

# 高知県における新分野進出事業の現状と課題

小松智恵

## I はじめに

わが国は戦後の復興の中で急激な高度経済成長を達成し、先進国への加入を果たした。第二次世界大戦の敗戦による荒廃や混乱も 1950 年代の朝鮮戦争特需により 1955 年ごろには日本経済は戦前の水準に復興し、更なる高度成長が始まった。この経済成長の要因は良質で安い労働力、余剰農業労働力の活用、高い貯蓄率（投資の源泉）、高率の民間投資、輸出に有利な円安相場（固定制）、消費意欲の拡大、安価な石油、安定した投資資金を融通する間接金融の護送船団方式、管理されたケインズ経済政策としての所得倍増計画、政府の設備投資促進策による工業用地などの造成や戦中の軍需生産のために発達した技術力が挙げられる。国民所得倍増計画は、輸出増進による外貨獲得を主要な手段として国民所得（国民総生産）を倍増させ、これによって雇用を拡大し失業問題を解決する（完全雇用を目指す）ことで生活水準を上げることが目的としていた。またこの過程で地域間・産業間における所得格差の是正も図られた。1960 年代には東京オリンピックの開催やベトナム戦争、1970 年に開催された大阪万博などによる特需があり、1968 年には国民総生産（GNP）が資本主義国家の中で第 2 位に達した。その後田中角栄内閣の日本列島改造論によって日本全土が高速道路または鉄道で、従来よりも大幅に短縮された時間で行き来できるようになる。

このように、日本の経済成長は、公共事業と土木建設産業による雇用によって支えられてきており、建設産業は現在も国内総生産（GDP）の約 2 割に相当する建設投資を担うとともに、全産業就業人口の 1 割を超える就業者を擁す基幹産業である。（H9 年）同様に、建設産業の収益基盤は公共事業にあり、それは地方において顕著に現れている。しかし、バブル崩壊を受けて起こった平成不況の中、1998 年小渕恵三内閣以降、2001 年小泉純

一郎内閣の「痛みを伴う改革」に顕著であるが、公共事業の事業費は大幅に減少され、同時に雇用も失われてしまった。

現在の景気状況や政治方針、日本の財政状況を鑑みても、今後早急に公共事業を元の水準に戻すことはないと考えられる。日本の基幹産業である建設産業が、公共事業への依存から脱却し、雇用を確保し続けていくことができれば、日本の経済に大きな影響を与えられるであろう。特に主要な産業資源のない高知県は、建設産業だけでなく、県自体が国の政策や事業に依存してしまっている地域である。この状況を打開すべく、県や企業が一体となって建設産業の新分野進出事業が進められている。本研究はこのような異業種参加による現状を把握し、課題を見つけ、地方における経済の活性化と官公庁の支援のあり方について考察する。

## II 高知県農業・経済の概略

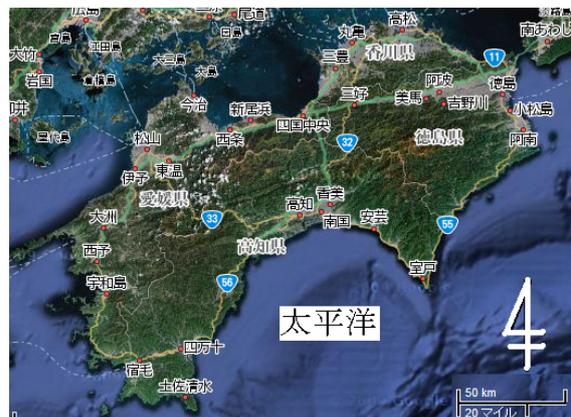


図 1 高知県の位置

### (1) 高知県の概要

面積は 7,105.04 km<sup>2</sup>であり、太平洋から四国山地の尾根までの範囲が県域である。高知市から南国市に至る香長平野と南西部の四万十市周辺がやや広い平野となっているほかは、そのほとんどが海の近くまで山が迫っており、県土面積の 84%を

林野が占め、中間山地域の割合は95%という典型的な山国である。年間平均気温は16.7℃、年間降水量2,590mm、年日照時間2,128時間という夏季高温多雨、冬季温暖多照の恵まれた気候条件下にあるが、輸送交通面においては海や山に囲まれ、地方であるがゆえに交通網の整備が行き届かず、近年は竜馬空港の開港や高知自動車道の開通に伴い改善されたものの、大変不利な状況下にある。

上記から分かるように、高知県の産業は山間部から伐採される林業、太平洋に面した漁業と平野における温暖な気候を利用した施設園芸農業に支えられ、大量消費地に近く、輸送コストの低い他県に対抗するため、系統出荷という県独自の出荷方法をとっている。

## (2) 系統出荷

他県の農業生産物の出荷体制はそれぞれの農業協同組合（JA、以下農協と表記）が独自に出荷、販売を行うが、高知県では「一元集出荷体制」「県共同計算方式」という系統出荷方法をとっている。系統出荷とは、県内各地域で生産される多くの農業生産物をまず各地域の農協へと集め、それを高知県園芸連・園芸流通センターを通じて全国各地へ出荷、販売を行うのである。その際、県下統一の規格で選果、選別し、同一作物、同一作型、同一包装形態、同一等階級、出荷日単位ごとに販売価格や輸送運賃、手数料等を共同計算し、精算を行う。

