

日銀の視点

今回は本県が比較優位にある農業と製造業を取り上げます。

農業については、県が策定した5カ年計画（茨城農業改革大綱）等に沿って、関係先（行政JAや金融機関等）が連携しながら、生産性（売り上げや利益の付加価値）の向上が図られています。詳述する紙幅はありませんが、国内外市場の拡大に向けて、ブランド化、6次産業化や、経営体の育成、新技術を活用したスマート農業化、新規就農の促進等の取り組みが進められています。新知事の下で策定された「政策ビジョン」でも、「もつかる農業の実現」が強調されています。

日銀水戸事務所長 桑原 康二

め、生産者が先行きの市場縮小を実感しにくい」とか、「将来の危機がすぐ目の前に見えないため、ブランド化や販路開拓の取り組みが広がりにくい」といった懸念も聞かれます。確かに、東京都中央卸売市場での青果物取扱高で、本県は14年連続で全国1位を誇ります。

しかし、10年後には東京圏の人口も減少に転じる見込みで

農業将来危機に備えよ

めにも、進出企業と地元企業の質・量での関係強化は重要です。この点でも行政や金融機

す。他の自治体も農業を地域創生の柱と位置付けて本腰を入れています。余裕のある今のうちに、危機感を持って将来への取り組みを進めないと、コモディティ（日用品）的な農産物が主体ではじり貧になる恐れがあります。本県農業の最大のライバルは自分自身かもしれませ

の構造問題等を抱えながらも、「長年かけて整備された陸・海空の交通インフラ（放射状および環状の高速道路網、港湾、空港）や自然のインフラ（広大な平野部）を武器に、行政や金融機関等が連携して企業を誘致する」というビジネスモデルが機能しています。「工場立地面積」や「県外企業立地件数」の過去10年（2007～16年）の

地元の人手不足が一段と深刻化している」とか、「進出企業の求める品質面や生産管理体制の水準が高いため、地場企業はまだ取引先になれず、企業誘致の地元への波及効果は今のところ限定的」といった声が少なからず聞かれます。せっかくの企業誘致の効果を相乗化させ、真の地域創生につながる生産性向上を実現するためにも、進出企業と地元企業の質・量での関係強化は重要です。この点でも行政や金融機関等のサポートが有益になります。次回（3月）は、東日本大震災から7年を機に、企業や金融機関のBCP（業務継続計画）の在り方について考えます。次回（4月）は、連載テーマに戻り、（観光を含む）商業やサービス業の生産性向上について考察します。

（第2土曜掲載）