

有機農業の現状と展望  
—坂ノ途中が様々な地域で活動してきて見えてきたこと—

株式会社  
坂ノ途中



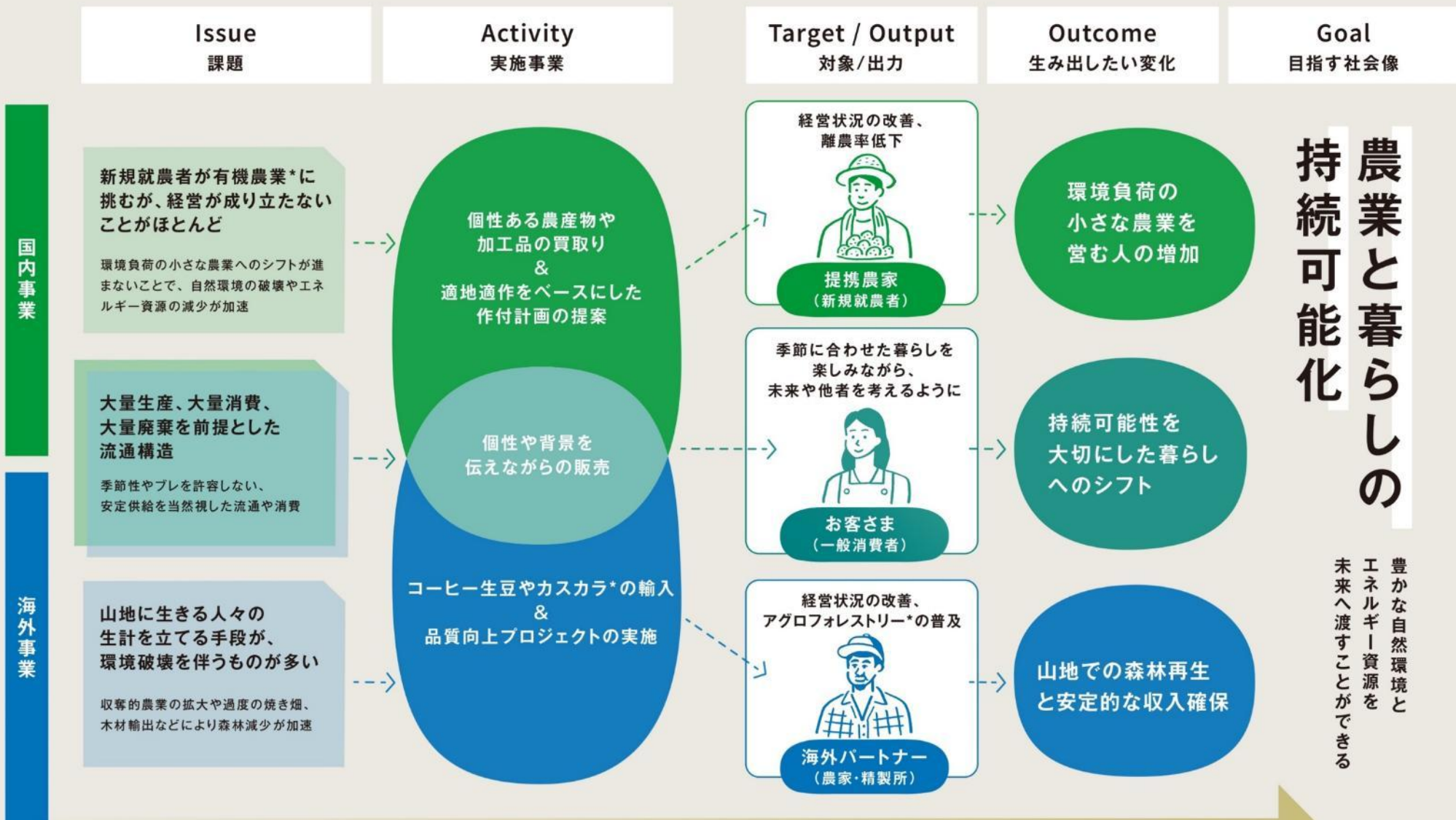
# 今日話すこと

---

## 坂ノ途中の概要紹介

└これが正解という意味ではなく、ひとつの例として。

坂ノ途中が様々な地域で活動してきて見えてきたこと



バリューチェーンの再構築 によって持続可能な未来へ

\* 有機農業... ここでは、有機 JAS 認証を受けたものだけでなく、同基準に則った農業のことを指す  
 \* カスカラ... コーヒーの実から豆を取り除いた後の果皮を乾燥させたもの。産地では捨てられてしまうことが多い  
 \* アグロフォレストリー... 森林の中で過度な木陰のもとで作物を育てる手法

# 私の紹介

---

株式会社坂ノ途中 代表取締役  
小野邦彦

1983年 奈良県生まれ

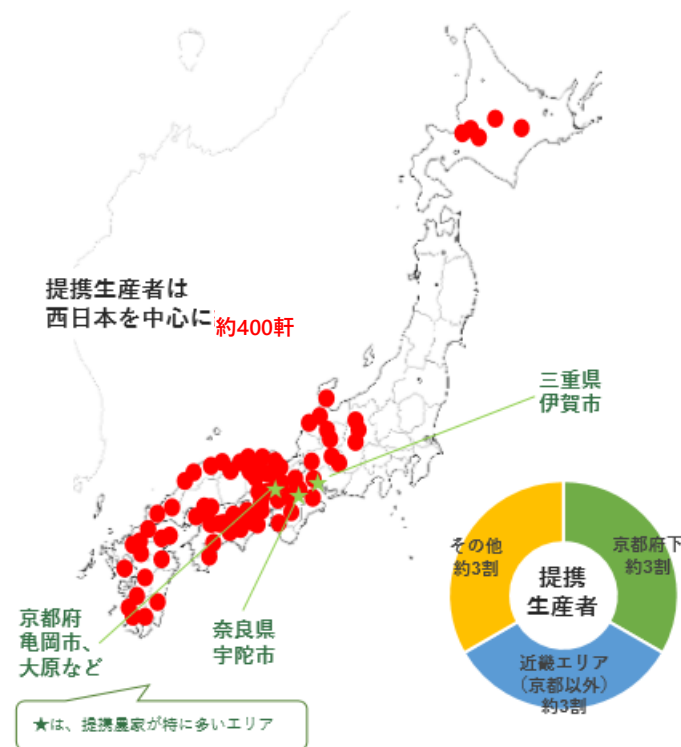
2007年 京都大学総合人間学部卒。専攻は文化人類学。

2007年 フランス系金融機関BNP Paribas入社。金融工学を用いた金融商品開発に従事。

2009年 株式会社坂ノ途中を設立。

元中小企業診断士、将棋二段。

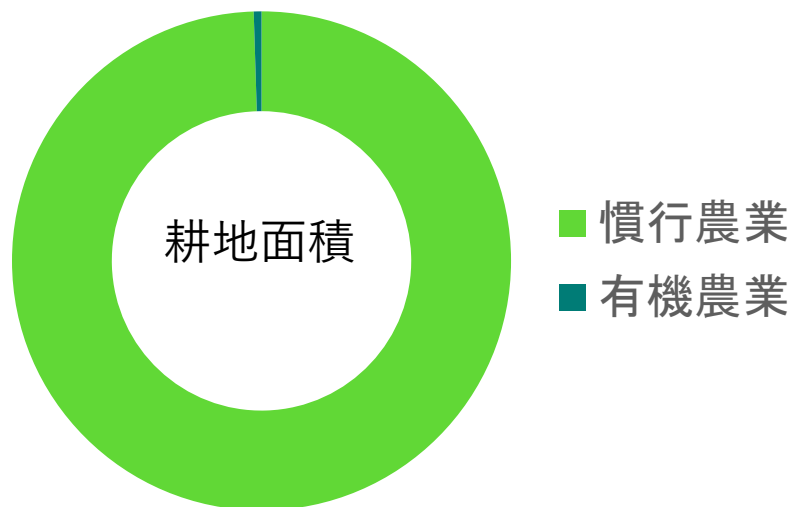
# 100年先もつづく、農業を。



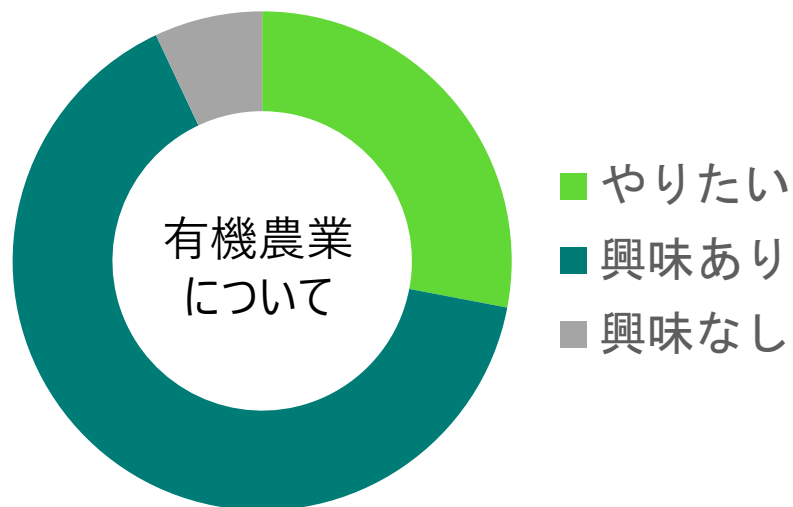
提携農家さんは、京都を中心に約400軒。うち8割がゼロからスタートした「新規就農者」  
新規就農者と連携して事業を継続している日本で初 & 唯一の事例です

# 新規就農者と連携する狙い

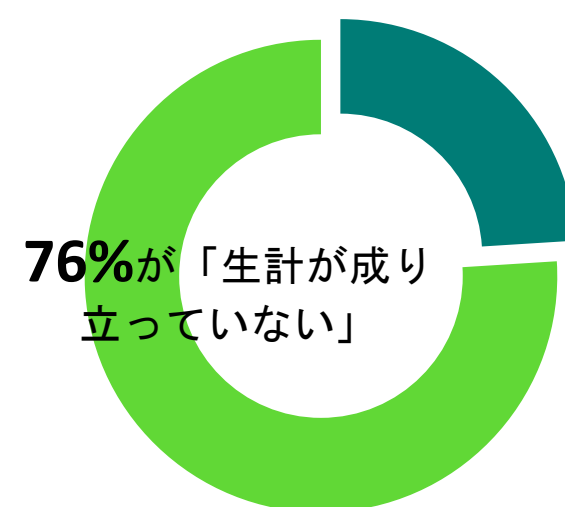
既存農業者



就農希望者

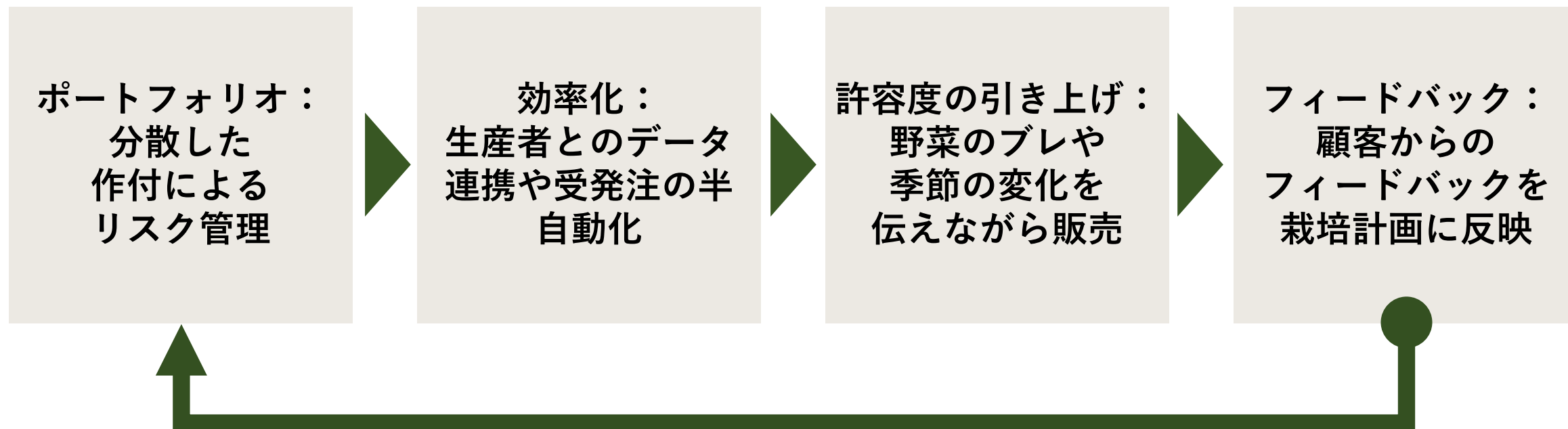


就農後のリアル



環境負荷の小さい農業が広がるためには、新規参入者の増加が必須  
ゼロからスタートする新規参入者は、必然的に小規模小投資型の営農になる  
少量不安定さが流通企業に嫌われ、たいていの就農者は経営が成り立たない

# バリューチェーンを再構築



環境負荷の小さい農業を広げるために、少量不安定な生産量でも扱える、  
生産と消費が分断されない新たなバリューチェーンをつくってきました

# 低い離脱率の定期便が主力



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  
挑戦意欲旺盛な農業者と連携し幅広い農産物を扱うことで、最大の離脱理由である「飽きた」を回避

