敬される存在で、日本に行ってみたくて思っているイタリア人はたくさんいる。ただ、原発のことや、ローマは比較的生活水準が高くない方なので、日本に行ける人は限られたお金持ちだけになっている。

我々の業界は、行っていただく、来ていただく、これが原則だと考えている。イタリアの人たちにできるだけ多く石川県の存在を知らせて、石川県へお客様をお送りする努力をしてみたいと思う。反対に、イタリアは歴史もあり食文化もあり、ファッションなど日本人が好んでいるものがたくさんある国なので、石川県の方達に一人でも多くこの素晴らしい国に小松空港からまずはソウルに運んでいただき、ソウルからイタリアへお客様をご送客いただけるとありがたいと思っている。

- ・ 小川理事

私はここに来てまだ6か月である。この前の前任地はブカレスト、ルーマニアで、今までの任国としては、トルコとアイルランドである。どの国と自分のフィーリングが合うかが問題で、私はトルコに赴任していた期間が一番長く13年トルコと関係を持っている。トルコ語の専門で妻もトルコ人という環境もあり、トルコは比較的相性が合うのだが、トルコ語がわからなければここまで相性は良くないのかも知れない。イスタンブールとローマの共通点は、観光するには素晴らしいところだが居住するには向かないというところである。

皆さんのお話を聞いていて、やはり実際に行ってみて見てみて体験してみてやらないとわからないということを感じた。本当であれば最低でも1か月は住んでいただかないと、良い悪いはわからないというところが正直なところあると思う。

日本食のブームの話などをしていたが、前任地が経済班長ということで民間の方ともいろんな話をする機会があり、チャンスがある国とない国があると思うが、ルーマニアは発展途上国で上り調子、イタリアは経済全体からすれば下火なのかもしれないが、零細企業、中小企業なのでピンポイントではまれに上手いくのかなというところもある。日本国のため地元の皆さんのために働かされている同じ仲間として、僭越ながらそう総括させていただくと、見ていただいて聞いていただいているんなことが勉強できると思う。

ローマ市内の一部にバチカン市国があり私はこちらで勤務しているのだが、今回のご縁を大切に、このご縁を何かの機会に上手く繋がることを期待する。



渡邊ローマ日本人会会長



高橋理事長



松本理事



伊藤理事



小川理事



挨拶する山田省悟団長



意見交換を行う様子



平成 27 年 10 月 21 日 (水)

国際連合食糧農業機関 (FAO) 事務局

【視察目的】 世界農業遺産「能登の里山里海」の取組みについて調査

【面談者】 遠藤 芳英 国際連合食糧農業機関 (FAO) 土地・水資源部 (NRL)
G I A H S コーディネーター

1 説明概要

・今年 7 月から G I A H S コーディネーターとして赴任。G I A H S の調整官という表現がふさわしいと思う。これまでは、農林水産省国際協力課国際農業機関調整官として、ローマにある 3 つの国連の食糧関係機関である F A O、国際農業開発基金 (I F A D)、国際連合世界食糧計画 (W F P) の担当。

・2002 年、G I A H S が定義され、そのまま今でも継続してつかわれている。

・「特筆すべき土地利用システム及び景観」が一番のキーワードになっている。生物多様性を豊かに保ちながら、農村社会が持続的な経済発展をしなければならないし、また、環境を保全しなければならない。この二つの相反することを調和しながら発展してきた土地利用システムや景観を指している。

農村が一生懸命食糧を生産しながら経済発展し、かつ環境とも調和を図ってきたことにより生物多様性を維持してきたということを定義している。

・どこでも G I A H S になれるというわけではない。数千年に渡る農耕文化・農耕社会の歴史の中で、世界中ありとあらゆる農村において、環境と経済発展や食糧生産が調和されてきているので、それをすべて G I A H S 認定すると世界中 G I A H S になってしまう。

しかし、「特筆すべき」というところに価値があって、そこに何らかの世界的な価値を持つものを認めていこうという意味が込められている。「特筆すべき」ということがなければ、世界中の農業農村地域が G I A H S になってしまう。そこが決定的に違うところである。

・世界を見渡すと、長い年月に渡って周辺の環境に適応した巧みな農業生産システムを發展させてきたところがある。この「巧みな農業生産システム」に意義がある。

・「巧みな農業生産システム」を發展させてきた結果、優れた農業システムが食料安全保障や生計の維持、自然や文化の多様性、自然の保全等をつくり出してきた。そういったものが G I A H S である。これは G I A H S を別の側面から説明する概念である。

・長い間のサバイバルゲームと言っているが、農民や農村が生き残るために必死になっているろいろ工夫してきた。その巧みな技が様々な食料安全保障や生計の維持、文化の多様性、自然の保全等を生み出してきた。そういったものが G I A H S である。

・なぜ特筆した農業システムが形成されてきたかという背景は、a) 地政学的な孤立、b) 脆弱な生態系、c) 限られた天然資源、d) 極端な気象状況にあると説明されている。つまり、何もしなくても毎年農作物が実って豊かに暮らせるようなところでは、G I A H S はあまり發展しなかった。なぜ G I A H S のようなものができてきたかというのは、a) b) c) d) にある地政学的に孤立している、脆弱な生態系で一生懸命工夫しなければ生き残ることができない。土地や水も含めて、限られた天然資源を有効に使わないと生存できず、極端な気象状況、に対応する適応策を考えなければ生き残ることができなかつた。そういった条件のところできるといった農業システムが育まれてきた。

・一つの例として、生物多様性とのことをよく言われるが、昔の農家は多様な品種や様々なものをつくらなければ生き残ることができなかつた。そういうリスクを最小化する戦略をとってきた。要するに農家の必死の適応策が独自の農業システムをつくってきた。これは G I

AHSがつくられてきた背景を説明している。

- ・まとめると、農家による長年の努力が特筆すべき農業システムをつくり、その独特な特筆すべき農業システムがどういった形で現れるかは、5つの現象となって現れているのではないかと考えられる。

- ・食料安全保障及び生計の確保、農作物をつくり食料をつくり販売するなどして毎年生活をしてきた。つまり農業生産が成り立たないと困るため、そういった農業システムをつくり上げてきた。次に農業以外の生物多様性を維持して発展し、特筆すべき技術や農業生産慣習をつくってきた。また、文化遺産をつくってきた。農民の長年の努力が様々な特筆すべき特徴をつくってきたことがG I AHSの背景にあり、それがそのままG I AHSの基準になっており、単に機械的に基準を設けたのではなく、G I AHSがどのように生まれて、どのような特筆性があるかということを考えている過程で生まれてきた基準である。

- ・世界遺産と同じで、G I AHSは認定して終わりではない。G I AHSは認定するところから始まるが、G I AHSの認定の意義は、G I AHSが危機に瀕しているという暗黙の理解の基で認定を行っている。

- ・認定を行うことによって適応型保全を行うことが最終的なG I AHSの目的であり、G I AHSの保全は単なる保全ではなく、そこにダイナミック（動的な、動体な）という言葉が付く。時代に合ったその時代なりの保全の仕方をもってG I AHSの根幹を守りながら、その時代に合った政策なり対策を講じながら保全していくということである。

- ・これからG I AHSに認定されるために、各国からの応募がある。行動計画をつくることとなっているが、中央政府が一方的につくるのではなく、必ず地元の人たちを取り込むこととしている。さらに、行政、市民、社会、研究機関の多くの関係者が総合的になければならない。

- ・石川県では国連の研究機関の付属や、金沢大学、行政機関、地元の人たちが熱心で農家だけではなくNGOも様々な形で関与してきている。

- ・石川県のモデルはまさに適用型保全の最適なモデルになるのではないかと。これから石川県と情報交換しながらG I AHS認定の後の適用型保全にどのような取り組みがあるか、どのようなものが有効であり問題があるか、石川県の事例を世界に発信していきたいと考えている。

- ・石川県のような先進的な地域は比較的順調に行われているが、途上国では非常に大変で地元社会の参加が難しい。一堂に会して何かを考えさせるということが難しい社会である。石川県のような取り組みを紹介して有効であることを示していきたいと考えている。

- ・G I AHSの認定が与える影響の一つとして、地元の意識が大きく変わるということ。これは日本だけではなく世界中で、地元の農業が価値のあることに気がつき、関係者の意識が変わっていく。よって、適用型保全を実施しやすい環境が作りやすくなるのである。この保全の結果、エコツーリズムの促進や農産物のブランド化、伝統文化の促進などに発展していくということになる。

- ・中国はG I AHSが盛んだが、観光化し、農家が農業のやる気を失い始めているという現象が起こって本末転倒になっているのではないかとこのところがある。これはG I AHSの根幹を壊してしまうことになる。また、ホテルがたくさん建ってしまって、農業に回るはずの水資源をホテルが使ったり水を汚染されてしまったりと弊害もある。

- ・G I AHSは当初、FAOの予算はなく、外部の資金で運営されている事業だった。これが2015年にFAOの公式プログラムとして認定され2016年、2017年予算に初めてFAOの通常予算をG I AHSに投入することが決まったということである。ただ、G I AHSのすべての活動に予算が回ったのではなく、G I AHSコーディネーターというポストと事務補

助員のポストの人件費だけがFAOの通常予算でまかなわれることになった。G I A H Sの会議やホームページをつくったりする活動費は、引き続き外部の予算を使わなければならない。

- ・昨年までは主に国際的な環境保全のための予算がG I A H Sを支えていた。最近では日本政府と中国政府の予算がG I A H Sを支えている。

- ・G I A H Sプログラムのアプローチ戦略ということで、世界レベル、国家レベル、地域レベルでどういうことをしなければならないか、以前から言われているが今も続いている。世界レベルはFAOの仕事である。国家レベルでは、国家の中でG I A H Sの位置づけをきちんと行ってそれを政策的に実施していく。地域レベルでは、さらに地元で根ざしたG I A H Sの推進をしていく。

- ・現在のG I A H Sは32の認定地域がある。中国、日本、韓国、フィリピン、インド、アフリカ、モロッコ、チュニジアなどがあるが、圧倒的にアジアが多い。ヨーロッパと北米はゼロである。

- ・初期のG I A H Sの文献を見ると、「原住民」、「生物多様性」、「農業の多様性」という言葉が多く出てくる。G I A H Sが守らなくてはならない農業の対象が、農薬を使わない、近代的な農法もない、そういう農家が残している驚くべき知恵と巧みを残していかなくてはならないということがG I A H Sの出発点であり、典型的な事例になったと思う。

- ・能登コミュニケは非常に画期的なコミュニケで、今後ますますG I A H Sサイトを増やしていこうということ。途上国で現場レベルの活動を活発にしていこうということ。途上国において候補地区の認識向上を支援していこうということ。途上国との間におけるツイニングという形で支援していこうということ。これは金沢大学が取り組んでいると聞いている。この4つのポイントを重視しているものである。

- ・今後の課題については、ヨーロッパやアメリカ、オーストラリアに広げていきたいということ。G I A H Sが推進する農業と彼らの農業は違う方向を向いているため、G I A H Sは新興勢力ということで理解が至っていないし、関心も無い。これからどのように取り込んでいくか、これから対話していかなければならない。

- ・途上国は、G I A H Sに向けた体制づくりが困難である。G I A H Sの提案書を作る際も、専門家を派遣し長い時間をかけて人を育てなければならず、お金と時間と手間がかかる。今後世界的に普及するにあたって課題が大きいということがある。

- ・FAOの中に組織がなかったので、FAOの中につくってその中の組織がG I A H Sをしっかり見るといったかたちをつくっていかなければならない。

- ・FAOの予算は増えず、来年度は今年度と同様、その中で多様な項目をこなしていかなければならない。FAOの中で事業同士の奪い合いになっている。今後長期的にG I A H Sを支えていく財源を確保しなければならない。これが最大の課題である。

- ・石川県が能登で開催した会議は素晴らしい会議だったと聞いている。事務局長が感銘を受け、G I A H Sは今後FAOが力を入れていかなければならない事業にすべきだと、予算を確保してくれた。石川県の会議は意義があり貢献してくれた。感謝している。

2 質疑応答・意見交換

Q：財源確保が課題だという話があった。総額的に日本の財源はどのくらいあるのか。

A：3年間の事業で8千万円程度である。

Q：これからの財源は国に求めるのか。企業に求めるのか。

A：ありとあらゆるところに当たるしかない。国際的な公的な性格を持った環境保全のため

のファンドがあるが、支援を受けるのは大変である。

Q：職員数が3,800名とあるが。

A：本部だけではなく世界中にいる。規模は国連の専門機関の中でも一番大きいのでは。

Q：加盟している196の国は分担してお金を出しているのか。

A：FAOの予算を全体で100とすると各国のGDPを積み上げていく。例えばアメリカだと2割強になるが、出し過ぎではないか、19%にしてくれということ、自分で特例をつくらせている。日本は10%。ドイツは8%。国連の分担金はすべてそういう形になっている。かつて日本はアメリカに近い19%出しているときがあったが、最近はみるみる落ちている。それだけ世界が成長して日本が成長していないという証。日本の経済力は10年近くで相当盤沈下している。それ以外に自主的に使ってくれと出すお金もある。日本も出しているが、中国は3年間で3億円出している。

Q：FAOの活動と市場原理という経済活動は相反する部分が非常に大きい、その辺、いかに歩み寄るかが大事な課題であると思う。能登は先進国において、日本で初めて認定されもう4年目だが、実際、能登の人口も20年後には半減するだろうと言われている。その中で農家の良さをいかに発信していくかということは、ヨーロッパでも大事だし日本でも大事な課題である。その中で能登の春蘭の里では、若い学生などに農家で体験農業をさせたり泊ませたりして、生産物がどの過程で育つのかといったことの教育の在り方も大事である。観光も取り入れながらやることも大事だし、生業が成り立たないとその地域に住めないことになる現象もある。そういった見方がないと先進国であるヨーロッパやアメリカも受け入れ難いものがあると思うが、やはり歴史の中には農業や自然の大切さが理解されていると思うので、FAOとしてどういう進め方をするのか。

A：私はGIAHSに限られているので、GIAHSの文脈の中で言えば、GIAHSが途上国の農業を維持発展させていくという話だけではなく、さらに農村地域の経済発展までも狙えるものだという位置づけを強めていきたいと思う。最終的には加盟国がそういった考えを持って承認してGIAHSを位置づけてもらわないと困る。加盟国が合意でFAOの事業を支えているという形に持って行くべきだと思う。

Q：世界の食料生産の約3分の1、13億トンあまりが廃棄されている状況もあるし地球の人口が70億人を超えてくる中で、飢餓状況の人口も9億人あまりあるという状況。食料を廃棄する先進国と飢餓状況の国との連携は非常に大事な課題になると思う。日本においても概ね3分の1、2,700万トンあまりが廃棄される。その農産物をつくるために水や環境整備、CO₂の排出量を考えると、非常に大きな課題。地球規模の取り組みはやはりFAOが主体でいくことも大事ではないかと思う。

A：そのとおりであり、これはGIAHSと関係なくFAOがいろんな取り組みをしている。まさにFAOが推進していることと考えていただいて結構である。世界的に食料廃棄の問題は非常に深刻で増えている。FAOだけではなく、他の機関や各国を巻き込んでどうしたらこれを解消できるか真剣に取り組んでいる。

Q：そのためにも先進国においても若い世代に教育の観点の中で自分達が食べている農産物に対する流通、安全安心にどう届けられるのかという部分もしっかり連携していかないといけないと考えるがいかがか。

A：食育という点で、御指摘いただいた認識は、FAOも十分持っている。具体的にどうなっているかは申し上げられないが、真剣に取り組んでいると思う。その重要性は繰り返し叫ばれている。

Q：能登半島でも、私が子どもの頃は多く農薬も使っていたり化学肥料も使っていたりした

時期があったが、価値観も少しずつ変わってきて、遺産認定があって、より増して有機や減農薬がいいものだと大事なものだという感覚が石川県の中でも広がってきた気がする。そういうことが評価され、適応保全型ということで、もっと先進国に広がって世界的な価値がまた高まっていけばいいと思うが、その時、日本の先進国における認定地域がどういうふうな役割を果たしていけばいいのか。その点についてはどうか。

A：先進国における農業地域は所得格差がある。そうした中で日本の地方が農業というものを使いながら、G I A H Sという特色を活かしながら、いかに地元の雇用や経済発展を守るか。先進国に適応できるモデルとしては、所得格差があって簡単に考えてしまえば農業を辞めて都会で仕事をした方がはるかに経済的に豊かになると考えるが、そういった国でそういう特色のある農業を守り、さらに経済的に発展していくモデルを石川県からぜひ我々が学び取って世界的に発信していけたら良いと今考えている。そういう意味では金沢大学や県担当者にどういう状況で何が課題なのか近く伺いたい。

Q：G I A H Sの概念が日本の中でもそれぞれの自治体で理解を得ているところが少ないように感じられる。そういう中で本県は金沢に国連の機関を誘致しようということで、それが成功しオペレーティングユニットのアン・マクドナルドさんに所長として来ていただいた。その方が能登の里山里海に関心を持たれ、そのことがきっかけで認定の申請に繋がっていったのではないかと思います。そういった方が世界各地でどの程度活躍されているのか。もしわかればお聞かせ願いたい。

A：残念ながらG I A H Sはまだそこまで普及していないのは確かである。中国が9月に行った研修がまさに普及のためのもので、世界30カ国から人を呼んで2週間に渡って講義等を行った。特色のある農業を守らなければならないとか、生態系を守るとか、そういった似たような考え方はすでにある。G I A H Sという考え方はその上に立って構築されていると、理解してもらえと思う。下地はすでに世界中あちこちにあり、課題は最後の一押しで、それはG I A H Sという体系的な考え方にまとめて確率させるということ。これから途上国への普及事業とか、F A Oのいろいろなネットワークを使った普及活動や、加盟国にお願いしてやっていく活動など、今後の課題だと思う。

Q：申請数は毎年少しずつ増えているのか。

A：どんどん増えてきている。インドネシアやバングラデシュ、インド、コロンビア、メキシコ、タイなどから申請書の提出があり、ブラジルなども興味を示している。

Q：農業大国のイタリアでも普及させてはどうか。

A：イタリアにも普及させようと思う。



概要説明を受けている様子



エントランスホールにて

グルメライン（ニッポニア）

【視察目的】 世界各国の生鮮食料品流通状況、県産食材の販路開拓等の可能性について調査

【面談者】 ベルナード・ジョルノ 輸入・購買部門責任者兼代表取締役社長
リチャード・ジョルノ 国際営業責任者

1 説明概要

- ・日本から視察団に来ていただくのは大変名誉なことである。
- ・10年以上日本食を取り扱い、近年大きく成長している会社である。ローマ市内にも3、4箇所ほど小さい倉庫があるが、基本はこの場所で配送等行っている。
- ・震災の影響で2011年から13年まで欧州連合の規制で日本製品の輸入が禁止されていた。
- ・その間、日本食レストランに卸しているの、ヨーロッパにある日本食を生産しているルートを探し、経由し卸していた。
- ・2013年には緩和されたので、もともとの形で日本から輸入する方向で調整中である。
- ・6年くらい前まで、イタリアで50軒程度だった日本食をうたっている飲食店が、現在1,500軒にもものぼり、そのうち85%が中華料理店から日本食レストランに移行した店舗で、中国系の方の経営である。
- ・中国系の方の経営する日本食レストランは、素材、材料が日本の物ではない場合が多い。
- ・私たちは、本当の日本産食材を流通させようと努力している。
- ・トロサーモンの要望が多いのでここで加工したり、シチリア産マグロは5、6月しか獲れず、時期が短いが人気がある。
- ・輸入規定で生魚でも一度冷凍した物でないといけないという制限がある。



説明を受けている様子

2 施設案内



倉庫内には日本食が積まれている



海苔
価格の問題で日本より中国産を扱っている



レストラン経営者のためのショールーム
実際に手にとって見てオーダーをする仕組み
商品は1か月サイクルで入れ替わる



トロサーモン加工場

3 質疑応答・意見交換

Q：生魚は輸入できないのか。流通しないのはなぜか。

A：冷凍の物を輸入できるが制限が多く、甘エビなどはヨーロッパの物を輸入している。なると、かまぼこもヨーロッパから輸入している。日本政府が制限しているのではなく、日本での鮮魚市場が大きく、欧州に輸出するという考えが少ないからではないか。また、欧州連合の規定の規格に沿う魚が少ない。ぶりなどは認証を得ていないので輸入できないが、可能ならば是非とも取り扱いたいと考えている。

Q：取引している日本の商社は一つか、それぞれ別か。

A：2つの商社と取引している。クラウントレーディングと東ホールディング。それ以外はドイツの日本食を扱う商社を経由して輸入している。名古屋にある「みやけセラミック」から食器を輸入している。

Q：サーモンはどこから輸入しているのか。

A：ノルウェー、スウェーデン、スコットランドなどから。

Q：生魚はなぜ取り扱えないのか。

A：お刺身だけでなく、揚げ物のためのさんまなど、シーナンバーの認証を得ていないのでできない。うなぎや穴子も日本のものを輸入できないので、中国から輸入している。うに、いくら、とびこはタイ、ベトナムから輸入している。日本から33%、ヨーロッパ32%、中国12%、韓国8%、台湾6%、タイ3%、アメリカ3%、ベトナム2%、その他1%となっている。

Q：金額ベースか。

A：量ベースである。

Q：食品の安全性について日本では抜き打ちチェックをしているが、会社でもチェックしているのか。

A：輸入する段階で社内にてチェックしている。評議員として日本人の板前がおり、日本食を料理するのに必要な素材か、また安全なものか質を確認することとなっている。

Q：年商はいくらか。

A：約1,000万ユーロである。

スローフード協会ローマ支部

【視察目的】 日本食、県産食材の今後の在り方、食育について調査

【面談者】 エマニュエラ・ダ・ロス役員

アンナリタ・セルヴィ 協会メンバー兼シェフ

1 説明概要

- ・1989年設立。ファストフードへの反対からスローフードと名付けている。
- ・世界で10万人の協会員、100万人のサポーターがいる。日本では多くの活動に協力いただいている。
- ・活動として、伝統的な料理方法、農業生産方法、品種の保護があげられる。現在、2,600件の料理法、品種を守ることができている。
- ・450種類の食品がスローフード認証としてある。イタリアは発祥なので、100種類あるが、世界中に広がっている。
- ・現在、協会は1,500支部ある。そのほか、1,700箇所のアフリカ農園をスローフードとして保存する活動もある。
- ・モットーは味わう、楽しむ権利を守ることが一つであるが、守るためには地域の環境を守ることが大事である。
- ・多様な生態系を守る活動も行っている。
- ・活動として、喜びの権利を守る、おいしくて衛生的な食物を作ることである。伝統的な日本料理を守ることに関心があると思うが、郷土料理を守って行きたい。
- ・消費者を守るのは単に消費する者を守るだけでなく、生産者への働きも含まれる。誰が生産しているのか情報提供することによって、生産者を守ることになる。
- ・生産者の生産物を自ら直接提供できる機会を設けている。
- ・「喜びの権利を守りましょう」は民主的であり、裕福な方、そうではない方にも平等であるべきだと考える。
- ・食文化保存については、特に後進国はグローバル化によって伝統的な食事方法、食材をなくしてしまうという動きが見られるので、保護していくことが重要である。
- ・食べ物はおいしくあるべき、おいしいと感じるには本当の素材の味を知ることが重要である。
- ・工場で作られた食品は、甘い辛いのみである。本当の味を知ることが大事であり、また、子供達に伝えていくことが大事である。子供達に「りんご」と一言を伝えても、赤いか青いかくらいしか伝わらないが、本来は100種類の色、香りがあり、それを伝え理解してもらうことが食育の働きである。
- ・ローマではオリーブオイルの生産が多く、味見に使用するが、どこのオリーブか、品種は何かを細かく味見すると、工場で作られたオイルとは違い、子供達は笑顔を見せる。
- ・日本料理とスローフードの類似点としてあげるとするならば、漁業があげられるのではと考える。
- ・スローフードはよりよい未来のために何を守るかと思われがちだが、伝統的漁業を行って自然を守ってきたサイクルを見直し、反対に何をしが環境に害を与えるかを考えることが大事である。
- ・それぞれの生産者の生産活動を守り、環境を守りながら生産者を守ることの運動も行っている。

- ・季節の食べ物を守っていくことにも力を入れている。1年を通じてこの季節にはこの魚が食べられることや、また何センチ以下の稚魚ならば漁はしない、食べないことが将来環境を守ることに繋がるので、そういったリストをホームページに載せている。
- ・チョコレートについて、どこで生産されたか分からない（標記されていない）カカオを使用しているものならば、後進国の農場で不正が賃金で子供が働かされている場合がある。そういうことに協会では力を入れている。
- ・世界的にみると、それぞれの食文化を守ることが未来に関わることになる。
- ・地域で生産されるもの、消費者が正しい知識を得ること、地域の人が消費者となることの3つがポイントとなり生産者を守ることに繋がり、地域全体の景観を守ることに繋がる。消費者は生産者の協力者であること、小さな範囲の輪で消費されることが重要であり、農業生産者が直接市場を設けるなど、グループで守る運動がある。
- ・教育面では幼いときから食育を行うことが重要であり、学校では、家庭菜園の手伝いをして、育つ過程を知る。都会に住んでいると目にする機会がないので、そういった手助けしている。イタリアではお米を食べる習慣があるが、どのようにして水田があるのか全く知らない子供達が多い。また、大人にはワイン、オリーブオイルを通じた教育クラスを開き勉強する機会がある。コース修了後にはマスター称号が得られる。
- ・また、遺伝子組み換え作物の支援団体ではないと宣言し、生態系を壊してまで新しい食材を求めることはしないと考える。
- ・日本料理文化とスローフードの共通点は、どちらも材料の新鮮さを大事にしている点である。素材の良さを活かし、調味料の使いすぎを避けることができる点である。
- ・イタリアには村ごとに伝統料理を持っているので、日本でも同様かと考える。
- ・まだまだイタリアにおいて日本食料理は3、4種類のみと考える人が多く、認知、普及が広まっていない。

2 質疑応答・意見交換

Q：世界の支部への連絡網や経営はどうなっているのか。

A：ピエモンテ州ブラの本部にて取り決めを行い、支部はそれぞれ経営している。会費とイベント販売収益、地方自治体の補助をもらう。本部は職員、支部は基本はボランティアである。ローマ支部が一番多い支部で1,000人いる。

Q：自国の生産物を守ろうということであるが、政府との関税の考えは。

A：関税について個人的には、本部は欧州連合の農作物議会の代表一員として参加しており、輸入しないと輸出できないという取り決めがある。自国の農作物を守るために活動しているが、イタリア農林水産省は生産者をあまり守っていない傾向がある。欧州連合ではアメリカの農産物を輸入すると欧州のものが打撃を受けるし、どう解決するかが問題である。

Q：中国産の食材についてどう考えるか。

A：中国産は価格的に安すぎる。どういう状況で生産されているか、安全かどうかを消費者が知らない限り、どうしても価格に目がいてしまいがちである。ひいては自国の生産の回転に関わる。

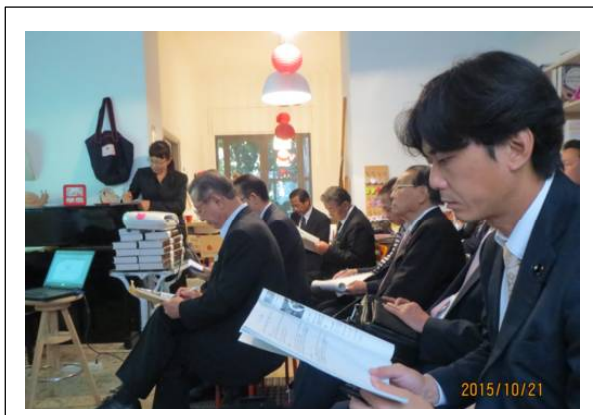
Q：イタリアの中で遺伝子組み換え食品に対する考え方は。フェアトレードについての考え方は。

A：国内は遺伝子組換え作物の規制があるが、輸入物については規定で「組み替えしている」と表示をしている。イタリアでは遺伝子組換え自体の栽培を禁止していて、敬遠している。

イタリアでは、フェアトレードしていると表現して流通していることもある。



概要説明を受けている様子



平成 27 年 10 月 22 日 (木)

イタリア政府観光局 (E N I T)

【視察目的】 国際観光誘客のインバウンド効果や受け地の魅力づくりについて調査

【面談者】 カルロ・パウロ企画・調整部長

1 説明概要

- ・イタリア観光業の広報活動は公的機関である政府観光局が行っているが、地方自治体において、独立した広報活動する機関をもっている。
- ・2001 年に行われた地方分権において、これまで中央機関で一手に担っていたが、州単独の独自性をもった広報活動ができるよう分割化が行われ、計画、観光活動の土地レベルの発展、マーケティング、インフラ、旅行業者とのやりとりなどができるようになった。
- ・結果、国全体としてイタリアを海外にアピールする際にばらつき、まとまりがなくなってしまった。E N I T が重要視しているのは、ばらつきのある広報に共通点を見だし、協調して進めていくことである。
- ・反対に、州の独自性を広報することにより、州の小さな町においても歴史ある独自性を持っているので、それを守ることができた。外国からみると、観光業はイタリアという国のくくりで捉えられるため、ばらつきがあってはプロモーション活動が行いにくいということで、E N I T が活動することになった。
- ・国において観光の位置づけは低く、1993 年観光省は一旦なくなった。観光業はいろんな省庁に含まれる一部分として進められていったが、現在は見直され、文化活動省の中に E N I T が含まれることになる。
- ・2003 年に観光業の戦略プログラムが生まれ、その中に、観光業を生業とするもの、非営利を含め 70 活動をプログラム化し、国として広報をまとめようとしている。
- ・まだ E N I T は、変換時期にあるが、任務は 6 つに別れ、商品化活性化を支援する、各種の広報活動、ジャンルにおける観光の紹介を含め、多岐にわたっている。
- ・ドイツ、オーストリア、フランスからイタリアに来る人数が多く、プロモーションに力を入れている国である。また、現在、中国のマーケットは小さいが、急成長を遂げている。
- ・予算は他のヨーロッパ諸国と比較すると少ないが、そのほかの収入源として、見本市を開く際に、スタンドスペースを州に借りてもらって資金を得たり、クラブイタリアとして、民間のツアーオペレーターに会員となってもらい、見本市などのスペースについて割引を行うなどのサービスを提供したりするなど、自らの収入源を模索している。
- ・2030 年まで世界の観光業は増加傾向である。小さな町、州もこれを目標にして、整備していかなければならない。現在、ホテルの数について、12 万 4 千のホテルに準ずる施設があり、近年非常に伸びている。観光客が特徴ある町、村を訪れた際に、同じ体験をしたいということから、大きなホテルではなく、実際の生活の体験をしたいということの表れである。
- ・イタリアに来る外国人は、1 位ドイツ、2 位アメリカ、日本は 11 番目に多いが目的として、「芸術の町」という理由が一番多い理由である。
- ・日本人観光客数はヨーロッパを越えた長距離からの国の中では 3 番目である。日本からイタリアへの旅行者は 1990 年代にブームが訪れたが、1980 年代に E N I T が東京にオープンしたので、広報の成果がでたものと思われる。
- ・日本人観光客の 82% は、4 つの州を訪問しているが、まだまだ魅力的な州がたくさんある。そこで、日本にいる方にどのようにそのほかの州の魅力を伝えるのが重要。中世の町 100 選という魅力的な小さな町、村があるので、リピーターとしてきてもらえるよう広報してい

かなければならないと進めている。

- ・日本でも同様に、初来日の方は東京を目指す、再来日の方は別の都市に行ってみたく考えたときに、石川をどう広報活動するかが重要である。知らないところ、魅力を広報することが重要である。

- ・観光客は2種類あり、有名どころを訪れる観光客と、リピーターで穴場等未体験の地へいく観光客がいるので、それぞれ知りたいという要望をどのように答えていくかが重要である。

- ・ENITには3つの戦略がある。一つ目は、観光地の広報。ポスター、WEBなどあらゆる方法で個人に対してプロモーションすること。二つ目は、観光業のオファー。見本市、修学旅行など。三つ目は、パートナーシップをどこどどのように結ぶのかということである。

- ・観光客の流動調査を年3回行っている。復活祭、夏休み、クリスマスという一番人が動く時期に、ツアーオペレーターに調査し統計をとっている。

- ・国の観光戦略計画は3年毎に計画され、国の認可を得て、州の意見を取り入れて、計画を策定していく。州ごとの計画を策定し、最終的に国の計画となる。

計画とは、市場ターゲットは誰か、商品化する方法であるが、そのためには、広告、見本市、ワークショップなどのサポートがある。特に、2014年策定の計画では特徴として、ゴルフとMICEがある。

- ・服飾のイタリアは評価が高いので、観光も自分の要望やサイズにあった旅行が可能という表現をするために「Made in Italy」と題し広告キャンペーンをしている。

2 質疑応答・意見交換

Q：一番の観光客が訪れる都市はどこか。

A：州では、ベニスのあるベネト州である。そこにローマが追いついてきている状態である。三角形と表現されるが、ベネツィア、フォレンツェ、ローマが必ずいく都市である。ベニスは水の町として魅力がある。ローマは、バチカン市国があるので多くの信者が来る。来年はバチカンの巡礼の年が始まるため、3千万人の信者が訪れる予定である。

イタリアにくる観光客の目的は芸術が大きいのでそういった結果になる。

Q：スペインは大きな国ではないと思うが、上位に位置しているが、何が魅力だと考えるか。

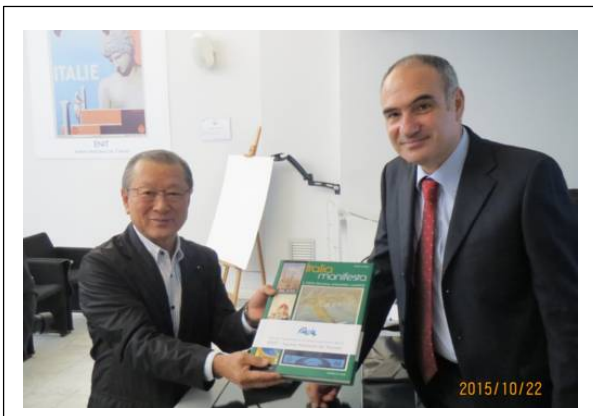
A：スペインは海岸が人気。気候が安定しているカナリア諸島を旅行の目的にしている。スペインの飛行機会社は、そのまま、旅行会社としても大規模ホテル経営もグループとして行っている。縦のラインとしてパックとして計画できる。イタリアはそれが出来ないため、数がなかなか伸びない。



挨拶する山田省悟団長



カルロ・パウロ企画・調整部長



イタリアを宣伝する洋書が贈られた



イタリア政府観光局前で記念撮影

チネチッタ

- 【視察目的】 MICE誘致状況や、今後の誘致対策について調査
【面談者】 フランシスカ・ベルサーチ 得意先担当責任者 (MICE 担当)
バルファル・ボリティーナ 展覧会担当責任者

1 説明概要

- ・映画の撮影だけでなく、企業に対しMICE施設として利用すること、展覧会などを開催し観光目的地となるように来てもらう活動も行っている。
- ・1937年から撮影場所として世界各国の映画撮影に利用されてきた。屋外セット7つ、古代ローマをテーマにしており、街の中にある一体となったイメージである。ドラマ撮影、広告撮影、ビクトリアシークレットのCM撮影、音楽PVの撮影にも使用されている。
- ・展覧会としては、特に、学生が2万6千人程見学に来ている。案内も3歳から大学生の見学に対応した構成になっている。映画の世界が若い年代から興味を持っているという証拠である。
- ・展示、展覧としてチネチッタは教育に良い影響を与えることが分かったので、プログラムを組み教育の一環としてきてもらっている。
- ・映画に興味を持つのはフランス人が多く、5年間で5万人来ている。
- ・MICE会場としては、10名から1,500名まで幅広く対応でき、古代ローマセット会場が一番人気である。
- ・2010年から多目的利用が始まり、現在まで300イベントを開催している。
- ・実績として企業イベントが主であり、夕食会や、会議が行われている。映画撮影として持っている舞台や照明器具を活用して、企業のオーダーに対応している。
- ・撮影会場は広いので、1つのスペースを区切りして、会議場所、イベント場所、食事場所を連携して設けることが可能であり、会議から夕食会へと会場を移しながら開催することもある。



概要説明を受けている様子



フランシスカ・ベルサーチ氏と通訳

2 施設案内



会議、イベント、食事等区切って使用できる会場や古代ローマのセット

3 質疑応答・意見交換

Q：MICE施設としての料金、システムは、制限はあるのか。

A：制限はない。ローマでイベントをする際は、旧市街では23時半以降は大音量不可であるが、ここは映画撮影施設であるので音、物、一切制限はない。価格について、少人数での施設では500ユーロから利用可である。古代ローマセットについては、準備期間を含め、2万4、5千ユーロで利用可能。

Q：セットは映画の配給会社で作る物ではなく、買い取っているのか。

A：セットを作る前の契約で撮影後の施設利用の可否について決めた上で、多目的利用として活用される。しかし、会社によっては、設備は残るが、多目的利用は不可となる時もある。

平成 27 年 10 月 24 日 (土)

帰国 (イタリアから小松へ)

ローマのフィウミチーノ空港からルフトハンザ航空 1843 便でミュンヘン空港へ。ミュンヘン空港からルフトハンザ航空 714 便に乗り継ぎ、羽田空港に到着。羽田空港から全日空 1091 便で小松空港へ。小松空港到着後、解散式を行い解散した。



フィウミチーノ空港出発



小松空港到着

「イタリア地方 行政視察を終えて」 石川県議会議員 山田 省悟

10月17日より8日間、議員15名の視察団団長として、ミラノ、ジェノバ、ローマの3都市を訪問し、調査、視察を行い見聞を広めてきた。

厳しいスケジュールであったが、一人の事故もなく、予定通り視察を終える事が出来たことを団員の皆様はじめ事務局、関係各位のご協力に、心より感謝申し上げる。

ミラノ、ジェノバでは、ミラノ国際博覧会、港湾の整備、クルーズ船の誘致について、又、繊維産業の状況、都市交通システムなど、確認調査を行い、ローマでは世界農業遺産について、海外旅行市場の現状について、食文化、食料品流通事情、観光誘客の取り組みなど、関連施設で視察調査活動を行ってきた。

10月13日(火)、商工労働部、観光戦略推進部、農林水産部、土木部等視察先に関する各部局からの説明会及び勉強会を開催したこと、また、視察先に対する質問事項をまとめて事前に先方へ送付してあったこと等により、実のある視察になったものと思っており、今回の行政視察が、今後の石川県政の発展に寄与することを期待している。

まずは、ミラノ万博期間中に開催される本県の「食文化の総合力」や世界農業遺産「能登の里山里海」の魅力発信の取り組みについて、ミラノ万博では、政府代表の加藤辰也氏より説明を受けた。日本館には一日約一万人、来週には200万人に達する見込みとの説明があり、日本館はイタリアに次ぐ人気館であり、日本のモノづくりや農業が体感できる施設があり、日本の物作りや多様な農林水産業、文化を発信して、将来的にはビジネスとし

て結びつける事ができ、農林水産物の輸出や海外進出に繋げていけるのではないかと、との事だった。

日本館の魅力が、日本、アジアへの関心を引き、メディアに取り上げられる事により、口コミで広がっている様であり、万博の後、どこに行きたいかとのアンケートでは、日本が第1位と言う事である。

小松精練で開発を進めているグリーンビズが日本館の建屋や歩道に使用されていて、歩道で使用されている石川県産の雨でも歩きやすい透水性インターロッキング等もまずは県内、国内での利用、普及がなされるべきと感じた。

今回の視察が本県食材の海外進出の拡大や日本への誘客、世界農業遺産のさらなる取組みにつなげたい。

私達は、10月18日の石川の日、御陣乗太鼓、寿司の実演、金沢の芸妓によるおどり等が披露され、団員が日本の酒などを振る舞い、沢山の外国人の方々に大いに喜ばれ、期待が広がる中で最初の視察を終える事が出来た。

次に伝統工芸ミラノスクエアである。

水ともこ伝統工芸ミラノスクエアショップマネージャーに1日当たりの入場者数や欧州の日本および石川産伝統工芸に対する評価や人気商品の特徴等の説明をお聞きした。

エキスポと並行して、欧州における流通の調査と、日本の伝統工芸の将来について販路拡大する調査の名目で開店し、平均入場者は1日50人、イベント時は100人を超え、他国との差異のあるものは、高くても購入するそうである。

木製品特にからくり箱、竹バッグや鉄瓶、石川県産では、金箔物や山中塗、あるいは九谷焼のワインコラボ等徐々に浸透していくのではないかと

事であった。

主にイタリア人が多いが、イタリアにも伝統工芸である高級品があるので、手がかかっている物等、納得がいけば、高いものでも買う。細々とでも売れる商品としてマーケットは続いていくとのことで、石川の工芸品の今後の市場として考えていく必要がある。

次に、ジェノバ港湾（SECH 社）の視察についてである。

SECH 社において、ジェノバ港における、港湾の整備状況やコンテナ貨物取扱状況の調査を行った。

世界各国からのコンテナを取り扱っている SECH 社において、日本との輸出入の多い品目・量について、また、近年取扱量が増加している地域等についてなどの話を伺った。

港の拡大事業を始めて 20 年であるが、2014 年コンテナ取り扱いは 447,345TEU であり、クレーンをたくさん設置したのが重要な事業である。目的地としての扱いは、ジェノバがイタリアでは最大である。

アジアとの取引は輸出入の数は同じ程度とのことであるが、今回の視察を通じ、金沢港の発展に繋げていくとともに、今後 SECH 社との金沢港のつながりを深めていくことは石川県経済の進展に資するものと考えている。

次にコスタ・クルーズ社訪問である。

世界各国へ寄港する代表的な大型クルーズ船企業のコスタ・クルーズ社の実績や今後の展開について調査した。

当社ではアジアに対して興味深いマーケットとしてとらえ、日本でクルーズ船を寄港させる事が重要なビジネスと考えている。

日本には良い印象を持っており、日本の文化に満足している。サービス・おもてなしの評価は高く、金沢港などでの着物でのお出迎え、お見送りは外国人には非常に喜ばれている。

要望としては、バスがゲートに近い事があげられるが、ゲートが重要であり、長期的にウェルカム・ゲートの設置を議論していく必要がある。又、寄港料金についての問題も指摘されていた。

来年度には、金沢港に寄港する 10 本のコスタビクトリア号は人気のある船であり、本年同様、寄港の際も和装でのお出迎えやお見送りイベントなどを催し、おもてなしをすることが、今後継続のためには重要なことであると思う。

外国人観光客が増加しているわが県において、経済効果が大きいと思われる本県クルーズ船施策のさらなる発展に繋げていかねばならないと考える。

来年、面談者であるロバート・フェラーリ港湾担当副社長、アルマンド・ボッカルド CSR 部長が来県されるとの話もあり、交流・提携に期待し、歓迎したい。

一時的でなく、末永い継続的な交流を行うことが望まれる。

次に伊藤忠イタリー社社長との意見交換について、本県繊維企業である、サンコロナ小田社の海外戦略、繊維ブランド戦略について調査を行った。金沢市出身の明嵐陽一社長より、イタリアの概要、貿易について、イタリアの繊維産業の特徴、伊藤忠商事の取り組み、サンコロナ小田についての説明を受けた後、質疑応答を行った。

『繊維王国石川』と称されるほど、過去長きにわたり本県産業を牽引してきた繊維は、近年の海外の波に押されているものの、基幹産業の一つとし

て重要な位置を占めている。

過去には、石川県の繊維は産元商社、中央商社経由のメーカー賃織りが大半を占めていたが、工賃が下がりじり貧傾向が続き、機屋と言われる生産工場が大幅に減少してきた。

自社商品を開発し、販売力を強化していかなければ、生き残れないとの思いから、当時はイタリアのコモを目指して行こうとの考えが広がっていた。残念ながら、現在は小、零細工場は廃業し、資金力、商品開発力のある大手の工場のみが商品開発力を持った装置産業として商社経由ではあるが、ユニクロや自動車メーカーとの取引が行われ、成長産業としてその地位を確保している。

一方、イタリアの繊維産業は、昔から圧倒的に中小企業が多く、提携して、情報をネットワークしているとのことである。

やはり、イタリアの製品は概して高付加価値で、日本の中小企業が目指した頃と変わらないようである。

大まかに言うと、モードを作り出すのはフランス、クリエーションはパリ、それを具体化するのにはイタリアとのことだが、イタリアにもファッションデザイナーは沢山いて、1点ものやオートクチュールと言ったものはイタリアであり、イタリアブランドも数多くある。日本への輸出もイタリアブランドが最も多いのではないか。

また、日本との関連は、日本から見ると、衣料の第2位の輸出国、原料輸出は第8位であるが、サンコロナ小田は原糸輸出がテリトリーである。

本県には、七尾市にある天池合織ではサンコロナ糸にも負けない細デニールの生地を生産して、「天女の羽衣」として、有名ブランドに採用されているものもある。

しかしながら、イタリア方式で糸を買い、中小企業が自社でブランドに合わせ開発、生産、加工をすることは不可能に近いと思われる。大手工場で

はましてや不可能である。

本県では炭素繊維を素材として自動車、航空機、電子機器、医療の分野など、広い分野に渡って波及させていく事が重要であると思う。

次にミラノ交通社（ATM）にて、LRT 等、都市交通システムの整備状況や運営状況について調査した。

ミラノ及び周辺地域において、年間7億人以上の乗客を輸送しているミラノ交通社において、公共交通システム、カーシェアリング、LRT など先進的に取り組んでいる事例や歴史的建造物との共存、問題点など、また、渋滞緩和に対する市民の意識変化などの説明を受けた。

ミラノは速いスピードで発展している。視察途中、車窓からも見えたが、世界一美しい建物、森のタワーなど、ガリバルディ駅近くの再開発が進んでいる。

開発はミラノだけでなく、郊外でも進み、郊外では市民と一緒に再開発プロジェクトを進めているようである。

路面電車も走り、古い町並みが残っており、かなりのスピードで発展している。路面電車は通勤に便利に考えられており、町の中心に向かって整備されていて、それも車の渋滞を考慮し、地下鉄が走っていない所を通して

いる。
ミラノの街はどの道路も路上駐車。見栄えはよくないし、42%が路上駐車で、車が入れないゾーンが増え、自転車が増えている。ロータリー交差点が上手に利用されていて、どこも渋滞がないのは、わが国でも手本とすべきと思う。魅力ある都市になるよう10年計画が出来ていて、説明者の意欲を感じた。

公共の乗り物では採算が取れているとの事だが、50%は国から補助が出て

いるとの事であった。

この視察を本県交通対策の強化へとつなげたい。

次にローマ日本人会との意見交換会を行い、イタリアにおける日本食の評価や日本の印象、また日本がイタリア市場に進出できるとすれば、どんな分野と考えられるかなど、意見交換を行った。

渡邊ローマ日本人会会長（イタリア三越代表取締役社長）、高橋理事長（ホンダイタリア社長）、松本理事（ローマ日本人学校校長）、伊藤理事（JALパック支店長）、小川理事（在バチカン日本国大使館参事官）の5氏のご出席の上、それぞれご挨拶をいただく。

ローマ日本人会は、約40社が法人として加盟、会員数は約300人。

今年はミラノ万博があつて、各県から訪問する機会も多いが、どんどん少なくなる日本人の中において、今回、石川県から大勢来ていただいた事で非常に励みになった。

イタリアローマは2,000年の歴史のある遺跡が多くあり、遺跡の関係で、地下鉄もできない状況であり、歴史の重みのある街との事であった。

輪島出身の永井豪氏原作のマジンガーZや鋼鉄ジークはイタリアですごい人気があり、イタリア人にも認識されている。

石川県とイタリアはいろいろなところで通じるものがあると同時に、日本人は多く住む中国人に比べてもリスペクトされていて、日本に行ってみたいと思っているイタリア人は多い。

永井豪の出身地である事を知らしめるなどにより、石川県にお客を送る努力もしたいとの発言もあり、和やかに懇談の機会をもつて、有意義な交流会であった。

テレビで「ナポレオンの村」を見て、石川県はイタリア同様、歴史、食文

化もあり、ファッションなど共通点が多く、相互交流を期待したい。
最後に日本食(和食)について、和食が世界に広がっていると聞いているが、日本人の経営する本物の和食は非常に美味しく評価は高いと思う。
日本人経営の店の数は少なく、多いのは中国人の経営店との事であり、似せてはいるが、味がよくない。
これが和食だとの認識が広まれば、日本食の評価が落ちてしまう事を大いに懸念する。

次に国際連合食糧農業機関 (FAO) にて、FAO における世界農業遺産に対する取り組みについて調査した。

FAO と石川県とは 2011 年に先進国として初めて「能登の里山里海」が世界農業遺産に認定され、能登でシルバ事務局長の出席の中で、世界農業遺産国際会議も開催された経緯がある。

そこで、今回、GIAHS コーディネーターの遠藤芳英氏に説明を受けた。
世界農業遺産の今後の展望や認定いただいた「能登の里山里海」を今後どのように発展させるべきか、継承すべきかについて伺った。

GIAHS の定義は 2002 年に作られており、「特筆すべきは土地利用システム及び景観」が一番のキーワードになっており、生物多様性を豊かに保ちながら、地域の農村社会が持続的な経済発展と環境保全をしなければならない。

この2つの相反することを調和しながら発展してきた土地利用システムや景観を指すとの事であり、「特筆すべき」というところに価値があると述べられた。

農民や農村が生き残るために、その巧みな技が様々な食糧安全保障や生計の維持、文化の多様性、自然の保全等を生み出してきた。そういうものが

GIAHS である。

石川県の活動は、国連の研究機関の位置づけであったり、地元の金沢大学、行政、地元の人たちが熱心で、いわゆる農家だけでなく、NGO などが様々な形で関与している。石川県のモデルはまさに適用型保全の良いモデルになると思う。石川の事例を世界に発信していきたい、と高い評価をいただいているようだ。

能登で開催された国際会議の評価も高く、今後 FAO が力を入れていく事業にすべきであると、予算の確保にも貢献し、感謝されている。

今回の視察を、本県の世界農業遺産「能登の里山里海」の今後の発展につなげ、FAO と本県の交流、提携促進につなげていくことを期待したい。

次にグルメライン（ニッポニア）において、日本食材の流通状況や販路開拓について調査を行った。

日本食品を数多く取扱い、欧州各国に日本食材を流通している当社での、日本との取引状況や、評価の高い商品などについて伺い、倉庫に案内していただいた。

ベルナード・ジョルノ（輸入・購買部門者兼代表取締役社長）、リチャード・ジョルノ（国際営業責任者）兄弟に説明を受けた。年商約 1,000 万ユーロの会社である。

10 年以上日本食材を取り扱っている会社であるが、震災の影響で、2011 年から 3 年間、欧州連合の規制により、日本製品の輸入が禁止されていた。2013 年に規制が緩和され、現在日本から輸入する方向で調整中である。日本の本当の食材を流通させようと努力されている。

倉庫を案内していただいたが、日本米のあきたこまちや近江米、サッポロビール、中国産の海苔等が目についた。

魚なども冷凍の物を輸入できるが、制限が多く、甘エビなどは欧州の物を輸入、かまぼこも欧州からとのこと。

日本の99%を生産する金箔に魅力を感じているらしく、食べる金箔を輸入したいと力を込めておられた。

和食は近年大きく成長して、6年前までイタリアで50件程度が、現在日本食を謳っている飲食店は1,500軒に増えている。1,500軒のうち、85%が中国人の経営する日本食レストランとなり、素材が日本の物でない場合が多いそうである。

先にも述べたが、日本食と思って食された外国人が和食に失望するのではないか、と非常に心配している。

グルメラインの視察は非常に興味を引いたが、日本酒やしょうゆ、食器、食べる金箔等は面白い。

いずれにしても、今回の視察成果として内外を問わず、さらなる県産食材の流通施策につなげてまいりたい。

次にスローフード協会訪問についてである。

日本食や県産食材の今後の在り方、また、食育についての調査を行った。昨今、ファストフードが流行しており、若い人を中心に日本食という素晴らしい伝統料理を好む人が減少している。健康面や生産者保護の観点からも、地元の食材で地元料理を食すことを継承していかなければならないと思う。

そこで、イタリアと日本の食文化の類似点や相違点について、またスローフードとしての日本食文化はどのような位置付けか、更に食育について、エマニュエラ・ダ・ロス役員に伺った。

スローフード協会は世界で10万人の協会員、100万人のサポーターがいる。

日本でも多くの活動があり、協力している。現在、協会は1,500支部あり、1,700ヶ所のアフリカ農園をスローフードとして保存する活動も行っている。

モットーは味わう、楽しむ権利を守ることが一つ、守るためには地域の環境を守ることが大事であり、喜びの権利を守る、おいしくて衛生的な食物を作ることだと伺った。

伝統的な日本料理を守る事につながる。

消費者を守ることは、生産者を守ることにもつながり、生産者の生産物を自ら直接提供し、加工されすぎず、持っている味わい、香りを食べられる食育を進め、多様な生態系を守る活動も行っている。

日本の料理文化とスローフードの共通点は、どちらも材料の新鮮さを大切にしている点。

日本の食材と食文化、和食は世界の注目を集めているが、日本人自らがその認識を改めねばならないと思っているが、この視察を更なる県産食材施策の拡大につなげたい。

次にイタリア政府観光局（ENIT）への訪問である。

今回の視察では、イタリア政府観光局において、国際観光誘客に対するインバウンド効果や魅力づくり状況の調査を行った。

国際観光客到着数世界第5位を誇るイタリアにおいて、観光部門の対策、広報を一手に担っているイタリア政府観光局であり、観光客に対する特徴的なサービスや観光地の魅力作りの指導方法。併せて、観光ボランティア活動や案内誘導表示などについて、今後どのようにおもてなし出来るのか、カルロ・パウロ企画調整部長に伺った。

イタリア観光業のプロモーションは公的機関である政府観光局（ENIT）が担っているが、地方自治体において、独立したプロモーション機関を持っている。

2001年まで政府一局で対応していたのであるが、地方分権が進み、独自のプロモーションができるようになった。しかし地方独自で活動することにより、逆に国としての統一がとれなくなってきた。

ENITは変換時期にあり、多岐にわたっているが、イタリアのブランドを紹介することである。

資金は国より支給され、現在、1,800万ユーロの予算で、減少傾向にあり、自立した収入源を模索している。また、イタリアに来る世界の観光客のランキングは、人数は5位、金額的には7番目であり、イタリアに来る外国人の順位は1位ドイツ、2位アメリカ、日本は11番目に多いとの事である。イタリアの観光動向を日本に当てはめると、外国からの観光は一度目は東京などゴールデンルートを目指し、リピーターは東京ではなく、別の観光地を目指すことになり、幸い、新幹線も開業し、それを契機として、石川に対するプロモーションが重要となる。

今後の海外観光客誘客につなげたいと考える。

次にチネチッタ訪問である。

チネチッタにおいて MICE 施設の誘致状況、今後の誘致対策について調査を行った。

チネチッタは古代ローマを等身大に表現した撮影施設であり、数多くの映画撮影場所として利用され、ベンハーなどリメイク版を作る際にも利用されている。屋外セット7カ所で、古代ローマをテーマにして、テレビコマーシャルの撮影やドラマ撮影、広告撮影にも利用されている。さらには、近年、MICE 施設として利用するなど、幅広く活用されて、入場料は13ユーロから20ユーロ、少人数の場合、500ユーロから利用できる。

本県は本年3月には新幹線が開業し、多くの観光客が訪れている状況。又 MICE の誘致も大幅に増加する中、MICE 会場や宿泊施設の不足が生じ、宿泊費や飲食費の高騰も発生するという問題も生じている。

今後の MICE 施設の活用方法や誘致など、今回の視察や更に MICE 施設の誘致施策の強化につなげていきたいと考えている。

最後に今回のミラノ万博、石川の日に合わせてのイタリア地方行政視察は、かつてない団員 15 名参加という大所帯の視察団であり、多少の心配もあった。盛りだくさんの厳しいスケジュールでもあったが、宿泊が 2 カ所であったことは有難かった。

視察先の計画、アポ取り等ご協力いただいた議会事務局、ご参加いただいた団員各位の規律ある行動に敬意と感謝を申し上げる。

今回の行政視察が石川県の発展に寄与することを大いに期待し、報告とさせていただきます。

イタリア行政視察報告

石川県議会議員 金原 博

私は塩野七生の「ローマ人の物語」が大好きで新刊が出版されるたびにむさぼる様に読み漁りました。

ローマ時代の遺跡がごろごろしているイタリアに魅せられて家族等と今までに3回も行きました。家族は皆無理だと反対しましたが、85歳の私なので当然なのだがこれで最後だからと云って若い県議達にまじってイタリアの行政視察に出発しました。そして元気で帰ることが出来よろこんでいます。

