

## 「愛顔(えがお)あふれる愛媛づくり」

平成25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：25.8.19(月)

開催場所：県農林水産研究所

どうも皆さんこんにちは。今日は月曜日夏の真っ盛りでありますけども、大変お疲れの出してくる頃だと思っておりますが、こうした会にお集まりいただきまして誠にありがとうございます。各地域単位で直接のトークをすることで、時には県の政策をお伝えするという、そしてまた時には皆さんから政策につながるヒントをいただくということ、また課題の解決というのを一緒に考えていくこと、いろんな機会があると思っておりますが、こうした会を大切にしながら明日へつなげていきたいというふうに思っております。今日は松山市、伊予市、松前町、3地域の皆さんに参加をいただいておりますのでまたよろしくお願い申し上げたいと思っております。

もうお盆も終わりましたけども、皆さんそれぞれ夏を家族の皆さんや友人の皆さんと過ごされたと思っておりますが、僕は今回3日間だけ休みをいただきまして、今年は時間があまりなかったので家内と2人で双海の海に行って海水浴なんかもやりました。本当にあそこの海水浴場は人気がありまして、松山から近いですし、恋人岬であるとか夕日が綺麗だとか、これは北条のほうもそうなんですけども、大変な賑わいを見せていました。熱かったですね、今年は特に熱さが続いていますのでちょっと心配な点もあるんですけども、こうした休みの時も各地域の魅力的な場所を探り当てて自分で体感するというのも、地域づくりへのヒントになるのではないかなというふうにも思っています。この県の仕事をいただいているから2年半以上、3年までは経っていないんですけども、そんな月日があつという間に流れました。就任早々は東日本大震災が発生しまして、その対応策、特に愛媛県は原発立地県でありますから、こうした安全面の対策や、その後出てまいりました大規模災害、特に南海トラフ地震への対応をどうしたらいいのか、そういった災害対応というものが、特に前半期は大きな問題でした。今も重要課題でありますけども、集中的に考えさせられたスタートとなりました。一方で様々な課題も同時並行して考えていかなければなりません。もちろんその中には福祉の問題があり、また経済の活性化の問題があり、更には教育の問題があり、環境の問題があり、本当に多岐に渡っているわけでありまして、これを同時に考えながら結果を出していくというのが自分の仕事でもございます。特に心配をしているのが、すべての物事を組み立てていく時に、地域経済が元気にならないとなかなかすべてのトータルコーディネートができないということがございます。一見、福祉と経済活性化を別々に捉えられる方が普通で、そう見えますし、捉えられる方は実際には多いんですけども、実はすべてがつながっているわけでありまして。その地域で経済が活性化する、そうするとそこには当然のことながら雇用が生まれる。そこに給料が発生して消費につながる。あるいは給料から、あるいは企業の収入から税金が納められて、その財源というのが国や県や市に入ってくることで福祉政策や教育政策の充実に充てていくことができる。その両方がすべて相関関係で結ばれているわけでありまして。特に働く場がなかったら何も生まれないということでもありますから、地域経済の活性化というのは非常に大きなテーマ

になってくるわけであります。ところがこの数年間、失われた10年とも言われましたけれども、日本全体の経済が厳しい局面がずっと続いてきたわけであります。デフレ経済というふうなことも言われましたけれども、こうした中で国も思い切った予防注射を打ったわけであります。その一つがお金をとにかく刷るということでありました。お金を刷ってその供給量を増やすというのが第一弾のカンフル剤であります。二つ目は財政出動、公共事業を中心とした災害というものに重きを置いたとはいえ、ともかく15か月予算というようなものを組むことで需要を作るということでありました。ただこれはあくまでも根本的な解決につながる政策ではないわけであります。