実践 11　福祉×農業×マルシェ

地域に根づく**農福連携マルシェ**の定期開催で**就労機会**の増加と**農産物**の**販路**を拡大

★注目ポイント★

1. スーパーマーケットの協力で農福連携マルシェを定期開催。計画的に農産物を生産・出荷
2. 関係機関から選出した委員の販売会の視察で５段階評価を実施し改善を図る
3. 農福マルシェが事業所職員の情報交換の場や、利用者が責任感や充実感を得ることで意識変化を生む場に

特定非営利活動法人
山口県社会就労事業振興センター
https://selp-yamaguchi.jp/wp/wp-login.php
（山口県山口市）

×

株式会社イズミ ゆめシティ※1
おのだサンパーク※1
株式会社サンリブ サンリブ下松※2

（令和3年度実績）

● 基本データ（令和3〈2021〉年11月現在）

所在地	〒753-0072 山口県山口市大手町 9-6
TEL	083-933-1522
開設年	平成25（2013）年
職員数	3人

※1　株式会社イズミ ゆめシティ、おのだサンパーク／複合商業施設（ショッピングモール）
※2　株式会社サンリブ サンリブ下松／九州・四国エリアのスーパーマーケット

概　要

山口県社会就労事業振興センターでは、高齢化の進行により労働不足が生じている農業分野で、障がいの特性に応じた作業や、就労訓練に適した農作業の受託を推進し、障がい者の就労機会の増加を図るため、地域の企業とともに「農福連携マルシェ」を開催しています。

また、連携先の企業と事業の視察を実施することで売り場・商品・売り手のそれぞれの視点から課題を挙げて改善し、農福連携マルシェそのものレベルアップに取り組んでいます。

SELP Vision 2030
2　4　5

構成員と役割

本事業に携わる職員の人数　1人

担当業務
①開催会場の決定・参加事業所の確保
②農産物を使用したイベントの決定
③開催に向けての周知
④会場レイアウトの作成
⑤什器や販促物の手配

障がい者事業所　グリーンファーム、緑豊舎、るりワークス、るりがくえんきらら夢KOBO、夢かれん　等13施設・事業所

連携企業　株式会社イズミ ゆめシティ、おのだサンパーク、株式会社サンリブ サンリブ下松、株式会社フジ フジグラン宇部

賑わう農福連携マルシェ

開始までの経緯

山口県社会就労事業振興センター（以下、振興センター）は平成27（2015）年に山口県から農福連携マルシェ開催事業を受託し、販売会を実施することとなりました。販売会の協力企業を探したところ、フジグラン宇部（ショッピングセンター）とつながることができました。継続的なはたらきかけによって徐々に農福連携マルシェの開催に協力を申し出る大規模商業施設が増え、フジグラン宇部に続き、おのだサンパーク、サンリブ下松が加わりました。

その後、高齢化の進行により労働不足が生じている農業分野と、障がいの特性に応じた作業や、就労訓練に適した農作業の受託を推進したところ、障がい者の就労機会の増加を図ることを目的として山口県と「地域活性化包括連携協定」を締結したゆめシティが加わり、現在（令和3年度）の体制となりました。

具体的な取り組み

振興センターは平成27年度4月に山口県より事業委託を受け、農福連携マルシェを始めました。農福連携マルシェは、農業の担い手不足解消につながる取り組みの紹介と農産物の販売を通して、事業所の販路拡大や、高齢化の進行により労働力不足が生じている農業分野に、障がい者就労の機会を見出し、参入を促進するための取り組みです。

平成28（2016）年度より同センターが3年間受託した「農福連携就労支援推進事業」（農福連携の取り組みをすすめるために事例集を作成する事業）に取り組むなかで、農福連携マルシェの参加事業所は増えていきました。

農福連携マルシェの開催を機に、連携する企業や団体と視察委員会を組織し、イベントの視察を実施することで、売り場・商品・売り手のそれぞれの視点から課題を改善し、取り組み自体のレベルアップも図っています。