ミラノ万博

ミラノ万博会場に到着して、先ず驚いたのが日本館のものすごい人気であります。7時間も8時間も待たなければ入場できない行列に沢山の外国人が並んでいるのです。イタリア館に負けない人気であるのに驚きました。

日本館の中は、ハイテク技術を駆使してデジタル化され日本の農林風景や自然・伝統文化・食品など見事なまでに造り出していた、これなら7時間も待っても入場して来ると思った。日本館は他の国よりもずばぬけて内も外も立派であった。

お金も沢山かかったと思うが、経済大国日本だとあらためて自信を深めることが出来たと思います。

私達が「石川の日」の2日目でしたが、能登の千枚田をバックにした御陣乗太鼓、金沢の芸妓のおどり、県議会議員がハッピーを着て「すしやお酒」を配り皆拍手喝采であった。

なかでも芸妓さんが大人気で新幹線が来た金沢の芸妓さん達を大切にしなければならぬと痛感しました。

コスタクルーズ社

面談者 ロバート港湾担当副社長
アルマンド CSR 部長

私の質問 クルーズ船、又お客さんにとって何が一番大切かと尋ねる。

- 回答
- 1 港が先ず綺麗でロマンがありおしゃれであること。
 - 2 港から観光地が近いこと。
 - 3 広いバスの駐車場があること、交通の便が良いこと。であった。

金沢港は日本海側では一番クルーズ船が多く寄港する港であり、コスタクルーズ社は世界有数のクルーズ船の会社であり、来年7月から9月に金沢港へ10回も船を寄港させると云う、何としても金沢港を明るく綺麗にすることを急ぐべきである。85%の乗船率ならば毎年続けられると云う、頑張らないといけない。

伝統工芸ミラノスクエア

石川県伝統工芸に於ける販路拡大の可能性調査。施設（店）には1日平均50人位の客が来るとのことだが、売上げは月平均1,400ユーロと少ない。こんな小さい店を単体で造ってもだめだと思う、やはり沢山の分野のものを集めてやらなければ成功しない。

イタリア政府観光局

面談者 カルロ調整部長

私の質問 一番観光客が訪れる都市はどこですか。

回答 ベネツィア、ローマ、フィレンツェ、ミラノの順との回答

質問 スペインは大きな国ではないがいつも世界3位ほどにあるがそれは何故。

回答 スペインは海岸が人気、又カナリア諸島がある、そして飛行機会社、ホテル、旅行社の経営もグループとして行っている、イタリアにはそれができない。

(世界各国の2014年の観光客数)

1位 フランス 8,370万人

2位 アメリカ 7,476万人

3位 スペイン 6,500万人

4位 中国 5,562万人

5位 イタリア 4,857万人

:

20位 韓国 1,420万人

21位 オランダ 1,392万人

22位 日本 1,341万人

日本が何とか2,000万人にするというのが香港やタイでさえ2,500万人であり問題にならない。国も石川県も観光にもっと力を注ぐべきだ。

国際連合食糧農業機関（FAO） の説明を聞いて農業について感じた事

ミラノからローマまでイタロという新幹線に乗って車窓から見える農地の大型整備の行き届いているのに驚く、ヨーロッパの国の食料自給率はみな高い。フランスは120パーセント、ドイツ、イギリス、イタリアでも80～90パーセントだと云われる。日本は38～39パーセントの自給率である。政府をはじめ誰も日本の食料自給率のことについては何も云わなくなった。TPPで更に食品の輸入が増加する、実に危険であります。我々も政府も頑張らなくてはならない。一旦事あれば危険極まりないと思う。

グルメライン（ニッポニア）

ローマ郊外にある日本食品を中心とした輸入卸売を行う商社で兄弟で経営している会社である。整理整頓も行き届かず商社と云われる程の会社ではなかった。石川の酒「手取川」もあったが日本からの輸入品は少ない、何故かという、最近イタリアで50軒ほどしかなかった日本料理店が1,500軒に増加した、しかしその殆どが中国人の経営で日本の食材より安い中国産を仕入れるとの話、亦、日本の原発事故のこともあるという、ヨーロッパではわれわれが考えているよりはるかに厳しく、日本の原発事故を考えている。

スローフード協会ローマ支部

面談者 エマニュエラ・ダ・ロス役員等

ファストフードへの反対からスローフードと名付けている1989年に設立、世界で10万人の協会員、100万人のサポーターがいる。

活動としては、伝統的な料理方法、農業生産方法、品種の保護があげられる。近年は工場で画一的に大量生産され販売ルートにのって人々の口に入っていく。

人間が食べることは、味わうこと、楽しむことが大切だし衛生的であることも重要だと思う。

自然の中で育てる無農薬で作れば1番良いし伝統的料理も大切にしていくことなどとても重要なことと思う。

人間社会の機械文明により合理主義、営利主義の考えが人間が生きる為に一番大切な食品、食事まで蝕んできている。

このことがファストフードに反対してスローフード運動がイタリアで発祥して世界

に広がりつつある、日本でも若い人や主婦の間にも賛同する人が多くなりつつあります。

人間にとっては大切なことで谷本知事もスローフードに関しては熱心で石川県もスローフード運動に取り組んでいかなければならないと思います。

ミラノで伊藤忠イタリー社社長（明嵐氏） との意見交換

イタリアの失業率は12パーセントと高く成長率も低い、ただ最近イタリア議会元老院の定数を100にする法案が国会を通ったというのは本当に驚いた。40歳の首相が官庁省庁の削減法案も通したとの事、全くすごいと思う。しかしイタリアの人口は日本の半分程度で国民は陽気で経済もすべてゆったりと動いている感じであると云う。本県の繊維が世界に通用する技術だと確信するが、流通のための手法には商社の力が大きく影響するものだと思う。

ローマ日本人会との意見交換会

面談者 渡辺 日本人会会長（ローマ三越店支配人）
高橋 理事（ホンダイタリア社長）
松本 理事（ローマ日本人学校長）
伊藤 理事（JALパック支店長）
小川 理事（在バチカン日本大使館参事官）

朝のドラマ「まれ」を毎朝家族で楽しみにして見ているという、能登の塩田の話などテレビの威力はすごい力だと思う。石川県出身の永井豪さんのマジンガーZや鋼鉄ジーグはイタリアですごい人気があると云われ驚きました。

まだ日本の原発のことが心配だということもあるしローマでも生活水準が高くない、日本に行ける人はほんの一部のお金持ちと云われたことも意外でした。

県会議員がこうして我々を呼んでくれるのは初めてだと喜ばれ二時間も話が尽きませんでした。和気藹々と話はずみイタリア人の人間性や習慣、日常生活のことまで聞くことができよい勉強になりました。

後 記

私は 50 年近く議員をさせてもらっております。

その間 100 回をはるかに超える行政視察に参加しておりますが、今回の視察ほどきびしく日程が組まれ勉強に明け暮れた視察は無かったと思います。

でも、経営者や指導者の話を聞くのも大事ですが、できれば農村へ足を運んで実際の農業従事者たちの話や町工場の人達との話も聞きたかったと思う。

また、ミラノでは修復成った「最後の晚餐」を見たいとも思ったが見られなかったことが私の愚痴である。議員も世界を視ることが大切だ、わたしは昭和 42 年に議員になり最初にカリフォルニアの農業を見て、度肝をぬかし日本の米は将来アメリカの農業に勝てるわけが無いと先祖伝来の美田を宅地化する区画整理事業に取りかかった。新県庁を中心とした広大な地域は瞬く間に副都心へと大きく変貌した、私が議員になって最初の行政視察がアメリカだったからその発想が生まれた「百聞は一見にしかず」であります。

県議会イタリア地方行政視察 報告

石川県議会議員 吉崎 吉規

今回の石川県議会イタリア地方行政視察は、本年3月の北陸新幹線金沢開業により観光誘客の受け入れ態勢の在り方や、石川の食材による“おもてなし”の在り方など、イタリア地方の取組みを参考とするため、情報だけでなく実際の取組み現場を目で視、肌で感じたことを、これからの石川県行政に反映していくことを主目的に視察研修に参加いたしました。

イタリアのミラノ国際博覧会が148か国の参加により「地球に食料を、生命にエネルギー」をテーマに本年の5月1日より10月31日までの184日間、入場者数も2000万人を想定して開催されました。会場内の「日本館」パビリオンも「共存する多様性」をテーマに設置され、10月17日から18日には「いしかわの日」イベントとして、世界農業遺産「能登の里山里海」の魅力や、新鮮で豊富な四季折々の石川県産食材、伝統芸能等石川の魅力を発信していました。

そして、イタリアのジェノバ港湾やコスタ・クルーズ社との意見交換。ミラノ交通社、ローマ日本人会、国際連合食糧農業機関（FAO）、グルメライン社、スローフード協会との意見交換会。イタリア政府観光局、チネチッタ視察など、非常に強行スケジュールでありましたが、今回の視察は、石川県行政施策にも活かすことができる数多くの貴重で有意義な体験ができた、8日間のイタリア地方行政視察でありました。

以下、詳細について報告いたします。

○平成27年10月17日（土） 天気 石川県 快晴 気温 朝14℃

06：45 小松空港 第2駐車場入れ

07：15 小松空港 出発結団式

空港2F待合室「小松」山田会長挨拶一金原顧問の挨拶で安全祈願

07：45 小松空港発 NH752 便

08：55 羽田着

12：20 羽田発 LH715 便

17：25 ミュンヘン空港着（日本時間00：25）空路12：05時間

18：30 ミュンヘン空港発（日本時間01：30）

19：30 ミラノ・マルペンサ空港着（日本時間02：30）

20：30 ホテル「アタホテルエクゼクティブ」着（日本時間03：30）

移動時間に21時間（25時間30分起きていたことに）

○10月18日（日） イタリアの天気予報は快晴だが一日曇り霧雨 気温7度～17度

08：30 ホテル発（交通渋滞を予測して出発予定9：00を早める）

イタリアは降水量が日本より少ないせいもあり傘を持つ習慣があまりなく、天気予報をあ

まり気にしていないそうです。早朝のテレビでは天気予報はすべて晴れマークが出ていたが外は小雨模様。会場の来場者は冬に近い衣装姿でコート、ジャンパー・マフラー姿でした。

バス移動中に博覧会場内の概要説明として、開催期間は5月1日～10月31日、会場面積が110ヘクタール、想定入場者数2千万人を見込むと、佐久間通訳より説明がある。また、イタリアでは観光バスには必ず観光案内人を乗車させることが、失業率の低減施策として条例で義務付けされているとのこと。

ミラノ市の人口は134万人と石川県の人口より少し多い程度ですが、EXPOにより交通機関や道路網が整備され、EXPO終了後の跡地利用策については市内にある大学が手狭になっており、大学移転用地として検討されているとの佐久間通訳より説明がある。

博覧会場へ入場。日本館パビリオンを確認した後にEXPO会場センター通路を視察。会場内スローフード展示会場などを視察。

「2015年ミラノ国際博覧会」日本館

(石川県イベントに参加)

【訪問日】 平成27年10月18日(日) ミラノ国際万博会場

【視察目的】 期間中に開催される石川県の「食文化の総合力」や世界農業遺産「能登の里山里海」の魅力発信の取組みについて調査

【面談者】 加藤辰也氏 ミラノ国際博覧会 日本政府代表。ジェトロ出身。

ミラノ国際博覧会日本館会場に特別通路より入館。

日本政府代表の加藤辰也氏より日本館の説明を受け意見交換をする。加藤辰也日本政府代表の説明によれば、日本展示館は農林水産省と経済産業省の予算により企画。

6カ月にわたり日本の35自治体が、それぞれ地元の食文化や伝統芸能を直接発信していた。最近では博覧会が終盤ということもあって、日本館は入場するために8～9時間待ちの好評状態が続いている。

イタリアやEUのメディアEXPO報道と共に口コミにより、日本館のイベントや企画アイデアの評価が、当初の開幕までの想定入場者150万人の4割近く多い来館入場者となり好評に繋がっているとの事。私たちが視察した翌日19日(閉会日まであと12日)には日本館の来場者が200万人を突破したようでありませう。

イタリアのマスコミ調査でも、日本文化や日本食の関心度合いもあり、各国のパビリオン人気で日本館が1位と関心の高さの調査結果がでていた。

元々イタリアには、日本の食文化に興味のある方が多く、日本館としても単に日本食を紹介するのではなく、その背景にあるモノづくりであるとか、日本の農業を体感していただけるような工夫を凝らしていました。

私たちが来館者の列を見ても、日本館は、当日も入館まで8～9時間待ちの状況で、隣接のロシア館より2～3割多いとの説明がある。一般入館者は、イタリア人の慣習もあるのか、行儀よく割り込み者もなく列を作り整然と入館している姿には、メディアでの周知や来館

者への待ち時間案内などの取組みにも感心させられた。

一方で、入館が恒常的に待ち時間が長い状況に、入館の待ち時間をもっと減らす工夫をしてほしいとの、博覧会本部からの指導もあったようであります。

日本館の入場者の約7割がイタリア人、2割程度がEU圏域。残りはそれ以外のアメリカ、アジア系で1割程度だそうでありました。また、EUの新聞社やインターネットで万博特集のアンケートでは万博が終わった後に、どこの国へ行ってみたいかとの問いにも、日本が1位であり、日本への関心度が高いとの事でした。

ただ、EUでは日本は知っていても、北陸や石川県の知名度はまだまだ低いようであります。博覧会のイベントでの関心度を見れば、今後の取組み次第では、大いに期待が膨らんできます。ヨーロッパからのクルーズ船就航などふくめ観光客の北陸圏、石川県への取り込みにもまだまだ課題は多いようですが、今後の誘客に期待をしたい。

また、日本の農水省は、海外の日本食レストランを食文化の発信拠点とし、農産物の輸出拡大に繋げる戦略として

- ・世界の料理界で日本食材を活用推進する「メイドフロム (F)・ジャパン」
- ・日本の食文化・産業を海外展開する「メイドバイ (B)」
- ・日本産の農林水産物・食品を輸出する「メイドイン (I)」

を3本柱として掲げ、農林水産物の輸出額の拡大を進めている。農水省調査で、海外の日本食レストランが3年前調査の1.6倍の約8万9000店舗に増えているが、博覧会会場の日本館も多様な日本食文化を発信して、日本の農林水産物の輸出や外食産業の海外進出に繋げながら、ビジネスとしても広げ繋げていく狙いは、どのような事があるのか聞いてみると。

日本からも沢山の来客が来ており、JAグループさんも多数来ている。日本・北米やヨーロッパでの今後の展開を視野にいたした支援をいただいている。今回は2階にフードコートを設置しており、途中で入れ替わりながら日本でチェーン展開している7社の外食産業の方にも参加いただいている。その中には、回転すしコンベアメーカーの石川県の石野製作所さんも参加していた。「美濃吉」という懐石料理をしているところは席数も少ないが、テストマーケティング的な観点で取組みをしている。今回は万博という特例もあって、普段はEUへ持ち込めない食材も来ている。日本産の鰹節など現状はいろいろな規制がありEUへは入らないが、今回入ってきている。また、EUでは今回初めてと思うが、国産の豚肉が入ってきている。日本の食品輸出の8割がアジア諸国や米国だが、潜在的にはEU市場への可能性も高いと思われ、今回の万博での取組みが、今後のいろいろな形で成果に結びついてくれると期待している、との答えでした。

10月17、18日の開催された「石川の日」のイベントに、18日の開催イベントに参加する。FAOシルバ事務局長のメッセージが披露され、能登の御陣乗太鼓、浅田屋さんによる手毬寿司実演、来場者参加による寿司造り実演、金沢西芸妓による踊り、九谷焼盃で会場客に日本酒の振る舞い酒の手伝い。制限された短時間の中でありましたが、会場と一体になった石川のイメージ作りや企画の良さを感じました。

今後、県の各部局主催のイベントなどにおいても来場者に感銘を与える柔軟な発信力、企

画力が求められ、私たち議会も提案していかなければならないと思いました。

その後、日本館会場内にある懐石料理「美濃吉」との懇談でも、イタリアのレストランでは日本料理のようなコースという感覚が薄く、単品での注文が主体となっている事。鰹節はカビ食品だとして輸入規制があること。豚肉についても日本産の豚肉について、食味の良さからトンカツとして理解が得られたこと。日本の牛肉はブランド化しつつあり「和牛」という言葉が、EUでは共通語として、高級牛肉を「わぎゅう」との発音で通じるようがあります。日本牛肉の評価が高く、能登牛の生産も軌道に乗れば EU 圏域輸出に向けて「のとぎゅう」ブランドでの開拓も、今後の課題になってくると思う。夏場に人気のフラッペも EU の水は硬水のため美味しくなく、日本からの軟水でのフラッペが喜ばれていること等、懇談会を通じて、いろいろな食の現場における実態や課題について見識を深めることができた。

「伝統工芸ミラノスクエア」

【訪問日】 平成 27 年 10 月 18 日(日)

【視察目的】 石川県伝統工芸における販路拡大の可能性について調査

【面談者】 水 ともこ 伝統工芸ミラノスクエア ショップマネージャー

水ともこ氏より施設説明があり、EXPO と並行して 5 月 1 日より 10 月末まで、伝統的工芸品産業振興協会が欧州における流通調査をするために、ミラノ市内ブレラ地区に開店させたポップアップショップにおいて、日本伝統工芸品の、ヨーロッパでの販路拡大や課題について、体験に基づいた説明いただく。

EXPO 開催前にミラノで世界的な見本市があり、日本の若い職人さんとのコラボレーションができたものを中心に展示してきた。

その時の評価が良かったこともあり、今回は、伝統的なものとニュー伝統産業的なモノと混ざっていますが、伝統的な地方の商品の販路拡大に向けた調査をしているとの説明がありました。

オープンした、5 月 1 日からの平均入場者は一日平均 50 人。日曜日は骨董市が立つので 100 人を超えることが多い。天気が悪いと入場者が全く来ない平日もある。

売り上げは、全体的傾向として安いモノが売れるかというところでもなく、高価なものも売れる。選ぶポイントは手間がかかっていることがはっきり解るモノや、他の国との差異がはっきりするモノに関しては納得いくとある程度の金額を出す。

竹細工製品でも中国製の安いモノがあるが、手作り製品で納得いく説明をすれば購入される。漆に関しては伝統的なモノと理解しているが、値段が張るので、ごく限られたお客になる。布製品については手間がかかっていると理解できるモノは納得して買われます。木製品で評判がいいのは、からくり箱で開けるのにいろいろな動きがあり、よく売れている。刃物は、日本の包丁がよく切れると評判になっておりよく売れている。鉄瓶はお茶文化の

あるフランスがブームであり、イタリアではコーヒー文化の為か、これからではないかと思う。

石川県産のモノに関してはニッチな客ですが、価値観のわかる方にはよく売れている。山中漆器に関してはこちらでデモンストレーションをした関係である程度売れている。

高級レストランがあり、九谷焼なども徐々に浸透を始めていると思う、との説明をいただきました。

そこで、漆については価値の分かる方が少数で高価であるとの認識があるが、漆商品の販路拡大に向けたヒントになることがあればと聞くが、

ミラノのホテルで開かれた商談会で漆は扱いが難しいということがあり、食器としては家用や営業用にしてもかなり難しい。布巾で拭くぐらいのレベルでメンテナンスができるような使い方ができればよいが、やはり傷付きやすいというイメージがある。イタリアの食事はナイフとフォークを使う食文化であり、この点が改良されれば販路拡大に繋がると思う。

また、イタリアでは、木製品食器について木目を消してしまう商品が主流だが、EUのホテルなどで木目を生かした日本の食器が評価されてきている報道が日本であったが、イタリアではそうした動きはないのかと伺ったところ、イタリアでは食器に関してだけではないが、素地そのままの美しさを見せるということに関して、価値観を見出すことが遅い。ツルツとしたものが高価だという観念が基本的にある。和紙においても、ここ数年に好きだという方がかなりおり、和紙の商品も良く売れるようになったが、少し前までは和紙がどうして高いのか理解されていなかった。手すきで手間がかかっているといっても、ザラザラしてラフな和紙はどうして高いのか理解されなかった。陶器も九谷焼は評価が良いが、備前はこれからだと思われる。漆もこれからだと思う。これらの課題として、いかに宣伝をして理解していただくかにかかっていると思うとの事でした。

また、中国製で安い商品がたくさん EU でも出てくると思われるが、手間のかかる伝統工芸品は、安い商品に押し切られていくのではないかと尋ねたところ、この半年間、ミラノでやってみて分かったが、特にイタリアの場合には、史跡文化もあり、伝統工芸に高級品があるとの理解があり、違いの分かる方々が多く、高いモノでも買う。大量に売れるモノではなく確実に売れる商品として、やっていくとマーケットは続いていくと思う、と説明がありました。

伝統工芸品の販路拡大には生活様式の変化や消費者の嗜好の変化、中国製品など安価な製品の市場調査、流通構造などの市場調査と共に相手地域の歴史文化や価値観をしっかりと学び受け止めていく必要性が感じられた。

○10月19日(月) 天気 晴 気温予想9度~14度

出発時間変更で朝食は6:30に部屋でとることになる。

AM07:30 ホテル(アタホテル)発

ミラノより高速道路を2時間。一路、ジェノバへ向かう。

「ジェノバ港湾」(SECH)

[訪問日] 平成27年10月19日(月)

[視察目的] ジェノバ港湾における港湾整備状況や
コンテナ貨物取扱状況について調査

[面談者] アルド・ネグリ 大株主

パオラ・カベエッティエニ 営業顧客担当

マッシモ・ラベッティエニ 事業部長

ジェノバ港湾 (SECH) の概要を受ける。

ジェノバ港の成功の要因は、中世期には山麓が海岸に迫っていることにより、敵からの襲撃に対し、港を守り易かったことから港湾として発達した。現在も、ヨーロッパの南の玄関口の役割を果たしているとのこと、それに同港でのコンテナの平均寄港時間は5.8日であること、北欧への航海時間は7日であり、港の立地位置の重要性が伺われます。

ジェノバ港全体の2014年度の取扱量はコンテナ貨物が217万TEU、保有コンテナ量が384万リニアメータ、バラ荷扱い量5193万tとなっており、世界のコンテナ取扱港で72位だが、地中海においては2位との事でした。

ジェノバ港の面積は約700^{ヘクタール}の陸地面積と500^{ヘクタール}の水面積からなり、海岸線も22km以上続き、47kmの沿岸道路と30kmの埠頭が整備されている。港湾では水深も14.5^{メートル}より浅いところはなく、流入する川がないため堆積土砂が少なく、浚渫をする心配もないとの事でした。

訪問したジェノバ港湾会社は1993年にコンテナターミナル管理会社として設立、港の拡大事業を始めて22年である。北イタリアや南ヨーロッパにおいて重要なアクセスポイントとして最先端の施設を有し、港の大きさやコンテナの取扱数量について説明を受ける。2014年度は面積20万[㎡]。2009年に5つの岸壁にガントリークレーンを設置したことが事業進展に繋がり、コンテナ取扱量は約45万TEUと順調に伸び運営されている。港湾のヤードと埠頭の開発により地中海におけるコンテナターミナルとして順調に伸び、極東発や極東向け船舶も配備され、2016年度の市場には東南アジア～地中海貿易に14000TEUの船舶が配置される予定がある。

私からアジア圏域との貿易の推移や今後の日本との関係を伺う。

答えとして、以前には輸入が多かったが輸出も多くなってきており、現在は輸入と輸出の数は同じくらいで、日本の会社も貿易に入っているとのことでした。

ただ、港湾の取扱数量など金沢港と比較するには条件が違いすぎた感がある。港の立地条件や近隣諸国との外交上の課題もある。

今後、金沢港がコンテナ主体にしていくのか、クルーズ船主体にするのかでも港整備方針も変わる。北極回り航路の開発も今後どのようになって来るのか、検討課題も多くありそうだ。

「コスタ・クルーズ社」

【訪問日】 平成 27 年 10 月 19 日(月)

【視察目的】 世界各国へ寄港する大型クルーズ船企業の実績と今後の展開予定について調査

【面談者】 ロバート・フェラリーニ 港湾担当副社長
アルマンド・ボキヤルド CSR 部長

会社の概要説明を受ける。

アジアは非常に興味深いマーケットであり、最近では、日本を経由していく船が増えているが、残念ながら日本のマーケットは拡大していない。このような中で、コスタ・クルーズ社が初めて日本に寄港する会社となりましたが、日本にクルーズ船を寄港させることが重要なビジネスだと判断した。今後、日本、中国、韓国など東アジアは大きなマーケットになると思っており、クルーズ船のポイントはサービスの向上が要である。

日本に非常に良い印象を持っており、ホスピタリティーの課題もあるが、日本には、他国と違う文化やおもてなしの精神があると思っている。着物でのお出迎えや、お見送りは外国人に非常に喜ばれている。

コスタ社はヨーロッパで一番大きなクルーズ船を扱う会社であり、乗船客数でも売り上げでもナンバーワンである。

コスタ・アジア社という新しいグループ会社が、上海を起点として東アジアの活動拠点を持っている。上海のコスタ・アジア社は東アジアをテリトリーエリアとしており、石川県の皆様にもぜひコスタ・アジア社を訪問していただきたい。皆さんが日本から来られると聞き、今後のコンタクトは上海のコスタ社を、ぜひ訪問してもらいたい。すでに連絡をとってあるとの事。

会社の創立は 1948 年で 67 年経過した。創立当時には貨物船でスタートしたが、1986 年にはクルーズ専門となる。1993 年にはテレビコマーシャルをした最初の会社であり、クルーズ船にバルコニーを取り入れたのも最初であります。中国の上海の市場を持ったのも最初であります。15 のクルーズ船を持ち、200 か国の地域からお客様が来ている。中国の上海からも 70 か国へ出向いている。また、世界の 38000 社の旅行会社と契約もしている。

イタリアのイメージというと料理やファッション、歴史があるが、コスタ・クルーズの船では、街にいる時と同じような歴史や文化の体験を提供している。

最初は日本に就航した時は小さな船であったが、現在はマーケットとして拡大している。来年には 4 隻を追加してアジア方面へ就航させる。福岡や鹿児島へも寄港する計画であるとの説明がありました。

日本の魅力について、EU の人には日本の文化がよく知られており、「おもてなし」の心にあるように礼儀正しいことが知られている。伝統文化も EU とかなり違い、例えば、和服姿や和楽器など、その違いに興味を持っている。一方、日本から来るお客様にも EU

との文化の違いを楽しんでいただいている。

今年度に一度金沢港へ寄港し、来年度は10本のクルーズ寄港を予定している。大型クルーズ船ビクトリア号が金沢に就航する際の課題として、港の整備や街と港の協力関係が重要との事。

まず、船から降りた港での歓迎イベント対応。次に町に入る際、観光案内表示やバスに乗りやすいシステム、駐車場の確保などの交通移動手段などの課題の解消がまず必要だ。次に、クルーズ船の中でも日本食は人気がある。日本食に関心があるために、石川県の日本食の店舗の紹介、特に寿司店やてんぷらの店などの食巡りツアーを企画すれば喜ばれるのではとの事でした。

平成28年度は10本のコスタ社の大型クルーズ船が寄港する。

港の玄関である金沢みなと会館が、クルーズ船の寄港する誘客のための施設として、現状のままで良いのかどうか、検討課題が浮き彫りになってくる。

観光案内標識や駐車場の確保、食巡りツアー企画提案など、来年度のクルーズ寄港のための整備については「待ったなし」の課題になってきている。石川県ってこんなところと飽きられることの無いように、これらの整備が期待される。

伊藤忠イタリー社 社長との意見交換

【訪 問 日】 平成27年10月19日(月)

【目 的】 石川県繊維産業(サンコロナ小田社)の海外戦略状況と
繊維ブランド戦略について意見交換と調査

【面 談 者】 明嵐陽一氏 伊藤忠イタリー会社 社長

イタリアの概要については、国土面積は日本とあまり変わらないが、人口は日本の半分程度である。経済の動きもやや遅く感じる。GDPも直近レートで200兆円程度と日本の3分の1程度である。経済成長率はマイナス横ばい。失業率も12%と日本より非常に高い。イタリア議会上院である議員定数も315人から100人に定数減法案が国会で承認され、40歳の首相が勧める経済改革の目玉になっている。

貿易についても、輸出が常に上回っている状況にある。輸入品目については一次製品、天然資源の輸入大国である。フランスについて農業が盛んな国であり、食料自給率は非常に高い。輸入相手国はユーロ圏のドイツ、フランス。近年中国が増えている。輸出は機械、金属に次ぎ、繊維や衣料品、革製品がある。

ファッションの業界では一番高い一点モノ、オートクチュールはパリ。プレタポルテというオーダーメイドでなく着る服は、ミラノを中心としたイタリアとフランスで争っている。日本への輸出もイタリアブランドが一番多いのではないか。

イタリアの衣料産業については、高付加価値をつけることが一般的である。モードをつくるのはフランス、クリエーションはパリ、具現化するのがイタリアと言われ、非常に強い

衣料素材の提案力を持っており、コモやプラトーが日本のマスコミなどに産業研究として評価されている。

そして、北陸などに代表される繊維産地のビジネスモデルにもなっている。中小企業が多く、提携して情報の共有をしている。

日本から見た場合、イタリアは衣料の第2位の輸入国、原料輸出の第8位であり、サンコロナ小田社のテリトリーでもある。

伊藤忠商事の取組みとして、原料、アパレル、ブランド部隊に分かれている。

原料部隊がシルストロンなどの現地調達。

アパレル部隊は、主に北陸地方の地場の製品を中心に特殊な高付加価値のメイドインジャパンの販売を協力している。

ブランド部隊は現在、著名ブランドを含む50ブランドを扱って、日本の総合商社としては最大級である。

その中で、石川県のサンコロナ小田社の主力商品のシルクのようなポリエステルシルストロン商品について、サンコロナ小田社が世界で最も進んだ技術をもっているとの評価をした。販売経緯は、伊藤忠が当初からサンコロナ小田社と連携をとって販売をしており、年に50t～60t扱っている。

販売方法は、セールスエンジニアとして、機屋さんを一軒一軒訪問して、技術指導を行って、取引の開始にあたって商品をわかっていただく。

流通政策として売り先が細かくなるので在庫リスクを持って販売している。

サンコロナ小田さんも日本から出張をいただき、お客様の声を商品に反映させて販路拡大にあっている。

今後、主力商品をシルストロンから、シルクを超える繊維のミストロンへの移行を考えている。ミストロンの特性は、普段着で使えるシルク素材で光沢感があり、しわになりにくく家庭洗濯ができる特性があり、EUのファッションマーケットの対し、シルクを超える夢のような素材として販路拡大が期待されている。

○10月20日(火) 天気曇りのち晴れ 気温8度～20度

AM08:20 ホテル(アタホテル)発

ミラノ交通社(ATM)

[訪問日] 平成27年10月20日(火)

[視察目的] LRTなどミラノ周辺都市交通システムの整備状況や対策について調査

[面談者] ピエールフランシスコ・マラン 助役

バレンティノ・セバイーノ 局長

パオロ・キャンパス 担当職員

ミラノの都市開発は非常に速いスピードで発展しており、ATMはミラノ市内および近郊

の 85 都市の公共交通を担い、地下鉄、トラム、バス、トロリーバスの運営など、親会社を含む 15 企業から編成するグループ企業である。ATM グループ全体ではミラノ及び周辺地域で年間 7 億人以上の乗客を輸送している。イタリアで最も大きなプロジェクトとして再開発は中心街のミラノだけでなく、郊外へも市民と一体となって進められているとのことでした。

今は EXPO が行われているので特に外国人の訪問を受けているが、EXPO の期間だけでなく、常に外国の方々の訪問を受けている。ミラノで行われる見本市などは EU でも重要な見本市であり、来年はサッカーのチャンピオンリーグも開催され、多くの外国の方々がミラノを訪問する予定であります。

ミラノは 1,575 km²で、人口は 134 万人であり、首都ではないが首都圏と呼ばれている。また、ミラノでは 57%がバスや路面電車、地下鉄を利用し、30%が車を利用している。残りは自転車などである。延べ数だが毎日 567 万人が移動しており、その内、ATM 社では年間 7 億人以上輸送している。路面電車の営業距離は 323 kmあり、ヨーロッパの中でも長い方である。

そして、ミラノは歴史的建造物が数多く残っており、建造物との調和も ATM の運営上大切な課題である。路面電車は通勤に便利のように町の中心に向かって整備されており、地下鉄が走っていないところには路面電車が整備されている。路面電車専用の線路と車道と一緒に走っている路線もあるが、路面電車が交通渋滞を招かないように、路面電車が通るときには信号機が青に変わるようなシステムが取り入れられている。

城下町ミラノの運営課題として、旧城壁内側に入る車の通行について、エコパスとして 5 UR 徴収（税）しており、通行車両をカメラでチェック。日本の ETC 方式採用で後日、口座振替やチケット発行しての支払い方式を取り入れ、一日に何度出入りしても 5 UR の料金は変わらないとのこと。これにより、城壁内側の渋滞が 30%減少した。

ミラノでは 42%が路上駐車であり、車が入れないゾーンが増え、貸自転車の利用など自転車での移動も増えてきている。ATM 社ではカーシェアリングやバイクシェアリングにも取り組んでおり、効果を上げるために駐車場の整備にも取り組んでいる。エコパスシステムなど車を使わなくても移動できるサービスを提供している。カーシェアリングすることにより、1 台の車で 8 台から 15 台分の変わりができています。

地下鉄の終点駅には約 2 万台分の駐車場を整備しており、駐車場料金は街中でメーターパーキングを借りるよりも非常に安い駐車価格が設定されて、車を置いて公共の乗り物を使っていただき渋滞解消するシステムになっている。

公共交通システムにより、以前より 7%渋滞が減っており、車で行くより公共の乗り物に乗った方が移動しやすくなる。

新しくプロジェクトやメンテナンスについての 10 年計画ができ、新車両の取り入れ、駐車場、休憩所、ジュニア用バイクレンタル。自転車や車、新たにスクーターシェアリングも取り入れ、渋滞の軽減や人々の安全を考えている。路面電車も郊外にまで伸ばす計画で一番早く動け、渋滞を少なくする路線図を検討中とのことでもあります。

ミラノは、歴史的建造物が並び、歴史・文化と交通インフラが調和され一つ一つがお洒落

に感じとることができました。また、金沢市の交通事情から鑑み、見習うべき点は数多くあると感じました。本年の新幹線金沢開業を受け、観光客が増え大変喜ばしいことではありますが、ミラノの先進事例を見習って、調和のとれた交通インフラ整備を進めていく必要性を感じました。

ローマ日本人会 との意見交換会

[訪 問 日] 平成 27 年 10 月 20 日(火)

[視察目的] ローマ日本人会との意見交換を行い、
イタリアを含む欧州と石川県双方の理解を深めること

[面 談 者] 渡辺ローマ日本人会会長(イタリア三越代表取締役社長)
高橋理事長(ホンダイタリア社長)
松本理事(ローマ日本人会学校校長)
小川理事(在バチカン日本国大使館参事官)

ローマ日本人会は、日本国とイタリア共和国との親善推進や文化交流を目的とする非営利団体であり、1975年にローマ日本人会親睦会として発足し、2012年にNPOとして登録。現在、会員数は法人会員が40社、個人会員が311世帯加入している。イタリアの首都にありながらも、日本的な組織としてはミラノの方が大きいとの事でした。

イタリアは二千年の歴史のある遺跡が沢山あり、どこを掘っても遺跡だらけで、地下鉄も未だにできないという歴史の重みがある街という状況であります。

この歴史からイタリア人は保守的な感覚を持っていますが、若い世代は徐々に変化が出てきている。

ローマの日本人学校は33名の児童生徒で少人数です。本来なら日本の学校で学びたいと思いますが、都合でローマに来ています。

しかし、子供たちは非常に元気があり笑顔いっぱい活躍している。先般、サンタジェロ城で写生会をしましたが、世界中の観光客が子供たちの絵を見て、その発想力などに観光客がみんな笑顔になってくれる。「子どもたちの感性やパワーってすごいなあ～と感じました」とのことでした。

また、伊達正宗の指示により、伊達藩の武士がローマに来て、今日、10月20日が400年目の記念すべき日でありました。こうした、日本とローマの400年の歴史を、今週の学校での文化発表会で、子供たちの企画により、子供たちの感性で学び感じたことを発表するとのことでもあります。どのような発表になるのか期待したいと思いました。

そして、日本人学校の子供たちがイタリアで体験し学んだことを成長の糧とし、将来の日本を背負っていく、心の広い世界観を持った人間に育ててほしいと願いました。

日本や石川にも文化がいっぱいあります。イタリアでもNHKの朝ドラ「まれ」が放映され能登の塩田に関心をもたれていた。石川県出身の永井豪さん原作の「マジンガーZ」や「鋼鉄ジグ」はイタリア人にすごい人気がある。子どもの頃に見ていたこれらの作品を

未だに見ていて、Tシャツなどをよく着ていて、永井豪という存在はイタリア人に良い印象がもたれています。「ナポレオンの村」というテレビ放映も原作が石川県だったということにも驚かされた。

イタリアとの共通点が数多くあります。日本人というのは、イタリア人から中国人に比べるとリスペクトしている存在で、日本に行ってみたいと思っている人が沢山いる。ただ、イタリアって比較的生活水準が高く無く、日本に行ける人は限られたお金持ちだけになっている。

行って、来ていただくということが原則であります。

イタリアの人々により多く石川県の存在を知っていただく。永井豪の出身地だということ発信して、石川県にお客様を送り出す努力をしていきたいと思えます。

逆に、石川県の方々にもイタリアの歴史や食文化、ファッションなど好んでいるものが沢山ある国なので、小松空港などからイタリアまで送り出していきたい。

やはり行って見て、体験しないと解らない所がたくさんあると思えます。現在、イタリアは経済全体が停滞気味ですが、零細企業、中小企業が多く、ピンポイントで入れば経済活動も上手くいくところが沢山あります、とのことであります。

ローマ日本人会幹部の方々との意見交換でありましたが、販売、教育、大使館など幅広い視点からの意見を伺うことができ、有意義な時間を過ごすことができました。

また、こういったの方々に対して石川県のPRでき、今後各種の交流に向けて、石川県への良い印象を持っていただくことができたと思えます。

○10月21日(水) 天気 曇り 気温 8度～18度

国際連合食糧農業機関 (FAO) 事務局 (パスポート提示)

〔訪問日〕 平成27年10月21日(水)

〔視察目的〕 世界農業遺産の取組みについて調査

〔面談者〕 遠藤芳英 国際連合食糧農業機関 (FAO)

土地、水資源部 (NRL)

GIAHS コーディネーター

平成23年6月に、石川県の「能登の里山里海」が世界農業遺産に認定されました。

国連食糧農業機関 (FAO) は飢餓と貧困をなくすことを目的として農業開発や食料安全保障の諸課題に取り組んでいる国連機関で1945年に設立。現在の職員数は約3,600名で、加盟国は196か国とEU欧州連合が加盟している。イタリアのローマに本部を置き、事務局長はホセ・グラツィアーノ・ダ・シルバ氏が2012年就任しており、平成25年5月の能登での「世界農業遺産国際会議」に出席のために石川県を訪れています。

世界農業遺産 (GIAHS) は伝統的な農法や生物多様性、農村文化、景観などが一体的に保全されている世界的に重要な地域を後世に継承するために、2002年にFAOが創設されている。ただ、生物多様性を豊かに保ちながら、地域の農村社会が持続的に経済発展を

しなければならないことと、併せて、環境を保全しなければならないという、二つの相反することを調和しながら発展してきたという土地利用システム。農村が一生懸命に頑張りながら食糧を生産し経済発展を行い、かつ環境とも調和を図っていく。それで生物多様性を維持していくことを定義にしている。

そうした中に、農民や農村が生き残るために必死になって工夫してきた。その匠の技が様々な食糧安全保障や生計の維持、文化の多様性、自然の保全などを生み出す優れた農業システムが GIAHS であるとの説明がある。

つまり、何もしなくても毎年農作物が実って豊かに暮らせるようなところでは GIAHS は発展しなかった。

なぜ、特筆した農業システムが形成され GIAHS ができたかという背景には、地政学的に孤立しており、脆弱な生態系で一生懸命工夫しなければ生き残ることができない限られた天然資源。これは土地や水も含めて、限られた天然資源を有効に使わないと生存できなかつた。極端な気象状況、砂漠や寒いところ、高地などの極端な気象状況に対応する適応策を考えなければ生き残ることができなかつた。こうした条件のところでは農業システムが育まれてきた。

それでは、なぜ GIAHS を認定するのかと言えば、世界遺産と同じで GIAHS 認定して終わりではなく、認定する所から始まります。認定の意義は危機に瀕しているという、暗黙の理解の基で認定を行っている。

認定を行うことにより適応型保全を行うことが最終的な目的であります。保全ということだが GIAHS の保全は、その時代に合った保全の仕方、GIAHS の根幹を守りながら、環境や時代に合った形で適応しながら保全していく。つまり、昔ながらの保全でなく、その時代に合った政策や対策を講じながら保全する。

適応型保全というのは、それに向けた行動計画を作っていただく。そのために、農家や地域の参加が必要になって来る。政府が一方的に創るのではなく、まず、必ず地元の人たちを取り組む。さらには行政、市民、社会、研究機関などの関係者を総合的に計画に取り込まなければいけないということでもあります。

GIAHS 認定が与える影響は地元の意識がかなり変わるということ。これは日本だけでなく世界中がそうである。地元の農業が価値あることに気が付いて、関係者の意識が変わっていく。これは途上国でも同じである。

石川県の活動は、国連の研究機関の附属があり、地元の金沢大学、行政機関、地元の人たちが熱心である。いわゆる農家だけでなく NGO などが様々な形で関与してきて、石川県のモデルはまさに適応型保全の良いモデルになると思われる。

これから石川県と情報交換しながら GIAHS 認定後の適応型保全にどのような取り組みがあるのか。何が有効なのか。どういう問題があるのか。石川県の事例を世界に発信していきたいと考えている。

石川県のように先進的な地域は比較的順調に行われているが、発展途上国では非常に大変であり、地元社会の方が一堂に参加して、何かを考えさせるということが難しい社会である。

石川県のような取り組みを世界に紹介して、有効であることを示していきたいと考えている。

能登でのコミュニケは非常に画期的なコミュニケで、4つのポイントを重視している。

一つ目は、今後、ますます GIAHS サイトを増やしていこう。

二つ目に、途上国で現場レベルの活動を活発にしていこう。

三つ目に、途上国において候補地区の認識向上を支援していこう。

四つ目に、途上国との間におけるツイニングという形で支援していこうということ。

これらは、金沢大学が取り組んでいると聞いている。

石川県が能登で開催した会議は素晴らしい会議だったとのことで、シルバ事務局長が感銘を受け、GIAHS は今後 FAO が力を入れていかなければならない事業にすべきであると予算を確保してくれた。

ともあれ、石川県での、世界農業遺産国際会議は意義深く貢献してくれ、GIAHS としては非常に感謝しているとお言葉をいただいた。

今後の課題であるが、これからヨーロッパやアメリカ、オーストラリアに広げていきたいと考えているが、これらの地域の農業は、GIAHS が推進する農業と、違う方向に向かってきている。

途上国は体制づくりが難しく、提案書一つ作るにもお金と時間と手間がかかる。

FAO の中に組織をつくって GIAHS をしっかり見るという、組織をつくっていかねばならない。

そして、GIAHS 組織は新興勢力なので、まだ、認識や理解が至っておらず関心が薄く、今後、どう取り込んでいくのか、今後の課題も大きいとの説明があった。

意見交換でも、FAO の活動と市場原理でいう経済活動は相反する部分が非常に大きいですが、今後どのように進めていくのかの問いに、途上国の農業を維持発展させていくという話だけでなく、農村地域の経済発展までも狙える位置付けをこれから強めていきたい。

食料の廃棄問題については、FAO がいろんな取り組みをしている。世界的に食料の廃棄問題は非常に深刻な課題であり、FAO ばかりでなく、他の期間や各国や巻き込んでどうしたら解消できるか真剣に取り組んでいる。

日本の先進国における認定地域がどのような役割を果たしていけばよいのかの課題に、先進国の農業地域は所得格差がある。その中で、日本の地方が農業と向き合いながら、いかに地元の雇用や経済発展を守っていくのか。しかも、GIAHS の特色を生かしながら先進国に適応できるモデルとして、特色のある農業を守っていく。さらには経済的な発展も可能にしていく。

こうしたモデルを石川県から、我々も学び取って世界に発信していけたら良いと考えている。そう意味での先進事例として、石川県や金沢大学の担当者に、どういう状況で何が課題なのか、近い時期に石川に伺いたいと思っているということであった。

本県の GIAHS 活動・取り組みについて大変評価が高いということが伺えました。認定されたことが全てではなく、これから継続・発展していくべきものであり、私たちはまず、地域に根付く伝統を継承する事、そのためには地域のコミュニケーションの希薄化を改善

することが必要であります。核家族化が進む今こそ、必要とされていることでもあります。地方が衰退しないためにも自ら進んで提言していきたいと感じました。

グルメライン（ニッポニア）

〔訪問日〕 平成 27 年 10 月 21 日（水）

〔視察目的〕 世界各国の生鮮食料品の流通状況、
県産食材の販路開拓などの可能性について調査

〔面談者〕 ベルナード・ジョルノ 輸入・購買部門責任者兼代表取締役社長
リチャード・ジョルノ 国際営業責任者

ローマ郊外にある日本食品を中心とした輸入・卸売りをを行う商社。日本の陶器や保存食品、冷凍食品、飲料などを扱っている。インターネットショッピングも可能で日本食材をイタリア現地で購入し、手にすることができる。

10 年以上日本食を取り扱ってきたが、2011 年から 13 年まで東日本大震災による原発事故の影響で、EU による輸入規制で日本食材の輸入が禁止され、ここ 2～3 年は難しい時代であった。2013 年に緩和されたので、現在大きく成長している。

イタリアでは、6 年前には 50 店舗程度だった日本食の飲食店は、現在 1500 店舗に上ってきている。1500 店舗のうち 85%が中華料理店から日本食レストランに移行していて、中国系の方の経営である。中国人が日本食レストランを経営している現状では、素材や材料が日本の食材でない場合が多い。日本で生産された本当の食材を流通させようと努力している。

輸入規定で生魚は一度、冷凍したものでないと輸入できない。冷凍のモノは輸入できるが制限が多く、甘えびなどはヨーロッパのモノを輸入している。鳴門蒲鉾もヨーロッパからです。刺身だけでなく揚げ物のサンマなど、シーナンバーの認証を得ていないので輸入できない。ウナギやアナゴも日本のモノが輸入できないので中国から輸入している。ウニ、イクラはタイ、ベトナムから輸入している。

日本政府が制限しているのではなく、日本国内の魚の市場が大きく、欧州に輸出する考えが少ないことと、EU の規定や企画に沿う日本産魚が少ない。ブリなどは認証を得ていないので輸入できないが、ぜひ、輸入できるように期待したい。トロサーモンの要望が多いので、ここで加工処理している。マグロにも人気がある。

日本のコメ、あきたこまちなど直接輸入しているが、直接輸入している企業はまだ少ない。醤油は日本から輸入していたが、ヨーロッパでの工場製品を購入するように指導があり、今は仕入れている。海苔は値段の問題で日本より中国産を扱っている。中国人経営の日本食レストランは中国産の安い海苔を好む。

食品の安全性についても輸入する段階で社内にてチェックしている。評議員である日本人も居て、食品の安全性はもとより、日本食を料理するのに喜ばれる必要な素材かななどについてもチェック確認を怠っていないとのことであった。

近年の日本食ブームを背景に日本産品、特に石川県産食材の需要が高いと感じた。このブームを一過性に終わらせるべきでない。クルーズ船の来県などもチャンスと捉え、積極的に県産食材・加工品など輸出に向けて視野を広げていきたい。

スローフード協会訪問

〔訪問日〕 平成 27 年 10 月 21 日（水）

〔視察目的〕 日本食、県産食品の今後の在り方、食育について調査

〔面談者〕 エマニュエラ・ダ・ロス 役員

アンナリタ・セルブイ 協会メンバー兼シェフ

イタリアで、ローマのスペイン広場にマクドナルドが開店したことがきっかけになり、イタリアの食文化を守る視点で、ファストフードに対置したスローフード運動が始まり、1989年にイタリアでスローフード協会が設立された。

協会会員は現在、イタリア国内に 4 万人、世界 150 か国に 10 万人以上、サポーターが 100 万人。協会支部は 1500 支部。そのほか 1700 カ所のアフリカ農園をスローフードとして保存活動をする国際組織になりました。

活動のモットーは、食を中心とした地域の伝統文化を尊重しながら生活の質向上を目指す、近年は、伝統の食事、素朴でしっかりとした食材、有機農業、健康に良いモノに関心が向いてきています。

現在、2600 件の料理法や農産物の品種を守っており、450 種類の食品がスローフード認証されている。

南米の食品をイタリアに運ぶには輸送のために CO2 を多く排出し、環境に影響を与えていることになる。

スローフードのポイントとして

- ・地域で生産されるもの
- ・消費者が正しい知識を得る
- ・地域の人が消費者となる

生産者を守ることが、地域全体の景観を守ることにもつながる。消費者は生産者の協力者であること、小さな範囲の輪で消費されることが重要である。農業生産者が身近に直接市場を設けるなどグループで守る運動がある。生産者に直接赴き購入すると、新しい関係を築くことができ、食品を腐らせる事が少なくなる。

教育の面でも、子供が小さい時から食育を行うことが重要である。イタリアでは、おコメを食べるが、どのような水田にあるのか全く知らない子供たちが多い。学校で家庭菜園をつくる手伝いをするのも、子供たちが作物の育つ過程を知る。都会に住んでいると農作物に触れる機会が少ないので手助けをしている。

大人には、教育クラスで食文化と科学などの勉強をしていただいている。コース終了後にはマスターの称号が得られ、正しい食材の知識や買い物をする方法などを教えている。

料理人を育てることも大事で、正しい知識を持った料理人を育て教育することも重要である。

日本食文化の評価については、日本料理文化とスローフードの共通点は、どちらも材料の新鮮さを大事にしている点。素材の良さを活かす点。調味料の使い過ぎを避けることができる点がある。

イタリアは村ごとに伝統料理を持っているのが、日本でも同様ではないのか。しかしながら、イタリア人は日本料理は3~4種類しかないと考えている人が多く、もっと、日本料理の認知度や普及が必要だと考える。

中国産食材については価格が安い、どういう状況で生産されているのか。安全かどうかを消費者が知らない限り、どうしても価格に目が行ってしまいがちで、自国の農産食材にも影響が出るのではと危惧する。

関税については、本部はEUの農作物議会の代表の一員として参加しています。スローフード協会は、自国の農作物を守るために活動しているが、イタリア農水省は生産者をあまり守っていない傾向がある、との説明がありました。

スローフードの概念は本県の食文化にも通じるものがあり共感した。グルメラインにて感じ、考えさせられた日本食の発展、県産食材の輸出強化とスローフードの考え方を融合させたものが本県の食品・食材の今後の活路を見出す糸口になるのではないかと推察した。

◎10月22日(木) 天気 曇り 気温8度~19度

イタリア政府観光局 (ENIT) 訪問 (パスポート)

[訪問日] 平成27年10月22日(木)

[視察目的] 国際観光誘客のインバウンド校下や受け地の魅力づくりについて調査

[面談者] カルロ・パウロ 企画調整部長

2014年の世界観光ランキングで、国際観光客到着数が約4860万人の世界第5位を誇る(ちなみに日本は約1340万人の22位) イタリアにおいて観光客に対する特徴的なサービスに何があるのか。外国人観光客のプロモーションの問題や、どのように今後活動ができるのか、日本人観光客を迎える体制などについて意見交換をする。

イタリア観光業のプロモーションは公的機関である政府観光局(ENIT)が担っていますが、地方自治体においても独立したプロモーション機関を持っている。

2001年に行われた地方分権によって、これまで中央機関だけで担っていたが、州単独の独自性を持ったプロモーションができるように分割が行われた。計画立案、観光活動、マーケティング、EU基金の独立性、インフラ、旅行業者との交渉に、州も権限が持てるようになった。

反面、分権によって国全体としてイタリアを海外にアピールする際にバラツキ、まとまりがなくなってきた。政府観光局が重要視しているのはバラツキのあるプロモーションに共

通点を見出し、協調していく事である。

観光業はイタリアという国で捉えられるので、あまりバラツキがあればプロモーションが出来ず、政府観光局（ENIT）が調整の為に活動することになる。

2003年に観光業の戦略プログラムが生まれ、その中に観光業や非営利も含め70活動をプログラム化し、イタリア国としてプロモーションを、まとめようとしている。

政府観光局 ENIT の任務としては、観光商品の活性化を支援、各種プロモーション活動、ジャンルにおける観光紹介など多岐にわたっている。

要するに、イタリアブランドを紹介することである。

資金のやりくりについては公的機関であるので、資金は国からであり、現在は年間1800万ユーロの予算があるが、ヨーロッパ諸国と比べると非常に少ない。

日本からイタリアへの旅行者のトレンドとして、1980年代にイタリア政府観光局が東京にオープンして、広報活動ができたことから急速にイタリアブームが訪れた。

日本からの旅行者の82%は、イタリアの4つの州を訪問している。他にも、まだまだ魅力的な州が沢山あり、どうやってほかの州の魅力を伝えるかが課題である。

ローマ、ミラノではショッピングで来てもらえるが、中世の街100選という魅力的な小さな町や村があるので、リピーターとして来ていただけるように広報をしていかなければならない。

日本でも外国人観光客は、一度目は東京を目指す、更にもう一度は東京でなく別の街に行ってみようという時に、石川は東京にも近いということで、石川のプロモーションが重要である。観光客に石川の知らない所や魅力をプロモーションすることが重要である。

観光客には2種類あり、ガイドブックのとおり訪れる初めての観光客と、リピーターで行ったことのない地域に行くという観光客がある。もっと知らない所を知りたいという要望に、どう応えていくかが大切な課題となってくる。

政府観光局 ENIT の三つの戦略として、

- ・観光地のプロモーションで全ての方法（ポスター、WEBなど）によって個人に対してプロモーションをする。
- ・どのように観光業をオファーできるのか。見本市や修学旅行などメディアを使う。
- ・どことパートナーシップをどのように結ぶのか。世界的な展覧会など大きなマーケティングがある。

イタリアの観光をどのように商品化ができるのか、観光客を年に3回、一番動きのある時期にツアーオペレーターに確認して、観光客の人数や流れを把握して統計を取っている。また、国の観光戦略計画は3年ごとに計画立案。州の意見も取り入れて州ごとの計画も策定し、最終的に国としての共通点を打ち出し、観光戦略計画を立てている。

石川県では、本県3月の新幹線金沢開業にも恵まれ、本県の観光客数は前年に比べ増えているが、今後の2年目、3年目と下火にならないためにもリピーターの確保やPR対象国の拡大が必要と考えます。そのためにも石川県単体だけではなく、北陸域や岐阜県、北陸新幹線沿線県との連携した広域でのPRを進めて行く必要があると思われました。

チネチッタ 訪問

〔訪問日〕 平成 27 年 10 月 22 日 (木)

〔視察目的〕 MICE の誘致状況や今後の誘致対策について調査

〔面談者〕 フランシスカ・ベルサーチ 得意先担当責任者 (MICE 担当)
バルファル・ボリティーナ 展覧会担当責任者

1930 年代にイタリア指導者のベニート・ムッソリーニ統領の下に建設されたイタリアで最初の大規模な映画撮影所。会場は 7 カ所あり、日本大手メーカーの販促イベントなども開催され、大成功を収めている。また、2 千人規模のパーティも開催可能であり、MICE 開催会場としても利用されている。

展示や展覧としてチネチッタは教育にも良い影響を与えることから、教育の一環としても来場者がある。

映画に興味を持つのはフランス人に多くビッグゲストも含めて 5 年間に 5 万人の来場者がある。

MICE としては、10 名から 1500 名まで幅広く対応ができる。実績には企業のイベントが主であり、夕食会や会議に利用されている。映画撮影として持っている舞台や照明器具を活用して、企業の望んでいる演出をこなし、会議や夕食も提供することが可能である。撮影会場は広いので、一つのスペースを区切りして会議会場、イベント場、食事場所を設けることができる。MICE 施設として利用する際には、古代ローマのセットで行うのが一番人気。天気に左右されずに開催するための施設もある。

