

令和7年度農山漁村振興交付金
地域資源活用価値創出推進事業（農福連携のうち普及啓発等推進）
各界と連携した農福連携の普及啓発
事業報告書（概要版）

一般社団法人日本基金
（農福連携等応援コンソーシアム事務局）

目次		頁
1	本事業の目的・概要	1
2	成果目標及び効果と達成状況	2
3	事業実績	
1	農福連携等応援コンソーシアムの運営支援	3
	(1) 総会の開催	
	(2) 農福連携等地域別交流会	
	(3) 各省庁等と連携した普及啓発活動の実施	
2	農福連携の優れた取組を表彰する「ノウフク・アワード2025」の実施	6
	(1) 募集方法	
	(2) 審査方法	
	(3) 表彰式の開催	
	(4) 情報発信	
3	コンソーシアム会員と農福連携実践者が連携した課題解決プロジェクト「ノウフク・ラボ」の実施	8
	(1) ノウフク見本市2025in大阪	
	(2) 生産者向け販路拡大セミナー	
4	情報発信	13

1 本事業の目的・概要

農福連携の推進にあたり、令和6年6月5日に施行された食料・農業・農村基本法第46条において、「国は、障害者その他の社会生活上支援を必要とする者の就業機会の増大を通じ、地域の農業の振興を図るため、これらの者がその有する能力に応じて農業に関する活動を行うことができる環境整備に必要な施策を講ずるものとする」と定められた。また、「農福連携等推進ビジョン（2024改訂版）」では、農福連携に取り組む主体数を令和12年度末までに1万2,000以上、新たに地域協議会に参加する市町村数を200以上とするといった農福連携の推進に向けた新たな目標が示され、①地域で広げる、②未来に広げる、③絆を広げるというアクションが示された。令和元年に決定した「農福連携等推進ビジョン」における、①知られていない、②踏み出しにくい、③広がっていかないといった3つの課題の①、いわゆる認知度の向上について、令和4年度の調査によると農福連携の取組を内容も含めて知っている消費者は7.8%、企業の経営者又は役員の約9%にとどまる。令和7年度においても、農福連携等応援コンソーシアム（以下「コンソーシアム」という）の運営を通じ、関係府省や地方自治体、関係団体などと連携し、国民的運動として農福連携等を応援する取組や各地域における農福連携の定着を図るため、下記4つの取組を実施した。



図1 事業概要図

取組	日程・会場
① 農福連携等応援コンソーシアムの運営支援	令和7年度総会 ・日程：令和7年8月4日（月） ・会場：農林水産省 講堂 ※同日、各農政局等が主催する農福連携等地域別交流会は全国各地で開催（北海道を除く） 農福連携サポーターズ ・募集期間：令和7年8月4日（月）～10月31日（金） ・投票期間：令和7年11月4日（火）～11月28日（金）
② 農福連携の優れた取組を表彰する「ノウフク・アワード2025」の実施	ノウフク・アワード2025 ・募集期間：令和7年8月4日（月）～9月30日（火） ・審査委員会：令和7年11月10日（月） 表彰式 ・日程：令和8年1月28日（水） ・会場：木材会館 大ホール（東京都江東区）
③ コンソーシアム会員と農福連携実践者が連携した課題解決プロジェクト「ノウフク・ラボ」の実施	生産者向け販路拡大セミナー ・日程：令和7年9月4日（木）、12月4日（木） ・会場：ウェブ会議（Zoom） ノウフク見本市2025in大阪 ・日程：令和7年9月18日（木） ・会場：Fun Space Diner（大阪府大阪市）
④ 情報発信	随時

表1 スケジュール

項目	取組内容	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1	農福連携等応援コンソーシアムの運営支援				総会の開催 4日	募集期間	31日	投票期間			投票・結果公表	
2	ノウフク・アワード2025の実施				実施要領(審査基準・採点基準等の作成)	募集期間	30日	審査委員会開催	10日			
3	コンソーシアム会員と農福連携実践者が連携した課題解決プロジェクト「ノウフク・ラボ」				農福連携に取り組む生産者向け販路拡大セミナーの開催	企画・準備	4日(第1回)		4日(第2回)	マニュアル作成		
4	情報発信				ノウフク見本市の開催	企画・準備	18日	アフターフォロー				19日
		1日	1更新を日安に情報収集・発信									19日

2 成果目標及び効果と達成状況

1 農福連携等応援コンソーシアムの運営支援

(1) 会員増加数：目標 57 件（令和 7 年度内の会員の増加を算出）／実績 37 件（令和 8 年 2 月末時点）**未達**：コンソーシアム主催のイベントにおいて未入会の企業・団体等に規約及び入会申込書を配布するにとどめており、個別への勧誘ができていなかったことが原因の一つと推察。今後、コンソーシアム主催イベントを開催する際には、事前に参加予定者のうち未入会の企業・団体等を確認し把握した上で、可能な限り対面で個別に声かけをして入会の促進を図る。

(2) 農福連携サポーターズ応募企業・法人等：目標 12 件（応募件数を算出）／実績 17 件**達成**

2 農福連携の優れた取組を表彰する「ノウフク・アワード 2025」の実施

(1) ノウフク・アワード応募企業・団体：目標 205 件以上（応募件数を算出）／実績 215 件**達成**

(2) アーカイブ配信視聴回数：目標 700 回（公開日から 1 年間の視聴回数を確認）／800 回（令和 8 年 3 月 8 日時点）**達成**

3 コンソーシアム会員と農福連携実践者が連携した課題解決プロジェクト（ノウフク・ラボ）の実施

(1) 販路拡大の取組を通じた商談成立：目標 33 件（実需者による生産者の 1 商品の取扱いを 1 件とし、株式会社マイエンジンからの報告書などを参考に算定）／実績 67 件（令和 8 年 3 月 8 日時点）**達成**

