

イタリア

Republic of Italy

	2009年	2010年	2011年
①人口:6,063万人(2011年1月)			
②面積:30万1,336k㎡ (2010年12月)			
③1人当たりGDP:3万6,267米ドル (2011年)			
④実質GDP成長率(%)	△ 5.5	1.8	0.4
⑤消費者物価上昇率(%)	0.8	1.5	2.8
⑥失業率(%)	7.8	8.4	8.4
⑦貿易収支(100万ユーロ)	823	△20,918	△16,612
⑧経常収支(100万ユーロ)	△30,075	△54,726	△50,325
⑨外貨準備高(100万米ドル)	45,770	47,684	49,185
⑩対外債務残高(グロス)(100万ユーロ, 期末値)	1,763,900	1,822,500	1,812,600
⑪為替レート(1米ドルにつき, ユーロ, 期中平均)	0.7198	0.7550	0.7194

〔注〕⑦⑧:国際収支ベース, ⑦:財のみ

〔出所〕①②④~⑥:イタリア国家統計局(ISTAT), ③⑨⑩:IMF, ⑦⑧⑪:イタリア銀行(中央銀行)

2011年のイタリア経済は、外需が牽引して実質GDP成長率は0.4%と2年連続のプラス成長となったが、欧州債務危機の影響もあり前年の1.8%から大きく減速した。貿易は、輸出が新興市場を取り込みながら前年比11.4%増と伸び、輸入は内需低迷が下押ししたが9.0%増と伸びを続けた。直接投資は対内・対外ともに大幅拡大したが、対内ではフランス企業、対外ではエネルギー関連が目立った。対日関係では、東日本大震災などの影響で輸入が減少し、13年ぶりの貿易黒字を記録し、投資はイタリア企業が新興市場にもつ事業基盤の取り込みを意図した日本企業による投資が目立った。

■ 厳しさ増す経済で新興国市場頼みが鮮明

2011年の実質GDP成長率は0.4%となり、辛うじて2年連続でプラス成長を維持したが、前年の1.8%から大きく減速した。

GDPを需要項目別にみると、輸出が前年比5.6%増と伸びたのに対して、輸入は0.4%増と低迷したため、外需は2010年のマイナスからプラスに転じ、成長に最も寄与した(寄与度1.4ポイント)。一方、個人消費は、財政再建に伴う付加価値税(VAT)率引き上げ(2011年9月に標準税率20%を21%に引き上げ)を中心とした国民負担の増加や消費者物価の上昇も影響し、0.2%増と低調な伸びにとどまった。総固定資本形成は、2010年に2.1%増と持ち直したが、2011年には1.9%減となり、成長鈍化の一因となった。特に建設投資が低迷を続けていることや、機械設備投資が内需の低迷や企業の資金繰りの悪化などにより低迷したことが影響した。

2012年第1四半期の実質GDP成長率(速報値)は前

期比0.8%減となった。3期連続のマイナス成長となり、マイナス幅も拡大している(前年同期比では2期連続のマイナス成長)。政府は内需低迷や欧州債務危機の影響により、2012年の実質GDP成長率はマイナス1.2%に急減速するとの厳しい見方を示している。

2011年11月に発足したモンティ政権は、競争力強化や簡素化、労働市場改革など中長期的な構造改革を視野に入れた改革を打ち出している。しかし、2012年10月からさらにVAT率の引き上げを予定(標準税率21%と軽減税率10%をそれぞれ2ポイントずつ引き上げ)するなど、短期的には財政再建に取り組みざるを得ず、経済はさらに厳しさを増す可能性が高い。

失業率は2012年3月に9.8%(暫定値)を記録。2011年11月に9.0%を上回って以降、上昇を続けている。消費者物価上昇率は、2011年前半は2%台を維持していたが、9月に3%を上回って以降、3%台前半で推移、通年では2.8%となった。

表1 イタリアGDP統計

	2009年	2010年	2011年 (暫定)	2011年(暫定)				2012年 (暫定)
				(単位:%)				Q1
				Q1	Q2	Q3	Q4	
実質GDP成長率	△ 5.5	1.8	0.4	1.2	1.0	0.4	△ 0.4	△ 1.4
個人消費	△ 1.6	1.2	0.2	1.1	1.1	△ 0.1	△ 1.2	△ 2.4
政府消費支出	0.8	△ 0.6	△ 0.9	△ 0.2	△ 0.9	△ 1.1	△ 1.4	△ 1.2
総固定資本形成	△ 11.7	2.1	△ 1.9	0.2	△ 0.2	△ 1.7	△ 3.1	△ 7.6
輸出(財・サービス)	△ 17.5	11.6	5.6	9.9	6.5	6.1	3.0	1.7
輸入(財・サービス)	△ 13.4	12.7	0.4	8.6	3.6	0.1	△ 7.2	△ 9.0

