

海外研修視察報告書

平成 29 年 7 月 7 日

長崎県議会議長 様

長崎県議会議員	三好	徳明
同	溝口	芙美雄
同	外間	雅広
同	吉村	洋
同	山本	由夫
同	大場	博文
同	野本	三雄
同	徳永	達也
同	中村	和弥
同	西川	克己
同	こう	まなみ

海外研修視察を実施しましたので、つぎのとおり報告いたします。

- 1 日程 平成29年6月4日～平成29年6月11日
- 2 訪問国 イタリア (ミラノ・フィレンツェ・ローマ)
- 3 調査目的
 - ・世界遺産登録後に想定される課題等を整理し、その具体的対策について検討するとともに、登録への支援・協力を依頼し「長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産」の確実な世界遺産登録に資する。
 - ・長崎県の貿易状況等の調査
- 4 調査事項
 - ・イタリアにおける世界遺産の保存管理及び観光客受入にかかる現状、課題及び対策の把握
 - ・ローマ法王庁に対する世界遺産登録への支援・協力依頼
 - ・長崎県産品のイタリアにおける販売状況について
 - ・イタリアにおける日本企業の進出状況と今後の見直しについて
- 5 調査結果

別添報告書のとおり

6 調査により得られた成果及び県政への反映方策

- 今回の視察により、世界遺産登録後の維持・管理方法について、中長期的な計画の重要性がわかった。
- ハードの通常管理に加え、自然災害発生時などについての対応計画、観光客増加時の対策など策定する必要がある。
長崎県においても、世界遺産登録時の価値をいかにして守り継承していくかを考えて早い段階でマニュアル作成し各自治体で共有する必要があると感じた。
- ローマ法王庁からは、登録へ向けての支援・協力をいただけるとのこと。より一層機運を高めていく必要がある。
- 長崎県産品の輸出については、現在イタリアは日本食ブームであるので、積極的にイタリアでの展示会出展やJETROの協力を得ながら進出していくべきである。県として、しっかりとバックアップ体制を整えていく必要があると感じた。
- インバウンドについても、イタリアをしっかりと視野に入れ、ターゲット九州全体で受け入れ態勢を整備することに着手すれば、かなりの観光客が見込める。

視察研修報告書

視察日	平成 29 年 6 月 5 日 (月) ~ 6 月 11 日 (日)
視察地	<ol style="list-style-type: none"> 1. イタリア ミラノ市内 日本食材企業「ポポロ屋」 2. イタリア ミラノ市内 JETRO ミラノ事務所 3. イタリア ミラノ市内 The Net Group 旅行会社 4. イタリア ミラノ市内 フィレンツェ世界遺産管理事務所 (ウフィツィ美術館、ドゥオーモ、フィレンツェ広場) 5. イタリア ローマ市内 在バチカン日本大使館 6. イタリア ローマ市内 ローマ法王庁文化評価議会 (世界遺産 バチカン市国) 7. イタリア ローマ市内 ローマ市交通局 8. イタリア ローマ市内 ローマ市世界遺産管理事務所 9. イタリア ローマ市内 JNTO (日本政府観光局) 10. イタリア ローマ市内 チヴィタヴェッキア日本聖殉教者教会 (トレビの泉、スペイン広場)
参加者	<ol style="list-style-type: none"> ① 三好 徳明 (6月5日～ 9日 5日間) ② 溝口 芙美雄 (6月5日～ 9日 5日間) ③ 外間 雅広 (6月5日～ 9日 5日間) ④ 吉村 洋 (6月5日～ 9日 5日間) ⑤ 山本 由夫 (6月5日～ 9日 5日間) ⑥ 大場 博文 (6月5日～ 9日 5日間) ⑦ 野本 三雄 (6月5日～11日 7日間) ⑧ 徳永 達也 (6月5日～11日 7日間) ⑨ 中村 和弥 (6月5日～11日 7日間) ⑩ 西川 克己 (6月5日～11日 7日間) ⑪ ごう まなみ (6月5日～11日 7日間)

視察日程

6月6日(火)

