

「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：26.7.29(火)

開催場所：八幡浜市民スポーツセンター

どうも皆さんこんにちは。皆さんそれぞれの立場で、大変御多忙のところだと思いますけども、今日は「知事とみんなの愛顔でトーク」に参加いただきまして誠にありがとうございます。30分ばかり私のほうからお話をさせていただきたいと思いますが、珍しく、私、夏風邪を引いてしましまして、ちょっとボーっとしているような感じなので、話がとびとびになってしまうようなことがあるかも知れませんが、その点はお許しいただきたいと思います。

【人口問題・少子高齢化の現状及び対策】

2週間ほど前に、佐賀県の唐津のほうで、年に一度なんですけども、全国の知事が集まって開く会議がございました。去年は松山市で開いたんですけども、この会議は、全国47人の知事さんが全国にいらっしゃいますが、40人以上が参加されて、朝の9時から夜の9時ぐらいまで、12時間ぐらいぶっ通しでいろんな議論をするんですけども、今年特に大きな課題になりましたのが少子化対策の話でありました。御存知のとおり、今日本の社会、出生率が1.4ぐらいで、そのあたりを行ったり来たりしている状況であります。単純に考えると、二人の御夫婦で1.4という子どもさんですから、誰しものがそうなんですけども、どんどん年齢を重ねていけば、やがてこの世を去っていき、次の世代へということになるんですけども、二人亡くなって1.4ということになりますと、当然のことながら、人口が減っていくこととなります。

かつて日本の国で、1年間に最も多くの赤ちゃんが誕生するのに、一番多い年で270万人という時がありました。去年が1年間で100万人でありますから、ピーク時と比べたら3分の1近くに赤ちゃんの数が減っているということでもあります。極めて単純に計算をしていくと、出生率1.4が何の手立ても加えることなく、ずっとこのまま続いた場合、どんどん減っていくわけですね。理論値としては、800年後にゼロになるということになります。急速なスピードで少子高齢化、人口減少が進むと、これは大変な問題だということが一つの大きな議題でございました。ただ、この少子化の問題は、昨今問題になっているテーマではなくて、もう10年も20年も前からその兆候が表れていましたから、いろんな手立てを打ってきているわけでありまして。子育ての体制の充実であるとか、子ども手当であるとか、共働きが多くなったことによる対策であるとか、あらゆる考えられる手立てを打ってきているわけでありまして、なかなか効果が表れていないというのが実情であります。

この事態がどんな深刻な問題を生じせしめるかということを考えてみたいと思うんですけども、まず今言ったように、人口が減るということですね。人口が減るということは、例えば、南予だったら1次産業が非常に重要な産業ですけども、国内で買ってくれる人たちが減るということです。売る先がなくなる、減っていくということでもありますから、昨

日やっていたことを今日やる、今日やったことを明日やって、ということだけではもう業界、産業が成り立たなくなるという問題が出てまいります。そしてもう一つ大きな問題は、社会保障制度が崩れるということでもあります。かつて日本という国は、福祉サービスを必要とするお年寄りの人数が少なく、働く層が多かったから、人口構造はピラミッド型と呼ばれていました。このピラミッド型が少子高齢化が進む中で、だんだん下のほうが上に上がっていくドラム缶型に変わります。さらに、それがどんどん進んで、少子化も進みますので、逆三角形の逆ピラミッド型になります。何でこれが問題になるかと言いますと、今の日本の社会福祉制度というのは、ピラミッド型の人口構造を前提に全部作られているんです。この形は未来永劫変わらないだろうという前提で制度が作られてしまっているんです。

