vivid garden

生産者とともに歩んだ10年

ビビッドガーデン
創業10年活動レポート

2026年11月27日発行

対象期間：2016年11月～2026年11月

目次

01 代表メッセージ P03
- 代表 秋元からのメッセージ

02 ハイライトと10年の歩み P04–P06
- 数字で見る、この10年
- 10年の歩み（2016〜2026年）

03 取り組みと変化 P07–P19
- 5つの取り組みが、生産者にもたらすもの
- ① 直接販売：選ばれ続ける販路をつくる
- ② 販売支援：生産者が、つくり続けられるように
- ③ 災害・危機への対応：被害の直後に支援の場をつくる
- ④ 自治体・企業：生産者の挑戦を、共創で支える
- ⑤ 業界・制度：現場の声を社会と政策に届ける

04 ビビッドガーデンのこれから P20–P24
- 一次産業の3つの変化と、これから取り組むこと
- パートナーの募集と、私たちの姿勢

05 巻末 P25–P28
- 指標の定義
- 編集方針・掲載情報について

つくり続ける喜びも、次に挑む希望も、生産者とともに。

かつて色鮮やかだった実家の畑が、荒れ果てている。その景色を目にしたことが、私の起業の原点です。こだわりを持ってつくっていても、続けることが難しい。そんな現実を変えたい。生産者の努力や工夫が正当に評価される世界をつくりたい。その思いでビビッドガーデンを創業してから、10年が経ちました。

生産者が自分で値段を決め、自分の言葉でこだわりを伝えられる場所として始まった食べチョク。そこで育ってきたのは、一度の売り買いを超えた関係でした。毎年、同じ生産者の収穫を楽しみに待つ人がいる。届いた感想が、つくり手の励みになる。購入者からのリクエストが、新しい作物の栽培や商品づくりへの挑戦につながる。災害で売るものを失ったときにも、全国から応援が届く。誰かが自分のつくるものを待っていてくれる。そのつながりが持つ力を、この10年の歩みから感じています。

私たちの取り組みも、生産者の声に応えるなかで広がってきました。売り方を一緒に考えること。つくる時間を守ること。被害に遭ったとき、次の収穫に向けて歩み出せるよう支えること。自治体や企業とともに新しい販路をつくること。一軒の生産者だけでは変えにくい課題を、社会や政策の議論に届けること。その根底にあるのは、生産者が誇りを持ってつくり続け、次の挑戦を選べるようにしたいという思いです。

このレポートには、生産者や購入者、パートナーの皆さまと重ねてきた取り組みと、そこから生まれた変化をまとめました。一つひとつの数字の向こうには、日々手を動かす生産者と、その人から買うことを選んだ方々がいます。数字とともに、そこにある営みや関係にも目を向けていただけたらうれしく思います。

一方で、私たちの目指す世界は、まだ道半ばです。担い手不足、災害や気候変動、資材の高騰。生産者の努力だけでは乗り越えられない課題があり、私たち一社の力でも解決しきれません。だからこそ、自治体や企業の皆さまと、販売や物流、技術など、それぞれの強みを持ち寄って解決策をつくり、広げていきたいと考えています。このレポートが、その対話のきっかけになれば幸いです。

ここまでともに歩んでくださったすべての皆さまに、
心から感謝申し上げます。

私たちは次の10年に向けて、新たなビジョン「つくる営みに、彩りを。」を掲げました。こだわりが報われる喜びも、誰かに必要とされる実感も、生産者の日々に増やしていきたい。これからも生産者ファーストを貫き、生産者とともに、一次産業を変革し続けます。



株式会社ビビッドガーデン
代表取締役社長　秋元 里奈

vivid garden

ハイライトと10年の歩み

数字で見る、この10年

生産者のこだわりが正当に評価される世界へ。
5つの数字には、生産者を選び、応援してきた人たちの姿があります。

約1.2万軒

食べチョクに集まる生産者※1
こだわりを自分の言葉で直接伝えています。

約145万人

食べチョクに集まる消費者※2
生産者から直接買うという選択肢が、多くの人に広がりました。

約440万組

画面越しに生まれた出会い※3
食卓と産地が、直接つながっています。

約2,490万円

困ったときに、生産者へ届けた支援※4
災害や天候、飼料の高騰で困ったとき、購入者の応援と当社の支援を届けてきました。

198事業

自治体と取り組んだ事業※5
91の自治体・団体とともに、地域の生産者を全国へつないできました。

※1 食べチョクに生産者として登録した軒数（累計） ※2 食べチョクに会員登録した人の数（累計） ※3 一度でも購入があった、生産者と購入者の組み合わせの数 ※4 応援チケット、寄付つき商品、販売手数料の還元を通じて、生産者に届いた金額（購入者が買った応援チケットに加え、当社の寄付と販売手数料の還元を含む） ※5 自治体・団体と取り組んだ事業の件数と、その自治体・団体の数。受託した事業（他社を通じた受託、送料支援のみの事業を含む）、国の事業、連携協定やセミナーなど受注を伴わない連携を含む

