

本資料は、投資家が匿名組合契約の申込みにあたり、必要な営業者情報を営業者が独自にまとめたものであり金融商品取引法による法定開示情報ではありません。

百年先も続く、農業を。
Agriculture, looking ahead 100 years.



株式会社

坂ノ途中

会社案内資料

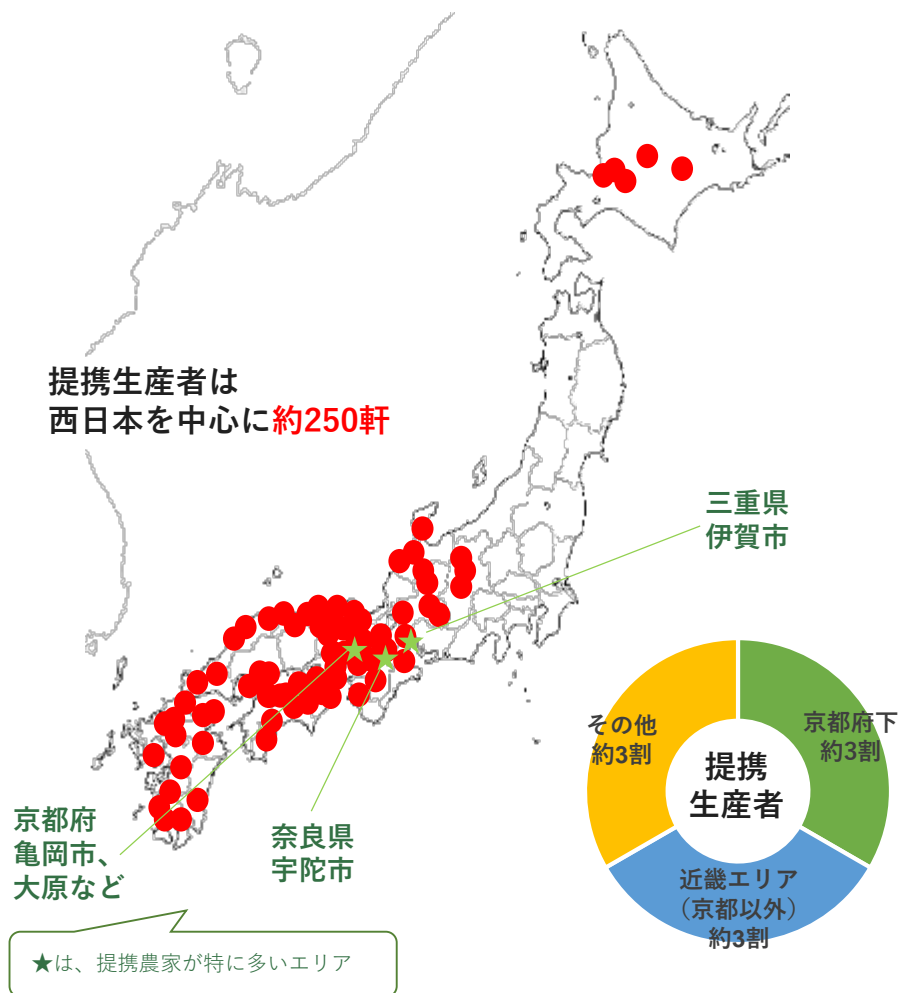
坂ノ途中の事業の特長① 扱っている野菜

扱っている野菜は、栽培期間中 **化学合成農薬・化学肥料不使用**。
環境負荷の小さい農業の普及を目標に、事業を営んでいます。



坂ノ途中の事業の特長② 野菜を育てている人

日本で唯一、**新規就農者**をメインパートナーとして事業を営んでいます。
それにより、**品質の高さ・多様さ**（バリエーションの豊かさ）を確保しています。



▲元サラリーマン、バス運転手、美容師など様々な業種から
転職した、30～40代の若い生産者が多いです。

日本の農業の現状

(1) 農業就業人口の減少

高齢化



平均年齢 66.8歳
65歳以上 68.5%

