

女性就農者ネットワークの課題と対策 —愛媛県の「さくらひめネットワーク」に関する実態分析—

土居 波留加*・若林 良和**・山本 和博**

Haruka DOI*, Yoshikazu WAKABAYASHI**† and Kazuhiro YAMAMOTO**:

Problem and Measures of the Female Farmer Network: An Empirical Analysis
of "Sakurahime Network" in Ehime Prefecture

Abstract

This study analyzed the empirical activity of "Sakurahime Network" in Ehime Prefecture for the purpose of the improvement of the network reinforcement and farming power of female farmer and, based on the evaluation of the activity of members, suggested the problem and measures of the female farmer network. From this analysis, the members were proved not to be necessarily satisfied with current activity. The measures suggested were three points as follows: (1) The project assumes it the contents of product development and market reclamation, the sales system. (2) The event is held in a place and the time when the member of the distant place is easy to participate. (3) It is necessary for the contents of an event and the training to add a cultivation technology and financial management, personnel management, information management.

Key words: female farmer, network, interaction, agricultural industrialization, farm management

1. はじめに

現代日本の農業は、農業就業人口の減少や農業者の高齢化、後継者の不足、農村地域の過疎化、耕作放棄地の増大など課題が山積している。農業就業人口は、この6年間で約68万人減となり深刻化している。他方、農業の6次産業化が近年、進行して、2017年3月現在、四国地方の6次産業化事業計画は105件である。そのうち、愛媛県では、29件の計画が認定されている。

こうした6次産業化において、女性が参画する農業経営体をみると、売り上げや収益の上昇傾向がみられ、女性の存在とその活躍は大きい。そのため、日本農業の将来を考えると、女性就農者の確保とともに、その育成も極めて重要な課題である。

そこで、本稿では、まず、農業就業人口や新規就農者数の動向を把握し、国や愛媛県における新規就農者

支援事業を整理することで女性就農者の概況を明らかにする。次に、女性就農者のネットワーク強化や農業経営力の向上を図ることを目的とした愛媛県の「さくらひめネットワーク」の実態や活動を分析した上で、その活動に参加したメンバーの評価をもとに女性就農者ネットワークの課題とその対応策を検討する。

2. 農業就業人口と新規就農者数の動向

農林水産省の調査によると、日本の農業就業人口は、約389万人（2000年）から約209万人（2015年）と、この15年間で半減近くになっている。農家数も連動して、312万戸（2000年）から216万戸（2015年）と大幅に減少している。それで、全産業に占める15歳以上の農業就業者数の割合をみると、4.7%（2000年）から3.5%（2015年）へと落ち込んでいる。以上のことから、離農者の増加、農業就業人口の減少につながり、農業離れの顕著な現況がみられる。

また、これを性別にみると、男性が172万人（2000年）から108万人（2015年）と約63万人減であるのに対して、女性は217万人（2000年）から100万人（2015

2019年9月12日受領

2020年2月18日受理

*愛媛大学農学部水産社会教育分野（†責任著者）

**愛媛大学農学部農業経営学教育分野

年)と半分以下となっている。その減少人数 117 万人は男性の約 2 倍近くに達している。これは女性の農業経営に対する満足度に起因するという指摘がある。川辺・大江(2016)によると、男性に比べて女性の経営満足度が低いことが確認され、その要因は女性にとって肉体的に負担が大きく、かつ生活面での時間的余裕が少ないなどワークライフバランスを取りづらい状況にあるためだと分析している。よって、子育てをはじめとする家事と農作業の両立に関する不満など、女性農業者の低い経営満足度が女性農業就業人口の減少につながった可能性が高いと考えられる。

農林水産省の新規就農者調査によると、2007 年をピークに 5 万人から 6 万人の間を推移しているものの、2016 年の新規就農者は 2015 年の 5 千人減の 60,150 人にとどまっている。この理由は、新規就農者数の大半を占める新規自営農業就農者数が減少していることによる。

女性の新規就農者については、2010 年 11,020 人、2011 年 11,810 人、2012 年 12,020 人と微増がみられる。それは男性の割合に比べて低いものの、女性の農業への興味関心が確実に高まっているといえる。前述した川辺・大江(2016)の分析からも、今後、農業は新たな女性の雇用の場として重要になってくると思われる。

