

「愛顔(えがお)あふれる愛媛づくり」

平成26年度「知事とみんなの愛顔(えがお)でトーク」知事講話

開催日時：26.6.17(火)

開催場所：久万高原町役場

どうもみなさんこんにちは。あいにくのお天気なんですけれども、足元の悪い中、今日は皆さんそれぞれの立場、別々でありますけれども、久万高原だけでなく、砥部町からも、また東温市からもお越しをいただきまして誠にありがとうございます。大変限られた時間ですけれども、忌憚のない意見交換会ができればと思っておりますので、よろしく願いいたします。

【自分のまちの魅力に気付く】

自分はこの仕事をいただいて3年半という月日が流れたんですけれども、県内20の市町、いろんな所にこの3年半の間足を運ばせていただきました。その前は松山市長を11年やらせていただいていたので、松山市が中心であったんですけれども、意外だったのは、松山市にいた時に、東予も南予もある程度のことは知っているだろうなど、個人的にはそう思っていたんですけれども、結果論から言うと、全く知らなかったということでした。

県の仕事をいただいて、訪れた先々で新しい発見と驚きの連続であったという感想が今自分の中にあります。そしてまた、松山市長の立場でも知ることができなかったということは、大半の方が愛媛県民の立場であっても、自分のまちの魅力、あるいは県内の他の市町の魅力、それを知る機会というのはほとんどないんだろうと感じます。ただ、どこへ行っても、全国に出しても十分に通用するような宝物が愛媛県内いたるところに存在しているということは間違いない。ただ、惜しむらくは、地形的な問題、あるいはかつての文化的な問題、違い、そういったことで意外と横の連携というのがないんですね。久万高原だと山ですから、地理的なハンデと言う中で、なかなか訪れる県民の皆さんも少ないのかもしれない。

【東・中・南予の特徴】

東予に行きますと、陸地につながっているように見えるんですが、紙パルプの四国中央市があったり、住友関連の新居浜市があったり、あるいは先端産業の工場群の西条市があったり、全部同じような工場地帯でありながら、業種が違う、主力業種が違うので、ここもまた横の連携がほとんどないんですね。しかも南予に行くと、今度は1次産業がほとんどでありますから、東予と南予が結びつく機会というのはそうはないと。何ともしないないということを感じます。同じものづくりでも、違った分野での出会いというものが新しい価値を創造する可能性を持っていますし、1次産業と3次産業、あるいは2次産業という産業の違いを超えての結びつきが新たな化学反応を起こして、価値を生み出すということも考えられるわけでありますから、今の自分の仕事というのはいろいろあるんですけれども、こうした点在している愛媛県内の宝物というものをどう横串で結び付けていくかということ、これも一つの課題だなということを感じています。

もう一つは、愛媛県、なんとなく皆さん穏やかな県民性でありますから、いいものを作

っても、あるいはいいものがあったとしても、なかなかPRがうまくいかない。この営業力の弱さというのが愛媛県の課題なのかなと感じましたので、本来は営業というのは民間がやることなんですけども、県もそういった特殊性を鑑みて、自分ももと商社にいましたので、県という立場で営業のサポートをするということも、新たな課題として位置付けるべきではないかということを感じています。

【人口問題・少子高齢化の現状及び対策】

そんな中で、県内全体が元気になっていけばということを目標にするわけでありまして、でも、なぜこの「元気になっていく」ということを重視しているかといいますと、御案内のとおり、今日本は少子高齢化が急速に進んでいます。この少子高齢化への対応策というのは、まだ答えすら見いだせていないというのが日本という国の現実であります。これほどのスピードで少子高齢化が進んだ経験を持った国は、歴史上存在していません。去年、全国の人口、30年後、40年後にどうなっていくかという推計が出ていましたけども、現在1億2千万人、しかしながら、40年、50年たちますと、これが9千万人ぐらいに全体的に減るんだらうという予測が立っていました。愛媛県も現在140万人をちょっと切るぐらいで、かつて150万県民という言葉が共通語として使われていましたけれども、既に140万人を切るという現実になっています。40年、50年たちますと、100万人ちょっとという予測が昨年出ていましたけれども、これは愛媛だけではなくて、日本全体が、そういう人口減少という、かつて経験したことのないことに向き合わなければいけないということを示唆しているデータでありました。

