イタリア、生産地域のワインツーリズム支援へ政令

ワイン保護コンソーシアムや生産者団体は、訪問、イベント、その他のプロモーションに対する助成を申請できる。第1回申請の締切は2026年12月15日。

2026年9月24日（木）



イタリアはワインツーリズムを支援する新たな措置を始動した。フランチェスコ・ロロブリジーダ農相は、国内のワイン生産地域に関連する訪問、イベント、その他の活動の促進を目的とした政令に署名したと述べた。

この措置は水曜日、農業・食料主権・森林省（MASAF）が発表した。同省によると、この政令は、いわゆるワイン・パッケージの下で欧州連合（EU）の共通農業政策（CAP）に含まれるワイン施策の改革をイタリアで施行するものだ。

同省は、この政令の狙いは、ワインツーリズムを促進し、イタリアワインの品質を、その生産地である地域の魅力と結びつけることで、一般の認知を高め、ブドウ畑の評価を向上させることだとしている。実際には、この措置は、来訪者をワイン産地やワイナリーに直接呼び込み、生産者が自らの製品を、製造された環境の中で紹介できる地域のプロモーション施策を後押しすることを想定している。

政令上の対象者は、ワイン保護コンソーシアム、生産者組織、生産者間組織である。これらの団体は、イベント、会合、訪問、その他のプロモーション活動を含む、地域で実施される活動への支援を申請できる。同省は発表で資金総額を示さず、各事業が受けられる支援額も明らかにしなかった。

ロロブリジーダ氏は、この政令はイタリアワインのイメージを強化し、地方の成長を支えるためのより広範な取り組みの一環だと述べた。同省が公表したコメントでは、ワインツーリズムの振興は、イタリア全土の高品質生産、景観、文化、ホスピタリティ、伝統を高め、発展の機会を生み出す助けになると語った。また、同氏は、この措置は、同国にとって戦略的な分野と自ら呼ぶ部門の競争力を高めるため、イタリアが欧州レベルで行ってきた取り組みを反映しているとも述べた。

この政令は、欧州全体の生産者が需要を喚起し、消費者との関与を深め、瓶売り以外の収益源を多様化する新たな手段を模索する中で、イタリアのワイン政策に新たなツールを加えるものだ。ワインツーリズムは、ワインを旅行、食、地域アイデンティティ、そして消費者への直接体験と結びつけるため、この戦略においてますます重要なチャネルになっている。飲料業界にとっては、単なるデスティネーション・マーケティングを超えて重要性を持ち得る。より強い観光提供は、ブランド・レピュテーションを支え、現地販売を増やし、宿泊・飲食や地元商業に結びつく支出をワイン産地が取り込む助けになる可能性がある。

同省によると、助成申請は、イタリアの農業支払機関Ageaが各州と協議のうえ定める手続きに従い、毎年10月30日まで提出できる。ただし2026/2027年度については締切が後ろ倒しとなり、2026年12月15日になる。

この日程は、対象団体に新枠組みの下で提案を準備するための最初の目安を与える。申請ルールはAgeaが地域当局とともに定めるため、運用面の詳細は、国と地域の機関がどのように実施を調整するかに一部左右される見通しだ。同省の声明では、そうした手続きがいつ公表されるかは示されなかった。

コンソーシアムや生産者団体に重点を置くことは、イタリアのワイン制度において重要だ。そうした組織はしばしば、原産地呼称の保護、プロモーションの調整、個々の企業ではなく生産者グループの代表という中核的な役割を担うからだ。政府は、そうした構造を通じて支援を配分することで、地域、呼称、あるいは地域の生産システムを、来訪者にとって一体の目的地として提示できる集団的プロジェクトを狙っているようだ。

この政策はまた、農産物に土地に根差した価値を結び付ける、イタリアの長年のアプローチにも合致する。ワインの場合、それはボトルやラベルだけでなく、ぶどう畑、村、食文化、文化遺産を観光によって訴求することを意味する。公式発表は新政令をそうした観点で位置づけ、イタリアのワイン遺産の独自性を北から南まで示す手段としてワインツーリズムを提示した。

同省の声明には追加の実施文書は含まれておらず、採択された事業がいつ開始できるのか、また措

置の有効性をどのように評価するのかも示されなかった。さらに、地域、原産地呼称、活動の種類ごとに事業を優先する基準が設けられるかどうかも明らかにしなかった。政令の始動から明らかなのは、イタリアがCAPのワイン枠組みを、生産や市場対策を支えるだけでなく、観光を通じたプロモーション強化にも用いており、第1回分の申請は2026/2027年に向けた12月15日の締切に結び付けられているということだ。