

转型期日本农村女性创业 活动新模式研究

乐燕子¹ 周维宏²

(1. 陕西师范大学 外国语学院, 陕西 西安 710119;
2. 北京外国语大学 北京日本学研究中心, 北京 100089)

【摘要】1990年后,日本农村女性创业活动迅速发展,取得了显著成果。然而,由于近年接班人不足等问题,很多经营体难以为继,整体数量逐渐减少。为解决问题,很多经营体开始采取与男性合作、向社会企业转变等方式,摸索新的发展路径。再加上经济、社会的发展变化,日本农村地区出现了很多不同于以往的农村女性创业活动新形态。根据创业主体及创业目的,农村女性创业活动新形态可分为3类:两性合作式女性创业活动、外来女性创业活动及社会企业型女性创业活动。这些新形态具有不同特征和不同优势,能够克服传统女性创业活动存在的很多难题,从而促进了日本农村女性创业活动的发展。

【关键词】日本;农村女性创业;两性合作;外来女性;社会企业

【中图分类号】F133.13 **【文献标识码】**A **DOI:**10.16123/j.cnki.issn.1000-355x.2020.01.004

【文章编号】1000-355X(2020)01-0040-12

【收稿日期】2019-10-22

【基金项目】教育部人文社科重点研究基地重大项目“日本城镇化进程中的公共治理及其启示”(13JJD810002)

【作者简介】乐燕子,文学博士,陕西师范大学外国语学院讲师。

周维宏,历史学博士,北京外国语大学北京日本学研究中心教授,博士生导师。

1990年后,受泡沫经济破灭影响,日本农村地区经济进一步恶化,过疏化、老龄化现象愈加严重,日本政府开始关注农村女性开展的加工、销售、农家餐馆等多样的创业活动^①,并将之作为调动农村女性创业活力、促进农村地区振兴的重要途径之一。1992年,日本农林水产省制定了《农山渔村女性中长期计划》,出台了一系列支援政策,支持农村女性创业。在政府的大力支持下,日本农村女性创业活动^②迅速发展,如图1所示,创业数量增加了好几倍。

农村女性利用当地的农林水产资源,制作加工品、特产品,开办直销店、农家餐馆及农家民宿等,不仅提高了自身的经济、社会地位,还极大促进了农业及地区振兴。现在,日本全国农村女性

① 20世纪80年代后,日本农业向复合化发展的潮流中,农村女性们利用自己在女性组织里掌握的加工、制作食物等技术,制作加工品、特产品等,并通过早市、直销店销售,增加农家收入。

② 根据最新的2016年日本农林水产省《农村女性创业活动实态调查》,日本农村女性创业活动的定义为“以居住在农村等地区的女性为中心、利用当地农产品等资源开展的、与农林渔业相关的、能够增加女性收入的经济活动”。

(C)1994-2020 China Academic Journal Electronic Publishing House. All rights reserved. <http://www.cnki.net>

开办的加工·销售店、农家餐馆及农家民宿等十分常见。在日本的电视、报纸等媒体上,也经常可以看到、听到农村女性创业活动的报道和宣传。日本农村女性创业活动所取得的经济效果和社会效果不言而喻,有目共睹。

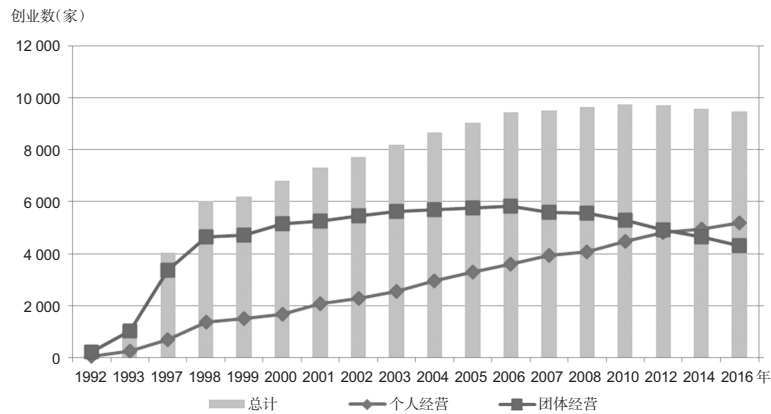


图1 日本农村女性创业活动数量的推移

资料来源:2016年日本农林水产省《农村女性创业活动实态调查》(1997—2016年)^[1];日本社团法人地域社会计划中心《农山渔村女性创业事例问卷调查》(1992年、1993年)。

然而,由于经营规模过小^①,生活改善团体^②及农协女性部等一些传统女性组织活动停滞等原因,很多经营体成员老龄化问题严重,后继者严重不足。再加上经过近30年的发展,农村女性较擅长的创业活动同时也是经营内容最多的加工、销售等领域已达到饱和状态,难以再有较大发展。如图1所示,近年日本农村女性创业活动整体数量出现了减少趋势。从经营形态看,团体经营自2006年开始就逐年减少,而个人经营虽然逐年增加,但增加幅度较小,未能阻止整体数量的减少。很明显,团体经营的不断减少是日本农村女性创业活动整体数量减少的主要原因。