お金を刷ってもその刷ったお金がどこに回っていくかが問題であって、実際の民間の経済が元気にならなかったら、この刷られたお金は国が二つ目の財政出動でぶっ放す財源、いわば国債を購入するお金に回っていくだけでありまして、それが供給できなくなったことで大失速するという危険性を持っています。しかも実際の経済がついてこない場合に、副作用というものが後で生まれてくることは自明の理でありまして、いわば刷ったお金が経済原則で言えばやがて金利の高騰や通貨の更なる下落ということにつながるということを忘れてはいけないわけであります。二つ目の財政出動は短期的な効果はありますけれども、現在の国や地方の財政事情というものは皆さんご案内のとおりでありまして、ついに国債残高が1千兆円を超えましたから、いつまでもずっと続けられる体力は残っていないわけであります。いわば、この二つを単なる目先の予防策に終わらせない本質的な経済活性化につなげるためにはもう一つの仕掛けが大事であります。愛媛県ではそれを実需という言葉で表しました。実際の需要ということであります。実際の需要というものが生まれるのかどうか、刷られたお金が実際の需要につながるためにはどうすればいいのか。消費ですよ、個人の消費、物が売れる、そういうふうな環境が整えられてくると、企業は今年よりも来年のほうが売上げ増が見込めるなど。だったら設備投資をしよう。設備投資をするには金融機関からお金を借りなければいけない。ここで初めて刷られたお金が民間に出てまいります。一番大事なところは消費、実需、物が売ることができるかどうかにかかっているということになります。ここまで循環が始まりますと、当然のことながら企業は増収増益というふうなことが現実になってまいります。今出ているのは減収増益です。減収増益というのは利益が上がることですが、これはどうしてできるかと言うと、コストカットであります。ですから全体が元気になる力はないわけであります。増収減益、これがずっと続くと会社は倒れてしまいます。減収減益、最悪であります。増収増益になって始めて従業員さんの賃金も上がっていくという過程に入りますから、その元となるものが実需ということ、その二文字を盛んに年度当初から申し上げているところでございます。さてそんなところで、実需を作るにはどうしたらいいのかということをしていろいろと県のほうでも考えて施策を打っているところであります。愛媛県はご存じのとおり東のほうへ行きますと工業地帯がずっとつながっています。四国中央市の紙パルプ産業あり、新居浜の住友関連企業あり、西条の先端産業の工場あり、そして今治には造船、タオル、海運とある。東予地域は二次産業で働いている方が30%以上を占めています。南の方へ行きますと、工場がほとんど、ないことはないんですけど、臨立している姿はなくて、いわば自然の風景がありのままに残されている空間があります。すなわちここは一次産業、農林水産業がメインの場所が南予でありまして、働いている方の20%以上が一次産業に従事されていると。中予はどうかと言うと、働いている方の7割ぐらいが三次産業、サービス業の方がほとんどだということ。同じ県の

中で東予と中予と南予でこれほどまでに働いている形態が異なっている、業種が違うというのは恐らく全国探しても愛媛県以外はず見当たらないと思います。いわばこの特色をどう生かすかというのが一つの課題でもありました。愛媛県というのは8藩から成立したという歴史がありますし、それぞれの藩ごとに山で分断されている地形も持っていますから、意外と横の連携がないんですね。横の連携よりも我がまちが自分とこの力だけでやるかっていうふうなところがあって、今までは何とかなってきた歴史があったので、横の連携が非常に弱いところがあります。しかし、これほどまでに東中南予特色が違うのであれば、その横の連携を新しく入れ込むことによって新たな付加価値というものが生まれてくる可能性があるのではないかと考えられます。そこで横断的の物事を組み立てるために現在愛媛県がこだわっているのは、20の市町との連携を強化するということとあります。連携を強化するという事は思わぬ結果をもたらすことがあります。例えば先般、これは短期的なこととありますけども、台湾に松山空港という名前の空港があります。これは自分が松山市長時代になんとかならぬかなと10年前からアプローチをしてきましたけれども、なかなか扉をこじ開けることができませんでした。