# 低い離脱率の定期便が主力



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



毎月発行している「坂ノ途中だより」でも  
メッセージを発信



「やさいはいきもの」を軸にメッセージを打ち出すことで、ブレや移り変わりを楽しんでもらいたい  
とくに、「有機農業村」の外側のお客さんとのコミュニケーションを大切に

# 法人向けも拡大中



500種類の旬のやさいをスマホから

坂ノ途中 やさいノート

やさいノートとは  
化学合成農薬・化学肥料を避けて育てられた新鮮な野菜を、季節ごとの地域産品の豊富なラインナップから、スマートフォンで1発で注文できるんです。  
全国約400名の生産者から集めた、ハイビジョン画かななるお野菜は野菜本来の味が伝わり、新鮮な野菜を仕入れたいた「薄みゆー」をつくらたい。新鮮の野菜を活かした料理を動かしたい飲食店さまにもお役立ていただけます。

アタッチメント  
送料無料で  
最大1,000円割引



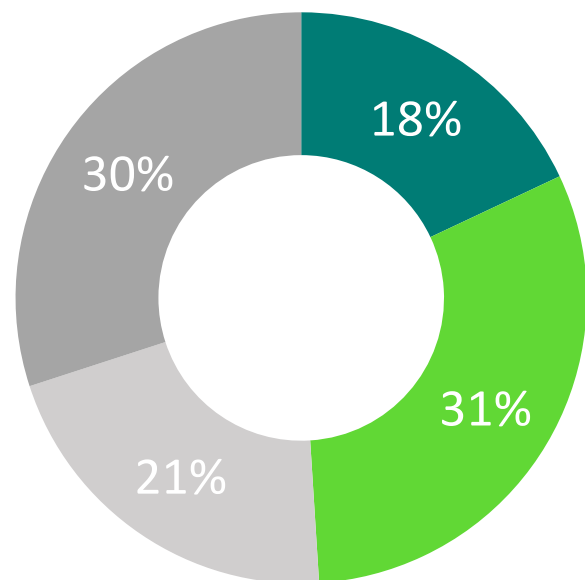
また手にとりたく  
なる野菜



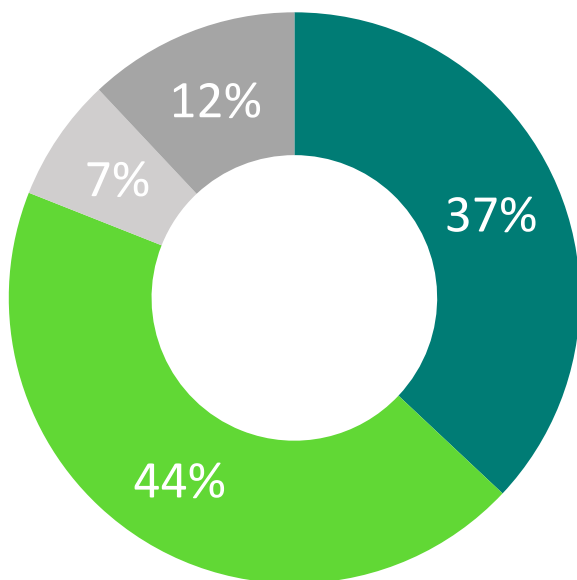
飲食店の小口発注にこたえられるシステム「やさいノート」を開発  
百貨店や高質系スーパーマーケットでは「坂ノ途中コーナー」の展開  
おいしくなるには理由がある、をテーマにした「また手にとりたくなる野菜」シリーズも好評

# 生産者の経営ハードルを下げる

坂ノ途中との取引開始  
1年前の経営状況



現在の経営状況



経営が成り立っている  
提携生産者

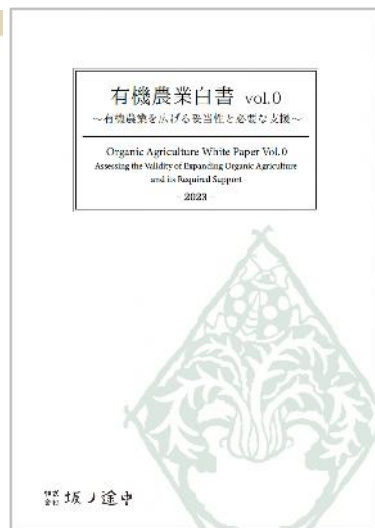
**81%**

- 経営が成り立っている/黒字を継続している
- 経営がかろうじて成り立っている
- 補助金給付金により成り立っているが、農業のみでは経営が成り立っていない
- 経営が成り立っていない

# 坂ノ途中の研究室

✓ 経営指標などデータを蓄積し提供できる企業へ

✓ 自治体や企業と連携した産地形成をすすめる



▲有機農産物の仮想的な市況を公開

▲2023年に発行した「有機農業白書」

▲生産者向け勉強会「サステイナブルファーマーズラボ」

▲農機メーカーとの共同研究や自治体から受託した研修事業も

2022年に事業開発とシンクタンクの機能をもつ「坂ノ途中の研究室」をスタートし  
生産者へのデータ提供や自治体、企業との連携つうじ、集合知による突破をはかる

# 海ノ向こうコーヒー 課題認識



大規模なプランテーションの拡大、過度な焼畑農業、木材の輸出など、  
山地に生きる人々の生計を立てる手段は環境破壊を伴うものが多い  
安定した収入を得られる手段が少なく、都市部や国外へ出稼ぎに行かざるを得ない

海ノ向こうコーヒー

# アグロフォレストリーを用いたコーヒー栽培の普及



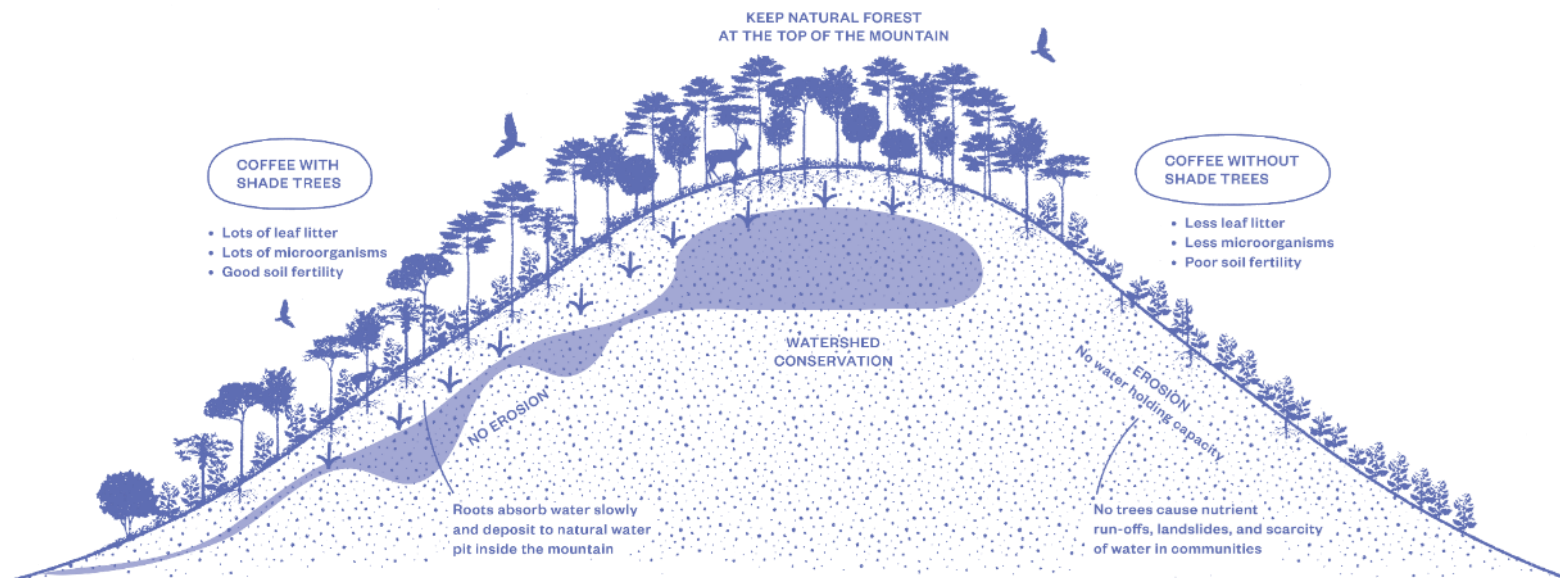
コーヒーは適度な  
日陰を好む農作物



森林を保全しながら  
栽培可能



品質向上により経済性  
も高められる



海ノ向こうコーヒー

# 産地での取り組み



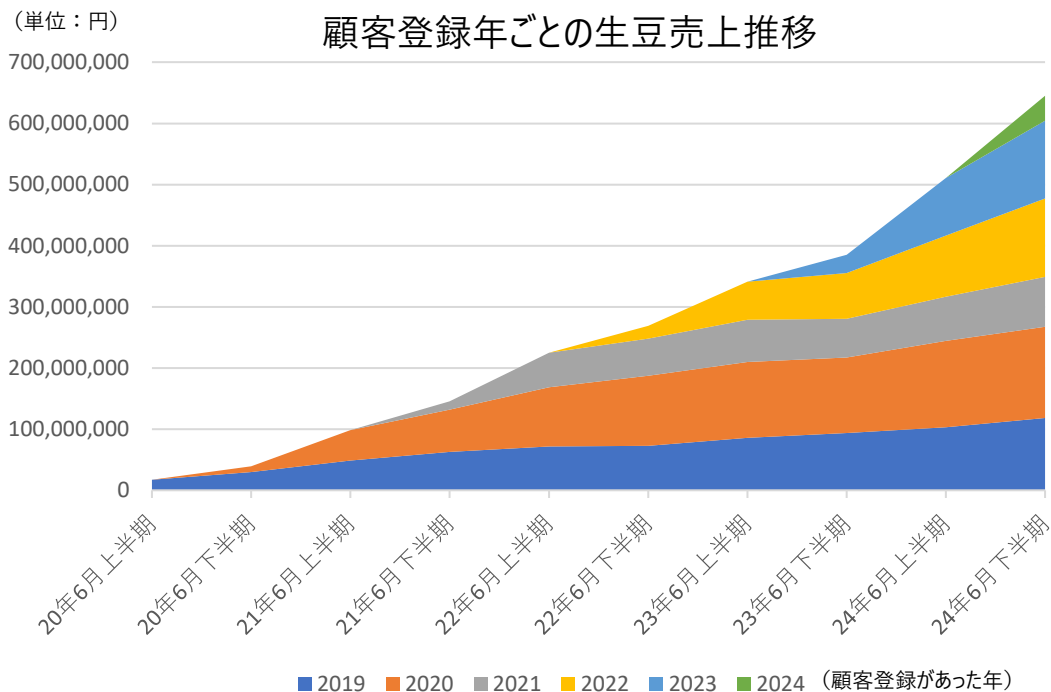
栽培方法や加工方法、環境教育のワークショップ・トレーニングの実施  
消費国で求められる品質や発酵方法のトレンドなどを生産者や加工会社へフィードバック  
ラオスではWFPとの共同プロジェクトに発展

# 海ノ向こうコーヒー

## 販売体制もとのってきた



### ✓ 国内顧客からの厚い支持を獲得



### ✓ 海外販売、韓国で好調な滑り出し



▲左から、イエメンの調達パートナー-tarekさん、海ノ向こうコーヒースタッフ舛田、インドネシアの調達パートナー-johanさん、韓国の販売パートナー-ミンチョルさん、tarekさんの妻、ひとみさん。

日本国内では、ストーリーのあるスペシャルティコーヒーのサプライヤとしての認知が拡大できている手ごたえ  
今年度から動き出した韓国も好感触

海ノ向こうコーヒー

# 事業スケール



33か国/100種類を超える生豆ラインナップ

約3,000軒のカフェや焙煎所へ

韓国やインドネシアでの販売も開始

数年で年商10億円を超える事業部へ

ドリップバックや、通常捨てられてしまうコーヒーの果皮  
「カスカラ」を使用したオリジナル商品なども開発

# 盆栽モデルからソーシャルインパクトへ



## 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

6期目ごろから社会的インパクトの拡大を目指しスタートアップ路線へ徐々に転換  
8期目にシリーズAを実施、その後は2期ごとに資金調達

## 坂ノ途中OnlineShop

定期宅配顧客	14.11	16.3	17.5	19.11	20.7	23.4
100件を達成	300件	500件	1,000件	2,000件	5,000件	10,000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。最近、成長速度が上がっている。

