

女性農業者によるSNSを使用した新たな協働

埼玉・農業女子キャリアアップ講座1期生を事例に

誌名	農村生活研究 = Journal of the Rural Life Society of Japan
ISSN	05495202
著者名	稲垣,京子 原,珠里
発行元	日本農村生活研究会
巻/号	632号
巻号補足	
掲載ページ	p. 16-23
発行年月	2020年5月

農林水産省 農林水産技術会議事務局筑波産学連携支援センター

Tsukuba Business-Academia Cooperation Support Center, Agriculture, Forestry and Fisheries Research Council
Secretariat



[報文]

女性農業者による SNS を使用した新たな協働

—埼玉・農業女子キャリアアップ講座 1 期生を事例に—

稲垣 京子*・原 珠里**

Cooperation Among Agricultural Women Through SNS: A Case Study on the Inaugural Students of the Saitama Career-up Program for Agricultural Women

Kyoko INAGAKI* Juri HARA-FUKUYO**

The number of SNS users has been increasing. This has enabled people to interact beyond their regional network. We consider that SNS significantly affects the agricultural women involved in the sixth industrialization activities. For those who have traditionally developed the sixth industrialization activity based on local communities, the decrease in rural populations makes it difficult for them to cooperate. This paper investigates the areas of the sixth industrialization in which agricultural women can cooperate, and how SNS affects agricultural women. We found that the use of SNS improves public relations and sales in the sixth industrialization processes. We also conclude that agricultural women get emotional support through SNS communication.

[キーワード]

女性農業者 agricultural women, SNS social networking service, 農村女性起業 rural women's entrepreneurial activity, 六次産業化 sixth industrialization, ソーシャル・サポート social support

1. はじめに

農業者にとって農村の地域ネットワークは、農業経営の遂行に有用な情報交換や相談相手の獲得において重要な役割を果たしてきた。特に農村女性起業と呼ばれる地縁・血縁を基盤とした六次産業化グループでは、地域ネットワークを通じて同様の興味関心や問題意識を有する協働者を獲得することが、女性農業者のエンパワメントに繋がると注目されてきた¹⁾。

しかし、わが国農村は高齢化による担い手減少問題が深刻化しており、地域ネットワークの維持が困難な状況にある。このため生活改善グループや JA 女性部を母体とし、公的機関からの支援を受けながら地域グループとして六次産業化に取り組む農村女性起業数が減少傾向にある。

一方で 2000 年以降は地域ネットワークに依存しない個別の農村女性起業数が増加している。その要因について原 (2009) は、農村女性の就農前のキャリアが個別の起業活動を可能にしていると

述べている。加えて片倉 (2007) では、経営参画期の女性農業者を対象にした調査から、就農前の他産業における就業経験が、農業経営の販売・管理部門で活用されていることを指摘している。このように女性農業者は、自らの経験や技術を活かして地域ネットワークに依存しない六次産業化の形を構築し、地位向上を実現している。

就農前のキャリアを活用し個別に六次産業化を遂行することが可能になった一方で、家事・育児と農作業を両立する女性農業者が、個別の六次産業化を発展させるために学習や活動を実施することは非常に困難な状況にあるといえる。それゆえ、今日の女性農業者を主体とした六次産業化には、新たな経営発展方策が求められている。

農村女性起業の持続可能性について宮城 (2014) は、農村女性起業は農産加工や販売から始まり、飲食への多角化、さらに体験、宿泊という順序をたどり発展する場合が多く、ときには地域内でそれぞれの役割を分担して負担を軽減していると述べている。労働量の削減や分担は、女性農業者が

*東京農業大学大学院農学研究科 **東京農業大学国際食料情報学部

主体的に取り組む六次産業化の発展において非常に重要な視点であると考えられる。

近年、スマートフォンの保有率が高まったことを契機に SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）が普及した。川浦ら（2005）は、SNS の使用により既に人々が有する人間関係をさらに深めることができると指摘している。

