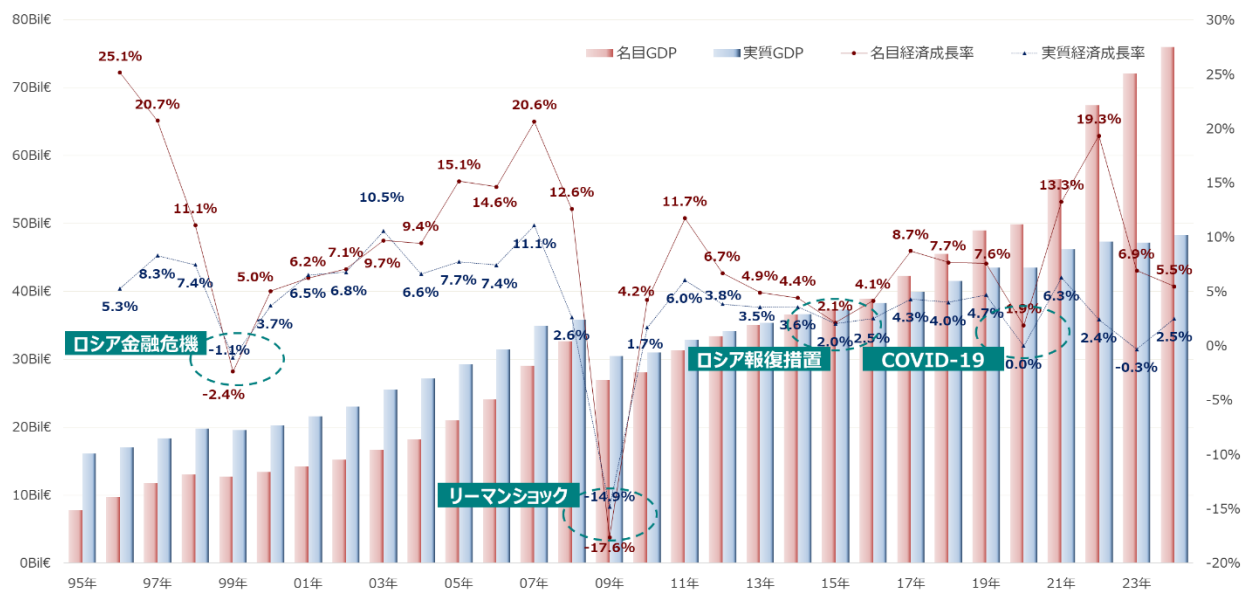


安全対策協議会（経済分野のご紹介）

1. リトアニア経済について

(1) GDP 成長率の推移ⁱ

- 独立回復以来、民営化等の経済改革を推し進め、市場経済体制推進を図り、マクロ経済指標は大幅に改善。
- 外国からの直接投資や輸出入拡大により、2001 年以降は 6% 台の経済成長率を達成してきたが、2008 年後半からの世界的金融危機により経済状況が急激に悪化し、2009 年はマイナス 15% を記録。
- その後、内需の回復により、3% 台の成長軌道に戻したものの、ウクライナ情勢を受けた EU 諸国の対ロシア制裁に対抗して、2014 年 8 月からロシアが実施した措置がリトアニアの農林畜産業及び運輸産業に影響を与え、さらに、ロシア経済の低迷によって輸出が鈍化したため、2015 年成長率は 2.0% にとどまった。
- その後、おおむね順調に 4% 台の成長率で推移したが、2020 年は新型コロナの影響で成長が停滞したものの、2021 年以降は回復基調に転じ、再びプラス成長を記録。
- 2023 年は、国内のインフレおよび高金利による内需低迷に加え、主要輸出先であるドイツ経済の停滞も重なり、産業部門が振るわず、再びマイナス成長に転じている。



(2) 主要産業

- 食料、化学、木材、家具、繊維工業が発展しており、石油精製事業と共にリトアニア経済を支える主要産業。
- 近年、政府はフィンテック、レーザー、ライフサイエンスⁱⁱ（医療機器、バイオテクノロジー、製薬など）の分野を国家戦略として重点的に育成しており、その結果、バイオテクノロジー、製薬、レーザー、IT、電気通信などの先端技術産業が目覚ましい成長を遂げている。特にバイオテクノロジーは中東欧諸国の中でも高く評価されている。

ⁱ リトアニア統計庁 HP（引用：<https://osp.stat.gov.lt/paieska?q=BVP>）

ⁱⁱ 政府は政策の最優先と位置付け、2018 年、政府はライフサイエンス分野を、2030 年に GDP の 5% 規模の産業に育てるという野心的な戦略目標を策定。リトアニアのライフサイエンス分野は 2024 年には GDP の 2.5% を占めている