## Uganda organic project

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

## 海ノ向こうコーヒー

坂ノ途中が様々な地域で活動してきて見えてきたこと

---

# こんなことを話してみたい

---

オーガニックビレッジと名乗ってしまっているのかしら

↳ 自治体間での相対的立ち位置

↳ 推進することのメリット

行政と農業者の連携の在り方ー有機農業白書からー

有機農業って儲からないんでしょう？ー北杜での調査からー

補論：流通企業と付き合うポイント

オーガニックビレッジと名乗ってしまっているのかしら

---

# 自治体間での相対的立ち位置

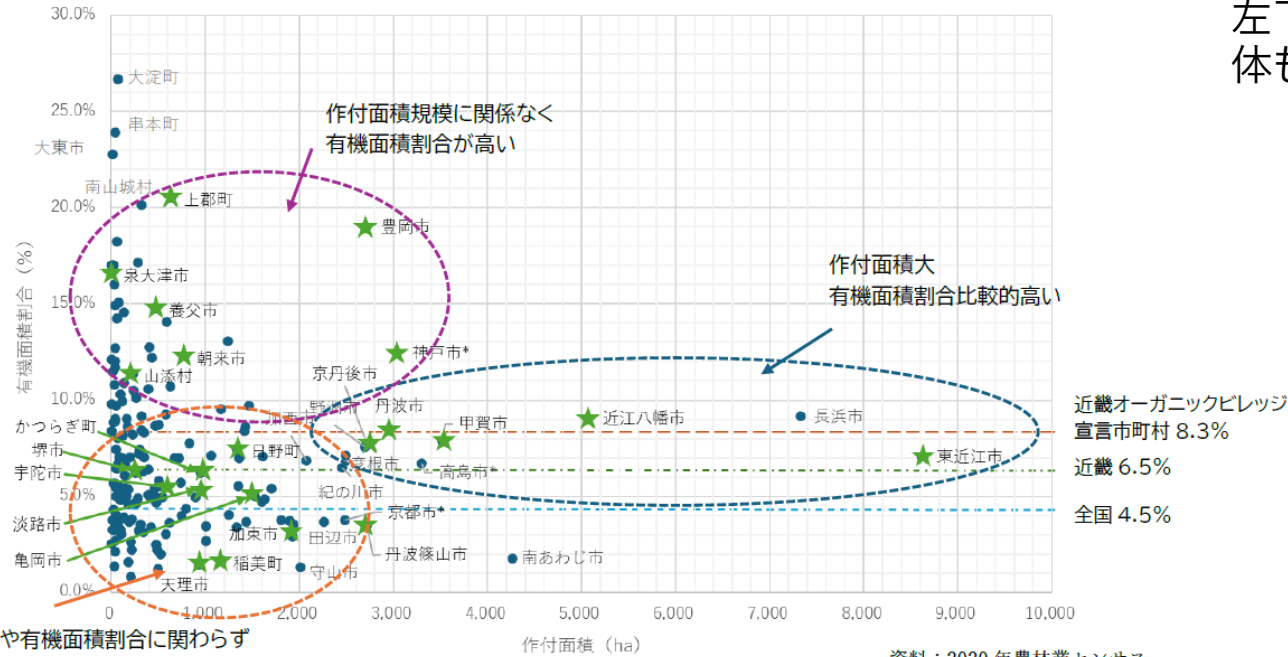
## 有機農地の割合が「今」高いところがOVを名乗るわけではない

★オーガニックビレッジ宣言都市

作付面積 2000ha 以上、または有機面積割合 20% 以上の市町村については市町村名を記載。市町村名横の \* は統計上、x(秘匿)を含むもの。

### 近畿地域 オーガニックビレッジ宣言市町村

- |      |                    |       |   |
|------|--------------------|-------|---|
| ・滋賀県 | 甲賀市、近江八幡市、日野町、東近江市 | ・兵庫県  | 豊岡市、丹波篠山市、養父市、丹波市、淡路市、神戸市、朝来市、加東市、上郡町、稲美町 |
| ・京都府 | 亀岡市、京丹後市           | ・奈良県  | 宇陀市、天理市、山添村                               |
| ・大阪府 | 堺市、泉大津市            | ・和歌山県 | かつらぎ町                                     |



農林業センサスベースのため、割合は当てにならないが、相対比較や傾向は参考にしてよさそう

有機農地割合が高い地域でも「今のところやる予定はない」と答える地域もある

左下のグループでも、意気込みふくめて宣言をする自治体もある

# 推進することのメリット

## 新庄村の場合：人口700人の村の、生存戦略

有機農業推進と移住者誘致は好相性

有機農業のリアルを体感する講座を、就農準備中の方とのタッチポイントにもち米しかなくて～をストーリーとして整え、商品化。よく売れました

手ごねで仕上げた、むちっと、ぶちぶちした玄米のお餅



岡山県新庄村で育てられた、「ひめのもち」というもち米でつくりました。玄米のぶちぶちとした食感が特長で、豊かな風味も残ります。

岡山県新庄村 | 令和7年度 有機農業拠点創出・拡大加速化事業

連続講座

## 中山間地で「農」を生業に暮らすために

### 講座の概要

岡山県新庄村では、村で新規就農を希望される方向けの研修生の受入を行っています。令和8年度着任の研修生の募集にあわせ、将来、中山間地に移住をして農業で独立を目指す方向けの連続講座を開催します。各回とも、どなたでも参加いただけます（要申込／聴講・参加無料、但しDAY3 現地講座へご参加の場合、交通費及び宿泊費は自己負担となります）。



1日目：オンライン講座

9/29 (月) 18:00~20:00



岡吉 美貴氏  
(鳥取・徳吉農園)

須田 浩史氏  
(山口・fu do ku kan Bamboo)

### 若手生産者に就農までの道のりを聞く

中国地方の中山間地域で活躍している若手生産者2名から、それぞれの新規就農までの道のり、栽培計画や資金繰り、収支状況など現在の経営状況まで具体的にお聞きします。あわせて株式会社坂ノ途中が発行する「有機農業白書」より、「新規就農者のリアルな姿」について統計的から読み解き、報告を行います。

2日目：オンライン講座

10/20 (月) ~~17:30~19:30~~ 18:00~20:00



### 流通・小売事業者が教える「売れる野菜」とは

京都を拠点に野菜の流通・小売事業を行っている2社からそれぞれ、「意外と大事な荷姿の話（株式会社坂ノ途中・鈴木氏）」／「八百屋が付き合いたいやすい農業者とは（株式会社 ONE DROP・小谷氏）」と題して、流

