

近江八幡市有機農業推進業務について

令和7年10月27日

@第2回近江八幡市有機農業産地づくり検討会

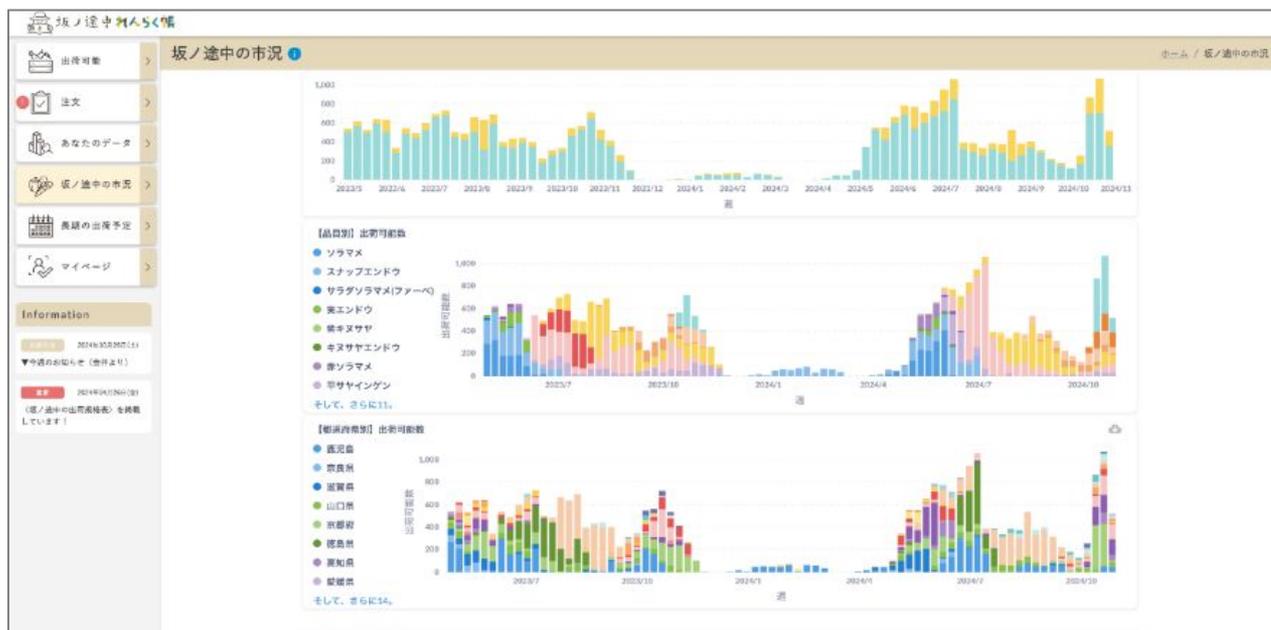
坂ノ途中について

「100年先もつづく、農業を」

当社は環境への負担の小さい農業を広げることが目的として、2009年に設立された企業です。

提携生産者が農薬や化学肥料不使用で栽培した農産物の流通販売を行っています。主力の定期宅配サービスはアクティブ顧客数が1万2千軒程度になっているほか、飲食店や小売店向けの販売も行っています。

取引生産者のおよそ8割が新規参入者であることが大きな特徴です。栽培計画を立てる段階から伴走すること、受発注システムや生産者とのデータ連携の仕組みを独自開発したこと、農産物の特徴を丁寧に説明することで顧客の許容度を引き上げていることにより、少量不安定な生産になりがちな、新規参入者の農産物でも取り扱える体制をつくってきました。



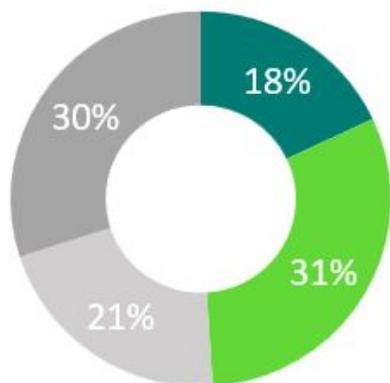
◀生産者とのデータ連携の例。

生産者の出荷可能量と当社からの発注量を可視化し仮想的な市況データを提供している。品目別、都道府県別データを各生産者がリアルタイムに確認できる。品目選定のほか、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っている。

