

報告事項に関する資料

令和2年度おおさか農政アクションプラン評価・点検部会での
審議について、当日配布資料から抜粋して報告

令和2年度おおさか農政アクションプラン

評価・点検部会 次第

と き：令和2年8月6日(木) 10時～12時
ところ：大阪府立男女共同参画・青少年センター
(ドーンセンター) 大会議室1

- ・ 令和元年度事業実績にかかる評価・点検及び中間年の評価とりまとめについて
- ・ 新型コロナウイルスの農業への影響について（農業者からの情報提供）
- ・ 今後の施策強化の方向性について

〔配付資料〕

- ・ 資料1……令和元年度おおさか農政アクションプラン評価点検・部会議事録
- ・ 資料2……施策目標評価シート
- ・ 資料3……進捗管理シートまとめ
- ・ 資料4……新型コロナウイルス影響シート
- ・ 資料5……今後の施策強化の方向性
- ・ 資料6……年度工程表

今回報告事項においては、
評価・点検部会配布資料中
資料3、資料5を配布し報告。
その他資料は、ホームページにて公表しています。

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	R1 年度実績（成果目標）	5年後の目標	R1 年度目標	進捗状況	評価
(1) ビジ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3億円(販売額増加)14%(販売額増加率) 205名(目標設定250名) 41名(計画策定のべ40名) 2者(法人化2者) 講習会261回(農業者の確保・育成) プロジェクト13課題(20課題) のべ126人(のべ100人) 103回(Facebook年100回)	①経営改善意欲の高い農業者の平均販売額の3割増加	①経営強化農業者(200名)の平均販売額増加	①経営強化農業者平均販売額増加率14%(111名)	○
(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ハートフルアグリ促進 ⑥「仕事」としての大阪農業の魅力発信	◎	○	◎	34名(新規就農者16名) 39名(経営計画作成30名) 6社(参入企業6社) 13名(準農家参入者18名) 1回(イベント年1回以上) 1事業者(新規参入企業4事業者) 27人(就労機会の拡大22人以上) 103回(Facebook年100回)	①新規就農者80人の参入 ②準農家90人の参入 ③企業30事業者の参入	①48人 ②54人 ③18事業者	①77人 ②54人 ③18事業者	①◎ ②○ ③○
(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) 2地区(事業実施地区3地区) 7.1ha(6.0ha) 3地区(仕組みづくり3地区) 21ha(農地確保12ha)	①革新的な新技術の現地実証 5技術以上 (1技術以上/年) ②高収益型農業を実現するための農地の確保 80ha	①3技術 ②42ha	①3技術 ②61.8ha	①○ ②◎
(4) 地産地消を支える農業者の育成と生産の振興	①大阪産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	◎	◎	◎	13地区(機械・施設整備支援10地区) 1,334.5t減(43.5t増)※H30年度調査中(4,680万円増)※H30.R1年度5地区(高収益作物導入5地区) 517ha(認証面積545ha) 200ha(施設の健全化120ha) 190ha(受益農地面積150ha)	①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)) ②安全安心な農産物の栽培面積の増加 43ha (533→576ha) ③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	①16,779t (93.5億円) ②545ha ③120ha	①13,928t(H30) (調査中) ②517ha ③200ha	①△ ②○ ③◎
(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	◎	◎	△	0市町村(戦略新規策定1市町村) 23者(輸出に取り組む生産者等7者) 168件(マッチング125件) 268t(首都圏向け水なす185t) 仕入れ先のリスト化(体制の構築)	①戦略品目(泉州水なす)の首都圏向け出荷量の増加 20t(173→193t) ②6次産業化等に関する市町村戦略数 10件 (6→10件)	①185t ②8件	①268t ②12件	①◎ ②◎
総評					概ね計画どおりに進んでいる。今後も同様に推進を図っていく				

