



高知県経済活性化の方向性と 活性化策に関する提言

提 言

2007年8月

土佐経済同友会

「高知県経済活性化の方向性と活性化策に関する提言」 目次

提言 1. 「日本一の田舎」を目指して	1
提言 2. 高知に相応しい効果的な経済活性化策	2
（はじめに）	3
I. 高知県経済の現状と課題	
1. 回復感に乏しい高知県経済	4
2. 高知県経済の克服すべき3つの構造問題	
(1) 第一次産業の衰退	5
(2) 公共支出依存体質	6
(3) 将来的な労働の担い手不足	6
II. 高知県経済の活性化に向けて	
1. 地域経済活性化への4つのステップ	8
2. ビジョンの策定方法（マトリックス分析）	8
3. 高知県経済の現状分析	
(1) 地域特性の整理	10
(2) 足もと・将来的な環境変化の整理	13
① 克服すべき環境変化	13
② 利用すべき環境変化	14
4. 高知県経済活性化の方向性と活性化策の提言	
(1) 優先・重点的な取組み分野	15
① 第一次産業およびその周辺の加工業	15
② 健康サービス産業	16
③ 観光業	16
(2) 具体的な経済活性化策の提言	16
① 第一次産業の再編とその周辺加工業の振興	16
② 健康サービス産業の振興	18
③ 観光振興	19
④ 活性化に必要な資金の手当て（資金不足への対処）	20
⑤ 活性化に必要な人材の育成・手当て（人材不足への対処）	21
（むすびに）	22

高知県経済活性化の方向性と 活性化策に関する提言

土佐経済同友会

代表幹事

千頭 邦夫

代表幹事

岡内 啓明

地域経済活性化委員長

渋谷 康一郎

提言 1. 「日本一の田舎」を目指して

- 高知県のあるべき将来像を検討するに当たっては、「中途半端な都会」ではなく、「日本一の田舎」を目指すことが望ましい。また、高知県が来訪者にとって、「都会人の非日常性」を味わうことができる「地域」として存在することに価値がある。
- 「日本一の田舎」となるには、以下の点について、地域住民の合意の下、具体的な行動計画が策定され、地域を挙げて推進されていること、同時に、こうした取組みを積極的に全国に向けて情報発信し、地域自体をブランド化すること、が必要である。
 - ① 地球環境問題に十分配慮され、環境保全が図られていること
 - ② 健康で安心・安全な生活が営めること
 - ③ 伝統文化、精神文化が大切に守られ、人間の心が癒されること
- こうした観点に立つと、高知県経済活性化に向けて優先・重点的に取り組むべき分野は、次の 3 つの分野であると考えられる。その際のキーワードは、いずれも「環境に優しい」「健康に良い」「安心・安全」とするのが効果的である。
 - ① 第一次産業の再編とその周辺加工業の振興
 - ② 健康サービス産業の振興
 - ③ 観光振興

提言 2. 高知に相応しい効果的な経済活性化策

(詳細は 16～21 ページ)

- **第一次産業の再編とその周辺加工業の振興策：**
 - ① 「環境に優しい」「健康で」「安心・安全な」地域実現への取組みと積極的PR
 - ② 農業、林業、水産業の活性化モデルの策定・事業化と情報発信
 - ③ 第一次産業従事者と製造業企業との異業種交流の場の設置
 - ④ 協働の森づくり事業パートナー協定締結企業等との連携強化
- **健康サービス産業振興策：**
 - ① 地域における情報通信ネットワークの活用モデルの策定・推進と情報発信
 - ② 地域における高齢者の食生活管理、医療体制の構築
 - ③ 中山間地域の共助体制の構築
- **観光振興策：**
 - ① 産業ツーリズムの展開
 - ② 高知県観光DBの作成とより体系的なIT情報発信方法の確立
 - ③ 広域ツーリズムの展開、観光モデルコースの策定（国内・海外観光客用、目的別）
 - ④ 四国八十八遍路道世界遺産指定に向けた4県共同の取組み推進等
- **資金不足への対処策：**
 - ① 国の各種補助金等の早期情報収集と県内情報発信拠点の設置
 - ② 企画書作成方法の指南・相談窓口の設置 等
- **人材不足への対処策：**
 - ① 県の地域支援企画員の更なる活用
 - ② 県、高知市の部局横断的な中堅職員、青年会議所、商工会議所青年部等と土佐経済同友会・地域経済活性化委員会、大学との勉強会の定期的開催
 - ③ 大学による地域人材教育の推進
 - ④ 高知にU・Iターンする団塊の世代の地域活性化の人材としての積極活用
 - ⑤ 郷土愛の強い、郷土に自信を持った有能な若い人材の育成

(はじめに)

- 土佐経済同友会では、地域経済活性化委員会において、次の問題意識に基づき、昨年、地域経済活性化に向けて、とるべきステップ、とくに、ビジョン策定の具体的な方法（マトリックス分析）を議論し、それを活用して高知県経済を題材にして活性化の方向性について議論を重ねた。昨年7月には、中間報告書を取り纏め、当会定例会で報告するとともに、シンポジウムを開催した。
その後、県、市町村、大学等による地域経済活性化に向けた支援のあり方、さらには具体的な経済活性化策について、議論を深めてきた。その結果を踏まえ、今回、土佐経済同友会として、「高知県経済活性化の方向性と活性化策に関する提言」を取り纏めた。

