

## 1. 序

### 1.1 研究の背景

総務省は5年ごとに「就業構造基本調査」を行っており、その統計データおよび概要はインターネットに公開されている。平成19年実施（平成20年公開 <http://www.stat.go.jp/data/shugyou/2007/index.htm>）された調査の「結果の概要」では、女性の起業に関する情報に割かれているページ数は、5ページと多い。このことから女性の起業という現象は、最近の社会状況からみた就業状況の変化の一つであることが伺える。

また2012年4月17日にNHKが放映したクローズアップ現代では「社会を変える“女性の起業”」が取り上げられた。そこでは、「経済の縮小・景気の後退。更に今後、生産人口の減少が進む中で、閉塞状況を打開する為の起爆剤として今注目されているのが、女性。特に、雇われるのではなく、自ら事業を起こし経営者となる、女性の『起業』に、世界中で大きな期待が集まっている。これまで結婚・出産・育児・介護などで仕事を続けられなかった女性たちが、自ら起業することで、自由に時間や働き方をコントロールして働き続けることができ、それによって内需が拡大され、経済や社会に大きな影響を与えると指摘されているのだ。顧客目線で新たなビジネスやイノベーションを生み出す商品・市場開発力。そして、戦力になりにくいとして敬遠され埋もれていた女性を積極的に雇う、雇用の創出。更には、硬直化した産業や企業の活性化など、様々なインパクトをもたらす女性起業家。その必要性と可能性を探る。」と、大いに女性起業家が持ち上げられている。

さらに農林水産省は、農山漁村における6次産業化（1次×2次×3次産業）を謳い文句に、新事業の創出のキーとして農村女性起業家の活動に熱い視線を注いでいる。

このように女性の起業という現象に対する注目が、近年とみに高まっているという社会的な背景がある。

### 1.2 研究の目的

ここでこの女性の起業に関して少し細かく見ていき、本研究の目的を述べよう。

先の「就業構造基本調査」によると、女性の起業希望者数及び新規開業者数は、図1.1のグラフに見られるように、すでに1982年から明らかな下降傾向を示していることが分かる。

一方、農村女性の起業に特化したデータとしては、農林水産省が2年ごとに実施する「農村女性による起業活動実態調査」がある。平成12年度からの統計データおよび概要も「就業構造基本調査」と同様にインターネットに公開

([http://www.maff.go.jp/j/keiei/kourei/danzyo/d\\_cyosa/woman\\_data5/](http://www.maff.go.jp/j/keiei/kourei/danzyo/d_cyosa/woman_data5/)) されている。

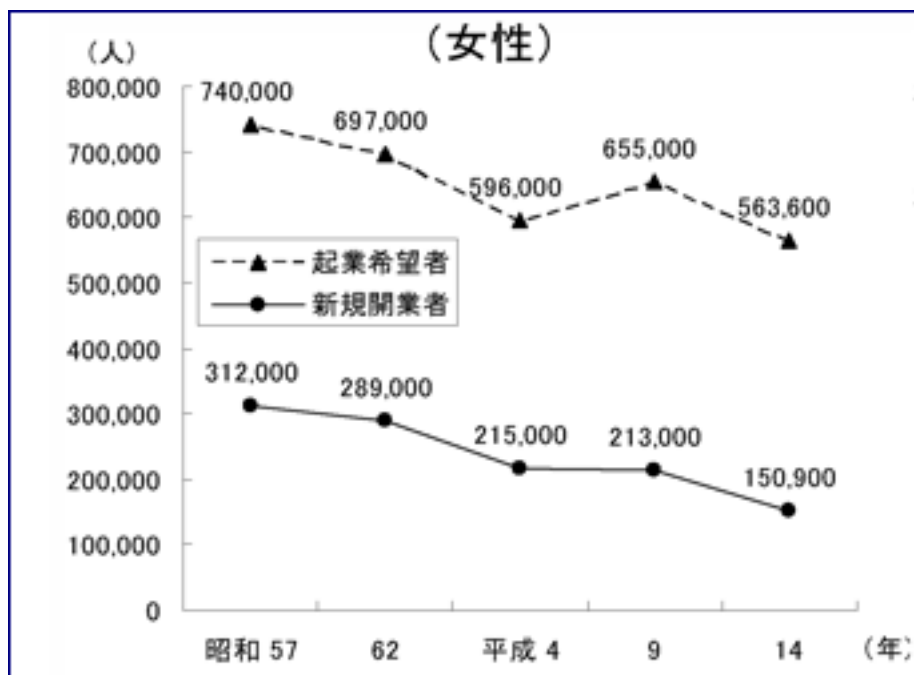


図 1.1 起業希望者数及び新規開業者数の推移

資料：総務省(2008)「就業構造基本調査」

2011年3月に実施された同調査によると、農村女性の起業数は2010年現在で9,757件となり、1997年の4,040件から2.4倍となった(図1.2)。

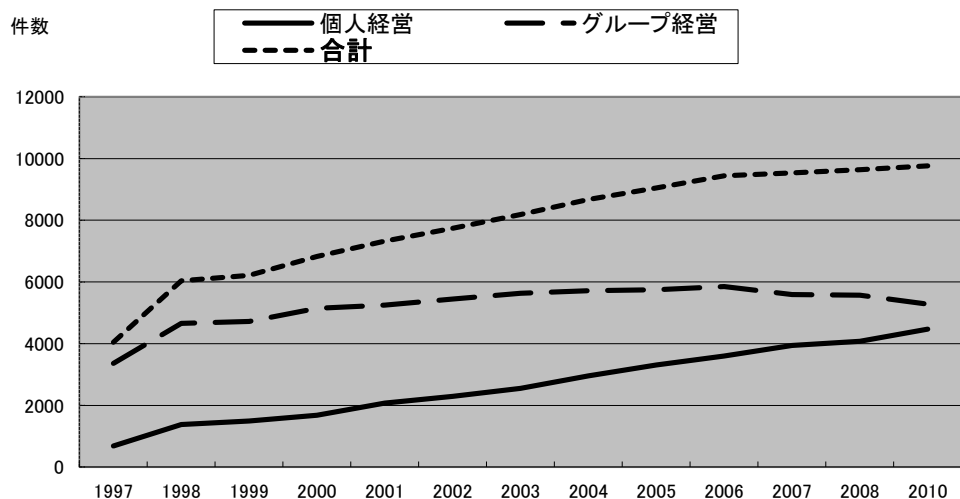


図1.2 農村女性起業数の内訳

資料：農林水産省(2011)「農村女性による起業活動実態調査」

女性全体の起業数の推移の傾向と異なって、農村女性の起業に焦点を合わせた場合、新規起業は依然として増加していることが分かる。

このような社会的な状況のもとで、我々の研究の目的は、農村女性の起業について

- (1) その起業活動実態を調査して、活動の実態について実証的分析を行う
- (2) 今後も農村女性起業家数が減少することなく増え続け、元気に活動するための支援として何が必要かについて考察する
- (3) 支援のための仕組みとして、農村女性起業家のためのホームページをプログラムする
- (4) アジアの農村女性起業家の実態についての情報を手に入れる

の諸点を明らかにすることである。

このような研究目的を有する本研究の第一の意義は、農村女性の事業継続のために、客観的かつ戦略的な方策をもたらすという点である。第二の意義は、本研究の調査の分析結果から得られた有益な情報を、起業女性の事業継続のために役立つ支援情報としてインターネットで公表することで、孤立しがちな女性起業家を様々な面から支援することが可能になるという点である。さらに、そのようにして起業およびその継続につながれば、廃業を防ぎ、働く場を増やすことにもなる。特に、昨今は、女性起業家のほとんどがインターネットを事業のツールとして活用しているという実態がある。このインターネットの活用をより実践的なものとして育てるといふ、第三の意義がある。

そして第四に、日本語版および英語版を持つホームページを制作することによって、既存の起業女性支援ネットワークをリンクするインターフェースとしても機能し、同じような悩みを持つ韓国やアジアの他の国々の女性を支援するというグローバルな意義がある。

### 1.3 報告書の構成

本報告書の構成は、以下の通りである。

まず次の第2章で関連研究のレビューを行う。農村女性の研究は、従来、民族学あるいは社会学の研究者達がフィールドワークを中心とした調査研究を行ってきた分野である。一方、起業家の研究は、経済学および経営学の分野を中心として、特に最近では社会起業家(Social Entrepreneurs)などに焦点を当てたものも増えている。また、農業については古くから農学の分野、特殊な産業として農業をみる農業経済学、女性については女性学あるいはジェンダー研究という比較的新しい分野において研究が進んでいる。その意味では、農村女性起業家に関する本研究は、社会学、経済学、ジェンダー研究などがクロスオーバーする学際的な分野に、調査によって得られたデータを統計的に分析し、地理情報学の側面からもアプローチすることによって有益な支援ツールを構築するという実践的なものである。第2章では、その位置づけを説明する。

続く第3章では、当研究の中心である、農村女性起業家のインタビュー調査およびアンケート調査について説明する。まず3.1では、北部九州において実施した4件のインタビュー調査について記述し、そこで得られた情報をもとに作成したアンケートについて3.2で紹介する。さらに3.3では実施したアンケート調査から得られた基本統計に関する結果について、そして3.4では得られたデータの統計分析結果について詳述し、農村女性起業家の総合的な特徴について論述する。

そして、第4章では、第3章で得られた結果をもとに、まず4.1で必要な支援について整理した上で、4.2でウェブサイト構築のコンセプトを紹介し、4.3で実際に制作した支援のモデルサイトのプログラミングについて解説する。

最後の第5章では、本研究の結論として、5.1で主要な成果を挙げ、5.2で今後の課題について述べる。今回の研究期間では韓国における情報の収集および調査について、十分に実施できなかったのが残念であるが、また機会を得て、農村女性起業家に向けて支援策の国際的な連携を模索していきたいと考えている。

## 2. 関連研究のレビュー

### 2.1 主要関連データのレビュー

農村女性起業家のデータソースとして言及されることの多いのは、先述の「農村女性による起業活動実態調査」である。

2011年3月に実施された「農村女性による起業活動実態調査」を俯瞰してみると、

- (1) 農村女性の起業数は9,757件となり、1997年の4,040件から2.4倍となった。
- (2) その起業活動（複数回答）の内容は、食品加工が75.2%、朝市などの流通・販売が59.7%を占めていて<sup>1</sup>、ほとんどの事業が地域の農産物を扱ったものである。

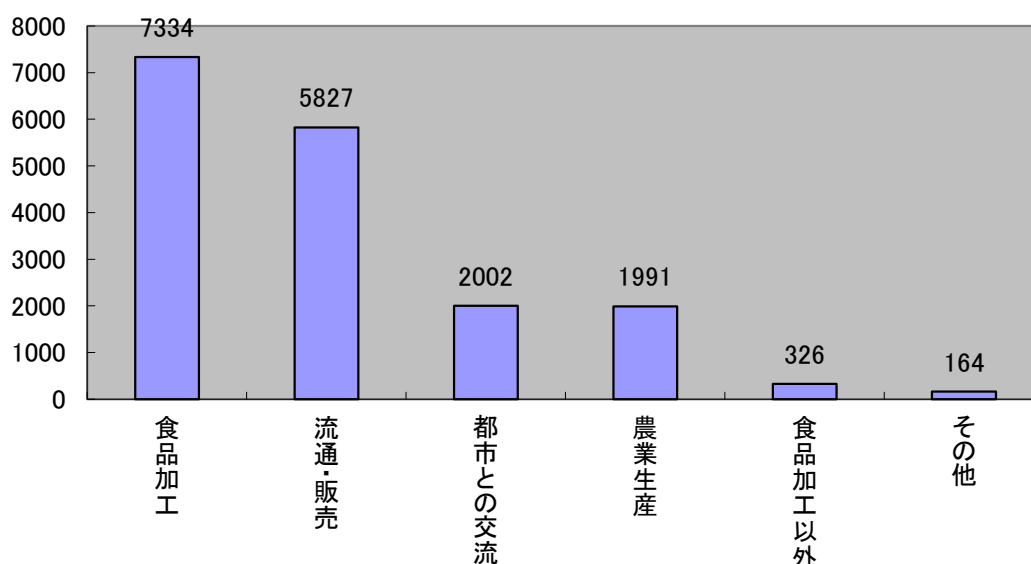


図 2.1 農村女性の起業活動内容(件数)

注： 「都市との交流」には体験農園・農場、農家民宿、農家レストラン、農産加工体験などが含まれる。

資料：「農村女性による起業活動実態調査の概要」2012年4月

(3) 法人形態をとっている経営体は全体の7%と少数で、その中では株式会社が26.9%、農事組合法人が22.2%を占めている。つまり93%が法人形態をとっていない事業である。その中では個人経営が45.8%、グループ経営が54.2%となっているが、グループ経営における構成員数は10人未満のグループが54.6%と過半数を占める。しかし、近年の傾向としては、個人経営の伸び率がグループ経営を上回っていることが挙げられる。

(4) 年間売上金額（図 2.2）は300万円未満が51.9%を占めていることからわかるように、規模が小さい零細事業が大半である。その一方、売上1,000万円以上は1,404件となり、前年よりもわずかではあるが、0.3%増加して14.4%となっている。