(2) 農福連携に取り組む生産者向け販路拡大セミナーの開催：実施主体からの出席目標 30 名以上／実績 47 名（第 1 回）**達成**、34 名（第 2 回）**達成**

4 情報発信

(1) [ノウフク WEB へのアクセス]（ウェブデザイナーから取得する Google アナリティクスを確認）（令和 8 年 3 月 8 日時点）

1 訪問者：目標 8,000 件/月（年間セッション数から月平均を算出）／実績 1.2 万件/月**達成**

2 新規ユーザー数：目標 13 万件/年／実績 8 万件/年**未達**：既存の農福連携の関係者が定期的に閲覧している一方で、新規流入が目標に届かなかった。改善策として、プレスリリースや広告掲出など無関心層に到達するパブリシティ効果の高い発信を検討する。

(2) [SNS]

1 投稿総数：目標 30 件以上／実績 181 件（令和 7 年 5 月 13 日～令和 8 年 3 月 8 日における facebook 投稿数）**達成**

2 総フォロワー：目標 3,000 名／実績 2,838 名（令和 8 年 3 月 8 日時点の facebook 及び Instagram のフォロワー数を合算）**未達**：既存の農福連携の関係者のうち特に facebook ユーザーの多くは既にフォローしているほか、Instagram の更新が滞っていたことが原因と推察。今後は更新頻度を高めていくことで新規のフォロワー獲得を目指す。

3 事業実績

1 農福連携等応援コンソーシアムの運営支援

(1) 総会の開催

令和 7 年 8 月 4 日（月）に令和 7 年度農福連携等応援コンソーシアム総会を会場と YouTube での同時配信を併用して開催した。冒頭では小泉進次郎 農林水産大臣及び皆川芳嗣 会長から挨拶があった。

農福連携等地域別交流会の各会場との中継の後、第 1 号議案として農福連携

等企業部会の設置に関連した規約の改正（案）、第2号議案として令和6年度の活動報告と令和7年度の活動計画（案）が提示され、拍手をもって承認された。併せて、農福連携等企業部会の令和7年度の活動計画（案）が示された。活動報告では、農福連携全国都道府県ネットワーク（令和7年度から長野県知事が会長に就任）、農林中央金庫、一般社団法人日本農福連携協会が登壇し、各団体が実施する農福連携の取組について説明があった。

講演においては、「農福連携等推進ビジョン（2024改訂版）」で示された3つのアクションに沿った取組として、「ノウフク・アワード2024」を受賞した、青森県弘前市 一戸拓利 課長、株式会社ココトモファーム 代表取締役 齋藤秀一氏、NPO 法人熊本福祉会 奥野靖夫 理事長に加え、企業による農福連携の取組として株式会社電通グループ 農福連携コンソーシアム コーポレート HR オフィス ディレクター 濱崎伸洋氏が登壇した。

弘前市は、りんご生産の担い手不足解消のため、令和元年度から農福連携を開始。「お試しノウフク」の実施や、「農福連携実践マニュアル」及び「農福連携カレンダー」の作成、さらに障害者等が農作業を行う様子や受入れにあたっての工夫を情報発信する農家を支援する「シェアノウフク」の実施など、中間支援に係る事業を実施してきた。「地域で広げる」においては、農福連携の更なる広がりとして、支援対象を生活困窮者や高齢者などにも拡充し、教育現場を加えた「農福学連携」へと取組が深化していることを紹介した。

愛知県犬山市のココトモファームは、認定農業者として米の生産・販売と、自家製米粉100%のグルテンフリーバウムクーヘンの製造・販売を行っている。さらに、就労継続支援B型事業所と放課後等デイサービスを運営。農業と福祉をそのまま連携するのではなく、両者の間に商業を入れることで「農福商工連携」として6次産業化に取り組んでいる。

熊本市の熊本福祉会は、就労継続支援A型及びB型事業を行い、利用者が野菜の生産に携わっている。職員としての採用など一般就労を意識しやすいことを強みとしており、障害者が農作業の管理を行ったり、新しい農機具を使用したりする挑戦を支援している。また、触法者の受入れの個別事例を紹介した。最後に、令和5年9日に設立した「熊本県農福連携協議会」（会長：奥野氏）の取組を通じて、県域での農福連携の取組を線をつなげ、さらに面へと広げていきたいと語った。

電通グループは、dentsu Japan 8社で「電通グループ農福連携コンソーシアム」を設立し、令和3年に世田谷区「農福連携事業」を受託。「雇用を起点とした、地域全体のインクルージョン推進」を目指した、障害者社員や地域の福祉事業所の利用者が2,500㎡の農園を管理し、地域の企業や農家、特別支援学校・特別支援学級などと連携した商品開発やイベント（体験会や交流会など）の実施などについて紹介した。