その点この2年間は、松山市と愛媛県が一緒になってアプローチをするという、そういったことで相手先と交渉を続けてきたんですけども、やっぱり1足す1は2よりも3にもなるから相手の感覚も変わってきてまして、先般松山から松山へのチャーター便を初めて認めるということ台湾の国自体が決断してくれました。10月20日に松山-松山便が初めて就航しますけども、いわばこれを持って台湾における愛媛県と松山の知名度は一気に上昇できる可能性を持ったということになります。するとその後の観光振興というのは非常にやりやすくなります。今台湾というのは来日旅行者が2番目に多くなりましたから、非常に日本の観光にも関心が高く、所得も高い国でありますから活性化に非常に寄与してくれるのではなかろうかと期待をしています。こうして市と県の連携によって相手の心を動かしていく、これは同じことが2年前にもありまして、この時は今治市と上島町と愛媛県が一緒になって、世界一の自転車メーカーを愛媛県に引き寄せる時にタイヤアップをいたしました。その結果、今世界一の自転車のメーカーのショップができたということにつながったんですけども、こうした市町との連携、これは縦軸になりますけども、これは非常に有効なやり方だなというふうなことを感じます。また去年は宇和島まで高速道路が延伸しました。そのことをきっかけとして宇和島圏域の4つの自治体と県でみんなで一緒にやろうということでやったのが「いやし博」でございます。それまではそれぞれの自治体が、自分のところはこういうものがあります、自分のところはこういうものがあります、単発的にバラバラに宣伝していただけなので、なかなかアピール力が弱かった面があったんですけども、4つの自治体と県がそれぞれ役割分担をしながらPR策、戦略を練ってやるきっかけになったんです。目標は50万人でありましたが結果的には77万人の方がいやし博の時には来客をされ、それをきっかけに生まれたイベントが翌年になりますから、今年も生き続けていく大変な人気のメニューも誕生しているということとありますから、本当に横の連携というのが大きな力になるということを感じています。さてそこで、今のは一つの例とありますけども、もう少し体系的にお話しさせていただきますと、まずその地域が元気になるためにはその地域で作られたものを外に向かって売って稼いでくるか、外からそこに来ていただいてお金を戻していただくか、究極的にはこの2つしか活性化プランというのはありません。そこでまず第一に、愛媛県のものを対外的にどう売っていくかということ徹底的に議論い

たしました。たまたま自分自身が商社出身でありましたから、そんな感覚と方法、手法というのも県の職員に伝えまして、また職員がその立場で考えていただくという議論を積み重ねてきたんですけども、そのうちの一つが実はここにある「すご技データベース」だったんです。これは何かといいますと、愛媛県では、これは中予も含めてなんですけど、大変な技術力を持った中小企業がたくさんあるんですね。ところがこの中小企業は技術があっても知られていません。なぜかと言うと、地域の中に閉じこもっている、あるいは系列の中に閉じこもっている。その系列の中でいやという時代が続いていたということもあって、せつかくの技術力が決まったところにしか活用されていないというようなことをつくづく感じたんです。例えば日本一の技術を持った会社がたくさんあって、154の東中南予の中小企業の技術をデータベース化しているんですけども、このうちの3社が宇宙船「はやぶさ」の部品を作っている会社。でも会社の名前を聞いたって誰も知らないんです。でもその分野ではあの部品は愛媛県のこの会社じゃないと作れませんよということは、業界の中では知られている大変な技術を持っている会社であります。あるいはゴムの加工品なんかを作っている会社がありまして、僕も知らなかったんですけども、東京ドームというのがあります。ドームというのは屋根が付いていますよね。あの屋根は全部愛媛県で作っています。愛媛県にある、しかも松山市にある会社の工場で作られた製品が部品なんですよ。東京ドームの屋根を覆っているというのも驚きました。あるいは南予のほうに行ったら晒綿であるんですね。