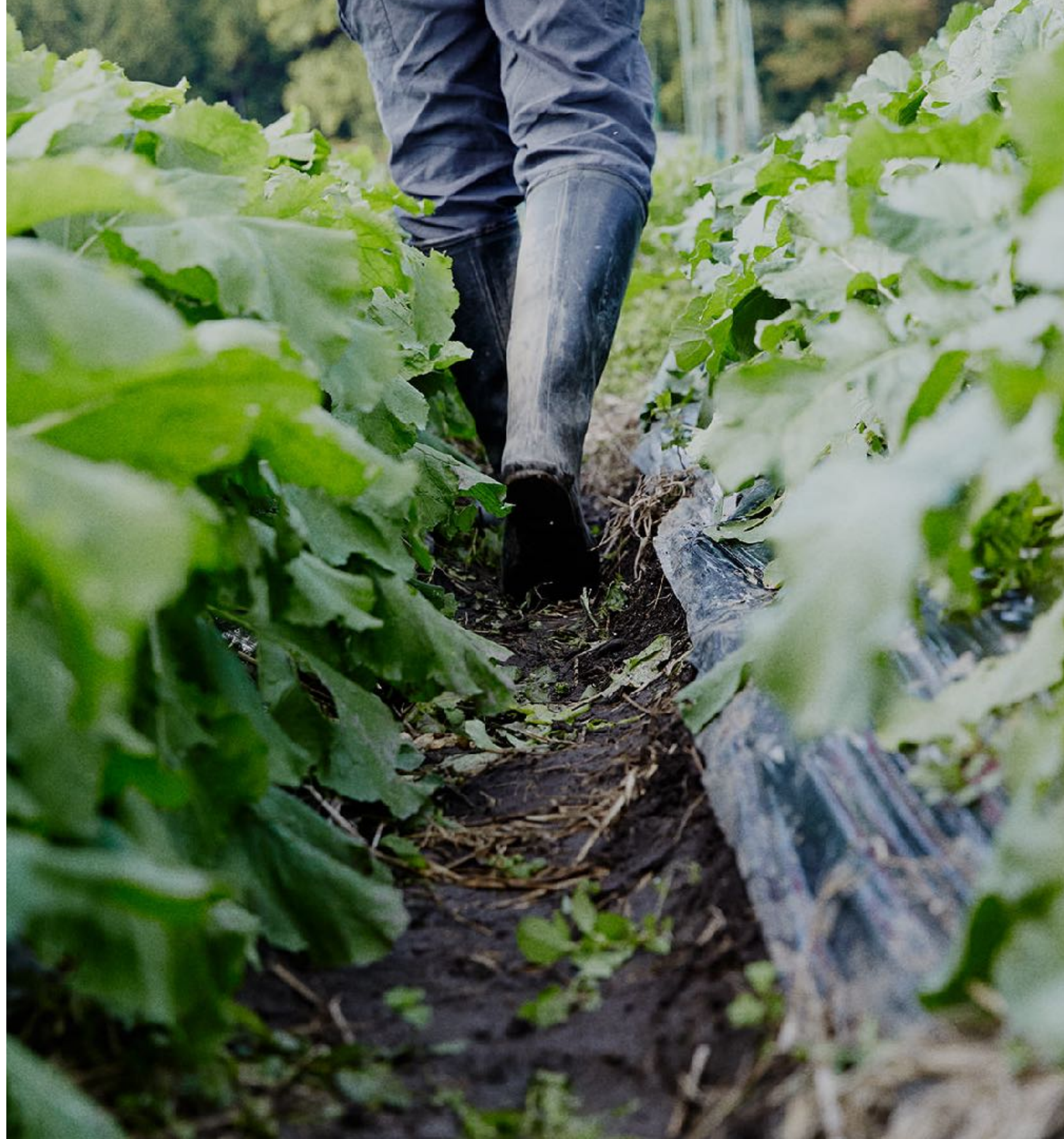


株式会社  
坂ノ途中



会社紹介資料







# ビジョン&ミッション



# 100年先もつづく、農業を。

坂ノ途中が目指しているのは、  
環境負荷の小さな農業に取り組む人たちを増やすことです。

100年先もつづく農業のかたちをつくりたい、  
そして持続可能な社会にたどり着きたいと考えています。

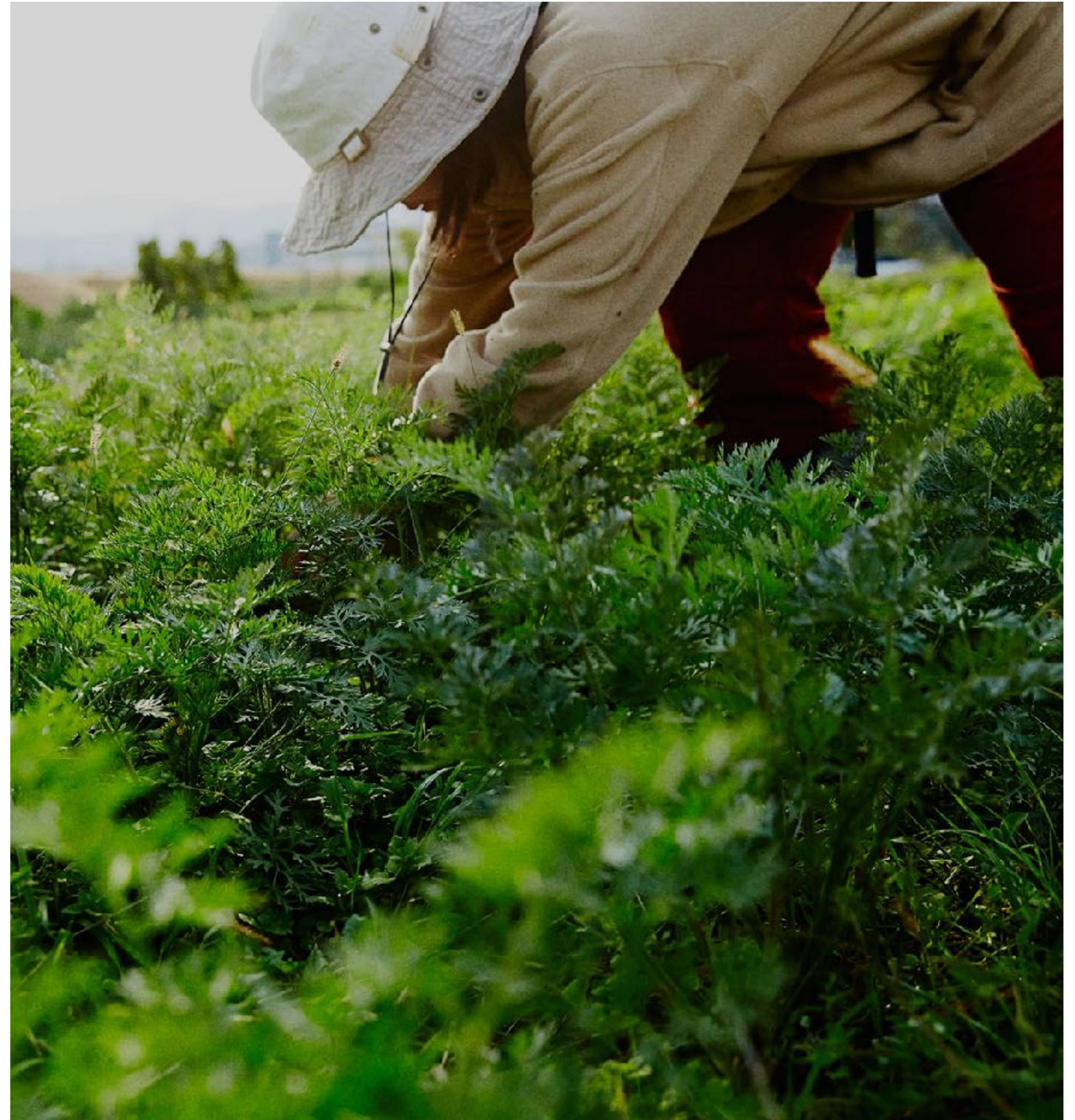




## 01

### 環境負荷の小さい 農業を広げる

新規就農、つまり後継ではなく自分から新しく農業に挑戦する人たちは、農薬や化学肥料に頼らない、いわゆる有機農業を志す人が多い。私たちは、そういう人たちの営農のハードルを下げることで、環境への負担の小さい農業に挑戦する人が増えていくきっかけを作りたいと思っています。





02

## 多様性を排除しない 流通のしくみをつくる

野菜は生きものだということを僕たちは大切にします。生きものはひとつとして同じものはないし、時間や環境、いろいろな影響を受けて変化する。ブレがある。それを、非効率だからといって切り捨てたりしない流通のしくみをつくっていきます。

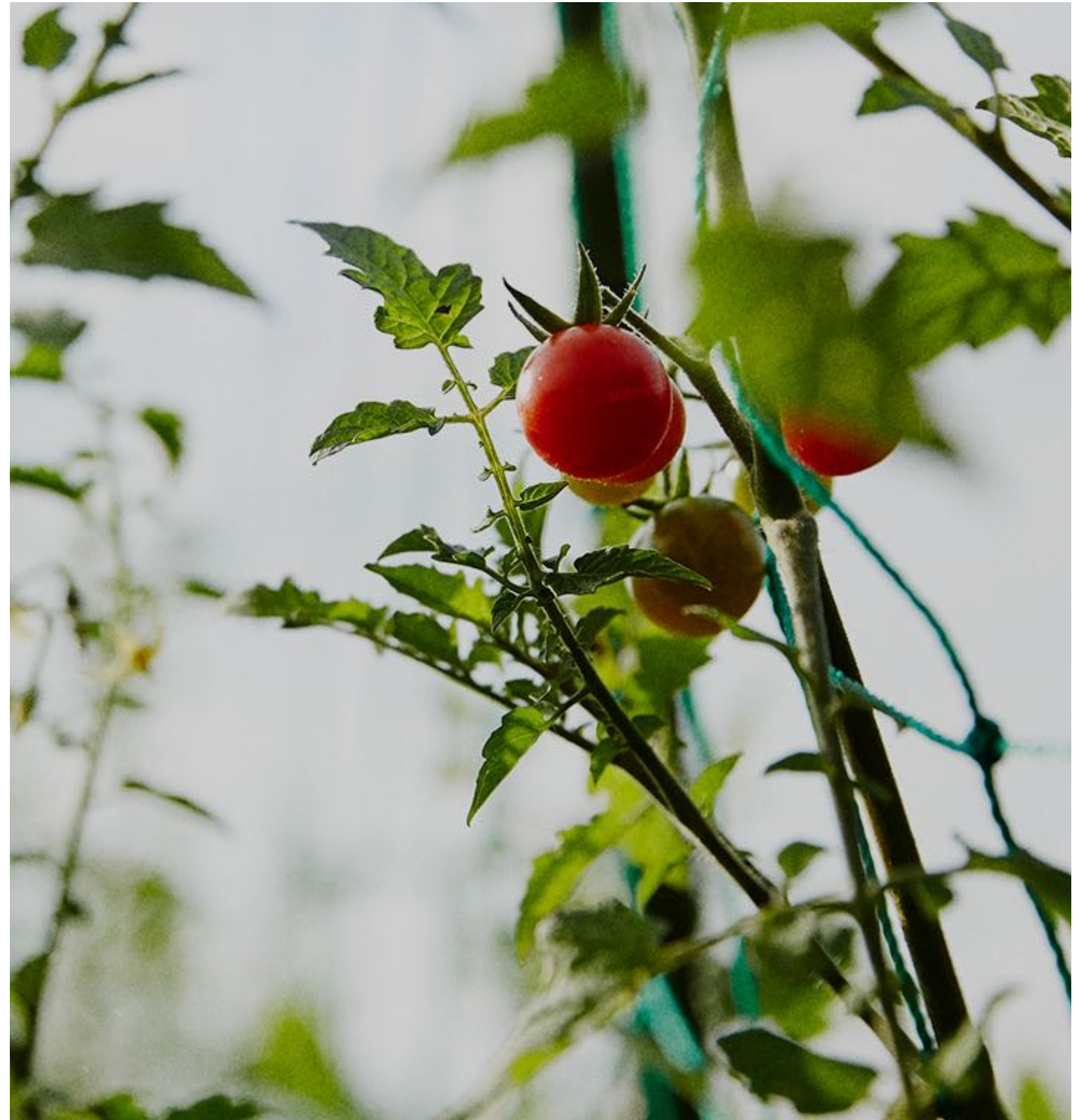




## 03

### ブレを楽しむ 文化を育てる

お野菜はいろいろに変化すること、それを楽しむ暮らしを提案していきます。野菜という生きもののブレを伝えたり、楽しみ方を提案することで、想像力のある消費につなげたいと思います。そんなふうにお野菜の多様性を許容し、楽しむ社会は、きっと人に対しても包容力を持った社会じゃないかと思うのです。