他方、愛媛県の農業就業人口は 77,587 人(2000 年)から 41,104 人(2015 年)と約 3.6 万人も減少している。この 15 年間で、男性は約 1.3 万人減の 21,335 人となり、女性も 42,424 人から 19,769 人と約 2.2 万人も減少している。

愛媛県の農業就業人口を性別の割合でみると、全国と同様に、女性の減少率のほうが高い。年齢別にみると、65 歳以上は、27,894 人で全体の 67.9%と、全国平均の 63.5%よりも 4.4 ポイント高くなっている。また、愛媛県の新規就農者数は、2014 年の 177 人をピークに近年は減少傾向にあり、2016 年は 106 人にとどまっている。

3. 新規就農者支援事業の現状

3.1. 国や愛媛県における農業就農者支援の諸施策

国の支援事業は、農業次世代人材投資事業(旧青年就農給付金制度)をはじめ、青年等就農計画制度や青年等就農資金など多くの資金制度が存在する。2017 年度現在、愛媛県でも同様に数多く支援事業が行われている。代表的なものをいくつか紹介する。

えひめ農林漁業振興機構では、就農者の発掘から定着まで幅広い事業が実施されている。①担い手掘り起

こしのための「集落後継者育成事業」は集落をベースに就農者候補者の発掘活動を実施している。②体験研修の「農林漁業体験ステイ事業」では、農業体験による就農意欲の喚起を目的とし、5 日もしくは 10 日の先進農家での営農体験研修が行われている。③実務研修である「営農インターン推進事業」は、対象者を 65 歳未満の就農希望者と限定し、短期(3 ヶ月～1 年)と長期(1 年～2 年)と 2 つの期間で、先進農家で営農実務研修を実施している。④就農開始時の「就農促進サポート事業」では、新規就農者の確保や定着のために、認定農業組織等が新規就農者の就農啓発活動やスキルアップ研修を実施している。⑤定着支援を目的とする「地域担い手集団促進事業」では、地域農業の担い手を受け入れ、地域を牽引する集団を育成するため、新たな技術の導入や高付加価値型生産活動等の支援が進められている。

また、農業大学校では、在校生だけでなく、外部者も参加可能な講座や研修を開講している。えひめ農林漁業振興機構と同様に、掘り起こしから定着までの支援が確立されている。①掘り起こし事業の「就農啓発講座」は、対象を農業に興味がある高校生 45 名とし、1 泊 2 日で農作業体験や寮体験を行い、就農意欲や農業理解を促進させる目的を持っている。②体験研修である「えひめ農業入門塾」は就農に興味がある者を対象に、野菜や果樹に関する農業の基礎知識の講義と実習を行っている。③実務研修の「農業担い手支援塾」では、新規就農者、就農が具体化している人を対象に、農業の実践的な知識の講義・実習が行われている。前述の②と③は年間 5000 円の受講料で、座学や実習による農業の知識を学ぶことができる。④もう 1 つの実務研修である「熟年者養成講座」は、農地を持つ定年退職者等が、専門的な農業の知識・技術・農産物の利活用を学ぶ講座で、農業者養成を目的にしている。⑤定着支援として、農業者対象の「特産品開発講座」と、一般県民対象の「農と食の県民講座」がそれぞれ実施されている。

さらに、2017 年度から新たに始められた支援政策もいくつかある。その一例が「愛媛で就業!農林水産まるかじり Web サイト充実事業」である。この Web サイトは、就業に関する情報や実際に必要な取組み、支援政策をまとめたものである。就業希望者がアクセスすれば、空き家や空き農地、直売所の情報等の検索や、農林水産業の就業支援情報の検索、さらに、後で述べる「さくらひめネットワーク」の情報へもつながる。また、愛媛県の農林水産に関わる先輩農家を簡単に検

索することもできる。経営面積や作目だけでなく、就農のきっかけが丁寧に載せられており、1つの就農の契機となるであろう。さらに、労働人数や作目、面積を選択し、「計算する」のボタンを押すだけで、愛媛県でその作物を栽培した場合の、1年間の粗収益、経営費、農業所得、労働時間の目安をシミュレートできる。