このため女性農業者も SNS を使用することで、一度対面したことのある同業者であれば、集落や近隣地域以外の同業者との関係を深化させ、新たな六次産業化グループ形態としてより効率的に協働することが可能であると考えられる。女性農業者の相対的減少およびグループ起業の組織率の低下により、地域内での役割分担や協働が以前よりも困難な状況である今、SNS を使用することで従来の農村女性起業グループが行ってきた活動の一部を SNS 上の協働で補完できると考えられる。

そこで本研究では、六次産業化の発展のため SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）を使用した女性農業者グループの協働に注目し、SNS を活用した六次産業化の協働方法とその効果を実証的に明らかにする²⁾。

2. わが国における SNS の普及と利用率

わが国の SNS 利用率は年々増加傾向にあり、2017 年に総務省が一般人を対象に実施したアンケート調査によると国民の約 7 割が LINE, Facebook, Twitter など、何らかの SNS を利用していることが確認されている³⁾。その背景として、スマートフォンの爆発的な普及がある。2010 年のスマートフォン保有率は約 1 割程度であったが、2013 年までに 6 割を超え、2016 年には約 7 割と固定電話やパソコンと並ぶまでに普及した（総務省、2017）。また、2016 年のスマートフォン個人保有率は、若年層では 9 割を超え、壮年層においても 40 代で約 8 割、50 代で約 7 割と、1 人が 1 台のスマートフォンを使用する時代へと変化してきた。男女別に LINE, Facebook, Twitter, Instagram などの主要な SNS の利用率をみると、女性の利用率は男性よりも高い傾向にある（総務省、2017）。この結果から、SNS は重要なコミュニケーションツールであると考えられ、コミュニティの弱体化やネットワーク形成の脆弱化が課題になっている農村において、新たなネットワーク形成の場として活用されている可能性も高いと推測できる。これまで農業や六次産業化に関する情報は行政から世帯単位で受け取る場合が多かったことに對し、近年は個人が所有するスマートフォ

ンを使用している。このことは、女性農業者が行政や同業者から個人として情報を入手する機会の増加につながっていると考えられる。

3. 研究目的

以上の背景から、SNS を使用して六次産業化においても協働できる部分があると考えられる。さらにこれまで地域ネットワークが担っていたソーシャル・サポートを SNS の使用により幅広いネットワークから享受できるようになったと予測される。

そこで本稿では、個別の六次産業化に取り組む女性農業者が SNS を使用するとき、どのような方法で協働を行い、六次産業化のどの工程で協働が可能なのか明らかにすることを目的とし、事例を用いた調査・分析を実施する。

上記の内容を明らかにすることで、希薄化するわが国の地域ネットワーク機能を SNS が補完する可能性が期待でき、とりわけ農作業および家事労働を両立するため、行動範囲が限られる可能性の高い女性農業者への効果が大きいのではないかと予測する。しかし SNS が補完できる地域ネットワーク機能は、これまでのネットワーク機能よりも狭く限られていると考えられる。このため女性農業者が SNS を使用することで、六次産業化のどの工程でどのように活用されており、それらがどのような効果を与えているのか探求することが求められている。

これらの課題を明らかにするべく以下では、SNS を使用して女性農業者が主体となり取り組む六次産業化グループの協働方法および活動の効果の 2 つに焦点を当て調査を実施した。

4. 調査概要

（1）調査対象と手法

先述した課題を明らかにするため、埼玉県の女性農業者 17 名が結成した、女性農業者グループ「GO!GO!彩農ガールズ!〜埼玉・農業女子キャリアアップ講座 1 期生〜」（以下、彩農ガールズ）を対象に選定した。選定理由は、彩農ガールズに所属するメンバー全員が、農業に従事する女性農業者であり、各農家および農業法人において六次産業化を行なっているからである。加えて彩農ガールズは、わが国でとりわけ普及している SNS の一つである LINE を通じたやりとりを中心に協働していることも、選定理由の一つである。