外国から綿を輸入して機械でロールして糸を作っていくんですけど、その晒綿を作る会社があって、日本の晒綿の7割近いシェアを持っています。いったいどこに使われているのかなって聞いたら、有名な会社のガーゼとか脱脂綿とか、愛媛県で作られた晒綿がそういう化粧品屋さんの会社に納入されて、全国のガーゼや脱脂綿に使われている、こんな会社もあったんですね。それからこれも南予でしたけども、全国のホテル、ビジネスホテルや一流ホテルの、皆さん泊まれた時に必ずそこにアメニティグッズがあるんです、歯ブラシとか。愛媛県にある2つの会社で全国のホテルのアメニティグッズの7割近くシェアを持っています。それは超一流ホテル専用のブランド仕様のものを提供したり、あるいは安いビジネスホテルに見合った本当に簡単なものを作ったり、要はお客様のニーズに合わせてそういった製品を作るというシステムを形成していました。あとシェアが高かったのは紙産業と関係があるんですけども、お茶パックですね。お茶パックは愛媛県内の2社で全国のシェアの8割を持っています。変わったところでは、クラッカー、パーティーでポーンとやる、これは宇和島市の会社が全国シェアの8割を持っているそうあります。もともとは花火の会社からスタートしたそうです。金属加工であるとか機械の部品であるとか、いろんな会社が東中南予、特に東予には大型のそういったものづくり産業の中小企業が多いんですけども、世界に販売しているそういった強いものをどう更なるビジネスチャンスを作ってあげるかっていうことを発想して作ったのがこのデータベースでございます。何をするかというと、愛媛県にはこれだけのものがありますよ、例えば僕が東京へ行って大手の会社に売り込んでいきます。お宅の会社いろんなものを扱っていますが、まずこれを見てください、この中でお宅の会社が関心のある技術ってありませんか？いやあるよと。このうちの5社は取引があるし、あと10社くらいは関心があるね、という答えを聞き出したら、愛媛県が商談会をセットしますね。愛媛県内の中小企業に、この会社がこんなこと言っているけどお宅どう？それは是非チャンスください。じゃあ愛媛県が東京でセットするから上京してください。通常、愛媛県内の中小企

業がその会社を訪ねても、一担当者が出てきて名刺配って終わりなんです。ところが愛媛県、チーム愛媛での商談会というのをやりますと、向こうは役員クラスが続々出てきますから本当の商談会ができるんです。その結果、ある新居浜の10人しかいない、ものづくりではなくて位置情報の技術を持つ会社。自分は今どこにいるのかというのを携帯で正確に確認できるソフトウェアを持っている会社だったんですけども、従業員10人しかいません。そこに住友商事と気象庁の子会社が愛媛県のビジネス商談会で関心を示してくれてセットしたところ、去年の10月から住友とその気象庁の子会社と3社で新商品作って全国販売をするという、こういうことにつながっていきました。いわば中小企業というのはいくらい技術を持っていてもさっきのように閉じ込められてきた歴史がありますから営業力がない。じゃあその営業を愛媛県がカバーしようというのが、このすご技データベース事業の発想であります。こうしたようなことは国内にとどまらず、現在は海外も視野に入れて、今年はインドネシア、去年は台湾と、そしてベトナムというところにチーム愛媛、愛媛のこうした高い技術力を売り込んでいくというようなことを計画しているところでございます。そしてもう一つは、売るということに関していえば、一次産品も同じであります。やはりこれも単発で行くのではなくてチーム愛媛でできるだけやろうということで、今いろんな仕掛けをしているんですけども、例えば、この前も大阪の難波というところで今6回に渡って、一回目が一週間くらいの愛媛フェアというのをしました。ここは非常にいい場所を提供してもらって、6つくらいの自治体をぐるぐる回転させていく。例えば第一日目は松前と伊方と西条と新居浜と。次のフェアの時にはまたガラッと愛媛県内の自治体が変わる、これをぐるぐるローテーションしていくというような仕掛けなんですけども、その中にはこの前松前町も入ってまして、松前は海鮮珍味では日本一のまちであります。