■日本食材企業「ポポロ屋」

平澤 ポポロ屋社長

平澤 真美 総合責任者

ラウラ・マンニャーニャ 経理担当

アンジェロ・ニケッティ「ポポロ屋」との鮮魚等の取引会社社長

■JETRO ミラノ事務所

小林 浩人 所長(2014ミラノ万博日本館館長)

長沼 寛明 JFCイタリア キッコーマンGM

■The Net Group

バルバラ・モンティ CEO

砂田 大輔 インバウンド部担当役員

視察内容

1.日本食材企業「ポポロ屋」

ミラノ初の日本食 寿司バー及び日本食材を取り扱う企業。

日本食文化を伝えるため平澤社長自ら1972年にイタリアへ渡り、1977年ミラノで「ポポロ屋」を開業。40周年を迎える。

ポポロとはイタリア語で「市民」という意味。

現在は、食材企業「ポポロ屋」と寿司バー「SHIRO」を展開。社員数は両事業所を合わせて24名。

魚などほとんどがイタリア近郊(地中海)でとれたものを使用。以前はハマチのみ輸入し使用していたが、最近では近隣で対応が可能のため輸入していない。

調味料では醤油のみ日本産。その他 海苔(日本)、塩(イタリア)、(秋田こまち スペイン産)

酒類は、インポーターを利用して輸入。1升瓶 約30ユーロ

飲食単価は、16~18ユーロ。他のイタリア飲食店と比較した場合、米などが主なため満腹感が多く実際には割安感があるとのこと。

客層は、寿司バーでは80%、ポポロ屋では90%がイタリア人客。

一番人気の寿司ネタは、サーモン。クジラは、自然環境や動物保護などに意識が高いため受け入れられない。

長崎県産をはじめ日本の魚介類は入ってきていない。鮮度の問題があるため難しいとのこと。

現在、イタリアでは日本食が一つのブームを迎えていて、このミラノ周辺でも数百件が営業。しかし、そのほとんどが日本人経営者の営業ではなく中国人経営者が多い。そのため日本食の文化をきちんと伝えるためイタリアでは日本食組合を設立して日本食保護に向けた活動を展開している。

イタリアの一部で五島うどんの流通があることより取り扱いについてお聞きしたが、ここではうどんのイメージは太めのため五島うどんは細く、ギャップがあり受けはあまりよくない。逆にソーメンは少しずつ受け入れられている。

◆所見

イタリアにおける日本企業の進出状況とイタリア各地域の長崎県産品の販売、取り扱い状況などを視察した。

ポポロ屋では、先に述べたように日本食材・寿司店を営業しているが、その食材のほとんどがイタリアもしくはその近郊で調達をされている。

私たちも寿司（マグロ・サーモン）を試食させていただいたが、日本の寿司と遜色がなく技術の高さとしっかりとした日本食を提供しようとする意識の高さが伺えた。

長崎県産品については、現在取り扱っていないが五島うどん・ソーメンなど興味があるとのことであった。

日本産・長崎県産品を扱うにあたっては、やはりネックになるのは輸入コストの問題である。これについては企業と行政がしっかりと連携強化し、何らかの支援策を打ち出すなどの考えが必要であるように思える。

イタリアでは、日本や日本食に対するイメージが良く、特にスパゲッティなど麺文化が共通しているため五島うどん・島原ソーメンなどを手始めに今後県産品の輸出先として考えられる点など大いに参考になった。

2. JETRO ミラノ事務所

JETRO は貿易・投資促進と開発途上国研究を通じ、日本の経済・社会の更なる発展に貢献することを目的とし、現在 70 カ所を超える海外事務所ならびに本部（東京）、大阪本部、アジア経済研究所および国内事務所をあわせ約 40 の国内拠点から成る国内外ネットワークをフルに活用し、対日投資の促進、農林水産物・食品の輸出や中堅・中小企業等の海外展開支援に機動的かつ効率的に取り組んでいる。

