

令和6年度 第2回おおさか農政アクションプラン 評価・点検部会

各項目分析・今後の取組紹介

【しごと】 力強い大阪農業の実現 ～成長し、持続する農業へ～

(1) 意欲の高い農業者の経営改善支援

5年後の目標: 育成対象農業者約150名の販売額向上30%(+6億円)

中間目標(R5目標)

経営強化農業者約100名に対し、
販売額向上支援(R3販売額+2.4億円)

実績

経営強化農業者129名に対し支援を実施し
販売額向上を実現(R3販売額+2.9億円)

経営強化コンサルプロジェクト事業

農業者へ専門家を派遣し、普及指導員との個別指導で経営課題を解決し販売額向上を支援。

【R5派遣実績】

34者(うち新規7者)

【指導内容】

- ・規模拡大に向けた経営計画の作成
- ・円滑な事業継承に向けた取組、他



事務所名	育成対象農業者 (経営強化農業者)	販売増加額 (R5販売額-R3販売額)
北部	11名	2,900万円
中部	35名	7,685万円
南河内	35名	9,296万円
泉州	48名	9,109万円
合計	129名	2億8,990万円

【しごと】（１）意欲の高い農業者の経営改善支援

コンサル派遣の効果

コンサル派遣（令和5年）を行った農業者（25名）は販売金額の伸びがより大きい。（令和4年→5年）

派遣あり 110.4% 派遣無し106.4%

販売額は計3,363万円増加

（派遣継続による効果）

2年間派遣（R4～5）を行った農業者（22名）は引き続き販売金額が伸長している。

派遣あり 118.0%（派遣無し113.2%）

販売額は計4,914万円増加

課題や農業者の取組姿勢などでも異なってくるが、コンサル派遣は持続的効果があると考えられる。

経営分析や経営者としての意識啓発など、単年度で派遣を終了する課題がある一方、

労働力の確保などは、従業員等の雇用実現まで複数年に渡って派遣（雇用主としての意識啓発、労賃負担に係る財務分析、雇用形態の検討、就業規則等の整備、雇用就農資金などの活用検討など多くの取組）が必要であり、中長期的に取り組む必要がある。

【しごと】（１）意欲の高い農業者の経営改善支援

雇用労務に係る専門家派遣事例

A氏（販売金額の推移 令和3年600万円 令和4年650万円 令和5年800万円）

背景：令和元年度より専門家による、経営方針策定、雇用通知書の作成等の支援を実施。令和5年度より2名を雇用。

課題：労働規約作成、従業員給与向上

支援：所定労働時間・休日設定、給与形態設定、服務規則設定、人事評価制度導入等

結果：令和6年1月時点で労働規約完成見込み。従業員給与向上は、収益性向上または規模拡大による所得確保を支援予定。

B氏（販売金額の推移 令和3年460万円 令和4年700万円 令和5年1000万円）

背景：農外からの新規就農後、十分な休暇が取れておらず、従業員確保が急務の状況。

令和4年度から専門家を派遣。短期（すき間）バイトでの労働力確保のため、「よろず支援拠点」とも連携し実施。

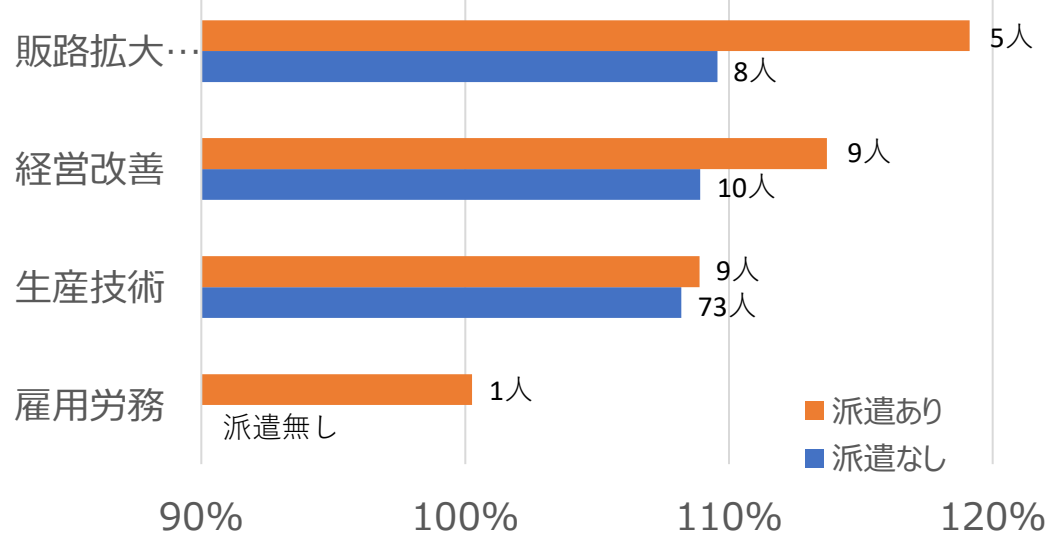
課題：雇用労務と求人の知識不足、雇用後の定着（令和7年度は上記アルバイトの正社員化をめざす）

支援：求人情報の整理、作業マニュアル作成等

結果：常勤を2名雇用、休暇確保の達成

【しごと】（１）意欲の高い農業者の経営改善支援

課題（指導）内容と販売額について



主な指導内容別の販売額前年比（R5）

営農類型別販売額の伸び

露地野菜（有機栽培含む）、果樹（ぶどう）で大きい

販売額の伸びが大きい指導内容（コンサル派遣）

○販路拡大119.1%

例：販売計画の作成、PRシートの作成支援

○経営改善113.7%

例：経営分析による栽培品目精査・新規事業の立ち上げ支援

特に販売額の増加が大きい農業者の支援事例

A氏（1,563万円；204%）新規部門の拡大

B氏（800万円；127%）新規加工品の開発・販売

C氏（900万円；400%）栽培品目精査、新規販路

D氏（550万円；650%）生産技術安定化、販路開拓

トップセールス農業経営セミナー（R6新規）

大阪農業をけん引する主力農業者の育成を目的に開講する「少人数・短期集中・実践型」のビジネススクール

現役のバイヤーなど各業界の講師による座学研修をはじめ、模擬商談を行うことで、販売額向上に向けて営業や商談に必要な技術・知識の習得を支援



指導効果の高い『販路拡大』については集合研修等も活用し、対象を幅広くフォローする。
また、『雇用労務』は中長期的な視点により、計画的に指導を行うこととする。

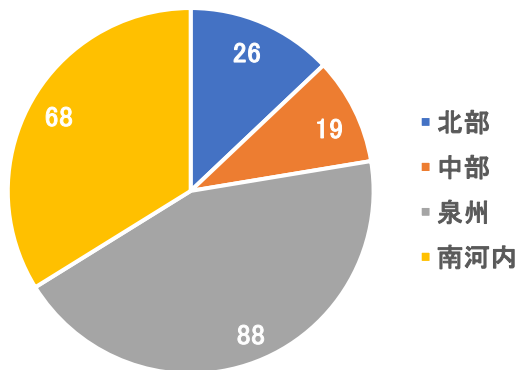
【しごと】（2）新規就農者・企業の確保育成

新規就農者の全体傾向について

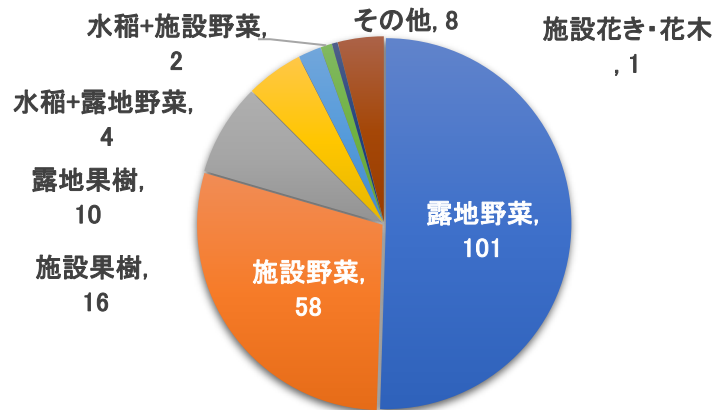
新規就農者の約1/3が就農後5年以内に農業収入500万円以上に達している。
一方、200万円未満で停滞している者も約1/3となっている。