その後、中嶋教授、濱田教授、米田理事の有識者3名から活動報告と講演を踏まえた発言があった。中嶋教授は、「ノウフク・アワードでの評価視点『人を耕す』『地域を耕す』『未来を耕す』に関わる活動の次元が大きく展開している」と指摘。さらに、「企業との連携がノウフクの再定義をして今まで取り組んでいなかった分野を広げるのでは」と述べた。「弘前市の『農福学連携』の取組が印象的で、特別支援学校の活動という特徴があるが、一般の学校においてもユニバーサル農園を利用した食育プログラムを通じて農福連携を学ぶ活動にも広げてほしい」と要請した。濱田教授は、「弘前市は、対象を生活困窮者に広げたり、教育的な連携を進めたりと、一つの市が取り組むモデルとなっている。ココトモファームは、農福商工連携として多様な人の働く場を作った農福連携の発展バージョン。ひきこもりの状態にある者も関わることができる

ように居場所づくりからスタートしているのが素晴らしい」と評価。「熊本福祉会は、A型からB型、そして職員までと当事者がすべてそこで作業でき、しかも、いろんな生きづらさを抱える人たちを受け入れている。地域の農福連携を推進する取組も行っている。電通グループは、農を通じた就労体験を行い、それによって障害者雇用を実現してきた。都市農業において企業が取り組む例としては、非常にユニーク。区からの事業受託がなくとも続けてほしい」と横展開への期待を込めた。米田理事は、「ノウフク・アワード審査委員を務めている中で発表を聞いて毎回感動している。農福連携は筋の良い取組。やっている方（障害者等）も、農福連携を支援する方々も一生懸命やっていることが、こうやって実りを結びつつあること自体が素晴らしい。次は特別支援学校の卒業後の職業選択の定番に農業が入ってくるように頑張っていたいただければ」と今後の展開を方向づけた。

関係省のうち、厚生労働省 社会・援護局と農林水産省 農村振興局から農福連携の施策について情報提供が行われた（令和7年度から資料配布を基本とし、総会での発言は希望制とした）。最後に、農林水産省から令和6年度末の農福連携等の取組主体数等について公表があった。「農福連携等推進ビジョン

（2024改訂版）」の決定以来、初の公表であり、農福連携等の取組主体数は前年度比約1,000件増*の8,277件（目標は令和12年度末までに1万2,000以上）地域協議会に参加する市町村数は144（目標は令和12年度末までに200以上）に上ったことが示された。廣川正英 都市農村交流課長は「（地域ごとの取組について）より地に足のついたものになるよう各地域コンソーシアムを活用しながら、農林水産省としても地域協議会の体制整備等の支援に取り組んでいきたい」と述べた。※令和6年度から新たに「絆を広げる」取組として、高齢者、生活困窮者、ひきこもりの状態にある者、犯罪をした者など社会的に支援が必要となる者が農福連携等に参画した取組も取組主体とした。

同時配信では252回の視聴があり（農福連携等地域別交流会の参加者数はすべて含まれず）、アーカイブ配信は令和8年3月8日現在212回の視聴があった。詳細や動画は農福連携のポータルサイト「ノウフクWEB」やYouTube「ノウフク公式チャンネル」のほか、農林水産省公式ホームページで公表している。

◆総会資料（ノウフクWEB）：https://noufuku.jp/consortium/#cons_siryō

(2) 農福連携等地域別交流会

農福連携等応援コンソーシアム総会と同日の令和7年8月4日（月）に各地方農政局が農福連携等地域別交流会（以下「地域別交流会」とする）を実施。管区ごとに地域の農福連携関係者が集い、優良事例の紹介や意見交換などが行われた。総会の途中、各会場とウェブ会議（Microsoft Teams）を活用して中継し、代表して中国四国農政局及び九州農政局から地域別交流会について報告があった。

中国四国農政局からは「約80名が参加。農福連携の事業者が行う販路開拓、売れるものづくりの工夫をテーマに意見交換を行った。農福連携を一般市場で広げるには、他と遜色ない商品を作り、市場において対等の立場を確立することが重要であることと、そこにストーリー性を添えることで付加価値を創出するなど、いかにエシカル消費に結びつけるかを議論した」と報告。九州農政局からは「第1部では、100名以上参加。NPO法人たがやす（大隅半島ノウフクコンソーシアム事務局）理事 天野雄一郎氏、一般社団法人STEPUP CoCoRo事業所 代表理事 堀川佳恵氏、社会福祉法人小国町社会福祉協議会 サポートセンター 悠愛 大豆工房 小国のゆめ 施設長 河津志保氏から特別講演があり、意見交換を行った」と報告した上で、地域別交流会の第2部に位置づけられた総会

では、NPO 法人熊本福祉会 奥野理事長が講演することに触れ、参加者一同が「奥野理事長、頑張ってください」と激励した。

地域別交流会開催後には、各地方農政局等の実施報告書を取りまとめ、ノウフク WEB へ公開し、ノウフクマガジンでも紹介することで、地域で広げる取組を支援した。

◆地域別交流会 実施報告書（ノウフク WEB）：

<https://noufuku.jp/magazine/post-20251007/>

(3) 各省庁等と連携した普及啓発活動の実施

1. 関係省庁と連携した普及啓発活動

厚生労働省や法務省、文部科学省と連携し、ノウフク・アワードの募集やノウフク・ラボの運営等において協力や参画を働きかけた。特にノウフク・アワードの周知にご協力いただいたことで、応募のあった取組において、障害者だけでなく、高齢者や生活困窮者、ひきこもりの状態にある者、犯罪をした者を対象としていたり、特別支援学校やそれと連携する教育機関が実施主体であったりと農福連携の裾野が広がった。

