おおさか農政アクションプラン進捗管理シート　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　◎超過達成　○達成・概ね(８割目安)達成　△未達成　▲調査中

資料１

**１．農業でかっこよく働こう！**

【10年後の姿】 農業経営体の販売額の増加４０億円（２００億円 → ２４０億円、年２％増加）

**【しごと】**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 施策項目 | 各個別取組及び評価 | | H29 | H30 | R1 | R2 | | R3 | R3年度実績（成果目標） |  | ５年後の目標 | R2年度までの進捗状況 | 達成状況 | 評価 |
| (１)ビジネスマインドを持つ農業者の育成 | ①経営向上意欲の高い農業者を対象とした集中的な取組み  ②農業者の経営能力強化支援  ③農業経営の法人化の推進  ④関係機関と連携した経営能力の強化  ⑤農業者のネットワーク活動の推進  ⑥優良事例の発信による経営能力向上の意識啓発 | | ◎  ○  ○  ◎  ◎  ◎ | ○  ○  ◎  ◎  ○  ○ | ○  ◎  ○  ○  ○  ◎ | △  ◎  ◎  △  △  ○ | | △  ◎  △  △  △  ◎ | 約4億円（販売額増加）　15.6％（販売額増加率）  164名（目標設定300名）  71名（計画策定のべ20名）  1者（法人化2者）  153回（農業者の確保・育成）  12課題（20課題）  のべ61人（のべ100人）  138回（Facebook年100回） | 〇経営改善意欲の高い農業者（300名）の平均販売額の３割増加 | **〇経営強化農業者（137名）の平均販売額増加14.5％** | **〇164名の経営改善に取組み、平均販売額が15.6%増加。** | **△** |
| (２)農業を新たな「仕事」にできる機会の拡大 | ①新規就農者の参入促進と定着に向けた取組み  ②企業参入のトータルサポート  ③準農家制度のさらなる推進  ④女性農業者の活躍推進  ⑤ハートフルアグリの促進  ⑥「仕事」としての大阪農業の魅力発信 | | ◎  ○  ◎  ○  △  ○ | ○  ○  ◎  ○  △  ○ | ◎  ○  △  ○  △  ◎ | ◎  ◎  ◎  〇  △  〇 | | ◎  ◎  ◎  △  △  ◎ | 57名（新規就農者16名）  36名（経営計画作成30名）  9社（参入企業6社）  24名（準農家参入者18名）  0回（イベント年1回以上）  2事業者（新規参入企業4事業者）  34人（就労機会の拡大23人以上）  138回（Facebook年100回）　※再掲 | 〇新規就農者80人の参入  〇準農家90人の参入  〇企業30事業者の参入 | **〇累計113人**  **〇累計74人**  **〇累計30事業者** | **〇累計 170人**  **〇累計 98人**  **〇累計 39事業者** | **◎**  **◎**  **◎** |
| (３)農業ビジネスを加速させる技術開発・普及・農地利用の促進 | ①革新的農業技術の開発  ②革新的農業技術の普及  ③農地の利用集積ができる仕組みづくり  ④農地中間管理事業を活用した農地貸借の促進 | | ○  ○  ◎  ◎ | ○  ○  ○  ◎ | ○  ○  ◎  ◎ | ○  ◎  ◎  ◎ | | ○  ◎  ◎  ◎ | 1技術（1技術）  4地区（事業実施地区３地区）  23.2ha（20.0ha）  4地区(仕組みづくり4 地区)  66.5ha(農地確保12ha) | 〇革新的な新技術の現地実証  5技術以上（１技術以上/年)  〇高収益型農業を実現するた  めの農地の確保80ha | **〇４技術**  **〇累計108.5ha** | **〇５技術**  **〇累計 176.4ha** | **○**  **◎** |