秋津元辉(2012)^[2]指出日本农村女性创业活动已经进入了新的转换期,不可能像从前那样发展了。实际上,很多农村女性创业活动,尤其是团体创业活动,开始打破过去那种单纯由亲密的女性朋友们根据自身的兴趣开展事业活动的发展方式,采取与男性合作、向社会企业转变等新的发展方式,拓展创业领域、扩大规模,克服后继者不足等问题,维持自身发展。此外,农村地区经济、社会发展变化,从而出现了很多发展模式完全不同于以往的农村女性创业活动新形态,与传统农村女性创业活动相比,这些新形态人员构成多样、创业领域丰富、创业目的明确,克服了传统农村女性创业活动接班人不足等问题,促进了日本农村女性创业活动的发展及地区振兴。

尽管这些新形态在日本农村地区日益增加,但是目前学术界的相关研究还很少,而且大都处于起步阶段。本文将根据创业主体及创业目的,将农村女性创业活动新形态分为3类,即两性合作式女性创业活动、外来女性创业活动、社会企业型女性创业活动,通过实际案例深入分析各种发展模式的特征及效果,以期把握日本农村经济发展的最新动态,并为中日两国农村女性创业活动的发展提供更多新思路。

① 根据历年日本农林水产省《农村女性创业活动实态调查》,农村女性创业活动的成员大部分是五六十岁的女性,创业领域中加工、销售最多,一半左右的经营体年销售额在300万日元以下,其中大部分为任意团体。

② “生活改善团体”现改名为“生活研究团体”。战后,为了促进农村地区的民主化,日本农林水产省开始实施生活改善事业,目的是通过“生活技术”的普及,实现“生活经营”的合理化,并通过成立生活改善团体,培养“能够独立思考的农民”,最终为“农村妇女地位的提高”和“农村民主化”做出贡献,活动内容主要是改善灶台·厨房结构、制作保鲜食品、家计管理及保健卫生等。

一、日本农村两性合作式女性创业活动模式调查分析

(一) 概念及发展

传统农村女性创业活动的主体大都是当地女性,尽管有的经营体也有男性参与,但是男性人数极少,也不参与创业管理等,谈不上合作创业。本文的两性合作式女性创业活动是指女性与男性合作开展的、以女性为主体的、利用当地农产品等资源的经济活动。原珠里、堀田和彦(2014)^[3]也提到了两性合作创业,但研究对象大都是从传统农村女性创业活动发展而成的。而本文提出的则是男性与女性从创业之初就开始合作。

如前所述,传统农村女性创业活动为了解决后继者不足等问题,开始寻求与男性及其他地区组织合作。而另一方面,农村地区产业结构的转换,让男性的角色从传统的农业生产逐渐向加工、销售等以前女性从事的事业转变。再加上男女平等思想的不断深入,很多男性也开始寻求与女性合作创业。在这种情况下,两性合作式女性创业活动在日本农村地区日益增多。

虽然目前日本还没有关于本文提到的两性合作式女性创业的相关统计数据,但是从男性是代表的或是有男性参加的传统农村女性创业活动的统计数据也能看到,日本农村女性创业活动有向两性合作创业式女性创业活动发展的动向。根据2012年日本农林水产省《农村女性创业活动实态调查》^[4],团体经营中,有男性参加的经营体所占比例为18.3%(901家)。根据2014年^[5]、2016年的调查^[1],团体经营中代表是男性的经营体分别是354家、351家,占团体经营体的比例分别为7.6%、8.1%,占全体农村女性创业活动的比例均为3.7%。

另外,很多先行研究中也出现了两性合作式女性创业的成功案例,比如原珠里、堀田和彦(2014)^[3]提到的和歌山县古座川町农事组合法人“古座川平井里香橙”,诸藤享子(2009)^[6]提到的岩手县金崎町有限公司“创造生活”等,都是农村女性创业活动通过与男性代表的地区组织合作,得到更多的地区支持,从而解决难题、维持发展的实际案例。

(二) 调查案例概要

本节的调查案例是滋贺县东近江市爱东地区的团体创业活动:股份公司“爱东故乡餐馆”。爱东地区位于滋贺县东近江市近郊,交通便利、农业发达、风光宜人,易于开展创业活动,因而,在不断推进地区振兴的过程中,出现了多样的农村女性创业活动新形态。“爱东故乡餐馆”就是其中之一。

“爱东故乡餐馆”的成立最早要追溯到东近江牵手协议会的活动。2008年,东近江市内的NPO(非营利组织)、地区建设协议会、财团等11个团体合作成立了东近江牵手协议会,旨在挖掘更多的地区资源,建立团体间的合作机制,促使新的经济活动不断出现,从而促进地区振兴。“学习(体验)计划”“住宿计划”及“美食计划”是3个核心的事业计划^①。爱东地区的相关团体也积极响应东近江牵手协议会的计划,挖掘地区人才,号召当地女性制作具有特色的拿手料理,参加协议会的菜品收集活动,还租借场地,举办了多次不定期农家餐馆,为农家餐馆的开业积累了经验和技

