

## 「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：26.7.25(金)

開催場所：ウェルピア伊予

どうも皆さんこんにちは。今日は開催地である伊予市、そして松前町、松山市の皆さんとの「知事とみんなの愛顔でトーク」ということで、それぞれ大変御多忙の中お集まりをいただきまして、誠にありがとうございます。冒頭に30分ばかりお話をさせていただきました。後はフリートークで皆さんそれぞれの提案であるとか、課題であるとか、いろんなやりとりができればと思っています。また、その中から、県政推進にあたっての政策課題のヒントをいただいているのではなかろうかとも思っておりますので、どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

### 【伊予市中山町のスマートインターチェンジ実現】

午前中なんですけども、悲願でもありまして、これまでずっと要請を続けてきましたが、伊予市の旧中山町にスマートインターチェンジが実現するということが、来年度、国の方の事業化が決まったという報告がありました。中山町は、伊予から次の内子五十崎までの24km、四国的高速道路の中で最も長い区間で、インターチェンジもサービスエリアも何もなく、ここにスマートインターチェンジをつくるということが現実的であろうということで、ずっと要望活動を続けてきたんですけども、正式に実現の運びとなりました。フルのインターチェンジだと下りる上るが自由なんですけども、スマートですから、松山から中山へは下りられる、中山から松山へは高速に乗れるという、ちょっと変則になりますけども、中山の場合、9割が松山との行き来でございますので、緊急の救急車の移動であるとか、そういったことにもつながるので、まずは現実的な選択をさせていただいたところでございます。クラフトの里での取組みや、栗の産地であるというようなまちづくりが、高速道路の開通によって車の通りが少なくなってしまったので、本当になんとかしたいなど、知事選に出た時も、地域の皆さんと、「絶対実現しましょうね」ということで話し合った事業でもありますので、効果的に活用されることをこれから期待しています。

### 【人口問題・少子高齢化の現状及び対策】

さて、2週間前に、佐賀県の唐津というところで全国知事会議が行なわれました。昨年は松山市で開催したんですけども、年に一度、全国の47人のうち、全員というわけではないんですが、大体43～44人の知事が集まり、一日中いろんな課題について議論をするという会議がありました。ジャンルは幅広くありますが、今回の一番大きなテーマは少子化対策でありました。これは、一つの県だけの問題ではなくて、日本全体の未来を左右するような重いテーマになってきているということで、共通課題で議論を深めるということとなりました。

御案内のとおり、現在日本人の出生率1.4ぐらいですけれども、二人の御夫婦で単純に考えれば、平均で子どもさんが1.4ということになります。ということは、この状態が続いていくと、人口は減少するということにつながります。考えてみると、かつて一番多く

日本国内で赤ちゃんが誕生した年というのは270万人だったそうであります。270万人が1年間に生まれた日本人、赤ちゃんが一番多い年であります。昨年はこれが100万人になっておりますから、ピークの時と比べると、3分の1に近い減少ということになりました。この数字が1.4ということにつながるわけであります。これは誰しもそうですが、世を去って1.4、それがずっと何の対策も取らずに繰り返されたとしますと、単純に計算すると800年後にゼロになるんです。すさまじい速度であります。去年の3月でしたか、地元の新聞でも愛媛県の30年後の人口予測が載ってましたけども、これは愛媛だけじゃなくて全国的に全部減ると、今、愛媛県が140万人ですが、106万人になるだろうということであります。

問題は、人口がこれだけ急激に減るということを経験した国が歴史上ないということになります。初めて向き合う社会変化が、我々の前に待っているわけであります。いろんなことが起こると思います。一つは、社会保障制度が崩壊するということです。日本の社会保障制度というのは、働ける若い人たちが多くて、福祉サービスを必要とする方が少ないという、かつてのピラミッド型の人口構造の中で制度が作られました。これは、将来も維持されるであろうという前提で社会保障制度は成り立っています。ところが、御案内のとおり、この三角形の人口構造が、お年を取っていく、子どもが少なくなっていく、一時的にドラム缶型になりました。さらに、これがまた進んで、今は逆ピラミッド、逆三角形型、福祉サービスを必要とする世代が多くなって、働く人が少なくなるという構造に劇的に変わってしまったわけであります。前提条件が崩れ去ったわけでありますから、制度が成り立つはずがありません。例えば、今の状態だと、サラリーマンの場合ですけども、会社務めをされると、給料をいただく時、保険料とか税金などを天引きをされますよね。天引きをされて残った自由に使えるお金、これを可処分所得といいますけども、天引きは今平均が38から40ぐらいだと思います。ですから、可処分所得は6割ぐらいです。