サラリーマンの場合、会社から給料を貰います。手元に届く時には、既に税金、年金、社会保険とかを天引きされますよね。この天引きされるパーセンテージを、国民負担率と言っていますけども、現在この国民負担率が大体平均で38ぐらいだと思います。40ぐらいになっているかも知れません。100の給料だったら、差し引かれて大体60%が可処分所得、手元に残って自由に使えるお金ということになります。ここで、今世の中にある社会保障制度を一切変えないで、30年、40年たったとします。当然のことながら、社会保障を必要とする層が増えて、働く層が減るわけですから、国民負担率を引き上げなければ制度はもたなくなります。制度を維持した場合、30年、40年後になった時に、今の38から40ぐらいの国民負担率をどれぐらい上げなければもたないか。これ答えが出ていまして、現状のままいきますと、70まで引き上げないとこの社会保障制度は維持できないんです。働いて給料を貰った時に、70が差し引かれて、手元には30ということになります。これ、本当に待ったなしの課題なんですけど、国の動きが非常に遅い、時には、耳障りの悪いことも言わなければならない、そうすると批判される、選挙が厳しい、こういう現状の中で先送り、先送りされているというのが実情であります。

地方では冷静に考えていく必要があると思うんですが、じゃあ一体どうすればいいのかということになりますと、答えは三つしかありません。一つは先ほどの負担の問題。ともかく、制度を変えないのであれば負担をガンガン上げると、それで維持する。これ、一つの道、選択であります。もう一つ、それが嫌だということになれば、今度は出を減らすということになりますから、福祉のサービスを徹底的に削っていく、これが二つ目の選択肢であります。どっちも嫌だと、どうすればいいんでしょうかね。第三の道というのは、地域社会のコミュニティであるとか、ボランティアであるとか、あるいはNPO法人であるとか、こういったところが福祉等々の分野にどんどん進出し、力を発揮していただくということ。行政の制度と、今の地域のコミュニティの助け合い、支え合い、ボランティア、あるいはNPO法人の活動というものをミックスさせて乗り越えていくということによって、サービスをできるだけ減らさない、場合によってはその都度その都度、時代に合ったサービスに改善していく、負担もできるだけ増やさないということが第三の道として考えられると思います。

【スウェーデンの成功事例及び県の婚活支援事業】

その中で、もう一つやろうとしているのは、少子化対策であります。ところがこれが難しく、先ほど申し上げたように、手立ては打つんだけど実数には表れてこない。そこで、

ある国にスポットライトを当ててみました。スウェーデンという国であります。ここはかつて出生率が1.2ぐらいだったんですが、現在2を超えています。何をやったかという、できるだけ早い時期の結婚を奨励する、無理やりじゃないですよ、社会全体としてそういう環境を整えていったそうなんです。今日本の場合、女性の平均結婚年齢が30.4歳だそうあります。僕らの時代は、たぶん26~27歳だったと思うんですけど、やっぱり、今の共働き、価値観、出会いの少なさとか、いろんなことで上がってきているのは事実です。今の30.4が25~26になりますと、それだけで出生率が大体1.8ぐらいになるそうです。スウェーデンが実証したそうあります。でも、30.4の平均が26ということになると、なかなかどうすればいいのかわかりません。さらに分析をしていくと、思わぬことが分かってまいりました。昔と比べてどんどん上がってきているのは、いろんな理由があるんですけども、一番多かったのは出会いの機会がないということなんです。どうやったら知り合えるのか、その機会がないんですということが、調査で一番多いということがわかりました。

そうすると、愛媛県でももう既にやっておりますけども、婚活事業というのが非常に大きな役割を果たすということになります。現在、愛媛県の婚活事業は、民間とタイアップしてやっているんですけども、この5年間で、全国でも三指に入る成功例になり、6,800組のカップルが誕生しました。結婚したというのは自己申告制になっているので、全部網羅しているわけではないんですが、把握しているだけで約400組だそうあります。去年が100組以上、この愛媛県の婚活事業で実際にゴールインされておりますから、この民間とタイアップしたやり方というのは、非常に大きな効果があるということがわかってきました。