10年の歩み

● 食べチョク ● 資金調達 ● 事業展開 ● メディア ● 受賞・選出

2016 — 2019
創業と食べチョクの誕生

2016.11 ● **株式会社ビビッドガーデンを創業**

2017.08 ● **産直通販サイト「食べチョク」を正式リリース**

2018.02 ● 野菜定期便「食べチョクコンシェルジュ」を開始

2018.02 ● シードラウンドにて**約4,000万円**の資金調達を実施

2019.07 ● 肉・魚・酒類へ取扱品目を拡大

2019.08 ● 代表・秋元がForbes JAPAN「30 UNDER 30 JAPAN 2019」に選出

2019.09 ● 「セブンルール」で代表・秋元の取り組みが紹介

2019.10 ● 果物定期便「食べチョクフルーツセレクト」を開始

2019.10 ● シリーズAラウンドにて**約2億円**の資金調達を実施

2020 — 2023
コロナ禍で利用が広がる

2020.03 ● **コロナ禍の「生産者応援プログラム」を実施**

2020.05 ● **ユーザー数が10万人を突破**

2020.06 ● 佐賀県と連携し、生産者の販路拡大支援を発表

2020.07 ● 初のテレビCMを放映（関東エリア）

2020.08 ● シリーズBラウンドにて**約6億円**の資金調達を実施

2021.03 ● 法人向け「食べチョク for Business」を開始

2021.04 ● **ユーザー数が50万人を突破**

2021.05 ● 「カンブリア宮殿」で食べチョクが特集

2022.06 ● シリーズCラウンドにて**約13億円**の資金調達を実施

2023.01 ● シリーズCエクステンションラウンドにて**約7億円**の資金調達を実施

2023.06 ● 「日本スタートアップ大賞2023」で農林水産大臣賞を受賞

2023.07 ● 代表・秋元が「第37回JCI JAPAN TOYP 2023（青年版国民栄誉賞）」でグランプリを受賞

2023.09 ● 「食べチョクふるさと納税」を開始

2024 — 2026
食べチョクの外へ、事業が広がる

2024.01 ● 「日本中小企業大賞2023」でSDGs賞 優秀賞を受賞

2024.02 ● **ユーザー数が100万人を突破**

2024.04 ● 代表・秋元が世界経済フォーラム「Young Global Leaders 2024」に選出

2024.08 ● **登録生産者数が1万軒を突破**

2024.11 ● 冷凍食品ブランド「Vivid TABLE」など、新たな事業を開始

2025.11 ● 生産者や企業の発信と学びを支える「Vivid Studio」を開始

2026.09 ● 企業と課題解決に取り組む「一次産業みらいサミット」を開始

2026.11 ● 「Vivid TABLE」で冷凍フルーツ「ごきげん旬果」の販売を開始

2026.11 ● **創業10年。新ミッション・ビジョンを発表**

vivid garden

取り組みと変化

生産者がつくり続けるために、私たちが取り組んできたこと

直接つながる場づくりから始まった取り組みは、生産者の声に応えるなかで、
売ることの支援、災害のときの応援、自治体・企業との連携、業界・制度への働きかけへと広がってきました。

これまでのVISION　**生産者のこだわりが正当に評価される世界へ**

BEFORE｜生産者のお困りごと	ビビッドガーデンの取り組み		AFTER｜生産者に生まれた変化
こだわりを、価値に見合う価格で届けにくかった	**直接販売**	生産者が自分で値段を決め、購入者に直接届けられる場をつくる	**「この人から」と、選ばれ続けるようになった**
売ることに、手間と時間がかかっていた	**販売支援**	売ることを支え、売り方を一緒に考える	**つくることに、力を注げるようになった**
災害や天候の被害で、収穫や売上を失っていた	**災害・危機への対応**	被害を受けた生産者を、応援できる仕組みをつくる	**被害のときに、全国から応援が届くようになった**
地域の外での取引や規格外品の売り先が限られていた	**自治体・企業**	自治体や企業と組み、新しい販路をつくる	**全国に、新しい売り先が広がった**
一軒では変えにくい、業界全体の課題があった	**業界・制度**	現場の声を調べ、社会や政策の場に届ける	**現場の声が、社会や政策の議論に届いた**

次の10年へ

生産者が挑み続けられるきっかけを、さらに広げていく

一度きりで終わらない、生産者と購入者の関係

食べチョクは、生産者が自分で値段を決め、購入者に届けられる場所として始まりました。
直接つながることで、同じ生産者から買い続ける関係が生まれています。

約440万組

生産者と購入者のつながり※1
10年で、顔の見える関係が全国に広がりました。

約5.5万組

3年以上続くつながり※2
一度の出会いが、何年も続く関係になっています。

約41万組

同じ生産者から3回以上購入したつながり※3
「また、この人から」と、何度も選び続けています。

※1 一度でも購入があった、生産者と購入者の組み合わせの数　※2 最初の購入から最後の購入までが3年以上あり、直近1年にも購入がある、生産者と購入者の組み合わせの数　※3 同じ生産者から3回以上購入した、生産者と購入者の組み合わせの数（定期便を含む）

「この人から」と、選ばれ続ける

食べチョクでは、生産者がつくるものへのこだわりや込めた思いを、自分の言葉で伝えています。その言葉に共感し、惹かれて注文した購入者は、届いたときの喜びや食べたときの感動、感謝の気持ちを、「届いたよ！」「作ったよ！」の投稿で生産者に直接伝えます。