〔注〕四半期の伸び率は前年同期比。

〔出所〕表2, 3, 5ともイタリア国家統計局(ISTAT)。

■ 新興市場を視野に入れながら輸出が拡大

2011年の貿易は、内需や世界的な貿易量の低迷などにより、輸出入ともに伸び率は2010年に比べ低下したものの、輸出は前年比11.4%増の3,758億5,000万ユーロ、輸入は9.0%増の4,004

表2 イタリアの品目別輸出入

(単位:100万ユーロ,%)

	輸出(FOB)				輸入(CIF)			
	2010年		2011年		2010年		2011年	
	金額	金額	構成比	伸び率	金額	金額	構成比	伸び率
機械	60,061	68,418	18.2	13.9	22,416	24,040	6.0	7.2
金属製品	39,350	48,343	12.9	22.9	36,107	42,433	10.6	17.5
繊維・衣料品, 皮革製品	37,339	41,913	11.2	12.2	25,960	28,792	7.2	10.9
輸送機器	34,507	36,408	9.7	5.5	37,901	38,114	9.5	0.6
化学品	22,575	24,911	6.6	10.3	32,122	36,337	9.1	13.1
食品・飲料・たばこ	22,179	24,390	6.5	10.0	25,320	27,483	6.9	8.5
ゴム・プラスチック・非金属鉱物製品	20,854	22,505	6.0	7.9	11,312	12,373	3.1	9.4
電気機器	19,380	20,298	5.4	4.7	13,292	13,715	3.4	3.2
燃料・石油精製品	14,794	16,770	4.5	13.4	8,550	10,056	2.5	17.6
医薬品	13,973	15,311	4.1	9.6	17,344	19,160	4.8	10.5
コンピュータ, 電子・光学機器	11,604	12,881	3.4	11.0	33,871	29,848	7.5	△ 11.9
木材・木工品, 紙製品・印刷物	7,151	7,614	2.0	6.5	9,991	10,142	2.5	1.5
農林水産物	5,614	5,770	1.5	2.8	11,123	12,980	3.2	16.7
鉱物・石油・天然ガス	1,165	1,249	0.3	7.2	59,005	69,235	17.3	17.3
合計(その他含む)	337,346	375,850	100.0	11.4	367,390	400,480	100.0	9.0

[注] 表3とも, EU域外貿易は通関ベース, EU域内貿易は各企業のインボイスなどの申告に基づく。

各表とも各項目の原データの計算値と表示データの計算値が不一致なのは四捨五入処理のため。

億8,000万ユーロと伸び続け, 輸出入ともにリーマン・ショック前の2008年の水準に回復した。

輸出を品目別にみると, 機械(構成比18.2%)は, ユーロ安や国外需要が堅調に推移していることにより, 2010年の伸び率9.2%増を上回る13.9%増となった。イタリア工作機械工業会によると, 2011年の国外向け受注は前年比20.9%増となった。他方, 国内受注は11.9%減と国内外での受注ギャップが拡大している。国内需要の一部が中間価格帯の製品に下方シフトしているため, 工作機械メーカーは利益率が高く, 高い技術を要する製品の国外向け供給量を拡大させていることが, 輸出を押し上げた要因になった。

金属製品(構成比12.9%)は前年比22.9%増となり, 2010年の21.9%増を上回り, 品目

表3 イタリアの主要国・地域別輸出入

(単位:100万ユーロ,%)