ここで、ある前提を立てます。今、世の中に存在している福祉サービスを一切変えない、そして、人口構造だけさらに逆ピラミッドが進んでいく、30年たつとどうなるか。福祉サービスを必要とする人が増えるわけですね。働く人が減る。今の負担を38から70に上げなければ維持できないということが分かっています。70にした場合、果たして世の中で受け入れられるのかどうかという問題が出てまいります。たぶん無理だと思います。となると方法は三つしかありません。一つは今の選択です。ともかく負担を上げまくると。消費税も含めて、負担を上げて乗り越えるというのも一つの選択肢です。これが嫌だというのであれば、福祉サービスを削っていくと、支出を減らすということですね。これが二つ目の選択肢です。どっちも嫌だとなったら、やることは一つしかありません。地域のコミュニティであるとかボランティア、NPOを動かすと。こういったものが、福祉サービスにどんどん参加していただいて支え合う社会システムを作っていくと。国の福祉制度、地域の福祉制度と一緒にカバーし合いながら乗り越えていくというのが第三の道になってまいります。多くの方々が第三の道をどうやればいいのか知恵を出すべきだと考えていると、僕は信じています。

#### **【スウェーデンの成功事例と県の婚活支援事業】**

そういう中でもう一つ考えられるのは、少子化の脱却であります。ただ、これは無理強いするわけにもいきませんから、どうすればいいのかというのがまさに議論の中心になり

ました。1.4の出生率を引き上げる方法は、実はあるということが分かっています。実際、スウェーデンという国がやったんですね。1.2ぐらいだった出生率が、スウェーデンでは現在2を超えているんですけども、どこに目を付けたかという、平均結婚年齢だったそうです。今、日本全国の女性の平均結婚年齢が30.4歳なんだそうです。昔は25~26だったと思いますけども、30.4歳となっています。いろんな立場、事情があって、結婚が少し昔と比べると遅くなっている。それで、第一子を設ける年齢も高くなっていく。となると、「第二子は…」という人達が増えますから、その分少子化が進んでいるというのは間違いないと。この30.4歳を26歳ぐらいにすることが可能であったら、結婚年齢の若返りが図られたら、第二子、第三子の誕生は、可能性としてもものすごく増えるそうなんです。ここがまず第一点、注目したところでありました。

でも、どうしたらいいのか分からない。これもアンケート調査が実施されて、いろんな事情があります。共働きなのでなかなかという方、働いている女性が増えていますから、「働いているからなかなか結婚は…」という方もいらっしゃる。一番多かったのは、出会う機会がないということだったんです。これは、圧倒的に多かったんですね。昔は、町中に世話好きなお母さんがいて、お仲人さんとか、当たり前のようにそういう紹介とかがあったんですが、残念ながら、そういう機会もそういう人も少なくなりました。また、男性も、これは一概には言えませんが、テレビで聞いている範囲ですけどね、草食系男子なんていう言葉が言われるようになって、例えば僕等世代から上の方は、これも今言う問題があるんですけども、プロポーズする時に、「とにかく幸せにしてやるからついてこい」というのはけっこうあったんですね、肉食系とか体育会系とか。確かに今もそういうタイプの男性はいますけども、今は草食系の男性も多くなっていますから、場合によっては、「君についていきたい」というプロポーズもあるそうで、随分時代が変わったなという思いがします。