<sup>1</sup> 農林水産省経営局就農・女性課「農村女性による起業活動実態調査の概要」（2012年4月）

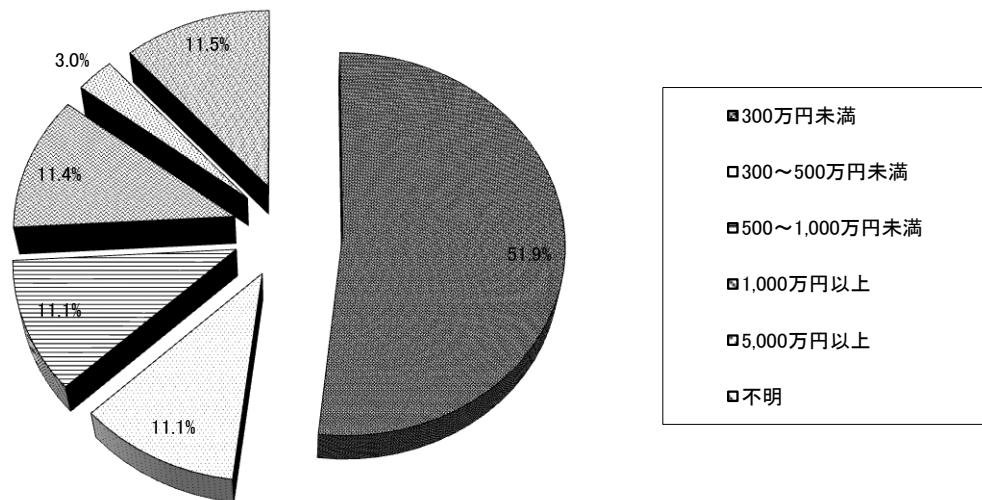


図 2.2 農村女性起業の年間売上規模

資料：「農村女性による起業活動実態調査の概要」2012年4月

## 2.2 関連研究のレビュー

靄理恵子(2007)によると、農村女性の研究は、民俗学の分野で明治期以降に多くの資料報告や論考の蓄積があり、女性たちがいかに重要な働き手であったかが、農作業や行商、日々の家庭生活のあらゆる場面の事象を通して詳細に語られてきた。まず挙げられるのが、農村調査から得られた事実をもとに、農村女性が抱える問題を家と村落とのかかわりの中で明らかにした丸岡秀子の『日本農村婦人問題』(1937年)である。また、1951年初版の柳田國男監修『民族学辞典』では「女の労働」という項目が設けられていて、農業が中心の時代において、民族学の分野でも女性の労働が重視されていたことが明らかである。

戦後発展した民族学では、歴史学の分野ではほとんど見えなかった女性の姿が、「虐げられた女性たち」として捉えられてはいたことは評価されるが、「農村婦人問題」としての視点は欠如していた。靄(2007)では、「農村婦人問題」とは、ムラや家の中で女性たちがかかえていた経済的・社会的・身体的・心理的な諸問題のことと定義している。具体的には、農村社会に特に根強く残る男尊女卑の思想や小規模家族経営による無償労働、家の嫁としてのさまざまな苦勞、農作業では一人前を期待され、その上に家事と子育てを担うことからくる過重労働、そのために教養・娯楽の時間が男性と比べて極端に少ないこと、などである。

一方、社会学の分野では、戦前から村落研究として資本主義の展開過程と農業および農村の変化を捉えていたが、1980年代後半から村落社会学者の間で農家女性を研究対象としたものが見られるようになった。最近では、家族経営協定<sup>2</sup>や女性の自立をイエやムラとの

<sup>2</sup> それまでの家族協定と異なり、家族経営協定は女性や若者の経営参画を前提とし、農業に従事する家族構成員が相互にかけがえのない対等な仲間として共同経営＝パートナーシップ型経営を行うことを目的とした。(川手督也(2006)『現代の家族経営協定』筑波書房)

関係で考察した研究なども出ている。この背景には、1975年の「国際婦人の10年」が女性の地位向上を模索する転機となり、行政による国内行動計画の策定などがある。農山漁村における女性もその対象とされ、1992年には『2001年に向けて—新しい農山漁村の女性』（「農山漁村の女性に関する中長期ビジョン懇談会」の報告書）が出され、地域における女性リーダーの育成事業が始まった。

このような行政からの施策推進を視点とする市田知子(2011)などの研究に対して、藤井和佐(2011)は、地域のリーダーとしての農村女性がどのように選ばれて育っていくのかに着目している。藤井(2011)は、生活改善グループや農協の女性部、農業士認定制度、女性の起業についてフィールドワークから考察し、女性リーダーたちはグループ活動やネットワーク活動を基盤に意思決定の場に参画するようになってきていると述べている。ここでは地域社会における「場」が、農村女性の活動支援のカギとなるのではないかと指摘されている。

そして、農学の分野からも、増加が顕著である農村女性の起業については注目されているが、西山未真(2009)は農村女性起業の今後の展開方向として社会的企業（ソーシャル・ビジネス）を提示している。また、澤野久美(2012)は、農村女性起業がどのように立ち上げられ、その継続性の確保のためにどのようなことが課題となり、どのような取り組みが行われているかについて考察すると同時に、農村女性問題と農村女性起業の意義に関する課題を検討している。

このように、様々な分野から農村女性起業に関する研究が行われているが、大きく分けると、第一に、農村女性の起業の特徴や取り組むことによる効果などを研究したもの、第二に、農村女性起業に関わる社会関係や社会構造に関する領域、そして第三に、社会的起業という視点から採り上げた研究が最近生まれている。

中道仁美(2011)も指摘するように、女性の認定農業者の要件として経営参画が求められるために家族経営協定がその証明として運用されてきたものの、高齢化する日本の農業で、女性が認定農業者となって自家農業に専念する農家は少なくなっている。そこで農村における女性政策の柱として注目されているのが、増加している女性起業家の支援である。女性起業の多くは、少しでも所得を増加させるために販売ルートに乗らない農林水産物の有効利用を図ったり、耕作放棄地で農業を始めて地域の農地を保全したり、子どもの食の安全や育った土地への理解をすすめるために給食用の食品加工を行ったり、何らかの社会的使命感を持って運営されている。このように、収入よりも社会に貢献する喜びを優先させている女性起業家たちが地域の活性化の重要な担い手となっているのである。

本調査研究でも採り上げるように、農家の女性たちは、季節ごとにさまざまな自家用農産物を生産し、それらの加工技術を工夫しながら学んできた。その技術を生かして商品化につなげたものも多く、共同で加工場を作り、意見交換しながら仲間活動を展開してきた<sup>3</sup>。また、産直市など女性による直売所の設営と運営を行ったり、農家民宿や農家レストランのように都市に住む人たちとの交流にも進出したりしている。これらの女性起業には生活改善グループの活動が基盤となっているものも多いようだが、生活改良普及員がいなくなった現在、このようなグループを支援していくことは農村地域活性化のカギとなる。

<sup>3</sup> 篠崎正美(2011)「農山漁村女性：農業女性」日本女性監視機構(JAWW)(2011年12月)『NGOレポート』

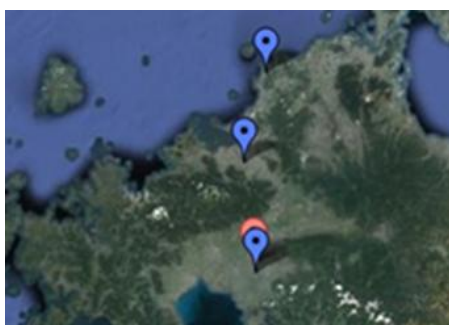
我々の行った本研究では第一に、農村の女性たちが、個人あるいは小さなグループで事業を始め、継続していく中で必要となるさまざまな支援について調査し、実際に求められている支援について検討する。第二に、自治体など既存の行政単位を越えた、目的や志向を中心とする結びつき、学び合い、励まし合いができるような支援サイトをインターネット上で構築することによって、今までにない形で支援する方法を開発する。そして第三に、収益よりも社会的に意味のある活動を行うことによって社会貢献している農村女性起業家たちを後押しすることにより、彼女たちも事業を継続するために十分な収入が得られるようにできれば、新しい社会起業家としてのモデルになる。それは、農村における支援が必要な途上国だけでなく、開発国においてもこれからの社会に必要なソーシャル・ビジネスになると考えられる。

### 3. 農村女性起業家のインタビュー・アンケート調査

#### 3.1 インタビュー調査

農村女性起業家がかかえる課題について調査するため、まず初めに、2011年7月28日から7月29日にかけて、北部九州地域において4軒の農村女性起業家を訪問し、インタビュー調査を実施した。事前に調査項目を列挙した調査書（付録1）を作成した上で、それぞれの職場にて2時間程度の聞き取りを行なった。以下が調査対象およびそのインタビュー調査の結果である。

##### 3.1.1 インタビュー調査対象と結果



- (1) 農産物利用組合 T.I.さん（相談役）  
農産物の販売・レストラン経営
- (2) 農業組合法人 S.O.さん（理事長）  
ぶなしめじ・アスパラガスの生産と販売
- (3) 農家レストラン F.M.さん（代表取締役社長）  
地元の食材を使ったレストラン
- (4) 農産物販売 T.S.さん（代表取締役）  
野菜・花・惣菜などの販売

図 3.1 北部九州地域の4軒

##### 3.1.2 インタビュー調査項目

付録1を参照のこと。

#### 3.2 アンケートの作成

インタビュー調査の次に、調査対象を拡大し、アンケート形式で全国の農村女性起業家を対象に、その直面する課題について統計的な実証分析を行うためのデータ収集を実施した。上記4軒のインタビュー調査の結果、事業内容の違いによる課題が存在する一方、農村女性起業家が事業を継続するときに直面する困難については、次のような要因が共通するのではないかと考えられた。これらの項目については、次のアンケート調査（設問3.3）の中に入れることによって、統計分析の対象とする。

- |      |              |
|------|--------------|
| 資金面： | (1) 資金繰り     |
|      | (2) 経理処理     |
|      | (3) 補助金の受託   |
|      | (4) 税金対策     |
| 人の面： | (5) 人員のやりくり  |
|      | (6) 従業員教育    |
|      | (7) 必要な資格の所得 |

- 販売促進： (8) 宣伝方法  
 (9) 集客方法  
 (10) 販売ルートの開拓  
 (11) 取引先の開拓  
 (12) 顧客の嗜好を知ること
- 経営管理： (13) 適正な販売規模を想定すること  
 (14) コンピュータの扱い  
 (15) 家族との関係

アンケート調査の大きな設問としては、次の5つを設けることとした。

- 設問1. 事業について（事業内容・事業開始時期・人数・報酬・売上・顧客開拓）  
 設問2. 事業を始めた時のこと（後押し・資金・経営ノウハウ）  
 設問3. 事業の目標と課題（重視すること・困難に思ったこと・必要な支援）  
 設問4. 今後の事業目標（これから取り組みたいこと・新規事業に必要なこと）  
 設問5. あなた自身について（年齢・家族・就業形態と就業時間・目的が達成できたか）

この中で、統計分析の主な対象となるのは設問3であり、ここでは「事業の中で何をどの程度重視しているか」について、次のAからNの14項目をそれぞれ重視の程度を4段階にして質問した（設問3.1）。

設問 3.1 事業の中で以下のことをどの程度重視していますか。項目ごとに程度を表す番号に○をつけてください。

	重視 しない	あまり 重視しない	やや 重視する	とても 重視する
A. 素材の新鮮さ	1-----	2-----	3-----	4-----
B. 値段の安さ	1-----	2-----	3-----	4-----
C. お客様とのふれあい	1-----	2-----	3-----	4-----
D. 減農薬・無添加	1-----	2-----	3-----	4-----
E. 地元生産品を扱う	1-----	2-----	3-----	4-----
F. 販売先は地元を主とする	1-----	2-----	3-----	4-----
G. 行政の指導	1-----	2-----	3-----	4-----
H. 従業員の笑顔	1-----	2-----	3-----	4-----
I. 家族の笑顔	1-----	2-----	3-----	4-----
J. 地域の活性化	1-----	2-----	3-----	4-----
K. 利益率	1-----	2-----	3-----	4-----
L. 技術の向上	1-----	2-----	3-----	4-----
M. 農業の活性化	1-----	2-----	3-----	4-----
N. 出資者への見返り	1-----	2-----	3-----	4-----

また、設問 3.4「こんな支援があったらいいなと思ったこと」を自由記述してもらおうこ

とで、求められている支援を具体的に探ることができれば良いと考えた。

### 3.3 アンケート調査の実施



アンケート調査の実施対象として使用したのは、社団法人農山漁村女性・生活活動支援協会（2006）発行の『農山漁村女性起業 400 選全国マップ』である。ここには、農林水産省の農業・農村男女共同参画チャレンジ総合推進事業の一環として、農林水産省経営局普及・女性課の指導のもとに農山漁村の女性たちの各部門にわたる起業事例が収集されている。掲載されているのは、下記の条件を満たすものとして各都道府県から推薦のあった優良事例 423 軒である。

図 3.2 農山漁村女性起業 400 選全国マップ

#### 3.3.1 対象となった事例の条件

- ① 農山漁村の女性が経営や運営に主体的・主体的に取り組んでいる起業事例
- ② 収入の多寡を問わないが、女性の名義で収入を得ている事例
- ③ 今後継続的に起業を行うことが見込まれる起業事例
- ④ 各都道府県内における先進的モデル事例
- ⑤ e-ビジネス等、特に今後の方向を示す新しい事例

#### 3.3.2 部門名

- ① 加工・販売 部門（農産物加工、乳製品加工、水産加工、菓子製造、手工芸販売、鉢花経営、直販、委託販売、地場産品販売、朝市・青空市等） 245 件
- ② 農村レストラン・農家民宿 部門（食堂、喫茶店、農家レストラン、漁家レストラン、農家民宿、漁業体験民宿等） 73 件
- ③ 体験施設 部門（観光農園、見学農園、郷土料理、伝統行事体験、農林水産体験等） 16 件
- ④ 上記部門を含む複数部門経営 部門 89 件

全 423 件の内、245 件(57.9%)が「加工・販売」部門に属している。

我々がアンケートを実施した母集団は、以上のように記述される農村女性起業家たちである。母集団として、

- (1) 活力のある起業家の実情と意見を知り、そこから今後の企業経営のあるべき方向に沿う支援を考えたい。
- (2) 全国的に分布したサンプルが得られるので、地域的な偏りのないデータが欲しい。

という我々の2つの大きな目的から観て、アンケート実施対象として有効であると考えた。

アンケートは2011年11月22日に423名の起業家あてに発送し、12月10日を一応の締め切りとした。遅れて到着した回答も含めて合計156通分をデータとして分析対象とした<sup>4</sup>。