	輸出(FOB)				輸入(CIF)			
	2010年		2011年		2010年		2011年	
	金額	金額	構成比	伸び率	金額	金額	構成比	伸び率
EU27	193,389	210,482	56.0	8.8	201,364	213,526	53.3	6.0
ユーロ圏	147,365	160,338	42.6	8.8	163,797	173,006	43.2	5.6
ドイツ	43,867	49,345	13.1	12.5	58,986	62,406	15.6	5.8
フランス	39,237	43,707	11.6	11.4	32,171	33,416	8.3	3.9
スペイン	19,595	19,885	5.3	1.5	16,737	17,867	4.5	6.8
ベルギー	8,678	9,749	2.6	12.3	13,359	14,606	3.6	9.3
オランダ	8,368	9,117	2.4	9.0	19,965	20,863	5.2	4.5
非ユーロ圏	46,024	50,144	13.3	9.0	37,567	40,520	10.1	7.7
英国	17,576	17,519	4.7	△ 0.3	10,012	10,769	2.7	7.6
ポーランド	8,553	9,409	2.5	10.0	7,222	7,580	1.9	5.0
ルーマニア	5,191	6,044	1.6	16.4	4,667	5,174	1.3	10.9
チェコ	3,582	4,164	1.1	16.2	4,482	4,939	1.2	10.2
スウェーデン	3,412	3,898	1.0	14.2	3,463	3,601	0.9	4.0
ハンガリー	3,075	3,516	0.9	14.4	3,606	3,691	0.9	2.4
デンマーク	2,081	2,336	0.6	12.3	2,120	2,208	0.6	4.2
アジア大洋州	30,832	35,705	9.5	15.8	49,059	52,153	13.0	6.3
中国	8,609	10,000	2.7	16.2	28,789	29,302	7.3	1.8
ASEAN	4,689	5,590	1.5	19.2	5,708	6,908	1.7	21.0
タイ	944	1,200	0.3	27.1	1,295	1,415	0.4	9.3
マレーシア	811	843	0.2	4.0	829	892	0.2	7.6
インドネシア	633	788	0.2	24.5	2,056	2,658	0.7	29.3
ベトナム	584	560	0.1	△ 4.1	890	1,269	0.3	42.6
フィリピン	256	342	0.1	33.6	325	265	0.1	△ 18.4
日本	4,011	4,738	1.3	18.1	4,288	4,221	1.1	△ 1.6
インド	3,387	3,740	1.0	10.4	3,823	4,782	1.2	25.1
韓国	2,513	2,932	0.8	16.7	2,986	3,258	0.8	9.1
オーストラリア	2,719	3,020	0.8	11.1	844	1,116	0.3	32.2
北米(NAFTA)	25,263	28,790	7.7	14.0	13,260	15,682	3.9	18.3
米国	20,329	22,857	6.1	12.4	11,139	13,033	3.3	17.0
スイス	15,823	20,655	5.5	30.5	10,203	11,364	2.8	11.4
中東	16,139	18,471	4.9	14.4	20,993	29,201	7.3	39.1
湾岸協力会議(GCC)	8,478	10,293	2.7	21.4	5,539	10,554	2.6	90.5
アフリカ	17,826	16,001	4.3	△ 10.2	30,786	27,733	6.9	△ 9.9
中南米	8,536	10,893	2.9	27.6	9,301	11,034	2.8	18.6
ブラジル	3,877	4,785	1.3	23.4	3,314	4,154	1.0	25.3
トルコ	8,029	9,628	2.6	19.9	5,158	5,978	1.5	15.9
ロシア	7,906	9,314	2.5	17.8	14,633	18,042	4.5	23.3
合計(その他含む)	337,346	375,850	100.0	11.4	367,390	400,480	100.0	9.0

[注] アジア大洋州は ASEAN+6(日本, 中国, 韓国, オーストラリア, ニュージーランド, インド)に香港および台湾を加えた合計値。

NAFTAは, 米国, カナダ, メキシコの3カ国の合計値。このため, 中南米にメキシコは含まず。

湾岸協力会議は, UAE, バーレーン, クウェート, オマーン, カタール, サウジアラビアの6カ国の合計値。

の中で最も高い伸び率を記録した。特に希少・半加工金属(1.9%)が88.1%増と伸びた。また鉄・鋳鉄・鋼鉄(2.5%)が26.7%増、鋼管・銅管・電線および関連付属品(1.6%)も20.0%増と伸びた。金属製品の相手国をみると、伸び率としてはスイス向けが72.5%増と大幅に増加したが、輸出額としてはドイツ向けが最も大きく金属製品全体の17.3%を占めた。イタリア鉄鋼連盟によると、主に特殊な鉄鋼に対してドイツからの発注が好調であり、これがドイツ向けの金属製品輸出(22.7%増)を押し上げた一因となった。

伝統的輸出品目である繊維・衣料品・皮革製品(構成比11.2%)は、靴(2.1%)が前年比12.7%増、旅行用品・かばん・皮革製品など(1.1%)が31.6%増と伸びたことなどにより、12.2%増となった。イタリア靴製造業協会によると、輸出に支えられ2011年は好調だったとしている。

化学品(構成比6.6%)はプラスチック材料(1.5%)が前年比11.7%増となったことなどにより、10.3%増となった。化学品の輸出先はフランス向けが12.3%増、ドイツ向けが10.9%増、トルコ向けが18.7%増と伸びた。イタリア化学連盟によると、トルコはイタリアにとって化学繊維分野でも重要市場としている。

食品・飲料・たばこ(構成比6.5%)は、牛乳・乳製品(0.6%)やワイン(1.2%)の伸びなどにより前年比10.0%増となった。特にワインは12.4%増の44億400万ユーロとなった。ワインの輸出先は14.6%増の米国向けが最大で、次に8.2%増のドイツ、10.3%増の英国が上位となった。中国向けは64.5%増の6,700万ユーロとなり、米国向け(9億4,800万ユーロ)と比較すると金額は少ないが、中国におけるワイン市場は急速に拡大している。

燃料・石油精製品(構成比4.5%)は前年比13.4%増となったが、特に石油精製品(4.4%)が13.2%増となったことが主な要因である。しかし、石油精製品を数量ベースで見ると12.9%減となっており、原油価格高騰により、関連する精製品の価格も上昇したことが影響した。

コンピュータ・電子・光学機器(構成比3.4%)は前年比11.0%増となったが、特にコンピュータおよび周辺機器(0.6%)が57.1%増となったことが大きい。コンピュータおよび周辺機器は、スイス向けが15倍と急増し、スペイン向けが3倍となった。

