

農・食分野で女性が拓く！ 地域の未来！

～「アイデアや想い」をコーディネートする機能が重要～

<要旨>

1. はじめに

- ・日本再興戦略でも、我が国最大の潜在力として活躍促進が期待される「女性の力」。
- ・一方で、若年女性人口は減少、特に地方では急減が予想。

2. 人口の川上機能を担っていた「地方」

- ・DID地区（人口集中地区）よりも非DID地区において、出生子ども数は高い。
- ・これまで地方は都市の人口を支える「川上」的存在であったが、このままでは持続可能な社会とはなりえない。都市で働きながら子育て可能な環境整備を進める一方、魅力的な雇用の受け皿を地方において創出し、地方若年層の都市への流出を抑制させる対策が重要。

3. 地方において重要な「農・食」産業

- ・地方において、雇用の面からも農・食産業が重要なポジションを占めている。
- ・食品製造業は中小・零細企業が全体の99%を占めるが、雇用等地域経済への寄与度は高い。

4. コストカット戦略からの脱却と期待される女性の力

- ・農業自体は就業人口の減少や耕作放棄地の増加など厳しい状況。
- ・また、海外との競争激化や人口減少に伴う内需減少が見込まれる中、コストカット戦略から脱却し、新たな価値やマーケットの創出を目指すことが重要であり、ここに女性の力が必要。

5. 女性が輝く！イノベティブな取組！

- ・過疎化が進む地方で農業参入を果たし地域に新しい風を送り込んでいる事例、地域の抱える課題に寄り添い地域と二人三脚で課題解決に取り組んでいる事例や女性の視点で新たな商品・マーケットを創出した事例、多様なプロとのつながりを武器に地域資源のブランディング化を図っている事例及び国や自治体、企業による支援体制などを紹介。

6. まとめ

- ・地域で活躍する女性たちには「地域への想いが強い」「女性同士のネットワークを持っている」「目が届く範囲の規模での仕事を大切にしている」といった共通項がある。
- ・農・食産業は、地方における重要な産業であり、かつ「小規模」「手仕事」「地域性」「ネットワーク」といったキーワードとの親和性が見込まれ、女性の力を活かせる分野といえる。
- ・事例として紹介した、地域で輝く女性の取組を横展開していくためには、女性の持つアイデアや想いを事業化に結びつける「コーディネート機能」が重要である。

(お問い合わせ先) 株式会社日本政策投資銀行 地域企画部 仲倉 修、市川 豊英、加藤 博
Tel. 03-3244-1633

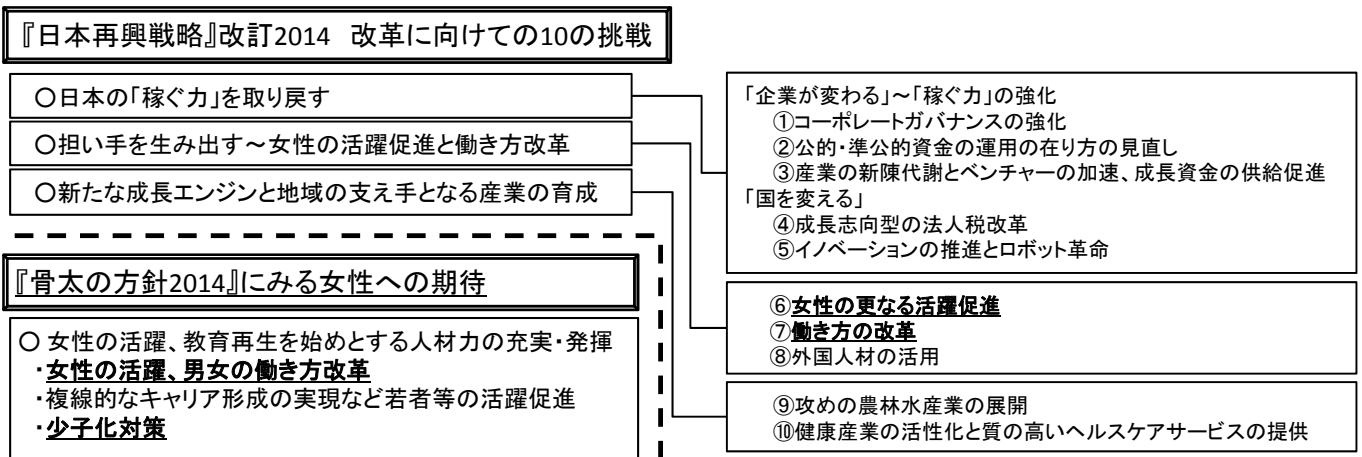
〔フード・ビジネス・イノベーション (F・B・I) レポート〕

株式会社日本政策投資銀行では、農業や食の観点から地域活性化を考え、現状や課題を把握するとともに、課題解決に向けたソリューション提案や政策提言、啓蒙活動等を目的としてフード・ビジネス・イノベーション (F・B・I) レポートを作成し、継続的に情報発信を行って参ります。

1. はじめに

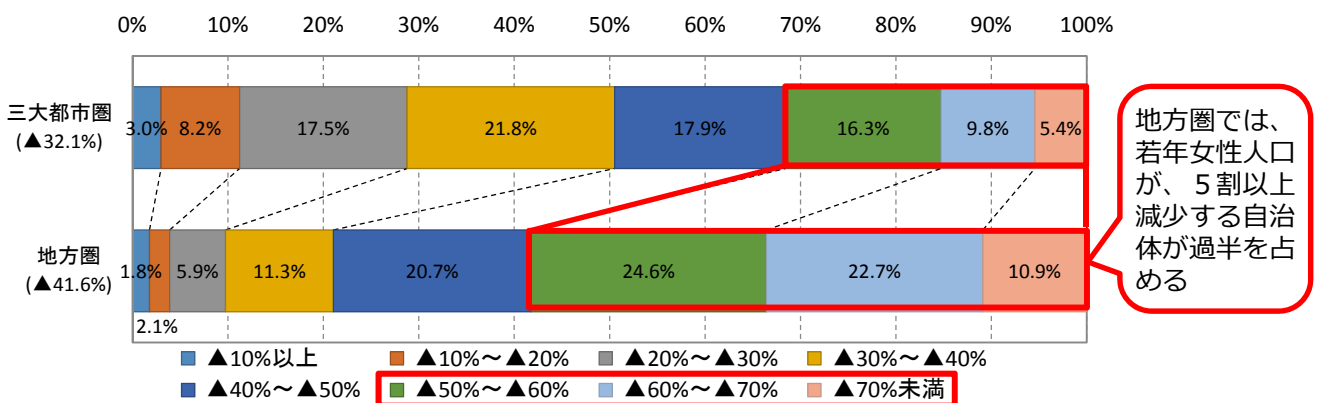
- 先般、政府が閣議決定した「日本再興戦略」や「経済財政運営と改革の基本方針(骨太の方針)」において、担い手としての「女性の活躍促進」や「50年後の人口1億人維持」等、労働・出産の両面で、女性への期待が寄せられている(図表1)。
- 一方で、本年5月に日本創成会議が公表したレポート「ストップ少子化・地方元気戦略」でも言及されているが、国立社会保障・人口問題研究所による将来人口推計値を基に試算すると、2040年までに若年女性人口(20~39歳女性人口)は大きく減少すると予測され、減少幅は、地方においてより顕著である(図表2)。
- 地方の危機感は強く、7月に開催された全国知事会議においても「少子化非常事態宣言」が取りまとめられている。

