

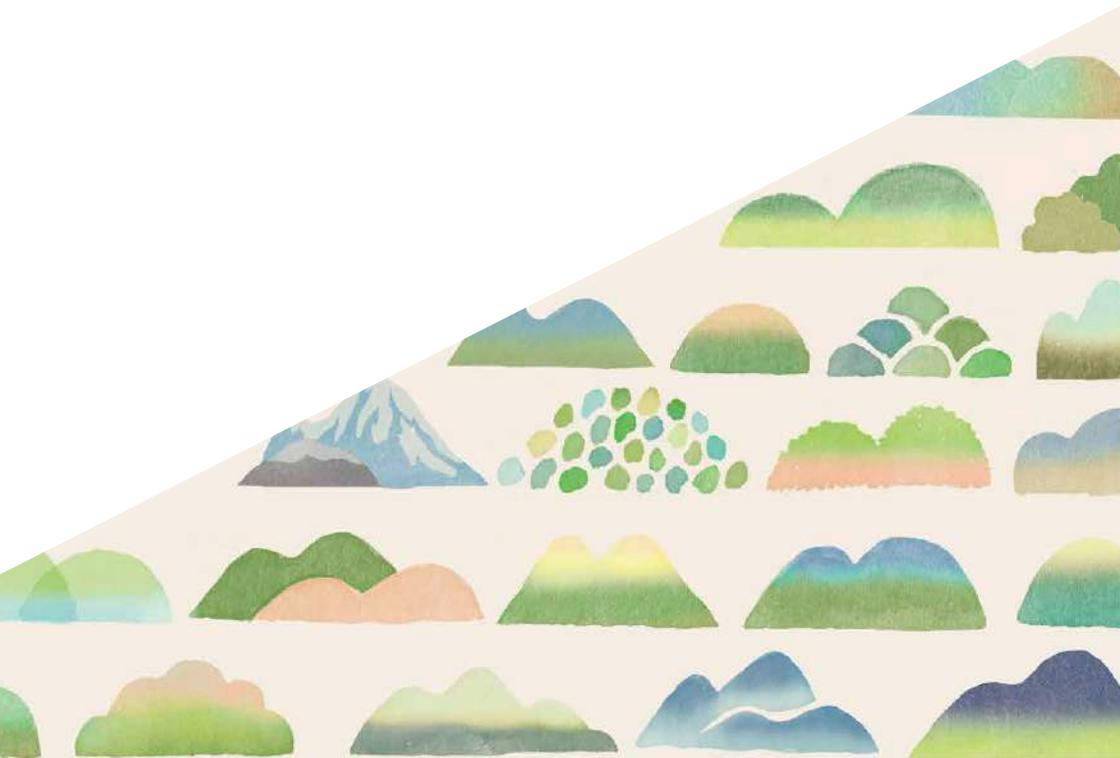


坂ノ途中の報告書

On the slope REPORT



vol.2



VISION

100年先もつづく、農業を。

MISSION

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

はじめに INTRODUCTION

前回のレポート「坂ノ途中の報告書 2021-2022」では、自分たちのルーツと現在地、そして目指す場所を明らかにして共有する、という目的のもと、これまでの歩みを振り返り、未来に向けて種をまいていることをまとめました。

vol.2となる今回は、前回から2年間の進捗を追い、私たちの今をお伝えします。あわせて、私たちを取り巻く外部環境の変化にも触れるようにしました。

このレポートは、大きく分けて4つの章で構成されています。IMM（インパクト測定・マネジメント）、国内事業、海外事業、そして坂ノ途中の研究室です。

それぞれが新たな取り組みを行っており、日々変化や発見に満ちています。その一部をみなさんと共有することで、環境負荷の小さい農業を広げるためにできることを一緒に考えていきたいと思っています。

読者はさまざまな方を想定しています。どなたにもできるだけ伝わりやすいように作成しました。今の坂ノ途中のことを少しでも知っていただき、興味を持っていただくきっかけになれば幸いです。

Impact Measurement and Management

インパクト測定・マネジメント

- 04 IMM (インパクト測定・マネジメント) とは？
- 04 坂ノ途中のIMMについて
- 05 セオリー・オブ・チェンジ
- 07 数字とコメントで見るインパクトKPI
- 09 書ききれなかったこと



▼ IMM (インパクト測定・マネジメント) とは？ ▲

自社が世の中にどんな影響を及ぼしているのかを考え、その影響の大きさを測定し、事業をより良くしていく

IMMは Impact Measurement and Management の略で、日本語では「インパクト測定・マネジメント」と呼ばれます。インパクトとは世の中に及ぼす影響のこと。自分たちが社会や環境にどんな影響をどれくらい及ぼしているのかを測り、それを改善する方法を考えて実行する、一連の流れがIMMです。坂ノ途中にとっては、たとえば環境への負担をどれだけ下げられたか、サステイナブルを意識した暮らしを送る人をどれだけ増やせたかなどが指標になります。

▼ 坂ノ途中のIMMについて ▲

これから走り続けるために、改めて整理してみる

坂ノ途中は創業以来、環境負荷の小さな農業の広がりを目指して事業を進めてきました。微力ながら社会に働きかけられている手応えを感じる一方で、明確にそれを測ることに難しさも感じていました。私たちが、誰に、どんな影響を、どれくらい及ぼしているかを改めて整理してみることが、今後も走り続けるための力になるのではないかと。そんな思いで、2022年3月からIMMに取り組みはじめました。



自分たちの事業の位置付けを再確認する

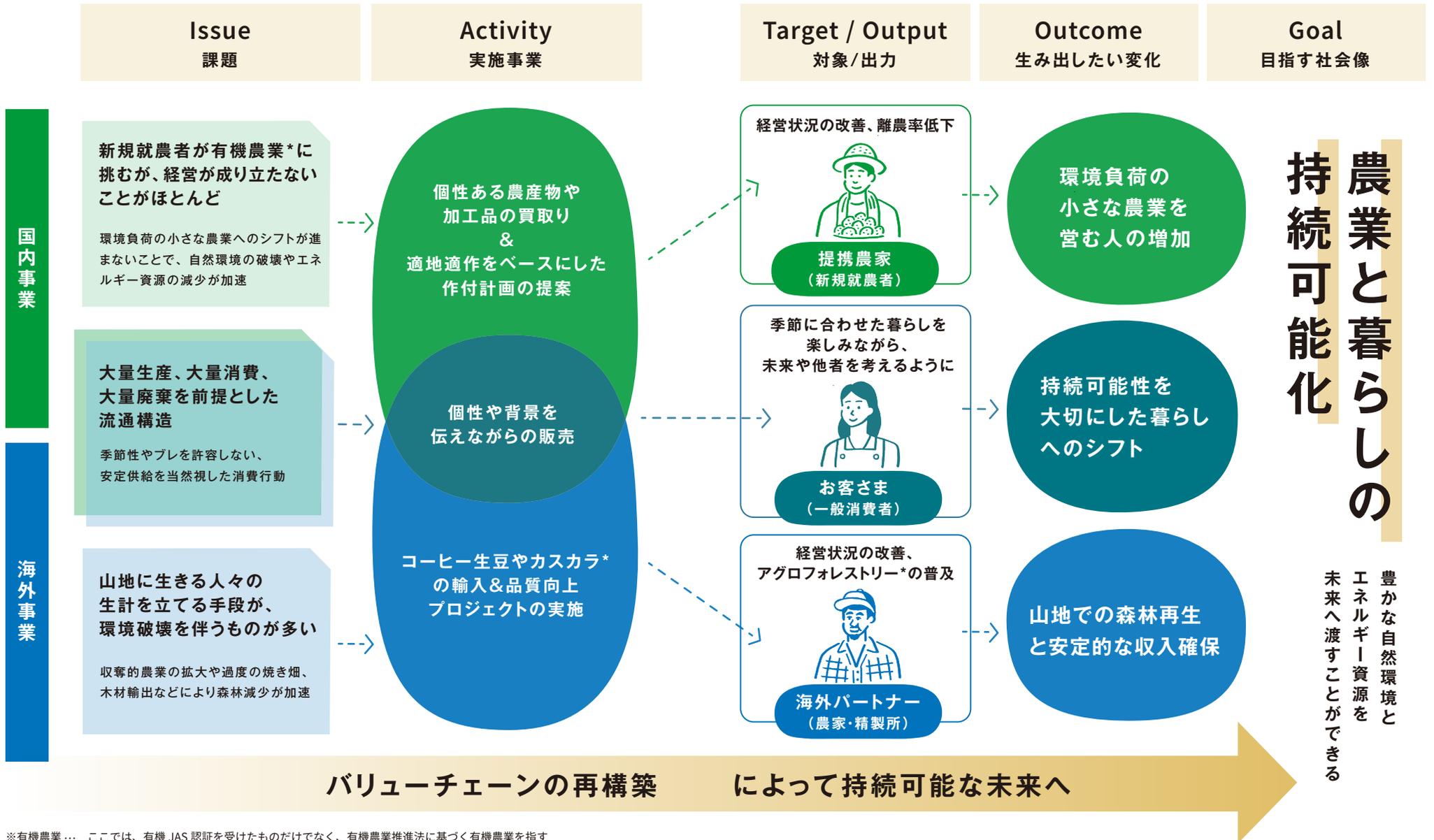
私たちが今までにIMMとして行ってきたことは、大きく分けると、セオリー・オブ・チェンジの作成、インパクトKPIの設定と測定、インパクトレポートの作成の3つです。社内外の人に意見をもらいながら問いを重ねて言語化し、整理していった過程は、事業の意味を改めて考え、自分たちに染み込ませる時間になりました。次ページに掲載しているセオリー・オブ・チェンジの作成時には、国内事業と海外事業で扱う対象は違えど、生み出したい変化やそこへ向かうプロセスには重なりがあることを再認識できました。