2010 年から多目的利用が始まり、現在まで 300 イベントを開催している。今までローマ市内で開催していたイベントも、映画の情熱を理解いただき、特別な会議場所としてチネチッタを利用している。

MICE 施設としての利用制限はない。ローマでイベントする際には旧市街地では 11 時半以降大音量は禁止されているが、ここは映画撮影施設であるので音量や物などチネチッタには一切制限はない。

MICE 施設の利用料金については、少人数では 500 ユーロから利用可能です。大人数で古代ローマセット利用については準備期間を含めて 2 万 4~5 千ユーロで利用できる。

石川県においては、北陸新幹線金沢開業を皮切りに MICE の開催も増えてきている現状であります。しかし、会場規模、宿泊施設数の課題点があげられ、これからの誘致活動に支障が出る恐れも考えられます。また、本県での MICE 開催を考えていなかった団体等に対し、今後どのように PR し誘致していくべきなのか。重要な県政課題になってくると思われます。

○10 月 23 日 (金)

イタリア出国

○10 月 24 日 (土)

小松空港着 解散

石川県議会議員イタリア地方行政視察報告

石川県議会議員 盛本 芳久

はじめに

今年の行政視察の目的地は、食糧や食文化、農業における世界と日本の現状と課題を知り、また県内産業の世界的活動や交流について学ぶ目的に合致するイタリアが選定された。イタリアの食と農のとりくみ、まちづくりと産業振興の状況を知り、今後の交流拡大と石川県の地域づくりに生かす意味で多くのことを学ぶことができた。今後の県政へのとりくみに提言し生かしていきたい。以下その内容の概要を報告する。

視察報告

2015年10月18日 ミラノ

1. ミラノ博日本館 ■ 面談者：加藤辰也 日本政府代表

「地球に食料を、生命にエネルギーを」をテーマとするミラノ万博、日本政府代表の加藤辰也さんから博覧会全体と日本館の説明を受けた。日本館の入場者は10月末の閉会までには200万人に達すると予想され、成功裏に閉幕を迎える状況だ。入場者の7割はイタリア、2割が周辺国からであり、入場者へのアンケートでは日本館は人気ナンバー1、1日約1万人の来館者ということで、入場までの待ち時間は8時間とも言われるが、楽しそうに並ぶ長蛇の列を見て、評判と期待の大きさがうかがえた。この人気の理由は何かといえ、日本という国への興味を前提として、館内の展示物や映像空間、CGを活用しての参加型のプレゼンテーションの洗練されたデザインと面白さ、そして35の自治体が企画運営する特設ステージでのイベントの楽しさにあるのだろうと感じた。

各種博覧会や見本市での注目は、そこから広がる様々な人的経済的交流の発展につながるスタートとなるわけであるから、そのしかけは重要だ。館内導入部の展示室は、色彩、モチーフ、効果音など東洋的空間を演出し、続いて、その食を生み出す自然と風土、農業、漁業の紹介、バラエティーに富んだリアルな食品サンプルの展示で日本食への興味を抱かせ、箸をもって操作するバーチャルな食卓、膳は日本食の美しさと味覚への興味をさらに増し、実物の日本人と日本食に出会い、味わうステージへとたどり着くというコース設定だ。

食と農、それを支える自然環境を大切にしているイタリアである。日本館は、この日本との共通性を意識させるとともに、日本独自の食文化の魅力を伝えて成功したと思う。このことを参考にすれば、わが石川県は世界にもアピールできる食材とそれらを育てる自然環境、素材を活かす料理法と盛り付け技術、器、行事や風習などを総合した芸術性などを兼ね備えている。そして、世界農業遺産の地という強力なブランドをもっている。日本館ほどの展示とプレゼンテーションは相当に費用を必要とするが、世界相手また全国的なメッセに

においてはこれを参考に思い切った企画と洗練されたデザインでアピールすることが重要であろう。そして、個々のイベントとかキャラクター、商品も重要であるが、石川あるいは能登、加賀をトータルに押し出すためのデザイン戦略が必要であろう。

石川の日の特設ステージでは、御陣乗太鼓、茶屋街芸妓の舞、寿司づくりの実践、日本酒を九谷焼でふるまう能登・金沢・加賀をそれぞれアピールする企画となっていた。来館者ともコミュニケーションをとることができ、おいしいと笑顔で答えてくれた。また、能登春蘭の里の多田さんや農家レストランの室谷さんも来場し、能登のスローライフやスローフードを現地から発信しておられた。これらの企画は、石川が日本らしい本物の文化をもっている地として知名度を高める上でよい内容であったと思う。今増えつつあるヨーロッパから日本への観光客を石川に呼び込むために、今後イタリアとの関係を継続深化させていくことは大いに意義があると思う。

2. ミラノスクエア ■ 面談者：水ともこ ショップマネージャー

日本の伝統的工芸品産業振興協会が欧州での販路拡大調査のためにエキスポと並行して開いている店舗である。店内はやや狭く、各種の伝統工芸品それぞれに2、3品がディスプレイされているという状態で、興味ある種類からほしいものを選んで買ってもらうというよりは、見本を展示しているような印象だった。デザインの中心地であるミラノの文化ゾーンと言われるブレラ地区において1日の入場者平均50人、売上1,400ユーロという数字の評価は難しいが、作りの丁寧さなどを説明すると高額でも買っていく客がいるということなので、ヨーロッパでの販売をめざすということになれば、その製造過程を説明する展示をつけることや、その技術によって生まれる工芸品を用途やデザインの異なる様々な商品を多く揃え、その中から選んでもらえるような販売方法が必要になってくると考えられる。日本においてもお金に余裕があつて見る目もっている人でないと買ってもらえないのが伝統工芸品であるから、ヨーロッパにおいても同様と考えてよいのかもしれない。そうなれば、富裕層にターゲットを絞って、販売店を選定することや、ダイレクトに宣伝を行うという方法が有効ではないかと思う。

石川県の伝統工芸品は多くの種類があるが、漆を例に考えると、ヨーロッパにおいてはナイフとフォークが使われるのであるから、金属製のナイフ、フォークが必要な料理を入れる食器には不向きである。箸とセットで販売するとか、漆や木製のフォークやスプーンの色々なものを揃えておくとか工夫が必要となるだろう。視点を変えれば、日本食が注目され、イタリア国内にやや怪しげなところも含めれば1500軒を超える日本料理店が営業しているということであるから、ヨーロッパの家庭でも日本の器で日本食を食べるというスタイルを売り込みながら、食器のセットを販売するということもやってみてよいのではないだろうか。もちろん日本政府としてのDENSANブランドのヨーロッパへの発信力を高めることは重要で、それによって注目度を高めながら、産地の努力も実を結んでいくという展開を期待したい。

10月19日 ジェノバ、ミラノ

3. ジェノバ港湾 (SECH) ■ 面談者：アルド・ネグリ 大株主ほか

ミラノからジェノバまで 200 km、広大なロンバルディア平野の田園地帯をバスで走る道
りである。この平野部では米も広く作られている。サフランで黄色に色づけられたミラ
ノ風リゾットなどに使われる米である。広大な農地では大規模な機械農業がおこなわれて
いるようで、イタリアの食糧自給率 61% (カロリーベース 2011 年) を支えている。日本
の家族農業、中山間地農業を思い、TPP によって日本農業はどうなっていくのかと不安が
膨らむ。スピードを落とすことのないスリリングな運転で山岳部を抜けジェノバに入る。

ジェノバ港湾は最終目的地としてのコンテナ取扱量でイタリアのナンバー1 の港湾であ
る。訪問した SECH 社は 22 年の歴史をもつがコンテナ取扱量は毎年伸びており、
500,000TEU (2014 年) に達している。グルー (クレーン) の数を増やしたことが重要な
とりくみであり、取扱量の増加となったとの説明であった。

金沢港ではガントリークレーン、トランスファークレーンの設置でコンテナ数が増え、
また2基目のガントリークレーンの建設が予定されているがさらに取扱量が増えることにな
る。ジェノバ港湾では荷物運び出し用の鉄道引き込み線があり、トラックによってヨー
ロッパ地域と結ぶ沿岸の道路が整備されている。金沢港からのトラック輸送は、海側幹線
道路や北陸自動車道とのアクセスも容易であるから、アジアとの玄関口として関西や中京
地区とのつながりの強化によって今後の更なる発展を図らなければならない。これからの
ポートセールスの強化が重要となってくる。

4. コスタ・クルーズ社 ■ 面談者：ロバート・フェラリーニ 港湾担当副社長ほか

ヨーロッパ最大の乗客数と取引額を誇る大型クルーズ船企業カーニバル・コーポレーシ
ョングループ 10 社の一つコスタ・クルーズ社が 2016 年 7～9 月に 10 回の金沢港を拠点と
する定期周遊型のクルーズ船コスタ・ビクトリアを就航させる。本州日本海側の港では初
であり、日本のクルーズ市場開拓のための試験的な実施である。十分な乗船率を確保し継
続させていくとりくみが必要となる。乗船率は 85%を確保したいとのこと、アジアのマー
ケットは大変興味があり日本には良い印象を持っている、重要なポイントはやはりサービ
スでテクニカルなものとはホスピタリティの両方が必要であるという。港の設備や交通アク
セス、船の中では味わえない楽しさを提供できる周辺地域があることに加え、地域ならで
はのおもてなしが欠かせない。

寄港したときの第一印象は大変重要で、一つの例として和服でのお出迎えは大変興味深
いということであった。もちろん、船から降りた時の景色は第一印象の重要な要素であり、
金沢港の客船を迎えるための施設は貧弱と言わざるを得ない。クルーズ船の客は、船内で
のゆったりした時間の過ごし方、楽しい遊びや食事、人との交流などを期待し船旅に参加

するのであるが、寄港地では船内とは異なる体験も求めている。そのような魅力ある目的地が交通の便よく近くに存在することが人気を高め、乗客を安定的に維持し増やすことにつながっていく。

観光客を迎える意味での港の施設・景観の整備、お迎えとお見送りのとりくみのさらなる充実、文化やエンターテインメント、食事や買い物など魅力あるオプションの乗客ニーズ調査に基づく多様なコース提供、目的地への交通の利便性向上など、今後とりくむ課題は多くあるが、発着、寄港地としての金沢港は大きな将来性を持っていることも確信した。

5. 伊藤忠イタリー社長との意見交換 ■面談者：明嵐陽一 伊藤忠イタリー社社長

イタリアの繊維、ファッション、ブランド戦略、石川県の繊維企業の海外戦略の状況について、明嵐社長から説明を受けた。明嵐氏は金沢市出身で、高校時代まで金沢で過ごされており、私たちも近いものを感じながら和やかなうちにお話を伺い、日本食を共にした。

調査内容のテーマは石川県産業で重要な位置を占める繊維、ファッションについてイタリアの状況を聞くことであったが、その前段としてイタリアの政治経済状況の説明は興味あるものだった。GDPは日本の約3分の1、経済成長率はマイナス、失業率は12.8%と高かったが、成長率は2015年第2四半期でプラス、失業率も12%に下がったとの説明があった。2014年にイタリア史上最年少の首相となったマッテオ・レンツィ氏の議会上院議員の数を3分の1に削減することや省庁再編、許認可や議会制度の簡素化など強力な改革によって経済状況の好転が見られているようである。行財政改革の必要性が言われ、日本の国や地方自治体においても進められてきたが、このような大きな変革は行われていない。世界的にも見られるように、規制の緩和や議員数の削減などが、国家財政好転や失業率低下を維持できるのか、民主主義の劣化や格差の拡大を招くことも懸念され、今後のイタリアを注目していきたいと思う。

貿易については資源輸入と機械金属輸出という形は日本と似ていて、食料自給率が高いことや、繊維、衣料、皮革製品の輸出が大きいなどの特徴を持つ。こだわりのニッチな製品やデザインなど特徴あるメイド・イン・イタリーが経済を支えている。この中において、日本の繊維製品によるイタリアでのファッション衣料製造が繋がっているのであり、北陸や石川メイドの繊維を扱う日本最大の総合商社伊藤忠の関係の深さと重要性を改めて知ることになった。

モードはフランス、クリエーションはパリ、イタリアで製品にすることだが、イタリアのファッションブランドも世界的ではないかと質問したが、その通りで、オーダーメイドはパリだが既製服はフランスとイタリアが競っているとのことであった。そうすれば製品を具現化しているイタリアと日本の繊維業界の関係はますます重要なものとなっていくだろう。石川県の企業「サンコロナ小田」のシルストロン、ミストロンという製品は絹、霧をイメージさせる繊維ブランドである。日本の石川の高い技術が今後イタリアファッション衣料産業とさらに連携を深くし、相乗効果によって人気を高め取引を大きくして

いくことが期待される。伊藤忠商事、石川出身の明嵐社長にも是非頑張っていたいただきたいとの思いも伝え、有意義な意見交換の場となった。

10月20日 ミラノ、そしてローマへ

6. ミラノ交通社 (ATM) ■ 面談者：ピエール・フランシスコ・マラン助役ほか

ミラノの公共交通システムを 80 年前から運営しているグループ企業、ミラノ交通社 (ATM) を訪問した。ATM グループはミラノ市内の電車、路面電車、地下鉄、バス、トロリーバス、駐車場、休憩所、カーシェアリング、自転車シェアリング、無線バス、駐車場などの体系的運営で年間 7 億人の人々の移動に関与している。ミラノは各所で再開発事業が行われており、イタリアで人口第2の都市、有数の観光都市で、戦後大きく発展した。そのような中、多数の人々の移動を円滑化させるため様々な方策がとられていて、35 ユーロで動ける距離を見ると、ローマ 61km、トリノ 54km に対して、ミラノでは 83km と効率の高いシステムで運用されている。ミラノの状況と対応を調査することによって、石川県における金沢市のような古い街並みが残る歴史都市における公共交通の未来への方向性について多くの示唆を得ることができた。

ミラノ全体で見ると、57%が公共交通機関、30%が自家用車、残りが自転車の利用となっているが、街の中心部と郊外の人々の動きは対照的で、郊外では自家用車、中心部では電車や地下鉄、自転車利用の割合が高くなる。この結果は当然と言えば当然だが、放っておけば郊外での自家用車利用者が中心街に流入し渋滞を引き起こすということが起こるわけで、この自家用車から公共交通機関や交通用具のシェアリングへと乗り換えがうまく行われているということである。そのため、パーキング、線路の敷き方、あるいは自家用車から離れて乗り換えが容易にできるような誘導策がとられているのである。

その中でも私が注目したのは、まずパーク・アンドライドを促す駐車場と中心部に向かう線路整備である。駐車場を地下鉄などの終点の駅に整備し、その容量は全体で 2 万台分ということであった。駐車料金は街中のパーキングより安価に設定されていて自然に乗り換えが進んでいる。しかし、街中の自家用車が増えミラノの自動車の 42%が路上駐車ということもあり、自家用車の入れないゾーンを増やすことや、乗り入れ有料地帯を設けている。エコバスという城壁内側への進入を 1 日 5 ユーロと有料化していることは、街中の渋滞緩和には大きく貢献しているようである。各所に設置された街頭カメラによって登録されたナンバーを確認し課金するほか、チケット購入して番号を登録するかの方法によって自家用車進入は抑制されている。1 日 5 ユーロはやや高額という人も多いだろう。これに駐車場料金が加わればある程度の金額になるのであるから乗り入れするかどうかの判断材料にはなってくる。30%の進入減少につながったとのことである。

現在、金沢市では周辺環状道路の整備などによって、一時、中心街の渋滞は緩和されたが、中心部空洞化によるコインパーキングの増加や新幹線効果などで通勤時間帯や休日の

渋滞は悪化しているように感じる。金沢市においては新交通システムの検討も進められているが、自家用車通行車線の現象は渋滞を引き起こす可能性が高く、路面電車導入やバスレーン拡大を検討するには、自家用車流入抑制の大胆な具体策とシミュレーションは不可欠となるだろう。

日本ではあまり普及していないが、カーシェアリングやバイクシェアリングがミラノ市では進んできている。1台の車をシェアすることによって8台分の自家用車の役割を果たすと言われ、日本においてこのような共同利用を導入拡大することができるかどうか、市民の意識変革も含め検討していく時期に来ている。まずは、サイクル・シェアリングを観光客に限らず市民の利用拡大を進め、専用通行帯拡充とともに進めていく必要がある。

ミラノ交通社の採算は、公共交通機関への各種補助金などの公的な財政支援を含めればプラスに保たれているということであったが、このような予算投入はこれからの高齢化の時代において移動の権利保障や歩けるまちづくりと街並み景観保護にとって重要である。石川県の現在でも民間交通事業者への国や県の補助は行われているが、より有効で充実したものが必要ではないかと思う。

一方では過疎地の公共交通の確保・維持が望まれており、この点についても喫緊の課題として、並行して議論していかねばならない。

7. LRT 実地調査

これまで、日本国内の路面電車の走る街や、新しく LRT 導入した地域、また、トラムの走るヨーロッパの都市のいくつかで実際に乗車した。ミラノ市では地下鉄と独立した占有の軌道を走る電車と自家用車の乗り入れ可能な路面電車が重複を避けて、ミラノ中心街から放射状に伸びて整備されている。LRT のチケット購入方法などは都市によっていろいろな違いがあるが、今回事前に興味を持っていたショートメッセージ発券ソリューションについて体験することはできなかった。乗客との信頼関係を基本とした料金支払いの乗車システムや IC カードによる支払い方法が今なら、これからはスマートフォンによる支払いが拡大していくと思われる。乗車方法が簡便で、しかも安価であれば利用者は増えていくだろう。イタリアではあまり多くの車両を見学できなかったが、ドイツのフライブルクなどではペットと同乗する客を見かけるなど、自転車やベビーカーへの配慮がなされた車両も見たりすることがある。カートを押す高齢者にも配慮した乗り降りの容易さ、料金支払いの簡便さも進化したバスや車両を日本においても増やしていくことが利用促進につながると思う。

8. ローマ日本人会との交流会

■日本人会出席者：渡辺 イタリア三越社長、高橋 ホンダイタリア社長、松本 ローマ日本人学校校長、伊藤 JAL パック支店長、小川 バチカン日本大使館参事官

会員と家族の親睦・情報交換、日本とイタリアの親善、文化交流への寄与を目的に 1975 年に設立されたローマ日本人会の会員は法人で 40 社、個人会員 311 世帯の個人で構成されている。海外生活、特に仕事上一時的な滞在をされている人は現地の人々との公私にわたってつきあいがあり楽しく興味深いものがあるだろう、しかし、同じ日本人としての交流は、話題や考え方、慣習などで共通する部分が多く心和睦場となり、日本の情報等の交換の場として大切なものだと思う。私たちにとっては、短時間ではあるがこのような交流の機会を持つことによって日本人の、あるいはグローバルな視点でその国の状況を把握する助けとなる。

私にとっては、イタリアは 4 回目になる。そのうち 2 回が観光で、前回 3 回目が県議会視察でフィレンツェの農家民宿を訪れて以来ということになる。ファッションの国、歴史の国、芸術文化の国というイメージで、イタリア人は陽気でオープン、男性は女性に声をかけるのが当たり前、スリが多いなどの情報からなかなか抜け切れなかった。しかし、この交流会で何度か聞いたのは、イタリア人は一般的に保守的であるということ、他国の文化、新しい文化を受け入れるのに時間がかかる、最近の若い世代はそのようなことがなくなって、色々新しいものを取り入れるようになってきたという情報だ。日本の国民性とも類似している点もありそうだ。今後、イタリアと日本、石川との交流拡大のためにこのような視点も頭に置きながら、今後の展開を思考していくことが大事だろう。

また、海外の日本人学校が果たしている役割も大きいものがあるということ再認識した。ローマの日本人学校は少数の児童生徒ではあるが、本人・保護者・家族の生活でおおきなサポート役を果たしている。子どもたちの安全を確保し、成長期の多様な学びと人格形成のための活動が求められる。校長先生のお話の中には子どもたちへの愛情があふれていた。教職員のチームワークと家族的な交流が行われていることがよく理解できた。

ローマに駐在する日本人は減っているというお話があったが、ミラノ博にみられる日本人気が今後のイタリア人観光客増につながり、日本人のイタリアブームも再来するかもしれない。農業や繊維、伝統的そして現代デザインなどを材料として今後石川県が友好交流を進める重点国としてふさわしいのではないだろうか。そのような点からも日本人会の方々との交流を続けていく必要があるだろう。

10 月 21 日 ローマ

9. 国際連合食糧農業機関 (FAO) ■ 面談者：遠藤芳英 FAO・GIAHS コーディネーター

FAO 国連農業食糧機関事務局は、映画「ベンハー」の撮影地となった馬車競走場の近くに位置している。世界各国国民の栄養水準及び生活水準の向上、食料及び農産物の生産及び流通の改善、農村住民の生活条件の改善のための施策を通じた世界経済の発展及び人類の飢餓からの解放を目的としている機関であり、2年に1回の総会がローマで開催されている。私たちが訪れたのは、この機関が認定する GIAHS (世界重要農業遺産システム) の

理念を学び、わが能登半島の「能登の里山里海」のとりくみをさらに発展させるための調査を行うことである。遠藤コーディネーターから GIAHS のとりくみと最近の動静についてうかがった。

GIAHS の定義は、「特質すべき土地利用システムおよび景観」がキーワードで、生物多様性を豊かに保ちながら、地域の農村社会が持続的な経済発展と環境保全を同時にやる。二つの相反することを調和しながら発展させてきた土地利用システムや景観とされる。このようなシステムが形成されてきた背景として、地政学的な孤立、脆弱な生態系、限られた天然資源、極端な気象状況があるとされる。認定地能登半島を例にとれば、まさに厳しい環境の中で様々な工夫をして自然と調和し、少ない資源を循環利用しながら食糧と生活を維持してきた地域ということになる。これが、どのような形で現れるかといえば、食糧安全保障と生計の確保、農業周辺での作物以外の生物多様性、特筆すべき技術や農業生産慣習、文化遺産が形成されていくことになる。能登の豊かな農産物、景観や生物多様性、食文化や風習、祭りということになる。

GIAHS は認定が終わりではなく始まりであり、認定によって適応保全の営みが継続して行われることが重要となってくる。地域住民が行政、研究機関などと連携して適応保全型の農業と生物、景観、文化をまもる行動計画が求められる。このような点において能登の里山里海のとりくみを世界に紹介していきたいと説明された。

2002 年に始まった GIAHS の継続発展、すなわち世界的な認知度向上と価値の上昇は認定地にとっても期待が大きい。その理念の十分な理解がないまま、観光地化に重点が置かれ、残すべき遺産内容が毀損されている例も世界の認定地にはあるようだ。また、FAO の GIAHS のとりくみを支える財政的裏付けが不十分な状況にもあるようだ。

TPP の協定の今後がこのような農業生産システムにとってプラスに働くとは考えにくい。競争力強化のための農地集約や大型農業機械による大規模化は、能登半島でも地域によって導入されることになるだろう。しかし、まさに適応保全型、無・低農薬、有機栽培、手作りの農産物の価値を認める人々は増えつつある。そして、このような農業システムの世界的評価をめざしているのであるから、石川において特に能登の農業遺産地域のとりくみは大きな責任を課せられているともいえる。担い手の育成と生業として成立させるための行政の支援も必要である。都市部からの移住によって農業にかかわる人々を増やすことは不可欠である。65 歳定年の時代にあって、リタイヤ世代で農業に本格的興味を持つ人々も増えているので、若者の就業と合わせこの年代にも照準をあてて進めていきたい。そのとき世界農業遺産の理念とブランドは大きな力となるだろう。ますますこの価値を評価し磨いていきたい。

10. グルメライン（ニッポニア） ■ 面談者：ベルナード・ジョルノ 社長ほか

ニッポニアは日本食料理店への食材や食器等の輸入・卸を行っている。イタリアにおける日本食レストランの数は、6 年前には 50 軒程度であったが現在 1,500 軒にものぼっている。

る。しかし、このうち 85%は中華料理店から移行した店で中国系の人の経営ということである。私たちはミラノとローマ各 2 軒の日本食店で食事をした。いずれも日本人経営の店で特に違和感のあるメニューや味に出くわすことはなく美味しく食事することができた。どの店もイタリア人客でにぎわっている様子で、日本食の人気の上昇と浸透が進んでいるように思われた。ローマ日本人会の皆さんとの食事は中華料理店であったが、参加者のお一人は久しぶりに酢豚を食べたとおっしゃっておられたが、中華料理店から日本食料理店への転換という話を聞いて中華料理店の減少と関連があるのかと感じたが、日経新聞に載った 2012 年 JETRO 調査によれば、イタリアにおいて、好きでかつ外食する外国料理は日本料理がトップで第 2 位が中華料理店となっている。

ニッポニアの倉庫には日本の食材の入った段ボール箱が雑然と置かれていた。その種類の多さには驚いたが、これらの在庫管理は正確に行われているのだろうかやや心配になった。EU では、2011 年の福島原発事故の影響で 2013 年まで日本製品の輸入禁止措置が取られていたのでこの間はヨーロッパで日本食品を生産しているところから卸していたが、2013 年の緩和以降もどのように日本から輸入する方向で調整中ということだった。

生鮮食品特に生魚については、冷凍したものでないといけない規定があり、その既定の中でも制限が多く甘海老などはヨーロッパのものを輸入しているようだ。かまぼこなどは制限がなく輸入したいが、日本の市場が大きく輸出の発想が少ないのではないかと思っているようだった。イタリアをはじめとするヨーロッパ市場への練り物の輸出開拓にメリットがあれば石川ブランドの進出も見えるのではないかと考える。

いずれにしてもイタリアでの日本食の人気は上昇しており、2013 年ユネスコノ世界無形遺産認定はさらにそれを加速していくだろう。料理食材とともに加工品、調味料、日本酒や焼酎、食器など石川県の食関連の素材は豊富である。これからのヨーロッパ進出は明るいといみてよいのではないだろうか。さらなる調査を続けていくべきだ。

11. スローフード協会 ■ 面談者：エマニュエラ・ダ・ロス 協会役員ほか

アンチ・ファストフードとして名付けられたスローフード運動は、各地域における伝統的な料理方法を守り、本当の味を楽しむ食教育、ひいては地域の農業生産を助け品種の保護活動となって広まっている。世界で 10 万人の会員と 100 万人のサポーターがいて、日本にもその支部があり活動が展開されている。

この運動はイタリアのピエモンテ州のブラという村から始まった。ローマ市内にある小さなスローフード協会ローマ支部で私たちは説明を聞いた。いかにも世界組織としてのオフィスというところではない小さな事務所で、世界的な運動を発信しているというところが、この協会の哲学を象徴しているようで納得させられる。ロス役員の説明は実に丁寧で信念が感じられるものだった。おいしい食事を楽しむ権利を守る、良質で清潔、安全でフェアな食品と料理、地域の伝統料理を守る、この 3 つのポイントについての説明である。食べ物はおいしくあるべきで、これを感じるには本当の素材の味を知ることが必要で工場

生産の食品は味覚を劣化させる、本当の味を子どもたちに知ってもらいたい。環境を守りながら生産を行う、たとえば無農薬有機栽培、遺伝子組み換え食品の否定なども入るかもしれない。また、フェアの意味は季節やその地域に合わない食品を生産するために無駄なエネルギーを消費したり、不正な方法や低賃金の小児労働などを隠すために生産地を標記しなかったりしているかもしれない、そうではない食品を支えていこうという意味である。そして、地域生産のものを地域で消費し地域の生産者を応援し安定的に支えていこうという思想である。

日本においてもスローフード、スローライフと名乗りながら運動を広めるとりくみはすすみつつあるが、その思想で共通する、「地産地消」「直売」「食育」「家庭料理」「手作り」などを進め、食を見直す機運も高まってきている。前述の世界農業遺産の考え方とも共通する部分は多くあるし、正当な貿易を進め、途上国生産者を支えようとする「フェアトレード」運動もスローフードを支える一つの重要な視点である。つまり、石川の農業や食の特徴、価値はこの哲学と一致する。たとえば、世界農業遺産、能登米、棚田米、能登井、農家民宿、農家レストラン、白山百膳などはスローフード運動といってよい。世界のスローフード推進団体や地域との連携も重要となってくるだろう。

世界は格差社会の中にある、世界における格差、日本における格差が拡大進行している。そのような状況下、開発途上国や経済的に厳しい家庭にはファストフードが広まっている。ファスト・フードを全否定するものではないが、このような地域性のない画一化された味の食品と食事をほぼ毎日のように食べて育たねばならない子どもたちが増えているということもまた事実である。金額のぜいたくさ貧しさとは異なる食の格差がうまれている。これは、食品や生産だけの問題ではない政治の問題である。根本にあるこのような問題解決を求め、次世代の子どもたちに本物の食事を提供できるよう努力したい。

10月22日 ローマ

12. イタリア政府観光局（ENIT） ■ 面談者：カルロ・パウロ企画調整部長

ENITはイタリア観光行政を国として統括している。イタリアが地方分権を進める中で地域の権限が増え、観光も各州がプログラムする政策が可能になったが、イタリアとしてのブランドの統一がとれなくなったため、各州の観光プロジェクトを国として共通点を探しプロモーションする組織としてENITが活動している。代表的な戦略としてブランド化とディステーションのためにエンドユーザーにプロモーションするための情報発信すること、PRプロモーションを進めるための見本市などの開催や参加、世界的な大きな範囲でのマーケティングとして世界博覧会での企画運営などに重点を置いている。日本においては「ようこそ JAPAN」や「クール JAPAN」などの発信があるが、日本トータルとして世界発信の観光政策はあまり力点が置かれていないのではないかと感じる。今は東京オリンピックをひとつの契機として海外誘客を進めるところに焦点が絞られているようであるが、

日本の各都道府県、市町村もそれぞれ友好交流地域をもって交流し誘客を図るため、観光に特化したホームページによって世界発信するのが普通になっている。日本の各地の情報につなぎトータルとして日本をプロモートする政府が運営するホームページを探したがすぐには見つからなかった。各国言語に対応して発信するポータルサイトをすぐ検索できるようにしておいてほしいものだ。

イタリアでは観光業に関わっている人口が全体の 11.4%いて、国際観光客到着数は世界 5 位（世界観光機関 2014 年）である。ちなみに日本は 22 位となっている。最近の傾向としては、ホテルに泊まったの観光ではなく、現地の人々と同じ生活を体験したいという思いから、農家民宿に泊まるなどのホテルに準ずる施設での宿泊が伸びている。また、有名な首都を訪れたことのある人がリピーターとして、その国内では有名だが世界的にはまだ無名という地域を訪れるということが増えているという。日本においては、東京、大阪、京都という有名な都市から次の地域としての石川という売り込みは重要となってくるであろう。これは新たなゴールデンルートに新幹線による金沢へ、そして能登・加賀ということが戦略として進められているが、長期滞在をし、周辺地域を観光する拠点としての石川のプロモーションも必要であろう。現在でも欧米観光客が増加しているのであるから、この観光客の目的意識や行動日程等を調査し今後の石川観光に生かしていかなければならない。

この視察では、いくつかの研修地で原発事故の影響というものが語られた。遠いヨーロッパにおいても状況が報道され、政府も国民もそのことを少なからず心配しているということが理解できた。世界から日本を訪れてほしいのだが、情報を隠して、あるいは過少に言うことは問題があると考え。国には、真摯に終息に努めていることや、危険と安全の正確な区別を科学的な説明によって示して来訪を呼びかけることが今後の信頼を得た観光や外交を確立するうえで当然との認識を持ってほしいと考える。そして、再生可能エネルギーへの転換に全力を挙げる脱原発の国としての指針を示せば、観光にとって良い影響をもたらすと私は考える。

13. チネチッタ ■ 面談者：フランシスカ・ベルサーチ MICE 担当者ほか

チネチッタは映画村と訳され、映画撮影地としての施設であり、展覧会なども含めた観光地としてのとりくみも行っている、そして企業の MICE 利用も受けている施設である。古代ローマをテーマとした屋外セットは映画だけでなく CM 撮影や音楽プロモーションビデオ撮影にも利用されている。教育旅行か社会見学といえよいか、学生の見学者が 26000 人訪れていて、映画作りを学ぶ教育的活動にも力を入れているということだった。

MICE については、10 名から 1500 名に対応する会場として貸し出し、撮影会場の広さを活用している。やはり、古代ローマのセット内の会場が一番人気ということだった。

石川県においては、産業展示館や地場産業振興センター、そしてもっと大規模なもので総合スポーツセンターなどが会場として代表的なものとなろうが、中規模で金沢城公園の五十軒長屋や河北門、橋爪門、さらに少数なら兼六園内の時雨亭や玉泉庵なども利用可能

である。金沢ならではの風情を味わえる施設の利用の魅力発信はもっとあって良いかもしれない。ただ観光客とのバランスは考慮されねばならないだろう。

別の話題になるが、この施設の説明は女性の担当者ベルサーチさんだった。また、スローフード協会も役員の女性ロスさん、伝産のミラノスクエアでの日本人女性水さん、ヨーロッパの諸国での視察の説明は多くの女性が担当している。何も驚くことはないのであるが、日本の視察ではほぼ男性が説明者である。保守的とも言われるイタリアよりも男女共同参画で日本が遅れているのではないか、実際そうであるのか確認は必要だが、生き生きと働くイタリア女性に会ってふとそのように感じた。

14. その他 歴史的建造物の保存・補修に関して

ローマでは修復中の有名な歴史的建造物が多かった。しかし、修復時期に遭遇することもあまりないので貴重な体験でもある。移動中に確認できたコロッセオ、トレビの泉、スペイン階段（映画ローマの休日で有名）のいずれも修復中とのことだったが、これらの修復費用はすべてイタリア企業が負担をしている。コロッセオは高級皮革製品ブランドのトッズグループが約 36 億円、トレビの泉はフェンディが約 3 億円、スペイン広場はブルガリが約 2 億円を拠出している。寄付することによって企業イメージが高まるとか税制の優遇を受けられるという見返りもありそうなのだが、多額の寄付は歴史・文化に対する理解と利益の社会還元を行おうという企業の哲学があるのだろう。イタリアなどの歴史国家、都市は多くの歴史遺産、文化財を持っていて、それらが時間とともに風化していくという宿命を抱えている。これらの修復を全て国や自治体の予算で行うことは、観光振興などへの投資として位置付けられるだろうが、数の多さは大きな負担ともなっていく。このような企業の協力は必要であろう。

石川県も金沢城の復元に県民の寄付を募ったりしているが、企業による大口の寄付というものはどの程度あるのだろうか。日本企業に寄付という文化があるかどうか、また、それを売名行為だという人もいるかもしれないが、最近は広告やネーミング・ライツというものも広まりつつあるので、文化財保存のための企業の協力を考えてみることはあって良いのではないだろうか。ただし、これをもって行政への貸しを作りそれ以上の恩恵を得ようとする企業が現れてきたら問題であるから難しい点もある。

まとめ

イタリアにおける実質 5 日間の視察は充実したものとなった。お世話になった通訳さんに他の議会視察などの状況を少し聞いてみたが、石川県議会の視察はとても熱心な視察だと言われた。議会の海外視察は税金の無駄と言われることもあるが、県政にとって参考となる事項はもはや県内外・国内外の区別はない。個人的な視察では国家機関や国際的機関とのアポイントメントは難しさがあるし、面談者も希望通りにはなかなか行かない。現地で現場や本物を見て聴いて確かめることの意味も大きい。貴重な県民の税金であるからこ

そ、県政にとって意義ある海外視察を設定し、1期4年の任期中に1回ぐらいは参加する今のシステムは大事であるとする。もちろん県政への反映と県民への報告義務は当然のことである。

以上

平成27年度イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 井出 敏朗

1. 概要

「食文化の総合力」「伝統的工芸品の海外展開」「金沢港の振興」「繊維産業の海外戦略状況」「中心市街地の交通対策」「世界農業遺産の取り組み」並びに「観光戦略」「MICE誘致」をテーマに調査研究を資することを目的に、下記行程に於いてイタリア地方行政視察を行った。

視察に於いて見聞き知り得た内容を、日本や石川県の現状や取り組みと対比しながら、夫々のテーマごとに纏め報告を記す。

2. 行程

日程：平成27年10月17日～10月24日

視察地：10月18日－「ミラノ国際博覧会」「ミラノスクエア」

19日－「ジェノバ港湾」「コスタ・クルーズ社」

20日－「ミラノ交通社」

21日－「FAO」「グルメライン」「スローフード協会」

22日－「イタリア政府観光局」「チネチッタ」

※詳細は、別紙視察報告書巻頭資料に記載

3. 視察報告

テーマ1：食文化の総合力

① 視察先：ミラノ国際博覧会

「Feeding the Planet, Energy for life－地球に食料を、生命にエネルギーを－」をテーマに、イタリア第2位の都市ミラノ市で5月1日から開幕したミラノ国際博覧会。150以上の国や国際機関が参加するなか、日本で最初に世界農業遺産に指定された石川県も、同じく指定されている4地域（＝新潟県・静岡県・大分県・熊本県）と連携してミラノ万博日本館に出展し、10月17～18日に「石川の日」としてイベントを開催することを受け、イベント2日目となる18日に訪問した。

日本政府代表から日本館の狙いや評判をお聞きすると、「Harmonious Diversity－共存する多様性」をテーマにした日本館の評判は、開催国イタリア並みの人気を博し、イタリアの主要新聞社が行った調査では、万博終了後に訪れたい国No. 1に日本が選ばれているとのこと。我々が訪れた日は、閉幕（＝10月31日）間近と日曜日が重なったとの事由もあってか、開場直後から会場内は大混雑で、人気パビリオンには入館を待つ人の長蛇の列が出来ており、午前11時頃には日本館への入館は約9時間待ちに膨れ上がっていた。

「今回の出展の狙いは、日本の多様な農林水産業、各地の多様な食の文化を発信して、農林水産物の輸出や外食産業の海外進出などのビジネスにも将来的に結びつけられるようなお手伝いをさせてもらいたいと考えている。日本館の展示は、単に日本食を紹介しているだけではなく、その背景にあるものづくりであるとか、日本の農業を体感して頂けるような工夫をしており、引き続き日本館、日本の取り組みに対し支援して欲しい」旨の説明があった。

また、「今回の出展では、テストマーケティングを目的に、鰹節や豚肉など通常E Uには持ち込めない食材を、特別許可を得てフードコートで提供している」との話題もあった。

意見交換後に同館を視察させて頂くと、日本の自然や祭り、食などを映像と光を駆使した洗練された展示は、日本の魅力を外国人に訴求するには十分な出来栄であり、フィナーレを飾る展示コーナーは、日本を訪ね和食を食べたくなる来館者参加型のパフォーマンスで締め括る工夫が施され、前述の狙いを存分に表現・PRし、高評価を得ていることが理解できる内容であった。

引き続き、「石川の日」のイベントに参加するために、日本館最上階へ移動。同階には、入れ替わりも含め合計7社の外食産業などが運営する日本食フードコート（160席）と、京都の老舗料理店が運営する本格日本食レストラン（20席）が設置されていた。コンセプトは「Feel the Japan Passion—理解を共感に変える日本の食の体験—」。周囲には入店を待つ人の長蛇の列（＝恐らく2時間待ち以上）が出来ており、前述のマーケティング結果が楽しみである。

間もなく、壇上では「石川の日」のイベントが始まり、御陣乗太鼓・金沢芸妓の舞が披露され、手毬寿司の実演・体験の後に、寿司と九谷焼の盃に入れた地酒が来場者に振る舞われ、手を伸ばす多くの観客の姿や、イベント終了後に芸妓と記念撮影する多くの姿があり、イベントの成功を感じ取った。その後に、「石川の日」となった2日間でのイベント来場者数は8,000人を超えたと聞き、日本・石川の魅力は十分に伝わったと思うが、壇上のイベントが短時間のため、石川の魅力が記載されたパネルの大々的な展示や、着物やはっぴ姿の日本人スタッフや我々も参加して、パンフレットやガイドブックを手渡しするなどの工夫があれば、更なる成果が期待できたようにも感じた。

また、循環型社会をイメージし木材を多投した日本館、その建屋屋上・床には小松精練製の環境に優しいグリーンビズが使用され、夏季を中心に温度を下げる効果が出ていたことも、案内して頂いた担当者に確認した。

② 視察先：グルメライン（ニッポニア）

イタリアにおける日本食材やレストラン用備品の流通事情の調査研究のために、ニッポニア社を訪ねた。

日本食ブームのなか、イタリア全土には日本食レストランは約650店舗あり、このところ急速に増えているとのF I P Eが纏めた調査結果がある。その一方で、同社からは「現在約1,500店舗あり、中華料理店が日本食店に変わったケースや、中国人が経営或いはシェフ（＝板前）のお店が全体の80%強を占めている」との説明があった。

また、「福島原発事故の影響で日本産食材輸入禁止となった2011～13年は、EU品で凌ぐとの苦労もあったが、2013年以降に規制が緩和されたことを受け、日本の業者と直接に取引するルートを確立してきた」との話も聞いた。

同社とすれば、日本産食材を更に増やしたい意向ではあるが、関税・流通経費などが嵩み高額となってしまうこと、輸入規制が厳しいことなどを事由に増やせないのが実態であり、近年は安価な中国産食材を扱う量が増えている傾向である。

同社が扱っている商品の占める割合は量ベースで、日本33%、EU32%、中国12%、韓国8%、台湾6%。人気魚のマグロはシチリア産、サーモンはノルウェー産、ススキはスコットランド産、ウナギ・アナゴは中国産。魚介類などを中心に鮮度や安全性を求められる食材は、社内で自前の板前を確保するなどして、品質のチェックを行っているとの説明もあった。

③ 視察先：スローフード協会ローマ支部

日本食はスローフードの概念に沿う点が多いとの視点から、その概念の基礎や取り組み内容の調査研究を目的に、スローフード発祥であるイタリアの同協会への視察を行った。

同協会役員から「1989年設立し、ファストフードの反意語との意義からスローフードと名付けている。世界で10万の協会員、100万人のサポーター、協会は1500支部あり、日本でも多くの方々に協力頂いている。活動として、伝統的な料理方法、農業生産方法、品種の保護があげられ、現在2600件の料理法・品種を守り、450種類の食品をスローフード認証、イタリアは発祥なので100種類あり、その取り組みは世界中に広がっている」

また、「モットーは味わう、楽しむ権利を守ることであり、守るためには地域の環境を守ることに繋がる。その活動は、喜びの権利を守る、おいしくて衛生的な食物を作ることであり、伝統的な日本料理など郷土料理も守って行きたい。消費者を守ると言うことは、単に消費する者を守るだけでなく、生産者を守ることも含まれる。誰が生産しているのか情報提供することや、生産者の生産物を自ら直接提供できる機会を設けている。加工され過ぎず、持っている味わい、香りなどを尊重する食育や、多様な生態系を守る活動も行っている」との説明があった。

④ 考 察

今回の視察で日本食を食べる機会が数回あり、店舗の経営者や店員に尋ねると「寿司米は北イタリア産もしくはスペイン産、海苔は中国産を使用している」「日本産食材をもっと使いたいが高価のため、やむを得ず安価な中国産や現地産を使っている」「ローマ市内で日本食材を入手する場合は、市内流通業者に注文すれば翌日に配達されるが、同社に無い商品は配達に10日間を要すミラノ市内の流通業者に注文せねばならないため、手軽に入手できる食材で済ますケースもある」「ローマ郊外に日本人が生産する豆腐（オータニトーフ）があるのだが、代替わりし手に入り難い」との、店舗側の切実な事情を聞いた。

加えて、「イタリア人は日本食の繊細な味付けが分かり難いため、故意に味を濃く調理する店が多い」「寿司は、醤油をべったりと浸し食べる姿を良く見掛ける」「本物の日本食を提供しているレストランは数えるほどしかない」など、先の日本食レストランの経営者・店員、ローマ日本人会の参加者から裏話を聞いた。

そんな実態に触れると、せっかく高い代金を払って本物の日本食を食べに来た食通のイタリア人が「こんな程度か…」と落胆されることも懸念され、需要側と供給側のミスマッチやアンバランスも見て取れる。

今回の視察を通して感じた結論は、石川ブランドの食材をイタリアに輸出し適度な利益を得るまでには、極めて多くの課題があることがわかる。如何にして、本物の日本食を食べてもらうか…。

その一案として、加工食品として輸出することを提案したい。加工食品であれば、日本食本来の味で供給することは可能であるし、イタリア人の味覚にも適したように石川の伝統を活かし調理することもできる。また、包装紙に原産国や調理方法・食材名を明記すれば、スローフードの概念にも一部叶い、安全規制・品質・価格などもクリアできると思われる。更に、盛り付け例を写真などで提案すれば、伝統的工芸品の販路開拓にも繋がり、石川の食文化の総合力を最大限に活かせる。食べた人のなかには、日本・石川を訪ね新鮮な本物を食べてみたいとの観光需要の喚起も期待できる。

現在は、加工食品のEUへの輸出は規制されているようだが、肉・水産物はEU認定基準を満たした施設で処理された場合のみ可とのことであり、拡大解釈をして何とか風穴を開けられないかと期待し、時間が要するのであれば、野菜から始められないかと思う。取り急ぎ、日本酒、醤油や味噌、菓子などから始めてみても良い。

コンサバティブな性格のイタリア人が、他国の食文化を受入れるきっかけはファストフード「マクドナルド」のイタリア出店との興味深い話を現地通訳から聞いた。イタリアの地図を逆さにすると石川と同じになるとの、不思議な縁もある。我々が訪れた日の翌々20日には、日本館の入館者数が予想をはるかに上回り200万人を突破したとの記事が掲載されていた。

いしかわは食材・食文化の宝庫、イタリアでの日本・日本食ブームを逃さぬよう、規制を乗り越え加工食品で「石川食文化の総合力」を発信できないものかと考える。

スローフードに関しては、その基本は「地域で生産されるもの」「消費者が正しい

知識を得る」「地域の人が消費者となる」の3つのポイントに置かれ、生産者と自然景観を守り、消費者は生産者の協力者であり小さな範囲の輪で消費されることが重要であるとの説明があった。この基本を言い換えれば「地産地消」であり、田畑・牧場・漁場を持たない東京やNYなどの大都会で、スローフードの概念をどの様にして進めていくのか疑問が残った。

スローフードを活かした取り組みに関しては、日本食とスローフードの共通点は食材の新鮮さを大事にしている点との説明がなされた内容を受け、同協会の基本的な活動と位置付ける、伝統的な農業生産方法、品種の保護に於いて、石川県立大学と情報交換や人材交流を進めることなど、同協会と協働で行えることも探っていきたい。

また、「オリーブオイルは、どんな木から作っているかなどを知ると、本当の美味しさを知り、喜びを感じる」との説明を聞き、農産物の手法や農家の営みを伝えることで、安心安全・季節感・味覚などを一層PRすることなど、石川の特長を活かせる取り組みがあるように思われ、併せて探っていきたい。

テーマ2：伝統的工芸品の海外展開

① 視察先：伝統工芸 ミラノスクエア

ミラノ国際博覧会開幕に併せて、(財)伝統的工芸品産業協会がミラノ市の中心街ブレア地区にポップアップショップを開設。その設置目的は「伝統的工芸品のテストマーケティングの場の創造」「インフルエンサー・バイヤーとのネットワーク構築」「リサーチと産地へのフィードバック」「持続的なDENSA Nブランドの活性化」と資料に記載がある。

同ショップを訪ねたところ、「ミラノスクエアには、国指定219品目の中から選ばれた日用品を中心とした伝統的工芸品が陳列され、職人が実演するイベントも開催し、これまでの入店者数は平均で一日50人、売り上げは一か月平均で約1,400€。低額品から高額品までと価格帯で売れ筋に傾向は無く、技法や素材をしっかりと説明すれば売れるとの手応えを感じている」との説明があった。

② 考 察

テストマーケティングの場として設置されたミラノスクエアだが、陳列された商品の殆どが日用品であったことに、その最終結果をどのように評価・分析するのが興味深い。日用品は安価品が多いため、流通経費や関税などを加えると利幅が薄く、また日本向けに開発した商品が生活スタイルや食習慣が違う異国で展示・販売したことで得られた数値や情報を、どの様に評価・分析し、今後の活動に活かしていくのか？が、その理由である。

その前提として、「展示している商品の選択理由と価格設定の背景は？」とミラノスクエアで質問したところ、「詳細は伝統的工芸品産業協会に聞いて欲しい」旨の回答があり、些か拍子抜けをした感。ミラノスクエアでの評価を今後の海外展開に反映させていく旨も事前に聞いていたため、展示品の選択理由等は重要なポイントと捉え、

視察帰国直後に経済産業省伝統的工芸品産業室と伝統的工芸品産業協会を訪ね、ミラノスクエアの状況や感想を伝えると共にディスカッションをさせて頂いたことで、その主旨を理解し、更には今後の海外展開の目的や計画を聞く機会も得た。

伝統的工芸品の海外展開を図る上で、その国にマッチした機能やデザインを施した商品を開発することは重要な要素であり、開発するとなれば、デザイナーやマーチャンダイザーが現地に駐在し取り組まなくては、良品は生まれないと考える。更には、ローマ日本人会との懇談で「日本に在るようなデパートはイタリアには無く、伝統的工芸品を販売するとなると現在のイタリアには、適切な店舗は少ないように思える」とのご意見を聞くと、販売ルートを確立し、商品の品質・技能、或いは使い方をしっかり伝えていく販促手段を確立していくことにも課題も多いように見受けられる。この状況を鑑みると、今後は日用品に加え、高額な美術品も展示する機会も設け、ミラノスクエア設置と同様の目的を計ってみてはと考える。

国指定10品目・県指定6品目・未指定20品目を有する伝統工芸王国いしかわであるが、生活様式の多様化・消費者の嗜好変化・海外安価品の輸入などの影響を受け、県内生産額は平成2年度の約1,067億円をピークに、平成26年度は約263億円と25%まで減少している。窮状打破に向け、九谷焼・輪島塗・金箔など夫々の業界でも海外展開を図り、県でも欧州・北米・中国・東南アジアなどで商談会を開催、或いは計画をしている。

「イタリアは日本食ブームであり、ローマ市内のタクシーも日本車が多く、made in Japanは、高品質との印象が広まっている」「ミラノ万博での伝統的工芸品展示は好評」との状況を現地での声もあり、チャンスはあると思われる。

今回の視察、並びに経済産業省伝統的工芸品産業室と伝統的工芸品産業協会から知り得た情報をもとに、今後も県産伝統的工芸品の海外展開を支援していきたい。

テーマ3：金沢港の振興

① 視察先：ジェノバ港湾（SECH）ーコンテナターミナル会社

ミラノから南へ約145kmに位置するジェノバ、古代においては「華麗な都市」として名を知られた強大な海洋国家でもあり、現在の港はヨーロッパの南の玄関口としての重要な役割を担い、貿易量5,160万トンがイタリア最大、日本で言えば喜入・徳山下松港と同規模となる。水深は最も浅い場所で14.5m、港湾に注ぐ河川が無いので、砂は入り込まないとの説明もあった。

その一方で、平成26年度実績値に於ける金沢港の年間貨物取扱量は約3,196千トン、コンテナ貨物取扱量は60,304TEUと、ジェノバ港の約10%に満たない規模ではあるが、日本海側の中央に位置するとの地理的優位性、地方創生の最重要政策として進めている企業誘致や地場産業振興に於ける貨物取扱増量などを背景に、金沢港は一層の振興が期待される。

同社の取り組みや港湾設備を視察したことは、金沢港の将来像を考える上での貴重な参考事例となった。

② 視察先：コスタ・クルーズ社

本州日本海側で初となる定期周遊型のクルーズ船が、来年7～9月に金沢港に就航することが決まり、その船の運営会社である同社を訪ね、更なる就航増に向けた可能性を調査研究した。

同社幹部の説明では、「当社は、ヨーロッパで一番大きなクルーズ船を取り扱う会社であり、乗船客数でも売上げでもNo.1である。会社の設立時は貨物船もあったが、現在は15隻のクルーズ船のみを所有し、200の国・地域のお客様に利用して頂き、38,000以上の世界中の旅行会社と契約をしている。テレビでコマーシャルをした最初の会社であり、船にバルコニーを設置したのも最初という歴史がある。イタリアのイメージというと料理、ファッション、歴史というものがあるが、当社の船では、町に居るような文化、歴史などを体験してもらえよう努めている」

「アジアは非常に興味深いマーケットであるなか、日本を経由していく船は増えているが、最終目的地にならないと十分な経済効果は得られない。当社は、クルーズ船を日本に寄港させることが重要なビジネスであると決断し、初めて日本に寄港した会社でもある。未来に向けて、日本、中国、韓国はこれから大きなマーケットになると思う。クルーズ船の重要なポイントはサービスであり、私達は日本に非常に良い印象を持っている。ホスピタリティーの問題があるが、日本にはおもてなしの精神があると思っており、着物でのお出迎え、お見送りは外国人に喜ばれている。最初に日本に就航したときは小さな船だったが、今はマーケットとしては拡大しており、寄港増などの交渉は、コスタアジアという上海、香港にあるグループ会社へコンタクトを取ってもらいたい」とあった。

③ 考 察

コスタ社への「寄港回数を増やすには？」に質問に対し、「港の整備と港使用料が安価なことがポイント。乗船顧客を募る旅行会社からは、港のウェルカムゲートが綺麗なこと・船とバスとの乗り換え利便性が良いこと・港と中心街や観光地が近いことなどが条件として求められる」との回答があった。

金沢港は、「日本海の中央に位置し、韓国・中国から程よい距離」「金沢港から5km圏内に、魅力的な観光地が集積している」「伝統工芸・芸能、食文化など日本を象徴する観光資源が豊富にある」「日本のゴールデンルートと言われる東京・京都・大阪まで電車で約3時間と容易にアクセスできる」との観光誘客に影響する好条件が揃い、或いは金沢港クルーズウェルカムクラブによる歓送迎イベントも好評、寄港コストが安価だとも聞く。

これらを鑑みると、金沢港の振興に於いて、貨物取扱量増大に向けた施策は、計画中の設備増強策を最大限に活用した荷主確保や航路開拓に重点を置き、今後の設備更新或いは強化策は、大型客船寄港増に向け重点的に取り組んだ方が実効果(=BbyC)を着実に上乗せ出来ると感じた。

今年度も19本のクルーズ船が寄港する計画の中、コスタ社で指摘のあったウェルカムゲート（＝金沢みなと会館）の改築も検討しながら、今後は、更なる寄港本数増と大型客船誘致、並びに最終目的地としても選ばれるよう、その要となる会社・人物に交渉を進めることが肝要であると考えている。

また、県産農産物の売込みを目的に、コスタ社へ「船上で、日本食をたくさん出してもらうために、我々が協力できることはないか？」と質問したところ、「当社の目的はイタリアズファイネスト、船上ではイタリアの良いものを提供したいと考えている。日本食は人気があるので、船を降りた時に美味しいものを食べてもらえる、或いは船の上では体験できないようなことを提案して頂くのは如何でしょうか」との回答があり、金沢港の振興が、金沢のみならず加賀や能登へも効果が波及するよう、旅行会社や船会社へのPR等にも取り組んでいきたい。

テーマ4：繊維産業の海外戦略状況

① 伊藤忠イタリー社長との意見交換

厳しさを増す内需のなか、外需を模索する日本或いは石川の繊維メーカーや商社が、高級ブランド・ファッションの国イタリアに於いて、これまでどのような取り組みを行っているのか、並びに新たなビジネスチャンスがないのか、調査研究を目的に、金沢市ご出身でもある伊藤忠イタリー会社社長と意見交換する機会を設けた。

同社長の説明によると「イタリアのGDPは、直近のレートで200兆円と日本の約3分の1程度である。経済成長率はマイナス、失業率12.8%と日本より非常に高い。ただ、直近の2015年第2四半期では成長率はプラスに転じ、失業率は若干低下し12%となっている」

「イタリアの繊維産業の特徴は、概して高付加価値であると一般的に認知されている。モードを作り出すのはフランス、クリエーションはパリ、具現化するのはいタリア。非常に強い素材の提案力を持ち、圧倒的に中小企業が多く、相互に提携して情報をネットワークしている」

「伊藤忠商事は、6つのカンパニーに分かれており、原料・アパレル・ブランド部隊と、3つの大きなディビジョンに分かれている。原料部隊は製品の現地調達、アパレル部隊は主に北陸地方の地場の製品を中心に特殊な、高付加価値の「made in Japan」の販売協力させて頂いている。ブランド部隊は1980年代の初頭から活動を開始し、現在は著名ブランドを含む50ブランドを扱っており、日本の総合商社としては最大である」