耕作放棄地

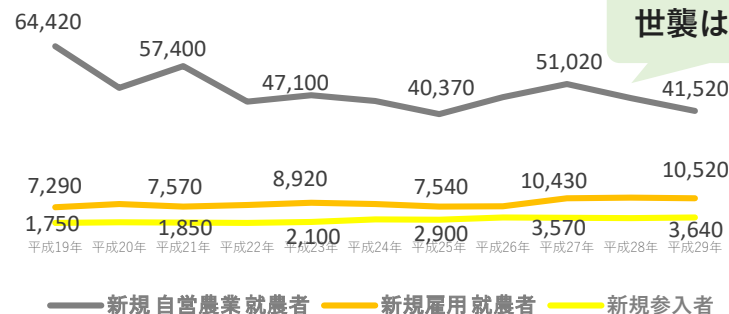


年3%
ずつ増加

42.3万ha
京都府と同じくらい

でも

新規参入者はじわじわ増加



世襲は大幅減

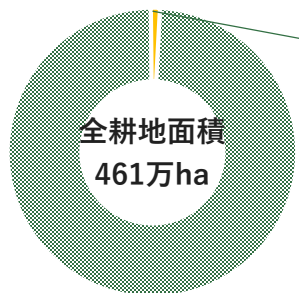
新規参入は微増

農林水産省「農林業センサス 農業構造動態調査」平成30年
農林水産省「荒廃農地の現状と対策について」（平成28年4月）

農林水産省「新規就農者調査」（平成29年）

(2) 農業による環境配慮、欧州などに比べ大幅に遅れ

日本の有機農業の農地



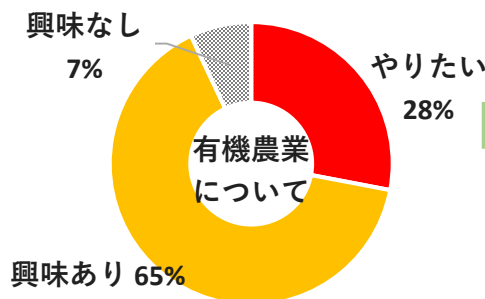
有機農地
わずか
0.6%
(2.6万ha)

【参考】

オーストリア	21.9%
エストニア	18.9%
スウェーデン	18.0%
イタリア	14.5%
スイス	13.5%
チェコ	11.5%
フィンランド	10.4%
スペイン	8.7%
デンマーク	7.7%
ドイツ	7.5%
オーストラリア	6.7%
フランス	5.5%
日本	0.5%

