

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（農福連携型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

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	3
3	事業実績	3
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) 「農福連携サポーターズ」の募集・感謝状の授与	
	(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	9
	(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	16
	(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	27

## 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。



各界と連携した農福連携の普及啓発  
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							
					感謝状の授与(農福連携サポーターズ)							
					実施要領(審査基準・採点基準等の作成)							
2	ノウフク・アワード2025の実施				募集期間	募集期間	31日	投票期間				投票・結果公表
					審査委員会開催							
					表彰式の開催							
				会場・日程調整								
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」				企画・準備	4日(第1回)			4日(第2回)	マニュアル作成		
					企画・準備		18日	アフターフォロー				19日
4	情報発信	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。



図2 挨拶する小泉農水相



図3 挨拶する皆川会長

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。



図4 講演者（左からココトモファーム 齋藤代表、熊本福祉会 奥野理事長、弘前市 一戸課長、電通グループ 農福連携コンソーシアム 濱崎ディレクター）

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」（どちらも別添としてノウフク WEBでも掲載）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。収益性が高まり、多様性のある作業を創出し、持続可能な農業と福祉を実現できると強調した。

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。6 次産業化としてフリーアナウンサーや中華料理店と連携した「モッチャン水餃子」の製造・販売を行うほか、有明のりの「バラ海苔」製造を受託したことで生産量が前年比 2.5 トン増加。さらに、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意気込みを語った。

電通グループは、dentsu Japan の中期ビジョン「Integrated Growth Partner」に基づき、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 m<sup>2</sup>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こと、またその可能性について学ぶことができた。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いう印象を受けた。教育に携わるものとしては、弘前市の『農福学連携』の取組が印象的だった。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おり、他の市町村も参考にしてほしい。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ということで、農福連携の発展バージョンとして事業所が取り組む参考になる。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。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のが大きな特色であり、多くの福祉事業所が目指してほしい。地域の農福連携を推進する取組も行っており、ここまでやるところはなかなか少ない。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、非常にユニークで参考になる。多くの地域主体とつながって多様な取組を実施しており、今後も区からの事業受託がなくとも続けてほしい」と全講演者を評価した。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ら」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。

#### ・議事次第

##### 1. 開会（挨拶）

##### 2. 議事

- (1) **第 1 号議案** 規約の改正（案）について  
農福連携等企業部会の設置
- (2) **第 2 号議案** 令和 6 年度の活動報告及び  
令和 7 年度の活動計画（案）について  
（※ノウフク・アワード 2025 の募集開始について）
- (3) 農福連携等企業部会令和 7 年度の活動計画（案）について

##### 3. 活動報告

- (1) 農福連携全国都道府県ネットワーク  
長野県健康福祉部 笹渕 美香 部長
- (2) 農林中央金庫  
人事部 大藤 大典 副部長（ダイバーシティ推進グループ長）
- (3) 一般社団法人 日本農福連携協会  
村木 厚子 副会長理事

##### 4. 講演

- (1) 地域で広げる  
青森県弘前市  
農林部 農政課 一戸 拓利 課長  
（ノウフク・アワード 2024 優秀賞）
- (2) 未来に広げる  
株式会社 ココトモファーム  
齋藤 秀一 代表取締役  
（ノウフク・アワード 2024 準グランプリ「地域を耕す」）
- (3) 絆を広げる  
NPO 法人 熊本福祉会 奥野 靖夫 理事長  
（ノウフク・アワード 2024 準グランプリ「人を耕す」）
- (4) 企業による農福連携の取組  
株式会社電通グループ 農福連携コンソーシアム  
濱崎 伸洋 コーポレート HR オフィス ディレクター

##### 5. 有識者からの発言

- (1) 女子栄養大学栄養学部 中嶋 康博 教授
- (2) 東海大学文理融合学部経営学科 濱田 健司 教授
- (3) 宇都宮大学 米田 雅子 理事

6. 情報提供

7. 閉会

◆総会資料（ノウフク WEB）：[https://noufuku.jp/consortium/#cons\\_siryu](https://noufuku.jp/consortium/#cons_siryu)

(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法人熊本福社会 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 上で公開し、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/>

報告内容の要旨は以下のとおり。

(1) 東北農政局

農福連携に取り組んでいる3団体からの取組事例の発表の後、農業と福祉のマッチング、ルールづくり、ネットワークづくり、地域協議会づくりなどをテーマとした意見交換会の場を設けて交流した。

事例発表では、参加者から質問や意見が出され、農福連携のPRやコーディネーター役割の重要性などについて、活発な意見交換が行われた。

- ・会場：東北農政局
- ・参加人数：会場37名、オンライン20名
- ・登壇者：社会福祉法人ユートピアの会、有限会社耕佑、福島県授産事業振興会

(2) 関東農政局

関東農政局から農福連携をめぐる情勢について説明を行った後、管内の優良事例の発表があり、団体の枠を超えて交流を行った。地域協議会を設立するための要件や交付金などについての相談があり、関東ブロック農福連携協議会への入会にもつながった。