出会いがないのであれば、何をすればいいか、出会いの機会を作ることです。県も平成19年から実施していますけど、婚活イベントというものをやっています。これ、なかなかの歴史を刻んでおりまして、既にこの5年間で、県内で6,800組のカップルが誕生するに至っています。結婚された方は自己申告ですから、他にも結婚されている方はいると思うんですけども、実際に結婚されているということにつながりました。ただ、単に出会う機会を作っただけでも駄目だと、さっき言ったように、おとなしいタイプの方も増えていますから、きっかけを作ってあげる工夫をしないと会話が始まらないというのが、婚活事業をやっている現場の方々の声でありました。きめ細かな出会いの機会の提供、そしてまた仕掛けですね、スムーズに話が弾むようなきっかけ作り。県の場合、民間とタイアップしてやっていますから、こういった事業に力を入れていかないといけないというのが一つでありました。

### 【子育て相談の充実】

もう一つは、伊予市あたりはそんなことないでしょうけど、松山の中心部になると、本当にマンションだらけなんです。隣近所の付き合いはほとんどありません。若いお母さんが妊娠した時に、悩んでも相談する相手がいないんですね。核家族化が進んでいますから、二世帯三世帯同居というの減っている。悩んでも相談相手がいない、抱え込んで引き籠ってしまう、子育て恐怖症になる、こういうケースがすごく多いということが分かりまし

た。これをカバーするため、子育て相談を充実させるというのが二つ目の課題であります。これは、市町ごとのテーマになりますけども、法律の壁があって幼稚園まではこっちの部署、小学校になったらこっちの部署、これ、役所の悪い例であります。子育て相談を一本化する、ここに行けばあらゆる子育て相談に対応できるんだと、市町ごとに体制を作っていくというのが絶対条件になってくると思います。もう一つは、場所があっても、電話をかける、あるいは足を運ぶ、そういうきっかけですが、今の若い人はなかなかそういう勇気が持てないという方もいらっしゃるの、一番手っ取り早いのがスマホの活用であります。IT活動であります。これ、皆さん慣れていきますから、相談ができるような仕組みをちゃんと作っていくというのが大事。かつて松山市長の時、これを作り上げて、それをさらに活用しようということで、登録していただいて、子育てイベントの情報をどんどん渡していくような仕組みになっています。そうすると、市からの連絡だから安心して行けるイベントだということで、1回行ってみようかなと。同じ世代の子育てに悩む方々が集まっていますから、今の言葉でいうとママ友作りにつながると、こういうのも一つの方策なのかなと思いました。一つの問題でも、何が問題になっているのか、どこに原因があるのか、そのためには何をすれば効果的なのかというのを掘り下げて考えていくと、いろんな答えが見えてくるのではないかなということで、あえてこの前の議論の一端を紹介させていただいた次第であります。

#### 【東・中・南予の特徴】

さて、今この仕事をさせていただいて3年半たつんですけども、来る日も来る日も知らない事だらけであったことに気が付くんです。東予から南予に至るまで、いろんなところを歩いて、地域の方々と出会えて、また、それぞれの地域の課題について吸収した日々でもありました。ただ、非常に面白いなと思ったのは、この愛媛県は、東のエリアと南のエリアとこの中予のエリアと、持ち味が全然違うということが逆に魅力であるという結論でございました。御案内のとおり、東予に行きますと工場だらけです。紙パルプから始まって、住友関連企業、あるいは先端産業の工場群、造船、タオル、工場が林立していますから、働いている方の7割以上が2次産業に従事されています。南予の方に行くと、工場はほとんどありません。ただ、そこにはありのままの自然が目の前に展開します。農業、林業、水産業、働いている方の85%が1次産業に従事しているのが南予エリアであります。そして、この中予は人口の関係でどうしても松山市が多くなりますけども、商業都市、情報都市でありますので、サービス業に従事されている方、3次産業ですね、これが85%と全く業種が違うんですね。これだけの違いを持ちながら、一つの県でバランスを取っているというのは、全国探しても他に見当たりませんでした。むしろ、全然違うので、分断されていたというところもあったので、これを有機的に横串を入れて結びつけていくことによって、新しい可能性が生まれてくるんだなということを、最近つくづく感じています。