イタリアでは、2014 年ミラノ万博を契機とした日本食への関心が高まってきている。

ミラノ万博日本館では、イベントステージがありその期間 30 を超える自治体が歴史、文化、食などを紹介。

そのため万博後の変化として、日本食レストランが増加（約 400～500 店舗）。スーパーなどで日本食コーナーの設置など。

日本の地方自治体や企業による売り込みが活発化している。

これまでの一般的な日本食材ではなく、こだわりの商品へと趣向が移行している。（お茶、抹茶、日本酒、ラーメン、ゆず、山椒、和牛などラーメンはイタリア風アレンジし、山椒など調味料についてもイタリア人シェフでも利活用が始まっている。価格で日本産が高いので難しい面もあるが着実な伸びを示している。）

観光客では、訪日イタリア人が増加するなどの傾向が続いている。

訪問先は、東京・大阪・京都などが続くが最近では地方へ足を延ばす傾向がある。（金沢 兼六園など）

長崎県は 2015 年訪問地で、全国 23 位（1,850 人）九州 2 位。1 位は福岡（2,470 人）。

イタリアからの誘客拡大に向けては、イタリア人の特性として古い歴史、伝統あるもの、様式美好きや職人、技術を尊重するなどの傾向があるため、日本でもオンリーワン企業は興味や訪れられる確率が高い。

また、受け入れ側としては、豊かな地域性や外国人の受け入れ態勢が充実や外国語情報の充実、インターネット・SNSを活用した情報発信が重要である。(イタリアでは英語を話す人はまだまだ少ない。イタリア語で作成するとダントツの1位になる。)

◆所見

イタリアにおける長崎県のプレゼンス向上に向けて、小林 浩人 所長、長沼 寛明 キックマン GM 両名と懇談、意見交換を行った。イタリアでは、ミラノ万博以降、日本ブームが続いておりこれからもその伸びは期待できるとのこと。

訪日イタリア人観光客も顕著な伸びを示しており、これまでは東京・大阪・京都などいわゆるゴールデンルートが主流であったが、最近では地方へ足を延ばす傾向に向かいつつあるため、そのためにも訪問地として長崎県が選択されるにはしっかりとした情報発信が必要であると感じた。

また、イタリア人の特徴として 職人・技術を大切にする、日本食に興味がある、日本のアニメ、音楽に興味があるなど、このようなキーワードやイタリア人の特徴を理解して誘客活動を検討、展開していく点など非常に参考になった。

3.The Net Group 旅行会社

2016年、日本への訪日イタリア観光客増加を目指して設立。オフィスはローマ。関連会社を含めて8社運営している。日本への旅行案内はオンライン中心に取引を行っている。現在、日本各地の視察を実施中。(東京・大阪・京都などのゴールデンルートのほかにそれ以外のルートも開拓中。)

会社の情報発信のほとんどはインターネット、SNSで配信。

イタリアでの日本への旅行は、ミラノ万博以降に大幅に増加。

2014、2015年ともに顕著な伸びを示している。

イタリア訪日観光客のほとんどが春に集中。現在、Net Groupでは2016年約200名の送客実績。

平均の旅行期間は、10日～2週間が主流。

イタリアでは英語が苦手な方が多いためイタリア語があれば訪問先として選ばれる可能性が非常に高いとのこと。

◆所見

イタリアでの訪日観光客関係についての調査のため、イタリアローマにあるインバウンド旅行会社 The Net Group バルバラ・モンティ CEO、砂田 大輔 インバウンド部担当役員両名と意見交換・懇談を行った。

先ほども述べたように、イタリアではミラノ万博以降日本への興味が高くなっているため、今後も訪日観光客は増加していくとのことであった。

また、これまでのゴールデンルート以外での訪問地を中心に現在日本各地を社長はじめとして訪問し、訪日観光客に紹介しているため多くの情報がほしいとのことであった。

イタリア人の多くは英語が苦手な方が多いため、現在本県のほとんどの観光地の案内表示板が主に英語、アジア対応として中国語、韓国語となってい

る点をイタリア語や多国語での対応など検討していく必要性や訪日観光客をはじめ観光客増加に向けた取り組みを強化していくうえでの考え方などが明らかにでき大いに参考になった。

視察日程

6月7日(水)