- ・会場：オンラインのみ
- ・参加人数：オンライン54名
- ・登壇者：埼玉福興株式会社

(3) 北陸農政局

ノウフク・アワード 2024 でフレッシュ賞を受賞した佐賀県の事例紹介の後、「地域で始める・地域で広げる農福連携」をテーマに北陸地域の農福連携について意見交換を行い、現在の取組における課題や今後の方向性などについて議論した。

- ・会場：北陸農政局
- ・参加人数：会場 13 名、オンライン 74 名
- ・登壇者：佐賀県

(4) 東海農政局

先進的な取組を行う 3 団体からの事例紹介及び農福連携商品の開発事例の紹介があったほか、事前アンケートに基づいて参加者による意見交換を実施した。農福連携の実践団体だけではなく、今後農福連携に取り組もうと検討する者など多様な関係者間で交流を行った。

- ・会場：東海農政局
- ・参加人数：会場 30 名
- ・登壇者：社会福祉法人まつさか福祉会八重田ファーム、株式会社 JA ぎふはっぴいまるけ、社会福祉法人無門福祉会

(5) 近畿農政局

地域単位の推進体制づくりの契機となるよう、農福連携の実践者（ノウフク・アワード受賞団体等）や地方公共団体（府県等）、政府の出先機関（近畿矯正管区及び近畿厚生局）などの関係者が参加し、事例紹介、意見交換により、団体の枠を超えた交流の場となった。地域別交流会後には地域協議会の設立に関する相談があったほか、近畿農福連携ネットワークへの新たな入会希望があった。地域別交流会について新聞で紹介されたことで多くの人に知ってもらえるきっかけになった。

- ・会場：TKP ガーデンシティ京都タワーホテル
- ・参加人数：会場 51 名
- ・登壇者：NPO 法人 HUB's

(6) 中国四国農政局

管内で農福連携に取り組む 3 団体が「農福事業者が行う、販路開拓・売れるモノづくりの工夫」のテーマで事例紹介を行った後、意見交換、名刺交換の場を設け、団体（行政、協議会、バイヤー等）の枠を超えた交流につながった。地域別交流会について新聞記事に取り上げられ、農福連携の取組を拡げる活動について周知を図ることができた。

- ・会場：中国四国農政局
- ・参加人数：会場 30 名、オンライン 52 名
- ・登壇者：有限会社岡山県農商（岡山県自立支援センター代表者）、株式会社おおもり農園、株式会社八天堂ファーム（農福コンソーシアムひろしま幹事）

(7) 九州農政局

有識者による基調講演及びノウフク・アワードを受賞した 2 団体からの事例紹介の後に意見交換の場を設け、団体の枠を超えての会となった。地域別交流会について新聞で紹介され、農福連携について多くの人に知ってもらえるきっかけになった。

- ・会場：熊本地方合同庁舎
- ・参加人数：会場 96 名
- ・登壇者：大隅半島ノウフクコンソーシアム、一般社団法人 STEPUP CoCoRo 事業所、社会福祉法人小国町社会福祉協議会

### (8) 沖縄総合事務局

農福連携の実施2団体からの事例紹介の後、意見交換会の場を設け、団体の枠を超えて交流を行った。事例紹介後の質疑応答を機に、異なる立場における課題が共有され、相互理解が深まった。参加者から、地域協議会設立に向けた意欲が聞かれた。

- ・会場：沖縄総合事務局
- ・参加人数：会場 18名
- ・登壇者：特定非営利活動法人大夢、株式会社みやぎ農園

### (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。

さらに、林福連携や水福連携の推進に向け、林野庁と水産庁と連携し、ノウフク WEB の相互リンクを図ったことでウェブ上での情報取得がより円滑化した。



図5 ノウフクWEB上の水産庁の水福連携のページへ誘導するバナー

#### 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「“菜の花がつなぐ、人と地域のおいしいリレー” 福祉の畑から鉄道のおみやげへ」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。

千葉県大多喜町のいすみ鉄道は、社会福祉法人土徳会ピア宮敷第1工房と連携し、同事業所が生産・加工する菜の花パウダーを練り込んだ「菜の花うどん」を土産物品として開発・販売している。

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



図6 いすみ鉄道 古竹代表

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。



みんなで耕そう！  
人・地域・未来の豊かな循環



図7 募集ポスター



図8 募集ページ

### (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、「全国で1万2,000以上の取組主体が農福連携に取り組む体制をつくっていききたい」と数値目標を挙げた。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（水）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。



図9 挨拶する皆川会長

## 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。



図10 木原稔 内閣官房長官



図 11 鈴木憲和 農林水産大臣



図 12 上野賢一郎 厚生労働大臣



図 13 平口洋 法務大臣



図 14 松本洋平 文部科学大臣

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。ステージ上での受賞者のコメントは以下の通り。

表2 受賞団体のコメント

賞	受賞団体	コメント
グランプリ	株式会社ココトモファーム（愛知県犬山市）	（今後の目標について）犬山から始まった小さな挑戦が、多くの仲間を支えられここまで来た。今後は地域と共に、農福連携が社会を支える力になることを発信していきたい
準グランプリ	【人を耕す】 社会福祉法人新友会 ひまわり畑（大分県大分市）	（新友会の強みについて）昭和 60 年より農業を通じて 40 年間培ってきた障がいのある方たちの仕事と暮らしをサポートする仕組みが強みだ
	【地域を耕す】 佐賀県	（今後の目標について）人材育成を通じて農福連携の関係人口を広げ、誰もが輝ける佐賀県を目指していく
	【未来を耕す】 ぽかぽかワークス（愛知県名古屋市）	（今後の目標について）子どもたちと一緒に作った有機のお米「つくろ米」が名古屋市の学校給食で食べられるようにしたい
優秀	特定非営利活動法人楽園プロジ	（今後の目標について）農家さんの目線に立った戦力になる農福連携を目指して、この先の農業の発展