表 1 キャリアアップ講座の内容

座学研修		視察研修	個別相談
開催回	講座内容		
第 1 回	経営戦略の立て方, ビジネスプラン作成の手引き		
第 2 回	マーケティング・商品企画, 開発, ワークショップ, SNS の活用法	4 回	1 回
第 3 回	6 次産業化の取り組み方法, デザインと情報発信力を学ぶ Power Point 初級講座	(成功事例見学)	(専門家の農家訪問)
第 4 回	食品加工の基礎知識, ビジネスプランの作成演習 (1)		
第 5 回	ビジネスプランの作成演習 (2), ビジネスプランの講評		
総まとめ: ビジネスプラン発表会 (1 回)			

資料: 埼玉県庁「農業女子キャリアアップ講座資料」を参考に筆者作成。

分析には、彩農ガールズのメンバーが普段使用しているグループ LINE の会話記録 (2017 年 1 月から 2018 年 7 月) 全 1,610 件を、プログラミング (Python3) を用いてユーザー別、月別、時間別および会話内容ごとに整理し、抽出したデータを用いて分析を行った。グループ LINE とは、LINE アカウントを保有する複数人が、同じトークルームに参加し会話することができるアプリケーション機能を示す。グループ LINE は、トークルームに参加したメンバーのみ閲覧や発言ができるものであり、トークルームへの参加は招待制で、グループの設立者あるいは参加者が、新たなメンバーを招待することでグループに参加することができる仕組みである。

(2) 彩農ガールズの概要と結成背景

彩農ガールズは、埼玉県で開催された平成 28 年度農業女子キャリアアップ講座 (詳細は次項を参照されたい) に参加した 29 名のうち 17 名の女性農業者により自主的に結成された。メンバーは 30 代から 50 代であり、それぞれが個別に農産物の加工や直売などの、六次産業化を行なっている。グループの主な活動内容としては、メンバーの農産物および加工品の広報と販売である。活動目的は、すでに個別で行なっている六次産業化の利益になる活動をグループで行うことである。稲垣 (2018) は、メンバーのうち 7 名へのヒアリング調査を通じて、個々の生産量が少なくてもイベント販売に参加できることや、グループ化による対外的イメージの向上などの活動効果を、メンバーが実感していると指摘している。加えて、彩農ガールズは、会則を設けておらず定期的な会議も行

なっていない。それらの定期的な会議の代わりに、グループ LINE を利用して、メンバーとグループ活動に関するやりとりを行なっている。

(3) 埼玉農業女子キャリアアップ講座

埼玉農業女子キャリアアップ講座 (以下、キャリアアップ講座) とは、平成 28 年度から埼玉県が取り組む女性農業者支援施策の一つである。この講座は、意欲のある女性農業者を対象として開設されており、次世代のリーダーとなり得る「人材」をキャリアアップさせるための体系的な集合研修である。参加者の居住地域は埼玉県内の広域に点在しており、各地域の農林振興センターでも六次産業化に関する研修やセミナーが開催されているが、開催会場である大宮あるいは浦和まで足を運び講座に参加していることから、参加者は六次産業化に意欲的な女性農業者であると言える。

カリキュラムの内容は集合研修 5 回、視察研修 4 回、ビジネスプラン発表会 1 回の計 10 回であり、全ての講座を終えるまでに 5 ヶ月を要する長期的な研修である。集合研修は表 1 に示すとおり、参加者のビジネスプランの構築を目的としており、商品開発、マーケティングの知識の取得および、専門家との個別研修を通じて、受講生のビジネスプランを作成する。研修の内容に SNS の活用に関する講習が含まれている。視察研修では、六次産業化に取り組む先行者の事業所を実際に見学し、事業説明や質疑応答を含んだ研修を実施している。

