

農福連携技術支援者の集い

～農福連携技術支援者と農福連携研究者のクロストーク～

2023年12月22日(金) 13:00~16:00

千葉大学教授 吉田 行郷

兵庫県立大学教授 豊田 正博



			
福祉事業者	農業者	企業	行政
社会福祉法人ゆずりは会エール 管理者補佐・職業指導員	株式会社ボタジェ ハーブ農園ベガン 代表取締役社長	帝人ソレイユ株式会社 取締役社長補佐	佐賀県農林水産部農業経営課 農福連携コーディネーター
峯岸 勝(4期生)	澤邊 友彦(1期生)	鈴木 崇之(1期生)	藤戸 小百合(6期生)



農福連携 技術支援者

NPO法人
たがやす理事／
大隅半島
ノウフクコンソーシアム
プロジェクト
マネージャー／
ノウフクJAS検査員・
ASIAGAP指導員

進行役 天野 雄一郎(2期生)



ファシリテーター(総司会)
農都共生総合研究所 川辺 亮

お申し込みはこちらから



<https://forms.gle/kz43Cye8HE27pVAJ7>
mail : noufuku@notosoken.jp

場所

千葉大学松戸キャンパス
100周年記念
戸定ヶ丘ホール
(現地とオンライン併用による開催)



参加者

会場参加申込定員:50名程度
オンライン参加定員:100名程度

内容

- 1 吉田教授・豊田教授の対談
(情報提供:吉田教授「マッピングから見た農福連携」、豊田教授「福祉事業所作業分析による難易度一覧表の実証へ向けて」)
- 2 農林水産省 農福連携推進室からの
情報提供等
- 3 農福連携技術支援者の今①
(福祉事業所の視点から)
- 4 農福連携技術支援者の今②
(農業者の視点から)
- 5 農福連携技術支援者の今③
(企業の視点から)
- 6 農福連携技術支援者の今④
(コーディネーターの視点から)
- 7 パネルディスカッション
- 8 質疑応答等

応募締切: 12月15日(金)