輸出を国・地域別にみると、上位2カ国であるドイツ(構成比13.1%)が前年比12.5%増、フランス(11.6%)が11.4%増と伸び、EU27向けも8.8%増と拡大した。しかし、中国、トルコ、ロシアなどの新興国市場やスイス向けの輸出が拡大したため、EU27向けの輸出割合は2010年の57.3%から56.0%へと低下した。EU27向けの輸出割合は2000年代前半には60%台前半で推移していたが、

2008年に58.7%と60%台を割り込んで以降、低下し続けている。

EU27向けの中で、ドイツ向けの輸出拡大は金属製品が前年比22.7%増、機械が17.6%増と伸びたことなどによる。金属製品では約4分の1を占める鉄・鋳鉄・鋼鉄が40.0%増と大幅な伸びを示した。機械では、ベアリング・ギア・トランスミッションが19.9%増と伸びた。フランス向けの伸びは、ドイツ向けと同様に、金属製品が22.9%増、機械が13.5%増と伸びたことなどによる。

その他のEU27では、英国向け(構成比4.7%)が、2010年に前年比8.8倍と急増した船舶輸出の反動による減少が影響して0.3%減となった。重債務国をみると、スペイン向け(5.3%)は欧州債務危機による経済の低迷で、1.5%増にとどまった。その他の重債務国については、アイルランド(0.2%)が1.5%増と微増となったが、ギリシャ(1.3%)とポルトガル(0.9%)はそれぞれ13.1%減、4.8%減となり、2010年に引き続き減少した。中・東欧については、各国ともに10%以上の伸びとなっており、中でもポーランド(構成比2.5%)は機械の伸びが、ルーマニア(1.6%)は繊維・衣料品・皮革製品の伸びが目立った。

スイス向け(構成比5.5%)は前年比30.5%増と大幅に伸びたが、金属製品が72.5%増で、中でも希少・半加工金属が2倍となった。その他、米国向け(6.1%)も機械や輸送機器の増加などにより、12.4%増となり、輸出相手国第3位の地位を確保した。

アジア大洋州向け(構成比9.5%)は、中国向け(2.7%)の伸びが寄与して前年比15.8%増となった。中国向けは好調を維持しており、16.2%増となって100億ユーロの大台に到達した。中国は2010年に輸出先として8位となったが、2011年には7位となり、輸出相手としての存在感を高めている。また、インド向け(1.0%)は、機械の伸びなどにより10.4%増となった。農業機械メーカーのマスキオ・ガスパルドは、2010年12月に世界最大規模のトラクター生産メーカーであるインドのマヒンドラ&マヒンドラと業務提携契約を締結した。マヒンドラ&マヒンドラが生産するトラクターと、マスキオ・ガスパルドが生産する多様な農業機器との組み合わせにより、インド市場に多様な製品を供給することが目的である。

新興市場については、ブラジル向け(構成比1.3%)が機械の伸びなどにより前年比23.4%増、トルコ向け(2.6%)が燃料・石油精製品や機械の伸びなどにより19.9%増となり好調を維持した。ロシア向け(2.5%)は、機械や繊維・衣料品・皮革製品の伸びなどにより17.8%増と拡大した。自動車も伸びており、ブラジル2倍、ロシア52.1%増、トルコ20.5%増と増加が著しい。自動車最大手のフィアットは、グループ全体として合弁や各種提携を

通じて、新興市場開拓を加速しているようだ。新興国市場との貿易は大手企業の動きを反映して今後も拡大することが期待される。

■ 新興国からの輸入が全体を牽引

輸入を品目別にみると、最大品目の鉱物・石油・天然ガス(構成比 17.3%)は、原油価格高騰に伴う輸入額増加により前年比 17.3%増となった。しかし、原油を数量ベースでみると、9.0%減と減少しており、原油価格が1バレル当たり(CIF)40.2%増(イタリア経済開発省)と高騰したことが輸入拡大要因となった。

金属製品(構成比 10.6%)は、鉄・鋳鉄・鋼鉄(3.7%)が前年比 19.5%増、希少・半加工金属(1.4%)が 26.7%増と伸び、全体で 17.5%増となった。中でも鉄・鋳鉄・鋼鉄は、トルコからの輸入が 3.1 倍と急増し、また、ウクライナからの輸入が 25.8%増となった。ウクライナは、ドイツやフランスを上回り、最大の鉄鋼輸入相手国となった。

輸送機器(構成比 9.5%)は、前年比 0.6%増と低調だった。特に主要品目である自動車(6.3%)が 2.0%増と微増だったことや、船舶(0.5%)が 30.4%減となったことが影響した。イタリア自動車工業会によると、2011 年の乗用車の新車登録台数は 10.8%減の 175 万 9,085 台となった。商用車(3.5 トンを超えるトラック)は 7.4%増と伸びたが、商用車以外は前年比で減少しており、自動車市場が総じて低迷したことが輸入にも影響した。

