

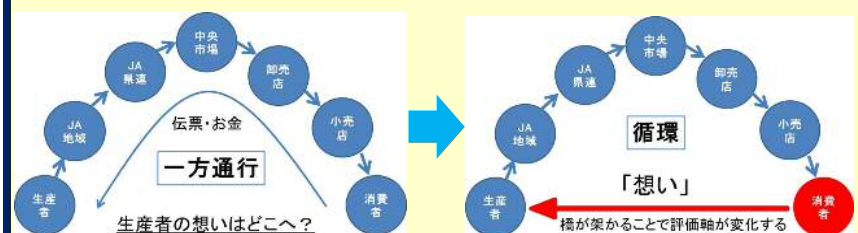
ファームマイレージ²運動を軸とした東大阪市農政の概要

生産者が農業を続けたい、消費者が応援したい、と思える環境を作り
消費者起点の地産地消で都市農業を新形態へ

背景と課題

生産者：高齢(平均73歳：推定)、耕地面積10~25a、ほぼ兼業(他収入あり)
消費者：80%以上が都市に農地・農業が残って欲しい、都市農業と触れ合う機会が少ない、安心できるものが欲しい
流通：ロット数少量のため市場が敬遠、直売所・朝市に限定的
農地：市街地に点在、資産価値が高く転用圧が極めて強い
農政：大規模集約型の農業体系や抜本的経営効率化などの施策が事実上選択できない

ファームマイレージ²



流通に「思い」を乗せ、生産者・消費者が「思い」を共有できれば、消費者ニーズを満たすものが生産され、生産者のモチベーションは上がり、結果として農地が守られるようになる。

「どれだけ想いを届けて農地(ファーム)を守ること(マイルージ)ができたか」

仕組みの方向性

生産力向上(入口の強化)よりも、消費力向上(出口の強化)に重点を置き
消費者に農業への理解を深める活動=「食農教育」を核に施策展開

- (1) 直接的出口の強化：農産物を直接購買する消費者へのアプローチ
- (2) 潜在的出口の強化：農産物を間接的に購買する消費者へのアプローチ
- (3) 入口の維持：担い手の確保と技術の保全のためのアプローチ

ブランド戦略

「東大阪市で生産される農産物は全て『エコ農産物』をブランド化
直売所に出荷される農産物の100%を大阪府版特別栽培農産物「大阪エコ農産物」とすることを旨とし、生産者の100%がエコ農産物生産に取り組めるよう支援
【選定理由】①東大阪市内全てで実践可能 ②消費者の2大ニーズ(新鮮でおいしい・安心できるもの)を満たす ③品目を限定する必要がない ④市町村レベルで取り組んでいる地域がなくオンリーワン

取組

- (1) 直売所・朝市・飲食店向け販路強化「ファームマイレージ²運動」(支援：両JA)
農産物に貼り付けてるエコ農産物シールを収集。50枚集めると「5㎡の東大阪農地を守った」として感謝状贈呈(約1500枚/年発行)。感謝状10枚で表彰状贈呈(約160枚/年)。シールに記載の生産者電話番号に消費者から感謝・催促の電話多数。
エコ農産物売上：H20年度(取組開始前)1,009万円→H27年度7,003万円(最高値)
エコ農産物売上率：H20年度(取組開始前)18%→H26年度64%(最高値)
- (2) 食育体験プログラム「THE 米」(支援：JAグリーン大阪)
小学生向け実地版キッズア。米の植え付け・収穫体験を経て、フレンチシェフと収穫した米で料理を作り、直売所で農産物販売体験。
- (3) 食農教育型6次産業化「鳴門屋製パン」(支援：JAグリーン大阪)
市内で生産されたエコほうれん草を練り込んだパンを開発。商品についている「農地が守れるファームマイレージ²タグ」を集めた購買者を市内ほうれん草畑に招き、生産者・製パン業者と交流し収穫・試食体験。
- (4) 食農教育型6次産業化「いも」(支援：JA大阪中河内)
女性生産者を中心としたJA加工部(ハッピークラブ)が、故障で生産困難な女性生産者圃場でサツマイモ栽培を協働。イモを長崎県梅ヶ枝酒造に運び込み、トリミングなど共同作業し、焼酎を製造販売。イモ栽培には消費者・飲食店・大学関係者が参加(100名)し、植え付け・収穫体験と完成品試飲を経て、都市農業の意義を感じる。大人の農業体験。
- (5) 担い手発掘・育成・技術保全・高齢生産者支援「ひっしのぼっち」
生産困難になりつつある高齢生産者と本気で農業をやりたい大学生をマッチング。授業の合間に栽培・出荷技術を圃場で高齢生産者から学び、自らの生産物を直売所・朝市で販売。途絶えていく技術を大学生が吸収し、テクノロジーバンクとしても機能。
【事例】①熊本県阿蘇(実家でチンゲンサイ栽培・畜産)で就農。就農前売上700万円→1年目売上1,350万円→2年目売上1,870万円(大阪商業大学卒)
②フランスで農業留学→帰国後市内で就農1年目?非農家。(京都外国語大卒)
③マッチング→農業ベンチャー就職。非農家。(奈良女子大卒)

支援事業

- ・農業振興啓発事業(予算 市：415万円 JA：10万円×2組合)
東大阪市農業振興啓発協議会(東大阪市・東大阪市農業委員会・JAグリーン大阪・JA大阪中河内・大阪府ほか)が母体。総会で方針決定。食育事業、エコ農産物シール提供・感謝状贈呈ほか
- ・都市農業活性化および農地活用事業補助金(予算 3,300万円)
用排水施設整備、農産物育成施設設置、エコ農産物栽培必要資材等支援、有害鳥獣対策、盗難防止対策など