人口というのはいろんな問題を醸し出てくるわけでありまして、例えば、市場そのものが小さくなるんですね。マーケットが小さくなるということは、去年と同じことをやっても、売り上げはどんどん落ちていくということでもあります。となると、それをカバーするために業を成り立たせていく、あるいは働く場を確保するためには、それをカバーする市場を見つけていかなければいけない。そうなってくると、海外というものも今から視野に入れておかなければ、人口減少社会の未来に対応することはできないという、新たな課題を我々に突き付けるわけでありまして。

もう一つ注目すべきは、少子高齢化でありまして、現在は、四人に一人が65歳以上と言われておりますけれども、この比率もどんどん高まっていくわけでありまして。一番子どもさんが生まれた団塊の世代、この時は1年間に日本人が270万人この世に生まれていました。現在は、大体1年間に100万人であります。3分の1近くまで1年間に生まれてくる日本人の人数が減っているわけでありまして。日本の国というのは、こんなこと想定していなかったんですね。人口構造でいえば、働く世代の人数が多くて、福祉のサービスが必要とする上の世代が少ないという、ピラミッド型の人口構造を前提にして、社会保障制度なんかを作ってきた経緯がございます。

ところが、このピラミッド型の人口構造が徐々に変わってきて、中途段階からドラム缶型になりました。今、更に進捗して、逆ピラミッド型になりつつあります。いわば、福祉サービスを必要とするお年寄りのほうが圧倒的に人数が多くなって、働く世代が少なくなるという、逆ピラミッドの構図になる。ところが、これだけ前提条件が崩れるわけでありまして、これまでの社会保障制度や福祉が成り立つわけがないんですね。だからこそ早くやらないと間に合わないんだけど、残念ながらこの社会保障の問題というのは、国の

マターになりますけども、手がつけられていないまま、社会保障の改革が必要という声だけで終わっているというのが現実であります。

ここに一つのデータが思い浮かぶんですけども、オールジャパンの平均なんですけども、サラリーマンだったら給料から天引きされますよね。保険料とか、あるいは年金の基金、税金であるとか。この天引きされている比率が、100収入あるとしますと、38から39が現状であります。国民負担率といいますけども、これが人口構造が今みたいにピラミッド型から逆ピラミッド型に変わっていくと、当然のことながら、働いている人の天引きを増やさないと間に合わなくなってしまう。これはあくまでも仮の計算なんですけども、現在の福祉サービスを全くいじらないで、人口構造だけ変わるとするならば、30年後に働いている人の国民負担率を今の38から70まで上げなければ賄えないという計算が成り立ちます。これ見えてるんです。

ですから何とかしなきゃいけない、何とかする方法は三つしかありません。一つは、サービスを変えないで、今の答えのとおり負担を上げる、これも一つの方法です。そんなに上げられたら働く気さえ薄れてしまう、そんなの嫌だというなら、二つ目の方法、サービスを削る。もう一つあると思っているのは、新しい力とのタイアップという道であります。これは、地域のコミュニティであるとか、NPOであるとか、ボランティアであるとか、こうしたところと行政がタイアップをして、福祉の分野でカバーしていくという力を生み出していくということ。これによって、負担とサービスの低下を少しでも避けながら、新しい地域社会を目指していくという道が第三の道であります。そうなってくると、コミュニティというのが鍵を握ってまいります。このコミュニティというのは、福祉サービスだけではなくて、子育てにも重要でありますし、独居老人の安全安心対策にもつながりますし、あるいは、防災という観点から、助け合いという力にもつながっていく非常に重要なポイントになってくると思います。

このコミュニティが全く期待できないのが、東京、大阪等々の大都市であります。なんせ隣近所の付き合いがほとんどないわけです。実は地方には、まだこれが残っている。今までは、東京、大阪、大都市のほうが優位だという感覚というのがすごく強かったと思うんですけども、これからの社会変化を考えると、このコミュニティが残っているローカルのほうが乗り越える力があるんだというふうに、前向きに考えて捉えておく必要もあるんじゃないかなと思っています。