| (４)地産地消を支える農業者の育成と生産の振興 | ①大阪版認定農業者の育成による大阪産（もん）の供給量の拡大  ②大阪の食・文化を支える高品質な農産物の安定供給  ③人・農地プランの策定等を通じた地域振興  ④安全・安心で環境にやさしいエコ農産物等の生産振興  ⑤農産物の生産を支える農業施設のファシリティマネジメントの推進  ⑥きめ細やかな基盤整備の推進 | | ◎  △  ○  ◎  ○  ◎ | ◎  △  ○  △  ○  ◎ | ◎  △  ○  △  ◎  ◎ | ○  〇  ◎  △  ◎  ◎ | | △  △  ◎  　△  △  ◎ | 9地区（機械・施設整備支援 10地区）  ▲3,346t(62t増)  ▲1億6,412万円（4,730万円増）  8地区（高収益作物導入 5地区）  523ha(認証面積576ha)  91.6ha（施設の健全化420ha）  512.1ha(受益農地面積150ha) | 〇主力野菜の供給量の増加　412ｔ(16,497t→16,909t)  (補足：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額の増加　2.3億円（92.7→95.1億円))  〇安全安心な農産物の栽培面積の増加　43ha（533→576ha）  〇大阪産（もん）の供給を支え  る水利施設の健全化  受益農地面積 1,150ha | **〇14,158 t**  **(84億円)**  **〇517ha**  **〇858.3ha** | **〇10,812 t**  **(82.4億円)**  **〇523 ha**  **〇949.9ha** | **△**  **△**  **○** |
| (５)大阪産(もん)の全国ブランドとしての流通や海外販売 | ①６次産業化サポートセンターを活用した商品開発・経営改善  ②販路開拓にチャレンジする農業者支援  ③戦略品目を定め、生産とマーケティング、販売が一体となったブランド展開  ④産地から消費地までのきめ細かい流通システムの構築 | | ◎  ◎  ◎  ◎ | ◎  ◎  ◎  ○ | △  ◎  ◎  ○ | ◎  △  ◎  △ | | ○  △  ◎  ○ | １市町村(戦略新規策定1市町村)  42者(輸出に取り組む生産者・事業者数、年7者増加)  68件（マッチング件数、年125件）  279t(首都圏向け水なす193t)  (体制の構築)  リストの全面更新、HPでの公表 | 〇戦略品目(泉州水なす)の首都圏向け出荷量の増加　20ｔ  （173→193t）  〇 ６次産業化等に関する市町村戦略数　10件（6→10件） | **〇298.3t**  **〇累計14件** | **〇279t**  **〇累計　15件** | **◎**  **◎** |
|  | | 総評 | | | | | ・平成30年の台風の影響等により、農業者の平均販売額増加やエコ農産物の面積拡大については目標達成に至らなかった。  ・新規就農者、準農家、企業についてはすべて確保目標を上回り、農業を新たな「仕事」にできる機会の拡大を図ることができた。  ・大阪産(もん)の全国ブランドとしての流通においては、首都圏への泉州水なすの出荷量の拡大など計画以上の成果であった。 | | | | | | | **◎ 6**  **○ 2**  **△ 3** |