#### 【地域経済活性化による雇用の創出】

そこで、福祉にしる教育にしる、それぞれ皆さん要望はお持ちなんですけども、何と言っても働く場がなかったらお話にならないわけですね。経済が活性化して、雇用が作られて、収入があって、そうすると生活にもつながるし、税金も入ってきますから、その税金で福祉サービスの充実や教育の充実にもつながっていく。経済が沈下してしまったら、根本のところがなくなってしまいます。若い人の働く場がないと、また更に加速度的にどん

どん人がいなくなっていくって、税収も入ってきません。福祉サービスを充実したくても、先立つものがないという悪循環に入ってしまう。愛媛県を元気にするという事は、必須の課題であると考えました。

### 【各種データベースを活用した営業】

ところが、さっき申し上げたように横串がないので、まず、この価値を認識しようじゃないかということで、第一段階として東予から入りました。ものづくりメーカーの技術をデータベース化するという事で、(パンフレットを見せながら)「スゴ技データベース」というものを作りました。世界でも通用する高い技術を持っている中小企業が愛媛県内にたくさんあります。でも、中小ですから営業力がないんですね。しかも今までは、大手のグループの中の仕事だけでなんとかなったので、あまり営業に力を入れていなかった。でも、大手は今、海外に工場移転したりしていますから、座して死を待つ、なんてことはもったいなさすぎると。じゃあ、それを世に出しましょうということが一つのきっかけとなって、この「スゴ技データベース」というものを作りました。

次は南予と中予を中心に、味であります。スゴ技の次は(パンフレットを見せながら)「すご味」でございます。愛媛県で全国生産量1位といってまず思い浮かぶのが、柑橘であります。それから、この伊予市も産地でありますけども、今病気との戦いもありますが、キウイフルーツ、これも日本一の産地であります。それから、海面養殖魚、これも日本一の生産量であります。その他にも、栗なんか3位ぐらいだったと思いますし、シイタケも4位ぐらいだったと思いますけども、その他にも高原に行けば野菜があります。そして今、全国からの引き合いが日々日々多くなっている肉関係、甘とろ豚や媛っこ地鶏など。特に豚は、中四国では愛媛県が生産量が一番になっていますけども、意外と知られていません。さらにいえば、林業は、高級なヒノキについては愛媛県は去年生産量4位でしたが、それまでは5年連続全国1位でありました。でもみんな知らないんです。何で知らないかという、売り方に問題があったからです。例えば、木を例にすると、杉であれば秋田スギなんかは誰でもすぐ浮かんでくるんですね、屋久杉も知っています。ヒノキといえば木曾ヒノキ、これ、全国ほとんどの方が知っているんですが、生産量日本一の愛媛のヒノキなんか誰も思い浮かびません。名前もないですから。そこで、木材関係者にブランド戦略を立てようということで、名前を付けましょうと。規格を満たしたものについては、共通のブランドで売りましょうということで、例えば、愛媛にちなんで、媛すぎ、媛ひのき、そんな名前でもいいですから何か考えましょうよと投げかけたら、1カ月後に木材関係者がやってきて「やりましょう」と、「知事が言った、媛すぎ、媛ひのき、そのまま使いましょう」ということになって、今これが共通ブランドになりました。魚は、輸出も始まっていますけども、まず養殖の限界を乗り越えないといけないと考えたんですね。大消費地の都会へ行くと、お寿司屋さんの大将がこう言います、「お客さん、今日はいい天然ものが入っとるで」と。天然ものもいいです。でも、その言葉というのは、感覚的に天然より養殖が下という意識につながっていると感じました。でも今、養殖技術は大変高くなっていますから、天然に負けない、どっちもいいよ、場合によったら養殖の方が質がいいというところまで生産できるようになっています。どういうアプローチをしたかという、魚関係の人と懇談会をやりました。皆さん肉を考えてくださいと、肉ってなんですかね。畜産農家が子どもの頃から大事に丁寧に育てた肉が高級牛になっている、これ養殖牛じゃな