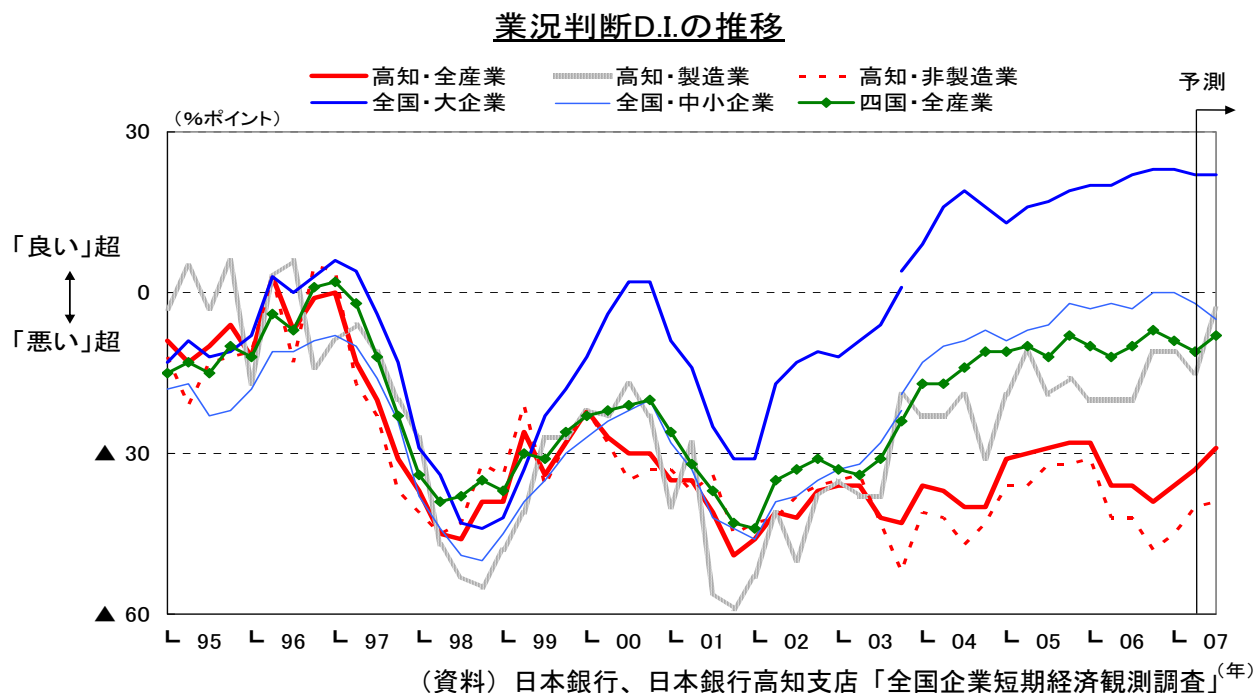
<問題意識>

- 日本経済は、緩やかに拡大しており、先行きも生産・所得・支出の好循環のメカニズムのもとで、息の長い拡大を続けると予想されている。一方で、高知県経済は、依然として回復感に乏しく、全国・四国との格差が徐々に広がっている。こうした状況は、高知県の抱える3つの経済構造問題に起因していると考えられる。この間、高知県・市町村の財政は、極めて厳しくなっており、資源 — ヒト・モノ・カネ — の効率的かつ戦略的な配分が大きな課題となっている。
- このため、県・市町村経済、地域コミュニティのあるべき将来像をしっかりと描くことがまずは必要となる。その際には、資源的、時間的な制約から、戦略分野の「選択と集中」が不可欠となる。また、先行き、道州制への移行が議論される中、高知県の存在感を埋没させないためにはどうするか、との観点から検討を深めることも重要である。
- さらに、各地域の住民や企業が、行政を過度に当てにせず、自らの問題として捉え、身近なところから、地道にコツコツと地域経済の活性化に向けて取り組むことが極めて重要となる。そうした県民挙げた取り組みの結果が、高知県の経済構造の変革に繋がってくる。
- ただ、同時に、県外貨の移入促進といった短期的な方策に取組まねば経済が立ち行かなくなる惧れがある。それには、経済波及効果の大きさと即効性からみて、やはり観光振興が有効であると考えられる。例えば、来年開催の「花・人・土佐であい博」のプレ事業を早期に県全域で展開する等の取り組みが必要であると考えられるが、こうした短期的な視点に基づく議論は、本提言書からは省いている。

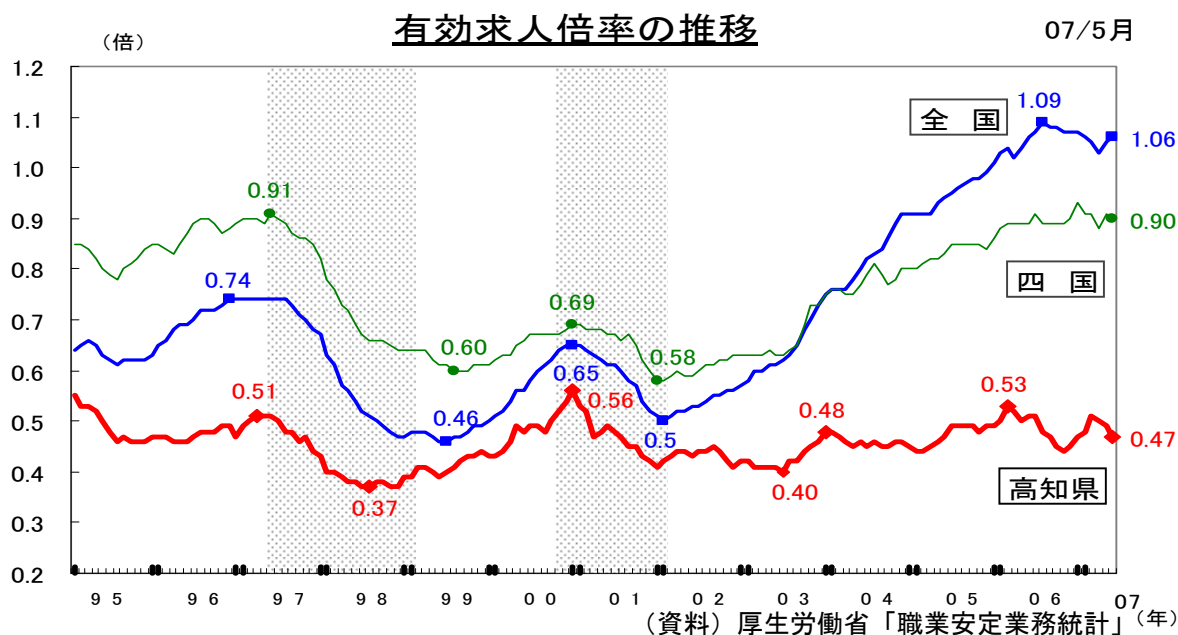
I. 高知県経済の現状と課題

1. 回復感に乏しい高知県経済

○ 高知県経済は、全体としてみると、なお回復感に乏しい状況が続いている。これまでの景気回復局面とは異なり、全国・四国との格差も徐々に広がってきている。



○ 高知県の雇用環境をみると、有効求人倍率は、0.47倍（07年5月）と、全国（1.06倍）の半分以下の水準に止まっている。また、足もと1年間で▲0.04ポイント低下しており、依然として厳しい状況が続いている。



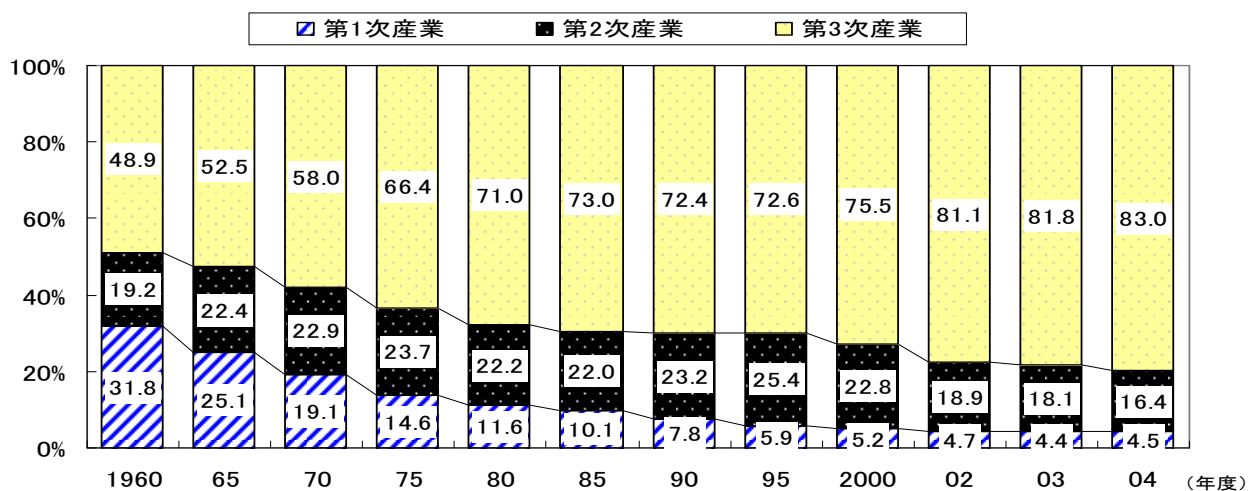
2. 高知県経済の克服すべき3つの構造問題

(1) 第一次産業の衰退

○ 第一次産業（農・林・水産業）の高知県県内総生産に占める割合は1960年度には3割強あったが、2004年度には4.5%にまで低下している。

—— 高知県の農水産物・加工品、木材等は、プラザ合意以降の円高化、生産性の低さ、不利な地理的条件に伴う輸送コスト高等から、輸入品や国内他県産に比べ、価格競争力が相対的に劣っている。

