

農村女性による起業活動実態調査結果

農林水産省経営局人材育成課
平成22年9月3日

農村女性による起業活動数は、平成9年の調査開始以来、順調に伸びており、特に近年は、個人経営の伸び率が高くなっています。

活動内容は、依然として、食品加工が大半を占めていますが、直売所や体験農園等の取組が増えています。また、売上金額が零細な経営が大半ですが、年間売上1千万円以上の経営体が、前年に比べ増加しています。

農村女性による起業活動は、農家経営の安定のみならず女性の資産形成にも一定の役割を果たすとともに、新たな雇用の創出や特産品の開発により地域社会や地域経済の活性化に貢献しています。

平成20年度の起業数は、全国で9,641件ととなり、平成9年の調査開始以来、年々増加しています。このうちグループ経営は57.7%と過半を占めるものの、調査開始以来初めてグループ経営数が減少した前年度調査に引き続き、件数が減少しました。一方、近年は、個人経営の伸び率が高くなっています。

活動内容は、食品加工が74.7%と大半を占めていますが、直売所などの販売・流通や体験農園などの都市との交流がそれぞれ56.3%（前年対比132.2%）、17.6%（同139.8%）と、取組が増えています。（複数回答）

売上金額は、年間売上げ300万円未満が54.5%と、零細な経営が大半ですが、1,000万円以上のものが前年に比べ78件増加しています。今回の調査では、グループ経営を対象に、グループ一人あたりの年収について調査したところ、10万円未満が35.6%、10～30万円未満が29.8%と、一人あたり30万円未満の年収である経営体が大半を占めていました。

構成員（個人経営含む）の平均年齢は、60～69歳（44.2%）、50～59歳（28.6%）であり、50～60代が活動の中心層となっています。今回、グループ経営における39歳以下の占める割合について調査したところ、1%未満が9割を占めており、若年層メンバーが少ないことがわかりました。

今後、経営の改善につながる取組として必要なことについて調査したところ、「売れる商品の開発」（38.5%）、「販路拡大」（27.2%）、「加工技術の向上」（27.1%）との回答が多く見られました。一方、年間売上金額別に見ると、「コンサルタント等による経営分析」「勤務時間・休日等の労働環境の整備」との回答は、1,000～5,000万円未満の経営体において高い傾向が見られました。

（参考）農村女性による起業活動：農村等に在住している女性が中心となって行う、地域産物を利用した農林漁業関連の女性の収入につながる経済活動（無償ボランティアは除く。）であり、女性が主たる経営を担っている経営形態であるものをいいます。

農村女性による起業活動実態調査の概要

I 調査の目的及び実施方法

本調査は、農村女性による農林漁業関連起業活動（以下「女性起業」という。）の実態を把握し、今後の起業活動の支援策の検討に資するため、全国の普及指導センターの協力を得て実施した。（平成21年3月31日現在。調査対象については、「別紙」参照。）