でも

就農希望者の意識



新規就農者が増え
希望する農法で就農でき
生計を立てられたら
↓
環境負荷の
小さい農業も
広がるのでは？

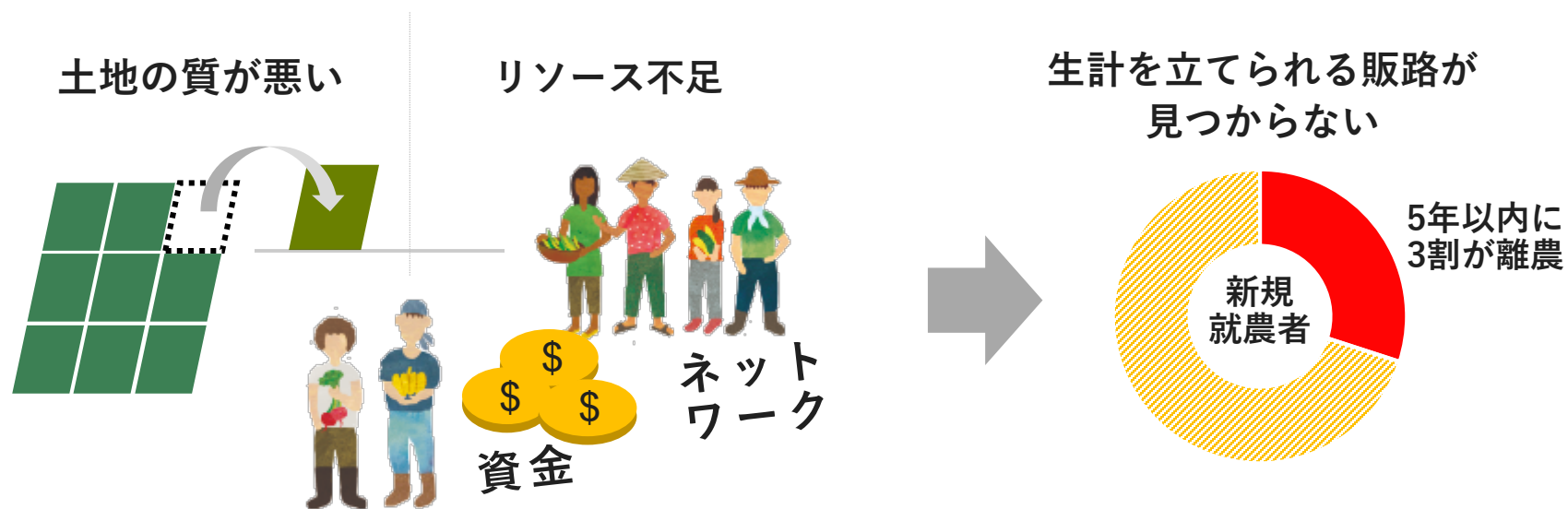


農林水産省「有機農業の推進について」平成29年2月

全国農業会議所「新・農業人フェアにおける就農希望者の意識」（平成22年）

新規就農者が抱える課題

就農からしばらくは、収穫量も少量で不安定。既存の流通に乗りにくい



新規就農の方と取引をするようになって気づいたこと

覚悟と志をもって就農し、勉強熱心な
彼らのつくる野菜は創意工夫に溢れて

意外なほどおいしい

→ 工夫すれば売れるのでは？



新規就農者の野菜の特長① おいしい

勉強意欲・技術習得の速さ・柔軟性が、品質の高さに繋がっています。
野菜そのものの味がしっかりしていると、お客さまからも好評です。



▲素材の味がしっかりあるので、
焼くだけ・蒸すだけで美味しい料理に

◀定期宅配のお客様が満足しているポイントでも
「お野菜の美味しさ」が1位に（2018年9月弊社調べ）

新規就農者の野菜の特長② バリエーションがあって楽しい

使いやすい定番野菜や地域の伝統野菜、カラフルな西洋野菜など、年間400種類のバリエーション。**挑戦意欲の高さ**からいろいろな野菜が集まってきます。

春の例



アサヒナ 春キャベツ(山菜類) アスパラガス カブ(根菜) 新じゃが 輪大根



スナップエンドウ タネノコ(小豆苗) ニンジン 青じょうご 芽キャベツ ちりめん菜の花



小豆苗 パセリ センダンサイ ブラウンマッシュルーム 【おまけ】ももぎ(花) 【おまけ】はらぺこ



コマツナ 万葉寺トウモロコシ(花苗) 梨 小豆苗 紫茄子 パターナージュカボチャ



小豆苗 光恵寺シメジ(花苗) マコモ菜 パタカピーマン リーフレタス 赤たまねぎ



サマインゲン キゅうり フロムラネ ニン 緑豆トウモロコシ 黒(花苗配のり)

夏の例



豆苗 小豆苗(花苗) 小豆苗 小豆苗 トウモロコシ 小豆苗



ジャガイモ(花苗) ハチマタ ニンジン(花苗) 小豆苗 小豆苗 スーパーミニ(花苗)



小豆苗 小豆苗 小豆苗 小豆苗 【おまけ】小豆苗 【おまけ】小豆苗



小豆苗 小豆苗 ハチマタ ニンジン 小豆苗 ジャガイモ(花苗)



小豆苗 小豆苗 ハチマタ 小豆苗 小豆苗 小豆苗



小豆苗 小豆苗 小豆苗 小豆苗 小豆苗 小豆苗

秋の例

冬の例

おいしさとバリエーションが生きる販売を OnlineShop (toC)

サブスクリプションで、バリエーション豊かな 季節の野菜セット（内容おまかせ）をお届け

旬に合わせて、自分では選ばないようなお野菜がおまかせで届く。
季節の移り変わりや、生き物としての野菜の「ブレ・個性」を
楽しむスタイルをお客さまに提案。
定期宅配を利用する会員数は1800件を突破。



お客さまのお声

孫がお野菜大好きで
パクパク
食べてます！
大黒さま

送っていただいているお野菜が本当に美味しいようで、一歳になる孫が手づかみでパクパク食べています。みんな野菜大好きで沢山いただくので、あっという間に使い切ってしまう。