2. 「農福連携サポーターズ」の募集・感謝状の授与

「農福連携等推進ビジョン（2024 改訂版）」において、「ノウフク JAS 商品の活用や農福連携等に取り組む事業者に対するサポートなどの企業が取り組む農福連携等の付加価値向上に向けた優れた取組を表彰し、横展開を図る」とされている。このことを踏まえ、農福連携等の推進を目指している（応援している）と認められる企業・法人等を、令和 6 年度から「農福連携サポーターズ」として募集し、農福連携等の付加価値向上に向けた優れた取組に感謝状を授与している。令和 7 年 8 月 4 日（月）から 10 月 31 日（金）までを応募期間として、コンソーシアム事務局やノウフク WEB、関係省庁等からのお知らせを通じて広く周知した結果、コンソーシアム内外からの企業・法人等から令和 6 年度の 12 件を上回る 17 件の応募があり、応募用紙を随時ノウフク WEB で公表した。11 月 4 日（火）から 28 日（金）にかけてコンソーシアム会員及び賛助会員が、「もっと広げてほしい」と考える農福連携サポーターズの取組事例に特設サイト上で投票（複数投票可）した結果、いすみ鉄道株式会社による取組が最多得票となり、令和 8 年 1 月 28 日（水）にノウフク・アワード 2025 表彰式（後述）の会場において、いすみ鉄道の古竹代表へ皆川会長から感謝状が授与された。

また、ノウフク WEB に設置する「農福連携サポーターズ」特設サイトを、令和 7 年度よりトップページからアクセスできるように改善し、企画の認知度向上を図った。

・農福連携サポーターズ（ノウフク WEB）：<https://noufuku.jp/supporters/>

2 農福連携の優れた取組を表彰する「ノウフク・アワード 2025」の実施

ノウフク・アワードは、全国で農福連携に取り組んでいる団体や個人（以下「団体等」という）を募集し、農福連携の素晴らしさを発信する優れた取組を表彰するものであり、こうした表彰を通じて、国民的運動として農福連携の機運を高め、全国的な展開に資することを目的とする。令和 2 年度に「ノウフク・アワード 2020」を初めて開催し、令和 7 年度で 6 回目となった。

(1) 募集方法

令和 7 年 8 月 4 日（月）から 9 月 30 日（火）まで特設サイトを通じて募集した結果、過去最高となる 215 件の応募があった。

募集にあたっては、募集ポスター及びチラシを配付し、関係省庁や各農政

局、農福連携全国都道府県ネットワーク、一般社団法人日本農福連携協会、全国の地域協議会などに協力を仰いだほか、過年度に応募のあった団体等に対して再応募を働きかけるなど、効果的な募集を図った。さらに、新たな視点を盛り込んだ募集として、全国で農福連携の裾野を広げる取組をしている全国の多様な関係団体や実施主体をノウフク WEB で紹介するとともに、直接応募を呼びかけた。

(2) 審査方法

コンソーシアムのアイデンティティである「耕すみんなを応援する」と連動させ、「人を耕す」「地域を耕す」「未来を耕す」という3つのキーワードを評価軸とした審査基準に基づき90点満点で評価することとした。令和7年11月10日(月)に開催した審査委員会で表彰団体を選定し、11月25日(火)に農林水産省公式ホームページとノウフク WEB において選定結果を公表した。

◆ノウフク・アワード2025結果発表ページ(ノウフク WEB) :

<https://noufuku.jp/award/award2025/result/>

(3) 表彰式の開催

令和8年1月28日(水)にノウフク・アワード2025表彰式を木材会館 大ホール(東京都江東区)で開催し、YouTubeで同時配信を行った。会場では、出席者の情報保障のため手話通訳者を配置した。プログラムの内容は下記の通り進行順に紹介する。

◆ノウフク・アワード2025表彰式レポート(ノウフク WEB) :

<https://noufuku.jp/magazine/post-20260307/>

◆ノウフク・アワード2025アーカイブ動画(YouTube) :

<https://youtu.be/7b7U8RD3K4>

1. 挨拶

冒頭で皆川会長から挨拶があった。令和6年6月に制定した「農福連携等推進ビジョン(2024改訂版)」について言及し、「今まで以上に農福連携の『人と人をつなぐ力』、『人を癒す力』を積極的に活用し、農福連携を地域で広くそして未来に広げていこう」と強調。また、令和7年12月に発足した「日本農福連携学会」について紹介し、「農福連携を学問領域としても深めていきたい。また学生にももっと農福連携の可能性を学んでほしい」と期待を込めた。最後に、令和8年1月9日(金)に総理官邸で催された「ノウフク交流会」に触れ、「官房長官、農林水産大臣、厚生労働大臣、法務大臣といった各大臣から農福連携に対する熱い期待が語られていた」と紹介し、「こういった期待にも応えながら農福連携のさらなる推進を図っていこう」と参加者や視聴者に呼びかけ、挨拶を締めくくった。

2. 祝辞

木原稔 内閣官房長官、鈴木憲和 農林水産大臣、上野賢一郎 厚生労働大臣、平口洋 法務大臣、松本洋平 文部科学大臣からの祝辞動画を放映した。

3. 来賓紹介

審査委員(中嶋康博 委員長、濱田健司 委員、松森果林 委員、村木厚子 委員、米田雅子 委員)、各省幹部、ノウフクアンバサダー 城島茂氏が紹介された。

4. 表彰状・トロフィー授与

受賞21団体に表彰状が授与された。表彰状の授与では、グランプリでは皆川会長、準グランプリでは濱田委員、優秀賞では松森委員、フレッシュ賞では村木委員、チャレンジ賞では米田委員がプレゼンターとして登壇した。グランプリと準グランプリに授与されたトロフィーのプレゼンターは城島アンバサダーが務めた。表彰状の授与時に、団体の強みや今後の目標などについて発表の