化学品(構成比 9.1%)は、プラスチック材料(2.6%)やその他の基礎有機化学品(2.5%)が伸び、前年比 13.1%増となった。国別でみると、ドイツ、フランス、ベルギーなどの EU 主要国からの輸入が大きかった。また、インドネシアは構成比は 1.6%と低いものの、2.7 倍となった。

繊維・衣料品・皮革製品(構成比 7.2%)は、前年比 10.9%増となった。イタリアテキスタイル・モダ産業連盟によると、繊維・衣料品は、特に糸や生地のような半製品の価格は、直接、原材料価格高騰の影響を受けやすいとしている。繊維・衣料品・皮革製品の輸入を国・地域別でみると、中国が 3.7%増と伸び、全体の約 4 分の 1 を中国が占めた。中国に続いて、ルーマニア、フランス、ドイツと EU27 域内が多く、これに続いてトルコが 17.5%増、インドが 13.1%増となった。また、割合は低いがバングラデシュも 30.9%増となり、輸入先が多角化している。

一方、前年比 11.9%減と全品目の中で唯一減少したコンピュータ・電子・光学機器(構成比 7.5%)は、最大品目である電子部品(2.2%)の減少が最も影響した。電子部品は 2010 年に 3.2 倍と急増したが、2011 年には 18.8%減と減少した。これについてはイタリア政府が進めていた太陽光由来電力の固定買い取り価格の段階的な引き下

げが、2011 年に入り加速したことで、太陽光発電設備の導入にブレーキがかかり、関連の電子部品が落ち込んだとの見方もある。国別では 2010 年に輸入が急増したドイツが 20.8%減となり、最も影響した。同様に 2010 年に急増した中国も 5.7%減となった。

輸入を国・地域別にみると、EU27 域内(構成比 53.3%)からの輸入は前年比 6.0%増となった。輸入における EU27 の割合は、2010 年から 1.5 ポイント低下し、輸出と同様に低下している。EU27 では、ドイツ(15.6%)、フランス(8.3%)、オランダ(5.2%)の上位 3 カ国は、前年比で増加したが、伸びは各国ともに EU 全体の 6%以下の小幅なものとなった。一方、中・東欧諸国では、10%を超える高い伸びを示した国もあった。ルーマニア(1.3%)は衣類、靴、自動車の伸びなどにより 10.9%増となった。同国の自動車大手ダチア(ルノー傘下)は、2010 年からイタリアでコンパクトスポーツ用多目的車(SUV)「ダスター」を販売し、同車の登録台数は 2011 年に 3.5 倍の 1 万 9,209 台に達した。チェコ(1.2%)も自動車などが伸び 10.2%増、ポーランド(1.9%)は、電子部品、希少・半加工金属、銅が伸びたが、液晶テレビなど映像機器が減少して、合計では 5.0%増の伸びにとどまった。

EU27 域外では、ロシア(構成比 4.5%)が資源価格高騰による天然ガスの輸入額増加のため前年比 23.3%増、スイス(2.8%)は医薬品の伸びにより、11.4%増となった。アジア大洋州(13.0%)は 6.3%増となった。東日本大震災の影響を受け、日本(1.1%)は 1.6%減少したが、インド(1.2%)が 25.1%増と大きく伸びた。また、中国(7.3%)が 1.8%増で、輸入相手国として引き続き第 3 位の地位を確保し、アジア大洋州全体としてはプラスの伸びとなった。また、米国(3.3%)は医薬品や航空・宇宙機器および関連装置が伸び、17.0%増となった。

アフリカ(構成比 6.9%)は前年比 9.9%減となった。これは北アフリカで広がった民主化・反政府運動(アラブの春)による混乱を受け、同地域からの輸入が 28.4%減と減少したことが影響した。特にリビアでは、石油・天然ガス大手の ENI(エニ)が、混乱によって天然ガスの生産活動を一時中断し、イタリアへの供給も一時停止した。

■ 目立ったフランス企業による対内直接投資

イタリア銀行によると、2011 年の対内直接投資(国際収支ベース、ネット、フロー)は、前年比 3.0 倍の 209 億 400

表 4 イタリアの対内・対外直接投資<国際収支ベース、ネット、フロー>
(単位:100 万ユーロ)

	2007 年	2008 年	2009 年	2010 年	2011 年
対内直接投資	32,038	△ 7,397	14,452	6,930	20,904
対外直接投資	70,310	45,739	15,315	24,656	33,961

【出所】イタリア銀行。

万ユーロとなった。

2011 年はフランス企業による大型投資案件がみられたのが特徴で、6 月には高級ブランドのモエヘネシー・ルイ ヴイトン (LVMH) グループが、高級宝飾品ブランドであるブルガリを株式交換方式で買収した。LVMH が発行する 1,650 万株を創業家であるブルガリー族が保有する 1 億 5,250 万株と交換するかたちで実施された。ブルガリー族が保有する以外の残りのブルガリ株についても、LVMH が公開買い付けで取得した。ブルガリは LVMH グループに加わることで、長期的な発展と世界市場における成長を強化し、特に購買と販売分野で高い統合効果を発揮するとしている。また、4 月には、乳製品を主体とする食品企業ラクタリスが、約 29% を出資している同業パルマラットへの出資比率を 83.3% まで引き上げた。ラクタリスはパルマラットを傘下に収めたことで年間売上高は合計約 150 億ユーロ、従業員数は約 5 万 2,000 人となり、世界でもトップクラスの乳製品企業となった。

