

No.16 株式会社KURKKU FIELDS (1/2)



「農業」「食」「アート」を事業の柱に据え、
自ら資源循環型社会を体現しつつ、サステナブルな社会の在り方を提案する

■ 基本情報

企業名	株式会社 KURKKU FIELDS
本社所在地	東京都渋谷区
設立年	2005年
従業員数	40名

■ 背景・課題

地域課題

企業課題

地域資源

地域への 貢献

牧場跡地の開発

- ✓ 牧場の跡地として放置されていた土地の有効活用が求められていた。

広大な土地・豊富な自然

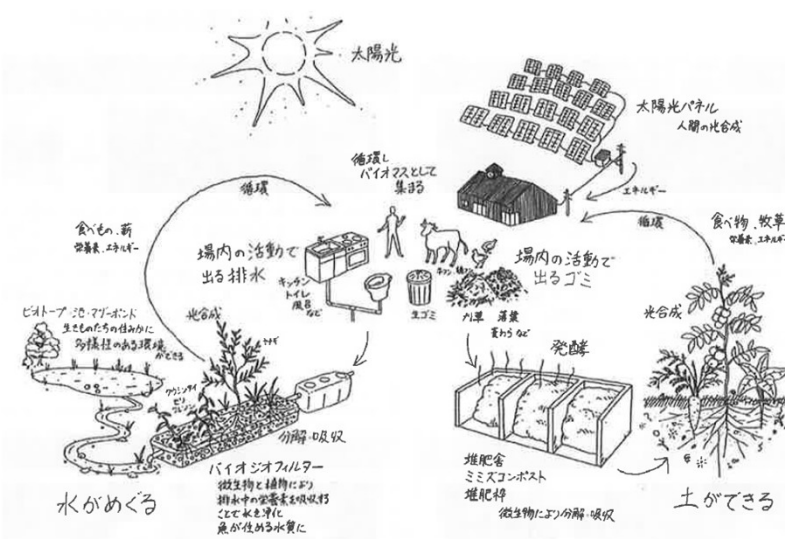
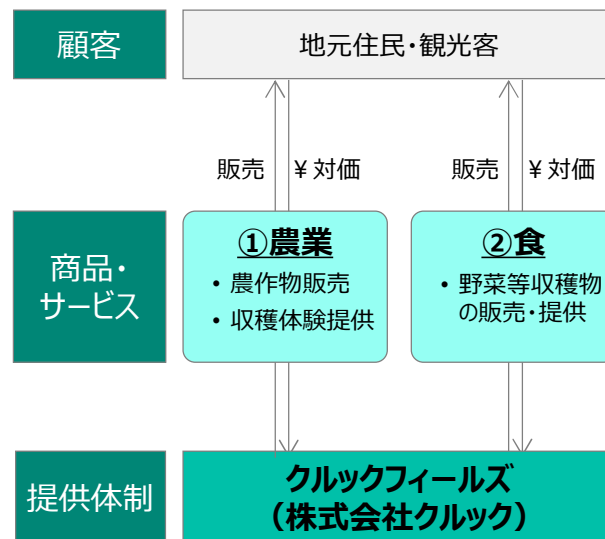
- ✓ 30haに及ぶ広大な土地を利用して農業からレストラン経営まで幅広い事業を展開している。
- ✓ また、豊富な自然環境を観光資源として利用している。

