

高知県では、昨年のリーマンショック以降非常に厳しい経済状況が続いています。高知県の経済が厳しい本当の問題点は、全国の景気が悪くなると同時に同じように悪くなる場所に止まるものではありません。平成12年から平成19年は全国の景気がどんどん良くなりました。しかし、その時期にも高知県だけは良くなることができなかった。ここに本当の問題があると思います。高知県の経済体質は弱体化しています。なぜ弱体化したのか。日本全国が好景気の頃は、いわゆる外需主導、外国に対する輸出により経済を好景気にしていくことが行われてきました。しかし、高知県は外国への輸出は全国でも最下位です。そういう日本全体の動きについていけなかったことが一つ。もう一つは、県内市場がどんどん縮小していることにも問題があると言わざるを得ません。高知県の人口は、県外に出ていく人が多いことよりも、亡くなる方が生まれてくる赤ちゃんの数よりも多いことにより減少しています。さらに高齢化も加わり、一人ひとりの使うお金が少なくなってくる。子育てをしている世代よりも、それが終わった世代の人の方が使うお金が少ないこともあり、県内の市場規模がどんどん小さくなっています。実際、県内の商品売上額はピークに比べて20%小さくなっています。足下の県内市場が小さくなれば、県外からお金を稼いでくる力をつけなければなりません。地産外需をしていくことが重要だと思います。県外にももの売り込んで外貨を稼いでくる。さらに、県外から観光客を呼び込んできて、地元でお金を使ってもらうことも地産外需です。こういう取り組みを全力で進めていかなければなりません。高知県にはおいしい食べ物がある、すばらしい自然が残っている、すばらしい歴史がある、そしていろいろなお祭りに代表されるすばらしい人たちがいるという強みがあります。この強みを生かし、県外からお金を稼いでくる体力をつけていきたい。それを民間の元気のある皆様方とともに成し遂げていこうとするのが、「高知県産業振興計画」です。

強みを生かして外からお金を稼ぐ力をつけるためには、官民協働で、民間の皆様が一歩足を踏みだそうとするとき、一緒に県と手を携えて進んでいく取り組みが重要だと思います。地産外需を成し遂げるには、県外、都会にももの売り込んでいくための販路開拓、売り場の確保に力を入れたいと考えています。しかし、単にものを持っていくだけで売れるわけではありません。事前に試し売りをし、商品の磨き上げをしていくことも重要だと思います。そのためのテスト販売の場を設けることから始めて、いろいろな技術支援を行っていくこと、東京のデパートやスーパーに売り込みをかけていくことも含めて、県として力を入れて進めたいと考えています。

実行元年として4～6月にかけて、産業振興計画を実行していくための推進体制の作り上げに力を入れました。県庁には産業振興推進本部を設置し、事業計画に基づいて本当にしっかり計画が実行されているか、私自身が本部長として確認を行う体制をつくりました。

そしてもう一つ、実際の経済活動はそれぞれの町、現場で行われています。従来よりそれぞれの市町村に県の地域支援企画員をお伺いさせていただいていましたが、それに併せて地域産業振興監をトップとする、産業振興推進地域本部を設立しました。産業振興計画に関わる出先機関の職員を地域産業振興監がとりまとめ、月に1回、進行状況の確認をし、必要な支援に取り組んでいます。

そして、地産外需のメインエンジンとなる、高知県地産外需公社「トレード・サポートK OCHI」を8月3日に設立しました。株式会社ではなく、公社の形をとっています。株式

会社は赤字を出すことができないため、既に売れている商品、売れる品物しか取り扱うことができません。しかし、産業振興計画が目指しているのは、地域の皆様が潜在的に持っている力を引き出していくお手伝いをすることです。今はまだ売れていなくてもこれから売れるかもしれない商品、新しい取り組みをしたいという商品を取り扱うために、公社の形にしました。県が財政的にバックアップすることで、民間の方々とリスクを分担して、皆様の取り組みを広くバックアップしようとするのが、地産外商公社です。もう一つ、県庁職員だと一定以上商売に足を踏み入れることができない制約がありますが、公社職員ですので個別の商談に踏み込みながら、これだという商品のバックアップもできます。