# 会社概要



## 会社概要

会社名

株式会社坂ノ途中

京都本社

〒601-8101 京都市南区上鳥羽高畠町56

東京オフィス

〒140-0001 東京都品川区北品川1丁目23-19

GOODOFFICE品川 B1F

代表者

小野邦彦

設立

2009年





代表

# 小野邦彦

Ono Kunihiko

1983年奈良県生まれ。  
京都大学総合人間学部卒。  
外資系金融機関での修行期間を経て、  
2009年に株式会社坂ノ途中を設立。  
好きな野菜はカブ、オクラ、しいたけ。  
基本的に省エネ系。







2010年12月

## OnlineShop開設 お野菜定期便開始

坂ノ途中の主力事業であるお野菜セットの定期宅配をはじめ、OnlineShopからの受注を開始しました。



2013年9月

## 自社農場 「やまのあいだファーム」スタート

自分たちも野菜を育てよう、とはじめた自社農場。自然の力と人の力の最適なバランスを見つけるため、さまざまな農法を試す場にもなっています。

2012年5月

## 「ウガンダオーガニックプロジェクト」開始

アフリカのウガンダを舞台に、初の海外事業をはじめました。ゴマの栽培指導を行い、それを輸入・加工して販売していました。

2014年10月

¥ 45百万円の資金調達

2014年11月

定期宅配顧客  
300件

2014年2月

## 坂ノ途中だより お届け開始

2011年8月

## 小さな八百屋 坂ノ途中soil オープン

2009年7月

## 株式会社 坂ノ途中 創業



2019年3月

## 自社便を京都から 関西・関東へと拡大

自社スタッフが直接お客さまへ配達する「自社便」。以前は京都のみでしたが、関西・関東でエリアを拡大。今では34%のお客さまが利用しています。

2016年10月

## 「メコンオーガニックプロジェクト」開始

ウガンダに続く海外事業として、東南アジアの山間部でコーヒーを栽培し輸入・販売するプロジェクトを開始。のちに「海ノ向こうコーヒー」に名称を変更。

2016年3月

定期宅配顧客  
500件

2016年12月

¥ 200百万円の  
資金調達

2017年1月

## 自社開発サービス 「farmO」リリース

※詳しくは p.31 へ

2017年5月

定期宅配顧客  
1,000件



2020年4月

## 飲食店 「本と野菜 OyOy」 オープン

京都の烏丸御池にある「新風館」の1Fに坂ノ途中のお野菜を楽しめるお店をオープン。

2021年5月

¥ 830百万円の資金調達

2020年7月

定期宅配顧客  
5,000件

2019年11月

定期宅配顧客  
2,000件

2019年7月

## 10周年記念 イベント開催

2021年7月

## 十条オフィスへ 移転





# 私たちが向き合っている 課題と着眼点 (国内)



## 農業が環境に与える影響は とても大きい

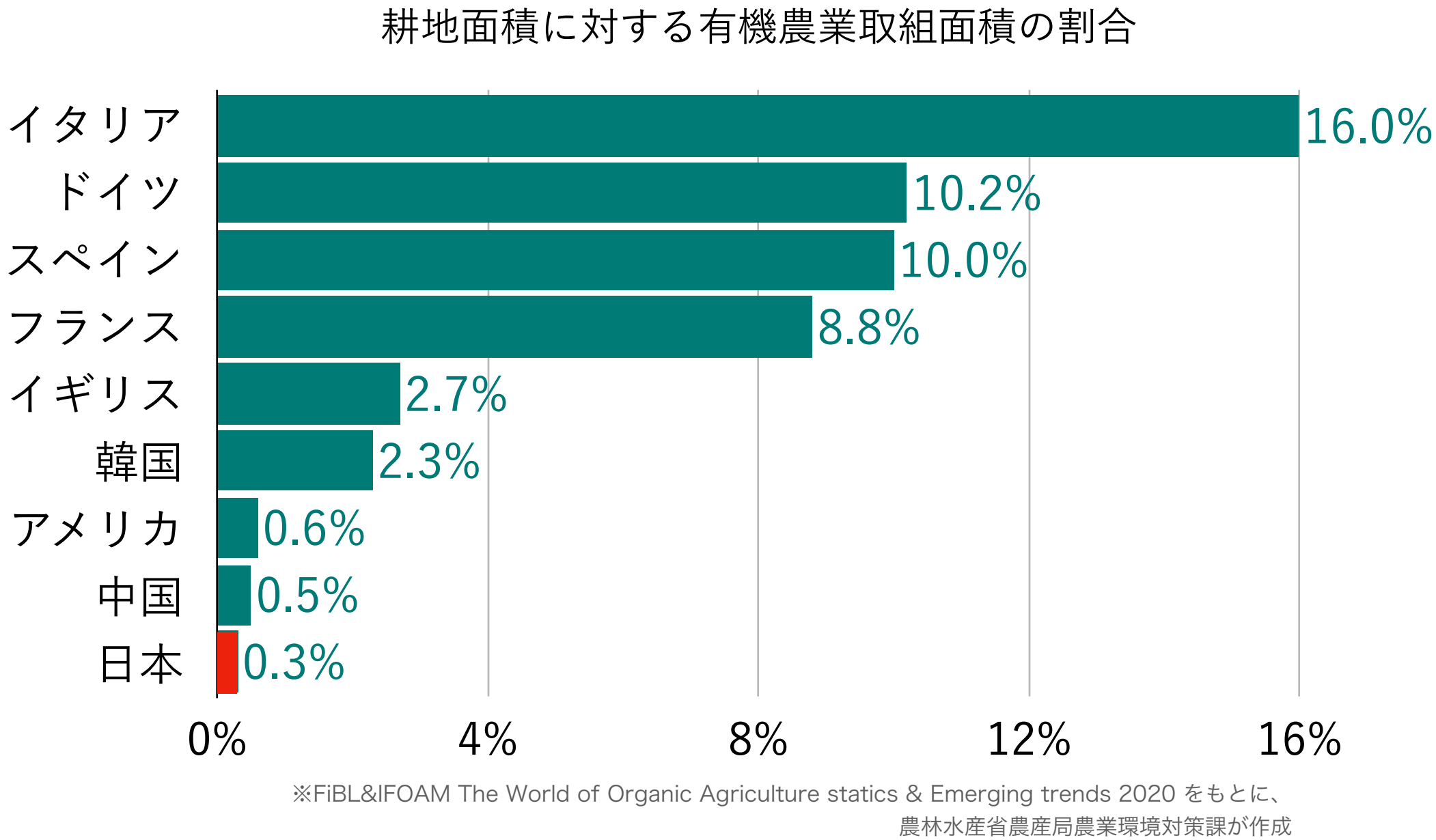
一般的な農業（慣行栽培）は農薬や化学肥料をはじめ様々な外部資材とエネルギーを必要としています。化学肥料は製造過程で天然ガスを必要とし、また長年畑に投入されることで土壌劣化を引き起こします。投入物への過度な依存によって環境へのインパクトも大きくなります。





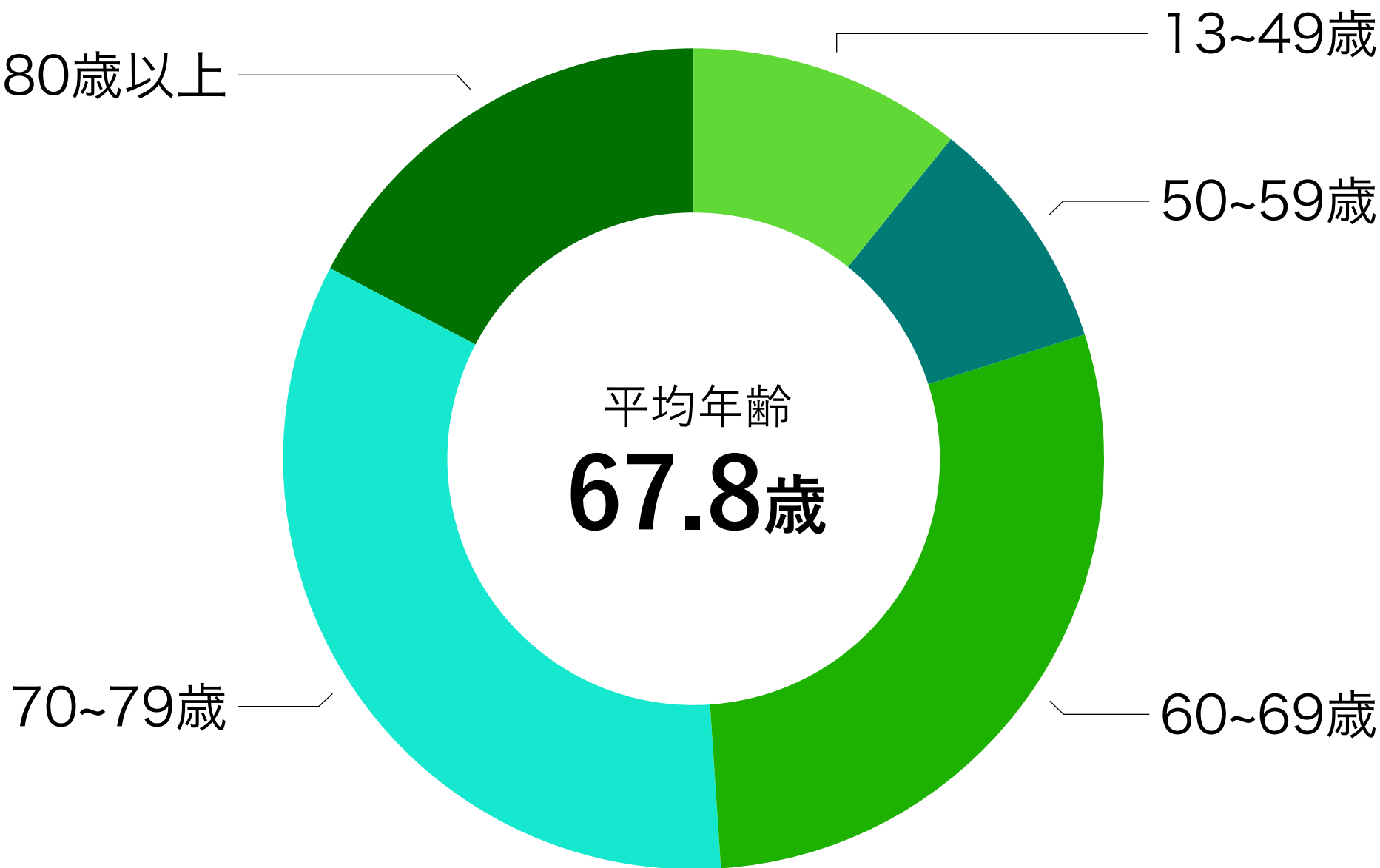
# 有機農業への取り組みは 先進国の中でも遅れている

耕地面積全体に対する有機農業取組面積は、欧米諸国と比較するとかなり少なくなっています。また、アジア地域の国々と比べても、日本は0.3%と遅れを取っている状態にあります。