図表1 「日本再興戦略」「骨太の方針2014」に位置づけられた女性の力の活用



(出所) 「日本再興戦略」改訂2014、「経済財政運営と改革の基本方針2014」を基に当行作成

図表2 若年女性(20~39歳女性)人口の減少率について三大都市圏と地方圏を比較(2010-2040)

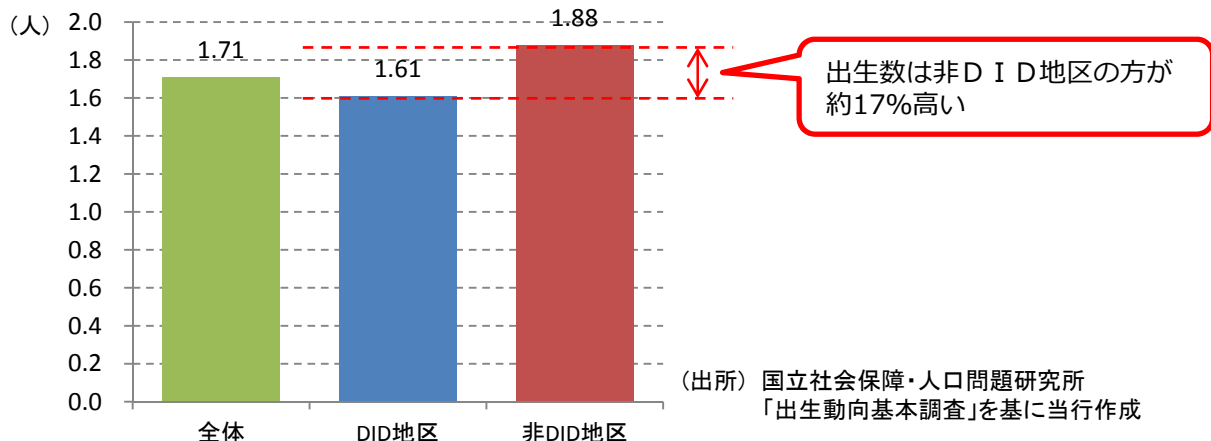


注1: 本推計は社会保障・人口問題研究所推計(平成25年3月)に準拠。ただし、地域間の人口移動は収束しないものと仮定。
 注2: 福島県内の市町村別の人口推計を行っていないため、本推計においても市町村別の推計は行わず、県単位の推計のみ。
 注3: 三大都市圏とは東京圏(埼玉、千葉、東京、神奈川)、名古屋圏(岐阜、愛知、三重)、大阪圏(京都、大阪、兵庫、奈良)を指し、地方圏とはそれ以外の地域を指す。
 (出所) 日本創成会議・人口減少問題検討分科会「ストップ少子化・地方元気戦略」を基に当行作成

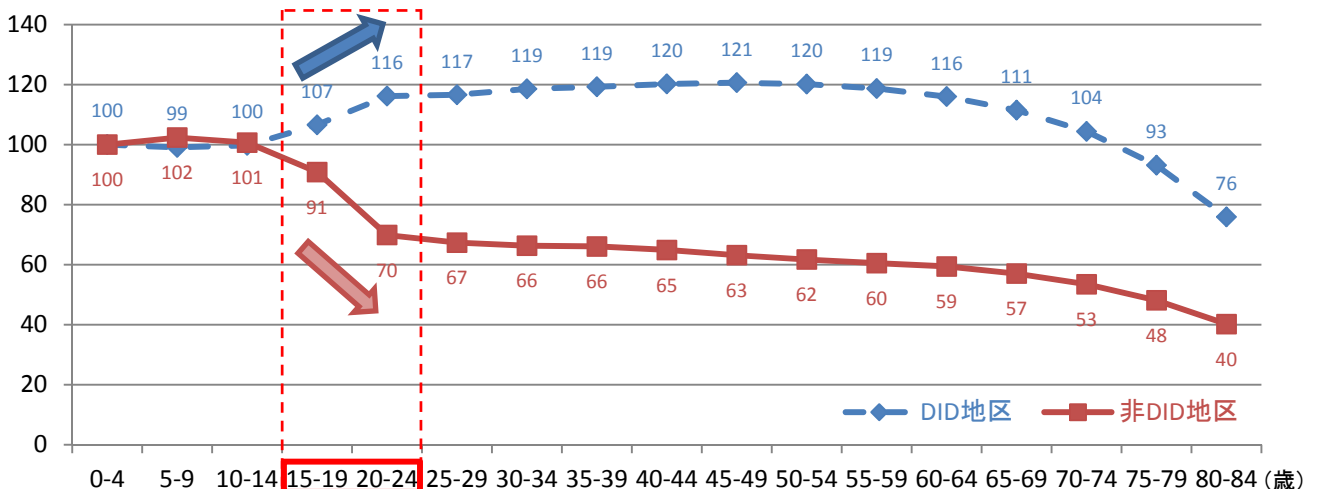
2. 人口の川上機能を担っていた「地方」

- ・若年女性人口の減少は、前述のとおり地方において顕著だが、現状の出生動向について確認すると、農村的地域を示す非DID地区における出生子ども数は「1.88人」であり、都市的地域を示すDID地区の「1.61人」よりも約17%高い値となっている（図表3）。
- ・では、なぜ地方において減少が顕著となるのか。
- ・5年に1度行われる国勢調査のデータを基に、DID地区と非DID地区の人口移動についてシミュレーションを行うと、義務教育期間である14歳までは目立った変化は現れないが、高校卒業を迎える15～19歳、大学卒業を迎える20～24歳の年代で、非DID地区の人口が急激に下がり、DID地区の人口は上昇するという結果となり、大学進学や就職のタイミングで、地方から都心部への人口移動が起きていることが推察される（図表4）。
- ・我が国において地方は、都心部よりも人口の生産力が高く、15～24歳の若年層を都心部へ送り込む、いわば人口の「川上」的存在であったといえる。ただし、このままでは持続可能な社会とはなりえない。
- ・今後、持続可能な社会を築いていくためには、保育所や学童保育の整備など都心部での「働きながら子育てできる環境」の整備だけではなく、就職期における魅力的な雇用の受け皿を地方において創出し、地方における若年層の流出を抑制させる対策が重要である。