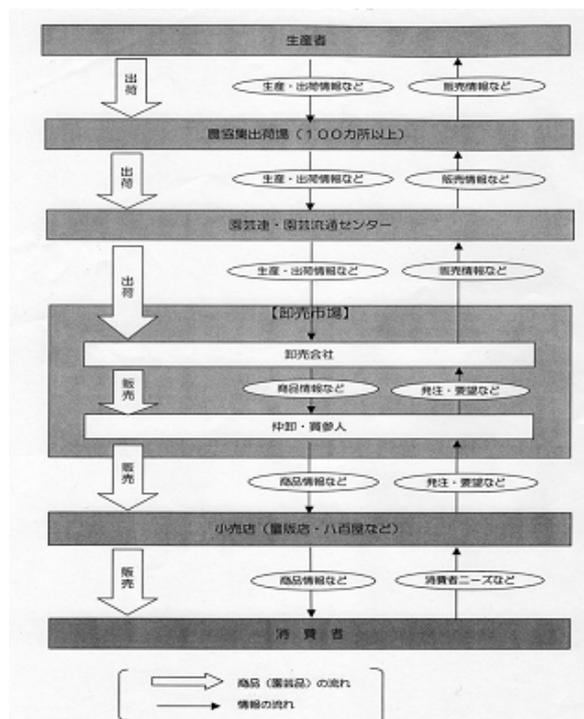


図2 系統出荷の概要図（高知県農林水産部2008）

これらのメリットは①県下で統一した選別、包装規格により、品質レベルを平準化ができ、出荷数量の大型化と販売力の強化が図られ、より戦略的な販売活動と販路の拡大が行える。②効率的な輸送体制を構築でき、輸送コストの低減と、個々の生産者のリスクを分散し、販売メリットを生産者に分配することができる。③県域的な品質指導を通じ、中山間地域など小規模産地の技術向上、育成につながる。④園芸連の圏外事務所を通じて、取引先に対し産地情報を緊密に提供できるため、取引力の強化が図られる。⑤県単位の効果的な消費宣伝活動を行うことができる。ということである。このような量と質の確保は高知県の生産物をブランド化することにもつながっている。

## (3) 高知県の農業

上記のような輸送システムの下、高知県は元来生産に積極的であった農作物を県産品11品目と定め、販売を強化し、支援を行っている。県産品11品目とは、ニラ、メロン、きゅうり、生姜、米なす、オクラ、こねぎ、ピーマン、なす、シシト

ウ、みょうがであり、平成20年現在、高知県はナス・ゆず・シシトウ・みょうが・ぶんたんの市場流通生産量が全国一である。

過去、高知県における産業は、過疎県であるため、林業が90%を占め、残りの10%は漁業であった。江戸時代末期に、大阪方面に出荷するきゅうりやナスの早出し栽培を始め、その後温暖な気候を利用した米の二期作を行っていたが、戦後の減反政策のために4月に田植えをし、8月に収穫を行う早期水田の後野菜または超晩播大豆の生産を行うようになる。昭和40年以後、全国に先駆けてビニールハウスを利用した施設園芸農業をすすめ、栽培技術力を背景に高品質で多彩な品目を生産し、園芸王国を作り上げた。野菜生産の54%をハウス栽培が占め、しょうが御殿（しょうがの生産高で豪邸を建てることができた）やきゅうり御殿が建つようになる。しかし、その後他県への技術提供によって他県に生産量を抜かれる品目が多くなった。また、施設園芸農業による生産力向上と、系統出荷という鮮度を保った出荷が行えることから、生産者の間に「生野菜が一番良い」という意識が広まり、加工品を生産する力が弱まってしまった。現在も高知県に大規模な加工品生産企業の進出はない。また、高知県は毎年台風による被害があり災害対策や復興の過程で林業や農業に従事していた人が建設業を起こすようになった。このように建設業者はもともと農業や林業に従事していたため、農地を所有していたり、農業技術をもっていたりするので、建設業をやめ家族経営の農業・林業に再び戻ることもある。

ここ数年、高知県では主に地産地消が増え、東京・大阪などの大都市圏に向けた販売は減少傾向にあった。その理由のひとつは平野が少なく、農地を確保できないことにある。都市部に出荷するよりも地元での消費に当てようという意識の変化である。他に、平成五年～平成十四年にかけて農作物に関する貿易制限が撤廃され、安価な外国産農作物が日本の市場に大量に流入したことで、高知県から大都市圏への出荷量が減少したことが挙げられる。しかし、平成十五年に外国産農作物に

残留農薬が検出された問題を受け、大都市圏への出荷量は反対に増加傾向にある。

また、農業従事者の割合も大きく変化した。昭和三十五年の第一次産業従事者は全体の50%を占めていたが、平成十七年には第一次産業従事者は12%、第二次産業は19%、第三次産業は67%になり、農業や林業から第三次産業へと就業率が推移したことが見て取れる。