産業3部門別県内総生産割合の推移

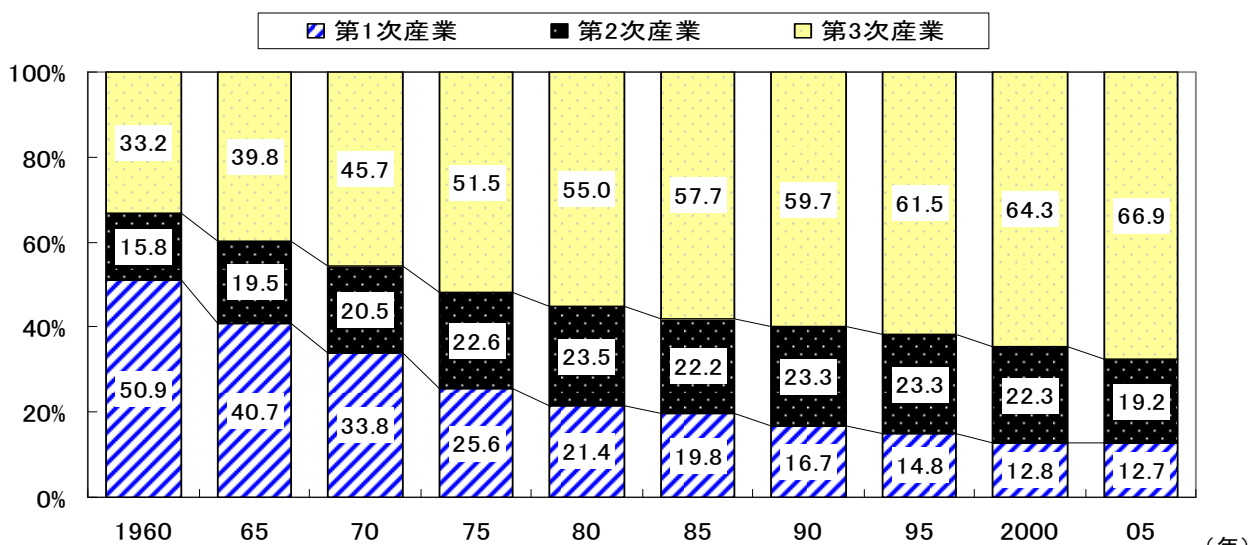


(注) 控除される消費税や帰属利子等を含むため、合計が100とならない場合がある。

(資料) 内閣府「県民経済計算」

○ 第一次産業就業者の割合も、1960年には5割超あったが、2005年には1割強にまで低下している。これに代わって雇用を吸収してきた、第三次産業企業等の業況が悪く、これが高知県の足もとの雇用環境が厳しい大きな要因となっている。

産業3部門別就業者割合の推移



(資料) 総務省「国勢調査」

(2) 公共支出依存体質

- 高知県では、政府サービスおよび建設業のウェイトが、約4分の1と全国(約15%)に比べて非常に高い。
- また、製造業のウェイトは、1割程度と全国(約2割)の半分に止まっている。さらに、高知県には大きな産業集積分野がない(全国比ウェイトの高い業種は、窯業・土石(1.1%<全国0.7%>)とパルプ・紙(0.9%<同0.5%>)の2業種のみ)といえる。

—— 今回の景気回復局面では、景気刺激策としての財政があまり発動されず民需が牽引しているといえる。これが公共支出への依存度が高い地域にとって重い足枷となっている。また、今回の景気回復も製造業・大企業から始まっており、高知県はこの牽引力が弱い。

2004年度の経済活動別県内総生産

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	第6位	第7位
全国	サービス業	製造業	卸小売業	不動産業	政府サービス	運輸通信業	金融・保険業
ウェイト	21.7%	20.9%	13.8%	12.8%	9.3%	7.1%	6.6%
四国	製造業	サービス業	政府サービス	卸小売業	不動産業	運輸通信業	建設業
ウェイト	21.1%	21.0%	12.3%	11.3%	11.1%	7.4%	6.1%
高知県	サービス業	政府サービス	不動産業	卸小売業	製造業	運輸通信業	建設業
ウェイト	24.7%	17.7%	12.1%	10.4%	10.3%	7.4%	5.8%

(資料) 内閣府「県民経済計算」

(3) 将来的な労働の担い手不足

- 高知県では、若年層 — 将来に向け技術・ノウハウを蓄積すべき層 — の失業率が約17%と全国(約11%)比かなり高い水準にある。

年齢別失業率

	総計	15～24歳	25～34歳	35～44歳	45～54歳	55～64歳	65歳以上
全国	6.0%	11.4%	7.2%	4.9%	4.1%	5.8%	4.3%
四国	6.8%	14.2%	8.2%	5.8%	5.1%	6.8%	3.5%
全国との差	+0.8%P	+2.7%P	+1.1%P	+0.9%P	+1.0%P	+1.0%P	▲0.9%P
高知	7.9%	17.4%	9.4%	6.8%	6.2%	8.1%	3.8%
全国との差	+2.0%P	+5.9%P	+2.2%P	+1.8%P	+2.1%P	+2.4%P	▲0.6%P

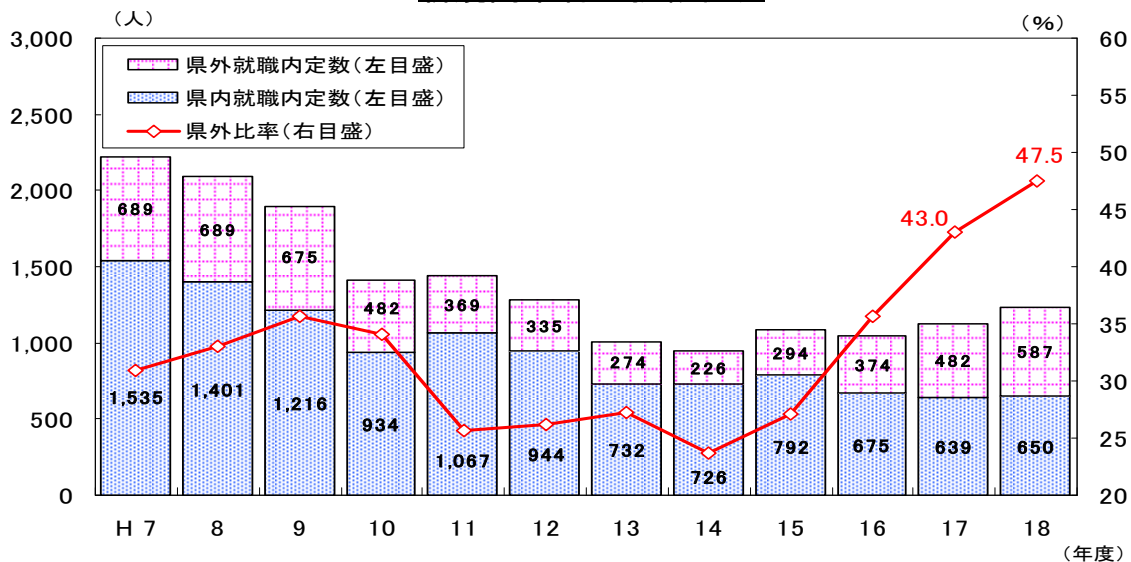
(15～24歳: 男 19.6%、女 14.9%)

(注) 四国は、四国4県合算により算出。

(資料) 総務省「国勢調査」

- また、2006年度の高校卒業者の就職内定状況をみると、県内企業への就職がほぼ横這い（前年度比+1.7%）となる一方、県外企業への就職が大幅に増加（同+21.8%）しており、若い人材の県外流出が足もと顕著にみられている（県外就職率：47.5% < 2005年度：43.0% >）。

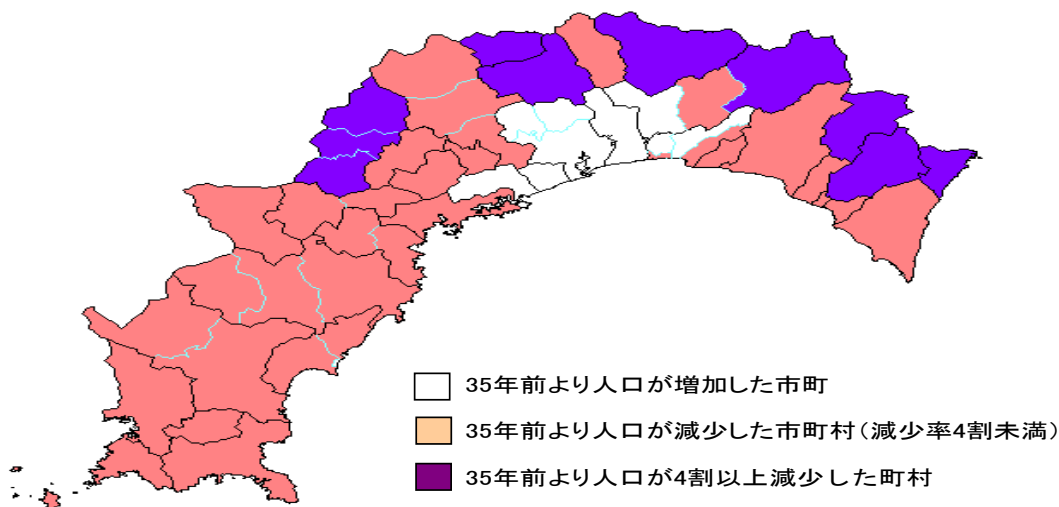
新規高卒者の就職状況



(資料) 高知労働局

- 県人口が79.2万人までに減少（ピークは1980年の88.3万人）する中、高知市、南国市等、県中央部に人口が流入する一方、中山間を始めとする地域で人口が大きく減少している。こうした地域では、高齢化も一段と進行しており、将来の働き手不足は極めて深刻になっている。