Theory of Change

セオリーオブチェンジ

セオリー・オブ・チェンジは、「変化の理論」と訳されます。私たちが何を課題と捉えて事業を行い、ターゲットにどのような変化を生み出したいのか、またその結果としてどのような社会像を目指しているのかをひとつの図にまとめました。

この図はレポート用に簡略化してあります。詳細版はこちらから
www.on-the-slope.com/lab/



*有機農業... ここでは、有機 JAS 認証を受けたものだけでなく、有機農業推進法に基づく有機農業を指す
 *カスカラ... コーヒーの実から種を取り除いた後の果肉・果皮を乾燥させたもの
 *アグロフォレストリー... 森林の中で適度な木陰のもとで作物を育てる手法

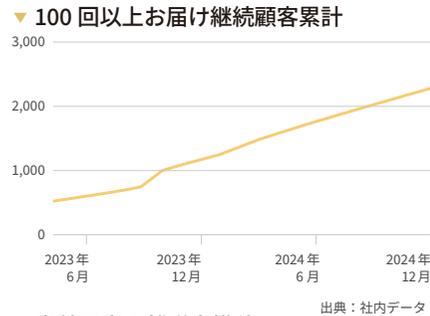
数字とコメントで見るインパクト KPI

セオリー・オブ・チェンジのアウトカム（生み出したい変化）を本当に起こせているのかどうかを測るために、インパクト KPI を設定しています。

アウトカム 持続可能性を大切にしたい暮らしへのシフト

お届けが 100 回を超えた顧客数が増加中

お野菜セットを 100 回以上お届けしている世帯数は、2,200 を超えました。毎週配達の場合約 2 年、隔週だと約 4 年間お届けしていることになります。お野菜セットが日常に定着していることがわかります。



お野菜セット定着顧客*の離脱率は低位安定

飽きず楽しめる工夫により、離脱率を低く抑えられています。解約する理由の中には、「近隣生産者から野菜を買うようになったから」など、消費行動や意識が変わったことによるものも含まれており、野菜セットが持続可能な暮らしの入り口となっていることが読み取れます。



* 送料無料キャンペーンなどの影響を除くため、5 回以上定期便を利用した顧客を「定着顧客」とし、数や離脱率を KPI としてモニタリングしています。

定期便利利用者の意識と行動に関する調査*

- 農産物の生産方法や過程に関心を持つようになった **69%**
- 旬の野菜を中心に料理をするようになった **84%**
- 天候や季節による野菜の変化を意識し受け入れるようになった **91%**

届くお野菜で、「初夏だな!」とか「きたきた、このお野菜の季節が」など毎年の楽しみが増えました。またスーパーで買い物する際にも、これまで手に取らなかった旬の野菜を手取る頻度が増えました。 30代 女性

環境に優しい栽培方法で育てられた作物を、私たち消費者が積極的に購入することによってそうした作物が身近に手に入れやすくなる、という意識がより強くなった。 30代 男性

*60 decibels との定期宅配ユーザーを対象とした共同調査（n=519, 2023年 8月実施）

アウトカム 環境負荷の小さな農業を営む人の増加

提携生産者数

400軒

※2024年6月期の取引生産者数



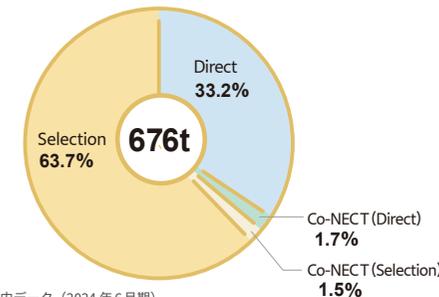
坂ノ途中は個人経営規模の生産者さんとの取引を大切にしており、8 割くらいの提携生産者さんが新規参入者です。取り扱う農産物の量が増えても、個人経営の生産者さんとの取引を維持、強化できるように工夫を積み重ねています。

県内向けの直販がほとんどなこともあり、県外に出荷できる販路として坂ノ途中はかなり大きな存在です。担当者が圃場に来てください、こちらの要望等、話を聞いてくださるところが信頼でき、がんばろうというモチベーションにつながります。価格も安定しており、出荷量も増えてきて経営安定にもつながっています。

ザイオンファーム
春田さん(鹿児島)



アウトカム 産地での環境保全と安定的な収入確保



出典：社内データ（2024年6月期）

海ノ向こうコーヒーでは、生産や精製の段階から直接関わっているものを「ダイレクト」、直接のやりとりではなく信頼できるパートナーを介して取り扱っているものを「セレクション」と呼んでいます。「ダイレクト」と「Co-NECT プロジェクト(p.26参照)」で関わる産地において、シェードツリーの活用や混作栽培など持続可能な農法が実践されている栽培面積は 606.4ha に及びます。

坂ノ途中は、品質や生産性を向上させるためにさまざまな意見やアイデアを共有してくれたり、実際にコーヒー生産者を訪問したりするなかで、私たちとより親密なパートナーシップを築いてきました。

品質だけではなく、環境を大事にするということ、トレーサビリティを重視し公平な還元を目指すということ、文化的な背景を大切にすることという坂ノ途中の姿勢は、私たちのコーヒー生産に対する考え方にもいい影響を与えています。

アルコ生産者組合
スルヨノさん
(インドネシア)





分かりやすさからこぼれ落ちるもの

2022年に「坂ノ途中の報告書」をリリースして以来、有難いことに各方面の方から「ロジックモデル、セオリー・オブ・チェンジやインパクトレポート作成の参考になっています」というお声をいただくようになりました。IMMに取り組む企業も多くなり、世の中に広がり浸透していくのを感じています。

IMMのようなフレームワークというのは、分かりやすさ、伝わりやすさにおいてとても強いツールだと思います。一方で、分かりやすくするというのは何かを捨てて削ぎ落としていくことでもあり、その中でこぼれ落ちてしまうものも多々あると感じています。

分かりやすさに逃げない、というのは、坂ノ途中で働くなかで学んだことのひとつです。私は長らく広告業界で働いていたので、いかに分かりやすく伝えるかを考えてきた人間でした。