#### (4) 高知県の経済

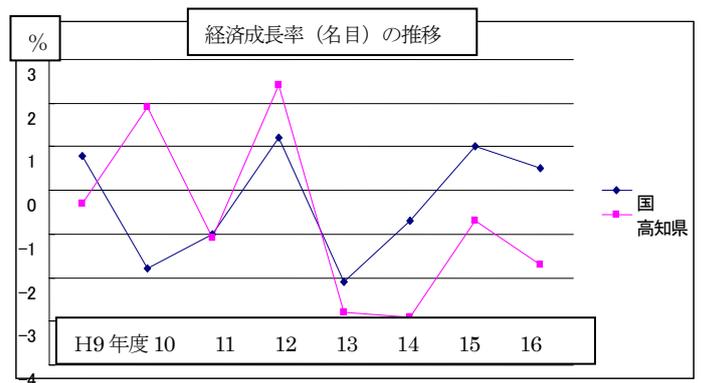


図3 国と高知県における経済成長率の推移 (高知県庁ホームページ)

高知県の平成十六年度県内総生産（名目）は2兆3,603億円対平成十五年度の2兆4,010億円に対し407億円減少し、1.7%のマイナス成長となっている。図3グラフからみてとれるように、高知県の経済成長（名目）は平成十三年度以降マイナス成長となっているが、国の経済成長（名目）は平成十五年度以降プラスに転じている。具体的には、製造業が平成七年に7050億円であったが、平成十七年には5500億円となった。5500億円のうち、20%は平成七年度以降のカシオの電子部品工場誘致によるものであり、製造業の衰退は明らかである。この背景には、高知県の製造業は近畿地方からの部品製造の下請けであり、高知一近畿間のフェリーが平成十五年に廃止されたことによると考えられる。四国の産業は香川県や、愛媛県などの瀬戸内側が輸送にかかるコストが低く、有利

である。高知県は、陸路から瀬戸内に出るにも四国山脈に阻まれ、瀬戸大橋の通行料金は高く、水路では、太平洋が荒く、船を出すことが困難でコストがかかってしまうのである。

高知県の失業率は平成十二年に 2.6%であったが、平成十七年に 7.9%という全都道府県中最悪の数値を記録した。この失業者の内訳は、建設業関連が倒産・合併などで9200人、製造業が廃業により7100人で、これら建設業や製造業関連において顕著であり、県内での雇用機会は減少している。また、就職に関しても、高卒就職の55%（平成十九年）が県外で就職しており、高知県の人材は完全に流出し、高齢化が一層進む原因になっている。しかし、平成十八年二月段階での高知県の有効求人倍率は、「事務」(0.26)や「販売」(0.92)で1倍を下回っているが、「サービス」(1.49)「保安」(4.79)では十分な雇用が確保されており、就職口がないわけではなく、求職者のニーズとのミスマッチが浮き彫りになっている。

図3では、平成十年度と十二年度に国の経済成長率を高知県が上回っているが、これは、平成八年～平成十年に起きた高知豪雨災害により、公共事業・民間事業が増加したことで、建設産業の倒産に歯止めがかかり、かつ雇用が生まれたこと。また、平成十二年度に行われる、高知国体の開催準備に伴う公共事業の受注と、高知国体による経

済効果に起因するものと考えられる。

### III 建設産業の新分野進出

#### (1) 背景

建設産業は国の基幹産業であるが、前記の通りバブル崩壊後から特に2001年小泉純一郎内閣以降、公共事業の事業費は大幅に減少され、公共事業に依存していた建設産業は倒産、リストラなどにより、雇用の機会を失ってしまった。これは高知県も例外でなく、建業者が多いためにより影響を受けた。

県としても県の基幹産業である建設産業の淘汰は回避したかったため、建設産業からの異業種参入への支援に乗り出した。高知県の建設産業は、元来、家族経営の農業、林業従事者から派生したため、建設業者が関心をもつ異業種産業は「農業」であった。しかしながら、派生したが故に「農業」に対する意識が甘く、県の支援無しに独自に農業分野への進出を進めた企業の多くは失敗し、会社の維持どころか新分野進出による倒産に追い込まれることも多く、県の支援を求める需要は増加していった。また、高知県は台風の被害を毎年受けるため、企業のなかには待っていれば災害が起これば、再び公共事業の受注が来ると思っているところも多く、そのような企業の意識を改善し、公共事業依存型の産業体制からの脱却を図ろうと、県