「なんとなく農業がしたい」ではなく、具体的に自分が就農した場合の経営をイメージできれば、より就農の道につながりやすくなるであろう。インターネットで情報を得る現代社会にとって、担い手支援の1つとして情報をより検索しやすい環境づくりは、担い手確保のためにも重要な方策になるものと考える。

3.2. 愛媛県の女性就農者支援政策

愛媛県に限らず、全国各地で、女性に対する就農支援政策が進んでいるとは言えない現状にある。愛媛県では、農業就業人口の減少率が全国と比べて高いことに加え、多くの市町村で県外への転出傾向が続く、特に女性の転出超過が著しい。国勢調査によると、性別の県外転出者数は、2005年から2010年の間で男性2,750人、女性5,152人であるのに、2010年から2015年までで男性199人、女性3,250人となっており、女性の県外転出超過が明白である。なお、県内で地域別にみると、松山市とその周辺の中予地域への転出超過となっている。したがって、2018年度以降、愛媛県の全産業に携わる女性の支援政策として、「＜愛＞ターン就業・起業支援事業」の実施が検討されている。

ところで、2013年、農林水産省の「農業女子プロジェクト」が開始された。これは、女性農業者が日々の生活や仕事、自然との関わりの中で培った知恵を、様々な企業の技術・ノウハウ・アイデアなどと結びつけ、新たな商品やサービス、情報を創造して社会に広く発信していくプロジェクトである。本プロ

ジェクトの目的は社会全体での女性農業者の存在感を高め、併せて職業としての農業を選択する若手女性の増加を図ることである。農業内外の多様な企業や団体と連携し、農業で活躍する女性の姿を情報発信する。現在、全国の北から南までに従事する647名が所属している。

このプロジェクトの実施により、福島県や栃木県、岡山県、福岡県など全国各地で、女性農業者グループの形成やネットワーク化の拡大が進んでいる。愛媛県においても、本稿で対象とする「さくらひめネットワーク」のほか、東予地域の「たべとうみん」、今治農業女子グループ、興居島の女性農業者グループが発足している。愛媛県としては、今後とも女性農業者グループの発展に力を入れていく方針である。

4. 「さくらひめネットワーク」の実態分析

4.1. 成立目的と活動内容

「さくらひめネットワーク」は、2016年6月2日に発足した。農林水産省の「農業女子プロジェクト」を受け、愛媛県でも、女性就農者への支援を行うことになり、県内の女性就農者との意見交換会で「同世代の女性農業者との交流の場が欲しい」という要望から誕生することになった。現在、このネットワークでは、就農者を「さくらひめメンバー」、将来的に就農を視野に入れている人材（農業に興味を持つ学生ら）を「ネクストメンバー」、さらに、愛媛県内で地域独自の活動をするグループ、たとえば、前述の「たべとうみん」などを「さくらひめファミリー」と、3つに区分している。発足当初の「さくらひめメンバー」は26名であったが、2018年1月現在、76名に達している。「ネクストメンバー」の数は当初の1名から22名へと大幅に増加している。サポート企業や大学も6団体から18団

表1 「さくらひめネットワーク」プロジェクト一覧（2017年11月現在）

プロジェクト名	①松山三越商材 コラボ	②作業用タオル コラボ	③勝盛縫製コラボ	④えびす味噌コラボ	⑤ロゴ製作
企業	松山三越	田中産業(株)	勝盛縫製(有)	(株)曾我増平商店	なし
内容	お中元・お歳暮 ギフト開発	作業用タオル	作業用エプロン開発	えびす味噌開発	ネットワークの ロゴ製作

出典：インタビュー調査より筆者作成

表 2 調査対象者の概要

項目	A	B	C	D
	ネクストメンバー	さくらひめメンバー	さくらひめメンバー	さくらひめメンバー
年齢	20 代	40 代	30 代	20 代
家族構成	両親・弟	夫	夫・子供（2 人）	父・母・妹（2 人）・祖父母
出身地	愛媛県 （非農家出身）	宇和島市 （非農家出身）	岡山県 （非農家出身）	宇和島市 （農家出身）
経歴	工業専門学校から農学部へ編入	一般企業、公務員 カフェ経営、NPO 法人	農協職員	農業大学校卒業
居住地	松山市	鬼北町	西条市（丹原町）	宇和島市
経営形態	－	法人化	家族経営	家族経営
経営面積	－	借入地 30 ha	借入地 1.5 ha	自作地 50 a 借入地 5 ha
栽培品目	－	米・飼料米・大麦わかば・ユズなど	キウイ・カキ・デコポン・ブドウなど	季節野菜・米 （毎年、変化）
販売形態と 販売金額	－	直販 約 3000 万円	JA と直販 約 900 万円	直販 約 1000 万円