坂ノ途中はよく、何をしている会社なのか分からないと言われる。私自身、知人から「どんな会社で働いているの?」と尋ねられた際、いつも説明に苦労します。「野菜を売っている会社」と言ってしまうこともできますが、そこできちんと、「環境負荷の

小さな農業を広げるために色々なことをしている会社で働いている、例えばこんな事業をしていて……」と説明することではじめて、共感を得られたり、興味を持ってもらえたりします。

この報告書も、分かりやすさに逃げず、でもみなさんに伝わるように言葉を選ぶように心がけ、何度も推敲を重ねました。大変な過程でしたが、やはり必要なことだったと感じます。この次のページからは国内事業、海外事業について紹介しますが、それぞれの章末にも「書ききれなかったこと」を付け加えています。フレームワークや分かりやすさからこぼれ落ちたものたちを拾い上げて綴っていますので、そちらも読んでいただけると嬉しいです。



坂ノ途中の研究室
横浜 美由紀

2018年に坂ノ途中に入社。ディレクターとしてWebや印刷物の情報設計やライティングなどを行ったのち、2022年から研究室に所属。坂ノ途中のIMMや情報発信を担当している。好きな野菜はズッキーニとマコモダケ。



Domestic Activities

国内事業

- 12 目指していること
- 12 向き合っている課題
- 13 事業内容
- 15 トピックス
- 17 自社開発サービス / システム
- 19 書ききれなかったこと



▼ 目指していること ▲

環境への負担の小さい農業を
広げるためのバリューチェーンをつくる

▼ 向き合っている課題 ▲

農業が環境に与える影響は大きい

かつての日本の農業は、資源を活用し循環させながら営むものでした。近代化以降、効率的に多くの収穫を得るために、化学合成肥料や石油など限りある資源への依存を強めてきました。また、自然環境に無頓着な土地利用や農薬の多用が、生き物の生息環境、生態系に悪影響を及ぼすこともあります。(p.19 参照)

生産の経済的持続性の困難さ

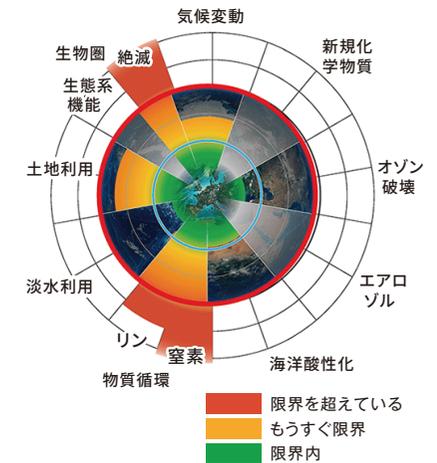
新規参入者の75%が就農後に農業所得だけでは生計が成り立っていません。特に有機農業に取り組もうとすると、栽培技術の確立や販路の確保のハードルが高くなります。行政等の支援は有機農業を想定していない場合が多く、孤軍奮闘になりがちです。

土地や気候ではなく流通効率性

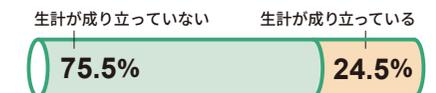
安定供給を目的に構築された既存の流通のしくみによって、生産・消費の関係は大きく変わりました。いつでも食べたいものを食べられるけれど、農産物の土地や環境とのつながりは見えにくい。こうした中で消費本位の価値観も助長され、環境をかえりみない生産を優先せざるを得ない状況が作られました。

高齢化が進む日本の農業においては、新規参入者を増やしていくことが環境負荷の小さい農業を広げることができる最も現実的なシナリオだと考えられます。坂ノ途中では、既存のしくみでは難しかった少量多品目、不安定な生産にも対応できるバリューチェーンの構築を通じ、新しく農業に挑戦する人たちと共に、環境負荷の小さい農業の拡大を目指しています。

▼ プラネタリーバウンダリー（地球の限界）*



▼ 新規参入者の農業所得調査**



* 環境省：平成30年版 環境・循環型社会・生物多様性白書、図1-1-1-を加工して作成（<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/h30/html/hj18010101.html>）

** 新規参入者の就農後の農業所得（出典：全国農業会議所全国新規就農相談センター（2017）「新規就農者の就業実態に関する調査結果—平成28年度—」）

事業内容 Domestic Activities

400軒の生産者と1万世帯のお客さまをつなぐ

お野菜セット定期便では、主に個人経営の生産者が栽培したお野菜から、旬のものを坂ノ途中が組み合わせて、首都圏や関西圏を中心に、全国約1万世帯にお届けしています。野菜セットの特徴は、年間500種類ほどの野菜を約400軒の生産者から仕入れ、組み合わせを工夫し届けていることです。単に野菜を届けるのではなく、季節ごとの種類や味わいの変化を体感してもらうことで、生産との距離を近づけたいと思っています。

お野菜セットを実現させるITシステムと人

お野菜の仕入れからお届けまでを一貫して、社内開発したITシステムで情報管理をしています。毎週更新される提携生産者の栽培状況に応じて、セット内容を自動で割り振り、坂ノ途中の野菜を知り尽くしたスタッフが最終調整して発送しています。生育や天候により収穫量が変化する場合は、生産者とバイヤーが細やかなコミュニケーションを取り、出荷直前まで内容を調整します。こうしたオペレーションが、少量で珍しい品種やブレのある野菜の取り扱いを可能にしています。



旬を届ける多様な提携生産者たち

提携生産者の8割は、農家出身ではない、新規参入です。また、就農10年未満の若手生産者が半数を占めます（2023年3月時点で平均年齢45歳）。自分が好きで選び取った農業の道。地域の風景を守りたい、現代的なツールを使いこなしたい、熱意の源泉はそれぞれですが、積極的に学ぶ姿勢は共通しています。



フィードバック循環をつくる

食べる人の元に届くまでの背景や、私たちの考えを、農産物と一緒に伝え、環境負荷の小さな農業を支えるライフスタイルの醸成を目指しています。お客さまの声は、「お野菜れんらく帳」によって生産者に届きます（p.17参照）。生産者と消費者の相互理解を進めるために、坂ノ途中があいだに立ち、フィードバック循環を作っています。



— 野菜はいきもの — 伝えたいことを翻訳する

ただ情報を伝えるのではなく、その情報をどう解釈して欲しいのかまでを考えて発信しています。例えば、「野菜はいきものだから、個性もあるし、生育環境や季節によって味わいの変化する」ことを、「野菜のブレ」と表現し、調理方法などとともにブレを楽しむ食生活を提案しています。万願寺とうがらしの黒ずみなど、一般的には品質の低下とネガティブに捉えられることも、ポジティブに受け取れるように工夫しています。お客さまの許容度を引き上げる力が、定期宅配にはあると感じています。

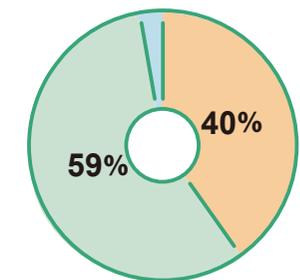


よきエントリーポイントとなる

理念や野菜のブレを丁寧に伝えてきた結果、これまで有機野菜を購入してこなかった消費者層に利用が広がっています（右図）。野菜セットの月次継続率は95%*と非常に高く、美味しさはもちろん、季節の移り変わりや野菜のブレを楽しむ人が増えています。さらに、お野菜セット利用者の7割近くが、生産方法・過程への興味関心が増したと答えています。また、年齢や収入はあまり関係なく、幅広いお客さまに利用していただいていることも特徴です**。