# 農業就業人口の 高齢化と減少

基幹的農業従事者、つまり農業メインで生計を立てている人は高齢化が進んでおり、2020年時点で半数以上が70歳以上、平均年齢は67.8歳となっています。農業者全体の数も減少傾向にあり、特に49歳以下の青年層は10年前と比較して30.7%も減少しています。



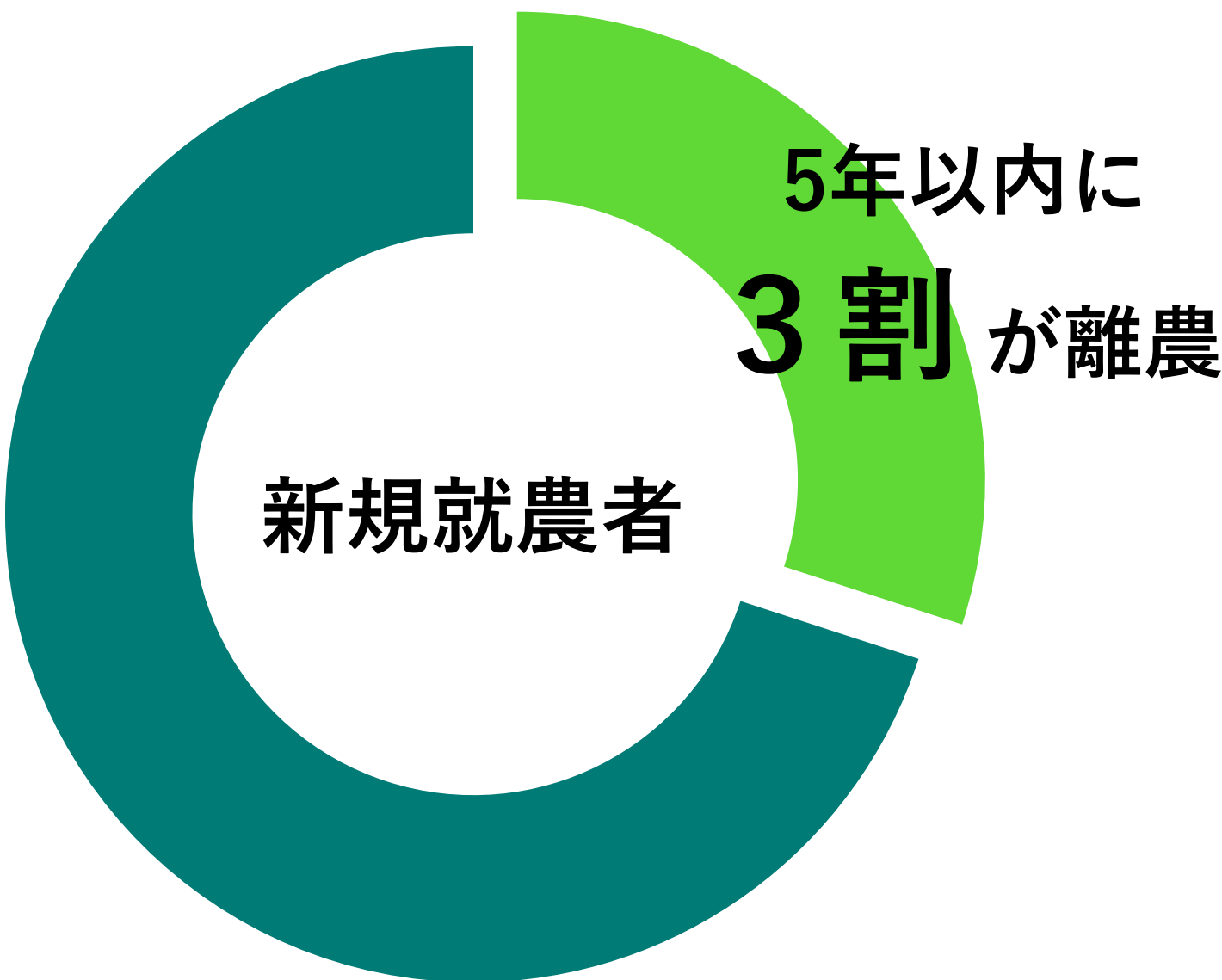
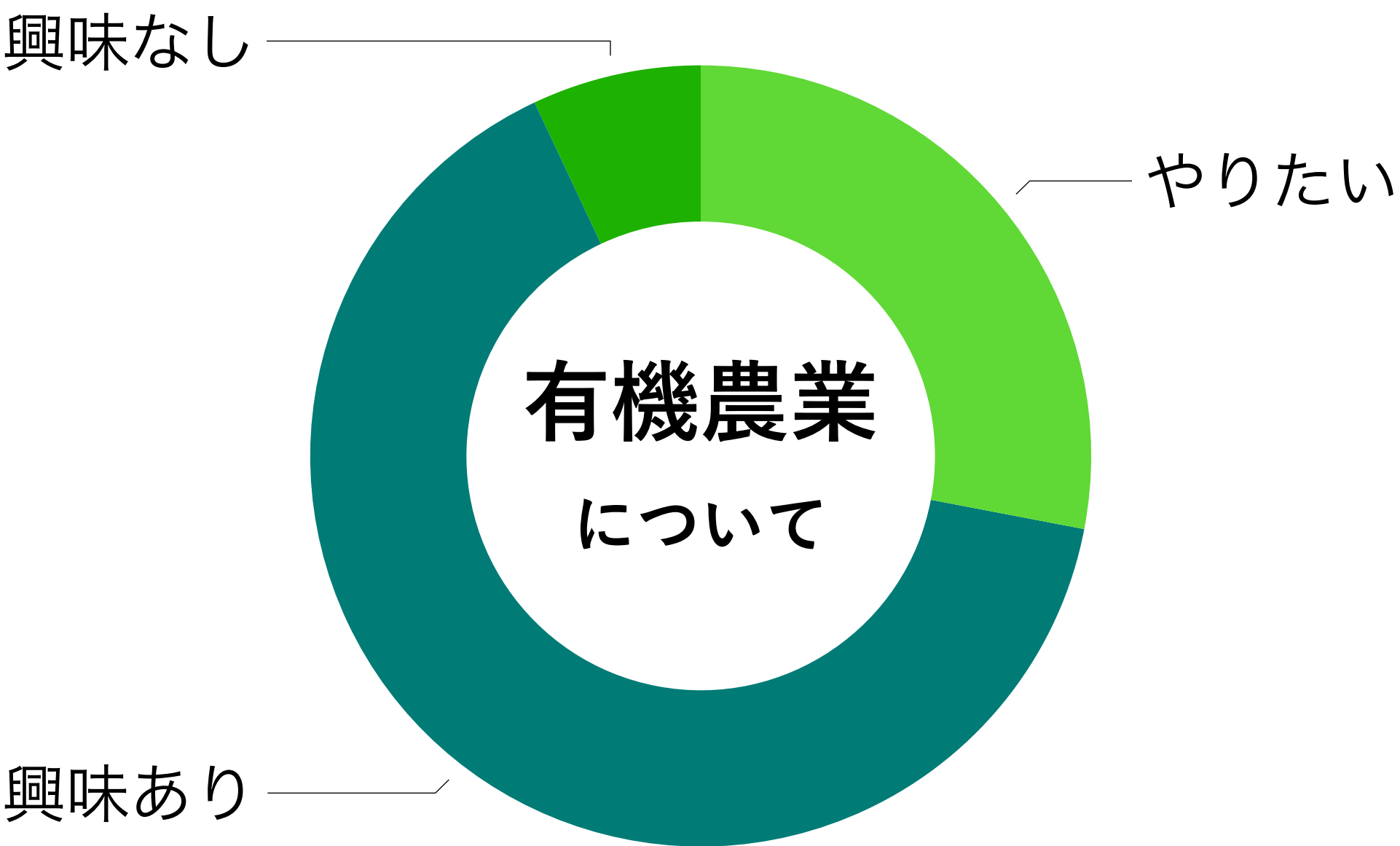


# 就農希望者の多くは 有機農業に興味あり

新規就農希望者のうち有機農業に興味がある人は93%にのびります。  
また、就農後に実際に有機農業に取り組む割合は、新規参入者のうち26.7%で、全農業者の0.5%に比べて非常に高い割合となっています。

# しかし新規就農者の 道のりは険しい……

せっかく強く志して農業をはじめた人たちでも、土地の質が悪かったり、リソースや資金の不足によって農業で生計を成り立たせることができず、5年以内に3割が離農、農業を辞めてしまうのが現状です。





新規就農者が希望する有機農法で生計を立てられたら、  
環境負荷の小さな農業が広がり、  
自然環境の改善につながる

坂ノ途中は新規就農者のパートナーとして、自らが販路となり、  
いつ何をどれくらい作るかの栽培計画と一緒に立て、  
情報の提供などを行っています。



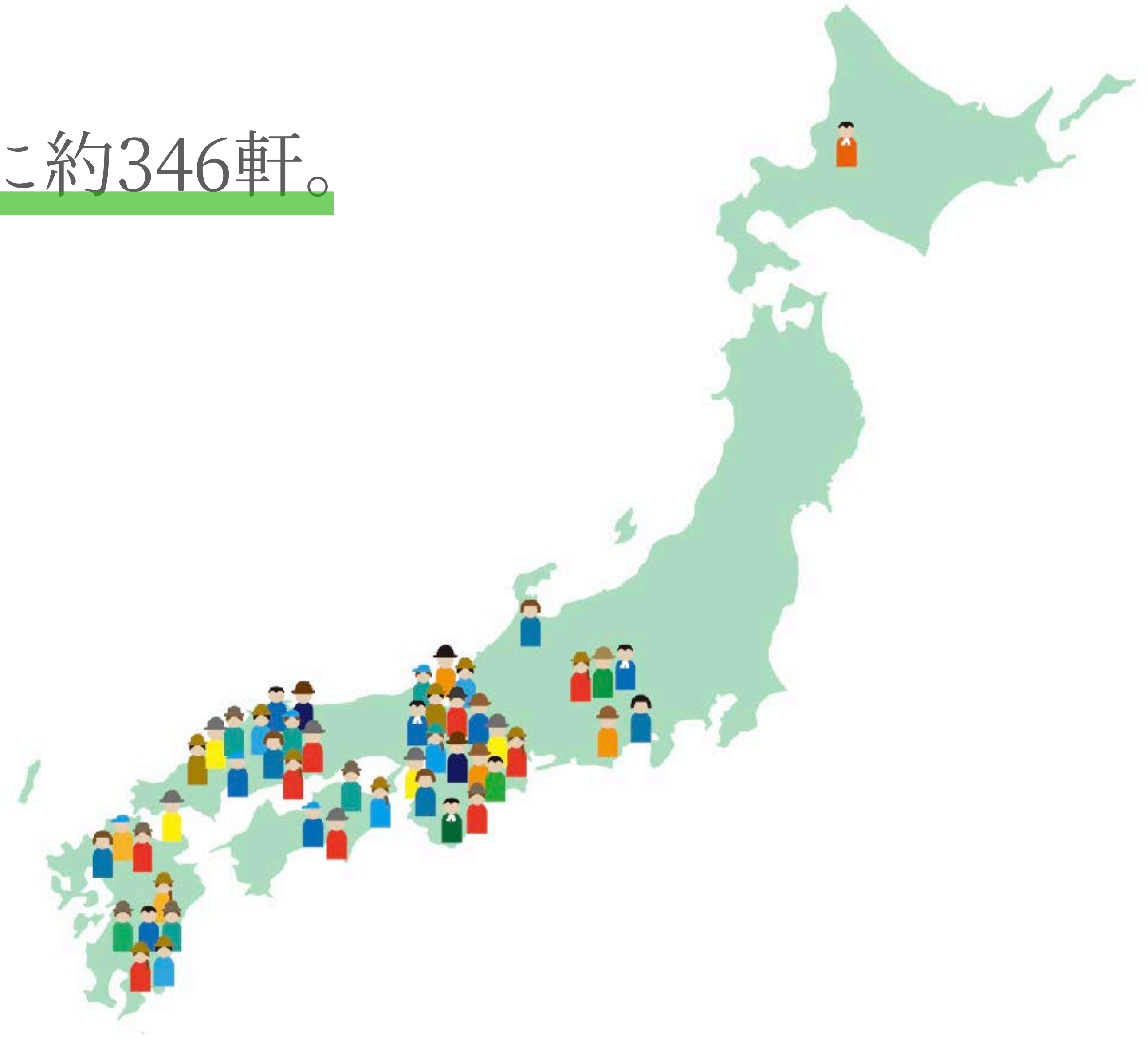


# 事業内容 (国内)



# 提携農家さんは西日本を中心に約346軒。 農家さん同士の紹介で拡大中

提携農家さんは、紹介によって新しいお付き合いが始まるのがほとんどです。  
新規就農者の人たちが育てる野菜は少量多品目で、収穫量も不安定になりがち。  
一軒一軒は少量不安定でも、提携農家さん同士で補い合ったり、作付け計画（いつ何をどれくらい作るか）を一緒に考えたりすることで、全体最適化を図っています。





