



坂ノ途中の取り組みと、 坂ノ途中から見えている社会変化について

2021年6月
株式会社 坂ノ途中
代表取締役 小野邦彦

目次



1. 会社概要
2. 取り組み紹介
3. 社会環境の変化など



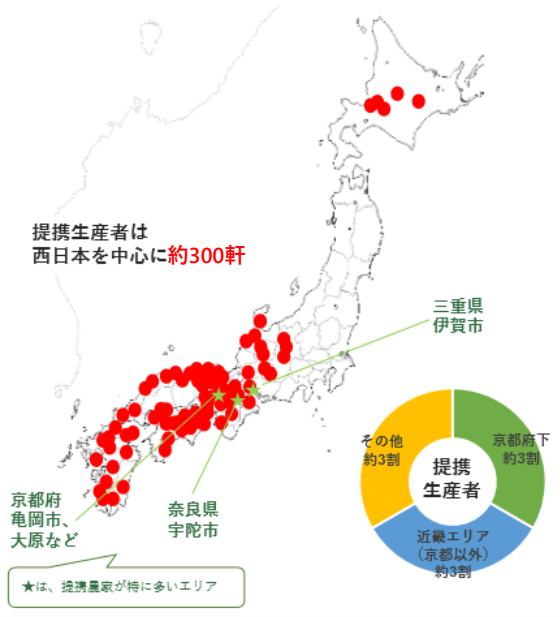
1. 会社概要



Chapter 1-1

100年先もつづく、農業を

1. 環境負荷の小さい農業を広げる
2. 多様性を排除しない流通のしくみをつくる
3. プレを楽しむ文化を育てる



提携農家さんは、京都を中心に約300軒。うち9割がゼロからスタートした「新規就農者」。
新規就農者と連携して事業成長を継続している日本で初 & 唯一の事例かもしれません。



地域ビジネス期

創業当初は「小さく地域貢献性の高い事業をしたい」という思いが強かった。

ベンチャービジネス期

4期目ころから社会的インパクトの拡大を目指しベンチャー路線へ変更。

坂ノ途中web shop

定期宅配顧客	14.11	16.3	17.5	19.11	20.7
100件を達成	300件	500件	1,000件	2,000件	5,000件

法人向け卸

創業時は飲食店向け卸からスタート。ECが主力事業となり、卸は自然増の時期が長い。19年にチームを刷新しリポート

Uganda organic project

海ノ向こうコーヒー

NGO的目線でウガンダでの有機農業普及をスタート。その後、東南アジアでコーヒーの品質向上を図るプロジェクトを事業化

Chapter 1-3

会社概要



社名	株式会社坂ノ途中
事業内容	新規就農者を中心とした提携生産者が栽培した農産物の販売 環境負荷の小さい農業を広げるためのあれこれ
URL	www.on-the-slope.com
代表者	小野 邦彦
設立	2009年7月
本社所在地	京都市下京区西七条八幡町21
東京オフィス	品川区北品川1丁目23-19 GOODOFFICE品川 B1F
資本金	13億72百万円（資本準備金含む）
従業員数	140名程度（うち半数程度がアルバイトスタッフ）

Chapter 1-4

私の紹介



1983年奈良県生まれ。

2002-2007 総合人間学部

専攻は文化人類学。テーマは「陰陽道」

バックパッカー/着物の販売

2007-2009 フランス系金融機関で金融派生商品の開発

2009.7 坂ノ途中を設立

元・中小企業診断士

将棋二段、割と本読む

基本的に省エネ系です



2. 取り組み紹介

EC：サービス概要



1. 野菜ボックスのサブスクリプションサービス
2. 年間450種類を超える多様な野菜をバランスよくセットにしてお届け
3. 品質の高さと共感獲得により、低い離脱率を実現





EC：ユニークなポイント

1. 品質向上に熱心な新規就農者/若手農家が育てた農産物は、意外なほどおいしい
2. 挑戦意欲旺盛な農業者と連携することで、「飽きた」を回避
3. 「やさいはいきもの」を軸にメッセージを打ち出すことで、高いエンゲージメントを実現



小野は2年半にわたり京都テレビで野菜の解説コーナーを担当

野菜の植物生理を擬人化して紹介した「やさいのきもちかるた」も好評

毎月発行しているレシピブックは、保存してくれている顧客が多い

Chapter 2-2

BtoB



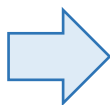
百貨店や高付加価値型スーパーなど、アッパーな店舗での導入が進んでいます。
オーガニックなのにバリエーション豊かというのが大きな強みに。



