

## 「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：25.8.5(月)

開催場所：西予市役所

皆さんこんにちは。今日はそれぞれの立場でお忙しい方ばかりだと思いますけれども、愛顔でトークにご参加いただきまして本当にありがとうございました。皆さん地域もそれぞれですし、関心のあるジャンルも異なると思いますけれども、まず自分のほうから全体的なお話を少しさせていただけたらと思います。

僕もこの仕事をさせていただいて2年半の月日が流れましたが、松山の市長を11年半やらせていただきました。同じ県内のことというのは大半のことはわかっているのではないかなというふうな錯覚を持っていたんですけども、県の仕事をいただいて全県を東予から南予まで毎日毎日走り回っていますと新たな発見の連続でございます。県の役割というのは、こうした新たな発見というものをうまくつなぎ合わせて磨いて新しい化学反応を起こして付加価値を付けていく、そして県内を活性化していくというところにも大きな仕事の柱があるんだなということをつくづく感じています。例えば昨日たまたま台湾のほうからお客さんを招きました。10年くらい思い続けていたんですけども、昔台湾のほうに行ってふと歩いていると松山という地名を発見しました。松山空港という飛行場も発見しました。当時は国内の飛行機しか飛んでいなかったんで、日本人に知られることはそうなかったんですけども、これは面白いな、松山空港から松山空港へ飛行機が飛んだらこれは非常に大きな関心ごとになるんじゃないかなということを漠然と考えていたのがきっかけでありました。それ以来行くたびにその可能性を追い求めていたんですけども、なかなかそれは国内専用だということと、もし海外に出すとしても主要都市、小さい空港なんて日本だったら羽田以外はダメだと言って、言っても言っても門前払いのような状態が続きました。ここで諦めたらゲームセットでありますから、粘り強くいろんな交流を当時から積み重ねてきて、その思いが10年越しで相手に通じて昨日正式に松山から松山へ飛ばそうということに至ったんですけども、やはり物事というのは諦めたらダメなんだなということを改めて自分自身思い知らされた気がいたしました。いいものというものは必ず報われる時がくる、そういうものではなからうかと思えます。そんな考えを持ちながら愛媛県全体を見ていきますと、一番真っ先に気付いたことは、東予、中予、南予ということを我々愛媛県人はよく使いますが、これほどまでにキャラクターの違い、特色の違いが際立っているエリアが3つに分かれてバランスを保っているというのはよその県には見られない魅力なんではないかということで、例えば東予のほうへ行くと、皆さんもご存じのとおり東予は工業地帯ですね。四国中央市には紙パルプ産業、そして新居浜には住友発祥の地という歴史の中から生まれた住友関連企業、そして西条市には先端産業の工場、今治には造船、タオル、海運と、4つの工業都市が臨立しているわけですが、それぞれ業種が全部違います。ただ二次産業が中心になっているというところが共通しています。この4つの二次産業の東予地域は完全な縦割り、業種が違うので、うちのうちという意識があって、横の連携が見られないエリアでもありました。なんともったいないこと