## 旬のお野菜セットの 定期宅配サービス

全国の提携農家さんから届く約500種類  
（年間）のお野菜をバランスよくセットに  
して、毎週もしくは隔週でお客さまにお届  
けしています。お野菜セットを通して、季  
節の移り変わりや、生き物としての野菜の  
個性を楽しむスタイルを提案しています。  
スーパーでは見かけない珍しいお野菜が入  
るのも特徴です。





# 飲食店や小売店への 卸販売（BtoB）

百貨店のお野菜売り場や高付加価値型のスーパーなどでの導入が進んでいます。飲食店ではサラダや焼き野菜など、素材を活かしたシンプルな料理に使っていただくことが多いです。

# 八百屋と飲食店も 経営しています

2011年から東寺の近くに小さな八百屋「坂ノ途中 soil（ソイル）」を、2020年から、烏丸御池の新風館の中で飲食店「本と野菜 OyOy」を運営しています。リアルな場で坂ノ途中の野菜を身近に感じてもらい、私たちの考えを知ってほしいと思っています。







# 私たちが向き合っている 課題と着眼点 (海外)



## 東南アジアで進む 急速な森林減少

人口増加や貨幣経済の流入によって、換金作物を育てるためのプランテーション農地にしたり、焼畑農業のサイクルを早くしたりすることで森林がかつてないスピードで減少しています。

## 都市部へ出稼ぎに 行かざるを得ない状況

山地の村では安定した収入を得られる手段が少なく、都市部へ出稼ぎに行かざるを得ない状況があります。あるいは森を切り開いてプランテーション農法で作物を育てても、価格変動が大きいため安定した収入にはつながらず、初期費用を回収できず、かえって借金が大きくなるケースもあります。





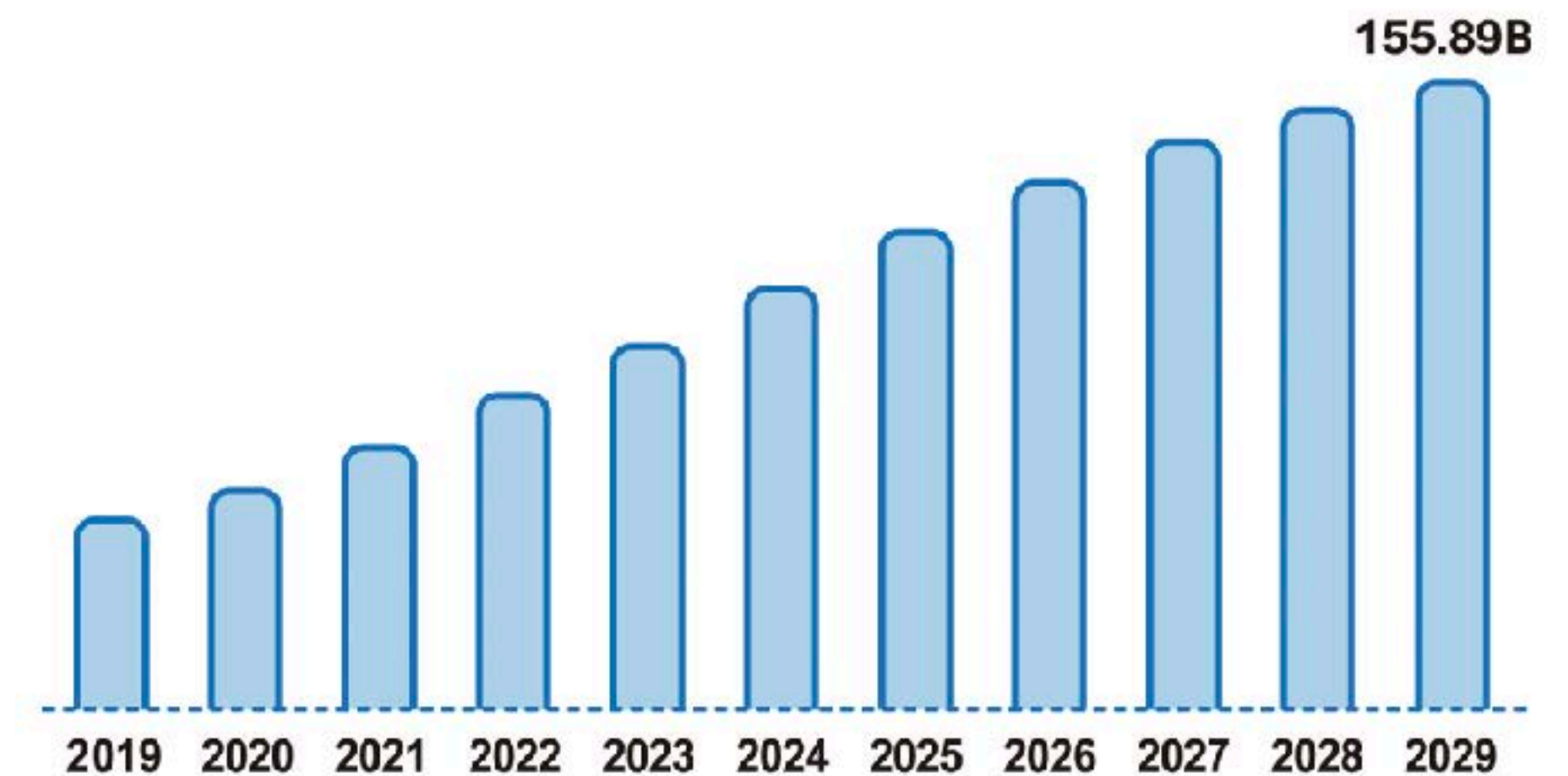
# 森を守り作物を育てる アグロフォレストリー

森林の中、適度な木陰で作物を育てるアグロフォレストリー。直射日光が苦手なコーヒーの木に適した栽培方法です。現地で放っておかれていたコーヒーの木を管理し、栽培や収穫のトレーニングをすることで将来的に安定した収入に繋がると考えました。



# スペシャルティコーヒーの マーケットは拡大中

世界のスペシャルティコーヒー市場は年平均成長率12.78%で拡大し、2029年には1558.9億ドルに達すると予想されています。スペシャルティコーヒーは農園から輸入商社などが直接買い付けるため、比較的安定した価格で取引される傾向があります。



▲世界のスペシャルティコーヒーの市場規模推移予測（米ドル）

出典：Global Specialty Coffee Market 2019-2029(USD Billion) / Adroit Market Research



アグロフォレストリーで高品質のコーヒーを育てることで  
山地の森林減少の改善と  
安定した収入・雇用につながる

坂ノ途中はスタッフが定期的に東南アジア各国の産地に通い、  
栽培、収穫、精製のトレーニングやワークショップを行いながら  
人々と一緒にコーヒーの品質向上に取り組んでいます。





# 事業内容 (海外)



## 遠くに想いを馳せる、想像力を。 「海ノ向こうコーヒー」を運営

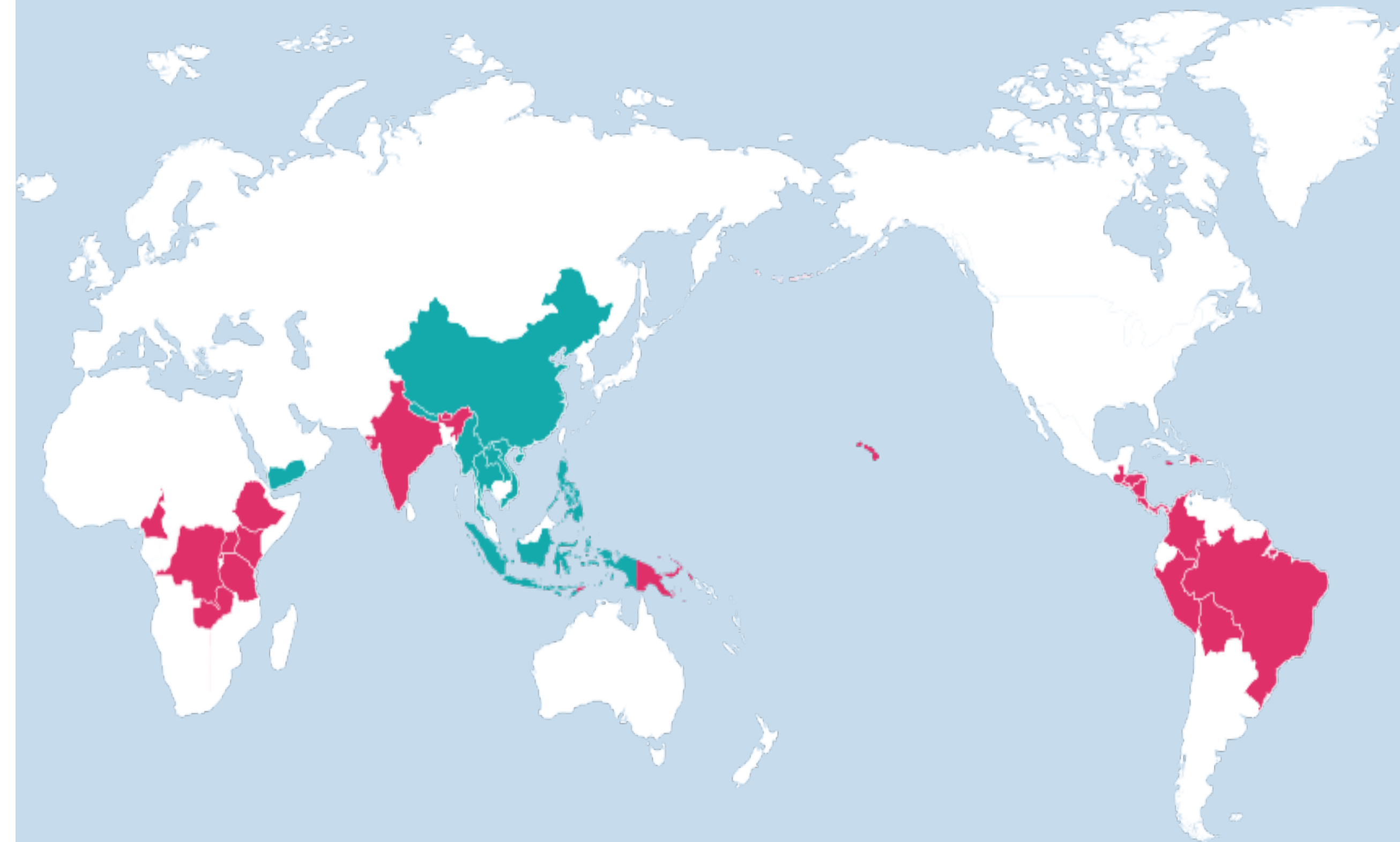
2016年からラオスで活動を開始、2018年には「遠くに想いを馳せる、想像力を。」をコンセプトに、「海ノ向こうコーヒー」というブランドとチームを立ち上げました。スタッフがアジアのコーヒー産地に通って、品質向上のための技術提供や栽培、収穫、精製のトレーニングを行っています。





