

産業振興計画は、今年度新しくパンフレットを作成し、市町村や商工会議所などに置いていただくだけでなく、例えばローソンさんとか、包括協定を結んでいるコンビニエンスストアにも置いています。また、郵便局、銀行の支店にも置かせていただいています。

高知県の経済は、昨年以来のリーマンショックもあり、非常に厳しい状況になっていますが、今回の不況では高知県だけが苦しいわけではありません。世界中が急激に厳しくなっています。100年に一度の大不況と言われる所以ではないかなと思います。こういう問題に対しては、7月議会に補正予算を提出します。戦後、最大級の補正予算になります。公共事業の追加や雇用対策などを迅速に打ち出して、少しでも経済の傷を小さくしたいと取り組みを進めます。しかし、高知県の経済は、緊急の経済対策を打つだけでは、駄目だと思います。

高知県の経済にとって何が一番問題か、それは全国の景気がどんどん良くなった時期にも全く変わることができなかったことです。平成12年当時は、高知県も全国も有効求人倍率が0.5~0.6ぐらいで、非常に近くなっています。ただ、平成12年から19年にかけて全国の景気は、どんどん回復しました。しかし、高知県は全く変わっていません。要するに、全国の景気回復に付いていけなかったということです。実は今回の景気回復は、典型的な外需主導型でした。輸出が増え、全国的には景気が回復していました。ところが高知県の輸出は、全国でも最低レベルです。全国で外需主導の景気回復をしたということは、逆に言うと国内での需要はあまり伸びなかったということです。平成17年から国内人口は減り始めました。また、高齢化も急激に進み、一人一人が使うお金が少なくなっています。だから、国内市場があまり大きくなれない。日本全体がそういう時代に突入しているということです。

以上のことから、非常に深刻な点が2点あります。10年20年という視野を持ったとき、今後外需主導で生き抜かなければなりません、残念ながら高知県にとって輸出は非常に弱い点です。もう1つは、全国では平成17年から人口が減少していますが、高知県は全国に先行し15年前から人口が減り始めています。そして、高齢化も全国に10年先行している状況です。要するに、高知県の経済は平成から小さくなり続けています。県内市場が小さくなると県外からお金を稼いでくる体力づくりが必要になります。本来、先々をにらめば輸出でお金を稼ぐ力が必要ですが、そこまで一足飛びにいかずとも第一にやらなければならないのは、県外からお金を稼いでくる体力づくりだと思います。全体として見れば、高知県はその力の弱い県だと言わざるを得ません。むしろ県外にお金をたくさん支払っています。香川も愛媛も黒字です。徳島は3,000億円の赤字、高知県は6,000億円の赤字です。県内市場がどんどん小さくなっており、外からお金を稼いでこないといけないのに、高知県ほど外にお金を支払っている県はないということです。

要するに、これを逆回転させなければいけません。それがないと、再び日本全体の景気が回復するときでも、高知県経済が回復することにはならないと思います。他県は緊急経済対策だけでいいかもしれませんが、高知県は経済体質を抜本的に強くする対策を取らなければならないと思います。

基本方向としては、足下を固め、活力ある県外市場に打って出る力が必要です。まずは、地産地消を徹底して、その上で、地産外商を進めていきます。これは、ものでしたら県外にも持って行って売れる体力づくり。地域で言えば、例えば中山間部が高知市からお金を稼いでこれる力を持つ。いずれは中山間部が県外にも売り、お金を稼いでくる力を得たいと思

います。

そしてもう一つは、観光です。県外の人に来てくれて高知県でお金を使えば、それは外貨を稼いだことになります。即ち、観光面における地産外商は、県外客をいかに呼んでくるかになると考えています。

いろいろな取り組みを今後進めたいと考えています。特に首都圏や近畿圏で売ろうとすると、輸入品も含めてものが溢れていますので、なお勝ち抜く競争力が必要です。そのためには、消費者に本当にうけるかどうかのテスト販売をやっていかなければなりません。借金を負う前にアドバイザーを派遣して、商品の企画段階から厳しい意見を言ってもらい、消費者目線でのものづくりを進めることも必要ではないかと考えています。県内の量販店さんにも協力を願う。さらには、県外での商談会とか県産品フェア。既に大阪事務所では、昨年1年間に匹敵するだけの県産品フェアや商談会などを盛んに実施しています。そういう場にぜひご参画をいただき、本当に消費者の目線でうけるものか試していただきたいです。

さらにもう一つ、「ものづくりの地産地消」。高知県の素材は素晴らしいですが、残念ながらそれを使用し、県外の業者さんが加工して売ることが盛んに行われています。素材が売れる点では素晴らしいですが、うまく加工すれば値段が10倍にも跳ね上がる時があります。ここに所得と雇用が生まれるはずですが、このプロセスを県外に持っていかれています。だから、できるだけ県内事業者さん同士でできるように、インターネットを使ったマッチングなどの機会を設けて、県内に所得が落ちるようにしたいです。