【主催】農都共生総合研究所 【協力】国立大学法人 千葉大学



上段左から農都（川辺）、峯岸氏、天野氏、吉田氏 下段左から豊田氏、澤邊氏、鈴木氏、藤戸氏

農福連携技術支援者の集い

【会場】千葉大学 100 周年記念戸定ヶ丘ホール（千葉県松戸市）

【日時】2023 年 12 月 22 日（金）13:00~16:00

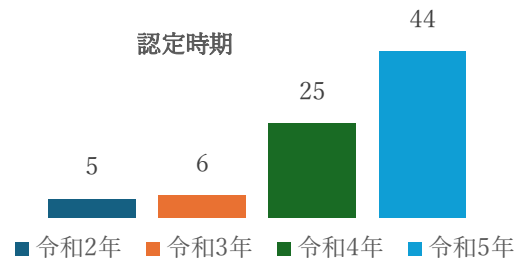
【申込】現地：12 件、オンライン：69 件【当日】オンライン：97 人

申込アンケート

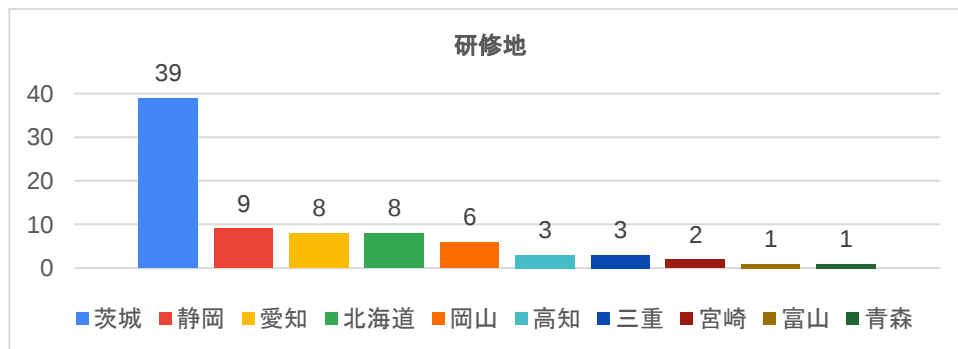
参加方法（回答81人）



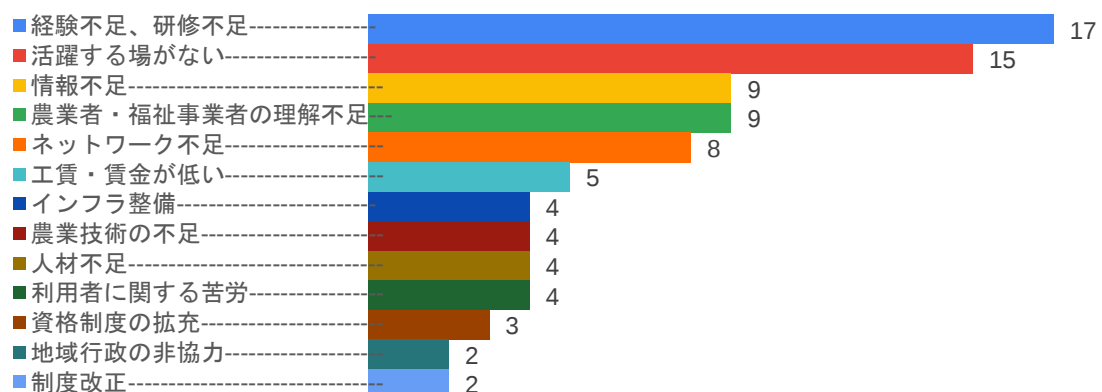
認定時期



研修地

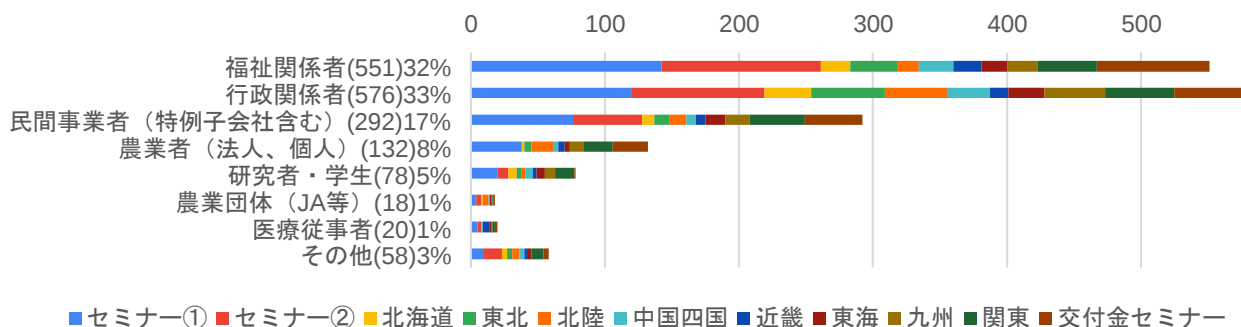


農福連携技術支援者として感じている課題（回答73人、自由記述を分類）

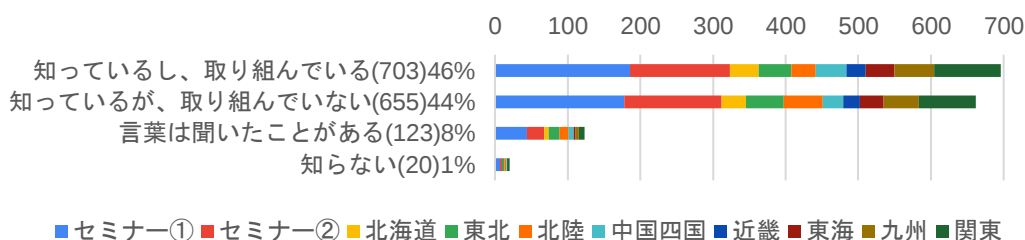


セミナー・フォーラム申込者アンケート全会場合算

申込者の職業（回答総数1725）

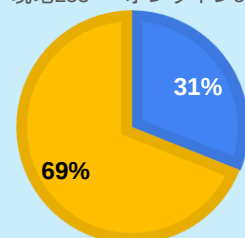


あなたは「農福連携」を知っていますか。（回答総数1501）



