

大阪産（もん）グローアッププラン（概要版）

目的

- 多くの人が集まる大阪・関西万博に向け、消費者目線で大阪産（もん）の魅力を高め、ブランドを輝かせる（GLOW）
 - 明確な販売戦略に基づいた取組みにより、大阪産（もん）の産地を育て、大阪農業のさらなる成長につなげる（GROW UP）
- ⇒おおさか農政アクションプラン（H29-R3）に基づく取組みとして実施し、取組みの視点や方向性は次期プランに反映していく

大阪の農業生産を強化し、大阪産（もん）の販売額を直近年(R1)より15%増加
 ※指標とするデータは農林水産関係市町村別統計(農水省)の産出額を活用

取組みの視点

- 消費者目線、マーケットインの発想
- 消費者が近くにいる優位性を生かし、鮮度、完熟、消費者とのコミュニケーション等で強みを発揮
- ポストコロナ社会への対応
- 経営環境の急激な変化に対応できる足腰の強い農業の実現

取組みの方向性

1. 品目ごとに多様な販売戦略と明確な目標を設定
2. 販売戦略の実践に必要な生産量を確保するため、新規参入者の育成、担い手の経営規模拡大等を通じて生産体制を強化
3. 熟練農家の技術の継承、スマート農業技術の積極的な導入等により生産技術を向上
4. 社会情勢の変化、消費者・実需者ニーズを踏まえ、販売戦略は随時見直す

マーケットインの視点

重点品目の選定

- 大阪の強みを発揮し、需要拡大が見込める品目
- 収益性が高い品目
- 生産者、生産者団体の意欲的な取組みがある品目

Customer Value	消費者が求める品質、規格の検討
Customer Cost	消費者が購入しやすい価格設定の検討
Convenience	消費者が購入しやすい販路の検討
Communication	消費者に商品の魅力を伝える方法の検討

販売戦略

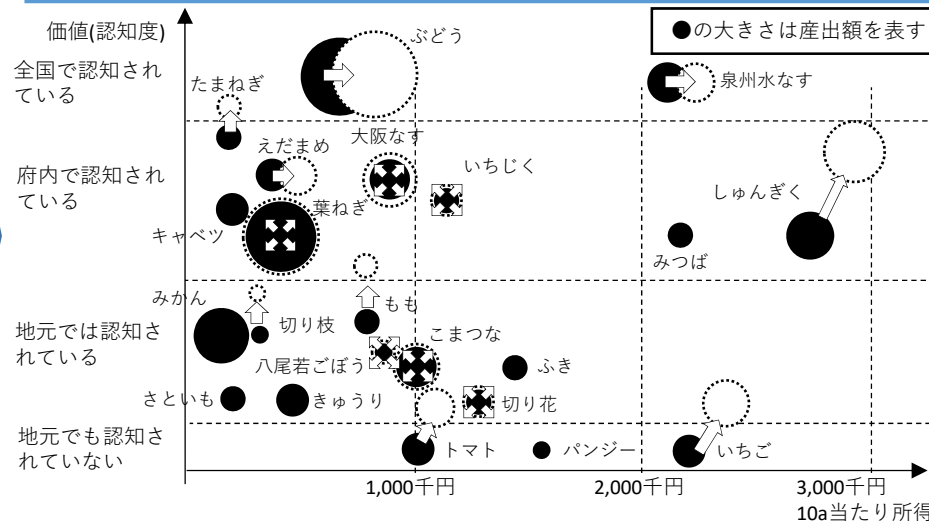
生産体制強化

- 大阪産（もん）スタートアカデミー等による新規参入者確保
- 農地集積による担い手の経営規模拡大等

生産技術向上

- スマート農業技術の積極的な導入
- 熟練農家の技術継承等

大阪産（もん）の品目別産出額、収益性、ブランド力と重点品目の目指す方向性



	販売戦略
いちご（北部地域）	様々な味が楽しめるよう、農家ごとの特色を踏まえたブランド化を実現
えだまめ（中部地域）	八尾えだまめを飲食店から魅力を発信。「枝付きえだまめ」としてワンランク上のプレミアム販売。
大阪なす（南河内地域）	有名シェフ等インフルエンサーの活用等による食材としての魅力発信。出荷量確保に向けたJA共販体制の再編整備（共同集荷場所など）の検討。
しゅんぎく（泉州地域）	サラダでの食べ方提案で夏の需要拡大。生産量増大を目指したプロモーションの展開。
ぶどう（中部・南河内地域）	大阪らしい規格で他産地との差別化により人気抜群のシャインマスカットの生産拡大を図る

目標（R5年度）

- いちご販売額約2.8倍増
- 担い手農家の反収17%増
- 販売額2%増
- 販売額15%増加
- 主力となる担い手の販売額21%増

生産体制強化

- 大阪産（もん）スタートアカデミーによる担い手確保等
- 新規就農者の確保、JA農業塾等との連携によるサポート等
- きらめき農業塾による担い手確保、大規模農家の育成
- 大阪産（もん）スタートアカデミーによる新規就農者の増加
- ベテラン農家の技術伝承により新規就農者を育成

生産技術向上

- 環境制御技術の導入による高収量・高品質化等
- 多収品種の導入による反収増等
- ハウス自動開閉装置の導入等による省力化及び高品質化
- 夏期の安定生産による反収増等
- ハウス自動開閉装置・ロボット技術の導入による超省力化

※水なす、花きなど重点品目以外の品目についても、生産者団体等が個別の販売戦略に基づき実施する生産力強化に向けた取組みを支援していく