

高知の転機・新たな決断

～変わろう・変えよう・産業と暮らし～

「高知県産業振興計画中間取りまとめ」のポイント・概要

平成20年11月

高 知 県

高知の転機・新たな決断(変わろう・変えよう・産業と暮らし)～産業振興計画中間取りまとめより～

高知の強み

食

- 全国に誇る高知の食べもの
- ◆高知は“食べもののおいしいところ”全国トップクラス
- ・大手旅行雑誌宿泊旅行調査2008
- 『地元ならではのおいしい食べ物が多かった』都道府県
→全国第2位 昨年第1位
本年も差がなく実質1位
- ◆日本一のお日さま(日照時間全国第1位)と高い技術(農業産出額1ha当たり全国第5位)に支えられた素晴らしい素材と食文化

追い風となりうる環境の変化を強みに変えて

- ・食品偽装問題による食の安全志向
- ・国際的な食糧事情の変化
- ・高齢者の増加による購買・消費動向の変化
- ・脱メタボリックシンドロームの動き

自然と歴史

- 全国的な知名度を有する貴重な財産
- ◆坂本龍馬
- ・『一度で良いから、お酒を飲み交わしたい歴史上の人物』第1位
- ・商標登録の数:歴史上の人物で第1位
- ◆四万十川
- ・『もっとも自然が残っていると考える日本の川』12年連続第1位
- ・『この夏、家族と行きたい日本の観光地ランキング』第11位
- ◆四国八十八ヶ所

追い風となりうる環境の変化を強みに変えて

- ・地球環境問題への世界的な危機感
- ・国際的な木材、エネルギー事情の変化

人

- 全国に発信する活力と優しさ溢れる人材
- ◆よさこい
- 全国に祭りが広がり、100ヶ所を超える
- ◆おもてなし
- 大手旅行雑誌 宿泊旅行調査2008□
- 『地元の人へのホスピタリティを感じた』都道府県第4位
- ◆世界的シェアを誇るキラリと光る技術
- 高知の企業 18の日本一!

追い風となりうる環境の変化を強みに変えて

- ・“癒やし”ブーム
- ・世界的な経済危機を契機としたグローバルイズムの見直し
- 自国の自然・歴史・文化の再評価へ

しかし現状は・・・潜在力が活かし切れていない!!

縮小を続ける
県内市場頼り

- ①縮小を続ける県内市場
- ②さらに、県内市場は県外資本に食い込まれている状況

- ・人口減少で15年、高齢化で10年全国に先行
- ・県内市場をターゲットにした経営手法
- ・県外資本の増加により、経営状況がさらに悪化

極端に弱い
産業間の連携

- ①強みのある第1次産業から他産業への経済効果の波及が脆弱
- ②例えば、食品加工分野が際立って小規模

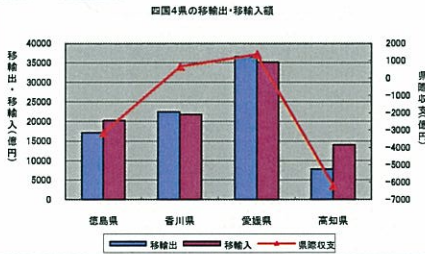
- ・第1次産業から食品加工への展開、食品周辺の産業への広がりが乏しい
- ・わざわざ県外で加工せざるを得ないなど、非効率や機会損失が発生

強みのある分野ほど
足下から衰退

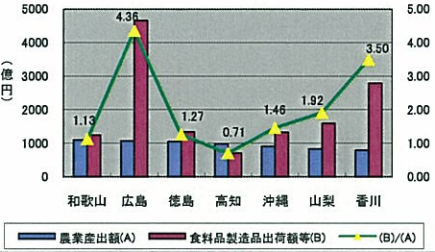
- ①強みのある第1次産業の生産地、とりわけ中山間地域では、少子化、高齢化が進行
- ②10年後は、強みが強みでなくなる

- ・少子化、高齢化が進行し、担い手不足などによる地域の疲弊

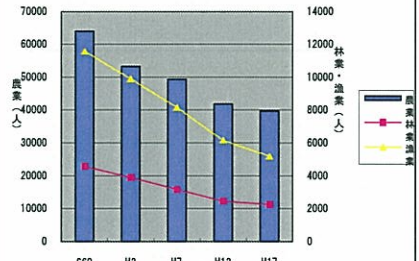
人口自然増減数がマイナスになった年
本県・・・平成2年
全国・・・平成17年



食料品製造品出荷額等と農業産出額(H18)



第1次産業の就業人口(国勢調査)



抜本的な体質改善が必要

【総括表】(P2) ※より詳細

【こう変える】・・・改革のための3つの方向

《1》足下を固め、活力ある県外市場に打って出る

- ① 地産地消の徹底
- ② 県外市場に打って出る(地産外商)

地産地消を徹底することで県内産業の力を強め、守りから攻めに転じます。本県の持つ強みを活かして県外・国外の市場を視野に入れた戦略の樹立と経営拡大を進めます。

主な施策

- ①-1 地域から高知市への販路開拓
 - ・高知市へのアンテナショップや産直ショップの設置支援
- ①-2 量販店や業務筋(外食・中食・学校給食)への売り込みの強化
 - ・量販店や業務筋のニーズに合わせた生産、出荷、情報発信への支援
- ②首都圏など大消費地をターゲットにした商品づくりと売り込みの強化
 - ・生産、加工、流通、販売の各段階を対象としたハード・ソフト事業による支援
 - ☆専門家の派遣、販売・テストマーケティングの機会の提供、総合補助金の創設
 - ・アンテナショップの再構築による販路開拓・観光情報発信拠点等の整備
 - ☆都心への新しいアンテナショップの設置
 - ・インターネットを活用した県産品販売の支援(eコマース)
 - ☆大手eコマースサイトや観光情報の発信サイトとの連携