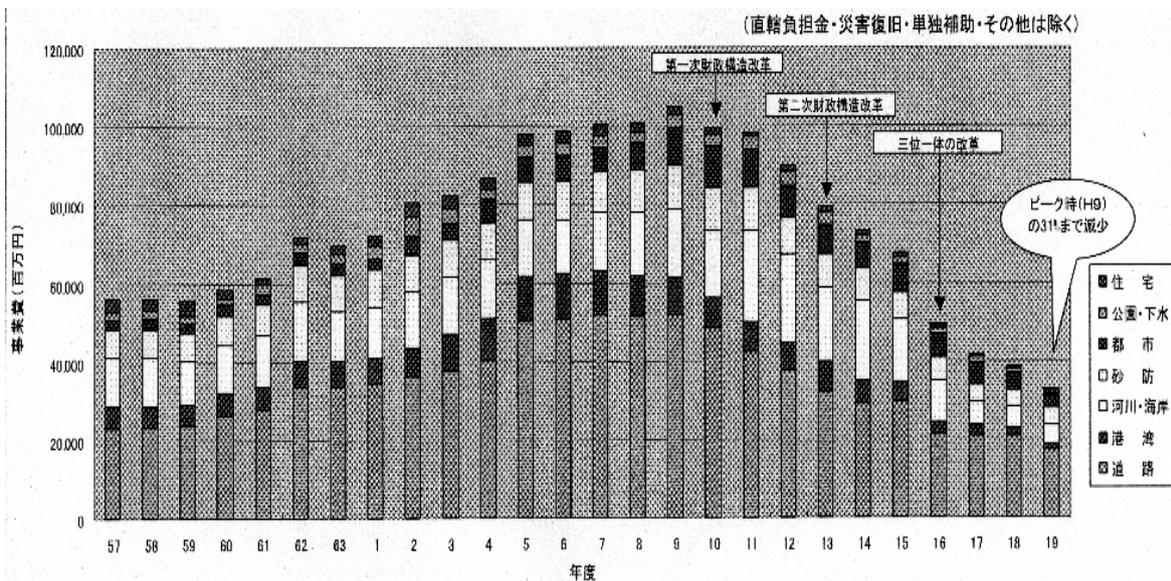


図4 分野別事業費の推移（一般公共事業＋一般単独事業費）（高知県土木部土木企画課資料）

が率先して新分野進出に関する説明会を開催した。

政府は、農林水産省の「アグリカルチャー支援事業」を通じて農業に取り組む企業を支援している。高知県は財団法人高知県産業振興センターなどによる「こうち産業振興基金」によって、県の規定にそった企業に対し、資金や技術支援を行っている。都道府県の多くも企業の異業種参入には支援枠を用意しているが、高知県は、特に建設業に対し別に支援枠を設けた（「建設業経営革新支援事業」）。その理由は、高知県の建設業者の数が多かったためである。

平成六年には財政悪化による公共事業の削減が行われたため、平成十年以降顕著である建設業者の倒産、失業が予想でき、補助事業や支援が開始された。平成十三年には建設業者の合併を県がバックアップするもほとんど広がりを見せず、行政支援のあり方が見直され、現在のような異業種参入企業に対する支援へと移行した。

### (3) 支援プロセスと内容

財団法人高知県産業振興センターの行った支援は①資金援助②販路の提供と広報展開支援③商品生産における経営体制相談である。

支援にいたるまでの過程は以下のようになっている。



図5 支援の流れ

農業分野の新規参入として新しく有限会社をつくる場合（注2）、実行性や資本内容など計画の実行可能性を審査する。また、農業分野に新規参入した企業が行き詰り、県に支援を相談する件もある。その場合は、専門家を派遣し、経営状態の改善に向けたアドバイスを行って、経営の安定化を支援している。

資金援助には、企業は再建計画を県に示したうえで審査を受ける。選定後も、毎年計画達成状況を「こうち産業振興基金評価委員会」において評価される。

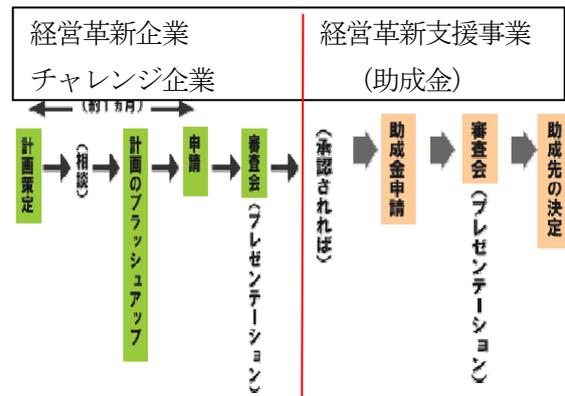


図6 資金援助までの流れ

こうした資金支援の財源は税金である。税金の有効活用が図られるよう、審査会が行われる。審査会に際しては、事前に県の担当者との話し合いを持つことが行われる。計画の妥当性や申請様式の確認、場合によっては、企業代表の直接面談も行う。これらの過程で、書類上の単純な計算ミスが意外に多く（注3）、企業が農業分野への進出を進めていく十分な意識を持っているかを、行政は確認することができる。

審査会は学識経験者や進出予定分野の関係者によって構成される。支援を承認する際に重視する点は「新分野進出によって高知県の産業を活性化させる」ことに対する実現性や、資金の妥当性、商品の新規性である。商品の企画、生産段階で生産者のねがいや努力などのストーリーがなければ、その商品は地域ブランドになり得ない。完全に新しい商品は創造が難しいが、より良いものを作らなければすでに販路の確定している同種の製品の販路に参入することがかなわないためだ。

また、販売に関する支援においては、付加価値を高くして販売することに重点を置く指導を行う。生産物をすぐに全国規模で販売展開するのではなく、まず県内で販売し、認知されることを目指す。これは県内市場で販路の確保のできないような商品は、全国規模での売り上げは伸びないと単純に考えられるためである。

首都圏での物産展やフェアを企業に紹介し、広報活動の支援をおこなうこともある。県は、観光物産財団による紹介や量販店、デパート側の要望を一手に受け付けており、進出企業に参加を勧めるのである。農業製品の広報活動は製造機械に比べ有利である。製造機械などは会場へ製品を輸送するのにコストがかかったり、会場の出店スペースを広く占めるため、出展企業が数社に限られてしまったりするが、農作物は小さく、持ち運びやすいため、コストがかからず広報しやすい。新規参入企業が比較的簡単に出店枠を得られるのである。

