

北海道議会海外調査団

「EU 諸国への輸出・経済交流拡大の可能性等に関する調査」
「アグリツーリズモ スローシティ・スローフード先進事例調査」

報 告 書

自 H27.10.04

至 H27.10.10

訪問国 イタリア

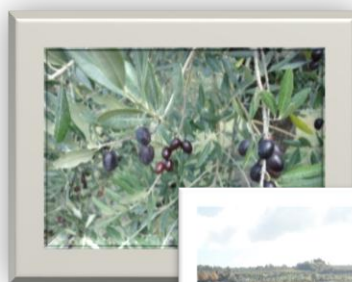
ロンバルディア州・ミラノ市

トスカーナ州・ペッチョリ村

トスカーナ州・パンツァーノ イン キャンティ村

トスカーナ州・グレーベ イン キャンティ町





はじめに

調査団長 八 田 盛 茂

国は、農林水産物・食品の輸出額を2020年までに1兆円とすることを目標に、国別・品目別輸出戦略の中で、EUを重点国・地域のひとつに掲げ、米や日本酒、牛肉、水産物等を重点品目として輸出促進の取り組みを進めているが、道においても2018年度を目標に、道産食品輸出額を1000億円の達成に向けた重点的な取り組みを進めることとしている。

こうした中で、本年5月から10月にかけて開催されている「ミラノ国際博覧会」において、国は、自然との共生や日本食、日本文化が持つ知恵や技術などを世界に紹介するため「日本館」を出店しており、道では、この日本館において、北海道の良質で安全・安心な「食」をはじめ、アイヌ文化や自然などさまざまな魅力を世界に発信し、北海道ブランドの認知度向上等を図る「北海道の日」を10月6日から3日間実施することとした。

また、少子高齢社会の到来に伴い人口減少問題が大きくクローズアップされ、増田レポートによると何もしなければ道内80%の市町村がなくなるという報告もされているこのときに、限界集落対策に北海道がどう取り組んでいくべきなのか課題が山積している。

このようなことから道議会として、ミラノ国際博覧会後のEU諸国への道産食品の輸出や経済交流（観光等）の拡大に向けて、「北海道の日」の実施効果や日本食品の消費動向等の調査、関係先との意見交換を行うとともに、あわせて、先進的な取り組みをしているアグリツーリズムやイタリア発祥のスローシティ・スローフードの取り組み事例を今後の北海道が取り組んでいくうえでの参考としたいと考えている。

近年、イタリアなどEU諸国においては、寿司や天ぷらを中心とした日本食などへの関心がたかまっており、日本への観光客も増加傾向にある中、ミラノ国際博覧会日本館における「北海道の日」の実施を契機に、開催国のイタリアをモデルケースとして、EU諸国に対する道産食品の輸出、さらにはアグリツーリズムなどの取り組み状況を踏まえた観光客誘致の可能性調査を行い、輸出や経済交流の推進に向けた施策に関する今後の道議会での議論に資するため、今回の調査を実施することとした。

こうしたことに対し当調査団は、事前勉強をおこない予備知識を十分持ったうえで調査に取り組むこととした。



目 次

はじめに	2
調査の目的	6
調査団員	7
調査日程	8
事前調査	9
資料 日本食品消費動向調査視察「ワグネル市場」 イタリア経済の概況 アグリツーリズモ・スローフード先進地調査 ・アルベルゴ・ディフーゾ（ペッチョリ村） ・ダリオ・チェッキニー肉店（パンツァーノ村） ・キアーナ牛 スローシティ先進地調査 ・グレーヴェ・イン・キャンティ町の取り組み イタリアの農業概要	
調査報告	26
調査を終えて	96
資料	116
EXPO 日本館「北海道の日」催し物一覧表	



調 査 の 目 的

ミラノにおいては、EU 諸国との輸出/経済交流の拡大に向け、市場動向の調査ができるミラノ国際博覧会と博覧会の開催を契機として日本への関心が高まり、日本食品の消費拡大の動きが見られるミラノ市内の食市場実態等およびJETROなど貿易関係者から意見聴取が重要と考え、また、イタリアでは、スローフード、スローシティやアグリツーリズモなどの取り組みを先駆的に行い、地域振興に効果を上げているフィレンツェを中心としたトスカーナ州における先進事例および行政関係者から意見を聞くことを目的にする。

こうしたことから、事前勉強会を充分におこない予備知識を持って調査することとした。なお、事前勉強会をおこなった結果下記の課題について整理した。

調査の概要

■ミラノ市民の消費動向など

- 利用者（客層）の状況。
- 取り扱っている食品と産地
- 取扱量や売上げ
- 外国産食品の取扱量・割合
- 日本産食品の取扱量・割合
- 日本産食品の評価と動。
- 日本産食品の販売状況（陳列、広告）

■イタリア経済の動向、食市場の動向など

- イタリアの経済概況、農業、食品製造業等の状況
- 農水産物・食品の輸出入の状況
- 輸出入に当たって行政機関の関わり（輸出促進の取組、輸入規制など）
- 日本との関係
 - ・消費者の動向・トレンド
 - ・小売業、外食産業の現状
 - ・日本産（道産）食品流通の現状
 - ・食や観光など経済交流の状況

■日本産（道産）取扱現状など

- 会社の事業概要
- 日本産（道産）品の取扱品目・金額の推移
- 今後の見通し

■ アルベルゴ・ディフーズの取組状況など

- 取組の背景や経緯
- アルベルゴ・ディフーズの設定基準、条件
- 宿泊施設や建築物の規制緩和など行政的関わり
- リフォーム等の支援策
- 観光客の動向や割合
- 地域経済（特に農業）への影響や波及効果
- 人口動向や地域住民の受止め（評価）

■ スローフードの取組状況など

- 店舗の状況
- 活動の背景や経緯
- 行政との関わり（支援）や行政に期待すること
- 来店者の動向や割合
- 地域経済（特に農業）への影響や波及効果
- 地域住民の受止め（評価）

■ チッタ・スロー(スローシティー)の取組状況など

- 取組の背景や経緯
- チッタ・スロー協会の組織と活動状況
- 街並みや田園風景を守るため農業や建物への規制や支援策
- アグリツーリズムやスローフードの取組状況や支援策
- 観光客の動向や割合（州内、国内、国外）
- 地域経済（特に農業）への影響や波及効果
- 人口動向や地域住民の受止め（評価）

■ □ 調 査 団 員 □ ■

氏 名	所 属 政 党	摘 要
八 田 盛 茂	自民党・道民会議	調査団団長
釣 部 勲	自民党・道民会議	調査団員
本 間 勲	自民党・道民会議	調査団員
大 谷 亨	自民党・道民会議	調査団員
大 崎 誠 子	自民党・道民会議	調査団員
田 中 芳 憲	自民党・道民会議	調査団員
沖 田 清 志	民主党・道民連合	調査団員
塚 本 敏 一	自民党・道民会議	調査団員

（北海道議会農政委員会・食と観光対策特別委員会委員を中心に編成）

調 査 日 程

	月 日	発	着	調 査 内 容
1	10 月 4 日 (日)			
		9:30	11:05	新千歳→羽田(NH54 便)
		14:05	18:50	羽田→フランクフルト空港(LH717 便)
		22:05	23:15	フランクフルト空港→ミラノマルペンサ空港
		00:00		着後、専用車でホテルへ
				<ミラノ泊>
2	10 月 5 日 (月)			
		9:00		◇日本食品の消費動向調査・視察 ・ミラノ市民の台所「ワグネル市場」 ・EATALY、スーパーマーケット等
		15:00	16:00	◇現地日本貿易関係者との意見交換 ・JETRO イタリア事務所
		19:30	21:30	◇北海道魅力発信レセプション(総領事公邸・団長のみ)
				<ミラノ泊>
3	10 月 6 日 (火)			
		11:10	11:25	◇ミラノ国際博覧会実施状況調査 ・[北海道の日]オープニングセレモニー ・日本館、他国館展示観覧
		18:00	19:00	◇北海道フェア・オープニングセレモニー
				<ミラノ泊>
4	10 月 7 日 (水)			
		9:30	10:30	◇日本食品の消費動向調査 ・食品輸入卸販会社と意見交換
		12:15	13:55	ミラノ→フィレンツェ(新幹線) 着後、専用車で移動
		15:30	17:00	◇アグリツーリズモ・スローフード先進事例調査 ・アルベルゴ・デフィーゾ(限界集落再生の取組)
				<フィレンツェ泊>
5	10 月 8 日 (木)			
				専用車で移動
		10:00	13:30	◇アグリツーリズモ・スローフード先進事例調査 ・ダリオ・チェッキーニ(銘柄牛・自家製肉加工品の製造販売)
		14:00	15:00	・関連ワイナリー施設視察 ◇グレーヴェ・イン・キャンティ役場表敬訪問 ・スローシティの取組に係る意見交換
		17:10		フィレンツェ→ミラノ(新幹線) 着後、専用車でホテルへ
				<ミラノ泊>
6	10 月 9 日 (金)			
		7:30		専用車で空港へ
		10:25	11:45	ミラノリナーテ空港→フランクフルト空港(LH249 便)
		13:40		フランクフルト空港→成田空港(LH710 便)
7	10 月 10 日 (土)			
			7:45	成田空港着
		10:00	11:45	成田空港発(NH2153 便)→新千歳空港 着後、解散

<航空会社:NH=ANA 全日空 LH=ルフトハンザ航空>



事前調査

9月18日

道議会において、イタリア国や今回訪問するミラノ市の概要について学ぶとともに、現状の経済状況などについても調べた。また、訪問調査するミラノ万国博覧会のテーマである「食」について、日本食のイタリアでの可能性について調査するため「市営ワグネル市場」や「大型スーパー」などの現状について、また、「ペッチョリ村とアルベルゴ・ディフーズ」、「ダリオ・チェッキーニ肉店とスローフード」、「グレーヴェ・イン・キャンティ」が取り組んでいるスローシティのほかJETRO ミラノ事務所において、イタリアやミラノの経済状況についても学び、事前に予備知識を持って視察調査に臨んだ。



2015/10/06 12:26



事前調査参考資料

ワグネル市場

「ミラノ市民の台所」と言われる公設市場で、野菜や肉のほか、雑貨を扱っている。市場の建物の外側は、野菜売り場となっており、内側は、肉・魚の店が入っている。

肉屋では、「すき焼き」という張紙があり、すき焼き用に切られた肉が売られている光景が見られる。



(市場の建物)



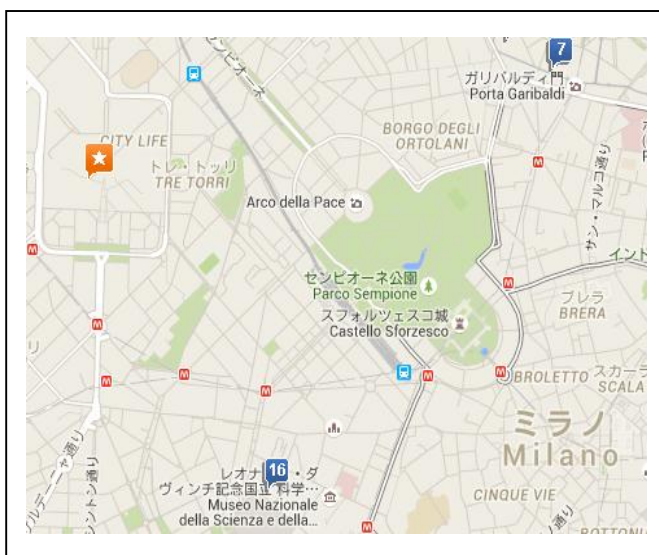
(魚 屋)



(野菜・果物)



(肉 屋)



事前調査参考資料

独立行政法人日本貿易振興機構（略称：JETRO（ジェトロ））

国内外に持つネットワークを活用し、対日投資の促進や農林水産物・食品の輸出、中堅・中小企業等の海外展開を支援している。

また、各種調査・研究を通じ、我が国の企業活動や通商政策に貢献している。

本 部：東京都港区赤坂（経済産業省所管の独立行政法人）

設 置：2003 年（平成 15 年）10 月 1 日設立。

役職員数：日本国内約 830 名、日本国外約 850 名。

事 業：日本の貿易の振興、開発途上国・地域に関する研究。

海外事務所・センター：54 か国 76 か所



（ジェトロ・ミラノ事務所）



Via Santa Maria Segreta, 7/9 20123 Milano,

ITALIA TEL : 39-02-7211791

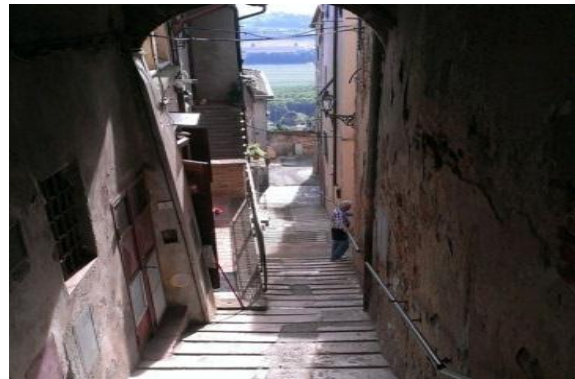
事前調査参考資料

ボルゴ・メディエヴァーレ・デイ・ペッチョリ

ペッチョリ（コムーネ）は、トスカーナ州ピサ県にある人口約4,800人の村で、アルベルゴ・ディフーズ協会加盟の宿泊施設がある。

アルベルゴ・ディフーズは、宿の形態を指す正式な認証であり、トスカーナ州における協会加盟施設は7か所となっている。

ボルゴ・メディエヴァーレ・デイ・ペッチョリは、街の歴史地区に点在する10の宿泊施設やトスカーナ料理を提供する3つのレストラン、観光案内所などの施設からなり、ワイナリー見学や有機チーズ農場見学など各種アクティビティを提供している。



（街の歴史地区）



（宿泊施設の外観）



（宿泊施設の室内）

＜アルベルゴ・ディフーズの始まり＞

1976年に北イタリアを襲ったフリウリ地震による震災復興である。スロベニアとの国境に面したフリウリ＝ヴェネツィア・ジュリア州を襲ったこの地震は、77のコムーネ（イタリアの基礎自治体）に、死者939人、負傷者2,400人と大きな被害をもたらした。

イタリア政府等は震災復興策として、壊れた家の再建や改修、補修等を実施したが、親戚などを頼りコムーネを離れる住民もあり、多くの空き家が発生した。地震の被害に加え、住民の減少、空き家の増加によって、コムーネの活力は失われ、経済的にも疲弊し、更なる住民の流出、空き家の増加を招いた。

当時、観光や地域活性化のコンサルタントであったジャンカルロ・ダッラーラ氏が、この地を訪れ、この空き家をホテルの部屋として活用し、観光客を呼び込み、コムー

ネを活性化させようと考えたのが、アルベルゴ・ディフーズの始まりである。

その後、この新たな形態のホテルは、過疎に悩むイタリア各地の小さなコムーネに拡がり、現在、上述のジャンカルロ・ダッラーラ氏が会長を務めるアルベルゴ・ディフーズ協会公認のものだけでもイタリア国内で84カ所にもなる。

さらに、この新たな形態のホテルはイタリア国内にとどまらず、スイス、クロアチアなど欧州各地にも広がりを見せている。

<アルベルゴ・ディフーズの魅力>

これらのアルベルゴ・ディフーズのある場所の多くは、非常に小さなコムーネで、これまでホテルはおろか、簡易な宿泊施設さえなかったところもある。ホテルなどでは、建設費など大きな初期投資に加え、運営の面でもコストがかかるため、ある程度の規模の宿泊客が必要となる。

しかしながら、アルベルゴ・ディフーズの場合、宿泊部屋やレセプションは空き家を、レストランはコムーネ内にある店を活用すればいいだけなので、空き家の修復費等の最低限の投資で開業することができる。

一方で、観光客にとって、アルベルゴ・ディフーズに宿泊することは、どのような魅力があるのだろうか。それは、これまで宿泊施設がなく、観光客としては滞在することが難しかった集落に、あたかもその住民として生活するかのように滞在できることである。昔から地元にある商店での買い物、地元の人が集う、地元の食材を使ったレストランでの食事、それらを通じた地元住民とのふれあいなど。

これらは、観光客が集まる観光地で、一般的なホテルに滞在したのではなかなか味わえない。さらに空き家が古い伝統的な建築物で、それを改修したものであれば、空き家の滞在そのものが、その地域の伝統的な生活体験ともなる。しかも、ベッドメイキングなどの一般的なホテルのサービスを受けながらである。

<出典>（在イタリア大使館一等書記官山崎雅生、イタリア発の新たな形態のホテル「アルベルゴ・ディフーズ」、NETT海外調査研究、2015年、No88 35～36頁。）

事前調査参考資料

ダリオ・チェッキーニ肉店

18世紀に創業し、250年もの歴史のある精肉店で、「世界で最も有名な肉屋」と言われる。

8代目となる現在の店主は、「拡大するスーパーマーケットから伝統的な肉屋を守り振興する」ことを目標としており、イタリアの銘柄牛である「キアーナ牛」が店頭に並ぶこともある。肉屋のほか、3軒のレストランを経営しており、肉の切り分け等を指導する教室も開いている。



(試食台に乗せられた肉とワイン)



(店 内)

<たった1軒の店が故郷のためにできること>

グレーヴェから車で15分、パンツァーノ・イン・キアンティに忘れてはならない肉屋がある。

グレーヴェの町に属する人口980人ほどの集落パンツァーノを世界的に有名にしたのは、1軒の名物肉屋「チェッキーニ」だった。

もうどれくらい前からか。毎日曜日の朝、この店には自家製のサラミや総菜、ワインが試食台に並び、それを楽しみに観光客までがわんさか押し寄せる。

ダリオは、若い頃から詩を愛する詩人として知られている。

店の隅には、詩聖ダンテの彫像ばかりではなく、巨大なミノタウロス像が、“美食の迷宮へようこそ”とばかりに待ち構えている。

肉屋という名の演劇空間に溢れかえる観客たちは、大きな肉切り包丁を手にした主役、ダリオの一人芝居に興じる。ここでは、それが安心できる肉を買うということと同義だった。

ところで、このダリオが、世界に名を馳せたきっかけは、90年代ヨーロッパを震撼させた狂牛病である。

当時のEU諸国では、骨付き肉の販売が厳しく規制された。そのとばっちりを受けて、トスカーナが誇る郷土料理、Tボーンステーキ、ビステッカ・フィオレンティーナが、当分食べられなくなる非常事態が生じた。

この時、ダリオは思い切ったパフォーマンスに出た。

行き過ぎた衛生法による世界的な規制は、地域ごとの味わいをなぎ倒す悪法であり、「この悪法は、ビステッカ・フィオレンティーナという伝統文化に死をもたらす」と主張し、店頭に墓碑をしつらえた。

イタリアの墓所で目にする故人の陶板写真ならぬ、麗しのビステッカの写真を掲げ、毎日、一輪のバラの花を添えた。

最後の骨付き肉を売る日も記念競売会を催した。ここには歌手のエルトン・ジョン、ロシアの富豪、たまたま滞在中だった日本人シェフなど酔狂な客たちが集まり、その売上金は、すべて小児病院に寄付された。

そんな前衛的なパフォーマンスを通じて、ダリオは自分は肉屋として客に一口たりとも健康に害のある肉など売らないと宣言したのだ。これが予想を上回る劇的な効果をあげた。

数ヶ月後、ダリをチェッキーニの名を冠した肉は既に安心マークとしてブランド化を遂げ、パンツァーノ村の日曜も賑わいを増した。

村には2軒のレストランも開業した。2軒目の店は、予約制で肉づくしのフルコースが売り。パンも野菜も地元産で、新鮮な肉たっぷりの特製バーガーは、地元で密かに“マック・ダリオ”と呼ばれていた。

だが、そんなダリオも若い頃は父親の肉屋を継ぐ気などさらさらなかった。

子供の頃から動物の世話が好きで、将来は獣医を目指していた。

ところが、ピサ大学で獣医学を学んでいた頃、父親が急死し、数年後には母親も失った。若くして妹と祖母を養わなければならなくなったダリオは、学業を断念し家業を継いだ。それから37年、今ではこの仕事を誰よりも愛している。

現在は3人目の妻と暮らしている。近頃は、世界各地に呼ばれて豚の捌き方や肉料理を指南することも増えた。

今後は時間が許す限り、肉に精通し、肉屋という仕事に誇りを持ってくれる同業者を養成するための、“肉の学校”を世界に広めたいという。

そんなダリオの座右の銘は、「人に与えた分だけ、与えられる」。たった1軒の個人店が、この小さな集落に世界の人が集う傑作な交流の場を作り上げた。

それもたった1軒の店が、愛する故郷のためにできることは実に少なくなかった。

〈出典〉（島津菜津、『スローシティ』、光文社新書、2015年、41～44頁。）

事前調査参考資料

<キアーナ牛>

世界で一番大きくて、一番古い種類の牛で、白い体が高貴さを醸し出しており、エトルリア時代には神への生贄として捧げられていた。

現在では、ボローニャから南、ラツツィオ州北部辺りまでの範囲で育てられ、モンテプルチャーノやコルトーナがあるキアナ渓谷から名前が付けられた。

とても健康的な牛肉で、たん白質が高く、コレステロールが低く、他の牛肉に比べ脂肪もカロリーも低い。

キアーナ牛は、C C B I (Vitellone bianco dell'Appennino Centrale IGP 中央アペニン山脈の白子牛) という団体による I G P (欧州連合による保護地理的表示) の認証を受けることで、その品質が保証される。



事前調査参考資料

グレーヴェ・イン・キアンティ

トスカーナ州フィレンツェ県にある人口約 1 万 4000 人の町(基礎自治体)であり、1999 年 10 月に、当時の町長であるパオロ・サトゥルニーニが、スローフードの哲学を行政に導入し、地方中小都市の生活・文化・歴史を再評価して生活の質を向上させ、住み良い町をつくることを目指した。

具体的には、町の独自性や自然を守るために、既存の建築物を再利用し、大型店の進出を規制することにより、古くからの商店街も守るなどの取組を進めている。

国際的組織「チッタ・スロー協会」(イタリア語でスローシティの意)には、現在、イタリア国内の 75 都市のほか、全世界で 28 か国 182 の都市が加入している。(日本からは気仙沼市が唯一参加)



(ぶどう畑が広がる農村)



(キャンティ市内)

2008 年の夏、トスカーナ州グレーヴェ・イン・キアンティの元町長、パオロ・サトゥルニーニはこう言った。「今や、世界中から観光客がやってくるトスカーナ州の田舎も、50 ～70 年代には劇的な過疎化に喘いでいたんだ。」

グレーヴェ・イン・キアンティは三角形の美しいマテオッティ広場で知られるキャンティ地方の小さな町だ。

このまちは、かつて「何もない」田舎。美術品もない、娯楽もない、海もない、おまけに高速道路も通らない。そんな農村から、若者たちはローマやフィレンツェなどの都会に出て行き、まちは人口が減り、過疎化にあえぐことになった。

50 年代約 1 万 5000 人だった人口は、70 年代には約 1 万人までに減少。

失ったのはこれから町を支えていくはずの若者ばかりだった。現在、人口は 1 万 5000 人までに回復した。劇的な過疎化に歯止めをかけたものはいったい何だったんだろう。

その答えは意外なものだった。何よりも大きな要因は、70年代後半からキャンティという土地の潜在力に目をつけた外からの移住者たちの流れだ。

トリノやミラノといった大都市からの移住者ばかりではない。イギリス人、ドイツ人、スイス人、オーストラリア人といった外国人もたくさんいた。彼らがまずおいしいワインとオリーブオイルの里、風光明媚な丘の土地としての価値に気づき、点在するうち捨てられた農家や屋敷を買い始めた。この土地に投資し始めた。しかし、この地に投資した人たちは、もっと先を見ていたのだと思う。キアンティ地方は鉄道や道路といったインフラ整備の面から見た場合、お世辞にも恵まれた地ではなかった。高速道路からもそれていた。ところが不幸中の幸いというべきか、そこに風景を整えていける資質があった。彼らはそこに気づいていた。

トスカーナの田舎が変わるもう一つの起爆剤は、農における量から質への転換だったという。外からの投資がワインという足もとの文化に地元の目を開かせてくれた。やがて80年代、ワインの生産者たちの中から起こった大量生産を見直そうという動きが大きくなうねりになっていく。

かつてのキアンティのワインといえば、庶民的なワインの代名詞だった。

藁に包まれた丸いお腹のボトルが特徴的で、アメリカなどに大量に輸出されていた。質の向上と個性化に成功して久しいフランスワインに比べ、イタリアのワインの評価はまだまだ低かった。そこにトスカーナワイン多様化のビックバンが起こる。

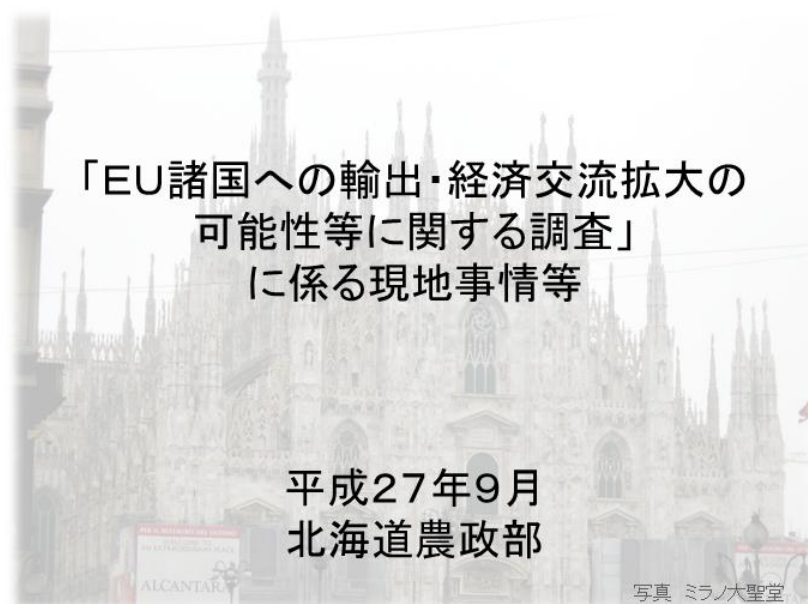
こうして、移住者や観光客が増えていく中、まちを大きく変えようとはしなかった。大型ホテルを誘致することはせず、プチホテルや、地元の農家に宿泊する「アグリツーリズモ」を奨励した。

また、大型ショッピングセンターも呼ばず、地元の個人店を守った。景観も、厳しい景観条例により、豊かな自然と調和した街並みを保ってきた。

99年に「スローシティ宣言」（スローシティはイタリア語で「チッタ・スロー」）。

大切なことは「人間サイズの人間らしい暮らしのリズムが残る小さなまちづくり」、人と人との交流、農家の知恵、職人の技、食文化、信仰といった、目に見えないものをなによりも大切にする。それがグレーヴェ・イン・キアンティのスローシティのありかた。

〈出典〉（島津菜津、『スローシティ』、光文社新書、2015年、20～26頁。）



目 次

1. イタリア農業の概要	1
2. イタリアと日本の農林水産物・食品の貿易の状況	3
3. 日本とイタリア（EU）との農林水産物・食品の貿易の状況	5
4. イタリアにおける日本食品の消費動向	6
5. 日本のEUに対する輸出戦略	7
6. アグリツーリズモの取組	9
7. スローフード・スローシティの取組	10



イタリア国旗

三色旗（トリコローレ、Tricolore）とも呼ばれる。一般的解釈では、緑は「国土」、白は「雪・正義・平和」、赤は「愛国者の血・熱血」を表す。またフランス国旗由来であるため、緑は「自由」（フランス国旗の青を置き換えたもの）、白は「平等」、赤は「友愛（博愛）」を表すともいう。

1 イタリア農業の概要

人口

(単位:千人、%)

区分	総人口 a	経済活動人口 b	農業人口 c	総人口に対する割合 c/a	経済活動人口に対する割合 c/b
イタリア	61,070	26,396	704	3.3	2.7
日本	127,000	62,397	1,087	2.1	1.7

土地

(単位:万ha、%)

区分	国土面積 a	国土面積のうち 農用地面積 比率	
		b	c
イタリア	3,013	1,373	46
日本	3,780	455	12

- ・イタリアの総人口は日本の約5割。
- ・イタリアの国土面積は日本の約8割だが、農用地面積は日本の3倍と広く、国土面積に対する割合も大きい。



1

1 イタリア農業の概要

農林水産業の地位及び主要農産物の生産状況

(単位:億USD、%)

区分	イタリア		日本	
	名目額	GDP比	名目額	GDP比
国内総生産 (GDP)	21,495	-	48,985	-
うち 農林水産業	477	2.1	577	1.2
1人当たりGDP (ドル)	35,243		38,528	



イタリア農業の地域別概要



2

2 イタリアと日本の農林水産物・食品の貿易の状況

イタリアの輸出入農産物上位5品目

輸入 (単位:百万USD)	
品目名	輸入額
たばこ(製品)	2,659
牛肉	2,433
豚肉	2,429
小麦	2,046
チーズ	1,928
総額	45,289