この前、民間の現場でコーディネートをやっている方に聞いたんですけど、本当に難しいという話を聞かされました。単に出会いを作っただけでは、どうにもならないんだそうです。「話すきっかけまで考えてコーディネートしていかないと、お互いを知ろうとする行動にまで結びつかないんです」とおっしゃってました。これは時代時代が変わってくるんですけど、僕らの時代まで多かったプロポーズというのは、問題発言になってしまうかも知れませんが、「ともかく信じてついてこい」というようなプロポーズが定番だったんです、定番というと怒られますけど。今はなかなか、肉食系とまではいきませんが、草食系男子が多くなっていますから、「俺についてこい」というのも少なくなってますし、むしろ草食系男子の場合は、「君についていきたい」というプロポーズもありだそうですから、随分時代が変わったなと思います。婚活も、ただ出会いの場を作るだけでは駄目。昔は地域で仲人をしてくれる、お見合いをセットするおばちゃんたちがたくさんいたんですけども、この人たちも少なくなっています。中身のある出会いの機会を作るというのも少子化対策では必要だな、ということをお自分なりに結論付けました。

【子育て相談の充実】

もう一つは、特に都市部に多いんですけども、都市部は核家族化、それから隣近所との付き合いがない、ということは、妊娠、子育ての間に相談する相手がいらないんです。悩んでも相談相手がいらない、地方だったら、大家族でおじいちゃんおばあちゃん、あるいは近所の人、相談相手があります、お友達もいます。そういう相談相手がいらないから、悩みを抱えて引き籠って、子育て恐怖症になってしまうというケースがものすごく多いそうです。

この相談体制を市町村ごとにしっかりと制度化する。

ところが、やっかいなことに、国が、保育園までは厚生労働省です、小学校からは文部科学省です、縦割りになっています。事業をやるにしても、保育園までは厚生労働省の管轄の相談所でやってください、1日でも小学校に上がったら、文部科学省の管轄の相談所に変えてくださいと、こんなややこしいことをやるんです。地方の現場にとっては何の意味もないことなので、これを一本化して、ともかく子育てに関わる問題であったらそこに行けば確実に相談に応じてくれるという体制を、各市町村でしっかりと横串の連携の中で組み立てるということが大事であります。

もう一つ言えば、今の若い世代というのは、窓口があってもなかなかそこに一步踏み込んでいくという気持ちが起こらないんですが、その若いお母さんたちが気楽に問い合わせできる手法が一つあります。それは、IT活用であります。特にスマホ等々で、これだったら今の世代は気楽に相談の一步を踏み出してくれますから、相談窓口の一本化プラスITの活用を組み合わせた体制を取る必要がある。役所のほうでは、その体制を取ると同時にいろんな相談のケースが想定されますから、臨床心理士であるとか、保健師であるとか、いろんな相談に応じられる体制を作っておくということが大事になってまいります。実は僕が松山市長の時にこの体制を作らせてもらいました。

もう一つやったのが、相談してくれた人にできるだけ登録してくださいという呼びかけをしたんです。松山市では、登録していただいた方々には、その後、イベント等を含めた子育て情報などをどんどん提供していくと、すると、同じような悩みを抱えている同じ世代の人たちが集まるのであれば行ってみようということになって、これが世にいう、ママ友の拡大につながるということになりました。2週間ぐらい前でしたか、ママ友にとって暮らしやすいまちで、松山市が全国でベスト5ぐらいに入ったんですかね。そういった事業の積み重ねというのが、確かに効果につながっているのかなということを感じます。

あえて今日は最初にその話をさせていただいたのは、本当にこれ深刻な問題でありますから、仰々しく言えば、愛媛県だけでなく日本の国全体の問題にもなっていると。今日本は1億2千万人いますが、30年、40年後には9千万人台、愛媛県は今140万人ですけども、106万人まで減る、そういう予想が今生まれてきていますので、地域地域の課題として、どうすればいいのかということをもみんなで考えていく重要なテーマではないかと思っています。

