

女性経営農家レストランが地域女性住民へ及ぼす意識の調査 Survey of Neighbourhood's Feelings about Farmers' Restaurants Managed by Women

○齋藤 朱未*, 藤崎 浩幸**

○SAITOU Akemi, FUJISAKI Hiroyuki

1 研究背景と目的

農家レストランは農村女性の地位向上につながるものとして注目され、その期待を背負っている。農家レストランについては、齋藤¹⁾が東北地方の農家レストラン全件を対象にアンケート調査を行い、多くの農家レストランが地域活性化を目的として開業していること、また、農家レストランの経営状況において農家レストランの人件費と食材仕入費による地域還元金額は市町村民1人当たりの年間所得金額1人分に匹敵することを明らかにした²⁾。しかし、農家レストランを多面的に評価するに当たり、農家レストランと地域住民との関わりに関して分析が至っていない。

本研究では女性が経営する農家レストラン^{注)}を対象に、農家レストランの存在により同じ地域女性住民の地域に対する意識にどの程度提供を受け、さらに農村女性起業への興味に寄与しているのか、その意識調査を行うこととした。このことは、今後の農村女性に対する起業活動支援を行う際に、有意義なものになると考えられる。

2 研究方法

調査対象農家レストランは、女性が個別経営で運営し、立地場所や運営方法といったタイプの異なる農家レストランAとBの2件を選定した。

Aは利潤を目的に開業した農村カフェ形式の農家レストランで、農村集落の中でもDID中心地から30分程離れた住宅地近郊の立地状況である。経営状況は対売上げ費24%の営業利益をだしており健全で、地域外利用者の割合が53%である。Bは地域活性化を目的としてDID中心地から1時間程離れた農村集落に立地しており、経営状況は対売上げ費37%の赤字で深刻な赤字経営であるものの、地域外利用者の割合は75%と高い。

調査は、まず農家レストランの認知度や利用の有無について問うた。そのうえで、農家レストランがあることで回答者自身にどのような思いが芽生えたのかを問うため、地域活性化、食農教育、女性の社会進出といった観点から回答者自身に与えた影響について把握し、起業活動に対する興味と起業の際の阻害要因として考えられるものについて問うた。

調査は、AとBが所在する集落を地域と定め、その範囲の住民を対象に選挙人名簿から無作為抽出^{注)}し、郵送でアンケート調査票を送付・回収した後に、女性回答者のものを抽出・分析を行った。その結果、A:34件、B:10件の回答を得た。回答者はAとBの共に50~60代が多く、農家率はA:15%、B:80%であった。

3 研究結果

まず、Aの地域女性住民によるAの認知度についてみると、その存在を認識しているのは25人(74%)であった。しかし、実際にAを利用したことがある人は25人中11人

*明治大学農学部 Faculty of Agriculture, MEIJI University

**弘前大学農学生命科学部 Faculty of Agriculture & Life Science, HIROSAKI University

【キーワード】農家レストラン／農村女性起業／地域住民意識

で全体の3割にとどまっている。Bの認知度については、10人の回答者全員が認識し、さらに利用経験者は8人と利用者も多くみられた。

利用経験のある回答者に、農家レストランの存在が回答者自身にどのような影響を与えたのか「地域を元気にしたい」～「地域に女性意見を取り入れる」の8項目それぞれの程度を問うたところ、Aでは「地域を経済的に潤わせたい」に大いに思う

と8人が回答しており、地域活性化に対する思いに影響を与えていることがうかがえた。また、食農教育に関する「食文化への関心が増す」「安全安心な生産物/食の提供」に対しても影響を与えていることがうかがえた。Bについては地域活性化に関する項目に影響を受けている傾向が高く、4項目中3項目で大いに思うという回答がみられた。女性の社会進出に関しては、AとBの両方でそれほど強く影響を受けていない。

次に、回答者全員に起業活動への興味を問うたところ、Aでは3人(12%)、Bでは2人(20%)が「起業したい」と回答した。起業活動を行うにあたって、考えうる阻害要因については、AとBの両方において「開業資金の確保」が最多となっており、回答者の7・8割が回答している。また、Aでは「起業する土地や施設・設備の確保」を15人(44%)、「家族の賛成・協力」を13人(38%)が回答しており、起業する場所や協力者の必要性といったことがうかがえる。Bでは「家族の賛成・協力」に5人(50%)、「スタッフの確保」に4人(40%)が回答しており、起業に向けて人的支援の必要性がうかがえる。

さらに、回答者を農家、非農家に分類した回答傾向についてみたところ、Aの利用経験者の回答者のうち、10人が非農家女性の利用であった。また、非農家女性利用者において、利用したことで回答者自身の意識への影響をみたところ、「安全安心な生産物/食の提供」に動きはみられるが、「地域の農業に関心が増す」ことにはつながらないことがわかった。

4 まとめ

本研究の結果から、女性が経営する農家レストランと同じ集落の地域女性住民は、農家レストランの存在自体は認識しているものの、実際の利用は住宅地が3割程度で、非農家女性の利用が多くみられる。また、農家レストランの存在により回答者自身の意識に与えた影響は、地域活性化に関して影響を受けており、女性の社会進出に関しては意識が薄い。起業活動への興味としては、2割弱の回答者が起業に興味を示しているが、開業資金の確保や人的支援者の確保に不安を抱えていることから、それに対する支援や助言を行うことで、女性起業活動に踏みこむ環境を整える一步となることがうかがえた。

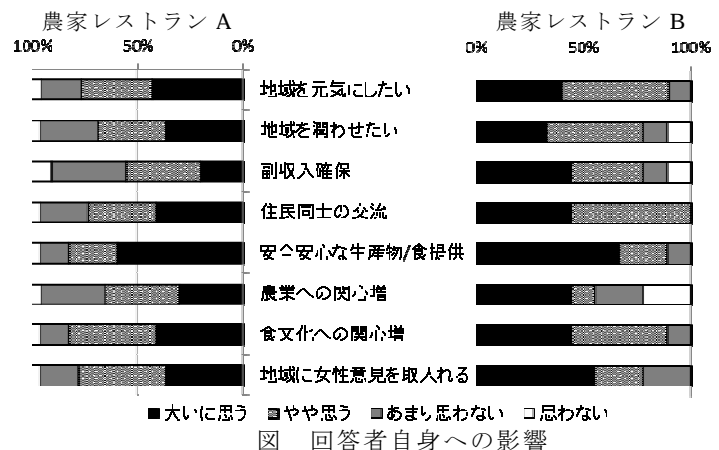


Fig. effect of neighborhood's feeling

注) 本調査では、農家レストランが所在する集落を対象としたが、Bの集落において対象者が少ないため、Bのみ選挙人名簿から集落住民全員を抽出し、意識調査を行った。

1) 齋藤朱未、藤崎浩幸(2011):『立地状況からみた個別経営農家レストラン - 東北地方を対象として -』、農村計画学会論文特集号(30)297-302

2) 齋藤朱未、藤崎浩幸、広田純一(2012):『農家レストラン経営状況と地域への経済効果に関する事例分析』、農村計画学会誌(31)213-218