賞	エクト (北海道札幌市)	に必要不可欠な取組の一つになれるようこれからも取組を進めていきたい
	株式会社エール 多機能型事業所にじのいろ (青森県板柳町)	(エールの強みについて) スマート農業活用のピーマン栽培出荷を主に、同時進行で、人手不足の地域農家との連携で活躍の場を増やしている
	埼玉県立川越総合高等学校 (埼玉県川越市)	(今後の目標について) 特別支援学校の方々と協力しながら、タマシヤモを世間に広められるようたくさんの事に取り組んでいきたい
	株式会社 ピーカブー(神奈川県三浦市)	(今後の目標について) もっと沢山の方々が働ける環境を整え、農福連携とともに成長していきたい
	特定非営利活動法人にじのかけ橋 (静岡県三島市)	(今後の目標について) 行政、JA、農家さんと共同で農福連携を10年前から進めてきた。これからも利用者様の工賃向上等含めて様々な形と共同して頑張っていきたい
	株式会社農楽里 (福井県あわら市)	(今後の目標について) AI やスマート農業、精米ユニット等を使って、利用者の作業領域を拡大し、楽しく生き生きと暮らせる社会を作っていく
	社会医療法人みどり会さんさんグリーン (大阪府枚方市)	(さんさんグリーンの強みについて) 京都の南部、木津川の川辺を利用して、宇治抹茶や京野菜を栽培している。さんさんグリーンに通所する障害者は、地域にとってなくてはならない存在になっている
フレッシュ賞	社会福祉法人みんなの輪あいあいファームわ・は・わ田尻ひなた農場(宮城県大崎市)	(生産物の特長について) ひなた農場の豚は餌作りから餌やりまで、多岐に渡って事業者が多くの作業に携わっており、仙台市中央卸売市場食肉市場開設記念枝肉共進会にて三年連続優秀賞を受賞している。味には自信があり、臭みのないしっとりとしたお肉が特徴である
	株式会社みずほライス (秋田県横手市)	(今後の目標について) 農業、工業、福祉を連携した農工福連携を用いて人に合わせた仕事を作る。この仕事で社会を、みんなを幸せにしてい
	JX金属コーポレートサービス株式会社内原ファーム(茨城県水戸市)	(今後の目標について) 農福連携を通して、これまで以上に多様な人材がやりがいを持って、末永く活躍できる環境構築を推進していく
	特定非営利活動法人笑福 (三重県紀北町)	(笑福の強みについて) 笑福は地域を巻き込み、持ちつ持たれつでみんなが笑顔になる。人、作物、環境の輪を広げるつながりが魅力
	福岡正信自然農	(福岡正信自然農園の強みについて) 私たちは自然

	園（愛媛県伊予市）	に向き合う農業を迫及してきた。その様な場所だからこそノウフクがあるのではないかと思い、取り組んでいる
チャレンジ賞	多機能型就労継続支援事業所リベラ（北海道札幌市）	（おすすめの商品について）スタッフ全員で環境再生型農法で栽培したぶどうで作った北海道ワインが完成した。とても心が入った美味しいワインなので、機会があればぜひ飲んでみてほしい。リベラのスタッフは最高です
	株式会社きりんきりんの里（青森県平川市）	（今後の目標について）津軽の漆で共生社会の輪を全国へ！みなさんと一緒に日本の伝統文化をもっと盛り上げていきたい。漆の種からできたお茶がすごく美味しいことを是非知っていただきたい
	株式会社風鈴（秋田県東成瀬村）	（風鈴の強みについて）高齢者が最期まで役割を持てるよう、米作りや野菜作りを行っている点だ
	全国農業協同組合連合会 耕種資材部 施設園芸企画課・ゆめファーム全農こうち（東京都千代田区・高知県安芸市）	（今後の目標について）ゆめファーム全農パッケージで作り上げた農業生産振興とともに全国へ展開し農福連携の拡大につなげていきたい
	株式会社マテリアル東海（岐阜県下呂市）	（マテリアル東海の強みについて）「多種多様な業務を提供できる農福連携の形」と「廃棄物を原材料とした堆肥の活用」、そして「地域との連携」が弊社の強みとしている。強い田舎を取り戻せるように頑張っていく

## 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、国民運動として機運を高め、農福連携を全国に広げていくことを目的としている。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



図 15 中嶋委員長

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。

別添1の審査委員の評価コメントは、ノウフクWEBのノウフク・アワード2025結果発表ページ（前述）でも公表している。

#### 6. 感謝状の授与

前述の通り、令和7年度において応募のあった「農福連携サポーターズ」の中から、いすみ鉄道へ感謝状が授与された。

古竹代表は「（今後の目標について）現在脱線してしまい止まっている。もう一度ローカル鉄道が地域にとってどうあるべきかを、一から見直している最中である。我々自身残れる鉄道ではなく、地域にとって誇れる鉄道会社になれるように努力していきたい」と語った。