研修の最後には、事業連携や新商品の開発に関心のある関連企業等を招き、各受講生が集合研修で作成したビジネスプランを発表する。そのため、

六次産業化発展に必要な技術講習だけでなく、受講生と県内関連企業等の関係構築および商談など、販路拡大の視点も含んだ研修内容である。

5. 調査結果

(1) SNS を使用した協働方法と内容

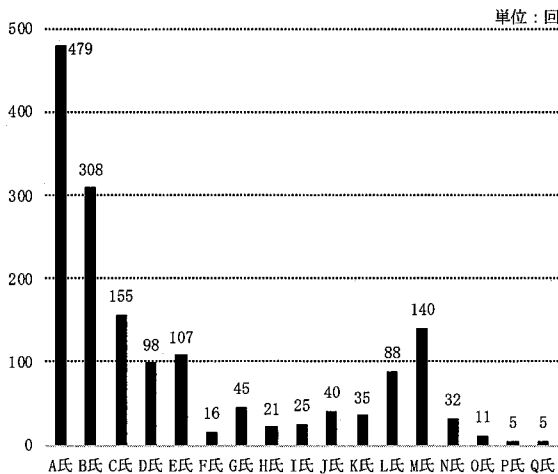


図1 ユーザー別発言回数

資料：LINE のデータ分析結果から筆者作成。

1) 組織編成

図1はユーザー別発言回数を集計したものであり、この図からA氏、B氏、C氏の会話数が多いことが読み取れる。実際の会話記録からA氏、B氏、C氏はグループの中で「お世話役」というリーダー的な役割を担っていることが明らかになった。お世話役の主な役割は、関係機関から得たイベントや研修に関する情報を、メンバーに共有することである。さらに、グループの方針や活動に関する新たな提案やまとめをある程度事前に話し合い、グループ活動の円滑化を図っていた。

次に、G氏とM氏はグループのロゴ作成に携わっていたことから会話数が多かった。G氏は大学卒業（工学部）後に企業で機構設計を経験している。M氏は美術系の短大を卒業しているなど、専門知識を有していた。さらに、E氏は就農前、同県の元普及指導員であった。そのため、E氏のパーソナルネットワークから得られた情報をメンバーに共有している。

このように、SNS上で円滑なやりとりをおこなうためには、お世話役のようなリーダーの存在が重要な役割を果たしていた。お世話役以外のメンバーは、固定の役割を決めてはいないものの、そ

れぞれのメンバーが就農前の前職で得たスキル、経験およびパーソナルネットワークを積極的に活用し協力することで、グループ活動の発展に貢献していることが明らかになった。

2) 協働範囲と方法

グループLINEの会話記録から、彩農ガールズはSNSでの会議を中心に、六次産業化の広報と農産物及び加工品の販売の工程で協働していることが明らかになった。

広報活動の促進に関しては、各メンバーのパーソナルネットワークを用いてプレスリリースを行い、グループの認知度を向上させていた。具体的な協働方法は以下の通りである。

はじめに、彼女たちが個別に保有する報道関係者の名前や所属先などをグループLINEで共有し、集まった情報をお世話役がまとめ、各報道関係者への問い合わせ担当を分担していた。問い合わせには、個人が所有する固定電話かスマートフォンを使用し、お世話役が事前に用意した資料に沿って先方にグループの説明をしていた。

次に、彩農ガールズは農産物販売イベントへの共同参加を通じて、農産物及び加工品の販売促進をしていた。彩農ガールズはイベントへの共同参加のため、グループLINEのノート機能を使用し、メンバーが個別に入手したイベント情報を共有していた。

最後に、グループLINEの投票機能を用いて共有したイベントへの参加者を募り、参加者を中心に必要な資材の調達方法や当日の設営および物品搬入の打ち合わせなど、準備の大半をグループLINE上のやりとりで行っていた。

以上のように、SNSを通じた協働であっても広報活動および販売活動に関する大部分のやりとりが可能であることが明らかになった。

3) 埼玉県と彩農ガールズの関係

グループLINEの会話記録から、お世話役が埼玉県職員や農林振興センターなどからメールを通じてイベントに関する情報を17件受取り、グループLINEでメンバー全員への情報提供を行っていることが明らかになった。また、個別に関係企業（百貨店やイベント主催者）から得た情報も、グループLINEで共有し共同参加を実施していた。この結果から、SNSを活用することで効率的に関係機関からの情報共有を実施していると言える。また、グループでの出店事例がない県の主催するイベントにも、彩農ガールズは県との相談を重ね出店を実現するなど、埼玉県は、彩農ガールズの要望や全く新しい取り組みに対しても前向きに検討し彼女たちの活動をサポートしている。さらに

