経営者の年齢層から見た農村における女性起業の特徴

千葉県における農村女性起業を事例として

Study on the Characteristics of Women's Enterprise in Rural Areas

from the View Point of Generational Features

—The Cases in Rural Areas in Chiba Prefecture—

飯岡 恵子* 千賀 裕太郎**

Keiko Iioka* Yutaro Senga**

(*財団法人 日本グラウンドワーク協会 **東京農工大学農学部)

(*Japan Groundwork Association **Tokyo University of Agriculture and Technology)

I 研究の背景と目的

近年、「農村における女性起業」(以下、農村女性起業)が活発化している。農村女性起業^{注1)}とは①女性が主たる経営を担い、②主に地域産物を使い、③女性の収入につながる経済活動を指す。この取り組みによって農村女性の社会参画の機会が増えた、農村地域に新しい産業が創出されたなどの効果があることが指摘されている¹⁾。

これまでの報告・研究から農村女性起業の特徴を整理すると、小規模な取り組みが多いものの、地域内自給や文化伝承などの多面的な効果が期待できる²⁾。また、事業の目的に応じた評価が必要とされている³⁾ことが示されている。さらに、経営者の属性(年齢・家族構成など)によって事業の「規模」・「目的」などが変化することも示唆されている^{4) 5) 6)}。

しかし、先行研究において経営者の属性に着目して、事業の特徴を分析したものは十分であるとは言えない。そこで本研究では経営者の年齢層に着目し、事業の「規模」および「目的」などを把握することによって農村女性起業の特徴を明らかにすることを目的とする。

II 研究方法

1 調査対象地域

本研究では関東では最も農村女性起業数が多い千葉県^{注2)}を対象地域として選定した。千葉県における農村女性起業数は平成18年度の調査によると、個人によるもの251件、グループによるもの79件、合計330件で、個人による起業の数が多い^{注3)}と言う特徴がある。

2 調査対象の選定

経営者の年齢と事業の規模が異なる事例を選定するために表1のようなマトリックスを作成した。経営規模は農林水産省の類型^{注4)}に従い、300万円未満から1000万円以上の4つの類型を設定した。ヒアリング対象者は千葉県の行政担当者に対しヒアリングを行い、各類型において代表的な事例を紹介してもらった。なお、食品加工を扱う事例を対象とした^{注5)}。全ての類型を対象とすることはできなかったが、個人による起業5事例、グループによる起業4事例の合計9事例となった。(表1)

なおグループによる起業は同世代の主体が運営するもの(W, X, Y)と、異なる世代が混ざって運営するもの(Z)の2種類が把握できた。

表1 調査対象

		起業主体の年齢					
		30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
起業の規模*	1000万円以上		B氏	C氏			
	500～1000万円	A氏					
	300～500万円未満		Zグループ				
	300万円未満				D氏		
					E氏		
					Wグループ		
						Xグループ	Yグループ

*年間売上額

3 調査行程

表2に調査行程を示す。千葉県における女性起業家の概要を把握するために調査1を行い、各農村女性起業の実態を把握するために調査2を行った。いずれもヒアリング調査と文献調査を行った。

表2 調査行程

調査1	
【ヒアリング調査】	
対象者：千葉県庁行政担当者1名	
日 時：2007年 11月14日	
方 法：対面式、2時間30分程度	
【文献調査】	
ちばの女性起業家リスト、関東ブロック女性起業活動リスト、ちばの女性起業家レベルアップマニュアルなど	
調査2	
【ヒアリング調査】	
対象者：個人起業家、グループ代表者およびメンバー（のべ19名）	
日 時：2007年 7月5日、8月20日、12月11、13、19日	
方 法：対面式、1時間30分～2時間程度（合計14時間24分）	
【文献調査】	
各起業の活動報告資料、総会資料など	

4 調査項目

経営者に対するヒアリング調査は、基本属性、事業の概要（事業の規模、設立の経緯など）、事業運営の動機・意識、家族の協力（家族の誰がどのように協力しているか）、材料の仕入れと商品の出荷先、地域内諸集団との関係（仕入れと出荷で整理できない地域との関係）などの項目を把握した。