#### 7. 集合写真の撮影（休憩時）

受賞団体の代表者と城島アンバサダー、皆川会長、審査委員、各省幹部による集合写真を撮影した。



図 16 集合写真

#### 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。



図 17 ココトモファーム 齋藤代表

#### 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、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。



図 18  
ノウフク・アワード  
2025 冊子

## 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（内訳は後述）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く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



図 19 展示ブース

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

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。

◆ノウフク見本市 2025in 大阪レポート（ノウフク WEB）：

<https://noufuku.jp/magazine/post-20260106/>

## 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団体を含む）
- ・来場者：77名（バイヤー43名及び視察者34名）

## 2. 出展者 ※都道府県順

- ・西会津しいたけファーム [富士ソフト企画株式会社]（福島県西会津町）
- ・ナカイローズファーム [株式会社バラの学校]（山形県村山市）
- ・株式会社山口 Farm（茨城県小美玉市）
- ・株式会社富士美園（埼玉県所沢市）
- ・スカイアースファーム株式会社（千葉県富里市）
- ・株式会社アクアヴェール（東京都千代田区）
- ・CuRA!（新潟県新潟市）
- ・ハーブ農園ペザン [株式会社ポタジェ]（石川県津幡町）
- ・株式会社ミールケア（長野県長野市）
- ・中電ウイング株式会社（岐阜県可児市）
- ・株式会社アクア 菰野辻農場（三重県菰野町）
- ・セントラルキッチン向日葵 [合同会社ふくろう]（滋賀県草津市）
- ・株式会社しんやさい（京都府京都市）
- ・日本農業株式会社（京都府亀岡市・南丹市）
- ・社会医療法人みどり会 さんさんグリーン（大阪府枚方市）
- ・社会福祉法人恵生会 しきファーム（大阪府八尾市）
- ・ほっとまるちゃん [NPO 法人ゆめプロ]（大阪府八尾市）
- ・NPO 法人街かど福祉 よろしい茸工房（大阪府大阪市西成区）
- ・NPO 法人ディーセント・ファーム かしわら（大阪府柏原市）
- ・社会福祉法人青葉仁会（奈良県奈良市）
- ・NPO 法人南高梅の会（和歌山県みなべ市）
- ・社会福祉法人つばさ福祉会 エコ工房四季（和歌山県串本市）
- ・和歌山セルフセンター（和歌山県和歌山市）
- ・NPO 法人マサムネ（鳥取県米子市）
- ・NPO 法人ライヴ リヴよどえ（鳥取県米子市）
- ・株式会社プレマスペース（鳥取県鳥取市）
- ・株式会社八天堂ファーム（広島県三原市）
- ・久保田美装株式会社 ひよりの里（山口県岩国市）
- ・就労支援事業所あけぼの（愛媛県西条市）
- ・NPO 法人石鎚スクエア お茶工房美瀬（Visee）（愛媛県西条市）

- ・南国にしがわ農園 [一般社団法人エンジェルガーデン南国]  
(高知県南国市)
  - ・株式会社いわた農園 (高知県高知市)
  - ・NPO 法人熊本福社会 (熊本県熊本市)
  - ・株式会社黒木ファーム (大分県大分市)
  - ・社会福祉法人新友会 ひまわり畑 (大分県大分市)
  - ・楠繫株式会社 きりかぶ (大分県理珠町)
  - ・一般社団法人 STEP UP (宮崎県宮崎市)
3. 主な展示商品 ※イチオシ商品等を記載  
展示商品は、農福連携によって生産された農産物及び加工食品を中心に構成されており、主に以下のカテゴリーに分類される。
- (1) 生鮮食品
- ① 野菜・米
- ・ズッキーニ、ミニトマト、なす、ピーマン：STEP UP (CoCoRo ファーム)
  - ・とまと：いわた農園
  - ・れんこん：山口 Farm
  - ・さつまいも (紅はるか、シルクスイート)：スカイアースファーム
  - ・さつまいも (サイパン芋)：つばさ福社会 エコ工房四季
  - ・小松菜、水菜、リーフレタス (低カリウム野菜「Dr,ULHA」)  
：アクア 菰野辻農場
  - ・なす (白茄子)、九条ねぎ、京の旬野菜：しんやさい京都
- ② 果物
- ・いちご：中電ウイング
  - ・かぼす：黒木ファーム
  - ・京都レモン：さんさんグリーン
- ③ きのこと類
- ・菌床しいたけ：富士ソフト企画、久保田美装株式会社 ひよりの里、街かど福祉 よろしい茸工房、久保田美 ひよりの里
  - ・生きくらげ：街かど福祉 よろしい茸工房
- (2) 加工食品
- ① 茶類・飲料
- ・ハーブティー：CuRA!
  - ・「カモミール加賀棒茶」：ハーブ農園ペザン
  - ・バラの葉 100%のお茶「ローズリーフ」：バラの学校
  - ・「手摘み宇治抹茶 燦燦」：さんさんグリーン
  - ・石鎚黒茶：石鎚スクエア お茶工房美瀬 (Visee)
  - ・ミニトマトジュース：和歌山セルフセンター
- ② パン・菓子類
- ・パン「やさいぱん! 人参」：ミールケア
  - ・パン「豆っとベジもちー」：ほっとまるちゃん
  - ・パウンドケーキ：青葉仁会
  - ・「果実なきモチ」：八天堂ファーム
- ③ ジェラート等のカップデザート
- ・「有機グアバ農園のなめらかジェラート」：南国にしがわ農園
  - ・「濃厚いちごジェラート」：中電ウイング
  - ・「狭山茶いたりあんジェラート」：富士美園
  - ・梨のコンポートゼリー：プレマスペース