そして、販路開拓・販売拡大には、例えば高知市の量販店に、それぞれの地域アクションプランの取り組みに対して、試し売りから実際の販促までいろいろな売り場を設けていただくご協力をお願いしているところです。それから、第2点目に例えば首都圏、近畿圏には既に相当のネットワークがあります。このネットワークのパイプを太くして、商談会や県産品フェアなどを従前の4倍ぐらいのスピードで実施しています。ただ残念ながら、首都圏では高知県の知名度はものすごく低い状況です。だから一種フロンティアを開拓するつもりで臨まなければなりません。セールス拠点例えばアンテナショップを東京に設ける。現在ある高知県のアンテナショップには11万人ぐらいしかお客さんが来ませんが、沖縄とか北海道には200万人以上が来ています。200万人以上に接することができるのは、ものすごく売れる雑誌を1冊丸々高知県がPR誌として持っているのと同じ効果を持っています。だから凄まじいインパクトを持つ、そういう威力のあるものを造っていくことで、例えばテストマーケティングに使ってもらおう。もっと言えば、そこで得たデータを基に実際に外販活動を行う。7月議会で認めていただけたら、地産外商を進めていく財団を新しく設けたいと考えています。アンテナショップのデータを基に、県外の外食、中食、デパートに売り込みをかけていく。主役は民間の皆さんですが、それを後押ししていく取り組みも行いたいと考えています。あとは、海外向けの輸出の展開を進めたいと思います。

県外で売れるものを作るには、かなり魅力のある、付加価値の高いものにしないといけません。そのためにも、第一次産業の素材、第二次産業の製造業、第三次産業のいろいろなデザインとかパッケージを組み合わせて、連携をして、付加価値を高める取り組みが必要です。これを生産段階から企画・流通・販売段階までそれぞれの手段でPR、バックアップをしていきたいと考えています。素材を加工してデザインを加えて売っていくことには、もう一つ

大きなポイントがあります。高知県から首都圏などにものを運ぶには、凄まじい物流コストと物流時間がかかります。そしてもう一つ、他県に比べて非常に平野の少ない県です。取れるものの量が少ない、ロットが小さいという弱点もあります。この二つを補うために高い物流コストを越えて、量が少なくても全体として儲けを出すためには、売るものの単価が高くないといけません。この弱点を根本的に克服するためにも、産業間で連携をして、高い付加価値のものを作りだしていくことが必要です。残念ながらこの高付加価値化、産業間の連携も高知県は不得意です。四国4県の県際収支では、第一次産業は高知県が一番大きいです。外からお金を稼いでくる力も持っています。強みのある第一次産業から付加価値を上げていくには、食品を加工して売ることが必要です。徳島・香川・愛媛は黒字で、高知県だけ赤字です。普通は赤字になりやすいものです。ただ、それを大きく上回って黒字を稼いでくる手段を、他の県はそれぞれ持っています。考えてみれば、日本は加工貿易立国です。これを得意技として、世界の中でやってきて、今日の地位を築いた国です。残念ながら高知県はここが非常に残念です。逆に言いますと、ここまで取り組みが進んでないわけです。何もかもやりきった結果、今の非常に厳しい状況でしたら暗い気持ちになりますが、まだ大いに伸びる余地があると思います。いろいろな技術センターの技術支援、食品加工の関係、県には食品加工室を設け、新たな取り組みを進めたいと思います。

3番目の課題は、第一次産業の強みが強みでなくなりつつあるということです。担い手がどんどん少なくなっています。最初に述べた地産外商戦略を進めること、産業間の連携を強化していくこと、これによりご飯が食べられる第一次産業にしていくことが一番大切だと思います。第一次産業できちんと子供が育てられるようにならないと、若い人もなかなか就業しないと思います。直接的に担い手を作っていくため、研修や土地を探すことなどきめ細かい支援策を新たに設けています。

そして成長が期待できる新たな分野の育成を行いたいと思います。環境・健康福祉・食品・天然素材といったテーマ。本県にはもともと種があると思いますので、企業研究会を設置することにしています。いろいろな企業に自由に入っていただき、技術の専門家、マーケティングの専門家たちと一緒に研究会をやり、事業戦略づくり、その背景についてお手伝いをし、その研究会を卒業していただき、自ら事業計画を作られた方にはソフト面・ハード面それぞれで補助金を交付させていただくという形で、できるだけ新分野を伸ばしていきたいです。

今回の計画は、とにかく本気で実行することが大切だと思います。年間の事業計画では、それぞれの施策に5W1Hを具体的に書いています。そして、必要なものには全て予算措置をしてあります。県庁の組織も抜本的に見直しました。地域産業振興監を各地域に派遣し、いろいろなお相談への対応、地域アクションプランを育てていくためのバックアップをさせていただきたいと思います。

あと二つ、従来の計画と違うところがあります。今まで高知県が作る計画というのは、いかに生産を効率的に行うかに力を入れていました。それも大切ですが、私は県民の雇用を作り、県民の所得を向上させたい。そのためには、販売促進の支援策が必要だと思います。県庁が販売促進やテストマーケティングをする枠組み、そのための場を構えて、皆さんに参加をしていただきたい、バックアップさせていただきたいと思います。

最後になりますが、この計画は経済状況の変化に対応して毎年度改定します。アクション

プランはそんなにハードルが低いわけではありませんが、新たに追加することもできます。だから、県民の皆様に関係のない計画ではないということです。

一人一人の心がけで地産外商できることはたくさんあります。例えばお中元は地元のものを買って県外の人に送る。そのときには観光情報などのパンフレットを同封しておく。夏休みには友達を県外から高知に来るように誘ってみる。とにかく経済活動は民間の皆様が主役。ただ高知県は本当にハンディの大きい県です。やはり官民協働で、ともに手を携えて経済の振興に取り組まなければならなりません。この産業振興計画、本気で実行していきたいと考えています。意欲と活力と知恵にあふれた「土佐を元気にし隊」の皆様方のご指導、ご鞭撻、ご協力をぜひともたまわりたいと考えています。どうぞよろしくお願い申し上げます。