出典：インタビュー調査より筆者作成

体と大幅に増えた。加入手続きとしては、「さくらひめメンバー」が氏名や年齢・経営品目・勉強したいことなどを、「ネクストメンバー」は経営品目以外の同じ内容を、それぞれメール等で登録するだけである。また、「サポートメンバー」として、愛媛大学や各種地元企業などが加入している。

2017 年度の予算として、愛媛県では、一次産業女子活躍支援事業費 484.7 万円が組まれている。基本的に「さくらひめネットワーク」と連携し、①一次産業女子のネットワーク化、②女子力発揮商品開発のプロジェクト、③次世代のリーダーとしての発展・育成などの活動を実施している。具体的に、①ではソーシャルネットワークサービスを利用し、メンバー同士の意見交換やプロジェクトの報告・共有等が行われている。②については、表 1 に示すように、活動をともしたいサポーター企業とのマッチング、商品開発推進会議の開催が行われている。現在、株式会社松山三越と中元ギフト開発、田中産業株式会社とは作業用タオルの開発、株式会社曾我増平商店とのえびす味噌開発、勝盛縫製有限会社との作業用エプロン開発といったプロジェクトが行われている。③では、次世代リーダー発展ゼミとして、井関農機が開発した、女性のための耕

転機「しろプチ」などの農業機械の使い方講習会（昨年は 3 回実施）、初心者のための経営セミナー、「中四国女性農業者育成塾」など「女性農業次世代育成塾」が行われている。これらのほか、Facebook 初心者講座や経営ゼミを通して、スキルアップを目指せるようになっている。また、2018 年 2 月 7 日には、他県の一次産業女子グループ（福島県・栃木県・長野県・岡山県・佐賀県など）や県関係者との交流会・活動発表会も行われている。

4.2. 構成員の活動実績と評価

4.2.1. 調査対象者の属性

ここでは、「ネクストメンバー」1 名と「さくらひめメンバー」3 名の活動実績とその評価を明らかにする。調査対象にしたメンバー 4 名の基本属性は表 2 のとおりであり、これらの対象者は年齢（20・30・40 歳代という各世代）と経営形態（法人化経営・個人＜家族＞経営）を基準に、B～D を選定した。また、今後の展開を検討する際の対比として、「ネクストメンバー」として A も対象に入れた。なお、インタビューは 2017 年 6 月から 12 月にかけて実施した。

4 名のうち、A は国立大学農学部で学生であり、B～D の 3 名は女性就農者であり、就農の経緯をみてお

く。B はカフェ経営者の時代に夫婦が体調面等のストレスを感じ、夫の実家のある鬼北町へ移住した。夫は農業を、妻の B は NPO 法人（飲食部門）から誘いを受けて従事した。その後、B は夫の農業経営に加わる形で就農した。

C は、環境問題への興味や関心が強く農学部へ進学し、在学中に就農へのあこがれを抱くものの、非農家出身ということもあって、すぐには不可能であった。そのため、農業に関わる職に就こうと決意した C は、鳥取県の農協（営農指導等）に就職後、営農指導員として愛媛県の農協へ転職した。そして、同じ農協の営農指導員だった夫が先に就農し、それに加わる形で C は就農した。就農に至るなかで、非農家出身の夫婦はゼロからのスタートではなかった。夫婦は、農協職員時代のつながりをもとに、離農を考えている農家から農地（柿園やキウイ園）に加えて機械や倉庫まで譲渡を受けるかたちで就農した。

D は、実家の祖父母と父が農家を営んでおり、幼い頃から出荷作業などを手伝い、農業を身近に感じていた。その時に、消費者から「美味しかったよ」「いつも食べているよ」という生の声を聞けることが何より嬉しく感じた。その頃から、D は将来、自分も農業に携わりたいと考えていた。中学生の進路選択の頃には、将来的に就農を決意して、農業高校や農業大学校で学んで就農した。