#### IV 建設産業の農業分野進出に関わる取り組み

##### (1) 国友建設による茶栽培事業への参入

高知県の吾北にある国友建設は昭和四十年に創業し、収入の95%以上を道路や護岸工事などの公共事業に依存する建設企業である。

公共事業の削減を受けて、平成十年の従業員数が五十人であるのに対し、平成二十年には二十八人にまで従業員の削減が行われた。

経営の多角化による生き残りを迫られた国友建設は、吾北で以前から栽培されていた「お茶」に注目し、平成十八年に社長が交代した際に、会社のもち山である3haの山を切り開いて「茶畑」を作り上げた。開墾の際に建設企業のノウハウが生かされた。

「お茶」を栽培することで得られる利点は2点ある。一つは、建設企業にとって仕事が少ない4～6月が農繁期であること。二つ目に、「お茶」の栽培する際に目立った技術は必要ないことが挙げられる。本業である建設業の合間に手があげば作業を行うなど、従業員を効率よく導入でき、全て手摘みの新芽の高級茶の生産に成功した。

新代表は以前流通関連企業に勤め、その場で培った独自の流通経路を利用し売り上げを伸ばしてきた。平成二十年度の売り上げは八百万円であったが、すでに大都市圏での顧客獲得に成功しており、平成二十二年には二千五百万円、平成三十年には二億円の売り上げを上げられるであろうと予

想している。

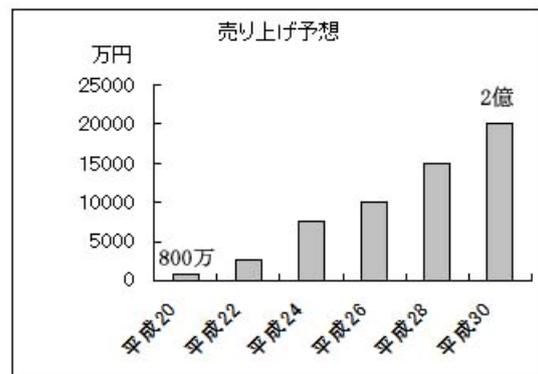


図7 国友建設の茶の販売実績と予想売上 (NHK高知 土佐金)

##### (2) (有) 土佐継承農匠

###### i 参入経緯

(有) 土佐継承農匠 (ゆうげんがいしや、とさけいしょうのうえん) は、中勝建設 (高知県南国市) を母体とし、H18年度農林水産省「アグリカルチャー支援事業」を受け、JA など各農家の協力も得て農業分野へ進出した建設企業である。

中勝建設の経営は順調であったが、H13年に比べ受注は7割減っており、今後の事業の減少は確実であると予想し、資金力のある今のうちに新たな収入源を確保しようとの考えで農業分野への参入を考えた。また、社長は、海外出張の折に東南アジアのトロピカルフルーツ農園をヒントに、農業とくにマンゴー栽培を行いたいとの希望を持っていた。先駆的に高知県香南市において東山建設が県事業モデルとしてH17年からニラ栽培を行っていたので、農業参入に対する期待度はより高まった。トロピカルフルーツの中でもポピュラーであり、成長が見込める生産物だと判断し、マンゴーの栽培を決めたのである。

## 事業

事業費約一億四千万円

国の補助：1/3 自己負担：2/3

県・市町村の補助金は利用していない。

### ハウス構造

シシトウ：高生産性機械施設

5連棟 約4000万円(30a)

マンゴー：複合経営事業施設

屋根型(風に強い形状のため)

約3200万円(16a)

- ・ハウスの建設は自社でなく、専門業者に委託
- ・体験的に得られた知識を参考にしながら建設し、出荷調整施設などでコストを削減できた

表1 事業概要

生産規模は、高生産性機械施設30a、複合経営集合施設16a、生産物集出荷施設出荷場90㎡であり、高生産性機械施設で促成栽培のシシトウを、複合経営集合施設でマンゴーを生産している。周辺の古いハウスを買い取り、16aだったマンゴーの農地を30aに拡大した。また、もともと社長が所有していた100aの農地のうち、露地栽培の梨園が27a、そして50aの畑では、良心市で販売する(良心市：道路に面した所に販売所を作り無人で販売する)たまねぎやパプリカなどを余力で生産している。正規雇用職員が4名、非正規の常勤が5名であり、他に収穫期のパック詰めで動員される非正規職員が4名、草刈り・田起こし等で動員される非正規職員が2名いる。

高知県には、さまざまな作物を作ることが出来る土壌と気候が備わっている。その最たるものが県産品11品目であるが、その中から選択し、生産することが行政支援を受ける必須事項であったため、土佐継承農匠はシシトウを選択した。高知県南国市はシシトウ生産高日本一であり、地域との連携を企業として考えていたことが、シシトウを選択した理由である。