だと、それが自分自身の思った印象であります。そんなところから連携をしていきましようということ呼びかけさせていただきました。業種は違えどもそれぞれの産業を支えている技術を持った中小企業の力というのは垣根を越えれば思わぬ結果をもたらすことがあるのではないかと、そんなふうな呼びかけでありましたけども、徐々にそれが浸透しまして、例えば新居浜の鉄の加工技術を今治の造船に生かしていこうとか、そういう横の連携が始まりました。昨日もニュースをたまたま見ていたんですが、縦になっていますから、すべての会が完全に区切られてしまってたんですね。お医者さんの世界もそうです。新居浜市医師会、西条市医師会、四国中央市の医師会、完全に横の連携なしと。しかし、この2年半の要望が少しずつ意識の変化になっていったのか、小児救急の医療体制については2次救急をこの3市が連携して輪番して行おうと、そうすれば可能になるんじゃないかと新しい事業展開を始めるというニュースが流れていました。横の連携というのは足らざることを補うプラスの力を生むという一つ例ではなかろうかというふうにも思います。さて一方中予はどうでしょうか。中予は商業都市ですね。人口は松山を中心に多いんですけども、働いている方の72%がサービス業であります。観光であるとか商売であるとか、情報関連であるとか、三次産業の従事者が72%。先程の東予は二次産業の従事者が33%であります。全く東予と中予ではキャラクターが異なるわけですね。産業が違いますからそこで育まれる考え方、人情、こういったものにもそうした違いというのは影響を与えてくるのかもしれない。中予地域はそういう意味では情報発信であるとか、うまく東予や南予と連携すれば県外への情報発信や販売ルートの開拓、こういったものに結びつけられる化学反応が可能性として出てくるということを感じます。さてこの南予、この西南地域、そしてまた宇和島圏域の南予地域はどうかと言うと、農林水産業、一次産業が中心のエリアになります。一次産業の従事者20%以上であります。東予、中予、南予ですべて一次産業、二次産業、三次産業、主要産業が異なるというのが一つ我々の共通のふるさとしてある愛媛の特色といっても過言ではないというふうに思います。さてこれを鳥かん図的に見ていくと、先程東予の横の連携という例を出させていただきましたが、県内の連携というものに面白い道、可能性というが生まれてくることに気がきます。例えば東予の方々というのはほとんどの方が工場勤務であります。朝定時に家を出て工場の建物の中に入る、そして機械に向き合い、更には夕方になると、残業があると別ですけども定時に帰られると、こういう生活をずっと一年中送られていますね。で何に飢えているかということ、自然の中でゆったりとしたいということに大変関心が高いですね、休日とか。自然があるといったらどこなのか、といったら愛媛県内でいったら南予であります。ところが東予の方に聞きますと、南予に行ったらいいじゃないですかと言うんですけど、「いや南予は遠いけん」と、こういう答えが返ってくるんです。いや今そんなに遠くないですよ、高速道路がついて松山まで1時間ちょっと、宇和島までだって1時間で行ける、途中の西南地域だったら1時間弱で行けますよというふうに言うんですね。「あ、そうなんだ」というふうには言ってくれるんですが、イメージがありまして、そのイメージは何なのかとお聞きしますと、「昔家内と一緒に南レクへ行った時に6時間くらいかかったと、遠いよね」と、そこで止まってしまっているんです。南予といえば遠いというイメージが染みついてしまっていて、休日に自然を求めるといふ気持ちはあっても選択肢から外されてしまっているんですね。県外へ行っているということですね。それはもったいないと。ということは、この交通基盤の解消に伴って身近になったということが浸透していけば、東予の方々は一さっきのライ

フスタイルがありますから、南予というのは大変魅力的なエリアになるはずなんです。そこがこれまでにアプローチをしていなかったようなところでありまして、昨年、いやし博というのをやってみたんですが、そのことを念頭において東予地域の宣伝強化をいたしました。やっぱり来るんですね。予想で50万人を目標にしていたんですけども、結果的には77万人の方が松山と東予からダーっと入ってくるというような結果に導くことができました。まだまだ南予知られざるところはたくさんありますから。ところが南予でも西南地域、あるいは宇和島圏域、おそらくお互いの魅力というものに気付いていない、知らないという方も多いと思うんですね。もっと言えば自分の住んでいるまちの魅力というものに気付いていない場合も多いと思います。これは僕松山市長の時に経験したんですけども、当時松山の方に言うと「うちの地域は道後温泉と松山城ぐらいしかないけん」と、自虐的なんですね。逆に言えば、ない、ない、ないって宣伝しちゃうんです。いや果たしてそうだろうかねと。よその地域と比べたらよっぽどあるような気がするというんで、一つ提案させていただいたのが「坂の上の雲のまちづくり」というものでありました。10年間の月日がかかりましたけれども、最初は散々でした。「坂の上の雲のまちづくりをやりましょう」って言ったら、「何やそれ、小説は知っているけどもそんなもんで市長まちづくりなんかできるんかい」、「文化なんかでまちづくりしたところなんかなかろがな」と。そりゃないですよ、ないからやるのではないですか。他がやらないことをやるからメッセージ性、インパクトが生まれるんだというふうなことからスタートしましたが、理解者は市役所の中にも本当に少数しかいないという状況でした。しかし、外に出て坂の上の雲のファンの多さとその価値を認めている方々の多さ、むしろ県外での評価の高さを県外に出た時にいつも感じていましたので、これは本物なんだと、本物というのは磨けば必ず光るんだと、だからここは我慢の時期だよというふうなことを申し上げて続けていきました。物事ってなんでもそうだと思うんですけども、スポーツだったらこういう成長はしないですよ、右肩上がりの成長って。一生懸命練習しても全然変わらない。ところが我慢しているうちにある日突然ポーンと成長するんですね。競争だったらタイムがポーンと上がったり。でまたずっと変わらなくてある日になったらポーンと上がる、この繰り返しですね。逆もそうですよね。減量なんかもそうですよね。一生懸命ジョギングなんかして走っても体重って全然減らないんですよ。2週間くらいすると一気に2キロくらい減るんです。またずっと同じことを一生懸命続けていきなりまたドーンと減るんです。減る時も同じ。要は上がる時も減る時も並行して変化しない期間が長いのですからたいい途中で諦めるんです。どうせいくらやっても結果が表れない、もう止めよう、これで止めてしまうというのが多いと思います。しかしここを我慢した時にこれとこれが待っているわけですから、そこを踏ん張った時にどうなるかということでもあります。坂の上の雲も8年くらいやった時に、テレビドラマ化の実現が決まりました。この時がドーンと来た時であります。その時に空気がガラッと変わったんですね。最初の頃「そんなんで坂の上の雲やったってしゃーなかろがな」とみんな言っていたんですけど、ありがたいことにみんな顔つきが変わって「いや市長わしは最初から分かっただで」ってみんな言うてくれます。でもそれでいいんです。空気というものは作っていくものですから。こうした魅力というものをどこに求めていくか、その最初のスタートというのは「気付くこと」にあるということをつくづく感じます。今日は西予市から始まって、八幡浜市、内子町、大洲市、伊方町と皆さんそれぞれ入っていますけど、もっと細かく見ていいと思うんですね、旧市町村ごとの魅力です。僕は最近