（500万円以上37%（57名/156名）、200万円未満29%（45名/156名））

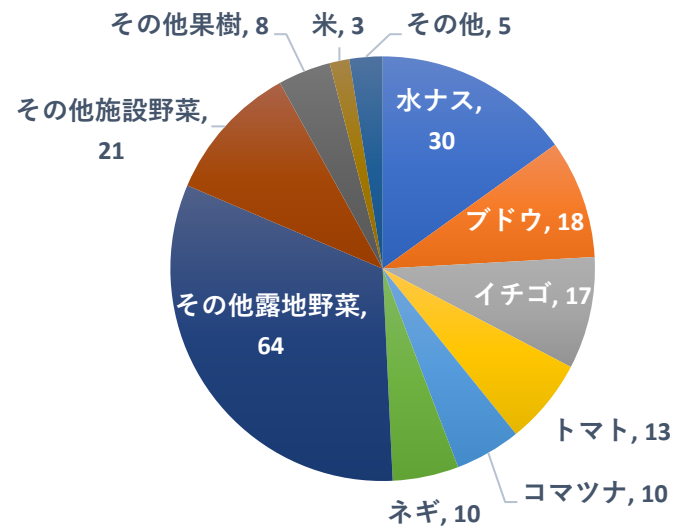
○営農地域は泉州・南河内が多い



○露地野菜が過半を占める

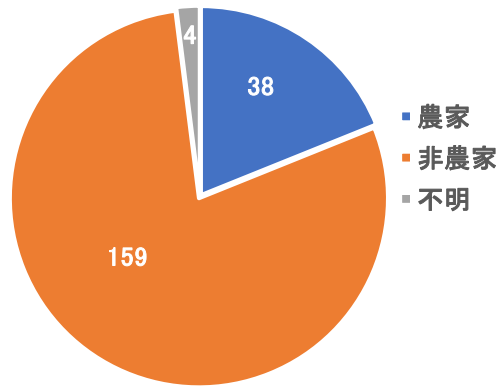


○営農品目の上位は 水なす、ぶどう、トマト、いちご

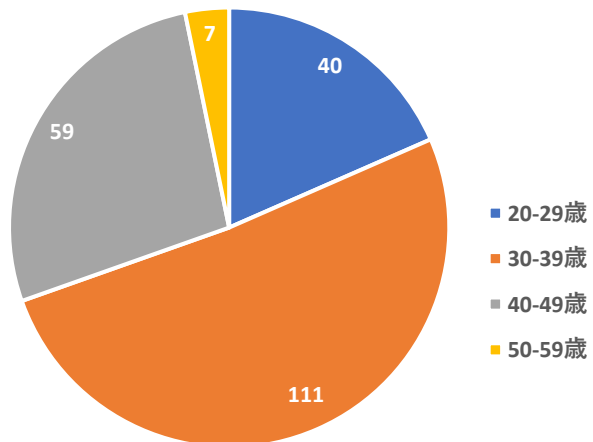


【しごと】（2）新規就農者・企業の確保育成

○非農家出身が約3/4を占める



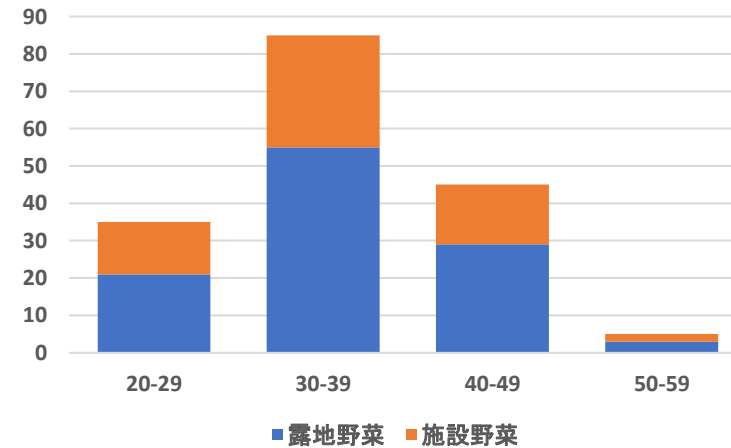
○半分以上が30歳代で就農



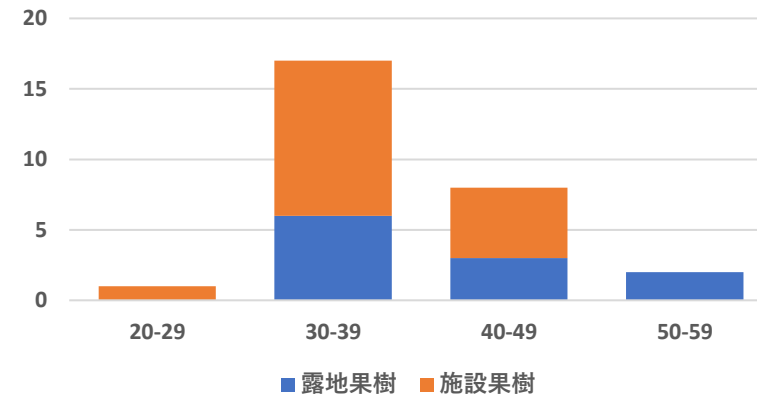
○就農時の年齢と栽培形態（露地・施設）

年齢が上がるに連れて、施設栽培の割合がやや高まる
（自己資金の確保が関係すると推察）

（野菜）



（果樹）

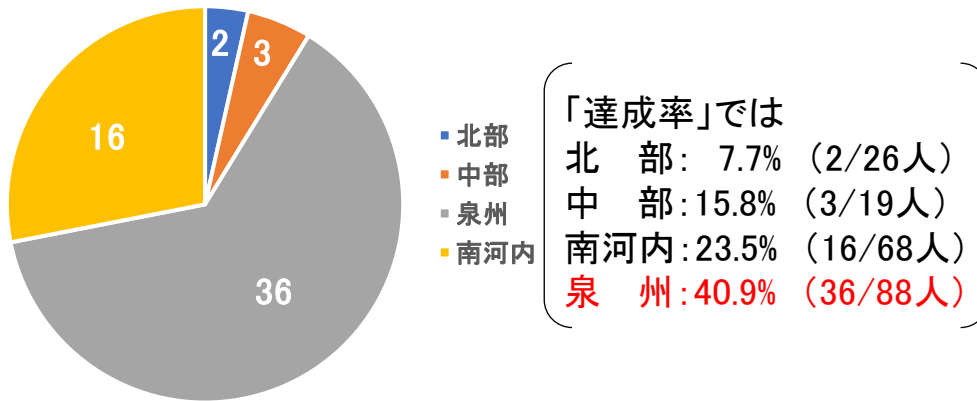


【しごと】（2）新規就農者・企業の確保育成

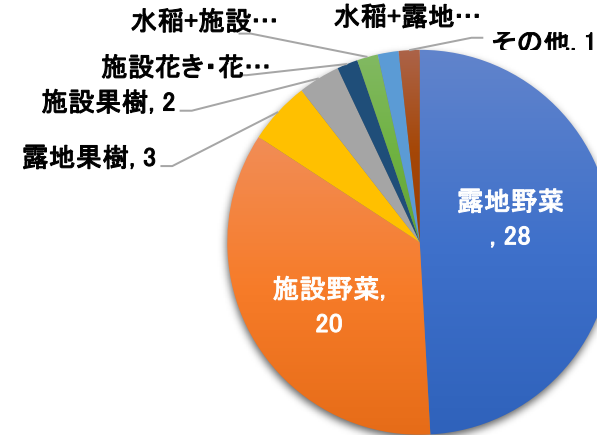
経営発展成功事例（ベンチマーク：就農5年後農業収入500万円以上※）の属性

※認定新規就農者の所得目標（220万円以上）と同水準

○営農地域は泉州が多い

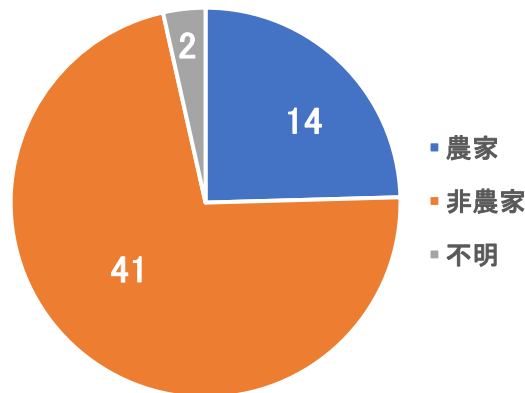


○施設栽培の割合が高くなっている

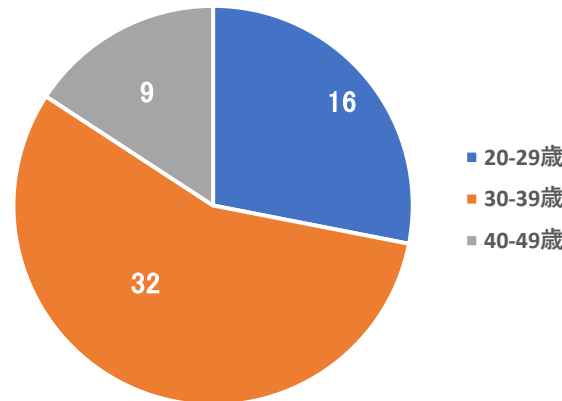


○農家出身者・30歳代の割合が高くなっている

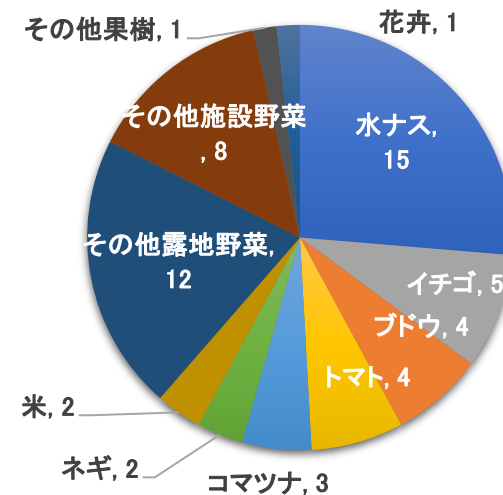
（出身別（農家・非農家））



（年代別（就農時））



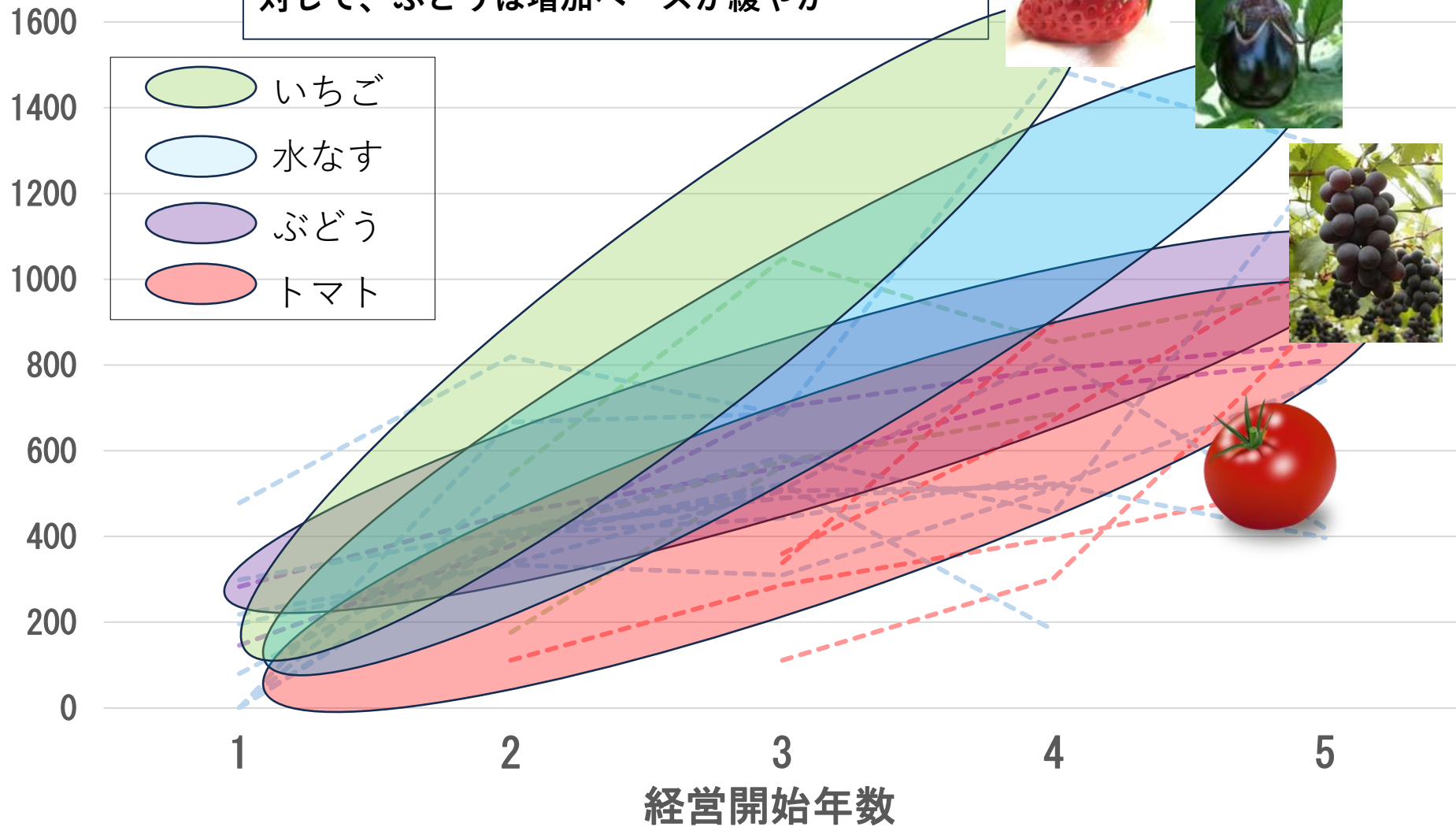
○水ナス・いちごの割合が高くなっている



【しごと】（２）新規就農者・企業の確保育成

年間農業収入
(万円)