【砥部町・東温市・久万高原町の魅力】

さて、そんなことを前提に、少しそれぞれの地域を振り返ってみたいんですけども、まず砥部町は何といっても砥部焼ですよね。実はこれ砥部焼の作品なんですけども、結構できがいいんですよ。みきちゃんを作ってもらいました。気に入ってしまって、いつも付けているんですけども、砥部焼も、昔ながらの砥部焼というのは、白磁に青い模様、そしてちょっと厚めというものが伝統的な砥部焼であります。でも今、その砥部焼も大事ですけども、新たなジャンルに挑戦する若い作品も登場し始めました。ブルーの色合いの違いだとか、いろんなカラーの挑戦であるとか、あるいは少し薄めの作品の絵のチャレンジであるとか、今98の窯があるそうなんですけども、若い世代が出始めているというのは、その伝統の力ではなかならうかなと思っています。砥部には農業でも、広田のほうに行ったら自然薯、これは格別なおいしさだと思いますし、擦るとちょっと色が濃い目に出ますけども、塊のよう

な粘りを持った天下一品の自然薯や、キャベツの産地でもあります。また、今非常に収益を上げているのは、七折小梅でございますけども、これなんかは、市場の価格に左右されずに、組合長に、「今年はどうですか」とお聞きすると、「今年はいくらぐらいで売ろうと思っとるんよ」と、生産者が値段を決められるんですね。それぐらい高品質なもの、買い手に評価されていることによってもたらされた現実でありますけれども、こういった宝物が眠っていました。

東温は、昨日ちょうど後援会を作ったんですけど、文化的な面で注目しているのが坊ちゃん劇場であります。これは民間ではあるんですけども、愛媛や四国ゆかりのテーマというものを常に念頭に置きながら作品を作り、年間270の公演を行うと。普通に言えば、東京、大阪、名古屋あたりの大都市でなければ、このような劇場は運営できるはずがない、にもかかわらず、何とか9年間、歩みを続けてきたということでもあります。現在、年間9万人ぐらいのお客さんが訪れる存在になってきましたけれども、これから存続していくためには、あと1万人、年間10万人のお客さんがファンとして定着すれば、自立してやっていけるという土俵ができてくるわけありますから、あと少しということになってきています。そんなところで、これが定着すれば、県内でこうした文化を楽しむというだけではなく、当然のことながら、ゆかりの作品をやってくれますから、観光振興にもつながっていくというコンテンツになりうると思っております。

たまたまなんですけど、当時松山市長の時に、松山市のお堀を掘っていましたら、1枚の金貨が出てきたんですよ。そこにカタカナで二人の人の名前が刻んであるので、なんだろうと思って磨いてみると、110年前のロシアの金貨でありまして、片方にロシア人の名前、片方に日本人の名前が書かれていました。掘って出てきた場所は、ロシア人の捕虜収容所があった所だったので、当時記者会見をしまして、当時戦争状態だったけれども、その状況を超えて結ばれたロシア人と日本人の友情のあかしとして刻まれたコインだ、こういう発表をしたんですね。ところが、2週間たった時に、市の職員から、「市長あれ間違っていますよ」と、「何で」と聞いたら、「日本人の名前は女性です、100年前の新聞にその記事が出ていました」と、看護師さんだったんですね。男女が刻まれた名前だったんですね。これは恐らく、ひかれ合った二人が、そういう状況ですから引き裂かれて、夜二人で最後の出会いをして、名前を刻んで、井戸があった場所って言ったんですけど、井戸だとあまりロマンチックじゃないので、適当にそこだけは変えちゃいまして、泉に投げたあかしですという、そんな発表をしました。それを坊っちゃん劇場に話したら、じゃあそれを演目でやりましょうということになって、「誓いのコイン」という舞台ができました。今ちょっとロシアと日本、いろんな問題がありますけども、当時ロシアの大使が是非見たいといって来られました。そこで感動してくれて、ロシアの本国にも報告し、日本とロシアの外務省が話し合って、是非その演目を日露友好のあかしとしてモスクワで上演してほしいという話まで一気にいきまして、全国でも取り上げられるぐらいのスポットライトを浴びたのが2年前のことでありました。ローカルでも、磨き方によっては本当に素晴らしいものが作り上げられるという、そんなことを実感したところでございます。