その他、6 月には、銀行大手インテザ・サンパオロが 25.0% 出資する消費者金融ファンドメスティックの株式を 6 億 2,900 万ユーロで金融大手 BNP パリパ・グループに売却した。また、アパレル分野でも、10 月に投資ファンドのユーラゼオが、服飾品モンクレールに 4 億 1,800 万ユーロを出資し、株式 45.0% を保有するなど、多様な業種でフランス企業による投資案件が目立った。

業種別にみると、イタリアが誇る食品分野での投資が目立った。米国のワイン製造コンステレーション・ブランズは、10 月にトスカナ州のワイン老舗ルッフィーノを買収。12 月にはロシアのウオッカ製造や金融事業なども手掛けるロシアン・スタンダードが、スパークリングを主力とするワイン製造ガンチアの株式を 70.0% 取得するなど、投資案件が相次いだ。イタリア食品は世界で人気があり、外国企業にとっては「イタリア・ブランド」が市場開拓拡大の武器となるため、投資先として関心が高まっている。しかし、国内には、外国資本による買収からの「イタリア・ブランド」防衛は国を挙げて取り組むべき課題と指摘する産業団体も現れている。

サービス産業では、流通・小売り分野への投資がみられた。5 月にはタイの流通セントラル・リテール・コーポレーションが 2 億 6,000 万ユーロを出資し、大手百貨店ラ・リナシェンテを買収した。セントラル・リテール・コーポレーションはリナシェンテを欧州ビジネス拡大の契機とし、今後 5 年間で世界の五大百貨店の一つとなることを目指している。また、6 月には英国の投資ファンド BC パートナーズが、イタリアの関連会社を通じ、服飾品を中心とした流通コイングループの株式 78.7% を取得した。BC パートナーズは、同グループの確立されたブランド力を活用しな

がら国内外へ事業拡大するとしている。イタリアを代表する流通 2 社としても、外国資本を活用して国外市場を視野に入れた新たな展開を模索しているようだ。

エネルギー分野では、3 月に英国投資ファンドのテラ・フィルマが、太陽光発電レーテ・リンノバービレを約 6 億 4,100 万ユーロで買収した。米国の投資ファンドファースト・リザーブ・コーポレーションは、熱発電機器製造アンサルド・エネルギーに 45.0% 出資することを 3 月に発表するなど、投資ファンドによるエネルギー関連分野での投資もみられた。

通信業においては、2011 年 4 月、オランダの携帯通信 ヴィンペルコムがイタリアのウィンドテレコムを通じて同国のウィンド・テレコムニカチオーニの株式を 100% 取得した。これにより、ヴィンペルコムは世界 20 カ国・地域に加入者をもつ世界第 6 位の携帯通信サービス事業者となった。

■ エネルギー関連の対外直接投資が活発

イタリア銀行によると、2011 年の対外直接投資 (国際収支ベース、ネット、フロー) は、前年比 37.7% 増の 339 億 6,100 万ユーロとなった。

2011 年の投資案件をみると、3 月に電力や通信分野向けの電線製造プリズミアンがオランダの同業ドラカ・ホールディングを株式公開買い付けによって買収した。プリズミアンは買収によって、風力や太陽光発電所に使用される工業用電線分野でのシェアをさらに拡大する。また、中国、ブラジルなどの新興市場での生産を拡張するなど、今後高い成長が見込める分野や国に焦点を当てた事業を展開する。

エネルギー関連投資は活発で、政府系投資機関カッサ・デポジティ・エ・プレステティは、12 月に天然ガス管理トランス・オーストリア・ガスライトウングの株式 89.0% を取得した。投資額は約 7 億 1,000 万ユーロで、エネルギー大手エニから買い取るかたちで実施された。エニは 2012 年 1 月にベルギーの電力・ガス供給ヌオン・ベルギーとヌオン・パワー・ジェネレーション・ワロン (法人登記はオランダ) を買収するなど、国外事業を積極的に展開している。

その他、通信サービス最大手テレコムイタリアは、3 月にオランダの子会社を通じてアルゼンチンのソフォラ・テレコミュニケーションズへ追加出資し、同社への出資比率を 58.0% から 68.0% へ引き上げた。また、10 月にはブラジルの子会社を通じてブラジルの通信インフラ事業エレクトロパウロ・テレコミュニケーションズを買収、さらに同国の AES コミュニケーションズ・リオデジャネイロに 98.3% 出資した。テレコムイタリアは、2011 年にブラジルでの売上高が前年比 18.0% 増、アルゼンチンでは 26.0% 増と好調であるため、中南米での事業を積極的に展開していく。