輸出 (単位:百万USD)	
品目名	輸出額
ワイン	5,991
チーズ	2,519
調整食料品	2,417
マカロニ	2,097
チョコレート製品	1,606
総額	40,120

出典:FAO統計(2012年)

3

2 イタリアと日本の農林水産物・食品の貿易の状況

日本の輸出入農産物上位5品目

輸入 (単位:億円)	
品目名	輸入額
たばこ	4,623
とうもろこし	4,090
豚肉	4,087
生鮮・乾燥果実	2,239
牛肉	2,206
総額	54,419

輸出 (単位:億円)	
品目名	輸出額
たばこ	249
アルコール飲料	207
ソース混合調味料	195
清涼飲用水	121
豚の皮(原皮)	97
総額	2,680

出典:財務省貿易統計(2012年)

4

3 日本とイタリア(EU)との農林水産物・食品の貿易の状況

貿易概況				農林水産物輸出入上位5品目		
・日本からイタリアへの主要輸出品は、自動車、二輪自動車類、原動機。 ・イタリアから日本への主要輸入品は、医薬品、バッグ類、衣類等。				輸出(日本⇒イタリア)		
区分	輸出 (日本⇒イタリア)	輸入 (イタリア⇒日本)	収支	品目名	輸出額 (百万USDドル)	シェア(%)
総額 (百万USDドル) ^a	3,517	8,627	-5,110	レシチン等	4.5	15.9
農林水産物 (百万USDドル) ^b	28	1,157	-1,128	真珠	3.1	11
農林水産物の割合 (%) (b/a)	0.8	13.4	-	植木等	1.6	5.7
				アルコール飲料	1.1	3.7
				播種用の種等	0.9	3.3
				総額	28.3	100
				輸入(イタリア⇒日本)		
				品目名	輸入額 (百万USDドル)	シェア(%)
				アルコール飲料	235	20.3
				オリーブ油	145	12.5
				トマト調整品	113	9.8
				スパゲッティ	95	8.2
				ナチュラルチーズ	88	7.6
				総額	1,157	100

出典:財務省貿易統計(2014年)

5

4 イタリアにおける日本食品の消費動向

日本食レストランの状況		課題	展望と対策
～1990年	・日本人経営が多い ・顧客は日本人が多く接待などに利用 ・単価は高め	・日本料理に必要な食材の確保が困難(通関による障壁) ・日本からの料理人を確保することが困難(滞在許可の取得など)	・輸出環境の整備
1990年～	・中国人経営の店舗が増加 ・顧客の対象が拡大 ・単価は多様化	・「日本食＝寿司・刺身＝生魚を使った低カロリー食品」といった偏った認識の横行	
2000年～	・中国人経営の店舗が更に増加、また、イタリア人経営の店舗も増加 ・テイクアウト、宅配やチェーン店も増加 ・単価は多様化	・日本食の代名詞である寿司ブームのかげり	・幅広い日本食の普及の必要性和輸出拡大への可能性

日本食品の消費拡大にはソフトとハード両面からの対策が必要

参考:日本貿易振興機構ミラノ事務所調査

6

5 日本のEUに対する輸出戦略

国の取組

●現状と課題

- ・日本の輸出金額は5千億円前後
- ・日本の輸出先は、関税が低く、非関税措置も厳しくない地域が中心。
- ・「食」の人气が一番高いのは日本だが、「食」への支持が輸出に結びついていない。(ジェトロ調査より)

●目標

- ・日本「食」への支持を背景に、日本「食」の基軸となる食品・食材を、食市場の拡大が見込まれる国・地域へ輸出することにより、2020年までに1兆円目標の達成を目指す。
- ・EUを重点地域の一つとして設定。

道の取組

- ・道産食品輸出額は、667億円(H26)
- ・道は2018年の目標を1,000億円に設定

「食の輸出拡大戦略」の策定

H27年度に「食の輸出拡大戦略」を策定し、道産食品輸出額のH30(2018)年度の目標を1,000億円に設定

○戦略項目

- ・目 標：品目別の輸出額
- ・計画期間：H27～H30年
- ・基本戦略：①輸出支援体制の確立
②商流・物流網の整備
③市場セグメント毎のバリューチェーン[※]の構築
- ・展開方向：品目別・国別・テーマ別

○推進体制 各部横断的なWGを設置し、取組を推進

※生産・加工、流通、消費に至る各段階の付加価値を高めながら繋いでいく取組

7

5 日本のEUに対する輸出戦略

国の取組

国別・品目別輸出戦略



約4,500億円

水産物	1,700億円
加工食品	1,300億円
コメ・コメ加工品	130億円
林産物	120億円
花き	80億円
畜産物	80億円
牛肉	50億円
茶	50億円

【2012年】

農林水産物・食品の輸出額を
2020年までに1兆円規模へ拡大

1兆円

水産物	3,500億円
加工食品	5,000億円
コメ・コメ加工品	600億円
林産物	250億円
花き	150億円
畜産物	250億円
牛肉	250億円
茶	150億円

【2020年】

道の取組

道産食品輸出額の推移



8

6 アグリツーリズムの取組

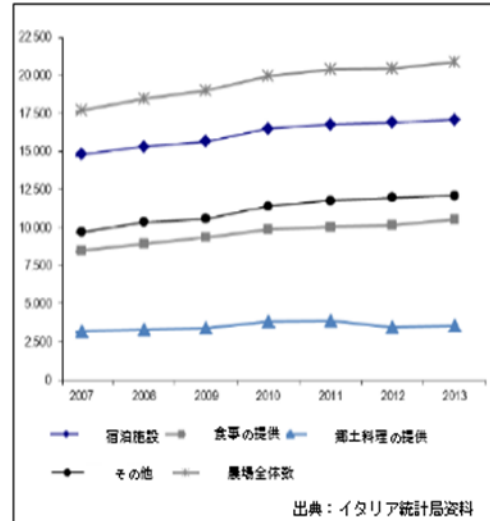
定義

農業経営者及びその家族が、農業経営を維持しつつ、自ら所有する家屋、農場および敷地をレストラン、宿泊施設等に活用し、利用客を受け入れる営業活動

概要

アグリツーリズム法(1985年制定)による認定

取組の内容		メリット	効果
農業	農業経営	農業労働者の雇用拡大 若者の都会への流出への歯止め	地方再生
	レストラン経営 宿泊施設経営	地域振興 地域の文化遺産(農場、牧場、伝統的な家屋、協会)の荒廃への歯止め	
観光			



アグリツーリズムには、複数のメリットがあり、イタリア国内での農場数も増加傾向にある

9

7 スローフード・スローシティの取組

背景	目的	取組
・80年代に進んだファーストフードの興隆に対抗して、地域の食文化を守ろうとする機運の高まり。	消えつつある郷土料理や質の高い小生産食品を守る。	「味の方舟」～全国の支部や会員から推薦された食材を、学術委員会(有識者やジャーナリストから構成)で選抜してリスト化する。
	質の高い素材を提供してくれる小生産者を守る。	
成り立ちと概要 ・1986年にブラで発祥。(イタリア・ピエモンテ州) ・世界中に1万人の会員と1500以上の支部を有する。 ・試食会や食に関する会議を主催。	子供たちを含めた消費者全体に、味の教育を進める。	「プレジディオ(庇護)計画」～良質で文化的にも経済的にもその地域にとって、特に貴重な食材について基金によって支援を行う。
		食育活動
		マーケティング技術の指導

スローフードは、地域食材の再発掘を通して地域の活性化に貢献している

10

7 スローフード・スローシティの取組

味の方舟

世界で1848品目の動物、果物、野菜の品種と加工食品を認定。
(日本国内では32品目が認定。)

●5つの選択基準

- 1 その生産物が特別においしい(その土地の習慣や伝統を尊重する)
- 2 その土地にある動植物、またはその土地の伝統的な製法であること
- 3 地域と環境的、社会経済的、歴史的なつながりがあること
- 4 小さな作り手によって、持続可能な方法で作られていること
- 5 絶滅の危機にあること

●3つの禁止事項

- 1 遺伝子組換作物が一切関わらないこと
- 2 商標類がついていないこと
- 3 選ばれてもスローフード協会のロゴやマークを直接商品に記載しないこと

プレジディオ(庇護)計画

小規模生産者を地域で直接支援し、伝統的な市場を開拓するのを助けることにより伝統的な生産方法を守るもの。



(スローフード協会HPより抜粋)

11

7 スローフード・スローシティの取組

背景と概要

・過疎化への危機感の高まり

・1990年、イタリアの3都市を中心スタート

オルヴィエート(中部イタリア)
ブラ(北イタリア)
ポジターノ(南イタリア)

オルヴィエートの風景



国際スローシティ協会

概要

- ・1999年に発足。
- ・30か国199都市が国際スローシティ協会に参加。(2015年現在)
- ※日本からは2013年3月に宮城県気仙沼市が加盟

基本原理

- ・都市に住む全ての人々へよりよい生活(を提供)
- ・都市における生活水準の向上
- ・都市の均一化、グローバル化への対抗
- ・環境の保護
- ・各都市の文化的多様性、独自性の推進
- ・より健康的なライフスタイルの推進

活動

- ・地域間に共通する景観条例の作成など



cittaslow
スローシティ協会の
ロゴ(協会HPより)

12



調 査 報 告



調 査 報 告

第一日目 10月4日

08:30 千歳空港集合
09:30 ANA54 便千歳空港発
11:05 羽田空港着
14:05 LH717 便 羽田発
18:50 フランクフルト空港着
22:05 LH258 便 フランクフルト発
23:15 ミラノ マルペンサ空港着
00:00 空港スタート 専用バス
01:30 クラウン・プラザ・リナーテ・ホテル着（日本時間 8:30）

今回の訪問調査団は、八田盛茂議員（小樽市）を団長に、釣部勲議員（空知地域）、本間勲議員（上川地域）、大谷亨議員（十勝地域）、大崎誠子議員（札幌市東区）、田中芳憲議員（恵庭市）、沖田清志議員（苫小牧市）と塚本敏一（北見市）で構成され、10月4日 AM8:30 千歳空港に集合し、羽田空港、ドイツ・フランクフルト空港を経由してミラノ市へ向かった。狭い飛行機の中と時差により、ほとんど眠れない24時間を過ごし、現地時間 00:00（日本時間翌日 AM8:00）に到着、用意されたバスに乗り込み「クラウン・プラザ・リナーテ ホテル」まで約一時間で到着。とにかくホテルで疲れた体を休め、明日からの調査に備える。



飛行機の中で航路が一目瞭然



ミラノに到着・時計の針は 0:00 指している



クラウン・プラザ・リナーテ・ホテル

第二日目 10月5日

「ミラノ市における日本食品の消費動向調査・視察」

市営ワグネル市場視察 10:25～

早速、ミラノ市民の台所「市営ワグネル市場」を視察、1929年に開設された歴史ある市場である。

残念ながら当日は魚市場が休みのため魚介類は店頭には並んでいなかったが、日本でもおなじみの肉をはじめチーズなど乳製品、野菜、果物、スイーツなど豊富な種類の食物が並んでいた。

その一角に、日本食ブームなのか、



によると日本人の購入者のほかイタリア人も購入するという。

特に、日本語で「しゃぶしゃぶ用牛肉あります。」との看板も掲げられており、在ミラノ日本人にも配慮した取り扱いも見受けられた。

買い物客層は、高齢者層が多く店員との会話を楽しみながら買い物をしていた風景は、一昔前、北海道のあちらこちらでも、陳列されている品物を店員と相対しながら購入する場面があったが、コンビニや大型スーパーの進出により、



醤油、味の素やコンブなどのほか、味噌汁やのり、寿司用お米、わさびなどが並べられていた。

価格は少し高めであるが、聞くところ



そうした風景は、北海道では少なくなっている。

イタリアではまだまだ大型スーパーの数は少なく、こうした市場や小売店舗が頑張っていた。



食の総合デパート「EATALY」調査 11:25～、

次に、2007年に建設された食の総合デパート「EATALY」（イータリ）を視察調査した。スローフードの発祥の地トリノに本社を構える「EATALY」（イータリ）は、質の高いイタリアの食材を提供するお店として知られており、イタリア各地から集められた、野菜から果物、酒類、食材や日用雑貨も並べられていた。





豊富な種類の品物が所狭しと、陳列されていた。

各フロアのフードコートはイタリア



地上階では新鮮な野菜や果物、2階は肉、魚、ハムとチーズなどを販売されており、3階は主にワインを取り揃えていた。

3階までの吹き抜けの構造は、買い物客の目線を重視した建て方であり、ゆったりとした中にも、きちんと並べられた



のサンドイッチや、ピザ、サラミとチーズ、肉など、軽食からメインまで幅広く食事を楽しめるようになっていた。

さすが、食の総合デパートらしく、ミラノ市民老若男女が買い物に来てにぎわっていた。

大型スーパー「エッセルンガ」調査 11:55～

次に、最近開発が進められ、高層ビル群がどんどん建設されている「ミラノ新開発地区」の一角に、近代的な高層ビルが完成し、その一階に開店したという大型スーパーマーケットを訪れた。北イタリア地方に拠点を持つ「エッセルンガ」という有名なスーパーマーケットである。日本のスーパーと変わらない形態であるが、種類の豊富なことには驚いた。大きな籠を引っ張って買い物する人もいた。またレジの店員は、日本とは違って座って長時間労働に耐えられる工夫がされていた。

イタリアでは、大型スーパーは、イタリア系は「アム」や「エッセルンガ」、





フランス系では「カーラフル」などがあり、どのスーパーも多少の違いがあるそうで、「エッセルンガ」は、ワインとお魚に定評があるという。



JETRO ミラノ事務所 15:00～

次に、JETRO ミラノ事務所を訪問し、イタリア国における日本の食品について、特に北海道の産物について意見交換をおこなった。対応いただいたのは、温井邦彦 JETRO ミラノ事務所長、柿迫一葉ミラノ事務所勤務、白石薫 JETRO 北海道貿易情報センター長に対応いただいた。



温井ミラノ事務所長からは、日本食ブームに合わせ、近年になくイタリアでも日本食レストランが増えてきていること(259店舗)、日本の素材が求められていること、お米は、イタリアでも生産されているが、今後日本の米が見直される可能性があること。そして、長いもやゴボウ、海産物では、「ホタテ」や「うに」の需要が増大するという。

イタリアにおいて健康志向の高まりがこれほどまでに日本食ブームにつながっているとは思わなかった。

今後、北海道からの農水産物など特産品を含め食材の輸出が期待される、との発言があった。以下、研修・意見交換詳細を記す。

「温井事務所長」

ミラノの日本食事情ということで、日本食レストランがミラノに多いということと、イタリアに北海道の食材の輸出の可能性はどのくらいあるのか、ということについて話をさせていただきたいと思います。

ミラノの街の日本食レストランについて、ミラノ市内だけで 259 店ほどあります。空前の日本食ブームであり、「なぜ、温井さん、あなたは日本レストランを開かないのか？開いたら絶対、はやりますよ、商売繁盛しますよと、素人がやってもお客さんが入ってくれるよ。」といわれております。

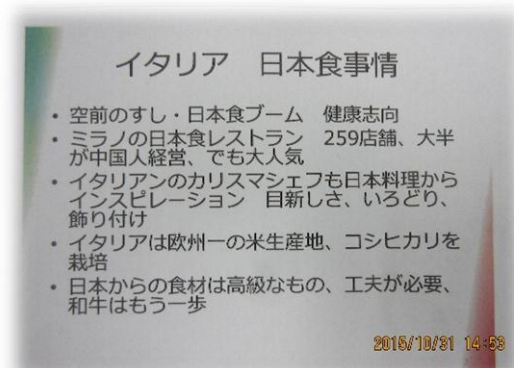


それは、日本食が健康的なものであるとイタリア人が感じていることと、イタリアのシェフから見ても非常に興味ある、おもしろい参考になるということで、盛りつけの仕方、懐石料理を連想していただければ良いのですが、野菜の彩り、お弁当が、最近イタリアで注目されておりますけれども、日本的なものがイタリアのカリスマシェフ



にとってもインスピレーションを抱かせる、興味があるという存在であります。食べる、それからそこから学ぶ、双方で日本食が注目されています。

259 店舗ミラノにあるといいましたが、そのほとんどを中国人が経営をしております。259 店舗のうち日本人経営は 6~7 店ぐらいです。日本人が寿司の職人として入っているところも入れれば 10 店~20 店





ぐらいになるかもしれませんが、ほとんどが中国人経営している日本食レストランです。

なぜ中国人の店が繁盛するのかといいますと、そこそこのお値段、ボリュームもそこそこ、味もそこそこ、イタリア人は、週に1回は外食する

ような人たちなので、毎週ピッツアばかりだと飽きてしまうし、たまには日本食を食べにいきたい、日本食もそんなに高くないところ、というと中国人が経営しているところになるのだと思います。



我々もお昼、ビジネスランチを食べに行きますが、いつも食べる天ぷら定食にしますと、そこそこの盛り合わせで、それから小鉢が3つか4つ付いて、そばも暖かいのがあったり、それで14ユーロ、白石新所長曰く高いな、でもこちらミラノでは安いなと思います。安く提供している中国人の日本食レストランのやり方です。



次に食材ですね、これだけ日本食ブームであれば、日本の食材も輸出できるんじゃないかなと考えますが、日本食のベースであるお米はイタリアは欧州一のお米の産地です。ここミラノから西の方に車を1時間走らせますと、いまちょうど穂を垂れた田んぼが一面広がっている地域があります。

ベルチェリというところが中心ですが、みなさまのご年齢ですとおそらく「苦い米」という映画をご存じの方もいらっしゃるかもしれませんが、1950年代終わりのサスペンス映画ですけれども、ベルチェリを舞台にした「苦い米」という映画がありました。クラウディアカルディナーレ、これがイタリアの女優か

と、胸がときめいたことを覚えています。そういうベリチェリというところに直まき、北海道も直まきと聞いておりますが、直まきで栽培されておりました。日系のキッコーマンの関連会社が、イタリアの農家に委託して、コシヒカリを実際に栽培しています。

ヨーロッパの日本の駐在員は、ここで生産されたコシヒカリを「ゆめにし



き」としてブランド化しています。お米以外は、野菜では、ほうれん草であったり、東洋の野菜である大根、白菜、こちらヨーロッパで作っています。中国産ですが長芋、ごぼう、さといもなども中国から入っています。

やはり日本食材は、高級食材として、生わさび、和牛、お魚のはまちは、ハサップという衛生基準をクリアしており、鹿児島産のハ

マチが毎週 100kg 入れてもらえるようになりました。

ハマチはどのように使うかというと、こちらでもカルパッチョという生の魚を食べる料理があって、もちろんオリーブ油、レモン、脂っこい魚は細かく切って、野菜を切ってセロリなどと一緒にサラダとして、前菜としてレストランでは出されています。

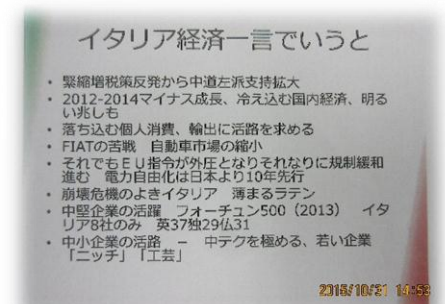
北海道からは是非イタリアに輸出していただきたいものは、「ホタテ」と「うに」で、これは最高級のもの、イタリアで輸入業者の方々も待っているわけです。

「ホタテ」も原発事故から一次途絶えております。「うに」は、輸出できる余力があるかどうかわかりませんが、「うに」のスパゲッティとか、それ以外でも食べています。これが大まかなことであります。

次に、イタリア経済事情についてお話しいたします。

2012～2014の3年間、経済はマイナス成長でした。やっと2015年になってやっとプラスになり明るい兆しが見えてきました。従って個人消費と云われる買い物消費意欲も上向きになってきています。

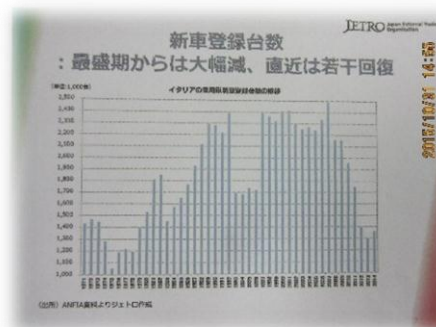
実質GDP成長率ですが、折れ線グラフで見て



いただくと、リーマンショックの 2014 に-0.4、2015 に+0.7 今年の成長予測です。



新車登録台数についてですが、イタリアの新車市場ですが、全然売れていません。2007 年 250 万台の新車登録台数があったわけですが、2014 年 136 万台に、約半分に落ち込んでいます。それだけ消費に慎重で、将来不安があったため、自動車だけでなくすべてに慎重でした。



それでもそういう経済の苦境状況にありながら、イタリアは EU10 ヶ国の EU 指令ということで各国の法整備が求められるのですが、たとえば 1997 年に出された EU の連続指令というのがあります。

これはいまやっと整備が進みつつありますが、発電、電力の小売りを自由化しなさいとい



う司令が出されました。1997 年に指令が出され、2003 年までに発電部分は自由化、電力の小売りは 32%まで自由化しなさいというのが実施されています。

日本もやればすぐ、やれると思いますけれども、十数年前にイタリアはやっております。イタリアだけでは、おそらくこんなことはで

きなかったとおもいますが、EU の 1 国としてドイツなどに引っ張られ、イタリアでもグローバル化に乗り遅れずに前に進んでいきました。

外圧といってよいかわかりませんが、昔の日本でいうアメリカであったり、イタリアでは EU 指令が外圧であり、自由化や規制緩和に乗り遅れないで進んでいるところで、プラスの面もありますが、昔ながらのイタリア、ラテン系の陽気なのんびりしたイタリアは失われ、世知がないイタリアになりつつあります。

私も 25 年前の 1 回目の駐在から比べまして、効率性はあがっておりますが、のんびりとしたイタリアはあまり感じなくな



ってしまっています。良い方に行っていると思いますが、そういう風に、ヨーロッパの中でも均一化といいますか、のんびりとしたラテン系のなごりが薄れてきていると感じています。

中小企業の国といわれていますが、そこにありますようにフォーチュン 500、大企業のランキングがありますが、先進 7 ヶ国はアメリカをダントツにして、中国、日本、英、独、仏と 30~40 とランキングに大会社が載っているわけですが、イタリアは、2013 年 8 社しかリストに載っていません。

経済規模は、先進 7 カ国の中で、大企業は 8 社しか載ってないが、言い換えれば、中小企業の中堅企業が頑張っているということであり、イタリアの活力は中堅、かつ若い企業が頑張っていまして、1980 年代 90 年代 2000 年代に、ここ 2・30 年に起業した会社がたくさんあります。

こういった企業は、新しいファッションブランドをつくったりしますが、たとえば、昔、カルビーというニットウェアで有名な産地がありましたが、和歌山がニット産地ですが、和歌山の産業界が昔有名だったカルビーと交流したいということで 3 年前ぐらいにカルビーを調べたとき、おそらくニット繊維産業は中国に移ってかなりダメージを受けていると思ったところ、実は完全に再生されていました。

昔はニット産業が 7 割だったのが比率は逆転して、7 割が普通のイタリアのブランドでつながっているという、私も知らなかったブランドですけれども、プリンセットとか、あまり聴かない、我々の世代はグッチだとかプラダとかしか知らないのですが、来たらカルビーの新しいブランドが登場していて、プリンセットがデザインに使われているというところが、日本の中小企業、中堅企業が見習うべきイタリアの中でのどこが参考かというところ、そういう活力の源という意味では、新しい若い企業がどんどん出てきて、底まで突き落とされたわけではありませんが、火事場の底力というか、イタリアというのはそういう底力をちょっと元気のない日本の中小企業も、元気いっぱいイタリアからもらったと思いますね。



もう一つ思う原因は、ニッチ、日本ではニッチニッチといいます、イタリアはニッチの先進国で、中堅企業ですから、そんな大きなものは扱ってはおりませんが商業生産であつたり、これから企業大手が行かないようなところへもちろん行くでしょうし、わかりやすい例を申し上げますと、建設業界で H 型鋼とか S 型鋼とかがありますが、これを

1000 本ください。100 本ください。どこかの会社がいうと、新日鉄、住金さんは、そんな少ないロットではできません、といいます。利益も出ないということになります。

イタリアでは極端にいいますと 1 本からでもどこでも配達しますという。そういうニッチさがあります。世界中のニッチを集めようが両方重なっておりますと。そういう業種、いろんな分野でそういう中堅でニッチだとかで、すすんでいく企業という意味でも 10 年後 15 年後になるかもしれませんが、もっとスリムになって厳しい中国との競争に勝ち抜いて行くイタリアの先進的な時代がやってくると思っております。簡単ではありますが説明に返させていただきます。ご質問をいただければと思います。



{八田盛茂団長挨拶}

本日は、ありがとうございます。北海道議会議員団 8 名で訪問いたしました。まず、議員を紹介させていただきます。私は団長の八田盛茂です。こちらから、釣部勲議員です。本間勲議員です。大谷亨議員です。大崎誠子議員です。田中芳憲議員です。塚本敏一議員です。沖田清志議員です。

本日は、お忙しいところ、ジェトロ・ミラノ事務所長の温井様、白石様、柿迫様にご対応いただき、誠に感謝を申し上げます。また、ジェトロには道内の事業者が輸出に取り組むに当たり、輸出先国の情報提供や相談対応などの支援をいただいているところであり、今回のミラノ国際博覧会における「北海道の日」の実施に当たっても、ミラノ事務所の皆様に多大なご協力をいただいたと聞いており、改めてお礼申し上げます。

さて、道では、道産食品輸出 1000 億円、外国人観光客 300 万人の目標を掲げ、今後、目標達成に向けた重点的な取組を進めることとしておりますが、本年はミラノ万博の開催、そして来年、2016 年は「日伊外交関係 150 周年」と承知するところであり、北海道産食品の輸出拡大を図る上で絶好の機会ととらえております。

こうした中、このたびの道議会の調査では、「EU 諸国への輸出・経済交流の拡大の可能性等に関する調査」をテーマとして、ミラノ万博開催の機会を捉え、イタリアをはじめ EU 諸国との経済交流の拡大に向けて、「北海道の日」の実施効果や日本産食品の消費動向の把握、関係先との意見交換などを行うこととしております。

このため、本日はイタリアにおける日本食の普及や日本産食品の流通状況、

小売業、外食産業の現状やトレンドなどの情報についてお聞きし、その後、今後の輸出拡大の可能性などについて、意見交換させていただければ幸いに存じます。本日は、どうぞよろしくお願い致します。

{意見交換内容}

「質問者」色々と所長の方からお話を承りました。日本食に対するイタリアにおける健康食ブームであるということではありますが、イタリアの皆さんはパスタですとかチーズ系、サラミ、肉系を食べているのですか。健康寿命はどのくらいですか。

「温井事務所長」イタリアと日本というのは、先進国の中では少子高齢化がすすんでおり、1位2位を争っている長寿国であります。

「質問者」食も健康志向のものを食べていると考えていいのか。イタリアに来て何日もたっていないのですが、どちらかというと味が濃かったり、チーズ系、ベーコンや肉系を食べることが多いように思いますが、野菜を食べるというよりは、そういう文化の方が強いのかなと思っているのですが、間違いですか。

「温井事務所長」レストランで食べると塩辛い、こんなの食べたら寿命が縮まるよと思われるかもしれませんが、たとえば、生ハム、塩の塊みたいなものですよね。日本人はあれをおいしいと思うのでしょうけれども、10枚20枚食べますけれども、それを半年続けると痛風になってしまったとか。(笑)

イタリア人は、そんなに食べませんから。ワインにしても、私も3杯4杯とたくさん飲みますが、イタリア人は、1杯ぐらいですよ。だから、日本では何もわからなくても、イタリア人はと一方的に思ってしまうのですが、本当に節制の効いた食事を心がけている。私は、イタリア人と住んでいないのでわからないので、住んでいる人の方が詳しいかな。

イタリア人は、かなり長生き、日本人ほどではないけれども、世界でもトップランクですよ。普通に80、90歳まで生きております。



「質問者」家で食べているものは何。おばあちゃんがつくるものは。

「柿迫職員」いつ着いたのですか。(昨日です。) レストランとかはこれから(行ってきました。)

だいたい、ランチメニューあるのですけれども、夜と昼とアラカルトだとほとんど変わらないですね。で、夜とかは、プリモセコンド、プリモはパスタとかリゾット、セコンドが肉か魚とプラス付



け合わせで、結構野菜が出てくるので、バランスよく食べています。

特に、ミラノの人って、シエスタ、シエスタといって、あれはスペインのですけれども、ミラノの人に限ってはお昼に1時間ぐらい、日本人と同じように昼休みの時にミラネーゼに限っては、そのインサラトネ、野菜サラダの大盛りをよく食べていますね。

