

策定の背景

- **(旧) おおさか農政アクションプラン (期間H24~H28)**  
大阪府新農林水産振興ビジョンの基本目標「府民とともにめざましく豊かな食とみどりの創造」を実現するため、「多様な担い手の育成・確保【ひと】」、「生産振興・産地形成における農と市民の共生」「国民的理解の下に施策の推進を踏まえて、都市農業の持続的な振興を図るための施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、国が基本計画を策定」  
・「地方公共団体は、基本計画を基本として、当該地方公共団体における都市農業の振興に関する計画(地方計画)を定めるよう努めなければならない。(法第10条)」

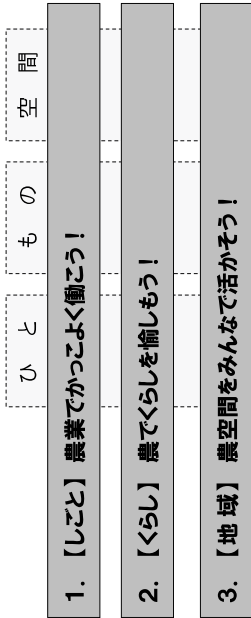
⇒新プランを法に基づき府地方計画として位置づけ

新プランの将来像と3つの方向性

- **目標年次**  
旧プランの成果を踏まえるとともに、長期的に人口減少社会が進んでいく社会情勢を見通しつつ、10年後に実現をめざす農政の姿を設定し、5年後を目標年次とした取り組みを示す(計画期間H29~H33)
- **将来像**  
大阪らしい豊かな府民生活が実現できるよう、府民とともに農を活かし、農業・農空間が有する農産物の生産・供給を基礎として多様な機能が発揮され、次代に継承していくことをめざす

府民とともに未来へつむぐ豊かな「農」

- **3つの方向性**  
府民生活において農業・農空間が将来にわたって果たす役割に着目し、【しごと】【くらし】【地域】をテーマに以下の3つの方向性を設定する。  
旧プランで【ひと】と【もの】【空間】の3つの柱を対象に進めてきた施策は相互に関連することから、有機的に結び付けられることで、より府民に分かりやすく、効果的に施策を推進する。



1. 農業でかっこよく働こう!

ー「重要な産業」としての大阪農業の振興ー

<10年後の姿>  
農業経営体の販売額の増加 200億円→240億円

(1) ビジネスマインドを持つ農業者の育成

- 大阪アグリアカデミアなどによる農業者の経営能力強化支援『ひと』など
- (2) **農業を新たな「仕事」にできる機会の拡大**  
○「新規就農村」の開設など新規就農者の参入促進と定着に向けた取組み『ひと』など
- (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**  
○研究機関などの連携によるICT・ロボット技術等の革新的農業技術の開発『もの』  
○規模拡大農業者や新規参入者・企業に農地を集積できる仕組みづくり『空間』など
- (4) **地産地消を支える農業者の育成と生産の振興**  
○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『ひと』  
○農産物の生産を支える農業施設のアアシリティイメネジメント『空間』など
- (5) **大阪産(もん)の全国ブランドとしての流通や海外販売**  
○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『もの』など

2. 農でくらしを愉しもう!

ー農を身近に感じ愉しめる機会の充実ー

<10年後の姿>  
府民が大阪産(もん)に直接ふられる拠点数(直売所及び販売所)の増加 470件→712件

- (1) **農を知る機会の充実**  
○メールマガジンやfacebookなどでの効果的な情報発信『もの』など
- (2) **大阪産(もん)を食べる機会の充実**  
○農産物直売所の魅力向上や府民に身近な購入場所と機会の提供『もの』など
- (3) **農業・農空間での交流・体験機会の充実**  
○JA等の農産物直売所の交流・体験拠点としての活用促進『ひと』など

3. 農空間をみんなでも活かそう!

ー大阪農空間の多様な機能の発揮促進ー

<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

- (1) **農業・農空間での活動に参加しやすい仕組みづくり**  
○交流プログラムの発信や相談窓口の設置などを行うプラットフォームづくり『ひと』など
- (2) **農を活かした地域づくりの推進**  
○地域協働や府民協働による農空間の多面的機能の保全・活用『空間』など
- (3) **地域力による安全安心の確保**  
○ため池のバザー・ドマップ作成や耐震診断など総合的な防災減災対策の推進『空間』など

● 農業者の経営力強化支援の充実

- ・CSV(本業における社会貢献)を念頭に選いた農業ビジネススクール(大阪アグリアカデミア)の運営
- ・経営コンサルティングの派遣(経営強化コンサルティング)
- ・経営強化プランコンテストの開催(おおさかNo-1グランプリ)
- ・人材確保のサポート(戦略型農業人材マッティング)

<公民連携による推進体制イメージ>



◆大阪アグリアカデミア



◆おおさかNo-1グランプリ

● 農産物直売所の魅力向上

- ・工場直売所等、地域ブランド農産物・加工品の二産地育成や近年高齢者や若年層農業者の出荷支援等による品揃えの充実
- ・レストランの併設やイベント開催等による直売所の魅力向上
- ・地元農産物の物語性や個性の紹介
- ・都市住民が参加できる農産物体験や交流活動の拠点としての機能強化
- ・農産物体験・生産者と交流活動のさらなる情報発信



● 農空間づくりに気軽に参加できる新たなプラットフォームづくり

- ・府民が農業農空間を体験し、交流するプログラムの発信、相談窓口の設置
- ・農業ホップアップ、半農半X等、府民の農を活かした活動機会の充実
- ・企業のCSR活動のプラットフォームの提供や地域のパートナーになる取組の推進等