自動車では、フィアットが、2011年7月にカナダ政府が保有していたクライスラー(米国)の株式1.5%を1億2,500万ドルで、さらに米国政府の保有株式6.0%を5億ドルで買収し、46.0%だった比率を53.5%を超えるまで高めた。2012年1月にはさらに比率を5ポイント引き上げて58.5%としている。同5ポイントの引き上げは、クライスラーが低燃費のフィアットの車台や技術をベースとした自動車を開発し、米国内工場で商業生産を開始することにコミットしたことによって実現した。

■ 震災や円高の影響で 13年ぶりの対日貿易黒字

イタリア国家統計局によると、2011年の対日貿易は、輸出が前年比18.1%増の47億3,800万ユーロ、輸入が1.6%減の42億2,100万ユーロとなり、13年ぶりの貿易黒字に転じた。1998年以降、貿易赤字が続いていたが、東日本大震災、ユーロ安・円高などの影響を受けて日本からの輸入が減少したことが影響した。

対日輸出では、全体の28.8%を占め、最大の品目である繊維・衣料品・皮革製品が前年比16.3%増となった。中でも旅行用品・かばん(6.5%)、その他衣料・アクセサリー(5.9%)などが増加した。

医薬品(構成比15.7%)は前年比26.1%増となった。医薬品は2009年に輸送機器や食品・飲料・たばこを抜いて第2位の対日輸出品目となり、拡大を続けている。中でも、薬剤・調合剤が輸出全体の13.7%を占め、主要な輸出品目となっている。日本の少子高齢化などの社会構造の変化に伴い、医薬品は対日輸出の主軸となりつつある。

食品・飲料・たばこ(構成比12.2%)は、ワイン(2.6%)の増加などにより前年比11.4%増、輸送機器(11.9%)は自動車(5.3%)や航空・宇宙機器および関連装置

(3.1%)などの増加により41.9%増となった。特に自動車では、フィアット傘下のマセラティが、2011年に日本市場で販売台数を前年比22.0%増とした。同社は2011年1月に日本法人を設立し、日本での販売を強化している。また、ランボルギーニ(フォルクスワーゲングループ)も2011年の日本市場において「ギャルド」の販売台数が6割増を記録するなど、ユーロ安・円高を追い風に高級車メーカーの販売が好調となった。一方、燃料・石油精製品(0.3%)は72.9%減となり、数量ベースでも約3分の1に減少した。

日本からの輸入では、機械(構成比25.4%)は、特殊用途用機械(4.4%)の伸びなどにより、前年比28.0%増となり、一方で輸送機器(31.0%)は、自動二輪車(5.3%)が減少したことが最も影響して6.2%減となり、主要輸入品目で明暗が分かれた。ゴム・プラスチック・非金属鉱物製品(5.0%)は5.5%増、金属製品(4.3%)は鉄・鋳鉄・鋼鉄(2.0%)の増加により、16.0%増となった。

食品・飲料・たばこ(構成比0.1%)や農林水産物(0.1%)は、福島第1原子力発電所被災によってEUが日本からの輸入食品・飼料に対する放射線検査に関する規則を実施していることが影響して、それぞれ37.5%減、20.0%減と大幅に減少した。日本からの食品や農林水産物輸入は、税関での手続きに時間やコストが必要となっている。また、構成比が12.6%を占めて第3位となった化学品は、0.8%増と伸びが小さかった。コンピュータ・電子・光学機器(7.9%)は電子部品(2.0%)の大幅減少により29.4%減、医薬品(4.8%)も25.9%減となった。

■ イタリア企業の強みを生かす投資が顕著に

日本銀行の「業種別・地域別直接投資」によると、2011年の日本の対イタリア直接投資は784億円となり、前年比2.4倍となった。業種別では鉄・非鉄・金属618億円、輸

表5 イタリアの対日主要品目別輸出入<通関ベース>

(単位:100万ユーロ、%)

	輸出(FOB)				輸入(CIF)			
	2010年		2011年		2010年		2011年	
	金額	金額	構成比	伸び率	金額	金額	構成比	伸び率
繊維・衣料品、皮革製品	1,174	1,366	28.8	16.3	95	98	2.3	3.2
医薬品	588	742	15.7	26.1	274	203	4.8	△ 25.9
食品・飲料・たばこ	517	576	12.2	11.4	8	5	0.1	△ 37.5
輸送機器	398	565	11.9	41.9	1,393	1,307	31.0	△ 6.2
機械	362	396	8.4	9.4	838	1,073	25.4	28.0
化学品	281	325	6.9	15.7	526	530	12.6	0.8
コンピュータ・電子・光学機器	139	176	3.7	26.6	470	332	7.9	△ 29.4
ゴム・プラスチック・非金属鉱物製品	102	121	2.5	18.6	199	210	5.0	5.5
電気機器	62	75	1.6	21.0	128	119	2.8	△ 7.0
金属製品	54	61	1.3	13.0	156	181	4.3	16.0
農林水産物	19	32	0.7	68.4	5	4	0.1	△ 20.0
木材・木工品、紙製品・印刷物	25	26	0.5	4.0	19	15	0.4	△ 21.0
燃料・石油精製品	48	13	0.3	△ 72.9	35	4	0.1	△ 88.6
鉱物・石油・天然ガス	2	2	0.0	0.0	5	6	0.1	20.0
合計(その他含む)	4,011	4,738	100.0	18.1	4,288	4,221	100.0	△ 1.6