「質問者」いま、日本食がよくブームになっているということですが、イタリア人に口に合うということなのか、日本食のきれいさ、細かに手の込んでいる、ダンですとか、食に対する考えが見直されたのでしょうか。

「柿迫職員」イタリア人は基本的に保守的なのです。だから、時間があればスーパーを見ていただきたいと思うのですが、行くと、ほとんどがイタリアン食品です。で、マンマの料理が世界一だと思いこんでいるので、実際そうだと思うのですが、なので、スーパーにいても80%がイタリアンで、ミラノ市内でもほとんどがイタリアレストランですけれども、結構東京に住んでいるときに、苦労したのですが、フレンチレストランが1軒あるかないか何ですね、ミラノに。そんな状況なのです。

なので、その中で、イタリアで日本食がブームを通り過ぎて、寿司とか天ぷらが定着してしまっているんです。「今日は、パスタにする、寿司にする」と毎日ではないですが、子供がお母さんに聞くぐらいの、9割方が、中国人が日本食レストランを経営しているのです。それは全世界同じですが。

「質問者」コシヒカリがこちらでもつくられる、日本独特の野菜もつくられるということなのですが、これは相当昔から取り組まれているのですか

「温井事務所長」

20年前1回目の駐在の時にもコシヒカリがありました。キッコーマンがつくっているときいたわけではないのですが、ほかの会社を作っていたり、アルゴリオというイタリアの使うお米、ちょっと芯が残る、大きめの粒で、これでやらないと本当のリゾットじゃない、というのでアルゴリオが専用種です。

コシヒカリのようなのは、こちらの人はあまり使わない。キッコーマンがつくっているのは、コシヒカリ種をもってきて、こちらで野生化現地化してしまう





ので、できるだけコシヒカリを残すように種苗屋に頼んで、ちゃんと保存、種苗保存をちゃんと残すようにやっています。栽培方法は、それなりに苗と苗の間隔を空けるようにしています。

「質問者」昔、コシヒカリは、イタヒカリといいませんでした。私も関係していたものですから、コシヒカリそのままだったかなとおもいました。

「温井事務所長」はい、そうです。いまは、ユメニシキとしてブランド化しています。

「質問者」先ほど、リゾットを食べてきました。

「温井事務所長」

アルゴリオですね。黄色いのを食べてきたのですね。私はあまり好きではないのですが、



「質問者」最後にチーズを食べているのかなと思った。

「温井事務所長」

あれ残ないとだめなんです。東京のイタリアレストランもわざわざアルゴリオを取り寄せています。本物はこれだといってます。

「質問者」私は、北海道に日本酒の会社 13 社あり、ミラノ博に 8 社が出店し試飲もしていただくのですが、日本酒といいますとややもすると本州に伝統があるといいまして、「八海山」が主体となってやっておられましたが、北海道の酒は自慢になりますが、内地府県の酒よりも温暖化現象の関係もありまして、酒米が非常によくなってきている。

従って、いま北海道でつくっている酒米は当然北海道で地産地消ということで、大事につくられているのですが、味は決して味覚のほどは内地府県のものに



見劣りしません。従って、今後日本食ブームというお話がございますが、お寿司には、日本酒が付きものと思っているのですが、こちらの日本食ブームの中で、将来日本食イコール日本酒が倍増につながっていくのかお伺いいたします。

「温井事務所長」

今ヨーロッパではどんなお酒が人気があるかといいますと、パリでは、日本酒と

いうと山口県「獺祭」。「獺祭」をこの間試飲しましたけれど、甘口なんですね。剣菱も通には辛口なんだろうというが、こちらではそこまでいきませんで、甘口でどちらかというと北の方の東北の方の甘口の酒が好まれる状況にある。甘口でこくがあります、米の味がするそういう段階なので、日本の人は辛口で最上級のものじゃないいいといいますが、それは全くの認識違いです。



「質問者」それ、吟醸酒ですか

「温井事務所長」純米大吟醸です。

「質問者」フルーツの香りのするお酒、本醸造酒ですか

「温井事務所長」アメリカ産で十分なのです。月桂冠、カリフォルニアでつくっているものです。大吟醸獺祭

「質問者」いま実情を申し上げますとね。いま天候の異変があるものですから、内地府県で酒米つくったら、なかなかうまい従前の酒米がつかられていないですね。従って、米の卸業者が北海道に来て是非北海道の酒米を譲ってほしいというぐらい北海道のお酒がいま求められています。この際北海道のお酒をよろしくお願いしたいなと思っています。

「温井事務所長」おそらく、こちらのイタリアの人は、たぶん、本州産、北海道産を気にしていないと思います。こちらで一番困るのはどう違うのだといわれるんです。全部原料はお米でしょ。こちらのワインはブドウの種類が違うから味が違う。だけど、お酒は全部同じ米なのに、どういうふうにして格付けみたいなことをするのだというのです。それだから全国基準を出していただきたいですね

「白石所長」

農林水産物の輸出を担当していましたので、アジア地域では、我々が目標としているのは、ワイン、地域をデパートで棚に出されているんですが、いま日本酒はその他の雑種になっているのです。日本酒という棚をつくりたいんです。というのを目標としています。

アジアではどちらかというとたくさんの方々が輸出だしされているのですが、市場のパイは同じで、銘柄が変わっているだけなのかなと、感じがしていて、それをできるだけパイを拡大していき、輸出量を増やしていきたい。

どこかのお酒が出るとどこかのお酒がなくなってしまうというのではなく、取り扱いだけだと、今度こんな新しいお酒が出ましたよ。目新しさだけが広がって、実はパイが一緒になっていないのではないのか指摘があって、こ



れを何とか改善していきましょと、私が取り組んでいます。

また、皆様方とコンタクトさせていただいて、いかに市場を拡大して、皆さんが輸出拡大していけにはどうすればいいのか、相談をさせていただきたいと思います。

「質問者」従来の 4 合瓶、一升瓶で、それを従前のイメージを打破して、四角形にしたり、三角形にしてみたり、そういう試みをするとう方から引き合いが出てくる。ですから、いま指摘がありましたように、創意工夫をすることによって市場を確保していくことは十分可能ではないかと思ひます。

そのためには、JETRO にも理解をしていただかなければならないのですが、やっぱり、我々議会もプロジェクトをつくって活動しているのですが、是非北海道の酒を世界各国に売り込んでいただきたい。



「温井事務所長」

アジアとヨーロッパは、まったく違うんですけれども、この前イタリア人で日本酒ソムリエ、自称名乗っている日本酒に詳しい方を講師に日本酒のセミナーを開催しました。

ジャーナリスト中心にレストランのオーナーたちがきて、日本酒を仕入れて 40 人ぐらひの定員で今年の 2 月、1 回目ですけれども、開催したら応募が殺到して、

どういふことを説明したかといふと、日本酒の違い、どういふ種類が、大吟醸じゃありませんけれども、お米をこのように削って、こういうのがあるとか、そうしたことを話しました。

奥が深いなと皆さん思ふわけですね。それで、あ、そうかと、たとえば、北海道のお酒をプロモートするならば、18 社とおっしゃいましたが、統一して、北海道、ヨーロッパじゃなくて、北海道というブランドを統一して、その中でもこういうふうの違いますよみたいな、セミナーで北海道といふと、フランスといふと瀬祭一色ですから、そういうようなものをつくり上げるような、・・・。

「質問者」我々、PR の仕方で、読売巨人軍の原監督が瀬祭を飲んだのですね。「この酒何という酒なのだ。」と、「非常にうまい酒ではないかと。」といったとたんに次の



日から売れ出した、というエピソードがあるのですが、実際にそうです。

「温井事務所長」

日本よりイタリアの方が手に入りやすいですよ。

「質問者」 そうらしいですね。

「質問者」 それと先ほど、「うに」だとか「すじこ」はどうなのですか。「いくら」はイタリア人は食べないですか

「温井事務所長」

料理には出てこないけれども、カリスマシェフは使いたいけれども、こちらでもサーモンはありますからね。サーモンはノルウェーから

「質問者」 「うに」というと可能性はありますか。

「温井事務所長」

「うに」は、イタリア人はお金になるから取り過ぎてしまい、漁獲制限しています。もともと地中海というと魚いないのですよ。綺麗すぎて。海藻が生えないのです。海藻が生えてないところに綺麗な水が流れている、だから、こちらの「うに」は、ちょっとしか実が入っていない。こっちの「うに」はスペイン産大西洋。こちらで採れたとしても、みんな金になるからなくなるから、産卵期、禁止令が出るぐらいですから。それほど需要があるのです。

「質問者」 「ホタテ」もそうですか

「温井事務所長」 こちらは小さいので。



「質問者」 さきほど団長から話がありましたとおり、北海道輸出 1000 億円をめざしています。北海道だけで。ところがほとんどが海産物なんです。畜産物はほとんどないんです。今日もスーパーを見させていただきましたが、ハーブやチーズもありましたが、北海道も農畜産物もありますが、歴史からいったらまだまだ勝負にならないなと感じています。1000 億をめざしていますが、いま 700 億ぐらい北海道で輸出しています。

そのうち、90%が海産物です。そして、一部、日本酒が何とか、私は十勝の方出身で、ながいものが約 20 億ぐらいです。たった 20 億です。ですから海産物は需要はあるがお酒も入って、農畜産物ではなかなか至難の業だなと、特にイタリアに来たら、そんな感じを持っています。

「柿迫職員」 ご指摘のとおり、イタリアは、北海道に限らず、基本的にあるものは入れないので、輸入しないじゃないですか、スーパーへ行かれてわかった

おり、ほとんどイタリアでは、かなり野菜だとか果物は豊富にあり、安いですが、キロ幾らだとか。日本だと「もも」4つ入って800円、1000円、こちらだと4つ5つでも1ユーロ、2ユーロで、しかもおいしいので、そういう物って北海道産に限らず入れても、そもそもニーズもないですし、ただ、逆に、わさびだとか柚子だとか、日本原産、オリジナルな物の方が人気があるのは当然です。ここで採れないから。



そういう意味では、ご指摘のとおり色々な地方自治体の農作物があると思うのですが、できれば、北海道産の場合は「うに」ですとか「ほたて」だとか、「ほたて」はハサップを採っているメーカーもいますけど、「うに」は、いまだに採れてないですか、たとへば、値は張ると思いますが「みょうばん」どうしても使わざるを得ない、で、ようは登録リストに入っていないから、あとは、金かけてハサップを取ったところで、全然高すぎて売れないとか、何かしらの理由はあるんです。需要はイタリアではあるんですよ。日本のだけハサップに入っていないんですよ。

なので、なんか、楽天のオンラインとかで、調べてもらったら、宮城県のヤマトというローマ字でヤマトと書くんですが、チリ産の「うに」を輸入して、瞬間冷凍して「みょうばん」使用で添加物一切なしで入れてくるんですね。たぶん技術的には急速冷凍して日本はできるレベルだと思うんですよ。できなくはないと思うんですね。

でもその会社をしても、チリ産を使うということは、日本産は高いんだと思うんですけども、だから、ニーズがあるので、もちろんできない理由があって、やっぱりだめだというのなら話は別だが、ミラノの人たちにはニーズがあるのです。



「温井事務所長」ヨーロッパとアジアの違いはですね、良い物があつたら高くても買い付ける、そこにお配りした小さなカラーの冊子がありますが、これは今年の2月に生わさびであつたり、はまちをイタリアの高級レストラン、高級ホテルに紹介する商談会、試飲会、試食会をやったんですが、たとえば、おつまみのなにか白いのがあるかと思いますが、それはこちらのリコッタチーズと生わさびをこれとお酒を食べたらどうですかと、このペアリング、お

宅の 5 つ星のフォーシーズンズ、たとえばホテルのバーでそれを出したらどうですかと、これはおもしろいねと採用してみようか、ということになりました。



5 つ星の食事の前に一杯引っかけろショットバーのようなところは、お金と暇をもてあましているお客に、そういう人をターゲットにして、一般の人には難しいのですが、そういうところに売るといふ商談会です。だから採点表を後ろに付けていますが、この酒はどうだった、あれはどうだった、採点を付けて、いろ

いろ反応はありましたね。

日本食材を輸入している商社は、冊子の後ろに 3 社出してますけれども、そこがだいたい日本食材を輸入している主要 3 社です。

「質問者」必然的な話になりますが、実際サッポロビールで「ほたて」「うに」は入ってる実績はあるんですか。

「温井事務所長」去年確か、イタリアはわかりませんが、不況だったんですね。「ホタテ」は青森産に変わって、今年もし回復すれば、アメリカでは「ホタテ」が不作で、日本産の「ホタテ」は海外とは違って、粒が大きくて日本ならではの、あれは日本でしか採れないホタテでそれが売れています。

日本ならではの柚子もスペインで作り始めたんですが、でもあの香りは、日本産でないとだめだということなんです。

私もベランダで「しそ」をつくっているんですが、しその味があまりしないんです。



「質問者」柚子の話もそうなんですが、レストランで食べていくものという感覚なんです、たとえば、何か自分の家で何か料理しようとか、そこまではいかないのですか。

「温井事務所長」そういう人を狙ったのではだめだと、勝負にならない。高くなりすぎて、というこ



とで、私たちがやっているのは高級レストラン、高級ホテルで食べるというか使ってもらえる、それでも高い。

「質問者」パイを増やすためには、一般的に言えば、普段から使ってもらう一番効率的だと思うんですが、・・・

「温井事務所長」まだ、そこまでは・・・、それは、キッコーマンだとか築地だとかが、いま

万博のお陰で、家で簡単に味噌汁つくろうとか、寿司を買ってたべようとか、キッコーマンの醤油だって使われてきている。

しかし、我々がいまやっていることは、北海道との交渉にしても、食材としても、「うに」高くなるじゃないですか、全国レベルの話としても、ターゲットは、そういったところになってしまう。

「質問者」僕らもパスタを食べますが、そばはどうですか。北海道のそばはどうですか。

「温井事務所長」そばは、こちらでも採れるんですよ。あの福島県の方が来られて、そば、イタリアのそばを購入したいと相手しているところなんです、そばは野生のもので世界中どこでも採れるようでして、こちらは100%そばなんです。私は、日本でおいしいなと思うそばは10%以下ですね。100%だとしたらざるそばできないですよ。

「質問者」つなぐのが難しいですよ。100%では。

「温井事務所長」そば食べますので、輸出ばかりというか輸出考えることが良いことなんですけれども、イタリアの農家はアイデアをね、いかに活性化につなげていくか、それを狙っているのが、富山市、先般来られたんですが、日本で一番おいしいイタリアレストランは富山です。それ本当ですかと突っ込みが入るのでしょけれども。(笑)

いやいや、そういうふうになるように、こちらの料理学校と提携して、富山のイタリアレストランのシェフの資質向上を訓練する。レシピの指導とか、あえて東京の人に食べに来てもらい、そしてその食材を東京のレストランに売るとか、そういうようなことも、そばだったらイタリアの農家を入れて、新しいそばの食材、ざるそばだけじゃなくて、こっちのそばを東京のレストランに売るとか、一度食べられると何でこういうのが日本にないんだろうと思うようなそういうそばです。チーズとキャベツとブロッコリー、だからボロボロだから、

チーズでこねないとね。

「質問者」 そば粉に入れるんですか

「温井事務所長」

そばは麺状ですけどもね。そばの Pasta、こちらにもあるんですよ。きし麺状の平たいものです。



「質問者」 日本とイタリアは、島国のようだから、気候もかなり似ているところがある。海産物もたくさんあってね。

「温井事務所長」

北海道はどうですか。北海道はぴったりではないですか。(笑) なぜイタリアをパクらないのかなと思うんですがね。

「質問者」 小麦とかバターとか自給率はどうですか。足りなくなつたと聞いたのですが。

「温井事務所長」

自給率はわかりませんが、EU 内で融通し合いますが、EU の共通の政策ですから、イタリアだけのことではなく、足りなくなったらフランスから入れるとか。

「質問者」 イタリアは、38 年前にミラノに来て、あまり良い思い出がなかったのですが、ミラノに来る前に目的はお米だったのですが、米の技術というか、米の機械化の進み方、もう北海道、全然追いついていない、それで、私たちの先進地だということで、38 年前におじゃました。それが、大型機械が入ってまして、おいしいお米が採れるんですよ、日本種を改良した。そのお米を使って自分たちでお酒をつくるというのはそこまでは考えてないのですか。

「温井事務所長」 ヨーロッパでつくってますよ。ノルウェー人が飲みますから。お米のランク表はないですよ。いまお米農家は大変なんです。お米を作っている農家とそれを買って、精米して白米にして売る業者、穀物商がどんどんつぶれてるんですよ。なぜかという補助金が出ないから。ここは補助金は農家にでるから、それで、安いのがどんどん減っていますから。普通の米でしたら日本米で、他流米でしたら、ベトナム、バングラディッシュ、ルーマニアとか、もう勝てません。

実際に農家もそういう作業をする土をいじる人たちは移民、外国の移民がすごく入ってます。イタリア人は 3K をやりませんから、日本もそうですが。というので、お米屋さんが早く止めたいと思っているぐらいですから。それほど

「質問者」38年前はすごく勢いがありました。すごいなと思ってました。

「温井事務所長」寿司米とか、アジア米とか、アルゴリーオとかに特化しないとだめですね。輸入米に負けてしまいます。

「質問者」いまヒントもらいましたが、そばにいろいろな物を混ぜ込んでつくるのですよね。

「温井事務所長」キャベツはどうですか。混ぜるには、パスタを下ごしらえをするときに、ソースとして・・・

「質問者」そうするとそば粉だけだという発想がすばらしいなと

いまモンゴルに日本で相撲を取っていた朝青龍、もと横綱、先日道庁に見えて、モンゴルで農家をするという。50万haを確保したんで、とりあへずそばを植えたいという話でした。その詰めはしてないのですが。素材を供給するところがどこか、そばをどう活かしていくかということが問題だ。

「温井事務所長」モンゴルでそばをどうするのだろうか。モンゴルなら、トマトだろうと私は思いますがね。

「質問者」下は乾いているからなあ

「温井事務所長」トマトは4ヶ月でできますが、あの国は冬は-40度、夏は30度超えるわけですが、虫はいないは、からからとしているからおいしいトマトはできるは、実際に中国人がつくっていて、イタリア人が買いに行っているのですが、イタリア人のミラノのスープ用の細長いトマトは、あれはメイドインイタリーとは書いてないのは、色々なのが混じっているからなんです。

「温井事務所長」そばは難しいですよ。パスタの国なんで、フランスパリには「イエン」というそばの手打ちを実演している店が、10数年前からあったり、やっぱりイタリアはパスタの国なので難しい。

「質問者」今日ミラノでおいしいパスタを食べましたし、我々も帰って負けないように頑張ります。

「温井事務所長」ワインもありますので

「質問者」岩見沢ワイン



だとか、三笠ワインだとか、三笠ワインはなかなか手に入らないです。

「温井事務所長」どこですか 空知ですか

「質問者」三笠です。空知です。このワインは、ご自分で苦労され、畑だったのをワインオンリーにしてしまったんです。そのワインが個人的に大きくやろうと思っていなかったのが味もよく、みんな買うようになったので、間に合わなくて、そして、息子が東京農大醸造科を出て、後を継げるようになって、相当いま増えたんでないだろうか。あのワインは北海道でも良いですね

「温井事務所長」北海道もイタリアもよく似ているので、南の方は、いま気候帯暖かく少し違いますが、北の方ですね、どこへいっても昔山だったところが全部ワイナリー、ワイン畑、ブドウ畑、ぶどうがいま一番稼ぐんですよ。

「質問者」昔、私の所も富良野がありました。

「温井事務所長」是非おいしいイタリアの白ワインを飲んでいただいて、

「質問者」昨日の飲んだんですが、もう一杯いただければよくわかったんですけども（笑）

「八田団長」

貴重な時間ありがとうございました。今後ともよろしくお願いいたします。
最後に、今日はありがとうございました。

第三日目 10月6日

ミラノ国際博覧会実施状況調査

北海道の日オープニングセレモニー 11:10~12:20

いよいよ、今日から3日間、ミラノ万博会場で北海道の日フェアが始まる。応援団として、また、日本の食がどのようにイタリアの人々に受け入れられているのか調査する。

期限が10月31日までと1ヶ月を切って、会場もたくさんの人でごった返していた。

世界の

人種が集まっている。どこのパビリオンも長蛇の列、しかし中には、パビリオンがオープンスペースとなっている国もあるという。幸い、日本館は大人気で、イタリア館、カザフスタン館とともに人気3館に入っているという。



一方、6日から8日まで北海道フェアがスタートし、北海道産の美味しいものや自然の美しさ、文化など高橋知事を先頭にしっかりと北海道のPRを



2015/10/06 12:26

しました。

特に会場の日本館レストランコーナーでは、寿司、天ぷら、そば、カレーライスなど特色ある



日本食が出されており、イタリア人をはじめ多くの外国人がたどたどしい手つきで箸と格闘しながら日本食に興じていた。

しかし、我ら日本人からすると少々値段が高いかなと思うのだが、温井 JETRO ミラノ事務局長が話していたとおりイタリアで昼食代 14 ユーロ前後は普通という。イタリアでの健康志向、日本食ブーム乗ってたくさんのイタリア人に食べていただけたことに大変興味を持った。

聞いて見た人たち全員からおいしいとの答えが返ってきた。北海道の日フェアの期間中、楽しい催し物が盛りだくさん、北海道特産物の試食会、試飲会は列をなしていた。以下オープニングセレモニーの様を記す。



日本館 出店レストラン メニュー表



Japan Pavilion Restaurants Menu



CoCo ICHIBANYA カレーハウス CoCo 吉番屋

Specialità: curry giapponese
Japanese Curry Specialty Store
日本式カレー専門店



Riso al Curry	Gusta il classic curry giapponese con verdure
Curry Rice	Please enjoy classic Japanese curry with vegetables
カレーライス	野菜が入った日本の標準カレー

€ 9



Cotoletta di Suino al Curry	Gusta la cotoletta di suino, il topping per curry piu diffuso in Giappone
Pork Cutlet Curry	Please enjoy Pork Cutlet, the most popular curry topping in Japan
とんかつカレー	カレーのトッピングと言えばとんかつ！ 定番中の定番です。

€ 12



Cotoletta di Pollo al Curry	Gusta la croccante e leggera cotoletta di pollo
Chicken Cutlet Curry	Please enjoy crispy and lean chicken cutlet
チキンカツカレー	あっさりテイストのチキンの旨みをお楽しみください。

€ 12



Curry al Formaggio	Gusta il curry con delizioso formaggio
Cheese Curry	Please enjoy curry with cheese delight.
チーズカレー	ナチュラルチーズとの相性は最高！

€ 11



CotolettaSuino + Curry-Formaggio	Aggiungi formaggio alla cotoletta di suino, il topping per curry piu diffuso in Giappone
Pork Cutlet & Cheese Curry	Add cheese to pork cutlet, the most popular curry topping in Japan.
とんかつチーズカレー	定番のとんかつにチーズをトッピング

€ 14



Japan Pavilion Restaurants Menu



CotolettaPollo + Curry-Formaggio	Aggiungi formaggio alla croccante e leggera cotoletta di pollo
Chicken Cutlet & Cheese Curry	Add cheese to the crispy and lean chicken cutlet.
チキンカツチーズカレー	チキンカツにチーズをトッピング

€ 14



SAGAMI サガミ

Cucina autentica e tagliolini
Authentic cuisine & noodles
 麺類と伝統的な和食



Tempura Soba Fredda	Tradizionali tagliolini di grano saraceno freddi, con Tempura assortita
Tempura Soba COLD	Authentic cold buckwheat noodle and Assorted Tempura
天ざるそば	自慢の蕎麦は北海道産の蕎麦粉を100%使用。美味しいのごしをお楽しみ下さい。

€ 20



Tempura Soba Calda	Tradizionali tagliolini di grano saraceno caldi, con Tempura assortita
Tempura Soba HOT	Authentic hot buckwheat noodle and Assorted Tempura
天ぷらそば	自慢の蕎麦は北海道産の蕎麦粉を100%使用。美味しいおつゆとの相性は抜群です。

€ 20



Riso, Tempura e zuppa di Miso	Tempura assortita su ciotola di riso e zuppa di Miso
Tempura Bowl with Miso Soup	Assorted Tempura rice bowl and Miso soup
天丼 味噌汁付	海老の天ぷらと旬野菜の天ぷらを組み合わせた贅沢な天丼です。

€ 20



Riso, tonno insaporito e zuppa di Miso	Tonno marinato in salsa di soia su riso tipo di sushi e zuppa di Miso
Seasoned Tuna Bowl with Miso Soup	soy-sauce marinated tuna on sushi rice and Miso soup
マグロ漬丼 味噌汁付	口の中でとろけるような脂ののった本マグロ。これを贅沢に盛り込みました。

€ 20



Japan. Star Dining.

