

「愛顔(えがお)あふれる愛媛づくり」

平成27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：27.7.13(月)

開催場所：大洲市総合福祉センター

どうも皆さん、こんにちは。きょうは、それぞれお忙しい立場の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、誠にありがとうございました。ちょっと声がガラガラしておりまして、実は風邪が治ったかなというギリギリの状況でして、先週金曜日の夜に38度くらい熱があったのですが、土曜日には自分が呼び掛けた松野町から四万十に至るサイクリングのイベントがあって、往復60キロくらいだったのですが、休もうかなと思ったんですけど、自分が呼び掛けて自らが欠席するとあとでどんな目に遭わされるか分からないというので、無理をしまして38度くらいの熱で56キロ走りましたら、帰ったら39度近くまで上昇しまして、きのうはさすがにダウンしたという状況ですので、声がお聞き苦しい点があるかもしれませんが、お許しいただきたいと思います。

「愛顔でトーク」は多くの方々からのご意見をいただく機会であると同時に、県政が進めている重要課題について多くの方々に知っていただくような機会でもございます。きょうは大洲を中心に八幡浜、伊方、西予、内子町の皆さんとの懇談会です。よろしく願いいたします。

【少彦名神社と地元の優良企業】

きょうは朝から大洲のほうを回らせていただいたのですが、まだまだ知らないこともたくさんあるなど。そして新しい発見の中に地域の活性化に結び付けられるような素材が発見できる機会でもあると朝から感じています。特にきょうは、大洲市の少彦名神社に行ってみまして、これはニュースでも取り上げられておりましたけれども、貴重な建築物、社殿ということもあって、アメリカの文化遺産団体からも評価をされて、国際的な保存への力も寄せられる中で、地元の皆さんが中心になって保存活動が進められてきた経緯がございます。正直言って、森の中に浮かぶ楼閣というようなフレーズで宣伝されていましたが、本当に素晴らしい建築物でございました。ただ、もうちょっと工夫をすれば、より一層輝くだろうなと個人的に感じました。例えば森の中に浮かぶというよりは、昔、「天空の城ラピュタ」という漫画がありましたから、「天空の社殿」とか、そんな感じでイメージしたほうが、より一層のインパクトがあるのではないかと感じたと同時に、歴史をたどってみると、僕自身は松山ですから、小さいころから少彦名命の名前はしょっちゅう聞いていたんです。これは大国主と一緒に、体の弱った少彦名命が休むためにお湯につかってその病が癒えたというのが道後温泉のルーツでありますから、そのお祝いで舞ったところが玉の石という石で、これは松山の間人だったら誰しもが小さいときから教えられる伝説なんですね。のちにこちらのほうに旅する途中で常世の国に行かれるという歴史があります。道後温泉は愛媛県でも有数の観光地でありますから、道後温泉と少彦名命のつながりというのをもう少しストーリー性を持ってつなげたら、誘客という面においてもより一層効果的な展開ができるのではないかと。今のところ、結び付きはほとんどないと言って

もいいと思います。そんな工夫も必要だろうなということを感じました。その下の商店街から上がって行くときに、全く看板がなくて、多分、あそこに行ってみたいという人が訪れてもどっちに行ったらいいか全然分からない状況になっているので、あのコンテンツを輝かせるために、案内標識等々をどう工夫するのかというのも重要なポイントになるかと思いましたし、距離からいってもあの商店街が天空の社殿というものを前面に出した商店街づくりもリンクして行くと風景が全然変わってくると思うんです。個人的な思い付くままのアイデアなんですけど、日ごろ地元に見ていると、その価値になかなか気付かないものですから、ちょっと外側から見た方のいろいろな意見も取り入れながらアプローチしてみると思わぬ宝物になるのではないかと感じさせられる一幕でもありました。

