

イタリア 最新事情

~Benvenuto in Italia!~

イタリア不動産 河見一成

⑧

本連載第8回は、帰国した同連載の筆者、河見一成氏にインタビューした。

——欧州、またイタリアの情勢をどう見ているか。

河見 米国価格下げを発端とする世界経済の低迷、欧州、中でもギリシヤの債務問題を受け、イタリアの対独国債スプレッドが拡大している。同国の今後の財政再建計

画、経済政策が重要視される中で、ベルルスコーニ政権のリーダーシップに関する不信感も大きな問題である。同国のスプレッド拡大は、国内銀行の資金調達コストにもネガティブな影響を及ぼしており、住宅ローンをはじめとする不動産ファイナンスに対する金融機関の貸し渋りの再発や資金調達者のコスト増につながるなど、不動産マーケットにも悪影響を与える可能性があることが危惧される。

——最近の消費動向は。

河見 特徴としては、旅行などの娯楽費の消費が減少傾向、エステやフィットネスクラブなど健康・美容ジャンルへの消費が増えている傾向がみられる。ファッションへの消費係数は相変わらず高い。春夏物はバーゲン前に売れるなど、ベーシ

ックブランドや海外ブランドは堅調であった。それに引きかえ、国内のラグジュアリーブランドは苦戦していたようだ。

——2015年にミラノ万博の開催が予定されています。このインパクトは。

河見 非常に大きい。これに合わせて、ミラノでは欧州で五指に入る大規模再開発が行われる。その中でも、とりわけ注目なのが「ポルタ・ヌォーバ計画(新しい門)」と呼ばれる再開発だ。場所はアルファロメオ工場跡地で、ミラノ中央駅から地下鉄2駅分に相当する規模となる。オフィス、住宅、美術館、コンベン

ションセンター、商業施設などで構成され、また「アミーコ デッラ アンピエンテ(伊語でエコ・フレンドリー)」を意識し、都市中心部とは思えない多くの緑化エリアがあるのみならず、縦型にそびえる公園をイメージした住宅なども注目されている。商業施設は、大型

博開催前には2時間半となる予定だ。

——イタリアにおける日本ブランドは。

河見 日本ブランドは、デザイン、カルチャー、フードなどが受け入れられている。日本人が思っているよりも、日本のクールなデザインは受け入れられている。

——食については。

河見 本連載でも触れたが、日本の食の地位は相変わらず高い。3月の大震災による原発事故で、中国などでは放射能の風評被害から中国国内の一部の日本レストランが敬遠されたと聞いているが、イタリア国内にある日本食レストランは食材を日本から調達していないので、影響はない、風評もない。

——どのような日本食が受けそですか。

河見 今、ミラノにあるのは寿司を中心とした従来型の和食店がほとんどだが、新しいカテゴリーも求められている。ラーメンやうどん、焼き鳥、丼モノ。また、日本で独自に進化したハンバーガー、ドーナツ、シュークリームなどのスイーツ系も、甘いもの好きなイタリア人には面白いと思う。高級イメージが先行しているが、カジュアルなものも受け入れられるのは間違いない。しかも、イタリア人の味覚に合わせる必要はない。事実、一部の日本の外食企業がヨーロッパ進出を検討しており、イタリア進出の可能性を探るべく、問い合わせやミーティングの依頼が増えている。

——留意する点は。またチエーン展開が難しくありませんか。

河見 開業にあたっては、店舗物件のリサーチが簡単ではないことに加え、排気設備などの規制が厳しかったり、管理組合などとも調整が必要だ。ただ、マクドナルドもイタリアに400店あり、企業努力で成功できると確信する。



「ポルタ・ヌォーバ」はミラノの新しい顔

モルタイプではなく生活活密型の店舗が入る見通しだ。数年後には、ポルタ・ヌォーバはミラノの新しい顔となるだろう。

例え、無印良品は日本のクールなデザインの代表例で、日常からギフトまで支持されている。ユニクロも、高機能素材や豊富なカラーバリエーションの評価が高い。残念ながら、イタリアにはユニクロの店舗がないため、パリの旗艦店にまで

買いに行く人もあるほど、そのニーズは高い。

——食については。

河見 本連載でも触れたが、日本の食の地位は相変わらず高い。3月の大震災による原発事故で、中国などでは放射能の風評被害から中国国内の一部の日本レストランが敬遠されたと聞いているが、イタリア国内にある日本食レストランは食材を日本から調達していないので、影響はない、風評もない。

——どのような日本食が受けそですか。

河見 今、ミラノにあるのは寿司を中心とした従来型の和食店がほとんどだが、新しいカテゴリーも求められている。ラーメンやうどん、焼き鳥、丼モノ。また、日本で独自に進化したハンバーガー、ドーナツ、シュークリームなどのスイーツ系も、甘いもの好きなイタリア人には面白いと思う。高級イメージが先行しているが、カジュアルなものも受け入れられるのは間違いない。しかも、イタリア人の味覚に合わせる必要はない。事実、一部の日本の外食企業がヨーロッパ進出を検討しており、イタリア進出の可能性を探るべく、問い合わせやミーティングの依頼が増えている。

——留意する点は。またチエーン展開が難しくありませんか。

河見 開業にあたっては、店舗物件のリサーチが簡単ではないことに加え、排気設備などの規制が厳しかったり、管理組合などとも調整が必要だ。ただ、マクドナルドもイタリアに400店あり、企業努力で成功できると確信する。