最近の郵送によるアンケート調査の回収率は、10%台に落ち込んでいるという報告のある中で、今回の調査での回収率は36.9%であった。十分に統計分析に耐える値であると考ええる。

### 3.4 アンケート結果の基本統計

アンケートの設問は全部で28問あり、多岐に渡っている。ここでは、まずアンケート被験者である農村女性起業家のマクロ的な姿を、基本統計から見ていくことにしよう。

#### 3.4.1 被験者である農村女性起業家のパーソナルデータ

設問 5.1 「あなたの年齢をお答えください」

回答者の平均年齢は67.7歳である。

設問 5.2 「あなたは現在結婚していらっしゃいますか」

既婚者は155名で、未婚者（死別を含む）は1名である。

設問 5.6 「あなたの前職をお答えください」（複数回答あり）

回答は以下の表3.1のとおりである。

表 3.1 前職は？

	回答数	%
農家出身	42	27
農家主婦	58	37
会社・役所勤務	36	23
教員	5	3
団体職員	9	6
アルバイト	5	3

表3.1から、農家主婦の割合が一番多いことが分かる。農家出身と農家主婦の両方に回答しているケースも多いので、単純には合計できないものの、起業前から農家や農村と深いかわりのある生活環境にいる女性が半数以上を占めていることが分かる。

年齢的に若くなく、家庭の主婦であり、特に専門的な訓練経験のない、このような女性

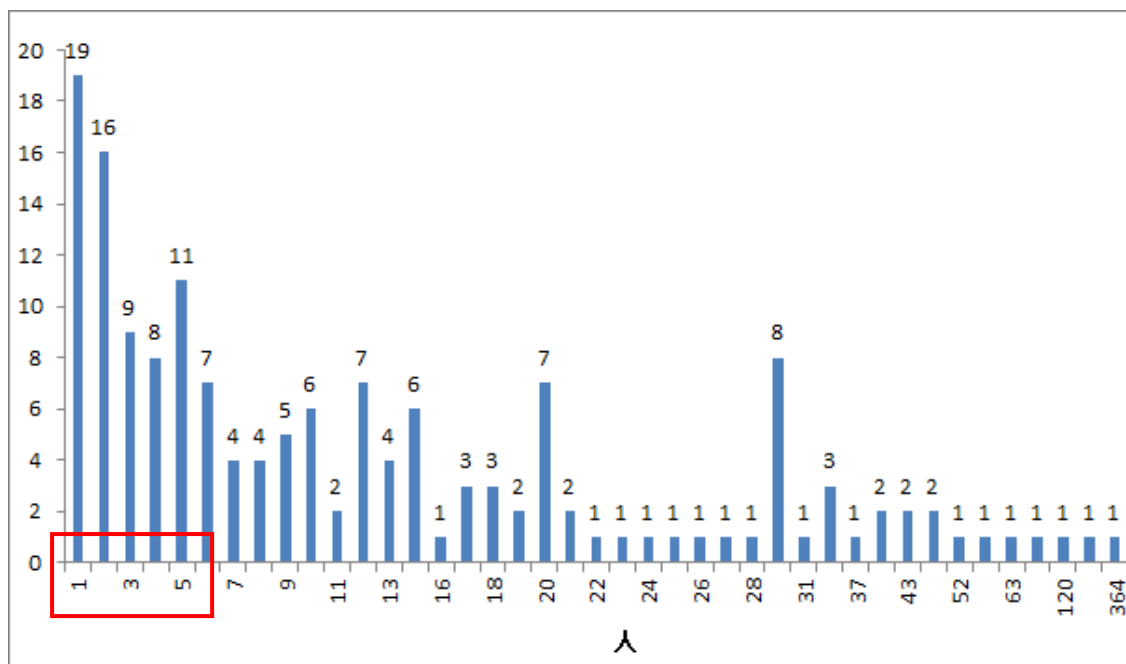
<sup>4</sup> アンケートを発送する直前の11月14日に農山漁村女性・生活活動支援協会主催の「平成23年度関東ブロック女性農業者リーダー研修」が東京で開催され、リーダー会議参加者・若手女性農業者の懇親会において、参加者に30部ほどアンケートを手渡しで配布したものも含む。

たちが起業に至ったと推察される。次は、その起業時の様子を見ていくことにしよう。

### 3.4.2 起業時の様子

設問 1.4 「起業時の人数は何人ですか」

集計した結果をヒストグラムに表したのが、図 3.3 である。



起業時の図 3.3 と比べると、全体的に働き手の数は平均化してきている様子が見てとれる。起業時は一人で始めた人も、仲間を見つけて規模を拡大してきたのであろう。また大勢で始めた回答者の場合も、起業時にみられたと大規模な会社は減り、働き手の数も平均化に向かっていように見受けられる。1名から5名が22%、6名から10名が24%である。合算すると、10名以内の規模の会社数は、46%にのぼっている。つまり、半数近くが従業員10名以下の小さな規模の事業ということになる。この値は、序章で述べた日本全国の近年の傾向とも呼応する結果である。ちなみに、働き手が20名を超える会社の数は14%に減少している。

何事でも始める時には、周囲の理解や応援があることが何よりの励みとなる。これは農村女性起業家にとっても同じ事であろう。では、起業時に彼女たちにはどんな後押しがあったのだろうか。表 3.2 が、その集計結果である。

表 3.2 「事業を始める後押しになったことは何ですか」（複数回答あり）

	回答数	%
行政のサポート	104	31.23
家族の勧め	19	5.71
指導者の勧め	44	13.21
<b>地域グループの意思</b>	52	<b>15.62</b>
<b>自分の意志</b>	75	<b>22.52</b>
収入のため	39	11.71

ここで興味深いのは、まず「自分の意志」と「地域グループの意思」を合わせると50%近い高い値を示している点である。さらに「収入のため」という回答の割合は11%と低い値である点である。そして「家族の勧め」は、5%台であり、一番回答者が少ないという点である。

起業という新しい行動を後押しするのは、自分の強い意志と志を同じにする仲間の存在こそ大切ということを表していると考えられる。

そして、そこにタイムリーな「行政のサポート」があつて初めて、あるいは「行政のサポート」というあまり乗り気でない家族を説得する材料も揃い、最初の一步が現実味を帯びてくるという構図を想像するのは、さほど難しいことではないだろう。

本人の意志があつて周囲の後押しがあつても、現実的一步踏み出すためには資金の調達がなくてはならない。資金はいかに調達されたのであろうか。それを次の設問の回答で見よう。

#### 設問 2.2 「事業開始のための資金はどのように調達しましたか」

下の表 3.3 が、この設問に対する回答の結果である。「自己資金」と「起業する仲間の資金」という回答を合わせると、その割合は、実に60%を超えている。

アンケート回答者が、仲間とともに起業を夢に抱いて、互いに長年コツコツと資金を貯めて、ある程度家庭での地位も安定した状況で、遂に起業にこぎつけた様子を物語るものであろう。問 2.1 の「事業を始める後押しになったことは何ですか」に「自分の意志」と回答した起業家の意志の実態は、すなわち、この回答の「自己資金」の存在なのではないだろうか。

表 3.3 「事業開始のための資金はどのように調達しましたか」

	回答数	%
<b>自己資金</b>	71	<b>31.00</b>
家族の出資	17	7.42
借入（ローン）	37	16.16
<b>起業する仲間の資金</b>	68	<b>29.69</b>
その他	36	15.72

### 3.4.3 起業後の様子

こうして起業した事業の、年間売上額をみてみよう。次の設問の回答で見てみよう。

設問 1.7 「最近の 1 年間の売上をお答えください」

本アンケートでは、①②③④のカテゴリーを設けて、回答してもらった。その結果が表 3.4 である。

表 3.4 「最近の 1 年間の売上をお答えください」

	回答数	%
<b>200 万円未満</b>	25	<b>15.34</b>
<b>200 万円以上 1 千万円未満</b>	52	<b>31.90</b>
1 千万円以上 1 億円未満	77	47.24
1 億円以上	9	5.52

近年の社会経済的状況下では、世帯あたりの年収 200 万円というラインは、その世帯がいわゆるワーキングプアあるいは困窮世帯と定義されるかどうかの境の額となっている。我々の得た回答では、年間売上がこの 200 万円以下の回答者は、全体のわずか 15%ほどである。

設問 5.2 の結果によると、このアンケート回答者は 1 名を除いて既婚女性であった。また設問 2.2 で「家族の勧め」とした回答者は 5%と少なかった。これらの点から、この起業から得られた売上は、回答者の世帯における主収入と考えるよりも副収入ととらえた方

が自然であろう。だとするならば、200万円以上が8割を超えるという状況は、十二分とは言えなくとも、かなり満足できる状況といえよう。

では次に、起業時の目的は達したと考えているかどうか、を次の設問で見てみよう。

設問 5.8 「仕事を始めた時の目的は、おおむね達成できていると思いますか」

結果は表 3.5 である。仕事を始めた時の目的が「おおむね達成できている」とした回答者は 80%近い値を示している。ここでは、むしろ「達成できていない」と回答した起業家の割合が 4%と極めて少ないことも注目すべき点であろう。

表 3.5 「仕事を始めた時の目的は、おおむね達成できていると思いますか」

	回答数	%
はい	120	75.95
いいえ	7	<b>4.43</b>
どちらともいえない	31	19.62

#### 3.4.4 基本統計から分かったこと

上記の基本統計から得られた農村女性起業家のマクロ的な姿をまとめると、以下のようになる。

- (1) 平均年齢は 60 代後半であること。
- (2) ほぼ全員が既婚女性であること。
- (3) 半数以上が、起業をする前から農家や農村と深いかわりのある生活環境にいる女性であり、会社・役所勤務・教員などの職業経験を有していないこと。
- (4) 1人で起業したケースも多かったが、起業から時間が経ち仲間も増え、5名から 10名という規模の事業数が半数を占めていること。
- (5) 起業時の資金として、ローンなどの借入金などよりは、6割近くが自己資金と仲間の資金を充てたと回答していること。
- (6) 年間売上は、1千万円以上 1億円未満という回答が全体の 5割近くを占めていること。
- (7) 8割近くが、起業時の目的が「おおむね達成できている」と回答していること。

#### 3.5 アンケート結果の統計分析

以上のような対象農村女性起業家のマクロ的な姿を念頭に置きつつ、この節では次の 3点について分析を行うことにする。

- (1) 農村女性起業家の総合的特徴を統計的に表す。
- (2) 農村女性起業家をグループ分けして類似性をみる。
- (3) 売上と起業目的達成感との相関関係をみる。

### 3.5.1 農村女性起業家の総合的特徴

ここでは、設問 3.1「事業を進める上で大切と考えていること」で取り上げた項目の内、特に興味ある次の 8 項目を分析対象とした。すなわち、

項目 ID	:	内容
B	:	値段の安さ
C	:	お客さまとのふれあい
D	:	減農薬・無添加
G	:	行政の指導
H	:	従業員の笑顔
I	:	家族の笑顔
K	:	利益率
N	:	出資者への見返り

である。

統計手法としては主成分分析（分散共分散行列 バリマックス回転）を用いて分析した。主成分分析を行うと、8つの項目は、

成分 1 = 係数 × 値段の安さ + 係数 × お客さまとのふれあい + 係数 × 減農薬・無添加 + 係数 × 行政の指導 + 係数 × 従業員の笑顔 + 係数 × 家族の笑顔 + 係数 × 利益率 + 係数 × 出資者への見返り

成分 2 = 係数 × 値段の安さ + 係数 × お客さまとのふれあい + 係数 × 減農薬・無添加 + 係数 × 行政の指導 + 係数 × 従業員の笑顔 + 係数 × 家族の笑顔 + 係数 × 利益率 + 係数 × 出資者への見返り

.....

という具合に、それぞれ 8 つの一次式で表される。

統計分析用ソフト SPSS を用いて分析を行ったその出力結果が、表 3.6 と表 3.7 である。

表 3.6 SPSS 分析結果 I

	再調整							
	成分							
	1	2	3	4	5	6	7	8
B	.039	-.035	.043	.108	.980	.093	.124	-.001
C	.969	.141	.100	.025	.041	.069	.022	.152
D	.064	.001	.016	.015	.090	.993	.015	.032
G	.024	.006	.107	.980	.108	.016	.121	.017
H	.159	.916	.104	.006	-.043	-.001	.105	.335
I	.185	.363	.059	.021	.000	.043	.157	.897
K	.101	.091	.966	.112	.044	.017	.174	.052
N	.024	.101	.185	.133	.137	.016	.949	.137

まず表 3.6 の数値を先の成分式に当てはめると、たとえば成分 1 は、

成分 1 = 0.039 × 値段の安さ + 0.969 × お客さまとのふれあい + 0.064 × 減農薬・無添加 + 0.024 × 行政の指導 + 0.159 × 従業員の笑顔 + 0.185 × 家族の笑顔 + 0.101 × 利益率 + 0.024 × 出資者への見返り

となっている。

表 3.7 SPSS 分析結果 II

説明された分散の合計

	成分	初期の固有値 <sup>a</sup>		
		合計	分散の %	累積 %
元データ	1	1.355	35.907	35.907
	2	.675	17.896	53.803
	3	.602	15.951	69.754
	4	.384	10.169	79.923
	5	.310	8.205	88.127
	6	.257	6.804	94.931
	7	.130	3.433	98.364
	8	.062	1.636	100.000

ここで係数の値に注目する。この数値はその値の大小が、その要因の寄与の多少を示している。従って成分 1 の式では、C の係数の 0.969 がもっとも大きい値であることから、もっとも寄与している項目は「お客さまとのふれあい」ということが分かる。

同様にして、各成分でもっとも説明力のある項目を探してゆくと、「従業員の笑顔」「利益率」「行政の指導」「値段の安さ」「減農薬・無添加」「出資者への見返り」「家族の笑顔」という順番であることが分かる。表 3.6 の赤枠の付いている値である。

