



青山ゆたか

12月7日

一般質問 一 要



農産物のブランド化について

質問 市長が掲げる政策の柱のひとつ、「農地山林をフル活用」の中心である「農産物のブランド化」。私は「ブランド」という市場が決めるものは民主導で行うべきだと考えているが、市長はあえて行政主導でのブランド化を進めている。この事業における意気込みと成功への見通しを伺う。

答弁 「農業所得向上のための手段」と捉え、目指すブランドをタイプ別に整理し取り組んでいる。一朝一夕にはできないが着実に進める。

質問 「農業所得の向上」という目標には数字が伴わなければならない。関係資料の中に420万円という数字が出てくるが、これが目標だと理解しているか？

答弁 「農業所得の向上」はあくまでスローガンであって、その数字をもって目標達成とはいえない。

質問 これは税金を使って行っている事業だ。スローガンではなく、明確な目標がなければならぬ。それが市民に対する説明責任だ。

答弁 (市民に) 事業を理解してもらおう努力を今後も続けていかなければならないと思っ

質問 ブランド化成功のための必要条件是ターゲットインゲと(ライバルを設定した上での)差別化だ。ターゲットインゲはできつつあると思うが、差別化はどうなっているのか？

答弁 それぞれの農産物の特性によって差別化を図っていくべきだと考えている。

質問 そういう差別化は全国どこでもやっている。大切なのはライバルを設定して「ウチは●●と較べてこんなところが優れている」というのはつきりした戦略を持つことではないか？

答弁 それは充分認識はしている。

質問 何度も言うが、これは税金を使って行っている事業だ。「いつまで成功させる」という目標設定も必要だと思うがどうか？

答弁 3年から5年を目途にブランド化を成功させたい。

質問 市長は過去に「この事業の最終目標は京野菜や加賀野菜と並ぶブランドの確立」と発言されている。京野菜は「京都」という日本を代表するブランドに野菜をくっつけて30年近くかけてブランド化している。その目標はどうか？

答弁 「京野菜」はひとつの例だ。目指すべきは「横手」とか「秋田」という名前をおして「おいしい」を結び付けていくようなプロモーションだ。

質問 ブランド化はものすごく時間がかかる。おそらく、市

長の在任中には達成できないと思うが、達成までのロードマップはつくるべきだ。それが市長の責任だ。

答弁 フローチャートはつくりたいと思う。

質問 市長は「横手」そのもののブランド化を推進しているように思えるが、そうなのか？

答弁 「横手」の存在感を内外に知っていただくことは大事だ。

質問 ブランド化は日々の積み重ねだ。そのために行政は何をすべきか。それは「市民満足度の向上」だと思う。それがブランド化につながる。その想いを市長と共有したい。

答弁 「私は横手市民だ」と市民の皆さんが胸を張れる横手をつくりたい。共有していると思う。



▲山内にんじん

