

農村集落における女性によるコミュニティ・ビジネス立ち上げの要点

丸山紗千代（滋賀県立大学大学院環境科学研究科博士前期課程）

尾形文彰（日本通運株式会社）

鵜飼修（滋賀県立大学全学共通教育推進機構）

1. 背景・論点と目的

近年、日本においては、少子高齢化と人口減少時代の到来、長引く不況などを背景に、新たな人的リソースの活用が重要視されている。そのリソースとして着目されているのが、高齢者と女性である。特に女性の社会進出は、家電の普及などによる家庭での負担の軽減や、男女雇用機会均等法による就業機会の増加などで広く社会に浸透してきた。地域において女性の活躍の場を如何に創出するかが、活力ある社会の創造には欠かすことができない。このような社会背景をふまえ、本稿では、農村における女性の社会進出に着目し、その活躍の場の形成について、特にコミュニティ・ビジネス（以下CB）の視点で論じる。

平成22年度に行われた、農林水産省の「農村女性による起業活動実態調査」¹⁾によると、農村における女性起業の数は全国で9,757件であり、平成9年の調査開始以来、年々増加している。しかし、この数値は、NPO法人の認証件数が4万件を超えたことを考えると、未だ発展途上にあると考えられる。これらの起業については先行研究がいくつかみられるが、それらは事例を通じた要素の分析にとどまり、統計的な指針を提示するには至っていない。本論では、最終的には統計的な指針を明らかにすることを目指す。本稿ではその前段階として、農村、女性というキーワードで起業を行うための要素をCBの視点を用いて整理する。

一方、起業において農村、女性というキーワードを用いるに際しては、我が国の農村集落の歴史を踏まえて考察する必要がある。従来から日本の農村では「男性優位、家中心」の考え方が存在しており、女性が経済力を持つことは困難であった。その展開として集落における女性の地位向上、生活改善がなされてきたことを踏まえる必要がある。栄沢（2007）²⁾は、そういった女性達の新たな一歩を踏み出すためのCBの有用性を指摘している。

CBは、日本における提唱者である細内（2009）³⁾によれば「地域が抱える問題に対して、地域に暮らす生活者が主体となり、地域の資源を用いてビジネスの形態で解決すること」と定義されている。すなわち、地域の生活者が地域資源を活用した事業であり、農村集落の女性をキーワードにこれを適用すれば、「地域の生活者である女性が、集落の地域資源を活用した事業を立ち上げる」ことになる。これを本論におけるCBの定義とし、こうしたCBを農村女性が如何に立ち上げることができるかについて、すでに立ち上がっている多くの事例の中からその要素を明らかにしていく。

細内はこのCBの事業化を図1のように示した。

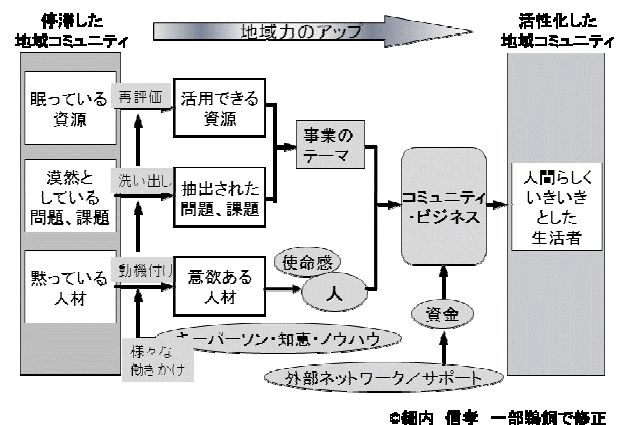


図1 コミュニティ・ビジネスの事業化フロー図

停滞した地域コミュニティから活性化した地域コミュニティに向けて、まず地域に眠っている資源や漠然としている問題、課題、黙っている人材に対して、キーパーソン・知恵・ノウハウが再評価、洗い出し、動機付けすることから事業の立ち上げが始まる。そしてそれらの働きかけで生まれた活用できる資源と抽出された問題、課題より事業のテーマが設定され、そのテーマに意欲ある人材が使命感を持ち取組み、さらに資金が投入されることでCBが生まれる。