# 累計取扱国は33カ国 そのうち9カ国が直接輸入

スタッフが定期的に通い、品質向上に関わっている産地は現在9カ国。また、グアテマラやエチオピアなど、パートナー企業を介して生豆を輸入している国は23カ国。多様なラインナップを揃えることでロースターさんから支持いただき、生豆の販売サイトの会員数も着実に成長しています。



スタッフが産地に通り、  
直接生豆を輸入している国/地域

現地パートナーを介して  
生豆を輸入している国/地域



## 自家焙煎のコーヒーも 販売しています

海ノ向こうコーヒーの焙煎士が自ら焙煎し、味を確かめ、責任を持って販売することで、産地にフィードバックを行っています。また、オリジナルブレンドなどの商品開発も行い、坂ノ途中のオンラインショップで販売しています。

## イベントやPodcastで 情報を広く発信

産地から帰国した後は、オンラインで渡航報告会を行い、産地での活動や現地の人々から聞いた情報を共有。他にも新しく入荷したコーヒー豆の特徴や焙煎のポイントなどを広く発信したり、ゲストを招いてのオンライントークイベントなども主催しています。



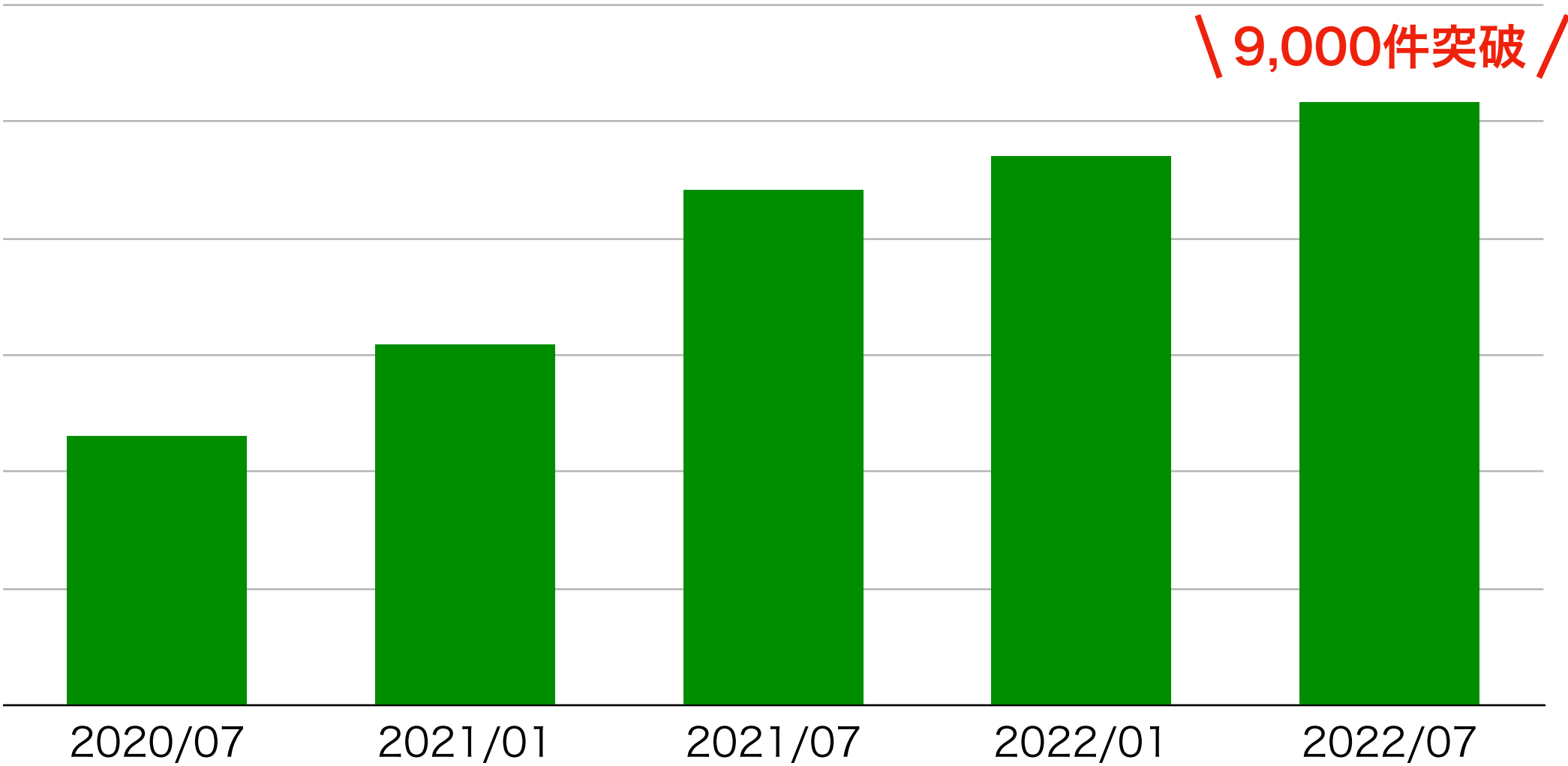




# 会社の成長性

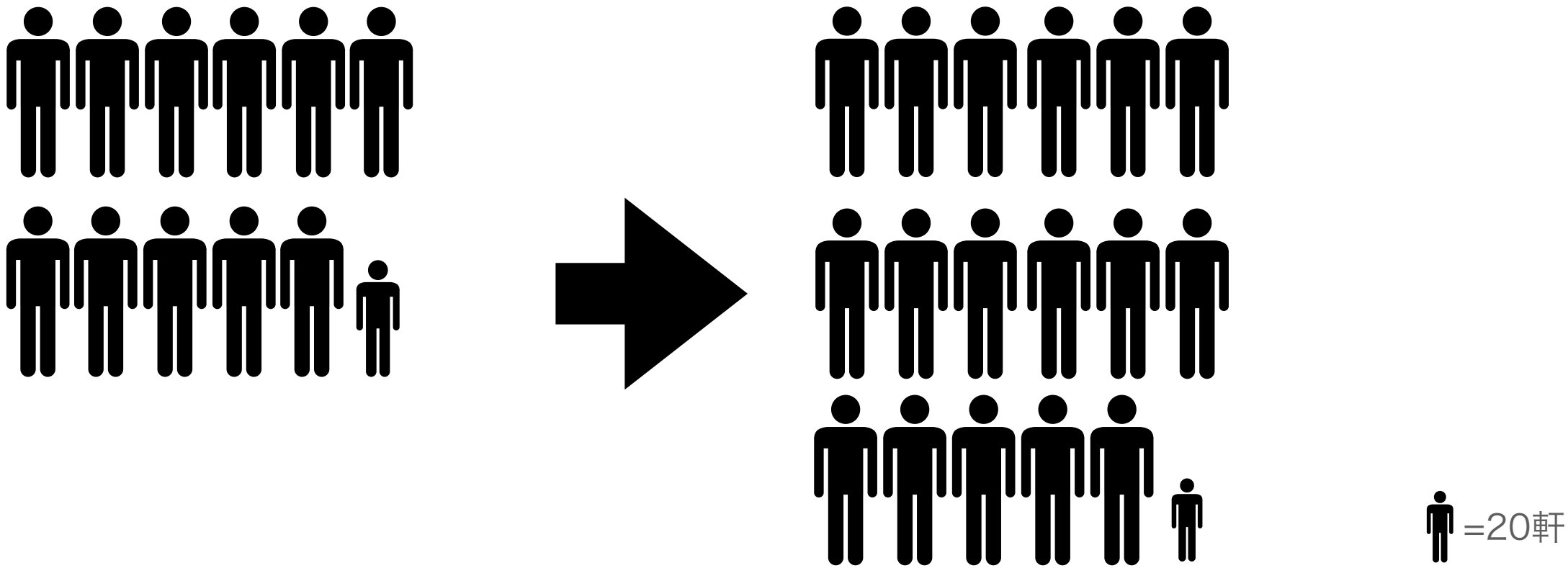


お野菜セット定期便の  
会員数は9,000件を突破



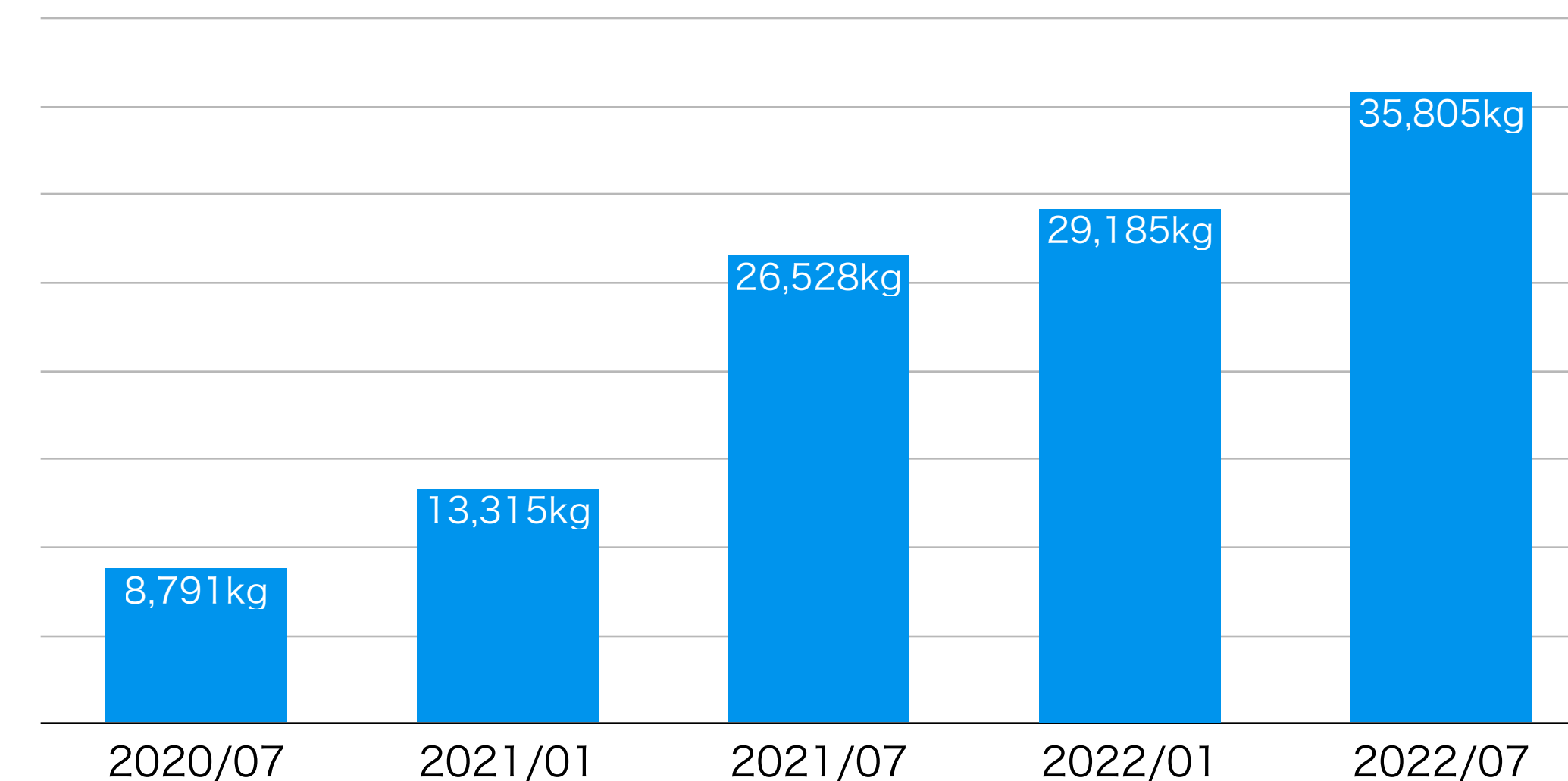
提携農家さんは  
231軒から346軒に増加

(※2019年→2021年)