図表3 人口集中地区分類別平均出生子ども数（2010年）



図表4 人口集中地区分類別 ※地元定着度比較



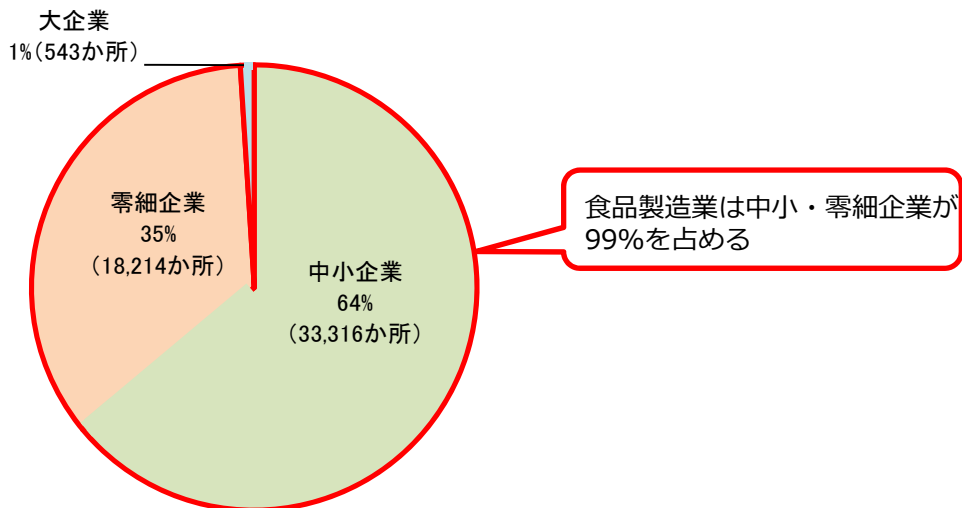
※地元定着度：2000年代後半の年齢階層別人口移動トレンドが続いたと仮定した場合、今の0-4歳児100人が、X～X+4歳になったときには何人になっているかという推計値。

(出所) 総務省統計局「平成22年国勢調査報告」を基に当行作成

3. 地方において重要な「農・食」産業

- ・ 前ページで述べたように、地方における人口減少は、就職期の人口流出という要因があることから、地方においては、雇用対策が喫緊の課題と考えられる。
- ・ とところで、地方においては農・食産業が重要なポジションにあるケースが多い。
- ・ 特に食品製造業は、全国に約5万2千箇所と数が多く、規模別に見ると従業員数299人以下の中小・零細企業が99%を占めているが、北海道、鹿児島、沖縄では、食品製造業の出荷額が域内製造業の3～4割を、雇用面では4～5割を占めており、食産業は中小・零細企業の集積といえるが、雇用等地域経済への寄与度は高い（図表5、6）。
- ・ また、農業については、自然を相手にするという特徴上、人を相手にする三次産業と比べ周辺人口に左右されにくい構造であることも、地方における重要なポジションを占める一因であろう。

図表5 食品製造業の規模別事業所数の割合



(出所) 農林水産省「平成25年度 食料・農業・農村白書」を基に当行作成

図表6 食品製造業の出荷額・従業員数について北海道・鹿児島・沖縄と三大都市圏との比較

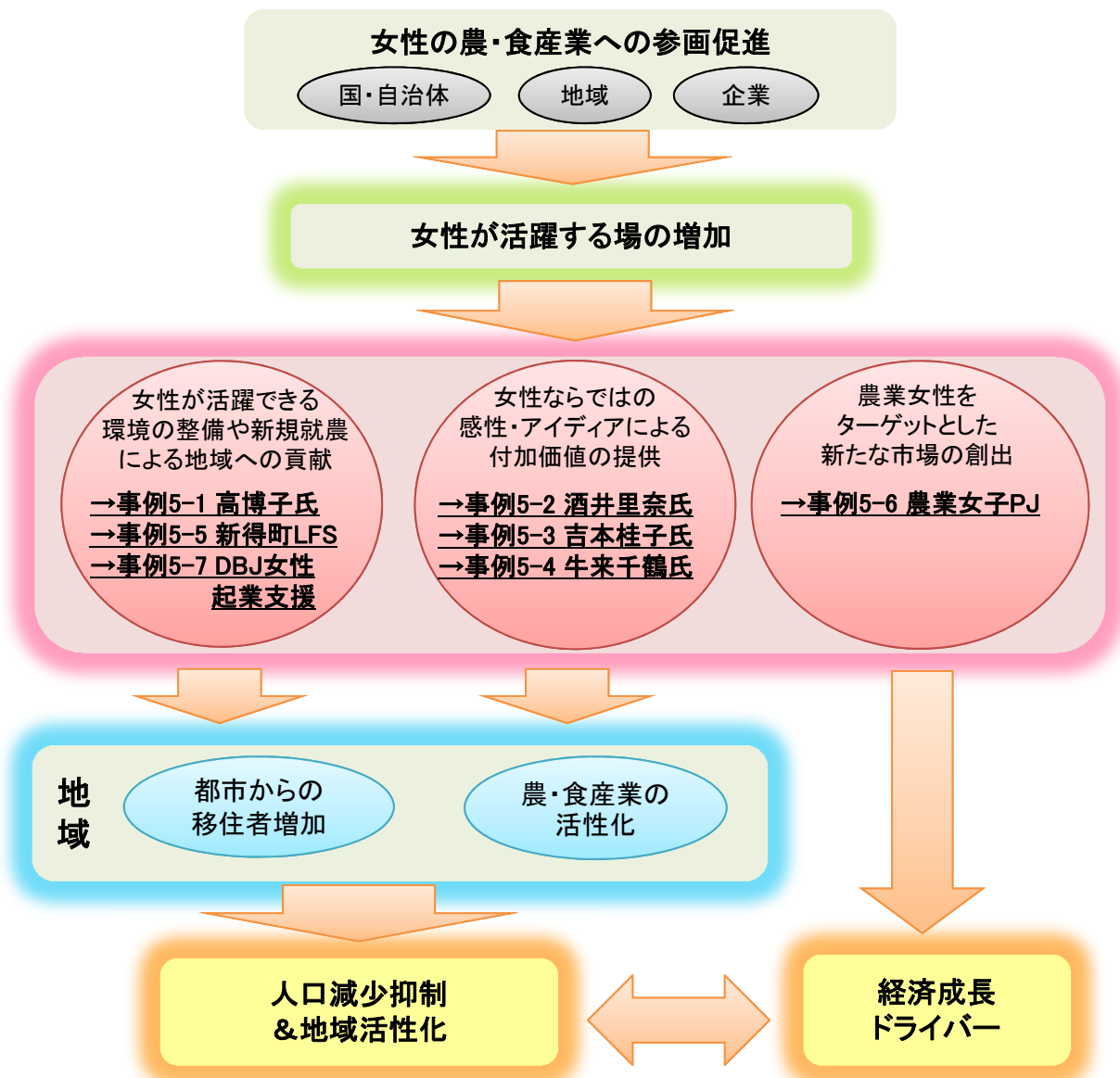
		製造品出荷額		従業員者数	
		金額 (億円)	全製造業に 占める割合(%)	人数 (人)	全製造業に 占める割合(%)
製造品出荷 額の占める 割合の高い 都道府県	北海道	20,071 (全国1位)	33.7 (全国2位)	84,740 (全国1位)	48.7 (全国2位)
	鹿児島県	7,133 (全国14位)	39.3 (全国1位)	29,545 (全国14位)	41.0 (全国3位)
	沖縄県	1,714 (全国38位)	30.3 (全国3位)	12,560 (全国34位)	50.6 (全国1位)
三大 都市圏	東京都	7,558 (全国13位)	8.5 (全国27位)	34,246 (全国12位)	11.0 (全国39位)
	大阪府	10,980 (全国9位)	6.7 (全国33位)	49,326 (全国8位)	10.3 (全国41位)
	愛知県	16,745 (全国2位)	4.1 (全国43位)	71,411 (全国2位)	9.0 (全国43位)
全	国	304,562	10.5	1,207,092	15.8