いちご、水なすは農業収入の増加ペースが速く、
トマトはそれに続く
対して、ぶどうは増加ペースが緩やか

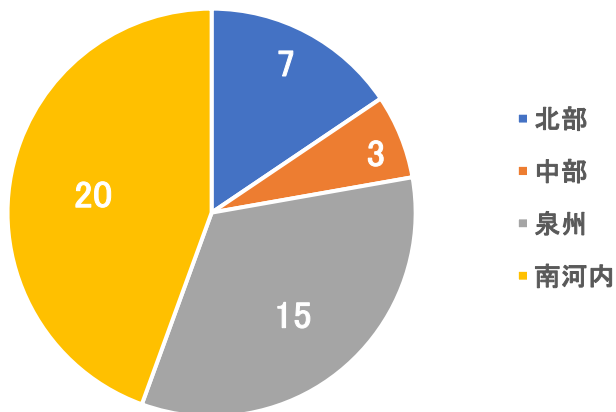


【しごと】（２）新規就農者・企業の確保育成

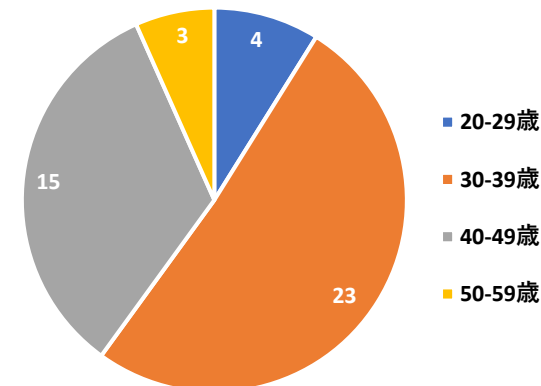
（参考）経営発展停滞事例（就農５年後農業収入２００万円未満）の属性

栽培品目は多岐に渡っている。小面積ではまとまった売上が困難と思われる「マイナー作物」、
「土地利用型作物」も散見される。（露地野菜の割合が高い）

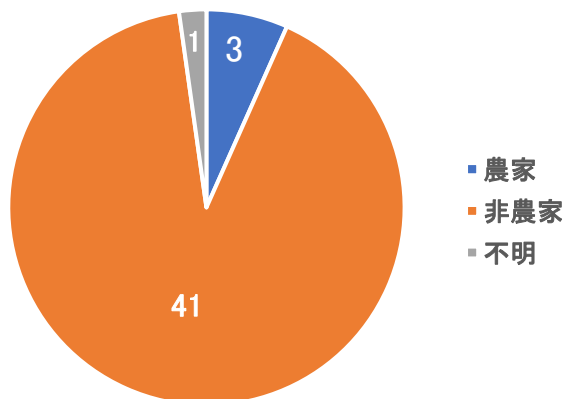
○泉州の割合が低い
（相対的に南河内の割合が高くなっている）



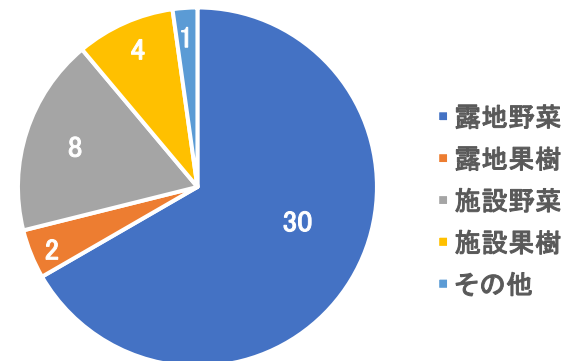
○年齢分布について
３０代が中心だが４０歳代も多い



○非農家出身がほとんど



○品目に傾向はみられない
（露地野菜の割合が高い）

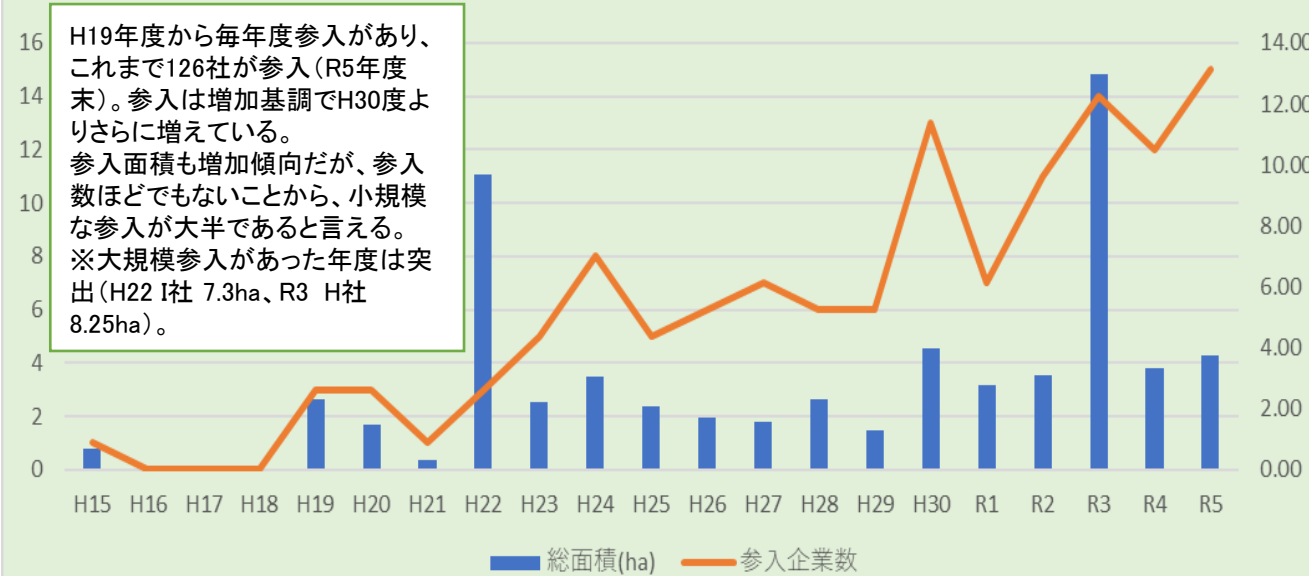


品目	
施設・いちご	2
露地・いちご	1
露地・いちじく	2
露地・ズッキーニ	2
露地・トウモロコシ	2
露地・トマト	4
露地・なす	1
施設・なす	2
露地・ニンジン	2
露地・ねぎ	1
施設・ねぎ	1
露地・ぶどう	2
施設・ぶどう	4
露地・水なす	2
露地・オクラ、黒豆	1
施設・こまつな	1
露地・しいたけ	1
露地・じゃがいも、トマト	1
