

『日銀の眼でみる 高知けいざい』

日銀高知支店長 大谷聡

「緩やかに回復」実感に差 夢でない「観光で景気拡大」

日本銀行では3カ月ごとに企業短期経済観測調査(短観)を実施している。日銀高知支店でも、県内の100社以上の企業を対象に、高知の短観を作成している。今月もつい先日、3日に公表になったばかりだ。

短観の中で最もよく知られているのは、企業経営者に業況が「良い」か「悪い」かを尋ね、それをまとめた指標「業況判断」だ。

この指標によると、高知の景気は10年前、全国で最下位レベルだった。現在はおおむね全国平均並みで、緩やかに回復していることが分かる。

この「緩やかに回復」に対して、「景気は良くなっていない」という意見をいただくことがある。全ての分野で緩やかに回復しているのであれば、異論は聞かれないうらう。

現実には、改善している分野と悪化している分野の両方がある。それらを平均し、全体として「緩やかに回復」している場合は、その日銀の判断が「実感に合っていない」と感じる人が必ずいる。

高知の景気は今、まさしくそうした状況と言える。

車など的高額品は売り上げが減少しているが、値ごろ感のある商品は売れているなど、分野によってばらつきが出ている。

その中で目立って好調なのは、観光関連だ。

今年では4年に1度のお遍路さんの逆うちの年で、例年にも増して観光客が増加している。

それに加え、外国人観光客の増加も影響が大きい。外国客船の高知新港への入港は急増。寄港日には、高知市の帯屋町周辺の商店街は、外国人観光客でいっぱいだ。商店街でも、通訳や外国語のメニューを用意するなどして、受け入れに工夫を重ねている。

しかし、である。

景気面で重要なのは、外国人観光客が来るか来ないかではなく、実際に高知でお金を使ってくるかどうか、にある。

大型客船は、高知だけでなく、大阪や横浜といった大都市にも寄港する。化粧品や家電製品など、全国のどこでも買える商品であれば、高知でそれらの品ぞろえを増やしても、都会のデパートや専門店には太刀打ちできない。そうではなく、高知の名産品を使った加工品など、「高知でしか買えない商品」を外国人観光客に買わせる工夫が必要だ。

客船で立ち寄った観光客に高知を好きになってもらい、再び高知を訪れてもらうようにすることも忘れてはならない。実際、東京ディズニーランドなどの遊園地では、来客者の多くが何度も訪れるリピーターだ。

外国客船は今のところ、午前中に高知新港に来て、夕方には出港してしまう。外国人観光客の滞在時間は短く、それほどお金を使うことはできない。入出港の時間が簡単に変わらないとすれば、短い時間をどう有効に使い、外国人観光客に高知の魅力をアピールするかが大切になる。

高知には、おいしい食べ物、豊かな自然、伝統ある文化など、実際に体験すれば、この土地を好きになってもらえる材料がいくらでもある。おもてなしの素晴らしさは国境を超えて通用する。お遍路さんへの「お接待」の伝統を生かして外国人と接すれば、高知の魅力のアピールはさらに力を増す。

高知の経済にとって、観光関連産業の比重は小さくない。観光による景気拡大は、高知にとって夢物語ではなくなりつつある。

□ □

高知の景気はどうなっているのか、この先どうなるのか。地元的话题を盛り込みながら、日銀高知支店長の大谷聡氏が読み解く。（随時掲載します）

おおたに・あきら 1968年、室戸市生まれ。土佐高校卒、早大卒。91年、日銀に入行。金融研究所経済ファイナンス研究課長を経て、2015年6月から国際局総務課長。今年6月から高知支店長。