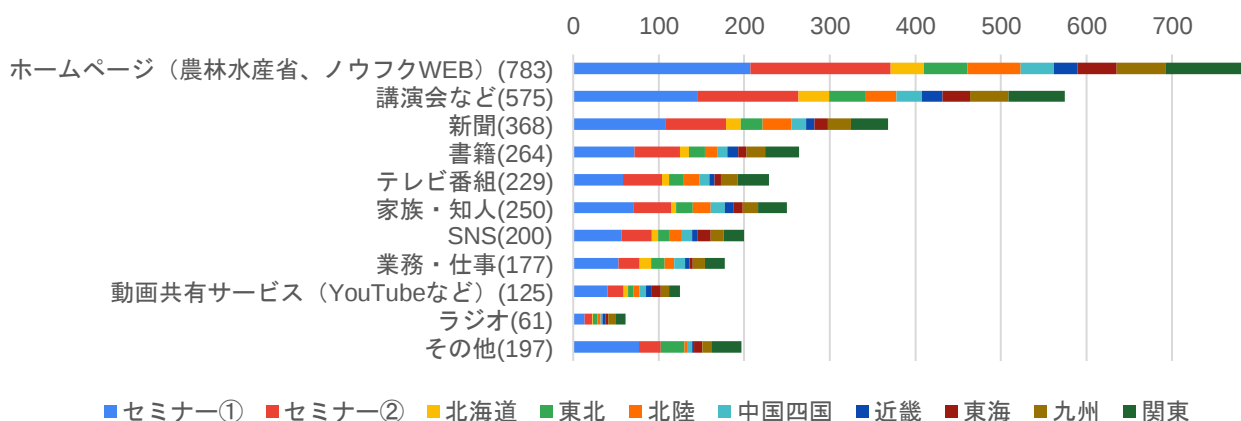
フォーラムの参加方法

■ 現地253 ■ オンライン563

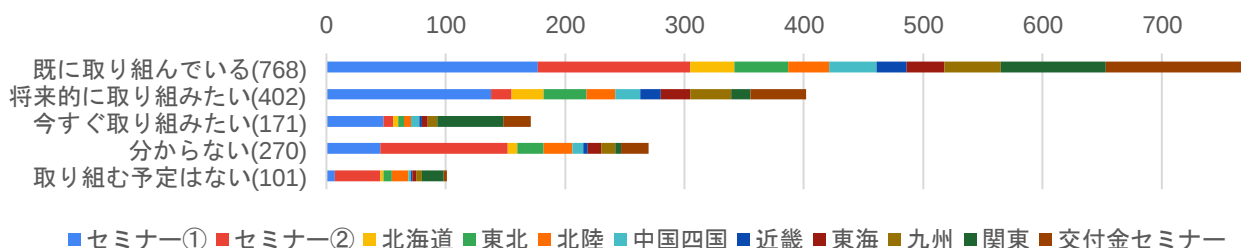


注：セミナーは全てオンライン

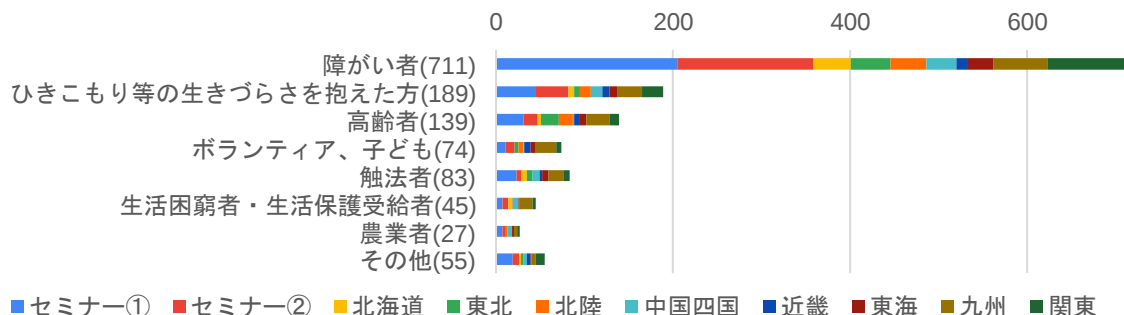
農福連携を何で知りましたか？（回答総数1364、複数選択）



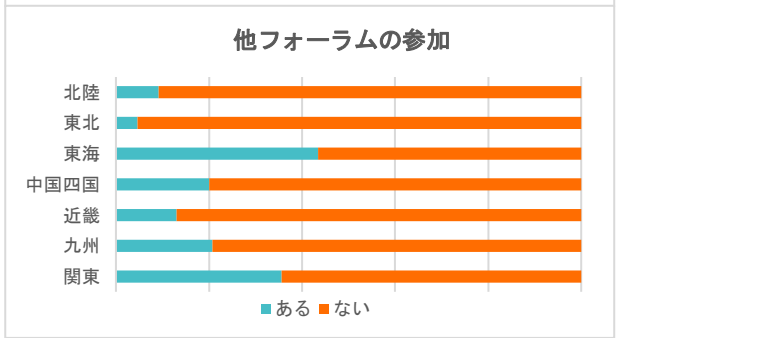
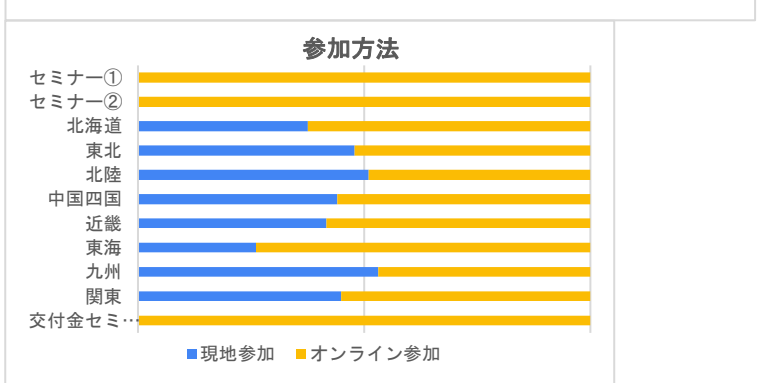
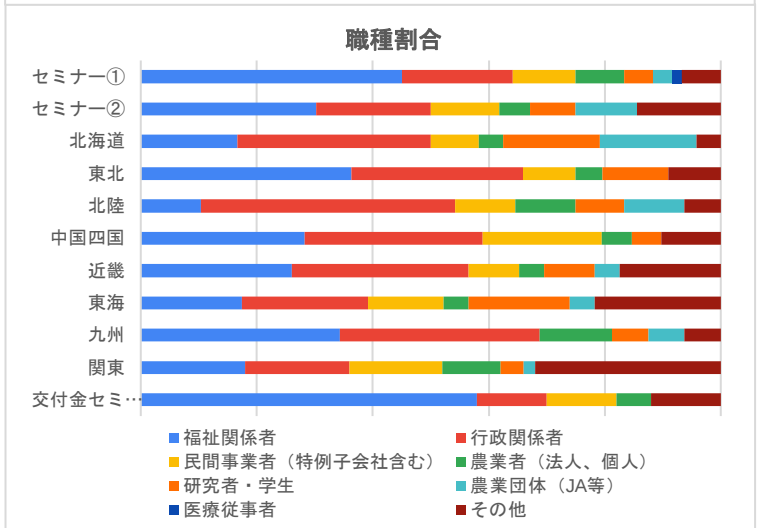
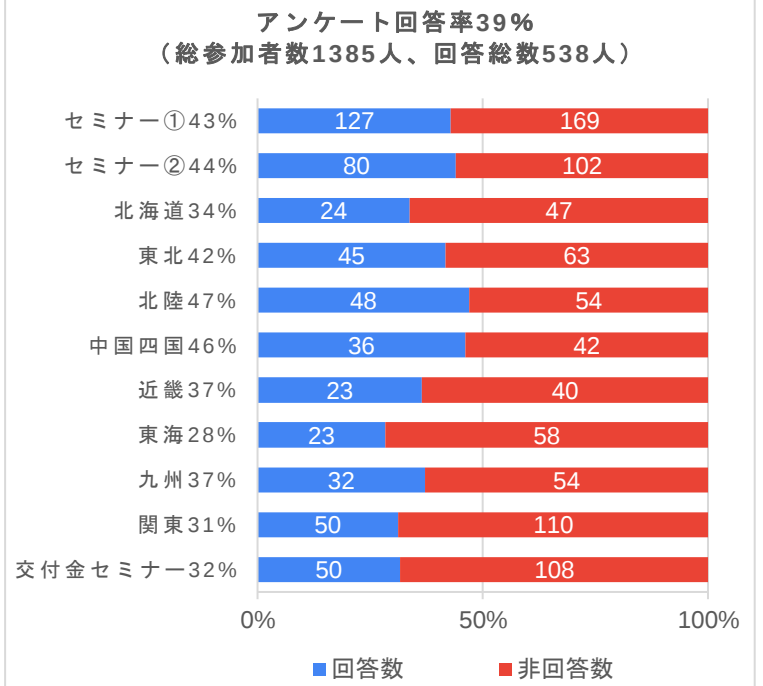
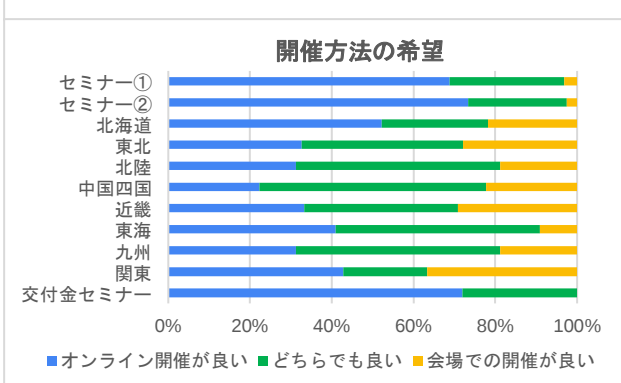
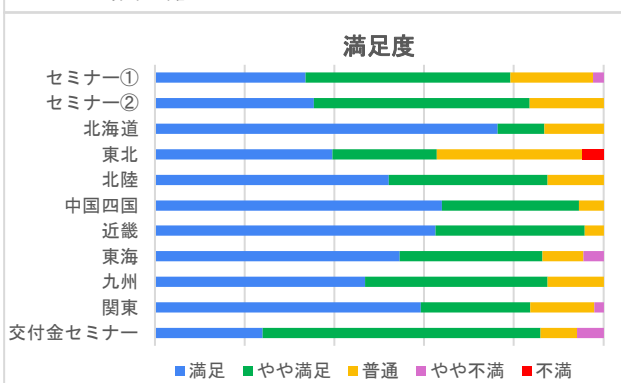
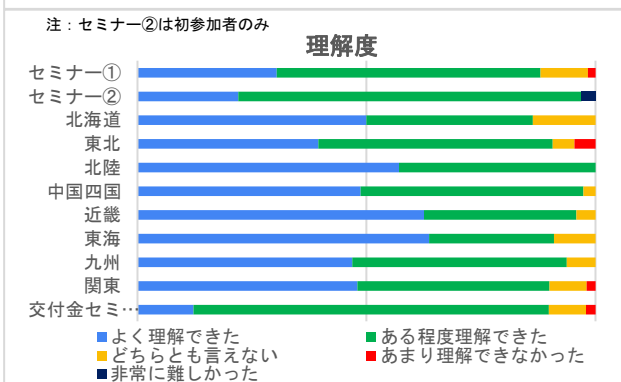
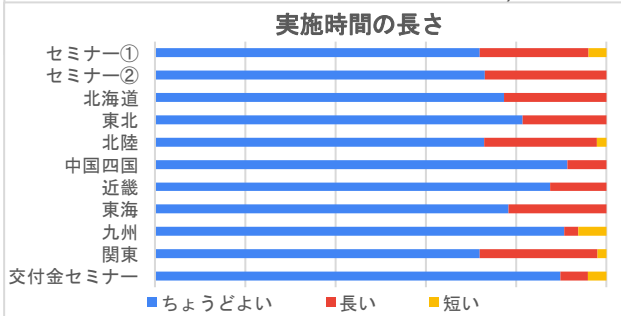
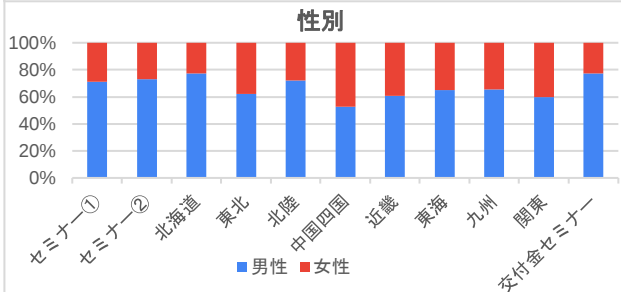
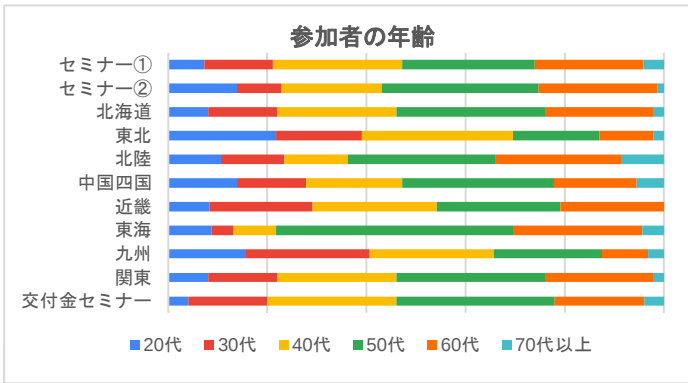
農福連携の取組状況（回答総数1712）