農産物の販売形態については、一部で農協出荷があるが、いずれも直接販売が多い。B～D の年間販売金額には、約 900～3000 万円と幅がある。

4.2.2. 活動実績と評価

本稿では、調査対象者 A～D の 4 名へのヒアリングをもとに、(1) 加入した経緯、(2) 参加プロジェクトの内容、(3) 女性就農者間のつながり、(4) 現時点での評価から検討する。

まず、(1) 加入経緯であるが、大学生の A は、教員の勧めで「さくらひめネットワーク」のイベントに参加して「ネクストメンバー」の存在を知り、情報収集のために 2017 年 7 月に加入を決めた。B は、「さくらひめネットワーク」誕生の初期メンバーで、ネットワークが誕生する以前から他の初期メンバーと出会った関係から加入した。C は、ネットワーク誕生時に県庁職員からの誘いを受けて加入した。D は、研修で「さくらひめネットワーク」担当の県庁職員から誘いを受け、女性就農者とのつながりを持ちたいと思って 2017 年 4 月に加入した。

次に、(2) 参加プロジェクトの内容については、「さ

くらひめネットワーク」における進行中のプロジェクトの内容は表 1 のとおりである。①株式会社松山三越では、お中元やお歳暮の商材開発が行われている。お中元では 4 人の参加で 3 商品、お歳暮では 8 人の参加で柑橘のジュースやゼリーなど 7 商品が出展された。②田中産業株式会社では、「作業にちょうど良いタオル」の開発が着手され、サイズや素材、ホック位置などを話し合い、試作品のモニター調査を経て完成した。6 回にわたる検討会を通して、汗を拭く箇所は色を濃くし汚れが目立たないよう工夫を加えた。③勝盛縫製有限公司社との間では、「作業用エプロン」が開発されている。試作品をメンバーが実際に使用し、個人の視点で作業上の使いやすさや紐の太さなど詳細な点まで検討が行われている。④株式会社曾我増平商店とは、メンバーの育てたタイの切り身や、果実の風味や食感の「ごはんに合うえびす味噌」が開発されている。⑤「さくらひめネットワーク」のロゴは、専門家を講師に迎えて作成した。これは、図 1 のとおり、実際のさくらひめ（デルフィニウム）が育つ様子をイメージし、メンバーの名刺や商品に使用されている。ロゴの色には、黄緑色：農業、水色：水産業、茶色：林業、黄色：畜産業、白色：新しいメンバーの意味が込められている。



図1 「さくらひめネットワーク」のロゴ

「さくらひめネットワーク」の 2017 年度プロジェクトへの参加状況は、表 3 のとおりである。A は④と⑤の 2 つのプロジェクトに参加している。その理由は、プロジェクト内容への興味とその進捗状況に関心があり、「ネクストメンバー」で学生という立場を配慮して、①～③のプロジェクトは控えた。「ネクストメンバー」は今後の愛媛農業を担う世代であり将来の女性担い手候補として重要な存在であることから、彼女ら若い世代が参加しやすく、就農への興味や関心を高めるような商品開発等のプロジェクトをさらに展開する必要がある。そうした取り組みは、「さくらひめネットワーク」のメンバー増加につながる可能性を持っている。

表3 「さくらひめネットワーク」プロジェクトへの参加状況

	A	B	C	D
加入時期	2017年7月	2016年6月 (発足前から)	2016年6月 (発足時から)	2017年4月
参加している プロジェクト	④えびす味噌 ⑤ロゴ作成	①お中元・お歳暮 ②作業用タオル ④えびす味噌 ⑤ロゴ作成	①お歳暮 ②作業用タオル	⑤ロゴ作成
そのプロジェクト を選んだ理由	④社長の人柄が良 く、内容に興味があ ったから。 ⑤プロジェクトの 進行具合が参加し やすかったから。	②自分の使う物への こだわりが強いから ⑤ ④友人の誘い。 ⑤作成者の紹介があ ったから。	①三越の方との繋 がりを持てるから (販売経路)。 ②初歩から商品開 発を学べると聞い たため参加。	⑤プロジェクトの進行具合が 参加しやすかったから。 ②に興味はあったが、プロジェ クトが既に完成に近かったこ とから参加を断念
参加頻度	④⑤ともに初回か ら参加。 都合がつく限り。	②③2回参加。 ①④配達との兼ね合 いで参加。	①都合のつく限り 参加。 ②2回ほど参加。	⑤不参加。
参加減少理由	—	②途中から自分の考 えとのズレを感じ、参 加頻度が減少。	②当初の目的との ズレを感じ、参加頻 度が減少。	⑤どの日も作業等の都合がつ かなかったため。
女性就農者との関 わりへの変化	弱くではあるが つながりが持てた。プ ロジェクトの交流 で、今後強くした い。	特に同じ作物の生産 者の間で、以前より広 まった。	同じプロジェクト に参加したメンバ ーと関わりも持つ ことができた。	弱くではあるが、つながりが持 てた。(4月に参加した交流会 で同じ班だったメンバーのつ ながりのみ)