^① “学习(体验)计划”主要是具体了解和把握东近江市内各个团体、机构实施的研修、视察项目的具体内容,在此基础上整理、开发新的体验项目,将短期滞留项目尽量扩大为长期滞留项目;通过建立合作关系,扩大信息传递,丰富各自的项目内容,使之多样化,从而扩大接收对象范围;设立协调机制,建立稳定的接收体制。“住宿计划”和“美食(当地食物)计划”是为了将访问东近江市内环境设施、观光设施、视察研修等只在地区停留数小时的访问者能更长时间地留在地区,而尝试增加长时间逗留需要的农家餐馆和农家民宿等。

经过两年的准备,曾经配合协议会开展活动的五六十岁的当地女性和与她们一起开展活动的当地男性领导于2011年开办了“爱东故乡餐馆”。开业资本金募集自所有成员,多少不一,男性领导较多一些。最初由于资金短缺,临时租赁了一家餐馆的旧设施开展活动。2013年,餐馆与地区内的NPO法人“爱东和乐”和“结家”两个团体合作,参与到爱东福祉街^①的建设中,一起申请到政府补助金。3个团体利用这些补助金分别建立了新设施,“爱东故乡餐馆”也从租赁场地迁进福祉街内的新设施“田园厨房·菜花”。

目前餐馆只有一名男性,为代表董事,10名职员全是女性,其中7名为当初一起开办餐馆的当地女性,3名为招聘来的地区外的中青年女性。作为代表董事的男性一般不直接参与餐馆具体业务,主要负责宣传餐馆、增加顾客、拓展经营内容等业务。餐馆的实际经营管理人员为一名女性董事,也是普通职员,她和其他女性职员一起负责菜单开发、工作分配、材料购买等具体业务。

“爱东故乡餐馆”主要提供具有当地特色的乡土料理,有季节板块套餐、特色午餐等。这些料理大都是利用当地农产品制作的,不仅能促进农业的六次产业化,还能有效传承地区饮食文化。此外,餐馆还在店内销售自制的熟食、咖喱汤粉等产品,还定期举办料理体验教室。除了以上业务外,餐馆还和爱东福祉街内的NPO法人“爱东和乐”和“结家”两个团体合作,开展能源自给、小型集市、生活支援、人才培养等与地区发展息息相关的事业活动。

(三)两性合作式女性创业活动模式分析

1. 特征

“爱东故乡餐馆”是男性与女性合作开展起来的,可以说是典型的两性合作式女性创业活动。从创业主体看,创业女性大部分都是当地的五六十岁女性,与传统农村女性创业活动中的主角很相似,她们在常年的生活中积累了丰富的生活技术、人脉等,相互很熟悉,对当地饮食文化很了解。不过,她们并不是以生活改善团体等传统的女性组织为母体组织聚集在一起的,而是在地区的号召下,在协助地区举办各种美食类活动的过程中聚集到一起的。开办餐馆,将自己制作的菜品提供给更多人是她们共同的愿望。

男性领导也是60岁左右的当地男性,在地区较有影响力,曾是町政府职员,兼任着地区多个重要组织的领导职位。他对地区非常了解,与在餐馆工作的女性们也非常熟悉,女性们是在他的号召下才聚集起来开展活动的。他认为爱东地区需要农家餐馆,有利于地区振兴,所以他和女性们合作开办餐馆。

从组织体制看,男性虽然是代表董事,对餐馆的运营管理有决策权,但是领导层里也有一位女性,而这位女性是餐馆运营管理的实际负责人,再加上女性人数众多,因而,女性具有绝对的发言权,能够发挥主体性作用。从访谈调查来看^②,女性职员都表示,男性人数少不会影响女性主体作用的发挥,而且有一位男性在,反而会有踏实感。

从女性与男性在创业活动中的作用看,女性们在创业需要的资金、技术、人才、设备、销路及顾客确保等资源获取上及新企业成长管理中都发挥着举足轻重的作用。餐馆的开业金募集自所有

^① 2009年5月,东近江市内福祉、医疗、环境、教育、农业等多个领域的团体聚集在一起,提出了建立作为地区生活服务据点的福祉街的构想。2011年5月,爱东地区的NPO法人“结家”、NPO法人“爱东和乐”、东近江牵手协议会三者设计具体的建设计划。2012年2月,3家事业所申请到东近江市及国家的支援补助金共计9900万日元,在同一个用地内正式开始了建设工程。2013年东近江牵手协议会解散后,“爱东故乡餐馆”代替它继续参与福祉街的建设。2013年4月,3家事业所正式开业,并合作开展能源自给、小型集市等多个事业活动。

^② 笔者曾于2015年12月对“爱东故乡餐馆”的男性领导和3位女性职员进行了访谈调查,访谈调查主要围绕创业活动的展开经过、工作内容、技术习得、对工作的评价(收入、工作内容、工作氛围、自我价值实现等)展开。