【南予の地域課題】

さて、もう一つは、南予の独特の産業構造を含めて、地域課題について少し触れさせていただきたいと思います。愛媛県は、東予にも中予にも南予にもそれぞれすばらしいものがあるんですけども、以外と横の連携が今までありませんでした。例えば、南予の皆さんが東予のことを知っているかといったら、たぶんほとんど知らないと思いますね。東予に行ったら、「南予は遠い」と、そこから始まるんですよ。「何で、今遠くないですよ」と言ったら、「いや、昔南楽園に行った時8時間かかった」とか。それ昔の話で、イメージで思っちゃうんですね。今の高速道路の状況とかをあまり知らないで、かつての先入観で遠いから休みの日に行く場所ではないと、選択肢からはずれるという傾向が、今大分変わってはきてますけども、そういう横のつながりが少ないなと思いました。

例えば、東予へ行くと工場がいっぱいあります。四国中央市には紙関係、新居浜には住

友関係、西条には先端産業、今治には造船やタオル、ものづくり産業で働いている方が多いんですが、横の連携が全然ないんです。業種ごとに完全に縦割り。その業界を支える中小企業の中にはすごい技術を持っているところがあって、この技術をこっちで使ったらとてつもないものが生まれそうだと、でも横の連携がないからそういう機会が生まれません。

【各種データベースを活用した営業】

そこで、東予の場合は、まずこれを作りました。(パンフレットを見せながら)「スゴ技データベース」、これは南予も一部入っていますけども、愛媛県内にあるものづくりの世界にも通用する技術力を持った企業、技術はあっても営業力がない、それを世に出してあげる、そして愛媛県でそのサポートをするというために活用するデータベースであります。

次は南予になってきますけども、(パンフレットを見せながら)スゴ技の次に活用しています「すご味データベース」であります。1次産業といえば何といたっても南予であります。柑橘から、キウイから、あるいは愛育フィッシュと今呼んでいます海面養殖魚、それも全国1位の生産量。また、県産材のヒノキ、一昨年までは5年連続日本一の生産量、でもこれも県下の人たちがどれだけ知っているかといったら、あまり知らない、横の連携がない。そこで、東中南予に広がる素材及び加工品をデータベース化しまして、これを持って今全国に売り込みをかけています。

そして、今月できたのが、(パンフレットを見せながら)第三弾「すごモノデータベース」。これは、基本は伝統工芸品を中心としています。四国中央市の水引細工、新居浜の銅板レリーフ、今治のタオル、あるいは瓦、桜井漆器、中予の砥部焼、南予の内子の和紙、野村のシルク、あるいは宇和島の真珠、伝統工芸にまつわるものはいっぱいあるんですね。伝統工芸士の皆さんいいものを作るけども、売る力がないんです。これをサポートしようということで、今、この三つのデータベースを活用した営業体制を愛媛県に確立いたしました。

【県営業本部の活動】

たまたま僕自身が昔商社にいましたので、県庁職員に最初に営業をといてもあまりピンとこないし、やったことないし、どうやったらいいんですかと、最初は、ビジネスとはこういうものだというレクチャーから始めました。第二弾としては、現場を経験していただくために、自分が、セールスというものはこういうふうにするということを経験していただくということで、手ごわい相手をあえて選んで、三菱商事、三井物産、住友商事、丸紅、伊藤忠、双日という、日本の6大商社の本社に乗り込みまして、プレゼンテーションの仕方をみんなに実際見てもらいました。間髪入れずに、営業本部というものを愛媛県に設置いたしまして、この三つのツールを使って県内、そして海外を含めて、愛媛県の産業の営業の補助エンジンという役割を県庁が担っていくという体制を今整えているところがございます。今3年目なんですけど、初年度はよちよち歩きで、愛媛県庁の営業本部がきっかけを作って成約した金額が8億円でありました。去年は27億まで一気に3倍増になっています。今年度はいけるいけるとハッパをかけて、目標は50億に設定しています。この部隊はほとんど県庁にはいません。実績をあげなければ大変なことになるからです。ということで、みんな一生懸命愛媛県の産業のために、県庁の新しい振興策を展開しているということをお知りおきいただけたら幸いです。