場を設け、受賞者から一言ずつ思いを述べていただいた。

5. 講評

中嶋委員長によるノウフク・アワード 2025 の講評では、令和 7 年度は前年度の 205 団体を上回る 215 団体から応募があったことに触れ、「審査委員会では『人を耕す』、『地域を耕す』、『未来を耕す』という 3 つのキーワードの評価軸のもとで、多様な視点、切り口から評価した」と説明。グランプリを受賞したココトモファームについては、「昨年度のアワードでは『地域を耕す』部門で準グランプリを受賞し、さらにノウフク・アワード 2022 ではフレッシュ賞も受賞している。こうした実績を着実に積み重ね、確実にステップアップしてのグランプリ受賞となった」と評価。また、「『農から福へ』『福から農へ』という双方向の連携を基本軸としながら、総合的な連携や、多様な主体の参画による革新的な改善など、ワクワクするような取組が数多く生まれている。こうした挑戦的な実践が、今後さらに農福連携の事例として積み重ねられていく」と期待を込めた。最後に、「ノウフク・アワードは地域共生社会を築く上で、最も可能性のある取組の一つであることを、より多くの人に知ってほしい」と述べ、「その第一歩として『発信すること』が重要だ。アワードの審査項目にはその手がかりが示されているので、ぜひ目を通し積極的に応募してほしい。グランプリを受賞したココトモファームの取組も、ぜひ参考にしてほしい」と来年度の開催に向け、幅広い応募を呼びかけた。

審査委員による評価ポイントは、ノウフク WEB のノウフク・アワード 2025 結果発表ページ（前述）で公表している。

6. 「農福連携サポーターズ」感謝状の授与

7. 集合写真の撮影（休憩時）

8. グランプリ受賞団体による講演

ココトモファームの齋藤代表が「誰ひとり取り残さない居場所を創る」というテーマで講演。自社栽培したお米を活用し、バウムクーヘンをはじめとする米粉スイーツの製造・販売に取り組むとともに、企業や大学との連携や、障害者が活躍する店舗「サイニング・ストア」の開店などを通じて、地域共生と多様性のある雇用創出を実現している取組を紹介した。

9. ノウフクアンバサダーからのコメント

城島アンバサダーは、直前に講演したココトモファームについて「本当に素晴らしい取組。色々な課題を掛け算しながらここまで来たのだなと。まさにグランプリにふさわしい道のりだったと思う」と受賞を称えた。また、「『人、地域、未来を耕す』農福連携は日本にとどまらず、世界中の人たちにとっても、時代が変わっても大切なものを提示しているのではないかと指摘した。最後に、「どんなに便利なシステムが生まれても、それを使うのは人間であって、人と人との横のつながりが一番大事だと感じている。『ノウフク』というキーワードをもとに『未来を耕す』ために、手を取り合って明日を育てていけたら」と呼びかけた。

10. 閉会

城島氏からのコメントをもって表彰式は閉会した。閉会后、各受賞団体と城島アンバサダー、皆川会長との個別の記念撮影を行い、盛況のうちに終了した。

(4) 情報発信

受賞団体の取組事例は、地域内外での横展開を図るべくポスター及び冊子にまとめた。冊子には、皆川会長や内閣官房長官、4 大臣のほか、一般社団法人日本経済団体連合会と一般社団法人全国農業協同組合連合会からの祝辞を掲載。ポスター及び冊子は、ノウフク WEB から閲覧できる。

ノウフク WEB マガジンの連載「受賞者が耕す未来」では、過去の受賞団体が自ら取組について執筆する記事を発信し、優良事例の横展開を進めた。

3 コンソーシアム会員と農福連携実践者が連携した課題解決プロジェクト「ノウフク・ラボ」の実施

令和3年度から各界が連携し、対話を通じて社会課題の解決や、新たな価値創造を図るノウフク・ラボの企画・運営を行ってきた。令和7年度は、主に販路拡大の取組として、ノウフク商品に係る情報収集（「生産物リスト」の更新）と「ノウフク見本市」の開催、生産者向け販路拡大セミナーの開催を行った。販路拡大の取組にあたっては、食品業界に知見のある株式会社マイエンジンに委託し、販路拡大コーディネーターに助言を受けながら企画・運営を行い、ノウフク見本市に限定しないマッチング支援を進めた結果、目標としていた33件の2倍を超える67件の商談が成立した。

また、全国の生産者の農福連携生産物を把握し、バイヤーに対してどんな生産品目がいつどれくらい販売できるか提示し、商品提案するための営業ツールとして活用する目的で「生産物リスト」を収集・提供している。今年度も令和7年5月～8月にかけてコンソーシアム会員及び賛助会員から収集・更新し、130件の生産者の生鮮食品546点、加工食品562点に達した。生産物リストはノウフク見本市で来場者に配布されたほか、ノウフク商品の取扱いを検討する企業に提供又は提案された。また、令和6年度まで生産物リスト摘録はノウフク JAS 商品に絞って公開し、全体は会員専用ページでのみ公開していたが、令和7年度からノウフク WEB 上ですべての生産物リスト摘録を公表した。会員外の実需者のノウフク商品の取扱いにおける検討材料が増えたことでさらなる販路拡大につなげる。