また、「石川県に工場が在るサンコロナ小田が持つ、20デニールまでポリエステルを細くする技術は、世界で最も進んだ技術といえる。分織機を使った分織系のオリジナル製品が人気で、拡販する際の商品の魅力になっている。シルクのようなポリエステルであり、用途と販売先としては、欧州のインテリアの扱い業者、素材メーカー

ということになる。イタリアの販売経緯だが、小田さんはシルクロードへの販売を目指されて、伊藤忠が当初からお手伝いさせてもらっていた。現在年間で50～60 t位、金額で1億4千万円くらいとなっている。販売方法は、セールスエンジニアが、機屋さんを1件1件訪問している。技術指導を行って、取引の開始にあたって商品をわかっていただく。流通政策として売り先が細くなるので在庫リスクをもって販売している。サンコロナ小田さんも日本から出張いただき、お客様の声を商品に反映させている」との説明があった。

② 考 察

本県の繊維産業は「繊維王国いしかわ」と称され、長きに渡って本県産業を牽引してきた基幹産業の一つでもある。しかしながら、その製品出荷額は平成4年度の約4,813億円をピークに、平成24年度は約1,961億円まで落ち込み、厳しい状況が続いている。産業構造としては小規模事業者が多いため、品質改良や技術革新、或いは生産設備の更新などに取り組むには課題も多いのが現状である。

イタリア繊維産業の事情を知るために、日本貿易振興機構(=JETRO)の報告書を読むと、日本と同様な状況であることが分かる。例えば、この数年間のイタリア繊維産業に於ける変化の特徴は「サプライチェーン川下のブランド保有大手アパレルや流通業者の支配力の増大」「労働コストの安さを背景とした新興国による生産能力の拡大」「大手アパレルや完成品メーカーの調達及び生産拠点の海外への移転」と記され、イタリア繊維産業全体に占める中小企業数の割合は99.7%、中小企業の平均就業者数も7.7人(=数値は何れも2010年)と日本とほぼ類似している。また、中国製品がイタリア市場を侵食している状況から、両国繊維産業の共存を図ることを目的に2013年5月に、イタリアファッション協会(=CNMI)と中国商工会議所関連機関の非営利団体との間で覚書を調印している。この調印は、CNMIにとり中国同様団体との3件目の覚書となり、これにより、イタリアにとっては「Made in Italy」の中国市場への進出と開拓、拡大を図ることの可能性が高まり、またイタリア市場に於いては、ブランド品に代表される高品質・高価格品はイタリア製、大量生産・低価格品は中国製と、いわばピラミッドの「頂点」と「底辺」を互いに違う領域で活動していくことを模索しているとも、同報告書に記されていた。

この状況下のもとで、石川県企業がイタリアで生産、或いは石川産繊維をイタリア市場で販売していくには、前述のサンコロナ小田が持つような繊維王国イタリアに於いても特長を認めてもらえるような製品でないと通用しないことを、改めて確認できる。また、ローマ日本人会との意見交換会で「日本人学校の生徒数が33名と減っている」との気になる話や、イタリアに進出している日本企業は223社、在日イタリア人数は2,919人(=両方とも2013年)と意外に少ないなど、イタリアの経済成長率や為替市場動向も影響し、イタリア市場自体への魅力が薄くなってきていることも垣間見て取れる。

とは言え、日本の対イタリア貿易額(=2014年)は、輸出3,721億円に対し輸入9,104億円と大幅赤字。サンコロナ小田や小松精練などの成功事例、或い

はコロッセオの修復に和紙を使用しているなどの特異な事例もあることから、これらを参考に、今回の視察で学んだことを活かし、繊維産業のみならず県内産業の海外展開を模索していきたい。

テーマ5：中心市街地の交通対策

① 視察先：ミラノ交通社（ATM）

中心市街地の混雑緩和を主目的に公共交通が充実するミラノ市、新幹線開業効果で賑わう県都金沢市の中心市街地交通渋滞緩和に向けた調査研究に資することを目的に、ミラノ市内の交通運営会社を訪ねた。

同社幹部からの説明によると、「ミラノは、面積1,575平方キロメートル、人口約134万人、首都ではないが首都圏と呼ばれ、非常に速いスピードで発展している。ミラノ市内では、57%がバス・路面電車・地下鉄などの公共交通、30%が車を利用、残りは自転車等を利用し、延べで毎日約568万人が動き、街の中心の人の動き方と郊外の人々の動き方は完璧に入れ替わる市内には、電車・地下鉄・バス・トロリーバスが走り、路面電車はトータル323km、これはヨーロッパでもトータルとしてかなり長いもののうちに入る」

また、「35€で、ミラノでは83km、ローマでは61km、トリノでは54km移動することが可能で、コスト的にはミラノが安く長い距離を動くことができ、年間7億人を輸送している」

「車の渋滞は激しいため、車が入れないゾーンが増え、自転車で動くことが増えている。ミラノでは42%が路上駐車であるため、当社では、カー・バイクシェアリング、パーキング整備にも取り組んでいる。路面電車が通るときは信号が青に変わるようなシステムを取り入れ、7%渋滞が少なくなった」

更に、「10年計画によれば、新車両の取り入れ、ジュニア用バイクレンタル、自転車・車・スクーターのシェアリングも計画され、路面電車を郊外まで延長することも検討している」とあった。

② 考 察

一連の説明を受け意見交換の時間帯に、「エコパストって、城壁の内側（Cエリア）に入るためには、どんな車も5€を払わなければならないシステムになっている。このおかげで30%渋滞が減った」との説明に感服させられた。詳しく聞くと、「市内各所に監視カメラが設置されていて、ナンバーを登録しておく、エリアに入ったときにカメラのセンサーが感知して自動的に請求がくる。それ以外は、チケットを購入しその番号を自分で登録するか電話で登録する。一日に一度買えば何度でも行き来できる。外から来た人はチケットを買わなければならない。そのシステムを知らない人のために、エリア手前にはしっかりとシステムがあること表示してあり、無視して入ると罰金の知らせが行く」とのこと。

人口約134万人、近郊を含む都市圏人口は約526万人とイタリア最大の都市圏を形成し、商業・工業・金融の中心でもあり観光地としても名高いミラノ市、中心市街地の混雑緩和は、最重要課題であったに違いない。

日本では以前、鎌倉市で同様なシステムの導入を検討したが、住民の反対で実現しなかったとの記録がある。県都金沢市の混雑緩和の一策として、同システム導入の可否を市民に問えば、同じような意見が出るように想像できる。また、ミラノ交通社の運営に於いても国から50%の助成を受けることで成り立っていると聞くと、金沢市でのLRT導入は課題が多いとも推察できる。

県都金沢市に於いては、市内を通過する車を郊外へ流す海側・山側環状道路の整備、朝夕・休日のバス専用レーンの導入の設置など、現在進めている策での混雑状況をしっかりと分析し、次なる対策を施すことが肝要と考える。

テーマ6：世界農業遺産の取り組み

① 視察先：国連食糧農業機構（FAO）

日本で初めて世界農業遺産（＝GIAHS）に認定された「能登」、認定されたことをどのように活用し振興させていくのか調査研究に資するため、GIAHS事務局のあるFAOを訪ねた。

今年の7月に農林水産省から赴任したGIAHSコーディネーターによると、GIAHSの定義は2002年に英語で作成され、そのNo.1キーワードを日本人にも分かり易いよう和訳すると「特筆すべき土地利用システム及び景観」となる。説明を加えると「農村が一生懸命頑張りながら食糧を生産し経済発展を行い、且つ環境とも調和を図り、生物多様性を維持する」となる。課題は、「現在のGIAHSの認定地域は32あるがアジアが圧倒的に多く、EUと北米はゼロである」「事業を運営していく上での財源確保」であるとの説明があった。

② 考 察

能登の印象をコーディネーターに聞くと「世界農業遺産世界会議（＝平成25年5月に七尾市で開催）に出席したシルバFAO事務局長が、素晴らしい会議だったと感銘を受け、FAOがGIAHSに特別予算を確保してくれたことがあり、GIAHSの振興に貢献してもらえたことを感謝している」とのコメントがあった。また、「石川県には、国連研究機関のデポがあり、金沢大学・行政・地元住民など、農家以外の方々も熱心に取り組んでいるとの印象を持っている。今後は、石川県と情報を交換しながら、石川モデルを全世界に発信して行きたい」との抱負もあった。

その一方で「中国はGIAHSが盛んだが、観光化が行き過ぎて農家が農業をやる気を無く始めているという現象が起こっている地域がある。ホテルがたくさん建設され、農業に回らざるの水資源をホテルが使い水を汚染するなど、GIAHSの根幹を壊してしまう事例がある」との話も聞いた。

ミラノ国際博覧会日本館の「おもてなしの回廊空間」で、「あえのこと（＝奥能登

地方で古くから行われている新嘗の祭礼)」が映像で紹介され、興味深く見つめる外国人観光客の姿があった。世界農業遺産に認定されたことに起因して、観光誘客増客や農産物販売促進などの期待が膨らむことは拭いきれないが、G I A H Sの定義をもう一度見つめ直し、日本の原風景や伝統文化を伝承する能登に相応しい、或いは能登にしか出来ないニューツーリズムの促進や農産物のブランド化、伝統文化の促進などに地道に取り組んでいかななくてはならないことを改めて感じた。

テーマ7：観光戦略

① 視察先：イタリア政府観光局

国際観光客到着数世界第5位を誇るイタリアの、インバウンド観光誘客の取り組みの調査研究に資するため、同局の視察を行った。

企画・調整部長からは、「イタリア観光業のプロモーションは、公的機関である政府観光局だけではなく、地方自治体において独立した機関でもやっている。これは、2001年に行われた地方分権において、これまで中央機関で一手に担っていたが、州単独の独自性をもったプロモーションができるよう分割化が行われ、計画、観光活動の土地レベルの発展、マーケティング、欧州連合基金の独立性、インフラ、旅行業者とのやりとりに権限ができるようになった。その一方で、国全体としてイタリアを海外にアピールする際にばらつき、まとまりがなくなってしまった。それを修正・補完するために、現在ENITでは、ばらつきのあるプロモーションに共通点を見だし、協調してプロモーションしていくことに取り組んでいる」

「2030年まで世界の観光業は増加傾向であり、イタリアの観光産業は1億627万ユーロの経済効果をもたらす。PINに占める金額は10.1%。グループは260ある。就労者100%のうち11.4%が観光業。2014年、イタリアにくる人は5000万人、前年比0.3と、伸び率が変わらなかった。2015年の前半で4.8%の伸び率、本年はより多くの方に来てもらっている。目的としては、芸術の町が一番多い理由である」

「イタリアを訪れる外国人は、1位ドイツ、2位アメリカ、日本は11番目に多い。ヨーロッパを越えた長距離から来る国の方では3番目。近年は中国が増えて3位になった。日本からイタリアへの旅行者のトレンドとして、1990年代ブームが訪れた背景には、1980年代にENITが東京にオープンして広報活動が充分にできるようになったことがあると思われる。2009年は世界経済不況のため減少したが、現在は増加傾向にある」との説明があった。

② 考 察

イタリア政府観光局を訪ねた際に、「イタリア政府での観光の位置づけは低く、1993年観光省は一旦なくなった。観光業は色んな省庁に含まれる一部分として活動されてきたが、現在は見直され文化活動省の中にENITが含まれることになった」

「年間1800万ユーロの予算があるが、スペインなどのヨーロッパ諸国と比べると非常に少ない。そのほかの収入源は、見本市を開く際に、スタンドスペースを州に借りてもらって資金を得る。また、クラブイタリアとして、民間のツアーオペレーターに会員となってもらい、見本市などのスペースについて割引を行うなどのサービスを提供して、自らの収入源を模索している」との説明は、イタリアは観光王国との印象が強く、観光業がもたらす経済効果金額や就業者割合が高いと聞いただけに、「位置づけが低い」との企画・調整部長コメントはたいへん驚いた。

そのコメントから連想する訳ではないが、ローマ市内を歩くと、世界的に著名な「トレビの泉」「スペイン広場」を誘導する案内板など道路には無く、観光スポットには説明板も少なく、所謂おもてなしの姿勢など感じられない。世界遺産群の建造物を補修する財源も大手企業が助成している。外国人がイタリア内で観光するには、政府認定の観光ガイドを随行させる法律があるのだが、その観光ガイドの新規採用試験も、既得権を守るために、数年に一度しか行われぬ時期があったと随行の観光ガイドから聞くなど、そもそも行政がイタリアのインバウンド政策に、どの様にどの程度関与しているのかを、一層掘り下げて調査研究する必要性を感じた。

その一方で、「日本人が訪れる82%は、イタリアを代表する4つの州。イタリアには、その他にも魅力的な州がたくさんあり、日本の皆さんにどうやってそのほかの州の魅力を伝えるのが重要。ローマ、ミラノではショッピングで来てもらえるが、中世の町100選という魅力的な小さな町、村があるので、リピーターとしてきてもらえるよう広報をしていかなければならない。日本を例にあげれば、外国人は最初の日本旅行では東京を目指す、次は別の町に行ってみたいという時に、石川は東京に近いということなので、プロモーションが重要である。知らない観光地の魅力をプロモーションすることが重要である」「イタリアには、ホテルに準ずる施設が124,000戸あり近年非常に伸びている。観光客が特徴ある町、村を訪れた際に、住んでいる人と同じ体験をしたいということから、大きなホテルではなく、準ずる施設を選択する」との説明があった。

先日、兼六園の外国人入園者数のデータが公表され、イタリアからは昨年対比約66%増となる6,250人と第9位にランキングされる好調ぶり。今回の視察は、石川らしさを更に磨き、外国人誘客増に向けたインバウンド政策のヒントを学ぶ機会ともなった。

テーマ8：MICE誘致

① 視察先：チネチッタ

北陸新幹線金沢開業に伴いMICE誘致に取り組む石川県に於いて、現在の成功実績を持続、或いは更なる発展を目的に、映画の撮影所を活用しMICE誘致に取り組む企業を視察した。

同社責任者から、「映画の撮影だけでなく、企業に対しMICE施設としての利用、

展覧会などを開催し観光目的地となるよう活動を行っている。展覧会は、3歳から大学生まで見学できる構成になっており、学生が年間2万6000人も見学に訪れるのは、映画の世界が小さい年代から興味を持っているという証拠であると理解している。展示、展覧としてチネチッタは教育に良い影響を与えることが分かったので、プログラムを組んで教育の一環としてきてもらっている。映画に興味を持つのはフランス人が多く、ビッグゲストも含め5年間で5万人来ている」

また、「MICEとしては、10名から1500名まで幅広く対応できる。実績は企業イベントが主であり、夕食会や、会議があげられる。映画撮影として持っている、舞台や照明器具を活用して、企業の望んでいる演出を叶え、会議や夕食も提供することが可能である。撮影会場は広いので、1つのスペースを区切りして、会議場所、イベント場所、食事場所を設けることができる。MICE施設として利用される際は、古代ローマセットで行うのが一番人気。透明なセットとして、天気にも左右されずに開催することができる。展覧会からの流れで、会議や夕食会へと会場を移しながら開催することもある。2010年から多目的利用が始まり、現在まで300イベントを開催している。今までローマで開催していたイベントを、映画の情熱を理解いただき、特別な会議場所としてチネチッタを選んでもらっている」との説明があった。

② 考 察

映画撮影所をMICEに有効活用するとの発想は、たいへんユニークであり、類似事例が稀有な差別化した魅力を持つ。視察させて頂いたエリアには、同時通訳が出来る設備を備えた国際会議を催す部屋の案内は無く、またローマ市内から車で約40分とのアクセス事情から、「INCENTIVE（報奨・招待旅行）」「Convention、Exhibition（イベント・展示会）」に絞って勧誘すると、効果が表れるのかも知れない。

県のMICE誘致の現状は、北陸新幹線金沢開業効果もあり、平成27年度は件数で57件（対平成26年度2.2倍）、人数で約30万人（同2倍）と好調である。この好調を持続させるためにも、他の都道府県には事例が少ない施設、例えば「赤レンガミュージアム」「サイエンスヒルズこまつ」「のと里山空港（＝空港に直結）」、或いは「茶屋街」「九谷陶芸村」「妙成寺」などの施設・観光資源を、「I」と「C」などのエクスカージョン（＝分科会）開催の場所として、積極的にPRしていくことは効果があると、この視察を通して感じた。

4、謝 辞

視察に際し、行程設定・準備・随行等々のお世話を頂きました県議会事務局、視察地の資料・情報を提供頂いた県担当部局、視察・意見交換会を受け入れ・対応して頂いた現地及び日本人スタッフの皆様には感謝の意を申し上げます。

そして、充実した8日間を共に行動させて頂いた14名の団員の皆様方にも御礼を申し上げます。

石川県議会議員イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 米澤 賢司

私はこの度「石川県議会イタリア地方行政視察団」の一員としてイタリアを訪問し、各機関の政策や現状、課題を聴取してまいりました。

まず、感じた総括としてミラノは、アートと建築とデザインのある街であると実感しました。特に、今年はミラノ国際博覧会が開催され、歴史的建造物は美しく蘇り、新しいアート施設や集合住宅が建設されていました。

イタリアの高速列車、イタロの発着駅であるガリバルディ駅近辺が、ミラノ万博を機に大きく変貌を遂げたそうで、人間と植物の共生を目指した斬新なタワーマンション、ボスコ・ヴェルティカーレ（垂直の森と呼ぶ）も建設され、古いものと新しいものが共存するミラノを感じた次第であります。

円い形をしたミラノにはその昔、同心円状に何本もの運河が流れていたそうで、街の核となる大聖堂（ドゥオーモ）は500年の歳月をかけて建立され、この際、港のないミラ



ノは水路を引いて運搬の効率を高めたそうでそうであります。これらの運河により、物資だけでなく人材を呼び寄せ、情報を引き寄せ、商いの機会を広げて発展し、この事により、文化も高まり、創るミラノが生まれたそうです。

時を経て運河は次第に埋め立てられ道路へと変わり、今のミラノへと変貌したそうであります。

また、ローマは2,000年の歴史を感じる遺跡、コロッセオを見ると、ローマに来たという気持ちが盛り上がります。ローマには七つの丘があり、起伏のある地形のなか旧市街地は細い路地が沢山あり、曲がりくねっていたり、階段があったり、長い歴史の人々の生活が階間見られる所でした。

この地に国際連合食糧農業機関が設置されている重みを感じた次第であります。

以下、視察内容をレポートにまとめて報告書と致します。なお、数多くの視察だったので、主な事柄の報告とさせていただきます。

ミラノ国際博覧会

○調査先 イタリアミラノ国際博覧会

○調査日 平成27年10月18日(日)

○調査目的 期間中に開催される本県の「食文化の総合力」や世界農業遺産「能登の里山里海」の魅力発信の取組みについて調査

○調査対応者 加藤辰也 2015年ミラノ国際博覧会陳列区域日本政府代表

○説明及び調査要旨

万博では初めて「食」をテーマとし、世界の食の紹介、気候変動で変わる自然環境や伝統を知り、食料廃棄問題や持続食料調達など、未来の地球のための各国の活動が伝えられていました。

建築でも環境に優しい未来型素材や建築法を取り入れるなど様々な工夫がなされていました。

特に、日本館については、米を主食とし、うま味や発酵技術を活用しつつ、魚介類や野菜など様々な「食」を享受してきた経緯や自然の叡智を取り入れながら、高度な伝統工芸技術・職人技を食器や調理器具、食空間にまで反映させた豊かな「食文化」を披露しています。

6ヶ月間にわたり35の自治体がそれぞれ地元の食文化や伝統芸能を直接発信した。

元々日本の食文化に大変興味のある方がたくさん来ており、地元のメディア、実際に来た方の口コミも含めて、日本館は大変面白い、良いものがみられると期待を持って毎日沢山の方に来ていただいているようだ。また、加藤代表によれば、日本館は、日本の多様な農林水産業、各地の多様な食の文化を発信して、さらにビジネスも将来的に結びつけられるような、農林水産物の輸出であるとか外食産業の海外進出につながるようなお手伝いをさせてもらいたいと考えている。

展示についても、単に日本食を紹介しているだけではなく、その背景にある物づくりであるとか、日本の農業を体感して頂けるような工夫をしているつもりである。特に、五感で感じていただくなどの演出上の工夫をしている。



○本県へ反映すべき考察

「Harmonious Diversity ー共存する多様性ー」を出展テーマとして、2015年5月1日～10月31日に開催されたミラノ国際博覧会の「石川の日」を調査。

特に日本館は大変好評であり、訪問した日が「石川の日」であり、入館まで9時間待ちになるとの報告には、視察団としても見知らぬ日本の地、石川県を知って戴くには大変な効果があると確信した。

また、「石川の日」ということで、御陣乗太鼓の演奏や芸妓の舞が披露され、会場では我々視察団も法被に着替え、寿司や地酒を配り、「good!」の感嘆の声が上がった。

ジャパンのイシカワってどこ?という質問もあり、本県に関心を持って戴くということには繋がっているのではないかと手応えを感じました。ただ、日本食の基本となる日本産鰹節など現状ではいろんな規制のためヨーロッパに入っていない問題があり課題と捉えています。潜在的にはヨーロッパの市場も可能性がすごく高いと思うので、そういう意味では、今回万博での取り組みが今後いろんな形で、成果に結んでいかなければならないと感じた。



伝統工芸ミラノスクエア (JAPAN TRADITIONAL CRAFTS MILANO SQUARE)

○調査先 伝統工芸ミラノスクエア

○調査日 平成27年10月18日(日)

○調査目的 石川県伝統工芸における販路拡大の可能性について調査

○調査対応者 水 ともこ 伝統工芸ミラノスクエア ショップマネージャー

○説明及び調査要旨

ミラノスクエアは、一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会(伝産協会)が、モノ作り日本を代表する伝統的工芸品をDENSANブランドとして世界に訴求するため、ミラノ市内ブレラ地区でポップアップショップを開店したものである。



伝統的工芸品の販売、そして季節ごとにワークショップなどのイベントを開催し、DENSANブランドをミラノでも広めている。

5月1日から10月31日まで万博と並行して、伝統工芸協会が、欧州における流通の調査と、日本の伝統工芸の販路を拡大する調査という名目で、こちらを開かせている。

まず、ミラノ市内においてニュー伝産にしぼって、若い職人さんとのコラボレーションを中心に展示し、その際感触が良かったということもあって更に力をいれて展開していこうということで、現在地での出店となった。

現在は、伝統的なものと、ニュー伝産のものを販売している。来店者は一日平均 50 人程、日曜日はこの界限に骨董市が開かれるので、人の出も多く、約 100 人を超えることが多い。



売り上げは一ヶ月平均 1,400 ユーロであり、安価なものも高価なものも売れる。ポイントとしては、手間がかかっていることがはっきり解るもの。

差異がはっきりするものに関しては、納得いくとある程度の金額出す。

竹細工など中国製ならばより安価なものがあるのではないかとと思われる方も、ひとつひとつつくる過程を説明した後は、納得して購入される。

漆に関しては、伝統的なものが価値があるということは皆さん解っているが、やはりかなり値段が張るので、ごく限られたお客様という形になる。



布製品については、手がかかっているものに関しては納得して買っていたりします。木製品では、開けるのに工夫が必要なからくり箱が人気である。

石川県産に関しては、価値観を見いだす方には好評で、山中塗に関しても、ある程度売れているようだ。しかし、イタリアはコーヒー文化のため、お茶がようやく今浸透し始めたところであり、需要はこれからではないか。

また、日本の包丁はよく切れるというのが評判になっているので、ここで販売していると知った人は購入売っているとわかっている方は来て買ってください。

イタリアには高級レストランがあるので、九谷焼なども徐々に浸透していくのではないか。

特別なお客様用にとまとめて買われた方もいるということであった。

○本県へ反映すべき考察

漆というと扱いが難しいということがあるようで、食器系としては販路がかなり難しい状況のようだ。

しかし、傷が付きにくいものに改良したり手入れ方法など広報することで理解しやすい販路開拓をすれば商機が見いだせると感じた。

心配な点として、中国製品との比較があげられるのだが、違いがわかる方には高いものでも買ってもらえると確信した。

また、九谷などの食器類であれば、販路拡大は大いに見込める。

ジェノバ港湾 (SECH)

○調査先 ジェノバ港湾

○調査日 平成27年10月19日(月)

○調査目的 ジェノバ港湾における、港湾整備状況やコンテナ貨物取扱状況について調査

○調査対応者 アルド・ネグリ 大株主

パオラ・カベッティニ 営業・顧客担当

マッシモ・ラベッティニ 事業部長

○説明及び調査要旨



ジェノバ港は、地中海に面するイタリア有数の海港であり、海岸線 22km 以上にわたって続き、47km の沿岸道路と 30km の現役の埠頭が存在する。

この会社が港の拡大の事業を始めて 20 年である。

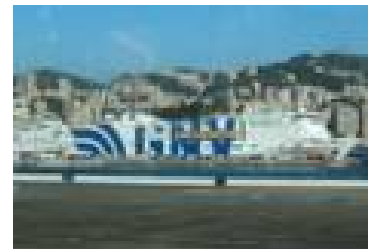
港の大きさ、コンテナを取り扱った数等は(面積 206,000 m²、2014 年コンテナ取扱い 447,345 TEU) で、コンテナクレーンを多く設置してきた。

水深は、14.5m 以上で、川がないので砂は入り込まない。

荷物を運び出すための線路がとれているので、コンテナをトラックか電車で運ばれる。

○本県へ反映すべき考察

天然の港ではなく、埋立地だったため、また、川がないので砂が入り込まず維持管理の面では、本県の金沢港とは違い、メンテナンス



が楽のようだ。アジア圏との取引の推移は、以前は輸入が多かったが輸出多くなってきており、今は輸入と輸出の数は同じくらいであるとのことであり、これから金沢港とジェノバ港との直接貿易を進めていけばと感じた。

コスタ・クルーズ社

○調査先 コスタ・クルーズ社

○調査日 平成27年10月19日（月）

○調査目的 世界各国へ寄港する大型クルーズ船企業の実績、今後の展開予定について調査

○調査対応者 ロバート・フェラリーニ 港湾担当副社長

アルマンド・ボキヤルド CSR部長

○説明及び調査要旨

コスタ・クルーズは地中海クルーズの名門と言われるヨーロッパで最大級のクルーズ会社である。2007年、コスタのクルーズ乗客は110万人を超え、ヨーロッパのクルーズ業界における記録を打ち立てている。

また、それぞれに独特の特徴とスタイルを持つ12隻の船は全てイタリア船籍で、地中海、カリブ海、東アジアなど250の寄港地を回っている。

アジアは非常に興味深いマーケットであり、最近では日本を経由していく船が増えているが、寄港するケースがほとんどで、

経済効果としては最終目的地であることが一番であるため現状としては、残念ながら日本のマーケットとしては拡大していない。

コスタ・クルーズ社が初めて日本発着設定する会社であり、日本でクルーズ船を寄港させることが重要なビジネスであると考えている。

将来、日本、中国、韓国は大きなマーケットとなる。そこで、コスタアジアというグループ会社が最も新しく、上海、香港にも支店ができた。コンタクトは是非そちらにってもらいたいとのこと。

15のクルーズ船を持っており、200の国、地域からお客様が来ている。

38,000以上の世界中の旅行会社と契約をしている。クルーズ船の重要なポイントはサービスである。

イタリアのイメージというと料理、ファッション、歴史というものがあるが、町にいるように私達の船ではそういった文化、歴史などを体験してもらう。

○本県へ反映すべき考察

コスタ・クルーズ社は、日本に非常にいい印象を持っており、金沢港で行っているおもてなしは生きてきていると強く感じた。

やはり、着物でのお出迎え、お見送りは外国人に喜ばれている。

そういった意味では、来年度には金沢港発着の定期周遊クルーズが計画されており、全国的に誘致競争が過熱するなか、金沢港への寄港を定着する運動が大切であると実感した。

その為には、港の整備や、観光地（市街地）へのアクセス向上が課題である。

また、船内での日本食についても、人気があるようなので、本県の食材の提供体制も早急に整備する必要性を感じた。

更に、美味しい食事など船上では体験できないようなことを積極的に提案していくべきである。ただ、窓口が香港であり、香港駐在の職員にもっと情報把握に努める必要性も感じた。

伊藤忠イタリー社 社長との意見交換

○調査先 伊藤忠イタリー社

○調査日 平成27年10月19日（月）

○調査目的 石川県繊維企業（サンコロナ小田社）の海外戦略状況、繊維ブランド戦略について調査

○調査対応者 明嵐^{めあらし} 陽一 伊藤忠イタリー会社 社長

○説明及び調査要旨

国土面積は日本とあまり変わらない。南北に長く、日本と同様。人口は日本の半分程度。明嵐さんによれば、経済の動きはやや遅く感じるとのこと。

名目、実質が直近のレートで200兆円程度、日本は600兆円程度ということで3分の1程度である。

経済成長率はマイナス、失業率12.8%と日本より非常に高い。ただ、2015年第2四半期では成長率はプラスに転じた。失業率は若干低下して12%となっている。

イタリア議会の上院である元老院の定数を315人から100人に絞る法案が国会をとり、40歳の首相が進める経済改革の目玉となっている。

戦後のイタリアの歴史の中ではニュースでは特筆されることである。去年政権をとって進めてきた大きな二つの柱、許認可や議会制度の簡素化、もう一つは経済成長を進めるにあたって、ネックとなっている労働力の活性化が、去年から若い首相の力で強引かつ大胆に推し進めて、若干のマクロの数字が向上しているといえる。

次に、貿易について説明を受けた。

輸入と輸出を比べると輸出の方が常にやや上回っている状況であり、輸入品目については、第一次製品、天然資源の輸入大国であるといえる。

フランスに次いで農業が盛んな国であり、食糧自給率は非常に高い。

輸入相手国はドイツ、フランス、今後は中国も増えてくる。

輸出では、機械、金属に次いで、繊維、衣料品、皮革製品とあるが、これが伊藤忠商事が常駐して商売を掲げているところである。

まず、機械と金属製品に関しては、オンリーワンのニッチな製品がメイドインイタリーとして製品化され、他にないということで輸出の大きな部分を占めているところが特徴である。更に、イタリアの繊維産業の特徴については、イタリアの製品は高付加価値であると一般的に認知されている。

また、モードをつくりだすのはフランス、クリエーションはパリ、具現化するのはイタリア。非常に強い素材の提案力を持っている。北陸、尾州、泉州に代表される産地のビジネスモデルとなっている。

圧倒的に中小企業が多く、提携して、情報交換し共有化している。

日本との関連については、日本からみた場合、衣料の第2位の輸入国、原料の輸出の第8位の国であり、ここが今回説明するサンコロナ小田社のテリトリーである。

伊藤忠商事の取り組みについては、6つのグループに分かれ、3つの大きな分野（原料、アパレル、ブランド部隊）に分かれている。

原料部隊はシルストロンなどの現地での調達、アパレル部隊は、主に北陸地方の地場製品を中心に高付加価値のメイドインジャパンの販売に協力している。ブランド部隊は1980年代の初頭から活動を開始し、現在は著名ブランドを含む50ブランドを扱っており、日本の総合商社としては最大である。

サンコロナ小田社の商品におけるイタリアでの販売の経緯、販売戦略、今後の展望については、20デニールまでポリエステルを細くするのはサンコロナ小田社が世界で最も進んだ技術を持っているといえる。

分織糸を分織機でオリジナルでつくることがこちらで拡販する際の商品の魅力になっている。シルクのようなポリエステルで、欧州のインテリアの扱い業者、素材メーカーが販売先となる。

サンコロナ小田社はシルクロード地への販売を目指されて、伊藤忠が当初からお手伝いしており、現在実績は年間で50~60t位、金額で1億4千万円くらい。

販売方法は、セールスエンジニアが、機屋さんを1件1件訪問し、技術指導を行って、取引の開始にあたり商品を理解してもらうことから始まる。

流通政策として販売先が細くなるので在庫リスクをもって販売している。サンコロナ小田社からも日本から来て、お客様の声を商品に反映させている。

今後の展望としては、シルストロンからミストロンへと考え、ミストロンとは20デニールから2デニールの割織糸、マットな光沢感、しわになりにくい、洗濯しやすいのが特徴である。

○本県へ反映すべき考察

金沢出身の明嵐社長であり、今後、本県とイタリアの架け橋としては大変心強く思われた。イタリアへの本県食材の売り込みの可能性について、まず自給率がものすごく高いという説明を頂いたが、日本米もミラノから2時間程度車でいったところに日本同様の田園風景があるそうである。

ファッション関係でも生地売り込みも含め、産業機械や繊維機械も今後積極的に展開していくべきと感じた。

ミラノ交通社（ATM）

○調査先 ミラノ交通社（ATM）

○調査日 平成27年10月20日（火）

○調査目的 LRT等都市交通システムの整備状況や対策についての調査

○調査対応者 ピエールフランシスコ・マラン助役

バレンティノ・セヴィーノ局長

パオロ・キャンパス担当職員



○説明及び調査要旨

第一声に、ミラノは早いスピードで発展しているということをお話された。

駅近くのボスコ・ヴェルティカーレという建物は、森のタワーと呼ばれているが、世界で一番美しい建物であると自負している。ガリバルディ駅の周辺やユニクレジットタワーや磯崎タワー（磯崎新が設計）など、旧見本市会場も再開発している。

開発は街の中心であるミラノだけではなく、郊外でも市民と一体となって進んでいる。郊外では再開発プロジェクトを進めている。

今はE X P Oが行われているので特にそうであるが、ミラノは常に外国人が多く来る地域である。

ミラノは 1,575 km²、134 万人。首都ではないが首都圏と呼ばれ、57 パーセントがバスや路面電車、地下鉄を利用し、30 パーセントが車利用、残りは自転車等である。延べ、毎日 567 万 8 千人が移動している。路面電車はトータル 323 km あり、ヨーロッパでも長い。路面電車は通勤に便利のように街の中心に向かって整備されている。地下鉄が走っていないところに路面電車がある状態で、路面電車専用線路と、道路と並行する線路があり、路面電車によって渋滞を招かないように取り組んでいる。

路面電車は郊外まで延びる計画がある。一番早く動けるよう路線図を考えている。

路面電車が通るときは信号が青に変わるようなシステムが取り入れられ、渋滞を引き起こさないようにスムーズに走れるようにしているところがある。



7 パーセント渋滞が少なくなった。車で行くよりも公共の乗り物に乗った方が早く動けるということである。

35 ユーロを払うと、ミラノでは 83 km、ローマでは 61 km、

トリノでは 54 km 移動可能で、ミラノが安く長い距離を動くことができるのである。

A T M ではカーシェアリングやバイクシェアリングにも取り組んでいる。

またパーキング整備にも取り組んでいる。ミラノでは 42% が路上駐車である。

自転車や車のシェアリングにより渋滞を軽減し安全を考えている。あまり知られていないが、スクーターのシェアリングも行っているとのことである。



○本県へ反映すべき考察

ミラノはそれほど大きい人口の街ではない、人口が約 130 万人、郊外を入れると 320 万人だが、年間延べ 7 億人が A T M を利用

している状況のようだ。本県と同様にマスタープランを 10 年ごとに計画をして人が集まるような対策を取っており、万博のその一つであったとのことだった。

ただ、ミラノに滞在して 3 日目だが、幹線道路を含め路上駐車の数 (42%) にはびっくりしたが、渋滞をあまり経験しなかった。そういった意味では、L R T を含めすばらしい交通政策が体系化されていると感じた。

この城下町でインフラ整備をする際には技術的にも問題点があったのではないかとと思われるが、エコパスという城壁の内側 (C エリア) に入るためには、どんな車も 5 ユーロを払わなければならないシステムになっており、入口にはカメラが設置されており、料金徴収もトラ

ブルなく、30%も渋滞が減ったそうだ。本県の金沢市のように戦災に遭わず道路幅員も狭い新交通体系に、ハード面だけでなく、ソフト面での施策の重要性を感じた。

また、城下町での地下鉄の建設に関しても町並みを保存しながらということになれば高度な技術も必要になるが、ローマに比べれば古い建物が少ないので進んでいるそうだ。

ローマ日本人会との意見交換会

○調査先　ローマ日本人会

○調査日　平成27年10月20日（火）

○調査目的　ローマ日本人会との意見交換を行い、イタリアを含む欧州と石川県双方の理解を深めることを調査

○調査対応者　渡邊ローマ日本人会会長（イタリア三越代表取締役社長）
高橋理事長（ホンダイタリア社長）

松本理事（ローマ日本人学校校長）

伊藤理事（JALパック支店長）

小川理事（在バチカン日本国大使館参事官）

○説明及び調査要旨

・渡邊ローマ日本人会会長

ローマ日本人会は、約40社が法人加盟しており、中にはイタリアの会社で日本と交流のある会社も入会、会員数は約300人で構成している。

旅行会社の方、製造会社の方などで、構成されている。日本人学校は、生徒さんもなかなか増えない中、日本の教育を続けている。

今年は特に万博があり、各県の皆様にお越しいただく機会も多いなか、石川県の方々との意見交換会など、さすが石川県は力が入っているなど感じさせられた。

・高橋理事長

イタリアローマは、二千年の歴史がある遺跡が所狭しと、ごろごろしているところですから、どこを掘っても遺跡だらけと、地下鉄も未だできないというような状況です。非常に歴史の重みがある街だなと思っています。

そういった中で、イタリア人の人たちは非常に保守的な感覚をお持ちなのですが、だんだん若い人はマクドナルドをどんどん受け入れるようなことになったり、徐々に変化があります。

・松本理事

日本人学校は、33名の児童生徒が在籍している。非常に少ない中でやっていますが、子ども達は非常にキラキラして笑顔一杯で活躍してくれています。

伊達藩の武士がこちらに来て400年。その頃について今勉強しており、次の土曜日、文化発表会で子ども達が総合的な学習で発表予定である。志を持って来られた子ども達は、お父さんお母さんとこちらに来て、本当は日本の学校に居たいのだろうと思いますが頑張っている。

サンタジェロ城で写生会を行った際、世界中の観光客が子ども達の絵を見て笑顔になってくれました。子ども達の力ってすごいと実感したとのこと。

今世の中でいろいろなことが起こっていますが、この笑顔を振りまいて、この子ども達が世界平和に役立つ子どもになってくれたらと願いながら頑張っている。

・伊藤理事

私は石川県について何も知らなかったが、「まれ」は半年間毎朝家族で楽しみにしていたドラマで、元治さんの塩田へ行ってみたいねとか家族で言っていました。それ以外にも共通点があり、石川県出身の永井豪さんが原作のマジンガーZや鋼鉄ジーグはイタリアでとても人気がある。私が子どもの頃に見ていたアニメをイタリア人が現在観てTシャツを来たりしている。永井豪という存在はイタリア人の中でも認識されています。

また、「ナポレオンの村」をつい先日まで見ていたのですが、原作が実は石川県だったということにも本当に驚いたとのことでした。

石川県はイタリアといろんな部分で通じるものがあると感じている。

日本人は、イタリア人からも多く尊敬される存在で、日本に行ってみたいと思っているイタリア人は多くいますが、ただし、ローマは比較的生活水準が高くない方なので、日本に行ける人は限られた人のみとなっている。

旅行業界に携わる身として、イタリアの人たちに出来るだけ永井豪の出身地なんだよというような石川県の存在を、情報提供し、石川県の方にお客様をお送りするようなことも努力してみたいとの前向きなお言葉をいただいた。

イタリアは歴史もあり食文化もあり、ファッションなど日本人が好んでいるものがたくさんある国なので、一人でも多くの方を小松空港からソウル、イタリアへと送客いただきたいと思います。

・小川理事

赴任してまだ6か月しか経っていないが、前任地はブカレスト、ルーマニアで、今までの任国は、イタリアとトルコとアイルランド。

やはり世界各地に行ってみて見てみて体験してみてやらないと解らないし、かつ、最低でも1か月は住んでいただかないと、良い悪いはわからないというところが正直なところあると思う。

前任地が経済班長ということで民間の方とお話する機会が多く、その中では、チャンスのある国とない国があるということ。ルーマニアは発展途上国で上り調子、イタリアは零細企業、中小企業などピンポイントに入れば上手くいくのでは。バチカンという独立王国で勤務しているが、今回のご縁を何かの機会に上手く使っていただければと思う。

○本県へ反映すべき考察

本県にゆかりのある方はいらっしゃらなかったのですが、異国の地で頑張っているらしいお話に共鳴してきました。

何と言っても、本県との交流の進め方について、もっと積極的に進めるようアドバイスには共鳴するものがありました。

機械、繊維、食料など今後の販路拡大への全面的協力を惜しまないとのお話には、視察の活路が見いだせたのではと感じました。

国際連合食糧農業機関（FAO）事務局

○調査先 国際連合食糧農業機関（FAO）事務局

○調査日 平成27年10月21日（水）

○調査目的 世界農業遺産「能登の里山里海」の取組みについて調査

○調査対応者 遠藤 芳英 国際連合食糧農業機関（FAO）土地・水資源部（NRL）

GIAHSコーディネーター

○説明及び調査要旨

ここに来る前は、農林水産省国際協力課国際農業機関調整官の肩書きで、ローマにある3つの国連の食糧関係機関であるFAO、
をしていた。まず、GIAHSに関する最近の動勢ですが、定義は2002年につくられており、そのまま今でも使われている。解りやすく工夫して日本語の訳をつくったが、「特筆すべき土地利用システム及び景観」が一番のキーワードになっている。



具体的には、生物多様性を豊かに保ちながら、地域の農村社会が持続的な経済発展をしなければならぬ。また、環境を保全しなければならない。

この二つの相反することを調和しながら発展してきたというような土地利用システムや景観を指すということ。

農村が一生懸命頑張りながら食糧を生産し経済発展を行い、かつ環境とも調和を図っていく。それで生物多様性を維持してきた。そういうものであるということ定義している。

どこでも GIAHS になれるかということそうではない。

やはり「特筆すべき」というところに価値があって、そこに何らかの世界的な価値を持つものを認めていこうという意味が込められている。

「特筆すべき」ということがなければ、世界中の農業農村地域が GIAHS になってしまう。そこが決定的に違うところである。

これも GIAHS の説明文書では典型的なもので、わかりやすい日本語にしたものだが世界を見渡すと、長い年月に渡って周辺の環境に適応した巧みな農業生産システムを発展させてきたところがある。この「巧みな農業生産システム」に意義がある。

そうした結果、優れた農業システムが食料安全保障や生計の維持、自然や文化の多様性、自然の保全等をつくり出してきた。そういったものが GIAHS である。

例えば、一つの例として、生物多様性とのことをよく言われるが、昔の農家は多様な品種や様々なものを作らなければ生き残ることができなかった。

要するに農家の必死の適応策が独自の農業システムをつくってきた。これは GIAHS がつくられてきた背景を説明している。

農家による長年の努力が特筆すべき農業システムをつくり、その独特な特筆すべき農業システムがどういった形で現れるかということになる。

それでは、なぜ GIAHS を認定するのかにつながるが、これは世界遺産と同じで、GIAHS は認定して終わりではなく、GIAHS は認定するところから始まる。認定を行うことによって適応型保全を行うことが最終的な GIAHS の目的である。

これから GIAHS に認定されるために、各国いろいろ応募してくるが、そのために行動計画をつくってもらっている。そのためには、農家や地域の参加が必要になってくる。中央政府が一方的につくるのではなく、必ず地元の人たちを取り込みなさいとしている。

さらに、行政、市民、社会、研究機関のいろんな関係者が総合的に参加しなければいけないということ。

GIAHS の認定が与える影響は、地元の意識がかなり変わるということ。これは日本だけではなく世界中がそうであり、地元の農業が価値のあることに気がついて関係者の意識が変わっていく。よって、適用型保全を実施しやすい環境が作られる。やりやすくなるということ。この保全の結果、エコツーリズムの促進や農産物のブランド化、伝統文化の促進など発展をしていくことが可能となる。

しかし、中国は GIAHS が盛んだが、観光化が行き過ぎて農家が農業をやめてしまう現象が起り本末転倒であるというところがある。

これは GIAHS の根幹を壊すことになり、また、ホテルが建ったせいで、農業に回るはずの水資源をホテルが使ったり水を汚染されてしまったりと弊害もある。

能登コミュニケは非常に画期的なコミュニケで、4つのポイントを重視している。一つ目は今後ますます GIAHS サイトを増やしていこうということ。二つ目は途上国で現場レベルの活動を活発にしていこうということ。三つ目は途上国において候補地区の認識向上を支援していこうということ。

四つ目は途上国との間におけるツイニングという形で支援していこうということ。これは金沢大学が取り組んでいる事項である。石川県が能登で開催した国際会議はすばらしい会議だったと評判で、事務局長が感銘を受け、GIAHS は今後 F A O が力を入れていかなければならない事業にすべきだということで予算を確保してくれたきっかけとなったとのことである。石川県の会議は意義があり貢献してくれ、感謝しているというお言葉まで頂戴した次第である。

○本県へ反映すべき考察

国際連合食糧農業機関（FAO）（The Food and Agriculture Organization of the United Nations）は、1945年10月16日に設立、我が国は1951年に加盟した。

加盟国数等は、196ヶ国及び欧州連合（EU）となっている。

世界各国国民の栄養水準及び生活水準の向上、食料及び農産物の生産及び流通の改善、農村住民の生活条件の改善以下の施策を通じた世界経済の発展及び人類の飢餓からの解放を目的として設立されている。事務局長は、ジョゼ・グラツィアーノ・ダ・シルバ氏で能登の里山里海でもご来県された方である。予算的には、加盟国の分担金で賄い、総額約1,015百万ドルとのことであった。

我が国の分担金額は、約54百万ドル（約60億円）で、米国に次ぎ第2位の分担金拠出国となっている。

本県は、2011年（平成23年）6月、石川県能登半島に広がる「能登の里山里海」が、新潟県佐渡市の「トキと共生する佐渡の里山」とともに、日本で初めて世界農業遺産に認定され、もう4年目だが、生物多様性が守られた伝統的な農林漁法と土地利用、里山里海に育まれた多様な生物資源、優れた里山景観、伝えていくべき伝統的な技術、長い歴史の中で育まれた農耕にまつわる文化・祭礼、「能登の里山里海」を未来へ引き継ぐため、棚田オーナー制度や農家民宿、農林水産物のブランド化、多様な主体による生業の創出、行政と大学が連携した人材育成など、各地で特色ある取組が進められているが、更なる飛躍を目指すためにも、国連の研究機関の付属があり、地元の金沢大学、行政機関、地元の人たちやNGOなどが様々な形で関与する体制づくりの必要性を感じた。

石川県のモデルはまさに適用型保全のいいモデルになるのではないと思う。これからGIAHSと情報交換をしながら、認定の後の適用型保全にどのような取り組みがあるか、どのようなものが有効でどのようなものが問題かを解消し、石川県の事例を世界に発信させていきたいと考える。

グルメライン（ニッポニア）

○調査先 グルメライン（ニッポニア）

○調査日 平成27年10月21日（水）

○調査目的 世界各国の生鮮食料品流通状況、県産食材の販路開拓等の可能性について調査

○調査対応者 ベルナード・ジョルノ 輸入・購買部門責任者兼代表取締役社長
リチャード・ジョルノ 国際営業責任者

○説明及び調査要旨

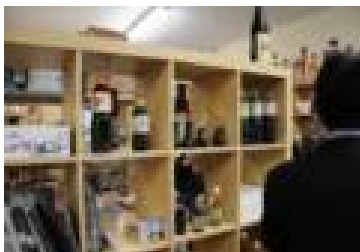
10年以上日本食を取り扱っている会社である。2011年から13年まで欧州連合の規制で日本製品の輸入が禁止されていた。震災の影響である。ここ2、3年は難しい時代だったが、日本食レストランに卸しているの、ヨーロッパにある日本食生産しているルートを探して経由し卸していた。輸入も2013年に緩和されたので、もともとの形で日本から輸入する方向で調整中である。



6年くらい前までイタリアで50件程度だった日本食をうたっている飲食店は現在 1,500件にもものぼっている。このうち 85%が中華料理店から日本食レストランに移行していて中国系の方の経営である。

中国の方が日本食レストランを経営している現状では、素材、材料が日本の物ではない場合が多い。私たちは、日本の本当の食材を流通させようと努力している。

トロサーモンの要望が多いのでここで加工している。シチリア産マグロは5、6月しか獲れなくて、時期が短いが人気がある。輸入規定で生魚でも一度冷凍した物でないといけない。イギリスで作っているサッポロビールが置かれており、日本オリジナルのお米（あきたこまち、日本から直接輸入している企業は少ない）キッコーマンについては、もともと日本から輸入していたが、ヨーロッパ工場製品を購入するよう言われたため、今はヨーロッパ工場から仕入れている。海苔は、値段の問題で日本より中国産を扱っている。中国経営の日本食レストランは中国産の海苔を好む。



○本県へ反映すべき考察

日本食の命である生鮮食料品の取扱いが出来てなく残念な現状である。

制限が多く、甘エビなどはヨーロッパの物を輸入している。なると、かまぼこもヨーロッパから。日本政府が制限しているのではなく、日本での魚の市場が大きく、欧州に輸出するという考えが少ないからではないかとのことであった。

特に、本県が産地である、ぶりなどは認証を得ていないので輸入できないが、是非ともしたいとの話であるが、これらの大きな課題は時間をかけて考えていかなければならない。

また、窓口として、クラウンレーディングと東ホールディング。それ以外はドイツ日本食を扱う商社を経由して輸入している。名古屋にある「みやけセラミック」から食器を輸入しているとの事だが、販路開拓も早急に手を打つ必要性を感じた。

スローフード協会ローマ支部

○調査先 グルメライン（ニッポニア）

○調査日 平成 27 年 10 月 21 日（水）

○調査目的 日本食、県産食材の今後の在り方、食育について調査



○調査対応者 エマニュエラ・ダ・ロス役員

アンナリタ・セルヴィ 協会メンバー兼シェフ

○説明及び調査要旨

1989年設立。ファストフードへの反対からスローフードと名付けている。世界で10万の協会員、100万人のサポーターがいる。日本でも多くの活動に協力をもらっている。活動として伝統的な料理方法、農業生産方法、品種の保護があげられ、現在、2,600の料理法、品種を守ることができているとのことであった。450種類の食品がスローフード認証され、うちイタリアは発祥なので、100種類あるが、世界中に広がっている。



モットーは味わう、楽しむ権利を守ることがあげられるが、守るためには地域の環境を守ること重要である。伝統的な日本料理を守ることにつながると思うが、消費者を守るのは単に消費する者を守るだけでなく、生産者への働きも含まれる。誰が生産しているのか情報提供することにより、生産者を守ることになる。生産者自ら直接提供できる機会を設けるなどして、加工されすぎず、持っている味わい、香りを感じられる食育を進めている。

食文化保存については、特に後進国はグローバル化によって伝統的な食事方法、食材をなくしてしまおうという動きが見られるので、保護していくことが重要。

食べ物はおいしくあるべき、おいしいと感じるには本当の素材の味を知ることが重要。

工場で作られた食品は、甘いか辛いのみであり、本当の味を知ることが大事。また、子供達に伝えることが大事である。例えば、子供達に「りんご」と伝えると赤いか青いかくらいしか伝わらないが、本来は100種類の色、香りがあるのでそれを伝え分かってもらうことが食育の働きである。食感を訓練するということも協会でも活動している。ローマではオリーブオイルの生産が多く、味見に使用するが、どこのオリーブか、品種は何かを細かく味見すると、工場で作られたオイルとは違い、子供達は笑顔を見せるほどである。

食物は衛生的であることが必要だが、日本料理とスローフードの類似点としてあげるとするならば、漁業があげられるのではと考える。

スローフードは将来のために何を守るのかを問う団体と思われがちだが、何をしたら環境に害を与えるかを考えることが重要である。それぞれの生産者の生産活動をまもるため、環境を守りながら生産者を守ることをの運動も行っている。

また、季節ごとの旬の食べ物を保護することにも力を入れている。

1年を通じてこの季節ならではの魚を食べよう、何センチ以下の稚魚ならば釣らない、食べないことが将来環境を守ることに繋がるので、リストをHPに載せている。例としてサクラ

ンボは生産量が多く、初夏の物であるので初夏に食べるならば良いが、クリスマスにスーパーに並んでいる物は南半球、南米で栽培されたものであることが分かる。南米の物をイタリアに運ぶには輸送のためにCO2を多く排出し、環境に影響を与えていることになる。チョコレートについて、どこで生産されたか分からない（標記されていない）カカオを使用しているものならば、後進国の農場で不正な賃金で子供が働かされている場合がある。その対策に協会では力を入れている。世界的でみると、それぞれの食文化を守ることが未来に関わることになる。

3つのポイントとして、1、地域で生産されるもの、2、消費者が正しい知識を得る、3、地域の人が消費者となる、と生産者を守る、地域全体の景観を守ることに繋がる。消費者は生産者の協力者であることから、農業生産者が身近に直接市場を設けるなど、グループで守る運動がある。

教育の面でも小さいときから食育を行うことが重要である。学校では、家庭菜園を作る手伝いをして、育つ過程を知る。都会に住んでいると目にする機会がないので、手助けしている。イタリアではお米を食べるが、どのように水田にあるのか全く知らない子供が多い。

2006年から母なる大地と名じ、小さな生産者のグループ分けをした世界会議をしている。農業、漁業、畜産と分かれている。会議には有名な大学の教授が話を聞いて理解を深める。料理人を育てることも大事。正しい知識をもった料理人を育て教育することも重要である。本当は地域で生産されたものが地域だけで消費されないのは何か理解されない原因があるのではないか。

また、遺伝子組み換え作物の支援団体ではない。生態系を壊してまで新しい食材を求めるところはいらないと考えている。

日本料理文化とスローフードの共通点は、どちらも材料の新鮮さを大事にしている点。素材の良さを活かす点で調味料の使いすぎを避けることができる点。イタリアには村ごとに伝統料理を持っているので、日本でも同様かと考える。しかし、まだまだイタリアにおいて日本食料理は3、4類のみと考える人が多く、認知、普及が広がっていない。

○本県へ反映すべき考察

世の中のスピードが加速し、食生活も変化している現状を今一度考えさせられた。

かつては、ひとつの料理にも時間をかけて作り、家族でゆっくりと食事をし、食卓には団らんがあった。しかし、食事の時間はどんどん短縮され、加工食品や出来合の食品が重宝されるようになって、家族の絆が脆弱化した。便利さを手に入れた反面、人々が忘れてしまった大切なものもある。食事の原点は、良い素材を使った、手作りの料理である。スローフード

運動は、こうした食事を通じて、人生を豊かにし、家族と手料理を大切に作る愛情を育んでいこうとするものである。こうしたライフスタイルを取り戻し、それをいかに後生に伝えていくかが我々の使命であると実感させられた。また、食育に関して、昨今、子どもの食生活の乱れや、手軽なファストフード偏重の流れが指摘される中、今後の子ども達への食育についても、今の子ども達は、果物が木に生っているところを知らない。また食肉がどのように生産されるかを知らない。学校とタイアップして、幼児期の子ども達に郊外の農家を訪問する取り組みとの話には身を慎まされ、この為にも、例えば、リンゴはスーパーで年中売っているものではなく、秋に木に熟すものであることを実地で教え、また、野菜が種から育っていくところを見せ、収穫して洗浄して食べられることを、土に触れる実践により体験させていくなどを本県においてももっと推進すべきである。

更に、イタリアにおいて未だ日本料理が普及していない現状の説明に、この視察を機会に積極的な取組みの必要性を実感した。

イタリア政府観光局(ENIT)

○調査先 イタリア政府観光局(ENIT)

○調査日 平成27年10月22日(木)

○調査目的 国際観光誘客のインバウンド効果や受け地の魅力づくりについて調査

○調査対応者 カルロ・パウロ企画・調整部長

○説明及び調査要旨

イタリア国内の外国人観光客のプロモーションの問題や、どのように今後活動できるか、また、日本を迎える体制について説明を頂いた。

外国からみると、イタリアは観光業で国を支えていると捉えられるので、あまりにもばらつきがあってはプロモーションができないということで、ENITが活動していることになる。ENITは、今変換時期にある。任務としては6つに別れているが、商品の活性化を支援、各種のプロモーション活動、ジャンルにおける観光の紹介を含め、多岐にわたっている。