出典：インタビュー調査より筆者作成

Bは、①、②、④、⑤の4つのプロジェクトに参加している。①と④はメンバー内の友人の誘いで参加し、②については、自分で使用する持ち物へのこだわりから、他人に見せたくなるような良いタオルを作りたいと考えて参加した。⑤は、作成者を紹介したことから関与したものの、会合などには参加していない。

Cは、①と②の2つのプロジェクトに参加している。①は個人では不可能な販売先の松山三越と連携できることに魅力を感じて参加した。②は商品開発の基本から学べることから参加することにしたが、当初の会議には参加したものの、内容に不満があり、その後の頻度が減少した。

Dは⑤にのみ加入しているが、会議場所が家から遠いために参加はない。現在の会議は交流会なども含め、多くが松山市を中心に行われているが会議の開催場所に工夫をすれば、参加率が向上すると考えられる。

次に、(3) 女性就農者間のつながりに関する現状を

まとめておく。A(大学生)とD(プロジェクトに不参加者)に関しては、つながりが弱いことから、今後、強化したい意向がある。Cは1つのプロジェクトのみで中心的な参加となったが、ここではつながりを持てた。今回の事例で最も積極的な参加をしたBは同じ栽培内容の生産者ともつながりを持ち、相互に意見交換でき、アドバイスできるような関係が生まれている。このように女性就業者のネットワーク交流が積極的に推進され、関係の深化も進んでいるといえよう。

最後に、(4)「さくらひめネットワーク」に対する評価は表4のとおりである。プラスの評価として、A・B・Cの共通点は「情報交換ができる」ということである。プロジェクトへの参加の少ないDを除いて、県内の女性就農者との出会いやつながりを持てたことを評価している。他方、マイナスの評価について、B・Cから「参加メンバーに偏りがあること」や「メンバーに自主性がないこと」、「プロジェクトの内容に精査が必要」と

表4 「さくらひめネットワーク」に対する評価

	A	B	C	D
ネットワークの 良い点	<ul style="list-style-type: none"> ・行政との連携が取れている. ・自由に意見が言いやすい. ・SNS で内容が共有できる. ・情報交換ができる. 	<ul style="list-style-type: none"> ・情報交換ができる. ・出会い、つながりができやすい. 	<ul style="list-style-type: none"> ・気軽にプロジェクトに参加できる. ・個人ではアプローチの難しいところともつながれる. ・企業との関わりから視野が広がる. ・情報交換ができる. 	<ul style="list-style-type: none"> ・女性目線で商品開発等を行っている. ・ネットワークによって女性就農者の存在を知れ、つながりができる. ・SNS で内容が共有できる.
ネットワークの 改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・全員と知り合いきれない. ・意見がきちんととまらない. ・距離や時間など負担の差が大きい. 	<ul style="list-style-type: none"> ・行政担当者に任せすぎになっている. ・自主性がない. ・目的や意識のズレがある. ・毎回、参加が同じメンバーで偏ってしまっている. ・意見交換の方法 (SNS). 	<ul style="list-style-type: none"> ・メンバーの主体性がない. ・全員と知り合えない (栽培項目等も知れない). ・ネットワークの目的がはっきり分らない. ・意見交換の方法 (SNS). 	<ul style="list-style-type: none"> ・もう少し、濃い交流会を行いたい. (多くの人と知り合い情報交換をしたい) ・若手が少なく、話しにくい. ・距離の問題から参加しにくい.
今後の活動への 参加について	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者でなくとも意見が言えるような内容のプロジェクトであれば、参加する. 	<ul style="list-style-type: none"> ・今後は、事業の拡大などのため、時間が取れない可能性大である. 	<ul style="list-style-type: none"> ・自分の農園経営のためになる内容のプロジェクトであれば、参加したい. 	<ul style="list-style-type: none"> ・時期が合えば、是非参加したい. ・つながりを持つために、積極的に参加していきたい.