成员,而大部分成员都是女性。女性既是股东,又是普通的工作职员,为餐馆提供了技术和人才,还负责餐馆的实际运营管理工作。她们不断尝试开发新的美味菜品,使餐馆的料理更具魅力,使得客源充足。

另一方面,男性领导也发挥着重要作用。开办农家餐馆最初是男性领导响应地区发展而积极推进的工作计划,女性们则是在男性领导的号召下,举办各种饮食活动,从而决定开办餐馆。另外,男性领导出资比例接近一半,还和其他团体合作,申请补助金,建设创业设施。此外,男性领导还利用自身的人脉、影响力,宣传餐馆,扩大餐馆影响力,拓展业务,增加顾客。

从经营规模及内容上看,“爱东故乡餐馆”从成立之初就已经是股份公司了,管理正规。年销售额约2000万日元,比传统女性创业活动要高很多,经营规模较大。而且餐馆不仅提供各种各具特色的套餐,还租赁土地、栽培蔬菜、自制咖喱汤料、提供料理体验等,内容非常丰富。此外,餐馆还和其他团体合作,开展传统女性创业活动很少涉及的能源自给、小型集市、人才培养等与地区发展息息相关的事业活动。

2. 效果及意义

第一,女性更容易创业了。传统农村女性创业活动由于女性在资金、人脉、技术等方面的限制,大都是任意团体,规模较小,管理也不够规范,很多是由于感兴趣而为的,商业精神较弱。而“爱东故乡餐馆”在男性领导的影响力下,申请到补助金,协助地区开展事业活动,扩大了影响力,成功开办起农家餐馆。正是男性弥补了女性在资金、信息、经营管理、人脉等方面的不足,女性们才能开展起传统农村女性创业活动较难涉及的农家餐馆,而且经营规模更大、管理更规范、内容更丰富,不仅满足自己的兴趣,而且具有一定的商业精神。

第二,有利于解决接班人不足问题。传统农村女性创业活动由于规模过小、管理不正规、成员同质性较强、组织较为封闭等原因,难以招聘到合适的接班人,因而,接班人不足问题严峻,影响了经营体的持续发展。而“爱东故乡餐馆”由于规模较大、管理正规,克服了传统农村女性创业活动的诸多难题,再加上影响力较大,因而,很快就能招聘到志同道合的外来中青年职员,解决了人手不够问题。

第三,加强了与当地的联系。传统农村女性创业活动虽然扎根于当地,客观上有利于地区经济的发展,但创业活动本身大都是女性们自己开展起来的,与地区的联系不强,并不直接参与地区发展。而“爱东故乡餐馆”则在男性领导的带领下,十分重视与地区的联系,积极开展能源自给、人才培养等与地区发展息息相关的事业活动,加强与地区的联系,将自身作为地区建设活动中的一环,从而得到了更多当地居民的认可和支持。而得到当地居民的支持对于扎根于当地的女性创业活动来说,是十分重要的。

二、日本农村吸收外来女性创业活动模式调查分析

(一) 概念及发展

传统农村女性创业活动的主体大都是居住在农村的当地女性,并不关注外来女性创业活动。外来女性创业活动是本文提出的全新概念,是以来自城市地区等当地以外的女性为主体、活用当地农产品等资源开展的经济活动。外来女性创业活动虽然与农村地区女性的社会、经济地位提高没有直接关系,但对农村地区的振兴同样发挥着重要作用。因而,本文认为外来女性创业活动也可以理解为农村女性创业活动。

由于农村地区过疏化、老龄化问题日益严重,依靠当地居民已经难以解决不断涌现的经济、生

活问题,需要吸引外来人才支持地区发展。日本政府出台了很多政策,比如“地域振兴协力队”派遣制度^①等,鼓励农村地区积极吸收外来人才。很多农村地区也出台了各种优惠政策,吸引移居者。另一方面,越来越多的城市居民厌倦了城市压力大、快节奏的生活,向往农村的自然风光、新鲜的农产品、舒适安心的田园生活等。根据2005年和2014年日本内阁府的《世论调查》^[7],城市居民中有定居农村愿望的人所占比例从2005年的20.6%增加到了2014年的31.6%。事实上,他们中很多人已经移居到农村地区从事农业或创业。由此,农村地区以外来女性为主体的创业活动越来越多,促进了农村地区女性创业活动的发展。

2015年日本总务省《地域振兴协力队员定居状况等的调查结果》^[8]显示,任期结束的地域振兴协力队员中,1/3是女性,而且85%是二三十岁的年轻女性。另外,59%的队员都定居在活动地区,其中35%是女性。从出路看,17%左右的人选择创业,比2013年增加了近2倍。再根据2017年同调查^[9],任期结束的队员中,37%是女性,同样是二三十岁的年轻女性为多数。另外,63%的队员定居在了当地,其中39%是女性。从出路看,29%左右的人创业,很明显2017年比2015年大幅增加。