県中央部への人口移入



(注) グレーの境界線は旧市町村ベース。
2005年10月時点では、香南市は発足していなかったことから、野市町と香我美町を別市町村としてカウント。

(資料) 総務省「国勢調査」

Ⅱ. 高知県経済の活性化に向けて

1. 地域経済活性化への4つのステップ

- 経済構造問題の解決には時間がかかるが、だからこそ、それぞれの地域の住民、企業が自らの問題として捉え、身近なところから地道に活性化に向けた取組みを行うことが極めて重要となる。
- 地域経済 — これは、県、市町村、さらに小さなコミュニティ、あるいは、個別企業でも同様 — の活性化に当っては、次の4つのステップで推進していくことが有効である。
 - (1) 「ビジョンの策定」 : 簡潔で大義名分のはっきりとした「ビジョン」を策定し、広く識者、住民の意見を求め地域の合意を形成する。
 - (2) 「アクションプログラムの策定」 : 「ビジョン」の実現のために、産・学・官・民の「知」をできるだけ広く集めたうえで、小規模でも実現可能性のある有効な戦略をデザインし、具体的な「アクションプログラム」を立案する。その際、他地域の成功例、失敗例を研究・分析することがヒントになる。
 - (3) 「アクション」 : 「アクションプログラム」を実行に移す。その過程で発生する問題を克服するため新たな知恵やノウハウを走りながら考え、「アクションプログラム」に適宜修正を加えていく。
 - (4) 「ブランド化」 : ある程度「アクション」が成功した段階で、それまでのステップ（モデル化）も含めてブランド化し、世の中に宣伝する。

2. ビジョンの策定方法（マトリックス分析）

- 最初のステップとなる「ビジョンの策定」に当っては、これまで見えにくかった視点、重点的に資源投入すべき分野がよりはっきりとするように、次のような手順でマトリックス分析を行うことが有効である。

（現状分析）

- ① **地域特性（強み、弱み）**を自然環境、各産業等、カテゴリー毎に整理
- ② **足もと・将来的に克服ないし利用すべき環境変化**を整理

（方向性分析）

- ③ ①の地域特性の分析を踏まえ、**地域経済活性化の検討の題材（力点を置く産業・分野、支援等）**を選定
- ④ ③の検討の題材、②の各環境変化を縦横に展開して**マトリックス化**（次ページ表参照）し、縦・横の切り口からテーマを掲げ、マトリックスを埋めながら**活性化の方向性**を分析・議論

- 活性化の方向性を分析・議論する際には、前述の「強み・弱み」について、未活用、フルに活用できていない強みをさらに伸ばすにはどうするか、とともに、弱みを強みに転ずるにはどうするか、といった切り口で分析することが大切である。また、並行的に、活性化の方向性を実現していく際にネックとなる事柄を具体的に整理することが望ましい。

地域経済活性化の方向性分析マトリックス(例)

地域内外の 環境の変化 地域活性化 検討の題材			克服すべき環境変化				利用すべき環境変化			
			a.	b.	c.	d.	e.	f.	g.	h.
産業	第一次 産業	農業								
		林業								
		水産業								
	第二次 産業	地場伝統産業								
		先端産業								
		⋮								
	第三次 産業	観光関連								
		健康サービス産業								
		⋮								
支援	行政 NPO 大学等	社会インフラ整備								
		社会教育・ 人材育成								
		産学官民連携								

- a. 第一次産業の衰退・価格競争力の劣位への対処
- b. 公共支出依存型の経済構造からの脱却
- c. 将来的な労働の担い手不足への対処
- d. 県・市町村財政逼迫への対策
- e. 地球環境問題に対する関心の高まり
- f. 健康、「安心・安全」志向の強まり
- g. インターネット等通信技術の高度化
- h. マーケットのボーダレス化
- i. 「団塊の世代」の大量退職

3. 高知県経済の現状分析

(1) 地域特性の整理

- 高知県の地域特性について、各カテゴリーに分け、それぞれ強み・弱みを整理（詳細は次表参照）すると、高知県には、弱みが少なくないものの、強みがかなりあるといえる。

(産業力)

- **第一次産業（農業、林業、水産業）**：「学」の技術開発力が伝統的に高いほか、農業は気候の多様性等による農産物の種類の豊富さ、林業は森林資源の豊富さ、水産業は大型魚種資源の豊富さなど、強みが大きい。

一方で、地理的な条件、零細経営（家業）等に起因する価格競争力の弱さ、といった大きな課題を克服しない限り、内外の低価格産品にマーケットをさらに侵食される惧れがある。また、後継者不足の問題も解決しない。

- **観光業**：自然環境の美しさ・多様性、日照時間の長さ、「日本の原風景」等豊かな自然のイメージが全国的に定着、観光資源の豊富さから、強みが大きい。

一方で、ハード面よりもむしろソフト面で改善の余地が大きい。大都市からの地理的な距離の遠さは、航空機や道路網の発達による時間距離の短縮化から強みに転じることが可能だが、国内各地域で観光振興に取り組む動きが強まっており、競争は一段と激化している。他地域との差別化をいかに図り、情報発信にどう工夫をこらしていくかがポイントとなる。

- **製造業**：目立った産業集積分野がないうえ、地価が高く、地理的にも遠隔地で県外大企業の工場誘致が難しい、という大きな弱みが存在する。

もともと、高知には、高い専門技術を背景にニッチ・オンリーワン志向の企業が多い、という強みが存在する。第一次産業およびその周辺の加工業の振興を図るうえで必要となってくる設備・機器について、ユーザーのニーズを把握し、製造業企業が強みを生かすかたちで開発・実用化するという流れができれば面白い。また、「学」との連携に基づく先端技術分野における開発の動きが台頭しており、これを高知発の新産業に結びつけることができるかどうか注目される。