時間がある時に自転車で各地域を走るようにしているんですけども、先日も肱川、時間が中途半端だったんで肱川町の道の駅から自転車に乗りまして、それからトットコトットコ上がって行って、ダムを見つめながら肱川の流れを見ながら城川の道の駅まで行きました。そこからトットコトットコ上がって行って宝泉坊の温泉風景を見ながら更に登って行って日吉の道の駅まで登ってきました。往復で50～60キロだったと思いますけど、気持ちよかったですね。行きは登りが多かったんですけど帰りはその分天国が待っています。その風景とそれぞれの道の駅の魅力、そこに行けばふるさとの産物とか拝見することができますのでいろんな発見があります。今日もたまたま内子のほうへ行って来ました。内子で商店街を活性化しようっていうんで若い人が立ち上がって新しい空間を作っていました。そこに飛び込むと内子の木材を使ったおもちゃを作るんだという若い集団がいて、紙相撲の土俵をおもちゃで作ったりして、今、これ正式に日本中で大会があるんですけども、そんなもの、地元の木材にこだわった新たなものを作って多くの人たちに買っていただく道を探していくんだという右からはそういうエネルギー、左側からは物産にこだわったエネルギーで、これは絶対売れると思ったのが一つあったんですね。それはかき氷です。これ、かき氷を超えたかき氷なんです。どうやってこの触感と味を出したのって聞いたら、まず氷にこだわったと。単なる氷をかいただけでは一般のものと同じだからダメなんだと。今治の有名な氷屋さんに行ってその作り方を伝授してもらって、その技術を持ち帰ったそうです。もう食べたらわかります、さくさく、トロトロっていう、言葉で表現できるかどうかかわかんないですけど。そこに地元の農産、農家と契約をしまして、それぞれの四季の旬のものを一切添加物を加えずに加工してシロップとして使うんですね。今日はいちごと桃が用意されていますということでしたけども、あの味と触感というのはスイーツの世界に入っていると。今日若い人たちと話していたんですけど、これ名前付けるべきだと。キャッチコピーと名前で何か考えたほうがいいよと。そうすれば非常に大きな人を呼ぶ力がそこに宿るんじゃないかというような話をしていました。そのあと、城川の道の駅のほうへ行って来たんですけども、ここでも新たな発見がありまして、柚子だとかいろんな特産品や加工品を扱ってますけども、柚子といえば鬼北町が結構生産が盛んで、先日鬼北町に行った時に「柚子で1個加工品を探しているものがあるんやけど、ないんかね」と。それは柚子胡椒だったんですね。柚子胡椒っていうのは九州で最初できましたから、これは非常に付加価値の高い調味料であります。ところが鬼北も柚子の産地と言っているんだけども、どこへ行っても鬼北産の柚子を使った柚子胡椒って置いてないんです。作ってないんですね。県内には柚子胡椒ないんですよっていうふうに言われたんで、どこか作らないのかなと思っていたら、今日城川行ったら城川産柚子胡椒っていうのを売っているんです。やっぱり「あるやん」と言ったら、「非常にいい値で売ってます」と答えてくれました。特に焼き鳥の炭火焼なんかで柚子胡椒なんていうのは全国的にも人気ですし、例えば一つの産品取ってみても、別に九州が産地だからやらない、やっちゃいけないっていう話じゃないんです。ある意味ではニーズというものをどう掴んでそれに合ったものをどう作るかっていうことも考えた農業のあり方というものが大事で、そういった販売する、加工する人たちと農家の皆さんがタイアップしてやっていく時代に入っているというふうにも思います。ここは西予でありますから、西予をふと振り返りますと、宇和ですと僕が印象に残っているのは町並みですね。宇和の歴史的な町並み、明治の偉人たちも宿泊された歴史ある町並みというのは住んでいる人たちにとってみれば当たり前の風景かもしれませんが、外から