小魚珍味の宝庫でありますから、こうした品々が並ぶことによって、松前は最近愛媛県と一緒になった県外フェアを積極的にやるという町長さんの方針が固まりまして、どんどん出てきてくださっているんですけども、大変面白い効果が表れていると思います。全体的には、愛媛県は皆さんそんなに売れないんじゃないかっていうような、穏やかというか積極的じゃなくて奥ゆかしいというか、第一回の大阪のフェアの時には3時間で商品が売り切れてしましまして、もうありませんという声をあげざるを得なかったということになっています。こんなに売れるものなのかというのがわかって、翌日からは大量に商品を並べるようにしたんですけども、やっぱりいいものは絶対に売れるということでもあります。特に食料関係は、現在食の安全ということに関して大変関心が高まっていますから、愛媛産の素材の良さ、安全性というのはこれから必ず武器になる、売りの力になると僕は信じています。なぜこんなことを言うかと言いますと、去年ある大国の方が来県されました。大学の先生でありました。これはある大国のある有名な都市から100キロくらい離れた所に大きな大きな有名な湖があるんです。その湖がその大都市の水源の供給元になっているんですね。その湖の近くにある大学の先生が来られたんですけど、いったい何の用で来たかということ、実はこの湖で今毎日魚が数千匹ボコボコ浮いて死んでいるんだと。工場廃液が無制限に垂れ流されて自分たちではどうしようもない、愛媛の大学の先生の知恵を借りたいということで来県されたんですね。いろいろ調べてみるとこのかの国の水の状況というのは我々の想像をはるかに超えているものでありました。たとえばそこが水源なんだけども、供給されている大きな都市の蛇口をひねって出る水道というのは当然国ですから基準値というのがあります。こういう水質じゃないと水道水としては蛇口から出してはいけ

ませんよという基準値があるんですが、その国の上水道の基準というものが日本の下水道の基準よりも低いんです。こういうような水が当たり前のように使われているという実態に驚きました。そしてそうした水が更に悪化の一途をたどっていて、今開発の動きが止まらないんで廃液がどんどん増えています。その水が川に流れ、海に流れ出ます。そしてその水で野菜等々が作られていきます。いったいどうなるんだろうと。ちょっと背筋が寒くなる思いがいたしました。日本を見るとさあどうでしょう。そんな水が使われて作られている農産物はありませんし、海も綺麗でありますから、食の安全、品質ということでは勝負にならない。ただ単に価格の面では負けているということだけでありますけども、いざこの実態が多くの方々に認識され始めた時に人はどうするか、やはり安全、安心、おいしいものということに振り向いてくる層というのが必ず生まれてくるのではないかなと思っています。そんなことから、愛媛県産の先程の国内の商談会もチーム愛媛で行ってききましたけども、最近は海外にも目を転じています。なぜならば現在の日本はご案内のとおり出生率が1.39でありますから、このままだと人口はどんどん減っていきます。今年の3月に地元のマスコミ報道でも、現在141万人の愛媛県の人口は30年後には107万人まで減るだろうという予測が出ていました。日本全体は今1億2千万人ですけども、9千万人くらいに減る可能性が出てきます。これはどういうことを意味するのか。もちろん社会保障システムも今までどおりでは成り立たないという側面もありますが、こと経済の面からみると国内の市場が小さくなるということです。人が少なくなるんです。だから去年と同じことをやっている、今年も来年も今年と同じことをやるだけではジリ貧になるという時代がやがてやってくるということでもあります。となると国内だけに目を向けていたのではどんどんマーケットが小さくなりますから、それをカバーすることをどこかで求めなければなりません。だからこそ今から、特に流通の面で可能性のある東アジアというものをターゲットにして、そんなところに売れるのかねという感覚だったかもしれませんが、今言ったような背景を持って売り込みに行く必要性が出ています。そこで愛媛県は去年の4月から、全国の県庁では初めてとなりますけども、営業本部という部署を作りました。そして営業本部と東京事務所、大阪事務所をリンクさせています。今年の4月から東アジアというものをターゲットに入れてシンガポールと台湾に駐在員を置くことにいたしました。