高知県の地域特性

		強 み	弱 み
産 業 力	自然環境	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広大な森林（森林率全国 1 位<83.3%>） ・ 広大な海（海岸線の長さ、海洋コア資源が豊富） ・ 河川の豊かさ、水資源が豊富 ・ 日照時間の長さ（年間 2,303 時間<全国 1 位>） ・ 風の強さ ・ 気候の多様性（年間平均温度 17.0℃<全国 7 位>） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 海岸線まで山がせり出し、平野が少ない ・ 山地の南斜面が急峻 ・ 県土が東西に長く、行政の「面」の展開が難しい ・ 大消費地から遠距離 ・ 台風の襲来が多く、洪水等の被害が出易い（年間降水量 1,746 mm<全国 10 位>） ・ 南海地震の発生蓋然性が高く、津波による被害が想定される
	農 業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 農業生産性が高い（全国 6 位） ・ 特産物が存在（みょうが、ししとう、しょうが、おくら、なす<以上全国 1 位>、にら<同 2 位>、ピーマン<同 3 位>等） ・ 気候の多様性から耕作可能な作物が多い ・ 品種改良技術の高さ（「学」におけるバイオ研究も盛ん） ・ 高知県における新たな特産物を開発する動き（高糖度トマト、ブロッコリーパウダー、高級ぶんたん等）が台頭 ・ 有機栽培食品（無農薬、減農薬）に対するニーズ、トレーサビリティ意識の高まり→安心・安全志向 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産出額が 90 年代前半をピークに 3 割減 ・ 就業者も減少（第三次産業に農業従事経験者豊富）、従事者の高齢化、後継者不足（休耕地の増加） ・ 個人・零細経営で経営基盤が弱い（小規模、労働集約型農業） ・ 大消費地から遠距離（輸送コスト大、鮮度キープ負担大）で、汎用農作物の競争力が弱い ・ 農作物価格の変動大（天候による影響大） ・ ブランド化が未定着（例えば、高知県産のお茶を静岡茶として出荷） ・ 日本人の米離れ（洋食文化化）
	林 業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 森林率高く、未利用の森林資源が豊富 ・ 全国対比木材の素材生産量大（全国 11 位） ・ 日本の木造住宅着工は 88 年をボトムに持ち直し傾向、木造率も安定的に推移 ・ 森林保全意識の高まり（京都議定書、高知県における森林環境税の導入） ・ 「学」との連携による企業化の動きが台頭（生産から製材・乾燥、出荷まで一貫して扱うことに等により、コストの大幅削減に目処） ・ 間伐材を利用したバイオマス事業への関心の高まり 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 産出額が 90 年頃をピークに 8 割減 ・ 用材（丸太、そま材）需要の減少 ・ 就業者も減少（第三次産業に林業従事経験者豊富）、従事者の高齢化、後継者不足 ・ 個人・零細経営で経営基盤が弱い ・ 間伐放置林の増加（CO₂削減効果減殺） ・ 輸入木材に対する価格競争力が弱い ・ 乾燥材需要の高まりに応えるボイラーが不足 ・ 加工業を含め、高付加価値化の内製化力が劣後 ・ 林道・伐採作業道の未整備
水 産 業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全国対比漁業生産額大（全国 9 位） ・ 生息魚種が豊富（業としては、まぐろ類<全国 3 位>、かつお類<同 4 位>等、大型魚の生産が多い） ・ 海洋養殖は、瀬戸内、南予に劣後するものの、盛ん（まだい<全国 5 位>、ぶり類<同 6 位>等） ・ トレーサビリティ意識の高まり→安心・安全志向 ・ 高知県の鰹の消費量が全国 1 位など、魚好きの県民性、観光客にも有名 ・ 関鮭・関鯖、越前蟹等、他県におけるブランド化成功事例の存在 ・ 欧米における日本食ブーム ・ 「学」における冷水病ワクチンの研究など、新分野の高知発の技術が存在 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 生産額が 80 年代前半をピークに半減 ・ 就業者も減少（第三次産業に水産業従事経験者豊富）、従事者の高齢化、後継者不足 ・ 個人・零細経営で経営基盤が弱い ・ 安定供給が難しい、海産物価格の変動大（天候による影響大）→ ブランド化の未実現 ・ 地元市場への水揚げが相対的に小（宿毛のきびなごは鹿児島産として船渡し、加工品原料のかつおは静岡から移入等） ・ 養殖に対する海洋汚染意識の強まり ・ 日本人の鮮魚離れ（チルド、外食等も含めた魚全体の消費量は安定的に推移） 	

		強 み	弱 み
産業力	製造業	<ul style="list-style-type: none"> ・全国比窯業・土石（高品質の石灰・石灰石）、紙・パ（和紙技術、水資源）のウェイトが高い。 ・伝統的な技術を高付加価値化して産業化した成功事例が存在（土佐和紙→特殊工業紙、捕鯨銃→猟銃・ガンドリルマシン、土佐刃物→農機爪等） ・高い専門技術を背景にニッチ・オンリーワン志向の企業が多い（実際に高い世界・国内シェアを誇る企業が少なくない） ・豊富な自然資源を利用した新産業（海洋深層水）、新エネルギー（風力・太陽光発電）を活用する動きが台頭 ・豊富な海洋コア資源の開発に期待可能（「学」による研究・開発） ・「学」発で新素材（酸化亜鉛等）開発・事業化するプロジェクトの立上げ（高知COE構想） ・第一次産品を活用した新地場産業開発の意識の高まり、成功事例の存在（馬路村等の柚子加工品、土佐清水市のかつお加工品・ブロッコリーパウダー、旧十和町の茶製品、宿毛市のどぶろく、各地の宇宙酒等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・製造業の県内総生産に占めるウェイトは全国比半分（10.3%＜全国 20.9%＞）、製造品出荷額等は全国最下位クラス（46位） ・素材、加工業種ともに産業集積度が低い ・大企業が少なく中小企業が多く、経営基盤が相対的に弱い ・地価が高いうえ、地理的にも遠隔地で大企業の工場誘致が相対的に劣位 ・若年層の労働力人口の他県への流出（15～24歳の失業率 17.4%＜全国 11.4%＞）→技術後継者の育成が課題 ・企業間連携が相対的に少ない ・特許申請・登録数（申請数：年間 223 件、登録数：年間 53 件）が全国比少ない ・全国ネームのブランド化された地場産品が希少
	観光業	<ul style="list-style-type: none"> ・「南国土佐」「黒潮・大海原」「四万十川」等の清流のイメージ（とくに近年の東京人の関心の高さ）、自然環境（海・山・川）の豊かさ（日本の原風景） ・坂本龍馬等、全国的に有名な歴史上の人物の存在 ・八十八か所札所の存在（遍路道の世界遺産化の動き） ・全国ネームの「よさこい祭り」の存在 ・リピーターの多さ、2泊3日以上観光客の増加 ・オフシーズンの民間主導の新たなイベント「土佐のおきやく」の初年度成功 ・「鯉のたたき」「皿鉢料理」といった名物料理の存在 ・路面電車の存在 ・飛行機による東京等からの移動時間の短縮化 ・団塊の世代の大量リタイア（「小金持ち」） ・欧米、アジア（とくに経済力を持ってきた中国、韓国）の日本ブーム ・小児化に伴う修学旅行の遠距離化および関東地区高校の修学旅行費用上限額引下げ ・エコツーリズム、グリーンツーリズム、森林セラピー等への取組みの台頭 ・アンテナショップ（東京）、中国上海県事務所の設置 ・「功名が辻」等連続TV、映画（韓国、日本） 	<ul style="list-style-type: none"> ・大都会（東京）から遠いイメージ（大阪からは中途半端な距離）→ただし遠隔地であることは必ずしも弱点ではない ・リゾート地イメージの不足（例えば沖縄と比べて） ・超有名な観光スポットの不足 ・観光スポットが点在（県内でも、市町村内でも） ・公共交通機関の営業縮小、道路等の未整備 ・観光客に対するサービス（看板の表示、観光スポットのPR不足＜コース化メニュー、パンフの配付・設置等＞、移動手段の提供＜含む情報＞）に改善の余地大 ・魚の観光客向け直売施設の不足 ・より魅力的な観光土産品の開発、販売施設の設置 ・高知市以外の大規模宿泊施設の不足 ・長期滞在型観光への対応ソフトの不足（メニュー、高度医療施設、長期滞在型宿泊施設等）

	強 み	弱 み
人的資源	<ul style="list-style-type: none"> ・「産」「学」の連携意識の強まり（とくに「学」サイドの危機意識の高まり＜少子化に伴う生き残り競争＞） ・潜在的に廉価な労働力（流出若年層、リタイア・転業の技術力のある高齢者）が存在（未活用） ・JSTサテライトの高知への誘致成功 ・高知県出身の県外大企業経営者が少なくない 	<ul style="list-style-type: none"> ・「産」のニーズ、「学」のシーズが双方にとって情報不足 ・少子高齢化の進展、後継者不足 ・若年層の高失業率→県外への流出 ・高知における中央官庁の四国拠点の不足 ・高知県出身者の県内へのUターン不足
伝統・文化	<ul style="list-style-type: none"> ・明治維新前後の偉人、昭和の宰相、自由・民権の風土 ・三菱（岩崎家）発祥の地 ・牧野富太郎、牧野植物園 ・山内一豊・千代ほか山内氏、南学、長曾我部氏、ジョン万次郎、武道のお国柄 ・八十八か所札所、お遍路さん、空海 ・紀貫之「土佐日記」、「流人の地」、旧石器・縄文・弥生遺跡 ・土佐和紙（典具帖紙）、捕鯨、鯉の一本釣、絵金 ・よさこい祭り、日曜市ほか曜日市、城下町、「4つのほりまや橋」 ・土佐のおきゃく文化、はちきん、いごっそう 	<ul style="list-style-type: none"> ・郷土愛、郷土への自信を高知県民、とくに若年層に強めるための工夫が必要
社会的インフラ	<ul style="list-style-type: none"> ・医療機関、医師・看護師の充実 ・高知大学、高知工科大学、高知女子大学等の存在 ・人口当たりの社会福祉施設数全国2位 	<ul style="list-style-type: none"> ・高速道路網の未整備（東西の移動手段、8の字） ・フェリーの廃止（農産物輸送） ・公共交通機関の営業距離縮小 ・高知市内の交通混雑 ・高知中心市街の駐車場、自転車置き場不足（商店街等の違法駐輪）→公共交通の連携の必要性 ・公共施設等の耐震性能上の問題→建替えの必要性 ・県都高知中心市街の再開発の必要性→コンパクトシティ（都心居住型）への対応

