平成30年度おおさか農政アクションプラン評価・点検部会における主な委員意見

資料１

**１　KPIに関する意見**

**主な意見**

・成果指標を時代に合わせて転換させ指標そのものの検討も  
進捗管理の中でやるべき。

**対応**

・成果指標についても、進捗管理の中で適宜見直しを行う。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 項目 | | 主な意見 | 対応 | 担当グループ |
| 【しごと】  地産地消を支える農業者の育成と生産の振興  ■主力野菜の供給量の増加 | 未達成 | ・重量（ｔ）ベースだけを目標にするの はしんどくなる。  ・直売所の売上げも加味するなど目標の 設定のあり方を検討した方がいい。 | ・野菜の供給量については、天候不順等による特定の重量野菜の出荷量の変動に全体 の出荷量の増減が大きく影響されること、JA出荷の取り扱い金額及び大型直売所\*の 販売額が把握できることから、JA出荷額及び大型直売所の府内産農産物の販売額の合計を指標として設定したい。  　※年間売上額5,000万円以上の直売所を大型直売所と設定 | 地産地消推進 |
| 【地域】  農を活かした地域づくりの推進  ■協働活動に取り組む地区数の増加 |  | ・大阪府都市農業の推進及び農空間の  保全と活用に関する条例の改訂に  伴い、５年後の目標など進捗管理を  変更しなくてもいいのか。 | ・取組内容に農空間保全地域制度の推進を新たに追加  ※農政APの5年後の目標として、農空間保全地域制度改正後4年間の取組を目標に設定 アウトプットとして、農空間づくり協議会の設立数　32地区（8地区/年×4年） アウトカムとして、取組みにより維持・活用される見込みとなった農地面積　120ha | 計画指導 |

**２　質的評価に関する意見**

**主な意見**

・量的な進捗管理も必要だが質的な部分の検討も必要。

・質的な特徴と必要な対応策を書く必要がある。

**対応**

・質的な検討ができるよう、様式「分析シート」を新たに作成した。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 項目 | | 主な意見 | 対応 | 担当グループ |
| ハートフルアグリ | 未達成 | ・省力化的なテレワーク的な発想と 　いうソフト面で転換ということを 　考えていただきたい。 | ・省力化等については、ICT技術等の普及によって、農業全般において徐々に広まると思われる。 ハートフルアグリについては、一般的に収益性の面では厳しいことから、システム導入等に 関しては環農水研や既参入事業者等の意見も踏まえながら必要な助言等を行っていく。  ・参入促進については、企業セミナーの開催や農業参入フェアの参加等の機会を通じて、企業 ニーズの一層の把握に努めるとともに、既に参入した企業等での作業体験や研修受入体制の 充実支援を図り、引き続き努めていく。 | 経営強化 |
| ６次産業化 |  | ・農業者が商工を取り込むというプラ ンを目指すのか、農業者と地域内の 商工を連携とさせるプランを目指す のかがはっきりしない。  ・サポートセンターの活動について、 数だけではなくて質的な指標を 見せることが大事。 | ・６次産業化の取組方法は多様であり、大阪府では農業者のニーズ、商工からの連携希望いずれ も重要と考えている。  ・サポートセンターの質的な指標については、利用者の満足度調査を行っているので、その結果 を報告したい。また、相談の内容等についても、併せて報告したい。 | 産業連携 |
| インバウンド（輸出） |  | ・インバウンドの話が入ってない。  ・アグリツーリズムの発想が弱い。 | ・インバウンドについては指標を設定することが難しい面があるが、地域での取組、庁内他部と連携した取組等を進めており、それらについて報告させていただきたい。  ・アグリツーリズムについては、直売所支援による府内各地の直売所の魅力向上を更に推進し、農業・農空間での交流・体験機会を充実させ、アグリツーリズムの推進を図る。  ・輸出については、少子高齢化・人口減少を見据えて有望な販路として試験的取組や検討を 行っている生産者(団体)があり、府としても販路開拓支援の一環として引き続き取り組む。 | ブランド戦略推進  地産地消推進 |
| 情報発信 | 未達成 | ・「府民とともに」ということだが facebookの年間の閲覧数や発信数 だけをカウントしている状況でいい のか。 | ・成果指標として情報発信数をあげているが「府民とともに」との観点からは「農を知る機会」 「大阪産(もん)を食べる機会」「農業・農空間での交流・体験機会」の充実として、アクション プラン取組内容のほか、分析シートに記載の取組み・イベント等を通じて情報発信を行っている。それらについて報告させていただきたい。 | ブランド戦略推進 |