主な実施事業としては、地域アクションプラン全 221 事業のうち、既に総合補助金の形で 33 件採択され、具体的に事業が動き出した、もしくは動いている事業の加速につながっています。地域アクションプランは、地域のイベント、一時的なにぎやかに止まるものであってはいけないと思います。必要なことは、地域で雇用と所得を生み出して、人々が住み続けることのできる地域をつくることだと思います。やはり、ビジネスとして先々まで成り立つものでなければなりません。そのため、この補助金は本当に事業として成り立つのか事前に外部の人の目で審査をしていただき、それを 33 件の皆様方がクリアされて、先々の事業展開を目指して、今歩みを進めている状況にあります。そして、アドバイザー派遣事業の実績が今 48 回に上っています。

産業成長戦略、地産地消・外商戦略については、地産外商公社に対していろいろな外部の方からお声をかけていただくことができ、また公社自身が必死に機会を見つけてきている。即ち、商談会や高知県産品フェアなどのお声がたくさんかかってくるようになってきました。主な例は、8月25日に東京ビッグサイトでアグリフードEXPO2009をやり始めたのをきっかけに、県内でもやっています。実際には既に20を超える新しい機会、商談会、高知県産品フェアを開拓しています。先ほど、売れるものづくりをするためにテスト販売などの機会が重要だ、県外に販路を開拓することが必要だという話をしました。「そんなことは分かってるわ」と思われる方もいらっしゃると思いますが、現実問題として、実際に東京まで行って販路を開拓してくるのは大変です。そこを地産外商公社がまとめて、一生懸命機会を切り開いていきます。切り開いてきた機会は皆様方にオープンにしますので、ぜひ活用していただきたいと思います。こういう機会は、大体記者会見をして公表することになっています。高知新聞の経済面に「こういう募集をしています」と載っている機会が多いので、ぜひご覧になり、生かしていただきたいと思います。

そしてもう一つ、外国への輸出の関係です。輸出に向けた体制を今回大幅に強化しました。商社出身の方を含む4名にコーディネーターとなっていただき、県内事業者さん向けのセミナーや商談会を開催したりという機会をつくることとしています。そして、そこで得られた情報を上海事務所、シンガポール事務所につないで売り込みをかけていこうとしています。シンガポールでも四国産品フェアで高知県産品をたくさん売っています。実際に8月末から9月にかけて行われたフェアでは、あっという間に売り切れるほど好評だったそうです。所得の高いシンガポールでは、高知県産品も売れるようです。四国のものはまだあまり出ていませんので、物珍しいのかもしれない。そういうところが少しずつ見えてきています。外国向けの輸出になるとリスクも大きくなりますが、コーディネーターや海外事務所の

バックアップを含めて、取り組みを進めたいと思います。

「土佐・龍馬であい博」に向けた観光商品の売り込みにも力を入れています。8月末には名古屋と東京、9月1日以降は長崎、福岡、九州北部に行き、売り込みをかけてきました。先日は韓国に行き、観光会社さんでトップセールスをやってきました。10月、11月、12月には、観光会社さん及び一般の方々に対するPR、インターネット、テレビ番組でのPRなど、いろいろな形でやっていきます。

そしてもう一つ、地産外商公社が販路開拓をしようとしたときに、「来年高知県は福山さん主演の『龍馬伝』ですね。ぜひ一緒にタイアップして売り込みをさせてもらいたい。」と声がかかることが増えてきました。実際、全国的なホテルチェーンの方に「大河ドラマに合わせて、全国の店舗で高知県産品フェアをやる企画をしましょう」とご提案もいただいたところです。ありがたいことに、産業振興の取り組みをしようとするときに、『龍馬伝』という素晴らしい機会をいただきました。これを生かしきらないといけないと努力を積み重ねてきたところです。少しずつ追い風が吹いているように思います。一つ一つの事業を立ち上げていくことは簡単ではありませんが、県庁、地産外商公社ともに皆様方のためになる機会を一生懸命つくり出すべく努力を重ねていきます。県勢浮揚と地域の方々が住み続けられる高知県に向けての努力を重ねていきたいと考えています。