（２）足もと・将来的な環境変化の整理

○ 高知県を取り巻く環境の変化について、①克服すべき環境変化、②県経済の活性化の観点から利用可能と思われる全国的な環境変化、の2つの切り口から整理する。

① 克服すべき環境変化

- a. 第一次産業の衰退・価格競争力の劣位への対処（5 ページ参照）
- b. 公共支出依存型の経済構造からの脱却（同 6 ページ）
- c. 将来的な労働の担い手不足（少子・高齢化、地方の過疎化、若年層の失業・高知離れ）への対処（同 6～7 ページ）
- d. 県・市町村財政逼迫への対策

—— 財政の逼迫から、ヒト・モノ・カネの効率的かつ戦略的な配分が一段と求められる。このため、各種政策について優先的に取り組むべき分野・案件をはっきりと順位付けし、その地域住民の合意形成が今以上に重要となる。

② 利用すべき環境変化

e. 地球環境問題に対する関心の高まり（「環境に優しい」商品志向）

—— 1997年に日本が議長国となり京都議定書が採択され2005年2月に発効。日本は、温室効果ガス排出量（CO₂換算ベース）を2008～2012年度の平均で1990年比▲6%削減の目標を掲げているが、2005年度で同+8.2%と、目標に比べ14.2%上振れている状況。このため今後、政府が議長国の面子に掛けて、目標達成のために「環境に優しい」製品・商品への切り替えの義務付け、当該商品の優遇措置を強力に推し進めてくる可能性は高い。

f. 健康、「安心・安全」志向の強まり — 価値観の多様化

—— 近年、大都市部の消費者を中心に、健康や「安心・安全」に対する敏感さが急速に強まっている。とくに、衣・食・住に関しては、その傾向が顕著。このため、価格の安さという従来の物差しのほかに、健康や「安心・安全」に叶う商品に対しては、多少高くともお金を惜しまないといった価値観を持つ消費者が増加。

g. インターネット等通信技術の高度化（「クチコミ文化」の隆盛）

—— これまで地道に「足で稼いで」調査する必要があった商品の販売先や商品ニーズ等（所謂マーケティング）をインターネット上のブログ等を利用することにより、顧客の方からアプローチして貰える時代になった。また、インターネット等を利用した情報交換（クチコミ）により、爆発的にヒットする商品も少なくない。

h. マーケットのボーダレス化

—— 価格の安い輸入製品との競合が一段と激化する一方で、上記インターネット等通信技術の発達もあって、海外顧客との小規模なビジネスも可能となり、販路が海外に大きく拡大している。また、欧米人の日本文化へのあこがれ、中国、韓国等アジア諸国の日本への関心も高まっている。

i. 「団塊の世代」の大量退職

—— 昨年後半以降、「団塊の世代」の大量退職時期を迎えているが、この世代は、総じて精神的に極めて若く、知的好奇心や社会参加・貢献の意識が高い。また、お金もそれなりに持っており、質が高くかつ他と差別化された商品・サービスを好む傾向が強い。このため、従来の高齢者の消費行動、社会参加行動とは異なるパターンをとる可能性が高い。

4. 高知県経済活性化の方向性と活性化策の提言

(1) 優先・重点的な取組み分野

- 高知県のあるべき将来像を検討するに当たり、高知県の地域特性を勘案すると、「中途半端な都会」ではなく、環境に十分配慮され、健康で安心・安全な生活が可能な、伝統的な文化を大事にする「日本一の田舎」を目指すことが望ましい。地域住民の合意の下、具体的な行動計画が策定され、地域を挙げて推進すると同時に、こうした取組みを積極的に全国に向けて情報発信し、地域自体をブランド化することが必要である。

すなわち、第一に、現在わが国の食料自給率が約4割と低い、今後中国等が食料輸入大国となっていくことが見込まれる、バイオエタノール需要の高まりから穀物価格が急上昇している状況下、高知県は食料・飼料の供給拠点として重要な位置を占める。また、地球環境問題が一段とクローズアップされ、先行き温室効果ガスの吸収自体が経済的にも価値を生む時代が到来することが想定される中、森林資源の豊富さを誇る高知県が、温室効果ガス吸収における重要な地域となり得る。

第二に、近年、わが国の国民の価値観が多様化する中、大都市部の消費者を中心に、「環境に優しい」「健康に良い」「安心・安全」な商品への嗜好が強まっていることに加え、精神文化の豊かさや癒しといった「都会人の非日常性」を「地域」に求める傾向が強まっており、高知県はこうしたニーズを満たす資源に恵まれている。

- こうした観点に立つと高知県経済活性化に向けて優先・重点的に取組むべき分野は、①**第一次産業の再編とその周辺加工業の振興**、②**健康サービス産業の振興**、③**観光振興**、であると考えられる。その際のキーワードは、いずれも前述のとおり、「環境に優しい」「健康に良い」「安心・安全」とするのが効果的である。

① 第一次産業およびその周辺の加工業

- 資源の豊富さ、大学等の研究・開発力も含めた産業のノウハウの高さに加え、雇用吸収力が高く、地域の過疎化対策としても有効である。
- 第一次産業およびその周辺の加工業は、今後、仮に第三次産業企業等のリストラや業界再編が進展する際に発生する失業者の大きな受け皿となり得る。
- 第一次産業から第三次産業に移入した人材は、第一次産業や周辺の加工業の振興に必要な技術を有しており、利用価値の高い潜在的な労働力といえる。
- もっとも、第一次産業の再編、その周辺加工業の振興に当っては、価格競争力を向上し、従事者が一定レベルの所得を稼得できるようにする必要がある。

② 健康サービス産業

- 高知県は、高齢化先進地域であり、高齢化対策として医療・福祉・介護に関するニュー・ビジネスの展開が不可欠であると同時に、この分野には大きなビジネス・チャンスが存在するともいえる。高知県発でモデル事業化できれば、全国的に注目されやすく移住促進の面でも大いにプラスとなる。
- 中山間地域住民の生命、生活をどう守るかは、行政にとって解決すべき重要なテーマであるが、少人数の集落の点在、高齢者の単独世帯の増加から、行政コストが大きくなっている。この解決のためには情報通信コミュニケーション技術の活用が極めて有効であり、ここにも民間の知恵を活かせる場がある。
- 高齢者や退院者への食事指導や提供といった栄養管理・ケアを有機的に結合させるなど、「食」を絡めたかたちで健康サービス産業を展開するのが効果的である。その際、高知県で生産する「健康に良い」「安心・安全」な農・水産品を提供することにより、農水産物の地産地消にも資する。

③ 観光業

- 観光振興は、自然環境の美しさ・多様性、全国的な知名度、観光資源の豊富さに加え、経済波及の大きさ、即効性の高さからみて有効である。莫大なお金と時間が掛かる「箱物」依存ではなく、各地域住民がソフト面で工夫をこらすという方針で臨めば、比較的短期間で県外貨を稼ぐことが可能である。
- 現在、県内各地で展開されているエコツーリズム、グリーンツーリズム、ブルーツーリズム、森林セラピーを単なる観光として捉えずに、地域の産品や地域自体をブランド化するための手段として捉え、企業も協力して地域を挙げて産業ツーリズムとして複合的に展開する。上記①、②の取組みを大都市消費者向けのメディカル・ツーリズムとして展開するのも面白い。
- 同時に、各地域の観光イベント・ツーリズム、特産物の情報発信を効果的に行う手法を整備することがポイントとなる。また、四国4県で連携し、県域を越えた観光コース等を目的別に設定し、「四国観光」として全国に情報発信するのも効果的である。