*15期の月次離脱率平均から算出（キャンペーン期間およびその直後の離脱を除く）。
**坂ノ途中調べ（2022年10月）

▼ 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

出典：坂ノ途中調べ（2022年10月）
n=2,217

2023-2024 のトピックス Topics

定期商品やお取り寄せ商品を拡充

豆腐などの加工品や単品お野菜など、取扱いの幅を広げることで、原材料の生産者さんにも貢献できる、豊作時の柔軟な対応もできる取引先でありたい。そしてそれは、お客さまの食生活の楽しさにもつながるはず。こうした想いから、商品の開拓を進めました。取り扱い商品を選ぶ際には、環境配慮だけでなく、生産者の経営安定や、地域貢献につながるかといった「追加性」も大事にしています。

風土と生産者が生み出す「また手にとりたくなる野菜」

土地の特長を生かして育てられたお野菜は、他にはないおいしさがあります。「また手にとりたくなる野菜」では、「十津川郷のひらきなめこ」「無人島のレモン」「ごほうびトマト」などを、おいしく育つ理由や生産者のストーリーとともにお届けしています。

また手にとりたくなる野菜



豊作野菜もおいしく食べてもらう「気まぐれ野菜クラブ」

気まぐれ野菜クラブ（2023年9月～）は、豊作のお野菜があるときだけ、事前に登録いただいたお客さまの定期便に、口数に応じてお野菜を追加でお届けするサービスです。坂ノ途中が事前に約束していた量をすべて出荷してもらっても生産者さんのところにはたくさん余っているという、想定以上の豊作時に発生する状況をなんとかしたいと始めた取り組みです。

たまにやってくる
きまぐれ
野菜クラブ

法人向け卸売も成長

小売店や飲食店、社員食堂向けの卸売事業も展開しています。新型コロナウイルスが収束し、飲食店や社員食堂からの問い合わせが増えました。また、小売店での取扱も増加傾向にあり、幅広いセクターでの環境に配慮した農産物の需要の高まりを感じています。

坂ノ途中の取り組みや有機農業に興味を持ってくださる方が増えたこと、坂ノ途中が商品やコーナーを企画する力をつけてきたことが重なって、事業成長につながっています。東京から名古屋に拠点を移し、日本中をウロウロしています。

法人窓口 マネージャー
平松



飲食店さまを主に担当しています。バリエーション豊かな鮮度のよい野菜が1袋から買えるというポイントが特に好評です。私は2024年に京都から東京へ転居しました。関東方面でも活動を広げていきたいです。

法人窓口 東京オフィス
沖野



小売店の坂ノ途中コーナーが好評

一部の小売店では、卸売にとどまらず、コーナー（商品棚単位）の提案をしています。ラインナップから、陳列方法、オリジナルのパネルやポップまでトータルプロデュースしています。

京都市左京区の小売店（右写真）では、コーナー提案により売上は飛躍的に伸びました（右図）。あわせて、2024年6月から週1回POP UP イベントも開催しており、お客さまの認知獲得につながっています。小売店の売上に貢献するだけでなく、野菜セットユーザーでない方々にも関心を持っていただけたことで、有機農産物のすそのを広げる取り組みとして期待しています。



▼ 坂ノ途中コーナーの月次売上推移例



京都市の小売店の売上推移（売上非公開）
2023年7月～2024年9月

自社開発サービス / システム Systems developed in-house



環境負荷の小さい農業の営農ハードルを 下げるための利用料・登録料無料の 自社開発ウェブサービス

farmOを使うと、納品書や請求書の作成やメール配信ができ、ペーパーワークを簡略化できます。取引データや、有機 JAS 認証に必要な格付・出荷記録が出力できる機能を追加し、データ活用を簡単にできるようになりました。「発送お助けサービス」は、小口配送の物流コストを削減でき、多くの生産者の方に利用していただいています。

また、京都オーガニックアクションなど地域内物流を支える情報インフラとしてご利用いただいています。

飲食店や小売店のお客さま向けの オンライン注文サービス

スキマ時間にスマホで簡単に注文していただけるサービスです。写真つきの注文リストは、珍しい名前の野菜でもイメージしやすいだけでなく、日本語がわからない外国人シェフからも好評いただいています。坂ノ途中としても、FAX、電話、メールなど様々な手段でいただいていた注文を一元管理でき、少量からの注文を受けやすくなりました。

受発注のやり取りだけでなく 品目ごとの需給バランスも見られる、 農家さんとのコミュニケーションツール



「来週どの野菜をどれくらい出荷できる？」と連絡するスタッフ、返信する農家さん、返信内容をPCに手入力して調整していくスタッフ、みんながラクになるシステムを社内のITチームが開発しました。データを蓄積することで過去の取引を振り返ることができ、品目ごとに時期別の需給バランスを見ながら作付計画に活かすこともできます。

本と野菜

OyOy



OyOy (おいおい) は、料理を通して私たちが大切にしている季節の移ろいを楽しめるブックカフェです。ビーガンプレート、豆花、キャロットケーキなどスイーツの提供、野菜と本の販売を行っています。ビーガンプレートは月替わりで、その時々のお野菜が主役。意外な味付けや組み合わせが楽しめます。

本棚には、「食、旅、暮らす」などのテーマでセレクトした本が並びます。お腹も好奇心も満たす空間へぜひお越しください。

営業時間

CAFE 11:00-21:00

FOOD 金土日 11:00-15:00 / 17:00-21:00
月 11:00-15:00

定休日 火曜日

住所 京都府京都市中京区場之町586-2
新風館1F(烏丸御池駅直結)

📱 @oyoy.kyoto

坂ノ途中 soil



東寺の向かい側にある小さな八百屋「坂ノ途中 soil」。2011年のオープン以来、坂ノ途中のスタッフとお客さまとの接点となってきました。soilを訪れたことがきっかけでお野菜定期便を始めたお客さまも。お野菜だけでなく、選りすぐりの調味料やおやつなども取り扱っています。

営業時間 月・水～金曜日 11:30-13:30 14:30-18:00
土曜日 11:30-18:00

定休日 毎週日・火曜日、第2・第3月曜日、お盆、年末年始
住所 京都市南区西九条比永城町 118-2

📱 @sakanotochu_soil





環境、農業、暮らしのつながりが 実感できる社会に向けて

効率化や多収を追求した農業の近代化は、近代以降の急激な人口増を支えてきました。しかし、限りある資源への依存と、自然環境に無頓着な土地利用により、環境に負荷をかけています。

近代以前は、近隣の余剰有機物を活用した農業が行われていました。農業は、自然の有機物循環の一部でした。しかし、明治中期以降に化学肥料の国内製造がはじまり、その後、戦後の近代化政策で急速に普及しました。化学肥料のほか、重油等の遠くの国から運ばれてきた「限りある資源」を投入し、生産量増加をめざす農業が普及したのもこの時期です。

生産効率は上がりましたが、採草場が利用されなくなったことによる里山の荒廃、作物に吸収されなかった肥料による川や湖の汚染（富栄養化）などを引き起こしました。

外からの資源投入以外にも、土地利用を変えることによる効率化も進められてきました。小さくていびつな形の畑の集約、用排水路の整備、機械を導入することで作業効率を上げるのです。こうした圃場整備は、生物多様性とトレードオフの関係にあることが知られています。

たとえば、水田の用排水路や、空石積み擁壁がコンクリート化されることで、生き物の生息環境が奪われ、これらを餌とする鳥類が減少することが明らかになっています。

また、単一栽培の農地が広がることで、農地や森林などがモザイク状に入り混じる里山の環境を生息地とするタヌキなどの哺乳類が行き場を失うことになります。

さらに、伝統的な農村景観が失われれば、先人が築いてきた文化もいずれ衰退してしまいます。

農業は、自然環境とひとの暮らしの結節点といえます。しかし、どのように結びついているかは、多くの人々にとって実感しにくいものです。

民間企業の研究者の役割は、フィールドの変化を観察し、課題を明らかにしたり、未来に向けた道筋を示したりすることだと思います。

日々、客観的な視点を持つことの難しさを痛感していますが、環境、農業、暮らしのつながりが見えない状況に対し、なんらかの実現可能な解決策を提示できる研究者になりたいと思っています。