### ii JA加入による販路の確保

行政支援を受けたとはいえ、簡単に異業種であ

る農業に参入できたわけではない。国友建設は個人的な販路を利用して生産物を販売したが、土佐継承農匠はJAを通じ、他の農家と同じ販路でシシトウの販売を行おうと考えた。これにJA南国市に加入している農家から反発があった。その理由は、農家はそれぞれが個人経営であり、JAを介して一体となって販売を行っているため、企業が参入し連帯感がなくなってしまうのではないかと、企業は利潤を追求していくが、農家の生活は守られるのだろうか。といった不安が農家にあったためである。そこで、JAを仲介し、話し合いの場を設け、双方の理解を高めあい、土佐継承農匠のJA加入がかなったのである。以下は「それまでの経緯である。

### H16年

○高知県は建設産業の雇用安定を図り、林業・農業分野への異業種参入を企画する

○農地購入を求められ、社長所有梨園27aに

○土佐継承農匠、高知県主催の説明会案内を知る(情報提供→国・県の補助を前提とした提言)

H17年7月10日

○高知県異業種参入説明会参加どのような補助がもらえるのか説明を聞く

○国の「アグリカルチャー支援事業」という支援を受ける

○県との打ち合わせを進め、支援を受けるため高知県特産品11品目から地元合うものを1品選択する(シシトウ)

計画・技術面の補助を県が支援

○JA南国市役員会での土佐継承農匠加入説明会開催

JAに加入しなければ作物の流通は不可能

加入の承認権はJAに参加する農家にある

○部会員全員参加の説明会

→農家側からの反対

H17年10月から

○県も参加し、農家への説明を続ける

H18年2月8日

○(有)土佐継承農匠設立…社長含め5人体制農地の売買は法人でなければできないため

H18年8月

○JA南部会園芸部シントウ部会加入

H18年9月から

○農協を通じて時価詰出荷による出荷開始

○JA・振興センター・農家間での栽培方法指導  
→指導員が技術面を指導

表2 中勝建設の農業参入過程

### iii 生産に至るプロセスと様々な問題点

JAへの加入により、販路を確保できたが、農業従事者としての知識や経験が十分でなく、問題が多く発生した。農作物は植えたらいつの間にか収穫できるのでないかといった農業への甘い認識があったことも否めない。具体的に、H19年はハウスの工期が遅れ、平均収量にとどかず、H20年には農業経験者が会社をやめたため、温度管理に不備があり、収穫量を増やすことはできなかった。また、農業経験者が少なく、農業大学卒業者による助言も一部不十分であり、トラクターなど耕運機の使い方、畝の立て方を知らないなどが影響した。

生産方法の多くは「本」を読むことによって得ている。最も勉強になるのは試験的に生産を行い、失敗から学ぶことであり、地元農家からの情報も大変有益である。生産知識をえるために、農家が協力して行う作業に土佐継承農匠が参加し、土佐継承農匠という存在を認めてもらい、地域に溶け込む中で、農業に関する知識を教えていただこうと取り組んでいる。また、農業普及所の農業指導が週に1度程度の割合で入り、基本的な生産の流れや計画の見直しなどが行われる。

### iv 販路拡大のための広報活動

商品の広報活動は生産品目によって異なる。シントウに関しては系統出荷を行うため、高知県園芸連の広報活動になる。産地の取り組みを市場や量販店などに対し説明する。他に、農協の女性部による、競り会場の試食会や、量販店での試食活動を行った。

マンゴーに関しては、「とさおとめマンゴー」と

命名しブランド化を狙っている。最初は建設会社の関連機関や、知り合いに贈答したり、販売したりすることで口コミ的に広げ、その過程で社長の知り合いであるマスコミが、建設産業の生き残りかけた異業種参入と「とさおとめマンゴー」を全国ニュースで取り上げた。この広報活動の影響は大きく、現在はバスツアーの来場会場となるまでになっている。また、「とさおとめマンゴー」を掲載したパンフレットを、サービスエリアで配布し、近年は、高知県菓子メーカー、高知県スーパー浜幸、寿司屋、東京などの中央百貨店から注文を得られるようになってきている。



図8 パンフレットに掲載されている内容

今後はリピーターを確保できるよう、品質の維持向上、生産性を高めたいと考えている。具体的には、贈り物として驚かれるおいしさ、大きさ、そして低価格の実現である。

### (3) 失敗例

国友建設や、土佐継承農匠のように、異業種参入に際し軌道に乗る企業もある一方、軌道に乗らず失敗する企業もある。それらの企業の特徴は、有機農業や無農薬農業といった「食の安全性」をうたう昨今の流行に乗ったものが多い。確かに市場のニーズには合っているが、無農薬や有機農業の基準は大変厳しく、採算が合わないことが多い。ドラフトといわれる、隣の畑からの農薬流入によって、農薬を利用していなくても農薬が検出されてしまうこともある。また、農業は始めてすぐに

成果が出る産業ではなく、少なくとも軌道に乗るまでに2～3年の期間が必要である。その間耐えられるだけの資金や忍耐力が必要不可欠なのだ。採算の取りにくい有機、無農薬農業を選択した企業の多くは、農業が軌道に乗るまで経営的に耐えられないことや、農業に対して単純な認識しか持っておらず、他社のまねや理念のないまま農業をはじめ、赤字や失敗に至るのである。成功のためには独自の商品や独自の工夫が必要である。