■フィレンツェ世界遺産管理事務所
カルロ・フランチニ 総責任者

■フィレンツェ市内世界遺産施設視察
(ウフィッツィ美術館、ドゥオーモ、フィレンツェ広場)

視察内容

4. フィレンツェ世界遺産管理事務所

イタリア国内すべての世界遺産のコーディネートを担当する事務所。スタッフは4名。美術士、建築士など各専門分野担当で分担。ただあくまでも管理計画のみを受け持つ。

イタリアにある世界遺産のほとんどが国、または市の持ち物のため修復などの予算は各行政が受け持つ。一部個人が所有するが補修費は自己負担。(なお、修復のためかかった経費のうち60%は税の還付が行われる。)

(例) フィレンツェ市では年間、普通予算で50万ユーロ、大掛かりな修復のための特別予算で400万ユーロを計上。

5年前、日本政府視察団を受け入れ、その際、[長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産]も紹介された。禁教時代の内容で、キリスト教布教の中でも稀な出来事で非常に重要な事例として捉えているとのことであった。

世界遺産登録後の維持管理にあたっての重要事項として、

- ① 管理の課題は世界遺産を守り続けていくこと、そのための計画づくり。
- ② 登録された価値をどのように管理していくのか、管理していくための指針を作ること。
- ③ 管理する上で障害の整備検討を行う。
- ④ 増加する観光客の対応をどうするか。など(フィレンツェではクルーズ船で来る観光客は含まず現在約900万人の観光客が訪問。年5%の伸びを続けている。)

その他、多くの課題、問題点を洗い出し検討していくことが重要である。世界遺産はそれぞれに個性があるため各国は歴史や文化を踏まえて、それを生かしていくべきである。

世界遺産に登録された場合、その維持保存は義務である。そのため何よりも一番重要なのは、管理のための指針である。

◆ 所見

イタリアにおける世界遺産の保存管理や観光客受け入れにかかる現状、課題及び対策についてフィレンツェ世界遺産管理事務所 カルロ・フランチニ 総責任者と意見交換、懇談を行った。

フランチニ氏の意見交換の中で特に印象的だったのが、「登録後何よりも重

要なのは、その施設をどのように管理、運営していくかの指針である」という内容であった。

世界遺産登録後は、施設の維持管理はその国もしくは自治体の義務になるため、その重要性はしっかりと受け止める必要がある。

フィレンツェやイタリアにある世界遺産のほとんどが市民の生活と密接に繋がっているためイタリア人にとって世界遺産を保護管理していくということはごく当然の事なのであろう。

その点、日本や本県においての世界遺産登録は、そういった部分よりも地域振興や観光振興の部分が大きく、イタリアとは異なっていると感じた。

また、世界遺産を推進し維持管理していく上では、イタリアのようにそこに住む市民、県民の理解や協力が必要不可欠である。

本県で世界遺産をすでに抱え、今後もキリスト教関連遺産の登録を目指していく上で改めてその原点を確認できた点など大いに参考になった。

こういった気づきなどを踏まえて世界遺産登録に向けて県民、市民の意識向上をはじめしっかりと取り組んでいかなければと感じている。

◆ウフィッツィ美術館

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

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

◆ドゥオーモ

ドゥオーモ(Duomo)はイタリア語で、イタリアでの街を代表する教会堂の事。ローマ以外での司教座聖堂の大聖堂にほぼ同じ。ラテン語のDomusが語源で、神の家を意味する。フィレンツェのドゥオーモ(大聖堂)の正式名称は、Santa Maria del Fiore(サンタ・マリア・デル・フィオーレ=花の聖母)で、今のドゥオーモがある場所には、Santa Reparata(サンタ・レパラータ)という小さな教会があったが、現在のドゥオーモ内部で比較すると、正面から身廊2本目の柱位までの距離がこの最初の小さな教会の大きさであった。

◆フィレンツェ広場

フィレンツェ市街を一望できる小高い丘の上にある。中央にはミケランジェロのダヴィデ像のレプリカが立っており、広場のすぐ上にはサン・ミニアート・アル・モンテ教会がある。

視察日程

6月8日(木)

