

# 地域を支える農山漁村女性の取組みについて

(社) 農山漁村女性・生活活動支援協会 安倍澄子

## 1 はじめに

次の数値を何と思われるだろうか。

①2005年13,538か所→2010年16,816か所へ

②1997年4,040件→2005年9,050件→2010年9,757件へ

まず①は、農産物直売所数であり、②は、農村女性起業数であり、いずれも右上がりの増加傾向を保っている取組みとなっている。2005年から2010年にかけての伸び率は、直売所数24.2%増、女性起業数7.8%増であり、主たる担い手が農山漁村女性であるところが共通点となっている。これらをふまえ、農山漁村女性の取組みについて、なかでも起業を主に見ていくことにする。

## 2 女性起業の全国的な動向

女性起業の活動内容は、農林漁業の生産分野(第1次産業)から、加工(第2次産業)、流通・販売、交流分野(第3次産業)まで多岐にわたる多様な活動が展開している。具体的には、農林水産物の直売、農林水産物の加工製造と販売、農家民宿、農村レストラン、農業体験、グリーンツーリズム等の様々な活動があり、いずれかひとつの活動に専念しているケース、あるいは、複数の活動へ展開していく多角的経営を行うケースが見られる。

農林水産省は、1997年度から「農村女性による起業活動の実態調査」を毎年実施しているが、この調査開始以来、最も多い活動内容は食品加工であり、2010年では、全体の75.2%を占めている。次いで、直売所などの流通・販売が59.7%(前年対比107.4%)、農家レストランなど都市との交流が20.5%(同117.8%)となっている(複数回答)。活動内容としては、食品加工が大半を占めているが、近年、直売所や

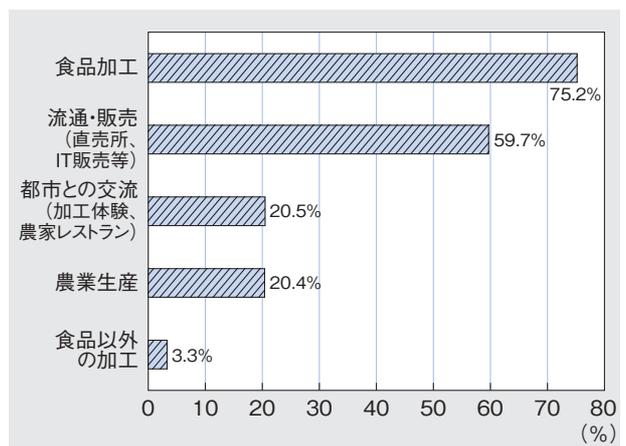
都市との交流等が増えている(第1図参照)。

経営面では、年間売上金額300万円未満の小規模な経営体が51.9%であり、グループ経営であっても構成員数10人以下のグループが全体の54.6%と、いずれも過半数を占めており、全体的には零細な経営が多い。また、構成員の年齢構成を見ると、50歳代24.1%、60歳代45.7%、70歳以上18.5%と、60歳以上が64.2%と6割台を占めており、現在でも高齢者の生きがい活動となっている起業グループの多いことが分かる。

経営形態には、グループ経営と個人経営とがあるが、2010(平成22)年には、グループ経営が54.2%と過半を占めるものの、2007年58.6%、2008年57.7%と、3年前からみると連続して減少している。一方で、個人経営(農村女性個人が起業・経営)は45.8%(2010年)となり、2007年41.4%、2008年42.3%と3年間で4.4ポイント増と、2007年以降の伸びが目につく。

2010年、グループ経営5,284件、個人経営4,473件と、総数ではグループ経営の方が依然として多いものの、二者の構成比の差は年々狭まってきている。個人経営での起業は、大

第1図 女性起業の活動内容(複数回答) 2010年度



都市近郊をかかえる都道府県での伸びが顕著（千葉県では70%を占める）であり、担い手も若い年齢層にシフトしている。

このようなことから、これまで農村女性起業を牽引してきたグループ経営は、ひとつのピークを越えたと見なすことができる。グループ経営が担い手の高齢化によって自然消滅しているケースも見られるが、このグループ経営再編への動きとして、地方では市町村合併が進行するなか、集落営農組織の設立や農工商連携等が推進されており、それらと連携した組織やネットワークを作り、新たな活動へと踏み出す女性起業が現れるようになってきている。

### 3 女性起業らしさ・シーズを生かす

ところで、1994(平成6)年に「農村女性グループ起業支援事業」が開始され、17年を経過したが、農林水産省が「女性起業活動」を女性支援事業のひとつに位置づけたのは、1992(平成4)年の「2001年に向けた中長期ビジョン」からであった。

そこでは、女性起業を「農山漁村在住の女性が中心となって行う農林漁業関連の起業活動であり、使用素材が主に地域産物であること、女性が主たる経営を担っていること、女性の収入につながる経済活動」とした。

女性起業のルーツは、生活改善グループ(現生活研究グループ)活動や農協婦人部活動(JA女性部)において、家族の健康や安全性に配慮した保存食作りの農林水産物加工活動で身につけた技術をもとに展開した1970年代の「50万円自給運動」に求めることができる。そして、90年代後半には、常設の農産物直売所や道の駅ブームで、販路の確保・拡大が可能となり、先に見た直売所数や女性起業数となったわけである。

近年、直売所の大型化が進み、売上金額が平均1億円を超えるなど脚光をあびている。しかし、筆者は、販売金額のみで活動を評価

するのではなく、身の丈で持続可能なかたちでの取り組みとしていくことが大切なのではないかと考えている。なぜなら、「女性起業らしさ」は、地域資源を有機的に連携させ、地域文化をふまえた物語性を付加して地域を丸ごと発信していくことの出来る取組みに、まさに女性起業らしさがあるといえるからである。

また、産地として競争力のない中山間地域において、女性起業の取組みが起爆剤となって、直販施設、レストランなど多様な業態を取り込みながら、より消費者に近づくことで生産から消費に至る6次産業化によるローカルフードシステムを構築してきている点は注目に値する。地産地消の推進のなかで、直売所、レストラン、加工所、交流施設を集積した小規模な拠点の形成や、さらに商工の関連施設が集積するメリットも見いだされている。このように「地域内発型アグリビジネス」として、地域に雇用の場を築き定着させ、地域資源を活用し、その素材を購入することによる地域への経済的効果は大きいものがあり、地域活性化の担い手として農山漁村女性は認知されてきている。

### 4 今後に向けて

消費者(地)主導型のフードシステムの下で、消費者のニーズと称するものに振り回されがちとなる。しかし、初心忘るべからずの精神で、この点を肝に銘じて、食の簡便化が進むなかで、食を通じて地域の文化を伝承していく食育の視点や、地域資源を生かしきり、地産地消を基本とするローカルフードシステム構築の取組みとなることが大切である。

地域農業担い手育成に向けた地域戦略組織において、JAはリーダーシップを発揮し、地域の多様な組織のコーディネーターとして、企画運営面へ女性起業家が参画できるよう、その登用を強力にバックアップされることを期待したい。

(あべ すみこ)