また、小売価格は量販店が指定するため、商品価格を建設業者は指定することができない。従って、建設業者の想定していた価格で取引できず、赤字になってしまう。

以上のように、失敗例の大抵は、企業が異業種参入を行政の支援を受けずに進め、失敗し相談に来るケースである。

## V まとめ

### i 企業の支援ニーズと行政支援の問題点

県の説明会においては、逆風に負けずに異業種参入を行うといった理念のほかに、十分な補助やイメージの良い宣伝が行われたが、現実にはギャップがあった。例えば、行政との計画段階では、事務所等設備費・農地・ハウス・トラクター・種・肥料・農薬・<sup>かんすい</sup>灌水装置の全体を合わせて補助を行うという支援計画であったが、現実には、収出荷場・ハウス建設にかかる費用の半額を補助という、想定外のことに自己負担は大変であったようである。具体的な金額に置き換えると、1億4千万円の半額を補助されるとの計画であったが、予算がつかず補助は4千万円となったのだ。

また、生産方法の支援に関して、地元の土地で30～40年農業を行ってきた知識を持つ近隣の農家の方と、生産的な指導計画を作成して行う農業普及所と考え方が異なり、混乱を感じるようなのである。農業普及所と農家の連携も高めることで、県の生産量も増やすことができるのではないかと感じた。

### ii 土佐継承農匠の今後の展開

土佐継承農匠の生産量は年々増加傾向にある。

(表3)3年目にしてようやく軌道に乗り出したが、経費と生産量を比較するとまだ赤字である。赤字分は会社の土木建築部における利益を当てている。農業は、投資額が大きく、最初の3・4年は赤字になりやすい上に、軌道に乗るまでに時間がかかるため、現在はその移行期間であり、年々生産量が増えているこの状況はむしろ支援内容が適切であると考えられる。今後も生産量を増やしていくためには、失敗を繰り返さないよう学び、常に農作物の状態から「なぜ」と自問することが大切である。かつ、土佐継承農匠としての経営においては、マンゴーの苗がまだ小さく、コストもかかりすぎているので、まずシトウで黒字が出なければならぬと考えている。また、重油の値段が高騰し(H20年10月3日時点)当初は42円/ℓであったが、現在は125円/ℓ(H20年10月)と倍以上にコストがかかりすぎている。計画になかった状況変化であり、ハウスに頼らない農作物の開発や、急激な状況変化にいち早く対応してくれるような行政支援を求めている。

今後の目標としては、①生産性の向上②マンゴーの効果的な栽培方法開発③さまざまな農作物の栽培と流通方法の開発④地域的なマンゴー栽培を目指している。経費の節減や農薬をなるべく使わず、<sup>えきちゆう</sup>益虫を利用すること。贈り物としてインパクトのある農作物を作ることで販売力を上げる。ハウス無しに栽培できるマンゴー品種の開発。日持ちしないトロピカルフルーツを流通させることのできる流通方法の確立。地域で一体となって栽培を行い、地域力を高めようとしている。地域全体で生産することで、ブランド力を高められ、加工製品の生産など新たな展開を考えられ、地域にも貢献できる。求めている支援としては、①充実した資金援助②的確な情報支援であり、設備投資資金の支援をもっと充実させることや、重油高騰といったその時々状況に応じた支援、年によって異なる生産環境について、状況に合わせた情報支援や助言の提示や伝達である。

ししとう(促成栽培)		梨		マンゴー	
18年11月～19年7月	5.5t	18年	2.7t (4150個)	18年	0kg (0個)
19年9月～20年7月	12.4t	19年	2.9t (4280個)	19年	542kg (1974個)
20年8月～20年10月	2.4t	20年	3.0t (4650個)	20年	836kg (2882個)

表3 土佐継承農匠の生産状況

## VI おわりに

本研究を通じ、企業の新分野進出が与える将来的な経済効果の可能性を感じることができた。現状の過当競争の中で対抗するのではなく、新分野に進出することで既存の企業は生き残り雇用を守ることができる。かつ、取り組みを地域の産業開発につなげることで、波及効果を生み、地域社会の活性化につなげられると感じられた。特に、高知県のような産業の乏しい過疎県にとって、新たな産業の創出は願ってもないことと思われる。国友建設の「茶」土佐継承農匠の「マンゴー」、上記で述べなかったが、ハッピーファームの「トマト」東山建設の「ゆず」など、今後は、どれも高知県ではあまり行われてこなかった加工産業の展開が企画されている。地域間で一体となって生産し、既存の製品との提携を行い新たな県産品を生み出すことも可能である。ベースは建設業で、農繁期に農業を行い、安定した収益と年間を通した労働を確保するという建設業的なメリットのほかに、天候に左右される農業のリスクを、建設業を続けることで分散できるといった、農業的なメリットもある。もちろん、農家と企業の連携によって新たな製品開発が行われるだけでなく、農家側も建設産業の、効率的な意識から影響を受けることで、生産に対する意識を変え、また生野菜に固執することなく、加工商品へも意識を向けるようになる

ことが望まれる。

今後、行政は県民を公的経済への依存から脱却させられるような意識喚起を行い、より異業種参入企業のニーズに沿った支援を調査、計画し、提供していくことが必要だ。企業も、見通しある計画を立てた上で、新分野進出に取り組み、かつ、自社の利益だけでなく地域的な利益を考えることがその製品の認知につながり、より強い販売力につながるように思われる。すでに農業分野での取り組みを行っている企業は、収量を向上させていくことが必要である。PR活動での工夫も必要であるが、なによりリピーターを確保できるだけの品質を持った商品の提案を行っていく必要がある。