还有很多地方自治体通过积极振兴地区产业,改善地区育儿、饮食环境等,成功吸引了很多女性定居者,比如岛根县邑南町。邑南町通过香草研修制度,1993—2013年接收了102名单身女性研修者,其中34名女性定居町内,20名在町内结婚,另外,还通过建设日本第一的育儿町、美食街等政策,成功增加移居者,实现了人口正增长^[10]。这些移居者来到邑南町后,当地政府会帮助她们在合适的部门就业,或是了解她们的特长,协助她们创业^[10]。在这些政策的推动下,越来越多的外来女性在农村地区开展起创业活动。

然而,日本学术界却还没有关于外来女性创业活动的相关研究。笔者认为外来女性活跃在农村地区无疑为农村吹来一股新风,外来女性创业活动也为农村地区女性创业活动的发展提供了新的发展模式。

(二) 调查案例概要

本节的调查案例是滋贺县东近江市NPO法人“爱东和乐”。“爱东和乐”是1983年旧爱东町^②政府投资建成的、为地区内的残疾人提供就业援助的作业所,2009年发展成为NPO法人。如前所述,“爱东和乐”2011年参与到爱东福祉街建设,申请到政府补助金,在福祉街内顺利建成了分店“小麦”田园咖啡和薪柴工作室“木林”。

“爱东和乐”的代表理事及大部分理事虽然是男性,但男性理事几乎不干涉“爱东和乐”的实际运营管理。管理责任人及本所所长由一名女性理事担任,这位女性所长可以说是“爱东和乐”实际上的经营管理者。这位所长是东京人,60岁左右,她的丈夫是爱东地区出身的人。此前,她和丈夫一直在东京生活,50岁左右的时候,回到爱东地区,并开始“爱东和乐”工作,也算是爱东地区的移居者。

另外,分所所长及大部分职员也都是女性,她们大部分是来自爱东地区以外的、居住在城市地区的、四五十岁的女性,大都是以找工作为契机,因对这里的工作内容感兴趣而来的。从领导层和职员的属性来看,“爱东和乐”可以说是被外来女性支撑起来的事业活动。

^① “地域振兴协力队”(地域おこし協力隊)派遣制度是日本总务省于2009年制定的。根据此制度,人口减少及老龄化加剧的农村地区可以根据需要,招募地域振兴协力队员,让他们协助地区开展特产品的开发和销售、城乡交流及生活支援等事业活动,中央政府会资助一定的活动费用及创业费用,队员任期为3年。

^② 旧爱东町于2005年合并到东近江市,成为东近江市爱东地区。

“爱东和乐”属于就业继续支援B型事业所^①，主要开展就业支援、白天生活支援等事业活动。利用对象原则上是被认定为是看护补贴、训练补贴支付对象的人。大部分残疾人利用者都是在位于爱东自治中心^②的本所内接受就业、生活训练。除了依靠残疾人利用者的补助金运营外，“爱东和乐”还通过灵活雇用不同程度的残疾人，经营咖啡店，制作配送套餐，编织布艺品，制作筷子、玩具木马等木制品。“爱东和乐”将这些特色产品拿到爱东直销店、小集市及分店“小麦”田园咖啡中销售，以增加利益。

与本部主要在于为残疾人利用者提供各种支援项目相比，分店“小麦”田园咖啡则具有一定的商业性质，残疾人利用者人数少，残疾程度也较轻。咖啡店主要对外提供具有特色的上午餐（早餐与午餐合并在一起）、蔬菜沙拉、甜品及饮料等，并制作配送套餐，还会对外销售面包等特色产品。面包是这里的外来女性所长自己钻研开发出来的特色产品，是“爱东和乐”最知名、最受欢迎的产品。“小麦”田园咖啡是“爱东和乐”最主要的自主收益来源。

除此之外，如前所述，“爱东和乐”还和其他团体合作，开展能源自给事业、小型集市、生活支援等内容丰富的事业活动。“爱东和乐”的年收入达5 000万日元左右，收支基本保持平衡。

（三）外来女性创业活动模式分析

1. 特征

“爱东和乐”的领导和职员几乎都是外来女性，可以说是外来女性开展的创业活动。从创业主体的特征看，“爱东和乐”的外来女性职员大都是来自爱东地区以外的、居住在城市地区的中年女性。她们大部分人是以找工作为契机，同时对这里的工作内容感兴趣而来的，也有部分人是因为想实现自我价值，或是想换个生活环境^③。从创业路径来看，外来女性与当地女性不同，她们不是自己发现创业机会、筹集资金等资源，开展创业活动的，而是在地区搭建好的舞台上创业，但在长期的工作中，她们积累经验 and 能力，逐渐发展为创业活动的实际领导者，经营、管理创业活动，成为创业活动的继承和发展者。

毋庸置疑，外来女性是创业活动的中坚力量，为创业活动提供了技术和人才。“爱东和乐”的当地职员之所以较少，原因有两个：一是“爱东和乐”是为残疾人提供服务的事业所，在残疾人歧视观念还较强的农村地区，很多当地人不愿意到这里工作；二是这类福祉工作也是需要专业技术的工作，当地能从事这类工作的人很少。“爱东和乐”通过招聘，将能从事、愿意从事这项工作的人聚集起来，维持了事业活动的发展。