- ④ 冷凍餃子
  - ・「冷凍罪なき餃子」：山口 Farm
  - ・「モッチャン水餃子」：熊本福祉会
- ⑤ ジャム
- ⑥ 調味料等
  - ・りんごエキス、黒らっきょうエキス：マサムネ
  - ・「フレッシュハーブ」、「にいがた梅みそ」：CuRA!
  - ・「ハーブシロップ」：ハーブ農園ペザン
- ⑦ その他の加工食品
  - ・有機 JAS 梅ジャム：南高梅の会
  - ・レトルトおかゆ「緊急救命 72h おかゆ」：アクアヴェール
  - ・黒にんにく：エコ工房四季
  - ・缶詰「お芋の恵」：恵生会 しきファーム
  - ・「あけぼのポタージュ」：あけぼの
  - ・しいたけのオリーブオイル漬け：富士ソフト企画
  - ・乾燥ひじき：リヴよどえ
  - ・瓶入りパスタソース「近江茶ジェノベーゼ」：ふくろう

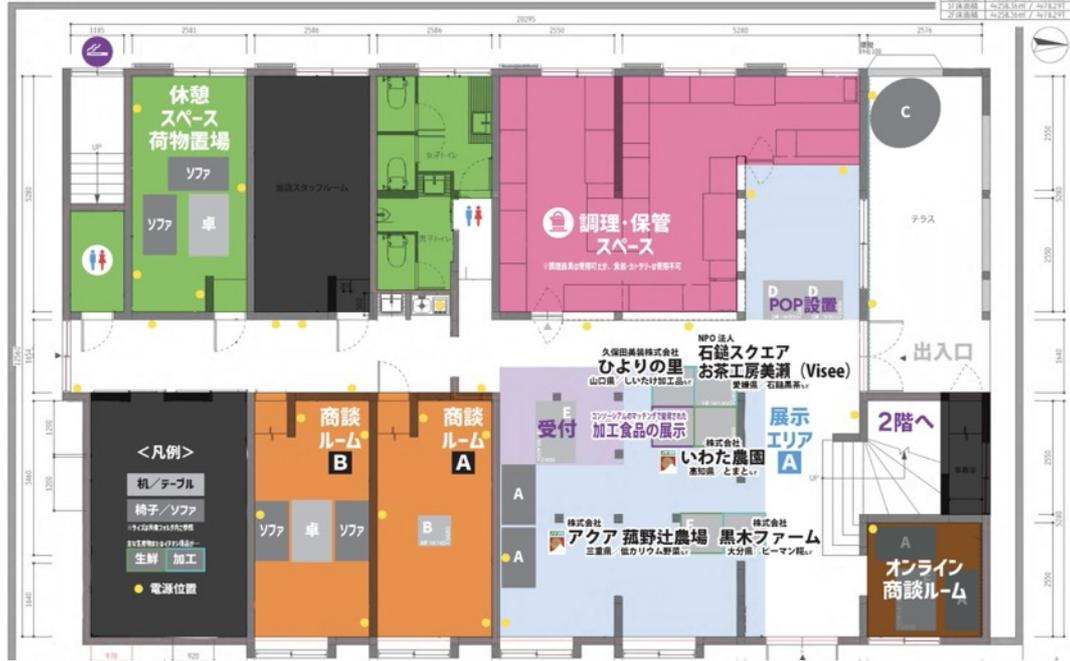
#### 4. 会場ブース展開

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 A、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、ノウフク JAS や「ノウフク・ショップ」に関するパネル（図 21）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 B～E 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 の有無で区分けした。

会場MAP  
FUN SPACE DINER 1F

ノウク見本市2025in大阪 フース展開図



会場MAP  
FUN SPACE DINER 2F

ノウク見本市2025in大阪 フース展開図



図 20 会場 MAP

**「ノウフク・ショップ」が全国で拡大中!**

**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

- 障がい者も応援したい (30.1%)
- 社会貢献 (46.6%)
- 品質が高い (20.3%)
- 新鮮 (18.9%)
- 安心・安全 (17.2%)
- 環境に優しい (16.5%)
- 産地直送 (15.8%)
- 産地直産 (15.1%)
- 産地直採 (14.4%)
- 産地直売 (13.7%)
- 産地直産 (13.0%)
- 産地直採 (12.3%)
- 産地直売 (11.6%)
- 産地直産 (10.9%)
- 産地直採 (10.2%)
- 産地直売 (9.5%)
- 産地直産 (8.8%)
- 産地直採 (8.1%)
- 産地直売 (7.4%)
- 産地直産 (6.7%)
- 産地直採 (6.0%)
- 産地直売 (5.3%)
- 産地直産 (4.6%)
- 産地直採 (3.9%)
- 産地直売 (3.2%)
- 産地直産 (2.5%)
- 産地直採 (1.8%)
- 産地直売 (1.1%)
- 産地直産 (0.4%)
- 産地直採 (0.7%)
- 産地直売 (0.0%)