直接やりとりを重ねるうちに、購入者は生産者のひととなりを知り、生産者は届いた声を次のシーズンへの励みにします。一度の注文から始まったやりとりは季節をまたいで続き、売り手と買い手を超えた関係が育っていきます。こうした関係は、多くの生産者のもとで生まれています。食べチョクで販売したことのある生産者の10軒に7軒に、くり返し注文する購入者がいます※1。

生産者に直接届く声（要約）

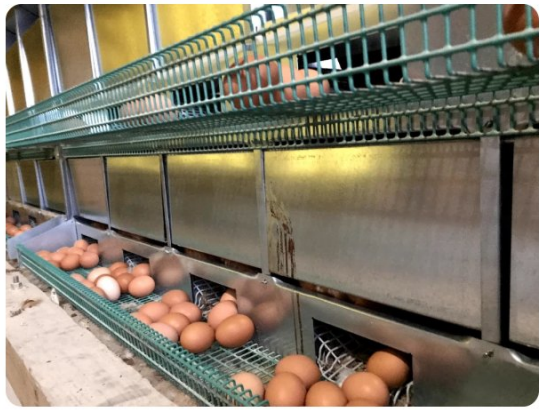
「家族みんなでファンになってます」 購入者

「うちの冷蔵庫にはなくてはならないものになりました」 購入者

私たちがこの10年、何より大事にしてきたのは、顔の見える生産者と購入者が信頼でつながる関係です。顔の見える関係が全国に広がることが、生産者のこだわりが正当に評価される世界につながると信じています。

届いた声が、次の挑戦に変わる

栃木県の薄羽養鶏場さんは、購入者から届く声をもとに商品を改良してきました。「薄羽養鶏場から卵を買ってみたい」と思う人に、安心して購入してほしい。その思いで、配送業者と相談しながら、卵が割れずに届く梱包を2年以上見直し続けてきました。リピーターが多い理由を聞かれた薄羽さんは、この工夫を挙げ、食べチョクには「サポーターのように応援してくださるお客様が多い」と話します。食べチョクアワード2023では部門1位に選ばれ、4年連続の受賞で食べチョク史上初の殿堂入りを果たしました。



写真：薄羽養鶏場（栃木県）

購入者のリクエストに、応えて

「これも食べてみたい」「また出してほしい」。購入者からのリクエストが、生産者が新しいことを始めるきっかけになることもあります。生食用の牡蠣の販売を始めた漁師さんも、赤ねぎを育て始めた農家さんも、りんごの新しい品種を並べた果樹園さんも、背中を押したのは購入者の声でした。生産者が次の一手を考えるとき、その後ろには声を寄せる購入者がいます。

※1 販売実績のある生産者のうち、同じ購入者から3回以上購入された生産者の割合

生産者が、つくり続けられるように

生産者には、つくることに思いきり力を注いでほしい。その思いから、私たちは生産者と購入者のあいだに立って販売を支え、売り方を相談し、学べる場も開いてきました。

つくる時間を、守るために

食べチョクには、年間100万件を超える注文があります※1。商品やお届けについての購入者からの問い合わせや、困りごとがあったときの対応は、食べチョクのカスタマーサポートが受け持っています。家族や少人数で営む生産者も、収穫や出荷の手を止めずに、こだわりの品を全国の購入者へ届けられます。



※1 暦年（1〜12月）ごとの注文件数

売り方を、生産者と一緒に考える

つくったものの良さをどう伝え、どう届けるかは、生産者ごとに違います。私たちは生産者の隣で一緒に考え、生産者どうしが学び合える場もつくってきました。

売り方を、個別に相談できる

食べチョクでは、生産者が売り方を個別に相談できる場を設けています。どんな人に届けたいか、どこにこだわっているかを伺いながら、写真の見せ方や商品の組み合わせ、価格、配送まで、生産者と一緒に考えます。初めて出品する生産者の商品ページづくりから、販売を続けてきた生産者の売り方の見直しまで、相談の内容は生産者によってさまざまです。写真や説明文を見直した生産者から、初めて買う人が増えたとうれしい報告が届いたこともあります。

食べチョクでは、初めて注文を受けた生産者の約8割が、最初の注文で終わらず、1年後も販売を続けています※1。

生産者どうしで学び合う

売り方の悩みには、ほかの生産者と共通するものも多くあります。生産者どうしで知恵を持ち寄れるよう、2020年の「食べチョク学校」から、写真や梱包、商品開発などをテーマに学びの場を開いてきました。講師として、自分の工夫を惜しみなく共有してくださった生産者もいます。桃やぶどうでは、シーズン前に同じ品目の生産者がオンラインで集まり、その年の売り方を話し合っています。2025年のぶどうの回には25軒が申し込み、終了後には食べ比べセットやギフト商品をつくりたい、梱包を見直したいという声が寄せられました。生産者が次にやりたいことが、そのまま次の学びのテーマになっています。