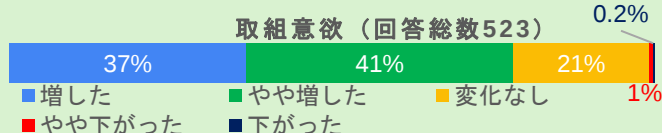
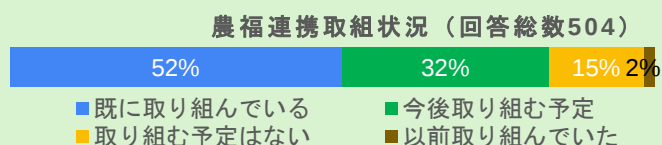
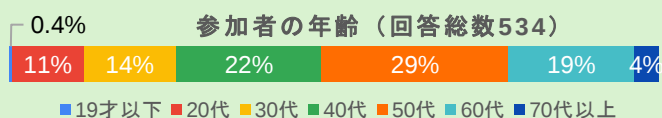
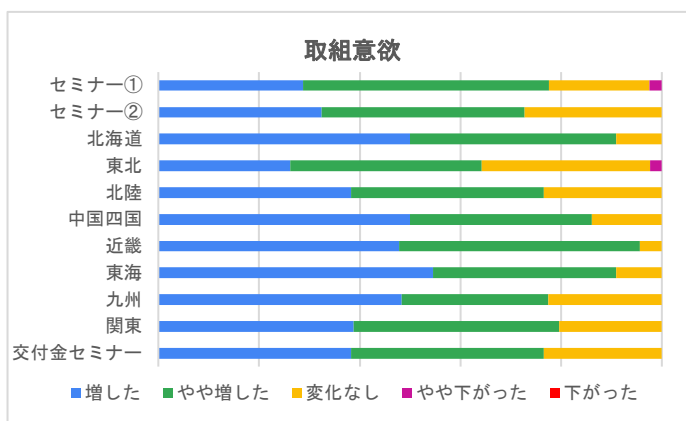
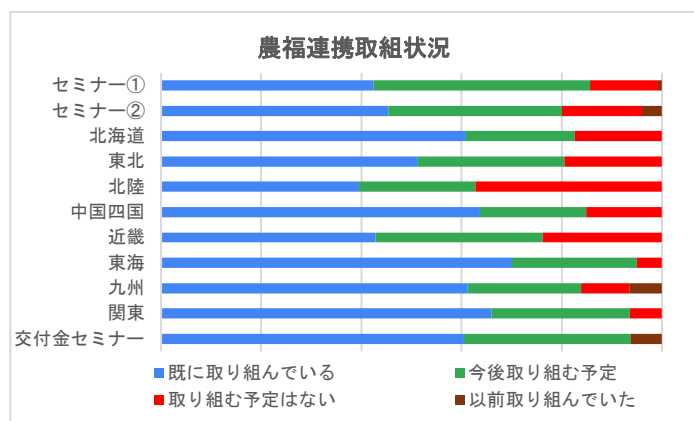


身近な農福連携に取り組んでほしい対象（回答総数1225、九州のみ複数選択）

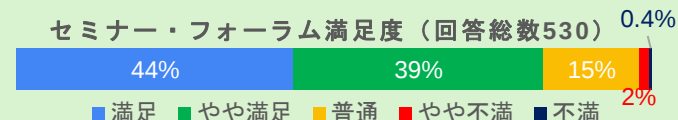
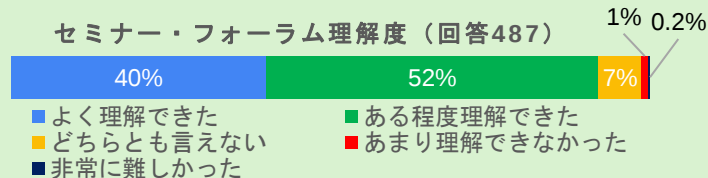
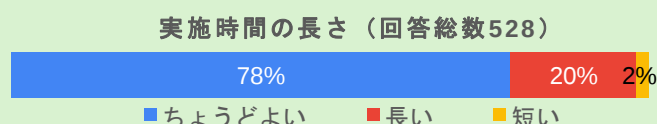