次に表 3.7 に示されているデータの持っている情報量について考える。表 3.7 の 1 行目には、成分 1 の固有値が 1.355 で、データ全部の情報量の 35.907% の説明力を持っている、ということの意味している。4 列目には、各成分の分散%を累積した値が出ている。そこで、その累積%を見てゆくと、成分 4 までの値が 79.923 とある。このことから、成分 4 までで、全体の 79.923% についての説明がなされているということになる。

従って、この分析から、回答を寄せた農村女性起業家の総合的な特徴として、  
 (1) 事業を進めてゆく上で、「お客さまとのふれあい」をもっとも重要と考え、「従業員の笑顔」「利益率」「行政の指導」を、この順番で大切にしていること、  
 (2) この 4 項目によって、ほぼ 8 割の説明が可能であること、  
 が、統計的分析結果として得られた。

「お客さまとのふれあい」と「従業員の笑顔」を大切に考えているということは、我々の行ったインタビューからも予想されたことであった。しかし、この統計的分析によって、その大切にしている順番が「利益率」を上回っていたという結果が得られたことは、きわめて注目に値する。

### 3.5.2 農村女性起業家のグループ化

次に、3.5.1 で扱った同じ 8 項目を変数としたクラスター分析を用いて、農村女性起業家

のグループ分けを行い類似性を探してみた。

- 8項目は 項目 ID : 内容
- B : 値段の安さ
  - C : お客さまとのふれあい
  - D : 減農薬・無添加
  - G : 行政の指導
  - H : 従業員の笑顔
  - I : 家族の笑顔
  - K : 利益率
  - N : 出資者への見返り

である。クラスター分析の結果が、図 3.5 のデンドログラムである。

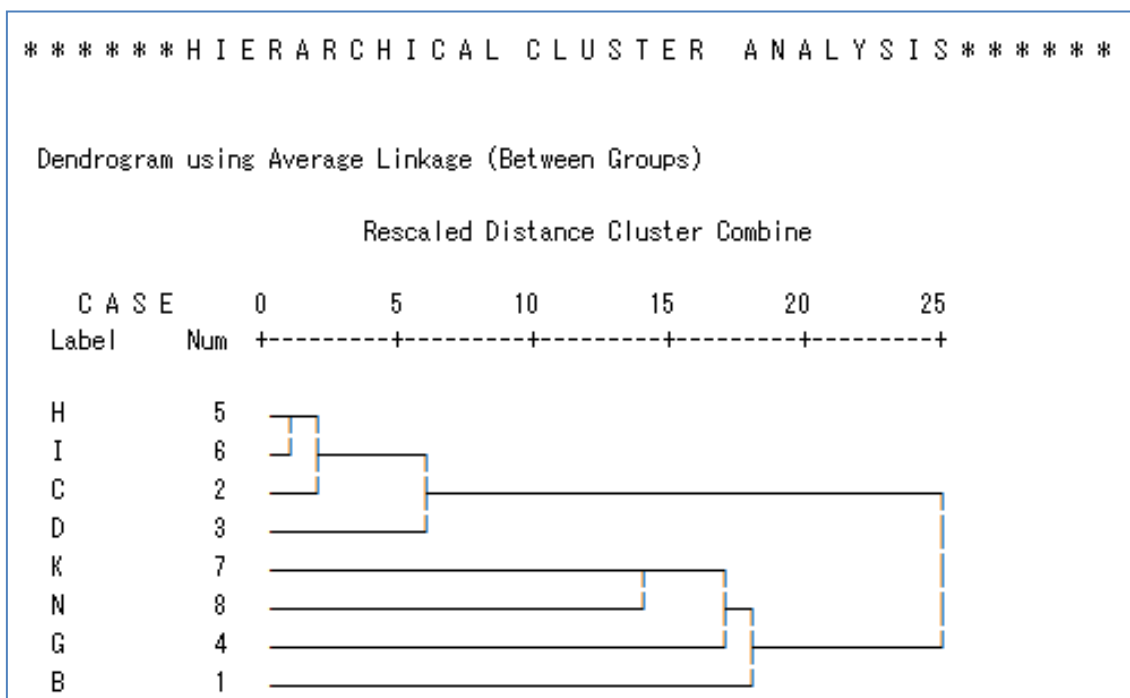


図 3.5 デンドログラム

この図 3.5 から分かるように、最終的に大きく 2 つのグループに分類された。まず、第一段階でグループになるのが「従業員の笑顔」と「家族の笑顔」。第二段階でそのグループに「お客さまとのふれあい」が加わる。そして次に「減農薬・無添加」が結びついて、一つの大きなグループであるクラスター 1 を形成している。一方「利益率」「出資者への見返り」「行政の指導」「値段の安さ」は順次結びついて、もう一方のグループであるクラスター 2 を形成している。

次に、この 2 つのクラスターをグラフで概観したのが、図 3.6 である。クラスター 1 が右側の楕円の中に含まれる青○で表現されている。このクラスターに属するデータ個数は 113 個である。一方、クラスター 2 が左側の大きな楕円に含まれる緑○で、このクラスター

一に属するデータ個数は24個である。各クラスターに属するデータ個数から、その構成の比率は、ほぼ5：1ということになる。つまり、82%の回答者は「従業員の笑顔」と「家族の笑顔」と「お客さまとのふれあい」と「減農薬・無添加」で結びついた第一グループの構成員ということになる。

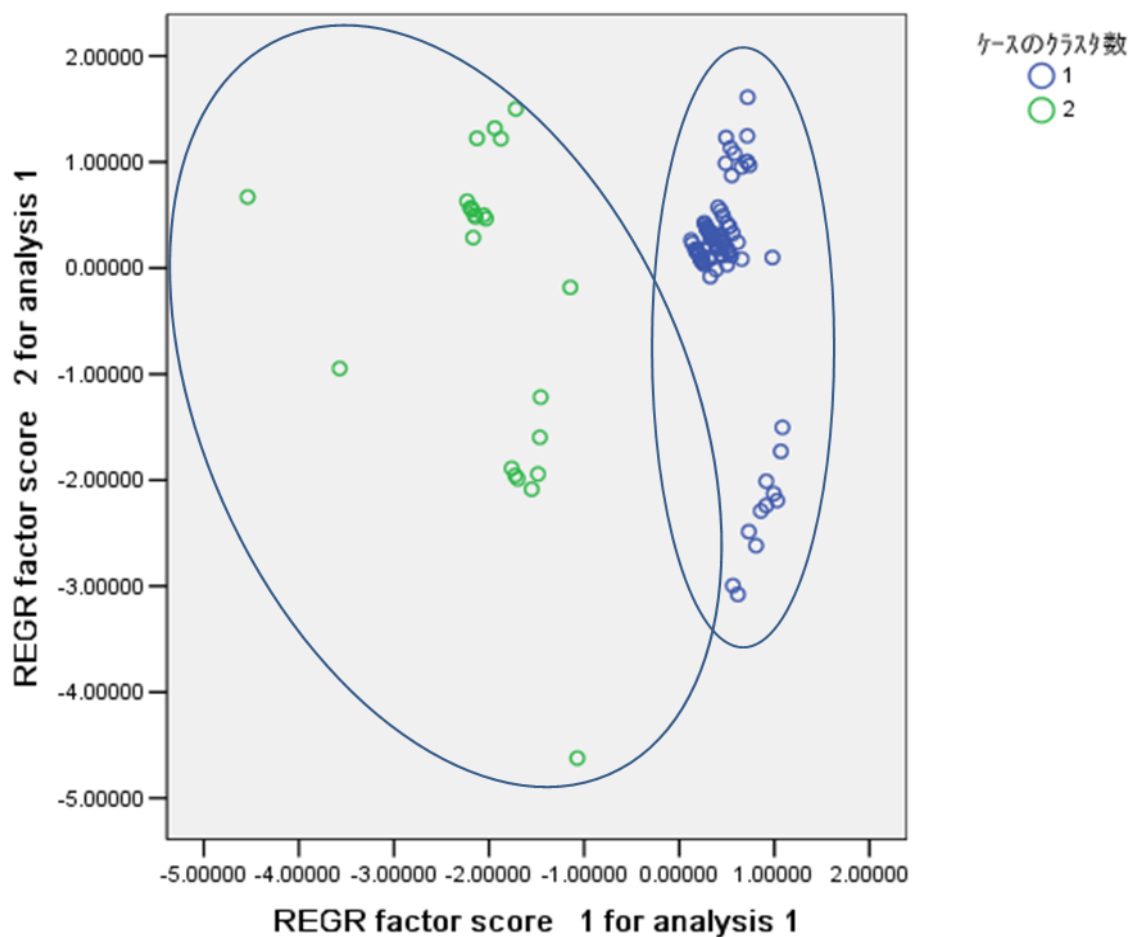


図 3.6 クラスタ分析

表 3.8 各クラスターのケース数

**各クラスターのケース数**

クラス	1	113.000
	2	24.000
有効		137.000
欠損値		28.000

### 3.5.3 売上と起業目的達成感との相関関係

3.5.1 で、「仕事を始めた時の目的は、おおむね達成できていると思いますか」という設

問 5.8 に対して「いいえ」と回答した割合は、5%未満であることが分かった。これに対して、設問 1.7「最近の1年間の売上をお答えください」に対する回答者の割合は表 3.4 の通りである。

そこで、ここではこの売上の4レベルと起業目的達成感の回答との間に、果たして相関関係があるかどうかを知るために、相関分析を行った。その結果が、表 3.9 である。

表 3.9

相関係数

			Lvl1234	@5.9 目的達成?
Kendallのタウb	Lvl1234	相関係数	1.000	-.133
		有意確率 (両側)	.	.071
		N	163	157
	@5.9 目的達成?	相関係数	-.133	1.000
		有意確率 (両側)	.071	.
		N	157	158
Spearmanのロー	Lvl1234	相関係数	1.000	-.145
		有意確率 (両側)	.	.071
		N	163	157
	@5.9 目的達成?	相関係数	-.145	1.000
		有意確率 (両側)	.071	.
		N	157	158

Kendall 係数および Spearman 係数を求めたが、表 3.9 にあるように、ともに係数の値は低く、有意な相関は見られないという結果を得た。回答者である農村女性起業家にとって、「売上の多少」は起業当初の目的を達成したかどうかの判断を行う際の材料ではないことが分かった。

### 3.5.4 統計分析から分かったこと

これら3つの分析から得られた主な結論をまとめると、以下の5点である。

- (1) 事業を進めていく上で、「お客さまとのふれあい」をもっとも重要と考え、「従業員の笑顔」「利益率」「行政の指導」を、この順番で大切にしていること。言い換えれば、「利益率」よりも「お客さまとのふれあい」と「従業員の笑顔」を重要視した活動を行っていること。
- (2) その活動について、上の4項目がほぼ8割近い説明力を持っていること。
- (3) 大きく2つのグループにクラスター化されたこと。グループ1は「従業員の笑顔」「家族の笑顔」「お客様さまとのふれあい」「減農薬・無添加」で強い結びつきを示したグループであり、もう一つのグループは、やや薄い結びつきではあるが、「利益率」「出資者への見返り」「行政の指導」「値段の安さ」で結びついたグループ2である。

- (4) さらに、8割以上の回答者がこのグループ1に属していること。
- (5) 売上と起業目的達成感との間には、相関は見られないこと。

この分析で得られたこれらの特徴は、いずれも最近話題にのぼることの多い社会起業家 (Social Entrepreneurs) の特徴そのものと言えよう。第2章の関連研究のレビューにおいて述べたように、この農村女性起業家の社会起業家と重なり合う側面については、すでに靄 (2007) や中道 (2011) 等も指摘しているところである。しかしながら、それらは単なる指摘にとどまっており、実証的に論述されてはいない。我々の研究は、北部九州で活動する4名の起業家へのインタビューから始まったまったく別の研究ではあったが、はからずも、靄 (2007) や中道 (2011) 等と同じ結論にたどり着いたようである。

本研究は、この農村女性起業家の社会起業家としての特徴について初めて実証的な分析を行い、農村女性起業家が社会起業家としての性格を有することを論証した試みである。

## 4. 支援ホームページの構築

### 4.1 必要な支援

アンケート調査の主要な問いである設問 3.3「仕事をしていく中で困難に思ったことは何ですか」（複数回答あり）の回答結果は、次の通りである（図 4.1）。ここでは、一般的な事業経営の中で生じる課題の中で、その順位が示されているが、最も回答の多いのが「人員のやりくり」となっている。これは、季節により農産物の収穫が一時期に集中したり、客が増えたりすることからくる問題であると思われ、農業特有の繁忙期が反映されているものであろう。特に小規模な事業所の場合には、人集めもなかなか思うようにならないことからの回答と考えられる。

2番目に困難となっているのが「販売ルートの開拓」、3番目が「集客方法」、4番目が「従業員教育」である。これらは他の産業でも一般に存在する経営課題であるが、支援の対象に含める。