出典：インタビュー調査より筆者作成

いう意見があった。また、現在研修会やプロジェクト日程の共有は SNS (Messenger) を介しているが、その方法についても意見が分かれた。B・C から「人数が多いために意見が言いにくい」、「新しいメンバーが入るたびに、いいね機能による通知が迷惑である」という改善意見がある一方、A と D からは「SNS での情報交換が便利である」と好意的な意見もある。

また、今後の活動への参加意向については、活動内容や時期がマッチすれば参加するといった意見が多い。

5. 「さくらひめネットワーク」の課題と対応策

これまでの調査結果をもとに、「さくらひめネットワーク」の課題と対応策を検討する。ネットワークの主な目的は、会員の交流と女性就農者としての農業経営力の向上にある。

まず、ネットワーク内の交流であるが、「さくらひめネットワーク」発足時には、月 1 回程度、交流会や意

見交換会が実施されたが、開催のタイミングが合わず、現在は中断されている。「さくらひめネットワーク」への加入理由で最も多かったのは「女性就農者と情報交換がしたい」「女性就農者とのつながりが持ちたい」であった。したがって、交流の内容に対する考えには若干の相違があるものの、交流と意見交換の場をより多く設ける必要がある。そのため、参加者がより多く参集できるよう活動の内容は重要な課題である。ここでは特に参加者が集まりやすい、表 1 に示すプロジェクトの内容について検討する。

このプロジェクトは現在の 5 つであるが、次年度以降は 7 つに拡大する。プロジェクトの内容については、「女性目線が意識されており、参加したい」というプラスの意見もあったものの、「学生には参加しにくい」「自分たちと経営に役立つ内容でない」「当初のプロジェクトの目的とのズレがある」などの否定的な意見が多い。したがって、女性就農者のなかに 6 次産業化の

要望もあることから、商品開発と販路開拓、販売方法の3点に関する内容が最適であろう。

現在の商品開発プロジェクトは、「女性が使いやすい」「女性目線の商品開発」と位置付けて、女性の意見を取り入れて作られているものの、一般商品との差・違いが分かりづらいように思われる。2009年に山形県村山市で誕生した「農業生産法人 国立ファーム株式会社 山形ガールズ農場」では、女性ならではの商品開発として、「お花ブーケのような野菜 BOX」、「漢方を薬剤代わりに使用する漢方米」となど個性的な商品を開発している。その代表者でもある高橋（2012）は、「商品開発では作り手がもつこだわりは捨てる覚悟で、お客様が求めることをとことん追求し、ネーミングやパッケージへのこだわりを捨ててはいけない」と述べている。この点については、「さくらひめネットワーク」の商品開発プロジェクトにおいても、十分に考慮していくべきだと考える。女性農業者だからこその想いや意見を持ち寄って1つの商品を作り上げるのならば、目玉となるような話題性、あるいは、女性消費者の心をつかむ可能性が高いといえるだろう。

このように、女性ならではの、こだわりのある商品開発や販路開拓、販売方法をプロジェクト内容とすることで、農協出荷ではなく直接販売の意向のある女性就農者や農業に興味のある学生等の「ネクストメンバー」も集まりやすくなり、会員間の交流が深まるであろう。最近、女性就農者や県内企業が本ネットワークの活動に興味を持ち参加する場合もみられ、本ネットワークの認知度も上りつつあることから、より実情に合った実践的なプロジェクトの内容にすべきである。

また、開催場所や開催時間にも工夫が必要である。Dのような遠方の会員は、時間的な制約により参加できないことも多々ある。そのために、開催場所は松山市を中心としながらも、東予地域や南予地域での開催、あるいは、夜間での開催など、場所や時間の設定により一層の工夫が求められよう。また、集合するのが難しい場合には、スカイプなど在宅参加できる手段も検討すべきである。