※1 初めて注文が入った日から13〜24か月目にも注文がある生産者の割合

応援の気持ちを、生産者の力に

毎年のように発生する豪雨や台風、地震。2024年には、自然災害による農林水産関係の被害額が約5,800億円にのぼりました※。
コロナ禍では、飲食店などへの出荷が突然止まった生産者もいました。
離れた場所にいても、できることがある。食べチョクは、全国の消費者の「力になりたい」という思いを生産者に届け、
当社も費用を負担して販売を支えてきました。

約2,490万円
購入者の応援と当社の支援で、
生産者に届けた金額※1

167軒
応援や支援が
届いた生産者※2

約4万件
生産者に届いた
応援・支援の件数※3

約9,200万円
コロナ禍に生産者の販売を支えるため、
当社が負担した送料・クーポンなど※4

※ 農林水産省『令和6年度 食料・農業・農村白書』（2024年の主な自然災害による農林水産関係の被害額 5,811億円） ※1 応援チケット、寄付つき商品、販売手数料の還元を通じて、生産者に届いた金額（購入者が買った応援チケットに加え、当社の寄付と販売手数料の還元を含む） ※2 応援チケット、寄付つき商品、販売手数料の還元を通じて支援が届いた生産者の数 ※3 応援チケット、寄付つき商品、販売手数料の還元の対象になった注文の件数 ※4 コロナ禍（2020年3月〜2021年7月）に当社が負担した金額（送料の値引き、購入者向けのクーポン、飲食店向けの代金の一部負担）

次の収穫を迎えられるように

災害によって、1年分の収入を一度に失ってしまう生産者もいます。被害を受けたその日から、次の収穫を迎えるまで、生産者の営みは続いていきます。
販売できる商品を失った生産者には「応援チケット」を、次の収穫に向けて歩み出す生産者には「予約販売」を。被害の状況に合わせて、消費者が応援できる仕組みを用意しています。
一時的な支援にとどまらず、生産者が再び食材を届けられる日につながるよう、応援の輪を広げています。

出荷先を失った生産者の販売を支える

2020年3月から2021年7月にかけて、販路を失った生産者の商品を紹介する特設ページの開設や、シェフと連携した期間限定レストランの運営など、新たな販売機会をつくりました。また、送料の値引きや購入者向けクーポン、飲食店の仕入れ代金の一部負担など、購入を後押しするために当社が総額約9,200万円を負担。売上の早期入金や出品支援も行い、販路の確保から資金繰りまで、生産者の事業継続を多面的に支えました。

令和5年6月 台風2号
被災生産者 支援プログラム
食べチョク TABE CHOKU

令和6年 さくらんぼの高温障害被害
支援プログラム
食べチョク TABE CHOKU

令和7年
瀬戸内海の牡蠣大量死
被害支援プログラム
食べチョク TABE CHOKU

必要なときに、必要な応援を届ける

災害が発生したとき、生産者が一人で抱え込むことのないよう、2020年12月に「生産者非常事態サポート室」を常設しました。

災害の発生や生産者からのSOSに迅速かつ的確に対応できるよう、被害状況の把握から支援の開始・終了までの対応を5つのステップに体系化し、支援体制を構築しました。

被害の状況に応じた支援を行い、
全国からの応援をいち早く生産者に
届けます。

STEP 01 発生把握・相談 → STEP 02 お見舞い・被害確認 → STEP 03 支援を判断 → STEP 04 準備・開始 → STEP 05 運用・終了



被害から、再び畑に立つまで

応援チケットでは、支援金と購入者からのメッセージが生産者に届き、被害のあとも交流が続いています。

はなわりんご園さん（青森県）

2022年8月の水害 → 2025年、品評会で受賞

専業のりんご農家になって2年目の夏、近くの川が氾濫し、約1.5haの園地が水につかりました。その年のりんごは収穫できず、りんごの売上だけで約2,000万円の損失が見込まれました。応援チケットには、全国から2,000件を超える応援が集まりました。翌2023年に再びりんごを出荷し、2025年には、ぐんま名月が食べチョクのりんごグランプリで銅賞とカラフルりんご賞に選ばれました。その後も、全国の購入者にりんごを届けています。

食べチョク災害支援応援チケットで
2,000件を超えるご支援をいただき、
ありがとうございました。

はなわりんご園



ハルサさん（石川県・能登）

2024年1月の能登半島地震 → 設備を直し、地域へ

元日の地震で自宅と畑が被害を受け、農業用水も止まりました。家族は金沢に避難し、ハルサの坂本さんは一人能登に残りました。応援チケットには全国から応援が集まり、FAXでも励ましの言葉が届きました。2〜3月はやる気が出ない日もありましたが、やがて「農業をやっている時間が唯一の救い」と思えるようになったといいます。坂本さんは集まったお金で設備を直し、地域の方々に肥料や種、種芋を無償で配りました。7月には、応援を寄せた方々に収穫したじゃがいもを「送料＋1円」で届けています。