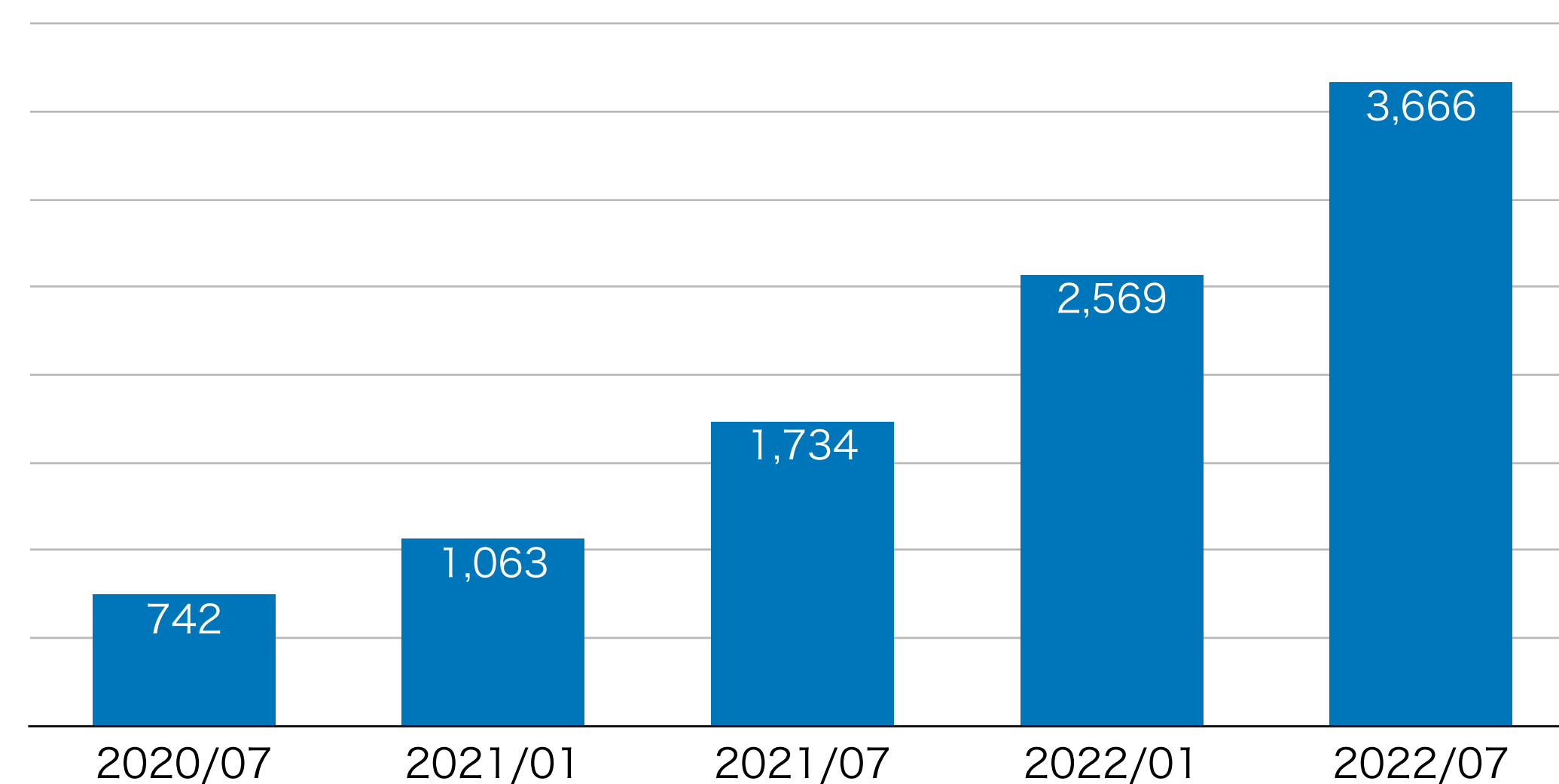




コーヒーの生豆の出荷量は  
直近2年間で4倍に成長



生豆の販売サイトの  
会員数も増加中、3,600件に

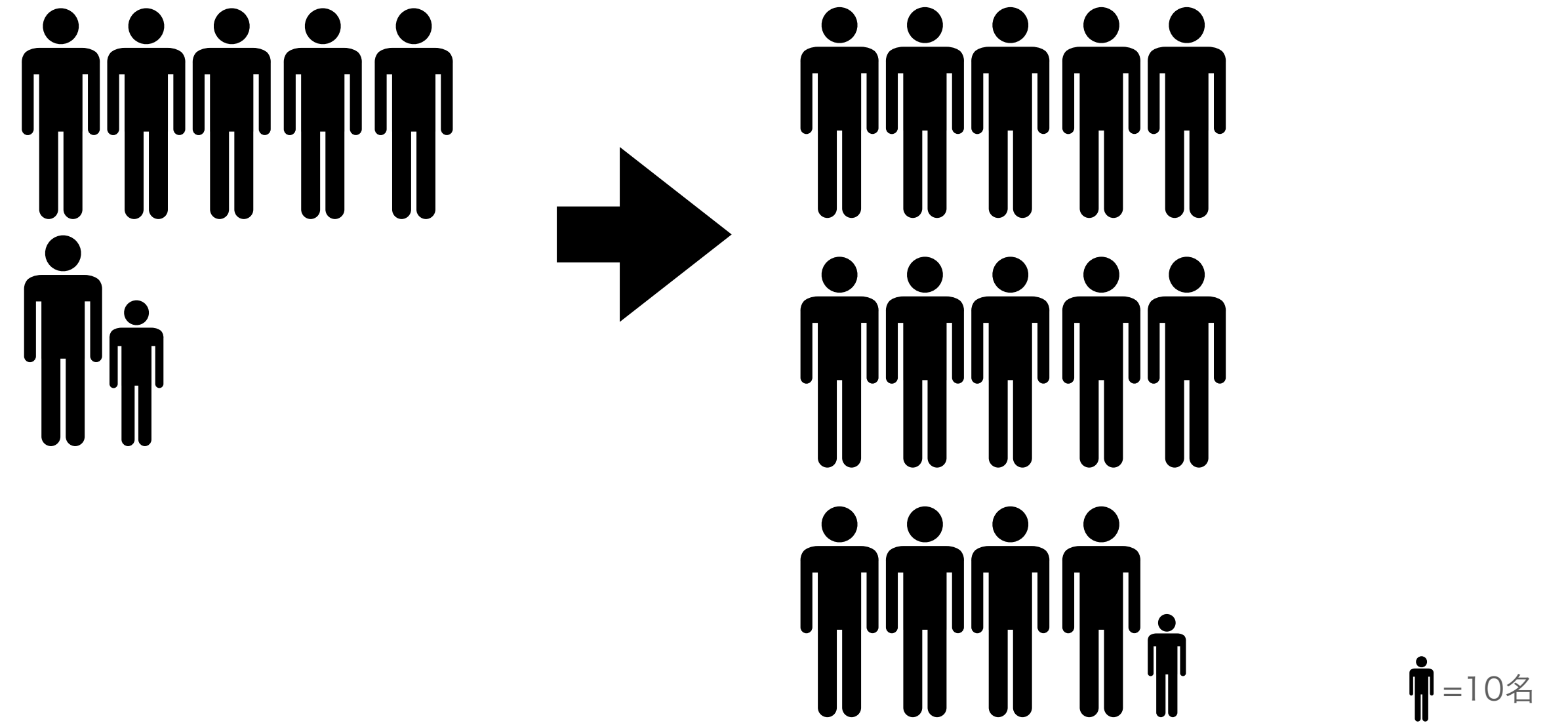




# スタッフ数は3年間で 66名から143名へ

(※2019年→2021年、アルバイト含)

2019年に66名だったスタッフ数は3年間で143名に増加。オフィスフロアも出荷場もキャパシティが限界を迎えたため、2021年にはオフィスを今の場所へ移転しました。多様な意見を取り入れながら制度が生まれたり整備されたりと、会社をつくるのは人なのだと改めて感じています。







# 組織について



### EC事業部

坂ノ途中の野菜をはじめとした商品の魅力をたくさんの方に知ってもらうため、マーケティングや商品企画、お客さま対応などを行っています。商品だけでなく、背景にあるストーリーや季節のめぐりなども一緒に楽しんでもらえるよう、WebやSNSを使って情報発信も行なっています。

### 法人チーム

飲食店（レストランやカフェ）や小売店（百貨店やスーパー）に坂ノ途中の商品をお届けするチームです。売り場のポップやパネルを作ったり、珍しいお野菜には調理方法を添えたり。時には応援販売のため小売店の店頭に立って坂ノ途中のお野菜のおいしさを伝える役割も。

### 生産者窓口チーム

生産者さんと密にコミュニケーションを取りながらお野菜の仕入れを行う部署です。いろいろな種類のお野菜をバランスよくお客さまにお届けするため、「小松菜をもう10パックいけますか？」など、細かい調整が欠かせません。また、生産者さんの伴走者として、いつ何をどれくらい育てるか、作付け計画のサポートも行います。

### 出荷チーム

各地の提携農家さんから届くお野菜を仕分けして、検品、計量、袋詰め、箱詰めを行うチームです。箱詰めの際は、中で野菜が動かないよう、順番と配置を考えて丁寧に詰めていきます。「今は大丈夫だけど、今日の気温だと輸送中に傷んでしまうかもしれない」などの見極めも大事。一番お野菜に触れている時間が長い仕事です。



### 運輸チーム

自社便で坂ノ途中の商品をお客さまに直接お届けする、リレーで言うアンカーの役割です。最適なルートで効率的にお届けするのももちろん大事ですが、お客さまに渡す際に前回お届けしたお野菜の感想を聞いたり、お困りごとを聞いたりするのも大事な仕事のひとつです。いただいたお声を社内に共有して改善につなげます。

### 海ノ向こうコーヒー事業部

坂ノ途中の海外事業「海ノ向こうコーヒー」を担当します。おいしいコーヒーをお届けするだけでなく、産地の課題解決を目指して日々業務を行なっています。産地を訪れて人々とコミュニケーションを取りながら品質向上に取り組むスタッフや、焙煎士、品質管理、営業などのプロフェッショナルが集まっています。

### ITチーム

坂ノ途中のITまわりの全てを司るチーム。約350軒の農家さんから集まる年間700種類以上のお野菜を新鮮かつバランスよくお客さまにお届けするための仕組みをつくり、そのために必要なシステムの開発を行なっています。各部署のお困りごとにも柔軟に対応しながらシステムの改善を行います。

### 経営管理部

経理財務や人事総務などのスタッフが所属する部署です。社内の多くのスタッフとやり取りをしながら、お金の管理やお困りごとの解決、関係各所との調整などを行っています。誰かに言われるのを待つのではなく、先まわりして気を利かせた対応を行うのが得意な人が多いです。



### 経営企画室

経営陣とともに経営全体の意思決定や事業構築、組織設計や仕組みづくりなどを担当。予実分析など、数字と睨めっこしながら打ち手を考えたり、施策の立案や実行したりもする一方、各チームのお悩み相談を受付けながら伴走する「なんでも屋さん」的な立ち位置でもあります。

### 店舗

京都・東寺の近くにある小さな八百屋「坂ノ途中soil」と、京都・烏丸御池の新風館1Fにある飲食店「本と野菜 OyOy」の2店舗を運営しています。野菜はいきものであることや、季節のめぐりを楽しむことなど、坂ノ途中が大切にしていることをリアリティをもって伝えられる場所です。