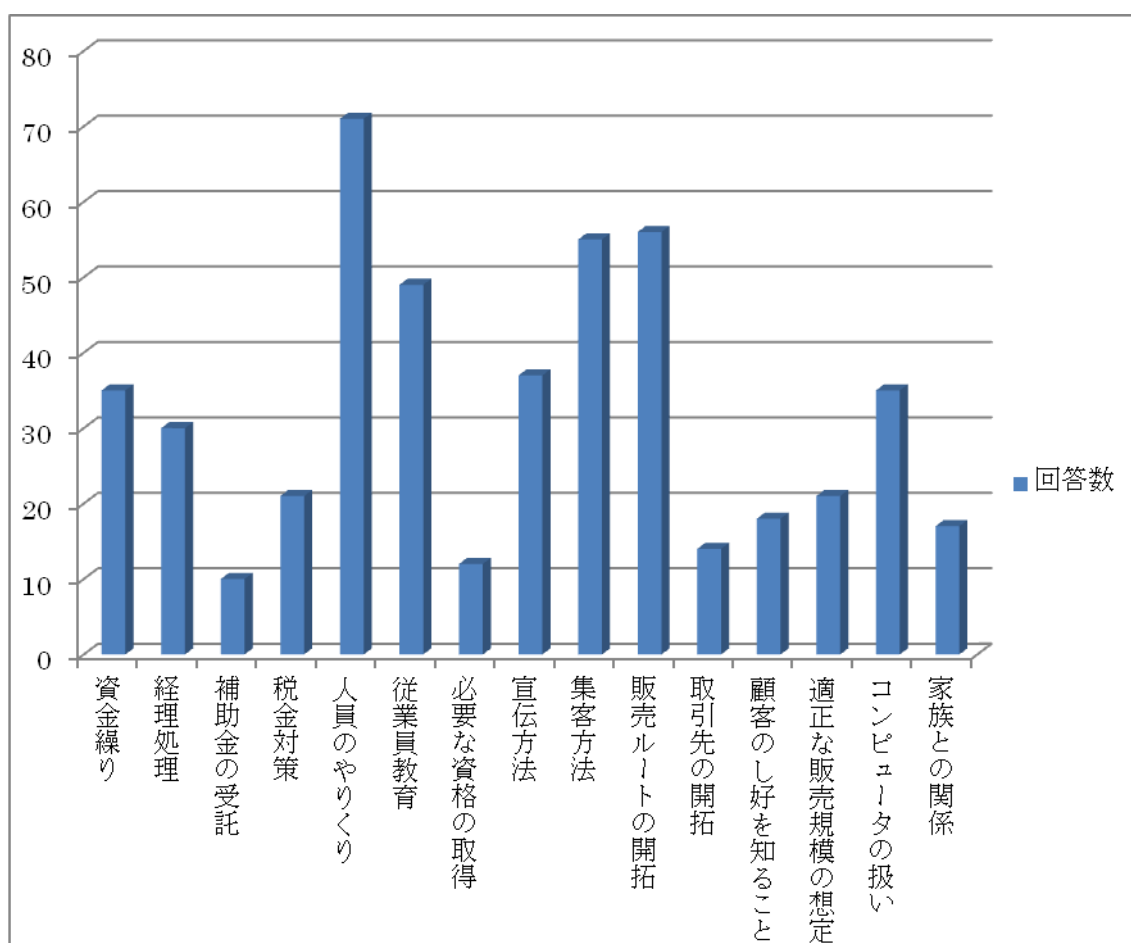


図 4.1 困難と感じたこと

次に、設問 3.4「こんな支援があったらいいなと思ったことを、自由に書いてください」

の記述をまとめた。様々な回答があったが、大きく次の項目に分類し、解決方法の選択肢を挙げた（表 4.1）。

- ① 指導・育成・研修
- ② 経営ノウハウ
- ③ ネットワーク
- ④ 集客・マーケティング
- ⑤ 新商品開発
- ⑥ 加工用の材料・機械の導入
- ⑦ 後継者・雇用
- ⑧ 補助金・貸付

農業への支援は農林水産省をはじめ県、市町村においても数多く実施されてきたが、1990年代からは男女共同参画社会の旗印のもと、女性農業者に対する支援も様々な形で行われている。ただ、これらの支援が小規模な女性起業家たちには届きにくく、利用しにくいという状況があるのではないと思われる。地域のリーダーから必要な情報を得たり、講習会に出向いたり、仲間を探したりするのは、時間がかかるもので、農作業の上に家事や育児を担う女性たちには高いハードルとなっている。若手女性農業者の交流会でも「このような会に出られるのは、主催者が役所だから」とか「時間がないので仲間づくりができない」「講習会に出たいけれども家庭の事情で出にくい」などの声が多く出ていた。

そこで考えられるのが、支援ウェブサイトの構築である。インターネットを介して様々な情報を得ることはパソコンなどがあれば誰でも簡単にできるが、支援サイトは多数あり、自分が求めているアドバイスをすぐに見つけることはなかなか難しい。その中では、全国担い手育成総合支援協議会が作成した「担い手のための施策活用ハンドブックー逆引きマニュアル」は、わかりやすくアドバイスが得られるように工夫されていた<sup>5</sup>。このような「求めている支援」から探すことのできるサイトを農村女性起業家のために構築することができれば、簡単に、短時間で必要な情報にアクセスすることが可能となる。

情報と共に求められるのが、いっしょに事業を行う仲間である。澤野(2012)では女性たちの社会参画へのプロセスとして、生活改善実行グループ、JA女性部を母体とするものに加えて、ネットワークを利用した個人経営の展開を示している。ここでのネットワークは、近所のグループ、趣味の会や商工会などの集まりのことを指している。このような仲間づくりが難しい場合には、インターネット上で、自分の周りの地域で同じような考えを持っている人を見つければ、仲間づくりができる。

---

<sup>5</sup> 全国担い手育成総合支援協議会「担い手のための施策活用ハンドブックー逆引きマニュアル」は、平成21年度版が最後となっている。

表4.1 求められる支援の分類－アンケートの自由記述より

<分類>	<内容>	<解決方法>
A. 指導・育成・研修	・指導も決められた日時ではなく、こちらまで求めるものを出張して指導して欲しい	農業指導員に相談
	・人材育成の応援(3年間位)、家族含む	講習会参加
	・ソムリエの資格を取りたいけれど、講習の場所までが遠い	講習会参加
	・加工の技術の指導	講習会参加
	・男女平等を推進する支援(男性や年輩の方への教育)	講習会参加
	・必要な資格の習得情報(直売所運営に関して)	講習会参加
	・若い農家女性を応援する支援がもっと必要	ネットワーク参加
	・社員教育・従業員研修等の支援があれば良い。例えば海外への研修費など	奨学金の検索
	・地域活性化を支援する方法	講習会参加
	・組合員が高齢化している上に地域に産直組織が増加し、二重三重に加入している組合員が増え、商品が減少傾向。組合員の意識を自覚してもらえるような指導が欲しい	販売ルートの開拓へ
	・いろいろな勉強会	講習会の検索
	・教育(経営、従業員への具体的な研修、心理学他)に関する経費を個人でやる限界を感じてきましたが、そこが一番重要なので行政にはそこだけを支援して欲しいと思っています	講習参加
	B. 経営ノウハウ	・食品、農産物に対する新しい法律の説明、個人的に欲しい
・もっとたくさんの種類の資格が取れたらいいと思う		講習参加
・経営について一年間指導に入って欲しい		コンサルタント相談
・加工品の販売にふさわしい包装方法、材料などの指導をしてくれる人がいたら助かる		講習会・学校連携
・男性の経営ノウハウ、技術、力仕事の必要性を感じる		講習会参加
・経営のことについて		講習会参加
・経営に関する勉強や経営サポート		講習会参加
・引っぱってゆく人		講習会参加
・田舎のおばさんのグループです、情報がほしい		情報の検索
・米価が下落する中で、今後事業が続けていけ、又地元のパートさん達の笑顔で働く場を守っていける様な農業経営に対する支援		講習会参加
C. ネットワーク	・客からの苦情処理	農業指導員に相談
	・急に客が多く大変な思いを当番がする事があるので、どのようにすれば客の流れをスムーズに出来るか、今考えている	ネットワーク参加相談
	・若い人の会	ネットワークの検索
	・企業家同志の交流・学習会等が1年に1回でも定期的に行われたらと思う	ネットワークの検索
	・自分自身の時間が欲しかった。起業するについての業界の知識が全くなかったのでアドバイスしてくれる人が欲しかった。今から20年前は女性起業についての理解者も少なかった。	ネットワークの検索
	・農業の内容(特に生産)をほとんど知らない都市生活者の方のこだわりが年々異常な規制につながってきている様に思う。ラベル表示も必要最小限に正しい標示でよしとしていただける様な相互理解の出来る場があればいい。	ネットワーク参加
・ツーリズムの仲間が集う会には積極的に参加して情報をキャッチ又交流を深めている	ネットワーク参加	

D.集客・マーケティング	・地域外のお客様と地域のお客様のバランスをうまくするにはどうすれば良いのかの行政指導があればよい	農業指導員に相談
	・売れる店のアドバイザー支援	ネットワークに参加
	・観光人口の減少化	ネットワークに参加
	・農産物等地元で取れたものを地域の広報紙等で定期的にPRなどできるとよい	地域との連携
	・パソコンでのチラシ作りやポップや案内状などの作成、写真を取り込んだものなどの教えてくれる人材の派遣	学生の紹介へ
	・販売の方法	ネットワークに参加
	・現在食に関しては注目されているが工芸関係にはもっと宣伝なり後押し(行政からも)があるといいと思う	地域との連携
	・販売ルートが毎日あればよい	地域との連携
	・商品を作ることはできてもその後の商品のラベル・広告のちらしなどが作れない	学生の紹介へ
	・資金やアイデア	ネットワークに参加
E.新商品開発	・ブログの作り方もわからず、毎日を日々働くだけです	学生の紹介へ
	・販売先	地域との連携
F.加工用の材料・機械の導入	・新商品開発支援等あれば農産物の加工品目が広がり地域活性化にも繋がる	講習会参加
	・新商品の開発のアイデア情報が欲しい	ネットワークに参加
	・加工品は全部手づくりですから機械があつたらいいなと思います。自然にこだわっています	農業指導員に相談
	・材料の調達も大変な事の1つです	農業指導員に相談
	・菓子加工ですが16年が過ぎオーブン、真空機、せんべい焼き機等高額なため、買い替える事が出来ない。現状では、修理が部品等の為長かかる仕事がおいつかない	農業指導員に相談
	・建物が古くなり色々な物に支援が欲しい	農業指導員に相談
	・農家の売れ残りの活用で加工施設が有ったら良いと思う	ネットワークで共同化
	・材料の配達があるといいと思う	地域情報の検索
	・3月11日の東日本大震災で使用していた器具等、建物が破損してしまい思うようにできない。器具を買い直したり、建物を修理し元の状態にしたいのですが資金がない状態です(自宅等の修理にお金がかかります)私のような加工者(農産加工者)に支援する制度はないのか?(福島県内でも頭の中に入れてもらえない村・町があるのではないか)	地域の支援情報検索
	G.後継者・雇用	・若い後継者が欲しい
・適正な労働時間・日数を確保するための何らかの支援		人員の派遣
・後継者育成		就農支援へ問い合わせ
・従業員が皆高齢のため跡継ぎがほしい		就農支援へ問い合わせ
・年と共に足腰が痛んで来ています。健康で続けられますよう願います		
・老後がとつても心配		農業者年金の検索へ
・ヘルパー制度のようなもの		人員の派遣
・一人で無理な時手を貸してくれる仲間、人手ボランティアなど人数確保、応援隊みたいなグループ作りがもっと職種に関係なく作れたらいい(仲間作り)		人員の派遣
・ブログ等でこのファームを知り手伝いできる方募集中です	就農支援へ問い合わせ	

H.補助金・貸付	・補助金の受託をうまく利用している人は得をしすぎていている気がする	地域の支援事業検索
	・自己資金で頑張っている人にもなにか応援も欲しい	地域の支援事業検索
	・0金利での借入、無担保借入	地域の支援事業検索
	・新商品開発による機械調達資金	地域の支援事業検索
	・何かをする場合での補助金が欲しい	地域の支援事業検索
	・タイムリーな補助制度	地域の支援事業検索
	・研修や出張販売に行くのに交通費の支援があると助かる	地域の支援事業検索
	・夫がこの仕事を好きでなく仕事に出ています。でも夫名義の経営になっているので金銭の貸借等全く自由にならず、現在資材の購入等に本当に困っています	地域の支援事業検索
	・資金面ですが、夏の暑さ対策にクーラーが欲しいのですがなかなか資金がなく設置できない状態です	地域の支援事業検索
	・国県、市町村の補助事業がなければ事業がしにくい	ネットワーク参加
	・会は行政、地元全部無関係で女性ばかりの有志で立ち上げたものです。したがって資金なしでできました。こうした頑張っている起業に対して出る支援があったらいいと思います(どんな支援でもいい) 現物及び補助金等	地域の支援事業検索
	・農家のために補助金などがあったらいいなと思います	地域の支援事業検索
・高齢者の集まりですので個人出資がだんだん困難になって来たのでいい補助が欲しいです(ちなみに給食数1000食)	人員の派遣	
・補助金の使用	地域の支援事業検索	
・大規模農家への支援と同じような支援を小規模農家へもお願い致します	地域の支援事業検索	
・福島支援イベントに出る資金、書類が大変	地域の支援事業検索	

特に、この自分の周りの地域を考えると、本研究では、支援の空間的な広がりを行政区画である市町村単位を超えた地理空間的な広がりでもとらえることが大切な視点である、と考えた。従来からの、また現在も提供されているさまざまな支援の多くは、農政行政の単位である市町村の境界で分断されていると言っても過言ではない。先に述べた行政や農協を主体とする支援の届きにくさの一因がこの点に寄与しているとも考えられよう。

農村女性起業家にとって、行政の境界にとらわれない地理的な近隣に、同じ問題を抱えた仲間や指導者や販売先を見出すことは、重要であり、かつまた現実的なことではないかと考える。

## 4.2 ホームページのコcept

4.1 で得られた知見に基づいて、この 4.2 と続く 4.3 で「農村女性起業家のためのホームページ」を提案する。なお、この報告書では、北部九州地区、特にインタビュー訪問先である三潁郡大木町をモデルとして表示している。

このホームページ構築のコンセプトは、表 4.1 必要な支援での論述をもとに、

- (ア) 求めている支援から、簡単に主要な情報へたどり着くことのできるページ
  - (イ) 地理的な近隣に、仲間を見つけることのできるページ
  - (ウ) 全国規模で、先輩起業家を見つけることのできるページ
- とした。

#### 4.2.1 ホームページの構成

Top ページは図 4.2 であり、このページから3つのページにリンクが張られている。1つ目は「支援情報を知る！リンク集」で、2つ目は「ここにいます！あなたの近所の仲間たち」で、そして3つ目は「先輩起業家に学ぶ！全国 Google マップ版」である。