送機械器具 79 億円などの金額が大きかった。

輸送機械関係では、自動車関連で競合メーカーを買収する動きがみられた。2011 年 5 月、大気社は自動車産業向け塗装システムの設計・施工を行うゲイコ(本社:ミラノ)の株式 51.0%を買収した。大気社とゲイコは競合関係にあったが、同社は今回の買収により、欧州自動車メーカーを中心とする顧客を持つゲイコの販売チャンネルを取得した。また、2011 年 7 月には、矢崎総業がイタリア、ポーランド、ブラジルなどに販売拠点を持つワイヤーハーネスのカブレレットラを、欧州およびブラジルでの体制強化を目的に完全買収した。カブレレットラは 2009 年に破産し、競争入札によって買収先を探していたところ、矢崎総業が落札した。

そのほかにも、ヘルメットの製造・販売を行う SHOEI はイタリアに 100%子会社を設立し、2011 年 8 月から同国におけるヘルメット販売を同子会社による直販体制に移行した。トヨタ紡織は、欧州における初めてのデザイン拠点としてミラノにカーインテリアデザインスタジオを設立し、2011 年 9 月から活動を開始した。また、2011 年 6 月には、ヤンマーが再生可能エネルギーやエンジニアリングデザインなどを研究開発するための R&D 拠点をフィレンツェに開設するなど、輸送機械関連企業による拠点の設立がみられた。

輸送機械関係以外では、2011 年 1 月に住友化学が、欧州における農薬事業の強化を目的に、大手農薬イサグロ・イタリアの株を買増し、完全子会社化した。2011 年 12 月には、大塚メディカルデバイスが自走式使い捨て大腸内視鏡システムのエラ・エンドスコーピーの株式 24.7%を取得。本買収によりエラ・エンドスコーピーの大腸内視鏡を日本で独占製造・販売する権利を取得した。

また、2011 年 6 月には NTT データが、ドイツ子会社を通じて IT コンサルティングやシステム開発などを展開するバリューチームを買収した。NTT データは買収によって南欧・地中海地域をカバーし、欧州地域での顧客サポート体制を強化する。また、バリューチームはブラジルやアルゼンチンでも事業を展開しており、NTT データは特にブラジルを中核として、南米地域の成長機会を取り込むことも狙う。2011 年 12 月には、住生活グループ(現 LIXIL グループ)が大手カーテンウォール製造ペルマステイリーザを、ルクセンブルク企業から約 5 億 7,500 万ユーロで買収した。ペルマステイリーザは 27 カ国で事業を実施しており、買収によってペルマステイリーザのカーテンウォールと自社製品を組み合わせ、ビル関連事業の売り上げ拡大を見込んでいる。

2012 年に入ってから、動きがみられる。三菱商事が英国子会社を通じて、エーアール・インダストリ・アリメンタ

リのトマト加工品製造・販売子会社の株式 51.0%を取得することを発表した(1 月)。日本電産がプライベート・エクイティファンドのオランダ関連企業を通じて、産業用モーター製造・販売アンサルド・システム・インダストリアリを買収することを発表した(4 月)。NTTドコモがドイツ子会社を通じてモバイルサービスを提供するボンジョルノの株式を、株式公開買い付けによって取得することを発表した(5 月)。イタリア企業の中には、ブラジルを中心とした中南米での事業展開で先行している企業もあり、新興市場取り込みという観点でイタリア企業との連携が日本企業にメリットをもたらす可能性がある。

2011 年のイタリアの対日直接投資は 9 億円となり、リーマン・ショック後の 2009 年の 19 億円の引き揚げ超過からは回復したものの、2007 年(71 億円)、2008 年(33 億円)、2010 年(138 億円)と比べると低い水準だった。

業種別では、卸売り・小売業が 3 億円となったが、鉄・非鉄・金属が 10 億円の引き揚げ超過となった。

2011 年 4 月には、自家用車、産業用機器などの冷却システム(送風機)のデザインと製造を手がけるスパル・オートモーティブが、東京都内に日本法人を設立。日本のシステムインテグレーターや大手メーカーとの関係を強化し、日本への OEM 販路拡大を目指している。またディーゼルエンジン向けなどのクリーニングフィルターを製造・販売するフィルトレックスは 2012 年 1 月、神戸市に日本法人を設立した。震災やイタリア経済低迷などの悪条件が重なる中、機械関係企業の積極的な投資が目立った。