Japan Pavilion Restaurants Menu



Pollo fritto alla giapponese	Appetitoso e croccante pollo fritto
Chicken Karaage	Juicy and crispy deep-fried chicken
若鶏唐揚げ	ジューシーでサクッとした、鶏のから揚げ

€ 5



Tenmusu e zuppa di Miso	Bocconcino di riso con Tempura
Tenmusu with Miso Soup	Tempura in Baby-size Rice Ball
天むす 味噌汁付	名古屋名物“天むす”です。

€ 6



Shiratama Zenzai	Palline di farina di riso e fagioli dolci rossi
Shiratama Zenzai	Rice-flour dumpling and red bean dolce
白玉ぜんざい	北海道産のあずきを使用。白玉・抹茶白玉を添えて上品に仕上げました。

€ 5

Japan Pavilion Restaurants Menu

人形町 今半

Ningyocho Imahan 人形町 今半

Imahan Sukiyaki: famoso nel mondo
World-famous Imahan Sukiyaki
日本の名物「すき焼」和牛の旨味を存分に



Sukiyaki Menù Completo

Tenero manzo giapponese Wagyu cotto a fettine in zuppa di salsa di soia dolce con verdure e funghi

Sukiyaki Bento

Sliced tender Japanese Wagyu beef cooked in sweetened soy sauce with seasonal vegetables

€ 35

黒毛和牛すき焼き弁当

薄切り和牛と旬の野菜。豊潤美味の伝統鍋料理。



Manzo Grigliato Menù Completo

Gustosa e succosa bistecca di manzo giapponese Wagyu con salsa di soia leggermente zuccherata

Steak Bento

Flavorful and juicy Japanese Wagyu beef steak grilled with our classic teriyaki sauce

€ 40

黒毛和牛ステーキ弁当

芳香豊潤和牛ステーキ。甘め醤油のテリヤキで。



Wagyu Don

Fettine di manzo Wagyu brasato in salsa speciale 'Warishita' con riso bianco

Wagyu Don

Sliced Wagyu beef braised with special sauce, "Warishita" with white rice

€ 20

和牛丼

ミラノ万博に合わせ、秘伝のたれを今回特別に調合して仕上げた「和牛丼」をご賞味下さいませ。

Japan Pavilion Restaurants Menu



KYOTARU 京樽

Sushi in stile 'Kyoto' ed 'Edo'
Kyoto-style and Edo-style Sushi
バラエティー豊かな「鮓」をご堪能下さい



Sushi stile Edo e maki

Rotoli arcobaleno assortiti al tonno, salmone etc., abbinati a sushi stile Edo

Edo-style Sushi and Rolls

Combination of colorful rolls of tuna, salmon etc. assorted with Edo-style Sushi

€ 22

江戸前鮓とロール鮓詰め合わせ

マグロ、サーモン、エビ等の色鮮やかなロール鮓と日本伝統の江戸前鮓を盛り合わせました。



Sushi inari e maki assortiti

Rotoli arcobaleno assortiti al tonno, salmone etc., abbinati a sushi inari e uramaki

Assorted Rolls and Inari Sushi

Colorful rolls of tuna, salmon etc. assorted with Inari Sushi and inside-out rolls

€ 17

ロール鮓といなり鮓の詰め合わせ

マグロ、サーモン、エビ等の色鮮やかなロール鮓といなり鮓、うら巻き太巻きを盛り合わせました。



Sushi con uovo e maki

Assortimento di sushi avvolto nell'uovo, specialita del Kyotaru, uramaki e maki con manzo e tempura

Wrapped Sushi and Rolls

Combination of Kyotaru's original wrapped-Sushi, a Beef-tempura roll and inside-out roll

€ 17

茶きん鮓とロール鮓の詰め合わせ

京樽オリジナルの茶きん鮓と和牛を巻いた太巻の天ぷら、うら巻太巻きを盛り合わせました。



Maki assortiti

Rotoli arcobaleno al tonno, salmone etc., abbinati a uramaki e rotoli con manzo e tempura

Assorted Sushi rolls

Colorful rolls of tuna, salmon etc. assorted with Beef-tempura rolls and inside-out rolls

€ 22

ロール鮓詰合せ

マグロ、サーモン、エビ等の色鮮やかなロール鮓と和牛を巻いた太巻きの天ぷら、うら巻太巻きを盛り合わせました。



Sushi misto stile Edo

Solo tonno, orate e ricciola provenienti da allevamenti giapponesi

Assorted Edo-style Sushi

Tuna is purely farm-raised in Japan. Yellowtail and sea bream all raised in Japan

€ 22

江戸前鮓詰め合わせ

江戸前鮓の詰め合わせです。日本で完全養殖されたマグロをはじめ、日本産ぶりと鯛の他、サーモン、エビなどを盛り合わせました。

挨拶 高橋はるみ知事

北海道知事の高橋でございます。北海道は、ここに書いてありますとおり日本で一番大きな島、おいしい食材の宝島です。いよいよ今日から 3 日間北海道の日を開催させていただきます。北海道からやってまいりました私たちみんなが総力を挙げて、北海道の魅力、食、酒、自然、文化といったものを皆様方にお届けしたいと思います。

私たちの故郷北海道にはとってもおいしくて、安全安心な食材、また、自然



環境と調和を図りながら生活を営んでいる先住民族のアイヌの人たちの文化、さらには海面一面が氷で覆われる流氷などなど、本当にたくさんのものがあります。

ぜひこの会場に訪れていただける皆さまに、こうした北海道に魅力に味わっていただき感じていただきたいと思っております。

そして、このミラノ万博を通じ

て、ロンバルディア州ミラノ市の、イタリアの方々、さらには世界の人々が北海道を訪れていただき、世界の方々と私たちふるさと北海道の交流がますます盛んになることを期待いたします。

それではこれから始まります。よろしくお願いいたします。

挨拶 加藤達也日本館政府代表

知事、議長、忙しい中お越しいただきました国会の先生、ありがとうございます。本日、ここに北海道の食をはじめとする魅力を発信する北海道フェアが開催されることに心からお祝い申し上げます。

日本の食文化を PR することを全面的に支援させていただきます。北海道は、皆さまご存じのとおり豊かな自然に囲まれております。また、豊富な農畜産物、おいしい日本酒工場など、こういった産地として大変有名です。

すでにアジア諸国を中心に多くの観光客の皆さんが北海道を訪れるため、人気の観光スポットとして知られています。

こういったものを研究する観点から北海道の食は、ミラノで関心を集めることになると思います。

今回のイベント開催をきっかけに、イタリアと友好交流関係が一層深まりさらなる人的交流そしてビジネス交流につながっていくことを祈念いたしまして、簡単ですが、私からのご挨拶に代えさせていただきます。



鏡開き

高橋知事・遠藤議長ほか

日本館「北海道の日」催し物一覧表は、資料編に記載



北海道フェア オープニングセレモニー 18:00～

夕方、ミラノ市街にある「カッシーナ・クッカーニャ」、ミラノ市民の市場と



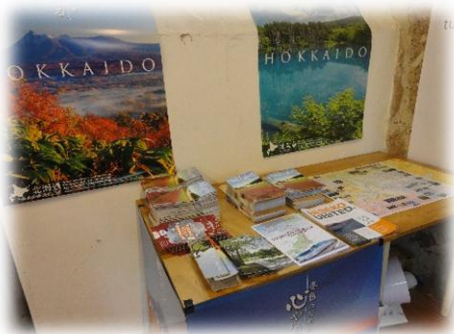
して古い建物を有効活用し、野菜、チーズ、ワイン、カフェ、レストラン並びに農園があり、地域の広場としても活用されている場所に移して、北海道フェアが北海道観光振興機構の主催で開催された。ここでも、北海

道産の和牛、ほたてをはじめラーメンや生ひやむぎ、日本酒、ビールなどが振る舞われた。多くのイタリア人から大反響をいただいた。ステージでは、伊藤多喜雄と稚内南中ソーランのコラボがところ狭しと披露され、会場は、北海道一色に染まっていた。以下詳細を記す。



これより、北海道オープニングセレモニーを開催いたします。私たちは司会進行させていただきます、アンジェラ・ラノーテと坂井志保です。

今日は皆さんに、日本への旅をご案内したいと思います。とりわけ、日本の最北端の北海道を存分にご紹介したいと思います。北海道は、ミラノと同緯度



にあり、四季折々の自然や食に恵まれた日本でも有数の観光地として知られています。特に、食に関しては自給率 200%を超える食の王国として日本では大人気の地域です。

本日から 8 日までの 3 日間、北海道の安全安心な食や観光文化など、北海道の魅力をたくさん紹介してまいりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

主催者挨拶 山本邦彦北海道観光振興機構

山本です、ようこそお越しをいただきました。皆さまには、いま行われております万博会場日本館・北海道の日とともに、今日から 3 日間北海道を是非お楽しみいただければと思います。

この北海道フェアですが、北海道が誇ります食と観光を、ミラノの皆さまにご理解いただきこの





北海道をご堪能
いただこうと考
えて観光振興機
構で計画いたし
ました。この後
さまざまな趣向

を凝らした北海道の芸能文化などをこの
機会に皆さまにお届けいたします。是非
お楽しみいただきたいと思います。



本日この場で北海道フェアを開催できますことは、北海道高橋知事をはじめ
道議会遠藤連道議会議長をはじめ各関係団体の
皆さま、また、北海道に縁のある多くの企業の皆
さま、それから道内の多くの自治体の皆さまより
いただきましたご
協力のたまもので
あると思います、
まずは、お礼を申
し上げ私の挨拶と

させていただきます。



挨拶 高橋北海道知事

こんばんは。北海道知事の高橋です。北海道フェアがここミラノで盛大に行
われますことをお祝い申し上げます。



北海道は日本列島の一番北にある日本で一
番大きな島です。イタリアと同じように、四
季がとても明瞭で、色とりどりの花が咲き、
そして希少な動物が生息しているなど大親善
の魅力にあふれています。

また、世界トップレベルの雪質でのスキー
や激流の中のラフティング、さわやかな夏の
ゴルフなどバラエティに富んだアウトドアレ

ジャーが、農畜産物、新鮮でバラエティに富んだ水産物は皆さまにご満足いた
だけるものと思っております。ご来場の皆さまには、
この後北海道の秋を代表する食材の魚・しゃけを使
った郷土料理や、生産者の方が自慢の和牛のステー
キまた、北海道民が大好きなラーメンなど選りすぐ
りのメニューを提供させていただきます。

また、日本の先住民族であるアイヌの人たち、そ
の多くが北海道に住んでおりますが、その人達の文





化の紹介、そして芸能ステージイベントまた、道内各地の PR など、さまざまな催しも行われますので、北海道の魅力を存分に感じていただき、是非北海道にお越しいただければ幸いです。皆さまのご来道をおもてなしの心で私たちはお待ちしております。

終わりになりますが、今回のこのフェアの開催に向けご尽力をされました山本副会長をは

じめ北海道観光振興機構や関係の皆さま、並びにご参集の皆さまに心から感謝を申し上げますとともに、イタリアの皆さまとのさらなる交流の発展と北海道フェアの大成功を心からご祈念申し上げます。私のご挨拶とさせていただきます。



乾杯挨拶 遠藤連北海道議会議長

ボナセラ 皆さま今晚は。北海道議会議長の遠藤連です。

今日からいよいよミラノ万博の北海道の日がはじまりました。

今日私はオープニングセレモニーに行ってきました。何と 7 時間も待たされて日本館に入場されるなど、大勢の方々が長い行列をつくっていました。



待たされて待たされて、やっと日本館パビリオンに入って、すぐ入り口のところで北海道の日のイベントをやっているのですが、目を留めてくれない。ちょっと残念でしたが。しかしここは、カッシーナ・クッカーニヤでは待たなくてもいいですから、北海道の料理をゆっくりと召し上がっ

ていただくことができます。パビリオンに行かなくてもこのほうが、おいしいものが楽しめるということです。それでは、これから乾杯をして皆さんで北海道おいしい料理をたくさん召し上がっていただきたいと思います。用意はよろしいです。イタリア風に「サルUTE」（乾杯）



第四日目 10月7日

日本食品の消費動向調査 ユニオントレード(株) 9:30～

食品輸入をしている現地法人「ユニオントレード(株)」を訪問し、日本担当の尤叙さん(ユー)に話を聞いた。



1985年中国人オーナーにより創立された会社で、当初は中国からの食品や食材の輸入を手がけていたが、品質などトラブルが絶えなかったという。その後、2003年、社名をユニオントレードと変更し、世界各国から食品や生活必需品の輸入を開始したという。特に、日本からの食品輸入は、品質の良さと1999年に起きた日本食ブームの影響を受け、年々伸びている。

倉庫店舗では事業者に対する卸販売もされており、なかでも日本食の食材がたくさん見受けられた。また、一部日本企業がタイや韓国に立地させた工場からも輸入しているという。

しかしながら、日本担当のユーさんは、日本は知っていても「北海道」については、まったく知識がなく残念であった。ミラノ万博を契機にEU諸国では、日本食や食材に対する意識が変わり、今後のマーケットに期待を持っているともいう。今後、早急に国内もみならず国外に向けての販路開拓について考えていかなければならないと感じた。北海道のすばらしい特産品が一日も早くEU諸国で流通することを期待したい。以下調査内容を記す。



「ユニオントレード」は、ミラノの隣町のビスキエア・ボロモーゼにある会社です。



ここから10分から12分で着きます。この会社は1985年から、ほとんどを中国からエスニックフードを輸入していました。その後、マーケットを広げ社名を「チャイナトレーディング」から「ユニオントレード」に変更しました。本日、日本食品の担当責任者である中国人のユーさんに会い調査します。

尤叙さん（ユー）日本担当

この建物は事務所でして、食品倉庫は離れたところにあります。

この会社は、1985年に創立、社名チャイナトレード、そして2003年にユニオントレードと変更されました。倉庫の広さは、5000m²で、事務所の倍のスペースがあります。

この30年間、毎年取扱量は増えてきています。最初は中国から、現在は全世界のものを預かっていますが、日本とは1985年からお付き合いがあります。特に、お酒、キリンビール、ヤマサは最初から取引があり、最近は日本の小さな会社とも取引があります。

1999年にヨーロッパの全域で和食ブームがはじまりました。それ以前にはミラノには、和食店は7店しかなかった。そのオーナーはすべて日本人でした。

この会社の創立者オーナーは、1990年大聖堂「ドーモ」近くに「ぜん」という店を開いてもいました。現在ミラノには日本食店舗約260店あります。オーナーは、日本人だけではあり



ませんが95%が中国人の経営です。ミラノに中国人は、5万人、日本人は2000人しか住んでいません。

日本人経営の和食店は、高級なもので、安いところは中国人が経営しています。

いま日本食材の取り扱いは、35%日本から輸入されています。日本との取引は、キリン、サッポロ、ヤマサ、キッコーマン、SB、ミツカンで、イタリアでは我が社が総代理店契約をしている権利である。この会社の考えは、すべてのミラノの日本店に日本のものを出したい、本物を出したい。オーナーは中国人ですが、社長は日本のものだけを出したいと考えている。もちろんすべての食材は、タイ中国からのものもあるが95%は日本製のものです。





タイや中国といっても、日本のメーカーが現地で作ったものを輸入しており、たとえば、味の素は、タイで餃子をつくっています。アメリカからは、すし用のコメとお酒を輸入しています。これも日本の企業です。もちろん日本からも輸入しています。なぜ、アメリカから酒を輸入しているかというと、税関と税金の課題があり、アメリカのほうが簡単である。日本からは手続きが難しかった。しかしいまは法律が変わったので、日本からお酒が入るようになりました。

会社はケーキとかお菓子を日本から輸入したいが、材料で色々なトラブルがあるのでできないので、ヨーロッパでは、難しく残念です。また、かつおぶしを手に入れたいが、ヨーロッパ

パでは輸入できないので、韓国の会社から買い入れます。

今年から和牛を輸入しており、JA 群馬からです。いまミラノの店 20 店で和牛を出している。まだ、始まったばかりなのでうまくいくかどうかわかりません。それでは、どうぞ質問してください。



「質問者」日本の北の北海道から来ました。北海道には農産物や海産物があります。北海道のもので手に入れたいと思っているものはありますか。北海道のお米、日本酒、「ホタテ」などいかがですか。

「尤叙さん（ユー）」

いま、北海道の「こんぶ」を「林田」という会社と築地マーケットから輸入している。北海道と取引がないのでわかりません。「ホタテ」を扱っているが、カナダとアメリカから輸入しています。



日本の企業は、ホタテをヨーロッパで売ることができない。資格がないから。

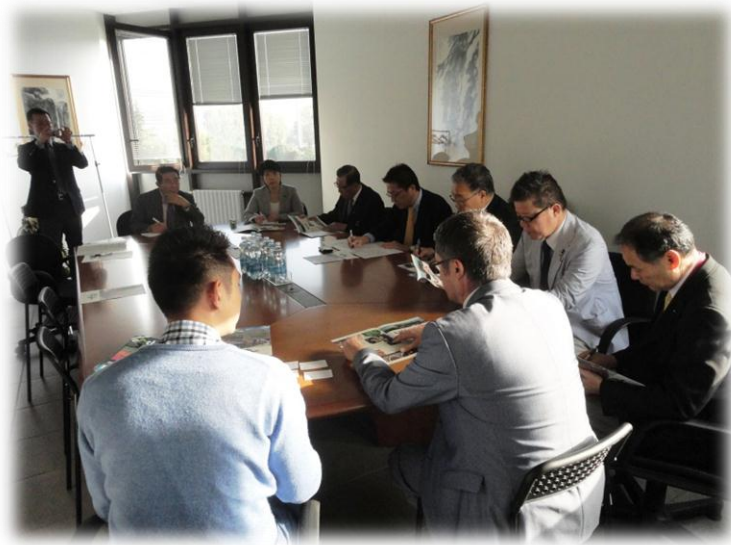
アメリカ、カナダは、昔から貿易をしているので資格を持っている。日本は持っていないので、むずかしい。

「質問者」あらたに資格を取ることは簡単ですか。
「尤叙さん（ユ一）」はい

「質問者」こういった条件でどうすればいいのか。
ユニオントレードと直接取引か。

「尤叙さん（ユ一）」

もちろん小さい会社なら難しいが、ヤマサやキリンのように大きな会社なら大丈夫です。その他、石本、国分、昭和貿易、吉川を通じて、こうした会社からでも大丈夫です。



「質問者」「ホタテ」、「かつおぶし」はハサップのことで難しいのか。アメリカ、カナダは

「尤叙さん（ユ一）」

食べ物の場合は、ヨーロッパ以外アジアから輸入するのは検査は厳しいので、アメリカ、カナダは厳しくない。小さい会社は資金がかかりすぎるので難しく、大きな企業を通じて取り扱った方が

いい。もし少しのロットだけでは難しい。お酒、しょうゆ、お米はたくさん買いますから、問題ないが。「ホタテ」などたくさん買えないので難しいのでは。



「質問者」日本産と中国産との価格差はどこまで

「尤叙さん（ユ一）」

この会社のオーナーは、中国人で50年前からここに住んでいる。中国とあまり取引をしたくない。いまは日本や南アジアにむいているので中国産には興味がない。例えば、日本のお茶は、

日本からしか買わない。昔中国から買っていたがトラブルが多発したため、もうやめた。

しかし、枝まめ、インゲン、のり、がりだけは中国から買います。もちろんのりは、日本からもたくさん買います。少量だけ中国から買います。中国産のものは以前からトラブルが多すぎたので買いたくない。この会社のモットーは、正規品を



法律を守って輸入することとしている。

「質問者」北海道からほしいものは
「尤叙さん（ユ一）」先週、深川市長の山下さんと JA の宮森さん、早崎さん、鷺尾さんたちが深川米の営業に来ました。

「質問者」社長は北海道に来たことはありますが

「尤叙さん（ユ一）」残念ながら、いいえ

「質問者」中国、台湾、韓国にすると北海道はブランドです。

「尤叙さん（ユ一）」私は 2010 年には日本に行きましたが、北海道には来ていない。2 週間滞在したが、東京から関西、その後、盛岡、青森に行きました。ホタテの関係で盛岡へ行きました。

「質問者」イタリアで北海道がブランドになりそうですか

「尤叙さん（ユ一）」スキーをするイタリア人にはいいと思う、食べ物については、期限がないので可能性はある。



「質問者」東日本大震災でマイナスイメージだったが今はどうですか

「尤叙さん（ユ一）」最初の報道はショックだった。最初 1 か月間、情報がなく不安だった。一度は禁止されたが、大きい企業、キッコーマンは、オランダでつくっているのでも大丈夫だった。当分の間、お酒もアメリカ産、のりも日本産を

買わないで中国産しか買わなかった。

「質問者」今は？

「尤叙さん（ユ一）」中国産 50%、日本産 50%。最近イタリアで「のり」を使う人が多くなった。2 年から 3 年前では「のり」を知らなかった。中国産と日本産では価値が 3 倍違います。

「質問者」お酒は、ここ 1 社だけの取引ですか、どのくらい扱っていますか

「尤叙さん（ユ一）」お酒は 150 種類扱っている。



これまで日本の酒のことをイタリア人は知らなかった。EXPO のおかげでお酒のイベントがあって、EXPO フェアで日本酒が紹介された。4 月に日本サロンが開催され、イタリア人はお酒を気に入った。大成功でした。

「質問者」お米と一緒にお酒をお願いします。

「尤叙さん（ユー）」お米は日本から輸入していない。お寿司の米は全部イタリア産、以前はアメリカ産でしたが、イタリア産の寿司米は安くクオリティは悪い。日本産は素晴らしいと思う。

「質問者」和牛をはじめられたというが。

「尤叙さん（ユー）」群馬県からです。

「質問者」それは、こちらから指定ですか、それとも日本の商社指定ですか。

「尤叙さん（ユー）」JA からですが受け入れしました。私はまだ和牛のことはわからないが、和牛はヨーロッパで売りたいと考えている。9 月に一週間試食会を 300kg、ミラノのトップ 10 店で実施しました。和食店のほかイタリア料理店でも参加しました。いまは、ちゃんとしたイタリアレストランでも取り扱っています。群馬産和牛です。

和牛はお金がかかったが、まだ、イタリアでは経済状況が良くないことから、消費動向がどうなるか難しく、また、和牛は普通より高いのとイタリア人が好きか嫌いかわからないので判断出せない。

「質問者」北海道にもサミットで各国首脳が食べた白老牛というおいしいのがある。

「尤叙さん（ユー）」はい。それでは倉庫を案内します。

{倉庫には}

とろけるカレー・ゴールデンカレー(SB)、ヤマサ醤油、キッコーマン醤油（オランダ産）、わさび(SB)、ほんだし、一味、とうふ・油あげ(信州味噌)、西山ラーメン、おかめ納豆、本みりん、胡麻ドレッシング、穀物酢、うすくち醤油(丸大食品)、月桂冠ほか日本酒 150 種、お多福ソース、だしの一斗缶、キリンビール、サッポロビール、アサヒビール ETC



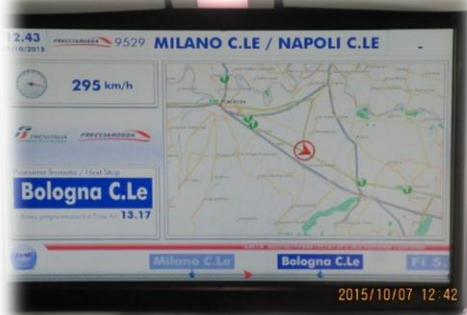


ユーロスター新幹線(ミラノからフィレンツェへ) 12:15~13:55



ミラノの調査を終え、12:15 ミラノ発のユーロスター新幹線でフィレンツェ（到着 13:55）に移動する。この間、時速 295 km で走るユーロスターは乗り心地も良く、車内サービス、飲み物や新聞など充実していた。

13:55 フィレンツェに到着し、早速、郊外のアグリツーリズムを実践しているペッチョリ村に向かってバスで移動する。



アグリツーリズム スローフードの先進事例調査

15:30～17:00

アルベルゴ・デフィーズ(限界集落再生の取組)

今回、イタリアにおいて人口減少問題に対する限界集落の取組の一つとしてアグリツーリズムの先進事例を調査する。

トスカーナ州のアグリツーリズムを実践している「アルベルゴ・ディフーズ」協会のマッシモさんをペッチョリ村（コムーネ）に訪ねた。

アルベルゴとは、「宿泊施設」、ディフーズとは、「点在している。」という意味だそう。ペッチョリ村は人口 4800 人、中心部には 1000 人(事前調査の数値)が住んでいるという。小高い丘の上にある街の歴史地区に、点在する宿泊施設が 10 ヶ所、3 つのレストラン、観光案内所などがあつた。



1976 年、北イタリアを襲ったフリウリ地震により、人々は田舎から都会に出て行ってしまったという。その活性化策として点在している空き家に宿泊部屋や食堂部屋を再生し村の中で土地柄豊かな食事を提供し、あたかもその住民として生活するかのように滞在できるようにしたのである。

その結果、すばらしい田園風景や新しい発見を求めて北欧などから多くの観光客が来るようになったという。歴史や景観を守るとする人々の心に触れた調査であつた。以下調査の詳細を記す。

ペッチョリ村の取組み マッシモさん

これから、歴史地区の街にいきますがエレベーターでいきます。お菓子屋さんで全体の話をして、実際にアパート、宿泊施設を見ていただいて質問をいただければと思います。

ここはペッチョリ村です。この人口は 2000 人です。ほとんどの住民は、このあたり、戦後 1960 年代に造られた新しい地区に住んでいます。これから行く歴史地区には 500 人ぐらいしか住んでいません。その歴史地区にアルベルゴ・ディフィーズをつくりました。



歩いている途中で、たまたまマッシモさんのお父さんに会いました。三輪車を運転していて 50l のブドウ容器を積んでいました。三輪車はこうした小さな村を走るには、とても適しているそうです。



この地区のブドウの収穫は終わったばかりで、ブドウを仕込んでいる最中です。今年は暑かったので収穫も早かったそうです。マッシモさんのお父さんは自家製のワインをつくっています。衛生条件を守っています。

もし、マッシモさんのお父さんがつくったワインがほしい場合は、衛生条件があるので先ほどの 50l の瓶すべてを買わないとだめだそうです。普通瓶に入ったボトルワインは、基準がうるさいのです。

こちらの上の方が古い町です。もともとはお城でした。こちらの上の方の歴史地区はお城があつて回りが全部外壁に守られていました。

いま私たちがいるところは駐車場です。3階建ての駐車場で、歴史地区に住んでいる人たちはみんな地下駐車場に車を止めて、上の歴史地区の方に行きます。入り口はむこうからはいります。約 300 台車を止められます。

エレベーターは定員 13 人ですので、全員入れます。ペッチョリ村のサービスです。



ここの宿泊施設を利用する観光客の場合は、1週間で 15 ユーロ払えば、ここの駐車場を使うことができます。車がないと不便ですから。



古い歴史地区へ行きます。トスカーナの田舎の風景と生活を楽しむのです。ツーリズモには観光といういろいろな形があります。文化的なことを求める人たちは芸術都市フィレンツェ

やピサの街に行きます。ワインを楽しみたい、おいしいものを食べたい人たちは、このような田舎に来るんですね。

北ヨーロッパの人たちは、1週間ずつとトスカーナに滞在します。これはだいたい 20 年前からはじまったツーリズモです。

「エノ・ガストロノミコ」はエノとはワイン、ガストロノミコとは食べ物でおいしいものという意味です。そういうものを求める人たちは、この村の中ではなくて、田舎の方を昔



の農家があったようなアグリツーリズムを求めます。

そういう人たちは、1 週間といってもレベルが高いところですね。3 つ星ホテル 4 星ホテルなどの設備があるところ、そういうところに 1 週間、レンタカーを使って、だから、1 日はフィレンツェに行って、ピサにいったり、夜には戻ってきて滞在するという。

このあたりにも 100 戸ぐらいアグリツーリズムがあります。このワインやおいしいものを求める観光客たちは、街の中ではなく、自然の中を求めてくる。



そこの特有性を求めてくるのです。だから喧騒的な街を求めるのではなくて英語も何も通じないようなところ、そんな田舎を求めて来るんだそうです。イタリア語で「ありがとう」と「さよなら」しか解らなくても、でもそれで田舎の静けさをそれがすばらしい体験なんですね。

それから、このアルベルゴ・ディフーズ、

ペッチョリでは最近 3、4 年前からはじまった形で、まだ実験の段階です。街の中の高級なホテルはいやだし、アグリツーリズムで田舎の半分農家で半分宿泊施設を 2、3 回経験しているような人たちが新しい経験として歴史的な村の中に滞在したいと体験を求めて来るのです。

ペッショリはすごく規模は小さいんですが周りの人たちやそしてその文化に敬意を表している人たち、本当にイタリア人を知りたい、イタリアの文化を知りたい、



イタリア語を話してみたいという人たちが来てくれるのです。



「質問者」この建物はいつごろのものですか

「マッシモさん」400 年から 600 年前の建物です。ただ、村の中にあるお城は 1000 年前に造られた建物です。これが唯一のルネッサンス時代に造られたものです。16 世紀ですか。その

他の建物が中世時代の建物です。だからもっと古いのです。



「質問者」水道と下水道はどうなってますか。
「マッシモさん」水道も下水道も地下にあります。水道も家庭の排水も地下にあります。排水も浄化槽に集められます。

こちらが、アルベルゴ・ディフーズの宿泊施設です。このように標識を出すのです。サイトの方に入って予約することができます。外の修復は忠実に進めていき、室内も新しく

修繕します。

こちらの方が中世の村の入り口だったそうです。「ポッタカライヤ門」といって昔荷車がボルテーヤという街に向かっていたそうです。この門と反対側の門があります。完全に閉ざされた街だったのです。



これがお菓子屋さんです。こちらが街の中心で広場になります。この広場に3つのレストランがあります。アルベルゴ・ディフーズは、アパートメント方式になっていて、台所もありますので、自分で食材を買って



きて調理できるし食べることもできる、そうでなければ、広場のレストランで食べることもできます。

「質問者」この教会はいつ頃のものですか
「マッシモさん」12世紀の教会になります。この鐘撞き堂は、1880年に完成した建物です。

新しいものです。

これはお肉屋さんです。そこはたばこ屋さんです。向にはたくさん商店があります。ただ、日曜日は全部閉まります。

ここに来る観光客は、下の駐車場に車を止めて村に入ってきて、車を全然使わないで村の生活を楽しむことができます。

アルベルゴ・ディフーズにもいろいろ



ろなスタイルがあって、朝ご飯だけとか、三食付きだとか選ぶことができます。たとえば朝ご飯だけの場合にはこちらの村の歴史的なお菓子屋さんでイタリア式の朝ご飯を楽しんでもらうことができます。では、ここで休憩にしましょう



お菓子屋さんで、マッシモさんから話を聞く

「質問者」軌道に乗るまでにはどのくらいかかりましたか。

「マッシモさん」2014年5月から始めました。アパートメント施設が12あります。アパートメントという施設は、こちらのアルベルゴ・ディフーズという組織のものではなく、彼らもこの組織のお客さんであります。アルベルゴ・ディフーズ協会に電話をかけて、空き日程をお知らせすることにより登録されます。12のうち2つは個人的に動いています



こちらは小さな村ですが、ツアーオペレーターのようなものです。その名前が「アリアナ・フレンツ」、最初、ワイン、おいしい食べ物を食べることを中心にオーガナイズしました、2007年から正式にツアーオペレーターとして創設されました。

アリアナ・フレンツは、こちらで生まれたツアーオペレーターです。最初は、ツアーサービスからスタートしてトスカーナの場所や食事、ワインを中心にツアーをして、それから、同じ考えを各施設の方でも適合させようと思いました。そこで考えたのが、アルベルゴ・ディフーズ協会と提携して活動を行っていくことだったんです。いまアルベルゴ・ディフーズ協会に所属している街は、トスカーナ地方に7つあります。

「質問者」どこのお客さんをターゲットにしたのですか。

「マッシモさん」対象にしている人たちとは、大きな街や歴史的な街を経験している、田舎のアグリツーリズモを経験している人たちでもっと違う体験をしたいという人たちだったんです。イタリア人も外国人もいるんですが、イタリア人の場合は少な



い。特にイタリア人の場合は、夏ではなくて冬に来るんです、それも週末だけです。

北ヨーロッパの都会に住んでいる人たちが興味を持ってくれました。だから、田舎の生活を知りたい、スウェーデン、ノルウェー、デンマーク、ベルギー、イギリスからの人たちが多く、フィレンツェやピサには空港がありますから、飛行機で簡単に来ることができ、週末にお休みを入れて3泊、4泊できるのです。



「質問者」この村の人たちが、アルベルゴ・ディフーズに入ろうとしたのか。イタリアの政府から補助金が出ているのか。

「マッシモさん」このアルベルゴ・ディフーズという協会は以前からありました。そこに加入しようとしたのはマッシモさんが働いているアリアンナというツアーオペレーターです。アリアンナさんが会長です。そこでマッシモさんは働いており、彼が、ペッチョリの中にあるアパートメントをアルベルゴ・ディフーズ協会とネットワークさせることによりスタートした。マッシモさんは企画する方です。