そして積極的に愛媛県の食材を中心としたプロモーション活動を行うということを始めようと思っておりますけども、実際にやってみて売れるということがわかります。闇雲に行っても売れるということはありません。ちゃんとしたターゲットを絞るということと戦略を立てるということが必要なんです。ターゲットはどこか、ここ数年右肩上がりの経済成長を見せている、そして日本食や日本文化に関心が高いということ、そして富裕層がどんどん拡大しているというところ、第一ターゲットゾーンというのはシンガポールと香港と台湾と上海。それから第二ターゲットゾーンがインドネシアとベトナムとタイ。こういったところが大体絞り込めてくると思います。一つ例をお話しすると、シンガポールに行ってきました。シンガポールでは、食料加工品と魚を中心にセールス活動を行ってきました。何でシンガポールだったかということ、シンガポールというのはすごい小さい国です。面積は淡路島くらいの広さしかありません。そこに500万人以上の人口を抱えています。但しここは国際金融と国際貨物の中継基地と石油の中継基地とコンベンションという4つの機能を持っていて、7千万人の人たちが年間出入りしています。かつ、家でごはんを食べる習慣がないんです。ですからほとんど外食なんです。外で食べる文化なんです。で日

本が大好きですから、どういうことが起こっているかということ、淡路島くらいの面積の国に日本食レストランが現在800店舗あるんです。歩けば日本食レストランに当たります。ところがここで使われているすしのネタというのはインドネシアとかあの辺りの赤道直下で取れる魚が多いですから、例えばアジなんかドロドロなんです。我々が食べているアジとは全く別物で、これはかわいそうだというものでありました。事前に愛媛にお招きいたしまして関心のある方、800店舗のうち呼びかけましたら、何十人か来られました。生産現場を見てもらい、関心のある食材をピックアップしてもらいました。それを提供できる業者に声をかけて商談会のチームを結成しました。あちらに行くと800社に案内すると百数十社が関心があるということで商談会に来られました。そこでまず一発目にマグロの解体ショーというのをボーンとかまして、煮きつけてから食べてもらって商談会をやってみたんです。食いつきがよかったですね、食いつきなんて悪いですけども。今宇和島からマグロが一週間に1本空輸でシンガポールに行くビジネスが始まりましたし、それから、生しらす、じゃこかつ、こうした加工品、たぶん北条のしらすなんかも行き始めていると思いますけども、値段よりも質ということで継続的な取引につながったということでもあります。先月台湾の台中市というところで出会った高級フルーツ店舗を展開している社長さん、昨年出会ったんですけども、ともかく一回愛媛に来てくださいと。みかんの現場を見てほしいと。柑橘というものがどんなにしっかりとした生産管理の元に作られているかというのを見れば一目瞭然ですと言って、約束を守って来てくれました。早かったですね、これは贈答用には非常にいいということで、来県されて2日くらいしか滞在していないんですけども、1千5百万円みかんを買って帰っていかれました。贈答向けにドーンとやるんだというふうな話だったんですけども。非常にこうしたチャンスというものがあるということを実感した1年でございましたので、愛媛県産の技術、それから食材を中心とした一次産品、こういったものを県という立場で営業をフォローしていくということが一つの大きな活性化策の柱になってきているということでございます。そして観光の面では、外から来てもらうということ、これは今までの観光資源も大事でありますし、東予と中予と南予、それぞれ違った特色があります。中予は松山市がそもそも観光都市でありましたから、道後温泉や松山城、あるいは「坂の上の雲まちづくり」等々で様々な展開をし、今市長さんも様々なチャレンジをされています。東予はものづくりを見学するというのも観光資源でありますし、もう一つは石鎚山から西条新居浜四国中央に至るまで、山々の連山のトレッキングというのが一つのアウトドア観光のメッカになり得る可能性があるということで、現在横の連携をトレッキングでしてほしいということをお東予の各市に投げかけているところであります。