

## 【イタリア】

### 11-12月の市場動向トピックス

- 2021年11月の訪日イタリア人数は、対2019年同月比98.4%減の200人であった。
- 2021年12月の訪日イタリア人数は、対2019年同月比99.4%減の70人であった。
- COVID-19の拡大により、日本政府による上陸拒否、14日間の隔離・PCR検査受検等、査証の効力停止等の対象となっている。

### 11-12月の主なプロモーション活動

- イタリアでは秋になると、多くの食関連の祭りが全国で開催され、ローマ事務所は9月から日本食を通じた訪日観光魅力の発信を目的に多くのイベントに参加した。11月5日から7日に開催されたトリノ市と名古屋市の姉妹都市周年イベントも「和食文化&フードフェス#名古屋デイズ」という名の通り、名古屋飯を中心に名古屋や中部の魅力を発信するもので、2日間出展し和食を絡めて訪日旅行をPRした。イベントには3日間で約14,000人の来場があり、アンケートでは、好きな和食として「お寿司」と「ラーメン」が大半を占め、再び訪日できるようになった際には、本場で和食が食べられるのが楽しみという声が多く挙がった。また、11月8日には、ミラノにてジャーナリストやインフルエンサー9名を対象に、おにぎり作りを実践するメディアイベントを開催した。おにぎりはお寿司ほどの認知度はないものの、簡単に自宅で作ることができるため好評で、食関連の雑誌への記事掲載やインフルエンサーのSNSで拡散され、多くのイタリア人に新しい日本の食の紹介をすることができた。
- 10月半ばから11月末にかけて、ミラノの複合施設TENOHAで開催された文化アカデミーのワークショップで、日本酒、金継ぎ、しぼりなどの日本文化を紹介する講座があり、参加者向けに文化紹介とあわせて日本の観光魅力をPRする連携事業を行った。参加者からは、日本で経験してみたいこととして、「建築や伝統工芸」を抜いて「地元の食や地酒を味わうこと」が3割と最も多く挙げられ、ここでも和食への関心の高さが伺えた。
- 11月26日にサルデーニャ島の州都、カリアリ市でBtoB商談会を開催し、セラー5社とバイヤー29名が参加した。COVID-19蔓延後、初の対面商談会を実施し、セラーからは新規顧客の獲得につながったとの意見を多くいただいた。セラーからは今後もできる限り対面での開催を希望する声が多く、開催都市としてはイタリア北部を希望する声が多かった。また、セラー、バイヤーともに訪日を希望する顧客が今でも多くいるとのことで、入国制限の緩和を希望する声が多く挙がった点も印象的であった。



トリノ市と名古屋市の  
姉妹都市周年イベントへ出展



TENOHA 文化アカデミーでの日本のPR



B2B 商談会