イタリア政府から、「アルベルゴ・ディフーズ」をつくるための補助金はありません。ただ、古い建物を修復するための補助金が出ています。しかし、修復された建物がアルベルゴ・ディフーズ協会に入るわけではありません。



「質問者」ここに200人ほどが住んでいますが、仕事はなんですか。

「マッシモさん」こちらの住民は、アルベルゴ・ディフーズ以外に、ちゃんと職業を持っている人たちです。フィレンツェやピサなど大きな街の方に仕事を持っています。



先生、学校の教師、ピサの近くには工場地帯があるので、そこで働いている人たち。アルベルゴ・ディフーズというのは、空いている施設を使って、第2の収入源としてとらえています。

アルベルゴ・ディフーズは街によっては、トスカーナ州から、それをつくるための補助金をもらって、新たなものをつくったと

ころもありますが、ペッチョリでは、アパートメントとして使える施設があったので、補助金はもらっていません。

こちらの古い家屋の持ち主の 70%~75%の人たちは、下の住宅街に家を持っています。

「質問者」小中学校は

「マッシモさん」小学校中学校があります。バス降りたところが中学校の前でした。村の中には小学校あります。高校は、隣町のポンテデーラまで行かなければなりません。ピサには大学があります。

ペッチョリ村は、大きさとしても、いろいろな条件からもアルベルゴ・ディフーズをつくるには良い環境にありました。アパートメント施設が 10 以上あったことやいろいろなお店があったこと、いろいろなサービスが提供できる状況にありました。



アルベルゴ・ディフーズもいろいろな形があって、新にアパートメント施設を造らなければならないところは大変ですし、いろいろなサービスもつくっていかなければなりませんでした。でも、ペッチョリには一つのコミュニティーとして形成されていたから、新につくる必要はなかった。アルベルゴ・ディフーズというのは、街ごとに違う形態で、街ごとに特有な発展をしています。

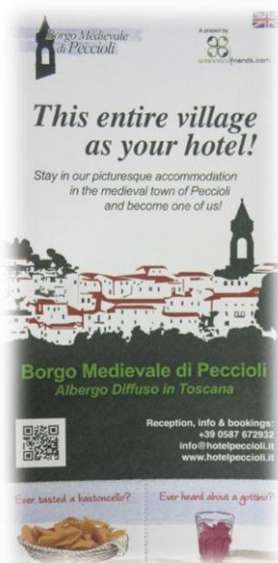
「質問者」国税金は高すぎないか

「マッシモさん」高すぎると思います。国の税金と地方の税金を足して 64%から 67%になる。消費税だけで 22%です

「質問者」日本では、消防法がうるさくて、難しいが。

「マッシモさん」今のところはアルベルゴ・ディフーズの施設については厳しくない。1つのアパートメント施設に消火器がある、停電したときに必ず電気がつく、それぐらいです。これはまだ新しい動きなので、今後法律はだんだん厳しくなってくると思います。ですから、いまから施設を造りたい改装したという人たちには、マッシモさんは、ガスを使わないで電気を、電気ボイラーや、エアコンも付けた方が良くっている、しかし、いまは義務





ではありません。

英語版パンフレットがありますが、こちらのほうでは、いろいろな催し物をしています。毎週火曜日には朝市が立ちます。その時に街を散策するツアーを無料で実施しています。来ていただいたお客様には、2つのクーポン券があります。1つは、お菓子を無料、2つ目は、バーでワインを1杯飲めるのです、村人と一緒に過ごすことをしてもらいたいのです。

「質問者」稼働率はどのくらい。

「マッシモさん」あまり多くないのですが、今年は4月から9月で333人です。すでにハイシーズンは終わっています。去年は200人以下でした。特に気がついたことは、北

ヨーロッパの人たちです。最初は予約二晩だけ。その後、気に入ってさらに連泊してくれました。トスカーナには有名な芸術都市があるのですね、ピサ、フィレンツェ、シエーナ、ここからだったら、それぞれ1時間かからないぐらいでいけますし、自然も豊かですしね。



「質問者」よくこのような風景が日本の雑誌にでているが日本人は

「マッシモさん」トスカーナは、ほかの州と比べると自然も豊か、小さな村もたくさんある。芸術がある、恵まれた状況にあります。

アルベルゴ・ディフューズは、使いたい人たちにとって、すごく安いんだそうです。一年間で何回も海外旅行する、で、最初は芸術都市、高いお金を払ってホテルに泊まって、こちらでしたら、家族全員で1泊70ユーロぐらいからだそうです。

だいたい、ひとつのアパートメントには4つのベッドがあります。

「質問者」全然儲かれないのじゃないですか。

「マッシモさん」これまで使われてないアパートなんですね。というのは、持ち主にとってはセカンドハウスなのです。で、セカンドハウスを長期間滞在する人には貸したくないのです。長期間貸すとその滞在する人は、長期滞在許可証や住民登録するのです。そうするとなかなか追い出せなくなります。





このようなアパートメント施設を 1 ヶ月間フルに貸すと、320 ユーロから 400 ユーロにしかならないのです。ところが、一泊 70 ユーロ、それを 1 週間貸すと 490 ユーロになりますよね。だから冬は自分たちが使用します。とうまく条件を課してやっています。

こちらの所有者は、このような観光客を好むのです、実は、北ヨーロッパの人たちが

は丁寧な扱い方をしてくれるのです。ですから、お互いがウインウインになるのです。

これからアパートメントを実際に見てもらいます。

実際に街を散策して

テラスがあって景色がすばらしいんです。今日はお客様が入っています。一週間で 456 ユー



ロです。7・8 月で 640 ユーロです。

3 つアパートがあります。ノルウエーから泊まっているお客さんがいます。上の方はドイツ人のお客さんです。このアパートメントはテラスがあって、空間が良いので、いつもいっぱいです。北欧の人たちは、日に当たるところを好みます。

マッシモさんは、まだ日本に行ったことがないので。

これは、戦争の時に壊されたあとです。ナチと連合軍との戦いがあるって、これはアメリカの爆弾で壊されたものなんです。当時、ほとんどの街はナチが支配していました。

教会の塔は、アメリカに完全に壊されました。

これは、修復が終わったばかりです。アパートメントが 3 つあります。そして、アルベルゴ・ディフーズに入りたいとのことです。

「質問者」地震があるのか

「マッシモさん」北の方は地震があるが小さくて、南



の方が大きいのがきます。

「質問者」雪は降りますか

「マッシモさん」雪は降りません。1年に1回2回ぐらいかな、2010年に雪が降りました。

この人達は、特に、年寄りの人たちは外の世界を知らない。外の人を見ると、それぞれを評価してもらっていると感じているのです。

こことあと6つには、エアコンがついてます。その他は付いていません。



彼らはエアコンを付けた方が良くよといっている。

なかなかうまくいかないのです。エアコンがないとお客さんが入らないのです。ここは8名泊まります。アルベルゴ・ディフーズですが、住民の中で暮らしていくという



ことを、モットーにしているのです。お隣の食事の香りが漂ってきたりするのがとてもいいのです。銀行でATMがあります。食料品店です。

パン屋さんのパンはおいしいですよ。

ここに来る観光客はこのバーやスーパーで買い物をして生活を楽しんでいます。

この町では、バーに寄ってきて楽しむのです。いまは年寄りが多いのですが、夜には若者が帰ってきて、一杯やりながら楽しむので



す。ここが、村の応接間です。やっぱり、ここは小さな村だから、広場のスペースが

良いですね。



レンタカーできた外国人です。明日のサイク

リングのため交通がわからなくなった。

ここツーリストインフォメーションでは、インターネットが無料で使える。いろいろな情報やコンサートチケットも買うことができます。

これもレストランで、トスカーナ地方のおいしい食事が食べられます。



もう一つ見せたいアパートメントがあります。ジョルジュさん経営のアパートメントをみせてもらう。2人用のものです。中もトスカーナ地方の典型的な木とレンガを使っています。200年から300年

前の建物で構造は、昔のままです。ジョルジョさんはここに泊まるお客様にはサービスとして駐車場のカードを渡して、村の自分の場所をただで貸しています。

ペッチョリには、非常に大きな企業があって、先ほどコンピューター化され大きなアパートメントは、その企業と街と一緒にペッチェリの駐車場を造ったのです。

産業廃棄物工場を運営する会社が造った

のです。トスカーナ州では産業廃棄物の処理場は5つありますが、そのうちのひとつがここペッチョリにあります。ここから20km離れたところにあります。そのほか老人施設や2つの博物館も建設しました。もちろん建設したのは町ですが、その財源は会社から出ています。毎年企業から寄附がもらえます。

「八田団長」

マッシモ・パスクワッテさん、ありがとうございます。

第五日目 10月8日

アグリツーリズモ スローフードの先進事例調査

ダリオ・チェッキーニ肉店 10:00~13:30

この日は、アグリツーリズモ・スローフードの先進事例調査のため、パンツァーノ村の「ダリオ・チェッキーニ肉店」を訪問した。18世紀に創業し250年の歴史のあるダリオさんは8代目のカリス



マ肉店主である。



ダリオさんは、トスカーナ地方の肉の切り分け方だけではなく、世界中の切り分け方を学んだという。その結果、独自の自分なりのやり方を編み出し、トスカーナ地方の伝統的なやり方の上に立って、職人としての技術力を高めた。

トスカーナに伝わる言葉として、「人は「木」のようではなくてはならない。」つまり、木はしっかりと地面に根付き天高く伸びていく。すなわち、人間は地域の伝統にしっかりと足を根付かせ、頭は、柔軟に自由に上に伸ばしていく。現代にあった方法で頭を使っていくという。ことに気がついたという。

ダリオさんが経営する 3 つのレストランにも、私たちが視察している間、ひっきりなしに観光客や視察団が訪れていた。

一方、近くにワイン畑、オリーブ畑を経営するジョバンニさんとも協働で、アグリツーリズモを実施している。ワイン畑には真っ白で 2 トンにもなるキアーナ牛を放牧、ワイン畑に植生した牧草を食べさせ、排泄物を土に返すという有機栽培を実践している。ジョバンニさんはワイン製造工場も経営し、生産されたキャンティワインの 95%は輸出用であり、一部日本にも出しているという。また、「B&B」も経営しているという。

ダリオさんの妹マリーナさんが経営する「お土産ショップ」と「B&B 宿泊施設」もあり、ダリオさんが経営するレストランやジョバンニさんのワイナリーなど協働して、アグリツーリズモを実践している。以下調査内容を記す。



ダリオ・チェッキーニさん

今年の 2 月に日本で肉のフォーラムがあり行きました。そこで肉屋についてのプログラムがあり世界中から生徒が集まっており、世界中の肉について勉強し教えました。その中に 10 名の日本人がいました。そのうち 2 名は子どものような大切な生徒です。ここチェッキーニに来て 1 年間勉強をしたんです。





男は、「ゆうすけ」、女は「まいや」です。ゆうすけは、東京でレストランを経営しています。

まず、肉屋やレストランの中を見ていただきましょう、あとでまたお話しいたします。

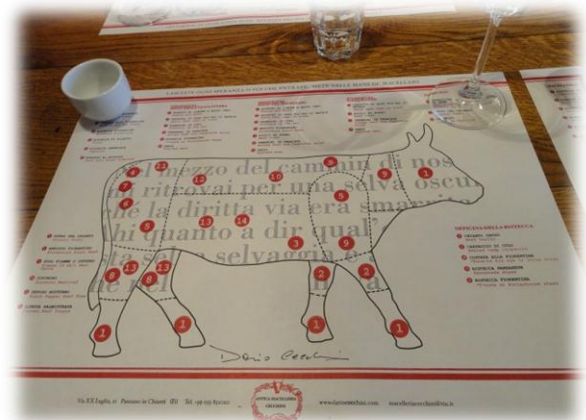
私は 21 歳です。案内します

下の肉屋でダリオが肉をさばきます。ダリオ

は 8 代

目 250 年続いているお店の店主です。3 つあるレストランでそれぞれ違う肉を食べます。ここは、T ボーンステーキ(12 番)を食べるところで、骨付きの一番おいしいところです。

天気が良いので外でも食べるが、そこはハンバーグを食べるところ、もう一つは、ソロ・チッチャで、その他の肉



を 食
べるところです。

食事は、みんなで楽しく食べることで、こちらの方では、肉ばかりでなく、ベジタリアンにも食べてもらえる料理を出します。ダリオさんの考えは、すべての肉をおいしく食べていただくことにしています。



オリーブオイルも作っていて、ダリオさんの横顔が写っています。週に 1 回、ここで使うソースも作ります。パプリカで赤いソースを。これは、ローズマリの香りです。松のようですね。

今日は、ソロ・ツチッチャ(ソロはお肉だけ。チーチャはお肉)その他の肉を食べます。T ボーンステーキは 50 ユーロで、ハンバーグは 15 ユーロです。



こちらのレストランは、ソロチッチャといいます。ソロチッチャとは、ソロはその他のという意味で、チッチャはお肉という意味です。

ここからの景色は、本当に綺麗ですよ。昔の石造りの家を改造してレストランとして使っています。小さな部屋が地上から地下まで、れんがづくりで、昔地下室は、ワイン、オリ





ーブ、ハム、サラミ、肉を保存しておく場所でした。

ここが厨房です。向こうの人はワインを飲んでいます。それぞれ肉屋、レストランを見ていただきましたので、これからおやつを食べましょう。



{ダリオチェッキーニさん}

私は、トスカーナの肉の切り分け方だけではなく世界中の切り方を学びました。その後自分のやり方を創りました。トスカーナの伝統的な職人として技術を高めました。古代からの伝統的なシンボルはトスカーナには根付いていて、それは「木」なんです。古代の民族は、人間は「木」のようではないといけない、といわれていた。脚は、しっかりと地に据えて頭は空の上に伸びていく。これが自分の働くときのモットーです。自分は伝統に足を付けている、それが豊にしてくれる、でも頭は自由でないとダメです。



伝統に根付いているが、現代にあった方法で頭を使わなければならない。だから、肉の部位を最高の条件で使う方法を考えて、2つレストランを開きました。

そこではステーキ肉だけでなく。動物のすべての部位を使う料理、一つはチッチャ、すべての部位をだすところ、昼食取るところでいろいろなお肉を経験するところ、そして、お肉の一番おいしいところを食べ勉強するところなんです。この考え方は、非常に評判と成功を呼びました。

「質問者」乳牛を絞りきって廃牛にして、肥育してやるぐらいの価値はということですか、日本では若い牛ほど珍重されるのですけれども。

「ダリオさん」それは世界的な考え方だと思いますね。ただ、成牛になっていけば行くほど、牛は肉の味が出るんです。

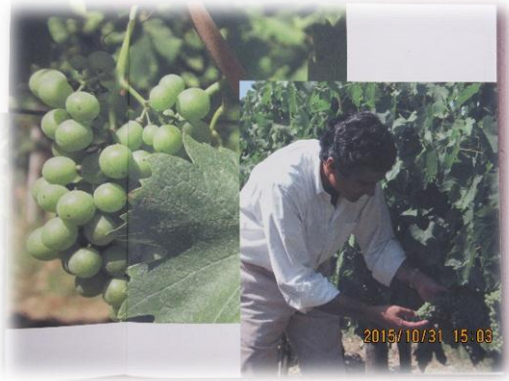




私はダリオ肉屋をしています、こちらのジョバンニさんとプロジェクトを実施しています。一緒にプロジェクトを進めていくということは、一つのコミュニティの中で働いているということです。

パンツアーノは最初の有機栽培の街で、イタリアで最初に有機栽培を政府に認められているのです。

質の良いワイン、質の良い肉を作るため、牛を育てている。協同でコミュニティをつくること、そのことによって、それを求めてくる観光客がやってくるのです。そして、コミュニティ全体の生活が豊になっていくのです。



妹のマリーナさんは、自然の製品を扱った店の経営と **B&B** も経営しています。



ダリオお肉屋に来た人たちは、マリーナさんの **B&B** に宿泊して、マリーナの店で買い物してレストランで食べる。

また、ジョバンニはワインを作っているので、彼のワイナリーに飲みに来た人は、飲んだ後、こちらに来て買い物をし、パンツアーノのダリオのレストランで肉を食べて帰ります。ジョバンニは、アグリツーリズモも経営していて、こちらの方に宿泊していく。こういう形がコ

ミュニティの中で交換が行われていくのです。

だから、一番大切なのは、小さな共同体を強くすることです。小さいコミュニティに生命を与えて活かしていくことです。

日本の私の弟子達は、ダリオさんのことを「チェッキーニはダリオ一人しかいない。」で、「チェッキーニさんはパンツァアーノにしかいない。」というそうです。これは私たちにとって大切なことだと思います。私たちの基本は、ここにあり、ここに住みたい。だから皆さんのようにほかの土地から来た人たちには、「ようこそパンツァアーノにへ。」いえるのです。私たちは、パンツァアーノの人間ですから。

私たちは機会があれば、北海道にも行きたいです。あなたたちは北海道の方なんですからね。



「質問者」何気なくね、お肉を食べただけでも、このお話を聞いて帰ったら、ゆっくり味わって、あの、パンツァーノのダリオさんを思い出しながらお肉を食べたいと思います。



「ダリオさん」日本にも、素晴らしいお肉屋さんはいくらでもあります。みんなで昔から伝統を守っているお肉屋を助けないといけません。だから、すべていまの世界というのは、大きな産業に向か

っていくものと、小さな職人さんたちがいる、二つの両極に別れていると思います。

私は、大きな産業に関しては、何も嫌悪感も持っていません。だけど、私たちは職人の一人だと思っています。だから、これが私たちの人種なんですね。だから、私たちの生活というのは、お金は少し、でも素晴らしいたくさんの価値を大切にしていけないと思います。



「質問者」いや、大変勉強になった。

「質問者」ジョバンニさんの息子ですか。

「ジョバンニさん」息子です。

「質問者」一緒に働いてるのですか

「ジョバンニさん」息子は、いま大学生でワイン研究の勉強をしています。

「質問者」跡を継ぐのですか

「ジョバンニさんの息子」後を継ぎます。

「質問者」回りの農家にも後継者がいないということはありませんか

「ダリオさん」だから、次の世代を育成しています。素晴らしいインスピレーションを与えれば次の世代の人たちはやってきます。

僕は若いときに日本の弓道をやったことがあります。一番大切だと思ったことは、中心は自分にある。その回りは調和なんです。調和が一番採れたときに的の中心を射ることができるのです。

「質問者」私たちの地域もですね、人口減少が激しくて過疎化がすすんでいます。集落が崩壊する地域がより多くなってきます。チェッキーニさんのような



考え方を日本に伝えることで、何かきっかけ、ヒントになればいいなと思います。
「ダリオさん」もし、機会があれば喜んでジョバンニと一緒に北海道に行って話をしたいと思います。

一度ですね、トスカーナ州の南の方にウングリア州があるんですね。そちらの小さな村に行ったことがあるのですが、そちらの山奥の小さな村で非常に

過疎化が進んでいたんです。だけどまだ、すばらしい職人がたくさんいたところなんです。

その小さな村の首長がきて、小さな劇場にその村の職人たちを呼んで、話だったのです。そのとき、職人達はもう絶望を抱えていたらしいんですね。

ダリオはお客さんとしてゲストで、その時に、首長がダリオを紹介するときに、職人達に向かって「ダリオ・チェッキーニさん」です。ちゃんと本人です。お肉も骨もある本人です。で、彼は、世界中からイタリア中から知られた人です。でも、あなた



たちは、彼ほど頭が悪いわけではない、世界中の人がダリオさんを知っているのであれば、あなたたちも世界中に知られるようになるのです。」と紹介をしたそうです。ですから、お金ではないんです。インスピレーションを与えることなんです。



に行ってみたいですか。(はい)

お肉万歳。5 分後に戻ってきます。農場



ありがとうございます。私たちにとっても、あなたたちをお迎えできて、とっても光栄であります。私たち家族にとってもすばらしい出会いです。両親も空の上から喜んでいると思います。

ジョバンニさんのワイナリー

ジョバンニさんの車に乗せてもらい、彼

の農場を案内してもらう。

ブドウの木 60000 本、列と列の間を 2m 間隔で、ブドウの枝間 75cm で整然と植えられている。畑全体に牧草が植えられており、飼育している 35 頭のキアーナ牛が牧草を食べ、排泄物を畑に返すという、完全循環型農法を導入している。有機栽培をイタリアで最初に導入した



のがここトスカーナ地方だという。

ワインの製造工場は、きれいに整理されており、生産されるキャンティワイン「FONTODI」は 95%が輸出用であり、日本にも送られているという。

今年は、天候も良く収穫作業が順調に進み、今日がぶどうの収穫最終日とのこと、夕方に

は、肉とワインでバーベキューをする予定であるとか。もちろん、ダリオさんが肉の準備をするという、おいしいそう。

オリーブ畑の収穫が、そのあとから始まるそう。今年は例年になくよい年になりそうとのことである。



レストランに戻って

生の野菜ステックを食べるため、塩昆布とオリーブオイルでソースを作る。スープは、昔はトスカーナでは病気の時にすべての部分を入れた肉のスープを飲んでた。こちらのスープは、牛の鼻の部位を使ったスープです。

この肉は、牛の鼻あたり部分をきざんで、煮て固めたものです。



ソロチッチャといって、すべての肉を食べる。



ウイキョウ（せり）です。ね。



これは、クロスティーニといって、牛肉の挽肉、唐辛子の入ったソースでパンに付けて食べる。

このそばろ牛肉は、いろいろな部位を使って（3番、9番、2番を使った肉）挽肉です。



イタリアでは、朝ご飯は食べないしサラダも食べないよ。サラダはお昼。朝はカプチーノと甘いパン。イタリア人は、サラダはお肉の付け合わせとしか考えていないよ。

朝はすごく早いので、紅茶、カプチーノ、いまはフレークを食べる。お昼と夕ご飯は、ゆっくりと食べるんだ。

トスカーナの人には豆食いといわれている。これは 5 番、雌牛のおしりのところ脂身が少ないので挽肉にして、フライパンで炒めたもの。味が足りなければ塩昆布をかけて。イタリア人は、食事しているときやこんな時に



は、もう大騒ぎしているのに、日本人は、礼儀正しいですね、静かすぎるよ。

「質問者」日本人の若い女性は来ますか
「21」いろいろな方が来る。カップルで、ありとあらゆる人々が来ます。

「質問者」タクシーで来るの、団体で来るの。

「21」フィレンツェから路線バスがあるのでそれに乗って来ます。タクシーで来る人たちもいます。世界中から来ます。ジョバンニさんのワイン、チェッキーニに連絡いただければ、FONTODI を送るよ。ジョバンニからいただいたワインはおいしいよ。



「質問者」彼の出身は

「21」パンツアーノで生まれました、ダリオはおじさんのような存在です。ここが大好きだから、将来農場を持ちたい。農業専門学校を卒業して、今は勉強したいのでお金が欲しく、ここでは働いている。ここで経験を積んでいます。世界中の人に会える。日本人、アメリカ人、ロシア人、

オーストラリア人などに会える。

「質問者」日本では若者は都会に行くが・・・。

「21」最終的にはここに帰ってくるよ。

ダリオとジョバンニ・マネッティがいるからね。大好きだし。

T ボーステーキです。お肉万歳。

一番おいしいところです。骨が一番おいしいよ。手でちぎって食べてください。



「八田団長」

ダリオ・チェッキーニさん、妹のマリーナさん、妻のキムさん、ジョバンニさん、ありがとうございます



スローシティ取組の意見交換

グレーヴェ・イン・キャンティ 14:00～15:20



次に、グレーヴェ・イン・キャンティの町役場庁舎を訪問する。当選してから1年5ヶ月のパウロ町長が出迎えてくれた。グレーヴェ町は、人口14,000人の町ですが、スローシティを推進する地域としてイタリア国内でも注目されている。海外にも広がりを見せ、日本でも一市（宮城県気仙沼市）、韓国でも一ヶ所参加をしているという。新しく大型店を誘致するのではなく、地元で培われた一つ一つの小売店舗を大切に、地域のコミュニティを守ろうとする取組で





す。また、グレーヴェ町は茨城県牛久市と姉妹都市交流を結んでおり、年 2 回表敬訪問に来るそうである。以下、調査内容について記す。

「質問者」牛久市とはどのようなご縁ですか
「パウロ町長」

グレーヴェとワインでのつながりとアイリス（あやめ）を栽培しているのでその関係で姉妹都市となった。昔、牛久市でワインをつくっていたが、いまは造っていない。

今朝、役場庁舎の中で結婚式があった。町長が民法を読み上げて証人 2 人づついて、誓いをおこってサインすると認めら、イタリアでは必ずやらなければなりません。

アレサンドラさんが市長の右腕。すべてのことを把握している。姉妹都市の関係や事業の促進を担当している。

グレーヴェ町はスローシティの一員です。かたつむりがシンボルです。パウロ町長は 2014 年 5 月、町長に当選したが、アレサンドラさんはスローシティを最初から関わっています。

チッタスロー運動はイタリア国内 4 つの街で立ち上がった。今は国内全土に広がっており 100 以上の街が参加している。ここ 5 年から 6 年にはイタリア国だけではなく海外でも広がっており、日本で 1 つ（宮城県気仙沼市）、韓国で 1 つ参加しています。

かたつむりは、必ずゆっくり生活していくというのではなく。生きているのは環境をより良くして生活していく、地域性が一番の豊かさだ、との考えです。



グレーヴェ町には大きな産業はないが、産業は 3 つあります。まず 1 つは、農業です。ワインやオリーブオイルをつくっています。ワインは 90% が輸出しています。2 つは観光です。3 つには、職人さんがつくった工芸品です。

イタリアの法律でコムーネの市長、議会議員の数が住民に対し決まっています。15,000 人の以下では 16 人、与党 11 名野

党が 5 名＋市長 1 名です。

グレーヴェ・イン・キャンティの人口は、14,000 人で、面積は 169km²と広大であります。街を中心たくさんの地域があります。

「パウロ町長」皆さんは北海道から。どうしてグレーヴェを選ばれたのですか。

「回答者」北海道はいま、人口減少に伴い限界集落や過疎対策に取り組んでいかなければなりません。そこで、先進的取組をしている御市の事例を調査するためです。

「パウロ町長」

姉妹都市の牛久市も都会に出て行って人口減少している問題を抱えているそうです。ここグレーヴェは、人口は増やそうとは思っていません。新しい都市計画也没有。ただ、いま考えている計画は、2 年計画で人口 1,000 人ぐらいいればいいというものである。新しいものをつくるのではなく、今あるものを修復していくかんがえです。ほとんどの建物は修復を終えています。

1960 年代はたくさんの人が都会に出て行って過疎化が進みましたが、しかし、その後 1980 年代から徐々に増えてきました。

「質問者」人口が同じなのですが、基本的な行政サービスは持続可能ですか。

「パウロ町長」

グレーヴェ・イン・キャンティは面積が広く、地方のちいさな地区の出生率が低くて人口が減っていつてます、その中の地域の学校を閉鎖しなければならない現象もありました。ただ最近の現象として、外国から、ヨーロッパ以外からの移民が増えてきています。移民の人たちの子どもが生まれているから人口は減らないのです。



「質問者」日本は島国、移民が入りづらい。移民によってイタリアの文化は大丈夫ですか。

「パウロ町長」

そのとおり。ヨーロッパ以外の外国人、特に農業に従事していた人たちが、1999 年から 10 年間非常に増えていきました。その移民の子供たちがイタリアの学校に入り、



勉強することによって言葉の問題だとか、習慣や文化の問題はだんだんなくなってきた。問題があったのは親御さん達です。言葉の不自由や文化的にも違う、親御たちを共同体の中に入れていくために必要な政策をおこなってきました。

最近 2 年ぐらい、毎日、シリア、パキスタン、インドなどから移民がやってきます。そのため、移民を受け入

れイタリアの共同体の中で、どのように対応していくのかが大きな問題です。その人たちを受け入れる住宅の問題を含め、入れていくのか問題です。

「質問者」役所としてどう対応するのですか

「パウロ町長」移民の問題は町ではなく県が関わっており、県と市が協同してできるだけ平等に移民の人たちに対応しています。

ここキャンティには 8 つのコムーネ(共同体)があつて、その中で 100 人ぐらいの移民を受け入れています。



「質問者」私たちは今日イタリアの伝統的な村を訪ねておいしい料理を堪能してきた。地域文化を守ろうとしている人々と新しい人たちをどのように受け入れる、イタリア破壊されることに変化してしまうことに、スローフード、スローシティが完成するのが遅れてしまうのではないか。

「パウロ町長」最近のいま移民は政治的目的で入ってきており、特別な許可が必要なんです、その検査機関も。しかしこの人たちの最終目的地は北側のヨーロッパなのです。(ドイツを目指しているといわれています。)