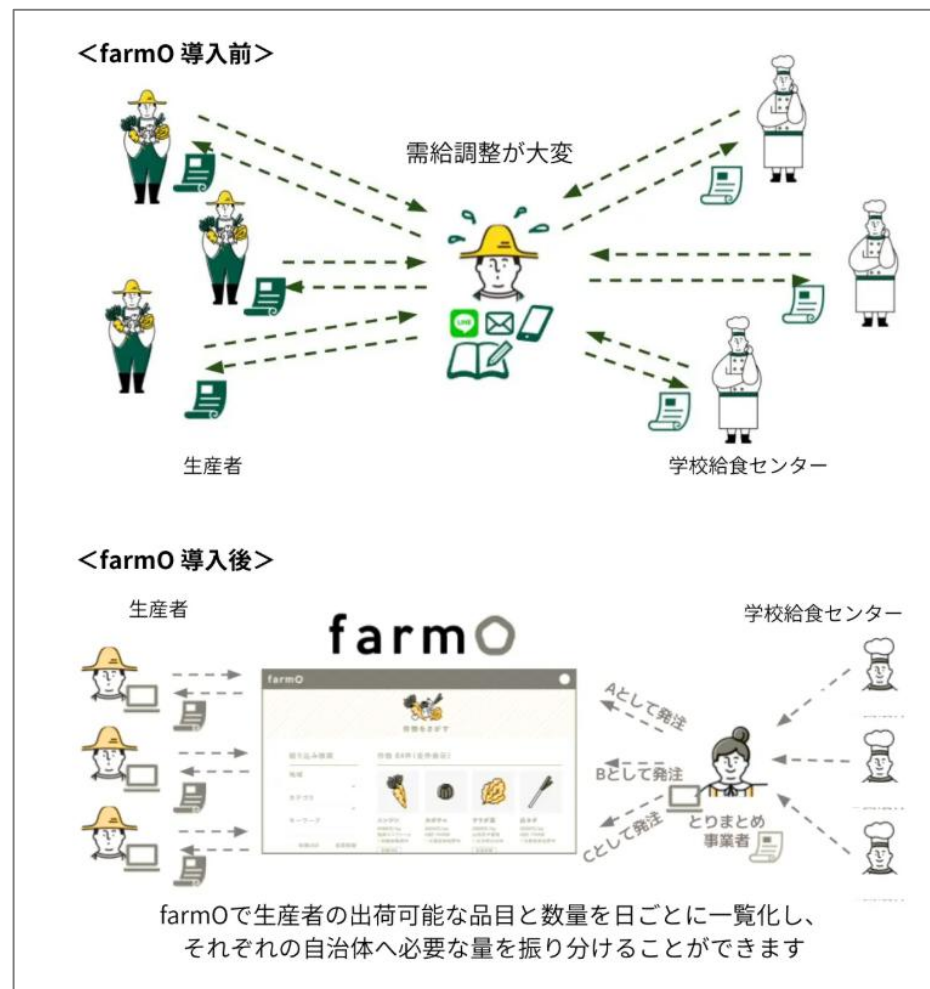
# 推進することのメリット

## 養父市の場合：先行者メリットの享受

豊岡市や丹波市など、先駆的地域に囲まれている

給食への導入を推進、受発注の煩雑さをシステム導入で乗り越えようとしている

周辺自治体（宝塚市、伊丹市）への出荷もスタート



# 気を付けたほうがよさそうなポイント

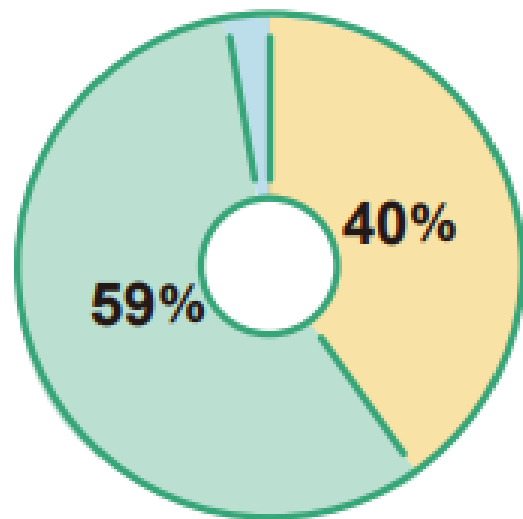
## 対立構造を避ける

歴史的経緯などから、対立構造が生まれやすいのも事実。不用意な言動は控えよう

そのためにも、「有機拡大」以外のメリットを語れると平和そう。Eg. 豊岡市のコウノトリ

実際、有機農業と一般的な農業の垣根は消費の現場でも生産の現場でも相当に溶けている

▼ 図1 坂ノ途中を利用前の野菜購入習慣



- 有機野菜中心
- 普通の野菜中心
- 野菜を買う習慣がなかった

# ここまでのまとめ

---

オーガニックビレッジと名乗ってしまっているのかしら

↳ 名乗ってしまってよさそう

↳ 名乗ることで移住者増や販路拡大などのメリットを受けやすくなりそう

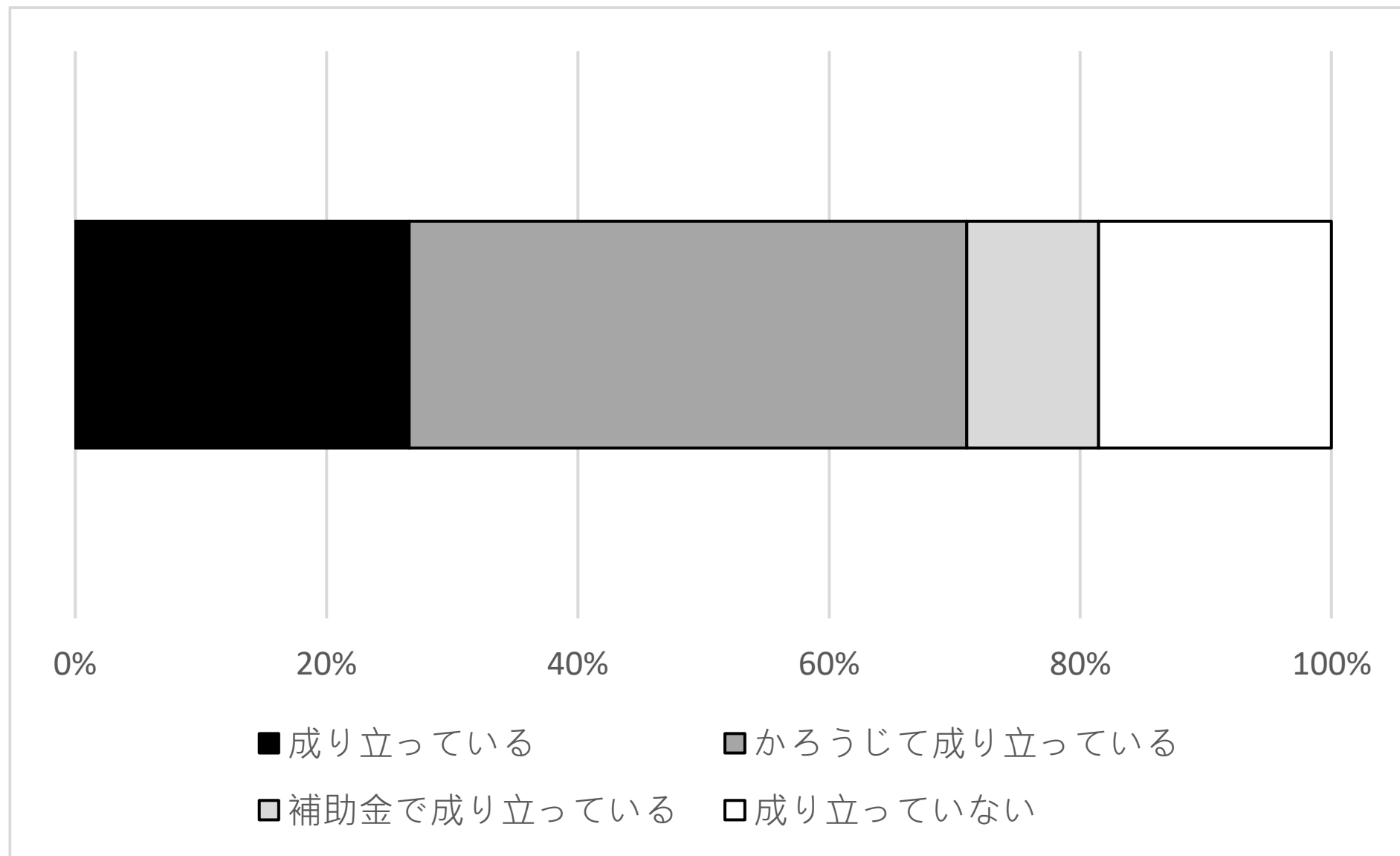
↳ ただし、対立構造を避ける意思と工夫をもとう

行政と農業者の連携の在り方－有機農業白書から－

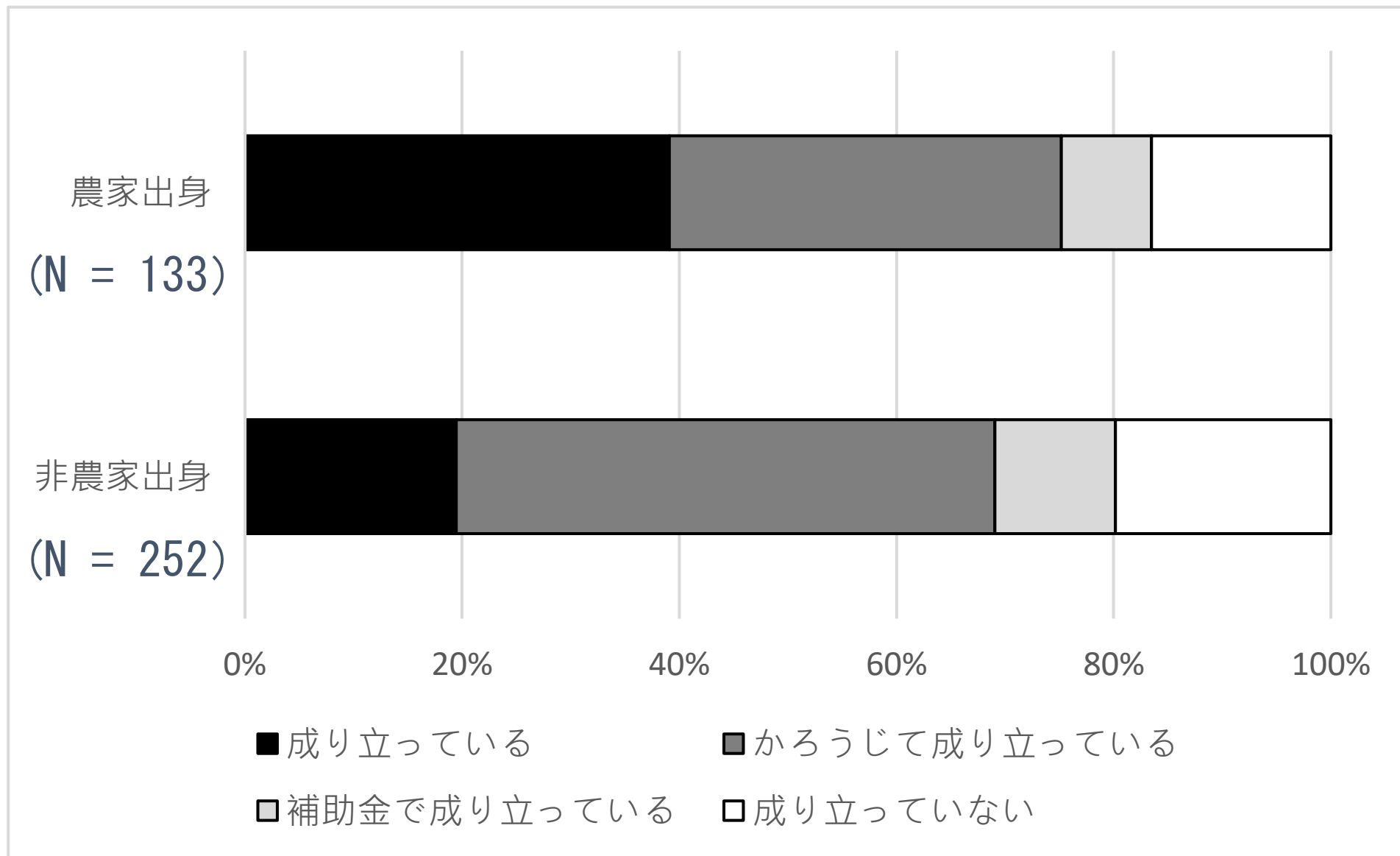
---

# 経営は成り立っていますか？

N = 410



# 農家出身は有利だが、そうでなくてもやれる



# 行政に求めるのは、条件整備＋経営の学習機会

n = 410

研修先情報を集約して、研修生の必要に合致した研修先を紹介する

経営や営業についての学習機会を提供する

空いている農地の情報を集約し、新規参入者に紹介する

植物生理学、生態学、土壌学などの学習機会を提供する

自治体・地域による販売支援（地域ブランドを作る、展示会に出る）

自治体・地域による流通支援（共同出荷場や物流拠点の整備）

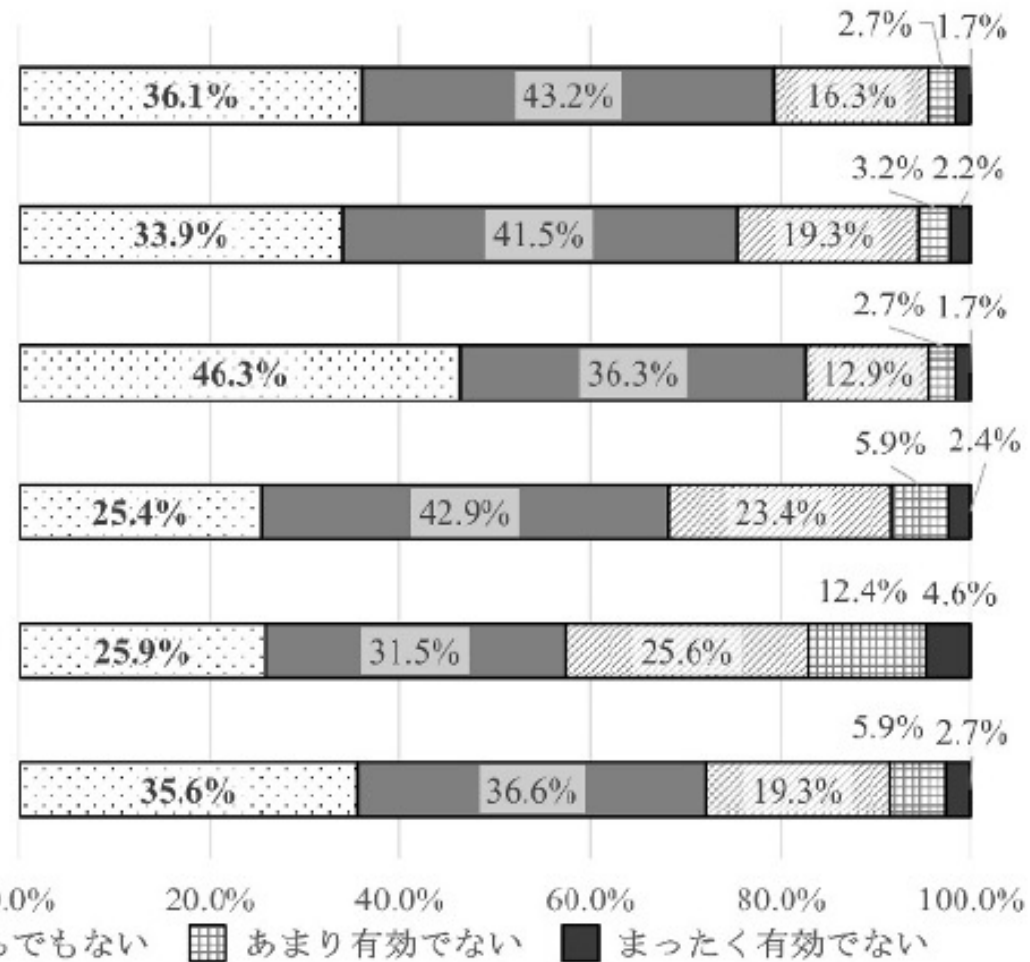