坂ノ途中の研究室
渡邊春菜

東京工業大学環境・社会理工学院卒。博士(工学)。大学院では「都市と農村をつなぐ流通システム」について研究した。在学中の2021年にインターン入社し、現在は有機農業白書の調査・執筆のほか、生産者さん向けのイベントや情報発信を担当している。好きな野菜は実山椒といろいろな種類の大根。



Overseas Activities

海外事業

- 22 目指していること
- 22 向き合っている課題
- 23 事業内容
- 25 トピックス
- 29 書ききれなかったこと



▶ 目指していること ▶

価格や品質の基準だけではない バリューチェーンの再構築

海ノ向こうコーヒーでは、生産地と消費地・生産者と消費者の垣根を超え、さまざまな人々のつながりを深め、双方向の学び合いのなかで、産地課題に向き合い、あたらしい価値の創造に取り組んでいます。

▶ 向き合っている課題 ▶

森林減少と土壌劣化

例えばラオスでは、人口増加や貨幣経済の流入により、プランテーションが増えてきています。また農地を広げるために、焼畑のサイクルを早め、森の再生を待たずに土地を焼いてしまうことでも、森林減少と土壌劣化を招いています。



農村地域の雇用(生活)の脆弱さと不安定さ

産地の多くは山岳部や山間部にあります。そこ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。現金収入を得るためやむなく森を切り拓いてプランテーション農法で飼料用トウモロコシなど換金作物を育てても、価格変動が大きく、安定した収入にはつながるとは限りません。



背景を伝えきれていない現状

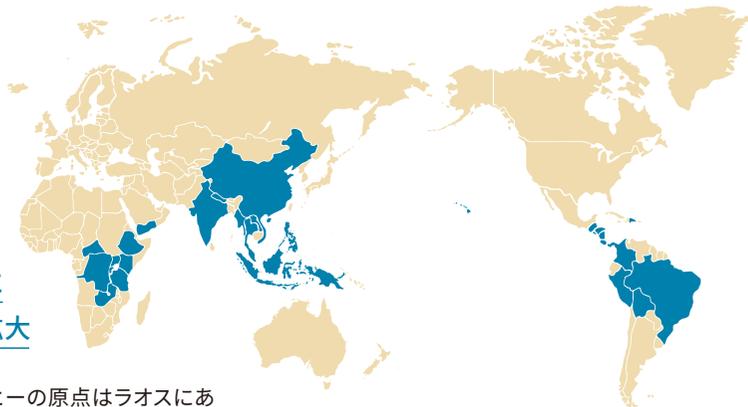
一般的にコーヒーの売場で重視されるのは価格と品質のバランスです。コーヒーは国際的な市場の影響を受けやすく価格変動の大きな商材のひとつ。国際基準に沿って品質を評価することが一般的で、その評価が価格に直結します。消費国では、産地の人々や文化、社会など、そのコーヒーがつくられている背景が語られることは少なく、ロースターや消費者が得られる情報が限られ、産地の課題が置き去りにされています。

事業内容 Overseas Activities

海ノ向こうコーヒー

「遠くに想いを馳せる、想像力を。」

海ノ向こうコーヒーの発足当時より掲げてきた言葉です。産地に足を運び、課題と向き合ってきた私たちとして、コーヒーの品質だけではなく、産地の環境や、そこに住む人々の暮らしに及ぼす影響にも目を向けてほしいという想いが込められています。産地の美しい自然や文化、背景とともに、地域や収穫期ごとに変わるコーヒーの多様な味わいや楽しみ方を広げていきたいと考えています。



アジアを中心に 取り扱い国を拡大

海ノ向こうコーヒーの原点はラオスにあります。山岳部や山間部における森林減少を食い止めるための手段としてアグロフォレスリー農法を用いたコーヒー栽培を推進してきました。その後、アジアを中心に、関わる産地も増え、中米やアフリカ大陸にも目を向け、足を運ぶようになりました。

これまでに取り扱ってきた産地は累計で34か国。多種多様なラインナップを揃えることで、お客さまから支持をいただき、生豆販売サイトの会員数と出荷量も着実な成長を続けています。



産地へ丁寧にフィードバック

日本人の味の好みの傾向や、ロースターが生豆を仕入れる上で重要視するポイントを共有することで、単に生産者とバイヤーの関係ではなく、Co-Producer（共同生産者）として生産者と一緒にコーヒーづくりに取り組んでいます。

「見た目が悪いんだけど、どうすれば改善すると思う?」「乾燥ムラがあるから、もう少し乾燥させた方が良さそう」「発酵具合が少し強すぎるかも……」日々の生産者とのコミュニケーションの積み重ねがおいしいコーヒーへとつながっています。



国境を越えたノウハウの共有

ラオスのパートナー企業の精製所で導入された環境に配慮した浄水システムを、ミャンマーの精製所でも応用し、建設の際に資金面や技術面での協力を行いました。またコーヒーの実の熟度が揃っているかを確認するためのチェリーパドルと呼ばれる道具や、コーヒー豆を乾燥させるための棚（アフリカンベッド）の作り方など各地のアイデアを他の産地でもシェアしています。コーヒー加工時の残渣物を活用した土壌改良の方法や、生産者同士の交流、情報交換の機会づくりなどの取り組みも進めています。

栽培や精製のワークショップを開催

海ノ向こうコーヒーではスタッフが定期的に産地へ足を運んでいます。買い付けも一つの目的ですがそれだけではありません。栽培や精製の過程で起こる課題への取り組みや品質向上に向けたワークショップを各産地で開催してきました。今までに行ったワークショップは延べ165回。参加した農家さんは累計で6500人に上ります。乾燥時には水分値を測って管理すること、熟度や虫食いなどコーヒーチェリーを収穫する際に気をつけるべきポイント、シェードツリーの大切さや苗木の



植え方など、産地のパートナーの協力のもと、その時々の農家さんの状況に合わせて、ワークショップの内容を考えたり、一から資料や教材を用意したりしています。ラオスでは英語をラオス語に通訳してもらい、さらにそのラオス語を現地の民族のこばに通訳してもらうことも……。大変なこと、想定外のことも多いですが、多くの人の力をかりながら、通い続けています。

2023-2024 のトピックス Topics

国連WFPとラオスでのプロジェクト“COFFEE- JAPAN”を始動

2023年11月、国連WFPラオス事務所と契約を締結し、コーヒーの生産支援を通じた生活・栄養改善プロジェクトをはじめました。国連WFPラオス事務所、ラオスでコーヒー生産に取り組むSAFFRON COFFEE（サフロンコーヒー）、海ノ向こうコーヒーの3者で進めているプロジェクトです。ラオス北部のルアンパバーン県に位置する8村に暮らす、5歳以下の子どもたちや妊産婦さんのいる家庭など、特にサポートの必要な約300世帯が対象です。



WFPが担当するのは、栄養バランスのとれた食事や調理の仕方、自給的な果物や野菜の栽培方法、家畜の育て方に関するサポートです。海ノ向こうコーヒーはサフロンコーヒーの協力のもと、対象世帯の収入を向上させる取り組みとしてコーヒー栽培のサポートに取り組んでいます。2024年、プロジェクト地域全体で配布した苗木は80,500本。苗床の管理方法や、苗木の植え方など、栽培・加工に関するトレーニングなども行っています。また日本国内では、ラオスコーヒーの認知拡大を目指し、プロジェクト地域で生産されたものを輸入し、販売していくことで、プロジェクト期間終了後もつづく関係性の構築を目指します。

WFPラオス事務所 田才さんからのコメント

私たち国連WFPはこれまでも小規模農家支援を行っていましたが、その支援は生産性向上が中心でした。今回坂ノ途中との連携により、生産から販売まで一連のバリューチェーンを強化できるようになったこと、ラオスで大きな問題となっている森林減少の課題に対処することができるようになったことは大きな意味があると思っています。



