

7. 【キーパートナー】 鍵となる協力者は誰？	2. 【キーアクティビティ】 あなたならではの大事な仕事や取り組みは？	4. 【与える価値】 どう役に立ちたい？ どうためになりたい？	6. 【顧客との関係】 どう顧客と関わり、接する？	3. 【顧客】 誰の役に立ちたい？ 誰のためになりたい？
契約農家 農地を貸してくれる人 企業研修担当 自治体担当者 ホームレス支援関係者	関係者とのミーティング。 講演、啓蒙の諸活動。 運営に関する人材やトレーナーの育成。 顧客対応のプログラム改善、開発。 ネット通販の販売増への施策立案、実行。	1. 農家から直接高品質の農作物を提供。 2. <b>品質の高いこだわり作物</b> の提供。 3. 体験農園（100家族、400人） 4. NPO法人「農スクール」での就農トレーニング場の提供。農作業を通して働ける精神状態に戻す。1回2時間、計10回の農業プログラムを提供する体制。 5. ネット直販で透明性を高め、こだわりを訴求する。 6. チームビルディングに役買う  ■「農効果」で人は幸せになるためのプログラムを提供 ・農業のメリットは食べ物がつくれる ・体を動かすことで健康に ・自然に触れることでメンタルヘルスのケアに ・野菜を育て上げることが自信を取り戻すきっかけに ・みんなで作業することを通してコミュニケーションを深めること  ■提供する農作物の特徴 自然栽培、オーガニック。	継続的な関係の維持。 ミッション共感者とミッション実現のチーム作り。	1. 一般消費者 2. スーパーマーケット 3. 農業体験の顧客（週末） 4. ホームレス支援 5. 全国の契約農家 6. 企業研修として体験農園
	1. 【キーリソース】 あなたはどんな人？どんな財産（リソース）がある？		5. 【チャネル】 どう知らせる？どう届ける？	
	農村地帯で育つ。 将来はアフリカで農業を決意。 農作物の卸業でアルバイトで流通のことを学ぶ。 有機農業の会社に転職、直販部門立ち上げ。働きながら独立する準備。 ■スタッフなどの人材 ■契約農家 ■運営マニュアル ■ネットショップシステム ■商品・サービスのスペック		関係者からのロコミ 店舗に配達 直接販売（農家からの直送） ネット（オンラインショップ）	
9. 【コスト】 何を費やす？	8. 【報酬】 何を手に入れる？			
農地の賃借料。農園運営諸費用。直販サイト運営費用。人件費。 農業用機器、設備、器具等の購入費・維持費。 システムメンテナンス費。 夏は朝4時から畑に出て日暮れまで働く。 ホームレスの方と話していて、みんなの闇の部分をもろに受けてしまうこともある。	肉体的な大変さはかえって清々しいくらいで、苦には感じない。 農作物の売り上げ。 コトモファーム：入会金・月額料金。 ショッピングシステム利用料。 研修受け入れ料金。 ホームレス支援による寄付等。 ホームレスの働く意欲の顕在化、就農実績。			

### 小島希世子さんのヒストリー（概要）

**1978年** 近所のトラクターにあこがれた幼少時代  
熊本県生まれ。両親は学校教師、両親はコメ農家  
とタバコ農家、向かいは牛舎という環境で育つ。  
トラクターやコンバインをカッコいいと思い、幼  
いころから農業に興味を持つ。

**1995年** 中学から柔道を継続、慶応大学に入学。  
慶應義塾大学に入学。中学から柔道を継続し、大  
学でも柔道部に所属（現在、2段）。アルバイトで  
農作物の卸店で働く。

**2005年** 大学卒業後、農作物卸売会社に入社。  
その後、有機農業グループ会社に転職し、会員制  
通販事業に参画。

**2006年** 九州から農家直送のネットショップを開始。  
熊本県でオーガニック栽培に取り組み、農家直送  
のネットショップ（現「えと農園オンライン  
ショップ」）を立ち上げ。

**2009年** えと農園を設立。  
株式会社えと農園として法人化する。

**2013年** ホームレスの就農を仲介するNPO設立。  
生活保護受給者、障害者などに収納を仲介する法  
人「農スクール」を設立。

### 【市場に関する背景、リサーチ】

日本の農業は危機的な衰退が進み、戦前550万戸あった農家数は現在250万戸、農業従事者の平均年齢は65歳、常に人手不足・後継者不足が続いています。一方で、年々増える生活保護受給者は現在全国に215万人、またニートと呼ばれる働く意欲のわからない若者が全国に63万人を超えています。

そして、国内の食料自給率の低下も深刻化、食料の多くを輸入に頼る現状は主要先進国の中でも最低水準となっています。

（農スクールサイトからの転載）

農業は人間にとって必要不可欠な産業なのにもかかわらず、現在の日本では、食べ物が料理となって消費される「食卓」と、食物の生産の現場「農業」の距離が遠いため、あまり意識されません。

生活者にとって、「誰がどんな方法で栽培したのか」分かる農作物を送りだし、また生産者にとって「誰が食べたのか」が分かる販売方法やお客様自身が農家から直接野菜作りを楽しみながら学べる場を提供していきます。

（えと菜園サイトからの転載）

今回事例の典拠：ホームレスも幸せに！ 農業起業で日本を照らす。－対談：えと菜園代表 小島希世子×田原総一郎  
（PRESIDENT Online（プレジデントオンライン） <https://president.jp/articles/-/16016>）

### 【関連情報】

えと菜園 <http://www.eto-na-en.com/>

えと菜園オンラインショップ <http://eto-na-en.shop-pro.jp/>

NPO法人農スクール <http://know-school.org/>

・コトモファーム「育てる、学ぶ、癒される体験農園」 <http://www.eto-na-en.com/cotomo-farm/index.html>