- 在バチカン日本大使館表敬訪問
中村 芳夫 在バチカン市国特命全権大使
- ローマ法王庁文化評価議会
聖モーリス カルロス モレイラ アゼベド
聖ファブリジオ・カパニーニ
リチャード・ロウズ 通訳担当
中村 芳夫 在バチカン市国特命全権大使
- 世界遺産 バチカン市国

視察内容

5.在バチカン日本大使館

交通機関の遅れにより大使館ではブリーフィングは行わず、中村大使とともにローマ法王庁文化評価議会において合同で意見交換・懇談を行った。

6.ローマ法王庁文化評価議会

カトリック教徒の総本山であるローマ法王庁から支援・協力を得ることが最も影響が大きいと考え、ローマ法王庁文化評価議会を表敬訪問し、ローマ教皇宛の中村長崎県知事親書を代表で聖モーリス カルロス モレイラ アゼベド氏へ手渡した。

禁教の時代になり、キリスト教は長崎においてのみ密かに守り継がれ、厳しい弾圧と250年にわたる潜伏期を経て、奇跡の復活を遂げるなど説明。改めて長崎の世界遺産登録への支援・協力をお願いした。

聖モーリス カルロス モレイラ アゼベド氏は、「長崎のキリスト教弾圧や復活、世界に類を見ない歴史でありとても興味があり大切である。」また、これまでのローマ教皇の長崎のキリスト教関連遺産の世界遺産登録へ向けての支援、協力について説明後、「今後も[長崎と天草地方の潜伏キリシタン関連遺産]の世界遺産が登録されるよう協力していく」との返事をいただいた。

また、近く聖ファブリジオ・カパニーニ氏が日本を訪れるとのことで、併せてカパニーニ氏の長崎訪問をお願いするなど有意義な懇談ができた。

◆所見

今回、ローマ法王庁文化評価議会を訪問して改めて本県の世界遺産登録のお願いをした。

聖モーリス カルロス モレイラ アゼベド氏の話にあった通り、これまでの世界遺産登録に向けたローマ教皇の考えや活動を知ることができ非常に心強く感じた。

また、近く日本を訪れる聖ファブリジオ・カパニーニ氏の長崎訪問をお願いするなど有意義な懇談ができた。

◆世界遺産 バチカン市国

バチカン市国の南東端にあるカトリック教会の総本山。サン・ピエトロは「聖ペトロ」の意で、キリスト教の使徒ペトロ（ペテロ）のイタリア語読み
に由来している。サン・ピエトロ大聖堂はもともと使徒ペトロの墓所があつた
ところに建立されたとされ、キリスト教の教会建築としては世界最大級の
大きさを誇っています。北に隣接してローマ教皇の住むバチカン宮殿、バチ
カン美術館などがある。

バチカン宮殿はバチカンにあり、サン・ピエトロ大聖堂に隣接しており、「バ
チカン市国」の一部として世界遺産に登録されており、現在はローマ教皇の
住居になっている。

◆バチカン美術館

バチカン美術館とはバチカン宮殿内にある 24 の美術館の総称。見学できる
部屋数は 1400、それらをつなぐ通路は全長 7km。迷路のような建物は、数々
の礼拝堂とギャラリーを併せ持つ世界有数の美の宝庫となっている。

なかでも有名なのは、ミケランジェロ のフレスコ画があるシスティーナ礼拝
堂。ルネサンスの至宝と称えられるこの 天井画誕生の裏には、教皇と芸術家
の相克ともいえる人間ドラマがあつた。

◆サン・ピエトロ大聖堂

バチカン市国内で一番有名な建造物はこのサン・ピエトロ大聖堂である。
イエス・キリストの第一の弟子聖ペテロの墓所があつたところに建てられた
ので「サン・ピエトロ大聖堂」という名前になった。バロック様式のサン・
ピエトロ大聖堂はキリスト教の建築物としては世界最大。

6 万人を収容できる聖堂内には、11 の礼拝堂と 45 の祭壇があり、主祭壇を覆
う 大天蓋は高さ 29m にもおよぶ。

視察日程

6月9日(金)