表4 個人による農村女性起業の事業形態

	A氏	B氏	C氏	D氏	E氏
活動地域	市原市	市原市	茂原市	いすみ市	勝浦市
年齢層	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	60歳代
営業形態	年間売上額 500～1000万円未満	1000万円以上	1000万円以上	(不明)	300万円未満
商品の種類	ジャム、焼き菓子	米、ボン菓子、草団子、わらび餅、プリン、クッキー、唐辛子みそ	五色もち、あんころもち、生かきもち、五色おこわ	あられ、甘露梅、ふきのてんもんとう、太巻き寿司	弁当、太巻き寿司、きやらぶき、しいたけ煮物
起業の類型	食品加工	食品加工	食品加工	食品加工	食品加工
店舗の有無	有	有	無	無	無
営業期間	通年	通年	通年	通年	通年
労働管理	活動時間 日中	午前5時～9時	(不明)	午前4時～9時	午前中
休日	(不明)	木	(不明)	休めるとき	月・火・水・金
家族構成	両親、祖母、妹	夫、息子(学生2人)	夫、娘(2人)	夫、息子夫婦	夫
家族の協力	父親が果物栽培	出荷は夫の妹が担当、繁忙時は夫や妹が加工作業を補佐	娘が加工作業を補佐	娘が加工作業を補佐	夫が作業を補佐
後継者	後継者無し	次男が農業後継の意志あり	娘が加工を後継	娘が加工を後継	後継者無し
市場調査	本人	本人	本人	本人	本人
経費の管理	本人	本人	本人	本人	本人
デザイン	不明	不明	不明	不明	パッケージシールはデザイナー

表5 グループによる農村女性起業の事業形態

	Wグループ	Xグループ	Yグループ	Zグループ
活動地域	いすみ市	いすみ市	いすみ市	白浜町
年齢層	60～70歳代	70～80歳代	70～80歳代	45～70歳代
メンバー数	13名	14名	10名	5名
営業形態	年間売上額 300万円未満	300万円未満	300万円未満	300～500万円未満
起業の類型	食品加工	食品加工	食品加工	食品加工・直売所
商品の種類	きやらぶき、てんもんとう	甘露梅・カリカリ梅	あられちゃん	仕出し弁当、惣菜、和洋菓子、揚げもち、漬物
店舗の有無	無	無	無	有
営業期間	原材料の収穫時期	原材料の収穫時期	加工品が完売したら	通年
労働形態	加工時間 午前8時～午後5時	午前8時～午後6時	午前8時～午後7時	午前中
休日	活動日以外	活動日以外	活動日以外	木曜日
市場調査	グループ代表者	(不明)	(不明)	(不明)
商品設計	経費の管理 会計担当	会計担当	会計担当	会計担当
デザイン	デザイナー	商品ロゴはデザイナー	商品ロゴはデザイナー	不明

III 調査結果

表4,5に各事例の事業形態を示す。また、図1～4に原材料の仕入れと製品の出荷先を図示^(注6)した。

1 A氏(30歳代、500～1000万円未満)

A氏は、飲食店や洋菓子店で修行を積んだ経験を活かし地元の産物を使って洋菓子・ジャムを加工販売している。図1より原材料の仕入れを見ると洋菓子の材料はスーパーマーケットなどの小売店から仕入れていたが、ジャムの原材料である果物類は全て市内のものを使用している。加工品の出荷先は市内の直売所、県内のデパート、インターネット販売であった。自宅でも少量販売し、受注生産も行っている。

原材料の自宅での生産分については主に父親が栽培しているものであった。原材料の仕入れと出荷の他に、自宅周辺で防犯パトロールのボランティアをするなどの地域活動を行っていた。また、ブルーベリーの棚を作る際

に、仕入れ先の農家に業者を紹介してもらうなど仕事やプライベートで地域とのつながりを重視して事業運営を行っていた。

図1 A氏の事業形態

2 B氏(40歳代, 1000万円以上)

図2-1にB氏の取り組み初期の事業形態を、図2-2に現在の事業形態を示す。取り組み初期とは市内に道の駅が出来る以前を指し、現在は道の駅が出来てからを指す。

図2-1 B氏の事業形態（取り組み初期）

図2-2 B氏の事業形態（現在）

取り組み初期は、米・鶏卵・野菜・加工品などを組み合わせた戸別配達を中心とした事業を展開していた。また戸別配達を行っている地元の顧客に対し農作業体験を

サービスで行うなど、地域と密な関係を構築していた。

市内に道の駅が設立されてからは道の駅への出荷がメインとなり、売り上げは3倍に増加した。一方で、戸別配達および農作業体験は休業するようになった。

このような変化について、ヒアリング結果（No.2）をみるとB氏は子供の学費がかかるなど、家計の負担を補うために多忙になったことを肯定的に受け止めている。その一方で、いずれ子どもが自立したら、以前行っていた戸別配達や、地元顧客へ向けた農作業・加工体験イベントなどを行ないたい（No.3）と考えていた。