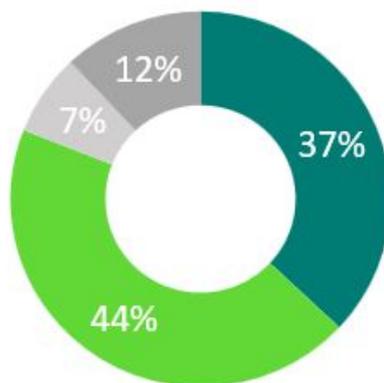
坂ノ途中について

「有機農業の経営ハードルを下げる」

当社との取引開始
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

新規就農者の経営実態

全国農業会議所全国新規就農相談センター(2022)「新規就農者の就農実態に関する調査結果－令和3年度－」では、新規参入者全体の農業所得額は平均値(178.4万円)、中央値(100.0万円)。62%が農業所得では生計が成り立っていないと答えている。2016年度の同様の調査では76%が農業所得では生計が成り立っていないと答えている。栽培難易度が高い有機農業では、さらに過酷な現状にあると考えられる。

当社と連携している農業者は経営が成立している方の割合が多いです。多方面から指摘されている、新規就農しても経営が成り立ちづらいという社会課題に対して、当社の取り組みは一つの好事例となりえると考えています。

新規参入者を中心とした有機農業者の経営ハードルを下げるための知見が蓄積していると考え、それを十分に活かし、社会に還元していくことを目的として2022年には研究室チームを発足しました。研究室チームでは、生産者さんとの勉強会の実施や、自治体や企業との協業を進めています。

これまでの実績

生産者との距離が近い流通企業として

当社では、おいしい理由をつたえる、生産者のストーリーをつたえる、デジタル技術を活用することで簡便性を高めるといった、幅広い工夫の積み重ねにより、農薬や化学肥料不使用で栽培された農産物の流通額を年々増加させてきました。過去3か年の年商推移は、19.5億円(23年6月期)、24.1億円(24年6月期)、31.6億円(25年6月期)となっています。これまでに培った知見を活用することで、調査のみにとどまらず、実効性のある販路開拓支援が可能だと考えています。

北海道余市
関野さんの
いちばん
カボチャ

また手に
とりたく
なる野菜

お味の良い「一番果」のみを厳選した
いちばんカボチャ。
うらなはお届けしません。

畑で完熟するまで待つ収穫。
カルダラ盆地特有の昼夜の寒暖差の中
甘みを蓄えました。

ホクホクさと甘みが際立つ品種、
「はっごり」を使用。

生産者 関野農場さん
2009年北海道に家族で移住し2025年有機JAS認証取得。
2015年父の農場を引継ぎ従事し、夫婦で営業。
いしさを徹底先にした判断で、食べ人に喜んで
もらえる野菜づくりをしています。
(いちばんカボチャ・オアシスの果物等)
オンラインストアでも見て、オーガニックアプリでセン
シング中。

▲商品開発の例。生産者にとって「当たり前」のことが、大きな訴求ポイントになることもしばしば。

500種類の
旬のやさいを
スマホから

坂ノ途や
やさいノート

やさいノートとは
化学合成農薬・化学肥料をせずに育てられた
新鮮な野菜を、年間500種類以上の豊富なライン
アップから、スマートフォンで1週からご生
産いただけます。
全国約400軒の生産者から集めたパリエーション
豊富な旬の野菜は野菜本来の味わいがあり、
安定的に野菜を仕入れたい / 斬新なメニューをつ
くりたい / 素材の味を活かした料理を提供したい
飲食店さまに選ばれています。

株式会社LIFEアカウン
「やさいノート」

▲飲食店向けに、スマートフォンで発注できるシステムを提供。少量の農産物のテストマーケティングにも活用しやすい。



◀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。



◀「やさいはいきもの」というメッセージを打ち出すことで、プレや移り変わりを楽しんでもらう工夫を。

これまでの実績

研究室チームのとり組み:生産者と行政を架橋する

研究室チームでは、経営が成立している多くの新規参入者との信頼関係を有するという、当社の大きな強みを生かして、「有機農業白書」作成により行政へ情報を発信し、また、農業者向け勉強会の開催なども行ってきました。

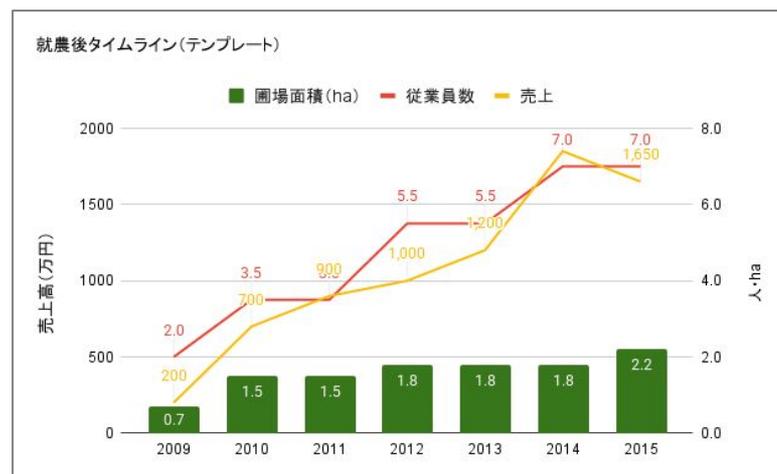
また、山梨県北杜市、兵庫県養父市など、有機農業先進自治体との連携もスタートしています。