■ローマ市交通局

モビリティ部門 広報担当 Ms.キアラ・ディ・アイヨ
電子チケットシステム、都市交通長期計画、トラム、鉄道網などについて

■ローマ市世界遺産管理事務所

Ms.カテリーナ フェラーノ ペレ (遺跡修復改善班長)
Ms.ティンダーラ モンテレローネ (ユネスコローマ事務所担当)
Ms.ルクレツィア ウンガロ (遺産のプロモーション担当)
ローマ市の世界遺産管理、保存状況について

■日本政府観光局(JNTO)ローマ事務所

伊与田みゆき所長
イタリア全体の観光について

視察内容

7.ローマ市交通局モビリティ部門

ローマ市の交通全体の管理、制御を行っている部門。
交通局へのアドバイス、インフォメーション、許可証の申請などを行っている。
スタッフは300名。

イタリアはヨーロッパの中で一番車と渋滞が多い国であるので、大気汚染と多発する事故が大きな問題である。

環状線の周辺の安い土地に住宅の建設が進み、車での移動がほとんどであると同時に、公共交通が普及していないのが原因。

イタリアは法律により14歳以下の子どもを1人で行動させてはいけないので、親が車で学校の送迎、そのため朝夕は渋滞。

バスは基本的に時間通りには運行されない。

現在地下鉄は2ライン、3本目の工事を行っているが遺跡が発掘されるためなかなかすすまない現状。

世界遺産条約で適切な保護が求められているため、条約で求められている適切な保護を遵守するため、各国の国内法で規制しており、地域によっては、新しい建物の建築はできないため駐車場がなく、道路の両サイドに路上駐車。

業務用のトラックの駐車スペースの確保が難しいため、シェアリングでの配送を進めている。

市内中心部は許可証がないと乗入れ不可。

ゾーンを分けて監視カメラで取り締まりを行っている。

◆所見

遺産を守らなくてはならない、観光客も多い、市民生活も守らないといけないという多くの問題を解決しなければならないが、なかなか思うように進んでいない現実。

意見交換の際、カーシェアリングやパークアンドライド方式を進めていくように提案。

また、カメラによる監視で罰金を強化していくとのことでしたが、これからは問題解決に向けて市民と共に考え、罰則強化ではなくインセンティブを与え

てライドシェアなどを進めるべきと提案しました。

長崎県でも今後、世界遺産を守り、市民生活も守っていくために車両乗り入れについて考えていく必要があるのでは、ゾーンごとの許可証は参考になるのではないかと思います。

8.ローマ市世界遺産管理事務所

ローマ市にある51の世界遺産の管理、保存を担当する事務所。

1989年に世界遺産登録されたが、そのことによって観光客の増加などについては文化庁では統計を取ってはいない。

イベントはかなり増加しているので、それに伴い増加はしている。

サイト作成して、情報をいち早く配信できるようにした。

世界遺産に登録されたことで変わったことは特にない。

修復などの費用は国の所有物以外の個人所有のものは、基本的に持ち主が負担。補助は1%程度。

国所有の遺産の修復、維持管理の費用はほとんどドネーションによって賄われている。

「トレビの泉→FENDI」

「スペイン広場→BVLGARI」

「コロッセオ→TOD'S」

日常的な清掃などはローマ市が行っている。

EUの18歳以下の子どもたちは文部省の予算でヨーロッパ中の文化歴史を学ぶために社会科見学をする。

今後の課題としては、ローマ市、県、文化庁、バチカンの連携協力をしていくことが重要。

◆所見

イタリアは、もともとが世界有数の観光地であり、世界遺産に登録されたことで観光客を増やすことは全く考えていない。

世界遺産に登録されるということは、その遺産の価値をどのように維持管理し後世につないでいくかということに重きを置いていくことを基本に、様々な整備をしていく必要がある。