更にもう一つはこれは全県的になりますけども、自転車ですね、これを観光の突破口にしようという作戦を2年前から追いかけています。今北条は愛媛マラソンの大変な聖地になりました。誰が5年前にあそこまでのマラソン大会になると思ってたのか、僕自身も思っていませんでした。6年前に初めて今のマラソンコースを作った時に4,000人の定員でとりあえずスタートしたんです。ところが蓋を開けてみると3,300人しか集まりませんでした。定員割れだったんですね。それが今人気を博している愛媛マラソンのたった6年前のスタート時点での現実でありました。しかしその時に特に北条地域の皆さんが沿道を集団ごとにおもてなしをやってくださいと。僕も走らせてもらいましたけども、北条地域になって5時間6時間のぎりぎりの最後のランナーを温かく出迎えてくれて、いろいろその地域地域で用意してくれたおもてなしを提供してくれてエールを

送ってくれるという、その雰囲気というのは最高クラスだなと実感をするようなマラソン大会が第一回目でありました。翌年 5,000 人に定員を増やしたんですけど一週間で満杯になりました。翌年 7,000 人に定員を増やしたんですけど 3 日で満杯になりました。そして今年 は 8,000 人に定員を増やしたんですけどもインターネット申し込みは 2 時間で満杯になりました。全国に今マラソン大会は 1,500 あるそうなんですけども、参加した人たちが人気投票をします。1,500 のランクが付けられています。昨年愛媛マラソンは全国で第二位の人気でありました。今年は今のところ一位くらいに行っているはずなんです。どうしてここまでになったかという、やっぱり地域のみなさんがまちづくりのイベントとして受け入れて、そしてできることをやろうという意思を持って楽しく参加しているからこそ訪れた人たちにその空気が伝わる、それが人気につながっているのではないかなというふうに思います。市民マラソン 42 キロ走るなんていうのは特別な人たちの世界で関係ないよと、ほとんどの人が思っていたものが今どうなんでしょうね、どこのマラソン大会も大人気で、完走できないという問題ではなくて、健康志向、アウトドア志向、楽しめる、そういうところにみんなが惹かれているという時代背景があるのではなかろうかなと思いました。自転車も同じです。自転車もヘルメット被って、スーツ着てドロップハンドルで、あれは若い人たちがやるものでしょ、そういうふうに思っている人がたくさんいると思います。しかし今世界は変わり始めています。欧米、アジアに行きますと、あの格好で自転車に乗っている人の主流は、40 歳から上の方々です。50 歳、60 歳の方々があの格好で楽しんでいるんですね。なんでそうなのか、これマラソンと同じなんですけども、参加者に 3 つのプレゼントが貰えるということがわかったからなんですね。一つは健康です。一つは生きがいです。もう一つはそれに参加することによって生まれる友情なんですね。この 3 つの要素はマラソンでも自転車でも全く変わりありませんでした。ということは、今の日本というものは自転車という通勤通学、買い物に使う移動手段としてしか受け入れられてないんですが、これからは健康、生きがい、友情をプレゼントしてくれるツールであるというふうに、世界と同じように日本もやがてなってくる。そうなってくると必ずマラソンと同じ経過をたどっていく、最近その兆候が見え始めています。自転車盗まれたとかがニュースになりますし、松山、松前、伊予市あたりでも同じようにあの格好で走っている人が増えているというふうに思います。しまなみ海道に行くと外国人がジャンジャン来ています。世界の人憧れるコースであるということがわかってまいりました。その時に台湾の世界一のメーカーとタイアップし、タイアップすることによって世界に支店を持っていますから、タダで愛媛県のしまなみ海道の宣伝をドーンとしてもらう、それをまた呼び込み客につなげるという、そんなことを考えた経緯であります。さてそこで、たかが自転車と思うなかなんですけども、マラソンでもブームになったら何が発生するか、実需が発生するんです。