【イベント開催の意義】

そしてもう一つ、南予は、人に来ていただく仕掛けをどう作るかということも大事な課題であります。2年前に南予のほうでは、いやし博を行いました。その前にはこちらの地域を含めて、町並博というものがありました。町並博の時は僕は知事ではなかったので、つまびらかなことはわからないんですけども、2年前のいやし博、そして今年度やっている瀬戸内しまのわ2014、同じことを言い続けたんです。一つの考え方として、イベントというものは行政主体ではない。行政主体であると、どうしても市民参加、町民参加という言葉が出てきます。これでは駄目なんだと。市民参加、町民参加というと聞こえがいいんだけど、駄目なんです。一番の理想というのは、市民、町民主体の行政参加のほうなんです。そこに力を合わせるエネルギーが生まれます。主役である住民の皆さんが、責任感を持ってものごとに取り組むという、強い姿勢が生まれてまいります。いやし博、それからしまのわをやる時は、まずそこから入っていきました。

イベントというものを目標にしないでいただきたいということが、二つ目に申し上げたことです。イベントというのはあくまでも手段であります。活性化のきっかけを作る手段であって、どういう効果があるかという、当たり前すぎて忘れてしまっている地域の魅力、あるいは気付かない魅力、埋もれてしまっている魅力を掘り起こすという力、これがイベントの時に活用できます。そして、うまくイベントを活用すれば、人をひきつけることができます。この時が大事なんですけども、来た人に満足感をどう与えるか、満足を与えた場合、その人たちが帰った後にPR隊になってくれます。逆の場合は最悪のケースが待っています、「あそこは最悪や」といって逆宣伝されてしまう。おもてなしということの重要性と、来た人にはできるだけ、住所でもいいです、電話番号でもいいです、一番手っ取り早いのはメールです、メルアド、これを取るということ。これがもし取れてファンになってくれたら、一番確立の高い顧客リストができるんですね。イベントというのは、まさにこれをやるための手段としてやるんだと、スタートの段階でよく地域地域に行って、皆さんとそんな話をしていました。時折行政が大きな仕掛けをしますけども、あくまでも主役は町並博でもやったように、自主企画イベントにあります。この自主企画イベントで生まれたものでいいものは、継続に持ち込まれます。町並博で生まれたイベントもいくつも残っていると思います。

先週、たまたま松野町に行ってきたんですが、キャニオニングという滑床溪谷を利用したイベントが、たった2年でここまで行くかというぐらい様変わりをしていました。いやし博の時に1,300人ぐらいの方が滑床の体験をしました。今年はたぶん4,500人までいきます。半分が東京、大阪からの県外客、フェイスブックで広がったんですね。びっくりするぐらい人が多くなっているのが驚きました。ものが良ければ、磨き方、PRの手法を考えれば人を呼び込めるということ、あの奥地でもできるんだということを示してくれた実例ではないかなと思っています。

【八幡浜圏域各市町の魅力及び広域連携】

八幡浜にも「八幡浜みなと」が誕生し、去年は家内と二人、佐田岬半島を自転車で走ろうということで、きらら館から走り始めて三崎港まで走りました。最高の風景でしたね。そこで調子に乗って、ここまで来たら灯台まで行ったほうがいいなといって、行ったんですけど、地獄のような登り坂でして、でも本当にしまなみ海道に匹敵するような景観がそこには待っていました。あるいは内子町にしても、町並みやたなばた祭りのあの風景、忘