Co-NECT (コネクト)プロジェクト開始 生産者とロースターとの新しいつながり方

世界には、まだ知られていないけれど、それぞれの想いを持ってオリジナリティあふれるコーヒーをつくる農園があり、生産者がいます。小規模であるがゆえに、市場にほとんど出回らないコーヒーに光を当てるプロジェクトです。2024年には全6か国、合計39の生産者が参加しました。

Co-NECTプロジェクトの特徴的な仕組みは輸入前に事前予約ができることです。ロースターは輸入前のサンプルからお気に入りのコーヒーを選び、買い付けができます。

Co-NECTを通じて、販路開拓に悩んでいたコーヒーが、希少性が高くお店の目玉となるコーヒーになっています。

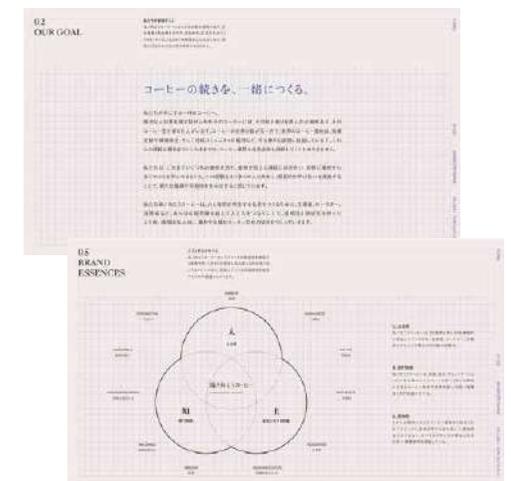


リブランディングを実施

「コーヒーの続きを、一緒につくる。」

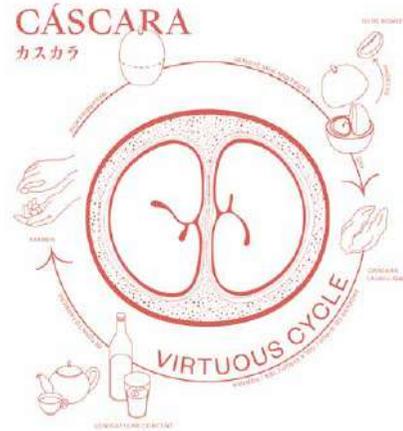
チームのメンバーで、あらためて自分たちの大事にしていることは何かを考え、目指す方向性を定めました。それにあわせて、ロゴやデザインも新しくしました。

私たちはこれまでいくつもの産地を訪れ、生産者さんと出会い、そこにある課題に向き合う中で多くのことを学んできました。産地のことをロースターや消費者と共有し、消費国のことを生産者と共有する。社会のいろいろな側面からたくさんの人々と関わっていく。その中で、新しい価値や可能性、そしてコーヒーのおいしさのかたちをつくると思っています。



カスカラ(コーヒーの果肉・果皮)で 新しい現金収入の機会を

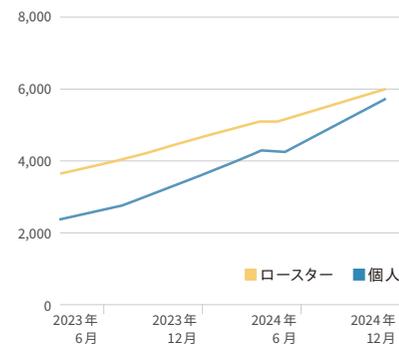
コーヒーの加工の際に排出される果肉・果皮の部分。産地では堆肥化して使われることもありますが、十分に活用されていないのが現状です。活用方法を考え、生産者さんにとって新たな現金収入の機会をつくらうと、産地で乾燥させ、「カスカラ」と呼ばれる状態に仕上げ、輸入しています。日本国内で加工を行い、カスカラシロップやカスカラコーラなどのアップサイクル商品を開発しました。



着実な会員数の増加と 新しいコーヒー文化

日本全国のロースターはもちろんですが、個人のお客さまにも、コーヒーと産地の魅力を日々お届けしています。海ノ向こうコーヒーの会員数は現在約1.3万人。2023年の12月を機に、個人のお客さまの新規会員数がロースターのそれを上回る傾向が続いています。一般家庭でも焙煎を楽しむという新しいコーヒー文化が少しずつ浸透していると感じます。

▼ 海ノ向こうコーヒーの会員数の推移



出典：社内データ

産地ツアーを企画

ロースターや消費者の皆さんに、コーヒーを価格や品質だけで選ぶのではなく、海ノ向こうコーヒーの関わる産地での取り組みや生産者さんたちの想い、文化、生活、自然環境など.....それを知った上でコーヒーを選んでほしい。このツアーが参加者の皆さんの人生を変えるような機会にもなるんじゃないか。そんなことを考えながら企画しています。



海外への輸出を開始

海ノ向こうコーヒーのコーヒーを取り扱ってみたいという声を海外からもいただいています。産地でもあり国内消費も伸びているインドネシア。スペシャルティコーヒーのマーケットが拡大中の韓国。現在、この2か国への輸出を実現しました。販売先を海外にも増やすことで、生産者にとってより安定した利益になるよう事業を広げています。



お茶の輸入を開始

2024年、ネパールのお茶の輸入を開始しました。産地の文化や社会を伝えるもの。それはコーヒーに限りません。さまざまな国や地域を訪れるなかで見つけたお茶も産地の人々にとっては大切な収入源でもあり、生業でもあり、生活に溶け込んだ文化でもあります。そんなお茶を通して、産地に想いを馳せるきっかけをつくりたい。お茶でもコーヒーでも、私たちのコンセプトは共通しています。





「当たり前の美味しさ」の価値に気づく

海ノ向こうコーヒーの関わる産地のひとつ、ミャンマー、シャン州。日本のロースターさんたちの協賛のもと、現地パートナーのジーニアスコーヒーとともに、村ごとに加工場を建設し、地域のマイクロロットをつくることで、個性ある品質の高いコーヒー生産を目指す「マイクロミルプロジェクト」に取り組んできた産地です。

そんなミャンマーではクーデターが発生し、軍事政権が発足しました。情勢不安が続き、軍に抵抗する住民が拘束されることが少なくありません。「この農家さんの最新の写真ありますか？」と依頼した時のこと。返ってきたのは「その農家さんは捕まってしまったよ」という返事でした。マイクロミルプロジェクトで関わってきた農家さんにも影響が及んでいることを実感し、言葉を失いました。

ジーニアスコーヒーの代表のゲトゥンさんも、品質管理担当として農家さんたちの指揮をとってきたチャインコーさんも、ミャンマー国外へ避難を余儀なくされ、現在もミャンマーには戻ることができていません。

現場にまとも役のいないミャンマー、シャン州。遠隔地からのマネジメントが簡単では

ないということは、コーヒーの品質や得られる情報の曖昧さにも現れていました。「中米のコーヒーにも引けを取らないぐらいの酸味とフレーバーの特徴が出てきて、アジアのスペシャルティコーヒーをけん引していく産地になると思っていたのに……」。海ノ向こうコーヒーチームの中からそんな声も聞こえてきます。年々品質の向上を感じていた矢先、少しずつ着実に積み重ねてきたものが、あっけなく崩れてしまい、無力さを感じています。

美味しいコーヒーが飲める。それが当たり前で、これからもそうであるかのように思ってしまう。しかしながらそれは、何かの拍子で失われてしまう脆さを持ったもの。今日美味しいコーヒーが飲めるからといって、明日もそうとは限りません。当たり前が当たり前ではなくなった時に、その価値に気づくのかもしれません。