企業の農福連携の商品に対するイメージ

- 企業の価値観 (68.4%)
- 企業イメージアップ (42.1%)
- 社会貢献 (30.1%)
- 品質が高い (20.3%)
- 新鮮 (18.9%)
- 安心・安全 (17.2%)
- 環境に優しい (16.5%)
- 産地直送 (15.8%)
- 産地直産 (15.1%)
- 産地直採 (14.4%)
- 産地直売 (13.7%)
- 産地直産 (13.0%)
- 産地直採 (12.3%)
- 産地直売 (11.6%)
- 産地直産 (10.9%)
- 産地直採 (10.2%)
- 産地直売 (9.5%)
- 産地直産 (8.8%)
- 産地直採 (8.1%)
- 産地直売 (7.4%)
- 産地直産 (6.7%)
- 産地直採 (6.0%)
- 産地直売 (5.3%)
- 産地直産 (4.6%)
- 産地直採 (3.9%)
- 産地直売 (3.2%)
- 産地直産 (2.5%)
- 産地直採 (1.8%)
- 産地直売 (1.1%)
- 産地直産 (0.4%)
- 産地直採 (0.7%)
- 産地直売 (0.0%)

ノウフクJASはその理念の中で、児童虐待の発生防止及び解消、農林水産業の新たな発展力の創出、障がい者の社会・工務向上の活動に関する計画的な企業や推進を職務とする生産行程管理責任者の配置や、障がい者が作業しやすい環境の創出（適正な能力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。

**企業イメージアップ** 42.1%

**JAS(日本農林規格)とは**  
農産物の品質を確保し、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・加工工程において、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。

**企業別のノウフク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  
「星野リゾート」の従業員向けに「ウイズファーム」のJAS認証を受けた商品を販売するサービスとして、富士ソフト企画の「ノウフクJAS」の商品を販売し、消費者の安心・安全を確保し、農産物の生産・加工工程において、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。

ノウフクJASは、このマークが目印です ▲

**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** **開催中!**  
イオンモール堺北花田  
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点を集めた売場

**ノウフク**

図 21 「ノウフク・ショップ」及びノウフク JAS に関するパネル

5. パンフレットの配布

別添2のパンフレット「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

6. 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

「他の生産者につながりができた」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。

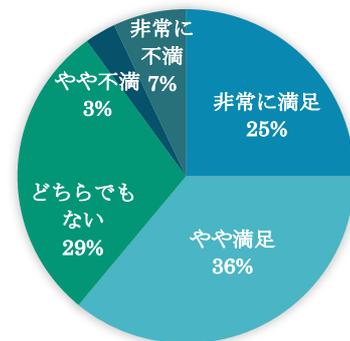


図 22 ノウフク見本市  
出展者の満足度

表 3 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

#### 7. 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。下記の表に示す通り、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。

表4 実需者によるノウフク商品の取扱実績(2026年2月時点)

販売先	内容	生産者(社)	取扱アイテム数(点)
宅配	関西の会員を対象に25年11月に1回、ノウフク特集として生鮮・加工食品を販売	—	14
百貨店・食品卸	ノウフク JAS れんこんを販売	1	各1
百貨店	ノウフク JAS さつまいもを販売	1	1
小売店	ショッピングモール内店舗にノウフク加工食品の売場を設けて販売	—	20超
百貨店	共同で加工食品を開発し、販売予定	1	3
医療機関	直営店舗で茶製品をテスト販売	2	5
生協	愛知県内の会員を対象にノウフク JAS 加工食品を販売	1	2
小売店	空港内の店舗でノウフク加工食品の売場を設けて販売	—	約10
食品卸・スーパー	加工食品を販売	1	各2
スーパー	大阪市の店舗でノウフク JAS 加工食品を販売	1	1
鉄道系通販	加工食品を販売	2	2
飲食	一次加工食品を提供	1	1

食品卸	ノウフク JAS 加工食品を販売	1	1
食品卸	加工食品を販売	1	2
小売店	加工食品を販売	1	1

(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. 第1回「取引の基本と再現性のある経営」

(1) 商談成約率向上のための「チェックリスト」の紹介

商品基本情報、品質管理、物流条件、リスク管理など、バイヤーが重視する項目を事前にセルフチェックすることで、取引の成約率を高めるため、5区分（商品基本情報、生産・品質管理、物流・取引条件、コミュニケーション・リスク、ブランド・販促）から構成。

(2) 専門家による講演

① 小岩 隆志 氏（仲卸・コンサルタント視点）

チェックリストのうち、特に専門家が重要視する項目を取り上げ、以下の内容について説明を行った。

- ・適正価格の設定：小売店が30～40%程度の利益を確保する「上代設定」の基本を解説。
- ・情報のマスタ化：JANコード、原材料、保存方法等の基本情報を一括管理し、バイヤーの要求に迅速に対応する体制（マスタ管理）の重要性を強調。
- ・STP分析：市場の細分化（S）、ターゲットの決定（T）、自社の立ち位置（P）を明確にすることで、狙い通りの販路開拓が可能になる手法を提示。