靴買いますよね、装具使いますよね、帽子買いますよね、手袋買いますよね、サングラス買いますよね、ウェア買いますよね、消費が生まれてくるんですね。自転車になると、同じです。自転車、サドルだ、あるいはライトだ、バッグだ、シューズだ、ヘルメットだ、もうどんどん実需が上がっていくんですね。ここの消費というものが発生してマーケットが出てきます。するとそこにビジネスが生まれます。ビジネスが生まれるという雇用が発生する、これがまさに、しま博の経済対策であるというふうに思います。今しまなみ海道は、今年の 10 月にとりあえず一発目で、来島海峡の橋を 4 時間閉鎖します。その時だけ自転車で走れるように交渉ができました。この日だけ 4 時間だけ、

あの車道を自転車で走ることができますよと。3,000人募集しますって全国に投げたんですね。3日で埋まりました。参加者の半分以上が県外の方であります。いけるという実感をした瞬間でもありました。来年は全線走るといことで交渉中ではありますが、規模は1万人まで膨らませて世界中からお招きするような仕掛けをしたいというふうに思っています。人が来るということはその地域に実需が生まれます。宿泊、飲食、お土産、更にはそこで出会った製品との出会いが顧客の獲得にもつながる可能性があります。まさに実需創出のきっかけの人を呼び込むことにもなると思っているところでもあります。こんなふうに一次産業と二次産業については、外に向かって実需を生み出す営業のサポート、そしてまた呼び込むということに関しては支援、特色のあるアイデアで人を惹きつけていくという手法、こんなことも戦略の基本に置いているところでもあります。ちなみに、この自転車はこれからどんどん全県に広げていきたいなと思っています。しまなみは確かに一発目呼び込むにはいいんですけど、来てみたら二次情報を発信する、東予にもこんなコースがありますよ、南予にもこんなコースがありますよ、先程最初に申し上げた双海の海なんかサイクリングロードとしては最高級の景観を持っていますし、更に南下したらメロディラインなんかも自転車にとっては最高のラインになると思います。南予に行った時に言ったんですよ。道路がこれだけで過疎化が進んでいるということは自動車が少ない、ということは自転車の振興には最高じゃないですか。一気にこれいっちゃいましょうということで、今愛媛マルゴト自転車道作戦というのを20の市町と一緒にやっていますところがございます。愛媛からこの新文化、自転車新文化を作りあげていく、そんな高い目標を今掲げているところではありますが、ただ、きっかけを作るためには、我々みたいな年代がやっぱりあの格好をして自転車に乗っても恥ずかしくないんですよっていうのをどんどん打ち出していかなきゃならないんです。マラソンもそうでした。僕も最初走ったんですが、お前みたいなやつが走れるんだったらワシでも走れそうやな。自転車も同じです。でも一人でやるのは寂しい。だから9月、来月になると愛媛県、県庁の部長と局長、みんな55歳はゆうに超えているメンバーでありますけれども、土曜日に集合がかかります。自転車は借りたらいいんですけど、条件はどんな体型であってもあのヘルメットを被って、ピチっとしたスーツを着て集合すると。但し強制ではないんですけど誰が来たのか確認は取れますよってですね、そんなことで我々のような世代がこんなに楽しそうにっていうのが世の中に知れ渡ったら恥ずかしくないんだと、なんて楽しそうなんだろう、という文化に火を付けられるんじゃないかなというふうなことも狙っているところがございます。今日お集まりの方、松前にしても本当に先程の海鮮珍味、そしてまた炭素カーボン繊維の主力工場もありますから、ここから日本の産業を担う柱としてのビジネスが生まれてくる可能性もあります。伊予市には今言った双海にかけた美しい観光スポットがあり、中山の山にもスポットもあり、そして伊予市も同じようにかつお節をはじめとする水産加工品の宝庫でもありますから、そういった地域ごとのよさというものを県内がお互いに知り合って横でつながって、パワーをアップしていくような、そんな取り組みを未来に向けてしていきたいというふうに思っています。あとはそれぞれのご関心のある分野からいろんなご意見を頂戴しまして回答させていただきたいと思っておりますのでよろしく申し上げましてご挨拶とさせていただきます。