先進地域の実情や取り組みなどを踏まえた調査、提案ができると考えています。

社会的な認知の拡大

環境負荷の小さい農業を広げるというテーマのもと当社が積み重ねてきた事業展開が評価され、少しずつ社会的にも認知されるようになっていきます。

- ・経済産業省「行政との連携実績のあるスタートアップ100選」に選出
- ・農林水産省「食料・農業・農村白書 令和4年度」に掲載
- ・経済産業省が新設したインパクトスタートアップ育成支援プログラム「J-Startup Impact」に選出



▲ 研究室主催の勉強会の例。
先駆的な農業者が自らの歩みを経営数値含めて公開することで、後進が陥りがちな落とし穴を回避し、成長を加速できる。

前提認識

有機農業をとりまく現状と展望

当社では、研究室チームが「有機農業白書」を作成した際の調査などをもとに、今後、国内の有機農地面積は拡大していくと予想。

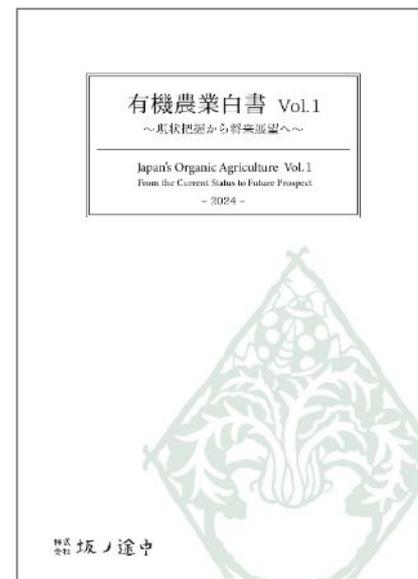
①農林水産省が「みどりの食料システム戦略（以下、みどり戦略）」を発表して以降、全国に動きが波及し、多くの自治体有機農業の推進に取り組み始めており、「オーガニックビレッジ」を宣言した自治体数はすでに131に達していること。

②みどり戦略に類似の政策を長年進めたEUでも、過去25年間で有機農地の割合（耕地面積比）が平均的に約10%拡大していること。

が、主たる根拠です。日本でもEUと同程度の拡大が生じると仮定すると、有機農産物の市場規模は現在の約5倍、1.3兆円に達すると見込まれます（有機農業白書Vol.1）。なお、2017～2022年における日本の有機農産物消費は、成長率ではすでに世界第2位になっています（Willers et al. 2024）。

先行研究や事前の調査でわかったこと：行政からの支援の必要性

- ・農協などの仕組みを利用しない有機農業では、流通・販売の仕組みが十分に効率化されておらず、有機農業の拡大を阻害していること（渡邊・真田, 2024）がわかっています。
- ・公共調達を通じた消費拡大が、その地域有機農業の発展に不可欠であることも示されています（Daugbjerg, 2023）。
- ・有機農地面積が大きい自治体としては、滋賀県内では草津市、高島市、長浜市などがいずれも有機農地面積が1%を大きく超えています。
- ・県外でも有機農業推進に積極的な自治体は、おおむねこの水準にありますが、こうした自治体の多くは、生産者の実態に即した流通・販売・消費の仕組みづくりに取り組んでいます。



▲2024年に当社が発行した「有機農業白書vol.1」

事業全体像

※追加業務(ご提案)は赤字で記載。

調査・分析

企画・立案

提案・実施

【実施内容】

(1)生産者の実態調査・分析

- ・市内で有機農業に取り組む生産者の実態調査
- ・有機農業に関心のある生産者の実態調査
- ・他自治体との比較分析

(2)市内の食品関連事業者のニーズ調査

- 対象:飲食店、ホテル、小売店、直売所
+地元企業、公共調達(追加)
内容:希望品目、数量、時期、納品方法、参入障壁

(3)販路開拓支援

- ・市内生産者の特徴から販売戦略を策定
- ・販路を具体的に複数提案
- ・近江八幡市産農産物のブランド戦略を提案
- ・商談会の開催(追加)