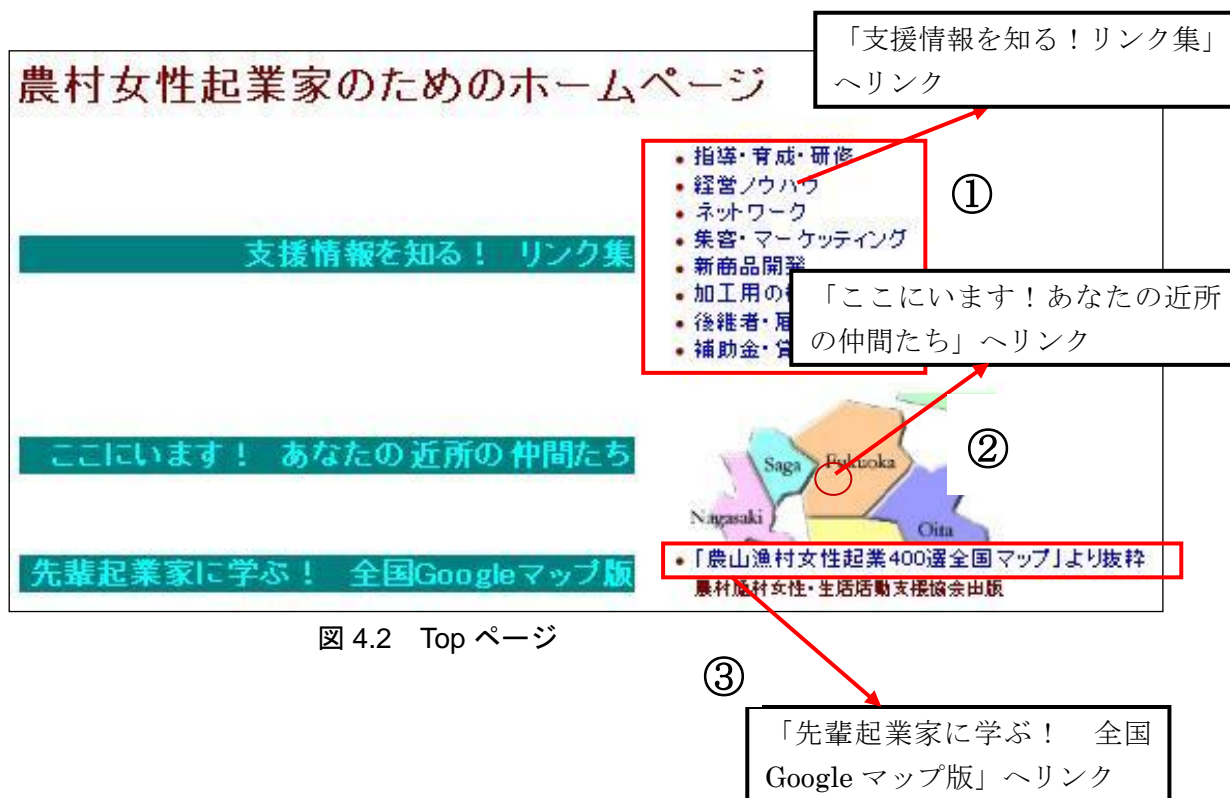


図 4.2 Top ページ

#### 4.2.2 「支援情報を知る！リンク集」のページ

1つ目のリンク先のページは「支援情報を知る！リンク集」で、図 4.3 である。このページでは、上の赤枠①の中の8つの支援カテゴリーのいずれか一つを選択してクリックすると、リンク集のページ（図 4.4）に飛ぶように作られている。

飛んだ先のリンク集のページは、各カテゴリー別に具体的な支援内容が左側に配され、右には優良サイトが並んだ構成になっている。図 4.4 である。

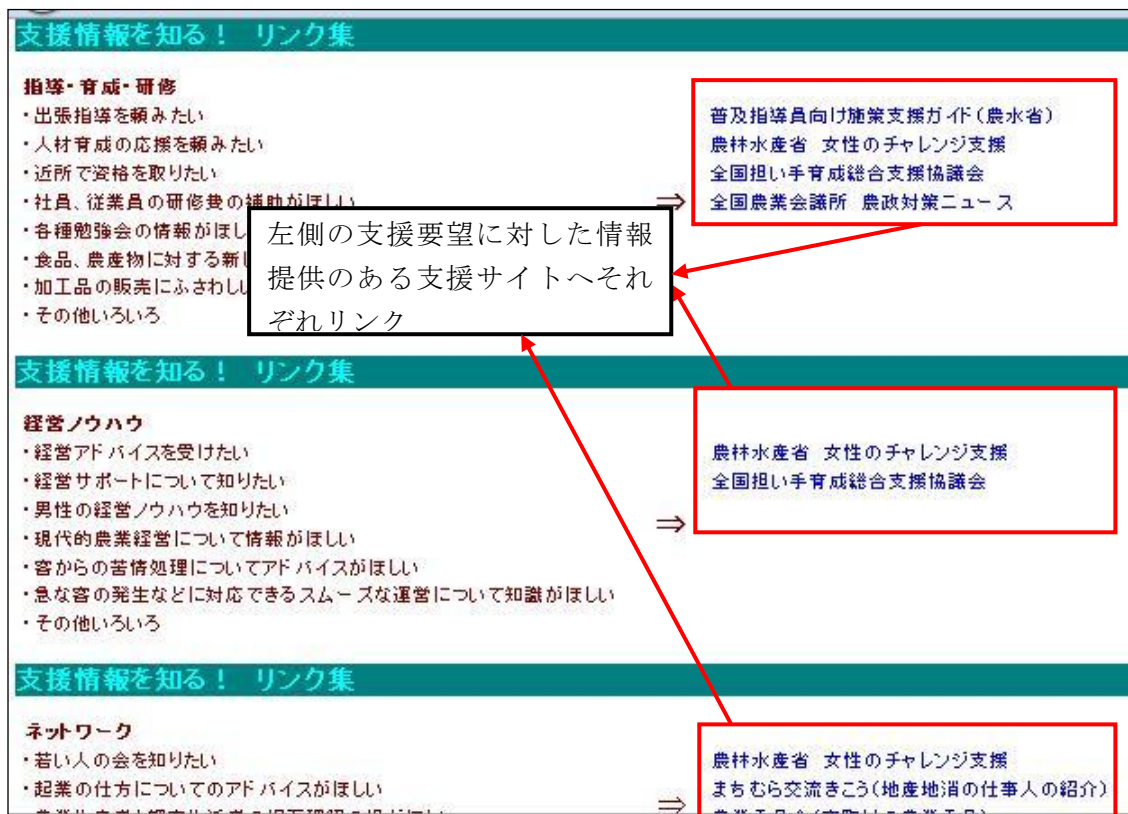


図 4.3 「支援情報を知る！リンク集」

#### 4.2.3 「ここにいます！あなたの近所の仲間たち」のページ

2つ目のリンク先のページは「ここにいます！あなたの近所の仲間たち」で、図 4.4 である。図 4.2 の②にあるように、北部九州図の上をクリックすると、この2つ目のページに飛ぶことができる。

このページは、自分の居場所の近くで起業している友人や仲間を見つけやすいように、GoogleMaps JavaScript API V3 を用いてプログラムが組まれている。地図上の自分の位置をプロットすることで、そこを基盤に近所の起業家や関連施設が表示される。ここで近所としてプログラム化した空間は、クリックした位置から前後左右ほぼ 30 kmの四角形の地理的な広がりである。このページを使うことで、市町村あるいは県等の行政の境には関係なく、地理的な近所に、志を同じにする女性起業家や、相談できる仲間を発見することが可能となる。

操作の手順は以下のようなものである。

Top ページからリンクして、まず Google Map が開く。図 4.4 である。

### ここにいます！ あなたの近所の仲間たち

- あなたの現在地を探してその場所をクリックしましょう → 現在地マーカー🏠が表示されます
- 表示されたマーカーの上でクリックしましょう → ご近所の仲間たちが表示されます
- 表示されたマーカーの上でクリックすると → 仲間の情報ウィンドウが開きます
- 仲間のマーカーの上をダブルクリックすると → 会いにゆくためのルートが表示されます
- やり直したくなったら → ここをクリックしましょう



図 4.4 「ここにいます！ あなたの近所の仲間たち」

自分の居場所を探して地図の上でクリックし位置を確定すると、その場所にマーカー🏠が表示される。このマーカーの上をクリックすると、近所の起業家や関連施設のマーカーが表示される。操作方法はページの冒頭に、図 4.5 に示されるように表示されるので、その通り進むことができる。



図 4.5 自分の現在地

自分の現在地のマーカー上をクリックした例が、次の図 4.6 である。



図 4.6 現在地を表示

現在地から 30km 四方の四角形の中に位置する起業家、関連施設、関連組織などのマーカーが表示される。さらにマーカーの上をクリックすると、その起業家の挨拶やホームページの URL などが表示される情報ウィンドウが出てくる仕組みになっている。図 4.7 である。ちなみに今回作成したプログラムでは九州全土の直売所 48 か所が表示されるようになっている。



図 4.7 近所の仲間たち

さらに、こうして表示されたマーカーの主である起業家などを訪問するなりして直接アクセスしたいと考えた場合は、その興味の対象となったマーカーの上にマウスを移動してダブルクリックすると、現在地からの車のルートが、下図 4.8 のように表示される。



図 4.8 車で移動するルート

こうして、行政が設置した従来の境界にとらわれることなく、自分の地理的な近所に、  
 仲間を見つけ、  
 仲間の情報を調べ、  
 仲間のところを訪問する、  
 という計画を立てることが、容易に可能となり、農村女性起業家のための支援ホームページとして実際的かつ精神的にも意味あるものと言えよう。

#### 4.2.4 「先輩起業家に学ぶ！ 全国 Google マップ版」のページ

新しく起業した、あるいはさらなる発展を目指している、あるいは相談したいことを抱いた起業家たちにとって、何よりの見本となり励みとなるのが、起業歴の長くかつ現在も活躍中の先輩起業家の存在である、と考えた。

このページには、今回この研究で用いた社団法人農山漁村女性・生活活動支援協会(2006)発行の『農山漁村女性起業 400 選全国マップ』に掲載されている起業者の一部を日本地図上に表示した。図 4.9 である。165 箇所に表示される。

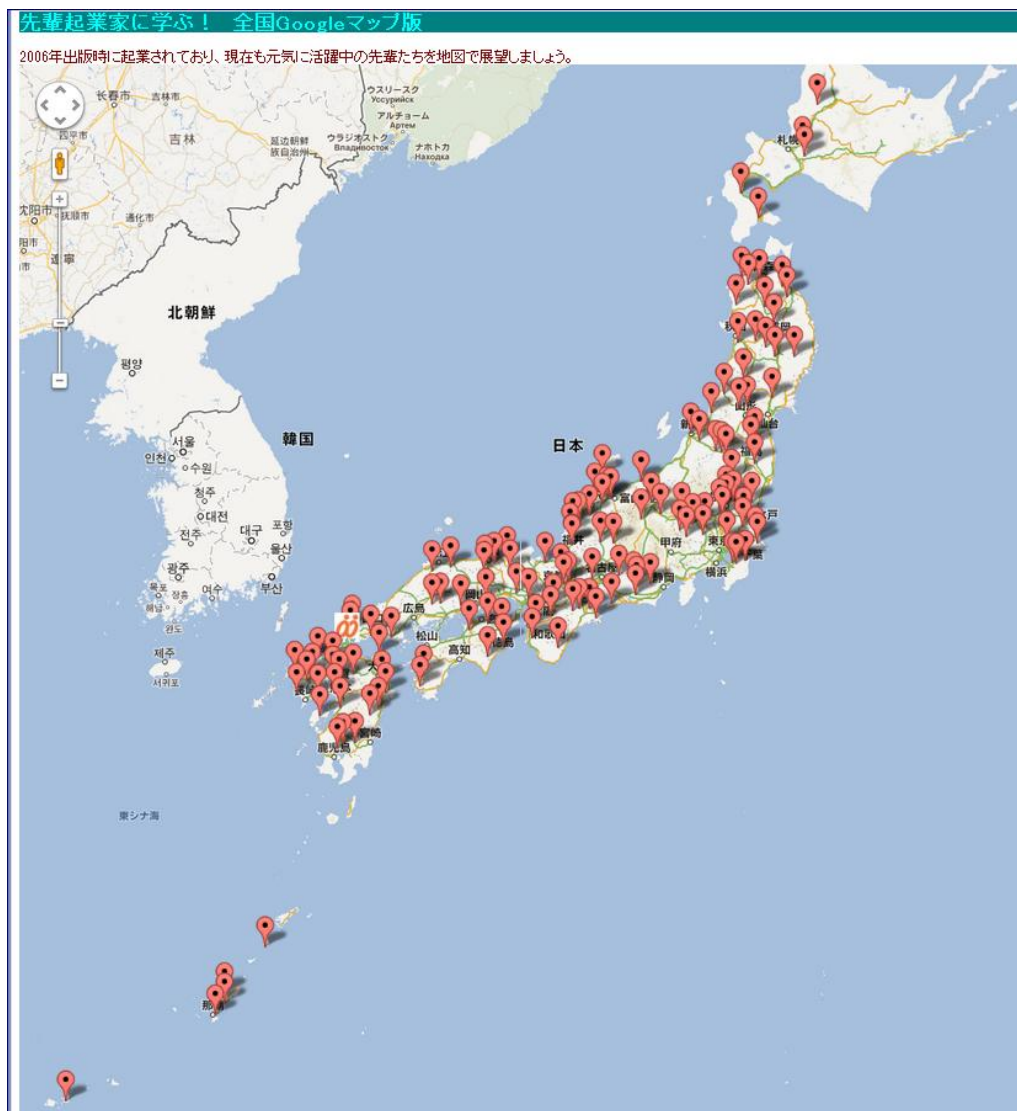


図 4.9 全国の農村女性起業家マップ

このページも、4.2.3のページ同様に、Google Maps JavaScript API V3 を用いてプログラミングを行った。各マーカーをクリックすると、情報ウィンドウが表示されて先輩情報を閲覧でき、ホームページを有する場合はそこへのリンクも張られている。なお、このモデル版では、九州に位置する起業家のマーカーにのみ、その情報が付帯されている。