そのあと、レトルト食品の工場にも行かせていただいたのですが、ここは大洲の方はご存じのとおり、全国のレトルト食品の製造を行っているのですが、年間に3,000万食のカレーなどの食品がつくられているということでありましたが、これも愛媛県人らしいなと思ったのですが、この中に地元大洲産の“さといもカレー”というものがつくられているんですね。これは何がいいかというと、目を付けたのが、いろいろな食品の比較を見ていくと一番目を引いたのが、まずボリューム感。それからカロリーです。通常のカレーは200グラムぐらいです。200グラムぐらいでカロリーが230から270ぐらいのカロリーなんです。ところが、この大洲産のさといもを使った“さといもカレー”はボリュームは230グラム。ですから通常より多いんです。量が多いです。肉が入っていないから。肉が入っていないのでカロリーは175カロリーなんです。ということは、日本一健康な低カロリーカレーとして都会で非常に売れる可能性を持っていると思ったんですが、いくらで売ってるんですかって聞いたら、298円。これはいくらなんでも安い。今の健康ブーム、都会をターゲットにしたなら最低でも398円でいけるんじゃないかと。実は愛媛県というのは、いいものをつくってもなかなか奥ゆかしくてもう少し高く売れるのになど、そこがいいところでもあるのですが、そこらあたりがもったいないという気がして、社長さんとそんなことを話してきたところでございます。事程左様に、まだまだ知られざる宝が埋まっているわけでありまして、こういう機会に自分も一生懸命感性を研ぎ澄ませながら、一生懸命愛媛の売り込みに励んでいきたいと改めて思いを強くした次第であります。

【県の施策の3つの柱】

さて、今、愛媛県政では大きな柱として3つの課題を掲げています。第1の柱は当然のことながら県民の安全・安心を守るということで防災・減災対策。これは第1の柱でございます。第2の柱は、これは全国的な課題でもあり、特に南予地域にとっては切実な問題である少子高齢化に伴う人口減少問題。第3の柱は、この問題が前向いて進まない雇用も生まれませんし、また人口減少にも歯止めがかからないということで地域の活性化。防災・減災、人口減少、地域の活性化、この3つを主要な柱とさせていただいております。

【防災・減災対策】

それぞれ少しずつ触れさせていただきたいと思いますが、まずは防災・減災対策につきましては、例えばこの大洲地域でありますと何と言っても肱川の治水対策が大きなテーマでございます。先般も上老松地区の整備事業が完成しましたので行ってまいりましたけれども、平成10年以降も2度にわたって大きな洪水に見舞われました。肱川というのは愛媛

県でも最大の河川でありますし、この河川があるが故に地域の発展が伴ってきたわけですが、その一方でマイナスの面、災害で多くの被害をもたらした歴史がございます。お金がふんだんにあれば一気に整備ができるわけですが、限られた財源の中で向き合っていかなければなりませんので、そういう意味では河川の改修あるいは河床掘削あるいはダム建設といったものを複合的に組み合わせながら、国、県、市一体となって取り組んでいく、長いテーマでもございます。だいぶ進んでまいりまして、先般の上老松地区の整備の完了によりまして、平成17年の同じ雨量が襲ってきても、あれだけの水害が発生することはないというところまでは持ってきておりますが、まだまだ完成に至っているわけではありませんから、今後とも息の長い取り組みを進めていく必要がございます。ただ一方で全県という問題になりますと、今の最大のテーマは南海トラフの発生にどう備えるかということになります。この点につきましては、愛媛県全体の共通の課題とそれぞれの地区ごとに抱える地域課題の2つに対応が分かれてまいります。特に全県の共通課題になりますと、きょうお越しのそれぞれの地区、全てに関係してきますが、県の場合は今、一番力を入れておりますのが、いざというときの避難所にもなり、物流の拠点にもなり得る県立学校の耐震化の推進をここ数年来の最大のテーマとして位置付けてまいりました。というのは、5年前、愛媛県立高校の耐震化率は48%で全国最下位という状況でした。計画的に進めようということで、予算の重点配分を行ってまいりました。48%をことしの3月末時点で82%の耐震化率まで引き上げられましたので、ようやくことし全国最下位から脱出いたしました。ちなみに最下位は神奈川県でございます。その次が奈良県。愛媛県は45位まで上がりましたので、ちょっと順位が上がったところでございます。ただこれはいつまでも順位争いをするつもりはなくて、平成29年度末には100%、全県下の公立高校の耐震化を完了するというので、これからあと二、三年は最重点予算配分事業ということで進めてまいり予定にしております。