彩農ガールズは、農産物販売イベント参加において使用する TENT やイーゼルなどを、メンバーが所属する普及センターから借り、売り上げが出次第グループの貯蓄から物品の購入していた。このように関係する公的機関のサポートを受け初期投資資金を補填するものの、自立したグループ活動を目指すなど、これまでの女性農業者によるグループ活動とは異なる特色を有する持続的な取り組みと言える。

彩農ガールズと関連機関との連携について、グループ LINE の会話記録から、彩農ガールズは講座後も埼玉県職員との間に形成したネットワークを活用し、活動を発展させている事が明らかになった。埼玉県は彩農ガールズに対し、インターネットを通じて積極的に六次産業化に関する情報提供を行い、彩農ガールズは活動内容やその成果を埼玉県職員に対面にて報告する機会が設けられていた。このように、対面する機会だけでなくインターネットを通じて適宜報告・連絡・相談を実施することで、行政や地域の理解と協力を得ながら活動を発展させていることが明らかになった。

(2) SNS を使用したグループ活動の効果

次に本項では、六次産業化に取り組む女性農業者たちが SNS を使用することで彼女たちが取組む個別の六次産業化に与える効果を明らかにする。加えて、LINE の会話記録から読み取れた六次産業化以外への効果に関する具体的な内容を紹介する。

1) 六次産業化に与える効果

彩農ガールズのメンバーが使用するグループ LINE の発言データから、発言回数を時間別にカウントした(図2)。この結果から、1 時台、12 時台、21 時台の順で発言数が多く、活発にやりとりしている時間帯が明らかになった。聞き取り調査の結果、最も発言回数が多い 18 時台は農作業や仕事終わりから、夕飯準備の隙間時間を利用して。次に 12 時台は、お昼休みを利用して SNS を確認しており、21 時台は家事や育児がひと段落した後から寝る前にかけてメッセージのやりとりをしていると述べている。これにより、SNS を通じたやりとりであれば、各メンバーの家庭環境や作目によって労働時間帯が異なっている場合でも、他のメンバーの発言が記録されているため、自分のライフスタイルに合わせたやりとりが可能であることがわかった。

次に図3は月別の発言回数を示しており、やりとりが活発な時期とそうでない時期があることが読み取れる。彩農ガールズは、キャリアアップ講座

が終了した 1 月にグループ LINE を作成したものの、グループの方針や名称は決めていなかった。そのため、9 月に開催されるイベントへの共同参加に向けて 8 月に SNS 上でグループ名を決定していた。加えて、12 月は懇親会の企画やイベントに向けてグループの T シャツ作成に関するやりとりがあったため、会話数が上昇していると考えられる。

このように、グループの運営に関する内容やグループで参加するイベントについての話し合いなど、必要に応じた合議・意思決定 SNS 上で実施していた。また、実際の会話記録を参照したところ、グループに関する意思決定には、メンバーのほぼ全員が参加している。合議・意思決定の具体的な方法は、お世話役によりグループ LINE で利用できる投票機能を用いて期日までに各メンバー