近年、国からの援助は減少傾向であり、現在、年間1,800万ユーロの予算があるが、スペインなどのヨーロッパ諸国と比べると非常に少ない。

そのほかの収入源は、見本市を開く際に、スタンドスペースを州に借りてもらって資金を得ている。



イタリアの観光産業は、1億627万ユーロの経済効果をもたらす。就労者100のうち11.4%が観光業と多い。

ホテルについては、12万4,000はホテルに準ずる施設で近年伸びている。観光客が特徴ある町、村を訪れた際に、同じ体験をしたいということから、大きなホテルではなく、実際の生活の体験が可能である施設を選ぶことの表れである。

2014年、イタリアにくる観光客は5,000万人、前年比0.3と、伸び率が変わらなかった。2015年の前半で4.8%の伸び率で、本年はより多くの方に来てもらっている。イタリアに来る外国人は、1位ドイツ、2位アメリカ、日本は11番目に多い。中国の現在のマーケットは小さいが、急成長を遂げている。

日本からイタリアへの旅行者のトレンドとして、1990年代ブームが訪れた。1980年代にENITが東京にオープンして、広報ができたことと思われる。

日本人が訪れる82%は、4つの州を訪問し集中していることが伺われ、4つの州が重要かと思うが、まだまだ魅力的な州がたくさんある。中世の町100選という魅力的な小さな町、村があるので、リピーターとしてきてもらえるよう広報していかなければならない。

国の観光戦略計画は3年毎の計画。文化観光省の認可を得て、州の意見を取り入れながら計画を策定していく。州ごとの計画を策定し、最終的に国の計画となる。

「Made in Italy」広告キャンペーンとは、服飾のイタリアは評価が高いので、観光も自分要望やサイズにあった旅行が可能という表現をするために「Made in Italy」とした。

○本県へ反映すべき考察

説明の中で、外国人が来ると1度目は東京を目指す、さらにもう一度東京ではなく別の町に行ってみたいという時に、石川は東京に近いということなので、プロモーションが重要であるとの指摘にはもっともだと感じた。

なお、1980年代にENITが東京にオープンして、広報ができたことで、日本からの観光客が増えたとのこと、本県でも東京、大阪に事務所をだしているが、その利活用策を今一度掘り下げる必要性も感じた。

観光客は2種類ある。有名なガイドブックどおり訪れる初めての観光客と、リピーターで行ったことのない地に行くという観光客がある。



知らないところの魅力をプロモーションすることが重要と実感した。もっと知らないところを知りたいという要望をどのように答えていくかが観光戦略の一つであり、大いに参考になった。

チネチッタ

○調査先 チネチッタ

○調査日 平成27年10月22日(木)

○調査目的 MICE誘致状況や、今後の誘致対策について調査

○調査対応者 フランシスカ・ベルサーチ 得意先担当責任者(MICE担当)

バルファル・ポリティーナ 展覧会担当責任者

○説明及び調査要旨

映画の撮影だけでなく、企業に対しMICE施設として利用すること、展覧会などを開催し観光目的地となるように来てもらう活動も行っ

ている。1937年から撮影場所として世界各国の映画撮影に利用されてきた。また、チネチッタは教育にも良い影響を与えることが可能であるので、プログラムを組んで教育の一環としてきてもらっている。映画に興味を持つのはフランス人が多く、ビッグゲストも含め5年間で5万人来ている。

MICE対応としては、10名から1,500名まで幅広く対応できる。実績は企業イベントが主であり、夕食会や、会議があげられる。映画撮影用の舞台や照明器具を活用して、企業の望んでいる演出を行い、会議や夕食も提供することが可能である。撮影会場は広いので、1つのスペースを区切って、会議場所、イベント場所、食事場所を設けることができる。MICE施設として利用する際は、古代ローマセットで行うのが一番人気で天気に左右されずに開催することができる。2004年から2006年に作った古代ローマシリーズ番組を作る際に古代ローマセットが使用されて以来、未だに人気が高い。一連の流れで会議から夕食会へと会場を移しながら開催することもある。

2010年から多目的利用が始まり、現在まで300イベントを開催。今までローマで開催していたイベントでも、映画の情熱を理解いただき、特別な会議場所としてチネチッタで開催するよう変更するなど好評である。

○本県へ反映すべき考察

本県においては、新幹線開業前から国際コンベンション対応の会議場

の設置が言われている。財政的な課題もあるが、MICEを考えてみた場合、確かに交通アクセスと会議場だけでなく、映画スタジアムなど観光施策との連携も視野に入れるべきと感じた。



イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 焼田 宏明

視察期間 平成27年10月17日(土)～24日(土)

移動経路(行き) 小松空港～羽田空港～ミュンヘン空港～ミラノ・マルペンサ空港
(帰り) ローマ・フィウミチーノ空港～ミュンヘン空港～羽田空港～小松空港

宿泊場所 ミラノ：アタホテル エグゼクティブ
ローマ：ホテル ベルニーニ ブリストル

視察団員 団長：山田 省悟
顧問：金原 博
副団長：吉崎 吉規 副団長：盛本 芳久
秘書長：井出 敏朗
団員：米澤 賢司 焼田 宏明 田中 哲也 八田 知子
車 幸弘 田中 敬人 吉田 修 富瀬 永
一川 政之 増江 啓
事務局：畝村 栄治 北野 映里

平成27年10月18日(日)

1. 2015年 ミラノ国際博覧会 日本館

視察目的は、ミラノ国際博覧会期間中に開催される本県の「食文化の総合力」や世界農業遺産「能登の里山里海」の魅力発信の取り組みについて調査することである。

ホテルからミラノ国際博覧会会場へは専用バスで移動、会場正門から中に入る際には手荷物検査を受けなければ入れないほどの警戒ぶり、やはりテロ等に対する警備が徹底しているのは当たり前なことなのかも知れない。

日本館の前に出来ている入場者の行列を目の当たりにすると、前もって聞いていた人気の高さを痛感する。後で聞いた話では8～9時間待ちの人気ぶり。日本への関心、アジアへの関心もあるがヨーロッパでは日本食がブームになっており、関心の高さがそうさせているとのことであった。

会場に入り日本館の加藤辰也日本政府代表と面談、意見交換を行った。

今博覧会は6ヶ月間にわたり35の自治体がそれぞれの地元の食文化や伝統工芸を直接発信したことにより、大変好評であったとのこと。日本食ブームの追い風もあり、地元メディアや実際に来館した方々の口コミ等により、日本館は大変面白いという評判が広がり、大きな期待をもって来館する方が一日一万人くらい、来週中には二百万人に達する見込みらしいとのことであった。今回の出展により日本の多様な農林水産業、多様な食の文化を発信することは大きなビジネスチャンスと捉え、今後の農林水産品の輸出や外食産業の海外進出にもつながるよう期待したい。

日本の食品については、日本でチェーン展開している外食産業7社が、入れ替わりで参加して頂いたが、皆さんテストマーケティング的な観点から積極的に取り組んで頂いたらしく、今回は万博ということで特別に普段ヨーロッパに入っていない日本産の鰹節などが持ち込めた。現状ではいろいろな規制があつて制限されているが、日本産の豚肉も今回初めてヨーロッパに持ち込むことができた。今回の万博での取り組みが今後いろいろな形で成果に結びつけばと期待したい。

日本館の人気については、6つくらいの展示ゾーンに分かれ、それぞれ日本の食の産地、水田の風景や里山里海をデジタルで再現したものが多く、最後の展示室では106名ほどが入れるシアターになっていて、未来のレストランという設定で日本のいろいろな食、懐石料理を含めショー形式で紹介し、楽しんでいただいている。盛り上げ方も非常に上手で、それが人気に繋がっていると言える。この週末は一日で25万人前後の来場者があると思われるので6カ月間で2千万人という目標を軽くクリアするだろうという事であった。

午後一番に石川県のPRイベントがあり、お手伝いをさせて頂きました。

輪島市の御陣乗太鼓、金沢西茶屋街の芸妓の舞、ラップを使った手まり寿司の実演は来客に実際に作ってもらうなど、会場と一体となった演出は最高でした。また石川のお酒を九谷焼きの杯で振る舞い杯はプレゼントするなど、石川の魅力を十二分に発信したことは、今回のイベント「ディスカバーG I A H S～日本が誇る農業遺産：世界農業遺産広域連携推進会議（石川県、静岡県、熊本県、大分県、新潟県）」の主旨を世界に向けて大きく発信できたと確信いたしました。来場者の心をつかむような演出は、流石だなという印象を受け、今回の日本館のすべての展示は日本を世界に売り込むためのベストな演出であったと思う。

私としては、1970年に開催された大阪万博以来の万博であるため、期待して訪問したが、その期待を裏切ることなく素晴らしい演出で大変満足の出来るものであった。ただ残念なのは、他の国のパビリオンを見学することが出来ず、日本館との比較、検証が難しかったことであると思われるが、世界に向けて日本館が、その存在を大きくアピール出来た万博であったと思う。

本県の農水産物や日本酒なども、「石川の日」に大々的にアピール出来たことにより、日本の中の石川県を知ってもらえたのではないかと思う。これからは石川ブランドの開発と海外に向けた流通体制の確立が、本県の農林水産業の将来を左右するのではないかと思われる。私としても今以上に本県農業の発展に寄与していきたい。

2. 伝統工芸 ミラノスクエア

ミラノ万博会場を出発しミラノ市内へ戻り、万博と並行して開催している「ミラノスクエア」を訪問、石川県伝統工芸における販路拡大の可能性について意見交換してくる。面談者はショップマネージャーの水ともこさん。

このショップは5月1日から10月末日までの期間限定、万博と並行して開催し、伝統的工芸品産業協会が欧州における流通の調査と日本の伝統工芸の将来についての販路を拡大する調査という名目で開いていたとのことであった。ショップでは伝統的なものとニュー伝産のものと混ぜて置いているが、基本的には伝統的なものをと考えているとのこと。開所から先週までの平均来場者数は一日平均50人、日曜日はこの界限には骨董市がたつので、かなり人でも多く来場者も多いとのこと。天気が悪いとまったく来ない日もあるようだ。売り上げは一月平均1,400ユーロ(20万円に満たないが)、全体的な傾向としては安い物が売れるということではなく、高価な物も売れており、ポイントとしては手間が掛かっているとハッキリ分かるものである。安い物との差異がハッキリ分かる物に関しては、納得がいくとある程度のお金は出す。

石川県産のものに関しては、すごくリッチな客だが、価値観を見出す方には売れている。山中塗に関しては、こちらでデモンストレーションをした関係で、見ていた方には納得して頂き、ある程度売れているとのこと。刃物に関しても日本の包丁は良く切れると評判なので、取り扱っていると知った方は買いにきてくれている。

高級レストランがあるので、九谷焼なども徐々に浸透していくのではないかとということであり、特別なお客様用として、まとめ買いしていったレストランの方もいたそうなので、需要もあるのではないかとということであった。

お客の層は主にイタリア人だが、場所柄か観光客も多く来ており、大部分はヨーロッパの方である。

漆などの価値をわかる方もいるが、ナイフやフォークを使うと傷が付きやすいので、そういう点が改良されればということであった。

食器に関しては、素地そのままの美しさを見せるものよりも、つるっとしたものが高価だという観念が基本的にあるようで、和紙においても、いくら手すきで手間がかかってもザラザラしていてラフなものが、なぜ高いのか理解されていなかった。陶器も九谷焼のようなものは良いが、備前のようなものはこれからだと思われるとのこと。漆もこれからだとのこと。これからの課題は、どのように広報するかにかかっているとのことであった。

また中国製の安い物が多く出回っているが、イタリアの場合、国内にも伝統工芸で高級なものがあるので、違いがわかる方も多く高価な物でも買う。大量に売れるものではなく、細々と確実に売れるものとしてやっていくとマーケットは続いていくとのことであった。

アンテナショップとしての役割は高く評価できるので、ヨーロッパの方々の趣向などを分析して頂き、本県の伝統工芸品の輸出拡大には何が必要なのか研究する必要がある

あると思う。6カ月間の総まとめ結果を是非本県にフィードバックして頂き、本県の伝統工芸品の海外輸出に活かしてもらいたい。私としても九谷焼や輪島塗は世界に誇れる工芸品であると思うので、情報発信のために何ができるのか、今一度考えながらお手伝いして行きたいと思う。

平成27年10月19日（月）

3. ジェノバ港湾（SECH社）

ジェノバ港湾における港湾整備状況やコンテナ貨物取扱状況について、アルド・ネグリ大株主、パラオ・カベッティニ営業・顧客担当、マッシモ・ラベッティニ事業部長からお話しを伺い、意見交換する。

会社が港の拡大の事業を始めて20年、面積は206,000平方メートル、昨年のコンテナ取扱量は447,345TEU、クレーンを多く設置したことが重要な成功事業であった。コンテナ取扱量としては南イタリアのカラブリア州の港の方が多いが、ハブ港であるためであり目的地としての取り扱いはジェノバ港の方が多いとのこと。

バスに乗り港湾内を見学させて頂いたが、驚いたのはガントリークレーンの多さと大きさ、そしてコンテナを運ぶ大きなフォークリフト、さすが2014年コンテナ貨物取扱量が世界トップ100中72位（地中海におけるランキングでは、アンバリル港について2位）だけのことはあるなど感心する。

アジア圏との取引を訪ねると、以前は輸入が多かったが、今は輸出が多くなってきており、輸出と輸入は同じくらいだという事でした。

コンテナ貨物は工業製品や原材料品などが荷の中心であるため、日本のお家芸である製造業、原材料を加工して製品に仕上げ輸出するという本来の経済の歯車が順調に回転するならば、金沢港の荷の扱いも順調に伸びると思われる。本県の(株)コマツを代表するような大手企業の奮闘に期待したい。

4. コスタ・クルーズ社訪問

世界各国へ寄港する大型クルーズ船企業の実績と今後の展開について、ロバート・フェラリーニ港湾担当副社長とアルマンド・ボキヤルドCSR部長にお話をお伺いした。

コスタ社にとってアジアは非常に興味深いマーケットであり、最近では日本を経由する船が増えているが、日本のマーケットとしては拡大していないとのこと。コスタ社が初めて日本に寄港した会社であり、日本にクルーズ船を寄港させることが重要なビジネスにつながると判断したとのことである。これからは日本、中国、韓国はこれ

から大きなマーケットになるということであった。

クルーズ船の重要なポイントはサービス。日本には非常に良い印象をもっているらしく、日本はおもてなしの精神があるとのこと。実際、着物でのお迎え、お見送りはお客に喜ばれている。コスタ社はヨーロッパで一番大きなクルーズ船を取り扱う会社で、乗船客数も売り上げもナンバーワン、コスタアジアというグループ会社が一番新しく、上海・香港にも出来たので、コンタクトをとってほしいとのことであった。

テレビコマーシャル開始、船にバルコニーを設置、中国の市場に進出したのもコスタ社が最初とのこと。

コスタ社は15のクルーズ船を持ち、200の国や地域からお客がきており、38千以上の世界中の旅行会社と契約している。

イタリアのイメージは料理・ファッション・歴史というものがあるが、船の中ではイタリアの街中にいるような感じで文化・歴史などを体験してもらいたいとのこと。

お客は日本のどこに魅力を感じているのか尋ねたところ、ヨーロッパでは日本の伝統文化は良く知られ、礼儀正しいことも良く知られており、文化がヨーロッパとかなり違うので、それが興味深いと思われる。日本から来られるお客様の文化の違いを楽しんで頂きたいとのことであった。来年7月に金沢港発着のヴィクトリア号を継続して就航してもらうにあたり、どのように対処していけば良いかお尋ねしたところ、港の整備は勿論、町と港の協力関係が重要であり、港から街中までのアクセスが重要であるとのことであった。

最後に航海中に急病人が出た場合の対処法をお尋ねしたところ、船内には病院があり、必要に応じて手術もできるらしい。医者判断によって船から降ろして近くの病院へ搬送する場合もあるとのことであった。

時間に制限があり、多く質問することも出来ませんでした。金沢港へのクルーズ船誘致については、とにかく上海・香港のコスタアジア社と早急に交渉をもち、本県の魅力をアピールするとともに、金沢港から兼六園などの観光地までの利便性や食文化を今まで以上に売り込む必要があると痛感した。

私としても金沢選出の県議や金沢市議会、金沢市の担当部署との意見交換などを通じ、コスタ社への売り込みに力を注いでいきたい。

5. 伊藤忠イタリー社 明嵐陽一社長と意見交換

本県の繊維企業(サンコロナ小田社)の海外戦略状況と繊維ブランド戦略について、お話を伊藤忠イタリー社 明嵐陽一社長にお伺いする。

最初にイタリアの概要をお聞きする。国土面積は日本とあまり変わらないが、人口は日本の半分程度、感覚的に経済の動きはやや遅く感じるとのこと。平均寿命は非常に長く長寿国らしい。名目、実質が直近のレートで200兆円程度、日本は600兆円程度なので3分の1程度。経済成長率はマイナス、失業率12.8%と日本より

非常に高い。直近の2015年第2四半期では成長率がプラスに転じたが失業率は若干低下し12%となった。

先週、イタリア議会の元老院の定数を100人に削減する法案が国会で可決、40歳の首相が進める経済改革の目玉になっている。戦後のイタリアの歴史の中では特筆されるニュースとなった。

貿易については、輸入と輸出を比較すると輸出の方が常にやや上回っている状況である。輸入品目については第一次製品、天然資源の輸入大国であると言える。フランスに次いで農業が盛んな国であり、食糧自給率は非常に高い。輸入の相手国はユーロ域内の相手国、ドイツ、フランス。中国も増えてくる。輸出の方は機械、金属に次いで繊維・衣料品・皮革製品とあるが、これが正に我々が常駐して商売を掲げているところである。

機械と金属製品に関しては、精密機械、オンリーワンの商材、非常にニッチなところの製品がメイド・イン・イタリーということで、他にはない輸出の大きな部分を占めているところが特徴である。

イタリアの繊維産業の特徴は、高付加価値の製品であると一般的に認知され、モードを作り出すのはフランス、クリエーションはパリ、具現化するのはイタリア。非常に強い素材の提案力を持っている。北陸・尾州・泉州に代表される産地のビジネスモデルとなっている。中小企業が多く、提携して情報共有を図り、日本から見た場合、衣料の輸入第2位、原料の輸出第8位である。

伊藤忠商事は6つのカンパニーに分かれており、それが3つの分野に分かれている。原料、アパレル、ブランド部隊に分かれ、原料部隊がシルストロンなどの現地での調達、アパレル部隊は主に北陸地方の地場の製品を中心に特殊な高付加価値のメイド・イン・ジャパンの販売協力、ブランド部隊は50ブランド扱っており、日本の総合商社としては最大である。

サンコロナ小田社の20デニールまでポリエステル繊維を細くする技術は、サンコロナ小田社が世界でも最先端技術を持っている。分繊糸を分繊機でオリジナルのものを作るということが、イタリアで販売する際の商品の魅力となり、シルクのようなポリエステルである。イタリアの販売経緯は、サンコロナ小田社がシルクロード地域への販売をめざし、伊藤忠が当初からお手伝し、欧州のインテリアの取り扱い業者、素材メーカーを販売先としている。現在は年間50～60t位、1億4千万円位。セールスエンジニアが機屋さんを一軒一軒訪問、技術指導を行うことにより商品をわかっていたらいてる。サンコロナ小田社からも日本から出張し、お客様の声を商品に反映しているとのことであった。実際イタリアへ流通しているサンプルをみせてもらったが、「シルクのような」手触りであった。

今後の展望ではシルストロンから20デニールから2デニールの割繊糸のミストロンへと進むことであり、マットな光沢感、しわになりにくい、洗濯しやすいのが特徴であるとのこと。

本県の得意分野である繊維産業、織機を製造しているメーカーや部品を供給してい

るメーカーなどは多々あるので、付加価値の高い繊維や布を、積極的に商社を介して欧州に売り込めば、繊維業界も絶頂期へと息を吹き返すのではないかと思われる。中能登町の「天女のはごろも」のような軽さを極めた独特の商品等を開発し、ファッション業界をリードするパリやミラノに商社の力をかりて売り込むことができれば、と考えられる。

サンコロナ小田さんの動向にも注目しながら、商品開発に傾注することが、製造分野で生き残っていく術だと思われるので、販路開拓などに少しでも寄与できることがあれば積極的にPRしていきたいと思う。

平成 27 年 10 月 20 日 (火)

6. ミラノ交通社 (ATM)

ミラノ交通社にてLRT等都市交通システムの整備状況や対策についてお話をお伺いし意見交換する。

ミラノは古い街並みが残っており、速いスピードで様変わりし発展している。我々が宿泊しているホテル近くのガリバルディ駅の周辺も再開発が進んでおり、駅近くのボスコ・ヴェルティカーレという建物は、森のタワーと呼ばれ、世界で一番美しい建物ではないかとのこと。そのほかユニクレジットタワーや磯崎タワー(磯崎氏が設計)など、旧見本市会場も再開発が進んでいる。

イタリアで最大のプロジェクトにより、それぞれの地域で一層ますます再開発が進んでいる。開発は中心街であるミラノだけではなく、郊外でも進み、郊外では市民と一体となった再開発プロジェクトが進められている。

現在、EXPOが開催中であるため特にそうであるが、ミラノは常時外国人観光客などが多い。

ミラノは1575平方キロメートル、134万人。ミラノでは57%がバスや路面電車、地下鉄を利用し、30%が車を利用している。残りは自転車等である。延べ毎日567万8千人、年間7億人移動して、中心街と郊外の人動きは入れ替わる。ミラノでは電車、地下鉄、バス、トロリーバスが走り、路面電車はトータル323キロメートル。これはヨーロッパでも長いものに入る。路面電車は通勤に便利のように街の中心に向かって整備され、地下鉄が走っていないところに路面電車が通されている。路面電車専用の線路と道路が一緒に走っている線路があり、渋滞を招かないように取り組んでいる。

35ユーロを払うとミラノでは83キロメートル、ローマでは61キロメートル、トリノでは54キロメートル移動可能であり、ミラノが安く長く距離を移動でき、を輸送している。ミラノでは42%が路上駐車である。最近、自転車で動くことが増えており、車が入れないゾーンが増えている。社では、ミラノが魅力ある都市になるよ

うに努力している。

また、カーシェアリングやバイクシェアリング、パーキング整備にも取り組んでいる。新しいプロジェクトとして、10年計画があり、新車両の導入、子ども用のバイクレンタルも計画している。自転車や車のシェアリングにより渋滞が軽減し安全を考え、あまり知られていないが、スクーターのシェアリングも行っているとのことであった。

路面電車は郊外まで延ばす計画があり、一番効率的な路線図を計画、路面電車が通るときは信号が変わるようなシステムが取り入れられ、渋滞を引き起こさないようにすることで7%渋滞が少なくなった。車で動くよりも行くよりも公共の乗り物に乗った方が早く動けると立証されている。

ミラノに到着した時の印象は、やはり路上駐車のもの凄さであった。路上のみならず、緑地帯にも駐車しており、それはそれである程度のルールの中で秩序が保たれているのだなと思った。ミラノ交通社(ATM)の話を知っていると、市民やドライバーに対する強気の施策が功を奏しているようだ。決められたエリア内に入ってくる車をカメラのセンサーで監視し、渋滞を30%削減したシステムは、なかなか日本では具現化しにくいと思われる。しかし、5ユーロ払えば一日に、時間の規制はあるものの何度でも行き来できるシステムは城壁のあるミラノならではの施策かもしれないが、うまく応用すれば市内中心部などの渋滞緩和策にも適応させることが出来るかも知れない。参考になる話を聞かせて頂き、感謝する次第である。

7. ローマ日本人会との意見交換会

ローマ日本人会との意見交換を行い、イタリアを含む欧州と石川県双方の理解を深めるため、以下五人の方と面談する。

渡邊ローマ日本人会会長（イタリア三越代表取締役社長）

高橋理事長（ホンダイタリア社長）

松本理事（ローマ日本人学校校長）

伊藤理事（JALパック支店長）

小川理事（在バチカン日本国大使館参事官）

渡邊会長の挨拶で、ローマはイタリアの首都でありながらミラノの方が組織的に大きいという事でした。やはり歴史的な街ということで保守的な感覚を持っている人が多く、苦勞されているとのことである。しかし、日本人学校の必要性について、学校の校長をしている松本理事と同様、日本人同士が結束を固め、情報交換するうえで、日本人会のサポート業務の一つとして重要な役割を持っているということであった。

数少ない駐在員、生徒も増えない中、33名の児童生徒が、日本を離れ両親とともに

のイタリアで暮らしている中で、出身地が違っていても日本人同士が助け合っていく、グローバル社会で生きていく事を大いに学んで貰いたいと思う。また、最近は外国への留学など流行のようになってきているが、数年単位で外国に家族とともに暮らし、言葉もそうだが文化等も吸収してきてほしいと思う。

伊藤理事は石川県を知らなかったと言っていました、イタリアだけでなく日本国内でも石川県に対する認知度は、まだまだ低いと思っても構わないと思う。

私たちが他県の情報を知るには、興味のある情報が目や耳を介して入ってくるからであり、その情報を多く発信していくことが重要であると思う。マジンガーZの作者である永井豪、石川県の羽咋市神子原をモデルにしたドラマ「ナポレオンの村」、石川県を知るには他にも色々あると思いますが、趣味の問題であり、きっかけは幾つもあると思いますが、旅行会社の企画担当者や営業担当者の気にとまるような、小さくても旬な情報があればいいのではと思われる。本県出身のスポーツ選手、写真家、芸術家、俳優などの芸能人が暮らしていたというだけで話題になる時代なので、私としても祭りやイベント等の情報を、できるだけSNSなどを介し、発信して石川県や地元をアピールして行きたいと思う。

平成 27 年 10 月 21 日 (水)

8. 国際連合食糧農業機関 (FAO) 事務局

世界農業遺産「能登の里山里海」の取り組みについて、遠藤芳英国際連合食糧農業機関 (FAO) 土地・水資源部、G I A H S コーディネーターからお話を伺う。

今年の7月からG I A H S コーディネーターとして赴任。G I A H S の調整官というのが日本語としてはふさわしいと思う。ここに来る前は、農林水産省国際協力課国際農業機関調整官の肩書で、ローマにある三つの国連の食糧関係機関であるFAO、I F A D、W F P の担当をしていた。

G I A H S の概念や課題について、遠藤氏から長時間にわたりお話して頂いた。

本県の世界農業遺産である輪島市の「白米千枚田」とその取り組み方が適応型保全の良いモデルだと聞かされ、改めて長きにわたり急勾配の、それも日本海に面した棚田で、小さな田圃を作り続けた農家の方の取り組みや熱意、地元行政機関や金沢大学の取り組みが評価されたことに、心から拍手を送りたい。この取り組みをFAOによって世界に発信してもらうことにより、マジンガーZよりもナポレオンの村よりも、大きな効果が期待できると思う。今現在もエコツーリズムの促進や農産物のブランド化、伝統文化の促進なども、遠藤氏が話されたように地元は大変盛り上がっている。観光面でもかなりの効果があがっているので、G I A H S のパワーを知ることができる。今回のミラノ訪問は、万博における日本館に於いての、世界に向けての積極的な発信力、その中で日本の農業や食文化がどのように伝えられているのか非常に興味が

あった。FAOで聞いたGIAHSの取り組みが、今回の万博における日本の取り組みと同調していることが確認できた。石川県の存在も万博を通じ、世界の人たちに発信できたと思う。私としても石川県の農業を世界に向けて発信するため、今以上に理解を深め、発信して行きたいと思う。

9. グルメライン (ニッポニア)

世界各国の生鮮食料品流通状況、県産食材の販路開拓等の可能性について、ベルナード・ジョルノ輸入・購買部門責任者兼代表取締役社長、リチャード・ジョルノ国際営業責任者からお話をお伺いする。

会社内の商品保管施設やショールームを見て回りながら説明をうける。

2011年の東日本大震災及び福島県の原子力発電所の事故の影響で、欧州連合は日本からの輸入を禁止していたことを初めて知った。さすがに世界は敏感に、そして神経質になっていたのだなと改めて思った。ここ2～3年は厳しい時代であったが、ヨーロッパにある日本食を生産しているルートを探して経由させ納入していたとのことである。ヨーロッパ内に幾つもの日本食を生産する会社があることに少し驚いた。

イギリスで作っているサッポロビール、ヨーロッパで作るキッコーマン醤油、ナルトやカマボコもヨーロッパでという事だから本来の日本食とは少し違うのかもしれない。是非、万博会場の日本館で本物の日本の味に触れて頂きたいと思った。

最近では冷凍技術が進んでいるので、CAS冷凍技術等がヨーロッパの流通会社に入ることにでもなれば、鮮魚や和牛といった食材も、輸入してもらえるのではないかと思う。イタリア国内に1500店ある日本食をうたっている飲食店のうち85%が元は中華料理店で、中国系の方が経営している。そのような店は日本産の素材よりも中国産の素材を使っているようで、日本食といっても見た目だけの料理で、本来の素材を活かした味は期待できないだろう。残念で仕方がない。

しかし、本物の味を知りたい、と興味のある方は日本に来るであろうし、石川県にも来たいのだろうと思う。そのための触りの部分を提供していると思えば、腹も立たないのかもしれない。私たちが外国において、日本食でオモテナシされても満足できないのは、そこにも理由があると思うが、とにかく日本食のブームが長く続くことを期待したい。

10. スローフード協会 ローマ支部

日本食、県産食材の今後の在り方、食育について、エマニュエラ・ダ・ロス役員、アンナリタ・セルヴィ協会メンバー兼シェフからお話をお伺いする。

スローフードのネイミングはファストフードの反対語とは知っていたが、奥深さや

定義が、流通業界の在り方や、現在の農業の在り方について、少し否定的なのが気になるところである。

活動の在り方は伝統的な料理方法、農業生産方法、品種の保護があげられている。

2600件の料理法と品種を守ることができており、450種類の食品がスローフード認証としてあるとのことだが、日本食も認証されているのか、日本のどんな料理や食品が認定されているのか。味わう、楽しむ権利を守ることの活動の一つ。喜びの権利を守り、おいしくて衛生的な食物を作ること。伝統的な日本料理を守ることは郷土料理を守ることに繋がるという考えは、とても大切で学ばなければならない点も多い。

食べ物は美味しくあるべき、美味しいと感じるには本当の素材の味を知ることが重要という考えは、日本食の考えに通じるところがある。あまり調味料を使わず素材の良さを活かすという日本料理文化とスローフードの定義は共通点が多く、日本食がヨーロッパでブームになっていることも肯ける。

農業や漁業による生産物については地域で生産されたものは地域の人が消費者になり、生産者を守る。消費者は生産者の協力者であり、小さな範囲の輪で消費されることが重要であり、農業生産者が身近に直接市場を設け、直接購入することができるようにすれば、自宅で腐らせることも少なくなり良い。としているが、農作物生産を生業にしている農家にとっては、大量に生産し出荷することで生計を立てており、少し考え方に開きがあるが流通業界の場合は別なのか少し疑問点も感じた。

教育面では小さいときから食育を行うことが重要ということであった。学校で家庭菜園をし、作物が育つ過程を知ること。お米がどのように水田で育つのか知らない子供たちに、水田を見せる機会をつくることも大切としていることは、日本の都会に住む子供たちにも共通のことだと言える。

料理人を育てることも大事で正しい知識をもった料理人を育て教育することも重要とあるが、基本的なことは調理学校でも習うが、あとは実際に割烹やレストラン、お寿司屋さんなどに勤めながら、味覚や技術などを習得していくものだと思うのだが、如何なものだろうか。

しかしながら、イタリアには村ごとに伝統料理をもってらしく、日本でも同じことが言える。まだまだ日本食料理の認知が足りず、普及活動に力を入れることがイタリアのみならずヨーロッパからの誘客に繋がることだと知ることができた。本県にとっても同様なので、日本食や伝統料理、郷土料理などの情報発信に全力を尽くすべきだと確信するものであり、努めていきたい。

平成 27 年 10 月 22 日 (水)

11. イタリア政府観光局 (ENIT)

国際観光誘客のインバウンド効果や受け地の魅力づくりについて、カルロ・パウロ

企画・調整部長に話をお伺いする。

イタリア国内の観光業の取り組みについて、資料を使って詳しく説明を受けた。

地方自治体が独立したプロモーション機関をもっているが、ばらつきがあるためENITがそのばらつきあるプロモーションの共通点を見出し、協調してプロモーションしていくとのことであった。州の独自性を出すことにより、州の小さな町でも独特の特長を持っていけば、売り込む価値を見いだせるというわけである。日本の中の石川県、石川県の中の市や町、ということだが、観光資源の掘り起しが、これからの課題となるのかもしれないので、アンテナを高くして情報収集に務めなければならないと思う。

観光客には2種類あるとのこと。有名なガイドブックを頼りに訪れる初めての観光客。リピーターで同じ地の行ったことのない所に行きたがる観光客である。イタリアや日本を最初に選択し、再び訪れる時には違う地を選ぶ、という観光客が多くなるよう国レベルでの誘客、地方自治体レベルでの誘客とゆうふうを選択肢が多いプロモーションが必要だと思う。

ENITでは年に3回、観光客の流れをモニターしているとのこと。復活祭の前、夏休みの前、クリスマスの前という一番動きのある時期にツアーオペレーターに確認して人数や流等を把握し統計ととっているとのことであったが、たぶん日本でも同じような事をやっていると思うが、GWの前、春休みの前、桜や紅葉の時期などを入れてモニターすれば、観光客の動向やニーズも細かく把握できると思うが、どうなっているのだろうか今後調査するべきだと考える。

本県としても、北陸新幹線開業後の観光客の動向が気になるが、あまり能登や加賀の方には大きな影響が出ていないと聞いている。県内の観光施設等でのモニター調査に力を注ぎ、どこから来たのか、目的はなにか、その他の情報の入手に努めて頂き、分析することで、観光客のニーズにあった戦略を練らなければならないと考える。私も微力ながら情報収集などに協力して行きたい。

12. チネチッタ

MICE誘致状況や、今後の誘致対策について、フランシスカ・ベルサーチ得意先担当責任者（MICE担当）及びバルファル・ボリティーナ展覧会担当責任者からお話をお伺いする。

施設を活かしたMICE誘致については納得のいくものが多くあった。特に企業イベントとしての利用では、外国ならではの会議後の夕食会、会場は映画に使われた古代ローマセットとくれば、人気も高くなるはずである。展覧会でも同じことが言えるそうで、展覧会から会議、夕食会へと会場を移しながらの開催、映画の情熱を理解して頂き、特別な会議場所として認知されているのは、羨ましい限りである。

ローマの郊外にあるこの施設、観光施設として維持するための経費を捻出するためにも良いアイデアだと思う。日本や石川県では、このような施設はないが、少し小さ

いけれど、本県では、しいの木迎賓館や四校記念館あたりが一番向いているのかも知れない。

今、石川県、特に金沢駅前のホテル等においてM I C Eが集中している。北陸新幹線の開業効果もあるが、地方都市としては、かなり善戦していると思うが、石川県ならではの「オモテナシ」となれば、以前使用したこともある金沢城の五十間長屋。とある協会のレセプションであったが、石川県にしか出来ない「オモテナシ」だったと思う。本県に住んでいる私達も感動したくらいのインパクトがあったと記憶している。ただ会議等が出来ないので、その点は考慮の必要があるのかなと思う。

大人数のM I C E開催では、限りがあるのかも知れないが、今県が取りまとめている中長期構想の中で金大工学部跡地に県立図書館を移転・立替という施策が盛り込まれているが、是非M I C Eの誘致を見据えた、大小会議室等を備えた施設になることを期待した。

最後に今回の視察を通じて

今回、イタリア地方行政視察に参加し、大変感動し勉強となりました。詳しいことは、これまでにまとめた通りですが、それ以外のことでは外国語がサッパリの私にとって、少しでも話せる人は羨ましいなあ。ということです。ミュンヘン空港での入国審査の時、審査官の質問が解らず後ろにいた田中敬人県議に助けて頂きました。

少しでも外国語が話せたらと、つくづく思いながら小・中学校からの英語教育の大切さ、そしてシッカリと身につくような教え方をしないと、グローバル社会に通用するような人間には育たないなど、強く感じた次第です。

今回の視察も、ミラノやローマで通訳をしていただいた佐久間さんと富重さん、御二人の通訳があってこそ行政視察として成功したものとと言えます。御二人ともイタリアの文化をよく理解していることにも感銘を受けました。一つの建物が世界遺産ではなく、この町全体が世界遺産だと聞いたとき、日本の重要伝統的建造物群保存地区などと比較するのはおかしいけれど、スケールの違いに、ただただ驚くばかりでした。世界遺産の中で生活や仕事をする場合、それなりに制限があり苦勞されることも多々あると思いますが、長きにわたり風雨を受け、姿形を風化させている建造物も多々あることを考えると、維持保存しながら利活用しつつ、世界遺産と付き合っていくことの難しさを考えたとき、想像しがたいものがあるなど、痛感する視察でもありました。

特に視察最終日には、夕食までのちょっとした時間にローマ中心部の観光表示版はどのようになっているのか調査にも行き、また、観光地や名所旧跡などは視察への移動の際に眺めることしか出来ませんでした。古い街と文化、そして近代的な文化が入り混じりながら共存している姿は見習うことが多々ありました。地方都市の石川県にとって、都会には無い自然豊かな面を最大限にアピールしながら、古くからの伝統

文化や街並み、農業や漁業、林業といった生業を今一度活性化させることで石川県の認知度アップを図らなければならないと、再認識させられた視察でもありました。

山田省悟団長をはじめ、同行した視察団員の皆さん、そして事務局に感謝を申し上げ、視察レポートを終わります。ありがとうございました。

石川県議会イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 田中 哲也

平成 27 年 10 月 17 日から 24 日まで行われました、石川県議会議員によるイタリア行政視察に関する報告書を以下の通り提出いたします。

10 月 17 日 出発

10 月 18 日

- ・ ミラノ万博・日本政府代表との意見交換

今回のミラノ万博は食文化をテーマとした万博であり、以前にも日本でも行われた花博や海洋博のようなテーマにそった万博であることから、現地到着後全体を見渡す限りは、私が幼いころ体験した大阪万国博覧会（当時小学生であった）の規模を思い出してみても規模的にはコンパクトな感じがしたという第一印象であった。

まず今回の第一の目的でもある石川県の伝統食文化・地酒・伝統工芸の器をアピールするための石川県としてのイベント 2 日目が行われる日本館へ向かう。

前日は、知事をはじめ県の職員、地域の方々が参加されたと聞くイベント会場へ。

ここで我々も法被に着替えて石川の食文化であるお寿司と伝統工芸である九谷焼の御猪口（おちょこ）に盛られた地酒を会場で振る舞った。会場狭しとお越しいただいた方々も最初は恐る恐る地酒を試飲していましたがおもてなし心が伝わったのか一斉に皆様の手が、我々振る舞いのお盆に伸びてきて「Buono ブォーノ」美味しいと。さらに美しい九谷焼の御猪口を試飲していただいたお客様にお土産に差し上げるという事で二度驚いていらっしやいました。県もすごく太っ腹な企画をするのだなと思いましたが、私の地元の山中塗の杯（さかずき）や升（ます）も使ってアピールしていただきかけたとの思いも頭をよぎりました。石川県に限らず「日本に産地の地酒あり」という文化が海外から日本を訪れる方に伝わるには、やはり試飲していただくのが一番だと考えます。

また、当日は石川県のイベントデーでもあり会場で行われた輪島・御陣乗太鼓の披露や金沢の芸者さんが華を添え、さすが石川県というところを見せられたのではないかと考えています。

さて、本来イタリアの休日ならば長い時で 9 時間待ち（とても私には耐えられません）という日本館の館内へ。

2. 3日前から来ている知人の山中漆器の若手の方も一緒に日本館の中に入り、日本政府代表の加藤氏との意見交換会に立ち会いました。

日本館内は、外見も立派なつくりでしたがそれに劣らず、内部のそれぞれのブースごとにテーマを設け、またお金もかけているとは思いますが食に関するブース、観光に関するブースとしっかり日本の文化をアピールされていました。写真・映像・ディスプレイなどハイテク日本のならではと感じるブースづくりと『おもてなし』精神の表現がしっかりできており『いただきます』『ごちそうさま』『もったいない』『おすそわけ』などの言葉もしっかりと外国の方々にも伝わるように企画されていて、私自身感激と日本人としての誇りをもちました。

今回はチャンスがあつてこのような素晴らしい万博という企画を視察できましたが、今までもまた今後も、小さくは市町単位でまた県単位でPRしていることの意義、そしてまた県をまたいで他の県との合同協力開催も視野に入れていかなければならない。それが大きくは日本として世界に発信することになることを怠りなく実行していかなくてはなりません。

万博会場をあとにする際、今回参加した一期生県議 6 人と共にシンボルタワーの『生命の樹』前において、今回の視察の始まりの意気込みとしっかりと問題意識を持ち石川県政に取り組んでいくことを確認して会場をあとにいたしました。

・ 伝統工芸ミラノスクエア 訪問

ミラノの町中にある小さなアンテナショップ。

店舗の間口も狭く中に入ると一通り日本の伝統産業といわれる各産地の商品が展示してあります。

わが地元の山中漆器（木製品のみです）もしっかりと展示販売されていました。私の従来感覚でいうならば、商品は確かに山中で作られたものではあるのですが、形状や色合いが全く山中漆器（塗）らしくない。商品の鮮やかさはヨーロッパ向けに商品化したのかと思いましたが、そういえば産地の展示販売ブースにも並んでいたことを思い出しました。

もう伝統工芸といえども私たちが考えているような従来の商品に捉われることなく自由な発想でのモノ作りが大切なのです。

伝統的に守るところはしっかりと守り、新しく発想を生み出すところは自由なモノ作りで商品化して販売すれば良いのです。これは私の携わってきた山中漆器だけでなく九谷焼でもそうですし輪島塗でも金沢金箔でも同じなのです。伝統工芸品のモノ作り全体に当てはまることだと考えています。

このショップへの視察に到着した際は、何故こんなに小さな店舗を出すのかと思いがあつたが、責任者の女性スタッフと話をしているうちにこの店が日本の伝統工芸の紹介に重要なポジション役をしていることが理解してきた。

しかし今回ミラノに出店しているのは、ミラノ万博期間中のみという事で 10 月

31日をもって閉店するとの事。

常設の展示場として万博が終わっても、伝産産業の業界や協会の補助を受けて出店し続けて、日本伝統産業の企業の為のヨーロッパ進出の基盤的な存在となっていて欲しいものである。

石川県だけでも36品目ある伝統的工芸産業に携わる業者も国内市場では行き詰まりを感じている現在、海外進出に積極的に取り組んでいる業者の並々ならぬ努力を県・国が後押しし続けていただきたいと思います。我々も微力ながら力強く後押ししていかなければならないとの思いで一杯です。スタッフの皆様には、店舗終了後も引き続き活動の場についていて欲しい事をお願いいたしました。

10月19日

・ ジェノヴァ港湾・SECH社

コンテナターミナルの管理会社SECHはイタリアでも唯一のジェノヴァの港にあるという事ですが、ミラノから南西にバスで約2時間半かかる位置に存在する。

ヨーロッパ各地の輸入の起点となっている港湾との事で大きなクレーンが広い敷地内にいくつも設置されていて、スケールの大きさを感じました。

イタリア視察の前に日本の境港市の港湾を視察に行きましたが規模的にも取扱量にしてもやはりジェノヴァ港は大きな港である。

日本にも大きなコンテナ船を受け入れる港はたくさんあると思いますので今後そのような施設も視察し見解を深めていきたいと考えます。

ジェノヴァ港は地中海に面した港町であるが、水揚げされたコンテナが道路網の発達によりイタリアをはじめ南ヨーロッパの貿易の中心となっている。

そのジェノヴァ港のコンテナをすべて取り扱っているという事でしたので、かなり大がかりな会社であるかと思っていたが、司令塔的会社は、コンパクトにまとめられた会社であったのには驚いた。

境港市の港湾も大規模な増設を申請していたが、我都市金沢も大型船の取り扱いについてまだまだ設備の充実という課題が山積という思いです。

その後、SECH 取り扱い敷地をバスに乗車しながらであったが視察させていただきました。

・ コスタ・クルーズ社

今年3回の金沢寄港が実現した豪華客船のコスタ・クルーズ社を訪問。

現在15隻の豪華客船を保有し地中海・北欧・南米・カリブ海・中東・極東をコスタ・クルーズのブランドでクルーズを行っている世界のクルーズ会社でもトップクラスの会社である。来年度は韓国プサンや日本の博多港・境港や金沢港・秋田港の日本海を回るツアーを10回ほど予定しているとの事である。

まずコスタ社の希望を聞いてみると、船上でのサービスはコスタ社のほうで充分に行き届いたサービスを行っているので、寄港地には船上ではできないサービス

を求めている。

寄港地の要因として

1. お客様が、寄港している間に満足のいく観光をしていただけるか。観光地が近くに有ればなお良い。
2. 近年中国・台湾のお客様が増えているので近くに大規模な商業施設を有しているかどうか。
3. 港湾整備がされているか。特にお客様が寄港した際に景観がきれいであるかどうか。
4. 地元の方々の歓迎があるか。コスタ・クルーズ社側の要望では船上で最高のサービスを行っている。特に食事に関しては気を配っているため、寄港地では『おもてなし』のサービスでその地でも食料を食べることのできない食材やその地独自のお土産を用意していただきたい。
5. クルーズ船の入港に際し船が入港しやすかつ着岸使用料が安いかどうか。

以上の面から金沢港はどうかと調査比較してみると

1. 金沢港と金沢市内の観光地は目と鼻の先であり、加賀・能登の観光地にしても1日観光の受け入れとして十分対象となる。特に石川県は突出した観光施設が数多くある。また食に関しても石川ならではの地産食材を利用したお料理で、観光と食事をセットにして船内では味わえない魅力を引き出せるのではないかと。
2. 中国人をはじめインバウンドのお客様のいわゆる「爆買い」に対応できる大型ショッピングセンターや金沢港の乗降場付近でも仮設テントを設置し地元企業に出店を促している。また、販売店では免税手続きの対応する店舗が増えている。ただ、一般のお店での免税手続きは非常にやっかいでお店側も手続きに手間や時間がかかっている。しかし今の中国人の爆買いは免税対象外の日用品が多く、あえて免税しなくても買っていくと聞いている。今後免税手続きの簡素化も検討課題となると思う。
3. 金沢港周辺は木材をはじめとする貨物船の寄港地とも共有しているため、決して景観が良い港とは言えないのではないかと。以前視察した鳥取県境港市でも同様な問題があるが、現在貨物と客船の寄港場所を分けるような大掛かりな港湾整備を行っていたので先手を取られそうである。金沢港も乗降ターミナルの新設など今後検討していくべき課題が多いと考えている。とくに開港50周年の目玉としての事業も必要であると考えている。
4. 寄港の際の地元の受け入れはすでに金沢港振興協会が、クルーズ船の出入港に際し、県民の皆様とともに、石川らしい「おもてなしの心」でお出迎えやお見送りをし、石川のファンを増やしたい！

と考えて H27 年度に「金沢港クルーズ・ウェルカム・クラブ」もできているときいている。

特に和服姿の女性の人気があるので入港出港時の皆様の歓迎には感謝されているとの事であった。

5. 担当部署で調べたところコスタ社の保有する今回入港予定の『コスタ・ビクトリア号』では一回の寄港で約 180 万円の費用が掛かるという事。その中でも大型船を誘導し着岸させるための誘導船の費用が 100 万円前後と費用の大部分を占めるとの事。この誘導船が無いと日本の港へは着岸できない法律になっているようです。

以上から

金沢港は条件が整っているとのコスタ社側スタッフの意見ではあるが、最終的には、コスタ・クルーズ社の場合日本に関する運行については、上海にあるコスタアジアに決定権を委ねているとの事である。

県とすれば受け入れに向けて相当の準備をする必要ともに、早急にターミナルの整備（新設も含めて）も考えていかなければならないと考えている。

- ・ 伊藤忠イタリー・明嵐社長との意見交換会

私は、繊維関係については浅学であるが、伊藤忠イタリー社・社長が生地のサンプルも持参され手触りなどで繊維のキメの細かさ、柔らかさなど実感できた。私の近所にも旗場と呼ばれる生地屋がありそこは収縮包帯を作っていて何時もガシャ・ガシャと音が響いていた。最近地元加賀市内の繊維関係の工場を訪問させていただいた時にはかなり高い音の出す機械が稼働していた。高音の中での作業も大変であると思っていたことを改めて頭の中をよぎったが、いずれにしても日々進歩している繊維の業界で生き残っていくこと、また、その商品が海外の果てにまで届いていることに日本人のキメの細かな技術の粋を感じた。

10月20日

- ・ ミラノ交通社 (ATM)

人口 134 万人、1,575 k m²の地域の交通網を担当する。

路面電車から自転車駐車場管理などを含む 15 企業から編成されるグループで、ミラノ交通の中心機関年間 7 億人あまりの乗客を輸送している。私自身では大阪市交通局に似た感じを受けた。大阪とミラノどちらの規模が大きくて確立されているかはわからないが。現実では携帯電話から乗車券が購入できることや、ミラノ市内に出入りする車までチェックする部署があることなどからして、実際に行っている業務を見ることは出来なかったが、大掛かりで確立された規模なのだろう。ミラノ市内の渋滞緩和策など日本ではなかなかシステムを導入するには反対運動が起きるだろうと思われる事案についても積極的に導入して、文化遺産の

保護や人々の不自由のない街づくりに貢献している組織であると感じた。反対に道路片側を丸々ふさぐ違法駐車が多いミラノの警備は半分諦め感もあるように感じた。駐車に関してのマナーの悪さも感じられ、隙間なく駐車された車から出すために前後の車にも多少接触してでも割り込み、また駐車からだしていると聞く。そのせいもあり小型車の割合が多く、日本ではまず一般的にあり得ないマナーが悪い光景を市内でよく見受けられた。

実際、バスにて移動する際、渋滞に巻き込まれることはなかったが、両都市共に道路・歩道の路上駐車が強く交通の妨げになっているように感じたが、昔からの習慣でもあるので取り締まる方も難しいのではないかと感じた。路面電車やバスなどは交通局がきっちりと管理しているのが街のいたるところで見受けられた。

- **LRT 実地調査**

実際に ATM で管理されている交通手段を経験するために事務所を離れ街にでて実際の交通機関等を体験する事となる。

事務所を出ると早速 自転車の管理が行われ自転車といえども駐車スペースが設けられている。

お金を払って時間あるいは週・月単位で乗車することになっていたがその間満車スペースから空車スペースへ自転車を運ぶトラックも視察することができるなど町ぐるみでの取り組みがひしひしと伝わってきた。

路面電車では網目のように張られた路線を分単位で各方面へ向かう電車が行き渡っていた。市内の端に行くには電車待ちの必要もあるのではあるが、市内中心部を乗降するには数分単位で運行されていて利便性を感じた。

- **ローマ日本人会との意見交換会**

法人会員の企業関係の方々でイタリア三越社長、ホンダイタリア社長、JAL パック支店長、団体関係ではローマ日本人学校校長、バチカン日本国参事官などと、現在のイタリアの政治・経済などやイタリアにおける日本の立場・今後の課題などの話を聞かせていただきました。

二つのテーブルに分かれての会談でしたのですべての企業の方々との話は聞けませんが、皆さんイタリア広くはヨーロッパにおける自社企業・団体の立場をしっかりとわきまえて臨んでいる姿は私としても襟を正してお聞きした次第です。

10月21日

- **国際連合食糧農業機関 (FAO)**

世界農業遺産全体について取り組んでいる機関である。能登の里海里山が指定されているが今後の取り組みなど、どのように対応していくかも県としての課題となる。

- グルメライン・ニッポニア

ミラノ郊外に立つ日本食に関する卸問屋の役割をはたす企業である。

取扱いの種類の多さにまずは驚き。この会社と取引していれば日本食に関する食材・食器・制服など小物までひと通り揃うではないか。

細かくいうと主なものでも 米・しょうゆなどの調味料・日本酒各種・ビール(日本銘柄であるがヨーロッパ産とのこと)・陶器・漆器・ガラス類の食器(皿・すし桶からおちょこなども)・エプロンをはじめ法被などの日本レストラン衣類揃わないものがないくらいの品ぞろえである。

ここではミラノにある食事処だけでなく、イタリア全土またヨーロッパの一部にも発送しているとの事。それぞれの注文先へ個別に詰わせて発送するのであるが、荷造り現場も人力ではあるが手際よく、また私たちが訪問している間にでもおそらくミラノ市内の日本食レストランの店員らしき方が自家用車に商品を詰め込んで訪問先を出ていく光景も見られた。

また この会社では魚類も取り扱いを行っており現場でサーモンの下処理をしている様子も視察させていただいた。当然のことであるが冷凍状態で輸入されたものを下処理行っていました、その他スズキ・タイなどをメインにして加工しているそうである。

ただ日本産の魚介類は、いまだに東日本大震災の影響により人気がないようである。ミラノの日本食レストランは日本人が経営しているより、中国人の経営者がはるかに多いという事でそういう意味ではまだ震災後の復興が理解されていないようです。

私自身、このイタリアでの日本商品の物流が一番実りある視察先となりました。

- 日本食関連

夕食で訪れた 日本食レストラン『濱清 (はませい)』は、ミラノで 30 年余りの間、日本人経営者が開業する本格的日本料理店と聞く。経営者当時の苦労を本当に大変だったと話している姿、また 30 年間ここまで頑張ってミラノ一番の本格的な日本料理店にしたのだという話には力がこもっていた。ただ やはりご主人さんも仰っていましたが、いくら食材が豊富といえどもまだ日本からの生鮮魚介類・発酵食材が輸入できないため日本で食べるような日本食の味にはならないしまた水も硬水であるからどうしても味に違いが出ると言っておられた姿が印象的でした。

日本食はやはり日本で食べるのが一番おいしいと。しかし日本はイタリアンにしてもフレンチ等にしても各国の食材が自由に手に入るのも恵まれた環境での食文化が堪能できることには当たり前と思わず、ありがたさを持たなければならない。

- スローフード協会ローマ支部

ファストフードに反する意味合いでできた言葉であり文化であるが、日本であれば順番に出てくる懐石料理、西洋風というとコース料理の意味あい。それに食材

の原産地・生産者・物流・料理方法・店の雰囲気を楽しむ文化も含まれている。私個人的にはこれは本人が使い分ければよいのであって年齢・性別・環境・などで考え方は違ってくると思うが、石川県としては県産の食材を使った料理・調理方法・盛り付け・作法をまずは提案するところから始まるのではないか。

10月22日

- ・ イタリア政府観光局

イタリア政府の機関であり全国20州での観光活動の総まとめ役をする機関であるとの事。しかし近年それぞれが独立して活動しているため政府として統括するのが難しくなっているとの事。それぞれに有名な観光地を持っているため管理よりもイタリアという国をアピールする機関に変わりつつあるとの事。それぞれの観光地には目玉になる商品となる施設もあるがそれよりも大きくイメージされつつあるという。

例えば、ナポリは遺跡・小島、ベネチアは水、ローマは古い建物。それぞれが集まりイタリアとしての観光地を成し、大きなくくりとしてイタリア、イコールバチカン（市国）となる訳だと思ふ。

イタリアは観光都市さらにファッションの国としてのブランドを確立し、そのもとに各都市のローマ・ミラノ・ベネチア・ナポリ・フィレンチェとがある。

日本でも同様のことがいえ、海外から入る観光客はまず1番目（1回目）には東京へ行く。次にリピーターは一回目より深く地域のことを知りたがる傾向があることから、第2・第3の観光地へと足をのばすという。それは日本でも世界各国でも同じことである。どのように中・小都市をアピールしていくかを考えなければならぬ。

金沢も本年北陸新幹線開業し湧いたように観光客で盛り上がっているが、今後数年単位で動向を見ていかなければならない。ホテルが便乗して極端な値上げをしたり、食事処の質が落ちてきているとの報道を見ると一時的なことで利益主義に入ると数年後にはその都市はイメージが悪くならないかと危惧する。

このイタリアの観光を勉強するうちに驚いた資料を見せられた。イタリアはともかく日本の国際的な観光客の旅行者ランキングの低さである。2014年のデータからフランスがトップの年間約8,300万人で日本は1,341万人、世界順位では22位という。アジアの中でも中国が群を抜いて多く、続いて香港・マレーシア・タイ・マカオ・韓国。そして日本である。観光収入も世界ランク10位の香港の約半分の188,53億米ドルである。日本には東京があり京都があり大阪がありとっていたが私自身の考えでは少しデータが正しくないのかと思うほどの低さである。2016年度には2000万人に近づく来国数にはなるであろうがまだまだ世界の中では順位的に低いのが残念である。もっともっと飛躍の可能性はあるという事にもなるのですが。