这些外来女性活用自己的技术、能力和知识，不断维持和扩大着创业活动的发展。“小麦”田园咖啡的面包就是分所所长不断钻研开发出来的产品，为“爱东和乐”带来了新商机。这位所长还利用自己参加讲座等机会，宣传面包，扩大“爱东和乐”的影响力。

从经营内容看，“爱东和乐”不仅为残疾人提供就业服务，还灵活雇用残疾人经营咖啡馆、制作布艺品、木制品等，事业活动丰富多彩，成功将福祉和农业联系起来，推进了城乡一体化发展。而福祉领域是传统农村女性创业活动较少涉及的领域。外来女性的创业活动虽然是与农村地区没有太多联系的外来

^① 根据日本厚生劳动省的定义，就业继续支援B型事业是指为难以被一般的工作单位雇用、难以基于雇用合同就业的人，提供就业和生产劳动的机会，以及为提高他们就业时需要的知识及能力，而对他们进行必要的训练。

^② 爱东自治中心是旧爱东町于1996年建成的办公大楼，以东近江市爱东地区办事处为首，爱东地区社会福祉协议会、老年人白天看护服务事业所、诊疗所以及地区老年人俱乐部事务局等机构的办公所都设置在爱东自治中心里。爱东自治中心是爱东地区的核心建筑之一。

^③ 笔者曾于2015年12月对“爱东和乐”的3位女性职员也进行了访谈调查，访谈调查主要围绕创业活动的展开经过、工作内容、技术习得、对工作的评价（收入、工作内容、工作氛围、自我价值实现等）展开。

女性开展的,但她们的创业活动却同样能有效利用地区资源,为解决地区难题做贡献。

2. 效果及意义

从城乡一体化的视角看,外来女性在农村地区开展创业活动,对农村地区女性创业活动有以下重要意义。

第一,弥补了农村地区女性创业人才的不足。随着人口减少及传统女性组织活动停滞,农村地区的女性创业人才不断减少,尤其是福祉、教育、环境等领域需要专业技术,农村地区相关的女性人才就更少了,很难开展这些领域的创业活动。而外来人才能够弥补这一不足,不仅增加了创业人才,还带来了新技术,比如“小麦”田园咖啡的面包技术,从而为农村地区的女性创业活动提供了新契机。可以想象如果没有外来女性的加入,“爱东和乐”是难以继续发展下去的。

第二,有利于拓展农村女性创业活动的领域。传统农村女性创业活动较为擅长的大都是加工、销售等领域,而较少涉及福祉、环境等领域。然而,经过近30年的发展,加工、销售等领域的创业活动已经接近饱和,很难再有大幅增加了。而另一方面,随着人口的急剧减少,老龄化问题的加剧及城乡交流的不断加强,农村地区对环境、教育、福祉等与生活课题相关的产业需求不断扩大。很多外来女性在这些领域拥有丰富的知识和技术,能够在这些领域开展创业活动,拓展农村地区女性创业活动的领域,满足农村地区发展的需要。

第三,有利于扩大创业活动的影响力。外来女性与城市地区有千丝万缕的联系,比起传统农村女性创业活动中的女性,拥有更丰富的人生经验及更广阔的人脉和社会关系网络,能够更好地宣传创业活动,扩大创业活动的影响力。“爱东和乐”本所的所长就是位能力较强的女性,她兼任着多个地区组织领导职务,带领“爱东和乐”和其他组织合作,开展丰富的事业活动,使创业活动走向更广阔的天地。分所的所长也经常利用自己在其他地方的讲座机会,宣传“爱东和乐”。

三、日本农村社会企业型女性创业活动模式调查分析

(一) 概念及发展

传统农村女性创业活动虽然很多也不以追求利润为唯一目的^[11],但是服务于地区、社会的活动目的并不是很明确。而本文的社会企业型女性创业活动是指以女性为主体、利用当地农产品等资源开展的、明确以解决地区社会课题为目的的经济活动。西山未真提出了社会企业型女性创业,但其探讨的大都是传统农村女性创业活动向社会企业转变的可能性及意义^[12-13]。而本文则将社会企业^①作为今后农村女性创业活动的另一条新思路,对其创业模式的特征及效果展开分析研究。

近年,不仅部分传统农村女性创业活动为了解决自身存在的问题,开始向社会企业转变,以获得更多的资源,而且很多农村地区为了解决不断出现的福祉、教育、环境等生活课题,积极动员地区内外女性开展社会企业型女性创业活动。在这种情况下,农村地区的社会企业型女性创业活动越来越多。

尽管和前两种农村女性创业活动新形态一样,目前日本还没有具体的统计数据显示农村地区

① 关于社会企业的定义目前学术界还没有统一。本文根据日本经济通产省的定义,将其定义为“致力于用商业化手段解决各种社会问题的企业,具有社会性、商业性和创新性3个核心要素”。社会性是指把致力于解决社会问题作为企业活动的使命;商业性是指运用商业的方式达成社会性中所规定的使命,持续地开展商业性活动;创新性是指创造和有效利用新的社会化商品与服务以及相应的机制,通过在社会上开展相应的活动,创造新的社会价值。参见日本经济通产省. ソーシャルビジネス推進研究会報告書[R/OL]. (2011-03-18) [2019-06-13]. https://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sb%20suishin%20kenkyukai/sb%20suishin%20kenkyukai%20houkokusyo.pdf.