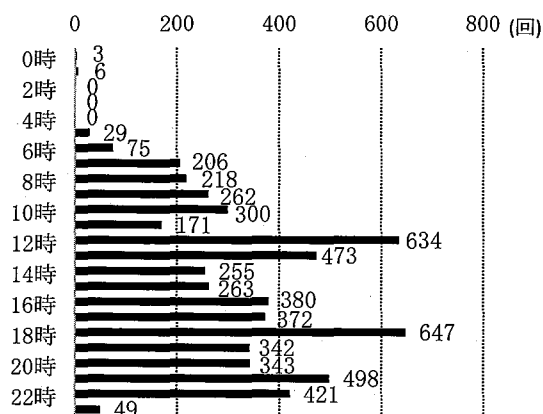


図2 時間別発言回数

資料：LINE のデータ分析結果から筆者作成。

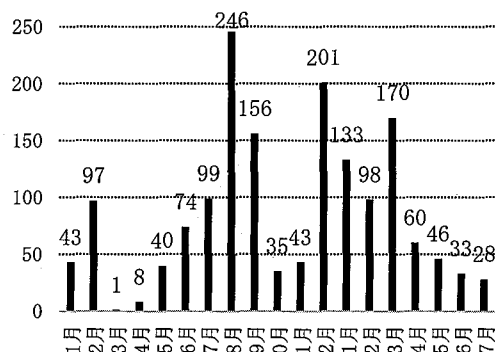


図3 月別発言回数

資料：LINE のデータ分析結果から筆者作成。

が投票する多数決で決定されている。一方で、イベントのやりとりに関しては、開催時期により会議に参加しているメンバーとそうでないメンバーがいた。

さらに会話記録から、SNS 上の協働を通じて実施したプレスリリースにより、15 名の報道関係者に彩農ガールズの情報をリリースし、3 つの報道機関が出店していた農産物販売イベントを訪れ取材を行っていることが明らかになった。加えて、別日での取材へと繋っているケースも見られたことから、広報効果があることが明らかになった。

2) その他の効果

表 2 情緒的サポートに関する発言回数

単位：回

感謝や賞賛		労いや励まし	
① ありがとう	294	① おつかれさま	79
② すてき	26	② だいじょうぶ	60
③ すごい	16	③ きをつけて	12
④ さすが	7	④ おだいに	6
⑤ おめでとう	4		
⑥ すばらしい	2		
計 349		計 157	

資料：LINE のデータ分析結果から筆者作成。

最後に、六次産業化以外のやりとりに関しても検討しておく。表 2 は、グループ LINE の中で発言された情緒的サポートに関連する言葉の発言回数である。とりわけ、「ありがとう」、「おつかれさま」、「だいじょうぶ」などの発言回数が多く、感謝の気持ちや労いの言葉を掛け合っていることが読みとれる。また「すてき」や「さすが」に関して、実際の会話記録を参照したところ「お疲れ様でした！私も行きたかったです。写真を見ると、いろんな商品が並んでいて、どれも素敵でした」や「さすがイベント常連さん！」など、お互いを称賛し合う発言も多くみられた。

加えて、集計した単語がどのような場面で使用されているのかを、会話記録と照合した。「きをつけて」に関しては、待ち合わせに遅れるときに多く使われていた。さらに「おだいに」は、体調を崩したメンバーがいたときや、メンバーの子どもの体調が優れずやむなく欠席する場合など、緊急時の連絡に多く用いられていることが明らかになった。

上記より、SNS を使用したグループ活動は、これまで地域ネットワークや従来の農村女性起業グループが担ってきた情緒的サポート機能を保有する可能性があることが明らかになった。さらに

SNS を使用することで、イベント参加の前夜や当日であってもメンバーと気軽にやりとりすることが可能なため、緊急時の連絡が可能でありメンバーの良好な交友関係の維持にも役立っていると推察される。

6. 考察

調査の結果より、①SNS を通じて六次産業化の広報および販売工程での協働が可能である。② SNS を使用することで六次産業化の発展だけでなく情緒的サポートの獲得に効果がある。

上記の結果を元に、個別の六次産業化であっても SNS を使用することで可能になったグループ活動とその意義について、従来の農村女性起業グループと比較しながら考察する。