れ得ぬ思い出ですし、去年できた内子町の商店街の中にあるまちの駅でかき氷を食べたんですけど、これはうまいですよ。あの値段で売ったら惜しい、もっと高くてもいいと思いました。どういう氷かという、全国から人が来ている今治のかき氷屋さん、そこにちゃんと修行に行って教えてもらって、氷の作り方を学んだ。そして内子町ならではの、何をかけるかというのは、朝採れた農家から持ってきてもらったものを搾る、時にはイチゴであったり、時には桃であったり、時には柑橘であったり、それを提供する。絹のようなかき氷を去年から販売しています。これは、今治がそうであったように、うまくPRすれば、それぐらいのおいしさが受け止められるということをつくづく感じました。そして西予は、今ジオパーク。住民の皆さん、これをどう活用するかということ模索中だと思いますけども、県内であれば、西予市は高低差がいちばん大きな市であります。下が0m、上が1,400m、ここ全体に広がるジオパーク。これを活用した横串の連携というものが、新しい観光の切り口を開いてくれると思います。どちらかという、今まで三瓶、明浜の海部と宇和町が真ん中であって、城川町とか野村町はちょっと山で、分断されていたんですけど、それをジオパークによってつなぐことができますから、これもまた面白い取組みができそうだなと思います。また大洲は「うかい」、あそこまで近くで見られる鵜飼い、長良川ではああいう見方はできないんですね。長良川というのは遠くから見るというやり方ですから、近くに鵜が見えるという鵜飼いというのは、日本ではあそこしかやっていないと思います。そこに市民の皆さんの力によって作られた大洲城が、最後に美しい夜景の姿を見せてくれますし、富士山のあのツツジもきれいでしたしね。いろんな素材があるわけです。

これをどううまくつなげていくか、単体では無理だと思います。例えば、町並みといえれば内子もありますよね、それから、宇和の町並みもありますよね、大洲のおはなはん通りもあります。それぞれの市長さん、町長さんに言いました。それぞれのまちがこの町並みと言っているけど、インパクトがないと。三つ連動させてしまえばいいんじゃないかと、南予三大町並み。その三つに行くと何かプレゼントがあるとか。横の連携というものが観光には絶対必要不可欠なので、そのことによって広がりを見せるということを考えてほうがいいのではないかと。これからは、町並博で培われた蓄積と、2年前に行われたいやし博の蓄積をどこかで一回合体させて、南予全体ということで企画してもいいのではないかと個人的には思っています。

【自転車を活用した観光振興】

そんな中で、共通して使えるのがサイクリングというものなんですけど、今サイクリングという、しまなみ海道というイメージがあるので、皆さん遠いところの話と捉える方もいらっしゃるかも知れませんが、全然そんなことはないんですね。確かにしまなみ海道は、世界7大サイクリングコースにも選ばれました。世界に一発で魅力を伝えられるコンテンツであります。今年の10月には、車道を開放して、日本最大規模のイベントを開く予定ですけども、それが目的ではありません。さっき申し上げた手段であります。この時、2次情報をどう提供するかが、自分にとっては一番大きな課題であります。しまなみへ来てくれました、素晴らしいでしょう、でも愛媛には東予にも南予にもこんなコースがあるんですという2次情報を提供することによって、次はじゃあもう1回来てここを走ろうという観光客につなげるという考え方があります。

既に世界一の自転車メーカーと3年前にタイアップを始めました。そこからの情報発信

も可能になっています。そこの力も借りまして、全県下、プロの目から見てこのコースだったら魅力的というサイクリングコースを26コース選定していただいています。今日お越しの皆さんのまちも全部入っています。そして、そこに3年間ぐらいかけて、すべてブルーラインを引いてまいります。今年度は、三崎港までのブルーラインが完成すると思いますけども、このブルーラインは、サイクリングする人がブルーライン沿いに走れば、迷うことなく、それから観光スポットを外すことなく行けると。ドライバーの皆さんには、ブルーラインを見たら、ここはサイクリング愛好者がいっぱい走るので、安全運転に気配りをしてくださいというメッセージを送るしるしにもなります。人が来ても、放っておいたら通過されてしまいます。大事なことは、その来た人をどう引き止めるか、ここまで来たらあそこに寄ってみたい、ここまで来たらあそこへ行ってあれを食べたい、ここまで来たらあそこへ行ってあれも買って帰りたいというふうなこと、ひきつけるパワーを生み出すのは、住民の皆さんの力しかありません。