地域の“ごみ”削減

- ✓ 地元で発生する、本来捨てられるはずの食品残渣や害獣を引取り、パーク内のショップやレストランで活用している。

■ 事業概要

- 株式会社KURKKU（以下、クルック）は、千葉県木更津市にある30haの広大な土地を利用して、「農業」「食」「アート」の3つのコンテンツを軸としたサステナブルファーム&パーク「KURKKU FIELDS（クルックフィールズ）」を2019年にオープンした。本取組を通じて、これからの時代のサステナブルな消費や暮らしの在り方を提案している。
- 「KURKKU FIELDS」では、具体的には以下のようなコンテンツを提供している。
 - ① **農業**：パーク内で発生した家畜のフンや雑草などを堆肥化して農作物栽培に利用。野菜や花を栽培・販売するほか、収穫体験プログラムも提供している。
 - ② **食**：ショップでは、パーク内で作られた野菜や卵、ミルクが購入できる。また、レストランでは、企画外の野菜や殺処分されるはずの猪・鹿を原材料に使用し、余すことなく資源を利用している。
 - ③ **アート**：草間彌生を始めとした著名なアーティストの作品をパーク内に設置、チケット不要で公開している。
 - ④ **環境への取組み**：パーク内の牛舎を解体した際の古材をレストランの床材に活用するほか、レストランから出る排水を施設内の川を利用して、微生物を活用した循環型ろ過装置で自然に戻すなど、サステナブルな取組を行う。



No.16 株式会社KURKKU FIELDS (2/2)



■事業立上・推進期における取り組み内容

立上期	推進期
• クルックの総合プロデューサーである小林武史氏は、環境をテーマにした野外音楽フェスの開催等により獲得した資金をもとに、自らプレイヤーとしてサステナブルを体現する施設を作ることを目指して、2019年木更津市にクルックフィールズをオープンさせた。 • 小林氏は、2010年に木更津市に位置する30haの広大な土地を買取り、行政や地域住民とのコミュニケーションを重ねながら、土地開発や農作物栽培、各種施設の建設に取り組んだ。また、取組の発信のために、音楽フェスなどのライブイベントの開催だけでなく、環境活動に共鳴する雑誌などのメディアで積極的に発信することで、共感の輪を広げた。 • パーク内には計2MWのソーラーパネル、およびマイクログリッドを導入しており、パーク内の80%の電力を賄っている。さらに、太陽光発電による売電収入を事業推進の元手としても活用した。	• 人材に関しては、クルックの理念に共感する人々を自社メディアのみならず、ETICや日本仕事百貨を通じて獲得した。また、縦割りの組織体制にせず、プロジェクトごとにチームを組成する体制を採用することで多くのイベントや取組を成功に繋げた。 • 地元の工場などから出た食品残渣を鶏や牛の飼料作りに活用するほか、パークの周辺地域で害獣とされている猪や鹿をレストランのメニューに取り入れるなど、パーク内だけでなく地元も循環の輪に取り込むことで、循環をよりサステナブルなものにしている。 • さらに、新たに貸しキッチンや宿泊施設、ライブラリーを建設することで、来訪者により長い時間滞在してもらい、結果としてより深くサステナブルな暮らしを体験してもらうことを企図している。そのことにより、クルックの根強いファンの獲得を目指している。

■取り組みにおける工夫

ポイント プロジェクトベースの社内体制

組織構成や役職を最小限・簡易なものにとどめ、プロジェクトごとに適任者でチームを組成する体制とすることで、適切なタイミングで必要な人的リソースを配置できるようになった。その結果、短期間で多くの取組やイベントを推進することが可能となった。

ポイント 地域貢献を通じた周辺地域との共生

クルックフィールズの開発と並行して、地域住民への説明会を積み重ね、地域住民の雇用や施設利用の積極的な促進、木更津市との防災・減災支援協定の締結、といった取り組みにより、地域住民や市からの理解・共感を獲得した。

■目指す将来像

コンテンツにおける「食」の拡充 & 「住む・働く・営む」の創出

- 「サステナブル」であることを軸とした、事業・提供価値の拡大を目指している。
- また同時に、“会員制度”を設け、ファンコミュニティ育成にも力を入れている。

「食」の提案

- 農作物・畜産物の販売拡大
- 地元の名産品を販売するマルシェの開催などを通じた地域と繋がり強化

働く場の提供

- パークや地元の生産物を購入できる常設店舗の設置
- パーク内の有機農業を活かした就農の支援

自然の営み保護

- 地域プレイヤーとの連携による生物多様性保護
- 上記取組による観光資源としての価値向上

ライフスタイルの提案

- 周辺地域の空き家リノベーションによる農地と家の共存した暮らしの発信
- 二拠点生活の提案