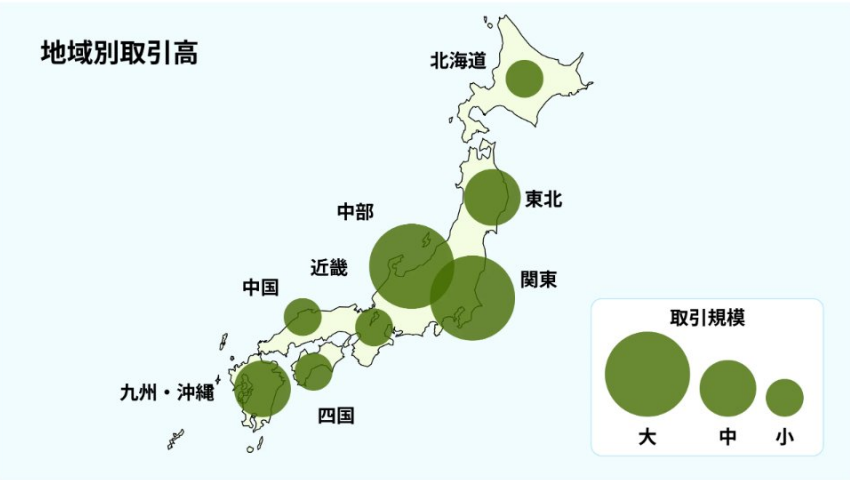
「頑張ってください」「応援しています」といった言葉が、私たち家族や地域の人々の大きな支えになりました。これがなければここまで頑張れなかったと思います。

ハルサ　坂本さん（地震1年後のインタビュー）



地域の生産者の販路を、自治体と広げる

自治体から事業を受託し、地域の生産者のネット販売を支援してきました。
初めてネット販売に取り組む生産者にも伴走し、全国の購入者に届けています。



※地図の円の大きさは、エリアごとの受注金額（送料支援のみの事業は含まない）

これまでの10年で、**91の自治体・団体**と、**198件**の事業※1に取り組んできました。2025年度からは件数が大きく増え、販路づくりに加えて、産地のブランドづくりや商品開発まで、一緒に取り組む分野も広がっています。

産地での出会いが、事業のあとも続く取引に（佐賀県）

佐賀県の事業では、東京のレストラン「LA BONNE TABLE」の中村和成シェフが佐賀の産地を訪ね、生産者の話を聞きながら食材を選びました。2026年2月には、約10軒の生産者の食材を使ったフェアを店で開いています。事業の年度が終わった**4月以降も、シェフは佐賀の5軒の生産者から、ほうれん草やごぼう、自然薯などを仕入れ続けています。**

> **実際に産地を訪れ、生産現場を見て、生産者の想いを直接聞いたからこそ生まれた料理です。**
>
> LA BONNE TABLE　中村和成シェフ（2026年2月）



※1 自治体・団体と取り組んだ事業の件数と、その自治体・団体の数。受託した事業（他社を通じた受託、送料支援のみの事業を含む）、国の事業、連携協定やセミナーなど受注を伴わない連携を含む

捨てられていた食材に、値段をつける

規格外の果物や野菜は、味に問題がなくても形や大きさで値段がつかず、廃棄されることもあります。
私たちは同じ考えを持つ企業と組み、こうした食材を商品の原料や店舗のメニューに使い、生産者の収入につなげています。

規格外りんごを、全国の店頭へ

キリングループ

2025年、企業横断プロジェクトである「モッタイナイ！を、おいしい！に。プロジェクト」に参画し、長野と青森の生産者から規格外のふじりんごを集めました。規格外のりんごを使った「キリン 氷結®mottainai ふじりんご」と「キリン 午後の紅茶 mottainai ふじりんごティー」が、全国の店頭に並びました。

売上の一部は、果実農家の支援に役立てられています。



果物を、一杯のコーヒーに

UCC上島珈琲

2025年夏、UCCドリップポッドが表参道に開いた期間限定店「ひみつのドリップ」に、全国20軒の生産者の規格外の果物を提供し、16種類のフルーツコーヒーとして販売されました。

形や大きさが不ぞろいでも味は変わらない果物を使った一杯が、食品ロスを身近に感じるきっかけになりました。



畑の食材を、非常食に

SBI FXトレード

2023年、SBI FXトレードと共同で、販路がない食材や市場で値がつきにくい規格外の食材を生産者から買い取り、小菊かぼちゃ・小豆・玄米で非常食「農家さんのかぼちゃを味わうスープ粥」を2,700個つくりました。

行き場のなかった食材が、生産者の売上になりました。



現場の声を、社会と政策の議論に届ける

鳥獣被害、燃料や資材の高騰、価格転嫁の難しさ。生産者が向き合う課題には、業界全体で向き合うべきものも多くあります。
だから私たちは、生産現場の声を調べて社会や政策の場に届けてきました。

現場の声を調べ、社会に伝える

1.2万軒※1を超える生産者とつながる私たちだからこそ、聞ける声があります。2020年から、生産者が直面する課題を調べ、生産者の声を集めた調査を**26本**※2発表してきました。2025年11月の鳥獣被害の調査は、テレビの報道番組でも紹介され、現場の実情を多くの人に伝える機会になりました。一人ひとりの声を数字と言葉にして、社会に手渡す。食卓に並ぶ食材の向こうで生産者が何と向き合っているのかを知ってもらうことが、一次産業の今を一緒に考えるための土台になると、私たちは考えています。