行政支援により、十分な効果が得られていると思われる一方、今回の調査を行う中で行政の「公共性」について疑問を持った。1企業の支援は行政の担うべき、「公共的な支援」に沿っているのだろうか。確かに、県産品11品目から生産物を選択し、高知県への貢献度を図った上で資金支援がなされるわけで、結果的に企業の倒産が免れ、法人税の税込確保や雇用創出につながっていることは分かるが、1企業に対する支援は県民の税金を投入するのに適切な内容なのだろうか。もちろん県が支援するのは資金支援だけでなく人的支援もある。今回の調査で、県の支援は成果を挙げられていないわけではなく、事業としては成功を収め

ているもしくは、軌道に乗っているといえるであろうと感じた。今後への期待も大きい。しかし、行政であるからこそ県全体の利益を考えた支援が行われるべきであるだろう。例えば、宮崎県知事の広報展開は、1企業を取り上げるわけではなく、県の特産品を全国に紹介し、県の認知度を急激に高め、この「公共性」を十分に持った支援事業であったと感じられる。

このように、高知県も、企業に対する支援だけでなく、特産物の広報活動や観光、企業誘致に力を入れていくべきではないか。系統出荷を行っている高知県であるからこそ、より行うべきであり、一体となってできる支援であると思われる。物産展の出展は量販店の影響が出やすく、急に展回数を出展回数を伸ばすことはかなわないだろう。しかし、高知県は今後、NHK大河ドラマ「竜馬伝」の放送が決定している。この機会を十分に活用し、放送期間だけのバブル的な観光収入でなく、この時期に合わせた広報活動を行い、リピーターの創出や、長く続く経済効果を作り上げたい。長野県は「風林火山」によってバブル的な観光収入を得たものの、放送終了と同時にさまざまなタイアップを終了したため、経済効果を延ばすことができなかった。一方、鹿児島県の「篤姫」はドラマの高視聴率も影響するが、放送終了後も観光客は絶えず、臨時ツアーが好評であるという。このような県による差を検証していくことも必要であろう。県として、坂本竜馬役など、NHK大河ドラマ出演者に高知県の特産品をアピールしてもらうような契約を結んだり、出演者を使ったCM展開を行ったりできればよいのではないか。高知県に滞在し、地域や人、特産物のよさ

を感じることはできたが、広報に対する意識が薄く感じられた。今後、どのように高知県をアピールしていくかによっても変わるであろうし、このような大規模な取り組みこそ、行政が行うべきではないかと考える。

#### 注1

商品価格は、原価→運送費→問屋→量販店→価格と決定する。これは、量販店の一部の販売スペースを確保することが大変難しく、生産者の立場が弱いことに起因する。

#### 注2

H18年3月に法改訂が行われ、農地を会社が所有するためには有限会社化が必要になった。

#### 注3

建設産業の扱う会計単価は1事業当たりで大変大きく、農業のような零細な単価の積み重ねといった形態とは大きく異なっており、従来の計算方法になれた建設産業は、大雑把な計算を行ってしまい、企画段階で問題が生まれ、事業として失敗してしまうことが多く見受けられる。

#### 謝辞

この論文を書くにあたり、2008年財団法人高知県産業振興センター産業振興部振興課長中川雅人氏には多くの高知県の産業に関する資料をいただき、具体的な状況と行政の支援に関するお話を聞かせていただいた。高知県中央東農業振興センター農業改良普及課チーフ（産地育成第三担当）野村守由氏、JA南国市営農センター経済事業部副本部長徳久一夫氏には、行政の具体的な支援や土佐継承農匠に関わる事業経過をお

聞かせいただき、また、高知県内の移動などでも便宜を図っていただいた。有限会社土佐継承農匠常務取締役生産管理担当前田淳二郎氏にも、お忙しい中にもかかわらず、時間を割きお話を伺わせていただいた。以上の方々に厚く御礼申し上げ、感謝の意を表します。

#### 参考文献

森川洋 2005. 『日本の地誌 (9) 中国・四国』 朝倉書店

#### 引用文献

NHK 高知 2008, 10, 10 放送. 『土佐金』.

Google マップ 高知県

<http://maps.google.com/maps?q=%E9%AB%98%E7%9F%A5%E7%9C%8C&hl=ja>

高知県農林水産部. 『高知の園芸』

高知県土木部 2007. 『土木企画課資料』

高知県庁ホームページ

<http://www.pref.kochi.jp/>

(財) 高知産業振興センターホームページ

<http://www.joho-kochi.or.jp/>

高知県地域雇用開発協議会報告 1999. 『高知県の経済雇用生活』

[http://www.jeed.or.jp/data/elderly/research/download/kouchi\\_si-04.pdf](http://www.jeed.or.jp/data/elderly/research/download/kouchi_si-04.pdf)

日本銀行高知支部 2007. 『統計で見る高知県の金融経済 高知県の雇用等について』

<http://www3.boj.or.jp/kochi/pdf/2001k.pdf>