・ チネ・チッタ

ローマからバスで約1時間のところにある映画撮影所。日本でいうならば京都の東映映画村というところとわかりやすいと思います。

巨大な屋根付き建物がいくつも並びその中にはいろいろな大道具の工事を行っているセット場もある。その建物の間をミニトラックやフォークリフトが走り回る。撮影をしていた建物のそばは大勢のエキストラが待機しており緊張感がある。別の場所ではオープン撮影場。簡単に言うと空のもとで巨大なローマ時代の都市の一部が出てきたという感じで、そっくりまねた外観は本物同様。しかし裏側内面をよくよく観察してみると石であるはずのものがプラスチックでできていたり、ベニヤの上にかにも石でできているようなデザインを書いたり。日本でも数多くあるテーマパーク(の裏側)を思い浮かべればよいのではないのでしょうか。また、この広場の賃貸について尋ねてみた。

10人程度から賃貸するそうで最大1500人との説明であった。賃貸料は時間にもよるが500ユーロ(日本円で¥68,000-)から25,000ユーロ(¥3,400,000-)まで会場の広さ・時間帯で段階があるとの事でした。

今までの賃貸の中では、自動車ディーラーが顧客を招待するために4日間借りたのが最高だそうで、ここ最近では年間60回程度の利用で、あまり利用がなく映画撮影のない日などが多いこのような施設を運営する難しさを感じた。少しローマ市街地から離れていることも原因の一つであると考えてこの自動車会社のイベントと行い、パーティした場合の郊外でのイベント型の難しさを感じてきました。

あらゆるイベント関係は世界中にわたり景気の回復が課題となる

10月23日

帰路へ

10月24日

羽田空港到着

石川県議会イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 八田 知子

『ミラノ国際博覧会』

5月1日に開幕した「共存する多様性」をテーマとしたミラノ国際博覧会にて日本館の視察をおこなった。10月17、18日の2日間にわたって日本館で開催された「石川の日」イベントへも参加した。

ミラノ市の中心部からバスで約1時間に立地したエキスポ会場は、10月31日閉幕ということもあってか、すごい人出で途中から渋滞に巻き込まれ、かなりの時間を有した。到着後、まずはスローフードのブースを視察した。このブースで食の基本的なあり方について学習をした。

そののち日本館へ移動し、日本政府代表の加藤辰也氏と懇談した。日本館は、木の温もりが感じられる日本的な建物で、持続可能性を体現する建築素材として、立体的格子を採用し、法隆寺に代表される日本の伝統的木材建築の知恵である「木のめり込み作用」を利用した造りとなっていたことに、コンクリートのような無機質ではない木の良さを改めて実感した次第だ。

懇談で、日本館が一番人気であり、開場前にもかかわらず、日本館への入館は、最長で9時間待ちとのこと。7割がイタリアで2割が周辺ヨーロッパ、残り1割がその他の来場となっている。イタリアからの観光誘客の一役を担ってもらえることを期待する。

懇談したのち、館内を視察。伝統と革新、キメ細やかさと大胆さといった相反するテーマをうまく融合させた展示は、単に物造りのみでなく体感してもらうことで日本を伝えている。こうした演出が、200万人を超す入場者数の大きな原動力になったのではないか。

石川の日のステージイベントでは、多くの観光客が見守る中、迫力ある御陣乗太鼓の演奏で幕を開け、芸妓による優雅な舞の披露、てまり寿司の実演等、見て・体験してと初めてのジャパニズムに大興奮してくれた。続くふるまい酒にも大喜びで幕を閉じた。我々もふるまい酒とてまり寿司、てんぷらの配布の手伝いをさせてもらった。

この視察により感じたことは遠く離れたアジアの中の日本というものに、関心を非常に持っているということ。食のみならず、文化や風習の違いは違いとして受け入れることにより、このパビリオンのメインテーマである(日本の農林水産業や食を取り巻く様々な取り組み、「日本食」や「日本食文化」に詰め込まれた様々な知恵や技が、人類共通の課題解決に貢献するとともに多様で持続可能な未来の共生社会を切り拓く)ことに繋がり、お互いの違いを多様性として尊重することの大切さを実感した。我々石川県もグローバル化を目指し、世界に目を向け文化や風習を発信すると同時に、時代に即した受け入れ態勢を取ることが国際観光都市を目指す石川にとって重要な課題であると感じた。

『伝統工芸ミラノスクエア』

エキスポと並行して、伝統的工芸品産業振興協会が期間限定でミラノ市内のブレラ地区に開設したポップアップショップを視察した。これはミラノ国際博覧会日本館認定イベントとなっている。伝統的工芸品産業振興協会が、欧州における流通の調査と、日本伝統工芸の将来についての販路を拡大するという目的で開催している。

車も通れない狭い街中の小さな店舗に驚いたものだ。どれだけの集客が見込まれるのか疑問だったが、ショップマネージャーを務める水ともこ氏のお話によると、週末には蚤の市も開催される通りとあって、一日平均平日で50人、休日には100人を超える来客があるとのこと。視察中も何人かのお客さんが興味深そうに店内を覗き込んだり、入店したりするなど、関心の高さを伺わせる場面にも遭遇した。

月平均の売上は1,400ユーロ。どのような商品が売れ筋なのか伺ったところ、決して値段の手ごろなものに人気集中しているのではなく、製造過程・工程を説明することにより、むしろ手間がかかっているものの価値をきちんと理解され高価なものでも買ってもらえるそうだ。竹細工・寄木細工・布製品の人気が高い。

石川県の伝統工芸品は36品目（国指定10品目・県指定6品目・未指定20品目）あるが、生活様式の変化や消費者の嗜好の変化に伴い、伝統工芸品を取り巻く環境の変化は悪化の一途をたどっている。最高期の平成2年の1,067億円から見ると、去年は4分の1の263億円にまで落ち込んでいる。

これから生き残りをかけて、海外での販路を開拓していくため、その国々での嗜好等をきちんとリサーチして、売り方の検討のまず前に、伝え方に重点を置いた取り組みをしなくてはならないと感じた。

良いものは良いという価値観を持っている欧州の人に、まずは九谷焼や輪島塗、山中塗など、まだまだ認知度の低い伝統工芸をも、伝え方ひとつで大きく伸ばすことが出来ると確信した。地元の伝統工芸を絶やさないためにも行政自体が経営者であり営業マンであらねばならない。そのためにもまずは、伝統工芸を理解することから学びたい。

『ジェノバ港湾 (SECH)』

ジェノバ港に1993年に設立されたコンテナターミナル管理会社SECHにて港湾整備及びコンテナ取扱状況について視察した。

ジェノバ港は開港1000年の歴史を誇るイタリアでも有数の港であり、輸入・輸出での取扱量は2014年世界のトップ100コンテナ中72位である。(地中海では2位)

ジェノバ港はヨーロッパの南の玄関口の役割を果たしていることから、成功している港でもある。(2012年参考貿易量5,160万トン)

最寄り的高速道路のゲートと同様に Campasso 鉄道から数百メートルに位置している。金沢港との違いの一つといえるのは、輸送における交通網の発達の違いではないだろうかと感じた。

面積206,000平方メートル、2014年コンテナ取扱い447,345TEUのSECH社と、陸壁500ヘクタール、水壁2,400ヘクタール(両方で約1,200平方メートル)、2014年コンテナ取扱い60,304TEUの金沢港とは比較は出来ないものの、学ぶことは多い。

また、19行のアウトリーチを搭載した岸壁クレーン、大型船(10,000TEU)を操作出来る構造を処分するために会社となり、海拔40,5メートルまでのスプレッダーの下の高さを有しているとのこと。

港湾周辺の視察後、感じたことは、ジェノバ港周辺は一つのタウンであるということ。旅客ターミナル、マリーナ、造船所、シーフードレストランなど、単にコンテナターミナルだけでなく、あらゆる施設が集中する海洋都市となっていることが、発展を後押しし相乗効果で都市も発展しているといえよう。

金沢港や七尾港の今後の課題として、まずは交通網の整備に着手しなければならない。県民自体が港へ足を運ばないという現状が、何に起因するかをもっと掘り起こして検討すべきである。

特に金沢港においては、来年以降のクルーズ船のさらなる誘致などが大きな課題となっている。そのためにもまずは、環境整備である。総合的な基盤整備なしに今後の発展は望めない。

『コスタ・クルーズ社』

1924年にコスタ・ラインとして設立され、貨物船運航から始まり、1986年にクルーズ専門となったクルーズ船会社であるコスタ・クルーズ社を訪問した。現在は15隻の船隊を有し、地中海・北欧・南米・カリブ海・中東・極東等でクルーズを展開している。また200を超える国や地域、70ヶ国以上の国からの8,300人の従業員、38,000以上のトラベル会社とコンタクトを取っている。アジア関連の業務は、上海と香港にオフィスを構えるコスタアジアがまかなっている。

ロバート・フェラリーニ港湾担当副社長とのお話しの中で、アジアに対する深い興味を話された。

日本をに対しては、まだまだクルーズの文化は浅く、マーケットも拡大していないが、逆にその点に着目して、日本への寄港を決定したのはコスタ・クルーズ社が初めてである。

日本・中国・韓国は今後のマーケットとなるであろうと期待されている。

クルーズ船の継続のためには85%の乗船率の維持が課せられる。そのために石川県がやるべきことは何か？

まずはサービス、おもてなしが重要なポイントとなる。特に礼儀正しいという日本文化には満足度が高いという。海外のお客様には特に着物でのお出迎えが大変好評だったそうだ。

またソフトの面だけでなく、ハードの面での充実も大きな課題となる。港の整備はもちろんのこと、街も発展させ、一つの大きな港タウン構想を確立させなければならない。そのためには地域との協力関係が大切である。

県としては、入り口であるゲートの美しさにも力を注ぎ、市街地までの交通手段をゲートに近くすること。それに加えて大きな駐車場の完備と、交通網の整備またはシステムの構築をしていかねばならない。観光地との一体化ということも必須条件の一つとなってくることは間違いない。観光地が極めて近いという石川、金沢の利点をさらにPRすれば、まだまだ伸びる余地がある。

今後クルーズ船を継続的に寄港させるには、県としての取り組みはまだまだ先が長いが、コスタ・クルーズ社からの注文に対して、金沢港の問題点や課題を今一度しっかりと分析し一つ一つきちんと処理していかねばならない。

『伊藤忠イタリー社 社長との意見交換』

石川県繊維企業（サンコロナ小田社）の海外戦略状況及び繊維ブランド戦略について、伊藤忠イタリー社明嵐陽一社長よりお話を伺う。

イタリアは国土面積を日本とほぼ同じくし、南北に長いという点でも日本と共通項がある国である。人口は日本の約半分である。社長が肌で感じるイタリアとは、経済の動きはやや遅めであり、GDP は日本の3分の1程度（日本の 600 兆円に対し、直近レートで約 200 兆円）である旨の概況説明がある。人口比率で掛け合わせると5～6倍日本に比べてゆっくり動いている感じだそうだ。経済成長率はマイナスで、失業率も12%とにほんよりもかなり高いが、直近でようやくプラスに転じてきているといった経済状況にある。貿易関係では日本と同様に天然資源の輸入が多く、輸出は機械や金属、繊維・衣料品・皮革製品などが主力である。またイタリアはヨーロッパ第2位の農業大国でもあるとのこと。

この輸出の繊維関連で伊藤忠が常駐して商売を掲げているところである。

イタリア製品は概して高付加価値であると認知されている。国民の多くが「MADE IN ITALY」ということに強いこだわりと自信を持っている。モードはフランス・クリエーションはパリ・具現化するのがイタリアであり、非常に強い素材への提案力を持っている。また生産体制の特徴として、中小企業が一般的で企業間の結びつきが強いコモでありプラドである。

サンコロナ小田社の商品の販売の手伝いを伊藤忠がやっているという構図。年間50～60tで、1億4,000万の売り上げを持っている。日本から見てイタリアは衣料に関する第2位の輸入先であるとともに、原料等の第8位の輸出先となっている。今後はにルストロンやミストロンといった割織糸に展開していく。これは20デニールから2デニールの割織糸で、マットな光沢感やしわになりやすく、洗濯しやすいといった特徴がある。

石川県の繊維産業であるが、私の地域でも繊維関連の事業所の閉鎖が多いが、世界に通じる技術を持つ会社は善戦しているといえよう。イタリアと同様、中小零細が主流の繊維産業であるだけに、県としては技術開発をさらに支援するべきだ。先に実施された石川・福井繊維企業連携新素材開発等支援事業のさらなる強化や連携範囲の拡大などに力を注ぐ事が喫緊の課題ではないか。

高い技術を持つ石川・福井の繊維企業が、県域を越えた連携の下で行う新素材開発・販路開拓を両県の行政・支援機関・公設試が一体となって支援することで産地の自立化を加速させるのではないだろうか。

『ミラノ交通社 (ATM)』

面積1, 575平方キロメートル、人口134万人のミラノは非常に速いスピードで発展している。古い町並みのほとんどの路地に多くの車輛が道路脇に駐車する（基本的にイタリアには駐車場という概念がないとのこと）ほど自家用車の普及率も高いのにもかかわらず、自家用車とバス・路面電車といった公共交通とが共存している違和感を覚えるくらい不思議な光景だった。

1日約5, 678, 000人が動くミラノでは、57%がバスや路面電車、地下鉄といった公共交通機関を、30%が自家用車を、6%が自転車、7%がバイクを利用している。公共交通を利用する方が移動時間も短く、料金が安いといった事情があるようだ。年間7億人の乗客を運ぶのがミラノ交通社である。

また、旧市街に車を乗り入れる際は通行料として5ユーロ徴収することによって、通行車両が3割減少し、渋滞の緩和に大きな結果を出している。

地下鉄の通っていない地域に路面電車を作り、渋滞緩和策として、電車専用レーンを作り、電車が通ると青信号に変わるシステムも構築されている。

しかしその反面、郊外では自家用車の利用率が高く、パーク・アンド・バスライドを推進するために、駐車場整備等が課題となっている。10年計画で新システム・メンテナンス計画が出来ている。また、まだ日本ではなじみの薄いカーシェアリングやバイクシェアリングを積極的に推奨しているとのことであった。

石川県では、金沢市でLRTの導入なども提唱されるが、かつて路面電車が走っていた事実からすれば実現は可能だ。今後の高齢社会を考慮すると、どうしても車社会は外せない事案である。安全面・料金面においても公共交通機関の充実を一層促進すべきである。イタリアでは約50%が国の補助金で運営されている。高齢者をはじめとした交通弱者に対して、移動する権利を保障するための税金投入は必要不可欠であると思う。

『ローマ日本人会との意見交換会』

イタリア三越社長渡辺ローマ日本人会長、ホンダイタリア社長高橋理事長、ローマ日本人学校校長松本理事、JALパック支店長伊藤理事、在バチカン日本大使館参事官小川理事と意見交換を開催した。1975年にローマ日本人親睦会として発足し、2012年にNPO団体として登録。現在、40社の法人会員と311人の個人会員で構成されている。

イタリアでの流行の話、宗教的な価値観や、風習の違い、海外日常生活の苦労話など、色々聞かせて頂く。

日本食に対するイタリアの受け取り方をお聞きしたところ、日本食の人気は高いとの事。残念なのは、90%の日本食レストランは、実は中国、韓国人の経営する日本食だということ。本当の日本食を知って頂きたいという思いの我々には、非常に歯がゆい思いをかくせない。寿司と天ぷらさえあれば、日本食というイメージが定着しているらしく、本当の日本食をどうしても知ってもらいたい衝動にかられた。しかし、本当の日本食を提供しようとする、海苔ひとつとっても、価格が合わず、安い中国製になってしまう。これを日本食と思われたくない。どうやって本物を伝えるかがこれからの課題である。政府認定のマークを作ってはどうか。安心して安全な日本食を提供するためにも差別化が必要であると思った。今後、日本食の海外展開における、頂いた宿題を一つ一つ解決していかなければという気持ちを持った。

『国際連合食糧農業機関（FAO）事務局』

1945年に飢餓と貧困をなくすことを目的として、農業開発や食料安全保障の諸問題に取り組んでいる国連機関（FAO）を訪問した。その中の、世界農業遺産（GIAHS）は、伝統的な農法や生物多様性、農村文化、景観等、一体的に保全されている世界的に重要な地域を後世に継承するため、2002年にFAOが創立した制度である。能登の里山・里海が認定されている。

GIAHSコーディネーターを務める遠藤芳英氏から説明を受ける。

GIAHSの定義は2002年に作られ、今もそのまま使われている。「特筆すべき土地利用システムおよび景観」というキーフレーズのもと、生物多様性を豊かに保ちながら、地域の農村社会が持続的な経済発展をしていかなければならず、環境の保全もという、相反する課題を同時並行的に進めるということに加え、特筆すべき世界的な価値を有することが認定条件であるとお聞きし、能登が認定されたことをうれしく感じた。

現在認定を受けているのは14カ国32地域である。中国11、インド3、アフリカ6、日本5他で、ちなみにヨーロッパや北米は0である。その背景には、認定そのものに対する価値観の違いやFAOそのものに対する温度差などが影響しているとのことであるが、いずれにしても認定地区の地域的な遍在性を解消することが今後の課題であるとのことであった。

GIAHSの5つの基準は原住民・生物・農業対応性など、貧しい地域の匠の農法を守るため、出発点・原点から出来た。言ってみれば危機に瀕していることがスタートだ。そこから時代に合った保全へとつながる。

また、「認定したことで終わり」ではなく、「認定することから始まる」ということにも重きを置いている。認定を行うことによって適応型保全を行うこと、しかも単なる保全ではなくてその時代や環境に即した政策なり対策を講じながら保全していくという方向性である。

日本にとって財産である能登の里山・里海を今後いかに守っていくかの取り組みは、石川県のみならず国をあげてやっていかねばならない。現在大学等とも連携して取り組んでいるが、県内での認知度はまだまだ低い。地域の財産に対して守るという意識が低いといずれは滅んでしまう。まずは浸透という点に着手し、様々な情報を発信し、理解と関心を持ってもらえるところから始める取り組みが必要であろう。

『グルメライン（ニッポニア）』

ローマ郊外にある日本食品を中心とした輸入・卸売を行う商社であるグルメラインを訪問した。まず、保管倉庫に案内してもらった。海苔や醤油、清酒、米をはじめとした日本の食材や器、日本人形が山積みされていた。器をはじめとした関連品も同社は取り扱っているとのことで、日本食に関する総合商社的な存在になっていることにまずは感心させられた。

ベルナードジョルノ社長の説明では、イタリアではにおける日本食ブームで日本食レストランと名のつくものがここ数年急増しているとのこと。6年前はイタリア全土で50件程度であったものが、今では1500件もある。しかし、全体の85%は中華料理店からの移行で、中国人、韓国人の経営者がしている店である。

本物の日本食材を取り扱う店はまだまだ少なく、どうしても価格的にも安い中国食材が多い中、同社は本物の日本食材を流通させるため努力している。

3. 11のち、日本からの食品に対し規制がかかっていた為、イタリアを初めとする欧州

で日本食を作っていた所と取引きをしていたが、規制の緩和により、本来の日本からの輸入に戻りつつある。日本製は、安全、安心のブランドであるので、人気は高いが価格ではどうしても何種類かは安い中国製にせざるをえない現状。知名度が低くても、いいものを自ら宣伝して流通拡大していきたいところ。ニッポニアに石川県として、もっと売り込める石川食材を宣伝して、イタリアに、石川ブランドを流通させる取り組みをしたい。

『スローフード協会ローマ支部』

スローフードとは、ファストフード（大量生産・大量消費を主眼に、経済効率を優先した食品や食事）に対抗して提唱された、お話によると、スローフードの三原則は、グッド（おいしい、素材の味）、クリーン（清潔、環境保全、季節感）、フェア（正しい仕事、正しい食品の購入）である。その土地の経済的な食材や持続可能な食文化で、イタリアのピエモンテ州がブラに本部がある。スローフードの理念に賛同する会員が所属する国際的なNPOであるスローフード教会ローマ支部を訪問した。設立は1989年である。160か国1,500以上の支部を持ち、10万人以上の会員を有している。100万人以上のサポーターも有している。450製品を認定している。1,700箇所のアフリカの農園を守ってしていく活動をしている。

モットーは味わう・楽しむ事、それぞれの地域環境を守ることである。民主的に全ての人に同じ様に喜びの権利を守る事にある。美味しくて衛生的であること、伝統的な（郷土料理）ものを守っていく事、消費者を守る中に生産者を守るための知識を与えている。例えば、りんごは、100種類あるが、1つずつの種類を知ってもらう、食感を知って貰うと言った食育も行っている。素材の正しい知識を持ってもらう活動をしている。

今後の取り組み課題としては、親も子も共にの食育であろう。食べ物は美味しくなければならぬということ。本当の味、食材の味を知ってもらう。加工品はどういうものかも、きちんと知らせる。製品そのものの良さを残した食育の推進を図るべきであると同時に、直接消費者が販売できる、要するに作り手の顔が見えるイコール、安心、安全を与えるシステムも構築していく事が大切だと思う。全ては食につながるのだから、きちんとした食育をする機会の拡充を進めていきたい。

エマニュエラ・ダ・ロス氏、アンヒリタ・セルヴィ氏による、スローフードによる、マフィン、ワイン等を食させて頂き、素材の味の本当の美味しさを味わってきた。

『イタリア政府観光局 (ENIT)』

イタリア国内のインバウンド（外国人観光客）に対するプロモーションや、日本を迎える体制等についてイタリア政府観光局（ENIT）を訪問した。国際観光客到着数世界第5位を誇るイタリアは20州の自治体ごとに観光プロモーションを持っているため、分かれすぎてバラバラで外国に伝えにくくなったことを解消するために、ENITとしてまとめる政策がとられた。しかし国レベルでは観光の位置づけはまだまだ低く、各省庁の一部でしかなかった。今は文化活動省に属している。2003年に戦略的プログラムが生まれ、その中に観光業を生業とするもの、非営利を含め70活動にプログラム化し、段階に入っている。が、まだまだ変換時期である。資金も国からであるが、スペイン等のヨーロッパ諸国から比べると非常に少ないため、見本市などのスペースを各州に貸すなどして収入を得ている。

ENITはイタリア全土の様々なジャンルの観光素材の紹介や、観光資源の包括的なプロモーションを行い、旅行商品化・商取引の活性化支援を行っている。

イタリアの観光産業は1億627万ユーロの経済効果があり、PINに占める割合は10,1%、就労者は11,4%となっている。

日本からの観光客の82%がローマ・フィレンチェ・ベニス・ミラノへと行くが、これ以外にある16州をどのようにプロモーションするかが課題となっている。Made in Italyキャンペーンでは、一人一人の要望サイズに合わせたプロモーションを展開している。このことに対しては県内でも同様のことが言えよう。ほとんどの観光客が金沢もしくは和倉までであり、加賀地区や奥能登まではなかなか来てもらえないという点と類似している。NHKドラマまれの効果で、能登地区はまだ賑わっているが、この効果もじき終焉を迎えるだろう。この時こそが勝負であり、対応策の検討が急務となっている。

さらに石川県としては、国内観光客はまずは、東京。そこから足を延ばして京都・大阪といった構図があり、いかにして石川まで足を延ばしてもらえるかの戦略がこれからの一番の課題である。プロモーションの際、まずは外枠の大きなものをバンと打ち立て、その中の小さいものをきめ細かく宣伝していったらいいと思う。

石川県は新幹線効果もあり、東京に近くなったという強みが出来たのでプロモーションいかんではかなりの誘客を見込めるはずである。ゴールデンルートや昇龍道を利用した更なるプロモーションを期待する。とにもかくにも宣伝である。いかんせん宣伝力に課題が残る。いかにして興味を持って人を引き付けられるかがポイントである。と、同時に受け入れ環境の整備も早急に対応していかねばならない。

石川の地域性を思う存分出せるように、例えば農業体験・郷土料理体験・神社仏閣体験など、体験型プランの充実を図ってみてはどうだろうか。地域と連携し、県民一体となって取り組んでいくことにより、他県に負けない観光王国になるための、課題が見えてきた。

『チネチッタ (Acient Rome Set at Cinecittà)』

1937年に建設された、イタリアで最初の大規模な映画撮影所であるチネチッタを訪問した。かつてはフェデリーコ・フェリーニ監督の映画が撮影され、現在では映画のみならず、TVの収録も行われている。ニューヨークやイタリア、フランス各地の街並みのセットや、日本映画テルマエロマエの撮影にも使われた、古代ローマ時代のセットもある。

チネチッタの最大の特徴は、映画撮影のみならず、屋外セットなどをMICE施設として活用されていることである。10名から最大で1500名まで対応できることをセールスポイントとし、夕食会や会議等、舞台や照明も活用した演出のもと大きな実績を上げている。これまでに日本企業を含めた300イベントの開催実績があった。

チネチッタは3歳から大学生まで見学出来る教育の構成となっており、文化や制作現場を体験することによって教育の一環を担っていることは素晴らしいことである。

石川県のMICE誘致は、1,000人以上の大規模コンベンションでH26年で26件・15万人。本年は今のところ57件・30万人と飛躍している。

しかし、新幹線高架の恩賞ともいえる観光客の増加に伴い、MICEとの時期がバッティングしてしまうと、宿泊施設や会場の不足という問題も出てきてしまっている。解決策としてはただ単純に箱モノを増やせばいいのだろうが、それでは、閑散期の経営上の問題が浮上してしまい、根本的な解決策とは言えないと思う。ならば今あるものをもっと有効に使えばいいのではないか。特に石川県は温泉大国でもある。温泉地に協力してもらうことで、独自性を出せるのではないだろうか。休日前はなかなか難しいとはおもうが、先般小松市の温泉組合と話をさせてもらい、平日であれば一人一部屋でのプランでも協力出来るとの答えも頂いている。(全てではないが可能性としては大丈夫とのこと)

MICEに関しては、地域一体となって誘致活動をし官民協力のもと、日本らしさ・石川県らしさをPRしていかなければならない。

また付加価値を必ず付けることによって、リピーターの確保にも取り組まなければならない。たとえばMICEに合わせて小さな祭りを再現するとか、いろいろなアイデアを出し合って、来てくれた方がまた次に行ったらどんな楽しみがあるのだろうかという、ワクワク感を持ってもらえるような企画をどんどん打ち出していきたい。

イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 車 幸弘

ミラノ国際博覧会視察について

石川の食文化、伝統工芸を世界に発信！

当日のミラノ万博会場には、天候はそんなに良くはなかったにもかかわらず、たくさんの方の来場者で埋め尽くされていた。大変盛況であった。

1日平均25万人の入場者があり、来週には日本館の入場者数だけでも二百万人の来館者となる見込みだそう。期間中には2千万人の目標を立てていると聞いたが、おそらくそれ以上の入場者数になる見込みだそう、世界各国のブースの中を横目に掻き分けながら日本館に到着。すごい行列になっていた。日本館が人気なわけが、見れば納得できた。6ヶ月間にわたり35もの自治体がそれぞれの地元の食文化や伝統工芸を直接発信したということだ。時には日本館の待ち時間が8時間、9時間待ちだそうで、その魅力を体感するために日本館への期待と興味が益々湧いた。日本館の中に入ると、六つのゾーンに分かれており、日本の食や伝統文化など体感を通して伝える工夫があった。特に日本の水田の風景や里山里海をデジタルでビジュアルや音声を駆使して包み込まれるような感覚が五感で体験ができた。特に、最後のゾーンは、シアター型の疑似体験できる未来のレストランといった感じで、日本の食を体験できるアトラクションタイプのゾーンで体験してみると、なるほど人気があるのがわかった。しかし思った以上の入場者数で100人くらいの単位での大型アトラクションでの、この人数をさばくのは至難の技だろうと思った。

1

視察から学んだことは、日本の食は世界に発信できる大事な資源であるということを確認した。長い歴史を経た本物の資源は国境や世代を越えて認められる。

2

当日は、石川県の地酒を振る舞うお手伝いをさせていただいた。

日本酒を堪能し、みなさんのあふれる笑顔に、石川県人の誇りと、日本の伝統を発信しながら現地の方々とのふれあいのいい機会ともなった。今後の課題としては、石川県の優れた資源を、いかに世界に繋いでいくか。

具体的な流通経路や、点と点ではなしに、行政もバックアップしながらの面と面の繋がりを強固にしていくことだと考える。

伝統工芸ミラノスクエア視察

エキスポと並行して日本の伝統文化をスクエアから細部に発信する役割

洗練された店舗から、発信される日本の伝統文化。

5月1日から10月31日までの6ヶ月間混み合う人波のミラノの街角に、洗練された小さな店舗がある。ここが伝統工芸ミラノスクエアである。

ショップマネージャーの水ともこ氏のお話を聞かせてもらった。

日本の伝統工芸の将来についての販路拡大をする調査のために、この店を開いたということだ。5月1日のエキスポの前にミラノでは世界的な見本市が行われたそうで、そちらでもニュー伝統工芸も含め、若い職人さんとのコラボレーションでできあがったものを中心に展示、その際の感触がとても良かったということもあり、今回のスクエアでもさらに力を入れて展開しているようだ。

平均の入場者数は1日平均50人、日曜日は骨董市があり、数多くの人出ということもあって、100人を超える来客数の時もあるとのことだ。

売上は1日平均400ユーロで、全体的な傾向としては、安いものよりは、高価のものが売れるという。売れる商品のポイントは、手間がかかっていることがはっきりとわかるもの、他の国との差異がはっきりしているもの、そういう品物には納得のいく金額を出してお買上げされるようだ。店内には、様々な日本の伝統工芸を駆使した商品が綺麗に陳列されて置いてある。茶碗や包丁、籠や器など様々だ、日本の包丁は、精度が高く、よく切れるという評判があり売りやすいとのこと。

石川県産のものに関しては、すごくニッチな客層だが、価値観を見いだす方には売れているとのこと。中でも、山中塗に関しては、きちんとデモンストレーションや説明をして理解度が上がれば売上に繋がるらしい。

客層は主にイタリア人、大部分はヨーロッパの方々だそうだ、イタリアにも伝統工芸品があり、高級品もあるので、違いが分かる方々がお高いものでも買っていかれるとのこと。中国製の安いものもたくさんでいるそうだが、やはり本物の違いがわかる伝統工芸品は、値段が高くて目のかえたお客様がきちんと買っていただくそうです。

今後の課題としては、石川県の伝統工芸を、より早く正確に情報を伝え、手間暇がかかっているということをいちいち説明しなくても、証明、認知されるようなアピール力を工夫しなくてはならない。幅広く世界に展開していくためのルートの構築、検討が必要だと思います。

これらの素晴らしい伝統工芸品を、ヨーロッパからでも、日本へ、そして石川県に足を運んで買いに来ていただけるほどの、商品の魅力発信に今後とも活躍に期待するとともに、工夫や検討を注いでいきたい。

ジェノバ港 (SECH)、コスタクルーズ社

石川の港から世界へ。

石川県の港湾事情とも照らし合わせ、金沢港などの今後の、クルーズ船誘致や貿易などの課題解決や展望のヒントとなる

イタリアのリグーリア州に位置するジェノバ港湾 (SECH) は、港の拡大事業をはじめて 20 年の歴史がある。天然の港ではなく、埋め立て地である。会議室での説明を受けた後、バスにて港湾内を視察したが、港の大きさは、面積が 206,6000 平方メートル、コンテナの扱いは 447.345TEU、グルーと呼ばれるクレーンをたくさん設置したことが、重要な事業で、もう一つの、南イタリアのカラブリア州の港の方がコンテナ取扱量は多いそうだが、そちらはハブ港であり、目的地としての取扱いはジェノバ港の方が多い。オフィスの下に機械を置くためのスペースがあり、港の深さは 14.5m より浅いところはなく、川もないので砂は入り込まないとのこと、特徴としては、荷物を外に運び出すための線路が最寄りに通っているため、コンテナ等を電車で運ぶことができる。トラックでも高速ゲートが同じく最寄りにあり、迅速に運ぶことができる。ほとんどの荷物はバラ積みがないとのこと。以前は輸入が多かったがここ最近では輸出が増え、輸入と輸出の量はほぼ同じだそう。本県の港でもこれだけの、巨大なグルーや、システムが整っていれば、より効率的に貿易が盛んになると思われる、輸出、輸入の量や、質を十分吟味しながら、本県でも貿易を盛んにするための十分なシステムづくりなど、検討課題が明確化できるのではと思った。特に本県の誇れる資源を、世界により多く発信できる環境を今後検討するためのきっかけとなる、現地を見て聴くことがいかに重要か、特に思わされる視察であった。

コスタクルーズ社視察では、会社の概要とマーケットのお話を、港湾担当副社長のロバート・フェラーニ氏とアルマンド・ボキヤルド CSR 部長、お二方が直々に大型ビジョンを駆使して丁寧に説明してくれた。1924 年にコスタ・ラインとして設立され、当初貨物船を運行していたが、1947 年にイタリア～南米で定期客船の運行を開始し、1986 年にクルーズ専門となったそう。2010 年以降、15 隻の船を所有し、地中海、北欧、南米、中東、極東、などの地域で、コスタ・クルーズブランドでクルーズを行っている。今後アジアは非常に興味深いマーケットである、とロバート副社長が熱く語った。最近では日本を経由していく船が増えているが、残念ながら日本のマーケットとして拡大はしていない。しかし、私たちは日本でクルーズ船を寄港させることが重要なビジネスであると決断した。コスタ社はヨーロッパで一番大きなクルーズ船を取扱う会社で、乗船客数でも、売上がナンバーワンである。テレビ CM にも着手したのが、コスタ社が最初だとのこと、中国でも最初の市場をもち、200 の国、地域からお客様が来ており、38,000 以上の、旅行会社と契約している。ヨーロッパでは日本に、すごく魅力を感じている。とくに伝統文化が高く評価されており、礼儀正しい

ことも加え、ヨーロッパの文化との違いを楽しむ方々も多いとか。来年の7月にはコスタクルーズ社のビクトリア号の金沢発着の就航が決まっており、今後も継続して就航をお願いしたいが、それに対しての課題は、港の整備や町と港の協力歓迎や、観光地、繁華街などへの二次交通アクセスが重要な要素となる。あと、船の中と、外への観光地へ降り立った時の差別化も重要な鍵となりそうだ。本県でも、今後このようなクルーズ誘致を進行させるにあたり、港の整備はもちろんのこと、受入の体制や、二次交通アクセスの整備も兼ねて、おもてなし力の向上につとめなければならない。今後益々のクルーズ船の誘致に着手できるよう、今後も綿密な計画を立てていかなければならない。このコスタ社への視察が、次へのステップに繋がるための、参考になったので、来て良かったと思った。

伊藤忠イタリー社 社長との意見交換

ジャパンテクノロジーを世界に発信

伊藤忠イタリー社 社長の明嵐陽一（めあらし よういち）氏のお話を聞いて。

イタリアは、国土面積は日本とあまり変わらない。南北に長く、日本と同様。人口は日本の半分程度。経済の動きも、やや遅く感じます。平均寿命は非常に長く、日本と同じ長寿国である。と口火を切った明嵐社長、イタリア経済の概要をはじめに、たんとんとお話しいただいた。

イタリアの、経済成長率はマイナス、失業率が12.8%と日本より非常に高い。ただ、直近の2015年第2期四半期では成長率はプラスに転じたが、失業率は若干低下して12%となっている。先週のニュースでは、イタリア議会の元老院の定数を100人に絞る法案が国会をとおり、40歳の首相が進める経済改革の目玉となっている。官庁、省庁の削減法案など、戦後のイタリアの歴史の中ではニュースで特筆されることである。去年から若い首相の力で強引かつ大胆に推し進めて、若干のマクロが向上しているそうだ。

イタリアの貿易は、輸出の方が常にやや上回っている状況で、輸入品目については、第一次製品、天然資源については、輸入大国でもある。フランスに次いで農業が盛んな国であり、食料自給率は非常に高い。輸入の相手国はユーロ域内の相手国ドイツ、フランスが中心で、最近是中国も増えていくことが予想される。輸出の方では、機械、金属に次いで、繊維、衣料品、皮革製品とあるが、これがまさに伊藤忠商事が常駐して行っているところである。機械と金属製品に関しては、精密機械、オンリーワンの商材、非常にニッチなところの製品がメイドインイタリーということで、他にないというところで輸出の大きな部分を占めているところが特徴である。

イタリアの繊維産業の特徴は、製品が高付加価値であると一般的に認知されている。モードを作り出すのはフランス、クリエーションはパリ、具現化するのイタリアと、非常に強い素材の提案力を持っている。北陸、尾州、泉州に代表される産地がビジネ

モデルとなっている。圧倒的に中小企業が多く、提携して情報をネットワークしている。

伊藤忠商事のイタリアでの取り組みは、6つのカンパニーに分かれ、3つの分野に分かれている。

原料、アパレル、ブランド部隊に分かれており、原料部隊がシルストロンなどの現地での調達など、アパレル部隊が主に北陸地方の地場の製品を中心に特殊な高付加価値のメイドインジャパンの販売を協力しているとのことだ。1980年代の初頭から活動を開始し、現在は著名ブランドを含む50ブランドを扱っており、日本の総合商社としては最大である。今後の展望としては、ポリエステルをより細くする技術が世界一の、サンコロナ小田さんという会社と提携し、ジャパンテクノロジーを世界に発信していきたい。とのことである。

本県の繊維産業も厳しいものがあるが、海外で勝負する伊藤忠商事さんの熱い試みを参考にして、まだまだ日本のすぐれた繊細な技術を国外に向けてチャレンジできることができるのではないかと思った。この視察での、勉強を少しでもお役に立てるよう今後具体化した検討を考えてみる。

ミラノ交通社（ATM）視察

ミラノでの都市交通システムの整備状況について

世界最大規模の観光客や人々が行き交う都市交通システムを動かすマジック。

ミラノは非常に早いスピードで変わっている。つまり発展しているのである。各地区の再開発が進み、常に外国人の訪問が多い観光都市でもある。ミラノでは57%がバスや路面電車、地下鉄を利用し、30%が車を利用している。残りは自転車で、毎日567万8千人が動いているそうだ。路面電車のトータル距離は323Km、ヨーロッパの中でも最長クラスである。ミラノが一番古い街並みも残っており、戦後からかなりのスピードで発展してきた。カーシェアリングやバイクシェアリング、ジュニア用のバイクレンタルや、新車両の取り入れなどにも力を入れ、車の駐車は、42%が路上駐車ということもあり、今後パーキング整備にも取り組んでいくとのことだ。ミラノで行われる見本市は、ヨーロッパでも重要な見本市で、来年はサッカーのチャンピオンリーグも確定しており、益々多くの外国人の訪問が期待されている。35ユーロを払うと、どれくらい動けるか検証を聞いた、ミラノでは約83Km、ローマで61Km、トリノで54Kmであり、同じお金を払っても、ミラノが最も長い距離を動くことができる。年間約7億人を輸送しているそうで、まさに目から鱗であった。ミラノは人口が中心部で130万人、郊外を入れると320万人のそれほど大きい人口の街ではないのだが、年間でかなりの観光客がおとずれる。おとずれる人数は答えられないと言っていたが、ATMで年間述べ7億人の人たちが交通システム（ATM）を利用しているそうで、こ

れまた目から鱗であった。しかも、公共の乗り物で採算がとれているというからこれまたビックリだ。なんでも、国からの補助金が50%あるという、国の政策としてミラノの発展のためにも助成金が出ているという。国の助成金がなくプライベートで投資されている路線もあるそうだが、本県でも、国が約半分補助してくれるほどの観光都市にしていきたいものです。渋滞も少なくすぐれた交通政策を実行していた。街並みの保存や、人々の流れ、全体的な交通や路面電車と地下鉄などのバランス感覚がすぐれ、こんな綿密なシステムを、この長い歴史の中で様々な工夫をしながら構築してきた賜物であろう。

本県においても、主要ゾーンから県内各所の観光地や各自治体への二次交通アクセスを、見方を180度変えて新たな発想で取り組んでほしい。やはりミラノは理想的な交通システムだが、やはり現地に行って、検討、視察することが重要です。

ローマ日本人会との意見交換会

石川とイタリアをより深く結ぶ交流事業

実際にローマに住んでいる日本人に、現地の事情や、ローマから見た日本、石川県を聞く。

ローマにて、ローマ日本人会の5人の役員さんにお話をいろいろと聞かせていただきました。様々な職種の方々と、いろんな分野からの所見をお聞かせいただきました。まずは渡邊会長より、ローマ日本人会の概要説明がありました。約40社が法人として加盟しており、会員数は300人、イタリアの首都でありながら、実は日本人的な組織としては、ミラノの方が大きいそうです。なんせ、ローマは2千年の歴史があり、遺跡が所狭しと、ごろごろとあり、歴史の古いところですが、地下鉄もまだできていないような状況でもあります。そんなローマですが、日本の企業にまだまだチャンスはあります。石川県議団の数と熱心さに圧倒され、我々の意気込みに敬意を表します、と熱く語り、意見交換会が始まりました。現地の情報を生で聴けるという光栄な場に、参加させていただけることに敬意を表すとともに、胸が高鳴り感謝です。次に、ホンダイタリア社の社長である、高橋理事長からお話を聴かせていただきました。現地に住んでみて感じたことは、まずイタリアの人たちは保守的なところがあるので、この歴史や文化を守ってきたのでは、と語りはじめました。ミラノ万博日本館の最後のブースのところで、一輪車みたいな乗り物セグウェイが走っていたかと思いますが、あれは弊社の乗り物で、ASIMOのテクノロジーを入れたバランスを自分で取って走れるものです。誰でも乗ることができ、まだまだ開発ベースではありますが、今後よくお見かけするようになると思いますとのこと。本県、金沢や、各地域の観光地でも、もし、セグウェイのコースやツアーがあれば話題になり、多くの方々に喜ばれるだろうと思った。しかし、まだまだコスト面での課題があり、値段は、まだ開発時ということで、発表されていませんが、今後の検討課題にも付け加えたい。高橋理事長は、

今後も日本企業のテクノロジーを、ローマから世界に発信していく意気込みが感じられた。次に、ローマ日本人学校校長の松本理事にお話を聞いてみた。学校は児童数 33 名、児童数が少ない中でも、子どもたちは非常にキラキラして、笑顔いっぱい学校生活を満喫していると語る松本理事の目も、キラキラと輝いていた。日本の文化も、もちろんですが、ローマの文化や歴史も教育内容に組み込み、グローバルな若い世代の教育活動に邁進なされているようでした。

今後、本県も海外交流などを通じて、子どもたちのインターナショナルな感覚を、文化や歴史、コミュニケーションを通してグローバル世代の発展に繋げていきたい。最後に、校長先生が、笑顔と世界平和に役立つ子どもに育ってくれるよう願います、と言われたことが印象的でした。次に JAL パック社長の伊藤理事のお話しをお聞きしました。石川県には、まだ行ったことがなく「まれ」の大ファンだそうです。家族みんなで楽しみにしておられるそうで、ローマでも「まれ」が見られることに驚いた。石川県出身の永井豪さんのマジンガーZ や鋼鉄ジグなども、イタリアでは大変人気があるらしく、伊藤理事も大ファンだそうです。ゆかりのある石川県に一度行きたいと、興味があるようでした。石川県とイタリアでは通じるものがあるとおっしゃっていました。また、日本に行きたいと思うイタリア人はいっぱいいるそうです。しかし、ローマの生活水準は低く、日本に行ける人は、まだまだ限られた方達だけになっているそうです。ヨーロッパ諸国と比較しても日本は素晴らしい国だ、と豪語しておられ、一人でも多くの人に石川県に行ってもらいたいなどと、この方に石川県の観光大使になっていただきたいと思ったほどでした。最後にバチカンの小川理事のお話しをお聞きいたしました。今回の意見交換会の中身の濃さに、時間が経つのが早すぎて、もっと時間がほしかった、と嬉しいかぎりでした。ブカレスト、ルーマニア、トルコ、アイルランドなど、各国に任国なされた経歴があり、トルコが一番長く深い関係があるとのこと。ルーマニアは発展途上国で上り調子、イタリアは経済全体からすれば、落ち目なのかもしれないが、零細企業、中小企業ですので、日本食が、ピンポイントにズバツと入れば市場が伸びておもしろいことになるだろうと、見解されていました。最終的には、やはり現地に行ってみて体験しないとわからない、できることなら住んでみる。そこまでしないと本当の良し悪しはわからない。しかし、石川県議団の今回の視察については、この行動力と情熱に、きっと実のあるいい視察になるでしょう、と語られていました。

国際連合食糧農業機関（FAO）視察

石川県の適用型保全モデルを、世界に発信。国連の研究機関ともタイアップして新しい画期的な農業システムを。

世界農業遺産 能登の里山里海などの、今後の取組みや、巧みな農業生産システムなどを聞く。

国連食糧農業機関（FAO）の目的は、人々が健全で活発な生活をおくるために十分な量・質の食料への定期的アクセスを確保し、すべての人々の食料安全保障を達成す

ることが目的である。今回の視察では GIAHS コーディネーターの遠藤芳英氏に同行していただき、関係者等にいろいろとお話しを聞いた。まず、GIAHS の定義だが、特筆すべき土地利用システム及び景観が一番のキーワードになっており、生物多様性を豊かに保ちながら、地域の農村社会が持続的な経済発展をしなければならないという定義のもとである。今までの日本の農家の歴史でもわかるように、必ず自然との共存共栄を実践し、天候や気候に左右されながらも、生活に必要な食料を生産、供給してきた、ここ近年の、自然災害や異常気象、地球温暖化などの環境にも配慮しながらも、特筆した農業システムを構築してきている。石川県の活動では、国連の研究機関の付属があるなど、地元の金沢大学や行政機関、地元の人たちが熱心で、いわゆる農家だけではなく、NGO などが様々な形で関与してきている。石川県のモデルはまさに、適用型保全のいいモデルになっていると言う。世界農業遺産である能登の里山里海があるように、石川県の事例を世界に発信していきたいとも言われていました。中央政府が一方的につくるのではなく、必ず地元の人たちを取り込みながら、行政、市民、社会、研究機関等のあらゆる関係者が総合的に参加して行っていくといい。あらためて、今後の農業システムの構築に邁進していくことを期待した。今隣国の中国では、観光化が行き過ぎて農家が農業をやる気を無くしはじめているという現象がおり、ホテルがたくさん建ってしまい、農業に回るはずの水資源をホテルが使ったり、水が汚染されてしまったりと、本末転倒になっているところもあるという。今後の課題としては、日本のような特筆された農業システムを、ヨーロッパやアメリカ、オーストラリアに広げていきたいとのことである。日本では今後、TPP の問題や、農協、地球温暖化による気候の変化など、農家の担い手の方々、生産者等の利益確保、安心安全な食の提供など、海外に比べ、特筆した農業システムにより、世界に誇れる農業王国日本を発信していかなければならない。近代化の波も押し寄せてくる中、農業保全を真剣に考える、いいきっかけになった。

今では、何もしなくても、ほっとけば毎年農作物が実って豊かに暮らせる、などと、いったようなところは、ほとんど無くなった。そんな中で、特筆した農業システムが必要であり、形成されなくてはならない。その背景には4つの原因があると説明されていた。一つは、地政学的な孤立、二つ目は、脆弱な生態系、三つ目は、限られた天然資源、四つ目は、極端な気象状況にあるという。今後、巧みな農業システムを構築、継続させていくためには、さらなる工夫を一生懸命考えなくては、生き残ることができない、限られた天然資源に関しても、土地や水を含め、限られた天然資源を有効に使わないと生存はできないだろうし、極端な気象状況に関しては、砂漠や、極端に寒いところ、高地など厳しい気象状況に対応する適応策を考えなければ生き残れない。いろいろな説明を聞いていくなかで、農業の現実の厳しさも実感した。しかし、今後の農業の可能性や未来への対策やヒントにもなり、石川県の農業のさらなる発展に、繋がることに邁進できるための勉強となった。本県の事情も踏まえて、今後の対策を検討していきたいと思った。

グルメライン（ニッポニア）視察

世界各国の、生鮮食料品流通状況や県産品食材の販売開拓等について聞く。

まず、日本から視察に来ていただくことは、大変名誉なことである。心から歓迎を申しあげる姿勢で、ベルナード・ジョルノ社長が口をひらいた。この会社は、年商 1,000 万ユーロ、物流センター、卸売、加工、貯蔵センターなど様々な機能をもち、10 年以上日本食を取り扱っている会社である。2011 年から 13 年まで、欧州連合の規制で、日本製品の輸入が禁止されていた。震災の影響だそうだ。ここ 2.3 年は厳しい時代だったが日本食レストランに卸しているの、ヨーロッパにある日本食を生産しているルートを探して経由して卸していた。2013 年に緩和されたので、もともとの形で、日本から輸入する方向で調整中である。6 年位前まではイタリアで 50 程度だった日本食をうたっている飲食店は、現在 1,500 にものぼっていると説明を受けた。まさに日本食ブームが、この数字であらわされる。しかし、1,500 のうち 85% が中華料理店から日本食に移行した中国系の方の経営だそうで、それを聞くと、本当の日本食をやっている純粋な日本人が少ないことに、驚きと残念な気持ちになった。今後純粋な日本食の店が増える事を願った。中国の方が、日本食レストランを運営している現状では、素材や材料が日本のものではない場合が多いそうで、日本の本当の食材の流通に力を入れるよう努力している。トロサーモンの要望が多いので、ここで加工しており、シチリア産マグロは 5.6 月しか獲れなくて、時期が短いが人気がある。輸入規定で、生魚でも一度冷凍したものでないといけないとのこと。いろいろと施設を案内してもらくと、イギリスで作っているサッポロビールや、日本オリジナルのお米（あきたこまち）、キッコーマン、茨城県の芝沼産品、日本酒など、いろいろな日本食が倉庫の各所で見えてくる。最近、冷凍の魚が減っているようで、常温で保存できるものが多く、海苔などは、値段の問題で、日本産よりも、中国産を扱っているそうだ。レストラン経営者のためのショールームがあり、そこで見てオーダーをする仕組みで、食材のカタログや食器などのカタログやサンプルも数多く置いてあった。甘エビや、かまぼこ、などは、ヨーロッパのものを輸入していて欧州連合の規定の規格により、それに沿う魚が少なく、ぶりなどは認証を得てないが、人気があるので、今後ともやりたいと検討しているところである。2 つの日本の商社と取引があるらしく、神戸のクラウンレーディング社と、東京の東ホールディング社、それ以外は、ドイツの日本食を扱う商社を経由して輸入している。名古屋にあるみやけセラミック社からは、食器を輸入しているそうだ。ともかく日本食の信頼度や、人気が高く、今後も日本食の輸入を活発にしていきたいとのこと。本県でも、海の幸や、伝統工芸品の食器など、豊富な食材を、今後商談を通してマッチングすれば、本県の、新たな流通経路の開拓や、県内経済の発展に繋がると思う。

スローフード協会ローマ支部視察

本県の今後の課題・ポイント

地産地消の促進、食の安全安心、食育の推進、生産者の見える環境づくり、消費者の意識向上
郷土料理を守る。伝統的な食材や料理、質のよい素材を提供する小生産者を支える、
そんな環境づくりを、スローフード協会ローマ支部から学ぶ。

スローフード協会は、1989年に設立、活動としては、伝統的な料理方法、農業生産方法、品種の保護があげられる。イタリアでは、ローマのスペイン広場にマクドナルドが開店したことをきっかけに、イタリアの食文化を守るとの視点で、ファストフードに対置したスローフード運動が始まったと言われています。現在では、イタリア国内で4万人、世界各国に8万人以上の会員を有し、100万人のサポーターがいる国際組織となっています。ここローマ支部が一番多い支部で1,000人の会員がいる。発足当初は、伝統的な食材や料理、質のよいワインを守る、消費者に教育を進める、質のよい素材を提供する小生産者を支える、などをコンセプトに活動が進められていましたが、その後、美食とは何か？という問いかけから、伝統の食事、素朴でしっかりとした食材、有機農業、健康によいものに関心が向かうようになっていきます。消費者を守るのは単に消費する者を守るだけでなく、生産者への働きも含まれる。誰が生産しているのか情報提供することにより、生産者を守る事につながる。食文化保存という観点からは、特に後進国はグローバル化によって伝統的な食事方法、食材をなくしてしまおうという動きがみられるので、保護していく事が重要。食物は、衛生的である事が必要だが、日本料理と、スローフードの類似点としてあげるとするならば、漁業があげられるとのこと。スローフードは、よりよい未来のために何を守るのか、と思われがちだが、伝統的漁業を行って自然を守ってきたサイクルを見直し、反対に何をしたか、環境に害を与えるかどうか、を考える事が大事。それぞれの生産者の生産活動を守り、環境を守りながら生産者を守る事の運動も行っている。2006年から母なる大地と名じ、小さな小生産者のグループ分けをした世界会議も行っている。3つのポイントとして、1.地域で生産されるもの、2.消費者が正しい知識を得る、3.地域の人が消費者となる、と生産者を守る、がポイントで、地域全体の景観を守ることにもつながる。消費者は生産者の協力者であること、小さな範囲の輪で消費されることが重要である。農業生産者が身近に直接市場を設けるなど、グループで守れる運動がある。生産者から直接購入すると、新しい関係を築くことができ、自宅で腐らせることが少なくなる。また、子どもたちへの食育の推進や、料理人の教育なども推進される。日本でいう、地産地消の精神とまさに同じことだと感じた。本県でも、イタリアのスローフード協会の役員らが来県し、知事に直接思いを伝え、今後の連携を促進していくことが報道されていた。根本的な考え方は一緒で、今後ふるさとの食の安全や、生産者の保護、そして、なによりも、素晴らしい四季折々の食材を活かし続けて、県民の豊かな食材の確保と、健康な食を推進していくことと重なる。子供達への食育の重要性を実感した。もちろん生産者や、消費者の意識向上や、情報の共有、地元食材への関心も高められるような、政策が必要であると思った。

イタリア政府観光局（ENIT）視察

イタリア全土の魅力をプロモート

イタリアの国際観光誘客のインバウンド効果や魅力を学ぶ。

イタリア政府観光局は、イタリア全土の観光素材の魅力をプロモートし、旅行商品化、商取引の活性化支援をすることです。主には、1.各州の観光資源の包括的なプロモーション活動展開。2.イタリア全土の様々なジャンルにおける観光素材の紹介。3.外国での情報提供や、イタリア観光プロダクツの商取引活性化支援に関するプロモーション戦略を国内外レベルで立案実行。4.イタリア国家・州・その他の公共団体に対し、コンサルティングや支援活動を行い、国外市場でイタリアを効果的に紹介できるような適切な商業的戦略を見極め、旅行商品をプロモート。5.旅行者に対し、受入側各種サービスと情報提供をバランスよく行える手法を開発し展開するため、州政府所管観光局を含む公的機関や民間団体へコンサルタント業務、支援、協力を行います。6.外務省の外交領事ネットワークに属する各事務所との協力体制の実現。などとなるそうです。国の観光戦略計画は3年毎の計画、文化観光省の認可を得て、州の意見を取り入れて計画を実行し、最終的に国の計画となる。

2001年に行われた地方分権において、これまで中央機関で一手に担っていたが、州単独の独自性をもったプロモーションができるよう分割化が行われた。ENITの役割は、ばらつきのあるプロモーションに共通点を見出し、協調してプロモーションしていくことである。2003年に観光業の戦略プログラムが生まれ、その中に、観光業を生業とするもの、非営利を含め70活動をプログラム化し、国としてプロモーションをまとめるようとしている。また、イタリアのブランドの紹介をしたり、観光動向の調査を徹底的に行っており、どこの国からイタリアに来る人が多いのか、などの統計調査も発表された。ドイツ、オーストリア、フランスなどが、もっとも多く来国されていて、プロモーションに特に力を入れているそうです。年間1,800万ユーロの予算があるが、スペインなどのヨーロッパ諸国と比べると非常に少ない。その他の収入源は、見本市を開く際にスタンドスペースを州に借りてもらって資金を得るそうです。世界の観光客がもっとも行くのがヨーロッパであり、イタリアに来る観光客のランキングは人数で5位、金額で7位だそうである。イタリアの観光産業は、1億627万ユーロの経済効果をもたらす。ホテル量については、12万4,000ホテルに準ずる施設で近年非常に伸びている。イタリアに来る人数は5,000万人、今年はミラノ万博の開催もあり、少しずつ伸び率をあげているようで、目的としては芸術の町だからということです。イタリアを訪れる人種は、1位がドイツ人、2位がアメリカ人、でちなみに日本人は11位だそうです。