政策の議論に、現場の声を届ける

制度や政策は、生産者が生産活動を続けていくための土台です。私たちは生産者と日々向き合う立場から、その議論にも現場の実感を届けてきました。代表の秋元は、内閣府「規制改革推進会議」専門委員（2023年10月～現在）、農林水産省「食料・農業・農村政策審議会」委員（2025年10月～現在）、内閣官房「地域未来戦略有識者会議」委員（2026年11月～現在）を務めています。2026年4月には、農林水産省の審議会で、原油価格の高騰に直面する生産者の実情を伝え、価格転嫁が差し迫った課題であることが白書で伝わるよう提案しました。同月には内閣府の規制改革推進会議でも、農地の受け手不足など、生産現場の課題について意見を届けています。



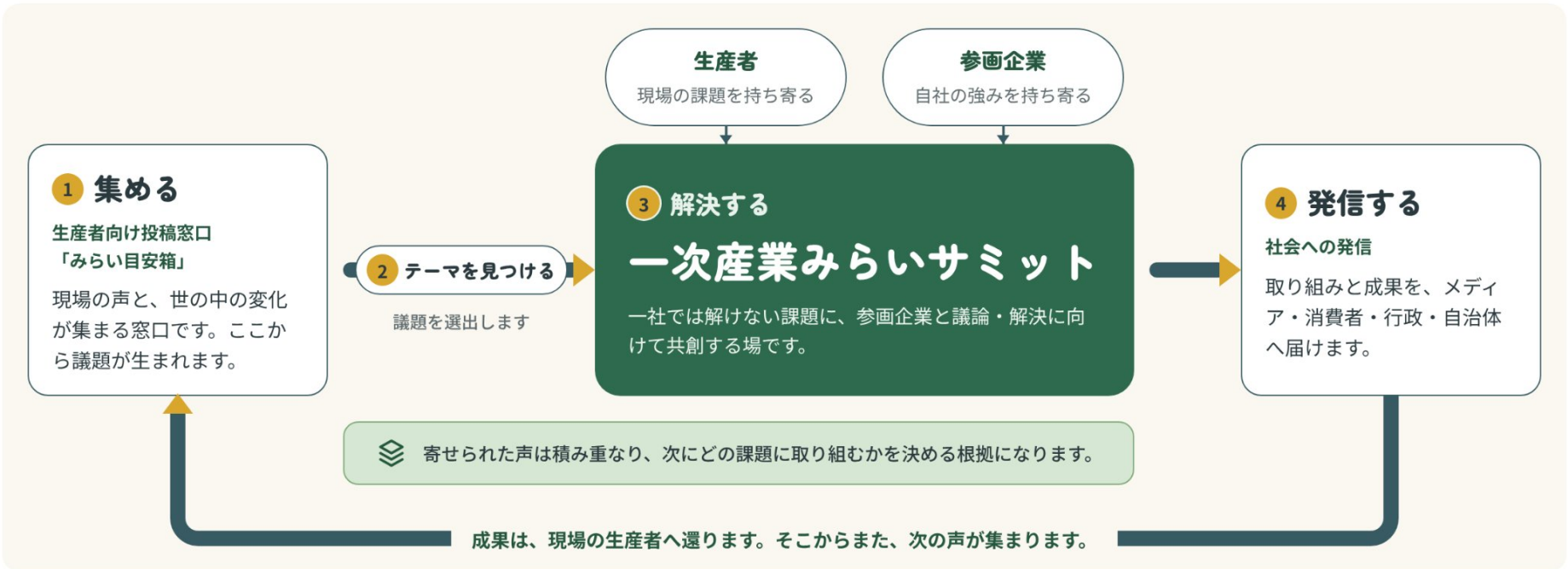
2025年、米価が高騰した際には、生産者と消費者の声を農林水産大臣に届けました。

※1 食べチョクに生産者として登録した軒数（累計）　※2 アンケートや調査の結果を、プレスリリースで公表した回数

企業と一緒に、課題の解決を探る

一次産業には、担い手不足や資材・エネルギーの高騰、販路や価格の変動といった課題があります。こうした課題は、社会で話題になる前から、生産者の声として現場に表れています。
その声を集め、業界全体で考える議題にすることが、私たちにできる役割だと考えました。

食べチョクを通じて全国の生産者とやりとりしている私たちのもとには、現場の変化が早く届きます。2026年8月には、お米の価格や販路をめぐる声を受けて、アンケートと相談窓口「令和の目安箱」を開きました。集まった声から業界の課題を見極め、企業とともに解決し、社会に発信するまでを担う仕組みとして、2026年9月に「一次産業みらいサミット」を始めました。
サミットでは新たに「みらい目安箱」を設け、食べチョクへの登録の有無を問わず生産者の声を集め、参画企業とともにテーマを選んで解決に取り組んでいます。



vivid garden

ビビッドガーデンのこれから

「売る」を変えた10年から、「つくり続ける」を支える10年へ

この10年、生産者が自分で値段を決め、直接届けられる場をつくってきました。しかし生産者が向き合う課題は、売ることだけではありません。農業をはじめとする一次産業はいま、3つの大きな変化のなかにあり、「つくり続ける」こと自体が難しくなっています。