事業に対する家族の協力では、加工品の原材料のほとんどをB氏の夫が生産している。加工作業を夫と義妹が手伝っており、直売所への出荷は妹が行っている。

3 C氏(50歳代, 1000万円以上)

C氏の家は稲作農家であり、餅を中心とした加工品を販売している。加工品は主に市内の直売所へ出荷している。また行政などが主催する県内外のイベント^{注7)}でも販売している。

C氏は出荷先である直売所の運営にも関わっている。直売所では季節ごとにイベントを行っており、イベントの運営にも関わっている。

さらにC氏は地域内のPTA活動や、市の保険委員、食改善推進委員、社会福祉協議会のボランティア活動など様々な役を経験している。

事業に対する意識を見ると、(No.4,5)事業を行うことで家計を助けること、地域の活動を積極性に行うことに責任感ややりがいを感じて地域との関係が深い形での事業運営を行っていると考えられる。

家族の協力は、娘が加工作業の手伝いをしている。C氏の加工品の手伝いの他に、自分自身の加工品開発も行っている。また、C氏はいずれは娘を加工業の後継者にしようと考えている。

4 D氏(60歳代, 年間売上額不明)

D氏は自宅でとれた野菜や、親戚・知人から仕入れた材料を使って加工品を作り直売所へ出荷している。弁当などは一部受注生産にも対応している。

また行政などが主催する県内外のイベントでも加工品の販売を行っている。

家族の協力は、嫁が常時加工の手伝いをしている。またD氏の家は農業と建具業を行っている。それぞれの事業は、主担当者が存在しているが、お互いに忙しいとき

は仕事を手伝うという体制が構築されている。

5 E氏(60歳代, 300万円未満)

図3にE氏の事業概要を示す。E氏は自宅をとれた野菜や、直売所から仕入れた材料を使って惣菜などの加工品を作り直売所に出荷している。原材料の仕入れは主に自宅の産物や直売所を利用しており、安定した仕入れが難しい海苔や卵についてはスーパーマーケットを利用していた。出荷先を見ると、町内の直売所、隣接町内への出張販売、行政などが主催するイベント、老人会のイベントに対する弁当の仕出しが見られた。

図3 E氏の事業形態

出荷先である直売所のうち1件が、生鮮食品店が無い隣接町へ週1回農産物や加工品を出張販売している。

老人会のイベントは200人規模で1年に1回開催される。

家族の協力は、夫が加工施設の設置を行ったこと、孫が加工品のパッケージのシールを作成していることがあった。

表6 事業運営の動機・意識のヒアリング結果

No.	ヒアリング結果	調査対象者
1	(起業は)会社に勤めているのと変わりません。	A氏
2	子供の学費があるから(忙しいけれども)かえってよかった。	B氏
3	もとへ帰っちゃうんだけれども(農業)体験とかはまたやりたい	
4	起業をして、自分の家の経営を良くするのだと教えられた	C氏
5	地域の役も起業も手を抜かず努めています。	
6	去年は横着しちゃって(その前の年よりも)売り上げが落ちた)体力的にも限界	E氏
7	割のあう活動をしたいです。みんなにも賛金を払いたい。	Wグループ代表者(70歳代)
8	儲けではない、お金に匹敵する何かがある。なかよしの和を求めてやってくる。	Yグループメンバー(80歳代)
9	(高齢層は)年金をもらっているから出来るけれども、そういう(金銭的な)余裕が無いと出来ない。	Zグループメンバー(40歳代)
10	お金を儲けることは簡単だけれども、手作りでやることに意味がある。	Zグループメンバー(70歳代)