施設・パジル	1
露地・ピーマン	1
露地・ハウレンソウ	1
施設・ミニトマト	1
露地・温州ミカン	1
露地・玉ねぎ	1
露地・大根、白菜	1
露地・白菜	1
その他・赤しそ	1
露地・少量多品目	1
露地野菜	3

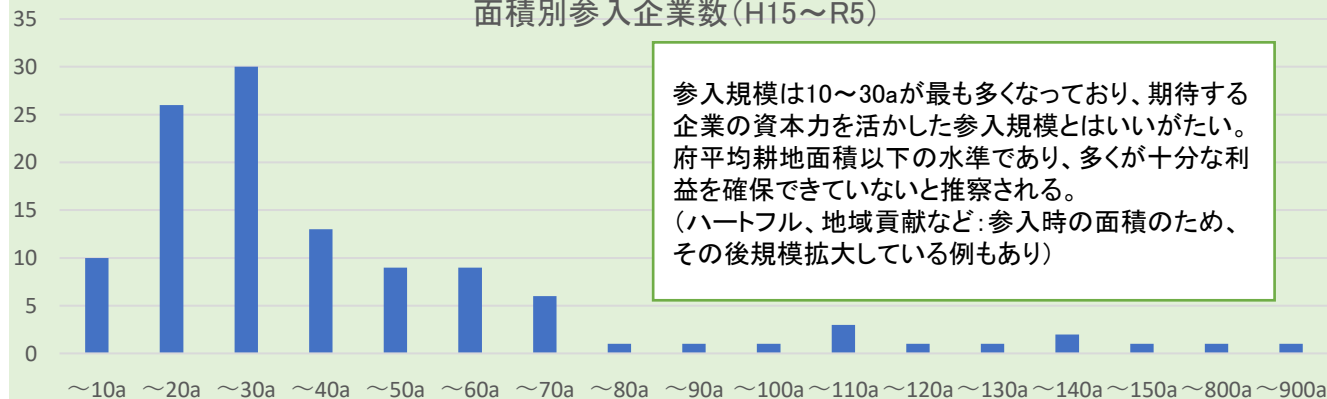
【しごと】（２）新規就農者・企業の確保育成

参入企業の状況（１）

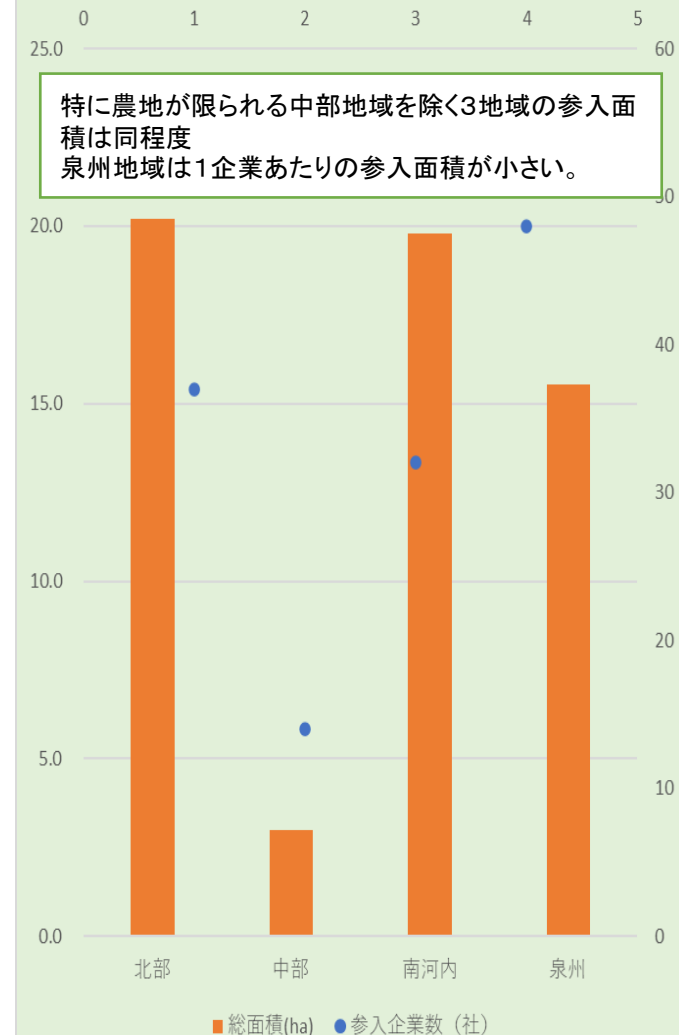
参入企業数と面積の年度別推移



面積別参入企業数（H15～R5）

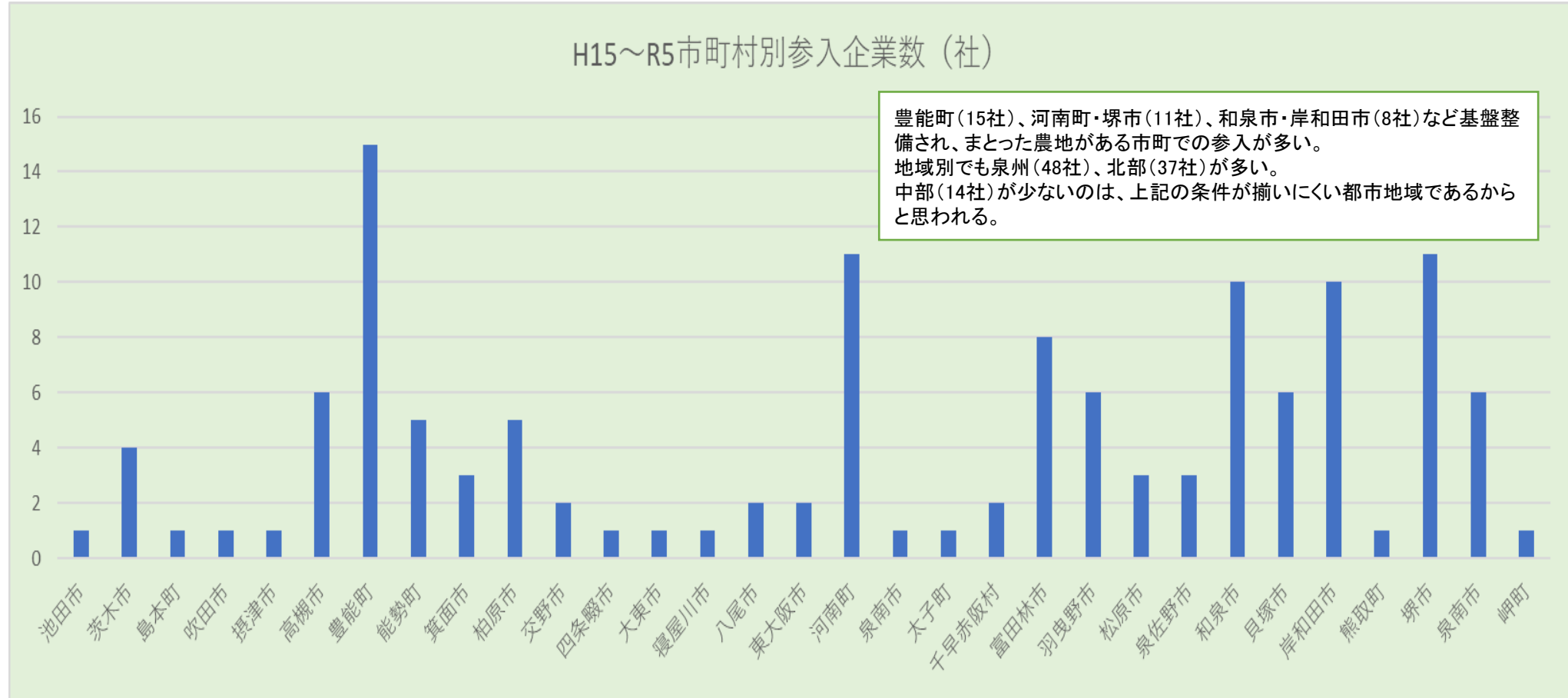


地域別 参入企業の数と面積



【しごと】（２）新規就農者・企業の確保育成

参入企業の状況（２）



【しごと】（２）新規就農者・企業の確保育成

課題: 農業に関心のある企業の把握と伴走支援による参入の実現
（優良な企業は全国レベルで取り合い。企業経営スピードへの対応）

「大阪農業つなぐセンター」を中心とした企業参入の促進

- ・情報提供: 企業参入セミナー、既参入企業等との体験交流会の開催 <大阪農業の強みをアピール>
- ・技術支援: 社会人でも受講しやすい短期実践課程（WEB講義、1年制）の開設（R7新規予定・農大）
大阪産（もん）スタートアカデミーの開催、市町村農業塾等の紹介
- ・伴走支援: 就農希望市町村への仲介
就農計画の作成支援、制度資金・補助制度等の活用助言 など
参入定着アドバイザー（みどり公社）の派遣

