

北海道経済の成長戦略を考える

小磯修二

1 地域における経済成長戦略の意味

地域経済の活性化に向けては、これまでは基本的に「困れば国に頼る」という図式であった。しかし、二一世紀に入って流れは変わり、構造改革政策以来アベノミクスに至るまでの国の経済政策は、「地方のことは地方で」という発想に転換してきている。さらに国の示す成長戦略の基調は、大都市圏の集積力を生かす施策を中心に組み立てられている。それだけに、これからは地域が責任を持つて持続的な経済成長力を高めていく独自の戦略が必要である。

これまでの地域に対する経済対策は公共事業を中心とするいわばカンフル剤の投与であったが、これからはいわば健康な身体づくりを目指す、成長力を持続的に高めていくという視点が大切である。地域の経済成長力とは、経済的な付加価値を生み出す幅広い力を安定的に維持していくことであり、それは、地域資源を活用し、製品化し、販売していく企業力の強化であるとともに、得た資金を地域に循環しながら、地域内で所得と雇用を生み出していく連関力の強化でもある。ここでは、北海道経済の構造を分析しながら、その成長戦略の方向を考えていきたい。

2 北海道経済の構造的な課題

九〇年代以降の北海道の経済成長率は極めて低位で推移している。九六年から〇九年までの一三年間の都道府県別の経済成長率を比較すると全国四・九%に対して北海道は、マイナス七・一%で、全国で四六番目となる。最下位は兵庫県であるから、阪神・淡路大震災後という特殊事情を考慮すれば、北海道は全国で最も成長の低い地域となる。この構造的な理由は何だろうか。

この間の北海道と道外との資金流動からその要因を見ていきたい。まず、北海道内の貯蓄資金がほぼ毎年三兆円の規模で、道外に流出している。北海道内での投資需要が少ないために他地域に吸引されている構造だ。それを反映して、北海道の経済成長に対する寄与度では民間総資本形成（民間企業の投資）が極めて低い。道民が稼いで貯めたお金が道内の投資に十分回せない状況が長く続いている。反対にそれを上回る年間四兆円規模で政府財政移転がなされている。政府資金に支えられている構造だが、その内容は公共投資から社会保障関連に重点が移ってきており、経済成長を下支えする力が弱くなっている。さらに域際収支で見ると、二兆円前後の赤字が続いており、財・サ-

ビスの購入による資金が依然として道外に流出している。

産業別に成長率を見ると、一次産業は伸びが高いが、全体のシェアが小さいために残念ながら寄与度は低い。製造業、建設業が全国の成長率を下回っていることによる影響がやはり大きい。

3 域内での消費と生産の好循環を目指す

このような北海道の経済構造を改革していくには、個別の領域の政策では限界があり、大局的な視点に立った経済戦略が必要だ。北海道経済の弱さは、北海道における民間投資の弱さだけでなく消費も流出していることである。そこでは、道内消費を高めながら民間投資の機会を増やして、道内全体での需要を創出していくという相互に高め合う経済政策が大切だ。そのためには、道外に流出している消費を道内に還元させていく政策とその消費を受け入れる生産の質と競争力を高めていく政策の連携、融合を図っていく必要がある。道外に消費が流出しているのは、消費したくなるような魅力ある生産物が北海道には少ないことでもある。そのためには、我慢して道内産のものを買うのではなく、買いたくなる魅力ある生産物をつくり出す意欲と挑戦が道内の産業から出てこなければならぬ。それによって生産側の競争力を高めて、消費と投資の双方のバランスの取れた需要が創出されてくるという好循環を生み出していくような政策を進めていく必要がある。

このような問題意識で、私は一〇年前から「産

「消協働」運動を提唱している。生産者と消費者との緊張感のある連携から、内発的な革新の力（イノベーション）を生み出し、消費と投資の好循環を目指しているというものである。これは、決して自給自足の閉鎖的な経済循環を目指すものではなく、逆に消費者が近いことで生まれる緊張感と対話から質の高い競争力のある生産につなげていこうというものである。