事業に対するヒアリング結果(No.6)を見ると、体力的に厳しくなってきたり、規模が縮小されていることが示唆された。

6 Wグループ(60~70歳代/300万円未満), X,Yグループ(70~80歳代/300万円未満)

W, X, Yグループは同じ地域の生活改善グループを母体として生まれた事業である。そのため一部のメンバーが重複していくつかのグループに所属しているが、それぞれのグループは異なった加工品を製造し直売所などに販売している。Wグループのメンバーの年齢層は60歳代後半~70歳代前半で、X, Yグループは70歳代後半~80歳代であった。なお、X, Yグループはほとんどのメンバーが重複していた。

Wグループの代表者が現在の代表者に交代してから、WグループとXおよびYグループの活動の方向性に違いが見られるようになった。Wグループリーダーの事業に対する意識のヒアリング結果(No.7)を見ると、労働に見合った賃金を求めて事業を行っている。一方Yグループのメンバーは生きがいや仲間との和を求めて事業を行っている(No.8)。

7 Zグループ(40~70歳代, 5名, 300~500万円未満)

図4にZグループの事業概要を示す。Zグループは70歳代のメンバーが中心となって始まった。独居老人への弁当の配達と直売所の経営を行っている。

仕入れ先は、グループメンバーの自宅の畑、町内の農家、スーパーマーケットなどである。出荷先は、Zグループが経営する直売所を通して、独居老人、地域内諸集団による行事(注連縄づくりなど)、ライフセイバーの学生アルバイトによる行事(注連縄づくりなど)、ライフセイバーの学生アルバイトへの弁当仕出しが主であった。いずれも町内である。

図4 Zグループの事業形態

弁当は基本的に手作りで、時間や手間を惜しまず丁寧な製品作りを行っている。

この事例では加工品の生産、弁当仕出しを比較的高齢の層（70 歳代）が担当し、直売所の管理運営を比較的若い層（40 歳代、50 歳代）が担っていた。事業に対するヒアリング結果より、若い層（No. 9）は金銭的な余裕があまり無い。一方で、高齢の層（No. 10）は年金などにより金銭的な余裕があるため、手間を惜しまず加工品作りを行うことができると考えられる。その結果、若い層が直売所運営を行い、高齢層が加工を担うという役割分担が見られたと考えられる。

家族の協力では、原材料の生産、出荷をメンバーの夫が担当すること、メンバーの一部が家族関係^{（注 8）}にあることが見られた。

IV 考察

1 年齢からみた農村女性起業の特徴

（1）年齢層と経営規模

年齢層と年間売上額をみると、A 氏（30 歳代）は 500～1 千万円未満であり、B 氏（40 歳代）、C 氏（50 歳代）の売上額は 1 千万円以上ともしっかりと大きかった。60 歳代以上では 300 万円以下の事例が把握できた。

すなわち年齢層によって、若い経営者では事業規模が大きく、高齢の経営者では事業規模が小さいという傾向が見られた。これは次の項で示すように、経営者の事業運営に対する意識の違いが反映されていると考えられる。

（2）年齢層と経営の目的・経営に対する意識

A 氏は起業活動を職業として位置づけ事業運営を行っている（No. 1）。B 氏、C 氏はそれぞれ「子供の学費のため」（No. 2, 3）、「自信の活躍の場を求めて」（No. 4, 5）といった理由で事業運営を行う。いずれも収益に対する関心が高いと言えよう。60 歳代の E 氏は理由として体力的な理由で規模が縮小している（No. 6）ことが把握できた。以上より若い経営者は収益に対する関心が高く、高齢層では収益に対して消極的になっていくという傾向が示唆される。

異なる世代が混ざった Z グループでは、ヒアリング結果より、年金受給者である 70 歳代のメンバーは比較的金銭的な余裕があることから、公益性の高い取り組みに対し強い関心を寄せており、40, 50 歳代のメンバーでは収益への関心から直売所の経営を行っていることが把握できた。これより、年齢層の違うメンバーがそれぞれの関心にあわせた役割分担で事業を運営していると考えられ

る。

W, X, Y は同じ地域の生活改善グループを母体として生まれたグループである。W グループのリーダーは「労働に見合った賃金を得る」ことを目標としている一方で、X, Y では「老後の楽しみ」であり、憩いの場や生きがいなどを求めて活動していることが把握できた。つまり同じ年齢層であり事業の目的や関心の近いメンバー同士が集まって事業を行う運営のあり方であると考えられる。