海ノ向こうコーヒー
宮崎咲弥

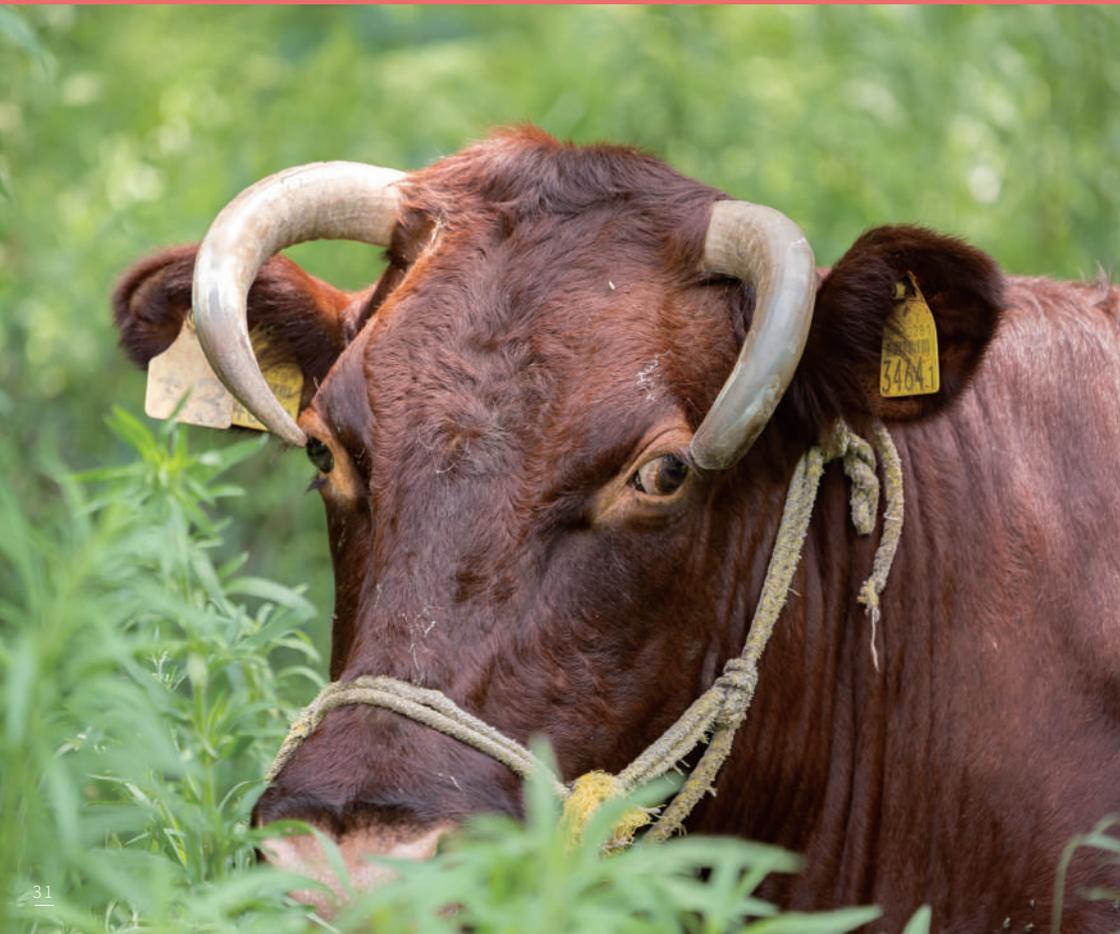
2023年に坂ノ途中に入社。海外の産地とのやり取りや国際協力系のプロジェクトなどを担当している。好きな野菜はゴボウとレンコン。



ON THE SLOPE LAB

坂ノ途中の研究室

- 32 なぜ今、研究室か
- 33 調査と研究、発信
- 35 学びあえるかたちをつくる
- 36 多様なステークホルダーと連携する



なぜ今、研究室か

時代の転換点に、特別な場所にいるわたしたちが果たすべき役割を考えました

時代の転換点

坂ノ途中を創業したころ、農業と環境負荷が結び付けて語られる機会は少なく、「環境への負担の小さい農業を広げる」という坂ノ途中のテーマは、奇妙なものとして受け取られがちでした。ましてや、新規就農者の経営ハードルを下げるという打ち手は、意図を理解してもらうのがかなり難しいものでした。

時代がながれ、農業や化学肥料の価格が高騰してきたこと、気候変動が実感を伴うレベルにまで深刻化してきたこと、農業従事者の高齢化がさらに進んだこと、あるいは EU などそれなりに多くの国や地域で有機農業の拡大が進んできたこと、日本でも農業の環境負荷低減を目指すことが政策化されてきたことなどから、今まさに、社会はどんな農業を選択するのか、大きな岐路に立っていると感じています。

わたしたちが立つ場所

上に挙げた時代の変化の多くは、実際のところ予見可能なものでした。「何年先かはわからないけれど、こんな時代がくるのではないのでしょうか。そのなかでよりよい社会をつくっていくためには、新規で就農する方の経営ハードルをいまよりずいぶんと下げる必要があるし、途上国でこそ自然と共生するような農業を広げることが求められますよ」

坂ノ途中ではそんなことを発信しながら、事業を続けてきました。気づけば、農業を持続可能な方向へシフトさせていくという大きなテーマについて、それなりに誇れる経験が蓄積されていました。また、ご縁に恵まれ、周りには新進気鋭の農業者（国内の新規就農者も、海外のコーヒー生産者も）がたくさんいて、彼ら彼女らの試行錯誤を日々間近で学ぶことができます。こんな場所はきっと他にはないし、今から作ろうとしてもちょっと難しいとも思います。

この特別な場所から見えることを、自分たちだけにとどめておくのはもったいない。広く、環境負荷の小さい農業を始めたい方や、農業にかかわる企業、自治体の方など幅広いアクターに共有していくことで、寄ってたかって環境負荷の小さい農業を広げていきたい。それが、私たちの果たすべき役割だと思っています。

調査と研究、発信

「有機農業白書」vol.0, vol.1を発表

研究室がスタートし、調査、研究をはじめた中で最初に感じたのは、有機農業に関する情報が各所に点在しており、集約されていないということでした。さまざまな論文を読んでデータを集め、そこに独自の調査も加えることで、今まで掴みきれなかった有機農業の実態を捉える。それをもとに自治体や企業と連携することで、今まで孤軍奮闘してきた有機農業者を、もっと広く面で支えることができる。そのように考えています。

全国の有機農業者の方々にご協力をいただきながら大規模なアンケート調査を行い、その情報をもとに有機農業白書を作成し、リリースしました。



2023年12月に発表した有機農業白書 vol.0では、有機農業を広げる妥当性と必要な支援についての考えを公開しています。2024年9月に発表した有機農業白書 vol.1では、有機農業の現状と将来展望を描きました。有機農業の現状として国内の農地面積や生産者数などのマクロ情報に加え、有機生産者の経営状況や課題といったミクロ情報を検討しています。また、将来展望として国内の有機農地面積の予測を行い、最後に各ステークホルダーへの提案もまとめています。

本白書が、有機農業を広げるために行動する人たちの羅針盤となることを目指しています。

食事と環境負荷との関係性を読み解く 「食事から考えるやさしい環境学」を連載

気候変動のようなスケールの大きな環境問題も、私たちの日々の食事と関係している。そのことを感じていただく連載記事を、毎月発信しています。環境に配慮した食事とはどんなものなか、旬のものを食べることによって環境負荷はどう変わるか。こういう問いを通じて、自然と調和したライフスタイルを提案しています。



農業資材の実証実験をスタート

農業の世界は日進月歩です。環境への負荷を抑えつつ収穫量を確保したり省力化を実現するための資材が続々と登場しています。

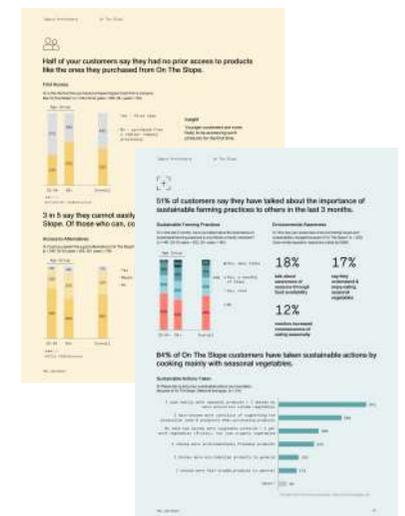
一方で栽培環境は多様なため、あらゆる場面で有効な資材というのはあまりありません。使いこなすためには、こういったケースで、どのように用いるのが有効かを理解する必要があります。