次に、女性就農者としての農業経営力の向上についてである。現在の「さくらひめネットワーク」の活動は、政府系の農業女子プロジェクトの地域版というイメージが強い。政府系のプロジェクトのように「農業女子」×「企業」の商品開発を主たる内容とすることが、本当に愛媛県内の女性就農者が望む理想的なネットワークといえるのか、若干の疑問が残る。確かに6次産業化や直接販売志向の女性就農者は多く、本稿で

取り上げた3名の女性就農者のなかでも、Dは農産加工商品開発を行い、また、B～Dの3名はすべて直接販売を行っている。しかし、農業で最も重要なことは女性就農者も栽培技術力であり、財務管理や労務管理、情報管理等の農業経営力である。6次産業化や直接販売はこれらのなかの一つである販売管理にほかならない。そのため、「さくらひめネットワーク」の活動においては、販売管理以外の栽培技術力や財務管理能力等の農業経営力を向上する活動も重視すべきである。その結果、女性就農者がより多く参加し、より多くの交流が可能となるであろう。

6. おわりに

本稿では、まず、農業就業人口や新規就農者の動向、並びに国や愛媛県における新規就農者支援事業を整理することで女性就農者の概況を把握した。次に、女性就農者のネットワーク強化や農業経営力の向上を図ることを目的とした愛媛県の「さくらひめネットワーク」の実態や活動を明らかにした。そのうえで、その活動に参加したメンバーの評価により女性就農者ネットワークの課題とその対応方策を検討した。

その結果、「さくらひめネットワーク」の加入者は、その活動に必ずしも満足しているのではなく、本稿で提示したような改善策を講じる必要性が判明した。それによって、「さくらひめネットワーク」の活動がより一層充実し、会員間の交流や女性就農者の農業経営力が向上するであろう。こうした活動の充実こそが、さくらひめメンバーのみならず、農業に興味のある次世代の女性就農者を含む「ネクストメンバー」の増加にもつながっていくわけで、今後、より総合的で、かつ、系統的な施策が重要となる。

謝辞

本研究を進めるにあたり、ご多忙のなか、インタビュー調査にご協力くださいました、「さくらひめネットワーク」メンバーと「ネクストメンバー」のA.A.さん、K.F.さん、Y.S.さん、M.M.さん、愛媛県農林水産部農政企画局農政課農地・担い手対策室担い手育成係のA.H.さんに心よりお礼を申し上げます。

引用・参考文献および参考 HP

- 農林水産省（2016）：平成28年度食料・農業・農村白書。農林統計協会。
- 川辺匡介・大江靖雄（2016）：女性を含む新規就農者の経営満足度に関する要因分析。食と緑の科学。70。

- 農林水産省 (2016) : 中国四国食料・農業・農村情勢報告 第Ⅱ部 中国四国地域の食料・農業・農村の動向. 農林水産省中四国農政局.
- 松久勉 (1992) : わが国の農家人口と農業労働力の将来推計. 農業総合研究. 46(2).
- 原珠里 (2010) : キャリア形成に向けた女性農業者の主体的行動分析. 2008～2010 年度科学研究費補助金研究成果報告書.
- 高橋菜穂子 (2012) : 山形ガールズ農場！女子から始める農業改革. 角川書店.
- 農林水産省大臣官房統計部「新規就農者調査」
<http://www.maff.go.jp/j/tokei/kouhyou/sinki/attach/pdf/index-2.pdf>
- 農林水産省「2015 年農林業センサス」 <http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2015/top.html>
- 農林水産省「2000 年農林業センサス」 <http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2010/00kekka.html>
- 農林水産省ホームページ 農業関連用語 (2017 年 11 月閲覧) <http://www.maff.go.jp/j/tokei/census/afc/2010/yougo.html>
- 農林水産省「農業における女性活躍の取組」
http://www.gender.go.jp/kaigi/senmon/jyuuten_houshin/sidai/pdf/jyu08-7-1.pdf
- 総務省「2015 年度 社会課題解決のための新たな ICT サービス・技術への人々の意識に関する調査研究」
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/html/nc242220.html>
- 内閣府男女共同参画局「OECD 諸国の女性の就業率」
http://www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/h25/zentai/html/zuhyo/zuhyo01-02-02.html