### 農場

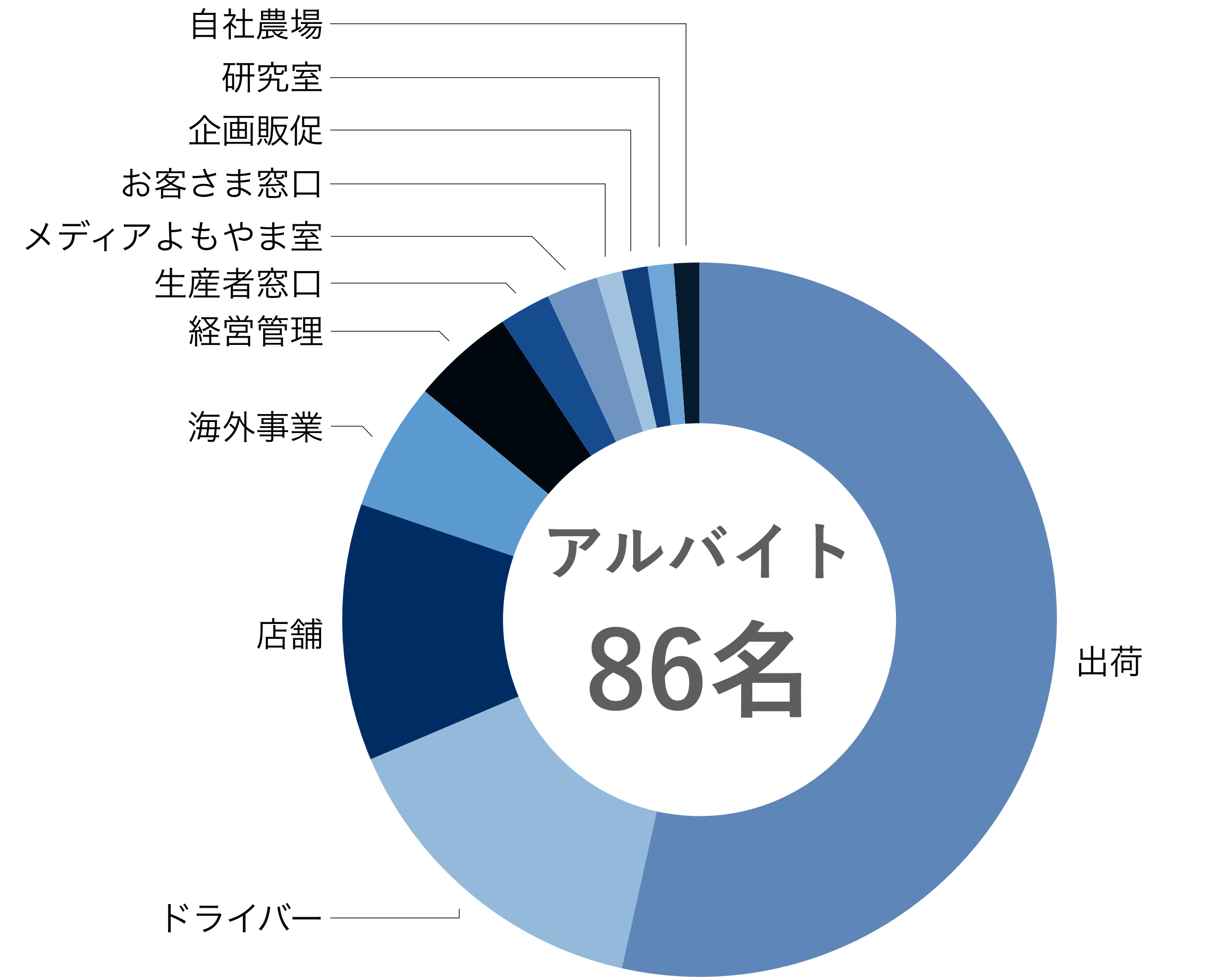
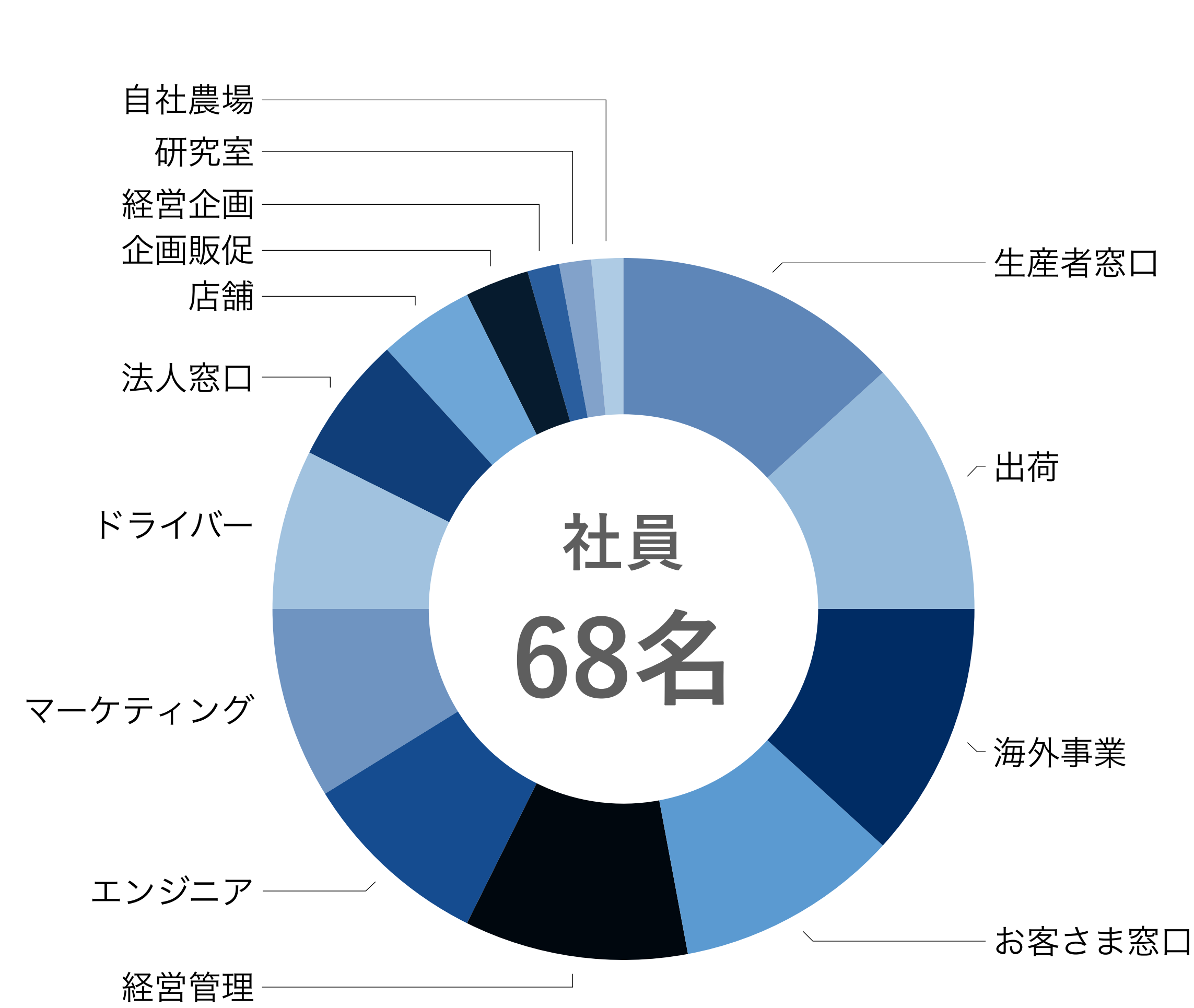
坂ノ途中の自社農場「やまのあいだファーム」。京都の亀岡と南丹の2ヶ所に畑があり、夏はオクラやナス、冬はだいこんやルタバガ（スウェーデンカブ）などを有機栽培で育てています。収穫したお野菜は、お客さまにお届けするセットに入ったり、OyOyの料理に使われたりしています。

### 坂ノ途中の研究室

坂ノ途中が、環境や人、あるいは社会に対してどんなインパクトをどれくらい与えているのかを定量的・定性的に測って世の中に発信することをミッションとして2022年に新設されたチーム。データを集めて分析したり、そこから得られた知見を生産者にシェアしたり、新規事業の検討に役立てたりしています。



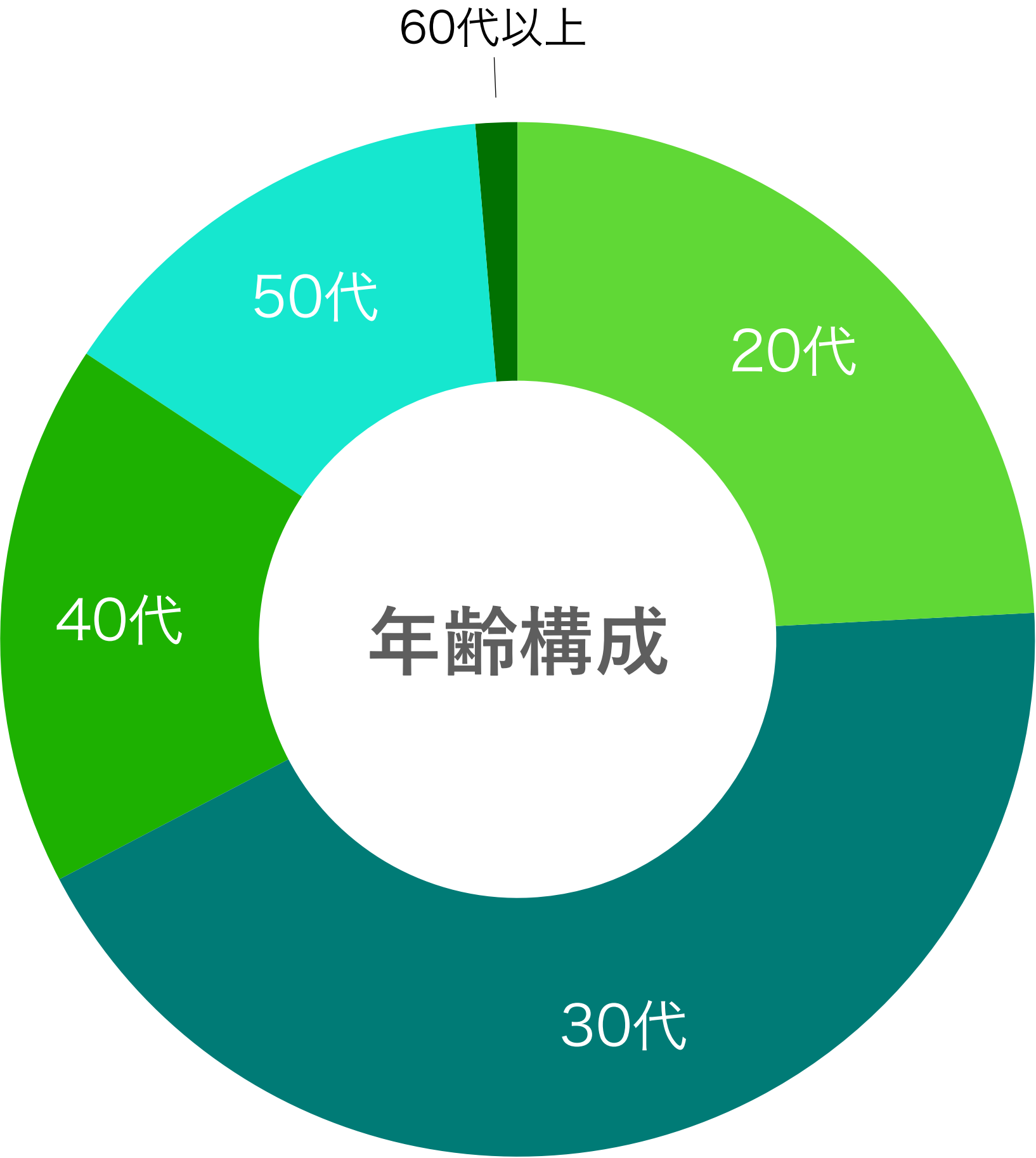
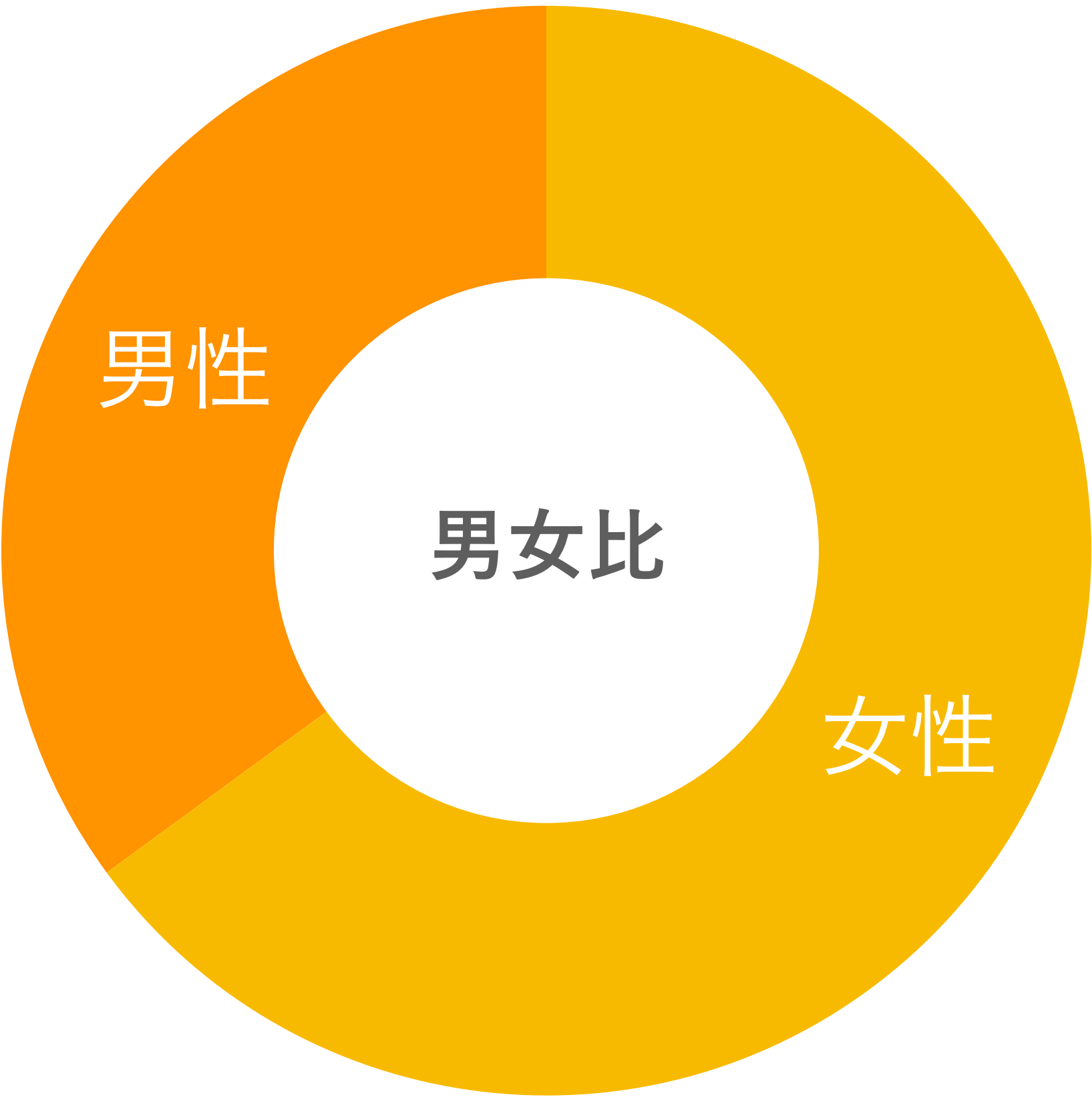
スタッフ構成



