

## 農福連携による労働力の確保（農福連携ブランディング戦略策定）について

## 1 事業内容

将来的な生産年齢人口の減少により、労働力の確保が難しくなってくると予想される中で、令和7年度からの新規事業として、農福連携による労働力の確保するための一つの取組として農福連携により生産された農産物の販売戦略の策定を行っている。



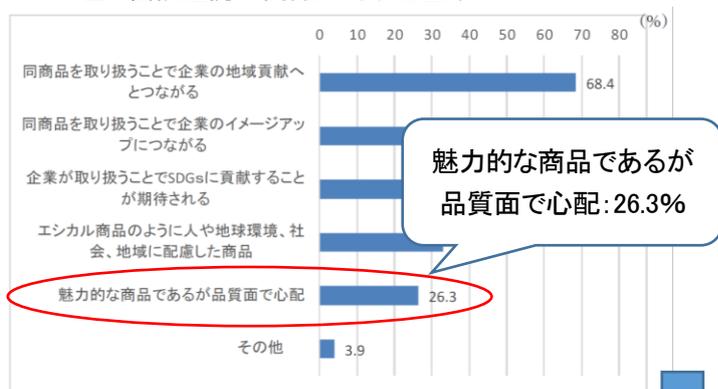
## 2 これまでの主な実施内容と方向性について

- (1) 農福連携商品の販売促進に向けた先行事例の収集・関係者等へのヒアリング
- (2) 消費者調査（WEB 調査）
- (3) ブランド認証制度の設計案の検討

R4 農福連携に関するアンケート調査結果(R5 年 3 月)  
(一社)日本基金協会

関係者等へのヒアリング結果(一部抜粋)

図 農福連携の商品に対する企業のイメージ



Q. 販売上の課題について

障がいのある人が関わっていることをアピールすることで、消費者から「多少品質が劣っていても仕方ない」と受け取られるのではないかと

【生産者及び販売事業者の声】

目指す方向性：

- 障がい者の参画には適正な生産工程管理が不可欠であることから、生産工程管理の確実な実施を保證する認証制度を確立し、品質の信頼性が確保されていることを訴求ポイントとする
- 県が農福連携商品をブランド認証することで、
  - ① 品質をアピールし、取引価格の適正化を図る
  - ② 社会的意義をアピールし、販路の確保を図る

## 3 今後の主な実施内容（令和7年度中）

- (1) ブランド認証制度及び基準の精査
- (2) ブランド認証制度の効果的な訴求方法の検討（生産者・消費者・販売者向け）
- (3) ブランドのロゴマークの制作