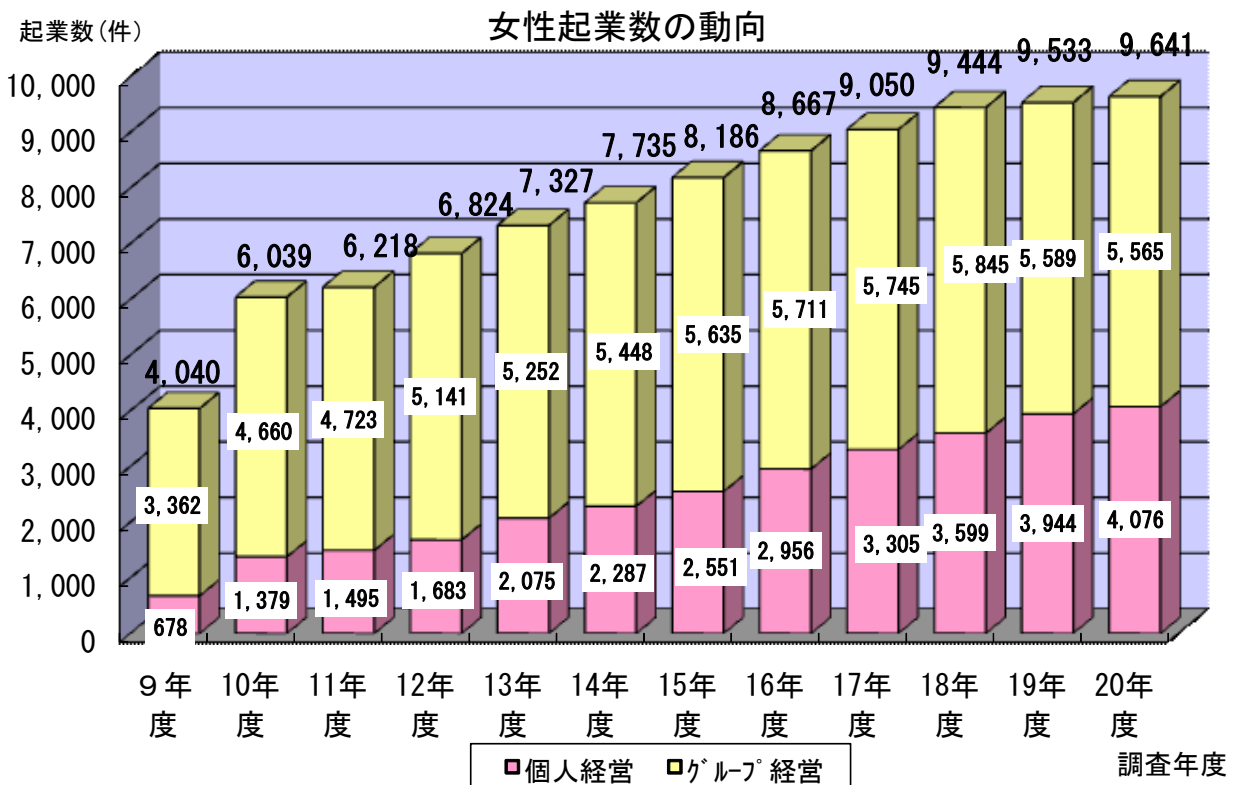
II 調査内容

1 女性起業数

平成20年度の起業数は、全国で9,641件となり、平成9年の調査開始以来、年々増加している。このうちグループ経営は、57.7%と大半を占めるものの、2年連続して減少した。一方、近年は、個人経営の伸び率が高くなっている。

（単位：件、%）

調査年度	経営形態		合 計	うち法人
	個人経営	グループ経営		
平成20年度 (構成比)	4,076 (42.3)	5,565 (57.7)	9,641 (100.0)	494 (5.1)
平成19年度 (構成比)	3,944 (41.4)	5,589 (58.6)	9,533 (100.0)	459 (4.8)



2 法人形態

法人形態をとっている経営体が、全体の5.1%を占めており、そのうち株式会社が40.7%を占めている。

(単位：件、%)

法人形態 調査年度	合名会社	合資会社	合同会社 (LLC)	株式会社	農事組合 法人	企業組合	その他	不明
平成20年度 (構成比)	3 (0.6)	5 (1.0)	20 (4.0)	201 (40.7)	114 (23.1)	54 (10.9)	97 (19.6)	0 (0.0)
平成19年度 (構成比)	4 (0.9)	4 (0.9)	20 (4.4)	200 (43.6)	112 (24.4)	43 (9.4)	76 (16.6)	0 (0.0)
平成18年度 (構成比)	3 (0.7)	3 (0.7)	4 (1.0)	220 (54.9)	97 (24.2)	39 (9.7)	32 (8.0)	3 (0.7)

3 グループ経営における構成員数

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、全体の55.3%と過半を占めている。

(単位：件、%)