(1) SNS を使用した協働の可能性

協働方法に関する結果として、お世話役を中心にグループの運営を行っていること、それぞれが前職のキャリアやパーソナルネットワークを共有して広報と販売活動の促進に寄与していることを示した。またグループでの農産物販売イベント参加に関しては、広報および販売に関する意思決定を SNS 上のやりとりで実施することが可能であることを明らかにした。これらの結果をもとに作成したのが図 4 である。これまで農村女性起業グループを母体として結成された六次産業化のグループ活動は、図に示すように加工、広報、販売の全てをメンバー全員で取り組む組織形態が一般的であった。しかし、彩農ガールズは SNS を中心にやりとりできる広報と販売に協働範囲を限定し、個別の活動を続けながら部分的協働を行うことで更なる六次産業化の発展を実現していた。本稿では、彩農ガールズのように SNS を使用し部分的に協働するグループ活動を「部分協働型グループ」と名付けたい。部分協働型グループは、協働する範囲が従来のグループ活動より狭隘ではあるものの、個別の六次産業化を発展させるための一つ的手段として示されたと言える。加えて、今回の取り上げた SNS を使用するグループの結成は、埼玉県が主催するキャリアアップ講座に参加し、同様の知識を保有していることや長期的な講座で得た信頼関係があったからこそ成立したと言える。すなわち、埼玉県が主催したキャリアアップ講座は、個人のキャリアアップの他に、同等の志を持つ同業者や関係機関とのネットワーク形成の場でもある。このような結果から示唆されるのは、SNS を使用したグループであっても組織形成

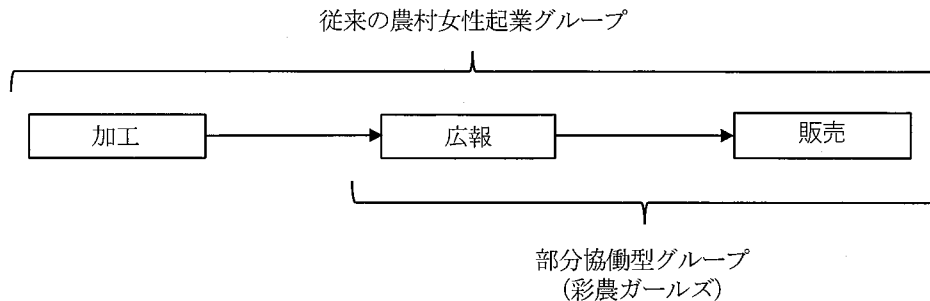


図4 グループ活動の比較

資料：筆者作成。

には関係機関による同業者と集う場の提供が重要な役割を果たしているということである。この点は従来の農村女性起業グループと変わらず、同様の志しや知識を持ち得る女性農業者との出会いがあるからこそ SNS を活用することができるのではないかと考える。さらに、グループ結成後も関係機関から情報提供を得られることがその後のグループの発展に寄与していると考えられる。

(2) SNS を使用する意義

SNS の効果に関する結果からは、隙間時間を有効活用したやりとりが可能であること、またグループに関する決定事項やイベントの準備・参加期間など、話し合いが必要な時のみ SNS 上でやりとりできることが明らかになった。この結果から、農作業や家事・育児、すでに行っている六次産業化の取り組みなどと両立しながらも、生活の中の空き時間を活用しながら更なる六次産業化の発展を可能にしていると考えられる。メンバー同士の居住地が離れていることから、定期的な会議を催すより SNS 上でのやりとりを中心とすることで、日程調整の手間や会場への移動時間の短縮などの負担が軽減されていた。加えて、SNS でメンバーと農産物販売イベントに関する情報を共有することにより、居住地以外のイベントに参加するなど、販路の拡大も伺えた。

さらに調査結果から、自らの意思でイベントへの参加を決定していることや、イベントに参加しなくてもグループに所属していることが許容されていることが伺える。このように、自分のライフスタイルや農業の状況に合わせてイベントに参加することが可能であり、活動に参加することができなくても、どのような準備が必要なのかを LINE の会話記録を通じて学べることは非常に重要である。この点は、従来の農村女性起業グループでは実現できなかったことであり、SNS の使用

でより柔軟なグループ活動が可能になったと言える。

情緒的サポートに関する結果でも、六次産業化に関する会話以外に、それぞれが抱く感想や思いを伝え合っていることが示された。SNS 上で会議機能以外にも相談や意見交換を行えるため、六次産業化の持続性やモチベーションの向上などに繋がっている可能性は十分考えられる。