いですか。大切に丁寧に安全に育てたから、価値を認められている。魚だって同じじゃないですかね。逆転の発想でそういう雰囲気ことができました。そこで、同じようにネーミングを考えようと。県庁職員にいいアイデア出してくれと言ったら、いくつかあったんですけど、「愛育魚」という名前を出してくれました。愛情を込めて育った魚、愛媛で育った魚、「愛育魚」。これいいけどギョと言う響きがちょっとなんか抵抗あるなど、「愛育フィッシュ」にしたらどうかな、ということで、「愛育フィッシュ」になりました。名前は県庁職員と僕の合作ということになりますけども、今、特に南予の養殖業者の皆さん、愛育フィッシュブランドの共通認識を持って、全国に展開する体制が整い始めているところでございます。

そして第三弾が（パンフレットを見せながら）「すごモノ」であります。これは、伝統工芸品なんかが入っています。匠（たくみ）の技をお持ちの方、県内にたくさんいらっしゃいます。でも職人さんですから、売ることは不得手であります。それをどうカバーするかという観点、ものづくり企業の技術、それから食、そして伝統工芸、こういったものを県がフォローして売る機会を作っていくことを、活性化策の一つの柱といたしました。まず、人をひきつけるものがあります。それは、現在絶好調の今治タオルであります。今治タオルは、本当に苦しみ抜いて、乗り越えて、世界に出るブランドとして生き残りました。その他にも、全国の46%の生産量を愛媛県が担っている真珠、また、この近辺でありましたら砥部焼、あるいは四国中央市の水引細工、新居浜の銅板レリーフ、菊間の瓦製品を使ったインテリア、桜井漆器、南に行ったら内子や大洲の和紙、あるいは野村町のシルク、いくらでもあるんですね。

### 【県営業本部の活動】

今、こうしたツールを使いながら、愛媛県庁に営業本部というものを作って、愛媛県の企業の営業サポート体制を作っています。初年度はよちよち歩きでしたから、愛媛県が催した商談会で生まれたビジネスは8億円ぐらいでありました。昨年2年目は、みんな慣れてきましたので、一気に26億円まで増えています。今年度の目標は、いけるいけるということでハッパをかけて、一気に50億にもっていくという目標をかかえています。これによって県内企業が元気になって、そこで雇用を作ってくれたり、設備投資してくれたり、税収を納めてくれれば、県はそれでいろんな事業していくということにつながる、そんなことを一つの活性化の柱にさせていただいております。

### 【自転車を活用した観光振興】

もう一つは、人に来ていただく仕掛けを作るということであります。これも、他でやっているようなことをやっても人は見向きもしないということで、新たな人をひきつける切り口として選んだのが、自転車の活用であります。幸い、愛媛県にはしまなみ海道がございます。四国には三つの橋が架かっていますが、しまなみ海道は他の橋にない魅力が一つ、自転車専用道を持っているということでもあります。世界にこれを発信して、わんさか人が来るような仕掛けを作る。しまなみ海道だけではなく、愛媛県全体にそういったルートを作って、2次情報をしまなみ海道に来た人に提供して、「こんなところがあるんだったら、今度は南予の方に行ってみよう。中予の方行ってみよう。東予の方に行ってみよう」という、二段構えの集客を狙った戦略を今立てているところでございます。