(出所) 農林水産省「平成25年度 食料・農業・農村白書」を基に当行作成

4. コストカット戦略からの脱却と期待される女性の力

- ・ 一方、農業全体に目を向けると、就業人口の減少、耕作放棄地の増加、広大な土地や安い人件費を背景とした安価な農畜産物の輸入圧力など厳しい状況が続いている。
- ・ 特に、海外との競争激化や人口減少に伴う内需の減少が見込まれる昨今、大量生産大量販売を前提としたコストカット戦略ではジリ貧となることが予測され、目指すべきは新たな付加価値創造や新たな市場開拓に向けた戦略であろう。
- ・ このような、いわば既存の概念を超えた領域で行われる、新たな価値を生み出すための戦略実行のためには、新たなプレーヤーの活躍が肝要であり、ここにこそ、女性の力が期待されるべきと考える。
- ・ 実際に、女性の活躍が新たな商品、マーケットの創造や地域の活性化につながっているケース、また、そのような取組を国や自治体、企業が支援する動きがある（図表7）。
- ・ 次ページ以降では、そのような先進事例を紹介していく。

図表7 期待される女性の力と事例紹介一覧



5-1. 高博子氏（高農園）

～地方への新規就農・夫婦協働による積極的な農業展開～

高農園は、平成12年に石川県七尾市能登島でスタートさせた、脱サラして就農した高利充さんと妻の博子さんが営む農園。
就農2年目で県のエコ農家に指定され、3年目に全圃場で有機認証を取得するなど積極的な活動を展開。現在は約20ヘクタールの農地を活用して、年間200～300種類の有機野菜を生産し、東京を中心に120軒ほどの飲食店等と直接、取引を実施。
博子さんは、農林水産省「農業女子プロジェクト」に発足前から参加しており、商品の企画・開発に協力。

能登島での就農を直感で後押し

- ・博子さんは鹿児島で生まれ育ち、福岡の大学を卒業後、福岡市内の広告会社にて企画・営業の仕事をしていた時に、利充さんと出会った。
- ・利充さんから能登島で農業をしたいという相談を受け、衣食住の“食”に関わる仕事に興味もあり、直感的に「したいことは、やれるときにやるべき」と、利充さんの意思を後押しした。実際の就農に当たって母親から猛反対を受けたものの、一度決めたら曲げない性格でもあり、「農業を選んで良かったね」と言ってもらえることを目標に就農し、今では母親も応援してくれている。

お客様からの信頼を継続していく

- ・就農当時は、夜明け前からの漁のアルバイトとの掛け持ちなど苦労を重ねたが、当時能登で栽培が推奨されていたタバコではなく、利充さんの意思で“野菜をつくること”にぶれずに取り組んだ。
- ・当初はスーパーマーケットや朝市などで野菜を販売していたが、七尾市の食育活動の一環で、著名フレンチシェフの三國清三氏と出会ったことがきっかけで、西洋野菜の栽培を開始し、契約栽培方式による個別取引先の開拓につながった。



栽培したフェネルと博子さん



出荷前のズッキーニ

- ・販路については、営業活動ではなく、取引先同士の紹介やフェイスブックでのつながり、口コミなどによって、徐々に拡大していった。
- ・つながりにより拡大してきた取引先だからこそ、信頼を失わぬよう出荷から配送を確実にし、これをきちんと継続していくことが当面の目標である。

夫婦協働による積極的な農業展開

- ・取引先との交渉やマスコミ対応、普段の農作業の全行程について、お互いが全てをこなすことができるような体制をとっている高農園だが、これは、利充さんの料理など家事に対する積極的な協力があってこそだと博子さんは語る。
- ・また、お互いが自由な裁量権を持っており、博子さんが参加する「農業女子プロジェクト」(P10参照)では、女性同士の横のつながりや仕事上の接点も生まれ、多方面の取組への参画は勉強になることも多く、情報収集の場にもなっている。
- ・これまでの取引先の販路拡大も含め、“人とのつながり”が非常に大切であると感じている。
- ・3年前からは能登地域の野菜だけではなく、魚醤や酒などの地場産品を集めて、多方面へのPRや出荷をするといった取組も行っている。
- ・今後は、高齢化社会の中でも健康な高齢者を増やしたいという思いから、ハーブなどの食用花によるアンチエイジング(抗老化医学)の分野に取り組み、病気を未然に防ぎ、健康で長生きするために「生産者として何ができるか」と、奮闘している。
- ・就農からの14年間で、高農園をゼロからここまで立ち上げてきたという自信を持っているので、常に新しい気持ちで農業にチャレンジしていきたい。
- ・農家に嫁いだ女性が、陰でご主人を支えるだけでなく、高農園のように夫婦が揃って経営に関与し、農作業からマスコミ対応までどちらも対応できる体制で農業経営を行う形態が注目されることは、農業が、女性にとってより魅力ある職業となり、ひいては地方の活性化に貢献するのではないかと感じている。
- ・また、博子さんのように積極的な農業を行い、活躍する女性が増えることで、社会全体での女性農業者の存在感も高まるであろう。