珍しい野菜に
レシピも付いてて
楽しい！
野田さま

お野菜セットのキクイモを「おすすめレシピ」の「ポタージュ」にして頂きました。長芋+ごぼうのような味で美味しかったです！お野菜セットのおかげで、今まで知らなかった味に出会えて楽しみが広がってます。

味が濃くて
感激！
迫田さま

届いたダンボールを開くのが宝箱を開けるように楽しみにしています。格段に新鮮で味が濃い、しっかりおいしいお野菜に感激しつつ頂いています。

Instagram @sakanotochu

「坂ノ途中のある食卓」を提案する
公式アカウントは1万フォロワー突破



いろんな工夫をしながら販路を担っています toB



小売店やレストランへの卸売

Shop in Shop（コーナー展開）

大手百貨店や自然食品店の売り場の一角に
「坂ノ途中コーナー」を設置

売り場への展開

スーパーや百貨店の青果コーナーへの野菜の卸売



▲直営店舗「坂ノ途中 soil(京都)」も



一般企業へ、野菜を販売

お野菜ギフトチケットや、お野菜のお届け、社員食堂でのお野菜の利用を通しての、福利厚生や周年イベント、社員向けギフトのお手伝いや、「野菜が届くから早く帰ろう」といった、働き方改革のご提案も行っております。

導入実績

freee株式会社さま、フューチャーベンチャーキャピタル株式会社さま など



◀お野菜ギフトチケット



◀社内イベントのお料理のお料理にも

オーガニック最大のマーケットプレイスを展開 farmO(ファームO)



オープンなマーケットプレイスで販路拡大を

全国約500軒の生産者が登録

有機農業者向けでは日本最大のマーケットプレイス
農水省や「次代の農と食をつくる会」と連携

バイヤーは約300軒が登録

farmOで取引農家の半分以上を開拓した八百屋さんも！

受発注から請求までのシステム提供も開始

収穫量や品質が不安定な農産物に特化した受発注システムを構築

残数（出荷余力）の見える化により欠品や数量不足を最小化
物流の出し分け、価格帯の出し分けにも対応

決済や出荷指示書にも

日々の受注を月次集計すれば請求明細書、
受注一覧を印刷すれば出荷指示書に

“つながる・取引する”

検索して気になる相手が見つかったら、メッセージを送ったり、受発注システムでお野菜を取引することができます。生産者さんはいつ何を出荷できるのか登録でき、バイヤーさんはお野菜を生産者さんから直接買い取ることができます。



▼例えばこんな野菜が登録されています
市場に流通しないような珍しい野菜が登録されているのも
farmOの特徴です



パクチー



うずまきビーツ



コリンキー



カラフルにんじん



▲受発注システムを導入した京都オーガニックアクション

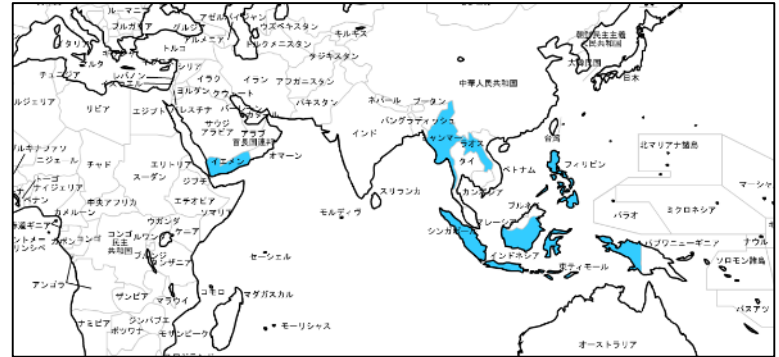
海外事業も「海ノ向こうコーヒー」



コーヒーの新たな産地、アジアに注目集まる

温暖化による気候変動で、**コーヒーベルトに変化**が起こり、東南アジアがいま新たな産地として注目を浴びています。

コーヒーという農産物をそれぞれの地域で産業として成り立たせることで、環境問題や社会問題の解決を目指しています。



ラオス・ミャンマー・フィリピン・バリ・中国・イエメンなどアジア圏のコーヒーに特化しています。

森の中で育てる「アグロフォレストリー」

2016年よりアジアでコーヒー事業をスタート。

ラオスでは、焼畑に代わる持続可能な農法として、森の中でコーヒーを育てるアグロフォレストリーを提案。現地で栽培指導や新品種導入など、コーヒーの品質向上を行っています。これにより、山間地での所得確保を実現し、森林伐採を止めようという試みです。