この東温市もまちづくりでいろんなことをやっています、例えば裸麦の産地でもあり、特区でどぶろくを作られている方も数多くいらっしゃって、その東温市のどぶろくが昨年日本全体のコンテストで金賞に輝いたり、本当に地域ならではのこだわりのものづくり、

あるいは文化というものが、磨き方によっては、世に出して、それがまた地域の振興につながるということではなかろうかと思います。

今日は久万高原に来て、皆さんも御存知のとおり今年に入って「天空の郷さんさん」が完成しました。町長さんからオープニングに来るように言われていたんですけど、どうしても他の仕事と重なって、実はまだ来たことがなかったので、今日やっとその願いがかないました。予想どおり、久万ならではの木材をふんだんに使った施設、そしてまた、ここは高原でありますから、高原の恵まれた環境の中で、時にはこれがハンデになるんですけども、農業にとっては、ものによっては大変恵まれた環境でありますから、そこで育てられた野菜、あるいは久万高原で売り出している清流米、そして今日はトマトの工場にも今ちょっと行って来たんですけど、桃太郎の産地としては日本一でありますから、こうしたものが手軽に手に入る場所ということを見近に感じさせていただきました。これだけの品質の良さをどうブランド化して出していくか、そして販売ルートを作っていくかということが課題でありますし、そのことによって、作り手の収入につながるということであろうと思います。

【CLT工法の推進】

また、先週は、久万高原は林業が盛んですから、林業の将来を見通した手を打つため、岡山のほうに行ってみました。林業も愛媛県は、一昨年まではヒノキの生産量が日本一だったんですけども、杉が9位ぐらいですかね。林業も、プレハブ住宅の拡大だとか、いろんな新しい素材の前に需要の伸び悩みに苦労してきました歴史がありますけども、これを挽回する一つの技術が研究されています。これはまだ研究段階で、でも国はできるだけ早く許可を下ろしたいということで動き始めているんですが、CLT工法といいまして、今まで集成材というのは縦に貼り付けて太くしていたんですね。これをクロスさせる、縦に貼り付けるのではなくて、縦横縦横で集成材を作るんです。すると、耐震性がとてつもなく上がるんです。海外では既にこのCLT工法を活用した場合は、10階建ての建物まで許可が下りています。ここ15年の間に急速に世界で広がりました。日本はこれがまだ許可されていません。地震が多いということもあるんですけども、今研究中であります。

その一番先頭に立っているのが岡山の会社だったので、岡山の山の奥にあるんですけども、どうしてもその人の力を借りたかったので行ってまいりました。行きは予想どおり3時間40分かかりました。向こうで2時間話し込んで、帰りがまた3時間半、それで1日終わってしまうんですけども、でも、山まで足を運んだかいがありまして、愛媛県でCLTを研究する協議会を来月作る予定なんですけども、岡山のその方が顧問に就任していただけることになりました。恐らく国のほうで2年、3年後に許可が下りて、公共建築物等々にこのCLTが活用される道が開かれている。今申し上げたように、たくさん使います。それから、クロスの中に入れ込むことによって、今まで捨てていた杉も活用できるようになります。それを使っても強度は揺らぐことはないという研究結果も出ているからなんですけども、場合によっては木材の需要を一気に拡大する、一つの大きな大きな分岐点になる可能性を持っているので、今から手を打つということが大事だということで、そんなことにも取り組んでいるところであります。

【雇用を生み出す地域活性化】

何でもここまで活性化のことにこだわるかと言いますと、これは卵が先か、ニワトリが先

かという議論になってしまうんですけども、人それぞれ関心を持つ分野は違うと思います。ただ、全体を見回すと、まず何よりも地域が活性化しなければ働く場がなくなってしまう、働く場がなくなってしまうたら人がいなくなってしまう、出て行ってしまいうんですね。働く場があって、地域が活性化して、そして働く場、雇用が生まれる、これが一番に重要でありまして、雇用が生まれれば、そこから税収も上がってきます。この税収が財源になって、福祉の充実や教育の充実など、様々な展開が可能になるということでもありますから、この一番の土台が崩れた時には、福祉の充実を求めても、財源がないということになってしまう。だからこそ、雇用を生み出す活性化策、ここには徹底的にこだわっていく時代だと考えています。