ただし、従来の農村女性グループが設けていた定期的なミーティングは、女性が外出する機会となっていた。SNS が普及したいま、対面での会議にどのような意義があるかに関しては、より詳細な研究が求められる。

7. おわりに

以上の事例より、SNS は女性農業者が主体となって取り組む個別の六次産業化の発展に貢献していることが明らかになった。SNS を導入した六次産業化における協働は、これまでの農村女性グループ起業活動に比べ協働可能な範囲は狭まるが、隙間時間の活用や、居住地域から離れずにメンバーとのやりとりができる。それゆえ、個別活動や家事育児と両立しながらも、更なる六次産業化の発展を目指すことが可能になったと言える。また SNS を中心とする同業者とのネットワーク形成は、仕事面だけでなく情緒的サポートの役割を担っていることを示すことができた。弱体化する地域ネットワークの中で、本稿で示したような SNS を中心とする女性農業者グループが今後多様なソーシャル・サポートを担っていくのではないだろうか。

本稿で示した事例においては、キャリアアップ講座をきっかけに同様の知識や志を持つ同業者と出会う場があったことが、グループの結成に大きな影響を与えていた。グループ結成後も関係機

関からのサポートを受けながら発展してきた。このように、SNS を使用したグループ活動の発展と維持は、SNS 上の繋がりのみで成り立っているわけではない。SNS を使用したグループ活動の結成やその効果をより一般化するためには、関係機関からのサポートの効果や、一度対面することで得られる信頼関係の重要性についても、追って詳細な研究が必要である。

農業という職業においても、性別で区別されない職場環境整備やキャリアデザインを描けるような時代に変化してきた。しかし作目の違いや家庭環境によって、繁忙期や閑散期が異なることや、相対的に女性農業者が減少する今、従来の農村女性起業グループの協働方法だけでなく、本稿で紹介したような SNS を積極的に使用した協働の可能性が高まっている。SNS を使用することで、従来のグループ活動よりも柔軟な同業者との関係構築を可能にし、更なる六次産業化の発展に寄与すると考えられる。

注

- 1) 詳細は岩崎、宮城（2001）および澤野（2014）を参照されたい。
- 2) 本稿における「六次産業化」とは、農林水産物の付加価値向上を目指した、農林水産業者による農産物（原料）の生産と加工・販売の一体化に向けた取り組みの意味で用いる。
- 3) 詳しくは、総務省（2017）を参照。

- 4) 本稿に記したグループ参加者の人数は、2018 年 7 月時点での人数である。

引用・参考文献

- 1) 稲垣京子「農村女性の多様な就農前キャリアを活かした起業活動の発展」『卒業論文（未刊行資料）』2018 年
- 2) 岩崎由美子・宮城道子「成功する女性起業 仕事・地域・自分づくり」『家の光協会』2001 年
- 3) 川浦康至・坂田正樹・松田光恵「ソーシャルネットワーク・サービスの利用に関する調査：mixi ユーザの意識と行動」『コミュニケーション科学』18 号、2005 年、91～110 頁
- 4) 片倉和人「キャリアを生かして経営発展に貢献する経営参画期の女性農業者」『農村生活総合調査研究事業報告書①』2007 年
- 5) 澤野久美「農村女性起業研究の動向と展望」『農業経済研究』第 86 巻第 1 号、2014 年、27～37 頁
- 6) 総務省「データ主導経済と社会変革」『平成 29 年版情報通信白書』第 1 号、2017 年、2～23 頁
- 7) 原珠里「農村女性起業の歩みと転換-グループから個人ビジネスへ」『農業と経済』第 75 巻第 13 号、2009 年、5～14 頁
- 8) 宮城道子「農村女性起業における当事者性と持続可能性」『サステイナビリティ研究』第 4 巻、2014 年、111～124 頁

（2020 年 1 月 20 日）