② 中瀬 靖幸 氏（生産者・GLOBALG.A.P.取得者視点）

- ・再現性の確保：勘と経験に頼る「暗黙知」を仕組み化し、1,300万円から1億円への売上拡大を実現した事例を報告。
- ・リスク管理としての記録：トラブル発生時に自社を守るため、電話連絡を避けメールやチャット等の「文章による記録」を徹底する防衛策を推奨。
- ・過剰品質の見直し：バイヤーが求めている過剰な選別規格（43通り等）を簡素化し、出荷効率を5倍に高めた実践例を解説。

### (3) 参加者による意見交換

参加者から質問や感想などがあり、講師が回答した。参加者からは「なかせ農園の、GLOBALG.A.P.を活用した生産管理や文章による記録の徹底が参考になった。自社商品を販売するだけでなく、ノウフクJASの取得を呼びかけ、みんなで全国に『ノウフク・ショップ』を作っていきたい」という感想があった。

事務局から「羽田空港での販売では販売におけるトラブルがあっても生産記録があったことで信頼を取り戻し、取引が継続した事例もあり、仲卸業者を活用してほしい」と要請。中瀬氏は、「なかせ農園ではスーパーなどと直接取引していない。仲卸業者の伴走支援があると共にリスク管理できる。納品数が不足した際、仲卸業者が他の仕入先と調整して補償してもらったことがある」と補足した。

なかせ農園のふるさと納税についての質問に対しては、「個人向けふるさと納税の返礼品として採用されている。自社で顧客ごとに出荷するのが難しく他社に一括納品している。ふるさと納税のメリットは価格競争が起きにくいことと、レビューで高評価を得られると販売が促進されること。一方で、デメリットは法改正によりポイントが認められなくなったり、返礼率を下げないといけなくなったりして販売数が左右されること」と回答した。

小岩氏は、「ノウフク見本市に来場するバイヤーには、商品の紹介だけでなく、その背景にあるストーリーも併せて伝えてもらいたい」と呼びかけた。

## 3. 第2回「PRとデザインの具体的な技術論」

### (1) 専門家による講演

#### ① 菊地 亮太氏（経営コンサルタント）

- ・現代は商品が溢れ、消費者が「好み（選好）」で選ぶ時代であり、「選ばれる理由」の明確化が不可欠であると説いた。特に、商品のこだわり（物語）を単なる苦勞話で終わらせず、美味しさや安全性という結論を支える「具体的な裏付け（エビデンス）」として機能させる重要性を強調した。

- ・「選ばれる理由」の明確化：3,000円の白ワインを例に、産地等の情報だけでなく「どんな料理に合うか」という消費者のニーズに合致した情報を伝える必要性が示された。

- ・バックストーリーの再定義：苦勞話としての「物語」を、美味しさや安全性を担保する「裏付け（エビデンス）」へと変換し（例：100時間煮込んだからこそのコク）、品質の結論を支える客観的な裏付け（エビデンス）に変換して伝える重要性が語られた。

- ・価格設定の考え方：「売りたい値段」と「売れる値段」の差を認識し、自身のこだわりに共感してくれるターゲットを見つけ、その人たちが買いやすい形へパッケージや販路を「チューニング」する重要性が説かれた。

② 國松 繁樹 氏 (デザイナー)

- ・コンビニ等の棚で選ばれる「一瞬の勝負」に勝つための、店頭で伝える速度を最大化するデザインについて、情報を届ける「速度」に焦点を当てたデザイン技術論が展開された。
- ・オリエンシートの紹介：「誰に (ターゲット)」「何を (コンテンツ)」「どのように (表現)」の商品の情報の3軸を整理しオリエンシートを作成することで、情報の伝達速度が向上することを解説。
- ・直感的なコミュニケーション：商品独自の魅力を、直感的に伝える必要性を説いた。牛乳キャップを模したデザインで「牛乳屋のプリン」であることを瞬時に伝える等の事例を通じ、言葉に頼りすぎない視覚情報の重要性を解説。

(2) 実践オンラインワークショップ

オンラインホワイトボードツール「Miro」を使用し、参加生産者が自社商品の「オリエンシート」および「キャッチコピー」をその場で作成・修正する形式で実施した。

① ワークショップで作られたキャッチコピー案の例

講師2名による講評を通じ、ターゲットの情緒に訴える独創的な表現が多数考案された。

- ・「お肌が飲む化粧水」(エンジェルガーデン南国)：水の代わりに成分を凝縮した浸透力を、「飲む」という意外性のある言葉で直感的に表現。
- ・「秋の仕送り」(学生)：おじいちゃん・おばあちゃんが孫へ贈るシーンを想定し、季節感と情緒を両立させた。
- ・「ラーメン専用・ニンニク海苔」(熊本福祉会)：用途を極端に絞り込むことで、専門性と独自性を強調し、消費者の「選ぶ理由」を明確化した。