5-2. 酒井里奈氏（株式会社ファームステーション） ～地域循環事業の展開と女性力による地方活性化～

㈱ファームステーションは、独自の発酵技術を活用し、コメやバイオマス、未利用資源を原料としたエタノールの製造・販売等を行う会社。エタノールの高付加価値化により、収益性の高い小規模地域循環システムを構築する取組を展開。社長の酒井里奈氏は、前職時代に、発酵技術に興味を持ち、東京農業大学応用生物科学部醸造科学科に入学し、2009年3月に卒業。同年、同社を設立。発酵ベンチャーと位置づけて、事業を推進。第3回DBJ女性新ビジネスプランコンペティションにて「地域イノベーション賞」を受賞。

地域循環事業による地域の活性化を実現

- ・酒井氏は約10年、銀行や証券会社などに勤務し、プロジェクトファイナンスやM&A等を担当していた。
- ・「生ゴミをエネルギー化する」といった特集番組を見て、自身もエネルギー問題に貢献したいと考え、退職後、東京農大において発酵技術を勉強した。
- ・在学中に、岩手県奥州市の稲作農家から「休耕田にて多収米を栽培し、発酵技術を活用した商品化の道を探りたい」と、相談を受けたことが、奥州市、稲作農家とつながる始まりであった。
- ・先進地視察や実証実験、地域との対話を重ね、身の丈に合った小規模かつ安価な発酵蒸留装置を開発。コメから抽出したエタノールは化粧品の原料に、蒸留残さは石けん等に、発酵残さは良質な餌として、多面的利用に至った。
- ・本事業によって、規模は小さいものの休耕田が活用され、これまでにない新たな価値を生み出し、地域の活性化へつなげていく取組が実現した。

エタノールの高付加価値化に成功

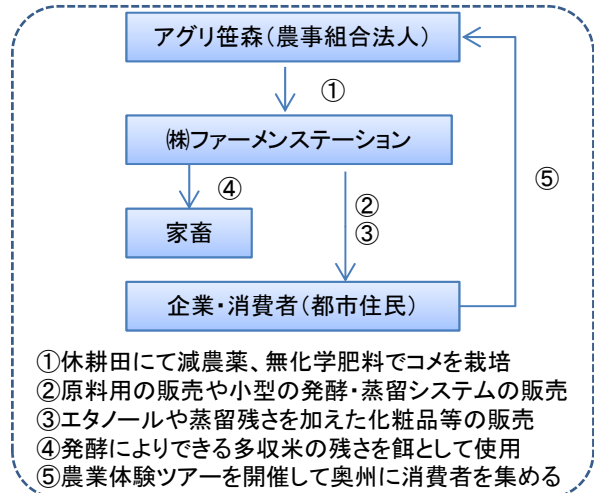
- ・また、小規模・安価である一方、手作りに近い装置であったため、高精度ではないと考えられていたエタノールであったが、アロマ事業に携わる知人



女性に商品を見せたところ、「アルコールのツーンとした香りがなく、良い香り」と、高評価を受け、付加価値の高い化粧品等の原料用商品となった。

- ・さらに、友人女性であるデザイナーが、酒井氏の取組に共感し、製品デザインを担当。都市での販売の際にも好評を博している。

図表8 岩手県奥州市「地域循環プロジェクト」



都市と地方をつなぐ役割を目指す

- ・事業を進める中で、奥州への想いを強めた酒井氏は、「この地域にもっと人を呼び込みたい」と、農業体験ツアーの企画など、奥州へ消費者を連れてくる取組も、地域の方々と一緒に始めている。
- ・酒井氏は、「奥州には、女性農業者や現代のライフスタイルに合わせた南部鉄器の企画・製造を行う女性社長など、元気のある、魅力的な女性が本当に多い」と語る。
- ・当社の取組には、奥州での女性同士のつながりだけでなく、前述のアロマ事業への展開や商品デザインなど、事業の要所に“女性同士のネットワーク”の存在が見られる。
- ・地域と二人三脚で課題解決に向かうスタイルや、話の節々に、関係する相手への尊敬が見られる酒井氏の人柄が、人と人とのつながりを作り上げ、当社の事業を進めているに違いない。
- ・ネットワークを大切にする酒井氏の取組は、各地で見られる、都市と地方を“つなぐ”取組にも参考となるであろう。

5-3. 吉本桂子氏（ロイヤルブルーティージャパン株式会社） ～女性ならではの視点で新たなマーケットを創造～

ロイヤルブルーティージャパン(株)は、神奈川県藤沢市に本社を置く、高級茶類の製造販売会社。社長の吉本桂子氏は、グラフィックデザイナーを経験後、お茶に魅せられ、2006年に当社を設立。「ワインボトル入り高級茶」を開発し、新たなマーケットを創出。全国各地の百貨店やホテル等へ商品を納める。第2回DBJ女性新ビジネスプランコンペティションにて「DBJ女性起業大賞」を受賞。

お茶の世界に新たなマーケットを創造

- ・ロイヤルブルーティージャパン(株)は、高級茶飲料を製造販売する会社として平成18年に設立。「ワインボトル入り高級茶」は、一部の人間に限られていた茶道の世界と大勢の人間が店頭で気軽に購入するペットボトル等の世界に二極化されていた市場に新たなマーケットを産み出した。
- ・吉本氏は、創業前は茶業との関わりはなかったが、知人に誘われて参加したティースクールで、上質なお茶、また、食前・食中・食後とそれぞれの食事に合わせて、異なったお茶を楽しむ「食事とお茶とのマリアージュ」を体験し、お茶に対する感動を味わった。
- ・生来、お酒が苦手な吉本氏は、高級ワインが揃う有名料理店でさえ、食事と相性が良いお茶のラインナップが代わり映えしないことに疑問を抱いた。
- ・吉本氏が導き出した答えは、「お茶は本物を気軽に飲める環境(仕組み)が整っていない」というものだった。
- ・この時の気づきから「”本物のお茶”を、”現代のライフスタイル”に合わせて提供する」ために、「ワインボトル入り高級茶」という商品が生まれた。

「嗜好品」という販売戦略

- ・健康面での機能が注目されることもあるお茶だが、吉本氏は「嗜好品」としてのスタンスを守っている。「嗜好品は、健康等一過性のブームに左右されにくい安定した市場」という考えがあるからだ。
- ・嗜好品として生き残るためにはブランド力が欠かせない。ブランド化の確立に向け、当社の道のりも平坦ではなかった。
- ・新しい商品ゆえの市場開拓での苦労や、百貨店

などでの商品の動きが安定してきた頃に発生した原子力発電所事故に伴う風評被害など、資金調達が危ぶまれる危機も経験。しかし、「継続することでブランド力は強くなる」という信念から、低価格路線への変更は一切考えなかったという。

