

## 地方の「豊かさ」を どう伝えるか

四国経済連合会副会長(高知商工会議所会頭) 西山 昌男



雇用求人倍率，製造出荷額，個人所得等々，どの経済指標を見ても「いざなぎ超え」，「戦後最長の景気拡大」という言葉が，うつろに響く高知県の現状です。地域間格差について論じられるとき，一方の代表として常に高知県が引き合いに出されます。では，高知県は「豊かさ」の対極にある貧しい県なのでしょうか。私は，決してそうは思いません。高知県には他県に誇りえる「豊かさ」があります。地域活性化のためには，この豊かさを県外の人々に伝え共感を得るための企てが必要です。

今後，地方が公共事業に依存した産業構造から脱却して，自立的な発展を遂げていくには，地域資源に磨きをかけ，付加価値の高い商品を見直し，新市場に送り出し外貨を稼がなければなりません。そのためには，買手の立場から地域資源を見直す必要があります。ターゲットとする市場の視点から，可能性のある地域資源を選定して，相手側の好みに合わせて磨き上げる工夫が必要です。

地元で暮らす私たちには，あまりに日常的で，そのものの本当の価値がわからないものがあります。例えば，毎日食卓に上る地元産の野菜，果実，海産物も工夫次第で外貨に化けます。見慣れている「空と海の青」「城のある街並み」も，売り方次第では有望な商品となりえます。

すでに「よさこい祭り」の例があります。この10年足らずの間に，たいへんな勢いで全国に広がりました。毎年，祭りの本番翌日の8月12日には全国大会が開催されますが，今年は県外

から45チーム3,400人がこの日のために高知を訪れました。「よさこい祭り」4日間全体の経済効果は，約80億円と推定されますが，約半分は観光客の消費を含め，こうした県外から流入した外貨です。

観光を産業として育成することに国も注力しており，全国各地域が観光資源開発に取り組んでいます。当然，競争も激しくなりますが，受け入れ側の基本は四国八十八ヶ所のお接待にも通じる，おもてなしの心だと思います。

私は，県外の観光バスを見かけると，手を振って「ようこそいらっしゃいました」と歓迎の意を表すように心がけています。人口減少や企業誘致もままならない中で，観光による交流人口の拡大が，いかに外貨獲得により地域経済に貢献しているか，市民一人ひとりが認識する必要があります。手を振って挨拶することは，費用もかからず，今日から誰にでもできることです。

そして，しっかりとしたマーケティングです。観光をはじめ地域資源を活用した新市場の開拓に向けて，すべての地域が大都市部の主要マーケットで顧客を獲得するために動いています。この動きに何の企てもなく巻き込まれると，最後には価格競争の中で埋没してしまいます。どこの誰に買ってもらいたいのかを明確にして，買ってもらえる商品としての価値づくりをしなければなりません。地方において今最も求められる支援策は，こうしたマーケティング支援だと強く感じるこの頃です。