【自主防災組織の整備】

それからもう1つは、大きな災害が起こったときというのは、一気に多くの地域に駆けつけることはできません。消防局、消防団ともに人数に限りがあるわけでありまして。こういうときは初動体制で一番大事なものは隣近所の助け合いになります。しかし、これが単なる日ごろのコミュニティだけで期待できるものかといえばそうではなくて、やはりしっかりとした組織をつくり、意識を高め訓練を積み重ねることによって、救命率も格段に上がることは間違いのないと思います。そこで5年前から呼び掛けてまいりましたのが、自主防災組織の結成でございます。確かにこの大洲地域でも結成率は100%になっておりますけれども、結成するだけなら100%に持っていくのはそう難しいことではありません。これでは絵に書いた餅にすぎないわけでありまして、松山市長時代に松山市で行った事業を全県下に今広げているのですが、自主防災組織単位に防災士の資格取得者をどんどん誕生させるよう事業を展開しています。ところが、この防災士の資格を取得するには、いろいろな条件がありまして、当時は東京で講習を受けなければならない。講習が3日間ある、しかも最後の日には試験がある、さらに参加費が当時6万円かかるという非常にハードルが高い事業だったんです。そこで、当時松山市では一気に増やすので受験会場を東京から松山で行って欲しいという交渉をしました。さらに、受講料が入るわけでありまして、しかも行政が受講生をまとめてあげるの、団体と交渉しまして受講料を下げてくださいという

ことで、半額にさせていただきました。そこで一気に松山市は防災士を増やしまして、現在でも全国 1,800 の市町村の中で松山市が防災士の資格取得者数は 1 位になっています。ちなみに 2 位が人口 300 万人の名古屋市、3 位が人口 270 万人の横浜市ということでありますから、人口 52 万の松山市が 1 位というのはそういった背景があったからであります。そこで、防災士の資格事業を全県下に広げようということで、3 年前から市町と協力して、愛媛県で受講できる仕組みをつくり上げました。さらに 6 万円から松山市のとき 3 万円にしていたのですが、交渉しまして 18,000 円でやってくれということで、値下げ交渉に成功しまして、今、どんどん全県下に増やし続けているところでございます。今のところ全国で一番多いのが東京都、2 位は大分、3 位は愛媛ということになりました。この防災士の方がリーダーとなって結成された自主防災組織の日ごろの訓練、横の連携であるとか、そういったことを担っていただく仕組みを県レベルでつくり上げるのが目的であって、それによって意識を高め、修練を積み、いざ何か起こったときの隣近所の助け合いの力をアップさせるのが、1 つの目標でございます。こうした全県共通の課題もでございます。

【ドクターヘリの運航・緊急避難路の整備】

もう 1 つ付け加えますと、これは 2 期目の公約でもありますが、最終的な人の命を助ける手段としてのドクターヘリの運航。これも今、準備に入っているところであります。特に中山間地域の多い南予エリアにおいては、大災害のときだけではなく、救命という観点からもドクターヘリの単独運航というのは、是が非でも 1 年というのは難しいかもしれないですけど、二、三年の間に現実したいと思っているところでございます。

また、各論に入ってきますと、これは地域ごとにテーマが違ってきます。きょうですと西予市だと明浜町が入ってきますが、宇和海のあたりになりますと、何と言っても津波対策であります。場所によっては 50 メートル単位で区切って分析していくと 20 メートル級の津波が押し寄せてくるところもあります。こういうところでは何をやったかと言いますと、八幡浜も含めて市町に呼び掛けまして 2 年間で一気にやりたい。建物はあとで修復できるけれども、人の命は取り戻すことはできないので、緊急避難路というものをともかく徹底的に集落単位で整備しようということで点検をいたしました。すると宇和海沿岸地域で 352 カ所、緊急避難路の整備が必要ということが分かりましたので、県の半額補助事業を立ち上げまして、2 年間で 352 カ所の緊急の避難路の整備を行うという事業を実施いたしました。昨年 3 月で 352 カ所全て完了いたしましたので、現在は第 2 段階で、避難場所に必要とされる機材の設置であるとか、短期的な避難の状況をどうカバーするかというテーマで整備に入っているところでございます。大きな点で言いますと、当然のことながら高速道路のつながっていない部分の完成に向けての事業進捗でありますとか、特にこの西南エリアにおいては大洲・八幡浜道路が非常に大きな問題になってくるわけありますので、これも年月はかかりますが 1 日でも早く完成できるようにいろいろな知恵を絞っているところでございます。こうしたテーマが県民の生命・財産を守るということで取り組んでいる大きな事業の問題でございます。