しかし、このCBの事業化フローを“農村”“女性”をキーワードに当てはめ、フローをたどった場合、はたしてスムーズに展開することができるのであろうか。農村や女性というキーワードによる特徴的な点があるのではないだろうか。

例えば、農村の女性たちについては戦後まもなくの頃から農協婦人部や生活改善グループの活動が開始されていたことを考えても、農村女性によるCBの立ち上げには人材が複数人あるいはグループであることがポイントではないかと考えられる。また、於勢(2003)⁴⁾による、インドネシアと日本の農村女性による起業の比較では、人材の育成以外に施設の建設や融資システムによる支援の重要性が指摘されている。さらに、女性特有の立場として、家庭内においては家事・育児・老親介護等、女性の仕事は多岐にわたり、この状況で女性がCBを始めるには家族の理解が不可欠になることが予想される。このように農村における女性がCBを立ち上げる際には、細内のモデルにプラスαの要素が表れてくるものと推定される。

これらの点から、本稿は、農村における女性によるCB立ち上げについて、細内のモデルを基礎としながら、農村女性ならではの特徴的な要点を明らかにすることを目的とする。この要点を明らかにすることで、農村集落において女性による活力の創造に貢献することができるかと考える。

2. 研究方法

研究方法は、最初にCB、農村女性起業に関する先行研究・文献調査を整理し、先行研究での農村女性起業の立ち上げ手法の要点が、細内の提唱するCBにおいても当てはまるかどうかについて確認した。

続いて、女性が中心となってCBを行っている先進的な団体に対してヒアリング文献・調査を行い、細内の提示したCB事業化フローをベースとしながら農村女性の特徴を整理し、立ち上げ手法の要点を考察する。調査対象は農林水産省のホームページに記載されている「立ち上がる農村漁村」選定事例から①農村集落を拠点としている活動、②女性が中心となって生まれた活動、③事業的に成立している活動、④地域資源を活かしている活動の条件に当てはまる11事例とした。

3. 調査結果

調査対象事例は、いずれも地域資源を活かした直販か食品加工の事例である。「選定事例」であること

から、調査時にはどの活動も継続性が担保されている状況であった。ヒアリングは、「設立の経緯」「現在の活動状況」「その他」「課題と展望」を調査項目として行った。「設立の経緯」では「活動開始時のメンバー」、「開業資金について」「施設の建設について」の3点と、「現在の活動状況」では「運営経費」「売上」「従業員について」「こだわりについて」の4点、「その他」では「特殊事情」「苦勞したこと」を確認した。これらのヒアリングから、当該事業の「成功要因は何だったのか」について調査者で整理した。調査結果の一覧（一部）を表1に示す。

4. 考察・結論

調査結果より、農村女性によるCB立ち上げの要点は、以下の3点に整理される。

1点目は、調査結果の特徴として、携わる人間自身の「少ない初期投資」が挙げられる。ヒアリング対象者が挙げた成功要因においても、少ない初期投資を挙げたのは11事例中10事例であった。細内のCB事業化フロー図では資金の大小は記載されていないが、今回の調査からは農村女性による起業では資金が少ないことが要素と考えられる。事例では、活動する店舗は町の補助事業での建設や、市の補助金での什器備品の購入など、他者からの資金援助で立ち上げ環境を整備した事例が7事例、会員からの出資金と資金援助の両方で得た事例が2事例、空き店舗の活用と改装が1事例ずつであった。また、開業資金は村やJAから借りた事例が3事例、会員からの出資金と資金援助の両方で集めた事例が2事例、すべてメンバーで準備した事例が2事例、特に資金を集めなかった事例が3事例、オープン以前の売上を使用した事例が1事例であった。ビジネスを立ち上げるので当然ながら資金が必要となるところであるが、この点が地域に支えられるCB活動の特徴でもある。それに加えて、農村女性の場合は極力個人個人の負担を減らす工夫が必要となるのであろう。