訪れた人間にとってはとてつもない価値を持っています。その風景でいろんな思索にふけることもできますし、歩くだけで非常に至福の時を過ごせるというようなものなんですね。ところが卯之町の町並みのことを言っても、なかなか多くの人には届かない。届かせる方法っていうのは、やりようによっては生まれてくると思うんですね。そこで今提案しているのは、一つでやったらパワーが出ないんで三本の矢作戦でいきませんか。この地域には内子の町並みがある、卯之町の町並みもある、そして大洲のおはなはん通りもある、これを南予西南三大町並みっていうパッケージにして宣伝すれば、それぞれがやりますから、掛ける3、相乗効果で掛ける5くらいはいけますよと。県もそれだったら乗りやすいつていうふうなことで、ちょっとした宣伝の工夫でも情報発信力というのは大きく変わっていくのではなかろうかと思えます。また昨年、この西予宇和町に県の歴史博物館がありますけれども、ここはなかなか人が来ないということでいろいろと問題にもなっていました。一つ仕掛けをいたしました。知り合いの方に頼みまして、ここにお遍路さんの和紙人形の展示を常設で始めたのが昨年でございました。おかげさまで前年比で大きく上回る方々が訪れるようになっていきますけども、むしろ勝負は来年なんです。仕掛けは去年やりましたけども、ターゲットは来年度でございます。なぜならば来年は四国八十八ヶ所開創千二百年の年に当たります。お遍路さんに注目されるんですね。ここに空海の人生一生を味わえる和紙人形作品があるというのをどう宣伝するか、それがうまく伝播できれば、この卯之町の歴博が必ずお遍路の時に訪れなければならないねっていうふうなスポットになり得る可能性を持つということでもあります。これをどう生かしていくかというのはまた西予のみなさんと考えていきたいというふうにも思っています。城川は先程も申し上げましたけども、その他にも僕が行ったのがどろんこ祭り、これも本当に県外も含めて大勢のカメラマンの皆さんがシャッターチャンスを追いかけて、そこの周辺に並ばれているのにびっくり仰天しました。どこから来たんですかって言ったら、岡山から来ましたとか、県外の人多いですよ。見たらカメラが3機くらいぼこぼこ立っているんだけど、1台100万円のカメラとかが平気で並んでいるんですね。びっくりしました。伝統行事を思っって語り継がれていったものの魅力というものが本物であるならば人を惹きつけるパワーを持つという、そういった力を見た瞬間でもありました。かまぼこ板もそうですよね。また、明浜はなかなか工夫しているなと思ったんですけども、明浜のみかんのジュースが東京でものすごい人気ですよ。これはちょっと驚きました。物産販売なんかやるんですけども、いろんなところにオーダーがきているというような状況になってまして、どういうふうな形でルートを確立したか、細かいことは僕はわかりませんが、向こうの味にマッチしたものができているんだということをバイヤーの人、買う側の人が言っていたのが印象的でありました。三瓶はなんといってもアジの洗い、これは他ではアジのたたきはあっても、洗いで食べるあの食べ方というのは外から来た人にとっては大変な宝物になり得ると思えますし、「奥地あじ」という名前の電子レンジで焼きたてのアジが食べられますよ、鯛が食べられますよという加工商品を発売して、これを海外に持っていくんだというような意気込みでやっている、そういう人たちも頑張ってくれています。野村は今年何回か行ったんですけども、一昨年松野町の桃源郷ハーフマラソンというのに強制出場させられまして行きました。その情報が野村の人に入りまして、何で松野で出ているのに野村の朝霧湖を走りに来ないんだというふうなことを言われまして、最近体力落ちてるんで自身がなかったんですけど行ってきました。市長さんもそういうことを言われてたので一緒に走るのかなと思っ