2. 農でくらしを愉しもう！

【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2422件 470件 ⇒ 712件

【くらし】

施策項目	各個別取組及び評価	H29	H30	R1	R1 年度実績（成果目標）	5年後の目標及び進捗状況	R1 年度目標	進捗状況	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	○	○	○	年234回(Facebook年120回以上) 月8,973ビュー(月9,800HPビュー数) 126件(学ぶ学校の数96件)	①大阪産(もん)Facebook発信年間120回以上 ②大阪産(もん)HPビュー数1,000ビュー/月増 ③農業・農空間について学ぶ学校の数100件	①120回 ②9,800ビュー ③96件	①234回 ②8,973ビュー ③126件	①◎ ②○ ③◎
(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	▲	○	▲	2地区(情報発信強化1地区) 調査中(大型直売所利用者数490万人) 364件(ロゴマーク使用許可件数328件(販売店)) 114件(使用許可件数(料理店)140件)	①直売所利用者数の増加 42万人(466→508万人) ②大阪産(もん)ロゴマーク使用許可件数の増加 107件 (263→370件)	①490万人 ②328件	①調査中 ②364件	①▲ ②◎
(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	○	○	◎	2地区(情報発信拠点化1地区) (HPへの市民農園情報の掲載)	①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)	①3地区	①4地区	◎
総評					概ね計画どおり進んでいる。今後も同様に推進を図っていく。				

3. 農空間をみんなで活かそう！ 【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

【地域】

	各個別取組及び評価	H29	H30	R1	R1 年度実績 (成果目標)	5年後の目標及び進捗状況		R1 年度目標	進捗状況	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	○	◎	◎	46,155 人(参加府民数 45,000 人)	① 農空間づくりに参加する府民の増加 6,000 人 (42,000→48,000人)	①45,000 人	①46,155 人	◎	
(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	◎	◎	◎	86 地区(協働活動に取り組む地区 80 地区) 13 地区(農空間づくり協議会設立 8 地区)	① 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)	①80 地区 (16 地区)	①86 地区 (19 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	◎	◎	◎	63 地区(ソフト対策実施 49 地区増)	① 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%)	①492 地区 (53%)	①551 地区 (66%)	◎	
総評						計画以上に進んでいる。引き続き目標達成に向け、継続的に取り組んでいく。				

【しごと】 農業でかっこよく働こう！
－「重要な産業」としての大阪農業の振興－

<10年後の姿>
農業経営体の販売額の増加 **40億円** (200→240億円)

- ・農の成長産業化事業による集中的な経営能力強化支援
- ・新規就農者や企業、障がい者など新たな担い手の参入促進
- ・革新的農業技術の普及やほ場整備による担い手の経営規模拡大支援
- ・環境に優しい大阪エコ農産物の生産推進

<これまでの成果>
府農業産出額 **341億円→357億円(H29)**
・企業の参入数 12事業者 (R3 30事業者)
・革新的な新技術の開発 3技術 (R3 5技術)

【くらし】 農でくらしを愉しもう！
－農を身近に感じ愉しめる機会の充実－

<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→712件 直売所及び販売所)

- ・Facebook等多様なツールによる大阪産(もん)情報発信
- ・地場産品の育成等による農産物直売所の魅力向上
- ・大阪産(もん)を味わえる販売店や飲食店の拡大

<これまでの成果>
拠点数 **72件増(542件)** (R1年度末時点)
・大阪産(もん)Facebook配信数 264回 (年120回以上)
・大阪産(もん)ロゴマーク使用許可販売者数 325件 (R3 370件)

【地域】 農空間をみんなで活かそう！
－大阪農空間の多様な機能の発揮促進－

<10年後の姿>
地域の特色を活かした農空間づくりを全市町村で実施
(28→43市町村)

- ・農空間づくりプラン作成支援を通じた農空間の活用
- ・府民協働活動を通じた農空間多面的機能の理解促進
- ・ため池ハザードマップ作成など地域の安全安心確保

<これまでの成果>
農空間づくり **31市町村で実施** (R1年度末時点)
・農空間づくりに参加する府民数 49,000人 (R3 48,000人)
・ため池のソフト対策の取組み割合 57%(R3 70%)