参入候補農地の確保

- ・施設栽培等を行えるまとまった農地の確保に向けた地主や地域の意向把握・利用調整の実施
（R7新規予定・府農業会議等と連携）

【しごと】（3）マーケットインの発想による重点品目の生産振興

○グローアップ対象品目についての目標達成状況(実績(R5)/目標値(R8))

品目	なす	ぶどう	えだまめ	いちご	きくな
販売額	2.22億円/2.12億円	5.25億円/6億円	0.34億円/0.53億円	1.4億円/3億円	3.4億円/3.8億円
新規就農者 (累積)	3名/6名	新規就農者による利用集積 (累積):1.4ha/3ha	2名/3名	4名/10名	4名/9名
栽培面積 ・単収等	栽培面積:8.7ha/8.6ha	単収:149万円/150万円 労働時間:-5.7%/-12%	反収:768kg/850kg	単収700万円以上の 生産者数 7名/11名	

○R2年度⇒R5年度の販売額増減要因(農の普及課ヒアリング)

			なす	ぶどう	えだまめ	いちご	きくな
増加要因	生産	生産者の技術向上				○	
		新たな生産技術導入による品質向上、生産量増				○	
	担い手	新規就農者、参入者の増加				◎	
		中心となる経営体の規模拡大、農地集積	○	○		○	
	販売	小売店、飲食店等経由での高価格での販売	△				
		市場価格の上昇		○			◎
		消費者への高価格での直売		○		△	
		出荷時期をずらしたことによる高価格販売		○			
		認知度向上による販売量増				△	
減少要因	生産	夏の高温による生産量の減	◎	△	○		○
	担い手	高齢化等による生産者数の減少			○		○
	販売	市場価格の下落					



5品目中
ぶどう、いちご、きくな
について個別分析

【しごと】（３）マーケットインの発想による重点品目の生産振興

グローアッププラン対象品目販売額の増減要因(対象品目:ぶどう 対象地域:中部・南河内)

背景

- ・府内全域的に収益性の高い品種への転換が進んでいる。直売所等における高品質化による高価格販売が重要。
- ・生産者の高齢化により、中心となる担い手の農地集積、新規就農者の確保が必要。

過年度取組と実績

- ・スマート技術(自動開閉装置)の導入による収穫時期の前進
- ・植調剤等による果皮色の着色向上技術の確立
⇒高品質化、単収は増加傾向(20名中12名单収増加)
- ・シャインマスカット等大粒系品種への転換促進に向けたJAブランド確立支援
⇒デラウェアと大粒系品種の導入面積比7:3
(目標未達成)
- ・地域の担い手塾等における新規就農者育成
(例:羽曳野市ぶどう就農促進協議会、柏原市担い手塾)
- ・主力となる担い手に対する経営強化
⇒5名が規模拡大し、2,300千円販売額増
- ・援農ボランティアの育成による労働力確保
(醸造用ぶどうの収穫作業を行う人材の育成等)

今後の取組方針

- ・スマート技術(自動開閉装置+データ管理)の導入拡大
⇒収穫時期のさらなる前進と品質向上による単収増加
- ・着色向上に向けた取組継続
- ・シャインマスカット等大粒系品種への転換促進を継続することによりJAブランド確立への継続的な支援(JA出荷体制整備等)
- ・地域の担い手塾等の継続支援⇒新規就農者のさらなる確保
- ・主力となる担い手に対する経営強化の継続支援⇒規模拡大
- ・大阪オリジナルぶどう「虹の雫」のブランド化とPR強化
(ブランド研究会による栽培技術の向上、販売戦略策定とPR)
⇒単収増加

【しごと】（3）マーケットインの発想による重点品目の生産振興

グローアッププラン対象品目販売額の増減要因(対象品目:いちご 対象地域:北部)

背景

- ・いちごの新規就農者が府内全域で増加しているが、グローアッププランの対象としている北摂いちご生産者についても、いちご栽培歴5年未満の会員が約8割で、多くの会員が栽培技術に不安を持っている。
- ・地域の食品関連事業者からの引き合いが強く、今後も需要や単価の維持が見込まれる。

過年度取組と実績

- ・スマート農業(環境測定機器)の導入による最適な栽培管理方法の検証
- ・リアルタイム栄養診断の導入
- ・令和3年度、4年度「いちごアカデミー」実施と地域と連携した農地確保推進
⇒新規就農者が増加(6名) ※単収は低い
- ・R2年度時点の就農者(12名)を対象とした生産技術指導
⇒収穫量、単収が増加
(収穫量増8名、単収増6名、規模拡大2名)
- ・北摂いちご祭りの実施による認知度向上(R3～)
- ・北摂いちご生産者の会の育成
⇒会員18名による販売額増加(0.7億円)

今後の取組方針

- ・スマート農業(環境測定機器)の導入拡大
⇒高収量、高品質化による単収増加
- ・地域と連携した新規就農者確保支援の継続
特に、新規就農者等を対象とした栽培技術指導の継続
⇒単収が低い生産者の収穫量・単収の増加
- ・認知度向上に向けた「北摂いちご祭り」等の継続実施
⇒需要に応じた生産物の高付加価値化によるPR

【しごと】（3）マーケットインの発想による重点品目の生産振興

グローアッププラン対象品目販売額の増減要因(対象品目:きくな 対象地域:泉州)

背景

- ・きくな産地があるJAいずみの、大阪泉州ともに、R3年度以降は出荷量が減少傾向するも、R2年度からR5年度にかけて販売単価が上昇しており、販売額増の最大の要因になっている。
以前は、他府県産地と比較して、大阪のきくनाは低い価格で取引されることが多く、荷姿の改善が求められていた。
- ・夏期の市場単価は特に高いが、ここ数年の顕著な高温により生産量を増加させることが困難な状況になっている。

過年度取組と実績

- ・JAの出荷部会に対する荷姿改善の指導
⇒取引価格の向上
- ・夏期高温対策の指導
⇒想定を上回る高温による栽培難易度の上昇と、高温期の延長による秋(10月)出荷量の減少
- ・実践的な研修(水なす+きくなアカデミー)を通じた新たな担い手確保支援
⇒新規就農者が増加(4名)
- ・「泉州きくなフェア」実施による需要喚起・消費拡大
(例:新たな食べ方提案、柔らかさや機能性のPR)



今後の取組方針

- ・効果的な高温対策技術の実証、普及(遮熱資材の活用等)
⇒比較的高単価が狙える秋期の生産量拡大
- ・JAとの連携による担い手育成の継続支援
(水なす+きくなアカデミー(JA大阪泉州)、チャレンジファーム(JAいずみの研修ほ場)の開設)
⇒新規就農者のさらなる確保
- ・事業者(飲食店、宿泊施設等)や府民を対象に「泉州きくなフェア」等によるPR活動を継続実施
⇒きくナの需要を拡大、取引価格の向上

きくなの荷姿



改善



砂がまじったり、葉枯れが見られた

【しごと】（4）成長と持続を支える生産基盤の整備

基盤整備による担い手への集積・集約化

○整備済地区での参入事例

- ・岸和田丘陵地区（13.0ha※） ※事業実施面積：21.3ha
整備により個人農家の規模拡大や企業参入が促進



水なす生産農家の拡大



- ・伏見堂地区（富田林市 11.1ha）
整備農地において新たな担い手が高収益作物を生産



高収益作物（ねぎ）の生産



○基盤整備による効果（計画）

- ・56haの基盤整備（5地区）により生産額増※

※事業計画書から算出

水稻から高収益作物への転換
（水なす・ねぎ・いちご・きくなど）



5地区計 約8億円の生産額増（540%増）

- ・JAと連携した整備済農地の活用による担い手育成

- ・農業用ハウスをリースし、農産物の品質確保
- ・チャレンジ農場を設置し就農前に栽培を経験



高収益作物の生産能力向上

【しごと】 (5)スマート技術導入の推進

背景と現状

- 農業分野では近年、ロボット技術やICTを活用して、超省力化、精密化や高品質生産の実現を推進する「スマート農業」が全国的に展開
- 大阪府では、「成長と持続に資するスマート技術導入の推進」を力強い大阪農業の実現に向けた重要施策の一つとして実施
- 主要作物である、いちご、ぶどう、水なすにおいて、最適な栽培環境制御による高品質・高収量化を目指す取組や自動制御機器等による省力化の取組を実施