て当日行きましたら、市長さん背広姿だったんで、「そりゃないでしょう」と、「次回は是非」といったら「検討します」って言ってましたんで、次回は走ってくれると思いますが、本当に野村の畜産というものを中心とした歴史というものを感じさせられるようなコースであり、特にゴールした瞬間に待っている野村産の冷えた冷たい搾りたての牛乳ですね、これは本当に参加者の疲れを吹っ飛ばしてくれるくらいの感動の一杯でありました。その他にも野村と言いましたら相撲もありますし、国体の時にはここでは相撲の大会が行われるということになっていますから。そして、必ず買うのが、どっちな買うんですけど、野村で作っているカマンベールチーズ、内子で作っているカマンベールチーズ、これは甲乙付け難い、これは誰に推奨しても恥ずかしくないすばらしい味に仕上がっている、こういったものをそれぞれの地域が頑張っていることを嬉しく思うと同時に、どうこれを世にどんどん出してあげるかということをお自分がやらなければならないというようなそんな思いでございます。今日はその他にも八幡浜、保内、伊方、瀬戸、三崎、大洲、肱川、河辺、長浜と、それぞれ思いがあります。なぜならばすべて自転車で走っていますから。走ることによってただ単に健康のためにやっているわけではなくて、風景を見ながら、そして道の駅なんか飛び込んでその地域、地域の特産品に触れ合ったり、そしてその会話の中から新たなまちづくりのヒントをいただいたりというふうなためにやっているんですけども。もう一つは、今すぐというわけではありませんが、必ずこのサイクリングというのは、将来観光客を呼び込める新しいツールになります。これはこれからなんですけども、マラソンと同じです。10年前マラソン大会といったら皆さんどう思われましたか？あれは特別な人が参加する競技、これは普通の受け止め方だったと思います。しかし今では大変ですね、全国に1,500ものマラソン大会があります。どこも賑わいを見せてますけども、もちろんこれから優劣がついてくると思うんですけども、愛媛マラソンもそうでありました。たった6年前ですよ。最初に実行委員長として今の愛媛マラソンを立ち上げた時に、6年前の第一回大会は4,000人で募集をしました。定員割れです。あんな長いものどうなんだ、そんな感じだったんでしょ。定員割れで3,300人しか集まりませんでした。松山市長の時でしたけども、責任を取れということでその時走りました。すると「あいつでも走れるんだったらやれるかな」という人が生まれてきます。やってみると走れた、走れない人もいます。「くそー来年もう一回チャレンジだ」そういうパワーも生まれます。どんどん輪が広がっていくんですね。ついに今年は8,000人まで定員を増やしました。8,000人まで増やしましたけれども、インターネット募集は2時間で締切というような賑わいでした。これは健康というブーム、それから愛媛マラソンというのは沿道の応援がすごくいいというんで、大会参加者に絶賛されています。これは地域の皆さんが作り出したということなんです、いろんな工夫をされています。それが今、情報社会ですから、マラソン大会の参加者が1,500の大会の点数表を付けていくんですね、ランキング。去年愛媛マラソンは1,500のうちで全国2位でした。今年は今のところ1位であります。そうするとまた出たいという人が全国で増えてくる、相乗効果が生まれてくるわけでありました。このマラソンの例を見ると、自転車というのは同じ系統をたどっていくだろうなと思います。なぜならば世界ではもうそうなっているからであります。世界は今、欧米とアジア、自転車だけです。50代60代、中には70代の人たちがスーツを着てヘルメットを被ってロードバイクで休日走っています。それがブームというか生き様というか、趣味というかステータスというか、そういうふうな時代になっているんですね。日本では、まだ自転車というと、