そういう中で、26コースを選定しまして、皆さんも帰ってもパソコンをお持ちでしたら、(タブレット端末を見せながら)「愛媛マルゴト自転車道」と検索していただきますと、既にこういうサイトが立ち上がっています。ここにすべてのコース、例えばコースガイドを押すと出てくるんです。この辺りでいうと、「龍馬脱藩の道で風を切る・肱川・奥伊予ツーリング」とか、これは内子あたりですね、「グルッと伊予の里山めぐり」、佐田岬、八幡浜の方だと、「伊予灘シーサイドがんがんチャレンジ」、いろいろコースがあります。どういう情報が出てくるかという、ここはこういうコースなんです、地図はこうなっています、登り下りの高低差はこんな感じです、おすすめスポットはこんなところがあります、という情報がどんどん入っていきまして、さらに非常に高画質な動画も全部入っています。全てのコースで、こんなコースですと、来る前に景観が見れるという仕掛けになっています。

このサイトを作るとお金がかかるんですね。いくらぐらいかかったと思いますか。大雑把に、あてずっぽで、これ26コース全部同じように動画の撮影も終わっています。答えは、愛媛県の出費はゼロです。ただで作ってもらったんです。人間というのはどんなところで出会いがあるかわかりません。たまたま東京に行っている時に、健康に気を付けて、オーガニック料理を出す店にずっと通っていたんですね。2年前にそこのおかみさんから電話がかかってきまして、「あんたのような常連さんでいい人いるから紹介する」、「気が合いそうだから」と、ただそれだけの理由だったんですね。電話で初めて出会ったのが、このサイトを作ってくれた日本マイクロソフトという会社の社長さんだったんです。どんどん話が広がって、愛媛県がこういうことをやっているということになったら、社会貢献として協力しましょうと。どうして社会貢献になるかという、まだ作ったばかりなんですけど、やがてこのサイトの運営管理を障害者の方にやっていただく、障害者雇用に結び付けるということをや日本マイクロソフトも考えて、社会貢献にもっていくということで、全面協力をいただきました。本当にこれを作ったら数千万円かかるとは思いますけど、大変ありがたいです。何かやっていると、運というものはやって来るものだなということをつくづく感じた次第でございます。そんなことも、今仕掛けとしていろいろやっています。できればJRには、すいている時間帯には気楽に自転車も載せられるような状況を作り出せば、こちらまでの移動も気楽にできるようになりますので、そんな中で、愛媛県全体が新

しい観光の切り口で盛り上がっていただければいいなと思っています。

【第1次産業の将来展望】

最後に、最近、日本の1次産業の将来をよく考えるんですけども、必ず来るべき時が来ると信じています。それは、食の安全というものに対する関心が、世界でも大きく広がり始めているからです。世界で一番食料を供給しているといわれる大国は、環境汚染、大気汚染、一番深刻なのは水質汚染、どうにもならないところまでいっています。そういった水でつくられる野菜、米、捕れる魚、いったいどうものなのかということが、非常に大きな関心を広げています。その中で、日本で作られる1次産業の品質、安全性は、高いけれども折り紙付きであります。それに価値を求める人が生まれてくれば、値段の勝負ではなくて、安全性と品質というものが大きなマーケットを作っていく時をやがて迎えると信じています。そんなことから今、営業部隊は東アジアにも進出をしている最中でありまして、既にシンガポールでは愛育フィッシュ、台湾では愛媛の柑橘等々が順調に売り上げを刻み始めているので、そんなところにも希望をもって進んでいきたいと思っておりますので、どうぞよろしくお願いいたします。

ちょっと時間をオーバーしましたが、最初の御挨拶はこのあたりで終わらせていただきます。ありがとうございました。