本県においても、ヨーロッパの日本食ブームを始め、コンパクトで伝統文化や自然遺産が豊富、セキュリティの高さなど、日本が注目視される傾向の中、北陸新幹線も開業し、東京に近いというので、プロモーションが重要であると感じた。本県もいろんな形でのプロモーション活動が今後必要であると思った。イタリアの観光推進の陰には、綿密なプロモーションと、国一体となった連携があつての観光戦略だと思った。

このイタリア観光政府局の視察で、本県の観光推進にも活かせるような、ヒントがたくさん埋もれていた。今後海外誘致の戦略にも役立つよう検討したい。

チネチッタ視察

イタリアで最初の大規模映画撮影所、MICE 誘致状況や、誘致対策について聞く。

チネチッタは、1930年イタリアで最初の大規模映画撮影所です。かつては、フェデリー・フェリーに監督の「道」や、「甘い生活」などが撮影され、現在では映画だけではなくテレビ番組の収録も行っています。撮影署内には、ニューヨークやイタリア、フランスの各地の街並みが再現されたセットがあります。また、古代ローマ時代が舞台の「テルマエ・ロマエ」の撮影にも使われたらしく、元老院や柱廊が続く神殿、広場などの建物から街道の石畳に至るまでのセットは圧巻でした。

映画の撮影だけでなく、企業に対し MICE 施設として利用すること、展覧会などを開催し観光目的地にもなるような活動も行っているとのことだった。大規模な映画の撮影所だけではなく、展覧会としても利用を促進している。とくに学生が2万6,000人見学に来ている。案内も3歳から大学生が見学できる構成になっている。映画の世界が小さい年代から興味をもっているという証拠である。MICE としては、10名から1,500名まで幅広く対応できる。実績は企業イベントが主であり、夕食会や、会議があげられる。映画撮影として持っている舞台や照明器具を活用して、企業の望んでいる演出を叶え、会議や夕食もて供することが可能である。撮影会場は広いので、1つのスペースを区切りして、会議場所、イベント会場、食事場所を設けることができる。2010年から多目的利用が始まり、現在まで300イベントを開催している。今までローマで開催していたイベントを、映画の情熱を理解していただき、特別な会議場所、空間としてチネチッタを選んでもらっているそうだ。

本県では、こんな立派な、映画撮影所施設はないが、お客様の要望に応える情熱は見習わなければならない。MICE 誘致にあたり、世界規模の大会等になれば、本県には、まだまだそれに見合うような施設がないのが現状である。しかし、音楽堂や文化ホール、スポーツセンターや産業展示館など、公営や民間も含めて、今ある施設を最大限に活かして、顧客の要望にできるだけ答えられるような努力と工夫をしなければならない。本県ならではの、おもてなしの精神と伝統文化を活かし、演出やロケーションでは負けないところがあるので、できる範囲で創意工夫を重ねて、今後の MICE 誘致に、行政も民間も一体となり、創意工夫を重ね検討していくことが大事だ。このチネチッタには、そういった、アイデアや工夫に繋がるヒントがあった。やはり現地を見て、感じる、体感する、このことがいかに大事かわかった。最後に、このイタリア視察に尽力された県議会事務局の方々や、視察先の関係者各位、旅行会社の方々、関わるすべての人たちの、おかげさまで、無事に視察をとどこうりなく終えることができたことに、感謝とお礼を申し上げ、報告書といたします。ありがとうございました。

感謝

イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 田中敬人

ミラノ国際博覧会 日本館 - JAPAN PAVILION IN EXPO MILANO

(日時) 2015年10月18日(日)

(概要) テーマ：共存する多様性 - Harmonious Diversity

日本の自然と共存する農林水産業の多様性は、食料問題など地球規模の課題に貢献する大きな可能性を秘めている。

幹事省：農林水産省、経済産業省 副幹事省：国土交通省 参加機関：日本貿易振興機構（ジェトロ） 敷地面積：約4,170㎡

(出席者) 石川県議会議員15名 調査専門員2名

(視察内容) ミラノ国際博覧会日本館において政府代表の加藤辰也氏と懇談した。日本館は人気で、現在の来場者数は200万人を超えており入館まで9時間待ちの状態とのこと。建物は「多様性を抱くうつわ」として日本の四季、自然、生態系、食など持続可能性を体現する建築素材「立体木格子」を採用している。これは法隆寺に代表される「めり込み作用」により耐震性を高める日本の伝統的木造建築の木組みの知恵とその伝統的技法の解析、応用する現在技術によって実現した、謂わば、日本の伝統文化と先端技術の融合による革新的技法であるとの説明。この博覧会では、人と自然の共存、共生の大切さ、食の安全性の確保の取り組みなどを日本の食文化から発信したい意向。その意味で世界農業遺産である能登を擁する石川県の食文化の維持、発展に期待しているとのこと。タイトル「ディスカバーGIAHS～日本が誇る農業遺産」のメインステージでは、石川県、熊本県、静岡県、大分県、新潟県の5県から成る世界農業遺産広域連携推進会議の主催によって様々なイベントが催されていた。6日間の内2日間が「いしかわの日」として石川県のイベントステージが用意されていたことから期待の大きさが窺える。ステージでは金澤の芸妓による踊り、珠洲の御陣乗太鼓、浅田屋の職人による家庭向けの寿司づくりが披露された。我々、石川県議会議員は、能登里山の法被をはおり観客の皆様へ石川の地酒を振舞った。多くの観客はステージ内容、日本酒に満足していたようだった。イベント会場では花嫁のれんや石川県の紹介パネル、小型回転寿司の機械が設置されており来場客の目を楽しませていた。我々が到着する前は、石川県の酒造りを題材にした石井かほり監督作品「一献の系譜」の紹介や石井監督によるトークイベントなどが行われた。

(意見) 限られた時間でイタリア国内外からのお客様に対して石川県の魅力を伝えきことは難しいが、金澤の伝統芸能や料理の技法、日本酒、世界農業遺産である能登の農業などの食文化の披露を通して、少なくとも日本の石川県の存在は発信できたと思う。また、石川県の皆様も酒造組合や伝統工芸、伝統芸能など其々の分野から参加されていたことから、政府をはじめとする主催者には、石川県における官民の良好な協力体制が存在することを知らしめたと考える。気になるのはステージイベントの家庭向けの寿司づくり。様々な国の家庭でも寿司づくりが容易であることをPRし、それによって日本の食文化や食材の普及に繋げようとする意図は

理解できた。しかし、サランラップを用いた手法は、大量生産の食材で画一化された平凡なメニューではなく、限られた良質な食材を活かして手間を掛けて美しさを追求する、上品且つ高級感が備わった「和食」のイメージとはかけ離れた催しであった。来場客、或いは報道を通して多くの方にチープなイメージを持たれることは、本来の日本食キャンペーンの意図するところではないのではないか。名門浅田屋の料理人でなくても良かったのかもしれない。我々が滞在した時間では、展示物、ステージ上において、本来の和食とはどのようなものであるか、その説明が足りないように感じた。

伝統工芸ミラノスクエア

(日時) 2015年10月18日(日)

(概要) 一般社団法人 伝統的工芸品産業振興協会がミラノ国際博覧会の期間限定で出店した日本館認定のポップアップショップ。ミラノ市ブレラ地区 日本伝統工芸品を専門に販売する。開店期間をミラノ国際博覧会に合わせることで「食」に関連した伝統工芸品との連動した企画や日本館のミラノ市内アネックスとして機能するなど相乗効果が期待される。

(出席者) 石川県議会議員15名 調査専門員2名

(視察内容) ミラノ市内ブレラ地区の一画にある一見すると見逃してしまいそうな小さな佇まいの店。「和」のテイストを採り入れた現在アートを思わせる店舗デザインは、店のコンセプトとミラノの古い街並みとが相俟って調和を感じさせた。建物は地上1階、地下1階の2層。主催者の一般財団法人伝統的工芸品産業振興協会は、経済産業省の支援を得て「ミラノサローネ」及び「ミラノ国際博覧会」の開催に併せて、ミラノ市内に期間限定の展示場を設け、日本各地の伝統的工芸品を紹介するとともに、テストマーケティングを実施している。ユネスコの無形文化遺産でもある和食の文化と風景の中で生きる日本の伝統的工芸品の良さをPRし、海外市場獲得・ビジネス化に繋げたい意向。説明員によると、お客様は地元の方が多く、一日の来客は50名程度で1か月の売上は約1400ユーロ(日本円で約187,600円 当時のレート1ユーロ134円)。売れ筋は日本の包丁。よく切れるということで好評であるとのこと。その他、木籠、寄木細工の小物が売れている。石川県の金箔や山中漆器などの伝統工芸品はニッチ分野。漆の価値は理解されているようだが高価であること、またイタリアはエスプレッソなどのコーヒーの文化であり、陶器が好まれるとのこと。店内のスペースは狭く、展示物の数量も限られるので、石川県の伝統工芸品の展示は一部で、それも小物に限定される。

(意見) ヨーロッパなど海外で伝統工芸品を普及させる場合は、その国の生活文化を知る必要があると感じた。前述の様に、イタリアにおけるコーヒー文化には漆器より陶器が馴染むとあったが、家庭で来客に夕食を振舞う際に、さり気なく食卓に並べられる様々な器に日本の伝統工芸品が使われるなど、普及にはその国の生活文化に馴染む実用性のある商品売り込む必要があるのではないか。例えば、金澤の鏑木商店のワイングラスのボウル部分を支えるステム部分に丸谷焼デザインを施した商品は売れている。しかし、全てにおいて、その様な考え方をするのではなく、様々な歴史や文化的背景、手法を持つ日本の伝統工芸品の「らしさ」を失わないことが大切であり、それこそが文化価値であり、即ち商品価値である。「らしさ」を保ちつつ、諸外国の生活文化に馴染むようにアレンジできるかがネックだと考える。

3 ジェノバ港湾施設

(日時) 2015年10月19日(月)

(概要) 古代において、ジェノバは強大な海洋国家であり「華麗な都市」としても知られていた。ジェノバ港は地中海に面するイタリア有数の海港である。面積は約700haの陸地面積と500haの水面積からなり、海岸線22km以上にわたって続き、47kmの沿岸道路と30kmの現役の埠頭が存在する。また港には4つの主な入り口がある。

(出席者) 石川県議会議員15名 調査専門員2名

(視察内容) コンテナターミナル管理会社において、パオラカベッティーニ営業顧問担当、マッシモラベッティーニ事業部長などの対応にて、ジェノバ港湾における湾岸整備状況及びコンテナ貨物取扱状況について調査した。ジェノバ港は北イタリア、南ヨーロッパにおいて重要なアクセスポイントとして最先端の施設を有する。コンテナ取扱量は447,345TEUで世界ランキング66位。ヨーロッパの南の玄関口という立地条件を活かして成長している。近年、コンテナ取扱量が増えているのは中国。アジア諸国との輸出入の数量は同等であるとのこと。日本の取引企業は川崎汽船。また、旅客ターミナルの埠頭は25万平方メートル以上にわたりクルーズ客船のための5つの停泊地と、フェリーのための13の停泊地がある。また、年間400万人のフェリー旅客、150万台の自動車と25万台のトラックを輸送できる。ポンテデイミッレの歴史ある乗り場は、現在技術的に発展したクルーズターミナルとなっている。世界で最も近代的な空港を参考に設計された施設で、何千人もの乗客を運ぶ最新の客船の乗下船がスムーズに行える。3番目のクルーズターミナルは現在、穀物輸送のための埠頭が存在したポンテ・パロディの再開発エリアにて建設中である。課題は、イタリア北部で玄関口としてジェノバ港が中心を担っているが、その補完をラ・スペチア港およびリヴォルノ港が分担しているという状況。これらのイタリア北西部は北部への玄関口としてのロケーションは良いものの、後方に山がせまっているため、非常に商業地も住宅地も密集している。これは、コンテナターミナル地区は埋め立てが進まない限り、スペースを広げることができないという制約になっている。埋め立てへの環境問題も絡み拡張が進まない点で、現在のターミナル混雑の原因は一時的な要因が多いものの、根本的な解決はしばらく望めないのが実情と言える。しかし、港への河川流入がないため土砂の堆積が少なく、随時の海底土砂の汲み上げにコストをかける必要はない。

(意見) 金沢港とは規模が違い比較は難しい。しかし、ジェノバ港がヨーロッパにおける立地条件を活かして成長している点は参考にできる。環日本海の中心部に位置する金沢港が、特に中国、韓国、ロシアなどのアジア諸国からの日本国内へ、また日本国内からアジア諸国向けの物流拠点機能を果たすことで、更なる成長を図ることができると感じた。勿論、金沢港は中継機能だけではなく、現在も県が取り組んでいるように、工場を伴う企業の県内誘致、インフラ整備を戦略的に進めて、部品、完成品などの貨物の輸出入の増加に注力することは、石川県の地域経済活性化の大きく貢献すると考える。またジェノバ港は美しい港町である。そのため、ジェノバ港に寄港したクルーズ船のお客様は、町と港が一体化した美しい景観を楽しむことができ、更に市街地への観光が容易である点は強みと言える。金沢は港と観光を含めた中心市街地が一体化しているとは言えない。そのため港単体での魅力づくりやお客様に無料バスを提供しなくてはならないなど、港のインフラ整備や観光地、市街地への交通手段に課題が残る。

4 コスタクルーズ社

(日時) 2015年10月19日(月)

(概要) コスタクルーズはイタリアのジェノバに本社を置くクルーズ客船運航会社。1924年にコスタ・ラインとして設立され、当初貨物船を運航していたが、1947年にイタリア～南米間で定期客船の運航を開始。1959年にはクルーズ客船の運航を開始し、1986年にはクルーズ専門となる。1990年代に「コスタ・マリーナ級」、「コスタ・クラシカ級」、「コスタビクトリア」といった新船の導入などで負債が膨らみ、1997年にカーニバルコーポレーションとエアツアーに株式を売却。その後カーニバルはエアツアーの所有する株も取得しカーニバルの完全子会社となった。2010年現在、15隻の船隊を有し、地中海、北欧、南米、カリブ海、中東、極東などの地域で、コスタ・クルーズブランドでクルーズを行っている。

(出席者) 石川県議会議員15名 調査専門員2名

(視察内容) ロバートフェラリーニ港湾担当副社長による説明。アジアは魅力的なマーケットである。現在は、日本～アメリカを経由するクルーズ船が多い。コスタクルーズ社は初めて日本に寄港する会社である。今後は、日本、中国、韓国が大きなマーケットになると思う。コスタクルーズ社はコスタアジアというグループ会社を創設し、上海、香港に事務所を設置した。クルーズ船を寄港させる条件は、港の整備、寄港コスト、港と観光地の連携、交通、駐車場、ホスピタリティ(おもてなし)。金沢港に関しては、良い感触を持っている。和服でのお出迎えはお客様に喜ばれている。今後、金沢港へのクルーズ船の往来を継続させるためには、お客様の搭乗率85%以上が必要とのこと。

(意見) コスタクルーズ社は日本のクルーズ船市場に期待をしていることは伝わってきた。環日本海には、日本、中国、韓国、ロシアなど有望な市場が存在する。コスタクルーズ社にとって、人気の高い日本の港を拠点として、それらの国々を経由することは戦略として妥当だったのではないかと。石川県は、アジア諸国と結ばれている空の玄関の小松空港を擁し、また金沢駅には北陸新幹線開業により首都圏と結ばれる陸の玄関が出来た。来年からはコスタビクトリア号が金沢港発着でアジア諸国を経由するクルーズ旅行を開始し、海の玄関口の機能が更に必要とされる。今後は、県内インバウンド観光の充実や小松イン～金沢港アウト、或いは金沢駅イン～金沢港アウト、またはその逆の人の移動を考慮したバス会社などとの連携による交通戦略が必要と考える。

5 伊藤忠イタリー社 社長との意見交換

(日時) 2015年10月19日(月)

(概要) 石川県繊維企業のサンコロナ小田社の海外戦略状況、繊維ブランド戦略について

(出席者) 石川県議会議員15名 調査専門員2名

(視察内容) 伊藤忠イタリー社 社長 明嵐陽一氏による説明。イタリアの貿易は輸出が輸入をやや上回っている。第1次産業、天然資源の輸入大国、ヨーロッパではフランスに次いで農

業が盛んで食料自給率が高い。輸入相手国はドイツ、フランス、最近では中国が増加。また輸出は機械、金属に次いで、繊維、衣料品、革製品。これらはメイドインイタリーという他にはないオンリーワンのブランドを確立し、輸出の大部分を占めている。イタリアの繊維産業は、概して高付加価値であると認知されている。モードを創り出すのはフランス、クリエーションはパリ。具現化するのはいタリア。強い素材の提案力を持つ、北陸、尾州、泉州などの産地がビジネスモデルとなっている。日本から見た場合、イタリアは第2位の衣料輸入国、原料の輸出は第8位。この分野がサンコロナ小田のテリトリーとなる。伊藤忠は6つのカンパニーに分かれており、それが更に原料、アパレル、ブランドの3つのディビジョンに分かれる。原料部隊がシルストロンなどの現地での調達、アパレル部隊は、主に北陸地方の地場製品を中心に特殊な高付加価値のメイドインジャパンの販売の協力をしている。ブランド部隊は、1980年代初頭から活動開始し、現在は著名ブランドを含む50ブランドを扱っており、日本最大の総合商社である。サンコロナ小田は、20デニールまでポリエステルを細かくする世界で最も進んだ技術を持っている。今後はシルストロンからミストロンへの移行を考えている。これにより20デニールから2デニールの割繊糸となる。

(意見) 機械産業において、ニッチトップ企業がグローバル経済の中で、国際競争力を向上させて行くように、今後の衣料市場においても、小ロットの「高級品ゾーン」をターゲットとしたニッチなモノづくりで勝負することが求められる。商品の更なる高付加価値化を推進し「売れる商品」を作るためには、技術力や感性はもとより、移りゆく消費者のニーズを的確に捉えたモノづくりを行うことが必要不可欠である。このため、市場の動向を的確に見据え、自ら商品を企画・提案するとともに、消費者ニーズを喚起し、新しい市場を創ることのできる企業への転換を推進することが望まれる。また、非衣料分野をターゲットとしたモノづくりの推進も考慮すべきである。衣料分野の「頭打ち」とも言える状況において、繊維産業の維持・発展のためには、衣料分野のみならず産業資材などの非衣料分野への進出を推進していくことが重要であり、他の産業において繊維の活用できる分野を発掘し、積極的に用途展開の可能性を追求していく姿勢が求められている。衣料分野で培った「強み」を活かし、異なる業種との連携のもと、産業資材等非衣料分野における商品開発を推進することが望まれる。サンコロナ小田の様な他社に無い技術と素材を活かして、商社との連携のもとで欧州における販路拡大を目指すことは有効と考える。

6 ミラノ交通公社 (ATM)

(日時) 2015年10月20日(火)

(概要) 80年前から公共交通システムを運営。ATMグループの公共交通システムはミラノとその周辺地域で延べ6億6000万人以上の乗客を輸送した。近年、市場の挑戦により効率的に伝えるため、その企業組織を大きく変革し、全体を監督する親会社を含む15の企業から編成されるグループ企業となった。

(出席者) 石川県議会議員15名 調査専門員2名

(視察内容) LRT等都市交通システムの整備状況や対策について、ATMのピエールフランシスコマラン助役、バレンティノセヴィーノ局長、パオロキャンパス担当職員により説明。ミラノは1575平方キロメートル、134万人の規模の街。首都ではないが首都圏と呼ばれている。開発は町を中心だけでなく郊外にも進んでいる。EXPOが開催されている現在だけではなく、常に外国人の訪問がある。ミラノでは、57%がバスや路面電車、地下鉄を利用し、

30%が車を利用している。残りは自転車。毎日、延べ567万8千人が移動している。街の中心の人々と郊外の人々の動き方が完璧に入れ替わる。路面電車は通勤しやすい様に街の中心に向かって整備されており、地下鉄が通っていないところに通されている。路面電車専用の線路と道路が一緒に走っている線路があるが渋滞を招かないように取り組んでいる。また、ATMは最新テクノロジーの開発も行い、ミラノ市内の公共交通システム、駐車場、休憩所、カーシェアリング、自転車シェアリング、無線バスといった様々な形態の持続可能なモビリティシステムに応用している。ATMの運営するミラノ市の公共交通網は、実にその7割以上が電化され、極めて持続可能性が高いものだ。地下鉄に路面電車、バスにトロリーバス、地区無線バス、更には自転車シェアリングとカーシェアリングと、多様な交通手段も特徴的で、こうした新しい交通手段が従来の交通網と一体となり、移動者のニーズにますます適確に応えることが可能となってきている。更に他都市と比較すると、ミラノでは35ユーロで83キロメートル移動できる。ローマでは61キロメートル。トリノでは54キロメートル。コスト面では、ミラノが安く長く移動できるということである。

(意見) ミラノの様な交通政策は、近代都市として最先端だと言える。ミラノの交通網は、一見、大胆な交通政策によって構築された様に感じるが、実は従来の交通網を、工夫を凝らし、様々な交通手段で連結させながら創りあげた交通網であると思う。この見方が正しければ、石川県内の都市でも同じ様なことはできるのではないか。特に金沢市の交通網は、欧州や隣県福井・富山などの都市と比べると都市部の交通手段が貧弱と言える。特徴は、金沢の中心地は市役所や大和百貨店などがある香林坊であるが、ここは金沢駅から2キロ離れているためバスやタクシーを利用する。しかし、路線表示が分かりにくい。また、北陸鉄道石川線の野町駅は香林坊からは歩くのには距離があり、バスは乗り換えが必要。本数が少なく待ち時間も長い。それなら、最初から車に乗ろうという人が多いばかりか、車に乗るのであればということで郊外型のショッピングセンターで買い物する人が増え、都心で買い物する人は減るばかりである。そして、市内の店舗を閉めた後の土地は簡単にもうかるという理由で駐車場に転換されてしまい、虫食い状態になっている。まちづくりと交通整備は一体である。金沢市が中心市街地を活性化するためには人々が容易に中心市街地や主要駅に移動できる交通網の整備を真剣に考える必要がある。金沢市にLRTを走らせるべきかどうかの判断は、既存の路線を今一度、整理し再構築することで、便利な交通網を創り上げることができないかを考えるべきではないか。

7 国際連合食糧農業機関（FAO）事務局

(日時) 2015年10月21日(水)

(概要) 国際連合食糧農業機関 (Food and Agriculture Organization、FAO) は、飢餓の撲滅を世界の食糧生産と分配の改善と生活向上を通して達成するのを目的とする、国際連合の専門機関の一つである。主にその活動は先進国と発展途上国の両方で行われ、国際的な農業水産林業に関する政策提言および協議をする際に各国が公平に話し合えるプラットフォームとしての役割も果たしている。他にも知識と情報を蓄積する役割も担っており、発展途上国が農業水産林業分野で技術改善を進めて、その結果として発展途上国の一般市民がより栄養価の高い食物を入手できる手伝いをしている。近年は食糧安全保障を重要課題として掲げ、様々な国際的な調査に基づき、世界各国の農林水産業への勧告などを行っている。

(出席者) 石川県議会議員 15 名 調査専門員 2 名

(視察内容) 遠藤芳英氏、FAO、GIAHSコーディネーターによる説明。世界的に固有の農業システムや景観は、地元に適した管理手法を用い、また、多様な自然資源に基づき、何世代もの農民や遊牧民によって生み出され、形づくられ、維持されてきた。地元の知識と経験に基づきながら、これらの独創的な農文化的システムは人類の進化、知識の多様性、自然との深遠な関係を反映させる。これらのシステムはとても優れた景観世界的に重要な農業的生態系の多様性の維持と適応、土着の知識システム、回復力に富む生態系をもたらしてきてだけでなく、とりわけ多角的な商品やサービスの継続的な提供、食と暮らしの安全、そして生活の質をもたらしてきた。世界の農文化的遺産システムを保護し支援するため、FAOは2002年、GIAHSの保護及び適応管理のためのイニシアティブを開始した。このイニシアティブはGIAHSの世界的な認知、動的な保護、適応管理、また、世界中で農業的生物多様性、知識システム、食と暮らしの安全及び文化を保護し支援するための礎を築くことを目的としている。GIAHSイニシアティブは、これまでにペルー、チリ、中国、フィリピン、チュニジア、アルジェリア、ケニア、タンザニアのパイロット地区を特定した。これらのパイロットシステムでは、システム及びその構成要素の存続と適応管理において、国と地元の関係者を支援するため、動的な保護管理アプローチが開発され、また実施される見込みである。このイニシアティブは以下のような動的な保護アプローチを促進するものである。①食料安全保障と人間の福利を確保しながら、農民がこれまでに築いたシステムと生物多様性を育み、適応させる。②生物多様性と伝統的な知識をもとの場所で保護すると同時に、保護的な政府政策やインセンティブを支援する。③食料への権利、文化的な多様性、地元コミュニティや土着の人々の成果を認識する。④天然資源の管理のため、遺伝資源をもとの場所で保護するという考え方に、関連する伝統知識や地元の慣例を統合していくというアプローチが必要であることを明確にする。これは、物理的変化また社会・経済環境の変化に対し、継続的に適応していくための方法として、農業システムの社会・環境的な復元力及び共進化バランスを強化することによって行われる。このイニシアティブはGIAHSが継続的に認定され、詳細に記録され、国際的に認識されること、また、動的な保護と適応管理のために具体的な政策や行動計画が考案されることを通じて、長期事業の基礎としての役割を果たすことになるだろう。石川県には、国連研究機関があり、地元の金沢大学、行政機関、地元の人たちが熱心である。農家だけではなくNGOなどが様々な形で関与している。石川県のモデルは適用型保全の良いモデルであると思う。今後は石川県の事例を世界に発信したいとの前向きな発言があった。

(意見) 世界農業遺産である能登は、農作物は勿論、自然やその中で培われた農業の手法などを地域の伝統文化の組み合わせなどによってブランド化し、エコツーリズム、グリーンツーリズム、或いは、ブルーツーリズムとして世界に発信することで、観光による地域活性化の可能性は膨らむと考える。外国のお客様にとって、特に欧米の方は、日本の生活文化に触れること、例えば、農家民宿において農業体験や食文化などの生活体験をすることに価値を感じている。しかし、多数の観光客を相手にするのではなく、少数の観光客を継続的に迎える手法が、GIAHSの目的を損なうことなく、その文化価値を保全することに繋がり、またブランド価値を高めることになると思う。石川県としては、今後GIAHSが世界に向けて、世界農業遺産の能登を発信していただけることで、価値を理解する国内外のお客様にお越しいただける様にPR活動を続けるべきだと考える。

8 グルメライン（ニッポニア）

（日時）2015年10月21日（水）

（概要）グルメライン（ニッポニア）はイタリアでお米から食器まで幅広く日本食関係を主に扱う商社。日本料理を経営している業者などイタリア国内外への販売実績があり急成長するから仕入れ

（出席者）石川県議会議員15名 調査専門員2名

（視察内容）世界各国の生鮮食料品流通状況、県産食材の販路拡大の可能性について調査。ベルナードジョルノ輸入・購買部門責任者兼代表取締役、リチャードジョルノ国際営業責任者による説明。2011年から2013年の期間、東日本大震災の影響で欧州連合の規制で日本製品の輸入は禁止されていた。その期間は欧州で日本食を生産しているルートを探して経由し卸していた。2013年に規制が緩和されたので、通常ルート日本から輸入する方向で調整中。6年くらいお前まではイタリアで50軒程度だった日本食レストランは現在1500軒に増えており、市場は大きく成長している。1500軒の日本食レストランの内、85%が中国料理店から日本食料理店に移行している中国人による経営である。中国人が経営している日本食レストランでは、素材、材料が日本食ではない場合が多い。私たちは、本物の日本の食材を流通させようと努力している。

（意見）イタリアに石川県の食材を流通させるためには、2つの課題があると感じた。1つは認証の問題である。EU圏はグローバルギャップの認証を得る必要がある。コストや保障など中小企業が認証を得るにはリスクがあると考え。現在、石川県でグローバルギャップの認証を検討している企業もあるが、取得企業は少数である。また、生鮮食品など輸出できる食材も限られる。2つ目は、イタリアには、日本食を流通させる業者が少ないという点。少数の業者でイタリア全土に流通させるには、管理コストや流通コストを考えると、決まったメニューを大量搬送するため、大量ロットが必要となる。従って、扱う食品は大手による大量生産品が主となる。実際にニッポニアの倉庫には、その様な食品しか在庫していなかった。また、日本食レストランでも、ニッポニアにあった食材の料理が出されていた。石川県が欧州に食文化を売り込むには、認証を得る業者、食材を育成すること、そして、欧州内での日本食の流通体制を国の協力のもとで構築することが必要と考える。しかし、石川県の場合は、大量ロットを確保するよりも、輸出業者に少量の良い品質のものを、決まったレストランに卸していく手段を検討すべきだと思う。コストはかかるが本物志向の日本食レストランであれば、その価値を理解できるアッパー層のお客様に好まれるはずである。それが、石川県が目指す石川の食文化の発信でと考える。

9 スローフード協会ローマ支部

(日時) 2015年10月21日(水) 16:00~18:00

(概要) イタリアでは、ローマのスペイン広場にマクドナルドが開店したことをきっかけに、イタリアの食文化を守るとの視点で、ファストフードに対置したスローフード運動が始まったと言われている。1989年にはイタリア北部ピエモンテ州のブラにスローフード協会が設立され、現在ではイタリア国内で4万人、世界各国に10万人以上の会員を有する国際組織となっている。発足当初は、“伝統的な食材や料理、質のよい食品やワインを守る” “消費者に食育教育を進める” “質のよい素材を提供する小生産者を支える” といった視点で、活動が進められたが、その後、美食とは何かという問いかけから、伝統の食事、素朴でしっかりとした食材有機農業、健康によいものに関心が向かうようになっていく。

(出席者) 石川県議会議員 15名 調査専門員 2名

(視察内容) 日本食、県産食材の今後の在り方、食育について調査。エマニュラダロス役員による説明。スローフードは、社会構造のファスト化、ファストフードの席卷、地域の郷土料理の消滅、人々の食品に対する興味の減退を危惧し、食べ物がどこから来て、どういう味で、私たちの食べ物の選択がどの様に世界に影響を与えるのかについて、より多くの人々が気づき食を通じて自分たちの幸せな未来を共に築いていくことを目的に、1989年に設立された。今日、スローフードには、世界132ヶ国に10万人のメンバー、100万人のサポーターがいる。私たちが食べる食物は、環境によくて、おいしくなければいけないと私たちは考える。そして、環境を破壊しない、動物たちの生命を脅かさない、人間の健康を傷つけない安全な方法で作られるべきだと考える。また、食品生産者は、彼らの労働に対して公正で適正な報酬を受け取るべきだと考える。スローフード運動は、食品生産と消費の関係を知ることから始まります。食品生産は、私たちの運動の基盤となる部分。私たちは、単なる消費者ではなく共生産者であって食卓がただ漠然と空腹を満たすだけの場ではないことを知っている。私たちは、食べ物を生産する人々のことについて、彼らがどのように生産し、どの様に私たちのもとに届け、そのためにどんな工夫や努力をしているのかを探る。私たちは、品質にこだわる生産者を応援する。料理人を育てることも大事。正しい知識を持った料理人を育て教育することも重要である。日本料理文化とスローフードの共通点は、どちらも材料の新鮮さを大事にする点。素材の良さを活かす点、調味料の使い過ぎを避ける点。イタリアには村ごとに伝統料理を持っているので、日本でも同様かと考える。

(意見) スローフードの考え方は、説明にもあるように本来あるべき日本の食文化と共通しているところが多いと思う。少量生産と、その地で生産されたものをその地で消費することが、その社会の仕組みや文化を守るのに役立ち農家により多くの種を救い、食べ物をいりどり多きものにし、資源の集中利用が引き起こす新旧の疫病や製品の汚染といった大きな危険を避けることができ、最終的には、すぐれた品質が五感で感じられる製品をつくることになる。日本の伝統的な食事である和食は、そのスローフードの哲学にぴったり合うと考える。しかし今、日本の若者たちは日本料理の味を忘れ、欧米から入ってくる大量生産の個性のない食べ物、自分たちの健康だけでなく日本人らしさも損なう食べ物を受け入れ、日本の食べ物を見向きもなくなりつつある。この現代社会でファストフードはなくてはならないものになっているので、ファストフードを否定するわけではないが、イタリアのスローフードを見習って伝統ある日本の食文化、日本料理を見直す必要があると思う。石川県も同じような状況であるので、まずは学校や地域、行政から家庭に向けて、食の安全性を地産地消の観点から説いていくことが分か

りやすいのではないだろうか。世界農業遺産の能登を擁する石川県として、その地に住まう県民の食に対する意識の向上をはかる啓発活動は、県をあげてやるべきことだと思う。

10 イタリア政府観光局（ENIT）

（日時）2015年10月22日（木）10:00～12:00

（概要）イタリア政府観光局(ENIT)は、2005年3月14日付暫定措置令後の2005年5月14日付修正法案により、それまでのイタリア語名Ente Nazionale per il TurismoからENIT-Agenzia Nazionale del Turismoと名を変え、公的任務をより広く合理的に遂行すべく約100年に及ぶ活動を引き継いでいる。現在、観光省の活動方針や監督下に準じているが、組織運営の規約・規定・組織編成・資産・経理においては独立性を兼ね備えている。イタリア政府観光局(ENIT)の組織法は、2006年4月6日付イタリア共和国大統領令第207条により規定されており、2007年12月10日付け閣僚間法令を採用した定款に倣っている。

（出席者）石川県議会議員15名 調査専門員2名

（視察内容）国際観光誘客のインバウンド効果や受け地の魅力づくりについて調査。カルロパウロ企画調整部長による説明。イタリア政府観光局(ENIT)の任務は、イタリア全土の観光素材の魅力を総括的にプロモートし、旅行商品化・商取引の活性化支援をすること、各州の観光資源の包括的なプロモーション活動展開、イタリア全土の様々なジャンルにおける観光素材の紹介・外国での情報提供、イタリア観光プロダクツの商取引活性化支援に関するプロモーション戦略を国内外レベルで立案実行、イタリア国家・州・その他の公共団体に対し、コンサルティングや支援活動を行い、国外市場でイタリアを効果的に紹介できるよう適切な商業的戦略を見極め、旅行商品をプロモートすること、旅行者に対し、受入側各種サービスと情報提供をバランスよく行える手法を開発し展開するため、州政府所管観光局を含む公的機関や民間団体へコンサルタント業務、支援、協力をを行うこと、外務省の外交領事ネットワークに属する各事務所との協力体制の実現することである。活動は原則的に2つのカテゴリーの顧客・ユーザーに対して向けられている。一つは、イタリア人、または外国人の旅行者、つまり、ツアーオペレーターや旅行会社からの集会的需要。そして、イタリアの旅行関連サービスを利用している何億もの外国の市民からよせられる個々の需要である。外国人旅行者動向を宿泊施設利用者データでみると、平均して約4200万人の外国人が1億6000万泊以上も宿泊しており、それは290億ユーロもの歳入となっている。全世界の中でみても、イタリアへの外国人到着者数は5位、外国人がもたらす観光収益は4位に位置している。活動分野は、“イタリア”ブランドへのサポート・商品化へのサポート・研究とリサーチである。イタリアブランドへのサポートについては、広報・宣伝活動・様々な催し企画・参加・見本市、イベント・イタリア各州との連携・メディア対応など。商品化へのサポートについては、外国人オペレーターやイタリア企業との連携・旅行会社向けの商談会や勉強会となる。そして、研究・リサーチについては“アウトゴーイング”が活発な国々についての研究・リサーチ・観光市場についての研究・リサーチ・需要のある重要項目についての研究・リサーチである。日本からイタリアへの旅行は1990年代にブームが訪れた。1980年代にENITが東京にオープンして広報が出来たことと思われる。2009年は世界経済不況のため減少したが、現在は増加傾向にある。日本人の82%が4つの州に訪れる。しかし、まだまだ魅力的な州がたくさんある。日本人の皆様にごの様に伝えるかが重要。中世の街100選に選ばれた魅力的な小さな町や村があるので、どうやって来ていただけるかプロモーションすることが重要。日本でも外国人は1度目は東京を目

指すが、次に訪れる場所は、東京ではなく石川県を目指してもらえらるプロモーションが必要だ。新幹線により東京から近いというPRなど。

(意見) 観光庁の訪日旅行促進のキャッチフレーズ“Japan Endless Discovery”にもあるとおり、外国人旅行者を引きつける旅先としての日本の魅力はその多様性であり、また、外国人旅行者に国内各地を訪れてもらうことは、観光による地域活性化につながることから、地域におけるインバウンド推進の取り組みは地域にとって、また国にとっても今後ますます重要になっていくものと考えられる。こうした状況のなか、各地域においては各種プロモーション事業や多言語化対応などの受け入れ環境整備が行われているが、外国人旅行者の国内での訪問地を見ると、その多くは東京、京都、大阪をはじめとした大都市や、東京～箱根・富士山～京都～大阪をつなぐいわゆる「ゴールデンルート」に集中している。石川県は北陸新幹線が開業し、国内外から多くの観光客が訪れている。県としては海外誘客10倍増構想の実現を図るため、官民が参加する勉強会を更に推進し、海外誘客に関する情報や課題、県内事業者のニーズ等を共有しながら、海外誘客に対する民間事業者の更なる積極的な取り組み機運を醸成し、官民が一体となって海外誘客に取り組む体制づくりを目指している。今後は、県内各地の歴史、自然、文化などの地域資源に更に磨きをかけると共に、それらを巡るストーリーの構築などに工夫が必要と考える。例えば、能登の食をテーマとするならば、酒蔵において日本酒づくりの現場から、能登牛の飼育、米や野菜の育成を巡り、また陶器や漆器の製造体験の後、それらを使った食事を提供するなど。県内の主要な観光地を巡るメニューのほか、ストーリーだてされたオプションツアーのメニューを地元業者で数多く提供することに注力すべきである。外国に行くホテルには、オプションツアーデスクがあるが、日本ではあまり見かけない。石川県に多くのオプションメニューがあれば、ホテルにおけるツアーデスクも検討すべきである。ネットになるのは料金であるが、日本のオプションツアーは外国に比べると安すぎるのではないだろうか。その地ならではの、その季節ならではの特別なメニューを考案し、顧客満足度の向上に努力すべきだと考える。また、その価値を認めていただくためのプロモーションが地元業者の採算性を高めることにも繋がるのではないか。

1 1 チネチッタ

(日時) 2015年10月22日(木) 14:00~16:00

(概要) イタリアの映画撮影所。映画都市の意。1935年ムッソリーニの命令で計画され、1937年に開所された。ローマの南9kmに位置し、敷地面積は14万m²。特撮、録音、編集用のスタジオなど計17の撮影ステージを持ちヨーロッパ最大の国営撮影所として世界に知られている。

(出席者) 石川県議会議員15名 調査専門員2名

(視察内容) 映画の撮影だけでなく、企業に対しMICE施設として利用すること、展覧会などを開催し目的地となるよう活動を行っている。展示、展覧としてチネチッタは教育に良い影響を与えることが分かったので、教育の一環としても利用してもらっている。学生は26000人来場している。MICEとしては、10名~1500名まで幅広く対応できる。企業イベントが主であり、その他、夕食会や会議としても利用できる。2010年から多目的利用が始まり、現在まで300イベントを開催している。

(意見) 石川県では金沢市が国際会議観光都市に選ばれており、学会をはじめ、様々な団体の会議が誘致されている。2015年は北陸新幹線開業の年とあって国際会議など更に多くの会議が開催された。石川県内の都市が、世界的な大きな国際会議を誘致できるグローバルMICE

E戦略都市となるには国際会議場の建設などのコストがかかり、費用対効果を考えなくてはならない。現実的には現在の都市の規模で小規模でも多数の国際会議を誘致する戦略が好ましいと考える。MICEの誘致を通して、世界から企業や学会の主要メンバーが我が国に集うことは、県内の関係者と海外の関係者のネットワークを構築し、新しいビジネスやイノベーションの機会を呼び込むことに繋げること。また、主催者、参加者、出展者等の消費支出や関連の事業支出は、MICE開催地域を中心に、会議開催、宿泊、飲食、観光等の経済・消費活動、また滞在期間が比較的長いと言われており、一般的な観光客以上に周辺地域への経済効果を生み出すこと。そして、国際・国内相互の人や情報の流通、ネットワークの構築、集客力などはビジネスや研究環境の向上に繋げ、都市の競争力、ひいては、国の競争力向上に繋げることなどの仕組みづくりが重要だと考える。

石川県議会派遣 イタリア視察報告

石川県議会議員 吉田 修

平成27年10月17日から10月24日までの6泊(機内1泊)8日の日程で、「石川県議会議員イタリア地方行政視察団」の一員としてイタリアを訪問したので、以下その概要を報告させていただきます。

世界農業遺産が注目される中、国内5地域が「ミラノ国際博覧会」に共同出展されることとなり、期間中に開催される本県の「食文化の総合力」や世界農業遺産「能登の里山里海」の魅力発信の取り組み等について現地にて実際に見ることが必要であると考え、参加させていただいた。

[ミラノ博日本館について]

「ミラノ国際博覧会」は、平成27年5月1日(金)から10月31日(土)までの184日間にわたり「Feeding the Planet, Energy for Life(地球に食料を、生命にエネルギーを)」をテーマに開催され、日本館は、「Harmonious Diversity-共存する多様性-」をテーマに、農林水産業や食を取り巻く様々な取組、日本食や日本の食文化に凝縮された様々な知恵や技など、日本が培ってきた「多様性」を世界に発信するという内容であった。

非常に人気があり、1日1万人の来館があるという説明を受けたが、実際に体験してみるとそれがよくわかった。来場した方が良い印象を持ち、さらなる来館者増につながっていると実感した。「単に日本食を紹介しているだけではなく、その背景にあるものづくりであるとか、日本の農業を体感していただけるような工夫をしている」とのことであったが最新の技術や木材をつかった日本をイメージさせるような展示などの工夫が随所に見られた。この日本に対する良いイメージを石川の農林水産物の輸出等につなげられる工夫について改めて考える機会を与えてもらった。

[伝統工芸ミラノスクエアについて]

エキスポと並行して、伝統工芸協会が、欧州における流通の調査と、日本の伝統工芸の将来についての販路を拡大する調査という名目で開いているとのことであったが、視察時にもかなりの来店者がありここでも日本、日本製品の人気の高さがうかがえた。

他の国との差異がはっきりするものに関しては、納得されるとある程度の高額なものでも購入されるとのことであり、例として挙げられたのは、竹細工の大きめのかごのような商品であると、一見すると中国製ならもっと安いものがあるじゃない

かと最初はおっしゃるが、イベントを行いどのようにして、ひとつひとつ、つくっていくのかというのを説明した後は、数万円のものでも購入されるとのことであった。

九谷焼が徐々に浸透していくのではないかという印象をもっているということを知ることができた。高級レストランが、特別なお客様用にとまとめて買われた方もいたとのことでありそういう需要もあるのではとのことであり、また半年間ここでやってみてわかったこととして、特にイタリアには、伝統工芸で高級品があり、違いがわかる方が高いものでも買うので、大量に売れるものではなく、細々と確実に売れるものとしてやっていくとマーケットは続いていくと思うとのことであった。

石川県内伝統的工芸品産業の生産額はピーク時の平成2年度から昨年度は25%に減少するなど、生活様式の変化や消費者の嗜好の変化等、伝統的工芸品産業を取り巻く環境には変化がみられ、大変厳しい状況ではあるが、この視察において、実際に現地で半年間やってこられて、感じた思いを聞くことができたことは大変意義深く、そういった観点を踏まえた販路拡大について検討していくことが重要であるとの思いを新たにされた。

[ジェノバ港湾について]

とても規模の大きな港湾であり、金沢港の大浜埠頭が水深13mであるが、ここでは14.5mより浅いところはないとのことであった。港湾内をバスで視察することができ、荷物を外に運び出すための線路なども車内からではあるがみることができた。

[コスタ・クルーズ社について]

コスタ・クルーズ社は、コスタ・クルーズ社が初めての（日本発着設定として）日本に寄港する会社であるとのことであった。これは、アジアは非常に私達には興味深いマーケットと考えていたことから、日本でクルーズ船を寄港させることが重要なビジネスであると決断したとのことであった。今後、日本、中国、韓国はこれから大きなマーケットになると思うとも言っており、また日本の印象としては、クルーズ船の重要なポイントはサービスであり、そういう意味で日本に非常にいい印象を持っていた。日本にはおもてなしの精神があり、着物でのお出迎え、お見送りは外国人に喜ばれているとのことであった。

コスタ・クルーズ社の意見としては、港の整備、港と町との協力が不可欠で船で体験できないことを体験できるようにするということの提案があるといいのではないとのことであった。基本的なことのようにであるが、このコスタ社がヨーロッパで一番大きなクルーズ船を取り扱う会社で、乗船客数でも、売り上げでもナンバーワンということであり、そこでの意見はとても重く感じられ、今後のクルーズ船誘致のためにも、ハード、ソフト両面について十分検討すべきであると考えた。

[ミラノ交通社について]

まず、ミラノが非常に速いスピードで発展、変化しているという説明があり、し

かも古い町並みが残っているところであるという説明を聞くと、石川県の現状と近いとも言える、しかし、この視察中の移動時に見る限りにおいても、路上駐車が驚くほど多かった。説明によると路上駐車が42%を占めており、こういった点も含めてカーシェアリング、パーキング整備を進めており、イタリアの中で最もカーシェアリングが進んでいるとのことであった。

利用者の内訳としては、ミラノでは57パーセントがバスや路面電車、地下鉄を利用し、30パーセントが車を利用し、残りは自転車等。路面電車はトータル323キロメートル。これはヨーロッパでもトータルとしてかなり長いもののうちに入るとのことであった。

路面電車は通勤に便利のように街の中心に向かって整備され、地下鉄が走っていないところに路面電車が通され、路面電車専用の線路と道路と一緒に走っている線路がある。路面電車が渋滞を招かないように取り組んでいる。

イタリア内での比較の説明として、例えば35ユーロを払うとどれくらい動けるかという点からみると、ミラノでは83キロメートル、ローマでは61キロメートル、トリノでは54キロメートル、コスト的にはミラノが安く長い距離を動くことができ、同じお金を払ってもミラノの方が長い距離を動くことができるということである。年間7億人を輸送しているとのことであった。

今後は、路面電車は郊外まで延びる計画がある。一番早く動けるよう路線図を考えている。路面電車が通るときは信号が青に変わるようなシステムが取り入れられ、渋滞を引き起こさないようにスムーズに走れるようにしているところがあり、こうしたことから7パーセント渋滞が少なくなったと考えているとのことであった。車で行くよりも公共の乗り物に乗った方が早く動けるということであり、年間延べ7億人がATMを利用している。

地下鉄の終点の駅に整備している駐車場料金は、町中でメーターパーキングを利用するよりも非常に安く、車を置いて公共の乗り物を使ってもらい渋滞を解消するシステムになっている。

また、中心部への渋滞緩和策として、エコパスという城壁の内側に入る前に、カメラが設置されているのであるが、そこから先はどんな車も5ユーロを払わなければならないシステムが構築されていた。このシステムにより30パーセント渋滞が減ったとのことであった。

エコパスという大きなシステムにより渋滞が解消したというだけでなく、そういったシステムが導入されたとしても不満が大きくなることのない、カーシェアリング、LRT、地下鉄駅終点の駐車場整備等複数の対策を行ってきているということであると考えられ、そういった点を今後の参考にしていきたいと考えた。

[国連食糧農業機関(FAO)について]

ここでは、世界農業遺産(GIAHS)について、大変詳しい話を聞くことができた。国連の機関ということであるからか、入館時には、全員がパスポートを1枚1枚確認され、金属探知機のゲートを通過しなければならないという厳しいチェッ

クを受けた。

まず、G I A H S の定義についてである。この定義は 2002 年につくられており、そのまま今でもつかわれているとのことであったが、キーワードとしては「特筆すべき土地利用システム及び景観」とのことであった。簡単に言えば、農村が一生懸命頑張りながら食糧を生産し経済発展を行い、かつ環境とも調和を図っていく。それで生物多様性を維持してきた。要するに環境と経済発展や食糧生産とをなんとか調和しながらやってきたと。それをすべて G I A H S にすると世界中が G I A H S になってしまうがやはり「特筆すべき」というところに価値があって、そこに何らかの世界的な価値を持つものを認めていこうという意味が込められている。「特筆すべき」ということがなければ、世界中の農業農村地域が G I A H S になってしまう。そこが決定的に違うところとのことであった。

長い間のサバイバルゲームと言っていたが、農民や農村が生き残るために必死になっているいろいろな工夫してきた。その巧みな技が様々な食料安全保障や生計の維持、文化の多様性、自然の保全等を生み出したのだと。例として挙げられたのは、生物多様性とのことをよく言われるが、昔の農家は多様な品種や様々なものをつくらなければ生き残ることができなかった。そういうリスクを最小化する戦略をとってきた。要するに農家の必死の適応策が独自の農業システムをつくってきたとのことであった。

次にそれでは、なぜ G I A H S を認定するのかということの説明があった。これは世界遺産と同じで、G I A H S は認定して終わりではない。G I A H S は認定するところから始まる。G I A H S の認定の意義は、G I A H S が危機に瀕しているという暗黙の理解の基で認定を行っている。認定を行うことによって適応型保全を行うことが最終的な G I A H S の目的である。保全ということだが、G I A H S の保全は単なる保全ではなく、そこにダイナミックという言葉が付く。ダイナミックとは動的なとか動体なという意味がある。一番適切なのは適応型ということ。要するにその時代に合ったその時代なりの保全の仕方をもって G I A H S の根幹を守りながら、環境なり時代に合った形で適応しながら保全していく。つまり昔ながらの保全ではなく、その時代に合った政策なり対策を講じながら保全していく。

石川県は、国連の研究機関の附属機関もあり、地元の金沢大学、行政機関、地元の人たちが結構熱心と言っていた。いわゆる農家だけではなく NGO などが様々な形で関与してきており、石川県のモデルはまさに適用型保全のいいモデルになるのではないかとのことであった。これから石川県と情報交換しながら G I A H S 認定の後の適用型保全にどういう取り組みがあるか、どういうものが有効でどういうものが問題か、石川県の事例を世界に発信していきたいと考えているとも話があり、石川県の取組がとても高く評価されていると感じた。

さらに、途上国では非常に大変であり。地元社会の参加が難しい。一堂に会して何かを考えさせるということが難しい社会であることから、石川県のような取り組みを紹介して有効であることを示していきたいと考えているとのことであった。

今後の取組で特に重要だと感じたのは、中国の例についての話のところであった。中国は G I A H S が盛んだが、観光化が行き過ぎて農家が農業をやる気をなくしは

じめているという現象が起こって本末転倒になっているのではないかと感じられるということであった。これはG I A H Sの根幹を壊してしまうことになる。また、ホテルがたくさん建ってしまっていて、農業に回らざるの水資源をホテルが使ったり水を汚染されてしまったりと弊害もある。本県においてはそういったことがないように十分注視していかなければならないと考えた。

[グルメラインについて]

倉庫内では、日本語で記載された商品や段ボール等で多数の種類の製品が大量にあり、倉庫内を案内しながら、こういった商品を扱っているのかの説明を受けた。その中で、日本食をうたっている飲食店が6年くらい前までイタリアで50件程度だったのが現在1500件にもものぼっているという点を聞いてそこまでの勢いかと驚いたが、その内の85%が中華料理店から日本食レストランに移行していて中国系の方の経営とのことであり、中国の方が日本食レストランを運営している現状では、素材、材料が日本の物ではない場合が多いとの説明を受けた。日本の本当の食材を流通させようと努力しているとのことであった。

[スローフード協会について]

ファストフードへの反対からスローフードと名付け様々な取組を行っているということであった。教育の面では、小さいときから食育を行うことが重要であると考え学校では、家庭菜園を作る手伝い等で育つ過程を学ばせ、都会に住んでいると目にする機会がないので、手助けをしているとのことであった。イタリアではお米を食べるが、どのように水田にあるのか全く知らない子供達が多いとのことであった。

また、正しい知識をもった料理人を育て教育することも重要であるとのことであった。

日本料理文化とスローフードの共通点という点から見ると、どちらも材料の新鮮さを大事にしている点が挙げられるとのことであった。素材の良さを活かす点で調味料の使いすぎを避けることができる点。イタリアには村ごとに伝統料理を持っているので、日本でも同様かと考える。まだまだイタリアにおいて日本食料理は3、4類のみと考える人が多く、認知、普及が広まっていないとのことであった。

本県における、農業体験を含めた食育等について検討すべき事項があると感じた。

[イタリア政府観光局(ENIT)について]

ここでまず地方分権というキーワードがでてくることは驚きであった。2001年にイタリアにおける地方分権において、これまで中央機関で一手に担っていたところであるプロモーションを州単独の独自性を持ったプロモーションができるよう分割化されたとのことであった。これによって国全体としてイタリアを海外にアピールする際にばらついてしまい、まとまりがなくなってしまったとのことであった。地方分権によって、州の独自性を出すことができたが、外国からみると観光業はイタリアという国で捉えられるので、あまりにもばらつきがあってはプロモーションができないということで、ENITが活動しているということであった。

ENIT から見ると、日本人が訪れる 82% は、4 つの州を訪問しており、4 つの州が重要かと思うが、まだまだ魅力的な州がたくさんあり、日本のみなさんにどうやってそのほかの州の魅力を伝えるのが重要と考え、ローマ、ミラノではショッピングで来てもらえるが、中世の町 100 選という魅力的な小さな町、村があるので、リピーターとしてきてもらえるよう広報していかなければならないとのことであった。

ENIT の施策の説明だけでなく、アドバイスという意味も含まれていたのかとも思うが、外国人が来ると 1 度目は東京を目指す、さらにもう一度東京ではなく別の町に行ってみたいという時に、石川は東京に近いということなので、プロモーションが重要である。知らないところ、魅力をプロモーションすることが重要であり、観光客は 2 種類ある。有名なガイドブックどおり訪れる初めての観光客と、リピーターで行ったことのない地に行くという観光客がある。もっと知らないところを知りたいという要望をどのように答えていくかが重要であるとのことであった。

例えばサルディニアを訪れる観光客は、下から 4 番目である。日本人は来てくれないが、ヨーロッパでは有名である。ヨーロッパの人たちは何度もイタリアに来ているので、もっと違うイタリアを行ってみたいということで、来てもらっている。日本からでは、初めての人が多いので、代表的な地域に行く傾向があるということと同じだという説明があった。イタリアの国内政策として、サルディニアを推進していく際には、サルディニア州として宣伝してもインパクトが小さいが、=イコールイタリアとして宣伝することで、引きつけることができる。イタリア（小さくサルディニア）と標記等するという方法があるということであった。

具体的でわかりやすい説明であり、外国へのプロモーションとして引きつけることが重要であるとの認識を改めて持つことができた。

[チネチッタについて]

映画の撮影だけでなく、企業に対し MICE 施設として利用してもらう活動を行っているとの説明を受けた。MICE 施設として活用は 2010 年から始まったばかりであり、多数の実績があるということではないが、10 名から 1500 名まで幅広く対応でき、特別な会議場所として選ばれるという説明があった。本県の今後の MICE 誘致について参考としていきたい。

[まとめ]

今回の訪問では、石川県の世界農業遺産への取組が高く評価されているとともに、日本のイメージがヨーロッパ、イタリアにおいて非常に良好で、伝統的工芸品や日本食等についても高い関心を持たれていることがわかった。

その中で、石川県の知名度がまだまだ低いことから、いかに海外の人々に PR するかについては、さらなる検討が必要な課題であることも再認識した。

今後とも、今回の視察で得た経験を基に、さらなる県勢の発展に尽力していきたいと考えている。

イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 富 瀬 永

ミラノ国際博覧会

「共存する多様性」をテーマとしてミラノ国際博覧会に出展した日本館の視察、とりわけ10月17、18日の2日間にわたって日本館で開催される「石川の日」イベントへの参加を主目的としてエキスポ会場を視察した。

ミラノ市の中心部からバスで移動すること約1時間。通常ならもっと早く着けるとのことだが、会期末ということもあって途中から渋滞に巻き込まれ、やっとの思いで到着。早速入場ゲートを通り会場入りし、まずはスローフードをPRするブースを視察。余談になるが、我々も含めて一般参加者は競い合うようにしてずらっと立ち並ぶ世界各国の展示館に目が向きがちだが、このような地道なブースで基本的な学習をする大切さを痛感したところ。