セミナー・フォーラム実施後アンケート会場比較

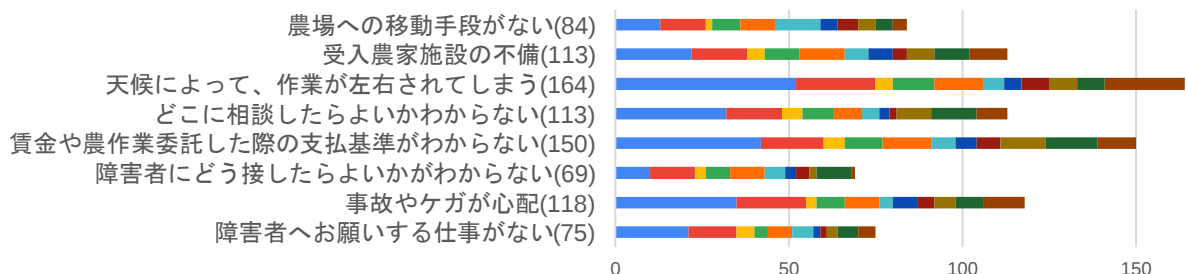




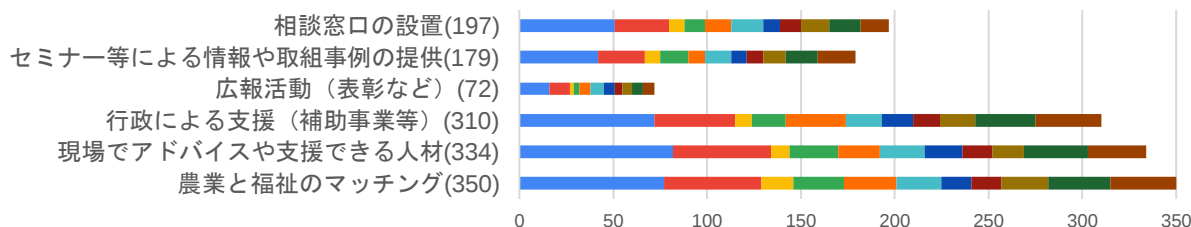
セミナー・フォーラム実施後アンケート合算



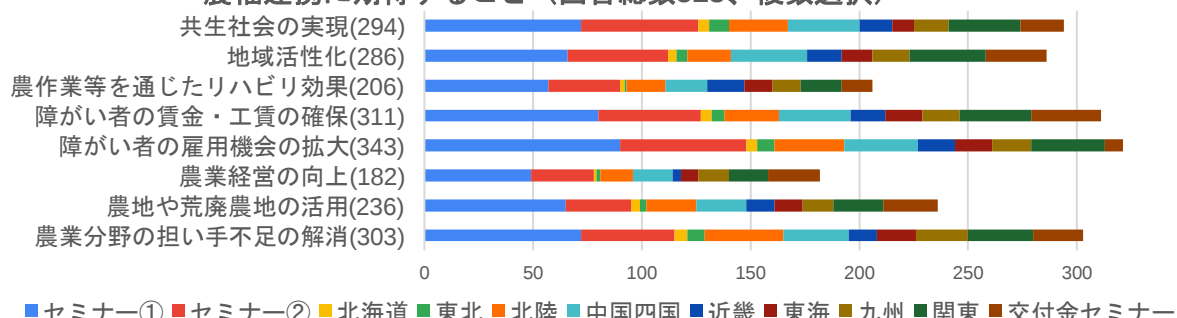
農福連携に取り組むための課題（回答総数479、複数選択）



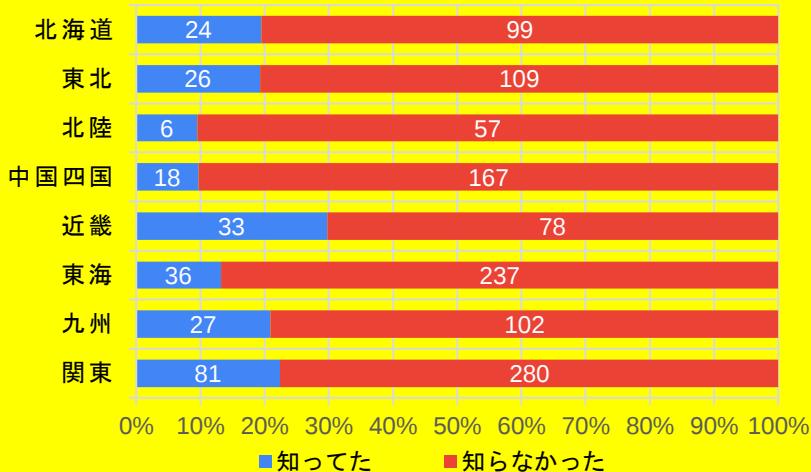
農福連携に取り組むために必要なこと（回答総数523、複数選択）



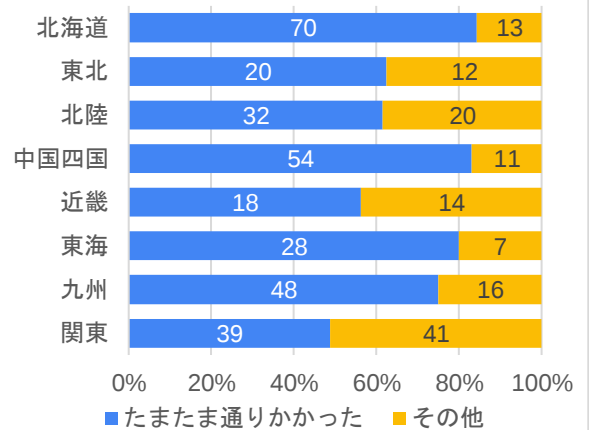
農福連携に期待すること（回答総数528、複数選択）



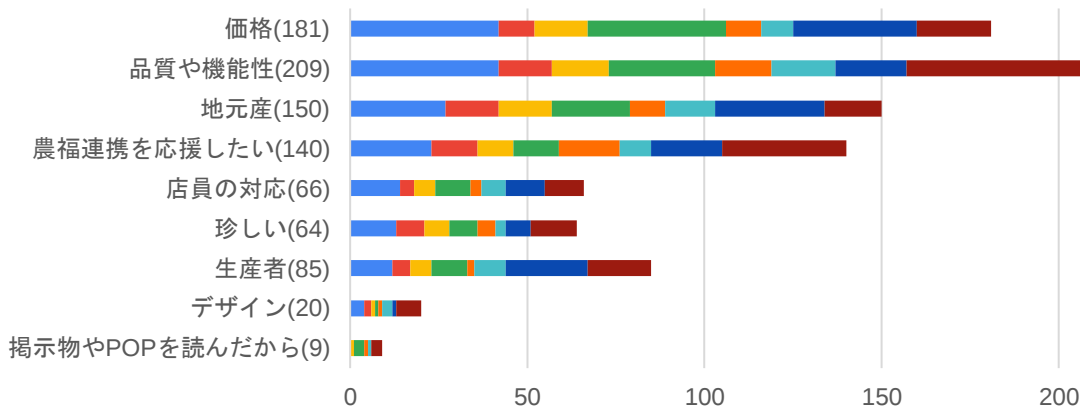
「農福連携」街頭認知度調査（総数1380人）



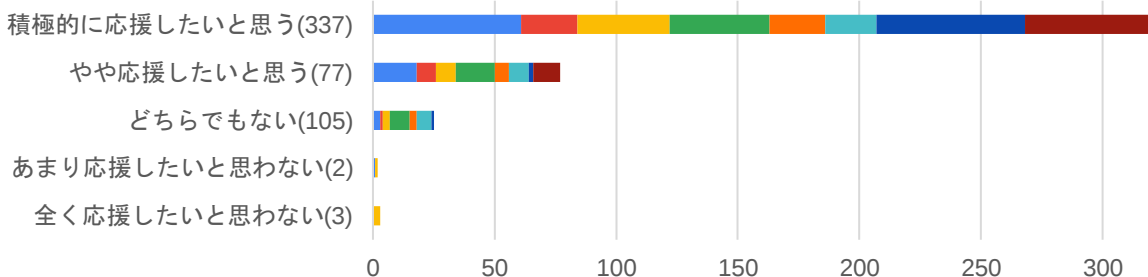
マルシェ来場理由（回答総数443）



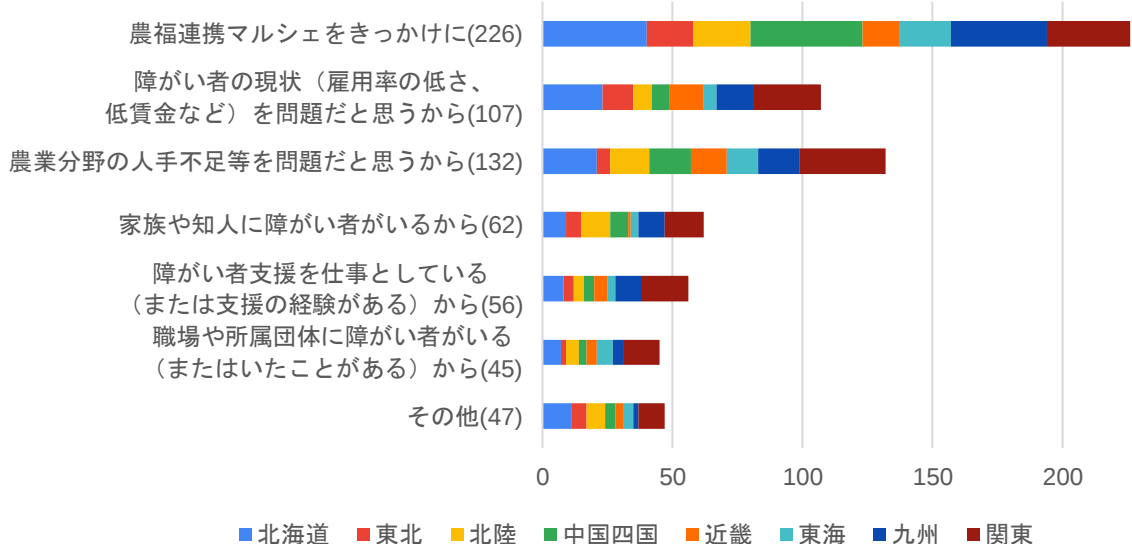
購入理由（回答444人、複数選択）



「農福連携」応援度合い（回答444人）



「農福連携」を応援する理由（回答439人、複数選択）

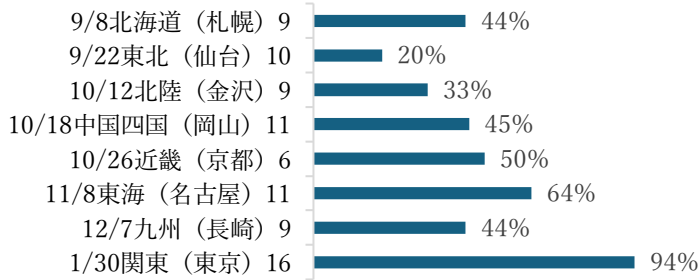


マルシェ購入者アンケート全会場合算

マルシェ出店者実施後一斉アンケート

開催日・開催地・出店数

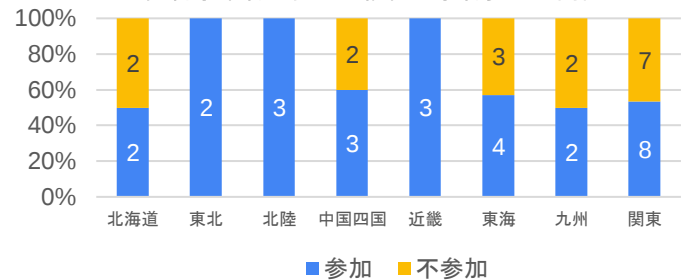
アンケート回答率



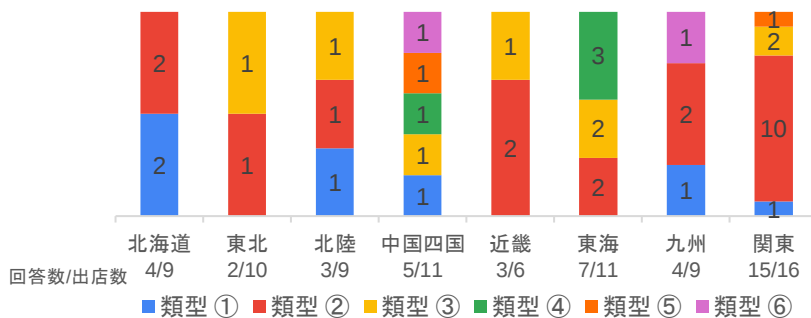
総出店数 81

アンケート回答数 43（回答率 53%）

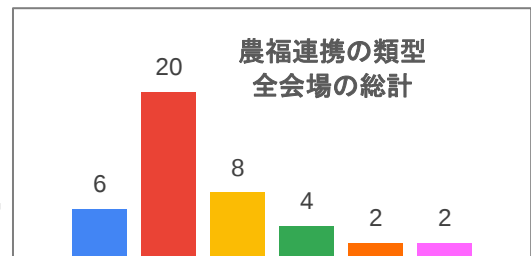
回答事業者に占める福祉当事者参加の割合



アンケート回答事業者の農福連携の類型

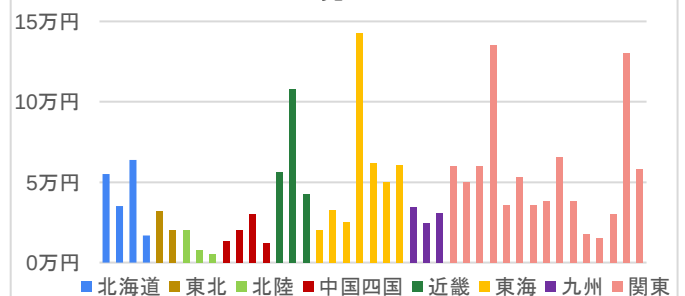


農福連携の類型
全会場の総計

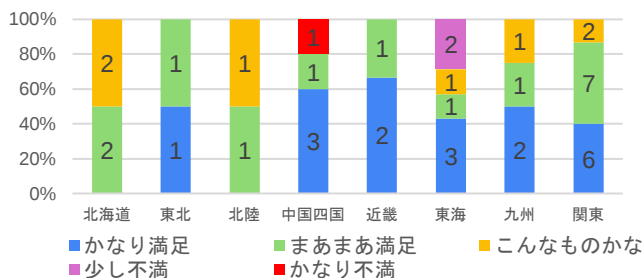


- 類型①**：社会福祉法人等から施設外就労の形で障害者が農家で農作業の手伝いをする。
類型②：社会福祉法人等が自ら農作業を行ったり、農業法人を別途立ち上げ併設させる。
類型③：農家や農業法人が障害者を雇用したり、障害者就労支援施設を別途立ち上げ併設させる。