そこに暮らす人々のことも守りながら、維持管理していくことは本当に大変なことで、かなりのお金もかかる。

また、「後世につなぐ」ということを考えるとき、文化財や遺産を活用した教育を推進していくことが重要だと考える。

行政の連携、民間との連携が不可欠。

維持管理について、スポンサー制度導入は長崎でも考えていけるのではないかと。

9. 日本政府観光局「JNTO」ローマ事務所

JNTO は世界20都市に海外事務所を持ち、外国人の訪日旅行の促進にむけて、海外現地目線にたったプロモーション・マーケティングを行っている、国の観光政策を実現する機関である。

<主な事業>

- 訪日旅行市場に関する市場分析・マーケティング
- 海外現地旅行会社の訪日ツアー企画・販売の促進
- 海外現地メディアを通じた広告・宣伝
- ウェブやSNSを通じた訪日観光の情報提供
- 国際会議（MICE）の誘致・開催促進
- 受け入れ環境整備・向上支援

<ミッション>

日本のインバウンド旅行市場を拡大する政府観光局として、国民経済の発展、地域の活性化、国際的な相互理解の促進、日本のブランド力日本のインバウンド旅行市場を拡大する政府観光局として、国民経済の発展、地域の活性化、国際的な相互理解の促進、日本のブランド力向上を実現することにより、未来の日本をより豊かに、元気に明るくすること。

ミラノ万博以降、日本ブーム。

特に日本食がブームで、ローマのスーパーでも巻き寿司が買えるようになった。

日本はテロも少なく安全なデスティネーションであることから、他からシフトしてきている。

また、アニメの人気もあり、ハネムーンで日本を選ぶ若いカップルも多い。

広島、瀬戸内の関心は高いが、九州はまだまだ。

イタリア人の所得は低いですが、夏のバカンスは有給休暇を2週間から3週間100%取る。

文化に興味がある人が多い。

<長崎県へのお願い>

- 欧米の市場にもしっかりと目を向けるべき
- 英語、イタリア語、フランス語などのサイン・サイト・パンフレットの整備を一刻も早く。
- 九州が選択肢に入るように、JALやANAの1万円オントップでもう一か所いけるサービスを作るとか、1レグプラスするキャンペーンを企画する。

<日本の感想>

- 丁寧にきちんと対応してもらったことに感動。
- 日本食も、それぞれの専門店がある。
- 価格も高くない。

◆所見

イタリアからの訪日旅行者は年々増加傾向である。
しかしながら、イタリア人にとって日本は最も遠い国のひとつでもあり、日本とほかの東アジアの国々の区別があまりつかない人も多い。