【人口問題・少子高齢化の現状及び対策】

次に人口減少ですが、これは本当に頭の痛いテーマでございます。これは愛媛県だけではなくて東京を中心とする大都市以外、全て共通したテーマでございます。でも、もっと大きな目で見ると、東京を含めて日本全体の大変な問題につながってくるわけございま

す。ご案内のとおり、出生率が2人のご夫婦に平均してどれくらいのお子さんが生まれていらっしゃるのか。これは今1.38から1.4ぐらいと言われていています。理論的には2.05ないと人口は減っていくことになります。1.38がずっと続いていくとどんどん減少していつて1億2,000万人の人口を単純に1.38の係数を入れてコンピューター上で計算しますと、800年後に0になるんです。それぐらいのすさまじい問題になります。現実問題、20年後の人口予測が最近ニュースで取り上げられることが多くなりましたけれども、1億2,000万人の日本の人口は今も年間三十何万人減り始めていますが、何もなかった場合30年後9,000万人という予想が立てられています。現在愛媛県の人口が139万人ですけども、107万人という予想値が立てられているわけでありまして。くどいようですが何もなかった場合。ですから、これは何かしなくてはならない。そのためには出生率を上げる、あるいはよそから人に来ていただく、といった方法を取っていくしかないわけでありまして。とりわけ出生率を上げていくことが根本的な解決策になるわけでありまして、これは個人個人の価値観、ライフスタイルにかかっていますから、サポートをすることが行政の知恵ということになるわけでありまして。はっきり申し上げて、これをすれば間違いないという答えは一切ありません。これをやったら効果があるだろうということを考えながら打っていくしかないのが実態でございます。

そこで、今、何に力を入れているかということ、まず第1に婚活事業です。今、若い人たちの結婚年齢というのがここ20年から30年で5歳くらい上がっています。かつてはだいたい25、26歳が平均結婚年齢だったのですが、昨年度の数字を見ますとだいたい30.4歳ぐらいになり始めています。ということは第1子誕生の年齢も当然上がるんです。そのことが第2子どうしようかということにもつながっているということが世界各国のデータで出ていました。スウェーデンという国があります。この国はかつて出生率が1.2まで落ちた経験があります。大問題だということで、出生率を上げるあらゆる政策を打ったそうです。現在、2ぐらいになったそうですが、こうなる原因というのが、さっき申し上げた結婚年齢の引き下げがスウェーデンの場合は出生率の増加につながったということでありました。

【県の婚活支援事業】

となると何が必要かということ进行分析するわけでありまして、若い人のアンケートを見ますと意外だったのが、出会いの機会がないという声が多く出てまいりました。そこで愛媛県は民間とタイアップして婚活事業にもものすごく力を入れているのですが、“えひめ結婚支援センター”というところでやっています。実際にこの5年間で“えひめ結婚支援センター”が縁結びをして誕生したカップルが8,000組になりました。先月ニュースで発表されましたけれども、実際に結婚しましたという報告をいただいたのが500組を超えましたので、報告をいただいている方々も含めるともっと多いと思います。縁結びの機会をつくるということが非常に効果的ではないかと感じています。ただ、これは難しいです。ただ単に応募してきた方を引き合わせるだけでは全然うまくいきません。人それぞれキャラクターがありますので、例えばこの人の場合は5人対5人のときのほうが自分をアピールできるとか、この人はむしろもっと大勢の30人ぐらいの大きなパーティーだと、ものすごく生き生きといろいろな人に声を掛けられる。この人の場合は1人対1人でなければ無理だということ进行分析していきます。それぞれの人に合った縁結びの仕方というものを分析

しながらきめ細かく対応して初めて今のようなカップル誕生数につながるんだなということ5年間かけて感じましたので、これまで蓄積したビックデータも活用して、より一層充実した内容にしていくということが、今の問題になってきているところでございます。

【子育て相談の充実】

大洲あたりではあまり問題にならないと思いますが、松山あたりでは核家族化がどんどん進んでいまして、隣近所の付き合いもない、親子3世代で住んでいるわけでもないですから相談相手がない。そんなことで妊娠の初期時から子育ての時期に悩んで閉じこもってしまう方がすごく増えています。それは子育て相談ということで対応することになるのですが、都市部へ行くと役所に相談所を設けてもそこへ行くことが敷居が高くて来れない状況が生まれてしまうんですね。じゃあ、どうすればいいか。最近の若い人は人と人とのコミュニケーションを直接取るのは苦手かもしれないけれども、いとも簡単に使えるツールがあります。それはタブレットでありスマホであります。今、こうしたタブレットやスマホを簡単に利用してアクセスできる子育て相談アプリの開発を進めているところであります。そこへ登録していただいてアナログの世界へいざなっていくというような2重の子育て相談プログラムというものを今、県のほうで準備を進めているところでございます。きょうはこういった点について皆さんにもアイデアがあれば、ぜひ教えていただきたいと思っております。