### 4.3 Google Maps JavaScript API V3 を使用したアプリケーション

Google は、Application Programming Interface と呼ばれる JavaScript で記述された命令や関数群をまとめて一般に公開している。そのおかげで、Google 提供のこの API を利用することで、誰でもホームページの中に Google マップによる地図を組み込んで、さまざまに操作するページを作成することが可能となった。

本研究で提案したホームページは、API Version3 を組み込んで、作成した。この API を

使用してプログラミングするためには、Version2 の段階では Google に申請して Key を取得しなければ、許可されなかった。しかし 2009 年 5 月 27 日に公開された新バージョンである Version3 では、Key を取得する必要がなくなり、さらに機能も多くなり、充実した内容のアプリケーションをプログラムすることができるようになった。この JavaScript で記述された API は、Google のサーバーにアクセスすることで使用が開始される。従って、このアプリケーションはインターネットに接続している PC で使用しなくてはならない。

プログラミングに際しては親切なチュートリアルが提供されており、支援サイトも数多くインターネット上に公開されている。

Google Maps JavaScript API V3 のサイトの URL は、

<http://code.google.com/intl/ja/apis/maps/documentation/javascript/>

である。

そこからさらに進むと、チュートリアルページ（図 4.10）、

<https://developers.google.com/maps/documentation/javascript/tutorial?hl=ja>

の閲覧ができ、プログラミングのための親切なガイドが提供されている。

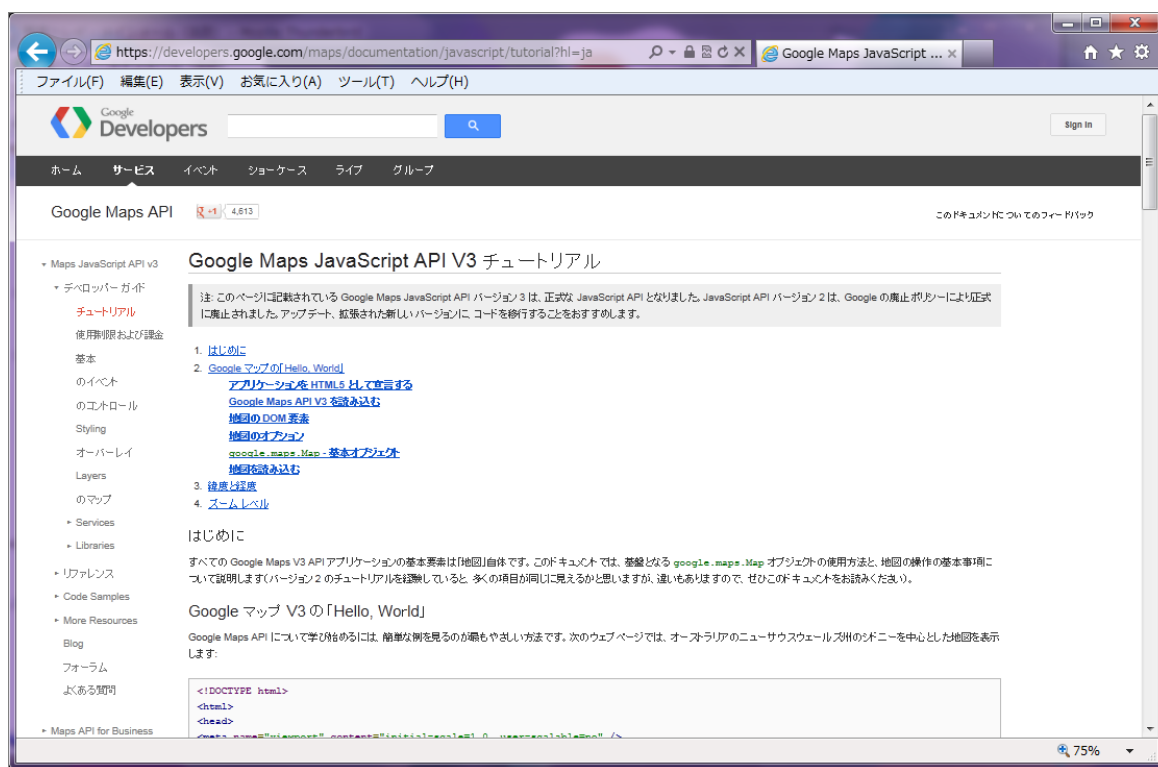


図 4.10 Google Maps JavaScript API V3 チュートリアル

以下、本研究でプログラムしたアプリケーションの仕組みと機能を記述した JavaScript について、簡単に説明する。

### 4.3.1 アプリケーションの仕組みと JavaScript

#### 4.3.1.1 二つのページに共通の JavaScript

(ア) Google Maps JavaScript API V3 を使用したプログラミングは、まず、Google が提供している JavaScript の命令や関数のあるサーバーを指定することから始まる。下のコードである。

```
<script type="text/javascript" src="http://maps.google.com/maps/api/js?sensor=false">
</script>
```

(イ) 次に、ページに地図を表示するための領域を、ひとまとまりとして html の body 部分に<div>タグで用意する。つまり、map\_canvas という名前の<div>を定義して、style 属性でそのサイズを設定する。下のコードである。

```
<div id="map_canvas" style="width:100%; height:100%">
</div>
```

(ウ) さらに、JavaScript の関数を使って、地図を、オブジェクトとして組み込む。本ホームページでは、緯度経度に 33.214276, 130.439644、つまり九州三潯郡大木町を中心として地図を表示するように記述した。

```
//////////////////////////////////////
//                               *** 地図の設定 ***                               //
//////////////////////////////////////
var latlng = new google.maps.LatLng(33.214276,130.439644);
var myOptions = {
  zoom: 13,
  center: latlng,
  mapTypeId: google.maps.MapTypeId.ROADMAP
};
var map = new google.maps.Map(document.getElementById("map_canvas"), myOptions);
```

ズームのレベルは 13、道路地図を指定している。

(エ) そして、マーカーを表示する。

マーカーの表示には、緯度経度データが必要である。

```
//
var latlng01 = new google.maps.LatLng(34.53826,136.61604);
```

上のように変数 latlng01 に代入した緯度経度を使って、下のように記述して、マップ上のその位置にマーカーを表示する。

```
// マーカー01の設定
var marker01 = new google.maps.Marker({
  position: latlng01,
  map: map,
  title: "モア・ハウス"
});
```

なお、マーカーの下には、たとえば「モア・ハウス」と表示されるように title 属性を用いている。

(オ) さらに、情報ウィンドウを表示する。

マーカーをクリックすると情報ウィンドウを出すことができるこの機能は、以下のよう  
に記述する。

```
var infowind01= new google.maps.InfoWindow({content: "こんにちは！「bistroくるん」です。"});
```

なお、この content には、html タグを使って、画像の挿入やリンクを張ることもできる。

```
"こんにちは！「モア・ハウス」です。" + '<br>' + '' + '<br>' + '<a href="http://www.morehouse.or.jp" target="_blank">ホームページ</a>');
```

#### 4.3.1.2 「ここにいます！あなたの近所の仲間たち」ページの JavaScript

このページでは、「地図上をクリックするとマーカーを表示する」と「マーカーをダブルクリックすると経路を表示する」の2つの機能が用いられている。ユーザーが、能動的に画面に対してクリックあるいはダブルクリックなどの働きかけを行った結果が認識されて、それに呼応して命令が実行されるという仕組みになっている。言い換えれば、ここでプログラムには、このようなユーザーとサーバーとのインターラクティブな動きを記述することになる。

(ア) 「地図上をクリックするとマーカーを表示する」には、

Google Maps API の用意するイベントには 'click', 'dblclick', 'mouseup', 'mousedown', 'mouseover', 'mouseout' などのユーザーが起こすイベントと、地図のズームが変化したら発生するなどのオブジェクトのプロパティの変化で発生するイベントの2種類がある。

このページで用いたのは、ユーザーの起こす 'click', 'dblclick', 'mouseover', 'mouseout' イベントの4種類である。

その 'click' イベントを察知するメソッドは以下のように記述される。

```
// クリックイベントリスナーの追加
google.maps.event.addListener(map, 'click', function(event) {
    onMapClicked(event.latLng);
});
```

そして、そのクリックされた箇所にマーカーを立てる命令は以下である。

```
// オンマップクリック関数
function onMapClicked(ev){
// マーカークラスのインスタンスを作成
var marker = new google.maps.Marker( {
    position: ev,
    map: map,
    icon: 'image/rangerstation.png'
});
```

また、ここでは、'mouseover'、'mouseout' イベントを、マーカーの上にマウスを持ってきたときに情報ウィンドウが開いたり閉じたりするようにプログラムするために使用した。

```
// mouseoverイベントとmouseoutイベントの発生を知るための登録
google.maps.event.addListener(marker, 'mouseover', function() {
    infowind.open(map,marker);
});
google.maps.event.addListener(marker, 'mouseout', function(){
    infowind.close(map,marker);
});
```

(イ) 「マーカーをダブルクリックすると経路を表示する」には、

マーカーに与えられた'dblclick'イベントを感知するメソッドに、経路を取得する DirectionsService.route メソッドと、経路を描画するための DirectionsRenderer を組み込んでプログラミングを行った。'dblclick'イベントを感知するメソッドは、'click'イベントと同様に記述するが、イベントを発生させる対象は、map ではなくて marker である。経路表示のためには、まず DirectionsService.route メソッドを用いてルートリクエストを行う。このルートリクエストに関する機能は、APIの Direction サービスとしてまとめられており、その参照ページの URL は、

<https://developers.google.com/maps/documentation/directions/?hl=ja>

である (図 4.11)。

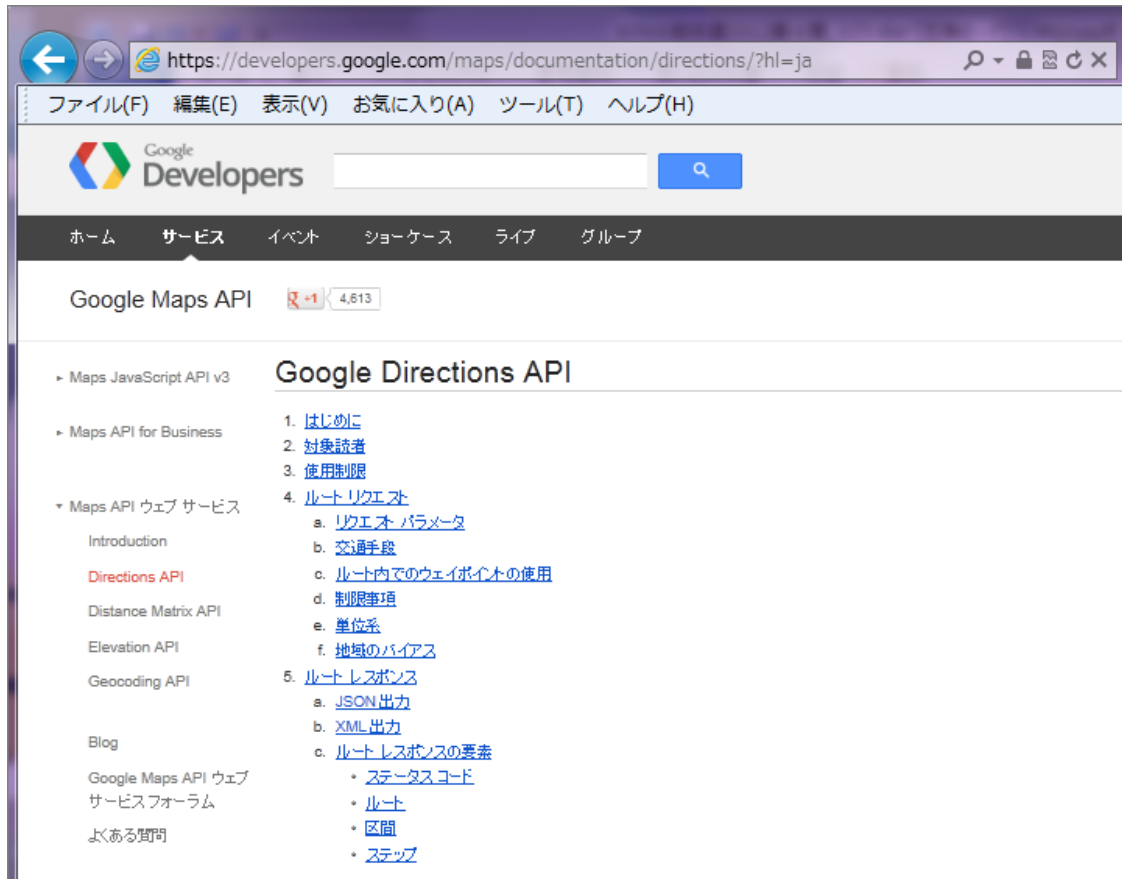


図 4.11 Google Directions API

ここでプログラミングの手順を記すと、

- ・ DirectionsService.route メソッドでルートリクエストを行う。
  - ・ この route メソッドでは、サービス完了時に実行される callback 関数が DirectionsResult のコードを返す。
  - ・ その返された結果を DirectionsRenderer を使用して、自動的に描画する。まとめると、DirectionsService のオブジェクトを作成。DirectionsRenderer オブジェクトを作成。結果を map に結びつける。
- ということになる。以下が、本研究用に記述した JavaScript である。

```

google.maps.event.addListener(marker01, 'dblclick', function() {
  var request = {
    origin: clickLatLng,
    destination: latlng01,
    travelMode: google.maps.DirectionsTravelMode.DRIVING
  };
  directionsService.route(request, procDirectionsCallback);
});
function procDirectionsCallback(result, status) {
  if (status == google.maps.DirectionsStatus.OK) {
    directionsDisplay.setDirections(result);
  }
};

```

### 4.3.1.3 「先輩起業家に学ぶ！ 全国 Google マップ版」ページの JavaScript

このページでは、165 個所に及ぶ起業家の所在地にマーカーを表示させている。マーカー表示の命令は、4.3.1.1 と同様に JavaScript で記述されるが、このページ作成のポイントは、各起業家の住所情報をいかに一括して緯度経度に変換するかという点になるだろう。

本研究では、東京大学空間情報科学研究センター（CSIS）が提供する「ジオコーディングサービス」を利用した。同センター（CSIS）は、無料でこのサービスを提供しており、以下の URL から誰でもアクセスできる。図 4.12 である。

<http://newspat.csis.u-tokyo.ac.jp/geocode/>

The screenshot shows the website interface. The header is green with white text. The main content area is white with green accents. The navigation menu on the left is green with white text. The 'はじめに' section features a photograph of a street with buildings. The '最新ニュース' section contains a list of news items with dates and times.