2点目は、CB立ち上げの母体は、以前から地域で組織されていた女性グループが基礎となっているという点である。今回の調査では11事例中7事例が、現在の活動開始以前からなんらかのグループとして活動していた。たとえば苺倶楽部は、苺生産組合の女性部が昭和60年頃から苺をジャムやゼリーに加工しており、規格外の苺の活用方法から展開した。このように全て既存の女性グループがベースとなり事業が立ち上がっている。室屋(2011)⁵⁾の調査した2事例においてもJA女性部、農村婦人グループが基礎とな

っており、それぞれのグループのリーダーがその後の活動の代表を務めている。このことから、以前から地域で組織されていたグループは農村地域における女性によるCBの基礎となると考える。

3点目は、精神的な面での周囲の理解・支援が必要であるという点である。苦勞したこととして、農家の仕事と子育てとの両立や、男性からの反対が強かったという結果がみられた。また、成功要因として家族の理解を挙げている事例が11事例中5事例あった。論点で指摘したように、家庭を持つ女性にとって育児・家事等仕事は多岐にわたることから、その中で女性がCB立ち上げに携わるには、周囲の理解と支援が必要であることが確認された。

以上、本稿では、農村女性によるCB立ち上げの要点について、事例調査から考察を行った結果、特徴的な要点を見出すことができた。今後は、これらの要点について統計的な調査から裏付けをとると共に、

多様なケースに対応したモデルの提示を考察していく。

5. 参考文献

- 1) 農林水産省(2010): 農村女性による起業活動実態調査, http://www.maff.go.jp/j/keiei/kourei/danzyo/d_cyosa/woman_data5/pdf/22kigyuu2.pdf
- 2) 栄沢直子(2007): 女性のコミュニティ・ビジネス-地域活動への参加と有償化, サステナブル社会と公共政策(143), 223-263
- 3) 細内信孝(2009): コミュニティ・ビジネスのすべて, ぎょうせい
- 4) 於勢泰子(2003): 開発 農村女性の起業活動における行政の役割, 開発金融研究所報 (16), 67-91
- 5) 室屋有宏(2011): 農村女性起業の経営発展と課題, 農林金融(790), 2-19

表 1 農村女性による CB 先進事例調査結果 (一部)