(2) 具体的な経済活性化策の提言

① 第一次産業の再編とその周辺加工業の振興

- a. 「環境に優しい」「健康で」「安心・安全な」地域実現への取組みと積極的PR（県、市町村）

一 地域の「環境に優しい」「健康に良い」「安心・安全な」特産物・商品売り出していくには、地域そのものをブランド化することが有効。このため、地域を挙げて環境保全や安心・安全対策に積極的に取り組み、それをPRしていく。具体的には次のとおり。

- イ. 高知全県（各市町村）における京都議定書の日本の目標（▲6%）遵守宣言
… 目標遵守に向けた具体的な環境保全対策（CO₂排出削減計画等）を策定・公表
- ロ. 間伐、森林整備状況、エネルギー代替の数値とそれに伴うCO₂吸収効果等を県等のホームページに常時公表
- ハ. 国への環境税導入、その優先還付等の働き掛け
- ニ. 「花・人・土佐であい博」開催に併せ、市町村内の歩行喫煙、指定場所以外の喫煙の禁止宣言
- ホ. 市町村、広域連携による有機・無農薬農業、環境保全事業、循環型農業・林業・水産業、生ゴミの堆肥化等の推進・展開

（具体例）

▽農業：無・減農薬、家畜の糞尿の堆肥化等の循環型農業経営、ハウス園芸・公共施設用ボイラーの木質バイオマス燃料への切替え、風力・太陽光発電への取り組み、河川・地下水の水質汚染防止への取り組み、農薬空中散布、環境ホルモン物質排出等環境汚染に繋がる要因の排除

▽林業：間伐の推進、地元産の林産物を施設等に使用、木材乾燥用の重油焚きボイラーや公共施設の熱源の木質バイオマスボイラーへの切替え、ダム湖の流木の木質バイオマスボイラー燃料としての活用、おが屑の飼料化、残材を利用した活性炭バイオ技術の研究・商品化等の循環型林業の構築、植林による河川汚染・災害防止の推進

▽水産業：海面養殖に伴う残餌、排泄物等による沿岸海域の水質汚染防止への取り組み、河川の全流域の市町村と連携した河川の水質汚染防止への取り組み、海の観光地の美化への取り組み

b. 農業、林業、水産業の活性化モデルの策定・事業化と情報発信 （大学、県）

一 第一次産業を「食べられる」産業にするには、生産・流通コストの引下げ、高付加価値化・差別化、販路の拡大に取り組むことが必要。また、こうした取り組みの成功事例を基に活性化モデルを構築し、県内外に紹介・展開していく。具体的には次のとおり。

- イ. 「環境に優しい」「健康に良い」「安心・安全」をキーワードに高付加価値化・

差別化された商品を開発・発掘。その効果の検証を実施（結果を数値化）しつつ、国際機関・国・県の認証を取得。

ロ. 集団的な生産・販売体制、エンドユーザーへの直接販売体制の構築によるコスト削減。

ハ. 素材・生鮮の生産のみならず、その素材の加工といった付加価値の高い過程の一貫化。

ニ. 産業界（生産、販売、PR）、大学（産への技術・ノウハウの提供、指導、検証・試験）、県・市町村（人材・試験場の提供、補助事業化）、金融機関（事業化資金の融資）の連携により事業化するとともに、活性化モデルを策定。上記検証結果、事業化モデルをインターネットにより公表するとともに商品を販売。

c. 第一次産業従事者と製造業企業との異業種交流の場の設置 （大学、産業振興センター、県）

— 製造業企業は、既存の技術を活かし発展するかたちで、第一次産業に直結した分野に取り組むべき。そのためにも、第一次産品を生産・管理するうえでの新たな設備・機器ニーズの発掘、企業サイドの既存技術、新開発技術シーズの提供を図る場が必要。

d. 県の「協働の森づくり事業」パートナー協定締結企業等との連携強化 （県、市町村）

— 定期的に協定締結企業トップを高知県に集め、環境サミットを開催すること等を通じ、環境先進企業の高知県への更なる協力を促すとともに、「環境先進県高知」を全国的にPRする。

② 健康サービス産業の振興

a. 地域における情報通信ネットワークの活用モデルの策定・推進と情報発信（通信事業者、大学、県、市町村）

— 今後、中山間等、地域住民の命と生活を守るためには、通信情報ネットワークやデータベースを活用して、市町村行政の非効率性を打開することが不可欠。具体的な活用策をモデル化し、それを公表・PRすることで、団塊の世代の移住を促進することも可能。併せて、導入コストを抑えるために、「ラスト・ワンマイル」問題の打開策の検討が必要。

— ポイントは、一人暮らし高齢者の日常的な見守りと共助に必要な情報（含む医療情報）の管理と見守り・共助システムの構築・実施。

b. 地域における高齢者の食生活管理、医療体制の構築 （大学、県、市町村）

- 管理栄養士、医師と連携し、上記ネットワークを活用して食生活指導や遠隔問診・相談を実施するとともに、県産の「健康に良い」「安心・安全」な食材を使った食事・食材そのものを提供。上記モデルと併せて展開・公表すれば、高齢化先進県のモデル事業として全国的に注目される。

c. 中山間地域の共助体制の構築

(県、市町村)

- 県境を越えて文化的、地勢的に近い 4 県の中山間が連携することが必要。具体的には、県境を越えた救急医療体制の整備、医療情報の共有、さらには、県境を越えた物流（含む支援物資）、ボランティア交流（含む間伐等）の推進。

③ 観光振興

a. 産業ツーリズムの展開

(県、市町村)

- 上記①、②を既存の各種ツーリズムと組合せるとともに、企業も連携し、産業ツーリズムとして展開。

b. 高知県観光DBの作成とより体系的なIT情報発信方法の確立

(県、コンベンション協会等)

- グリーンツーリズム、ブルーツーリズム、森林セラピー等、各地域で様々なツーリズムが展開されているものの、有効な情報発信がなされておらず知名度が不足しているのが実情。各情報を目的別に整理し、一元的にデータベース化（個別ツーリズムのホームページにリンクを貼るかたちでも良い）し、情報発信するのが効果的。その際、高知県として拘りのワード（例えばホエールウォッチング等）は、検索すると高知の情報がフロントページに出るよう仕組むことも検討。

c. 広域ツーリズムの展開、観光モデルコースの策定（国内・海外観光客用、目的別）（県、コンベンション協会等）

- 具体的には、以下を新たに整理・策定し上記と併せ情報発信。まずは高知県内で整備した後、四国4県が連携し共同で情報発信するよう発展させるのがベター。
 - 高知県内遍路道・札所の紹介（歴史、自然、文化、名産、宿泊等）
 - 高知フラワーツーリズムの展開（花暦、季節ごとの見所マップの作成）
 - 癒しと健康ツーリズムの展開（温泉、森林セラピー等、目的別マップの作成）
 - 高知の祭りの紹介
 - 高知遺産指定事業（公募・選定）の企画・運営 等
 - … 自然、地場産業・特産物、文化（含む食文化、伝統芸能）を記録・保存。

- d. 企業、第一次産業従事者に対するHP、ブログ作成相談窓口の設置
(大学、県、NPO)
 - 専門家による診断・アドバイスを実施。
- e. 県・各市町村HPの点検の実施
(県、市町村)
 - 全国の観光客により興味を引くよう、専門家による診断・アドバイスを実施。
- f. 四国八十八遍路道世界遺産指定に向けた4県共同の取組み推進
(関係各機関)
 - まずは高知県で、県、該当市町村、経済・産業団体、大学、寺院等による横断的組織「四国遍路文化世界遺産登録推進会議」(仮称)を設置。
- g. 「県観光ビジョン」のアクションプログラムの策定、進捗状況のチェック・公表(県)

④ 活性化に必要な資金の手当て(資金不足への対処)