※2022年10月時点



スタッフ構成



※2022年10月時点



## スタッフ紹介



### 松田 明日香さん（ECマーケ）

立命館大学国際関係学部卒業。リクルートで働いている際に代表・小野の講演会に参加したことがきっかけで坂ノ途中へ。Webサイトをはじめ様々な媒体や施策を通して、日本中の人々に坂ノ途中のことを知ってもらおうべく奮闘中。産休・育休を経て復職し、現在は子育てと仕事の両立を苦労しつつも楽しむ1児の母。坂ノ途中で一番お酒に強いと言われている。



### 田中 栄一郎さん（IT）

株式会社ワークスアプリケーションズを経て現職。3児のパパ。オンラインショップの改善や業務オペレーションシステム構築を担当するITチームの1人。各チームのざっくばらんなお悩み相談を聞きながら仕組み作りをしたり、経営指標の分析などを行う経営企画チームの一員でもある。DIY好きで「ドアの閉まりが悪い」などの報告を受けてはインパクトドライバーを持って現場へ向かう。



### 舩田 菜緒さん（海外）

広島大学を休学してネパールの現地企業で旅行関係の仕事や日本語学校の先生などをしている際に坂ノ途中の海外事業部スタッフと出会い、スカウトされて帰国後インターン生として参加。卒業直前までネパールで働くか悩んだが、坂ノ途中へ新卒入社することに。現在は海ノ向こうコーヒーの焙煎士をしつつ輸入業務も担当する、海外事業部にとって欠かせない存在。





# 働く環境、福利厚生、制度



オフィス



会議室 1



会議室 2



自由スペース



出荷場





### まかないごはん

野菜をたっぷり使ったまかないがほぼ毎日あります。  
お弁当などを持参のスタッフもちろんいますが、ほとんどのスタッフが利用中。おなかを満たしつつ、日々扱うお野菜の勉強にもなる、私たちにとって大事な時間です。



### 休暇制度

- **自分祝日**：完全週休2日制に加え、月に1日好きな日に休日取得可能
- **GoGreen休暇**：農家さんの収穫等のお手伝いに行く場合の特別な有給休暇
- **お出かけ・引きこもり手当**：5日以上連続で有休を取った際には10,000円の手当を支給。遠くへお出かけしてもよし、家にこもってもよし。





## 育休取得

女性取得率は100%、男性の取得率も75%（部分休業含む）と年々増加してきています。また、復職率も今のところ100%です。



## その他

- 資格取得手当
- 書籍購入補助制度
- ご近所引っ越し奨励金
- 自転車通勤補助
- など





坂ノ途中の  
8つの行動指針

01

ひとつひとつ積み重ねる

02

小さな違和感を大切に

03

自分がやる

04

互いを引き出しあう

05

猛者であろう

06

率直であろう、対等であろう

07

身体性と向き合う

08

近くも遠くも思える想像力を



## 01 ひとつひとつ積み重ねる

私たちの仕事には、わかりにくいところもあるし、簡単ではないこともたくさんある。  
だからこそ、誠実さと丁寧さを大切にして向き合っていこう。  
ひとつひとつの小さな出来事、言葉、積み重ねが、自分を高め、お客さまや農家さんの信頼を生んでいく。

## 02 小さな違和感を大切に

なんだかちょっと変な気がする。  
うまく説明できなくても、そう言える人であろう。  
違和感を持った人はそれを問いかけ、  
問われた人はともにその正体を探し出す。  
そうしてメッセージを研ぎ澄まし、仕事の密度を上げ、  
サービス品質を高めていこう。

## 03 自分がやる

自分がやる、そういう人であろう。  
オーナーシップを持って日々を生きよう。  
広く、深い眼差しでテーマを見つめよう。  
挑戦することで自分を鍛え、組織を鍛え、遠くまで行こう。  
そこは終点ではない、考えよう、そして行動しよう。

## 04 互いを引き出しあう

ぼくたち、わたしたちは生態系のなかにいる、  
だからひとりひとはすべてにつながっている。  
隣人、会社、あるいは社会。小さな単位でも大きな単位でも、  
そのポテンシャルを引き出すことを大切にしよう。  
先輩も後輩も、古いも若きも、  
それぞれが互いの成長にコミットしていこう。



## 05 猛者であろう

社会的意義と事業性の両立。  
そんな坂ノ途中の目指すかたちは、  
欲張りじゃないとたどり着けない。  
だから、二兎を追える強さを持とう。  
学び、備え、鍛え、先手を取ろう。でしゃばろう。挑戦しよう。

## 06 率直であろう、対等であろう

みんながオープンマインドであることは、  
気持ちが軽やかになるだけでなく、  
コミュニケーションの質を高める。  
会社の内であっても外であっても、アサーティブネス、  
それぞれが率直でいて、お互いを尊重する関係が、  
前に進む力をつくる。

## 07 身体性と向き合う

伝聞情報ではなく自分の体感を大事にしよう。  
現場には真実の瞬間があるけれど、  
ぼんやりしてはそれはわからない。  
自分で掴み取る力と、意志が必要。  
まずは味わって食べよう、それも大切なこと。

## 08 近くも遠くも思える想像力を

目の前のこと、ずっと先の未来、身近な人、遠くに暮らす人たち、  
すべてに届く豊かな想像力をもとう。必要なこと、喜ばれること、  
そして成すべきことはなにかを考える。それはときとして、  
言葉に出して求められていることとは違うかもしれない。  
常識はずれなことかもしれない。とても地味なことかもしれない。  
それでも踏み込んで考え、そこを起点に行動しよう。





# 採用について



## 代表・小野からのメッセージ

坂ノ途中は、環境負荷の小さい暮らしへと向かう入口なんだと思っています。

農業を始めたい人や始めた人、生きものとしての野菜に触れ、季節のうつろいなんかを感じながら暮らしたいと思うお客さま、生き方や働き方を変えようと思って転職してくるスタッフたち。

いろんな色を混ぜながら、これまでの安定供給やスケールメリットを前提とした農産物流通とはずいぶん違うかたちの、生産流通消費のあり方をつくっていく。

それを、ゆるく身内のノリでやるんじゃなくて、ちゃんと事業性をもってやる。いわゆるベンチャー企業が求められるくらいの成長性を確保することで、社会的なインパクトを大きく育てていく。そんな挑戦をしています。

坂ノ途中で働く人々は、経歴もバックグラウンドもさまざまです。自分で農業や飲食店を営んでいた人もいれば、大手企業や外資系企業から転職してきた人もいます。これから起業したい、就農したい人もちらほら。

野菜と同じように、人も多様性を受け止めて、お互いのポテンシャルを引き出し、活かしあえるようなチームをつくっていききたい。これは、坂ノ途中がとても大切にしている価値観です。

畑では想定どおりにならないことがたくさんあります。もちろんベストは尽くすのだけど、一方で思い通りにならなくても「そんなときもあるよね」とそれを受け止められる感覚を、野菜に向けてだけでなく会社のメンバーに対してもちゃんと持っていきたい。お互いを尊重しあいながら、それぞれがもつデコボコを活かして長期的な事業成長や社会的なインパクトの最大化を目指していく。そんな仲間でありたいと考えています。

一時的なお祭り騒ぎでは社会は変わらないと思っています。坂ノ途中では、大切にしていることが社会に時間をかけてしみこんでいくような長期戦をつづけています。一緒に長距離走を走ってくれる方にご応募いただけると嬉しいです。

代表取締役 小野邦彦





## 坂ノ途中のことを「自分事」として捉え、 主体的に動ける方

整った環境で決められた役割に没頭したい方は  
ちょっと向いていないと思います

## 野菜が好きな方

年中多種多様な野菜を扱います。  
野菜を食べることが好きだと楽しいと思います

## ラーニングスキルがある方（学ぶクセがある方）

会社はぐんぐん変わっていきます。  
その都度その都度必要になるスキルや知識を身につけていける方、  
その過程を楽しめる方を求めています

## アンラーンできる方（手放せる方）

社会人経験で培ったもののうち、役に立つものは残し、  
自分の可能性を狭めてしまう刷り込みは捨ててしまえる、  
そんな方にご応募いただきたいです



ご応募お待ちしております！

坂ノ途中 採用



<https://www.on-the-slope.com/recruit/>