府におけるスマート農業の考え方(大阪府スマート農業推進指針 抜粋)

全国的にスマート農業は、トラクター等の農業機械の自動走行をはじめとした超省力・大規模生産などが取り上げられているが、本府では、大阪農業の特徴である施設園芸中心にスマート農業を推進

- 1 生産性の向上(施設園芸の高収量・高品質化)
 - ①施設園芸におけるデータ活用
- 2 持続可能な農業(自動化・省力化など)
 - ①栽培施設管理の省力化
 - ②コストを抑えた技術導入(スマート農業DIY事業)

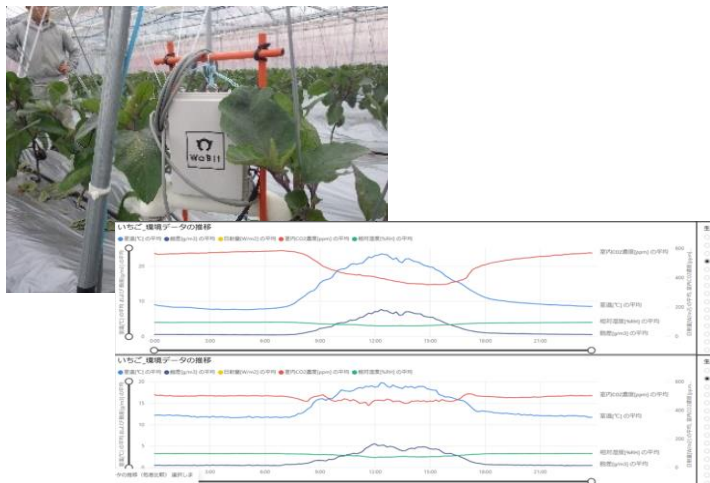
目標設定(R7年度)

スマート農業技術を導入する農業者 150名(R6.3月時点 128名)
民間技術と生産者・産地とのマッチング事例 25事例(同 15事例)

※アクションプラン目標設定(R8年度)

スマート農業技術を導入する農業者 180名

【関連】農業者-企業マッチング、企業・大学等との連携



ハウス内の環境データ収集及び分析画面



ぶどう波状型ハウスの省力換気（自動開閉）



- ・ノズルを引くと通電によりカウント
- ・ホルモン処理数から収量予測モデルを構築中
- ・実用新案登録
- ・スマホとのデータ通信など改良中
- ・製品化検討中

企業・大学とのコンソーシアムによる技術開発
(カウント機構つきホルモン処理スプレー)

データ駆動型農業の取組経過・成果と目標(案)

①今までの取組:データの収集・蓄積・分析

- ・府の施設園芸主要品目(ぶどう・いちご・水なす)を対象にセンシング機器を設置
- ・先進農家の栽培環境データ(温度、湿度、CO2、土壤水分などの環境データ)と生育・出荷データを収集・蓄積
- ・個別データから環境制御機器の効果、栽培環境の改善点を調査分析

②現在の取組:データの見える化・指標値の作成

- ・データ統合システムを構築(R5年度)、それぞれのデータを見る化・比較
- ・先進農業者のデータ等をもとに、環農水研の分析支援により最適環境の指標値(候補)を選定

③今後の方針:指標値から最適環境をモデル化、データ活用の実践で収益向上へ

- ・データ分析による全生育ステージでの指標値確立(標準モデル化)
- ・データ統合システム(過去比較・他者比較)と併せた環境制御の高度化

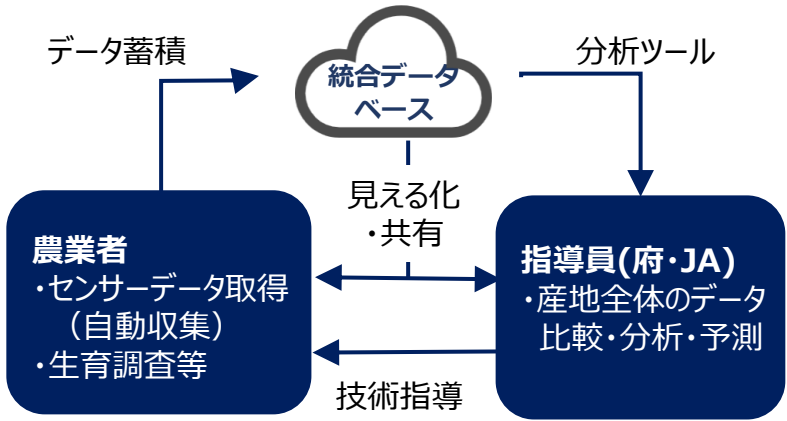


CO2施用機



環境センシング機器

データ統合システムの模式図



年次・目標	～R5－6年作		R6～7年作～	目標案		
	個別技術の効果	データ活用の進捗状況	今後の展開	販売額増加見込み (10aあたり)(ア)	減価償却費 +ランニング費(イ)	効果額 (ア－イ)
ぶどう	・波状型ハウス自動開閉 →【加温栽培】収穫期の1週間前進 (販売額370千円／10a増加) →換気作業省力化(全体5%、生育初期繁忙期15～30%減)	・栽培環境センシング導入 →篤農家のデータ等を踏まえ「温度管理指針」を策定 →データ分析により自動開閉の効果、指針を踏まえた改善点等を「見える化」	・データ分析による生育ステージ全体の指標値確立(標準モデル化) ・データ統合システム(過去比較・他者比較)と併せた環境制御の高度化	【加温栽培】収穫期前進(10日～2週間)による販売単価向上 販売額475～660千円アップ	86千円	389～574千円
いちご	・CO2施用 →収穫量30%増加の事例	・栽培環境センシング導入 →篤農家のデータ等から環境制御指標値を選定中	ぶどう ・加温栽培での自動開閉・データ活用の導入拡大 いちご・水なす ・環境制御機器の導入拡大(CO2施用、加温機、自動かん水等) ・データ活用の導入促進	収穫量20%増加(3トン→3.6トン) 販売額1,200千円アップ	718千円	482千円
水なす	・CO2施用 →収穫量9%増加の事例	・栽培環境センシング導入 →篤農家のデータ等から環境制御指標値を選定中		収穫量20%増加(16トン→19.2トン) 販売額1,392千円アップ	689千円	703千円

データ駆動型農業の方向性(案)【ぶどう】

データ駆動型農業の目的

①高収量化

②高付加価値化(販売単価向上)

③省力化

	目的	手法	効果	評価・課題	今後の展開
ぶどう	②高付加価値化【取組中】 ・収穫期の前進による販売単価UP ③省力化【取組中】 ・繁忙期の労働時間削減	・ハウス自動開閉して環境(温度)を自動制御 →生育適温の保持 →換気作業省力化	・収穫期1週間前進、販売額UP(2,370千円/10a→2,740千円/10a) ・ビニル巻上げの実作業時間の削減(全時間の5%・20時間、2月下旬～3月上旬の繁忙期15%)	・ハウスの自動開閉は、初期投資の負担が比較的小さい(約30万円) (・波状型ハウスでは高収量化は技術的に困難)	・加温栽培(20ha)のうち、自動開閉の設置が可能な16ha(見込み)でのデータ駆動型農業の導入をめざす ・篤農家データ等に基づく収穫前進化(最大2週間)を早期に実証する ・収穫前進化(最大2週間)及び自動開閉稼働状況の目視巡回時間の削減を図るため、自動開閉＋環境モニタリングの導入を図る
	②高付加価値化【次のステップ】 ・収穫期の更なる前進化、更なる販売単価UP ③省力化【次のステップ】 ・自動開閉稼働状況の目視巡回を不要に	・標準モデルに即したモニタリング機器の活用による栽培環境の精密化 →生育を最大限に促進 →自動開閉稼働状況の遠隔監視	・【今後見込める効果】収穫期10日～2週間前進、販売額UP(販売額 2,370千円/10a→(最大)3,030千円/10a) ・【今後見込める効果】ハウス開閉、目視巡回の労力削減(全時間の10%削減・40時間、2月下旬～3月上旬の繁忙期30%)		