現時点での自己点検と強化ポイント

- ・農業の成長産業化は一定の成果 (主力農家の販売額14%増 [目標30%]) ⇒ 目標達成にはさらなる取組みが必要。
- ・G20で大阪産(もん)が数多く採用 (延べ115品目) ⇒ 水なすに続くトップブランドの育成が今後の課題。
- ・スマート農業の導入は緒についたばかり (新技術開発 3技術) ⇒ 低コスト型や消費者との交流など、大阪独自モデルの構築が必要。
- ・大阪エコ農産物認証制度の創設から約20年、環境保全や農産物の安全安心の確保にあたり、一定の役割を果たしてきた ⇒ 障がい者雇用やフェアトレードを含め、加速が見込まれるエシカル消費に対応した仕組みへの発展が必要。
- ・農空間づくりの取組み数は順調に増加 (H30～R1認定協議会数 19地区) ⇒ 地域における交流人口の増加や経済活力の向上につながる「質」に着目した取組みが必要。
- ・H30年西日本豪雨災害等により全国でため池決壊等による被害が発生 ⇒ 新たなため池管理法に基づき、よりきめ細かなため池の防災・減災対策が必要。

新たに盛り込むべき視点

アフターコロナの新たな価値観や生活様式への対応
→生命産業としての農の重要性の再確認
リモートワークの加速に伴う“いなか暮らし”の再評価
非接触社会におけるICTなどつながり力の確保

2025大阪関西万博を見据えた取組み
→健康をキーワードとしたライフスタイルの提案
最先端の生命産業としての大阪農業を世界へ発信

SDGs →エシカルで次世代に継承できる持続可能な農業の展開

スマートシティ
→IoTを活用した農業生産や農のあるくらしの実現

さらなる強化策 (イメージ)

生命産業としての農の再評価

時代を先導

農空間で新たな価値創造

成長と持続

地産地消力の強化

非接触社会でのつながり力の確保

レジリエンスの向上

【農の成長産業化事業の拡張 (成長・持続産業化へ)】

- 農業経営者の新たなチャレンジを支援(R3)
→アグリチャレンジラボの開設
- 戦略品目・有望作物の生産体制強化(R3)
→品目別スタートアカデミー (アグリアカデミア+新規就農村) を展開
- 新規参入・規模拡大をトータルサポート(R3)
→雇用人材、農地、経営資源の継承等を行う「農業つなぐセンター」の開設

【水なすに続く大阪産(もん)トップブランドの確立】

- 大阪産(もん)生産パワーアッププランの策定(R2)
→大阪キナ全国シェア1位獲得プロジェクト
→ワイン用ぶどう生産推進プロジェクト
→いちごブランド化プロジェクト など

【スマート農業の本格的展開】

- スマート農業推進指針の策定(R2)⇒生産面だけでなくアフターコロナも視野

【農を通じた健康な暮らしの実現】

- 大阪産(もん)健康ご長寿プロジェクトの推進(R3)
→農産物の機能性に着目したPRやレシピ開発、イベント展開

【エシカル (倫理的な) 消費の先導】

- 「(仮称)大阪産(もん)プラス」登録制度の導入(R3)
→GAPやエコ農法、ハートフルアグリで栽培された農産物の消費を喚起

【成長が見込まれるオーガニック市場への対応】

- オーガニックアカデミーの開講(R3)
→品目別の新規就農村にオーガニックコースを設置

【新たな生活様式に対応した販売面の支援】

- 販路多角化の観点から大阪産(もん)ポータルサイトの充実、DX移行への対応

【府の施設のリニューアル】

- 花の文化園：万博やアフターコロナを踏まえた新たな機能の検討
- たわわ：ハートフルアグリによる食と農の発信拠点として公の施設に転換(R2～)

【新たな担い手の参入促進】

- 農地中間管理事業と連携した農業基盤整備の加速
→企業等の農業参入を図る地区の拡大

【農空間での交流人口の拡大】

- 農空間ライフ推進プランの策定(R2)
→新たなライフスタイルを推進するプランの策定と取組支援、発信

【ため池に関する地域防災力の強化】

- 緊急時の連絡・点検体制の整備など地域の防災体制の強化やため池防災支援システムを活用した府民参加の防災訓練の実施(R2)
- ため池防災テレメータデータの府民公開、位置情報アプリなどを活用した身近なため池の周知促進(R3)

これらの強化策については、今後検討を深める