- ・守り通したブランドは、メディア等各方面で注目され、日本航空の国際線ファーストクラスへの採用など新たな販路にもつながり、昨年度は経常利益も黒字となった。

地域と共に成長する企業へ

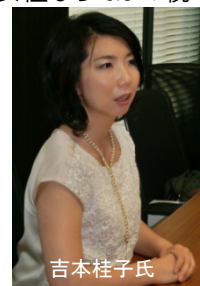
- ・当社によるマーケットの創出は茶業関係者に新たな可能性を、また高いブランド力は、契約相手である生産者・地域の自信にもつながっている。
- ・吉本氏は農業の世界でも、「この土地でしかできない本物」を求める必要があると感じており、玉露や緑茶など、日本独自の歴史や文化をバックボーンとした”本物”を、生産者・地域と共に作り上げていこうとしている。

「ライフスタイル」は女性に強み

- ・新たな市場開拓などイノベティブな取組を行っている吉本氏だが、根底には「ライフスタイルに合わせた提案」という考え方がある。
- ・吉本氏は、大学では家政学科を専攻し自身の将来は専業主婦を想定しており、現在の姿は「全く想像していなかった」という。
- ・しかし、飲食などライフスタイルに関連する分野では「女性の強みがある」と語っている。「お酒を飲めない人」のニーズを捉える着眼点や伝統や常識に縛られすぎず、現代の生活環境に合わせた「ワインボトル入り高級茶」というスタイルの提案など、当社の取組には、吉本氏の女性ならではの視点が数多く活かされている。



ワインボトル入り高級茶



吉本桂子氏

5-4. 牛来千鶴氏（株式会社ソアラサービス） ～女性が輝く「場」としての地方の可能性～

(株)ソアラサービスは、広島市に本社を置き、起業家、SOHO事業者を様々な形で支援する会社。社長の牛来千鶴氏は、1999年に販売促進プランナーとして独立。翌年情報交換の場として「広島SOHO'クラブ」を設立、2001年「広島SOHO'オフィス」開設。2002年に「(有)SOHO総研」を設立し代表取締役に就任。以来SOHO事業者と地元企業支援を軸としたビジネスを展開。2009年には現社名に変更、本社も移転し、クリエイティブ共同オフィス「SO@Rビジネスポート」をオープン。
第1回DBJ女性新ビジネスプランコンペティションにて「DBJ女性起業優秀賞」を受賞。

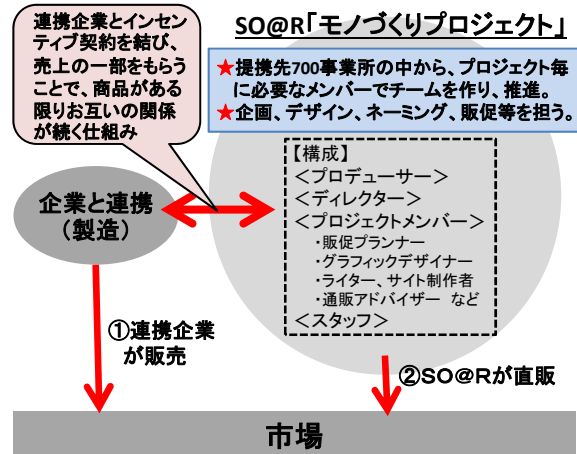
SOHOの悩み、「あったらいいな」を形に

- ・牛来氏は6年間専業主婦として子育て中心の生活を送った後、企画会社勤務を経て独立した。
- ・独立直後の、1人でのことへの苦しみや孤独感、情報不足からくる外部との壁、これらの「悩み」「困った」をいかに解決するか、というのがビジネスの出発点であった。
- ・(株)ソアラサービスは、クリエイターやSOHO、起業家向けの共同オフィスを運営する「拠点事業」、クリエイターや起業家を育成する「支援事業」と「モノづくり事業」の3領域で事業を展開している。

ネットワークと地域資源を活かしたモノづくり

- ・「モノづくり事業」は地元企業と当社がコラボレートして新商品の開発、プロデュースを行うものである。もとを辿れば、SOHO事業者等との情報交換の場から生まれた構想であり、持ち寄ったアイデアから「こんなものがあったらいいな」という企画の立案からスタートしている。
- ・「モノづくり事業」の大きな特徴として、開発に携わった商品の「売上に応じた報酬を受け取る”成功報酬型の商品開発”」の仕組みが挙げられる。
- ・一般的な、商品開発後のデザイン部分だけの外注ではなく、企画段階から関わることによって、企画から販売まで一貫したプロデュースが可能となる点や、報酬が商品の売上げの一部から支払われる契約であることから、連携先企業の初期投資抑制や参画するSOHO事業者等の”売る”ためのモチベーションアップ、そして、商品がある限り継続した収入が確保できるというメリットがある。

図表9 成功報酬型の商品開発の仕組み



(出所) (株)ソアラサービス作成資料を基に当行作成

- ・これまでの実績をみると、広島銘菓「もみじ饅頭」の生地に健康に良い竹炭を練り込んだ「黒もみじ」をはじめ、郷土野菜である広島菜を使った「広島菜キムチ」など地元産品が多く、「広島を元気にしたい」という地域への想いが感じられる。



広島菜キムチ



企画した商品と牛来千鶴氏

(出所) (株)ソアラサービスより提供

女性起業家としてのロールモデルに

- ・様々な取組を精力的に行う牛来氏だが、事業の着想は「常に足下にある」という。また、「女性は男性が面倒くさがるような毎日の食事とか介護とか、コツコツ頑張れることが特徴」、「だからこそ小規模でも足下の地域を良くするための事業は女性に向いている」と、女性の強みを語る。
- ・牛来氏の事業は、「初期費用20万円からのスタート」と、初期投資を行ってゼロから商品を作り出す訳ではなく、人やアイデアをつなぐことで新たな価値を生み出すという手法であり、「あったらいいな」と思う足下の課題を一つ一つ拾い上げ、課題解決を事業化していく取組は、女性起業家としてのロールモデルになり得るのではないかと。

5-5. 新得町レディースファームスクール ～女性の新規就農支援で地域活性化～

新得レディースファームスクール(以下、LFS)は、1996年に開校した全国初の女性のための町立の農業体験研修施設。
酪農、畑作、肉牛の3種類の選択コースがあり、農家実習を主体に、農畜産物加工実習や農業関係者による講義など実践的な農業を学ぶ場を提供している。農業や地域へ徐々に慣れるという意図で、農家への住み込みではなく、管理人常駐の居住施設を準備し、実習農家へ通うという生活拠点と実習場所を分けるスタイルを取っている。農業未経験者の気持ちも考慮したサポート体制が好評。