2. 日本・リトアニアの経済関係

(1) 日系企業数

- リトアニアにおける**日系企業数は 15 社**。本邦企業の子会社や孫会社、支店など設立形態はさまざまである（別紙参照）。
 - ✓ JT（日本たばこ産業）は、バルト三国の地域本部として「JT バルティック」をリトアニアに設置し、現地での事業展開を進めている。
 - ✓ 2023 年 9 月末、ローランド ディー・ジー.は、VEIKA 子会社の Dimense Print の過半数株式を取得し、リトアニア壁紙市場に参入。当地初の駐在員も派遣している。

(2) 主要貿易品目ⁱⁱⁱ

- 2024 年のリトアニアにおける日本の貿易額は、輸出先・輸入元ともに第 45 位。

（単位：億ユーロ）	2022 年	2023 年	2024 年	主要貿易品目
輸出品 （リ→日）	1.0	0.9	1.0	光学・医療・精密機器（19.8%） 化学製品（18.1%） 肉・魚介類の加工品（10.5%）
輸入品 （日→リ）	0.9	0.9	0.7	機械装置及び電気機器関連（33.2%） 自動車部品や付属品（19.8%） 化学繊維 短繊維（9.6%）

(3) 生活に身近な輸出入製品の一例

- 輸出品（リ→日）
 - ✓ リトアニア食品の日本国内での流通事例としては、**コストコではリトアニア産ビールヴォルフ・アス・エンガルマンが販売され、業務スーパー（神戸物産系列）ではチョコ風味のシリアルやカッテージチーズ**が取り扱われている。
 - ✓ その他にも、**カルディの燻製チーズ、無印良品のクラッカー、タカナシ乳業のリトアニア製アイスクリーム**なども流通し、リトアニア食品は日本市場で着実に認知を広げている。
 - ✓ 直近では、リトアニアの**ミネラルウォーター『ビルテ』と富山県・吉乃友酒造『后米麴』を融合させた甘酒「**Amazen**」**が開発された。
- 輸入品（日→リ）
 - ✓ マキシマなどのスーパーマーケットでは、**日清・味の素のインスタントヌードル、キッコーマンの調味料やみそ汁、グリコのポッキー、抹茶製品、キューピーのマヨネーズやドレッシング**など、身近な日本の輸入食品として取り扱われている。
 - ✓ 味の素は**リトアニアのプロバスケットボールチーム、Vilnius Rytas のスポンサー**でもある。



甘酒 Amazen は、大阪・関西万博のバルトパビリオンにて先行販売中（価格：1 本 880 円（税込））



2024 年より、味の素が Vilnius Rytas をスポンサー支援。試合中に「OYAKATA」の広告を掲出。

3. EXPO 2025 大阪・関西万博

(1) バルトパビリオン

- ラトビアとともにバルト共同館敷地**として、タイプ B（建物渡し方式）で出展。
- デザインコンセプト「WE ARE ONE」、バルト地域の自然、人類、技術の掛け合わせにより生まれる相乗効果と、より良い未来に向けて人々の協力を鼓舞するという意味が込められている。
- 公式マスコット「バラビちゃん」は、バルト地域の豊かな自然を象徴するボルチーニ草をモチーフ**にデザインされており、自然の大切さを伝える存在となっている。

(2) スケジュール

- 建国記念日である **7 月 6 日をナショナルデー**とし、国の代表者や賓客を招いた式典やパフォーマンス、展示を行い、来場者はその国の特色をより深く体験が可能。
- 経済イノベーション大臣（5/15）、大統領（6/9）、官房長官（7/6）、文化大臣（8/23 バルトの日）で会場訪問予定。運輸通信大臣やエネルギー大臣も訪問機会を模索。



約 300 種の薬草サンプルを壁一面に展示。リトアニアの植物百科事典の世界を体験



バルトパビリオン中央に設置された緑のインタラクティブガラス「Kizuna Wall」（写真左）
「松」「シラカバ」「トウヒ」などを選んで、タッチスクリーン上で仮想植林を行う（写真中央）

バルトパビリオンの公式マスコット「バラビちゃん」

ⁱⁱⁱ リトアニア統計庁 HP（引用：<https://osp.stat.gov.lt/paieska?q=BVP>）

【注意】本資料に掲載の写真・画像の一部には、掲載許可を得ていないものが含まれます。本資料はこの場限りの使用に限られており、複製・転載・二次利用はご遠慮ください。