データ駆動型農業の方向性(案)【いちご・水なす】

	目的	手法	効果	評価・課題	今後の展開
いちご	①高収量化【取組中】 ・収穫果数の増加による収穫量UP	・ハウス内の機器で環境(温度、CO2等)を自動制御 →生育の促進	・CO2施用導入により30%収穫量増加の事例	・効果の確認が1技術1事例に留まる	・北部・中部・南河内の施設栽培(6ha)のうち、8割の面積(4.8ha)でのデータ駆動型農業の導入をめざす ・温度設定など生育管理の改良による収量アップに向け、環境モニタリングの導入を図る ・更なる収量アップに向け、CO2施用等の技術の実証、導入拡大を図る
	①高収量化【次のステップ】 ・収穫果数の最大化、連続収穫(収穫の休止期間を発生させない)	・標準モデルに即したモニタリング機器の活用による栽培環境の精密化 →生育を最大限に促進	・【今後見込める効果】標準モデルに基づいた環境制御の精密化により収穫量20%増加(3トン→3.6トン)、販売額1,200千円アップ(6,000千円/10a→7,200千円/10a)	・栽培環境の指標値選定が部分的に留まる ・環境制御の高度化には初期投資の負担大(約450万円)	
水なす	①高収量化【取組中】 ・収穫果数の増加による収穫量UP	・ハウス内の機器で環境(温度、CO2等)を自動制御 →生育の促進	・CO2施用導入により9%収穫量増加の事例	・効果の確認が1技術1事例に留まる	・水なす加温促成栽培(約4ha)のうち、8割の面積(3.2ha)でのデータ駆動型農業の導入をめざす ・温度設定など生育管理の改良による収量アップ、等階級・可販果率向上に向け、環境モニタリングの導入を図る ・更なる収量アップに向け、CO2施用等の技術の実証、導入拡大を図る
	①高収量化【次のステップ】 ・収穫果数の最大化 ③高付加価値化【次のステップ】 ・等階級・可販果率の向上による販売単価UP	・標準モデルに即したモニタリング機器の活用による栽培環境の精密化 →生育を最大限に促進 →ストレスの少ない生育環境	・【今後見込める効果】標準モデルに基づいた環境制御の精密化により収穫量20%増加(16トン→19.2トン)、販売額1,400千円アップ(6,960千円/10a→8,352千円/10a)	・栽培環境の指標値選定が部分的に留まる ・環境制御の高度化には初期投資の負担大(約350万円)	

【くらし】（1）大阪産(もん)購入拠点の充実

大阪産(もん)を手にとれる・味わえる場所を表示

販売店等のマッピング

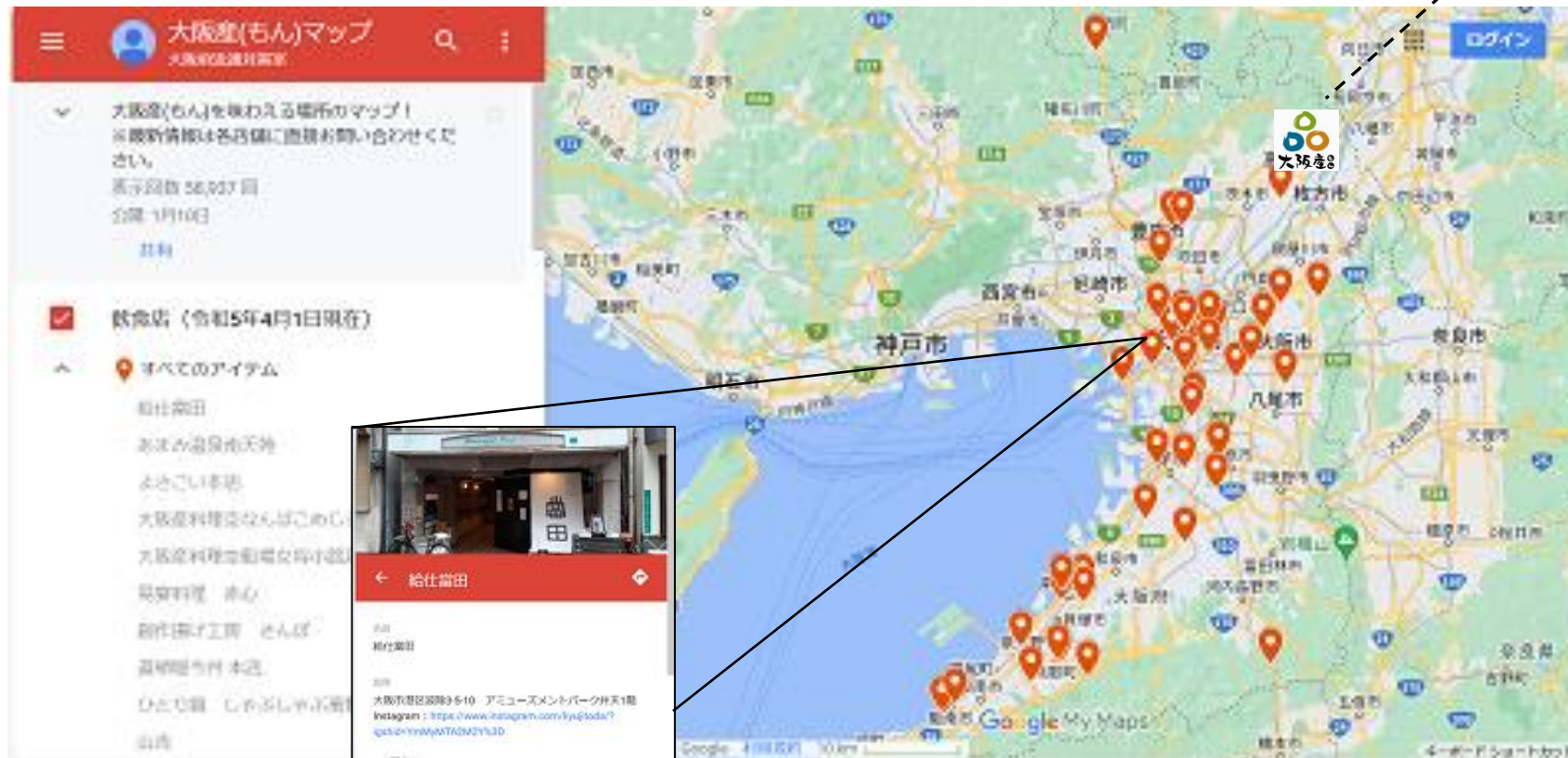
- 大阪産(もん)の購入拠点(販売店・直売所)、飲食店及び観光農園等をGoogle Map上に表示

ピンを大阪産(もん)ロゴマーク等のイラストにすることで見える化を図る

大阪産(もん)の
購入拠点等を可視化



府民等に広く大阪産(もん)
を手にとっていただく
よう取り組んでいく



※現時点では飲食店のみ

※その他、購入拠点や観光農園等は、令和7年3月中運用開始予定



【くらし】（2）食と農の連携による大阪産（もん）の魅力向上

ブランド力向上に向けた取組 大阪・関西万博は、府民や国内外からの来阪者に大阪産（もん）を味わっていただく絶好の機会。万博のインパクトを最大限に活かし、需要拡大を創出する取組を展開。

国内での展開

- 万博会場内での活用を促進（みどり認定の推進）
- 府内産地への誘客、府内周遊を促進
 - ・ 大阪ウィークで大阪産（もん）とその産地の魅力をPR
 - ・ 大阪ヘルスケアパビリオン等での物販・飲食の提供
 - ・ 観光農園におけるインバウンド受入れ態勢整備の推進
 - ・ 観光農園への旅行社等向けファムトリップの実施
 - ・ 空港・鉄道会社等と連携したコンテンツの情報発信
- 府内各地での大阪産（もん）の見える化
 - ・ 味わえる・買える・体験できる施設等にステッカーやのぼりを配布し、府内一体的にPR
- 府民等に向けた地産地消等の推進
 - ・ 新たなランドマーク等で脱炭素社会の実現に向けた地産地消等の啓発イベントを実施
 - 令和7年 5月 グラングリーン大阪（予定）
 - 令和7年11月 天王寺公園「てんしば」（予定）



産地への誘客、府内周遊



空港・駅構内等での情報発信



大阪産（もん）可視化



グラングリーン大阪



てんしば

（過去実績）令和5・6年度

- ・ 5月 グランフロント大阪
- ・ 11月 天王寺公園「てんしば」

海外への展開

- これまで輸出していない国に向けた大阪の強みを生かした付加価値の高い農産品の輸出
- ・ 海外シェフ等を対象とした食材提案会の開催
- ・ 長距離輸送に資する鮮度保持技術を活用した、ターゲット国へのサンプル輸送、需要調査等



国内外からの観光客
における認知度向上



味わえる・買える・体験できる
ところへの来客増



これまで輸出していない
国への販路を拡大

【くらし】（3）脱炭素社会に貢献する農業生産

令和6年度 取組内容と今後の方針

1. イベントでの表示

- 7月16日 府4Hクラブ軽トラタ市
- 7月19日 虹の雫初売り@阪神百貨店
- 8月3日 ぶどうエキスポ2024@ららぽーと堺



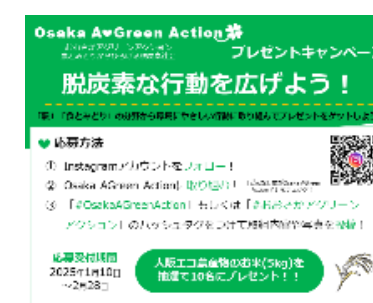
2. 府内直売所への表示働きかけ

- 府内の大型直売所（主にJA系列）へ働きかけ
令和7年1月現在、14直売所で表示（あすかてくるで2店舗、こーたり〜な、またきて菜、畑のつづき、農風館など）
→ 脱炭素エネルギー政策課のX(旧Twitter)で情報発信
- おおさかカーボンフットプリント※プロジェクトへの登録呼びかけ
※大阪産農産物を対象に生産と流通段階で排出される温室効果ガスをCO2削減率として表示する取組