類型④：企業が子会社を設立して障害者就労の場を確保する。
類型⑤：病院やNPO法人等が障害者に農作業に取組んでもらうことで身体や精神の状態を良くして、いこうとする園芸療法の取り組み。
類型⑥：その他

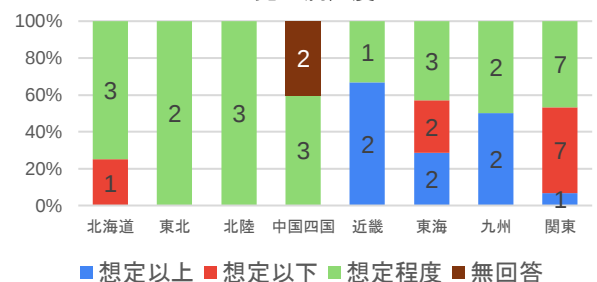
売上



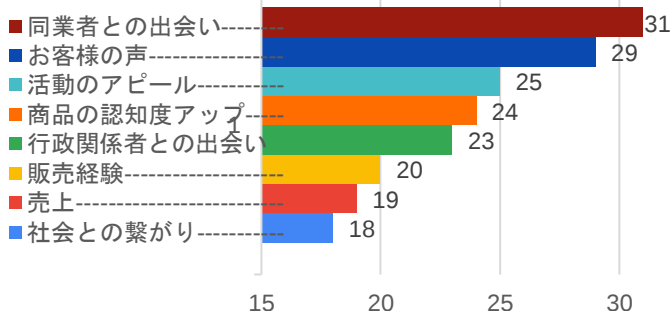
出店者満足度



売上満足度



農福連携マルシェ参加で得たいもの（複数選択）



今後の参加希望



まとめ

分析と課題

1 セミナー・フォーラム申込者アンケート¹

<分析>

1-(1)職種

全体で見ると福祉関係者と行政関係者の割合が同じ程度に多く、合わせると約3分の2を占めた。農業関係者は1割弱だった。

1-(2)認知度

農福連携を「聞いたことがある」や「知らない」という程度の認知度である申込者も約9.5%存在した。

1-(3)認知経路

農福連携を知ったのはホームページ（農林水産省、ノウフクWEB）や講演会と答えた申込者が圧倒的に多かった。

1-(4)意欲

農福連携の取り組み意欲は「わからない」「取り組む予定はない」が約22%あり、農福連携の取り組みに積極的ではない申込者も存在した。

1-(5)対象

農福連携に取り組んでほしい対象としては約60%が障害者と答えた。

1-(6)農福連携技術支援者の課題

「農福連携技術支援者の集い申込者」が同支援者として感じている課題は「経験不足、研修不足」と「活躍する場がない」といった回答が多く、次いで「情報不足」や「農業者・福祉事業者の理解不足」「ネットワーク不足」が多かった。

<課題>

1-①認知度とその段階に応じた支援の必要性

セミナー・フォーラムの申込者の中には、農福連携を「これまで知らなかった」または「聞いたことがある」程度の認知度である者が1割ほど存在した。こうした人たちが段階を追って農福連携への理解を深め、取組にまでつながりうるサポートや企画が必要である。

取組の濃淡は様々あって良く、「関心があるけれども取組むことができない」という人に向き合い、その第一歩を踏み出す切っ掛けとなるような環境整備を行うことが、農福連携の裾野を広げるためには必要である。

1-②ホームページ以外の情報発信の不足

申込者が農福連携を知った媒体は、ホームページやイベントにおける関係機関の直接発信の力が大きいことがわかるが、他の媒体による発信が足りていないと解釈することもできる。現状は、既存の農福連携関係者の内輪イベントの枠を出ていない、との厳しい見方もできる。