全国初！女性に特化した就農支援！

・新得町は、過疎化、高齢化が進み、基幹産業である農業の後継者不足が深刻な問題となっている。農業の担い手を確保し、若い力を呼びこむ仕組みづくりが課題となる中、女性の新規就農や体験希望者増加という流れを受け、全国初となる「女性のための農業体験研修施設」を設立。

修了後、3割近くが町内に残る

・LFSでは全国各地から毎年10名程度の研修生を受け入れている。体験施設ということもあり、中には今まで牛を見たことも触ったこともない、北海道に住むのも初めてという研修生がほとんど。
・H26年4月現在、1年制の研修修了生は153名。修了後は3割近くが町内に残り、またその約半数は農業関連産業に従事という実績を誇る。
・そしてLFSは設立19年を迎える。この間研修生は地域や農家へ新鮮な風を呼び込んできた。
・受入農家側では、全く経験のない若い女性に農業を体験してもらうということで、苦労された点もあったと思うが、研修生の受入により、住宅や牛舎周りの環境を整備するなどの意識改革や研修生の働きにより乳牛頭数を増やすといったプラスの効果も生まれている。



研修風景



研修風景

若い女性は地域の起爆剤

・毎年新しい研修生が町へ来て、研修生も地域の盆踊りや運動会に参加し、町民と交流することで地域の明るさ、元気が増している。
・「町を歩くと、自分が知らない人も声を掛けてくれる。顔を覚えてくれて嬉しい。」と、研修生も地域に自らが存在していることを実感するとともに地域ならではの温かさも感じているようだ。
・酪農コースについては個人や法人など様々な経営形態の農家を見るため、また各農家オリジナルの農作業を学ぶために、3ヶ月単位で研修先の農家を変え、1年間で4ヶ所の農家を回る仕組みとなっている。「研修先の農家を変えることで違いを学ぶ良さがある。最終的には町内で酪農家として働きたい。」という研修生もいた。

LFS修了生で作るファームという夢

・農業そして地域活性化への貢献もあるLFSだが、新得町役場係長 佐藤直人氏は、「町内での新規参入など、必ずしも研修生の希望に答え切れていない面もある」と語る。農家の担い手確保は喫緊の課題である一方、農業への新規参入には、タイミングなど様々な要因が関係するからだ。
・佐藤氏は、個人的な想いと前置きをした上で、「LFSの修了生だけで農場を設立出来れば」という目標を話してくれた。町内での雇用の受け皿となるだけではなく、女性ならではの視点を活かした安全・安心な乳幼児向け食品の開発など、「多様な人材の受入実績を持つLFSのある新得町だからこそできる取組がしたい」と、設立20年も近いLFSの発展、ひいては将来的な地域全体の発展に向けた熱い想いを語った。



佐藤直人氏

道外から来た酪農コースの研修生

5-6. 農業女子プロジェクト ～農業女子から広がるビジネスチャンス～

農業女子プロジェクトは、農林水産省が平成25年11月に正式発足させたプロジェクト。以下の3点に着目し、農業における多様な人材確保を通じて、地方及び農業の高齢化に対応することを目的に取り組んでいる。平成26年6月18日現在、当プロジェクトのメンバーは138名と発足以来順調に拡大している。関東近郊を中心に全国各地から参加者が集い交流を図っている。

【農業女子のポテンシャル】

- ◆ 農業女子の「生産力」
- ◆ 農業女子ならではの「知恵力」
- ◆ 農業女子という「市場力」

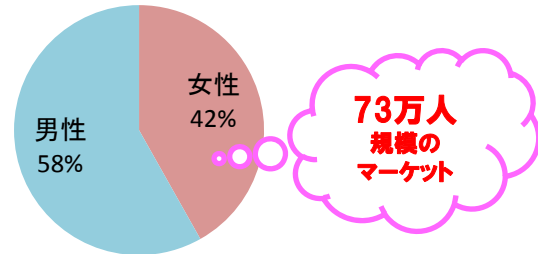
なぜ今「農業女子」なのか？

- ・就農者は高齢化と共に減少している。今後、持続可能な農業構造を実現していくためには、毎年2万人の新規就農者を確保しなければならないという農林水産省の試算もある。しかし、新規就農者のうち定着するのは現在1万人程度に止まっており、農業の衰退が懸念されている。
- ・そこで期待されているのが「農業女子」だ。昔は「農業と女性」の関係性において、女性は「農家の嫁」という見方が強く、日常生活や農作業において期待はあっても経営に関わる余地は少なかったのが実情だった。
- ・だが、今は6次産業や農家民宿、農家レストランなどといった経営の多角化も求められる時代。女性のもつ細やかさ、女性特有の気づきや感性を活かして活躍が期待される場が広がりつつある。就農者が減り続ける中、これまでの農業を手伝うだけの存在ではなく、農業経営に積極的に関与する存在として女性、すなわち「農業女子」の力が求められている。

農業女子の潜在的マーケット

- ・女性の基幹的農業従事者は73万人と全体の約4割も占めている。当プロジェクトでは農業女子を一つの未開拓マーケットとして民間企業に提案。農機具や農作業着、女性ならではの化粧品など様々な分野の企業が参画し新商品の開発やイベントの企画などを行っている。

図表10 基幹的農業従事者の男女割合



(出所) 農林水産省「農業構造動態調査」(平成25年)

女性のニーズとユニバーサルデザイン

- ・井関農機株式会社では同プロジェクトの企画目的が当社の事業領域とも合致することから参画を決め、現在農業女子向けの農機具講習会を開催している。
- ・講習会に参加することで農業女子は農機具の使い方を学び、当社は女性のニーズを把握でき、お互いにとって意味のある取り組みとなっている。
- ・当社でも継続的な研究開発を行い農機具は年々使いやすく進化しているが、プロジェクト担当者はこの取り組みを通して、女性目線の使いやすさがユニバーサルデザイン対応の商品開発にもつながるとメリットを語る。



農業女子PJ

(出所) 農林水産省HP



ユニバーサルデザインを取り入れたトラクタ

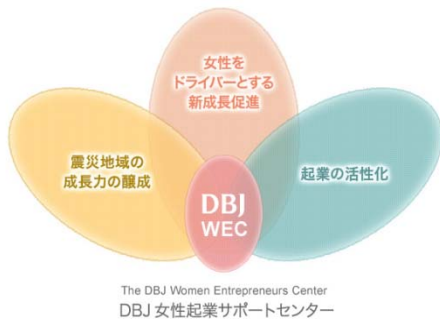
(出所) 井関農機(株)より提供

全国に広がる農業女子のネットワーク

- ・この農業女子プロジェクトを通して、農業に従事する女性が同じ志、悩みを持つ仲間をつくり意識を高め合っている。そして、女性が力を発揮できる環境を自らの手で切り開こうとしている。
- ・企業もまた、農業女子の取り組みを後押しすると共に、新たな市場を見据えた事業を行っている。農業女子と企業がWin-Winの関係を構築しながら、まさに今マーケットの開拓が進んでいる。