【温もりのある移住政策】

人口増加の問題として、都会の方を、田舎とは言いません、地方暮らしに関心のある方を呼び寄せていくような事業を市町と連携しながら行っていこうと取り組んでいるさなかです。ただ、先月新聞でもご覧になった方もいらっしゃるかもしれませんが、東京の創成会議というのが、東京では面倒がみれないからお年寄りも地方へ行ったらどうかと。医療も余っているのではないかと。ここらあたりがいいという一方通行でこの都市、この都市、この都市とか発表されて全国ニュースで流れました。僕はそのときにすごく違和感を覚えました。別に拒むわけではないです。来ていただけるのは大いに嬉しいんですけど、東京近辺の言われた人はどんな思いするのかと。あんたたちはもう面倒みきれない、邪魔だからどこかへ行ってくれと言われてるのに等しいわけですよ。まさに誰もが昔聞いた“姥捨て山”の物語だと感じました。温もりのある行政というのはどうすればいいか。仮に東京がそういう状況だから何とかお年寄りに地方に行ってもらおうということを考えるなら方法はあるんです。東京というのは、もともとのルーツは地方の人がほとんどです。愛媛県からもたくさん行っています。だったら、その人たちにふるさとに帰ってみませんか、ふるさとUターン応援事業みたいなことをやれば、そんなに違和感はないんです。昔ながらの住み慣れた土地、懐かしい土地に帰る。環境がガラッと変わるわけでもなくて、知ったところに戻る。しかもお友達がいる。でも今、事情でいけないとするならば、じゃあふるさとの空き家を利用した場合は、こういうバックアップ制度がありますよということをやった形でやれば、同じことをやるにしても温かみのある全然違った事業になるはずなんです。そういう感覚がないのがすごく残念でなりません。そのほかにも企業の誘致でありますとか、人口問題対策はいろいろあると思っております。企業の誘致については3番目の地域活性化にも関わってまいります。

【1次産業を磨くことによる南予活性化】

3番目の地域活性化につきましては、特に南予の地域はたくさんの工場群があるわけではありませんから、働いている人の80%以上が第1次産業に従事されています。ということは、南予の活性化を考える方策というのは、1次産業の活性化をどう図っていくのかということと第3次産業の観光政策をどう進めていくのかの2つが中心になってまいります。ただ、工場の誘致は不可能ではありません。現に、ことしの年明けから南予地域に3つの工場の誘致に成功しました。きょうの地域では西予市が絡んでまいります。1つは宇和島市、1つは人口4,000人の松野町、もう1つは西予市であります。共通項があります。それは全て食に関係する加工ということでありまして、どういうことかと申しますと、自分自身、それぞれ交渉しましたけれども、ともかく愛媛県は食の素材が非常に豊富である。しかも質が高い。これは食品関連の方々誰しもが認めてくれるんです。ですから加工する側からすれば、豊富で品質のいいものをより近いところで速やかに加工できれば、日本全国へ、世界へ、品質の高いものが供給できるということになります。やみくもに自動車工場を持って来い、なんて言っても無理であります。南予には南予らしい1次産業の素材を生かせる工場にターゲットを絞っていけば、決して不可能ではないということを今回の3連打が示してくれたのではなかろうかと思えます。数がたくさん来るわけではありませんから、より一層効果的なのは1次産業を磨くということでありまして。幸い愛媛県は柑橘王国、45種類の柑橘の生産を誇っています。量、質共に全国1位を誇っているわけでありまして、その素材をどう生かすか。そして海面養殖業も全国1位であります。タイ、ハマチ、ブリが主力でありましたけれども、なかなか今、魚価が低迷している関係もあって、こうしたものの養殖業者の収入を上げていくためにはそれを後追いするだけでは無理だということで、付加価値の高い魚種の展開がポイントになってまいります。そこで今、愛媛県ではタイ、ハマチに続いてハタ、フグ、マグロなどいろいろな品種を拡大中でありましてけれども、2年後にはスマという新しい品種を市場に出す予定でございます。これは全身トロのような魚で、サイズは2年で3キロぐらいになる。マグロは40キロ、50キロの世界ですから小回りが利きませんが、店舗扱いができる非常に使い勝手のいいトロということで、今、関係者から非常に注目が集まっている魚で、世界で初めての養殖開発になります。これを今、2年後に向けて準備をしているさなかです。また西予には畜産も盛んでありますけれども、これもTPPの関係で非常に厳しい環境が来ることも予想して付加価値を高めていかなくてはなりません。幸い今、トリでは媛っこ地鶏やブタでは媛ポークや甘とろ豚が市場評価が確立されてまいりましたけれども、ウシはまだ足りないということで今さら神戸牛や但馬牛を後追いしても勝負になりません。今の消費者の嗜好の変化を分析してもうサシの時代ではない、赤身を求める消費者が増えているところに着目をいたしまして、5年プロジェクトで新たな牛肉の開発に入っています。これもまた日本で初めてということ想定して黒毛和牛の赤身という新しい概念の肉牛の開発に入っています。こちらはことしの秋に市場に出せる目処が付いてまいりましたので、畜産農家の収入増につながるような研究開発、これは県が請け負っていく分野でありますので、1次産業の付加価値を高めるということがまず第1のポイントになります。