1-③対象者イメージの偏り

農福連携に取り組んでほしい対象は「障害者」が一番多かったが、他の選択肢である「ひきこもり等の生きづらさを抱えた方」や「高齢者」「ボランティアや子ども」「触法者」「生活困窮者」が農福連携の対象となることの認識が薄い可能性がある。障害者以外の取組にもフォーカスを当てながら、農福連携の可能性や多様性、有効性を共有していくことが必要である。

1-④農福連携技術支援者のネットワーク強化の必要性

農福連携技術支援者は2023年5月12月時点で489名が認定されているが、12月22日に開催した「集い」の申込者

は81人と、約17%に過ぎない。常設のネットワークとしては2022年12月30日に作成されたフェイスブックグループがあり、現在（2024年3月）の登録者数は108人となっている。しかし、十分に活用されているとは言い難い。農福連携技術支援者への期待や役割は大きいが未だ模索段階であるため、情報や課題の共有ニーズは高い。同グループの拡大や活発化を図り、年に一度の「集い」の在り方もさらに有意義なものへと変えていかなくてはならない。

2 セミナー・フォーラム実施後アンケート²

<分析>

2-(1)アンケートの回答率³

セミナー3回とフォーラム8回の実施後アンケートの総回収率は約39%だった。フォーラムのみでは、申込者の約31%が現地参加だが、実施後アンケートの回答者に占める現地参加者の割合は45%で、現地参加者はオンライン参加者よりも回答率が高い。

2-(2)年齢構成

アンケート回答者は40代50代が比較的多いものの、次いで60代、30代、20代と、会場毎のばらつきはあるが、比較的多様な世代の参加が見られた。

2-(3)男女比

全回答者の男女比は男性68%女性32%だった。

2-(4)満足度と取組意欲

総計では、「満足」44%と「やや満足」39%を合計した83%がおおむね満足だったと答えている。「取組意欲」については「増した」37%、「やや増した」41%を合わせると78%が意欲を増していた。

2-(5)開催方法の希望

開催方法は、フォーラムに関してはオンライン開催と会場開催の希望が同じ程度であり、北海道はとりわけオンライン開催の希望が多かった。オンラインで開催した3つのセミナーはいずれもオンライン開催の希望が多かった。

2-(6)農福連携に取り組むための課題

「天候によって作業が左右されてしまう」が一番多く、次いで「賃金の支払い基準がわからない」だった。

2-(7)農福連携に取り組むために必要なこと

「農業と福祉のマッチング」が一番多く、「現場でアドバイスや支援できる人材」「行政による支援（補助事業等）」を含めた3点が特に多かった。

2-(8)農福連携に期待すること

「障害者の雇用機会の拡大」が最も多く、僅差で「障害者の賃金・工賃の確保」「農業分野の担い手不足の解消」が続いた。

<課題>

2-①女性参加者の割合が低い

実施後アンケートの結果から見ても、当セミナー・フォーラムの参加者に占める女性の割合は少ない。なぜ女性参加者が少ないのか調査する必要がある。農福連携には多様な担い手の参入が望まれ、こうしたセミナー・フォーラムに女性が参加しにくい要因は、福祉当事者等が抱える課題と共通項がある可能性もある。

2-②参加者の満足度について

満足度については、総じて高水準だった。しかし、東北会場は「満足」40%「やや満足」23%の合計が63%で、他会

² セミナー・フォーラム実施後アンケートの会場比較は p30、総計は p31、個別の結果は各イベントの項を参照

³ 参加者数は、現地参加者数は申込数、オンラインは Zoom に記録されたアクセス者総数である。

¹ 総計は p29、個別の結果は各イベントの項を参照

場の約 8 割以上に比して特に低かった。「普通」33%と「不満」5%の回答者の中には「あまり理解できなかった」との回答者はなく、「普通」の中に実施時間が「長い」との回答者はいたが、「不満」と回答した人は実施時間については「ちょうどよい」と答えていた。実施時間の長さや理解度とは別の要因によって満足度が低かったものと思われる。

2-③参加しにくさの調査の必要性

参加したくてもできなかった人のニーズは、参加していない人を対象に調査しなければわからない。当事業のイベントを平日に開催したことにもメリットもあればデメリットもある。開催日やその時間帯、長さについても、事業効果を最大化するための検討が必要である。

2-④農福連携と農業現場の共通課題

「農福連携に取り組むための課題」として多く選択された天候や労働環境は、農業者にとっても厳しい側面であるが、体調管理を必要とする福祉当事者にとっては特に厳しい要素である。労働環境の過酷さが農業離れの一因であり、農業者にとっても改善が望まれる。農福連携を推進することが農業者自身の環境改善に本腰を入れる契機となりうる。

2-⑤中間支援者の重要性

「農業と福祉のマッチング」が農福連携に取り組むために必要なこととして多く選択された。両者の接点づくりが大きな課題となっており、マッチングをコーディネートする機関や人材の必要性が浮き彫りになっている。つなぐ役割を担う農福連携技術支援者、農福連携コーディネーターなどの中間支援者の役割は大きい。

3 街頭認知度調査⁴

<分析>

3-(1)回答総数は 1380 人「知っていた」251 人（18%）「知らなかった」1129 人（82%）だった。

3-(2)認知度が一番高かったのは近畿で 30%、一番低かったのは中国四国会場と北陸会場の 10%だった。

<課題>

街頭認知度調査は、マルシェ会場の来場者とその周辺の通行人を対象にシール投票を行ったものであり、地域の実態よりも高い結果となっていると考えられる。にもかかわらず「知っている」と答えた人の割合が、調査した全国 8 か所のどの地域でも 3 割に満たないということは、国全体として「農福連携」という言葉ですら認知している人が少ないことを示唆している。

4 マルシェ購入者アンケート⁵

<分析>

4-(1)来場理由

「たまたま通りかかった」のではない「その他」の割合が一番多かったのは関東で 51%、次いで近畿 44%、北陸・東北 38%、一番低かった（すなわち「たまたま通りかかった人」が多かった）のは北海道 16%、次いで中国四国 17%、東海 20%、九州 25%だった。全体では「たまたま通りかかった」62%「その他」38%だった。

4-(2)購入理由

「品質や機能性」が一番多く、次いで「価格」だった。

4-(3)農福連携の応援度合

「積極的に応援したいと思う」が圧倒的に多かった。

4-(4)応援する理由

「農福連携マルシェをきっかけに」が一番多く、次いで

「農業分野の人出不足等を問題だと思うから」、「障害者の現状（雇用率の低さ、低賃金など）を問題だと思うから」が続いた。

<課題>

4-①マルシェ販売に必要な説得力

立ち寄って見て回ったとしても購入に至るには、一段と高いハードルがある。一定の説得材料（物語）が必要であり、価格に見合う価値と品質は大前提だが、それを説明するためのストーリーづくりが必要である。

4-②出店者と来場者との意識のズレ

一般的には「マルシェ」は、生産者直売ならではの品質の高さと、比較的安価であること、対面販売の信用力に魅力がある。しかし、マルシェ出店者の多くが 6 次産業化による収益性の向上を図っている。こうした意識のズレを埋める努力が必要である。

4-③普及啓発効果の高さについて

たまたま通りかかった人が、農福連携商品の品質や機能性、価格の良さを評価して購入した上で、農福連携を取り巻く問題を理解し応援するに至るのが、普及啓発としての農福連携マルシェの理想である。