構成員数 調査年度	10人 未満	10～ 19人	20～ 29人	30～ 39人	40～ 49人	50～ 99人	100人 以上	不明
平成20年度 (構成比)	3,076 (55.3)	1,292 (23.2)	421 (7.6)	183 (3.3)	109 (2.0)	238 (4.3)	136 (2.4)	110 (2.0)
平成19年度 (構成比)	3,084 (55.2)	1,285 (23.0)	418 (7.5)	195 (3.5)	125 (2.2)	239 (4.3)	138 (2.5)	105 (1.9)

4 活動開始時期

平成12年以降に活動を開始したものが全体の48.6%と過半を占めている。

(単位：件、%)

開始年 調査年度	平成元年 以前	平成2～ 6年	平成7～ 11年	平成12～ 16年	平成17年 以降	不明
平成20年度 (構成比)	1,267 (13.1)	1,086 (11.3)	2,247 (23.3)	3,025 (31.4)	1,654 (17.2)	362 (3.8)
平成19年度 (構成比)	1,295 (13.6)	1,149 (12.1)	2,284 (24.0)	3,041 (31.9)	1,333 (14.0)	431 (4.5)

5 年齢層

- (1) 構成員の平均年齢は、60～69歳（44.2%）、50～59歳（28.6%）のこれらの2つの年齢層で全体の約73%を占めており、活動の中心層となっている。
（単位：件、%）

平均年齢 調査年度	29歳以下	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	不明
平成20年度 個人経営 (構成比)	11 (0.3)	83 (2.0)	297 (7.3)	1,331 (32.7)	1,470 (36.1)	643 (15.8)	241 (5.9)
グループ経営 (構成比)	3 (0.0)	17 (0.3)	148 (2.7)	1,427 (25.6)	2,787 (50.1)	862 (15.5)	321 (5.8)
合計 (構成比)	14 (0.1)	100 (0.1)	445 (4.6)	2,758 (28.6)	4,257 (44.2)	1,505 (15.6)	562 (5.8)
平成19年度 (構成比)	20 (0.2)	110 (1.2)	490 (5.1)	2,893 (30.3)	4,160 (43.6)	1,230 (12.9)	630 (6.6)

- (2) グループ経営における39歳以下の占める割合について、1%未満が断然多く、若年層メンバーが少ないことが分かる。（有効回答のあった経営体 3,755件）
（単位：件、%）

割合 調査年度	1%未満	1～10%未満	10～30%未満	30～50%未満	50～80%未満	80～100%
平成20年度 グループ経営 (構成比)	3,411 (90.8)	199 (5.3)	104 (2.8)	14 (0.4)	15 (0.4)	12 (0.3)

6 活動内容（複数回答）

活動内容について、食品加工が74.7%と大半を占めている。

平成20年度調査においては、「流通・販売」及び「都市との交流」について、下表にある細項目についても調査を行ったところ、「流通・販売」では「直売所での販売」が7割以上を占め、「都市との交流」では「体験農園・農場」及び「農家レストラン」の取組がそれぞれ24.7%、26.5%を占めていた。

（単位：件、%）

類型 調査年度	農業生産	食品加工	食品以外	流通・販売		
				直売所	インターネットでの販売	その他
平成20年度 (構成比)	1,769 (18.3)	7,203 (74.7)	307 (3.2)	3,946 (72.7)※1	206 (3.8)※1	1,274 (23.5)※1
				5,426 (56.3)		
平成19年度 (構成比)	1,554 (16.3)	7,091 (74.4)	314 (3.3)	4,103 (43.0)		

調査年度	都市との交流				その他	不明
	体験農園・農場	農家民宿	農家レストラン	その他		
平成20年度 (構成比)	420 (24.7)※2	331 (19.5)※2	451 (26.5)※2	498 (29.3)※2	151 (1.6)	35 (0.4)
	1,700 (17.6)					
平成19年度 (構成比)	1,216 (12.8)				76 (0.8)	16 (0.2)