だから、この人たちが私たちの村に入ってくることは少ないと考えています。



「質問者」富良野市から来ました、観光の街です。色々な商売飲食店などがたくさんありますが働き手が足りなくて店を閉めなければならない状況が富良野にはありますが、そんなことはありませんか。

「パウロ町長」

グレーヴェの街は小さい。だから、バス 50 台が一挙に来たら受け入れられない。観光客もセレクトした観光客に来てもらってます。

グレーヴェの街は、自分たちの持っている特異性や自分たちができる限界を知っているの、それを特性として対応できるお客さまをセレクトしている。ここに来たいお客さまは、8 月いっぱいまで満員で来れない。9 月 10 月 11 月に思い直して来ていただく。そうすると観光に時期を長く保つことができる。こちらの観光のハイシーズンが 4 月から 10 月ぐらいまで。大量の観光客用に例えば 100 室ぐらいのホテルを造るとすると、今まで来ていたお客様を失ってしまいます。

グレーヴェの街に、まだ観光客を受け入れるように発展していかなければなりません。例えばホテルを造るとしても、小さなホテルでグレードの高いものを造りたいと考えています。



「質問者」市長の考え方は議会で与党野党からどうですか

「パウロ町長」

与党野党の考え方は色々ありますが、野党は少人数ですから、

「質問者」5 人と 11 人はどうやって

決めるのですか

「パウロ町長」

市長と市議会議員選挙を同時に行います。18 歳以上で、勝ったほうが与党になります。選挙の方法は、それぞれの党派で市長と 15 人の市議会議員の候補を選びます。選挙の結果勝った市長の党派が 11 人、負けた野党に 5 人を割り振ります。

定期的な会議は、月 1 回、そのほか特別な会議も臨時で行います。市長のほうは、それぞれの行政の担当・教育、環境などを選びます。

「質問者」スローフードを進めるうえで、色々な方々に支援をしていますか



観光客を呼ぶために団体に対し、改修費だとか、市として財政的に支援していますか？

「パウロ町長」アグリツーリズモは、トスカーナ州のほうから建物の修復のために予算をいただき経済的な支援もいただいている。だからアグリツーリズモの条件は50%以上の農業の収益で成り立っていることが条件である。専業農家

その補完なんですけれども、必要なところには援助金は、市としては出していないけれど、プロモーションなどイベントを行うなどを実施している。

「質問者」市に対しては国や州から交付金が入ってくるのか

「パウロ町長」昔はあったが、今は入ってこない。（人口が減っているから）



今の地方自治体のコモーネでは、出るお金を使ってやっていくしかない。

こちらのグレーヴェ・イン・キャンティは、面積が広いので、子供たちを送迎するスクールバスに費用がかかります。でも、このグレーヴェでは色々なイベントをやっています。

「質問者」私たちは街起こしをや

って過疎化を止めようとしてきたが・・・。

「パウロ町長」

これからは地域の社会的な経済的な色々な試みをするしかないと考えている。1960年代に経験している。

「質問者」北海道は179自治体で、25年後に8割がなくなる。

「パウロ町長」

私たちは、いまフィレンツェ県に入っている。そのなかには42のコモーネがあるが、今は過疎化が進んでいるところもあり、2つを1つのコモーネをまとめていこうとしている動きもあります。

「質問者」色々イベントやっているというが、市の予算がいくらで、そのうち市民からいただく市民税はどのくらいの%なのか。

「パウロ町長」

1900万ユーロが歳入で、交付税も含めて50%ぐらいが税収入である。

（日本では3割ぐらい。）税金収入は1/3ぐらいです。

ただ、市民においては、国に支払うものと市に支払うものとが分けて支払うが、

市民が国に支払うものと市に支払うものとは 50%以上になる。

「質問者」日本は 65 歳以上の高齢者は多いが、どのくらい

「パウロ町長」

（4 人に一人）20%以上ではないかと思います。

「八田団長」パウロ市長、アレサンドラさんお忙しいなか、対応していただきありがとうございます。



第六日目 10月9日

帰国の途

08:00 ホテル発

10:25 ミラノリナーテ空港出発（LH249 便）

11:45 フランクフルト空港着

13:40 フランクフルト空港発（LH710 便）

第七日目 10月10日

07:45 成田空港到着

10:00 成田空港発（NH2153 便）

11:45 新千歳空港着

現地解散

調査を終えて

11月5日、調査団員が一堂に会し今回の視察調査を終えて、率直に団員それぞれが感想を述べ意見交換をおこなった結果、

- 北海道の日オープニングフェアのなかで北海道をPRできたという反面、反省点はなかったのか。
- 今後、道産食材をEU諸国に輸出するにしても遠距離の問題をどう解決するのか
- EU諸国に伸ばすよりアジアに伸びる余地があるのではないか
- 交流人口を増やさないと食は広がっていかないと考えるが交流人口を増やすためにEUとの直行便を復活すべきである。
- 限界集落の利活用、地域の知恵をどうやって出していくのか。

などなど種々意見が出された。

一方で、

- 北海道の認知度が低い、北海道の特産品が知られていない。
- トスカナ地方の風景を見て、どこか北海道の富良野にもあるような景色に見えた。
- 北海道でも、スローフードやアグリツーリズム、地元特産品開発など、すでに取り組んでいる。
- 民泊に対する規制緩和の必要性について。

との意見も出された。

シンガポールやマレーシアの富裕層の人たちなどは、日本の異文化を体験したい、たとえば、稲刈りだとか、搾乳体験をしたいという要望が多いと聞く。

また、農水省によると、農村ツーリズムの実戦に向けて宮城県遠野市をモデル地域に、稲刈り体験や搾乳体験などを取り込んだ事業に取り組んでみたが、しかし実際には、言葉の弊害や生活文化の違いから、受け入れ対応に消極的な農家が多数いることもあり課題は多いとの報告がされている。

こうした課題や問題点を総合的に検討し、しっかりと考え方を整理し、農政委員会や食と観光対策特別委員会など道政の場でも協議していきたいと考える。

以下、調査団員個々の所感を記す。





イタリアの先進地事例に学ぶ

調査団長 八 田 盛 茂

今般、私たち道議会海外調査団は、ミラノ国際博覧会後の EU 諸国への道産食品の輸出や経済交流（観光等）の拡大に向けて、また、「北海道の日」の実施効果や日本食品の消費動向等の調査、関係先との意見交換を行うとともに、あわせて、先進的な取り組みをしているアグリツーリズムやイタリア発祥のスローシティ・スローフードの取り組み事例を今後、北海道が取り組んでいくうえでの参考とするため実施された。

JETRO ミラノ事務所には、道内の事業者が輸出に取り組むに当たり、輸出先国の情報提供や相談対応などの支援をいただき、ミラノ国際博覧会における「北海道の日」の実施に当たっても、ミラノ事務所に多大なご協力をいただいております。イタリアにおける日本食の普及や日本産食品の流通状況、小売業、外食産業の現状やトレンドなどの情報について意見交換させていただいた。

温井ミラノ所長からは、日本食がイタリア人にとって、生活の一部になりつつあるという話を伺い、今後の輸出拡大の可能性に心を馳せたところである。

また、食品の輸入商社であるユニオントレード(株)の日本担当の尤叙さん（ユ一さん）には、日本食の普及拡大などに取り組まれてきた経緯や日本産（道産）食品の取扱品目・金額の推移、取引先（小売業、外食産業など）の動向、イタリアの輸入規制や輸出に当たっての留意事項など意見交換し、今後の輸出拡大の可能性に意を強くしたところでもある。

一方、イタリアの田舎の一軒の個人肉屋が、90 年代の BSE 騒動をきっかけに世界中に名を馳せ、世界中の人が集う交流の場を作り上げたことを知りました。ダリオ・チェッキーニ肉店である。この店の取組みが、地域を維持し活性化する動きに結び付くとともに、観光の新しい形として定着したことが、これからの北海道の地域振興を進めるうえで参考となると考え意見交換をおこなった。

ダリオ・チェッキーニさんからは、「ふるさとを愛する心とおもてなしの心が一番大切である。」とのことであった。こうしたことを基本に、肉屋が 250 年 8 代も続いたことが良く理解できた。

また、昨年、北海道の地元新聞に人口減少社会「トスカーナの知恵」と題する特集記事が掲載され、地域の衰退に悩む小さな集落が地域資源を活かし、アグリツーリズムとして集落をまるごと宿泊施設にし、地産地消の食事を提供することにより多くの観光客を呼び込むという取り組みである。その運営母体である「アルベルゴ・ディフーズ」のマッシモさんをペッチョリ村に訪ねた。

彼からは、限界集落再生の取り組みとして、歴史ある街であるという優位性と

自然豊かな風景を活用し、地域あげて取り組む熱意が成功に導くという発言があり、北海道においても大いに参考になると考える。

そして、グレーヴェ町では、スローシティの理念の下で住民本位のまちづくりに取組んだ結果、移住者が増え、世界中から観光客が押し寄せるなど、地域の維持・振興にも大きな成果を上げていることなど意見交換した。

パウロ町長からは、歴史あるこの町を守り育てていくためには、新しい大型施設（店舗）などを誘致するのではなく、背伸びせずに、町にあるものを大切に育てていくことが一番であるという思いを聞かされた。

我が国では、グローバル化の進展や人口減少問題に直面する中、地域の基幹産業である農業の担い手の減少や高齢化が一層進み、生産力や農村の活力が低下することが懸念されている。

イタリアと私たちが暮らす北海道はほぼ同緯度にあり、四季の変化や独自の食文化を有するなど共通点も多い。

農業を中心に発展し米や小麦、馬鈴しょ、てん菜、牛乳などを生産する日本最大の食料供給地域となっている北海道は、こうした課題に果敢に挑戦し打ち勝っていかねばならない。今回の視察調査を通じて、たくさんのことを学び、今後の糧にしていくよう活動していかなければならない。





海外調査を終えて

調査団員 釣 部 勲

10月4日 9時30分千歳空港を出発、羽田空港、フランクフルト空港を経由し0時ごろミラノ マルペンサ空港に到着。

10月5日 イタリア第2の都市人口130万人のミラノ市。市民の台所といわれる「ワグネル市場」調査、1929年に開かれた歴史ある市営市場で、清潔さに溢れていた。外側が野菜売り場、内側が魚肉類売り場で種類は豊富、多くの主婦が買い物に来ていた。肉屋では日本語で「すき焼き」という張り紙が我々の目に止まった。大きなデパートは市内に1軒しかなく、フランス系のスーパーが主体である。スーパー「エッセルンガ」を視察したが、この光景も日本とあまり変わるものではなく消費税が24%ということに注目した。

次にJETRO（ジェトロ）を訪問しミラノ事務所長 温井邦彦氏、柿迫一葉さん、そして札幌支店長の白石薫氏からミラノにおける日本貿易に関する現状説明を受けた。

イタリアでは健康志向が強く日本食ブームとなっており、現在259店の日本食店があり、中国人経営者が多い。食材の米はイタリアで生産されたものを使用しているが、日本の米も今後使われるであろう。そして、長いも、ゴボウ、また海産物では、ホタテやウニの需要が増大する可能性があり、北海道からの輸入も考えられる。

日本食のすばらしさ、おいしさがこれ程に理解されているとは思わなかったと話していたのが印象的であった。これから北海道食品の輸出の可能性は無限であると思った。

10月6日 ミラノ国際博覧会の日本館で6日から8日まで「北海道の日」が開催され、我々も、知事と一緒にオープニングセレモニーに出席した。道議会議長、議員団8名、実行委員会メンバー9名などが参加。深川市長やJA深川組合長の顔も見えた。午前11時から開会宣言が行われ知事が、今回のミラノへ出展したことについて、北海道の食をはじめ、魅力を世界に発信する。そして、知名度向上を図り食関連産業や観光振興と道内各地の活性化につなげていきたいと力強く挨拶、鏡開きが行われ、全員で記念撮影をした。エンターテイメントステージでは札幌出身のゴスペルシンガーNatsukiさんの美声や苫小牧出身の民謡歌手 伊藤多喜雄さん、そして稚内南中ソーラン連のYOSAKOIソーランステージなどが披露され、まさに北海道色で満たされ会場は盛り上がっていた。

日本館は世界各国の中でも人気があり、約8時間の待ち時間だそうだ。特に、

北海道の日に行われた道産食材や料理を提供した「クッキングステージ」は好評で見学者が多かった。

日本酒紹介では、今回、北海道の清酒メーカー13 社がレセプションに提供したが、私も舞台上でインタビューを受け、日本酒の美味しさを若干説明した（特に道内酒）。道内各地の自治体から自慢の商品や素材が出展され、栗山町の日原メロン、深川市のりんご、米、無菌装米飯、滝川市のなたね油一番絞り、浦臼町の神内マンゴーなど、またホクレンや各 JA から多くの農水産物が出展、北海道の食を PR していた。特に、道産和牛やホタテが好評のようだった。



フードコート内では、道産材料使用のカレーライスや寿司が出され各国の人が大勢、食味していた。北海道の名を欧州にどれだけアピールできたか、今後注目したい。その後、会場を早足でひと歩き、各国のユニークな建物が並び人の列が目立った。イタリア人のみならず、随分と外国人も辛抱強い民族である。

10月7日 日本食品の消費動向調査のため、食品輸入卸販売会社（ユニオントレード）を訪問し、日本マーケット担当の尤俊（ユーさん）から説明を受けた。1999 年頃から和食ブームが到来しミラノの 7 軒から取引が始まった。

和食店のオーナーは中国人が多く 260 店ほどが現在営業中。優良店は日本人がオーナーだという。食品の 35%は日本から輸入している。食品約 6 千種類の取り扱いをしており、北海道からは西山ラーメンが入っていた。日本酒は大吟醸酒が多く道内は 1 社のみ入荷していた。



現在、和牛は群馬県から、海産物はカナダ産が多いが海苔などは日本からを期待している。また、寿司米にしてもイタリア産やアメリカ産を入荷しているが、今回、深川米を PR に JA 関係者が来たそう。お菓子類はヨーロッパ各国からの輸入。まだまだ北海道の認知度が少ないがこれからの輸出が可能とみた。

その後、ミラノから列車で約 1 時間 30 分、フィレンツェへ向かいアグリツーリズモ、スローフードの限界集落再生の取組事例を視察した。高級ワインと美しい景観が人気のトスカーナ州であるが、数軒ある農家が空いている住居を民宿とし、都市住民を滞在させたことが、田舎暮らしを楽しむ「アグリツーリズム」となって受け入れる農家が多くなり、観光客が続くようになったそうである。主にスウェーデン、デンマーク、ベルギーなど北ヨーロッパ人が、おいしい食事や田舎の風景を求めて宿泊するという。イタリアでは州によって空家や農場の修復に免税や補助金などが予算化されている。

なお、ペッチョリはトスカーナ州人口約 2000 人の小さな村であり、街全体が博物館のようで主な産業は農業、ブドウやオリーブ、小麦、特にワインの製造

が大きな産業となっている。小型車が自在に走り、日用品を販売している商店が並び子供たちの元気な姿が見られた。農家以外は、フィレンツェに通勤するサラリーマンが多いそうだ。

10月8日 フィレンツェから国道222号線を南西方面へ、大きく育ったニレの並木を見、途上この地区で一番大きいサンディールオリーブ製造工場、そして高級ワイン(キャンティ)の工場などを見ながら別荘地帯の丘陵を走り、世界で一番有名な肉屋、トスカーナ州パンツァーノ村で精肉店や肉料理、レストランを経営し250年つづく8代目ダリオ・チェッキーニ氏を訪問した。銘柄牛「キアーナ牛」の肉の製造販売と解体技術を伝授している。訪問中にも世界各国からダリオさんの店を視察に来ていた。遠い国の文化の異なる人達が来るのを彼は歓迎していた。

イタリアと日本とは良い物を作るということでは共通しているとも、ダリオ氏は言っていた。日本からもすでに2人勉強に来て2年間修行、東京で開店しているそうである。普通肉は、18ヶ月から20ヶ月以内に精肉するが、キアーナ牛は6歳位で精肉するという。キアーナ牛の部位は13ヶ所肉として食べられるという。一番美味しい部位を食べ一同満足していた。

次に、ダリオ氏の友人でキアーナ牛を35頭飼育し、ワインも製造をしているジョバンニ氏の広大なブドウ栽培農場を訪問、さらに輸出用ワイン製造工場を視察した。はじめて見たキアーナ牛は、世界で一番大きく体重が2トンの位で体は白色であった。ワイン樽はフランスから輸入しているという。ブドウ栽培には数千人が働くというから地元の雇用対策にもなっているようである。ワインの製造で年間500万ユーロになるという。

次に、グレーヴェ・イン・キャンティ町を訪問。就任1年5ヶ月のパウロ首長と面談した。スローシティは人口5万人未満の都市が対象でイタリアでは4自治体から協会の設立がスタートし、現在では30ヶ国192自治体が加盟。日本では宮城県気仙沼市が参加している。スローシティとは住民本位の町づくりや環境の保護、地産地消の奨励を憲章に掲げているものである。

この町には、大きな産業はないが観光をメインとして自然保護や建物の保存にも取り組んでいると、パウロ首長は語っていた。

70年代には人口が落ち込んだが、宅地開発や建物の新規建設を認めず、大型店の進出も阻止し、輸出ワイン製造を重視している。アグリツーリズモやスローフードには、若干の州からの支援があるという。首長の過疎脱却の意思もあるが、住民のアイディア、地元産業を利用しながら農村社会を守ってきた姿を見て参考になった。

またこの町では難民約100人受け入れているが、現在トラブルはないという。地元住民は消費税が20%超であり、税については重税感を持っているようだ。

10月9日、7時30分ホテル出発、10時25分ミラノ リナーテ空港から帰国の途につく。フランクフルト空港、成田空港へ、翌10日、7時45分成田空港到着、10時00分成田空港発、11時45分千歳空港着後、現地解散。



イタリア「ミラノ国際博覧会」調査所感について

調査団員 本 間 勲

私は 1979 年 6 月、いまから 36 年も前になるがイタリアの水稻作の勉強にいったことがあります。イタリア農業は日本よりも先進的でコンバイン、カントリーエレベーターを備え、大規模経営で品種改良もすすみ中粒種が主流であったことを思い出し、さて現在はどうなっているのか大変興味がありました。

いま、日本は TPP の大筋合意を受けて農林水産物重要 5 品目がどうなっていくのか大きな不安の渦中にあり、今後の農林水産物の行方が気にかかるところです。

国は、農林水産物の輸出額を 2020 年までに 1 兆円とし、EU を重点国地域の一つに掲げ、北海道もまた 2018 年度を目標に道産食品輸出額 1000 億円の達成に向け、重点的に取り組みをすすめようとしています。

こうした中で、国は 5 月～10 月までの開催の「ミラノ国際博覧会」に日本館を出展しており、その中で 10 月 6 日～8 日までの 3 日間「北海道の日」が開催されることとなり、この機会に北海道の安心、安全な「食」をはじめ、アイヌ文化や自然などを世界に発信し食関連産業や観光等、道内各地の活性化に資することとしています。

また、日本は世界一の長寿国になったものの少子化のなかで、人口減少問題をかかえ、地域再生の観点からもアグリツーリズムやスローフードの取り組み事例調査は現在の北海道においては、まさに喫緊の課題であり、北海道や市町村の将来を考えると、その再生のヒントを求め、大きな期待を持ち参加させていただきました。

7 日間の研修を無事終え、参加させていただいたことに感謝し、いま感想文を書いています。

今回のイタリアミラノ調査で私なりに感じたこと、これからの北海道で取り組まなければならないことなど数点列記します。

まず、第一は、日本食、特に、道産食品は世界一であることを再確認いたしました。

第 2 は、アグリツーリズム、スローフードの先進地調査では、フィレンツェのペッチョリ村を訪ねました。歴史遺産を大切にし、様々な工夫を凝らし、地区外からの集客をしながら限界集落を維持発展すべく努力していること。

そして第 3 は、目先の経済に惑わされず、誇りと信念を持って働くこと。それは、ジョバンニさんのワイナリーを見学したとき、ワインぶどうの木が 6000 本、

キアーナ牛の放牧と連携で完全循環型農法を実現しており、オリーブの栽培もあわせて年間70億円もの売り上げにも係わらず社長自ら作業服で陣頭に立ってがんばって働いていたこと。私も農家なのでその姿に強く感動いたしました。

まとめになりますが、どこの国にも歴史と文化があります。北海道も古い歴史は目立ちませんが、開拓から150年、全国各地から人々の手で北海道の開拓がすすめられました。ゆえに、この北海道には日本各地の様々な伝統、文化が各地に点在しています。アイヌ文化はもとより北海道ならではの北方文化、そして大自然の美しさを世界に発信していかなければならないと思いました。

報告事項は、まだまだありますが、紙面の関係で割愛させていただきます。今回のミラノは36年前と古い街並みは少しも変わっていませんがきれいに清掃され、歴史遺産を大切にしながら新しい道を模索していることを強く感じました。





パンツァーノ・イン・キャンティでの出会い

調査団員 大 谷 亨

イタリアミラノで開催された国際博覧会、日本館における「北海道の日」に併せ、また、スローフード・アグリツーリズム発祥の地であり、中世ルネッサンスの都市フィレンツェを中心としたトスカーナ州の地方、地域の先進的な取り組みを歴史と文化の重みを感じつつ視察研修させていただいた。

私は特に印象に残った「世界で最も有名な肉屋」といわれるダリオ・チェッキニーさんと、そして彼と連携、協働しブドウとオリーブを栽培し、ワイン工場を持つジョバンニさんについて紹介したい。

ダリオさんは、250年の歴史を持つ肉屋の8代目店主であり、先代から伝わる肉の切り分け（捌き）方を受けつつ、トスカーナ地方の伝統的な捌き方、また、世界中からその技術を学びながら肉職人として技術を高め独自の技法を確立し、現在世界中に発信している。牛の全ての部位（頭・足・尾・内臓等）を活用し余すところ無く食べていただくことを信条としている。

現在Tボーンステーキ用・ハンバーグ用・ソロチッチャ用（その他の肉）の三つのレストランを奥さん、数人の雇い人とともに忙しく営んでいる。オリーブオイル、ソースも製造販売し、妹のマリーナさんはお土産、B&B 宿泊施設を持ちスローフード、グリーンツーリズムを進めている。

ダリオさんは、トスカーナに伝わる言葉として「人は、木のようになくてはならない。」と力説した。足はしっかり地について、頭は自由で柔軟な発想が必要と！いい言葉である。今も後輩を指導している。

ダリオさんから車で20分足らずでブドウとオリーブを大規模に作付けし、自らワイン工場さらには煉瓦工場を経営するジョバンニさん宅を訪れた。ちょうどブドウの収穫最終日とのこと、運ばれたブドウは選別され、潰された果汁が貯蔵タンクに入れられていた。誠に工場内は清潔で整理され、生産されていた。キャンティワインは「FONTODI」のラベルを貼られ3年間熟成の後95%輸出（日本には15%）されているとのこと。（札幌市内でも販売されている）

また、ジョバンニさんは世界で最も大型なキアーナ牛（成牛で1.2t〜）を飼育し、ブドウ畑に大麦、牧草を播き放牧し糞尿を土に返す、イタリアで最初の

有機農法の実践者だそうである。

ダリオさんとジョバンニさん 2 人は、プロジェクトを組んで質の良いワイン、質の良い肉をつくっている。

成牛となったキアーナ牛はダリオさんに提供し、それを国内外から訪れる多くの観光客にレストラン、ワイナリー、宿泊施設等を提供し観光客を循環させ、パンツァーノの村を活気づけている。もちろん、二人は、レストランや宿泊施設並びにお土産ショップも経営している。

最後に、ダリオさんは「一番大切なのは小さな共同体を強くすること、小さなコミュニティに生命を与え活かしていくことです」と話をしてくれた。

私は、ダリオさん、ジョバンニさん 2 人の「肉」と「ワイン」にかたむける限りない情熱と研究心、なにより故郷パンツァーノを思う心がリーダーシップの原動力となっていることを確信した。

敬意を表し今後の活動の糧としたい。





イタリア・トスカーナ州に学ぶ

調査団員 大崎 誠子

ミラノでは、和食ブームに驚いた。ミラノ博の各国のパビリオンの中で最も人気が高かったのが、日本館。日本円で 5,000 円のチケットを買い、7~8 時間待って、やっと入場できる。長蛇の列にじっと並んでいるイタリア人が大勢いたことに驚かされた。日本館の趣向を凝らした展示はすばらしく、和食を味わってみたいと思わせる。その思いは、パビリオンを見終わって出口に併設されている和食レストランへとまっすぐに向かわせる。そばやカレーライスをそろえたレストランは大繁盛。イタリア人が日本酒片手に箸でそばを器用に食べている姿に驚かされた。実に様になっているのである。

私たちの調査は、和食ブームに沸くイタリアで道産食材の輸出の可能性についてだが、残念ながら、イタリアでは北海道ブランドの神通力はないということにショックを覚えた。

東アジアを中心に育ててきた北海道ブランド、安心安全の代名詞ともなり、北海道ブランドの威力は大変大きくなっている。

しかし、イタリアひいては EU では、北海道の存在そのものをいかに認識してもらうか、北海道ブランドの価値を認めてもらうかということが、今後の大きな課題であると感じた。

そういう中で、JETRO ミラノ事務所では、今後、道産食材の中で、ほたてやウニ、長いも、ゴボウに需要が増すとみており、このことに大いに期待を寄せたい、しかしいま、道産品輸出のほとんどが、ほたてに頼っているのが現状で、新たな道産品のエースを育てていく必要があるだろう。

また、流通コストを考えると、EU で道産品を広め運ぶのと、まだ伸びるであろうアジアの市場で取扱高を増やしていく方がよいのか検討すべきであろう。

交流人口が増えてこそ、食も発展するものと考え。EU 諸国との直行便の開設も必要であろう。ミラノと北海道は緯度がほぼ同じであるので、ミラノ博での北海道人気を契機に関係を結び、交流を図っていくことも一案かと思う。

和食は 2013 年にユネスコの無形文化遺産に登録されてから、世界中でブームになっているらしい。

農水省の調査によれば、世界中に日本食レストランは、2006 年に 24,000 店だったのが、2015 年には 3.7 倍の 89,000 店にまで増えている。

こうした和食ブームの一端を、北海道価値を認めてもらい道産食材が担うことになれば明るい未来が広がっているといえる。グローバルスタンダードにな

りつつある和食の食材は、道産食品に限るといってもらうように大いに PR をしていく必要がある。

トスカーナ州では、イタリア発祥のスローフードやスローシティで街おこし「アグリツーリズモ」の取組などについて視察をした。スローフードの対極にあるファーストフード、その手軽さと値段の安さで人気だが、世界中どこでも同じ味ということに違和感を覚え、その土地にしかない食材、伝統的な作り方を重視したスローフードの考え方を愛する人たちも世界中に増えてきている。

スローフード協会は、2004 年から 2 年おきにスローフードを考え、スローフードを味わう世界大会を開催しており、今年 11 月には日本大会が北海道を舞台に開催される。北海道でもスローフードの考え方に賛同し農家レストランを開業し実践している方々も多く出てきた。

イタリアトスカーナで学んだ考え方は、いかに郷土を愛する人材を育てられるかということだ。ダリオ・チェッキニーさんはパンツァーノ村を愛し、この村から情報と情熱を発信している。21 歳の一番弟子もこの村を出たいとは思わないといい切った。この肉屋で一生懸命働いていれば世界中から人々が集まってくる。自分が出て行かなくても世界中の人と話ができるからダリオさんの後継者として、この村に骨を埋める覚悟のようだ。

郷土愛に満ちた人が地元の宝を見つけ磨き上げていく地域興しのキーワードは、やはり郷土愛につきる。こうした郷土を愛する取組は北海道も負けていない。そこかしこにその芽は育っている。イタリアのトスカーナ州と日本の北海道、先に、癒やしの大地として多くの人たちの心と体によい影響を与えるであろう。

人口減少が大きな課題だが、それを地元の良さを見直すチャンスととらえ、郷土を愛する人たちの手によって活気づく地域へと変貌する日が来ることを信じている。





再訪したくなる街の魅力とは

調査団員 田 中 芳 憲

平成 27 年 10 月 4 日から 10 日の日程でイタリアのミラノとフィレンツェを訪問し、日本食品の消費動向調査・視察とアグリツーリズモ・先進事例調査を行った。

日本とイタリアの貿易状況は、2014 年の財務省貿易統計によれば農林水産物において日本からの輸出約 2800 万ドルに対し、同輸入額は約 11 億 5700 万ドルに達しており圧倒的な逆ザヤである。

近年、和食や日本酒といった日本の伝統的な食文化が欧州においても注目を集めており、日本企業の進出や加工品、半製品の供給体制の確立など進んでいるところです。しかし、イタリアワインやオリーブ油、パスタ類などはすでに日本人の食卓に深く馴染んでおり、隔世の感があると言える。