団体名	森倶楽部	さんまぜ工房直販組合	明宝レディース	山岡のおばあちゃん市	あしたば	やくらい土産センターさんちゃん会	花巻農業協同組合	あやおり夢を咲かせる女性の会	森のそば屋	浅舞婦人漬物研究会	産直あぐり	
業務内容	ケーキ、ジャム等の加工・販売	農産物の直販、喫茶店	ケチャップ、加工品の生産・販売	農産物の販売、飲食店	農産物直売所、農産物加工・販売	農産物の直販	農産物の直販	農家レストラン	農家レストラン、産直販売店	漬物の加工・販売	農産物の直売、加工・販売、飲食店	
設立年	平成9年	平成9年	平成4年	平成7年	平成11年	平成6年	平成9年	平成6年	平成4年	昭和46年	平成9年	
年商	約8,000万円	約1,500万円	約1億5,000万円	約2億5,000万円	約4,000万円	約2億5,900万円	約8億4,000万円	約4,700万円	約1億円	約2億3,000万円	約3億6,300万円	
活動開始時のメンバー	専業主婦の女性部	農家の主婦	農家の主婦	町内の高齢者	JAの女性部	農家の主婦	JAの女性部	縦横地区の女性	高家卓範氏、高家章子氏	農協女性部、地域婦人会	地元の農家	
設立のきっかけ	町役場が規格外の母をジャムやゼリー、ケーキに加工して商品化をしてはどうかと提案した。	自分達では食べきれない野菜や農産物を売りたいと思った。	地域で行っていた「青空市」で売れ残った野菜の活用として、ケチャップの加工・販売に取り組んだ。	「高齢者の生きがいの場づくり」を目的に始まった朝市から活動の幅が広がった。	道の駅構想が行政から発表され、JA女性部の人たちが活躍の場として行政に要請した。	町によって温泉施設が造られ、温泉客にお土産を売る場、野菜を売る場があった。	JA女性部が家庭菜園運動を行っており、そこから無人販売、青空市に発展し、女性部員の要望から設立された。	縦横地区で整備事業が導入される際に女性の視点から地域を良くしたいという思いから行動を起こした。	美味いお蕎麦屋を作りたい、地域を良くしたいという思いから行動を起こした。	規格外の野菜を漬物に加工して販売することで、女性の働く場の提供、町の活性化につなげようとした。	町が水田の一部を果樹園へ転換し、直売所を作り、その運営を地元の農家達が引き受け、組合を作った。	
開業資金の調達方法	専業主婦の8人の内1人が代表、7人が連帯保証人になり、JAから借りた。	道の駅での新店舗オープン以前の「さんまぜ工房」での売上を使用した。	1000万円を村から借りた。	手づくりの店: 20万円を当時のメンバーで用意。道の駅: 町が指定管理料750万円ですべて「山岡のおばあちゃん市」に管理を委託。	資金は特に集めることはなく、売り上げで賄った。	資金を特に集めることはなかった。	JAが事業費を出した。	会員からの出資金を募り、50万円集めた。また、県から60万円、市から20万円の補助金をもらった。	自己負担	農協婦人部、地域の婦人会から出資金83万円を集め、町と農協から25万円ずつ助成金をもらった。	資金を特に集めることはなかった。	
店舗の建設	店舗は町が補助事業で建設し、年間70万円を貸借する形式を取っている。	市の補助金で購入	村が建設し、当時は1日に3,500円を使用料として支払っていた。	手づくりの店: 町内の空き店舗を利用。道の駅: 町が建設	行政が建設し、テナント料で支払った。	町が建設した。	JAが出した事業費で建設した。	出資金と補助金で建設した。	森のそば屋: 以前住んでいた自宅を改装した。みち草の驛: 高家氏の父母が経営していた商店の建物を改装した。	出資金、助成金で建設した。	町が建設した。	
苦勞したこと	・ケーキ作りと経営の勉強 ・農家の仕事や子育てとの両立 ・開業資金の調達	・今まで使ったことのない設備を使うこと ・商品=農作物の確保	・経営に関する知識がなかったこと ・資金調達	・経営に関する知識がなかったこと ・今まで使ったことのない設備を使うこと ・商品=農作物の確保	・経営に関する知識がなかったこと ・今まで使ったことのない設備を使うこと ・天然の山菜やキノコを商品にすること ・商品の表示や出荷者への指導	・生産者の間で農産物の質に差があったこと ・生産者が好きな値段で売れないと不満を持つこと	・繁忙期の勤務者確保	・周囲の人々の説得	・男性(配偶者)からの反対が強かったこと ・活動開始当初は商品の質が低く、なかなか売れなかったこと	・女性(配偶者)からの反対が強かったこと ・女性の会のメンバーの経験不足のため、クレームが多かったこと	・経営に関する知識がなかったこと ・女性の会のメンバーの経験不足のため、クレームが多かったこと	
成功要因	・少ない初期投資 ・グループ活動 ・付加価値 ・地域の特産物 ・競合店がない ・経営の経験者がいた ・生産する上での工夫 ・メディア	・少ない初期投資 ・隣接する施設の魅力 ・家族の理解 ・活動意欲	・少ない初期投資 ・グループ活動 ・家族の理解 ・地域の特産物 ・メディア	・少ない初期投資 ・女性のマネジメント ・働きやすい職場環境 ・その土地の人柄 ・ネーミング、印象 ・付加価値 ・生産する上での工夫	・少ない初期投資 ・グループ活動 ・家族の理解 ・活動意欲 ・家族の理解 ・商品の表示や出荷者への指導	・少ない初期投資 ・女性のマネジメント ・大きな施設内に立地 ・出張販売 ・家族の理解	・少ない初期投資 ・グループ活動 ・女性のマネジメント ・野菜の高騰 ・競合店がない ・商品の表示や出荷者への指導	・少ない初期投資 ・道の駅内に立地 ・地域づくり ・出張販売 ・メディア	・少ない初期投資 ・周囲へのアプローチ ・出張販売	・少ない初期投資 ・グループ活動 ・女性のマネジメント	・少ない初期投資 ・女性の会の存在	・少ない初期投資 ・女性の会の存在