3. Osaka AGreen Actionと連携した取組

- Osaka AGreen Actionプレゼントキャンペーン（令和7年1月～2月）
概要：脱炭素につながる行動をInstagramに投稿
「直売所でカーボンフットプリントラベルを見かけた」等も対象。



4. 有機農業取組面積の拡大

- 現在、府内84.2ha（0.7%）で有機農業に取り組んでおり、さらなる拡大に向け下記の取組等を実施
 - ①新規就農者の育成指導
 - ②有機農業栽培マニュアルを作成
 - ③商談会の実施、国商談会への参加

<参考> 有機農業拡大による脱炭素効果

87tkg-CO2(試算値)

【地域】（1）農業・農空間と府民をつなぐ機会の充実

農空間プラットフォームの活動事例について(R6年度)

てんのうじZOOガーデン



実施主体: 体験農園`あじわい`

実施内容: ポットへの種まき体験、ポット苗植付体験、収穫体験、天王寺動物園での給餌見学体験

参加者数: 24名

実施回数: 6月～10月の計4回

効果(アンケートより): 都会で農業体験ができてよかった、自分たちが育てた野菜を動物たちがおいしそうに食べてくれてうれしかった、等、参加者から好評な意見が聞かれた



天王里山テーマパーク化構想の取組み

実施主体: 天王NF

実施内容: 1 稲WCS(稲発酵粗飼料)栽培(ドローン直播見学会、WCS刈り取り見学会)
2 摂南大学農学部スマート農業見学(ドローンやスマート農業機械の説明・実演)
3 水田を活用した府内企業との連携(天王地区の空き水田を活用し、府内企業の新入社員と共に食用米を生産。)生産した食用米は府内のこども食堂に全量寄付

参加者数: 1 ➡90名 2 ➡200名 3 ➡120名(※延べ人数)

効果(実施者コメントより): この取り組みを開始して2, 3年たつが、実際に週末だけドローンのオペレーターとして農業に携わる「新しい兼業農家」が育っている。
大学生にも、天王が「第2の故郷」として記憶に残ってもらえるよう活動を続けたい。



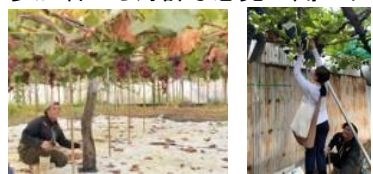
ぶどうの収穫体験をしよう！



実施内容: ぶどうの収穫、箱詰め体験

参加者数: 9名

効果(アンケートより): 収穫から箱詰めなど体験できて楽しかった、生産者と直接お話しできた、等、参加者から好評な意見が聞かれた



摘みたてハーブを味わいつくそう！



実施内容: ハーブの収穫、ハーブティ試飲、ハーブバスソルトづくり体験

参加者数: 8名

効果(アンケートより): 知らなかったハーブに出会えた、ハーブの楽しみ方がよくわかった、等、参加者から好評な意見が聞かれた



畑でホクホク芋煮会



実施内容: 冬野菜の収穫、芋煮会

参加者数: 26名

効果(アンケートより): 子どもたちに土いじりさせることができた、生産者と直接お話しできた、収穫したものを食べるのは食育になる等、参加者から好評な意見が聞かれた



引き続きプラットフォームの運営を行い、会員と情報共有しながら都市住民と農空間をつなぐ取組の充実を図る。

【地域】（2）農を活かした地域づくりの推進

特徴的な農空間づくり協議会の活動事例

○大谷養水地区（寝屋川市・交野市）

- 大谷養水地区農空間保全協議会 R5.3.7認定
- R5年度から農空間多面的機能支払事業により農地維持活動（ため池堤防等の草刈り、水路清掃等）、資源向上活動（水路補修や農空間の見学会（ため池～レンゲ畑）等）を実施。
- 基盤法に基づく地域計画策定に向け、過年度協議会でとりまとめたアンケートを活用し、協議の場（集落座談会）を協議会単位で実施。



農空間づくり協議会等の活動効果

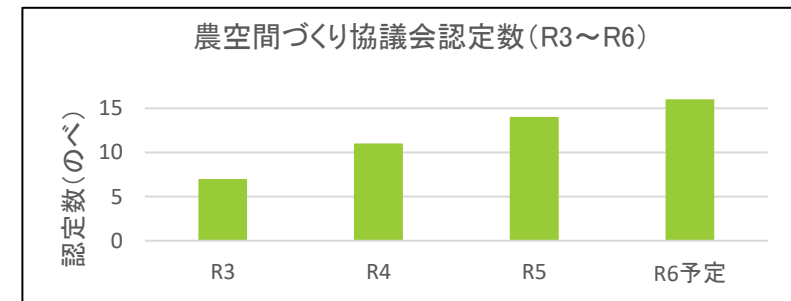
- 農空間づくり協議会等の活動
ため池や水路の草刈り、清掃や施設の補修等の活動を府内各地で実施



2,484 ha※の農地保全に寄与
（農空間保全地域に占める割合 21.8%）

※農空間づくり協議会活動面積＋多面的機能支払活動面積

- 農空間づくり協議会認定の推移



※R5,6年度は市町村の地域計画策定支援を優先

農地保全に取り組む活動組織（農空間づくり協議会）の数は増加傾向。
地域計画策定後も、地域計画の充実・実現に向けた話し合いの中心的役割を担う組織として、
農空間づくり協議会設立を推進していく

【地域】(3) 農を知り、農に参画する機会の充実

取組状況・今後の取組について

農に知る機会の充実(観光農業・農業体験)

● 農業者開設の観光農園

大阪府内の観光農園

37農園(北部:13 中部:9 南河内:5 泉州10)

【収穫体験できる・味わえる品目ベスト3】

さつまいも 14農園(北部:4 中部:2 南河内:4 泉州4)
いちご 10農園(中部:3 南河内:2 泉州:5)
みかん 9農園(北部:1 南河内:3 泉州:5)

● 農空間保全団体や農業者等による農業体験等の実施



農空間保全団体による田植え体験の実施



農業者による収穫体験の実施



農空間保全団体による清掃活動の実施



大学による農業ボランティアの実施

現在の支援策

- 施設や機械等の購入への補助金等、生産支援
- HPやイベント等での広報
- 栽培や経営指導
- おおさか農空間づくりプラットフォームの設置(H29)

【登録団体】

農業者・農空間活動団体31団体
企業13社 大学9校

- 府民と農空間をつなぐポータルサイトの開設(R4)



- PF会員による交流会の実施
- ポータルサイトでの活動周知、活動内容記事掲載

インバウンド増加

(万博を機に来阪する外国人推計350万人)

体験したいアクティビティ「フルーツ狩り」
アジア41%、欧米豪22%

新たな動き

受入れ課題

受入れ経験が少なく、今後ノウハウの蓄積や環境整備が必要
※成長戦略局ガストロノミーツーリズム事業まとめより

今後の支援策

- 観光農園のインバウンド等受入環境整備や誘客を支援(R7年度新規・継続)インバウンド受入態勢整備

【対象】府内の観光農園(継続 予算額:2,400千円)

【補助率、上限】50%以内400千円

【補助メニュー】Webサイト多言語化・外国人に対する接客研修・キャッシュレス、翻訳機器の導入

- ②周遊ツアーにおける農業コンテンツ導入促進事業<宿泊税>

【内容】ファミトリップを行うことで観光コンテンツ造成を図り、観光農園に関する情報発信を強化する
(新規 予算額:2,840千円)

【対象】旅行社や宿泊施設のコンシェルジュ等

【時期】9~10月

インバウンドの現状・課題

- ・関心は高いが認知度は低い
- ・旅中における体験コンテンツの入手先

連携して観光農業促進・農業体験の機会を拡大

- 農空間訪問ツアー実施を府単独補助金により支援



農業者・農空間保全団体 会場費等支払
民間企業(府民参加の取組を企画) 参加費徴収
府民・大阪産のファンなど

・府単独「農空間活かそう事業」により受入環境の整備を助成(～R4開始)(上限100万円、1/2助成)
・農空間ライフステーション事業により府民参加の取組に要する経費を助成(～R6まで)(予算額2,000千円、事業費上限100万円、1/2助成)

R6実績(見込) 4件

府有施設の活用による農に親しむ機会の提供

● 大阪府立花の文化園

【R5年度実績】入園者数:70,285人

【R6年度状況】前年比135%見込

今後の取組みについて

- 多様なコンテンツを用意し、学ぶ機会を創出
- 広報を強化し入園者12万人をめざす



いも掘り体験

● 大阪府立農業公園(かいづか いぐきビレッジ)

【R5年度実績】来園者数:15,483名

【R6年度状況】来園者数:15,944名(3月末見込)

今後の取組みについて

- 通年で収穫体験ができるよう品目の充実を図る
- 周辺施設との連携により来園者の増をめざす



ハートフルアグリ(農福連携)の促進

- 令和4年度に農福連携に取り組む関係企業等が情報共有、相互支援を行う「ハートフルアグリネットワーク」を立ち上げ

R7.1時点:14社参加

今後の取組みについて

- 農福連携技術支援者の育成開始