図 3-10. 新規参入者に対して有効な支援

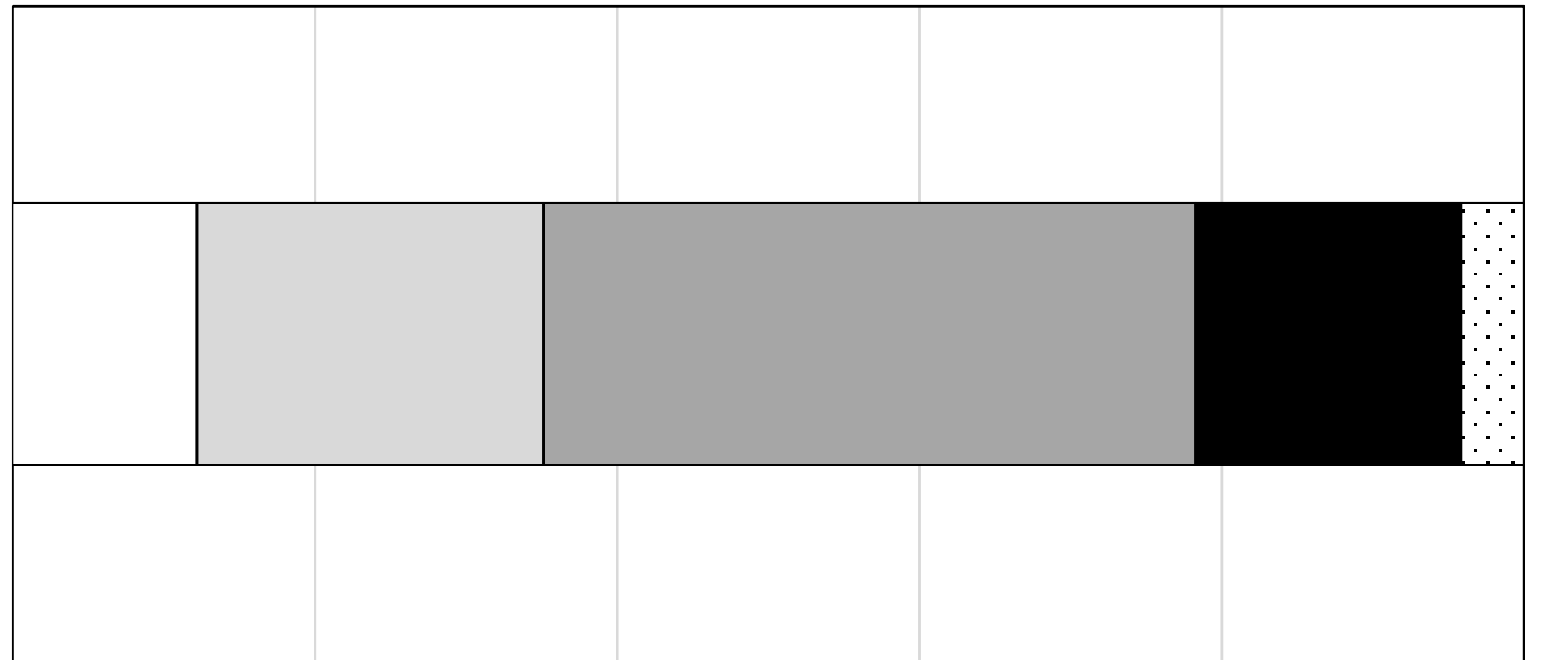
出所：坂ノ途中

# 支援はどのくらい得られているか？

1. 十分に得られている
2. 十分ではないが得られている
3. あまり得られていない
4. まったく得られていない

# 市町村からの支援は得られていますか？

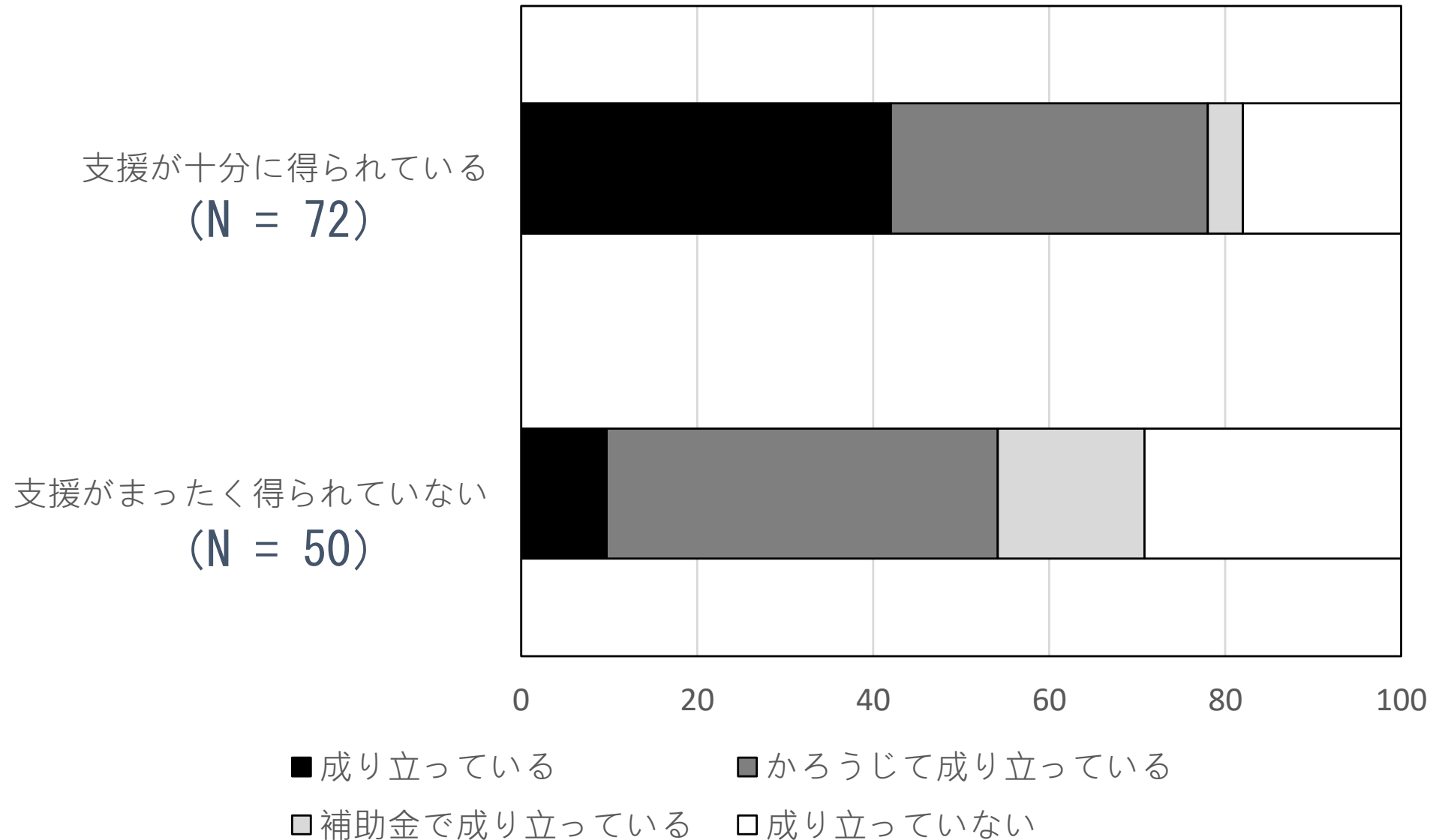
N = 410



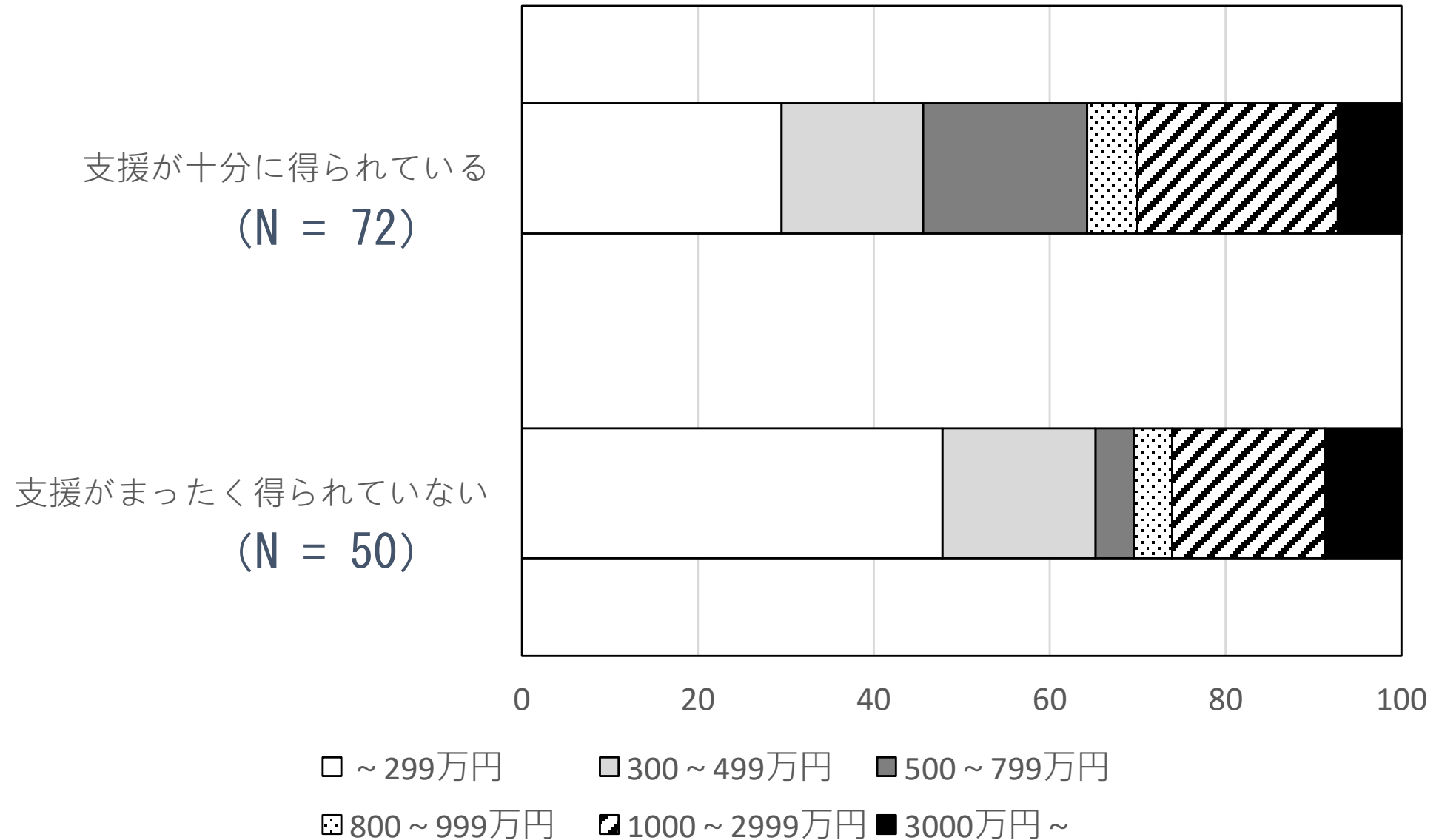
0 20 40 60 80 100

- 全く得られていない
- あまり得られていない
- 十分ではないが得られている
- 十分に得られている
- わからない

# 支援の程度と経営成立が関係



# 支援の程度と売上（農業）が関係



# ここまでのまとめ

---

## オーガニックビレッジと名乗ってしまっているのかしら

- └ 名乗ってしまってよさそう
- └ 名乗ることで移住者増や販路拡大などのメリットを受けやすくなりそう
- └ ただし、対立構造を避ける意思と工夫をもとう

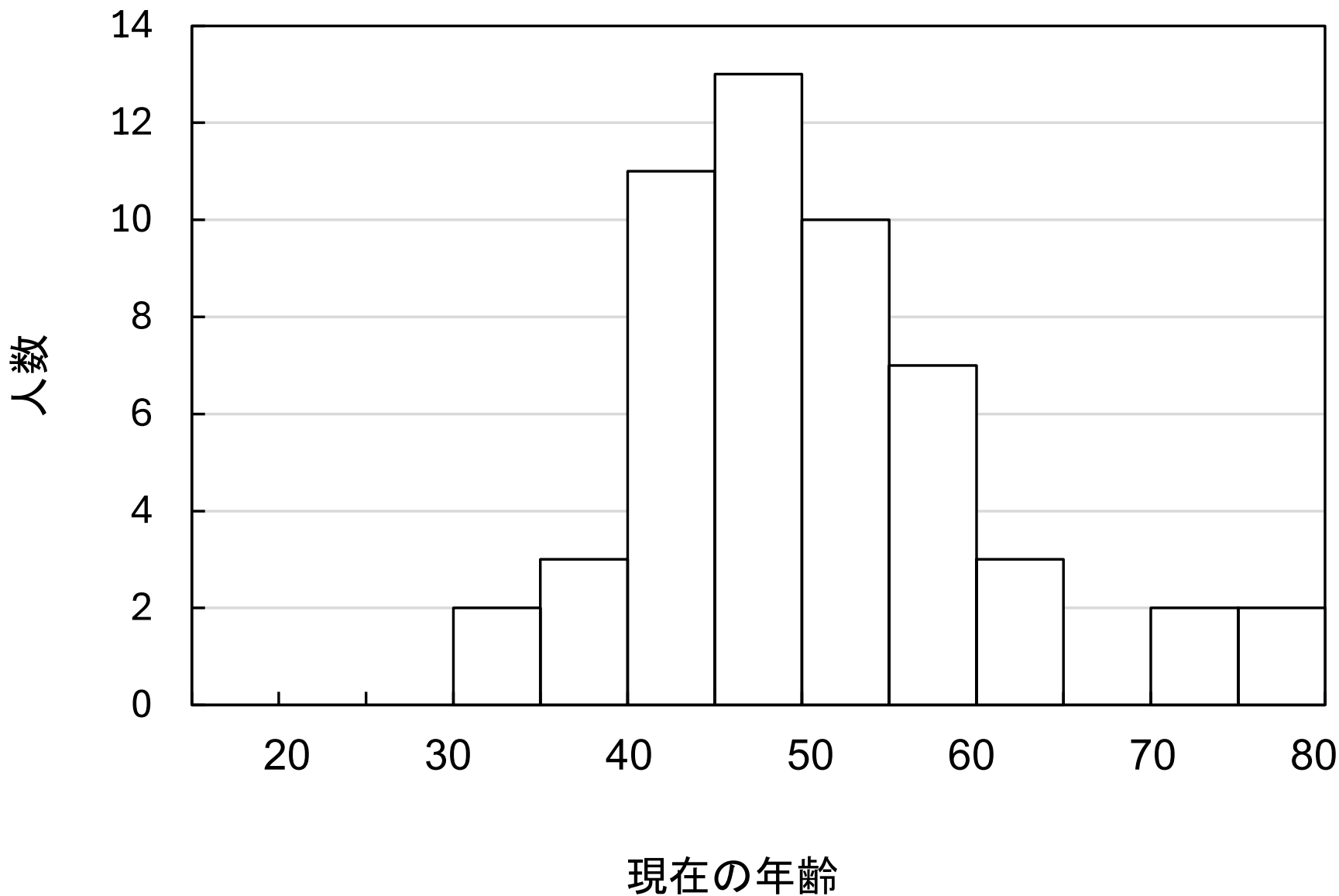
## 行政と農業者の連携の在り方－有機農業白書から－

- └ 市町村からの支援は、経営成立と大いに関係がある
- └ 農地や研修先の情報＋経営や流通面でのサポートが求められているようだ

有機農業って儲からないんでしょう？ - 北杜での調査から -

---

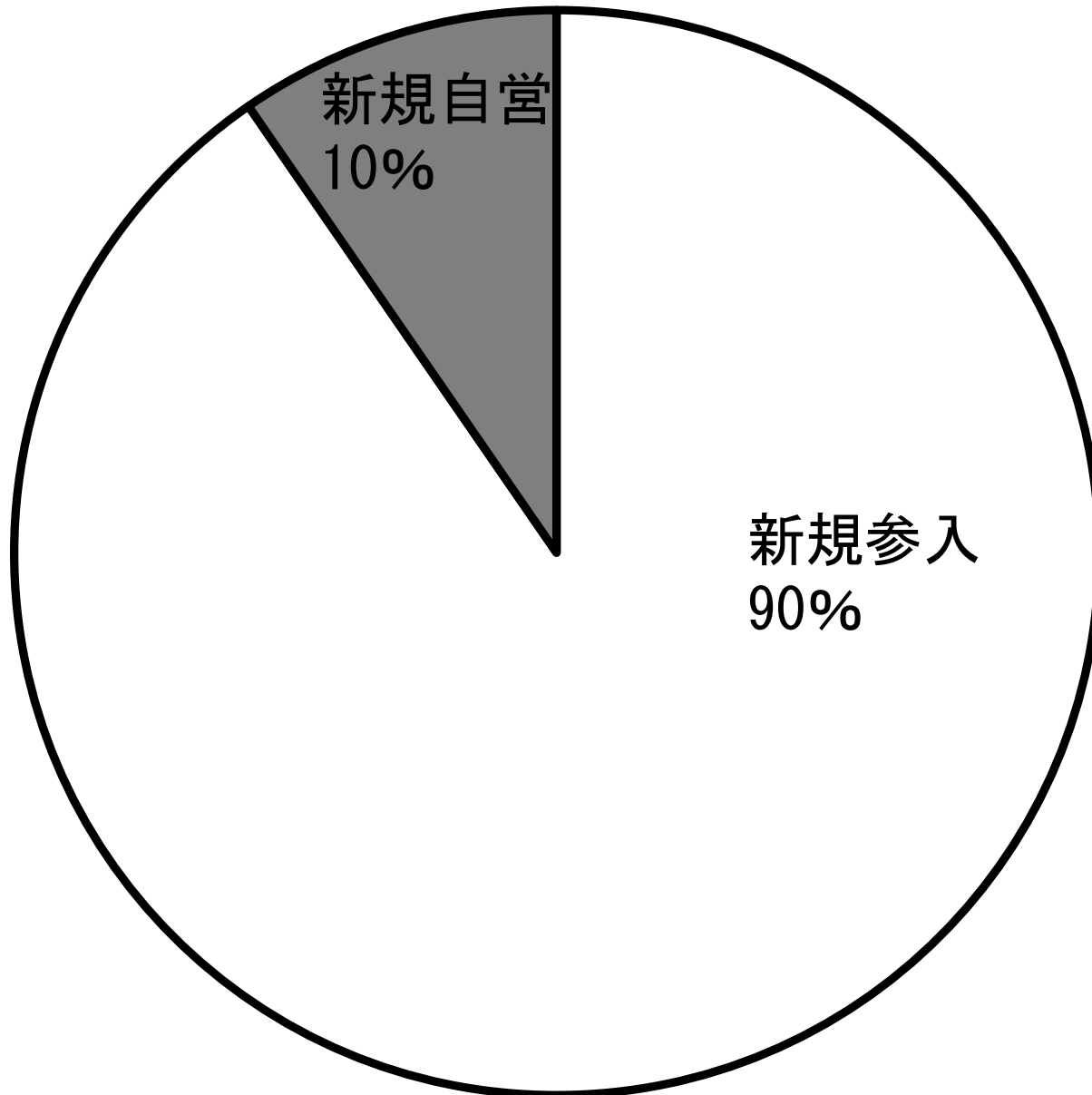
# 今の年齢（回答者53名）



- 30代から70代まで分布
- 50歳未満が55%
- 全国の基幹的農業従事者では、50歳未満は11%（農水省，2025）

[https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w\\_maff/r6/index.html](https://www.maff.go.jp/j/wpaper/w_maff/r6/index.html)