5-7. DBJ女性新ビジネスプランコンペティション ～女性の新ビジネスをハンズオンで徹底支援～

日本政策投資銀行(以下、DBJ)では、2011年11月に女性起業サポートセンターを立ち上げ、女性起業家向けのコンペティションやセミナーなどを開催し、資金面や経営ノウハウの面でサポートを行っている。



女性新ビジネスプランコンペティション

- DBJが開催する女性起業家を対象としたコンペティション。第3回となる今年は、308件の応募があった。
- 事業の新規性、高い付加価値が期待できる革新性、そして成長が期待できる事業性などが審査され、表彰式では、女性の新たな視点によるビジネスプランが意欲的にプレゼンされた。



- このコンペティションの大賞受賞者は一千万円の事業奨励金を受け取れるほか、各種専門家による1年間のビジネス支援(計画のブラッシュアップやマッチングなど)も受けることができる。受賞した女性起業家の中には、新規性の高い事業であるため、その事業内容について対外的に広く発信できたことでその後のビジネスがやりやすくなったとの声もある。
- これまで北は岩手県、南は福岡県まで各賞受賞者がいる。事業を展開するにあたって各地域の基幹産業や独自性が活かされている。

安心・安全への関心と女性目線

- 過去の各賞受賞者を見渡すと、農・食関連のビジネスプランで受賞した方も多く、ビジネスプランの着眼点も多岐に亘っている。
- 日常生活に欠かすことのできない、安心・安全が求められる農・食の分野だからこそ、女性の感性がより発揮できるのかもしれない。

【DBJ女性新ビジネスプランコンペティション】 食・農関連の各賞受賞者

加藤 百合子	株式会社エムスクエアラボ 代表取締役
畑から食卓まで、おいしいと安心を人とITで効率的につなぐ事業 《第1回 DBJ女性起業大賞》	
牛来 千鶴	株式会社ソアラサービス 代表取締役
特産品などに新たな付加価値をつけて販売 《第1回 DBJ女性起業優秀賞》	
吉本 佳子	ロイヤルブルーティージャパン株式会社 代表取締役
高品質な日本茶葉を使用した高級ボトリング茶の新ブランド開発 《第2回 DBJ女性起業大賞》	
日野 美貴	株式会社西日本冷食 代表取締役社長
内陸型水産業による地域イノベーションの構築 《第2回 DBJ女性起業優秀賞》	
酒井 里奈	株式会社ファームステーション 代表取締役
独自の発酵技術を活用した米エタノールビジネス 《第3回 特別賞「地域イノベーション賞」》	

女性の力を変革の原動力に

- 政府の成長戦略に謳われているように、女性のビジネスへの進出に対する期待は高い。しかし、その環境が十分に整っている訳ではない。女性起業家のみならず、すべての女性が抱えるキャリアの問題。また古くから残る男女間の意識の問題など超えなければならない壁も多い。
- このようなコンペティションから多くの女性起業家が羽ばたき、その存在を大きくしていくことで、社会全体にも大きな変革をもたらしてくれることが期待される。

6. まとめ ～地方は女性が輝ける先進地を目指せ～

- 今回のレポートでは、日本の抱える人口問題を切り口に、地方及び農・食分野の重要性と目指すべき方向性を提起し、「女性の力」の積極的な活用を提案している。
- 将来の日本の姿を考えた時に、人口の生産力で優位性を持つ地方の活性化は必要不可欠であり、地方の活性化は基幹産業たる農・食産業の活性化なくしてはあり得ず、農・食産業の活性化のためには、大規模化や効率性を追求したコストカット戦略も一定程度重要ではあるものの、グローバル化の進展や内需減少といった情勢に鑑みれば、小規模・高付加価値化戦略こそが目指すべき方向性であり、この分野には大いに女性の力が求められる。
- そもそも、消費財に関しては顧客の半分は女性であり、また、家事・育児等生活に関する分野では女性がメインプレーヤーとなっていることを考えれば、生活に密着した「食」の活性化を考える際に「女性の力」がキーとなることは自然な思考であろう。
- さらに、今回のレポート執筆に当たり、農・食分野において様々な地域で活躍されている女性起業家や新規就農を果たした方などに取材をさせて頂いたが、「地域への想いが強い」、「女性同士のネットワークを持っている」、「目に見える範囲、人の手が入る規模での仕事を大切にしている」といった共通項が見られた。「想い」、「ネットワーク」、「小規模」、「手仕事」といったキーワードは、地方だからこそできる付加価値の高い商品づくりや持続可能な働き方を考える際に、重要なポイントとなるであろう。
- 今回の取材の中では「地方では、農家のお母さんなど元気な女性が多く、田舎の方が女性ということを感じ、のびのびと働ける」、「” 地域のため” という点に共感して、地元の方から支援いただくなど、小規模ビジネスは地方の方が可能性を感じる」、「大都市よりもお互いの顔が見える規模の方が仕事は続けやすい」といった、“女性が輝く場”としての地方の可能性に関連する話も伺うことができた。
- 一方で、日本ではまだまだ男性優位の社会体制が見られ、この現状を打破すべく、政府や経済界においても、女性管理職の登用拡大に取り組んでいるところである。この流れは、引き続き大切にしていってほしいが、大企業における女性管理職の拡大とともに、規模は小さくとも、女性の起業を支援していくことも重要である。
- 身近な発想を基に商品化し、小規模とはいえ事業化していくためには、自身の持つ知識や技術、アイデア、ネットワークを有機的に結びつける「コーディネート機能」が必要である。今回紹介した女性起業家達は「セルフコーディネート機能」に長けた方々であるが、潜在的にはアイデアや想いを持った女性達が各地に数多くいる筈であり、彼女たちの持つアイデアを事業化に結びつけるには、外部コーディネーターの存在が非常に重要と考える。
- 若年女性の人口流出や経済面で厳しい状況にある地方においては、農業や食産業といった、比較的規模が小さく、地域に根ざし、かつ女性の視点を活かすべき産業を抱えていることを今一度見つめ直し、“女性が輝くための先進地”を目指すべきではなかろうか。



当レポートの分析内容・意見に関わる箇所は、筆者個人に帰するものであり、株式会社日本政策投資銀行の公式見解ではありません。

本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要ですので、当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い、転載・複製する際は、必ず、出所:日本政策投資銀行と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

株式会社日本政策投資銀行 地域企画部

〒100-8178

東京都千代田区大手町1丁目9番6号 大手町フィナンシャルシティ サウスタワー

Tel : 03-3244-1633

E-mail : rppost@dbj.jp

HP : <http://www.dbj.jp/>