※1 「流通・販売」5,426件に占める割合。

※2 「都市との交流」1,700件に占める割合。

7 年間売上金額

年間売上金額300万円未満が54.5%と零細な経営が大半であるが、年間売上金額1,000万円以上の構成比(合計)は前年度13.4%から14.1%と0.7%(78件)と僅かであるが増加している。

(単位：件、%)

調査年度	売上金額 300万円 未満	300～500 万円未満	500～1,000 万円未満	1,000～5,000 万円未満	5,000 万円以上	不明
平成20年度 個人経営 (構成比)	2,504 (61.4)	458 (11.2)	399 (9.8)	235 (5.8)	35 (0.9)	445 (10.9)
グループ経営 (構成比)	2,751 (49.4)	645 (11.6)	690 (12.4)	868 (15.6)	224 (4.0)	387 (7.0)
合計 (構成比)	5,255 (54.5)	1,103 (11.4)	1,089 (11.3)	1,103 (11.4)	259 (2.7)	832 (8.6)
平成19年度 個人経営 (構成比)	2,421 (61.4)	447 (11.3)	393 (1.0)	219 (5.6)	27 (0.7)	437 (11.1)
グループ経営 (構成比)	2,829 (50.6)	639 (11.4)	692 (12.4)	822 (14.7)	216 (3.9)	391 (7.0)
合計 (構成比)	5,250 (55.1)	1,086 (11.4)	1,085 (11.4)	1,041 (10.9)	243 (2.5)	828 (8.7)

8 グループ経営について、グループ1人あたりの年収(手取額)

10～30万円未満が29.8%、10万円未満が35.6%となっている。

(有効回答のあった経営体 2,713件)

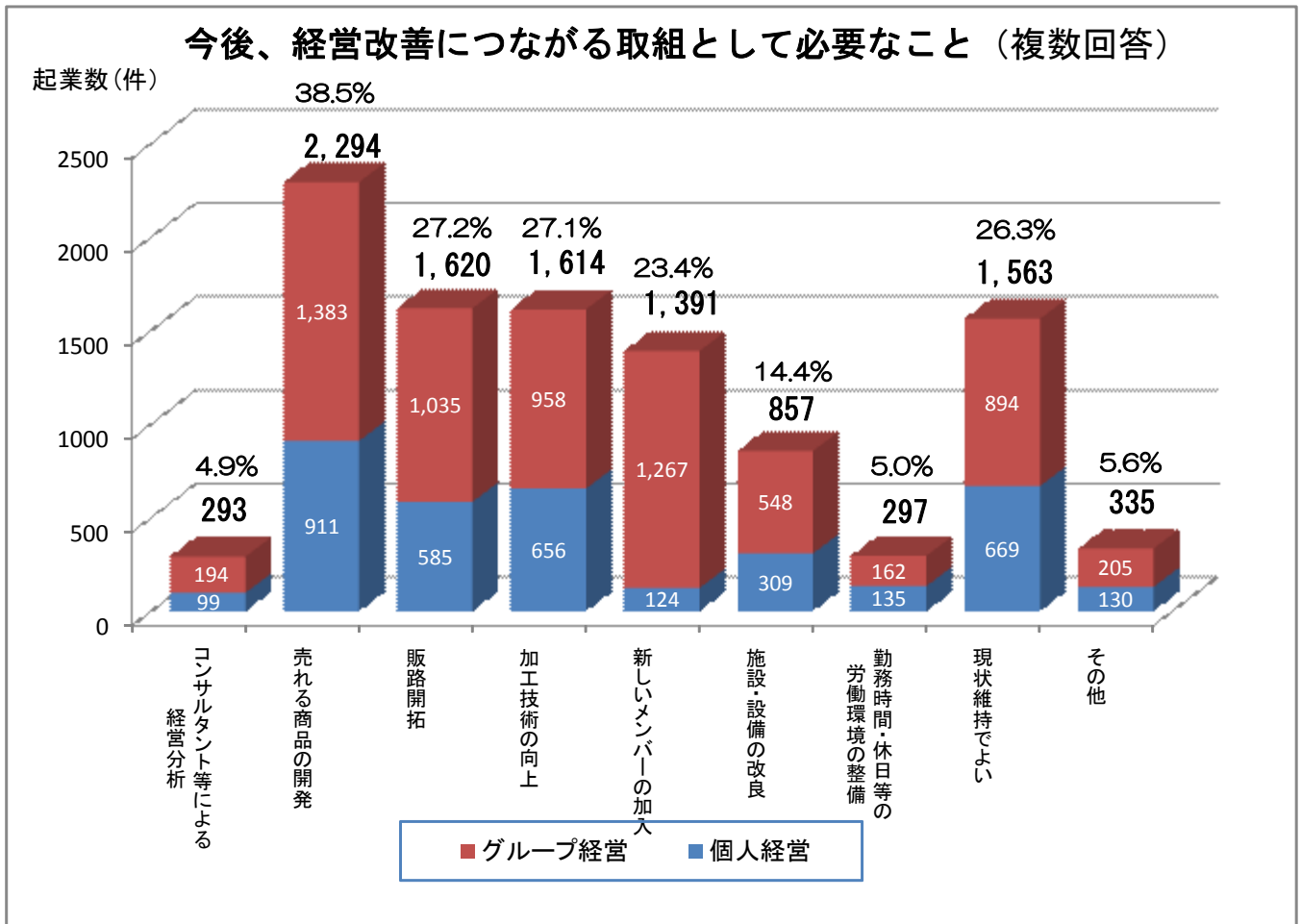
(単位：件、%)