(4)その他 ご提案

- ・オンラインでのマッチング、業務効率化に資するシステムの試験導入と実証

【調査・分析結果】

市内生産者の特徴
(品目、規模、販路構築等)

市内事業者のニーズ

有機農業拡大の成功要因

- ・販路構築の戦略の提示
- ・販売候補先リストの提供(市内外)
- ・ブランド戦略提案書
- ・商談会報告書(追加)

- ・実証を踏まえ、次年度に向けた販売戦略を作成

【成果品】

- ・生産者実態調査報告書(集計及び分析含む) 1部
- ・事業者ニーズ調査報告書(集計及び分析含む) 1部
- ・販路開拓支援の提案書 1部
- ・市産有機農産物のブランド化に向けた提案書 1部
- ・業務全体のまとめ報告書(A4規格5~8ページ程度) 1部
- ・市との打ち合わせ記録

業務内容(1)生産者の実態調査・分析

目的

- ・現在の生産実態(人数、品目、生産量、販路)を把握する。
- ・将来、生産量が増加する品目を同定する。
- ・以上から、現在不足している販路、また今後開拓が必要な販路を把握する。

方法

①生産者に対するアンケート調査

- ・市を通じて、全生産者に対してアンケートを配布。有機農業に取り組む生産者 **9名**(R6年度時点の人数;近江八幡市有機農業実施計画より)と令和7年2月の座談会出席者**23名**には、別途当社からもメールを送り、高い回答率を実現する。
- ・**全体**:有機農業に取り組む生産者、有機農業に関心がある生産者、関心のない生産者の人数を把握。
- ・**有機農業に取り組む生産者**:現在の品目・生産量・販路を調査。拡大希望の品目・量を調査。
- ・**有機農業に関心がある生産者**:希望品目と量、参入障壁を調査。
- ・**有機農業に関心がない生産者**:現在の品目・生産量・販路、有機に転換させる方法を調査。

②生産者に対するインタビュー調査

- ・**有機農業に取り組む生産者**:販路開拓で直面している困難、今後の拡大方針の有無を把握。
 - ・拡大希望の品目・量、販路開拓上の問題をヒアリング。
 - ・隣接する草津市の成功事例における販路開拓の工夫をヒアリング。
- ・**有機農業に関心のある生産者**:アンケート調査で認められた参入障壁を具体的、定性的に把握。
 - ・対象者は、**5名程度を選定**。
 - ・参入障壁を下げるための他自治体の取り組みを共有し、近江八幡市で有効となるものを同定。
 - ・他自治体の取り組みの例:亀岡市と養父市(公共調達)、豊岡市(CSA)、北杜市(企業版CSA)

業務内容(2)市内の食品関連事業者のニーズ調査

目的

- ・市内食品関連事業者の、有機農産物に対する現在の需要と、開拓されていない潜在需要を把握する。
- ・需要拡大の阻害要因を同定する。

方法

①市内の食品関連事業者 に対してインタビュー調査(インタビュー先は、調整中。7社~10社を予定。)

- ・有機農産物の現在の品目、量、時期、仕入れ先、仕入れフローを調査。
- ・拡大希望の品目、量、時期を調査し、潜在需要を調査。
- ・拡大の阻害要因を分類・把握(ボトルネックは生産量か、品質か、価格か)。

②調査対象の追加:地元企業

- ・有機農産物への関心が高いと見込まれる地元企業を対象としてニーズ調査を行い、潜在的な需要を把握する。
- ・調査対象は、近江八幡市の「健康経営優良法人」20社、うち大規模法人が2社。
- ・アンケート調査で、すでに有機農産物を購入(社食への導入、福利厚生として提供)している企業、その意思のある企業を同定。
- ・上記企業に対してインタビュー調査を行い、導入・拡大可能性を把握する。

③調査対象の追加:公共調達(学校給食)

- ・市内の生産者からの希望が出されているため、有機農産物の学校給食への導入可能性を探る。
- ・教育委員会担当者、給食センターへインタビューを行い、導入可能性、導入の阻害要因を把握。
- ・阻害要因を除去する方法を考案。

業務内容(3) 販路開拓支援

目的

- ・生産者の生産品目、規模ごとに、具体的な販路を紹介する。
- ・近江八幡の強みを明らかにし、市内・市外の消費者への訴求方法を提案する。
- ・商談会を開催し、生産者と事業者のマッチングを行う。

