

回 答

団体名（日本労働組合総連合会大阪府連合会）

（要望項目）

2 (4) 地域産ブランド力の向上と第6次産業化による地域活性化について

地産・地消の推進やブランド力強化に向けて大阪産（もん）の取り組みを推進されているが、広報媒体を積極的に活用したPRを推進すること。また、第一次産業は大阪府域で就業人口は少ないものの地域振興や地域コミュニケーションの強化施策のひとつとして、主要地域に公設市場を設置し、そこを拠点とした公共サービスの事業と合わせた第6次産業化の推進を検討すること。（例：国土交通省の「道の駅」）

（回答）

府内産農林水産物や特産の加工品を「大阪産（もん）」としてブランド力強化を図るため、府としては、これまでも「府政だより」や大阪産（もん）公式ホームページ※、また新聞、テレビなどにより積極的に大阪産（もん）の情報を発信し、PRに努めてきたところです。また、今年度、府民認知度の向上と大阪産（もん）事業者によるブランドイメージの向上に向けた取り組みを促進するため、大阪産（もん）の普及などに貢献いただいた事業者を表彰する「大阪産（もん）五つの星大賞表彰制度」を創設しました。さらに、今年度は、ハイヒールモモコさんに大阪産（もん）PR大使に就任いただき、マスコミ等を通じて集中的にプロモーションを行っているところです。今後も、表彰制度等を通じて事業者によるPR活動を促進するとともに、多様な広報媒体を活用したPRを積極的に行っていきます。

また、府内には約140箇所の農産物直売所がありますが、これら直売所は一次産品のみならず、農産物等を原材料とした加工品生産・販売の拠点として、6次産業化による地域農業の振興に寄与し、さらには、大阪産（もん）や農業、食育などの情報発信や都市域との交流の拠点としても重要な機能を発揮しています。このため、府としても、直売所の設置・充実に向け、ハード、ソフトの両面から支援を引き続き行い、関係機関と連携しながら、直売所を核とした6次産業化の推進を支援していきます。

※<http://www.pref.osaka.jp/nosei/osakamon/>

（回答部局課名）

環境農林水産部 農政室 推進課