◆Environment (環境問題)

- ラオスでは、焼畑農業やプランテーションによって森が失われています
- 木陰でコーヒーを育てることで、美しい自然と人々の暮らしを未来に残したい

◆Social (社会問題)

- ミャンマーでは、農村部から都市部や海外へ仕事を求めて移り住む若者が急増
- 地元で、家族や村のみんなと一緒にコーヒーを育てるという暮らしを選択肢として提供したい

◆Flavor

- フィリピンでは在来品種に注目
- 徹底した品質管理で”アジアのコーヒー”のイメージを覆す
- 農家が誇りをもってコーヒー栽培に取り組めるようにしたい

会社概要

株式会社坂ノ途中

本社 京都市下京区西七条八幡町21
TEL 075-200-9773
FAX 075-200-9774
HP <https://www.on-the-slope.com/>
代表者 代表取締役 小野 邦彦
資本金 851百万円（資本準備金含む）
設立 2009年7月
従業員数 50名

事業内容 新規就農者を中心とする提携生産者が栽培した農産物の販売。
少量不安定な生産でも品質が高ければ適正な価格で販売できる仕組みを構築することで、環境負荷の小さい農業を実践する農業者の増加を目指す。
「海ノ向こうコーヒー」の展開。
”farmO(ファームO)”の開発、運営。



沿革

「100年先も続く農業を」をコアコンセプトに、環境負荷の小さい農業やライフスタイルの普及につながることを事業としてきました。新規就農者をパートナーとし、新規就農者を増やすことで農業のあり方を持続可能なものへ転換しようと考えています。

2009年7月	株式会社坂ノ途中 設立
2011年8月	直営店「坂ノ途中soil」 開店
2012年4月	東日本大震災の被災農家向けに農地移転支援「ハローファームプロジェクト」を始動
2011年8月	直営店「坂ノ途中soil」（京都東寺）開店
2012年5月	代表の小野がバンコクで開催された世界経済フォーラム東アジア会議に出席、「小さく美しいビジネス」から「本当に社会的なインパクトを生み出せるビジネス」への転換を決意
2012年8月	東アフリカ、ウガンダにおける「ウガンダオーガニックプロジェクト」開始 （2017年に担当者が現地法人を設立し事業を承継）
2013年9月	自社農場「やまのあいだファーム」設立。
2014年2月	京都信用金庫主催『京信・地域の起業家大賞』にて、最優秀賞を受賞
2014年4月	三菱東京UFJ銀行主催の『RiseUpFesta』資源・環境部門にて、最優秀賞を受賞
2014年10月	4,500万円の第三者割当増資を実施
2015年3月	直営店「坂ノ途中soil ヨヨギ garage」（東京代々木）開店 ※2019年2月一時閉店（移転準備中）
2016年4月	「これからの1000年を紡ぐ企業認定」第1回認定企業に選出
2016年10月	直営店「坂ノ途中soil キョードー」（東京経堂）開店 ※2017年3月閉店
2017年1月	オーガニック・エコ農業に取り組む生産者とバイヤーをつなぐサービス「farmO」リリース
2016年9月	東南アジアでコーヒーの品質向上を図るメコンオーガニックプロジェクト開始（2018年9月に「海ノ向こうコーヒー」として事業化）
2016年12月	2億円の第三者割当増資を実施
2019年5月	6億円の第三者割当増資を実施



自社農場「やまのあいだファーム」
（京都府亀岡市）

（ご参考）財務情報

（単位：百万円）	第8期 （2017年6月期）	第9期 （2018年6月期）	第10期 （2019年6月期）
売上高	236	281	346
うち個人向け E C 事業	108	164	210

（単位：百万円）	第8期 （2017年6月期）	第9期 （2018年6月期）	第10期 （2019年6月期）
総資産	252	162	667
純資産	227	129	603

注）決算月は6月です。

上記財務情報については、公認会計士または監査法人の監査を受けておりません。