英語が苦手な人も多く、シニア層は、イタリア人ガイド付きのツアーを好む傾向もある。

夏のバカンスシーズンにどう長崎に目を向けてもらうか？
平和都市としての認知度も広島とは比べものにならないくらいなので、どう発信していくのか？

長崎県全体として、もっと具体的な対応も必要だと思うが、九州全体として様々なアイデアを出し、プランニングしていく必要があると感じた。

日本食材企業「ポポロ屋」(イタリア ミラノ市内)
ポポロ屋の系列の寿司バー「SHIRO」



アンジェロ・ニケッティ氏からの説明

「ポポロ屋」店内



JETROミラノ事務所（イタリア ミラノ市内）



TheNetGroup旅行社（イタリア ミラノ市内）



フィレンツェ世界遺産管理事務所（イタリア ミラノ市内）

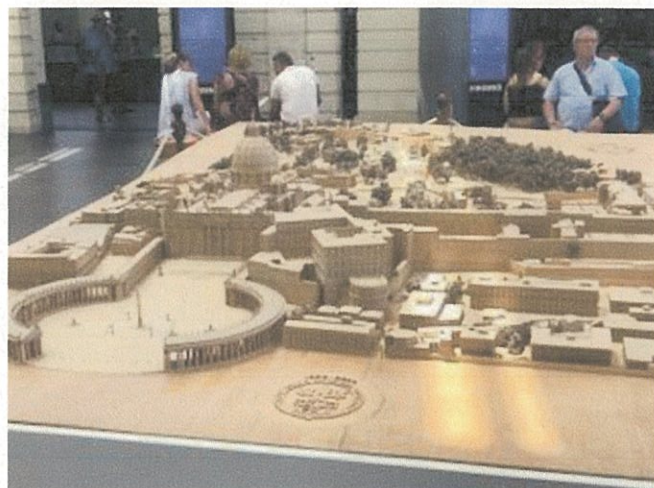


フィレンツェ広場



フィレンツェ ドゥオーモ

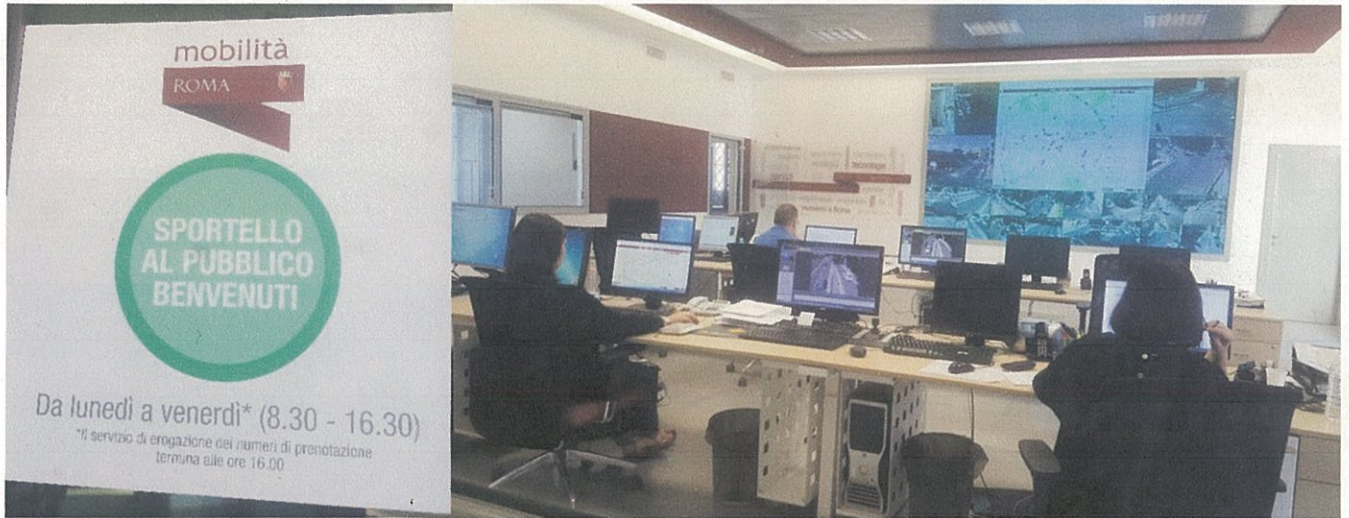
バチカン市国



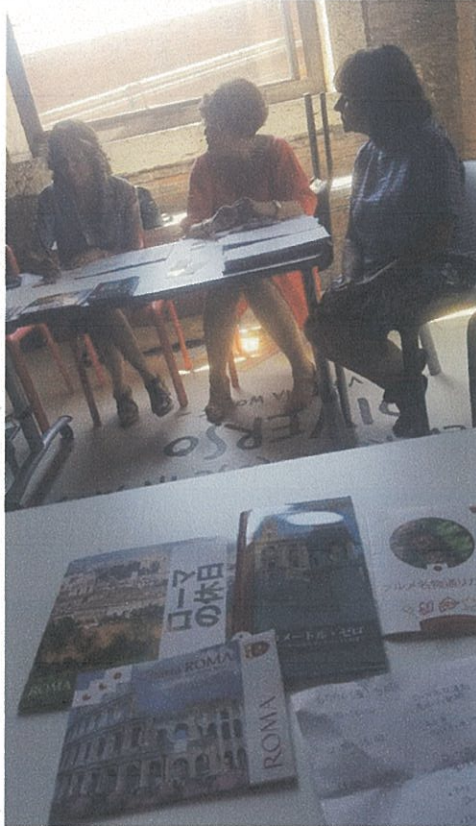
ローマ法王庁文化評議会



ローマ市交通局モビリティ部門（イタリア ローマ市内）



ローマ市世界遺産管理事務所



JNTO (日本政府観光局) 資料