(1) ノウフク見本市 2025in 大阪

ノウフク・ラボでは、令和4年度から生産者と実需者をつなぐ展示商談会ノウフク見本市を開催。5回目となる「ノウフク見本市 2025in 大阪」では、全国各地から農福連携に取り組む37の生産者が出展し、農産物だけでなく、スイーツ、非常食などの加工品、水産物や林産物、花きに至るまで、地域色豊かなノウフク商品が展示された。生産者は、農福連携で生産された商品「ノウフク商品」の魅力を、試食・試飲を通じて実需者（食品メーカー、流通業者、販売事業者など）のバイヤーに直接伝えた。なお、会場参加が困難な生産者に配慮し、展示のみの生産者（商品や資料のみ会場へ送付した生産者）については、事務局が事前に商品の特徴や販売方法、試食の提供方法などを聞き取り、当日は事務局が来場者に対して商品について説明したほか、バイヤーに対してコンソーシアム会員から収集した生産物リストを配布した。

1. 概要

- ・日 程：令和7年9月18日（木）10:00～17:00
- ・会 場：Fun Space Diner（大阪府大阪市浪速区日本橋西1-3-26）
- ・形 式：試食・試飲を伴う展示商談会
- ・出展者：37団体（展示のみ4団体含む）
- ・来場者：77名（バイヤー43名及び視察者34名）

2. 会場ブース展開

来場者に展示カテゴリを明示するため複数エリアに分けた。来場者が各ブースを回遊しながら商品を試食・試飲したり、生産者から商品の説明を受けたり、関心を持った商品があれば商談ルームを活用したりできるようなエリア区分・動線を検討した。

1階には、受付、展示のみの生産者の展示エリア、商談ルームを設置し、厨房では調理や冷凍・冷蔵庫での商品の保管を可能としたほか、下記のノウフク

JAS や「ノウフク・ショップ」に関するパネルを来場者が自由に閲覧し、パンフレットを持帰りできるようにした。2階には主要な展示エリアを設け、ノウフク JAS 認証事業者の商品の取扱いを希望するバイヤーが多いことから、来場者が効率的に展示を回り、より多くの商談の機会へとつなげるため、ノウフク JAS を取得しているエリア、ノウフク JAS 未取得エリアに区分けした。

「ノウフク・ショップ」が全国で拡大中!



羽田空港
国際線ターミナル

ノウフク JAS 商品を中心にバイヤーが厳選した加工食品約 60 点を集めた販売イベント



新宿マルイ本館
concept shops

ノウフク JAS 商品を中心にバイヤーが厳選した生鮮・加工食品 140 点以上を販売



無印良品 招聘中!

イオンモール増北花田

ノウフク JAS 商品を中心にバイヤーが厳選した加工食品 20 点程を集めた売場

障害者が生産行程に携わった食品及び観賞用の植物の日本農林規格

ノウフクJAS

農福連携の商品のうち、障がい者が生産行程に携わったことについて第三者の認証を受けたものには、「ノウフクJAS」のマークを表示することができます。農福連携の理念に共感し、ノウフクJAS商品を取り扱う企業が増えています。

消費者が農福連携の商品を買いたい理由

30.1%

障がい者が生産行程に携わったこと
第三者の認証を受けたこと
障がい者が生産行程に携わったこと
第三者の認証を受けたこと

企業の農福連携の商品に対するイメージ

68.4%

企業イメージアップ
42.1%

社会貢献 **46.6%**

ノウフクJASはその基準の中で、産地農地の発生防止及び削減、農研水産業者の新たな生産能力の創出、障がい者の雇い入れ、工業製品との差別化を図る目的で工業や物流を担う生産者や事業者の生産者、障がい者が作業しやすい環境の創出（適正な労務に合わせた作業の選定、障がい者に対するあらゆる差別の排除等）を求めています。

JAS(日本農林規格)とは
農産物の品質・安全を確保し、消費者の安心・安全を確保するための規格です。農産物の生産・加工・流通の各段階において、生産者・加工者・流通業者がそれぞれに責任を負って品質・安全を確保し、消費者の安心・安全を確保するための規格です。

企業のノウフクJAS商品の活用事例

星野リゾート × 株式会社ウイズファーム、富士ソフト企画株式会社

ノウフクJAS商品の取扱いが企業のCSV経営の推進に貢献

「星のや軽井沢」の経営者であるウイズファームのりんごジュースを提供するとともに、グループ会社が運営するサービスエリアで富士ソフト企業のみが扱った加工食品を販売。両商品とも市場にある商品と比べても品質が高く、価格競争や生産されている背景を含めて評価し、ノウフクJASの商品の取扱いをCSV経営を促進するための一助に位置付けています。



ノウフクJASは、このマークが目印です ▲

図2 「ノウフク・ショップ」及びノウフク JAS に関するパネル

3. パンフレットの配布

パンフレット「農福商品を仕入れる・売る—バイヤーのためのマッチングガイド—」を作成し、ノウフク見本市において配布したほか、ノウフク見本市当日に来場できなかったバイヤーへの営業のため販路拡大コーディネーターや協力会員に配付し、ノウフク商品全般の販路拡大のための営業資料としてご活用いただいた。パンフレットは、バイヤーに対して①コンソーシアム事務局が農福連携に取り組む生産者との中間支援を行う「ノウフク商品マッチングサービス」を無償で行う体制が整っていること、②このサービスを通じて既に「ノウフク・ショップ」の展開やノウフク商品を活用した商品開発の事例があることなどを紹介し、読者が自社でのノウフク商品の取扱いを検討していただくことを目的としており、以下の内容で構成されている。