究竟有多少这样的女性创业活动,但很多学者都提到了相关案例,并对其展开了研究,比如泽野久美提到的静冈县天龙市熊地区的NPO法人“梦未来熊”等^[14]。

(二) 调查案例概要

本节的调查案例是高知县四万十町十和地区的团体创业活动:股份公司“女老板市场”。高知县四万十町十和地区距离城市地区较远、交通也不发达、老龄化程度较高、第一产业占比很高,与爱东地区相比,属于条件不利地区。然而,十和地区的农村女性创业活动十分活跃,带动着整个四万十町的发展,“女老板市场”就是典型之一。

“女老板市场”是1998年四万十町十和地区各个集落的女性加工团体联合成立的,最初主要开展蔬菜直销事业。“女老板市场”在旧十和村^①内成立了直销所“十和厨房”,专门销售女性们在自家菜园或空闲地种植的蔬菜及自己生产的加工品。由于直销活动受到了地区内外居民的好评,“女老板市场”在高知市内又成立了一个直销店“外出厨房”。

2003年,“女老板市场”取得了环境ISO14001认证,这意味着“女老板市场”生产的蔬菜等农产品达到了有利于保护环境的标准。这让“女老板市场”的200名会员更加增强了环保意识,让自身的农业技术进一步提高,承担作为直销所的社会责任。2006年,“女老板市场”获得了内阁总理大臣奖,2009年获得了日本农业奖,极大提高了在全国的知名度及在旧十和村的地位,成为旧十和村的代表经济组织之一。

2011年由于行政部门终止了资金援助,为了实现自立,“女老板市场”从任意团体发展为股份公司,对外公开招募投资者,筹集运营资金。出资者不限地区、年龄、性别,只要是关心、认同“女老板市场”事业活动的人均可。最终,“女老板市场”招募到100名左右的出资者,筹集资金500万日元左右,顺利确保了自身的持续发展。出资者中,既有生产会员、当地消费者,也有城市居民及消费者。目前,“女老板市场”的5名领导全是女性,职员也几乎都是女性,参加团体31个,会员208名。参加团体大部分都是女性团体,会员也大部分是女性。由于“女老板市场”影响力的不断扩大,很多男性团体及个人也加入进来。

“女老板市场”虽然变为了股份公司,但明确规定事业活动的目的是:保护四万十河环境以及推进地区农业生产和产品制造。很明显,“女老板市场”是以解决地区、社会课题为目的的创业活动。因此,“女老板市场”没有将获得的利益用于提高员工福利,而是不断投向新事业。

目前“女老板市场”的事业活动主要有:农产品直销事业,主要是销售当地生产的蔬菜及加工品等;学校饮食事业,主要是为当地的中小学,提供制作料理使用的蔬菜等;美食旅游·农业农村体验事业,主要是一日游形式,不仅为旅游的城市居民提供具有乡土特色的料理,还提供丰富多彩的体验活动,比如赏花、漂流等;自助餐事业及节日销售事业,主要是在“十和”服务区,在固定时间,提供具有特色的料理,洋粉、蔬菜糯米小豆饭等已经成为固定的人气商品。

从收支状况看,“女老板市场”的年销售额为5000万日元左右,各项事业活动中,直销所的销售额最多,其次是自助餐活动事业。2011年,“女老板市场”成为股份公司后,不再接受行政支援,事务局职员的工资都是从“女老板市场”的销售额中支付,每年收支基本持平。

(三) 社会企业型女性创业活动模式分析

1. 特征

“女老板市场”以保护四万十河环境、促进地区农业发展为最终目的,很明显具有社会企业性

^① 旧十和村于2006年与窪川町及大正町合并,成立了四万十町。

质,可以说是社会企业型女性创业活动。从创业主体看,社会企业型女性创业活动的创业主体更为多样,传统农村女性创业活动大多以当地女性为主体,而社会企业型女性创业活动由于其创业目的有利于解决地区、社会课题,从而容易吸引更多具有相同价值观的人。“女老板市场”在成为股份公司前,也主要以当地女性为主,而成为股份公司后,招募到地区内外的出资者,有城市居民、消费者、会员及赞助者等。

从创业资源获取途径看,传统农村女性创业活动大多数是自己筹集资金、设施等资源,开展创业活动。虽然农协及相关机构也会给予一定援助,比如小额出资、提供设施等,但力度一般很小。而社会企业型女性创业活动由于有利于解决地区、社会课题,因而不仅能够得到地区居民及相关机构的支持,还能得到地区外居民及相关机构的支持和帮助,从而获取更多资源。“女老板市场”脱离了行政支持后,获得了地区内外很多出资者的支持,成功筹集到了运营资金,保证了事业活动的持续稳定发展。