調査年度	金額 10万円 未満	10～30 万円未満	30～50 万円未満	50～100 万円未満	100～150 万円未満	150～300 万円未満	300～500 万円未満	500万円 以上
平成20年度 (構成比)	965 (35.6)	808 (29.8)	314 (11.6)	398 (14.7)	134 (4.9)	78 (2.9)	8 (0.3)	8 (0.3)

9 今後、経営の改善につながる取組として必要なこと。(複数回答)

(有効回答のあった経営体5,952件)

「売れる商品の開発」が2,294件と最も多かった。次いで「販路拡大」(1,620件)、「加工技術の向上」(1,614件)、「現状維持でよい」(1,563件)との回答が多くなっている。



それぞれの回答について、年間売上金額別に見てみると、「コンサルタント等による経営分析」、「勤務時間・休日等の労働環境の整備」との回答は、1,000～5,000万円未満の経営体が約3割を占めている。一方、「現状維持でよい」との回答は、年間売上金額300万円未満の経営体が約6割を占めている。

(1) 「コンサルタント等による経営分析」(年間売上金額別)

(単位：件、%)

売上金額 調査年度	300万円 未満	300～500 万円未満	500～1,000 万円未満	1,000～5,000 万円未満	5,000 万円以上	不明
平成20年度 合計 (構成比)	74 (25.3)	32 (10.9)	54 (18.4)	88 (30.0)	32 (10.9)	13 (4.4)

(2) 「勤務時間・休日等の労働環境の整備」(年間売上金額別)

(単位：件、%)

売上金額 調査年度	300万円 未満	300～500 万円未満	500～1,000 万円未満	1,000～5,000 万円未満	5,000 万円以上	不明
平成20年度 合計 (構成比)	73 (24.6)	32 (10.8)	72 (24.2)	84 (28.3)	28 (9.4)	8 (2.7)

(3) 「現状維持でよい経営体」(年間売上金額別)

(単位：件、%)

売上金額 調査年度	300万円 未満	300～500 万円未満	500～1,000 万円未満	1,000～5,000 万円未満	5,000 万円以上	不明
平成20年度 合計 (構成比)	1,011 (64.7)	173 (11.1)	151 (9.7)	102 (6.5)	18 (1.2)	108 (6.9)

10 女性起業数の上位10県

秋田県については、7年連続1位を占めている。

1位	秋田県 (424件)	6位	新潟県 (384件)
2位	宮城県 (417件)	7位	熊本県 (369件)
3位	岩手県 (401件)	8位	愛媛県 (364件)
4位	長崎県 (397件)	9位	福島県 (361件)
5位	千葉県 (391件)	10位	山形県 (349件)

