



## 売れる農業戦略の具体的な展開は

菅原 恵悦

**問** 農業は地域の特色をアピールする最も重要な要素を持っている。農業を「売れる産業」に育成していくための具体的な戦略について伺う。

**答** 消費者に購入して頂くために生産環境や、販売状況などの情報を迅速かつ正確に発信していくことが必要だ。また、米や複合経営作物をおいしい・安全・高品質といった横手らしい特色でPRし、付加価値をつけた販売、直売の推進など総合的な取り組みを行っていく。

**問** 新規就農者の確保、高校生研修による実績とリーダーシップについて伺う。

**答** 市内各校と大曲農高に新規就農を呼び掛けるポスターを掲示した。また、増田高3年生を対象に、市内の果樹・花き・菌床シイタケ施設の視察研修と意見交換会を行い、その中から1名の新規就農ボランティア研修生が誕生した。新年度は新規就農者ステップアップ事業など、職業としての農業を考える事業を継続して実施し、多くの意欲ある担い手を育成していきたい。

**問** 「食と農からのまちづくり」のマーケティング活動について、総括と今後の行政指導について伺う。

**答** 山内いぶりがっこなどは地域特産品として、首都圏での販売を順調に拡大している。また、特産品開発支援事業の補助金を活用した加工食品が開発され、販売に結びついている。今後は地域団体商標登録も視野に入れ、マーケティング活動を行っていく。



菌床シイタケ施設

### その他の質問

- 市長のマニフェスト達成度について
- 政権交代と行政運営について
- ゴミ処理統合施設整備事業について
- 農業を未来型産業と位置づける政策について

## 具体的な数値目標の設定で所得向上を

青山 豊

**問** 22年度予算では、企業の体力向上を目指した施策を含め、約15億円の経済・雇用対策費が計上されている。その成果を得ようとする過程で、行政と市民が一体となって取り組む態勢が必要だ。そのためには、市長がイニシアチブをとり、市民所得を数値化した目標を設定し、市民に向けて発信するべきではないか。

**答** 市民所得の向上には産業全体の底上げが必要であり、その結果、生活にゆとりや豊かさを実感して頂くことが大切である。各分野における現状を分析し今後の見通しを見極め、どういう目標を数値化していくのか、検討していく。

**問** 企業誘致対策には「横手らしさ」を出していくことが必要。従来の自動車関連産業と併せ、食品・医薬品・化学薬品等の発酵産業も誘致のターゲットにすべきではないか。

**答** 「発酵のまちづくり」、「食と農からのまちづくり」推進のため、特産品開発や販路拡大を目的とした食品関連産業への訪問を積極的に行っている。これまでの人脈を生かし

ながら、企業立地の可能性を探っていききたい。

**問** 「市報よこて」は市民に対する情報提供の重要なツールだが、「読んでいない」という市民も多い。広告は媒体そのものの価値を上げるものであり、新たな財源確保の一手にもなり得る。導入について前向きに検討して頂きたい。

**答** 広告の活用が、読んで頂く機会をつくれるのであれば有益だと思う。近隣市の事例もあるので、ホームページや公用車を含めたトータルな媒体の可能性を検討中である。23年度実施に向けて、具体化していきたい。



販路拡大が期待される発酵食品

### その他の質問

- 電子表示板の導入について