一つの事例が道内の米の消費と生産である。道民が食べる北海道米の割合は、九〇年代後半には三七%であったのが、現在では九〇%を越えている。これは道民が無理をして地元の米を食べている結果ではない。美味しい、売れる米づくりの成果である。その要因は、一つは、長年にわたる農業試験場等による技術開発によつて食味のよい新品種が次々と生まれてきたことだ。もう一つの大きな要因は、成果主義を徹底した農業政策にある。「米のガイドライン配分」の導入により、市町村を生産性、商品性、販売力などでランクに分けて、評価の低い地域の生産を評価の高い地域に移していくという、徹底した成果主義を導入したのである。それにより、自治体、JA、農家とも真剣に努力を重ね、売れる米づくりに挑戦していったのである。その結果、北海道米の販売量は日本一となり、競争力のある産業へと成長するとともに、道民の道産米の消費率が向上したことにより、それまで道外に流出していた年間四〇〇億円を上回るお金が道内に還元されることとなった。革新的な技術と競争力を生み出す政策によつて、道内の

消費を高め、さらに強い産業を育てていく好循環が生まれている。

4 外からの資金流入と成長戦略

もちろん地域の成長発展のためには、外からしっかりとお金を稼ぐ戦略も大切だ。外からの資金流入という面では、道外からの観光消費を高めていくことが大切だ。北海道は国内のみならず、海外からも観光地としての高いブランド力があり、特段の力を入れなくてもある程度の観光集客ができる地域であるが、それが、観光政策の弱さにもなっている。沖縄県は、域外からの観光消費を高めることに観光政策の目標を置き、航空運賃の低減などの戦略により、着実に基幹産業として育ててきている。沖縄県外からの観光消費額は、年間で四三〇〇億円を超えているが、北海道は約五七〇〇億円である。経済規模では北海道は沖縄県の約五倍であり、沖縄並みに頑張れば二兆円を超える観光消費を獲得することが可能となり、域際収支は黒字になる。あくまで試算だが、それくらいの可能性のある大切な取り組みであることを認識して地域一体で取り組んでいく必要がある。

また最近では企業立地の動きに変化が見られる。平成二五年度の北海道の企業立地件数がリーマンショック前の水準に回復してきているが、特徴はリスク分散を理由に生産拠点やさらに本社機能を移転する動きが見られることだ。東日本大震災を契機に、一極集中構造の立地形態を回避することの中で、遠隔地の北海道が注目されていることの

意味は大きい。この動きを北海道の新たな民間投資、関連産業の育成の動きにつなげていくことが重要だ。

さらに公共投資政策については、建設業を通じた幅広い産業への経済波及効果により、北海道経済を支えてきたが、近年は縮減が続いている。最近になって建設業では人手不足問題や、公共入札での不調・不落などが出てきている。急激な公共事業の縮減によつて人員削減、縮小を図った建設業に対して、急に事業を増やしてその執行を求めるのは無理がある。発注側の思惑だけで円滑な公共事業が進まないことを示している。必要なのは量よりも安定的な公共投資の見通しを示すことだ。フローとストック両面から長期的な地域経済を支える公共投資計画をしっかり持つことが、安定した建設業の人材育成、雇用維持にもつながる。

5 地域独自の成長戦略

経済の成長戦略は、これからの地域政策として大切なテーマである。これまでは、国の成長戦略の中にどのように位置づけられるか、重点施策の対象地域になるかという受け身の姿勢が強かったが、これからは地域主体の成長に向けた戦略を打ち立てていくことが大切だ。国の成長戦略の地域版であつては必ずしも地域の成長につながる。そのためには、独自の視点での分析力による戦略構築に向けての広範な議論が大切である。

△こいそ しゅうじ・北海道大学公共政策大学院特任教授