変化 01 **担い手が減る**

103.6万人

基幹的農業従事者（2025年）。5年で約24%減※1

生産者も農地の管理も、
人手が足りなくなっています。

変化 02 **経営の規模が大きくなる**

3.6ha

1経営体あたりの経営耕地面積。5年で0.5ha増※2

経営規模の拡大に伴い、人材確保や資材調達、
農地管理の重要性が増しています。

変化 03 **気候が変わる**

+2.36℃

2025年夏の平均気温の基準値との差。過去最高※3

育てる場所や時期、
病害虫への備えの見直しが必要です。

生産者がつくり続けるために必要なこと　※このページの統計と次ページの取り組みは、農業分野を中心に紹介しています

土地	人材	資材	設備	資金	営農	販売・流通

これから、パートナーとともに広げていく領域

これまでの中心。さらに磨く

「農業は、継がせたい仕事になった」

10年後、そう言える未来をつくりたい。販売・流通の支援をさらに磨きながら、
土地・人材・資材・営農まで、生産者がつくり続けるための支援を広げていきます。

※1 農林水産省『令和7年度 食料・農業・農村白書』（2020年136.3万人→2025年103.6万人）　※2 農林水産省『2025年農林業センサス結果の概要（確定値）』　※3 気象庁『2025年の梅雨入り・明け及び夏（6～8月）の記録的高温について』（基準値は1991～2020年の平均）

これから取り組むこと

食べチョクで培った生産者とのつながりを土台に、3つの変化に向き合う取り組みを始めています。
販売・流通の支援を磨き続けながら、生産者が「つくり続ける」ための支援へと、領域を広げていきます。

01 売り先を広げる

規模拡大 気候変動 展開中

食べチョクでは、定期便や購入後の体験を磨いて**継続購入**を増やします。あわせて、**訳あり品の売り場**や、飲食店・企業など**法人との取引**へと売り先を広げます。

目指す変化 食材の特徴や量に合った売り先が見つかり、継続的な取引につながる

02 加工で、価値を高める

規模拡大 気候変動 展開中

冷凍フルーツ「ごきげん旬果」などの加工品「**Vivid TABLE**」に、形や大きさで値段がつきにくい食材も生かします。**企業との商品開発**も進めます。

目指す変化 生鮮品として売りにくい食材にも使い道が生まれ、生産者の収入につながる

03 資材と人手を支える

担い手減少 規模拡大 気候変動 準備中

栽培の記録と連動して、農薬などの資材を切らさず調達できる仕組みをパートナーと準備しています。繁忙期の異なる産地をつなぎ、地域で人手を確保する仕組みづくりにも取り組みます。

目指す変化 調達の手間や繁忙期の人手不足が減り、生産に力を注ぎやすくなる

04 新しい担い手と、農地を守る

担い手減少 規模拡大 実証中

農業に参入したい企業に、計画づくりから販路の設計まで伴走します。AIで遊休農地の候補を把握し、自治体の農地パトロールを省力化する取り組みも、自治体とともに始めています。

目指す変化 新たな担い手が参入しやすくなり、地域の農地が次の世代へつながる

共通の土台 約1.2万軒の生産者とのつながり ／ 蓄積した販売データと現場の知見 ／ 自治体・企業・アグリテック企業などパートナーとの連携

取り組みの状況は2026年11月時点のものです。

一社では解けない課題に、仲間とともに挑む

土地・人材・資材・営農まで、生産者の課題は一社だけでは解けません。
自前主義にこだわらず、それぞれの強みを持つ皆さまと、生産者への価値につながる取り組みをつくっていきます。