【各種データベースを活用した県営業本部の活動】

そんなことから、愛媛県では2年前に県庁の中に営業本部というものを作りました。自分が商社マン時代のノウハウというものを県庁職員に伝えまして、組織化を図りました。民間と同じように、県庁の営業本部では目標設定を行っています。何件訪問をしたのか、何回商談会を開催したのか、そしてその中に新規のビジネスをいくら作り出したのか、これを四半期ごとに報告するという体制になっていますけども、初年度は初めてだったので、新しく愛媛県の営業本部が作り出したビジネスは年間8億円ぐらいでありましたが、昨年度は、一気に26億円まで3倍増になりました。今年度また、ここまで来たらいけるよとついつい調子に乗って、今年度の目標は50億円にしています。別に県がもうけるわけじゃないんです、今申し上げたように、とてつもない企業の技術であるとか、おいしいものであるとか、加工品であるとか、そして伝統工芸品であるとか、それを売ってお手伝いをするというのが、県の営業本部の役割だと思っています。

そのために横串の連携をする必要性を感じていましたので、第一弾で考えたのが、県内にあるものづくりの技術力を結集した「スゴ技データベース」の作成。第二弾が2カ月前に作り上げた「すご味データベース」の作成。これは、農産物であるとか、加工品であります。そして今月末に完成予定の第三弾が「すごモノデータベース」。これは四国中央市の水引細工から始まって、今治のタオル、桜井漆器、菊間瓦、砥部焼、大洲の和紙、野村のシルク、宇和島の真珠、こういったものを網羅したデータベースを作り上げて、それを営業に活かしていくという考え方でありまして、こんなことを行いながら自分が先頭に立って活性化に向けた布石を打っていきたいと思っています。

【自転車を活用した観光振興】

そして、もう一つ共通項としてやっているのが、新しい観光振興の考え方でありまして。もちろん今、人々の考え方は多様化していますから、観光というのも全国共通の競争の土俵でありますけども、愛媛県の特徴を生かして、他が大々的にやっていないことをやることによって魅力を発信するというので、たどり着いたのが自転車の活用でありました。

幸い、一発目に人をひきつけるコンテンツとしてしまなみ海道があります。今それをやっている最中でありまして、別にしまなみ海道だけのために仕掛けているわけではなくて、とりあえずしまなみには、あの世界最高ともいえるコースがありますから、そこに引っ張ってくることは可能であります。その時に2次情報を提供する。実は愛媛県には山岳地帯にはこんなコースありますよ、久万高原にはこんなコースありますよ、砥部のほうにはこんなコースありますよ、宇和海にはこんなコースがありますよという2次情報を提

供することによって、それと連動したサイクリング観光の仕掛けを全県的に行うというのが、一つの考え方でございます。この久万高原町でも、ヒルクライムというイベントを3年前から行っていただいているところなんですけど、正直言って最初は、あんなスカイラインから土小屋まで自転車で上がるなんて狂気じみていると個人的にも思っていました。でも世の中には不思議な人たちがたくさんいるもので、苦しそうであればあるほど集まってくるんですね。最初は300人でありましたけども、今年は600人、本当は1,000人募集したら1,000人来ると思います。ただ、受け入れる体制がまだできていないということでもありますけども、600人が5日間で埋まったという報告も聞いております。去年、一昨年と一緒に走らせていただきましたけれども、これはちょっと多少運動して練習しないとやめたほうがいいです。とっても苦しいです。景色を見る余裕すらありません。でも、終わった後の爽快感は、これは言葉では表すことができない、フルマラソンを完走したのと同じぐらいの感動がそこには待っていました。

なぜ人が来るかという、これはキャッチの問題ですが、「西日本最高峰にチャレンジしましょう」と、この言葉で食いついてくるんですね。ものを売る時でも観光振興でも、いいものであるということが絶対条件でありますけども、それをどう相手に伝えられるか、そしてまたどこにチャンネルを求めるか、ここがマッチした時に初めてものが動く、人が動くという現象が起こってきますので、そんなことを市町と協力しながら活性化に結び付けるよう知恵をこれからも出し続けていきたいと思っております。

それではちょうど30分たちましたので、私のほうからの話はこれぐらいにさせていただきます。あとは皆さんそれぞれからの意見交換の中でいろんな議論をさせていただきますので、よろしく願い申し上げます、お話を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。