【県営業本部の活動】

付加価値を高めても、もう1つの弱さは営業力であります。せっかくいいものをつくっても売る力が弱い。売れなければ収入につながらない。これをカバーするのが5年前に設

置した愛媛県庁営業本部であります。自分自身も商社マンでありましたから、そのときのノウハウを県庁の中にビルトインしまして、ビジネスの宣伝隊になる部署をつくりました。民間と同じであります。ターゲットは日本全国だけでなく、物流の関係でいうとアジアを拠点にしております。アジアもしっかりマーケティングして国ごとに分析を行い、第1ターゲットゾーン、第2ターゲットゾーン、第3ターゲットゾーンと分類して戦略を練りながら新しいルートの開拓に踏み込んでいるさなかでございます。しっかりと結び付けば売れないことはありません。やみくもにいったらやけどいたします。幸いなことに今、アジアの国々は発展途上にあります。富裕層も非常に拡大しています。そこに某大国の食の安全というのが世界中の関心事になりました。値段だけでいったら勝負はできません。でも、日本産に対する品質の高さの信頼、安全への信頼は我々が思っている以上に高いものがございます。そこにしっかりと結び付く販売ルートを確立できれば、十分に物流の流れをつくることは可能であると思います。今、農薬の関係で国ごとの基準が違うなどいろいろ問題もあるのですが、台湾は柑橘が輸出できるようになりました。僕も店頭で初めのときは売ってまいりました。日本の高級フルーツ店で、それなりのお客さんが来るのですが、小玉の小さいものが1個180円で瞬く間に全部売り切れます。甘平は1個1,200円で全部売り切れました。それほど日本のものに対して信頼度が高いんだなということを痛感した次第であります。ちなみに加工品もミカンゼリーが1個600円ぐらいで売っています。もちろん輸送コストも乗っかっています。普通のスーパーに置いても売れないですけども、それを求めてくるマーケットがありますから、そこにしっかりと結び付けば効率のいい販売は可能であると思います。事程左様に営業本部というものが1次産品やあるいはものづくりの技術を売り込む宣伝隊になるという方針を目指しています。ちなみに営業本部は3年目を迎えますけれども、初年度はヨチヨチ歩きでした。愛媛県が土俵をつくって商談会を開いて作り上げた新しいビジネスが初年度は8億円であります。2年目が27億円になりました。3年目の昨年は、ことしの3月に締めたんですが56億円になっています。4年後の目標は100億円の手伝いをするを数字的に掲げていますので、100億円の新規のビジネスを1次産業の従事者の皆さんや技術を売りにしている中小企業のものづくりメーカーの皆さんに提供することを目標に全力を尽くして地域の活性化に結び付けていきたいと思っております。

雑ばくな話になりましたが時間になりましたので、私のほうからの最初のお話はこれぐらいにさせていただきます。あとは意見交換会でお話させていただきたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。