（3）家族の協力

経営者の年齢層を問わず、経営者の家族は何らかの形で事業に協力していることが分かった。協力の内容としては、原材料の生産（B 氏、E 氏の夫、A 氏の父親）、加工作業の手伝い（B 氏の夫、C 氏の娘など）、出荷作業（E 氏の妹）、パッケージデザイン（E 氏の孫）などが見られた。経営者の年齢層によって協力している家族の続柄が異なっていた。

2 農村女性起業と地域との関係

E 氏の事業に見られる生鮮食品店がない地域への出張販売や、Z グループの事業に見られる地域内集団の活動への弁当の仕出し、独居老人へ向けた介護・福祉的な取り組みなど事業の内容が、そのまま地域の課題の解決に繋がっている。

それぞれの事業が、切実な地域の課題に対応しており、一方で自身の家計の経済的な問題を解決し、やりがいをみつけ自己実現を達成している。B 氏は家計の経済的な問題を解決するために加工品を販売しているが、一方で公益的な課題への関心が高い。また A 氏のような若い年齢層の経営者は事業運営によって地域との密な関係を構築していることから、長期的にみると地域の様々な課題を解決する事業展開が可能であると考えられる。

以上より農村女性起業の事業形態は、経営者の年齢層やライフステージに応じて経済的な問題ややりがいの内容・バランスなどが変わってくることによって流動的に変化することが示唆された。

V 研究の成果と課題

本研究の成果は、年齢層によって①経営に対する意識や目的が異なるということ②地域内の役割が異なることを示したことである。

課題は数量的な把握が不足していることである。具体的には、事例が限られているため年齢層による目的や地域内での役割が明言できないこと、調査しきれていない

類型（80 歳代で 1000 万円以上のグループなど）についての把握が出来ていないこと、仕入れ・出荷に関する量的な把握（原材料の重量や金額など）をしていないことなどが挙げられる。

また、農村女性起業の性質を分析するためには家族的な要因や地域的な要因の把握も行うことが必要である。

課題解決のため、追加の調査・アンケート調査が必要であると考えられる。

注

注 1) 農林水産省経営局普及女性課資料による。

注 2) 農林水産省経営局普及女性課調査(平成 17 年度)による。

注 3) 全国的に見るとグループによるものが多い。

注 4) 農林水産省経営局普及女性課資料による。

注 5) 食品加工は農村女性起業の典型的な取り組みであり、比較的年齢層の分布が広いので対象とした。

注 6) 図については特徴的なもののみを掲載した。なお、図の凡例は以下の通りである。

注 7) 市町村の商工会や県などが地域の産物の PR を行うために行うイベントや、女性起業家を PR するためのイベントなどが多数開催しており、多くの女性起業家が参加している。

注 8) Z グループ代表者と直売所の運営を行っているメンバーの 1 人が姑と嫁の関係である。またメンバー同士は家族ぐるみの付き合いを行っている。

引用・参考文献

- 1) 岩崎由美子・宮城道子編(2001)『成功する女性起業-仕事・地域・自分づくり』家の光協会
- 2) 諸藤享子(2006)「農村女性起業の評価に求められる多面性の視点-女性起業多面性診断ソフトを用いた、当事者による活動効果の把握」『農林経済』, 8, 8-12
- 3) 渡辺啓巳ら(2007)「農村女性による起業活動の零細性に関する考察-「平成 16 年度農村女性起業による起業活動実態調査」に対する補足的調査結果から-」『農村生活研究』, 51 (1), 12-19
- 4) 澁谷美紀(2005)「農村女性の世代的特徴からみた起業の促進要因 (特集 農村計画と女性の役割)」『農村計画学会誌』, 26 (1), 13-18
- 5) 藤森英樹(1998)「農村女性による起業の現状と可能性」『農林業問題研究』, 34 (3), 142-153,
- 6) 本多幸子(2006)「第 3 ステージにおける女性の自己実現-社会起業(Social Enterprise)の可能性」『同志社政策科学研究』, 8 (2), 61-73

Summary

The purpose of this study is to investigate the characteristics of women's enterprise in rural areas in Japan. 9 case studies were conducted focusing on entrepreneurial initiatives undertaken by women of differing age in Chiba prefecture. Results suggest that the awareness concerning, and objectives of enterprises and the role they play within communities differ depending on the age of the businesswomen involved. Furthermore, it was shown that business models changed depending on the age and life stage of the women.

(2008 年 5 月 16 日 受付)

(2008 年 11 月 29 日 受理)