【10年後の姿】　府民が大阪産（もん）に直接ふれられる拠点数の増加２４２件　４７０件 ⇒ ７１２件

**２．農でくらしを愉しもう！**

**【くらし】**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 施策項目 | 各個別取組及び評価 | | H29 | H30 | R1 | R2 | | R3 | R3年度実績（成果目標） |  | ５年後の目標 | R2年度までの進捗状況 | 達成状況 | 評価 |
| (１)農を知る機会の充実 | ①大阪産(もん)を知る機会の充実  ②農業・農空間の多面的機能を知り、学ぶ機会の充実 | | ○  ◎ | ○  ◎ | ○  ◎ | ◎  △ | | ◎  △ | 11,274ビュー(月10,200HPビュー数)  251回（Facebook年120回以上）  37件（学ぶ学校の数100件） |  | 〇大阪産(もん)ＨＰビュー数  1,000ビュー／月増  〇大阪産(もん)Facebook発信  年間120回以上  〇農業・農空間について学ぶ学校の  数　100件 | **〇18,367**  **〇237回**  **〇35件** | **〇11,274**  **〇251回**  **〇37件**  **※126件（H31）** | **◎**  **◎**  **△** |
| (２)大阪産(もん)を食べる機会の充実 | ①農産物直売所の魅力向上  ②府民に身近な購入場所と機会の提供  ③大阪産(もん)を味わえる飲食店の増加 | | ◎  ◎  ○ | ○  ◎  ○ | △  ◎  ○ | △  ◎  △ | | ○  ◎  △ | 1地区(情報発信強化1地区)  454万人(大型直売所利用者数508万人)  452件  (ロゴマーク使用許可件数370件(販売店))  131件（使用許可件数(料理店)152件） |  | 〇直売所利用者数の増加　42万人  （466→508万人）  〇大阪産(もん)ロゴマーク使用許可件数の増加　107件　　（263→370件） | **〇462万人**  **〇381件** | **〇454万人**  **〇452件** | **△**  **◎** |
| (３)農業・農空間での交流・体験機会の充実 | ①ＪＡ等の農産物直売所を通じた交流機会の充実  ②農業･農空間を愉しみ、交流する農園等の充実 | | ○  ○ | ○  ○ | ◎  ○ | ○  ○ | | ○  ○ | 1地区(情報発信拠点化1地区)  　（HPへの市民農園情報の掲載） | 〇直売所での消費者と生産者との交流事例の増加 5事例以上（1事例以上/年） | **〇5地区** | **〇6地区** | **◎** |
|  | | 総評 | | | | | ・大阪産（もん）を知る機会・食べる機会の充実については、いずれも計画以上の成果であった。  ・コロナ禍で、農業・農空間の場において活動機会が減少したことにより、学ぶ機会の充実については目標に達しなかった。  ・直売所利用者数は目標に達しなかったが、直売所における交流事例の増加については、計画的に進めることができた。 | | | | | | | **◎ 4**  **△ 2** |

【10年後の姿】　地域の特色を活かした農空間づくりの実施　２８市町村 ⇒ ４３市町村

**３．農空間をみんなで活かそう！**

**【地域】**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 各個別取組及び評価 | | H29 | H30 | R1 | R2 | | R3 | R３年度実績（成果目標） |  | ５年後の目標 | R2年度までの進捗状況 | 達成状況 | 評価 | |
| (１)農業・農空間での活動に参加しやすい仕組みづくり | ①農空間づくりに気軽に参加できるプラットフォームづくり | | ○ | ◎ | ◎ | △ | | △ | 27,269人(参加府民数48,000人) |  | 〇農空間づくりに参加する府民の増加　6,000人  （42,000→48,000人） | **〇23,685人** | **〇27,269人**  **※49,588人**  **(H30)** | **△** | |
| (２)農を活かした地域づくりの推進 | ①農を活かした地域協働活動の推進 | | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | | ○ | 93地区(協働活動に取り組む地区84地区)  7地区(農空間づくり協議会設立 8地区) | 〇協働活動に取り組む地区数の増加　10地区  (74→84地区）  (補足：農空間づくり協議会の設立 32地区) | **〇92地区**  **(25地区)** | **〇93地区**  **(32地区)** | **◎** | |
| (３)地域力による安全安心の確保 | ①地域力による安全安心の確保 | | ◎ | ◎ | ◎ | ◎ | | ◎ | 59地区(ソフト対策実施 49地区増) | 〇ため池のハザードマップ作成などのソフト対策 取組割合　30％増（40→70%） | **〇72％** | **〇79.5％** | **◎** | |
|  | | 総評 | | | | | ・農空間づくりに参加する府民数は、コロナ禍により、交流活動等が制限されたため、目標に達しなかった。  ・農を活かした地域協働活動の推進においては、協働活動に取り組む地区数を計画以上に増加することができた。  ・地域力による安全安心の確保については、ため池ハザードマップ作成について、計画以上に取組み割合を増加することができた。 | | | | | | | | **◎ 2**  **△ 1** |