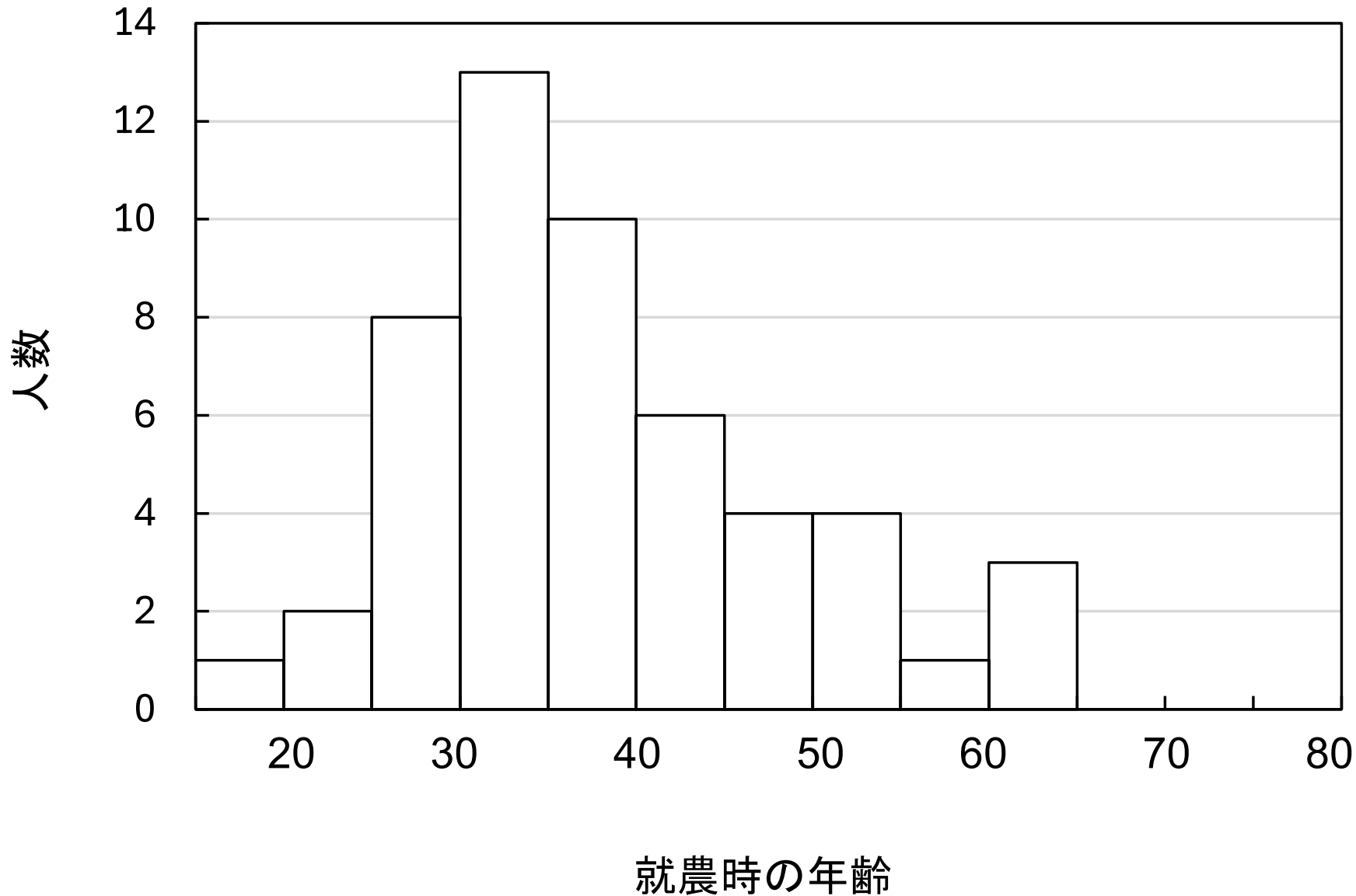
# 新規参入の割合（回答者53名）



- 新規参入が90%
- 全国（有機、慣行を含む）では、新規就農者に占める新規参入者の割合は10%以下（農水省, 2024)

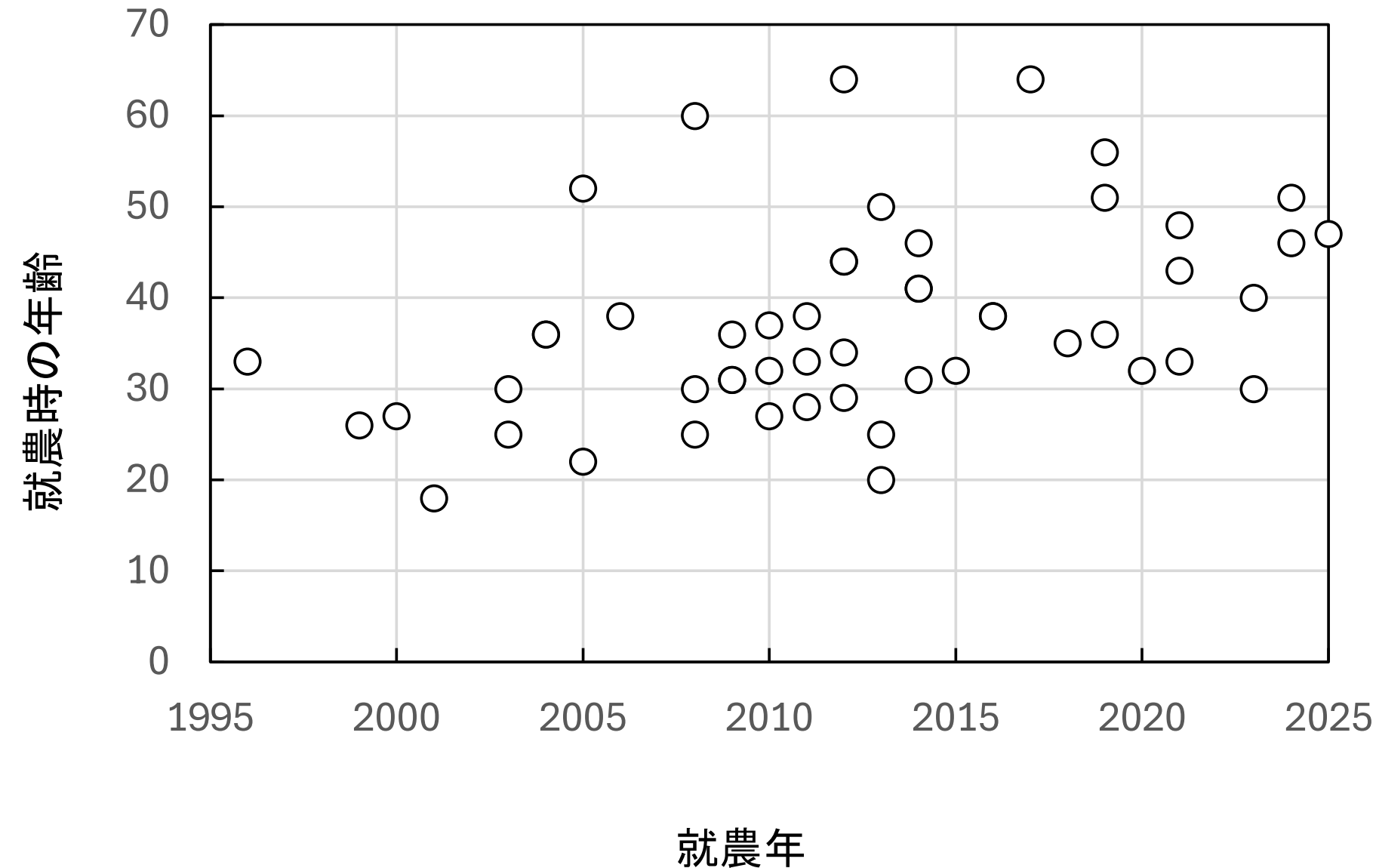
<https://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sinki/index.html>

# 就農時年齢（回答者53名）



- 10代から60代まで分布
- 30代が多い

# 就農時年齢（回答者53名）

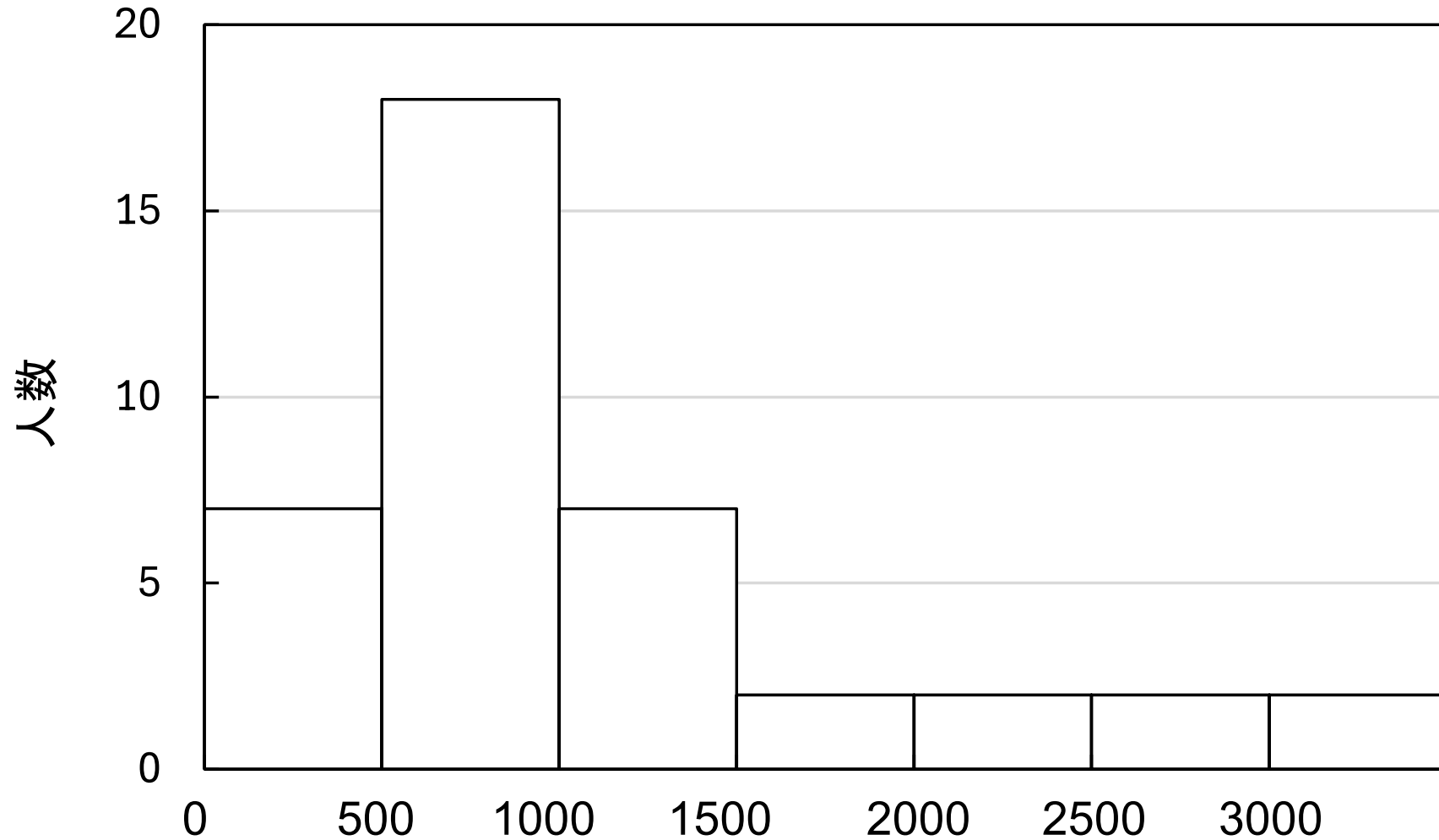


- 若い就農者が減っている（最近10年間は、20代ゼロ）
- 全国的傾向？ 京都府亀岡市でも、2020年以降はみな40代以上。
- 柴海さんも、「千葉もそんな感じ」とのこと