方法

①潜在需要と供給を結びつける経路を同定し、生産者に紹介

- ・生産実態(業務内容1の結果)と潜在需要(業務内容2の結果)を比較することで、開拓・拡大可能な流通・販売経路(品目、量、時期、出荷先)をリスト化し、生産者に提供。
- ・市の特定区域(円山町及び北之庄町の一部)で新たに有機農業に取り組む生産者(水稻)に対しても、同様のリストを提供。
- ・生産者、事業者の要望に応じて、商談会を企画・実施。
- ・成功している生産者を規模別に分類し、各規模における販路構築のモデルケースを作成、生産者や新規就農希望者に提供。

②市産有機農産物のブランド戦略を作成

- ・当社保有の全国データと比較することで、近江八幡市の特徴を把握。
- ・その特徴をもとに、市内・市外の消費者へのアピールポイントを同定。
- ・アピールポイントをもとに、ブランド戦略を提案書にまとめる。
- ・提案書には、消費者へのPR戦略などを記載

(例)市内小売店・直売所での近江八幡市産有機農産物のコーナー展開
市内生産者インタビュー記事などを含むHPの作成
近江八幡市産農産物の取扱店・飲食店マップの作成



▲小売店での有機農産物コーナー展開の例。経験豊富な当社スタッフが、品目の選定やポップの提案、陳列方法までプロデュースする。

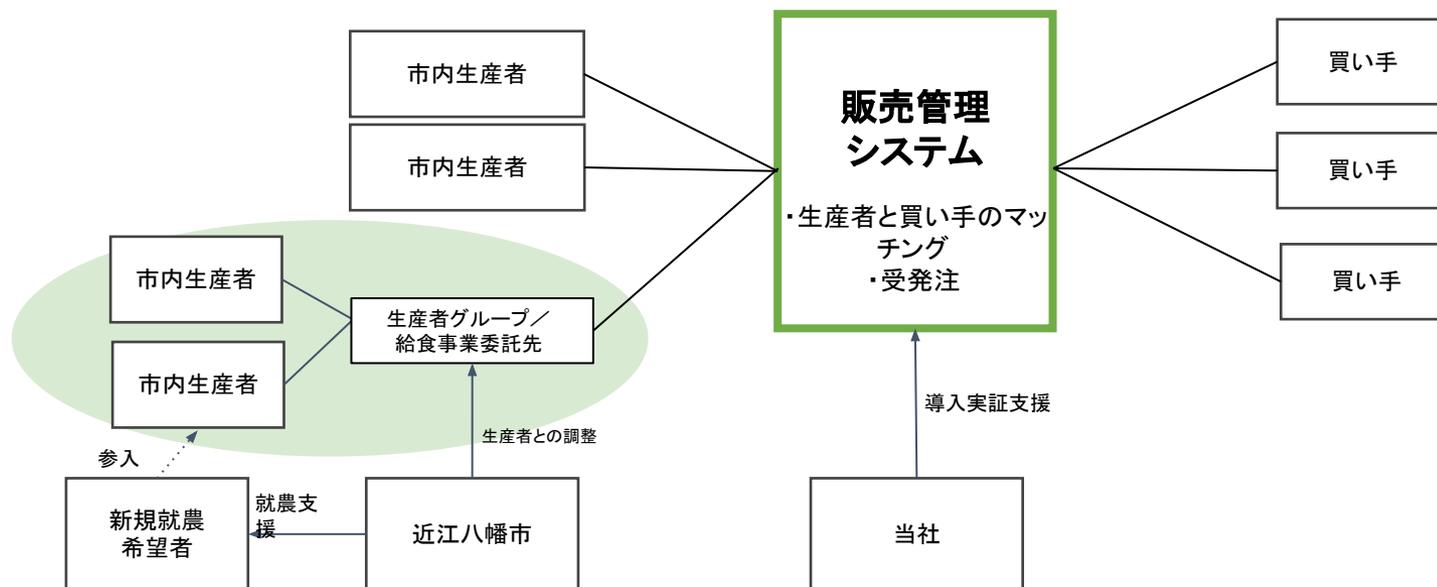
業務内容(4)ご提案 システムの導入と実証

目的

- ・オフラインでの商談会に加えて、オンライン上でも販路開拓を促進するため、オンライン上でのマッチングおよび受発注作業を削減するシステムを試験導入する。
- ・システム導入の効果検証し、販売促進につながる本格導入の形を提案する。

方法

- ・業務内容1, 2の結果から、市内全体での有機農産物の動きを図化する(下図はその概念図)。
- ・一部に、販売管理システムを試験導入する。このシステムは当社開発のもので、すでに7年の運用実績がある。
- ・システムの試験導入による出荷量、生産者の負担(削減時間数、心理的負荷軽減度)の変化を調査する。
- ・調査結果をもとに、システム導入が有効な箇所を同定し、本格導入の形を提案する。



実施体制