- a. 国からの各種補助金を有効的に活用
 - 国の補助金メニューの事前的情報収集力、企画コーディネート力、企画書作成力が不足。このため、以下の対策を実施。
 - イ. 早期情報収集および県内情報発信拠点の設置(大学、県、金融機関)
 - … 官庁四国拠点における説明会への官・民・学の出席、霞ヶ関や四国出先官庁でのロビー活動。
 - ロ. 企画書作成方法の指南・相談窓口の設置(〃)
 - … 専門業者の紹介。
- b. 県財源難への対処
 - 財源を効果的に活用するため重点・優先課題への集中的資金投入を図る必要。
 - イ. 県経済のあるべき将来像の検討(部署横断的にマトリックス分析を実施)
(県、市町村)
 - ロ. 重点課題への補助金付与に当りコンペ方式の導入(〃)
- c. 民間資金の活用
 - 上記コンペ方式とタイアップするかたちで、地域金融機関共同の高知活性化ファンドを創設(県、金融機関)。併せて、事業化に当たってのアドバイザー的な機能を備える。また、既存の民間のファンドも有効活用する。

⑤ 活性化に必要な人材の育成・手当て（人材不足への対処）

a. 県の地域支援企画員（60名）の更なる活用（県）

- 上記あるべき将来像に基づく県としての活動方向性の明示、研修強化。
… 上記企画書作成方法の指南・相談窓口としても活用。

b. 県、高知市の部局横断的な中堅職員、青年会議所、商工会議所青年部等と土佐経済同友会・地域経済活性化委員会、大学との勉強会の定期的開催（県、高知市、大学、青年会議所、商工会議所）

c. 大学による地域人材教育の推進（大学）

- 地域におけるシンクタンク機能の発揮を期待。具体的には次のとおり。
 - イ. 地域生涯学習システムの構築
 - ロ. 市町村における調査活動への協力、活性化計画策定への参画

d. 高知にU・Iターンする団塊の世代の地域活性化の人材としての積極活用（県、市町村）

- 地域に必要な人材（ツーリズム企画、マーケティング・商品開発、小・中学校の課外教育等）を公募するかたちでの移住促進。

e. 郷土愛の強い、郷土に自信を持った有能な若い人材の育成（県、市町村）

- 高校・専門学校生・大学生に対しては、就業の大事さ・尊さを教えることが必要。例えば、県内企業におけるインターンシップの拡大、当該活動に対する履修単位の認定。
- 小・中学生に対しては、高知県の環境保全への貢献等を、課外授業を通じ理解させ、郷土に対する自信を持たせることが大切。具体的には次のとおり。
 - イ. 高齢者や団塊の世代が小さい頃に経験した山遊び、川遊び、海遊びを教材化し、高齢者等が課外授業で体験。
 - ロ. 県内製造業企業のOB等を理科実験の課外授業の教師として活用。
 - ハ. 観光の教材を作成（ビジュアル化し、ホームページ等を活用して提供）し、総合学習の授業等で観光客への「おもてなしの心」を教育。
- また、中山間等地域で都会から小・中学生を迎え入れ、地元の生徒と共同生活・体験学習をさせ、その経験を通じて郷土に対する自信を持たせるのも有効。

(むすびに)

- 上述の各種提言にどう取組むか、産、学、官、民が連携して、今後検討をさらに深める必要がある。土佐経済同友会としても、関連する各委員会で個別提言ごとに実現に向け検討をさらに深めていきたい。そのために、当委員会としては、本稿を活用して、県、市町村、大学等との勉強会、さらには、県民シンポジウムを開催することにより、広く識者、県民の意見を求め、地域におけるビジョンの合意形成の第一歩に繋げていくつもりである。また、市町村や大学とタイアップし、モデルケースとして提案内容を具体的に試行していきたいと考える。
- こうした取組みには、時間が掛かるし、様々な障害が生じてくるであろうが、県民挙げて、決して諦めることなく粘り強く、地域の活性化を自らの問題として捉え、身近なところから、継続して取組むことが大事である。企業や製品の生産者が、単に売上げを上げれば良いという時代は最早終わりを告げている。そうした方々が社会貢献、地域貢献をどう果すか、が地域で円滑に商売をしていく大原則として求められる時代になっているように思う。その意味では、環境保全・修復、安心・安全な製品の提供、地域教育・人材育成にどう主体的に関与するか、が今後益々重要になってくる。
- また、地域全体で戦略分野の「選択と集中」を図り、活性化策を策定し実行するに当り、多様化する地域住民・企業の価値観や利害を纏め、地域住民・企業の意識改革、協力・連携を引き出していくためには、①地公体の強力なリーダーシップによる地域の合意形成努力、②策定したビジョンの実現に向けた地公体の政策誘導や民間が自立するまでの間の支援が不可欠である。その意味では、行政の果す役割は、これまで以上に重要性が高まっているといえる。ただ、地域住民の主体的・自発的な活動・努力 — 行政への過度な依存心の排除 — なしには、行政による活性化支援の効果は大きく減殺されることとなり、厳しい地公体財政とも相俟って、このバランスをどう取っていくかが、極めて重要なポイントとなる。
- なお、本稿で示したビジョンの策定方法（マトリックス分析）は、どのようなユニット、例えば、県、市町村、さらに小さな地域コミュニティ、あるいは、個別企業でも活用可能なものであり、まずは各セクターでこうした分析を行い、己を、相手を、外的環境の変化を知り、自分たちで何ができるか、考えてみてほしい。本提言に、行政はもちろん、一人でも多くの地域住民や企業の方々が関心を持ち、やる気に繋げて頂ければ幸いである。

【地域経済活性化委員会 検討メンバー一覧】

渋谷 康一郎 (委員長)		坂本 導彦 (副委員長)		
依光 晃一郎 (書記役)				
石塚 悟史	伊丹 由美	伊野部 重晃	大野 加恵	岡内 啓明
小川 孝司	尾崎 典之	川久保 雄司	國藤 孝志	栗田 寛
桑名 龍吾	小門 賢一	坂本 世津夫	佐々木 徹	嶋崎 誠史
下元 浩靖	高木 象一	高橋 真	高村 禎二	武石 利彦
竹島 龍輔	武田 倫明	田畑 一生	中越 武義	久松 朋水
福長 秀彦	藤田 正	堀田 元明	松山 正博	眞鍋 豊志
宮川 裕二	森 英俊	山口 治	吉阪 佳洋	吉田 憲司
吉村 文次	米山 憲男	中西 穂高	武藤 信義	

【地域経済活性化委員会開催記録】

2006年

第1回	1月26日	14名
第2回	2月16日	19名
第3回	3月16日	14名
第4回	4月27日	17名
第5回	5月24日	17名
第6回	6月29日	16名
第7回	7月13日	14名

2006年度第1回定例会(当委員会主催) 7月24日

第一部 委員会報告 「高知県経済の現状・課題と活性化」

第二部 パネルディスカッション 「高知県経済活性化の方向性」

司会：渋谷康一郎

パネリスト：武藤信義氏(高知工科大学連携研究センター長)

受田浩之氏(高知大学国際・地域連携センター長)

大嶋俊一郎氏(高知大学大学院黒潮圏海洋科学研究科助教授)

第8回	8月24日	14名
第9回	9月21日	16名
第10回	10月12日	16名
第11回	11月16日	16名
第12回	12月21日	19名

2007年

第1回	1月18日	13名
第2回	2月22日	14名
第3回	3月22日	12名
第4回	4月26日	18名
第5回	5月17日	11名
第6回	6月21日	14名

土佐経済同友会・地域経済活性化委員会では、本稿に関する皆さんからのご意見、ご感想を広く求めています。

つきましては、以下の連絡先まで、郵便、ファックス、メールにて、何なりとご意見、ご感想をお寄せください。宜しくお願いします。

連絡先

土佐経済同友会 事務局

〒780-0823

高知市菜園場町 1-21 四国総合ビル 3F

四銀キャピタルリサーチ（株）内

TEL：088-885-6707

FAX：088-883-1156

メール・アドレス：tosadoyu@orange.ocn.ne.jp

インターネット・ホームページ：

<http://www.tosa-te.ne.jp/~tosadoyu/>