図 4.12 ジオコーディング・サービス

さらにアドレスマッチング・サービスへ進むと、以下の窓が表示される。



図 4.13 アドレスマッチング・サービス

ここで、さらに「今すぐサービスを利用する」に進むと、以下の窓が表示される(図 4.14)。



図 4.14 アドレスマッチング・サービス

この パソコンの中の変換したい住所ファイル名と、その住所が書いてある列番号を入力して送信ボタンを押すと、即座に緯度経度に変換された値がダウンロードされる。本研究で使用した緯度経度へ変換後のファイルが図 4.15 である。(なお下の赤枠内の数字は、実際の変換後の値をすべて 999.9999 と 99.9999 で置き換えて表記した。)

	LocName	fX	fY	iConf	iLvl
	三重県/多	999.9999	99.9999		5 5
	秋田県/秋	999.9999	99.9999		5 7
あや	北海道/千	999.9999	99.9999		5 7
ご工房	青森県/弘	999.9999	99.9999		4 7
	秋田県/鹿	999.9999	99.9999		5 7
」	沖縄県/国	999.9999	99.9999		4 5
ブ	鳥取県/鳥	999.9999	99.9999		5 5
	沖縄県/中	999.9999	99.9999		5 7
ープ	宮崎県/延	999.9999	99.9999		5 7
葡	鹿児島県/	999.9999	99.9999		5 7
りあ	広島県/世	999.9999	99.9999		5 5
	北海道/空	999.9999	99.9999		5 7
	青森県/青	999.9999	99.9999		4 5
	岩手県/花	999.9999	99.9999		5 7
	岩手県/和	999.9999	99.9999		5 7
屋」	岩手県/遠	999.9999	99.9999		5 7
舌・シンフ	宮城県/大	999.9999	99.9999		5 6
ま	秋田県/山	999.9999	99.9999		5 5

図 4.15 緯度経度へ変換後のファイル

この緯度経度を使って JavaScript で記述したプログラムの一部が以下である。

```

var latlng = new google.maps.LatLng(33.880624,130.874655);
var myOptions = {
  zoom: 5,
  center: latlng,
  mapTypeId: google.maps.MapTypeId.ROADMAP
};
var map = new google.maps.Map(document.getElementById("map_canvas"), myOptions);
// センターマーカの設定
var marker = new google.maps.Marker({
  position: latlng,
  map: map,
  icon: 'image/kfaw.jpg',
  title: "アジア女性交流・研究フォーラム"
});

//
var latlng001 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng002 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng003 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng004 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng005 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng006 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng007 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng008 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng009 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng010 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng011 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng012 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng013 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng014 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng015 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng016 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng017 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng018 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng019 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng020 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng021 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);
var latlng022 = new google.maps.LatLng(99.99999,999.99999);

```

上の緯度経度を引数としたのインスタンス生成文は、165 個所の起業家の所在地にマーカーを表示させるために 165 行続くことになる。

さらに、各マーカーに情報ウィンドウを表示させる命令が記述されることになるが、4.3.1.1 と同様なので、説明を割愛する。(なお上のプログラム内の数字は、実際の変換後の値をすべて 99.9999 と 999.9999 で置き換えて表記した。)

このホームページのための主要なソースコードは、Google Maps JavaScript API V3 を使った Web ページの構築を考えている方々の参考になれば幸いと考え、付録 2 に記載するので参照されたい。

## 5. 結論

### 5.1 主要な成果

本研究で得られた主要な成果を以下にまとめた。

(1) 北部九州の成功した農村女性起業家4名に詳細なインタビュー調査を行い、必要な支援は何かを探るためのデータを入手した。

(2) 全国規模のアンケート調査423件を実施し、156件回収、4割近い回収率となった。このデータを統計分析に使用した。

(3) 農村女性起業家の総合的な姿を、実証的な分析から明らかにした。主成分分析、クラスター分析、相関分析などの統計分析から、農村女性起業家には社会起業家としての側面が重なり合うことが明らかになった。第2章の「関連研究のレビュー」で述べたように、農村女性起業家についてはさまざまな視点から多くの研究がなされている。本研究はこれら先達の研究に対して、農村女性起業家が社会起業家としての特徴を有することを実証的に論証したものである。

(4) 農村女性起業家が必要とする支援について整理を行い、具体的な支援情報の入手方法について検討した。

(5) その具体的な情報を盛り込んだ、使い手の立場に立った支援ホームページを作成した。Google Maps APIを用いて、自治体などの行政の単位を越えた地域的なつながりを形成するのに役立つ仲間づくりのためのホームページをプログラムした。

こうして、「インタビュー調査」から「アンケート調査」を経て、「統計分析」を行うという一連の研究の成果として、「農村女性起業家のためのホームページ」は開発された。

このようにして、目的や志向を中心とする結びつき、学び合い、励まし合いができるような環境がインターネット上で構築され、農村女性起業家たちを、少しでも後押しすることができれば、研究者にとっては何よりの喜びである。

さらに、収益よりも社会的に意味のある活動を行うことで社会貢献している彼女たちが、事業を継続するために十分な収入が得られるようにできれば、新しい社会起業家としてのモデルになる。それは、農村における支援が必要な途上国だけでなく、開発国においてもこれからの社会に必要なソーシャル・ビジネスのモデルになると考えられる。

### 5.2 今後の課題

5.1で述べたような成果は得られたものの、今回の研究期間内では十分議論が尽くせなかった論点や、さらに発展して研究するための課題などがいくつか残された。今後の課題

として、以下の4点にまとめた。

#### (1) 男女共同参画とワーク・ライフ・バランス

当初、農村女性たちは上手に仕事と生活を調和させているのではないかと、都市雇用労働者が「仕事か子育てか」と悩み、なかなか実現できないワーク・ライフ・バランスを農村女性たちはうまく実現させているのではないかと考えた。しかし、多くの農村女性たちにとっては、家事やケアワークといった生活と、労働としての農作業が一体化しているため、個人の都合でバランスを図ることは難しく、むしろ過重な労働となることが多い。つまり、生活と労働が一体化した毎日の中で、自己実現の手段として起業するには家族の理解が不可欠であり、家事やケアワークの責任が軽減されて初めて実現できるということがインタビュー調査からも確認できた。

農村における男女共同参画社会の実現に向けて、農業改良普及センターを中心に家族経営協定の締結が推進されているが、なかなか契約数が伸びないのは、そのような役割分担の見直し自体が難しかったり、話し合いができなかったりするような家族の考え方に起因するものと考えられる<sup>6</sup>。そのような環境で何年も忍耐を強いられながらも、ケアワークが一段落してから起業する農村女性が増えているのである。

また一方では、個人経営の農村女性起業の若い世代にもわずかながら増加傾向が見える<sup>7</sup>。本研究は、そのような難しい状況の中でも起業している農村女性たちが事業を進展させていくために必要な支援を簡単に得ることができるように、ホームページの開発を試みた。農業を通じた地域活性化が社会的な要請ともなっている現在、農村女性起業家たちの活動は、社会的企業のモデルケースともなるものである。構築された支援ホームページを通じて、今後どのような発展があるか見守りたい。

#### (2) GIS（地理情報システム）を使った分析

研究当初予定されていたGIS（地理情報システム）を使った分析については、本研究期間内で十分検討することができなかった。農村女性起業家が扱う商品の種類、時間の使い方、起業家の空間集積、起業家の居住地、インターネットの利用などを含む経済的要因および地理的要因についてGIS（地理情報システム）を用いて分析を行うことができる。例えば、既存の「直売所」と新規参入の「道の駅」との連動的な事業運営などについて、理論的な状況分析結果を得ることができ、得られた結果をもとに、事業のさらなる方向性や指針を想定することが可能となる。

こうしたGIS（地理情報システム）を使った分析研究は、次のテーマとして考えたいところである。

---

<sup>6</sup> 靄理恵子(2007)では、「家族内で話し合いができる家の場合、女性の経営参画もすでに一定程度進んでいる場合が多く、協定の締結自体、実質的な意味をもたないことが多く、逆に家族内で話し合いが十分にできない家では協定の締結自体困難であることが多い」と述べている。

<sup>7</sup> 39歳以下の年齢層では、個人経営の起業が前年の2.3%から2.7%へわずかながら増加している。（農林水産省経営局就農女性課(2011)「農村女性による起業活動実態調査結果の概要」）

### (3) 韓国の農山漁村女性起業家に関する情報

2012年9月に韓国のソウルにて、女性農業家にインタビュー調査を実施した。日本で行ったインタビュー調査書(付録1)を英文にしたもの Interview to Female Entrepreneurs in Agriculture をもとに聞き取りを行った。韓国は特に北部九州から最も近い隣国であるが、女性の地位の面では日本よりもさらに国際指標では低い位置にあるので、農村女性起業家の比較研究を通して、支援策を国境を越えて拡大していくことに意味があると考え。今後、機会を得て韓国の農村女性に関する情報をさらに収集し、研究を進め、ホームページに英文ページを作成することによって、国際的な広がりを追究していきたいと考えている。

### (4) 支援ホームページ携帯版の作成

今回作成したホームページのプログラムは、パソコンおよび iPad の使用を想定してコーディングされている。一方、携帯でホームページを閲覧することを想定すると、その場合は、マーカーや情報ウィンドウのサイズを調整するなど何点かの修正が必要となる。最近の携帯はインターネット閲覧の可能なものがほとんどであり、さらに若い層においては携帯の利用がパソコンの利用を超えて一般化しているのが現状でもある。支援ホームページの携帯版の作成は、若年層での使用を考えるならば必要な点であろう。

## 謝辞

本研究は、多くの方々の協力を得て行われたものである。

我々が4名の北部九州市の農村女性起業家にインタビューし、順調に研究の一步を踏み出すことができたのは、その方々を、農村女性問題専門家である(財)アジア女性交流・研究フォーラム主席研究員篠崎正美氏に紹介いただいたおかげである。心より感謝する次第である。

そうして作成したアンケートの配布先について、日本全国の農村女性起業家の情報をいかに入手したらよいか、我々は、社団法人「農山漁村女性・生活活動支援協会」に相談に出向いた。そこで、事務局長の斎藤京子氏、主任研究員の安倍澄子氏、国際課長富澤ひとみ氏に貴重な情報とご意見をいただいた。回収率の高いアンケート調査を進めることができたことに、厚く御礼申し上げる次第である。

長時間にわたるインタビューに気持ち良くご協力いただいた4軒の農村起業家の方々に、もちろん格別の御礼を申し上げる。

韓国の農村女性起業家を紹介いただいた韓国女性団体協議会会長 Yun-sook Lee 氏およびインタビューに丁寧に応じてくださった韓国農村女性起業家 In-sook Lee 氏にも御礼申し上げます。次第である。

農業と農政についてさまざまにご教示いただいた茨城大学教授合田素行氏に、また研究の場を開放してくださった青山学院大学教授岡部篤行氏に、データ入力を引き受けてくれた法政大学社会学部学生の井上慎一郎氏にも一言御礼申し上げたい。

本研究は2011年度から2012年度の2年度に渡り進めてきたものであるが、成果の一部を2012年3月初めにニューヨークで開催された国連の第56回女性の地位委員会において(財)アジア女性交流・研究フォーラム主催 NGO パラレル・イベント“Empowerment of Japanese Rural Women under the Globalizing Economy and the Great Disaster”で、“Female Entrepreneurs in Farming”というタイトルで発表した。

## 参考文献

- 市田知子(2011)「農家女性の[農業離れ]に歯止めかかるか」『AFC フォーラム』2011年12月号
- 大沢真知子(2006)『ワークライフバランス社会へ』岩波書店
- 勝又雅史(2010)『Google Maps API プログラミング入門』ASCII 出版
- 加藤千恵子他(2003)『SPSS で優しく学ぶアンケート処理』東京図書
- 川手督也(2006)『現代の家族経営協定』筑波書房
- 小堂敏郎(2010)『「社会に役立つ」を仕事にする人々—社会企業家という生き方』洋泉社
- 総務省(2008)「就業構造基本調査」
- 澤野久美(2012)『社会的起業をめざす農村女性たち—地域の担い手としての農村女性起業』筑波書房
- 篠崎正美(2011)「農山漁村女性:農業女性」日本女性監視機構(JAWW)(2011年12月)『NGO レポート』
- 霧理恵子(2007)『農家女性の社会学—農の元気は女から』コモンズ
- 中道仁美(2011)「農村を元気にするカギは女性の社会的起業」『AFC フォーラム』2011年12月号
- 西山未真(2009)「農村女性起業の到達点とソーシャルビジネスへの展開」『農業と経済』75(13)
- 農山漁村女性・生活活動支援協会(2006)『農山漁村女性起業400選全国マップ』
- (社)農山村女性・生活活動支援協会編(2010)『ヒメ、農民になる』農文協
- 農林水産省経営局就農・女性課「農村女性起業数(都道府県別)」各年版
- 農林水産省経営局就農・女性課「農村女性による起業活動実態調査結果の概要」各年版
- 八田達夫・高田眞(2010)『日本の農林水産業—成長産業への戦略ビジョン』日本経済新聞出版社
- 藤井和佐(2011)『農村女性の社会学—地域づくりの男女共同参画』
- 本間正義(2010)『現代日本農業の政策過程』慶応義塾大学出版会