# どんな人がいるのか？

- 今の年齢：30代から70代まで。若い人が多い（50歳未満が55%）。
- 新規参入が多い（90%）。
- 就農時年齢：10代から60代まで。最近若い就農者が減っている。

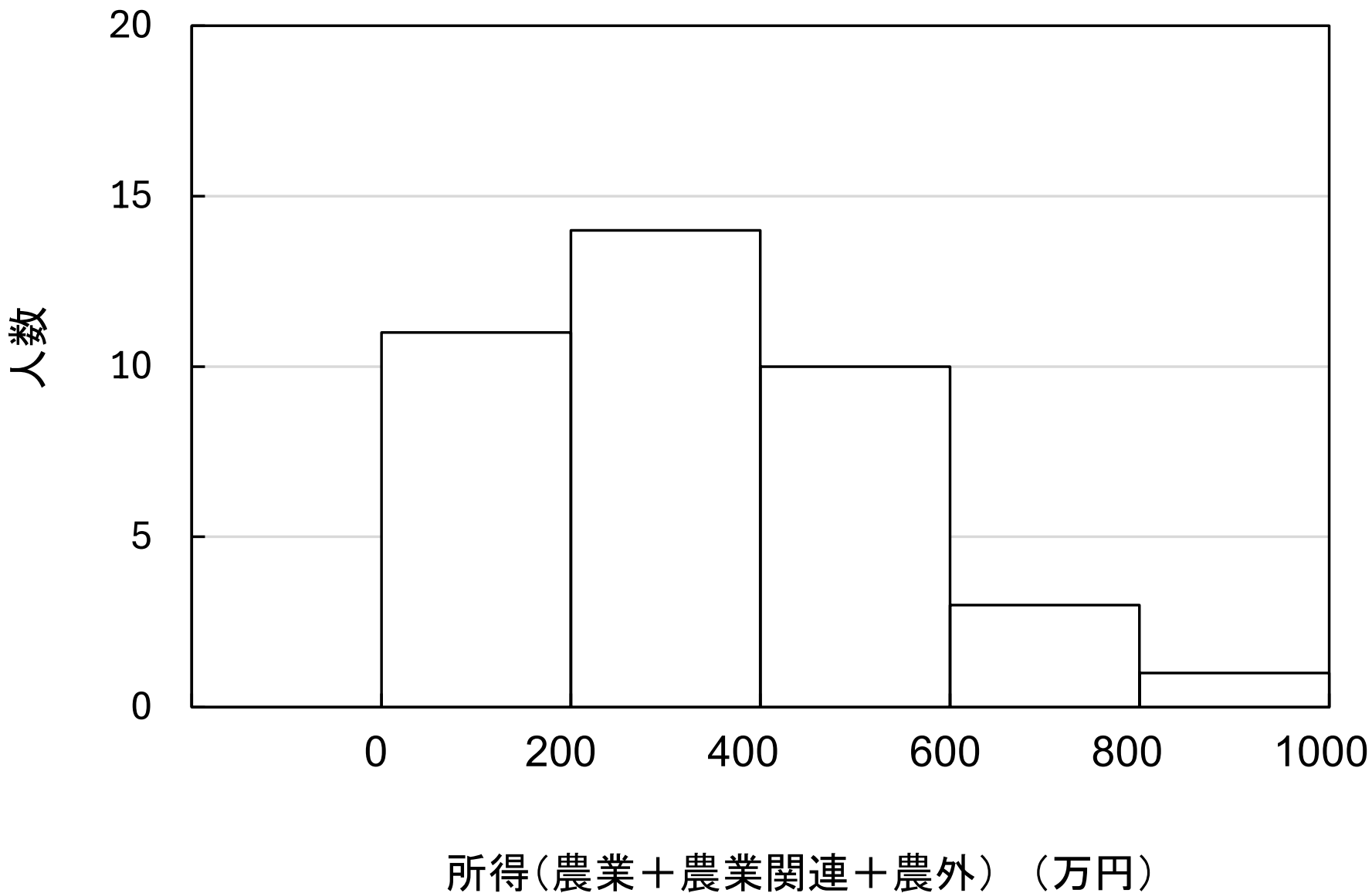
# 売上（個人事業主45名）



- 売上は500－1000万円が多い

売上（農業＋農業関連＋農外）（万円）

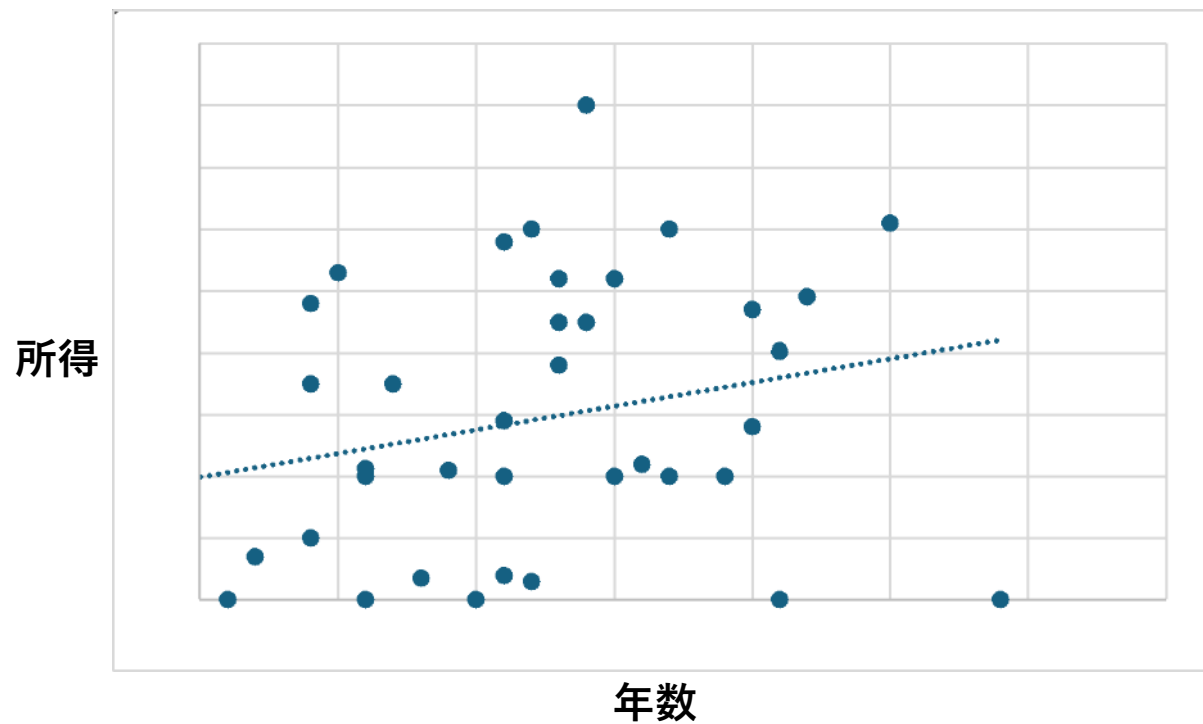
# 所得（個人事業主45名）



- 所得は200-400万が多い
- 400万円以上は全体の36%（400万円は日本の世帯所得の中央値）
- こういう基礎的なデータが世の中ではとられていない！

# 北杜市での調査から

✓ 長くやればなんとかなるのか？



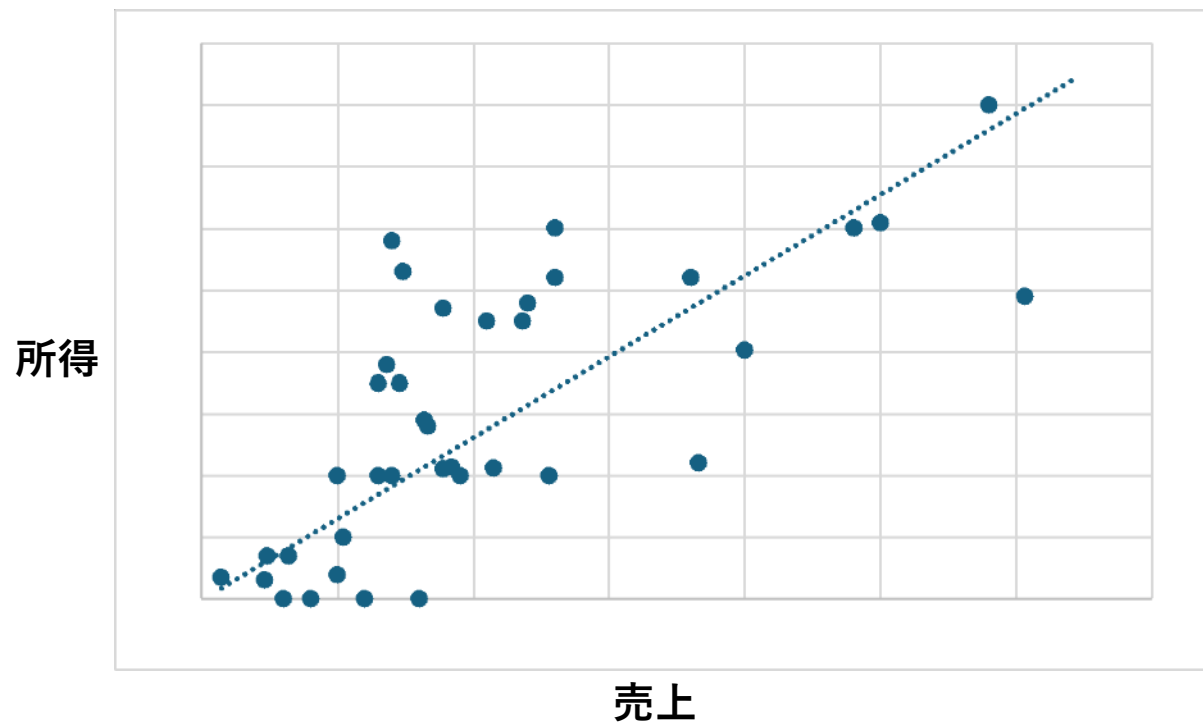
所得は年数とともに増えるが、ばらつきが大きい

「何年もやればいつか生活できる」と考えてはいけない

5年以内に所得が400万を超える人もいる

# 北杜市での調査から

✓売上はいくら必要か？



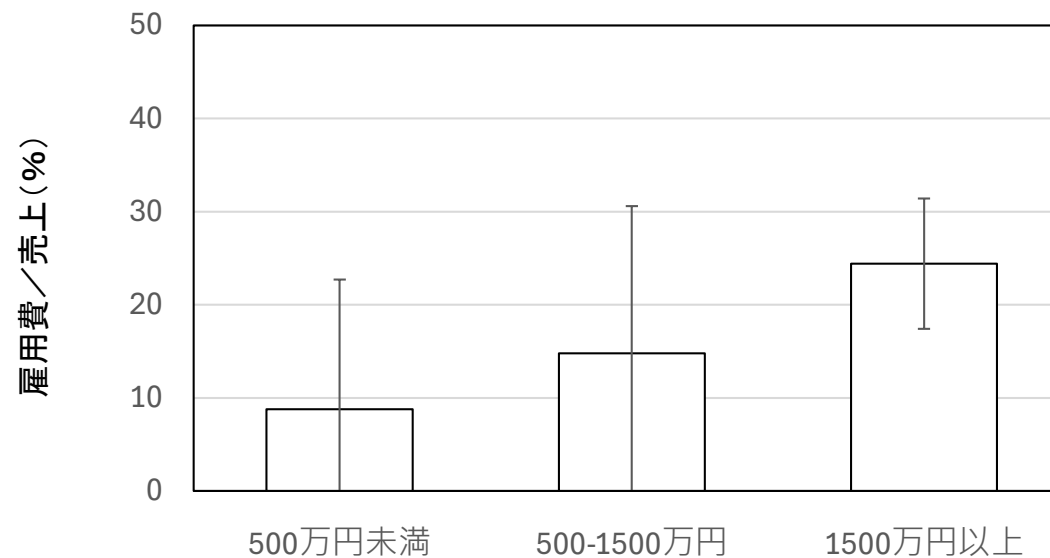
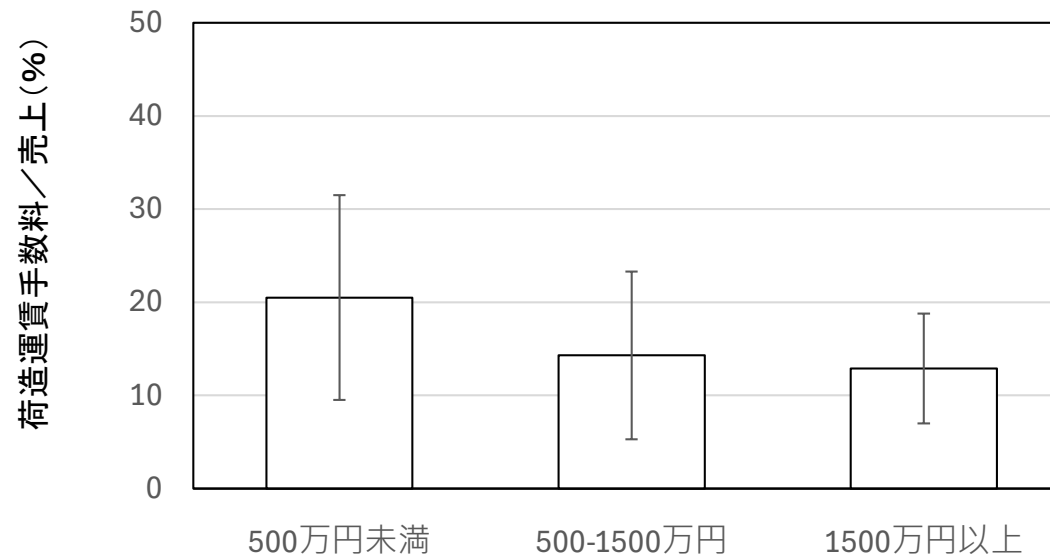
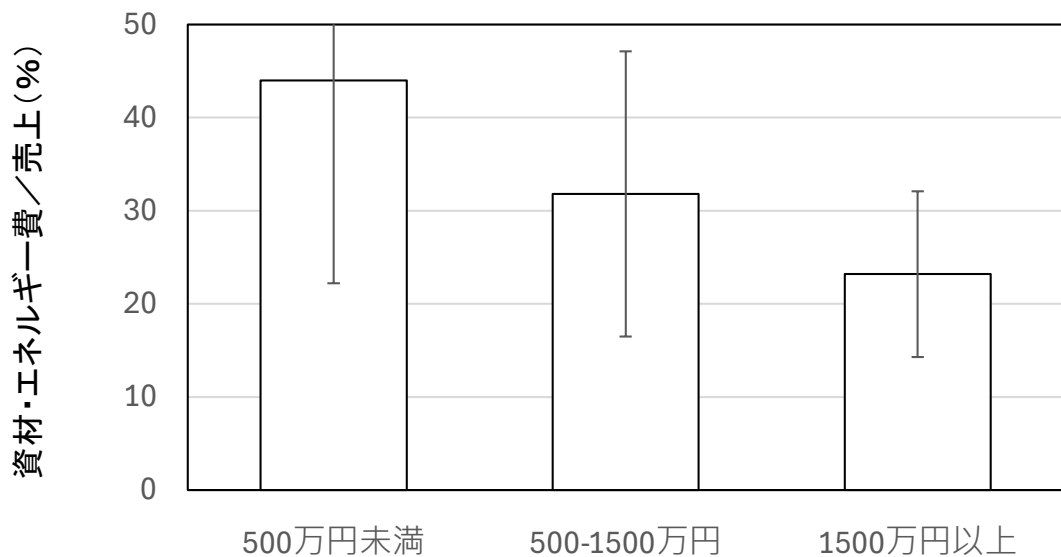
所得の残りやすい売上が存在する（売上700～1300万円あたり）