あらためて北海道が新鮮な農林水産物の原料供給地としてその特性を伸ばし、新たな製品開発や販路の拡大に力を尽くし、イタリアの家庭の食卓に多くの日本食がメニューとして取り上げられて、本道産の加工品や半製品が消費を喚起し、結果として本道農業の発展につながる道を探る努力を続けていかなければならないと感じた。

○日本食品の動向調査

ミラノ市では市民の台所と言われる公設市場「ワグネル市場」を訪問した。市内の古い石畳や建築物に囲まれた街並みは歴史を感じ、小さな平屋の市場には住民がひっきりなしに食材を買い求める姿が見られた。同市場は主に生肉とチーズ、魚などの小規模な個店の集合体であり、外周部に生鮮品や雑貨店などが出店している。店内には多様な方法で処理された肉類や乳製品が並び、商品の種類の豊富さに感心した。客は店員とのやり取りも楽しみながら買い物をし、各個店が個性を競う姿とともにイタリア人の食に対するこだわりを強く感じた。

一部の肉屋のショーケース内には、日本語で「しゃぶしゃぶ用牛肉あります」と赤い文字で書かれたポップ広告が置かれ、在留邦人の需要も一定程度有ることを感じた。当然、地元の肉牛を加工したものと思えるが、食べ方についてもさらに提案することで日本食品の消費を喚起する可能性も感じた。

ミラノ国際博覧会での「北海道の日」に出席し、数多くの道産商品が紹介されていたが、参加者の反応を直に知ることができたことは大変に有意義であった。

○JETRO との意見交換

ミラノ事務所温井所長はじめ幹部職員との意見交換では、国内の日本食レストランが約 260 店舗あるが、日本人が経営する店舗は多くが高級店であり、大

半は中国人経営によるものとのこと。正しく日本食のアイデンティティが伝わることを望んでいるが、振り返ってみれば日本国内のイタリア料理店も黎明期を通して、本場の調理手法とは異なることも多かったように側聞している。我々が今もこよなく愛する「ナポリタン」などはその典型かもしれない。

ただ、最終日にミラノ市内の日本食レストラン（日本人経営と言われる）で会食したが、テーブルを照らす照明の傘に誇りが溜まっていることや、入手できる食材が限られているのか、あるいは好みの問題もあるが個人的には残念な内容であった。欧州での日本食人気がこのレベルで支えられているとしたら、「和食」「日本食」のイメージを改めて保つための議論も必要と考えた。

様々な段階を踏んで、イタリアにおいても日本の食文化が伝播し日本をより一層理解する契機となることを願いたい。

今後の見通しとして、本道からの農産品では長芋、ゴボウなどが有望とされているそうである。山形県では同じく万博に合わせて枝豆の「ダダ茶豆」を紹介し、売り込みに励んでいるとの報道を目にした。欧州の伝統的な食材は日本人の食にも通じており、海産物ではイカ、タコ、サーモンなどは多くが代用できること、鰹節が検疫上の障害となって今回の万博「北海道の日」においても持ち込めなかった事などからすると、ビジネスとして成果を上げるためには解決すべき日本と欧州の課題は多い。

○ミラノ国際博覧会実施状況

「北海道の日・オープニングセレモニー」に参加して、日本館の館内展示を回った。テーマである「持続可能な食、安全で健康な食」は入館者の多くの共感を得ているようで、最長 7 時間から 9 時間待ちの行列ができたそうである。

現状で日本の「食」に対する人気が高いことは言うまでもないが、輸出に関して直接結ばれていない点が課題であり、この良好なイメージを北海道産品の紹介にも今後大いに活用したいと感じた。

○アグリツーリズモ・スローフード先進事例調査



今回の調査事例の中で興味深かったのは「アルベルゴ・ディフーズ」と「ダリオ・チェッキーニ肉店」であった。

アルベルゴ・ディフーズは巻頭の報告の通り、田舎家を改装した宿泊施設である。特に、訪問したトスカーナ州ペッチョリ村の歴史地区に設定された施設は周囲を囲む豊かな田園風景と相まって人気が高く、中世ヨーロッパの趣と現代的なサービスを両立した手法は、北海道に点

在する廃村・廃屋の再利用にヒントを与える気がした。

一方で、この歴史的街並みを保全する資金やエレベーターの設置費用、500 台収容可能な地下駐車場の建設資金は、州内 5 ヶ所で産業廃棄物処理場を運営

する企業から抛出されたものである。資金規模に言及することはできなかったが、土木工事としては数十億円単位と想像でき、歴史的建造物の修復保全や上下水道の整備についても多くの費用が掛かることを認識した。

同行したバス運転手（奥さんは日本人）も産廃処理場の存在について、トスカーナのイメージを損ねるものとして懸念していたことが忘れられない。

我々は歴史的な景観を守り、一方で事業に関わる人たちが持続可能なアグリツーリズムを実践するためには、様々な妥協や住民理解を得なければ成立しないことも改めて考えさせられた。

次に世界で最も有名な肉屋「ダリオ・チェッキーニ」は店主ダリオの個性が料理を一段と輝かせていた。

おすすめはT ボースステーキ。次々に出される料理は当然、地元の食材を使っている。キアーナ牛を友人に生産依頼し、こだわりを大いにアピールする。肉屋であり役者、その自信は狂牛病に揺れた欧州の中で、信念に基づいた安全宣言パフォーマンスによって開花したという。

本人の話を聞いても根拠は不明であった。しかし、その疑問を吹き飛ばすかのような店主の個性と存在感は、イタリア映画の一場面のような小さな村の雰囲気と重なって、多くの観光客を世界中から集めていた。

あらためてこの村を訪れてみたいと感じさせることこそ、この地のアグリツーリズムを成功させる一因と確信した。



○グレーヴェ・イン・キャンティ庁舎表敬

パウロ市長と意見交換を行った。同市の街づくりに関しての最大テーマは新たな建設投資についてであった。市長選挙での争点として取り上げられ、同市長は、これらの建設投資に否定的な公約を訴えて当選したと言う。

街並みや景観を守ること、過去の過疎化を経験して今は人口も安定していることから現状を維持したいと述べていることは興味深かった。特に欧州に流入する移民についても、少数の受け入れについて肯定的な意見であり、人口減少の抑制につながっているという。

○終わりに

調査全般を通じてタイトな日程であったが、食と観光というテーマを掲げていることで、イタリア一国の二都市および周辺地域という限られた訪問ではあったが、直に見聞することで学ぶことも多く有意義な視察調査であった。

特に、人口減少に苦しむ道内の各自治体において、地域の魅力をどのように表現、具現化するかアイディアが問われている。あらためて豊かな自然と地域の歴史遺産をもう一度見直し、プロデュースするためのストーリー創出や人材育成など課題を整理し、道の施策において十分に議論を深め、成果が見えるよう努力を続けたい。



EU諸国への輸出・経済交流拡大の可能性調査と 集落対策を学ぶ

調査団員 沖 田 清 志

現在北海道では2018年度を目標に、道産食品輸出額を1000億円に拡大するため、重点的な取組みを進めることとしています

こうした中、本年5月から10月に開催された「ミラノ国際博覧会」において国が出店している「日本館」で、北海道の良質で安全・安心な‘食’をはじめ、アイヌ文化や自然など様々な魅力を世界に発信し、北海道ブランドの認知向上等を図るため「北海道の日」を実施しました。

また、人口減少に伴う集落対策が急務となっているが、イタリア農村部における資源を活用したアグリツーリズムやスローフードの取組みは、今後道の施策推進に大いに役立つものと考えられます。

今回の訪問は、イタリア・EUにおける北海道の‘食や農’の評価や可能性、こうしたイタリアにおける食市場の実態や過疎化対策の取組みなどについて調査をしてきました。

調査内容の詳細については本報告に委ねることとして、私の所感は以下のとおりです。

■ 空前の日本食ブームはイタリア国内でも同様で、ミラノ市内でも日本食レストランが増えています。一方、市場やスーパーには、日本の調味料などは多少目に付いたものの、肉や魚といった食材は皆無とっていいくらい置かれてはいません。

これはまだ、‘日本の食材は高価なもの’として扱われ、気軽に手に入れない状況では一般市民が家庭で調理するようなことがないと思われます。

また、食事の中心である小麦や肉、バターなどの自給率は高く、仮に自国で不足した場合は、EU各国で融通しあうシステムが確立されているとのことでした。

「ミラノ国際博覧会」では、日本館への入館には最長9時間待ちの日もあるほどの大人気でした。その中でおこなわれた「北海道の日」にも多くの方々が来場されたようですが、北海道という土地をどれだけ認識していただいていたかは正直疑問です。

現地の方々と話して一番感じたことは、日本という国を一つのくくりとして見ていて、北海道もしくは道産食品の認知度がまったくありませんでした。

日本からの食材などを輸入する貿易会社は、実際に日本の特定地域の物を指定するわけではなく、日本の輸出商社を通じて判断します。

ですから、日本の商社が扱わなければ、現地ではその存在もわからないのは当然です。

今後の道産食品輸出拡大には、現地での北海道という土地と食の認知度を高めると同時に、日本商社への取り扱いを高めてもらうことも必要と考えます。

- 過疎化する農村等の集落対策では、民家を活用した宿泊施設や地元食材を生かした食事の提供などをおこなう‘アグリツーリズム’や‘アルベルゴ・ディフーズ’、質の高い小生産食品と生産者を守り、子どもを含めた消費者全体に、味の教育を進めていくことを目的に始まった‘スローフード’の取り組みは、まさにこれからの北海道としても欠かせない重要なテーマでしたので、特に期待を込めての訪問でした。

高度成長期を迎えた頃には、農村から都市への人口が流出し過疎化が進んだ中で、当初は公共事業で地域経済を守ろうとしたことは日本と同じですが、静かな環境と美しい自然を生かした地域づくりに転換したことや、世界のどこへ行っても、同じ味のファストフード店や同じサービスの受けられるホテルではなく、ここにしかない食べ物、地域固有の文化を大切にすることが、近年増加している団体旅行より、個人旅行を好む観光客に受け入れられました。

何よりも自分たちの住む故郷に誇りを持ち、自らが何とかしなければならぬという強い情熱を感じます。何もないと思わず、今一度自分の足下（地域資源）をしっかりと見つめ直すことがまずは必要と強く感じさせられました。

■ おわりに

海外調査については、とかく賛否が問われるところですが、今回の調査では実際に見聞きしたことによる新たな発見もあり、改めて国内外を問わず、直接の実施調査の重要性・必要性を認識させられました。

限られた字数の中ですべてを言い尽くせない部分はありますが、本報告がこれからの議会議論の参考になり、本道発展に寄与できれば幸いです。

この度の調査に際し、ご尽力いただいた関係各位に感謝を申し上げ、視察報告といたします。





イタリアから学んだこと

調査団員 塚 本 敏 一

日本で報道されているイタリアは、これまで経済危機イタリアという報道がされていたという先入観で訪問したが、実際には違っていた。

そこに住むイタリア人の多くは、明るく前を向いて、国を愛し、人を愛し、街を愛し、今できることにきちんと対応し、子々孫々まで引き継いでいこうとする気概があふれかえっていた。

いま、世界がグローバル化する中で、人口減少問題や環境汚染問題、経済危機など地球規模で考えなければならない事案に接し、自分たちがやらなければならないことを一つ一つ前へ進めていくことを学んだ。

日本も北海道も、そうした環境は同じである。増田レポートによると、北海道は何もしなければ 2040 年には人口が 420 万人まで減少し 80%の市町村が消滅するといわれている中で、限界集落だから先がないのではなく、置かれている環境を受け止め、今できることをしっかり考えながら取り組んでいかなければならない。

北海道には、たくさん良いものがある。それをさらに磨きをかけ、世に出していく、マイナス思考からプラス思考へ方向転換する。そして、人に頼るのではなく自らができることを背伸びしない、そうしたことを主眼に取り組んでいくことが必要だ。

特に、残念だったことは、「イタリア人は北海道を知らない。」ということだ。北海道の食にしても、北海道の特産物にしても、北海道がどこにあるのか、どんな環境にあるのかなどなど全く知られていないことである。もっと強く北海道の魅力を発信すべきであるし、そう感じたのは私一人ではないはずである。

確かに、これまでヨーロッパに目を向け、北海道を売り込むことをしていないという事実がある。今回の EXPO「北海道の日」を通じて、北海道を大いに PR するチャンスを得た。そして「北海道の食」についても。

いま、TPP 問題で北海道の農業が揺れ動いているときだからこそピンチをチャンスにとらえ、次の一手を早急に打つべきである。

イタリアという世界的にもすばらしい歴史のある国、そこに住む人々から多くのこと学び、北海道人として私たちの住む地域でも実践できるという自信を持って前へすすんで行くことを学ばせていただいた。今後の活動の参考としてしっかり対応していきたいと考えている。トスカナ州にできて北海道にできないわけではないと考えるし、イタリア人にできて日本人にできないことはない

と思ひ、イタリア人にできて北海道人にできないことはない。

私たちは繊細な心を持つ北海道人である以上、北海道でも必ずできるという信念を持って前へすすんで行くことを約束する。

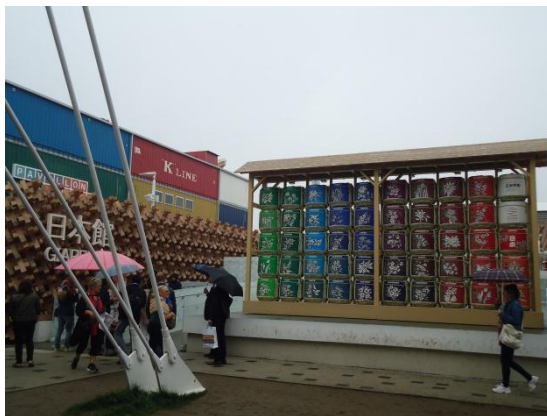
最後に、今回の我々調査団のため忙しい中対応していただいた皆さまに心から感謝申し上げペンを置く。





資 料

日本館「北海道の日」催し物一覧表





2015年ミラノ国際博覧会等における北海道の取組

北海道魅力発信レセプション

2015年ミラノ国際博覧会「北海道の日」

「北海道フェア」Hokkaido Fair in Milano

平成27年9月

2015年ミラノ国際博覧会北海道実行委員会

公益社団法人北海道観光振興機構

北海道魅力発信レセプション

Alla fierà di Hokkaido

- 1 実施目的 ミラノ国際博覧会「北海道の日」の実施に合わせて、イタリア政府関係者やメディア等を招待し、北海道魅力発信セミナー&レセプションを開催する。
- 2 開催テーマ 北海道の「食」と「酒」の魅力を発信
- 3 日 時 平成27年10月5日(月) 19:30~21:30
- 4 場 所 在ミラノ日本国総領事公邸
- 5 主 催 2015年ミラノ国際博覧会北海道実行委員会
- 6 協 力 在ミラノ日本国総領事館



7 参加者

【総領事館】(3~5名) 総領事、首席領事、領事、専門調査員ほか

【北海道側】(10~15名程度) 実行委員会役員など

【イタリア側】(30名程度) 地方政府関係者、食品、観光、経済、農業関係者、メディアなど

8 次第

19:30 開 会

19:30 挨拶(20分)

- ・在ミラノ日本国総領事(5分)
- ・北海道知事(15分)

19:50 セミナー(40分)

内容:北海道の食・文化・観光などの魅力について

プレゼンター／北海道日伊協会在籍 マリアンナ・チェスパ

20:30 レセプション(60分)

テ ー マ:北海道の食と酒を味わう

メニュー:道産和牛、ホタテ、鮭、イクラ、昆布などを使用した料理

お 酒:国酒(日本酒・焼酎)、ビール

21:30 閉 会



【招待状送付先】

- 1 ミラノ日本国総領事館
総領事、首席領事、領事、専門調査員
- 2 イタリア側
 - (1) ロンバルディア州関係者
知事、副知事、農業・経済・商業・観光等担当助役、国際担当部署、州議会議長
 - (2) ミラノ市役所関係者
市長、副市長、労働・経済・文化等助役、広報関係部署、国際関係部署、市議会議長
 - (3) 経済関係者
イタリア商工会議所、JETRO、大手銀行、日伊コンサル会社、スローフード協会
ミラノ博日本関係者 など
 - (4) メディア関係
主要紙、外国特派員記者クラブ、イタリア観光記者協会、観光誌 など
 - (5) その他
市場関係者、大学、北イタリア日本人会 など
- 3 北海道側
 - (1) 北海道実行委員会役員
北海道、札幌市、北海道町村会、北海道経済連合会、北海道商工会議所連合会、
北海道農業協同組合中央会、北海道漁業協同組合連合会、北海道市長会
 - (2) 北海道議会関係
 - (3) 関係団体
ホクレン農業協同組合連合会、北海道観光振興機構、北海道食産業総合振興機構、
日本貿易振興機構北海道貿易情報センター、北海道貿易物産振興会、北洋銀行、
北海道銀行

【プレゼンター】

北海道日伊協会在籍 Marianna Cespa／マリアンナ・チェスパ

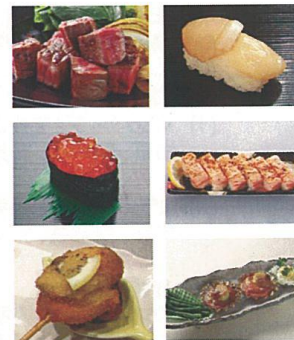
イタリア中部アブルツォ州オルトナ出身、ペルージャ外国人大学国際コミュニケーション学科卒業。2008年ペルージャ外国人大学院(修士課程)修了し、09年4月に日本へ留学。
札幌大学を経て北海道大学大学院にて対照言語学を研究、15年3月北海道大学大学院文学研究科言語文学博士課程(文学)修了。
研究テーマは「日本語とイタリア語の複文における過去時制」。



【レセプション提供メニュー】

◀レセプション提供料理・飲み物メニュー▶

料 理	商品・素材名	提 供 者
和牛ステーキ	十勝ナイタイ和牛	上士幌町農業協同組合
寿司(ホタテ握り・イクラカップチラス+軍艦巻き10巻)	米、ホタテ、イクラ	ホクレン農業協同組合連合会 北海道ホタテ漁業振興協会 北海道秋鮭流通対策協議会
ホタテのわさび醤油グラタン	ホタテ	北海道ホタテ漁業振興協会
鮭の炙りバターいぐら添え	鮭	北海道秋鮭流通対策協議会
ホタテ貝柱と野菜の串揚げ	ホタテ	北海道ホタテ漁業振興協会
メロン	栗山町日原メロン	(有)北海道日原
枝豆	中札内産「そのまま枝豆」	中札内村農業協同組合
昆布出汁スープ	羅臼・利尻昆布	北海道こんぶ消費拡大協議会
お 酒		
地 域		
製 造 者		
日本酒(北海道13酒蔵の日本酒720mlを各2本、計26本)		
千歳鶴 純米吟醸(純米吟醸酒)	札幌市	日本清酒㈱
千歳鶴 特別純米(特別純米酒)		
北の旅人(純米吟醸酒)	小樽市	北の営酒造㈱
純米原酒 侍ブルー(純米酒)		
雪中花(大吟醸酒)	小樽市	鶴山二わたなべ
小樽の女(純米酒)		
大吟醸 宝川(大吟醸酒)	小樽市	田中酒造㈱
純米 宝川(純米酒)		
原酒大吟醸(大吟醸酒)	倶知安町	(有)二世古酒造
名水京極(純米酒)		
ひととき(純米大吟醸酒)	栗山町	小林酒造㈱
まる田(特別純米酒)		
金滴吟醸百十年(吟醸酒)	新十津川町	金滴酒造㈱
北の純米酒(純米酒)		
国士無双 北海道(純米大吟醸酒)	旭川市	高砂酒造㈱
国士無双 虚空(純米酒)		
歌麿乃名取酒(特別純米酒)	旭川市	男山㈱
生酛純米(特別純米酒)		
大雪乃蔵 絹雪(純米吟醸酒)	旭川市	合同酒精㈱
大雪乃蔵 特別純米(特別純米酒)		
国穂 雪のかおり(吟醸酒)	増毛町	国穂酒造㈱
純米吟風 国穂(純米酒)		
福司 純米吟醸(純米吟醸酒)	釧路市	福司酒造㈱
福司 純米(純米酒)		
四島(本醸造酒)	根室市	碓米勝三郎商店
北の勝 鳳凰(普通酒)		
焼酎(北海道3酒蔵のものを720ml入り各2本、計6本) ※下記ラインナップ		
じゃがいも焼酎 北海道清里	清里町	清里焼酎醸造所
蕎麦焼酎 そばぼろ	新得町	さぼろ酒造㈱
本格芋焼酎 黄金の冬眠	札幌市	札幌酒精工業㈱
ビ ー ル		
サッポロビール(650ml缶)	札幌市(東京都)	サッポロビール㈱
流米ドラフト・網走プレミアム	網走市	網走ビール㈱



【配布物】

レセプションの招待者に対し、本事業のロゴを焼印した枅、北海道の特産品、オフィシャルパンフレットを用意。

2015年ミラノ国際博覧会「北海道の日」

- 1 目的** 食産業立国を目指す北海道の「食」をはじめとする様々な魅力を世界に発信し、北海道ブランドの認知度向上を図るとともに、EUにおけるプレゼンスの向上や人的交流を通じ、経済交流の拡大につなげ、食関連産業や観光の振興と道内各地域の活性化、地域経済の発展に資する。



- 2 主催** 2015年ミラノ国際博覧会北海道実行委員会
(北海道、札幌市など18機関・団体)

- 3 実施期間** 平成27年10月6日(火)から8日(木)までの3日間

- 4 予算規模** 6,000万円
(北海道魅力発信レセプション含む)

5 テーマとシンボルマーク

日本を想起させる日の丸をベースに、北海道の鳥タンチョウをシルエットで表現。また、HOKKAIDOの文字は大地の緑を表現し、その中の2つのローマ字の「O:オー」には、日本を意識させる漢字で「北海道」の文字と北海道の地形を表現することで、より意識させることを目的としている。



Alla fiera di HOKKAIDO 北海道のフェア
【アラ フィエラ ディ ホッカイドウ】

L'isola più grande del Giappone, un mondo tutto da scoprire
【リソラ ビュー グランデ デル ジャッポーネ ウン モンド トゥット ダ スコプリレ】

日本の中の一番。それは北海道というビッグアイランド



6 実施内容

(1) オープニングセレモニー

日時 平成27年10月6日(火) 11:10~12:30

場所 日本館イベント広場・イベントステージ

参加者 2015年ミラノ国際博覧会北海道実行委員会、来賓(在ミラノ日本国総領事館、ミラノ国際博覧会日本政府代表、イタリア関係者)、マスコミ関係者、一般来場者など

内容 開会

主催者挨拶 北海道知事

来賓挨拶 ミラノ国際博覧会日本政府代表

鏡割り

日本酒の振舞酒

オープニングイベント

(2) ステージイベント

① 道産食材や料理を提供する「クッキングステージ(live)」

メニュー	北海道ビーフのアロースト ～和風にんにくソース～ 	北海道産ホタテ貝の刺し身風 ～トマト風味のしょうゆソース～ 	北海道産鮭の三平汁 
メイン食材	北海道産牛/ロース (白老牛、びらとり和牛)	北海道産ホタテ	北海道産鮭
出演者	貫田 桂一(ヌキタ・ロフィスド代表) 		
出演者紹介	フードディレクター&調理師。1960年静岡県生まれ、千歳市育ち。大阪の調理師学校を卒業後、札幌市のホテル等で修業、32歳でホテルの料理長となる。07年に独立し個人事務所「ヌキタ・ロフィスド」を設立。現在は食に関する講演や指導、商品開発等に活躍中。北海道内外の生産者との交流を重ね、特産品の開発指導、食と観光を生かした地域づくりのアドバイス、食育講習なども多く手がける。著書:『北の料理人I、II』(晶文社)。		
料理コメント	北海道産牛の素材(旨み)を生かすため、火加減に気を付けながら調理し、イタリア人にも好まれるにんにくを生かした和風ソースで堪能。	肉厚の北海道産ホタテを手で半身に割り、イタリア人も好むトマトをベースに、和風しょうゆソースで仕上げた料理。	鮭の旨みを最大に引き出すため、シンプルながら旨みのある出汁を生かした味に。

メニュー	北海道産鮭の石狩鍋 
メイン食材	北海道産鮭
出演者	星澤 幸子(星澤クッキングスタジオ代表) 
出演者紹介	料理研究家。北海道南富良野町生まれ。札幌テレビ「どさんこワイド」の「奥様ここでもう一品」に出演して23年、毎日生出演して北海道の素材にこだわった簡単な料理を紹介し、その数5600品を超える。料理の内容とキャスターとのやり取りの面白さが幅広い層に人気。この出演による「ギネス」記録保持者。宇宙食開発も手がける。
料理コメント	北海道の秋を代表する旬の味を、「石狩鍋復活プロジェクト」を行う石狩市のレシピをもとに、星澤流石狩鍋を実演。

メニュー	北海道産ホタテとイクラのお手軽「手まり寿司 & 軍艦巻」 
メイン食材	北海道産ホタテ、北海道産鮭イクラ
出演者	横山 明美 
出演者紹介	札幌出身。1985年からロンドン在住。金融街シティーで勤務する傍ら日英のメディアに寄稿するライター／フォトグラファーでもあり、ロンドンで美食会を主催。今年の春に創立した和食料理教室の講師として英国人を中心に和食を伝導中。アメリカのシンガー、ティナ・ターナーのプライベート・シェフとして雇われたこともある。共著に「2度目からのロンドンガイド」「英国男子制服コレクション」などがある。
料理コメント	北海道産の美味しいホタテとイクラを使ったお寿司を提供。 ホタテの手まり寿司では、観客も一緒になって作って頂くパフォーマンスを実施。 日本のお米の砥ぎ方もレクチャー。

② 国酒・日本酒の魅力を伝えるテイスティングショー

ステージ内容	北海道の日本酒紹介 
出演者	鎌田 孝(酒匠&北海道ソムリエ/北海道産酒BARかま田代表) 
出演者紹介	1960年札幌出身、両親が酒屋を開業して、幼いころより酒のある環境で育つ。 現在、『北海道ソムリエ』として独立し、店舗(BARかま田)を構え、『日本酒の世界』と並行して『本格焼酎の世界』に魅せられ収集、吟味に余念がない。
コメント	国酒である日本酒は、香りと味で4タイプに区分されており、薫酒(くんしゅ)、醇酒(じゅんしゅ)、爽酒(そうしゅ)、熟酒(じゅくしゅ)のそれぞれの特徴を説明し、実際に試飲して頂きます。

提 供 銘 柄								
メーカー	商品種類	商品名	メーカー	商品種類	商品名	メーカー	商品種類	商品名
日本清酒(株)	吟醸酒	雪原の舞	小林酒造(株)	大吟醸酒	大吟醸原酒 まる田	男山(株)	特別純米酒	歌麿乃名取酒
	特別純米酒	千歳鶴 特別純米		特別純米酒	特別純米 まる田		特別純米酒	生酛純米
北の釐酒造(株)	純米吟醸酒	純米吟醸原酒侍	金滴酒造(株)	吟醸酒	金滴吟醸百十年	合同酒精(株)	純米吟醸酒	大雪乃蔵 絹雪
	純米酒	純米原酒 侍ブルー		純米酒	北の純米酒		特別純米酒	大雪乃蔵 特別純米
田中酒造(株)	大吟醸酒	大吟醸 宝川	高砂酒造(株)	純米吟醸酒	純米吟醸 大雪	国稀酒造(株)	純米吟醸酒	国稀純米吟醸 北海道
	純米酒	純米 宝川		純米酒	国士無双 虚空		純米酒	純米吟風 国稀

③ 北海道食文化の実演・体験

ステージ内容	そば打ち実演 	餅つき体験 
食材	北海道そば粉(幌加内産)	名寄産もち米
出演者	本間広高(そば庵/ドイツデュッセルドルフ) 	—
出演者紹介	ドイツ・デュッセルドルフの人気そば店「そば庵」のそば打ち職人。 北海道産のそば粉と石臼挽き・手打ちに拘った本格的なそばを提供している。	—
実施内容	そば作りの全行程を実演し、その奥深さを知って頂く。 「～水まわし～練り～くくり～丸だし～角だし～幅だし～仕上げのし～たたみ～切り」を披露、そばを試食して頂く。	観覧のお客様とともに、もちつき体験をして頂く。 また、大福もちの試食もして頂く。

④ 地域のPR

参加者	実施内容
札幌市	イタリア人によるビデオレター(札幌編)をステージ放映し、ビデオレターの中から札幌にまつわる問題を出題する「札幌クイズ」を開催(10月6日～8日の毎日1回)、札幌市をPRする。
深川市	深川市の紹介をはじめ、お米やりんごの試食品の提供などにより深川産品のPRを行う。
石狩市	「石狩鍋」クッキングステージに合わせて、石狩鍋のルーツや石狩市の観光PRを行う。