農村女性による起業活動の事例

～自家栽培農産物を練り込んだ麺を製造販売する 起業部門を独立経営～ (秋田県)

転作の葉タバコに変わる作目として、地元の手打ちそばと自家栽培していたモロヘイヤに着目。モロヘイヤ麺の開発研究を重ね、農作業舎の一部を麺製造加工所に改築し、モロヘイヤ麺の製造販売を開始した。その後、海外研修に参加し、ヨーロッパの農家レストランに刺激を受け、農作業舎の二階を改造し、作りたての麺をメインとした県内第1号の農家レストランを経営している。

製麺業から農家レストランに事業を拡大し、地域の女性2人の常時雇用と後継者の就業(製麺業担当)により積極的に事業を展開。また、夫は水田主体の農業生産部門を担当し、夫婦それぞれが事業主として税務申告している。

【年齢:50代、活動開始時期:平成8年】

～農業者から農産物を買上げる地域初の取組により、 地域とともに潤う起業活動を展開～ (岐阜県)

リサイクルの会の仲間3人が、イベントへの菓子の出品をきっかけとして、地元で自生しているイタドリ(山菜)でジャムを開発。これを利用した菓子が県知事賞を受賞したことから、有限会社を設立し、本格的に起業活動を開始。菓子やアイスクリームの製造販売とともに、喫茶店を経営。

地域とともに潤う起業活動を目指しており、原料の大半は地域の農業者に委託。農業者から農産物を買上げる仕組みは、地域初の取組であり、高齢農業者の生き甲斐になるとともに、地域農業の振興、地域活性化にも貢献している。

【平均年齢:40代、活動開始時期:平成7年】

～酪農経営の安定化を目指したパン加工部門を経営～(島根県)

酪農経営の安定化を目指し、自家製の牛乳や地元産の米、野菜を使った米粉パンや米粉を用いた菓子を製造販売するパン加工部門を経営。

パティシエ経験のある後継者の配偶者を店長とし、地元産の安心安全な食材にこだわった焼きたての米粉パンを販売。店舗には喫茶コーナーやテラスを設け、自然や牧場の風景を楽しむことのできる場を提供。

経営全体に占めるパン加工部門の収益は大きく、地域においても評価が高い。また、新卒者も含め7名の正規雇用、アルバイト1人の雇用により、地元雇用創出の場となっている。さらに、地元高齢者の栽培した野菜の使用により、所得確保と地域活性化に貢献。

【年齢:20代、活動開始時期:平成18年】

農村女性による起業活動実態調査の対象

- (1) 農村在住の女性が中心となつて行う、農林漁業関連の経済活動であること。
具体的には、
- ①使用素材は、主に地域産物であること。
 - ②女性が主たる経営を担っているものであること。
- (2) 本調査の対象とする「女性起業」は、女性の収入につながる経済活動であること
(全くの無報酬であるボランティア活動を除く。)

の2要件を充たすものとし、活動内容として以下の6類型を設定。

- 類型1 <農業生産>……………農業生産に直結した活動
(女性が主体的に担っている作目経営(園芸・野菜等)、
水田の受託経営 等)
- 類型2 <食品加工>……………農・林・畜・水産物を利用した食品加工
(ジャム、漬物、和菓子、パン製造、総菜、弁当 等)
- 類型3 <食品以外の加工>…食品以外の農・林・畜・水産物を利用した加工
(ドライフラワー、フラワーアレンジメント 等)
- 類型4 <流通・販売>……………農・林・畜・水産物及びその加工品の流通・販売
(直売所、インターネットでの販売 等)
- 類型5 <都市との交流>……………農業・農村環境を活かした都市との交流
(体験農園・農場、農家民宿、農家レストラン 等)
- 類型6 <その他>……………類型1～5に区分できないもの