- (1) 企業が農福連携に参画する意義
- (2) 「ノウフク商品マッチングサービス」の紹介
- (3) マッチングによりノウフク商品の取扱いにつながった事例紹介
 - ・「ノウフク・ショップ 2023」の売場や棚割図
 - ・羽田空港での「HANEDA ノウフク・ショップ」
 - ・無印良品での売場展開
- (4) マッチングにより新たなノウフク商品開発につながった事例紹介
 - ・企業との共創によって生まれた商品として、マイエンジン×GR プラント×杉本商店による「KONOMU 監修 国産米粉のお好み焼」を紹介
 - ・地域協議会から生まれた商品として、農福コンソーシアムひろしまの「果実なきモチ やインマスカット・赤ぶどう」と大隅半島ノウフクコンソーシアムの「ノウフクスナック」を紹介
- (5) ノウフク JAS とそれを活用した販売の紹介
 - ・ノウフク JAS の概要
 - ・ノウフク JAS を活用した販売事例として、スーパーヤマイチのノウフク JAS コーナーを紹介
 - ・自治体でのノウフク JAS 商品の取扱いとして、株式会社アクアヴェールの「緊急救命 72h おかゆ」を紹介
- (6) コンソーシアムの入会案内・お問合せ



図3 ノウフク見本市 2025 in 大阪パンフレット

4. ノウフク見本市のアンケート結果

ノウフク見本市に参加した出展者と来場者のそれぞれを対象に、当日及び開催日から3週間後までにかけて用紙又はフォームから回答できるアンケート調査を実施し、出展者は28名（回答率75.7%）から、来場者は27名（回答率35.1%）から回答があった。

(1) 出展者

・満足度：61%

「非常に満足」「やや満足」との回答が合計61%、「どちらでもない」が29%、「やや不満」「非常に不満」が合計10%だった。

・良かった点

「他の生産者とつながりができた」や「今後に向けて他の取組を知ることやヒントが得られた」といった回答があった。

・改善点

「バイヤーの来場者数が少なかった」や「前日準備ができれば」「配置換えを行なってほしかった」といった回答があった。

・出展者の商談状況

アンケート回答時点で商談成立は2件にとどまるものの、条件交渉中35件、問合せあり30件と多数の商談機会が創出された。

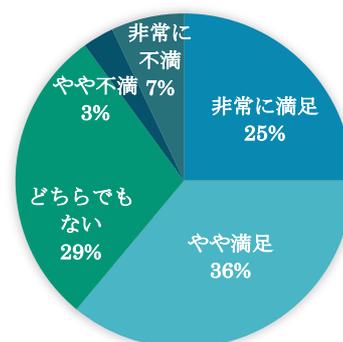


図4 ノウフク見本市 出展者の満足度

表2 ノウフク見本市 出展者の商談状況

区分	内容	件数
商談成立	契約成立に至ったもの	2件
条件交渉中	継続協議・条件調整中のもの	35件
商品に関する問合せあり	商品の価格・在庫・仕様等の照会	30件

(2) 来場者

来場者（バイヤー・視察者）を対象に、仕入・物流の実態とノウフク商品の取扱状況などについてアンケートを実施した。

- ・仕入先（複数回答）
生産者・メーカーから直接 17 件、卸売・商社から 11 件、市場から 6 件という結果だった。
- ・物流形態（複数回答）
運送会社利用 14 件、自社便 8 件、卸事業者による納品 7 件、生産者からの直接納品 6 件という結果だった。
- ・ノウフク商品の取扱状況
「既に取り扱っている」15 件、「商談中」4 件、「取扱いを検討している」5 件、「過去に検討したが見送った」1 件という結果だった。
- ・ノウフク商品を取り扱う上での課題（複数回答）
「消費者の認知度不足」が 12 件、次いで「物量の確保」が 10 件、「物流」と「価格」がそれぞれ 6 件となった。
- ・ノウフク商品に求める付加価値
「地域の特産品」が 6 件、「高品質」が 5 件、「オーガニック」と「GAP や HACCP」がそれぞれ 3 件、「洗練されたパッケージ」と「ブランド力」がそれぞれ 2 件という結果となった。
- ・ご意見、ご感想（抜粋）
 - ①加工食品よりも原体（生鮮食品又は一次加工品）の出展を増やしてほしい
 - ②昨年度より力の入れ方が強い生産者が多いように感じた
 - ③車いすユーザーも参加できるようにしてほしい
 - ④百貨店でのイベントに参画してほしい
 - ⑤オンラインショップで展開できる生産者を探している

5. 販路拡大の取組による効果と課題

ノウフク見本市をはじめとするバイヤーと生産者のマッチング支援により、新たに宅配業者、小売業者との取引が始まるなど販路拡大が進んだ。商談成立は令和 8 年 2 月時点で令和 6 年度の 46 件を上回り、目標の 33 件の 2 倍を超える 67 件（1 商品の取扱いを 1 件と算定）となった。この他、販路拡大コーディネーターが取扱実績のある実需者を含む 7 社に商品提案を行っているほか、PB 商品の開発を進めている実需者が 3 社ある。

一方で、ノウフク見本市は生鮮食品の出展者数やバイヤーの来場者数を増やしてほしいとの要望があるように開催規模の拡大や、新規バイヤーの呼び込みが課題である。販路拡大コーディネーターからは、ノウフク見本市をより効果的に実施するためには、農福連携と関わりの薄い多数のバイヤーとの接触機会を増やしてからノウフク見本市を開催すべきとの意見もあり、今後は大規模展示会など外部の展示会への出展も検討する。