既にこの伊予市も含めて、専門家の知恵も借りながら、県下に26のコースを作ってい

ます。作業工程としては、このコースに片っ端からブルーラインを引いてまいります。このブルーのラインというのは、サイクリングをする時に迷わない、そして、そのエリアの観光スポット等々を外さない道標になると同時に、ドライバーの皆さんには、ブルーのラインというのは自転車がしょっちゅう通る道ですよ、だから十分に気を付けて下さいね、という安全運転メッセージにもなる。二つの意味合いを込めて、ブルーラインを全県に引いていく作業に入っています。それでも情報がなければ人は来てくれません。そこで、先程申し上げたように26のコースを作っているんですが、(タブレット端末を見せながら)ここに、愛媛マルゴト自転車道というサイトが既に立ち上がっております。ここにコースガイドというのがあって、今言った26コースが全部出てきます。例えば、そのうちのひとつ、ここは「伊予灘シーサイドがんがんチャレンジ」というんですね。ここは、26コースの一つですけどこんなところですよ、地図としてはこうですよ、勾配がこんな感じなので、脚力をちゃんと考えながら走って下さいね、おすすめのスポットこんなところがありますよ、と全情報が入っています。かつ、これは動画が入っています。コースごとに、こんな光景が皆さんを待っているという案内です。

26コース、全部現場撮影をして、最高の画質でアップされていまして、かつ、これからは参加型になってきますから、ここに行ってみただけこんなきれいなところでしたと、みんなが写真を交換できるようなサイトに育っていきます。愛媛県はこれを作るのにいくら使ったと思いますか。0円です。何でこんなものがただでできたかという、きっかけは本当ひょんなことだったんです。東京に無農薬野菜の料理を出してくれる健康的なお店があるんですね、昔からずっと通っていたんです。2年前にそこのお母さんから松山に電話がかってきて、「中村さん、あなたみたいな常連さんでいい人がいて、すごく性格が合いそうだから紹介してあげるわよ」と、電話で紹介されたのがきっかけでした。それが日本マイクロソフトの社長さんだったんです。電話で初めてつながりができて、それからいろんな話が現場でも進んで、愛媛県がこういう新しい観光の切り口に挑戦しているというのを聞いて、全面協力しましょうと。どういう趣旨かという社会貢献だと。何で社会貢献なのかといいますと、今後研修を重ねて、このサイトの管理・運営を、障害者の方にやっていただく、障害者雇用につなげていくんだと。そこで社会貢献という意識が作れるんだということで、そのきっかけとして、これを日本マイクロソフトが全額負担で作ってくれたんです。いろんなことにチャレンジしていると、出会いとか可能性、チャンスというのが生まれるんだなということを実感しているところでございます。

サイクリングというのは、日本ではまだまだ若い人がやるというイメージがあります。でも、マラソンだってそうでしたよね。一昔前までは、「あんな競技に誰が出るんかね」と言っていたのが、今は空前のマラソンブームであります。愛媛マラソンもおかげさまで、昨年は1,500実施されている全国のマラソン大会で、参加者の人気第1位になりました。それぐらいの人気になりましたけど、なぜそうなったのかと言いますと、そこには「健康」と「生きがい」と「友情」という三つがプレゼントされる可能性があるからですね。自転車も全く同じ要素を持っています。ちなみに、日本以外の国では、あの格好で走っている人は40代50代60代の方が大半であります。むしろ、若い人よりもある程度お年を召された人達が、こんなスーツを着て、ヘルメットをかぶって、若返った気持ちで、女性も含めてどんどん走っているんですよ。日本は、これからマラソンと同じようにものすごく

多くなっていくことは間違いありません。今、先手を打っているということでもあります。

しまなみ海道をサイクリストの聖地にして、来てみたら2次情報があって、愛媛にはこんなコースもあるんだ、あんなコースもあるんだと。特に、双海の夕やけこやけラインのところなんかは、愛媛県屈指のコースになると思っています。そこで、地域地域で人が来た時にどうするかというのが知恵の見せどころです。何もしなかったら素通りされてしまいます。あそこのコースに行ったらあそこに寄って行こう、あの店に行ってあれを買って行こう、お金をどうやったら落としてくれるかと。でも、来なかったらチャンスなんか生まれませんから、それをきっかけとして、全県での自転車の取組みを進めて、最終的には地域の活性化にも結び付けていくということを、全県下で展開していきたいと思っています。

ちょうど30分たちましたので、全体的なお話はこれぐらいにさせていただきます、後はそれぞれの対話の中でいろんなやり取りをさせていただいたと思いますので、どうぞよろしくお願い申し上げますとお話を終わらせていただきます。ありがとうございました。