⑤ 北海道のアイヌ文化の発信ステージ

ステージ内容	アイヌ文化講演(歴史・文化、刺繍等伝統技術等について)
出演者	貝澤 珠美 
出演者紹介	1974年平取町二風谷出身。95年に北海道造形デザイン専門学校インテリア学科卒業。97年12月にSikerpe Art「TAMAMI」ブランド設立。99年12月に東京都町田にて「珠美展」開催。00年2月には、東京都銀座にて「三人展」を開催し、02年8月には、人気イベント「ライジングサン ロック フェスティバル」にてファッションショーを行う。06年3月にはSTV放送「夷酋列像 秘められた悲劇」リポーター担当。06年12月、北海道白老町アイヌ民族文化祭にて「映像と音と衣のショー」をプロデュース。

ステージ内容	アイヌ楽器・トンコリライブ
出演者	OKI(加納沖) 
出演者紹介	1957年生まれ。アサンカラ(旭川)アイヌを先祖に持ち、アイヌの伝統を軸足に斬新なサウンド作りで独自の音楽スタイルを切り拓き、知られざるアイヌ音楽の魅力を国内外に知らしめてきたミュージシャン/プロデューサー。 83年に東京芸術大学美術学部工芸科鍍金(たんきん)卒業、85年同大学院修士課程修了。

⑥ エンターテインメントステージ

ステージ内容	オープニングステージ
出演者	ゴスペル・シンガー Natsuki 
出演者紹介	札幌市出身のゴスペルシンガー。フェリス女学院大学音楽学部声楽学科卒業。 ゴスペルシンガーとしての活動拠点は日本国内にとどまらず、アメリカ各地の教会での賛美コンサートに参加。2004年北カリフォルニア日米交流150周年オープニングセレモニー、14年NYカーネギーホール日米親善交流コンサートに出演。 自身のボーカルスクールでの指導などをはじめ、幅広く活動。

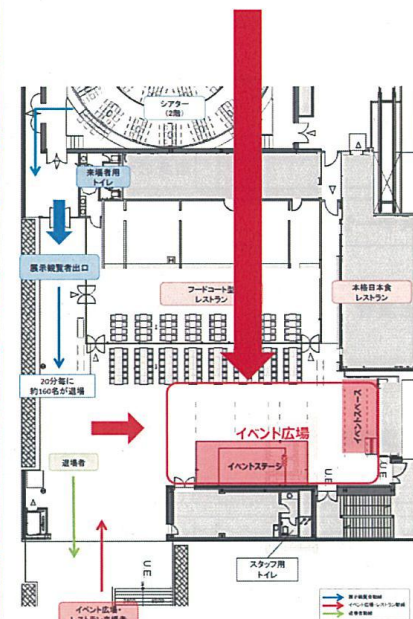
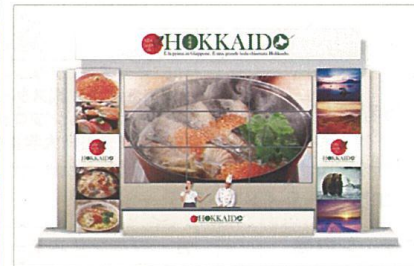
ステージ内容	民謡ステージ
出演者	伊藤多喜雄 & Takio BAND 
出演者紹介	北海道苫小牧出身。 「民謡界」の枠にとらわれず「民謡」の復活へ向けて、独自に活動の場を切り開いてきた。 様々なジャンルのミュージシャンとも共演し、積極的にライブ活動を展開。傍ら「唄さがしの旅」を重ね、生活に基づく唄を訪ね歩く(「北の海の道」「多摩紀行」出版)。唄を通して、日本各地の町おこしにも関わり、日本中を駆け回る日々を送っている。

ステージ内容	YOSAKOI ソーランステージ
出演者	稚内南中ソーラン連 
出演者紹介	南中ソーランは、民謡歌手の伊藤多喜雄氏が北海道の民謡であるソーラン節をアップテンポにアレンジした曲を用いた踊りの通称名。 北海道の稚内市立稚内南中学校の教員と生徒が考案したことが名前の由来である。アレンジされ派生したパターンも含め、国内の学校の運動会や体育祭等で広く踊られることで知られる。これまで、日本各地及び上海万博でも披露されている。

ステージ内容	北海道アコースティックギターライブ(インストロメンタル)
出演者	山木将平 
出演者紹介	1989年札幌生まれ。13歳より独学でギターをはじめ、インストとブルースにのめり込む。 様々なコンテストでの表彰歴があり、現在札幌を拠点に国内外でライブ・楽曲提供を中心に活動している。ラジオパーソナリティとしても活動。ラジオやテレビのBGMで様々な楽曲が使用されている。押尾コータローにも認められる逸材。

【ステージイベントスケジュール】

日程	10月6日(火)	10月7日(水)	10月8日(木)
10:00	10:00～10:55 観光映像放映	10:00～11:10 観光映像放映	10:00～11:10 観光映像放映
10:15			
10:30			
10:45	10:55～11:10 オープニングライブ		
11:00	11:10～12:30 オープニングイベント 開会 ①主催者挨拶 ②来賓あいさつ ③森利江(盛岡県) ④絆つば(盛岡県) ⑤エンターテインメントライブ ・アイヌ文化と音楽 ・伊藤多喜雄 ・山本将平 ・伊藤多喜雄 & ・堀内南中ソーラン	11:10～11:30 イタリア人ビデオレター (札)	11:10～11:30 イタリア人ビデオレター (札)
11:15		11:30～11:50 札幌市クイズ	11:30～11:50 札幌市クイズ
11:30			
11:45			
12:00		12:00～12:25 アイヌステージ	12:00～12:25 アイヌステージ
12:15			
12:30			
12:45	12:45～13:15 イタリア人ビデオレター (奥)	12:30～12:50 クッキング「和牛ステーキ」	12:30～12:50 クッキング「和牛ステーキ」
13:00		13:00～13:30 イタリア人ビデオレター (奥)	13:00～13:30 イタリア人ビデオレター (奥)
13:15			
13:30	13:30～13:45 観光PR「釧路市」	13:40～13:55 観光PR「釧路市」	
13:45	13:45～14:00 Hokkaido fair in Milan PR	13:55～14:10 Hokkaido fair in Milan PR	13:55～14:10 Hokkaido fair in Milan PR
14:00			
14:15	14:15～14:35 クッキング「和牛ステーキ」		
14:30		14:30～14:50 クッキング「ポタテ」	14:30～14:50 クッキング「ポタテ」
14:45			
15:00	14:50～15:10 イタリア人ビデオレター(札)	15:10～15:25 山本将平ライブ	15:10～15:25 山本将平ライブ
15:15	15:10～15:30 札幌市クイズ	15:25～15:45 伊藤多喜雄ライブ	15:25～15:45 伊藤多喜雄ライブ
15:30	15:40～15:55 山本将平ライブ	15:45～15:55 伊藤多喜雄 & 南中ソーラン	15:45～15:55 伊藤多喜雄 & 南中ソーラン
15:45	15:55～16:15 伊藤多喜雄ライブ		
16:00		16:10～16:30 クッキング「そば打ち」	16:10～16:30 クッキング「そば打ち」
16:15			
16:30	16:30～16:50 クッキング「ポタテ」		
16:45			
17:00	17:10～17:30 クッキング「日本酒」	17:00～17:20 クッキング「日本酒」	17:00～17:20 クッキング「日本酒」
17:15			
17:30		17:40～18:00 クッキング「三平汁」	17:40～18:00 クッキング「三平汁」
17:45			
18:00	18:00～18:20 クッキング「石狩鍋」		
18:15		18:20～18:30 ルパン & モンキーパンチ	18:20～18:30 ルパン & モンキーパンチ
18:30	18:30～18:40 ルパン & モンキーパンチ		
18:45			
19:00	18:50～19:30 米砥ぎレクチャー クッキング「寿司」	18:50～19:30 米砥ぎレクチャー クッキング「寿司」	18:50～19:30 米砥ぎレクチャー クッキング「寿司」
19:15			
19:30～ 22:30	観光映像放映及びイベントスペース		



(3)スペースイベント

① 展示内容(Touch Hokkaido)

- ・アイヌ民族衣装及び楽器展示
- ・流水展示(網走市提供) など



② 試食・試飲・体験コーナー

特産品	25市町村から提供のあった特産品を展示・試食等を通じてPRを行う。 なお、非食品については、来場者プレゼントとして活用し、PRを行う。
体験	・昆布だし試飲 ・アイヌ民族楽器のムックリ

(4)映像コンテンツ

目的: 北海道の食や文化、自然や観光などをはじめ、農畜産物や水産物の安全・安心な生産システムやスローフードの取組み、栽培技術、食育などを紹介する。

配信方法: イベントスペースに設置するモニターで放映するほか、タブレットで映像提供する。

素材名 《食・農業、漁業に関する映像》	素材名 《観光・地域紹介PR映像》	素材名 《文化発信》	素材名 《ビデオメッセージ》
グルメプロモーション	REAL HOKKAIDO (5contents/12:55)	アイヌ映像	在北海道イタリア人 ビデオレター(2種)
北海道の農業 「明日をつくる、北海道農業」	Colorful Hokkaido (All/8:13)	ばんえい十勝PV	モンキー・パンチ ビデオレター など
農業技術紹介	CINEMATIC CITY SAPPORO (10contents/31:08)	ホッカイドウ競馬	
ホタテPR	音更町観光(夏季)(秋季・冬季) (13contents/29:31)(8contents/17:52)	大地と海のスローフード など	
北海道水産物特急便	壮瞥町観光 (All/24:31)		
日本酒が出来るまで	洞爺湖町観光 (All/18:48)		
羅臼昆布PV など	倶知安町観光 (All/4:54)		
	江差追分(人生の唄)		
	姥紙大神宮渡御祭		
	Welcome to Satoland		
	流水映像 など		

【ビデオレター】

区分	紹介内容
札幌編 (約20分)	道庁赤レンガ、赤レンガテラス、大倉山ジャンプ競技場、大通公園、モエレ沼公園、サッポロビール博物館、サッポロビール園、ピアガーデン、札幌ドーム、羊ヶ丘展望台、定山溪温泉
道央編 (約30分)	ニッカウキスキー余市蒸留所、余市果樹園、小樽寿司、オルゴール堂、北一硝子、小樽運河、小樽駅&三角市場、アルテピアッツァ美瑛、フラノマルシェ、美瑛ジャガイモ畑、美瑛の丘、美瑛青い池、旭山動物園、上野ファーム、増毛国稀酒造、岩見沢市のワイナリー

(出演者)

Marianna Cespa / マリアンナ・チェスパ

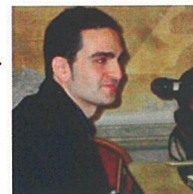
※紹介はP2を参照



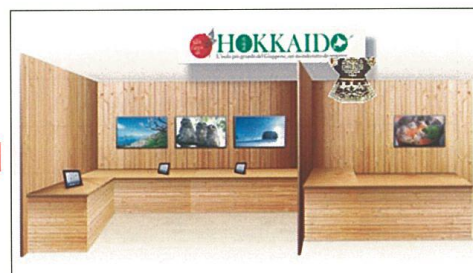
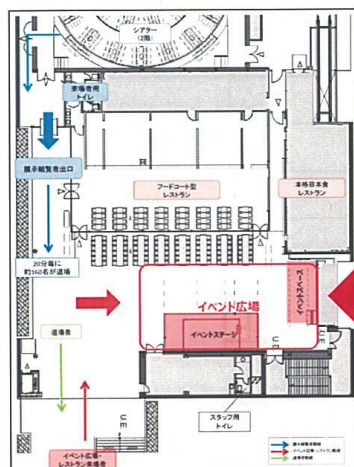
(出演者)

Luca Guadagnuolo / ルーカ・グアダニョーロ

ナポリ東洋大学(日本語とインドネシア語学科)卒業、卒業論文のテーマは森鷗外の「沈黙の塔」。2011年8月早稲田大学の別科日本語専修課程終了、12年11月ナポリ東洋大学大学院を卒業。卒業論文で川上未映子の「乳と卵」をイタリア語に翻訳。13年3月から同大博士課程に在籍。テーマは近現代日本文学における推理小説の登場人物とその人物の道徳性の分析。15年4月から文部科学省奨学生として北海道大学大学院文学研究科博士後期課程1年生として在籍。現在、北海道日伊協会に在籍。



【イベントスペース】



(5) その他

① オフィシャルホームページの開設

道民をはじめ全国の方々に北海道の取組を理解してもらうため、オフィシャルホームページの開設により情報を発信します。

アドレス <http://hokkaido-day.jp/>

The screenshot shows the homepage of the official website for the 2015 Milan Expo 'Hokkaido Day'. The page features a header with the HOKKAIDO logo and a countdown timer for the event. Below the header, there is a main banner with the text '2015ミラノ万博「北海道の日」' and the dates '2015年 10月6～8日'. The page is divided into several sections, including 'ステージプログラム' (Stage Program), 'ミラノ万博「北海道の日」実行委員会' (Organizing Committee), and '基本計画' (Basic Plan). Callout boxes point to specific features: '開催日までのカウンター' (Counter until the date of the event) points to the countdown timer; 'イベントの全体概要紹介ページ' (Overall overview of the event) points to the 'ステージプログラム' section; '実行委員会紹介ページ' (Introduction to the organizing committee) points to the 'ミラノ万博「北海道の日」実行委員会' section; and '「北海道の日」基本計画紹介ページ' (Introduction to the 'Hokkaido Day' basic plan) points to the '基本計画' section.

開催日までのカウンター

イベントの全体概要紹介ページ

実行委員会紹介ページ

「北海道の日」基本計画紹介ページ

② オフィシャルフェイスブックの開設

オフィシャルフェイスブックを開設し、定期的に日本・イタリア双方に向け情報を発信し「北海道の日」をPRします。TOPは、オフィシャルロゴマークを前面に出し、各種コメント・写真を掲載します。

フェイスブックでの情報発信は、日本版は週2回程度、イタリア版は週3回程度更新します。

アドレス <https://www.facebook.com/hokkaidoday>



③ オフィシャルパンフレット(ハンドブック)の制作

北海道を紹介するオフィシャルパンフレットを作成します。

構成内容: 北海道の概要と位置、北海道の四季、農業・水産業、食、お酒、ソウルフード、観光、タイアップレストラン紹介&キャンペーン告知等
(全24ページ: A5サイズ/5,000部)

④ イベントスペースでのアンケートの実施

「北海道の日」の3日間において、北海道の認知度や食、自然等の魅力に関するアンケートを実施します。(合計1,000名)

※ 参加者には、札幌スタイルグッズや特産品(非食品)を中心にギブアウェイを配布

⑤ 試食・試飲等に関するモニタリングの実施

各試食・試飲等に関する簡単なQ&A形式で実施します。

⑥ キャンペーン

オフィシャルフェイスブックとの連動企画として、北海道アンケートを実施し、抽選で北海道とミラノの往復航空券をペア2組にプレゼントする「魅惑の大地、北海道へ行こう！」キャンペーンを開催します。※ 9月開始～10月8日申込み締切

⑦ ミラノ市内レストランとのタイアップによる「北海道メニュー」の提供

ミラノ市内のレストランとタイアップし、北海道メニューの提供により「北海道の日」の告知を行います。

【連携レストラン】

BASARA(バサラ)

開催店舗① Via Tortona, 12 - 20144 Milano イタリア
(ヴィア トルトーナ, 12 - 20144 Milano イタリア)

開催店舗② Corso Italia, 6 - 20122 Milano イタリア
(コルソ イタリア, 6 - 20122 Milano イタリア)

特徴：イタリア人経営者と日本人シェフのタッグによるレストラン。
寿司を食べるならここ、というイタリア人・在住日本人が多く、シェフは日本企業のイベントなどで出張握りをしている。

ホームページ <http://basaramilano.it/>



【実施期間】

10月1日～10月8日(予定)

【実施内容】

北海道産のホタテ、イクラ、鮭、日本酒を提供し、オリジナルメニューを開発・提供するとともに、ミラノ国際博覧会「北海道の日」のPR及びオフィシャルフェイスブックのシェアなど積極的にPRにも協力して頂きます。

また、フェイスブックを活用した「魅惑の大地、北海道へ行こう！キャンペーン」の第2弾としてご協力頂き、BASARAお食事券を2組4名様にプレゼントします。

⑧ ミラノ国際博覧会「北海道の日」告知PR

ミラノ市内地下鉄全駅(28万部/1日)で配布されているタブロイド“Metro”に広告を掲載し、「北海道の日」の周知を図ります。

※ 掲載：9月下旬～10月上旬の全3回掲載

※ 観光事業との連携広告実施



⑨ ミラノ国際博覧会「北海道の日」オフィシャル衣装の作成

本事業の円滑な運営を行うためオリジナル衣装(半被)を作成し、「北海道の日」のイメージアップを図ります。

北海道フェア～Hokkaido Fair in Milano～

1 目 的

イタリアをはじめとするヨーロッパからの集客が想定されるミラノ国際博覧会「北海道の日」と連携を図り、北海道の「食」、「観光」といった魅力をさらに発信し、食関連産業や観光の振興と道内各地域の活性化に資する。

2 主 催 公益社団法人北海道観光振興機構

3 実施期間 平成27年10月6日(火)～8日(木)までの3日間

4 場 所 Cascina Cuccagna(カッシーナ・クッカーニャ) via Cuccagna 2/4 ang.via Muratori-20135 Milano L'Italia

5 実施内容

(1) 食の試食・提供

- ・ ミラノ万博で提供する米、牛肉、鮭、イクラといった安全・安心な食材を、開催会場のスタイルに合わせ、アレンジをして提供。
- ・ 道産米を使用した日本酒やビール試飲などの実施。



【提供内容】

- ① 和牛ステーキ(十勝ナイタイ和牛/上士幌産)
- ② ホタテ焼き(北海道産)
- ③ 石狩鍋(北海道産鮭)
- ④ 鮭のチャンチャン焼き(北海道産鮭)
- ⑤ メロン
- ⑥ カルビー「ジャガポックル」「IMO&MAME」「いも子とこぶ太郎」
- ⑦ 国酒・日本酒
- ⑧ サッポロビール
- ⑨ 「北海道の日」に提供のあった特産品の試食試飲



(2) 地域PRゾーン

農畜水産物の生産状況や観光、文化、各地域の魅力などを映像等を活用し発信。

地域ブースを設け、試食などにより各地域の特色ある魅力を発信。

(予定地域等:石狩市、深川市、稚内市、星野リゾートマムなど)

(3) 体験メニュー

アイヌ文化などをはじめとする北海道の文化を体験するとともに、日中に訪れる来訪客の一定時間の滞在を図るため、ファミリー向けの縁日などを開催。

(4) 北海道の芸能・文化の紹介

アイヌ文化をはじめ、音楽ライブやYOSAKOIのほか、ビデオレターなどにより北海道の魅力を発信。

【出演者】

貝澤珠美、OKI(加納沖)、伊藤多喜雄、稚内南中ソーラン、山木将平

(北海道の日の出演者と連携)

(5) 旅行セミナー

地域の魅力を発信することにより、観光客等のインバウンドの増加が期待されることから、現地日本人経営の旅行会社と連携し、現地訪日ツアーを販売する旅行会社に対し、個人旅行を中心に北海道のモデルツアー等を紹介し、北海道の旅行商品造成・販売を促進する。

① 旅行会社及びメディア招請事業

ア 目的

東京や京都を中心に、訪日ツアーが増え始めているイタリアマーケット。旅行者は、それぞれがテーマを決め、それに基づいて旅行先や行程をまとめていくのがイタリア流と言える。

そんなイタリア人的思考を前提に、イタリア人の興味に即したモデルコースを設定して現地旅行会社やブロガーを招請、設定コースの視察や意見交換会を開催し、より良い北海道旅行商品の造成や販売に関する具体的な意見を吸い上げるとともに、ブロガーに対しては北海道観光の魅力を発信する。

イ 招請テーマ 「北海道の食と自然、文化を堪能する旅」

サブテーマ ～ セルフドライブツアーの魅力 ～

ウ 招請者

【旅行関係者】

会社名 Max Harvest International s.r.l.
住 所 Viale Sondrio,3 20124Milano,Italy
マネージャー 奥山 理恵



～業務内容・実績～

旅行業を中心に、東京都の観光プロモーション代行(レップ業務)や、ツアーオペレーター主催のセミナー開催・運営、JNTO・日本国大使館主催のリテラーセミナーの運営など、本業である旅行業以外にも、日本と現地旅行会社の橋渡し役としての実績も多数保有する。

【ブロッガー】

ブロッガー名 Danilo Bevc (ダニロ・ベンチ)氏

イタリア人観光客が訪日することを目的に立ち上げ運営している人気サイト、「Viaggiappone.com」を主宰し、自らブログを執筆。

サイトアクセス数 1日平均500セッション

1か月平均15,000セッション

フェイスブックアクセス 数5,637いいね



エ 行程

日程	行程	宿泊地
1日目 (8月31日)	新千歳14:00頃着・レンタカー・レンタル→登別温泉 ※登別市・観光協会関係者との意見交換会の実施(ホテル会場を想定)/45分	登別
2日目 (9月1日)	登別発→白老ポロトタン(アイス)→PM小樽田中酒造見学&制作体験(オルゴール)→夕食兼寿司握り体験 →札幌	札幌
3日目 (9月2日)	札幌市内散策・ショッピング(狸小路商店街や大通周辺)→札幌ラーメン(味の三平・味噌ラーメン発祥)→大倉山シャンツェ→北海道神宮(有名なパワースポット)→サッポロスイーツ→サッポロビール園 ※札幌市・観光協会関係者並びに観光関係者との意見交換会の実施(札幌市役所を想定)/45分	札幌
4日目 (9月3日)	朝食・札幌場外市場 北のグルメ亭(海鮮・かに)、札幌発→PMトマムリゾート(アクティビティ体験、プライダル施設水の教会視察、リラクゼーション等)	星野リゾート トマム
5日目 (9月4日)	トマム発・早朝雲海テラス→富良野(風のガーデンor花畑)、富良野ワイン、美瑛(拓真館/前田真三ギャラリー)、カフェドラペランテ ※トマムリゾートにて、占冠村及び周辺地域観光関係者との意見交換会の実施/45分	星野リゾート トマム
6日目 (9月5日)	トマム発(10:00頃)→千歳	

② 旅行会社向けBtoBセミナー

ア 旅行会社向けのセミナーの開催

現地日系旅行会社 Max Harvest(マックスハーベスト)と連携し、実際に訪日旅行を取扱う現地の旅行会社を5社以上選定・取りまとめし、セミナーに招待
招待する現地旅行会社の選定は、現地旅行会社でコーディネートも行う会社と連携

イ 招待予定旅行会社(現状案)

I、IL TUCANO VIAGGI RICERCA s.r.l.



II、MIKI TRAVEL AGENCY ITALIA

III、PRESTIGE ITALY GOLD



IV、SELENE VIAGGI E TURISMO s.r.l.

V、GO ASIA SRL



VI、IL VIAGGIO JOURNYS AND VOYAGES

ウ セミナースケジュール

時 間	内 容
16:00	受付開始
16:30	開会(主催者あいさつ)、スタッフ紹介
16:35	映像放映(観光PR映像)
16:47	観光機構による北海道紹介
17:05	Max Harvest及びブロッガーによるモニターツアー報告 & 北海道旅行商品造成についてのレクチャー
17:35	質疑応答
17:45	終了

(6) イベント告知展開

① 「Metro」への掲載

「北海道の日」と連携し、ミラノ市内全Metro駅配置のフリーペーパー「Metro」へ広告を掲載。

② 「ミラノ市内ポスタースペース」

ミラノ市が管理するポスター(掲示板)で、市内1,000箇所の掲出スペースがある媒体。

掲出は、9月の下旬～10月上旬の10日間を予定。

縦2000mm×横1400mmサイズ、200箇所(各1枚掲出)。



ミラノ国際博覧会「北海道の日」等における食材・特産品の輸出一覧

1 基本食材

区 分	提 供 者	提 供 量	活 用 方 法
十勝ナイタイ和牛	上士幌町農業協同組合	30 kg	料理提供
ホタテ	北海道ホタテ漁業振興協会	20 kg	"
鮭	北海道秋鮭流通対策協議会	56 尾	"
イクラ	"	10 kg	"
昆布	北海道こんぶ消費拡大協議会	7 kg	出汁及び試飲
米(ゆめぴりか)	ホクレン農業協同組合連合会	20 kg	料理提供
枝豆	中札内村農業協同組合	3 kg	"
日本酒(720ml)	道内酒造メーカー(北海道酒造組合協力)	86 本	テイスティング、試飲
焼酎	—	3 本	"
ビール(650ml)	サッポロビール(株)	264 本	試飲
カルビー	じゃがポックル IMO&MAME いも子とこが太 カルビー(株)	3,120 個	試食

2 地域からの提供特産品

【食品関係】

地 域 名	提 供 品 目	提 供 者	提 供 量	活 用 方 法
空知	深川市	無菌包装米飯	288 バック	地元参加によりPR
		ふかがわシードル	34 本	
		りんご(1箱16~20玉入)	3 箱	
		米(1kg)	6 kg	
	滝川市	なたね油 一番しぼり	5 本	調味料として使用
	栗山町	日原メロン	30 玉	試食
	浦臼町	神内マンゴー	10 玉	試食
	三笠市	三笠の鶏醬(鶏肉発酵調味料)	10 本	試飲
石狩	千歳市	太陽いっばいの真っ赤なゼリー	20 箱	試食
		太陽いっばいのハスカップゼリー	20 箱	"
		冷やしぜんざいきたろまん	20 箱	"
後志	京極町	にんじんジュース(ゆず)	5 本	試飲
		にんじんジュース(りんご)	5 本	試飲
胆振	白老町	白老牛	15 kg	イベントステージ紹介・試食
	厚真町	ハスカップ黒七味	100 袋	調味料として使用
日高	平取町	びらとり和牛	15 kg	イベントステージ紹介・試食

地 域 名		提 供 品 目	提 供 者	提 供 量		活 用 方 法
上川	名寄市	ソフト大福餅(白)	榑もち米の里ふうれん特産館	50	個	餅つき体験の試食
		もち米	名寄市役所	2	kg	餅つき体験で使用
	美瑛町	フリーズドライあずき(菓子)	美瑛町農業協同組合	15	袋	試食コーナーでフリー試食
		フリーズドライ焼とうもろこし(〃)	〃	30	袋	〃
		フリーズドライソフトコーン(〃)	〃	30	袋	〃
留萌	留萌市	乾燥パスタ	(株)フタバ製麺	50	袋	調理して試食
	羽幌町	酒蒸甘えび	(有)社蝦名漁業部	100	尾	試食
	初山別村	甘えび丸干し(乾物)	梅澤商店	100	尾	試食コーナーでフリー試食
宗谷	稚内市	ほっけ一夜干しスティック	稚内観光物産協会	5	袋	試食
オホーツク	北見市	生ひやむぎ	(株)ツムラ	115	袋	調理して試食
	美幌町	オホーツク流氷カレー	(有)クリシュナ	18	個	ナン等により試食
		オホーツク夕陽のカリー	〃	18	個	〃
		オホーツクスモークカレー	〃	18	個	〃
		網走市	プレミアムビール(330ml)	網走ビール(株)	72	本
	流氷ドラフトビール(330ml)	〃	72	本	試飲	
十勝	帯広市	十勝糖菜 (ビート糖に漬けた乾燥野菜)	(株)珈琲専科ヨシダ	10	セット	フリー試食
	中札内村	トマトビネガー	(株)岡本農園	5	本	試飲
		トマトまるまるゼリー	〃	100	個	試食
		そのまま枝豆(冷凍枝豆)	中札内村農業協同組合	3	kg	試食コーナーでフリー試食
		本別町	米みそ	渋谷醸造(株)	8	個
	キレイマメ黒豆味噌	〃	2	個	〃	
	キレイマメなんばん味噌	〃	2	個	〃	
	白醤油	〃	4	本	〃	
	芽室町	もちろし物語(スナック菓子)	芽室町農業協同組合	20	袋	試食コーナーでフリー試食
		えだまめ物語(〃)	〃	20	袋	〃
		あずき物語(〃)	〃	20	袋	〃
		音更町	讃岐仕込みうどん十勝	(株)山本忠信商店	10	袋
	ゆで枝豆(菓子)	〃	10	袋	試食コーナーでフリー試食	

【非食品】

胆 振	洞 爺 湖 町	洞爺湖有珠山ジオパーク缶バッジ	洞爺湖有珠山ジオパーク推進協議会	100 個	プレゼント
オホーツク	北 見 市	カラマツ小判(小物入れ)	株式会社山忠	100 個	"
		菩提樹(シナ)玉手箱(小物入れ)	"	100 個	"
	網 走 市		網走市	1 式	展示

【会場位置図】



《地下鉄路線図: EXPO会場から乗継で約60分》



発行日 平成 27 年 11 月 9 日
編 集 北海道議会海外調査団
発行責任者 北海道議会海外調査団長 八田盛茂