● 自治体・官公庁
地域の生産者の販路づくり、産地のブランドづくり、
農地や担い手の課題への取り組み

● 食品・飲料メーカー
規格外品の活用、産地の食材を使った商品開発、加工

● 小売・飲食
こだわり品・訳あり品の仕入れ、産地とつながる
フェアやメニューづくり

● 物流・流通
集荷・保管・配送をつなぎ、産地から食卓までの流れ
を太くする

● アグリテック企業・大学
生産や経営のデータを生かした仕組みづくり、
技術の実証

● 金融機関・地域の団体
生産者の経営や新しい挑戦、企業の農業参入を支える
仕組みづくり

一緒に取り組む
パートナーを求めています

食べチョクの**約1.2万軒の生産者とのつながり**と、
10年で培った**販売・支援の知見**を持ち寄ります。

事業の連携に加えて、出資や
事業統合（M&A）も含め、生産者の課題を
解くための仲間を増やしていきます。

ご相談・お問い合わせ

生産者の方も、企業・団体の方も、当社コーポレートサイトの
お問い合わせフォームからお気軽にご連絡ください。

ビビッドガーデンのこれから

創業から、私たちは全国の生産者に支えられてここまで来ました。
その生産者が誇りを持ち、正当に報われることを、何よりも優先し続けます。

MISSION 生産者とともに、一次産業を変革し続ける。

VISION つくる営みに、彩りを。

PHILOSOPHY 生産者ファースト

志をともにする仲間と力を合わせ、これからも一次産業の課題解決に真摯に取り組んでまいります。

vivid garden

巻末

指標の定義

指標	掲載	定義	対象期間・基準日	出典
登録生産者数	P05・P18・P22・P23	食べチョクに生産者として登録した軒数（累計）	2026年11月15日時点	社内データ
ユーザー数	P05	食べチョクに会員登録した人の数（累計）	2026年11月15日時点	社内データ
つながり	P05・P09	一度でも購入があった、生産者と購入者の組み合わせの数	2017年8月17日〜2026年11月15日	社内データ
支援額	P05・P13	応援チケット、寄付つき商品、販売手数料の還元を通じて、生産者に届いた金額（購入者が買った応援チケットに加え、当社の寄付と販売手数料の還元を含む）。コロナ禍の送料負担などは含まない	2019年10月〜2026年11月15日	社内データ
自治体の事業	P05・P16	自治体・団体と取り組んだ事業の件数と、その自治体・団体の数。受託した事業（他社を通じた受託、送料支援のみの事業を含む）、国の事業、連携協定やセミナーなど受注を伴わない連携を含み、1つの事業の中で複数回行ったセミナー等は1件と数える	2016年11月〜2026年11月	社内データ
3年以上続くつながり	P09	最初の購入から最後の購入までが3年以上あり、直近1年にも購入がある、生産者と購入者の組み合わせの数	直近1年は2025年11月1日〜2026年10月31日	社内データ
同じ生産者から3回以上購入したつながり	P09	同じ生産者から3回以上購入した、生産者と購入者の組み合わせの数（定期便を含む）	2017年8月17日〜2026年11月15日	社内データ
同じ購入者から3回以上購入された生産者	P10	販売実績のある生産者のうち、同じ購入者から3回以上購入された生産者の割合	2017年8月17日〜2026年11月15日	社内データ
年間の注文件数	P11	暦年（1〜12月）ごとの注文件数	2021〜2025年の各年	社内データ
販売を続けている生産者	P12	初めて注文が入った日から13〜24か月目にも注文がある生産者の割合	2017〜2024年に初めて注文が入った6,765軒	社内データ
支援した生産者	P13	応援チケット、寄付つき商品、販売手数料の還元を通じて支援が届いた生産者の数（複数の支援を受けた生産者も1軒と数える）	2019年10月〜2026年11月15日	社内データ
支援の件数	P13	応援チケット、寄付つき商品、販売手数料の還元の対象になった注文の件数	2019年10月〜2026年11月15日	社内データ
コロナ禍の当社負担	P13	コロナ禍に当社が負担した金額（送料の値引き、購入者向けのクーポン、飲食店向けの代金の一部負担）	2020年3月〜2021年7月	社内データ
調査の本数	P18	アンケートや調査の結果を、プレスリリースで公表した回数	2020年12月〜2026年11月15日	プレスリリース

特に記載がない場合、数字は2026年11月15日時点のものです。

編集方針・掲載情報について

このレポートについて

本レポートは、ビビッドガーデンの創業10年にあたり、生産者や購入者、連携先の皆さまと重ねてきた取り組みと、そのなかで確認できた変化を振り返るものです。事業の実績や個別の事例を通じて、これまでの歩みと、これから取り組みたいことをお伝えします。

対象範囲と期間

株式会社ビビッドガーデンが「食べチョク」をはじめとする事業を通じて行ってきた、主な取り組みを紹介しています。対象期間は2016年11月から2026年11月です。数値は原則として2026年11月15日時点とし、集計期間や基準日が異なる場合は、各ページまたは「指標の定義」に記載しています。

数字と事例の見方

登録と利用
登録生産者数・登録ユーザー数は、
実際に販売・購入した数とは異なります。

販売の継続
食べチョクでの販売継続を指し、生産者の経営全体や営農の継続を示すものではありません。

調査
掲載する当社の生産者調査は任意回答によるもので、
回答者に偏りがある可能性があります。
一次産業全体の状況を代表するものではありません。

声と事例
紹介する声や事例は、個別の経験や受け止めに基づくものです。すべての生産者に同じ変化が生じていることを示すものではありません。

データ・出典

主に当社が集計したサービス利用データ、事業記録、調査・取材内容を使用しています。指標の定義と集計期間は前ページに、外部統計や公表資料の出典は該当ページに記載しています。

当社の発表
株式会社ビビッドガーデン プレスリリース（PR TIMES）2017年8月〜2026年11月

政策の議論
農林水産省・内閣府・内閣官房が公開している会議の議事録・資料

公的統計
農林水産省『食料・農業・農村白書』ほか

謝辞
本レポートの作成にあたり、取材や掲載にご協力いただいた生産者の皆さま、購入者の皆さま、連携先の皆さまに、心より感謝申し上げます。

ご相談の窓口
生産者の方からの出品のご検討やご相談、自治体との連携、企業との協業、
取材のご依頼は、当社コーポレートサイトのお問い合わせフォームからご連絡ください。



株式会社ビビッドガーデン

〒105-0013

東京都港区浜松町1-7-3 第一ビル4F

発行　2026年11月27日

© Vivid Garden, Inc.

免責事項

本レポートは、作成時点で当社が入手している情報に基づいて作成しており、将来の成果を約束するものではありません。