小口卸はオンライン化して顧客増加中。
「おやさいノート」のリリースにより小口顧客との取引を効率化させています。



個人経営の飲食店様からお問い合わせをいただいても対応しきれていなかった。



オンライン発注のWEBサービス「おやさいノート」をスタート。リアルタイムでの納品可能数変更、受注業務の自動化などにより工数削減とユーザビリティ向上を実現。





Chapter 2-3 farmO(ファームO)

農水省の有機農産物安定供給対策事業がスタート地点。
有機農業の営農ハードルを下げることを目的としたウェブサービス。

◆ 受注管理：ペーパーワークを簡略化する

- 受注情報の一元管理。納品書印刷、請求書作成とメール配信、取引データの出力。
- 今月、「格付・出荷記録ダウンロード機能」を追加リリース。認証取得の手間を削減。

◆ 物流改善：「発送お助けサービス」で小口物流のコストを圧縮。

◆ 販路構築：マッチング機能で数をこなしてみる。



“販売管理でデータとつながる”

ペーパーワークの省力化

受注登録をすると納品書を印刷できたり、月ごとに請求書を作成・メール配信したり、取引データを出力できます。
有機JASを取得している場合は、圃場番号を入力することで出荷記録・格付記録も出力可能です。

受注の管理をスムーズに

お取引先にもファームOをつけて発注してもらえます。商品の価格や数量を登録して注文書を作成するとお取引先が発注できるようになりスムーズな取引ができます。設定した数量を越えては発注できない仕組みもあり、欠品になる受注を防ぐことも可能です。

※他システムとのAPI連携も可能です。詳細は[こちら](#)



“マッチングで買手とつながる”

現在、登録しているオーガニックに関心のある買手は300件以上。栽培品目を登録して公開したり、掲示板「ファームひろば」への投稿で買手から引き合いがきてお取引につなげることもできます。
さらに、ファームO上でお客様に注文していただくと自動で納品書や請求書も作成可能です。



買手を探す

海ノ向こうコーヒー



1. 森林減少を防ぐアグロフォレストリーを推進
2. 栽培技師が現地に入りノウハウ提供。現地パートナーとともに品質向上を実施
3. 東南アジアのスペシャルティコーヒープラットフォームへ



人口増などから焼畑のリズムが崩れている。木材や炭の輸出も森林減の大きな要因。ラオスの森林率は70%から40%へ。

山まるごと開墾された飼料用コーン畑。価格暴落時は収穫されないことも。湧き水は枯れ、雨季には洪水リスクが高まる。



コーヒーは直射日光が苦手。森の中で栽培することで品質が上げやすくなる。森林保全に経済合理性を持たせることができる。

コーヒーは、収穫、発酵、乾燥、選別と人手がかかる作物。（特に女性の）雇用創出効果が大い。



もともとの動機は、森林減少を防ぎたいということ。

ポジショニングの独自性とスペシャルティコーヒー市場の拡大から、事業性も十分にあると判断しています。

そのほか



◆ 「本と野菜 OyOy」

「ブレを楽しむ」「移り変わっていくさまを楽しむ」とテーマにした飲食店。2020年6月にオープン。
ECへの導線や、顧客のエンゲージメント強化の機会として機能させていきます。



◆ 小さな八百屋「坂ノ途中 soil」

小規模で事業に与える影響は軽微ですが、6年連続日商が増加するという記録が出ています。顧客が定着しやすい当社の特徴が表れています。



◆ 自社農場「やまのあいだファーム」

実験圃場という位置づけ。京都府亀岡市と南丹市にまたがり不耕起栽培と一般的な有機栽培を実践。瀬戸内できんぎつ栽培も試験的に行っています。





3. 社会環境の変化など

社会環境の変化など

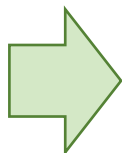


◆ 前向きにとらえられそうな変化

- 新規就農者誘致合戦は加速していく/自治体ごとの差は開いていく/坂ノ途中にとっては追い風。
- 企業や投資家にとっても興味のあるテーマになっている/「コンサルに言われた通り生産してみる」の次へ。
- ちゃんと価値観を言語化してサービス設計すれば、うけとってくれる消費者はけっこういる。

◆ とはいえ、そもそもの問題は解決されていない

- 営農計画立てられる人が少なすぎる（農業者も周りも）
- 適正価格/お高め価格でどう買ってもらうのか？から逃げない（ビビらせ商法でもなくメシア信仰でもなく...）
- 会話のかみ合わなさはこの分野の伝統文化（認証/ x x 農法が正義/反収）



目的と戦略の明確化（×なんとなく都会の若者呼びこもう）と、それに基づいたメニュー提供（インフラの整備（共同物流など）や中長期的な人材育成など）に、自治体さんが取り組んでくれるとうれしい。