回答者全体の 62%が「たまたま通りかかった」購入者であるにもかかわらず、応援度合いでは「積極的に応援したいと思う」が約 76%で圧倒的に多かった。一方で購入理由に「農福連携を応援したい」を選択したのは約 36%で、「品質や機能性」（約 47%）や「価格」（約 41%）は「応援」を上回っていた。

5 マルシェ実施後出店者アンケート⁶

<分析>

5-(1)回答率

アンケートは全てのイベントが終了した令和 6 年 2 月に行ったため、最後に開催した関東会場への出店者の回答率が最も高かった。

5-(2)総出店数

総出店数は 81 でアンケートの回収数は 43、回答率 53%だった。

5-(3)福祉当事者の参加

回答した 43 事業者の内 16 事業者（37%）で福祉当事者の参加があった。

5-(4)出店者の類型

出店者の農福連携の類型は「類型②社会福祉法人等が自ら農作業を行ったり、農業法人を別途立ち上げ併設させる。」が一番多かったが、全体としてはすべての類型があった。

5-(5)売上

売上には出店者間でかなりの差があった。売り上げの最高額は東海会場の 142,900 円だった。

5-(6)売上想定

売上は 16%が想定以上、56%が想定程度、23%が想定以下だったと回答した。中でも関東会場の約半数が想定以下の売り上げだったと回答した。東海会場の 2 店と北海道会場の 1 店も想定以下と答えた。一方、近畿会場 2 店や九州会場 2 店、東海会場 2 店、関東会場 1 店は想定以上だったと答えた。

5-(7) 出店満足度

「当マルシェへ参加したことの満足度」は「かなり満足」40%「まあまあ満足」36%で 7 割以上が満足と回答した。一方で「少し不満」2 店「かなり不満」も 1 店あった。

⁴ P32 参照

⁵ P32 参照

⁶ P33 参照

5-(8) 次回参加希望

同様なマルシェを開催する場合の参加を希望したのは84%だったが、上記で「かなり不満」と答えた中国四国会場の1事業者は「もう参加したくない」と回答した。

5-(9) 「マルシェ参加で得たいもの」

「マルシェ参加で得たいもの」は、「同業者との出会い」が最多で、次に「お客様の声」、「活動のアピール」と続いた。

<課題>

5-①マルシェ主催者の責任について

普及啓発事業であったとしても、生産者にとっては売れた量が一番の成果である。客がいたとしても実際に売れるかどうかは出店者次第ではあるが、マルシェを開催する主催者には客が溢れる会場にする責任がある。たまたま通りがかる人には限りがある。事前の周知活動でたまたまイベントを知る確率を高める努力が必須である。そうした活動そのものが普及啓発活動なのであり、出店者満足度は総じて高かったが、事前活動が不十分だったことは否めない。

5-②当事業における農福連携マルシェの特徴について

自治体単位や有名どころが集まる全国単位の農福連携マルシェは少なくないが、都道府県を跨いだ地方農政局の管轄地域といった規模で各地の先進事業者が集まって開催するマルシェは珍しい。出店者の大部分は大手流通網で販売している事業規模ではないから、来場者にとっては、各地の事業者の元へ行かなければ入手できない個性的な商品と一度に多く出会うことができるとともに、様々な農福連携の取組を知ることのできる、とてもユニークなイベントだった。また、出店者同士にとっても、各地に点在している先進事業者が集うことにより、互いに知り合い高め合うことのできる貴重な機会となった。

事業成果

<認知度向上セミナー>

・実施後アンケート回答者の8割以上が一定の理解度と満足度を示し、取組意欲が増していた。

<農福連携フォーラム>

・実施後アンケート回答者の8割程度が一定の理解度と満足度を示し、取組意欲を増していた。

<農福連携マルシェ>

・アンケート回答した出店者の約7割が想定程度以上の売上げを得て、満足感を得ていた。
・購入者アンケート回答者の約6割が「たまたま通りかかった」購入者だったが、7割以上が「積極的に応援したいと思う」と答え、来場者の認知度及び理解度の向上に貢献した。

<農福連携技術支援者の集い>

・実施後アンケートで「来年度も参加したい。」が約9割で、満足度の高いイベントとなった。

<メディア露出>

東海、九州、関東の各会場の様子が報道された。
・スターキャット・ケーブルネットワーク「農福連携マルシェ【StarCatウィークリー】」2023年11月16日放送
・テレビ長崎「マルっと」「注目 農業×福祉の互いの課題解決へ 長崎市で「農福連携」のイベント」2023年12月7日放映
・日本農業新聞「農福連携活動を共有 東京でフォーラム 販路拡大し工賃増」2024年1月31日首都圏版13面掲載

事業統括（所感）

■WEBセミナー：農福連携に取り組もうとしている、あるいは始めたばかりの方々へ向けた「一歩め」や「次なるステップ」の「きっかけづくり」を主目的として開催し、有識者と実践者（農・福・企業）に登壇いただき、それぞれの立場で理論的かつ実践的な内容をお話いただいた。オンライン配信ではあるものの、ありがたいことに会場に赴いてくださった登壇者が半数以上であり、おかげで登壇者同士の活発な議論へとつながったのではないかと思います。参加者においても、一定の理解や満足度を得られたとともに、取組の初期段階にいる実践者・実践者候補の方々がどのような課題と直面しているかについて、改めて表出化できたと考えられる。交付金活用セミナーについては、実際の活用者と農水省・厚労省からの具体的な情報提供があり、具体的な制度活用方法のヒントを得られたのではなかろうか。

■農福連携技術支援者の集い：当日は、関係者を含めると150名程度の参加があり、千葉大学吉田教授の御縁で、農福連携に関わる千葉県庁やJAの担当者の方々にも参加・発言いただいた。アンケート結果等にもあるように「技術支援者にはなったが、どのように活動すべきか」というアクションプランに悩む方々が一定数見られるため、技術支援者としての学びやネットワークをどう構築し活かすかについて定期的な議論の場づくりの必要性が改めて表出化された。

■フォーラム・マルシェ：北海道・東北・中国四国・北陸・近畿・東海・九州・関東と、全国8箇所において、フォーラムとマルシェを徒歩15分以内で移動できることを基本として、相乗効果を図りながらの開催であったが、主目的は「それぞれの地域の農福連携の魅力を伝えること」であった。フォーラムを通じ、その取組の背景にどんなライフストーリーや理念そしてネットワークが生じたかなどについての議論が交わされ、マルシェにおいては、取組の成果と言える農産物や加工品等を通じて、農福連携の魅力を各地域の方々へ伝えるとともに、登壇者同士、来場者、出店者同士など、幅広い交流機会にもなったのではないかと拝察する。このような「交流機会」や「魅力発信」をより深めかつ掘り下げたかったという後悔もあるが、上記セミナー含め、映像や本報告書等の多くのアーカイブズを残せたことはひとつの成果と考えている。そして、そこに満足することなく、このアーカイブズや抽出された課題、生じたネットワークなどを活かし、いかに実践的醸成を図れるかが今後の大きな課題であり、当研究所としても、実践研究及び実践支援の取組を今後も継続し深めていきたいと考える次第である。

<事業実績報告書>

令和5年度農山漁村振興交付金
農山漁村発イノベーション推進事業
(農福連携型のうち普及啓発・専門人材育成推進対策事業)

報告者-----株式会社農都共生総合研究所
東京都文京区湯島1-8-4 山川ビル7F
noufuku@notosoken.jp
提出日-----2024年3月31日