ワークショップ内では、CI(ブランドロゴ等)の一新による新旧顧客への対応の難しさ(ぶどう農家の事例)に対し、ターゲットに応じた「見せ方の使い分け」という実践的なアドバイスも講師陣によってなされた。

4. 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、別添3の「ノウフク商品の販路拡大 実践マニュアル」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。

◆『ノウフク商品の販路拡大 実践マニュアル』(ノウフクWEB)：

<https://noufuku.jp/magazine/post-20260312-3/>

5. 生産者向け販路拡大セミナー開催による成果と課題

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件だった（第1回は「参考になった」6件、「ある程度参考になった」5件、第2回は「参考になった」9件、「ある程度参考になった」2件）。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けて良かった」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。

#### 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。別添4の通り、訪問数（セッション数）は（目標とした月間8,000件を上回り）月間平均1万件の大台に初めて到達する年間12.6万件（前年比9.2%増）に達した。エシカル消費への関心のある割合の多い若年層（45歳未満）の割合は前年比で1.4%減となった。定期的な閲覧者の高齢化やインターネット利用率の伸びしろのある高年層の新規ユーザー化が原因と推察される。

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。

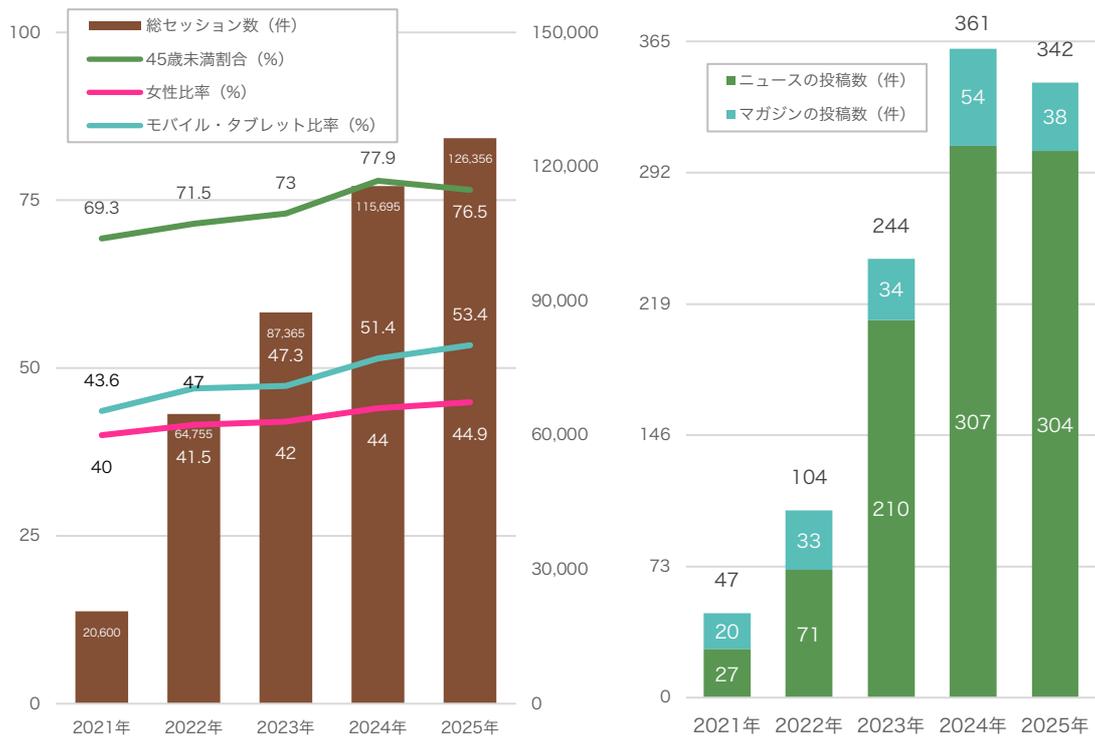


図 23 ノウフク WEB 訪問数及びユーザー属性割合の推移 (左)  
 図 24 ノウフク WEB 投稿数の推移 (右)

**農福連携サポーターズ (応援企業)**  
 SUPPORTERS

農福連携サポーターズとは、企業・団体が取り組む農福連携の商品の加工・販売や、農福連携の発展に向けた技術の提供、サポート等について表彰し、更なる発展を促す取り組みです。

1. 農福連携サポーターズ・アーカイブ

農福連携サポーターズ (応援企業) 2025  
 2025年農福連携サポーターズ (応援企業) による取組事例を掲載します。農福連携等での取り組みの取組を促進するため、取組事例のサポート等を行う企業・法人等を表彰いたします。

農福連携サポーターズ  
 結果発表

農福連携サポーターズ (応援企業) 2024  
 2024年農福連携サポーターズ (応援企業) による取組事例を掲載します。農福連携等での取り組みの取組を促進するため、取組事例のサポート等を行う企業・法人等を表彰いたします。

農福連携サポーターズ  
 結果発表

2. 農福連携サポーターズ関連情報

木米まろし訂閲機構

3月9日  
 大崎町政策研究員 田中カさん、月刊『地域づくり』に寄稿! 「ふるさとづく

2026年1月28日  
 農福連携サポーターズ (応援企業) 2025 結果発表

図 25 「農福連携サポーターズ」ページへのアクセス