理由は、スケール効果、雇用費が少ない、農業関連事業・農外事業

適正な売り上げを考えよう

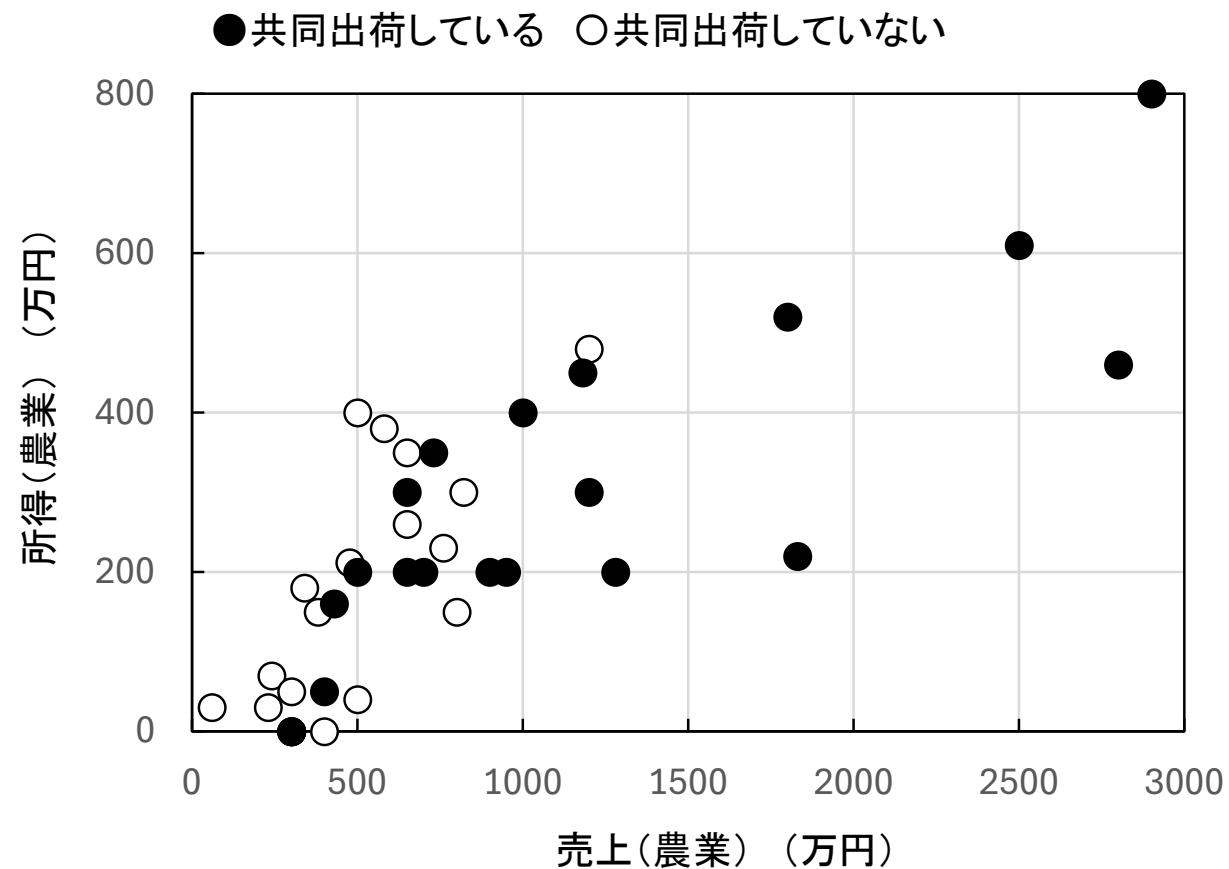
# 北杜市での調査から

✓コスト構造を考える



# 北杜市での調査から

## ✓ 共同出荷の有効性検討



個人事業主45名の回答より

1千万を超える規模で共同出荷をしていない人は、  
1/10のみ

ただし、利益率に有意な差はなさそう

# まとめ

---

## オーガニックビレッジと名乗ってしまっているのかしら

- └ 名乗ってしまってよさそう
- └ 名乗ることで移住者増や販路拡大などのメリットを受けやすくなりそう
- └ ただし、対立構造を避ける意思と工夫をもとう

## 行政と農業者の連携の在り方－有機農業白書から－

- └ 市町村からの支援は、経営成立と大いに関係がある
- └ 農地や研修先の情報＋経営や流通面でのサポートが求められているようだ

## 有機農業って儲からないんでしょう？－北杜での調査から－

- └ それなりの確率で所得400万に達する／利益率が高いのは700-1300万程度売上
- └ 一定規模以上を目指す場合、共同出荷は有効そう

## 補論：流通企業と付き合いポイント

---

# 栽培品目のこと=>何作ったらいい？って聞かない

---

バイヤーが欲しいと答えがちなのは珍しい野菜、もしくは端境期の野菜(3,4月と10月)だが、どちらも難易度が高い

適地適作が大原則。その土地の特徴を知る／地元の人を真似をする

定番野菜をキレイに、美味しくつくる

けっきょくこれが強い／そのうえで、応用編としての品種選択や時期ずらし

自分が好きな野菜を作る／地元の人から学ぶ／来訪者からも学ぶ

例：花蕾類が大好き。大好きだから形や荷姿、食味にもとことんこだわられる。

情報も収集できるし、アドバイスも素直に受け入れる。

結果として品質が高くなる

# 物流のこと=>物流を制するものが農業を制する

---

## 送料単価を意識する

例：玉レタス作ったから買ってほしい。玉レタスだからひと箱140サイズで20玉ぐらいしか入らないよ。佐川のクール便だと、京都まで2100円ぐらいするよ。レタスの価格は120円でいいよ。

↑ 送料込みだと225円になる。いくら夏レタスが需要あるといってもこれでは販売することは難しい  
ひと箱に沢山入れれば入るほど送料単価は安くなる

例：オクラ、140サイズで100袋入、佐川常温で900円だと、送料単価は9円。上記玉レタスは105円

ロットを決めてしまおう／送料単価を確定できる

## 物流を構築しよう

地場の物流屋さんがたくさんある。宅配便よりもずっと安価

既存の集荷ルートと被る場合は集荷も可能／近くの生産者さんと共同物流を組むことも有効

# 荷姿のこと=>もっともコスパの良い努力ポイント

---

荷姿の改善は、その気になれば誰でもできる。むしろ小回り効くほうが有利。

- ・〇〇さんの野菜が欲しい、と名指しでリクエストがくる
- ・価格改定も受けてもらやすい



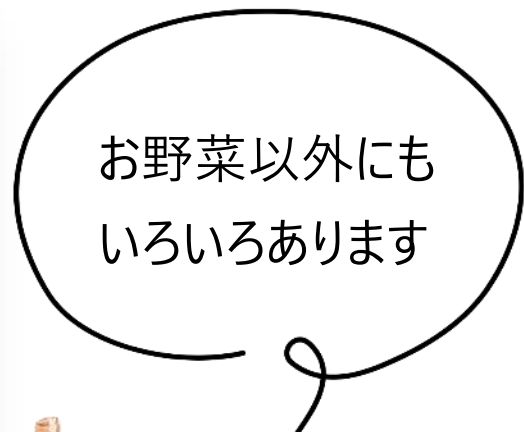
最後に



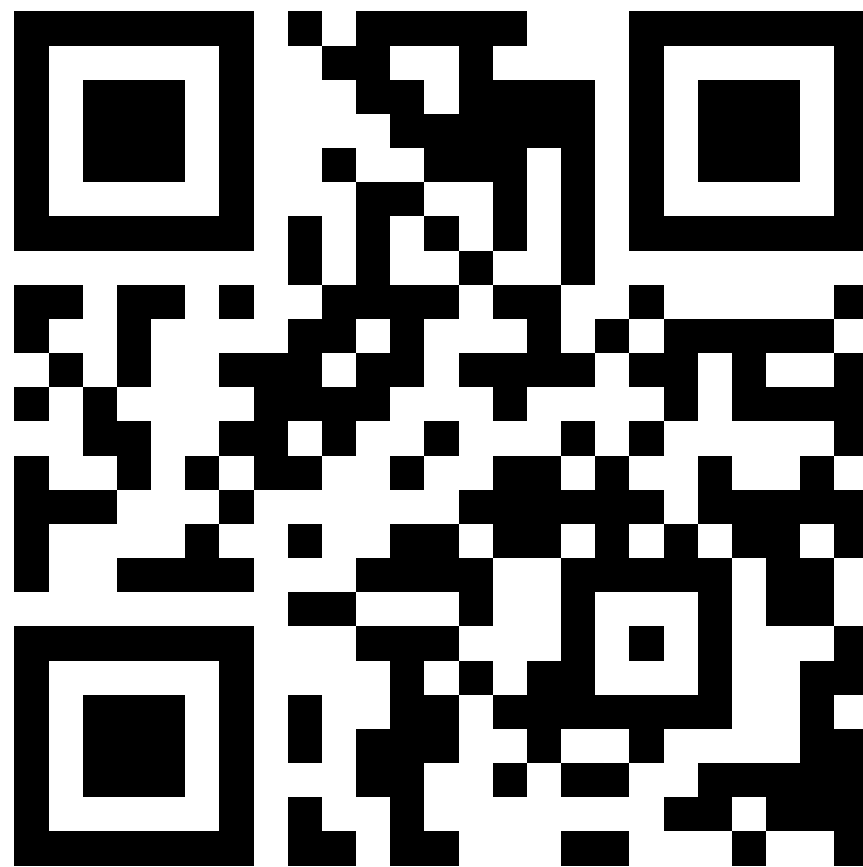
# 一般の方へ

▼坂ノ途中Online Shopはこちら

① 坂ノ途中でお買い物してみませんか？



お野菜以外にも  
いろいろあります

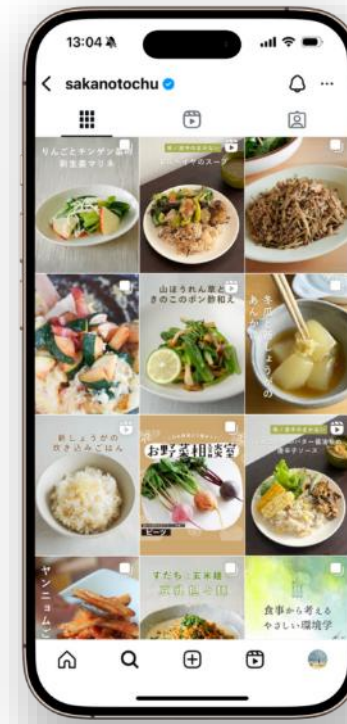


# 一般の方へ

- ② アプリをダウンロードすると  
商品やレシピをお気に入り登録できます



- ③ instagram のフォローも嬉しいですよ  
お野菜レシピや読みものなど発信しています



# 生産者の方へ

---

①「坂ノ途中の研究室」では、生産者の方向  
けにメルマガ配信しています



▼ご登録はこちらから



# 生産者の方へ

## ② 肥料や資材の販売も行っています

年間10%コスト削減の事例も

▼資材販売サイトはこちら



出荷希望の方や、「坂ノ途中と何かしたい！」とっておくださった方は右のように検索してみてください

坂ノ途中 生産者の方へ

