

| No. | | ご意見 | 回答 | 局 | 担当課 |
|-----|-----|--|--|-----|----------------|
| 1 | 市民A | <p>植木地区は、三ノ岳、玉東、鹿央と山間部で隣接しており、近年、イノシシが増加している。 地域の農家から聞いたが、朝、畑に行くとイノシシの足跡だけで、まるでイノシシ牧場のような状態。 国からの補助で電気柵を設置しているものの、設置していないところからドンドン入ってくる。 物理的に数を減らす必要があるので、「猟友会」の活動支援（報償費の増額）をお願いしたい。 ※現在は、報償費から餌代などの経費が差し引かれるため、捕獲者個人に報償費が満額支払われることはない。 耕作放棄地対策等も含め、対策が必要だという総論は分かるが、まずは各論として対応してほしい。</p> | <p>（市長） 現地を確認し、猟友会のみなさんにしっかり対応してもらえるよう個人の取り分も含めた補助等について、検討していきたい。</p> <p>（農水局長） 報償費の上積みだけではなく、耕作放棄地対策など総合的に取り組んでいく必要があるため、他都市の実施状況等も確認しながら対策を検討していきたい。</p> <p>※11/12 農水局長、鳥獣対策室長で現場確認。 農業従事者（有害鳥獣駆除隊隊員）と意見交換。</p> | 農水局 | 農業支援課 鳥獣対策室 |
| 2 | 市民B | <p>農地は電気柵等で囲い被害は少なくなってきたが、代わりに周辺の地域にイノシシが出没するようになった。 小・中学生の通学路にもイノシシが出没しており、子ども達が危険にさらされている。 専門家の意見等を参考に対策を検討してほしい。</p> | <p>（市長） 子どもたちの安全や保護者の方々の気持ちも考えて、大きな問題として捉え対応していきたい。</p> <p>※11/12 農水局長、鳥獣対策室長が現場を確認し、発言者と意見交換。</p> | 農水局 | 農業支援課 鳥獣対策室 |

| No. | | ご意見 | 回答 | 局 | 担当課 |
|-----|-----|--|--|-----|--------------------|
| 3 | 市民C | <p>市長もご存じのとおり、国の補助事業で3割補助のハードルが高く、なかなか採択がおりない状況。 そのよう中で、夢活事業（熊本市夢と活力ある農業推進事業）は、農家一人ひとりが大変助かっている事業だと思っている。 今後も予算を確保し、きめ細やかな支援の継続と、できる限りの増額を検討してほしい。</p> | <p>夢活事業は、今までにも予算の確保に努めてきたところ。農業従事者のみなさまに好評をいただいていることから、引き続き予算確保や事業の充実に努めていく。 今後は、事業を活用した結果、生産性が向上したなどの事例や実績について情報を本市にお寄せいただきたい。</p> | 農水局 | 農業支援課 |
| 4 | 市民D | <p>本市の農産物について、これまでトッププロモーションで、幅広い品目をPRしてきたと思うが、気づいた点などあれば教えてほしい。 また、今後のPRの方針等についても、教えてほしい。</p> | <p>豊富な農産物は本市の強みである。その強みをさらに広くアピールするために、旬のものを旬の時期に発信していくことが大事だと考えている。 みなさまより旬の情報を提供していただければ、その情報をSNS等で発信していきたい。 トップセールスとは、トップだけが働きかけるのではなく、農業従事者のみなさまと一緒に働きかけることにより効果も高まるものなので、様々な情報の共有や発信を一緒に進めていきたい。 また、これまで実施してきた農産物のブランド化や販路拡大等についても引き続き推進していきたい。</p> | 農水局 | 農業政策課 農水ブランド戦略室 |

| No. | | ご意見 | 回答 | 局 | 担当課 |
|-----|-----|---|--|-----|--|
| 5 | 市民E | <p>企業との連携について農家から企業に直接交渉することは困難なため、市長に企業・農家間の橋渡し役を担ってほしい。</p> <p>熊本市産の野菜や果物の一品を長期に亘り売り出すのではなく、旬の時期、短期間に限定して販売した方が面白いと思う。ぜひ、検討してほしい。</p> | <p>企業との連携は話題性にも富むことから、大きな期待を寄せている。最近では県産のいちごや茶葉を利用した飲料商品など、具体的に実績も出てきた。</p> <p>連携協定を結んでいる企業や、これから協定を結ぶ企業等に、農産物の活用やプロモーションについて積極的に話をしていきたい。</p> | 農水局 | <p>農業政策課</p> <p>農水ブランド戦略室</p> |
| 6 | 市民F | <p>高齢化が理由で廃業される農家がいる。植木のすいか農家などでもブランドを守る努力をしているが、どう守っていくのか課題が残っている。</p> <p>すいかと言えば熊本市、といったブランドイメージを今後根付かせていくために、SNSで活躍しているインフルエンサー等を活用した情報発信なども検討してほしい。</p> | <p>農家のみなさまが丹精込めて生産された農産物の情報発信は、とても重要だと考えている。</p> <p>ご提案のあった、インフルエンサーだけでなく、私から他の自治体の首長に情報発信をお願いする取組みも行っており、効果を感じている。</p> <p>また、情報発信した後、消費に至るまでの配送コストの低減が課題である。</p> <p>新型コロナの影響もあり通信販売の需要が高まっていることから、まとめて配送する等の工夫により少しでも配送コストを低減する方法がないか、物流や通信販売の企業等と協議していきたい。</p> | 農水局 | <p>農業政策課</p> <p>農水ブランド戦略室</p> <p>農業支援課</p> |