さて、いざ日本館へ。きらびやかな各国の展示館を横目で見ながら移動し、日本館に到着。第一印象は、木の温もりが感じられるいかにも日本的な建物というもの。あとで聞いたところによると、日本の伝統的木材建築の知恵である「木のめり込み作用」を利用したとのこと、あらためてコンクリートのような無機質ではない木の良さを実感。

入館前にびっくりしたことがもう一つ。開場前にもかかわらず、日本館への入館を待ちわびる多くの人々で長蛇の列ができており、最後尾ではなんと9時間待ちとのこと。いかに日本館の評判が良いとはいえ、イタリア人の我慢強さに脱帽。

日本政府代表の加藤辰也氏と懇談したのち、館内を視察。全般的な印象は、伝統と革新、キメ細やかさと大胆さといった相反するテーマをうまく融合し、独特の日本感を出していたこと。まさに東洋の神秘ともいえるこうした演出が、200万人を突破する入場者数の大きな原動力になったのではなかろうか。

石川の日のステージイベントがいよいよスタート。多くのイタリア人が見守る中、迫力ある御陣乗太鼓の演奏で幕を開け、芸妓による優雅な舞の披露、てまり寿司の実演等、私たちには見慣れた風景だが、現地の皆さんにとってはおそらく初めて体験するであろうジャパニズムに大興奮。続く、ふるまい酒にも「ポーノ」、「ポーノ」と大喜びで幕を閉じた。

以上が視察の主な概要であるが、あらためて強く感じたことは、「世界は広い」ということ。食はもとより、文化や風習、言葉、宗教などなど、お互いの違いを多様性として尊重することの大切さを実感するとともに、世界に目を向けることの必要性、特に国際観光都市を標榜する金沢・石川にとって必要不可欠な要素であることを痛感した次第である。

伝統工芸ミラノスクエア

エキスポ開催に合わせて、伝統的工芸品産業振興協会が期間限定でミラノ市内に開設したポップアップショップを視察した。

週末には骨董市がたつという街中の小さな小さな店舗で、お世辞にも目立つとはいえない店構えであったが、視察中も何人かのお客さんが興味深そうに店内を覗き込んだり、入店したりするなど、それなりに関心の高さを伺わせる場面にも遭遇した。

ショップマネージャーを務める水ともこ氏のお話によると、平均来客数は平日で50人、休日は100人を超えることも多く、月平均の売上は日本円で約20万程度。売れ筋は、竹細工のカバンといった、いかにも手間がかかったことが一目でわかるようなものとのこと。

当初の私の印象からすれば、繊維製品や皮製品などで世界的なブランドを数多く持つイタリアは、ある意味で日本以上の国であり、日本の伝統工芸に興味があるのかと思っていたが、お話を伺う限り、「ものづくり」国に共通する感覚、つまり、ものづくりに携わる方であるからこそ、「もの」の良さを理解できるという側面があると感じたところ。

石川県産の九谷焼や輪島塗、山中塗などは、まだまだ料金が高い関係でそれほど売れないとのことだが、前述した「手間のかかるもの」という条件を十分満たした商品であるだけに、今後の展開に強く期待したい。同時に、私たち石川県民が、まずは石川の伝統工芸品を理解し、自信を持つこと。さらに、伝統を絶やさないためにも行政がこれまで以上にしっかりとバックアップしていくことの必要性を考えさせられる視察となった。

ジェノバ港湾

ジェノバ港における港湾整備やコンテナ取扱状況について調査した。ジェノバ港は開港1000年の歴史を誇るイタリアでも有数の港。5160万トンの貿易量があり、トン数ではイタリア最大、TEUでは2番目の規模を誇り、国内はもとよりフランス、スイス、ドイツなどに陸送しているとのこと。

港湾周辺を視察して一番感じたことは、旅客ターミナルやマリーナ、造船所、シーフードレストランなどなど、単にコンテナターミナルだけではなく、あらゆる施設が集中する海洋都市となっていることで、あらためて歴史に裏打ちされた古代の海洋国家としてのジェノバを体感することができた。

翻って、金沢港や七尾港の実態を考える時に、最も欠落しているのがこうした点ではないか。何よりも、私たち県民・市民が港を訪れる機会がほとんど皆

無に近い状態となっていることを私たち自身が顧みる必要もあると思うが、それ以上に現状の施設に訪問してみたいという魅力がないことも確かで、横浜や神戸との違いはまさにここにあると思う。

特に金沢港においては、クルーズ船のさらなる誘致などが大きな課題となっているが、その前提条件は県民・市民が一度は行ってみたいとなるような施設づくりであり、そんな意味では総合的な基盤整備なしに今後の発展は望めないのではないか。大変な課題ではあるが、問題意識に基づく県の積極的な対応を期待したい。

コスタ・クルーズ社

今年度1度金沢港に寄港し、来年度は金沢発着を含む10本のクルーズ寄港を予定しているクルーズ船会社であるコスタ・クルーズ社を訪問した。同社は1948年創業という歴史ある会社で、ヨーロッパで一番大きなクルーズ船を取り扱う会社。ちなみに、保有するクルーズ船は15隻で、200を超える国や地域に顧客がおり、38000以上の旅行会社と契約、うちアジア関連の業務は、上海と香港にあるコスタアジアというグループ会社を取り仕切っているとのことであった。

ロバート・フェラリーニ副社長との懇談の中で、同氏は魅力ある港の条件として、港の整備、寄港料金の安さ、観光地との一体化などを具体的に提示した上で、日本を含むアジアは実に魅力あるマーケットであると述べるとともに、港における和服姿でのお出迎えなど、心のこもった日本のおもてなしに感謝の意を表明された。

視察を通じて感じたことは、副社長が述べた条件の一つである観光地との一体化ということ。観光地が極めて近いという石川、金沢の利点をさらにPRすれば、まだまだ伸びる余地があると思うし、同時に一人でも多くのお客様を呼び込むという観点に立った隣県との広域連携の必要性も強く感じたところである。

まだまだ高嶺の花というイメージが強いクルーズ旅行であるが、わりと手軽なものもあるということが最近テレビでも報道されているところであるし、先日の新聞には同社が催行する金沢発着クルーズの広告も掲載されるなど、確実にハードルが下がってきていることは間違いない。そんな意味では、お客様を迎える体制づくりも大切だが、県民の皆さんにお客になってもらうような県としての取り組みも必要なのではないか。いずれにしても、金沢港が持つ利点、逆に問題点や課題を今一度しっかりと分析することから始める必要性を痛感したところである。

伊藤忠イタリー社 社長との意見交換

明嵐陽一社長より、まずはイタリアの概況説明があり、GDPは日本の3分の1程度であること、失業率が12%程度に高止まりしていること、長らく続いたマイナスの経済成長率がようやくプラスに転じたといった経済状況にあること。また、貿易関係では日本と同様に天然資源の輸入が多く、逆に輸出は繊維機械や繊維・衣料品・皮革製品などが主力であるとの報告に加え、ヨーロッパ第2位の農業大国であることを初めて知った。

今回のテーマである繊維産業に関しては、最大の特徴として国民の多くが「MADE IN ITALY」ということに強いこだわりと自信を持っていることや、デザインよりもむしろ素材に強いこだわりを持って高付加価値製品を生産していること。また、生産体制の特徴として、中小企業が一般的で企業間の結びつきが強いことなどが紹介された。

日本との関連でいえば、イタリアは衣料に関する第2位の輸入先であるとともに、原料等の第8位の輸出先となっており、特にシルストロンやミストロンといった割繊維糸は、光沢感やしわになりにくい、洗濯しやすいといった優位点があり、イタリアでも評価が高いとのことであった。

退潮が指摘される本県の繊維産業であるが、世界に通じる技術を持つ会社はしっかりと生き残っている。イタリアと同様、中小零細が主流の繊維産業であるだけに、技術開発をはじめとした県としての支援、業界内におけるヨコのつながり強化などが具体的な課題としてあげられるが、先に実施された石川・福井繊維企業連携新素材開発等支援事業のさらなる強化や連携範囲の拡大などが求められるのではないかと。

車や電化製品分野では、すでに「MADE IN JAPAN」が世界を席巻しているが、繊維も世界に誇るべき技術レベルにある「MADE IN JAPAN」である。斜陽産業的な暗いイメージがつきまとう繊維産業であるが、まずは私たち自身が「MADE IN JAPAN」に誇りを持つことから始めたいと思う。

ミラノ交通社

134万人の人口を誇るミラノ市。古い町並みが残り、ほとんどの車輻が道路脇に駐車する（基本的にイタリアには駐車場という概念がないとのこと）という状況の中で、自家用車やバス、路面電車が共存する光景にまずは驚かせられた。

年間7億人の乗客を運ぶミラノ交通社であるが、約57%の方がバスや路面電車、地下鉄といった公共交通機関を利用しており、車は3割程度とのこと。

その背景として、公共交通を利用するほうが移動時間が短い、料金が安いといった事情があるそうだが、その他にも旧市街に車を乗り入れる場合の有料化（5ユーロ）によって、通行車両が3割減少したといった説明を受け、二度ビックリ。

一方、郊外では自家用車の利用率が高く、パーク・アンド・バスライドを推進するために、駐車場整備等にも積極的に取り組んでいるとのこと。さらに、中国ではないが自転車やバイクの利用者もかなり多く、ほとんどのバイクで雨対策の防滴シートが取り付けられるといった工夫がなされるとともに、交通社としても、まだまだ日本ではなじみの薄いカーシェアリングやバイクシェアリングを積極的に推奨しているとのことであった。

今回の視察を通じて感じたことは、やろうと思えば出来るということ。いきなり有料化することなどは難しいと思うが、行政のやろうという強い意思、さらに市民の理解があれば交通渋滞を緩和することも十分可能であろう。

LRTの導入などが提唱される金沢市中心部であるが、かつて路面電車が走っていた事実を踏まえると、決して夢物語ではない。いずれにしても、高齢社会の進展などを考慮すると、安全面においても、また料金面においても公共交通機関の充実を一層促進すべきである。イタリアでは約50%が国の補助金で運営されているとのことであったが、特にお年寄りをはじめとした交通弱者に対して、移動する権利を保障するために税金投入することは必要経費であると思う。まずは、様々な交通実験を積み重ね、その結果に基づきながら決める時は決めるという強い意思で臨むことが行政に求められることをミラノから学んだ次第である。

ローマ日本人会との意見交換会

イタリア三越社長、ホンダイタリア社長、ローマ日本人学校校長、JALパック支店長、在バチカン日本大使館参事官といった、凄い肩書を持つ皆さんと意見交換する貴重な機会をいただいた。お聞きしたところによれば、1975年にローマ日本人親睦会として発足し、2012年にNPO団体として登録。現在、40社の法人会員と311人の個人会員で構成されているとのこと。

懇談を通じて、遠い異国の地で生活する苦労話なども聞かせていただいたが、逆に底抜けに明るいイタリアの国民性に助けられることも多いことなどをお聞きした。また、日本食の市場拡大の可能性などについても意見交換したが、ビックリしたのは世界に進出する「ラーメン」がまだまだイタリアでは馴染みが薄いこと。また、日本食レストランは急激に増えているものの、そのほとんどは中国人が経営するニセモノであることなどだが、その話の延長戦の中で、「焼き鳥」は絶対にイタリア人に受けるという提言もいただいた。

海の幸や山の幸が豊富な本県の食材であるが、法的な制約や距離的な関係もあって「生もの」の輸出にはおのずと限界がある。練り物をはじめとした加工品や日本酒といった分野にターゲットを絞って、海外販路の開拓を進めるべきではないかと感じるとともに、特に素材や製品過程を通じた安全性を最大限にPRすることが、中国製品にとってかわる唯一の道であると確信した。

国際連合食糧農業機関（FAO）事務局

能登の里山・里海が認定された「世界農業遺産」に関する取り組みの調査を目的として、ローマに本部を置くFAO事務局を訪問した。さすがに国際的な機関とあって、厳重な警備をくぐり抜けて入館し、GIAHSコーディネーターを務める遠藤芳英氏から説明を受けた。

お話によると、GIAHSの定義は2002年に作られ、今もそのまま使われているとのこと。「特筆すべき土地利用システムおよび景観」（日本語訳）というキーフレーズのもと、具体的には生物多様性を豊かに保ちながら、その地域の農村社会が持続的に成長するという二つの相反する課題を同時並行的に進めるということに加え、特筆すべき世界的な価値を有することが認定条件であると聞き、あらためて能登が認定された事実を誇りに思った次第。

ちなみに、これまでに認定を受けたのは14カ国32地域であるそうだが、アジアが中心でヨーロッパや北米はゼロとのこと。その背景には、認定そのものに対する価値観の違いやFAOそのものに対する温度差などが影響しているとのことであるが、いずれにしても認定地区の地域的な遍在性を解消することが今後の課題であるとお話であった。

話の中で感動したことがもう一つ。「認定したことで終わり」ではなく、「認定することから始まる」という言葉である。認定を行うことによって適応型保全を行うこと、しかも単なる保全ではなくてその時代や環境に即した政策なり対策を講じながら保全していくという方向性である。

県民や国民にとって貴重な財産である「能登の里山・里海」。大学等とも連携しながら様々な取り組みが展開されているものと承知しているが、率直に言って県民全体の関心は弱く、まだまだ他人事として捉えている方が大多数ではないか。繰り返しになるが、今回の視察を通じて「認定」されたことの価値・凄さを私自身がはじめて知ったように、まだまだ県民への浸透という点で課題があると感じる。あらゆる機会を通じてPRを強化すべきことは勿論だが、「認定することから始まる」というGIAHSの精神を踏まえつつ、県としての積極的な施策展開、また、関係諸団体の連携に向けたコーディネーター的な役割発揮が必要であろう。

グルメライン

日本食材の輸入・卸売業者であるグルメラインを訪問した。はじめに食材の保管倉庫に案内されたが、かなりのスペースに海苔や醤油、清酒、米をはじめとした日本の食材が所狭しと山積みされており、お聞きしたところによると数か月ですべて入れ替わるとのこと。同時に器をはじめとした関連品も同社は取り扱っているとのことで、日本食に関する総合商社的な存在になっていることにまずは関心させられた。

社長のお話によると、イタリアにおける日本食ブームもあって日本食レストランがここ数年急増しているとのこと。具体的には、6年前はイタリア全土で50件程度であったものが、今では1500件もあり、さらに増加傾向にあるとのこと。ただ、全体の85%は中華料理店からの移行で、中国人経営者が圧倒的に多いとのことであった。

その関係で、本物の日本食材を取り扱う店はまだまだ少なく、価格的にも安い中国食材が幅をきかせている中、同社は本物の日本食材にこだわって頑張っていると聞いたが、残念ながら本県の食材を目にすることはできなかった。

日本においては中国食材に対する不安に根強いものがあるが、残念ながらイタリアの現状をお聞きすることはできなかった。少し前までは、放射能問題の影響で日本製品の輸入が禁止されていたとのことだが、どこの国においても食の基本は安全であり、まさにこの点が日本の優位性であろう。優位性に優れた本県食材のPR、特に世界農業遺産認定を活用したブランド化などによって、あらたな展開の可能性を感じることができる視察となった。

スローフード協会ローマ支部

スローフードという言葉を目にする機会も最近多いが、イタリアが発祥の地であることを初めて知った。

ファストフードへの反対をきっかけに起こった、食を中心とした地域の伝統的な文化を尊重しながら、生活の質の向上をめざす世界運動で、現在では世界に10万人のメンバー、100万人のサポーターを擁し、1500の支部が存在するとのことである。

お話によると、スローフードの三原則は、グッド（おいしい、素材の味）、クリーン（清潔、環境保全、季節感）、フェア（正しい仕事、正しい食品の購入）であり、単にファストフードの対語ではない幅広い概念があるとの説明で、消費者は生産者の協力者でなければならないと強調されたことが強く印象に残った。

最近、フードマイレージという言葉を目にする機会も多い。まさに「地産地

消」の概念であるが、スローフードも含めた食育の大切さをあらためて痛感したところである。学校給食等を通じた子どもたちへの教育はもとより、親に対する食育教育の機会拡大などが県の大切な課題ではないか。

イタリア政府観光局

国際観光客到着数世界第5位を誇るイタリアであるが、まだまだ「観光」の位置づけは低く、予算もヨーロッパ諸国の中では低いとのこと。そのような中で、イタリア全土の観光素材の魅力を総括的にプロモートし、旅行商品化・商取引の活性化支援を行い、観光促進を図ること。また、イタリアブランドへのサポートや商品化へのサポート、研究とリサーチを行うことが観光局の主要な任務である。

観光客には2種類あって、有名なガイドブックどおり訪れる初めての観光客と、リピーターで行ったことのない地に行くという観光客。イタリアにおいても、大部分はローマ、フィレンツェ、ミラノ、ベネチアの四都市を周遊するパターン。他にも魅力的な小さな町や村がたくさんある中、リピーターとしてきてもらえるような広報が大切との話で、MADE IN ITALYを合言葉にしながら、観光においてもオータメイト感覚で、そうした地方都市を訪問する商品の開発・PRにあたっているとのことであった。

翻って考えると、日本を訪れる観光客がまずめざすのは京都や東京、大阪である。2回目の訪問ではじめて他の都市にも足を延ばそうということになるわけで、そんな意味ではリピーターの獲得が本県にとっての最大の課題である。そうした観点で考えると、まず第一は京都や東京、大阪を含む周遊ルートに本県を組み込んでもらうような旅行商品の開発、同時にその際には石川のみならず富山や福井とも連携した魅力ある商品づくりが必要ではないか。第二は、何と言っても世界に向けた石川のPR強化。様々な視点があると思うが、かつて金沢が日本で3番目の都市であったことなどを強調してみるのもおもしろいと思う。第三は受け入れ態勢の充実。イタリアでは、地元の皆さんと同じ体験をしたいというニーズにこたえる形で、一般的なホテルではない宿泊施設を作っているとの話を伺ったが、本県でも春蘭の里などが外国人観光客の人気を集めているとも聞くところ。時あたかも金沢の宿泊施設の高騰が問題視される中、いわゆる民泊、特に寺や神社と連携した宿泊施設の提供などが非常に喜ばれるのではないか。

いずれにしても、小さくてもキラリと光る金沢、石川に向けて、今ある財産を磨き高めるとともに、あらゆる機会を通じて世界に情報発信していくことが肝要である。

チネチッタ

イタリアの映画村と称されるチネチッタを訪問した。同所は1937年から撮影場所として世界各国の映画撮影に利用されてきたとのことで、古代ローマをテーマとした屋外セット7つなどを有する広大な施設であった。

最大の特徴は、映画撮影に加えて屋外セットなどを活用したMICE誘致を積極的に行い、高い実績をあげていること。最大で1500名まで対応できることをセールスポイントにしながら、これまでに日本企業を含めた300イベントの開催実績を誇るということであった。

お話によると、前述した古代ローマのセットが一番人気とのことで、確かに納得できる精巧なつくりにも私も驚愕した次第であるが、日常生活ではなかなか体験することのできないこうした付加価値がMICE誘致の大きな原動力になっていることを実感した。

北陸新幹線開業により、本県においても数々の大きなイベントが開催され、国内外から多くのお客様が来県されているが、そのほとんどはホテルを中心とした無機質なものとなっている。一案であるが、金沢城公園内に施設を作るなどして、思い出に残る場を提供することがアフター新幹線対策として効果的ではないか。いずれにせよ、新たな発想のヒントを与えてくれた視察であった。

石川県議会イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 一川 政之

ミラノ国際博覧会

5月1日から10月31日までの184日間ミラノ市で開催された『ミラノ国際博覧会』を視察。今回のミラノ博は、“地球に食料を生命にエネルギーを”をメインテーマに、“食料の安全、保全、品質のための科学技術”“農業と生物多様性のための科学技術”“農業食物サプライチェーンの革新”“食育”“より良い生活様式のための食”“食と文化”“食の協力と開発”をサブテーマとし、「世界中の人々に、十分に安全で、健康的、適切、持続的な食料を保証することは可能か？」という世界規模の共通の課題に向き合い、新たな世界の可能性に着手する機会となることを目的に開催された。

我々視察団は、10月17、18日に開催された、『石川の日』の2日目に現地入りをし、本県の“食文化の総合力”や世界農業遺産“能登の里山里海”の魅力発信の取り組みについて調査した。

最初に驚かされたのは、日本館の前は入場を求めて長蛇の列ができていたことだ。聞くところによると待ち時間は長い人で9時間ということもあるという。日本館の平均来館者数は、1日に1万人ということで、その内訳は、7割がイタリア、2割がドイツやスイスなどヨーロッパの周辺国、1割がその他の地域ということだ。平成25年12月、『和食；日本人の伝統的な食文化』がユネスコ無形文化遺産に登録されたこともあり、和食への外国人の関心の高さを実感した。

面談者の加藤辰也氏(2015年ミラノ国際博覧会陳列区域日本政府代表)によると、「日本館は大変好評で、元々日本の食文化に大変興味のある方がたくさん来ている。地元メディア、実際に来た方の口コミを含めて、日本館は大変面白い、いいものが見られるということで、大変期待を持って毎日たくさんの方に来て頂いている。日本館としては、日本の多様な農林水産業、各地の多様な食の文化を発信して、農林水産物の輸出であるとか外食産業の海外進出につながるよう将来ビジネスにつながるような手伝いをしたい」との説明があった。その後、実際に日本館の中を見学した。いくつかの展示ブースに分けられたつくりとなっており、雨に恵まれた日本と、人による環境破壊と再生を書画で展開したプロローグからはじまり、“食卓から始まる人々の想い、絆。日本食は世界をつなぐ「地球食」”をテーマに、来館者参加型のショーで締めくくる。それぞれが凝った演出となっており、エンターテインメント性の高いものとなっていた。

ミラノ博では、間違いなく日本食ブームが来ていることは実感できたが、これをブームで終わらせてはいけなく強く感じた。このチャンスを逃すことなく、また継続的に日本食を発信し続ける必要がある。そして、日本食＝石川食として結び付けてもらえるような工夫も大切である。そのためにも石川県単独での石川の食文化の発信するための機会の創出が今後益々重要となってくる。

伝統工芸ミラノスクエア

伝統工芸ミラノスクエアを視察。こちらは一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会がミラノ国際博覧会の期間に合わせて5月1日から10月31日までの間、ミラノ市に開店させたポップアップショップでミラノ国際博覧会日本館認定のイベントである。

今回は、石川県の伝統工芸における販路拡大の可能性について調査する目的で視察。店内は、決して広いスペースではなかったが、様々な地域の伝統的工芸品が展示されていた。伝統的工芸品とは「一般の“伝統工芸”などの呼び方とは別に、“伝統的工芸品産業の振興に関する法律(伝産法)”で定められた。“的”とは、工芸品の特長となっている原材料や技術・技法の主要な部分が今日まで継承されていて、さらに、その持ち味を維持しながらも、産業環境に適するように改良を加え、時代の需要に即した製品作りがされている工芸品」である。(伝統工芸 青山スクエア HP 参照)

水ともこショップマネージャーの説明によると、一日平均50人ほどの来客があり、売り上げは一月平均1,400ユーロ程。安いものが売れるというわけではなく、高いものでも手間のかかり方や他の国との差異が分かるものであれば売れるという。また、石川県産のものでは金箔を施した商品や山中塗りが人気で、九谷焼も徐々にではあるが浸透してきたという。

今回の視察では、外国で石川の伝統工芸品を流通させるには、その国の生活様式や食文化などご当地使用の伝統“的”工芸品を製作していくことが重要で、合わせて柔軟に対応できる若手作家の発掘、育成にも引き続き本県としては取り組んでいかなくてはならないと感じた。

ジェノバ港 (SECH)

港湾整備状況、コンテナ貨物取扱状況について調査する目的でジェノバ港を視察。

ジェノバ港は、地中海に面するイタリア有数の港で、貿易量はトン数ではイタリア最大、TEUでは2番目の規模を誇る。

今回、コンテナターミナルの管理会社『SECH』の担当者より話を聞いた。SECHは1993年設立以来、順調に業績を伸ばし、2014年のコンテナ取扱量は447,345TEUにのぼるという。内訳は輸入では8割以上、輸出では5割以上が極東の国々で占める。激しい市場競争の中、20年以上業績を伸ばし続けた要因には、高速や鉄道から近い好立地に加え、設備投資などがあるという。

金沢港においては、昨年26年度のコンテナ取扱量は60,304TEUということだ。これまで金沢港ではクレーンなどの設備投資や大型船が入港できるよう水深を下げるなど様々な事業に取り組んできたところだ。今後も国際競争を勝ち抜くため、適宜港

湾整備を進めていく必要があると感じた。

コスタクルーズ社

世界各国へ寄港する大型クルーズ船企業の実績、今後の展開について調査する目的でコスタクルーズ社を訪問。当社は、1924年にコスタラインとして設立され、当初は貨物船を運航していたが、1947年に定期客船の運航を開始し、現在はヨーロッパを中心に巡るクルーズで最大のクルーズ専門会社となった。

ロバートフェラリーニ港湾担当副社長、アルマンドボキヤルド CSR 部長の説明によると、コスタクルーズ社は日本、中国、韓国などアジアを魅力的な市場だと感じているという。事実、来年の7月から9月の間、コスタクルーズ社は金沢を出発し、境、釜山、博多、舞鶴を經由して金沢に寄港する航路を10回運航する定期周遊を実施する。日本海側を発着港とする定期周遊クルーズは初めてのことで、今回の金沢を発着港として選ばれた理由として地理的な優位性がある。外国船籍のクルーズ船は日本国内の寄港地だけを航行することが禁止されており、航行の中で必ず一度は外国の港に寄港しなければならない。そういった意味で日本海側の中央に位置することや、中国や韓国などの地域から適度な距離に位置する石川県が今回発着港として適しているとして選ばれた。ただ、今回は試験的な実施のため今後継続して運航を検討してもらうためには本県としても様々な受け入れ体制の整備が必要になってくる。重要なのはホスピタリティと2次交通だという。本県ではこれまで『金沢港クルーズウェルカムクラブ』を結成し、石川らしいお出迎えやお見送りをして、乗客の好評を得てきた。“おもてなし”の心が根付いている本県においてはホスピタリティには問題はないと思う。今後は2次交通の充実に力を注ぎ、クルーズ船の誘致に取り組んでいかななくてはならない。また、定期就航を叶えるためには搭乗率という課題もある。その点、本県には新幹線というアドバンテージがある。新幹線線を最大限に活用し、クルーズ船周遊とセットでの旅行商品の開発もありだと考える。

ミラノ交通社（ATM）

LRT（次世代型路面電車システム）など都市交通システムの整備状況や対策について調査する目的でミラノ交通社（ATM）を訪問。

当社は、80年前から公共交通のシステムを運営し、ミラノおよび周辺地域で年間延べ7億人以上の乗客を輸送している。

面談者の説明によると、ミラノでは57%がバスや路面電車、地下鉄など公共の交通

機関を利用し、30%が車を利用している。路面電車の整備状況はトータルで323キロメートル。これはヨーロッパでも長い方で、通勤に便利のように街の中心に向かって整備されているという。また、公共交通の料金は他の地域よりも低く設定されていて、35ユーロ支払うと、ローマでは61キロ、トリノでは54キロ移動できるのに対し、ミラノでは83キロの距離を移動することが出来るという。ATMでは、公共交通システムの運営以外にも、カーシェアリングやバイクシェアリングにも取り組んでいる。また、ミラノは古くからの建物が多く、自宅に駐車場を持たない住民も多くいる。そのため、約42%の人が路上駐車をしている。実際、多くの道路で車の前後に殆ど隙間なく縦列駐車がされていた。ATMではスムーズな移動のため現在駐車場整備にも取り組んでいる。

余談だが、ミラノではどんな車でも城壁内へ入る場合、5ユーロ支払うシステムとなっており、渋滞緩和の一助となっている。

本県においては、環境保全の観点や金沢市など街中の渋滞緩和のためにも公共交通機関の利用が促進されるべきだが、それ以上に中山間地域など高齢者の多く住む地域における公共交通機関の在り方について検討していかなくてはならない。高齢者の事故が多い中、免許証の自主返納を促す動きがあるが、生活の足がなければマイカーを手放したくても手放せない現状がある。そういった意味でも、本県としては生活路線バスの維持・充実など今後、地元自治体と共にスピードを上げ取り組んでいかなくてはならない課題だと思う。

国際連合食糧農業機関（FAO）事務局

2011年（平成23年）6月、本県の『能登の里山里海』が、新潟県佐渡市の『トキと共生する佐渡の里山』とともに、日本で初めて世界農業遺産に認定された。このことを受け、今回、世界農業遺産全体の取り組み、今後の「能登の里山里海」の取り組みについて調査する目的で訪問。世界農業遺産とは、伝統的な農法や生物多様性、農村文化、景観等が一体的に保全されている世界的に重要な地域を後世に継承するために、2002年（平成14年）にFAOが創設。現在、14か国32地域が認定されている。認定機関である国際連合食糧農業機関（FAO）は、人々が健全で活発な生活を送るために十分な量・質の食糧への定期的アクセスを確保し、全ての人々の食糧安全保障を達成することを目的に、国連の専門機関として1945年に設立され、本部をローマに置く。

面談者であるGIAHSコーディネーターの遠藤氏の説明によると、世界農業遺産の定義のキーワードは「特筆すべき土地利用システム及び景観」ということで、生物多様性を豊かに保ち、地域の農村社会が持続的に経済発展をしながら、同時に環境も保全しなければならない。この相反する二つのことを調和しながら発展してきたような土

地利用システムや景観を指すという。特に、“特筆すべき”という部分が重要で、この部分が抜けてしまうと世界中が世界農業遺産となってしまう。そのため FAO では世界農業遺産の認定をするためにいくつかの基準を設けている。“食糧安全保障及び生計の確保”“農業を取り巻く生物多様性を維持して発展してきた。”“特筆すべき技術や農業生産習慣をつくってきた。”“文化遺産をつくってきた。”などである。そういった意味では『能登の里山里海』はこれらの基準をクリアした本県の誇るべき地域だと言える。

ただ、世界農業遺産は認定されて終わりではなく、むしろそこから始まる。今後当地域を持続発展させていくためには、地域のみだけではなく、産官学など様々な団体が協力して取り組んでいかななくてはならない。そのような中、能登の里山里海に関しては、そういった体制が強化されている。遠藤氏によれば“石川モデル”として他の地域に発信していきたいとのことだ。しかし、本県においては、今後の人口減少や、少子高齢化が進む中、地域の住民だけではまちの機能を維持できないといった地域が増えていく。地域住民による地域力の強化も重要だが、各種団体の支援や公的な支援も益々必要となってくる。本県としても、安心して生まれ育った地域でこれからも暮らしていけるような施策にもスピードをあげ取り組んでいかななくてはならない。

グルメライン（ニッポニア）

世界各国の食料品の流通状況、また県産食材の販路開拓等の可能性について調査する目的で訪問。

グルメラインは日本食品を中心とした輸入・卸売を行う商社で、様々な食料品をはじめ日本の陶器なども取り扱っている。また、インターネットでの販売も行っている。まず案内された倉庫には、所狭しと食料品が保管されており、種類も多く感じた。ただ、日本食材といっても、輸入先は、日本が 33%、ヨーロッパが 32%、中国が 12%、韓国が 8%、台湾が 6%、アメリカ・タイが 3%、ベトナムが 2%、1%がその他の地域ということだ。また、東日本大震災の影響で 2011 年から 2013 年の間は規制がかかり、日本からの輸入が禁止されていたという。近年その規制も緩和され、元の状態に戻りつつあるという。

面談者の説明で驚かされたのは、6 年くらい前まで 50 件ほどだった日本食をうたっている飲食店が今では 1500 件にもものぼるという。しかし、その経営者の 85%が中国の方で、多くが中華料理店から日本食店に移行したということだ。そのため使う食材などは日本のものでない場合が多いという。

『和食；日本人の伝統的な食文化』がユネスコ無形文化遺産に登録されたことを受け、間違いなく日本食の人気は世界に広がったと思う。ミラノ国際博覧会での日本館の盛況ぶりを間近に見て実感もしたが、今回の訪問で、いわゆる“本物”といわれる日本

食を外国の方々が味わっているのか心配にもなった。イタリア訪問中、日本食料理を食べる機会があったが、やはり日本で食べるものとは違うように感じた。輸出入規制や水など様々な環境・条件が違う中ではあるが、“おもてなし”を含め本物の日本料理を食してもらい、正しい形で広がっていく、そういった活動が必要なのだろうと思う。

本県においては、今の日本食ブームを契機に、今後ますます多くの外国品が国内を流通することが予想される中、また、人口減少を要因とした国内市場の縮小が予想される中、生産者は世界を市場として考える時期が来た。意欲のある生産者に対し今以上の販路拡大に向け施策を講じる必要がある。それが本物を世界に広げることになると考える。

スローフード協会

今後の日本食、県産食材の在り方、食育について調査する目的で訪問。

スローフードとは、大量生産・大量消費を主眼に、経済効率を優先したファストフードに対抗して提唱された食品・食事のことをいい、その土地の伝統的な食材や食文化を守り育てていくことを目的とするイタリア発祥の理念だ。

面談者であるエマニュエラ・ダ・ロス役員の説明によると、本協会は約 150 か国に 1,300 以上の支部を持ち、10 万人以上の会員がいて、協会の代表的な活動として、伝統的な生産方法、料理法、品種の保護があげられるという。また、子供たちには学校で家庭菜園を作り、食材の成長の過程を観察してもらい、大人にはワインやオリーブオイルなどを使い学んでもらうなど食育にも力を入れているという。

今回の訪問でスローフードについて学んだことは、生産者の顔が見え、それぞれの食材を旬の時期に食す。そして、出来る限り地域で生産したものは、その地域で食す。地産地消が大切だということ。また、消費者を守ることは生産者を守ることに繋がるという言葉は印象的だった。

本県においても、伝統的な食材や調理法から料理を盛り付ける器など本県独自の食文化を守り継承していくことは大変重要なことだと考える。そのためにも今後益々、家庭や学校、地域での食育が重要なのだろうと思う。

イタリア政府観光局（ENIT）

国際観光誘客とその効果、受け地としての魅力づくりについて観光ランキングで常に上位に位置するイタリアの取り組みを調査する目的で訪問。

ENIT はイタリア全土の観光素材の魅力を総合的にプロモートし、旅行商品化、商取引の活性化支援を行い、観光促進を図る。また、イタリアブランドのサポートや商品化のサポート、合わせて研究調査をする機関である。

以前はイタリア観光業のプロモーションは公的機関である政府観光局が担っていたが、2001 年に行われた地方分権において州単独の独自性をもったプロモーションが出来るように分割化された。地方分権によりそれぞれの州の独自性を出すことが出来るようになった反面、分権によって国全体としてイタリアを海外にアピールする際にばらつきが出てしまい、まとまりがなくなってきた。そのような中、それぞれの地域の独自性を大事にしながら、ばらつきのあるそれぞれの共通点を探しながらイタリアを総合的にプロモートする機関として ENIT が活動をしている。

面談者のカルロ・パウロ企画調整部長によると、観光客の多くが一度目は有名な大きな都市に訪問する。狙うのはリピーターだという。日本で言えば、一度目の訪問は東京、そこで再度訪問をする外国人にいかにも石川県をアピールすることが重要となる。本県としても、新幹線の開業を契機に新たなゴールデンルートの取り組みや、多言語サイン、免税店の拡充などインバウンド対策に力を入れているところでもある。今後はどれだけ国外に向けプロモーションできるかが課題だ。様々な機会をとらえアピールのチャンスを逃さないよう旅行会社など各種団体との連携を取りながら取り組んでいかなくてはならない。また、新幹線開業により搭乗者が少なくなった空港対策としても外国人の誘客は重要だ。

チネチッタ

MICE の誘致活動や今後の誘致対策について調査する目的で訪問。

当施設は、1930 年代にイタリアの指導者ベニートムッソリーニ統領の下、建設されたイタリアで最初の大規模な映画撮影所である。現在は撮影所として利用する以外に企業の販促イベントや数千人規模のパーティーも可能という大規模な施設を利用し MICE の誘致にも力を入れている。人気なのは日本映画も撮影された古代ローマのセットだという。2010 年から撮影所の多目的利用をスタートし、現在まで 300 のイベントを開催したという。本県においては新幹線の金沢開業年ということもあり今年度は 26 年度に比べ 1,000 人以上の大規模コンベンションで 2.2 倍の 57 件開催され、人数では昨年度の 2 倍 30 万人となっている。

今回の視察で、MICE の誘致には、交通の利便性や宿泊施設などそういった整備も当然重要だが、自治体間での競争の中、固定観念を捨て、石川県の独自性をアピールする必要性を感じた。また、石川県に大きな可能性も感じる事が出来た。新幹線の金沢開業を契機に石川県を身近に感じてもらえるようになった今、本県の資源を最大限に活用し MICE 誘致に取り組むべき絶好のチャンスだと思う。

平成27年度石川県議会 イタリア地方行政視察報告書

石川県議会議員 増 江 啓

視察期間 平成27年10月17日～24日

【視察地①】 ミラノ国際博覧会

【訪 問 日】平成27年10月18日(日)

【視察 目的】万博期間中に開催される本県の「食文化の発信」や世界農業遺産「能登の里山里海」の魅力発信の取り組みについて調査

【 面談者 】加藤辰也 2015年ミラノ国際博覧会陳列区域日本政府代表他

- 本年5月1日より開催されているミラノ国際博覧会は「食」をテーマに150以上の国や国際機関が参加しており、日本のパビリオンでは期間中に35の自治体が日本の食文化を世界に発信するイベントを開催している。万博終盤の10月17日、18日はその日本館で「石川の日」のイベントが開催され、石川の食文化、が世界でどのように受け止められ通用するのか調査のため視察に訪れた。
- 万博は開催スタート時には入場者も少なかったとのことですが、夏以降国内外から多くの方が来場されるようになり、各パビリオンでは入場待ちの長い行列ができるようになる。特に地元のイタリア館に次いで日本館が人気で私たちが視察に訪れた日には9時間待ちで入場制限がかかるほどでした。連日の行列で地元警察から改善が指導されるまでになっており、ヨーロッパで日本ブームが起きている事を実感させられた。この人気はイタリアでの日本食ブームが起きている事はもちろんですが、やはり来場者にとってハイテクを駆使した体験型の演出上の工夫が好評を呼んでいるようである。
- 半年間の開催期間中に日本から35の自治体がそれぞれ地元の食文化や伝統芸能を直接発信したとのこと、石川県主催のイベントは開催後半の10月17日、18日となった。本県の催しは単に日本食の食材等を紹介するだけでなく、世界農業遺産、「能登の里山・里海」を背景としたものづくり、食文化を発信するものであり、来場者が日本食の奥の深さを体感するものとなっていると感じた。
- フランス料理、イタリア料理、中華料理と並んで日本料理が世界に通ずる食文化となりつつあるが食材の輸出は様々な規制で制限がある。今回の視察を活かして今後、更なる規制緩和を国にも働きかけ県産品の輸出拡大につなげていく方途を模索していくことが大切であると感じた。

【視察地②】 伝統工芸ミラノスクエア

【訪 問 日】平成27年10月18日(日)

【視察 目的】石川県伝統工芸における販路拡大の可能性について調査

【 面談者 】水 ともこ 伝統工芸ミラノスクエア ショップマネージャー

- 一般財団法人 伝統的工芸品産業振興協会（伝産協会）が、ものづくり日本を代表する伝統的工芸品を DENSAN ブランドとして世界に訴求するため、ミラノ市内ブレラ地区にポップアップショップとしてミラノ万博の期間中に合わせて開店しており、本県の伝統的工芸品の販路開拓の可能性を調査するため視察に訪れた。
- 海外のライフスタイルや趣向に合わなかったり、流通経路が異なるため取り扱ってもらえなかったりすることから、海外展開を断念してしまうケースが多いことから市場環境に適合するよう伝統は革新の営みがなければ海外展開は難しい。本県の伝統的工芸品も海外で共感を呼ぶデザイン、ストーリーや特殊な技術や素材を恐れずに取り入れていくことが大切であると感じる。
- ショップマネージャーの水さんの説明をうかがい、現地の市場に精通したデザイナーやバイヤー、コーディネーターなどが継続的にサポートして商品開発をしていく事が必要と実感。
- 本県の伝統的工芸品は手がかかっているものが多く、価値観をしっかりと理解してもらえるような取り組みができれば販路拡大の可能性が大きいことが実感できた。
- ショップの性格上日本各地の工芸品が扱われており、狭い店内で本県の伝統的工芸品は山中塗、丸谷焼など数点に限られている。他県の追随を許さない本県の工芸品の質の高さ、種類の多さを考えると本県単独の取り組みの今後の課題ではないかと思う。食材などとコラボした石川の魅力を発信できればと感じる。

【視察地③】 ジェノヴァ港湾 (SECH)

【訪 問 日】平成27年10月19日(月)

【視察 目的】ジェノヴァ港湾における、港湾整備状況やコンテナ貨物取扱状況について調査

【 面談者 】アルド・ネグリ 大株主

パオラ・カベッティニーニ 営業・顧客担当

マッシモ・ラベッティニーニ 事業部長

- イタリアでコンテナの取扱いが2番目に多い港がジェノヴァ港で、コンテナターミナ

ル管理会社としては同港最大、2014年、昨年約50万TEUを取り扱うSECH社を訪問し施設整備などを視察した。

- 5ヶ所ある各埠頭の浸水は全て14.5メートルあり、天然の良港でありガントリークレーンの増設、埋め立て用地を活用した大型化プロジェクトにより右肩上がりでの取り扱いを誇る。
- 最寄りの高速道路、鉄道とのアクセスが良く地理的な優位性も有している。
- 金沢港も本年ガントリークレーンの増設をすることになっているが更なる施設整備が望まれる。また、県営の穀物サイロなどの老朽化も指摘されており今後の整備計画を再構築しなければならないと感じた。
- 金沢港では輸入取扱貨物の主力は今も石油製品であるが更に国内外から多品目の品を扱えるような取り組みが求められる。

【視察地④】 コスタ・クルーズ社

【訪問日】平成27年10月19日(月)

【視察目的】世界各国へ寄港する大型クルーズ船企業の実績、今後の展開予定について調査。

【面談者】ロバート・フェラリーニ 港湾担当副部長
アルマンド・ボキヤルド CSR部長

- ヨーロッパで最大のクルーズ船を扱うコスタ・クルーズ社を訪問し、金沢港へのクルーズ船寄港拡大に関する課題を探る。
- 同社はクルーズの先駆的な企業であり、現在大型客船を15隻、200カ国・地域の乗船客を集め、世界の38,000以上の旅行会社と契約を結んでいる。
- 近年、コスタ社はアジアのマーケット拡大に積極的に取り組み香港・上海に系列会社コスタアジアを展開。金沢港にもコスタビクトリア号が度々寄港をしている。明年は金沢発着の周遊クルーズを7月から9月にかけて10回運航する事になっており、その成功が期待される場所である。
- 現在ヨーロッパでは日本の文化に対する関心が非常に高まっており、これまでクルーズと言えば富裕層中心の旅行などと考えられていましたがカジュアルな旅行として日本のクルーズ人口の掘り起こしが期待される場所である。
- 金沢発着のクルーズが継続されていくためには85%以上の乗船率が確保されなければならないとの話もあり、本県として首都圏をターゲットにしたレール&クルーズの旅行商品の開発や信州など海のない地域などからの集客にも力を入れたいところである。

- 一方で金沢港についてはおもてなしの歓送迎だけでなく、クルーズ客に対応した魅力を創出する港湾整備、買い物や食事にも利便性を持たせる施設整備が求められるところである。
- 港を起点とした二次交通対策としての新交通システムの導入やバス路線の再編なども検討しなければならない。
- 東京オリンピック・パラリンピックの開催を活かした海外誘客として、釜山港などの他港とも連携し、県内発着クルーズ船の前後伯ツアーなど新たな需要の開拓が大切と痛感。

【視察地⑤】伊藤忠イタリー社 社長との意見交換

【訪 問 日】平成 27 年 10 月 19 日(月)

【視察 目的】石川県繊維企業（サンコロナ小田社）の海外戦略状況、繊維ブランド戦略についての調査

【 面談者 】明嵐 陽一 伊藤忠イタリー会社 社長

- サンコロナ小田社の海外販売はシルクロードの地域への販路開拓を目指しており、当初より伊藤忠商事がその間に入って取引を行ってきている。現在年間 50～60t 位で金額は 1 億 4 千万円位となっている。
- シルクのように細いポリエステルにする技術はサンコロナ小田社が世界で最も進んだ技術を持っており欧州のインテリア業者、素材メーカーからも高い評価を得ている。
- イタリアの中小の機屋を一軒一軒訪問して商品の価値をわかっていただくと同時に技術指導を行い販売につなげている。
- 石川の技術が世界に通用する一例であり、石川の優れたものづくり、技術を世界に発信していくことで繊維王国石川の復権につながるのではないかと感じた。

【視察地⑥】ミラノ交通社（ATM）

【訪 問 日】平成 27 年 10 月 20 日(火)

【視察 目的】LRT 等都市交通システムの整備状況や対策についての調査

【 面談者 】ピエールフランシスコ・マラン助役
バレンティノ・セヴィーノ局長
パオロ・キャンパス担当職員

- ミラノは 1575 平方キロメートル、人口約 137 万人、ミラノ圏郊外を含めると 320 万人となる。57%がバスや路面電車、地下鉄を利用し、30%が車を利用している。地下

鉄が走っていないところを路面電車が整備されており渋滞を招かないように専用線路なども整備されている。

- 車が中心市街地(城壁の内側)に入るには、どんな車も5ユーロ支払うエコパスというシステムが導入されている。同制度により30%の渋滞緩和が図られている。
- 古い街並みが残っているミラノの公共交通のシステムづくりは、道路も狭隘で同じように古い街並みが残る金沢の今後の交通システムの在り方にも大いに参考になるものと感じた。特に、市民の理解を得ながら車から公共交通に転換をしていくためにはコンパクトシティーへのまちづくり、車に対する一定の抑制を促す制度導入、まちなか駐車場の制限など思い切った施策の実行が望まれる。
- ミラノでは自転車や車、バイクのシェアリングも進んでおり渋滞緩和、安全対策など新しい計画も進化している。本県は特に金沢の背骨ともいえる港から金沢駅、武蔵、香林坊から片町、野町方面の都心軸には一日も早い新交通システムの導入が必要と感じた。

【視察地⑦】 ローマ日本人会との意見交換会

【訪 問 日】平成27年10月20日(火)

【視察 目的】 ローマ日本人会との意見交換を行い、イタリアを含む欧州と石川県双方の理解を深める。

【 面談者 】 渡邊ローマ日本人会会長 (イタリア三越代表取締役社長)
高橋理事長 (ホンダイタリア社長)
松本理事 (ローマ日本人学校校長)
伊藤理事 (JAL パック支店長)
小川理事 (在バチカン日本国大使館参事官)

- ローマ日本人会は約40社が法人として加盟しており、会員数は約300人、イタリアの首都ではあるが経済都市であるミラノの方が日本人会組織としては大きい。
- イタリアローマは二千年の歴史がありどこを掘っても遺跡だらけであり現在も地下鉄も未だできないという状況。イタリア人は非常に保守的であるが若い人を中心にその感覚も変化しつつある。そのような状況から日本食もブームとなりイタリアでも1500店舗の日本食レストランが営業している。しかし、その大半が中国人の経営であることからもっと本物の日本食を味わえるように正しい食文化を発信しなければならないと感じた。石川県の県民性も保守的と言われており共通する部分が多く石川の認知度を上げていく取り組みも求められる。
- 日本人学校は現在33名、海外で学ぶ子供たちが世界平和の懸け橋になって活躍することを期待する。

- イタリアはヨーロッパの中でも歴史があり、食文化があり、ファッション産業なども日本人の好みに合うものであることを考えると双方の経済交流がさらに進むように取り組まなければならないと感じた。

【視察地⑧】 国際連合食糧農業機関(FAO)事務局

【訪 問 日】平成27年10月21日(水)

【視察 目的】世界農業遺産「能登の里山里海」の取り組みについて調査

【 面談者 】遠藤 芳英 国際連合食糧農業機関 (FAO)

土地・水資源部 (NRL)

GIAHS コーディネーター

- GIAHS の定義は2002年につくられており、各国さまざまな応募があるが認定して終わりではなく GIAHS は認定するところから始まる。認定を行うことによって適応型保全を行うことが目的である。
- その意味で石川県の活動は国連の研究機関の附属があったり、金沢大学、行政機関、地元の人たちが熱心で、農家だけではなく NGO などが様々な形で関与している。石川の能登の里山・里海は適応型保全のモデルであり、石川の事例を世界に発信していきたいと担当者から力強い言葉をいただく。
- その取り組みがあってエコツーリズムの促進や農産物のブランド化、伝統文化の促進などが発展していく。欧米や欧州など世界を見ると GIAHS に対する正しい理解がまだまだ広がっておらず今後の課題である。また、途上国の認識向上にも支援をしていかなければならない。
- 本県にあってもさらに環境保全型農業の普及に向けた対策、気候変動に対応した生産技術の開発などで持続可能な農業の振興に努めていかなければならないと感じた。

【視察地⑨】 グルメライン (ニッポニア)

【訪 問 日】平成27年10月21日(水)

【視察 目的】世界各国の生鮮食料品流通状況、県産食材の販路開拓等の可能性について調査

【 面談者 】ベルナード・ジョルノ 輸入・購買部門責任者兼代表取締役
社長

リチャード・ジョルノ 国際営業責任者

- 日本食を取り扱っている会社でイタリア国内の日本食レストランに食材を卸してい

る。2011年～2013年まで福島原発事故の影響で欧州連合の規制が厳しく日本製品の輸入が禁止されていた。イタリアでは6年ぐらい前まで50件程度だった日本食レストランが現在1500件にもものぼっている。その85%が中華料理店からの移行で中国系の経営が多い。そのため素材、材料が日本のものではない場合が多く、日本の本当の食材の流通に力を入れている。

- 会社内の食材には多くの中国産、韓国産のものが目立っている。また、ヨーロッパ経由のものも見受けられる。イタリア国内では空前の日本食ブームに沸いており更に拡大されると思われるが食材だけでなく日本の食文化を正しく伝えていくことができなければ一過性のブームのみで終わってしまうと感じた。
- そのためには海外での食文化提案会などにより、本県食文化の奥深さをもっと発信していくことが大切であり、豊かな自然に育まれた食材とともに調理法や伝統工芸品などを併せて売り込んでいく必要があると感じた。
- 食の安心安全について現地視察先の会社は遅れているように思われ、もっと厳密な食品衛生管理システムの導入が必要であり、食材を扱う危機管理が稀薄と感じられた。

【視察地⑩】 スローフード協会 ローマ支部

【訪問日】平成27年10月21日(水)

【視察目的】日本食・県産食材の今後の在り方、食育について調査

【面談者】エマニュエラ・ダ・ロス役員

アンナリタ・セルヴィ 協会メンバー兼シェフ

- 1986年にファストフードへの反対をきっかけに起こった、食を中心とした地域の伝統的な文化を尊重しながら、生活の質の向上を目指す世界運動がスローフードである。1989年に設立され、ファストフードへの反対の意味でスローフードと名付けられ、世界で10万の協会員、100人のサポーターがいる。活動は伝統的な料理方法、農業生産方法、品種の保護などである。現在、2600件の料理方法、品種を守ることができており、450種類の食品がスローフード認証されている。
日本では世界で六か国目、2004年スローフードジャパンが設立され活動が本格化した。
- 日本でも各地方の伝統的かつ固有な品種や加工食品、伝統漁法による魚介類などが多くあり、このままでは消えてしまうかもしれない希少な食材がたくさんあります。こうした食材を世界共通のガイドラインで選定し、プロモーション活動などの支援策によって、その生産や消費を守り、地域における食の多様性を守ろうという運動がスローフードの運動。
- 本県においても地元の大切な食材をしっかりと保存し、守っていくためにスローフード

協会と連携して取り組みを行っていくことが求められる。近年は伝統の食文化を後世に継承していくための様々な取り組みが本県でも散見されるようになってきた。加えてそのための食育も重要であると感じた。

【視察地⑪】 イタリア政府観光局 (ENIT)

【訪 問 日】平成27年10月22日(木)

【視察 目的】国際観光誘客のインバウンド効果や受け地の魅力づくりについて調査

【 面談者 】カルロ・パウロ 企画調整部長

- イタリアにおける外国人観光客のプロモーション活動や日本を迎える体制づくりなどについて説明を受けた。イタリアに来る観光客ランキングはフランス、アメリカ、スペイン、中国に次いで第5位、観光収入のランキングでは第6位となっている。
- 多くの観光客はヨーロッパの各国からであり、その目的の一番多いのは芸術に触れる、体験するという事であり、歴史の重みを感じる。
- リピーターとなる観光客は違うまちを訪れてみたいとの希望があり、イタリアの各地に観光客が分散をしている。
- 日本のゴールデンルートは東京、大阪、京都であり、石川がもっと認知度をあげなければ海外からの誘客は期待できない。そのためには観光の目玉となるものを何と定めてPRしていくかが大切であると感じた。金沢、加賀、能登それぞれの持ち味を公平にPRしていても中々認知度は上がらない、メインを突出させて打ち出していくことで認知度が上がっていく。石川の強みは歴史と伝統の街であり、のそ横綱格は何と言っても大名庭園「兼六園」と考える。しかし、この兼六園を地元住民ですら正確な説明ができないのが現状である。
- リピーターをいかに増やしていくことができるかが観光産業の鍵であり、個々のニーズを満足させる対応が求められる。新幹線開業以降多くの外国人が来訪するようになってきているが迎える環境整備はそれに追いついていないのが現状である。飲食店、観光案内、物販、旅館、なにをとっても日本人のみを対象とした整備にしかなくないよう思う。どの地域が先駆的に取り組んで外国人にやさしい街とすることができるか、オリンピックまでの5年が勝負ではないだろうか。

【視察地⑫】 チネチッタ

【訪 問 日】平成27年10月22日(木)

【視察 目的】MICE 誘致状況や、今後の誘致対策について調査

【 面談者 】 フランシスカ・ベルサーチ 得意先担当責任者 (MICE 担当)
バルファル・ボリティーナ 展覧会担当責任者

- イタリアローマ郊外の映画撮影所。チネチッタとはイタリア語で映画都市と言う意味である。1935 年、ムッソリーニの命令でローマの南方 9km の荒野に設立が計画され、36 年に着工、翌年には早くも開所となり、ファシズム政権がこの撮影所になみなみならぬ期待を抱いていたことがわかる。
- 敷地面積は約 14 万 m² でステージが 10 棟のほか、特撮、録音、編集用など計 17 のステージをもつヨーロッパ最大の国営撮影所として内外に広く宣伝された。
- 第 2 次世界大戦後は半官半民の貸しスタジオとなり、アメリカのメジャー会社の大作や世界各国の映画が数多くつくられた。また、2010 年から多目的利用が可能となり、MICE 誘致にも力を入れている。
- MICE は 10 名から 1500 名を受け入れることができ、企業イベントが最も多く、会議から夕食会と企業のどのようなニーズにも応えることが可能となっている。
- 国営でスタートした巨大施設であり本県と比較することは意味のないことであるが、大事な視点として施設、箱モノを作れば MICE 誘致が進むというのは大きな間違いであると感じた。この施設も古代ローマ等の映画撮影セットに見られるように地域の魅力が最大に活かされている事が MICE 誘致に繋がっていると感じた。本県でも大切なことは他では体験する事の出来ない固有の文化、歴史に裏打ちされた誘致でなければならないと思う。

【おわりに】

- 今回のイタリア視察は、食文化と観光産業が大きなテーマであった。イタリアは本県と大変よく似た一面をもっている。歴史、伝統、文化が魅力の国でありそれを大切に守り育てていくことでそれぞれまちの魅力に磨きをかけている。
- ヨーロッパではフランスと並んでイタリア人にとって食文化は最高の誇りであり、イギリスやドイツには食はあるが食文化はないと言う人もいる。本県の食材は日本を代表する一品ぞろいであり、加賀料理は日本の最高傑作といえる。日本食ブームを本格軌道に乗せるために本県の食文化を世界に売り込むチャンスととらえたい。そのためにも国内外の見本市に積極的に参加すべきである。
- 本県の伝統工芸が海を越える時にはその国・地域のライフスタイルにいかにかマッチングできるように改良されるかそこが一番のポイントであり、日本の質の高い手造りの価値は世界に間違いなく通用する。伝統に創造の息吹を吹き込むことが本県の伝統産業の課題であると感じた。

最後に、視察先での丁寧な対応に心から感謝しレポートとする。 以上