通勤、通学、買い物と移動手段というふうに捉えている人がほとんどなんですが、彼らは違うんですね。自転車というのは使い方、入り口を変えると、健康と生きがいと友情をプレゼントしてくれるんだ、こういう考えで向き合っています。そこに目を付けて、まず全国から人を引っ張ってくるには、スケールの大きい場所にしようということで、しまなみ海道になりました。しまなみ海道をドーンとやってきた人が、実は愛媛には南予に行ってもこういう面白いきれいなコースありますよ、そっちも走ってみたいね、二次情報を提供する、そして次のリピーターにつなげていくってことを考えています。ちなみに、この10月に今治でしまなみ海道のサイクリングイベントを3,000人規模で募集をしました。3日で埋まりました。3日で埋まって県外が半分以上です。確実にその裾野が広がっていることを実感いたしました。来年はこれを1万人規模まで持っていくというふうなこと考え、その時に世界中からも来ますから、南予も含めた西南地域も含めた東予も含めたサイクリングコースを県内に整備して、リピーターにつなげていくという二次作戦を考えています。できれば地域の皆さんや道の駅の連携なんかも含めて、そんな新しい観光客の取り組み、人が来るということは宿泊をしたり、買い物をしたり、あるいはご飯を食べたり、お金を落とすしていきます。そして、そこでおいしいものや素晴らしいものに出会ったら顧客になっていくんです。そのきっかけを作るのがイベントであります。こうしたような考え方のもとに全県的に活性化をさせる道を切り開いていきたいというふうに思っています。また今申し上げたような県内の素晴らしいものっていうのは、東中南予それぞれありますから、これをどう県がサポートするかを工夫してまいりました。もともと自分自身が商社出身でありますから、その経験を生かそうということで、県庁内に営業本部というものを作りました。我々は、総合商社、株式会社愛媛の全員が営業マンになるんだという意気込みでいこうということで、ターゲットは全国だけではない、物流を含めた東アジアも含めた戦略を描いて愛媛県産というものを売り込んでいこうというふうな体制を整えているところであります。先々週台湾から、昨年行った時に口説いた高級フルーツ店を大規模に扱う社長さん、一回是非生産現場に来てくれということで約束をして、その約束を果たすために来県をされました。ハウスミカンの現場に行って「これはうまい」、普通に手に入れようとすると物流コストが高いのでとてつもない値段になってしまうと、でもそこは大きな会社ですから、自分が持っているコンテナのルートに乗せれば十分顧客に提供できるということで、その場で1千5百万円分のみかんを購入されました。あっという間に売れてしまいました。そして今後は季節ごとにいろんな種類のみかんが供給できるという通年供給体制が愛媛県の魅力なんだと、品種の多さが愛媛県の魅力なんだというようなお話をしましたら、それをそれぞれ季節ごとにいろいろ教えてほしいと、いろんな品種に関心があるということでありました。闇雲にいつても売れないですけども、今宇和島のマグロも先々月から輸出できるようになりましたし、ターゲットをしっかりと絞り込んでいけば、いい値で買っていただけるというところはいくらでもあるということだと思います。特に、かの国、食料を世界に大量に供給しているかの国、かの国としか言わないんですけども、ここは環境汚染で大変です。特に水の汚染は悲劇的でもあります。飲料用の水だけではありません。この水が川に流れる、魚はどうなるのか、海に流れる、魚はどうなるのか、それが農地に撒かれる、野菜はどうなるのか、米はどうなるのか、食の安全というのは世界的に大きな大きな関心ごとになってくるのは避けて通ることはできないと思います。その時に世界で一番安全で丁寧な品質を誇る日本の生産物をどう考えていくのか、これは農林水産

業が主軸産業である愛媛県にとっても重要な課題になってまいりますので、また愛媛県の皆さんと考えていきたいというふうに思います。ちょうど30分経ちましたので、あとは皆さんそれぞれの関心ごとが違うと思いますから、ご提言やご質問をいただく中で対話をさせていただきたいと思いますので、どうぞよろしくお願い申しあげまして最初のご挨拶とさせていただきます。