集客イベント例（餅つき）

事業で発生する経費

農福連携マルシェのチラシの印刷にかかる費用、消耗品の購入や農福連携マルシェで使用する会場・設備の賃借料等が発生します。これらの費用には、山口県の農福連携マルシェ開催事業委託費を活用します。

工夫していること、心がけていること

マルシェの開催に向けて

農福連携マルシェの開催に向けてスタートダッシュを決めることと、きめ細かな打ち合わせが、開催までの段取りには非常に需要です。協力団体とは山口県との事業委託契約締結後、早めの段階で打ち合わせを実施します（早ければ4月の段階で1回目を実施）。その後も開催月までに数回、電話やメールで数回進捗状況を報告し、開催1か月前には販売会場で、搬入経路やレイアウト、什器の使用内容、電源の使用等についてイベント責任者と確認します。

農福連携マルシェに出店する事業所とは必ず事前打ち合わせを実施し、販売商品の種類や数量、イチオシ商品の確認、商品の搬入・撤収の有無、食品関係では食品表示や賞味期限について確認します。

マルシェ当日の工夫

地域の皆さんに農福連携マルシェを覚えてもらうことを重要視しています。そのため農福連携マルシェは定例化して毎回同じ会場、同じ時期に開催します。

物品の販売と併せて、ガラスアートづくりや合唱（手話付き）などの集客イベントも開催し、より多くの方に興味をもってもらえるよう工夫しているそうです。

集客イベントは振興センターとイベント出店事業所が共同運営し、接客や調理の補助等に幅広く事業所利用者が参加します。

会計レジまでのお客様の動きを予想して商品の置き場所を考えたり、販売員のユニフォームを揃えて統一感を出したりする工夫も凝らします。

課題と対応

課題 関係機関との協力体制の構築 → **対応**

協力企業・団体や事業所等にはたらきかけ事業内容の理解を促すこと、協力体制を構築することが、乗り越えなければならない課題でした。

その対応として、山口県や各市町の記者クラブにプレスリリースを出し、広報誌に記事の掲載を依頼することで、農福連携マルシェ事業に対する理解を促しているといいます。

課題 新型コロナウイルス感染症の影響 → **対応**

農福連携マルシェの開催期間中、新型コロナウイルスに感染することを防ぐため、会場のスタッフ人数が制限されたり、会場内で呼び込みが中止されたりする等の影響がありました。

影響を最小限に抑え、地域の方々を屋外イベントに誘うよう、事前の開催チラシの作成・配布、ポスターの貼付や、SNSを活用した情報発信が徹底されました。

生産者情報も伝えます

MEMO

反応・効果

利用者の反応・効果

利用者は、会場内で販促物の配布、商品説明や袋詰め等、物づくりや販売以外の作業に就きました。充実感を味わい、責任感をもつことができるようになったそうです。農福連携マルシェに参加することで働くことに「楽しさ」を感じ、日々の作業に対する意識にも変化が見られたといいます。

地域の反応・効果

農福連携マルシェは毎年開催されるもので、恒例であるという認識が住民の間に高まり、地域に根づいたイベントとして少しずつ広まっています。

その他の反応・効果

農福連携マルシェが参加事業所の農産物等の販路のひとつとなり、生産量の拡大にもつながる効果を生んでいます。

★展望・課題

振興センターは、農福連携マルシェ開催事業を継続するうちに固定化傾向が見えつつあるなかで、参加・協力事業所、連携団体の拡充を課題と捉えています。

事業の目的を広く周知することで、協力事業所や企業等を新規に開拓し、農福連携マルシェ開催事業の拡大をめざすそうです。

山口県社会就労事業振興センターのSDGsへの取り組み

地域の方々と接する農福連携マルシェの機会は、リユース（再利用／再使用）意識に適うエコバッグの推奨にも活かされています。令和4年1月の販売会では、1日先着30人、購入金額1,500円以上の方に、協力事業所が製作したエコバッグをプレゼントし、SDGs意識の啓発にも取り組みました。