研究室では、紙マルチや生分解性ポリマーなど新資材の実証実験を、メーカー企業さん、北海道や奈良県の農家さんと連携して実施しています。



IMMに関するアンケートを実施、 結果を一部公開

セオリー・オブ・チェンジ (p.5 参照) の顧客軸のアウトカム (事業によって生み出したい変化) を実現できているかを把握するため、GLIN Impact Capitalの協力のもと、イギリスのインパクト測定企業 60 Decibels と共同で調査を行いました。結果として、坂ノ途中が提案している「季節や天候によって変わる野菜の味わいや形を楽しむ」ライフスタイルが定着していることなどが分かりました。

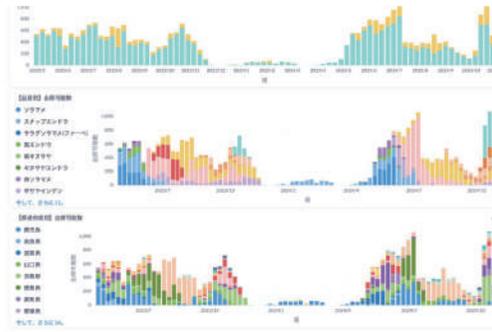


学びあえるかたちをつくる

「坂ノ途中のれんらく帳」を充実化

農家さんとのやり取りを担当している生産者窓口チームと連携しながら、需給バランスを整えたり情報を共有する仕組みづくりを行っています。

農家さんとのやりとりをおこなうITツール「坂ノ途中のれんらく帳」では、品目別、都道府県別の出荷可能量と坂ノ途中の発注量を各農家さんがリアルタイムに見れるようにすることで、需給の可視化を図っています。自分の不作は自身に要因があるのか、地域全体が不作なのかなど、栽培を振り返るきっかけにもなります。



今後はデータ共有の範囲を未来に伸ばし、出荷予定まで見れるようにしようと計画を練るところです。これにより、全体的な過不足を見ながら栽培計画を立てられるようになることを目指しています。また、出荷した農産物の行き先も農家さんが見れるようになっています。「あのタイ料理屋さんも取引先だったの?じゃあこのハーブも一緒に提案できないかな?」そんなやりとりが生まれています。

ネット通販のお客さまがマイページに書いてくださったコメントも、リアルタイムで各農家さんに届くようになっています。良いことも改善が必要なものもそのまま共有することで、お客さんも農家さんも一緒になって環境負荷の小さい社会を目指していきたいと考えています。

サステナブルファーマーズラボ

情報を共有し、学びを深める場として、「サステナブルファーマーズラボ」を2023年5月から年数回のペースで開催しています。ゲスト講師の話や聞き会、定期宅配のお客さまとの対話、生産者同士の座談会など、毎回異なるテーマを設定しています。

鹿児島の農家さんの質問に奈良の農家さんが答える、高知の農家さんが憧れの長野の農家さんに会うために京都にくる。そんなことが起きています。



多様なステークホルダーと連携する

共同研究を実施

坂ノ途中の研究室は、私たちが持つフィールドと有機農業について知りたいアクターをつなぐ役割も担っています。例えば、農機メーカー小橋工業株式会社とは、「除草」をテーマに、機械化による有機農業の省力化の可能性を探りました。

地球環境学研究所とは、「ネイチャーポジティブな社会に向けた土地利用の包括的転換プロセスの研究」の一環として、有機農業の生物多様性保全への貢献について調査を実施しました。



農業者、就農希望者向けの研修を実施

滋賀県から「オーガニック野菜担い手確保・育成事業」を受託し、就農希望者や就農後間もない農業者の方に向けて、研修を実施しています。経営を成り立たせている新進気鋭の新規就農者さんや試行錯誤を積み重ねてきた八百屋さんをゲストに招いた座学と、農家さんの圃場や坂ノ途中の出荷場での業務体験を組み合わせた、就農後のリアルを体感できるプログラムになっています。



北海道有機農業協同組合とのパートナーシップ

北海道有機農協は2001年に設立された、日本で唯一の有機専門農協。その先進的な取り組みは日本中で参考にされています。現状に甘んじることなく、次のステージへの進もうと奮闘を重ねていくなかで、坂ノ途中とパートナーシップを結び、一緒に経営改革を進めていくことに。坂ノ途中が、組合や生産団体の経営に深く踏み込むのは初のチャレンジです。



History 坂ノ途中のあゆみ



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スタート。

2009年7月

株式会社 坂ノ途中 創業

2010年5月
九条大宮へ
移転

2011年8月

小さな八百屋
「坂ノ途中soil」
オープン

2013年4月
西大路八条
へ移転



2013年9月

自社農場「やまのあいだファーム」開始

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や作物を試しました。

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。

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。

2014年2月

坂ノ途中だより
お届け開始

2014年11月
定期宅配顧客
300件
2014年10月
シードの
資金調達を実施

2016年3月
定期宅配顧客
500件

2016年12月
初のVCからの
資金調達を実施

2017年5月
定期宅配顧客
1,000件

2017年1月
自社開発サービス
「farmO」リリース

2017年10月
西大路花屋町
へ移転

2019年11月
定期宅配顧客
2,000件

2021年7月
国道十条へ
移転

2020年6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。



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。今では約1/3のお客さまが利用しています。



2023年11月

国連 WFPと調印、ラオスで 「COFFEE- JAPAN」 プロジェクト始動

国連 WFP ラオス事務所と契約を締結し、コーヒーの生産支援を通じた生活・栄養改善プロジェクトをはじめました。

2022年2月
定期宅配顧客
8,000件

2023年10月
J-Startup
Impactに選定

2022年1月
「坂ノ途中の
研究室」スタート

2024年9月
定期宅配顧客
10,000件

2024年9月
有機農業
白書vol.1
リリース

地域ビジネス期

2009年に創業した坂ノ途中。当初は「小さく美しい」ビジネスモデルを志向していました。地域の農家さんを支えるべく根性でひたすらお野菜を集荷し、飲食店に届けることからスタート。最初のお客さまは代表・小野が学生時代にアルバイトをしていた居酒屋。ナス1袋を受け取りに奈良まで車を走らせたこともありました。

転換期

メディア露出機会や受賞機会が多くなる一方で小さいことの無力さを痛感し続けた坂ノ途中は、社会的インパクトを大きくすべくローカルビジネスからベンチャービジネスへの転換を図ります。代表・小野が前職の先輩などからお金を集める、年間の事業計画のようなものを作ってするなど、事業を加速させるための模索を続けました。

アーリーステージ期

ある程度の成長性が見込めるようになってきたと判断し、ベンチャーキャピタルや事業会社から資金調達を実施。ソーシャルセクターと金融資本主義、どちらの言語もわかる存在であろうというスタンスを固めます。東京で八百屋を2店舗オープン（その後2店舗とも閉店）するなど、試行錯誤を重ねました。

事業加速期

個人向け宅配、法人向けの卸、海ノ向こうコーヒーそれぞれの事業が成長性を高めています。2022年には「坂ノ途中の研究室」をスタートしました。従業員（アルバイトスタッフ含）が200名を超え、組織化が進む一方、まかないの充実、DIYでオフィスをつくるなど坂ノ途中らしさも大切にしています。

100年先もつづく、農業を。

Farming for the Next 100 years.

株式会社 坂ノ途中
〒601-8101 京都府京都市南区上鳥羽高島町56

☎ 075-200-9773

✉ info@on-the-slope.com

📷 @sakanotochu

📘 www.facebook.com/sakanotochu/

✂ @saka_no_tochu

🗨️ LINE ID @sakanotochu