(2) 生産者向け販路拡大セミナー

過去の商談失敗の原因（情報不足や数字のトラブル）を分析し、農福連携に取り組む生産者が、一般流通市場において持続的な取引を実現するための基礎能力向上を目的とし、ウェブ会議（Zoom）を活用して全 2 回のセミナーを実施

した。

1. 概要

第1回は「ノウフク見本市 2025in 大阪」を前に商取引への関心が高まる時期に開催することで、一般流通のための基本項目を挙げたチェックリストを用いて生産・販売の管理体制の改善を促し、万全な状態で商談に臨んでもらうことを目的とした。第2回は、第1回で出された「商品や取組のPRについて知りたい」といった意見を踏まえ、チェックリストの「ブランディング・販売促進」項目において、より実践的で具体的なPR・デザイン技術を習得してもらうことを目的とした。

(1) 第1回生産者向け販路拡大セミナー（オンライン開催）

※「ノウフク見本市 2025in 大阪」出展者には原則参加を要請

- ① テーマ：取引の基本と再現性のある経営
- ② 日程：令和7年9月4日（木）14:00～16:00
- ③ 参加者：47名（41団体）
- ④ 講師：小岩隆志氏（株式会社マイエンジン 代表取締役）
中瀬靖幸氏（株式会社なかせ農園 代表取締役）

(2) 第2回生産者向け販路拡大セミナー（オンライン開催）

- ① テーマ：PRとデザインの具体的な技術論
- ② 日程：令和7年12月4日（木）13:00～15:00
- ③ 参加者：34名（33団体）
- ④ 講師：菊地亮太氏（essentia 代表）
國松繁樹氏（株式会社ヒノモトデザイン 代表取締役社長）

2. 生産者向けマニュアルの公開

本セミナーおよびワークショップで得られた知見（チェックリスト、オリエンシート作成法、価格交渉のポイント等）を集約した「生産者向けマニュアル」を作成し、ノウフクWEBで公開した。これにより、セミナー参加者以外の生産者も同様の知見を共有し、ノウフク全体の市場競争力を底上げする体制を構築する。

3. 生産者向け販路拡大セミナー開催による効果と課題

第1回では、過去のノウフク・ラボでの販路拡大に向けた取組の中で生じた「一般流通上での生産者の課題」を伝達し、参加者と問題意識を共有した。加えて「ノウフク見本市 2025in 大阪」での流通トラブル減少を目指し、一般流通の必須クリア項目を示したチェックリストを用いて生産・販売体制の整備方法を周知できた。第1回セミナーの2週間後に開催したノウフク見本市 2025in 大阪では、配達におけるトラブルが1件にとどまった。第2回では、チェックリストの中からよりステップアップした内容として、ブランディングや商品・取組のPRにおいて「伝える」基礎となる具体的なデザイン方法を提供することができた。

販路拡大セミナーの参加者を対象にアンケート調査を実施し、第1回は12名（回答率25.5%）から、第2回は12名（回答率35.3%）から回答があった。自社事業の参考になったかどうか5段階で尋ねたところ、「参考になった」と「ある程度参考になった」との回答が第1回と第2回ともに11名だった（第1回は「参考になった」6名、「ある程度参考になった」5名、第2回は「参考になった」9名、「ある程度参考になった」2名）。第1回では、「商品を販売するまでに必要な準備を知ることができた」、「同席したノウフク商品を販売する生産者の話が聞いて良かった」といった意見があった。第2回では、ワークショップを通じて「自社の強みを再認識し、デザインやブランディングの新たな視点を今後の営業資料や事業所運営に反映させ

たい」という感想があった。

一方で、今回実施したセミナー参加者以外にもノウフク商品を扱う生産者に向けては、今後も一般流通の改善に向けたノウハウを伝達する必要がある。そのため、本セミナーのアーカイブ動画やマニュアルをノウフク WEB に掲載して視聴を促すことで、今後も引き続き生産者の一般流通に対する意識改善を図っていく。また、ウェブ会議を活用したセミナーであったため、リアクションボタンで反応を呼びかけるような場面はあったものの、一方的な伝達のみとなった場面もあった。そのため、オンラインセミナーでは、講師から参加者へ質問をしたり、意見交換が活発になるような工夫をしたりと双方向でのコミュニケーションの機会を増やし、参加者がより積極的かつ主体的に参画ができるよう改善していく。また、今回アンケートの回収率が低かったことも課題として挙げられる。原因としては、発言なしで傍聴のみで参加でき、自由に途中退室できるオンライン開催という条件が挙げられる。開催後、参加者の記憶に残っているうちにアーカイブ動画の限定公開やレポートの公開について案内するなど、丁寧なアフターフォローによってアンケート回答率を高める。

4 情報発信

令和7年はイベントや新商品販売等に関する情報を「ニュース」として304件、ノウフク・アワード表彰団体や農福連携の実施主体及び関連企業への取材などを記事にしてまとめる「ノウフクマガジン」を38件、合計342件投稿した。更新頻度を高めた結果、ノウフク WEB は多方面から情報が寄せられるプラットフォームとして機能している。訪問数（セッション数）は（目標とした月間8,000件を上回る）年間12.6万件（前年比9.2%増）に達した。

ノウフク WEB トップページから「農福連携サポーターズ」ページへアクセスできるよう位置づけ、過去の情報へのアクセスを容易になるよう更新した。