从创业内容看,社会企业型女性创业活动具有社会企业特征,其生产的商品具有一定市场性和创新性,一般是政府、市场难以提供的商品和服务。“女老板市场”销售的无农药蔬菜,举办的美食旅游、自助餐活动等是条件不利地区振兴农业、保护环境所需要的。这些产品也是城市居民急需而政府、市场难以提供的,比如美食旅游及自助餐事业中,农村女性们提供的乡土料理大都是结合当地农产品特色,不断琢磨钻研出来的,很多都是只有到了当地才能吃到的美味菜品,不是批量化的市场能够提供的。

再从利益分配看,社会企业最重要的一个特征是利益的再投资,即社会企业不会将获取的利益分配给个人或股东,而是将利益投向更多的事业活动,解决更多的社会课题。“女老板市场”将赚取的利益不断用于投资新事业,为解决地区环境、传统文化保护等课题做贡献,从最初的直销事业,发展到现在的直销、美食旅游等丰富多彩的事业活动。

2. 效果及意义

从“女老板市场”的发展过程看,社会企业型女性创业活动模式有其独特的优势,可以克服传统农村女性创业活动存在的诸多困难。

第一,能够得到更多的社会支持,获得更多的资金、技术及人才等资源。社会企业型女性创业活动的目的是解决地区、社会课题,其理念容易获得具有共同价值观的居民、团体的认可和支持,从而获取更多资源,吸引更多人才和技术。“女老板市场”传递的环保农业等理念就得到很多消费者的支持,从而获得了更多的运营资金,成功发展为股份公司,还吸引了城市的年轻人才前来工作,解决了后继者不足问题。

第二,能不断拓宽创业活动的领域,丰富自身的创业内容。传统农村女性创业活动大都是女性们根据自身的兴趣开展起来的,经营内容一般都是自身擅长的领域。然而,社会企业型女性创业活动不同,其创业目的是解决地区、社会课题,所以创业者会不断思考地区、社会存在哪些课题,自身该如何致力于这些课题的解决,因而会发现依靠兴趣无法看到的领域,并将自己的事业活动与之结合起来,将利益不断投向新事业,发现新商机,拓宽创业领域。

“女老板市场”不断发展的过程就是不断挖掘地区资源及价值,不断解决地区课题的过程。从普通蔬菜直销到生产有利于环保的无农药蔬菜、再到加强城乡交流的农业、农村体验活动,都是“女老板市场”重视地区环境及农业发展的社会理念的实践证明,同时,新事业的不断拓展也让自身的创业内容更加丰富。

第三,能够不断创造新的农村价值。社会企业提供的大都是政府、市场难以提供的产品和服

务,具有一定的创新性。社会企业型女性创业活动能够通过开发创新性的产品及服务,拓宽产品市场,创造新的农村价值。“女老板市场”生产无农药蔬菜、开办美食旅游·农业农村体验活动、自助餐事业等,不仅打开了广阔的销售市场,获取了经济利益,而且将环保理念、传统饮食文化等传递给更多人,创造出新的农村价值。

四、日本农村女性创业活动新模式的经验及启示

本文打破了以往研究对农村女性创业活动理解的局限性,从更宽的视野关注日本农村地区实际出现的多样的农村女性创业活动新形态,即两性合作式女性创业活动、外来女性创业活动及社会企业型女性创业活动。两性合作式女性创业活动中,女性通过与男性合作,更容易获取资金、设施等资源,更容易开展更大规模的创业活动。外来女性创业活动中,外来女性为创业活动提供了地区缺少的技术和人才,使创业活动得以持续发展。而社会企业型女性创业活动则通过向更多人传递自身的社会理念,从而得到更广泛的支持,获取更多资源,得以稳定发展。

这些新形态的发展经验显示:农村女性创业活动不一定完全要由居住在农村的女性独自开展,男性、外来女性均可以成为创业的中坚力量;农村女性创业活动既可以向追求利润的方向发展,也可以向以解决社会课题为目的的方向发展。其发展模式无疑为日本农村女性创业活动的发展提供了新思路,不同地区可以结合自身发展的特点及优势,有针对性地发展这些新形态。

不过,这些新模式也存在各自的问题。两性合作式女性创业活动中,在性别分工意识还很强的农村地区,挖掘、发现、培养能够合作创业的男性与女性人才是重要课题。外来女性创业活动中,如何吸引和留住外来人才,并帮助在当地毫无根基的外来女性开展创业活动则是重要课题。而社会企业型女性创业活动中,如何平衡员工利益与事业发展以及确保创业人才则是重要课题。为了更好地促进这些新形态的发展,除了创业活动自身要不断完善组织体制、就业条件等外,地方相关机构也应该针对不同的新形态,实施不同的支援政策,有针对性地给予一定的人才培养、资金及宣传等方面的支持和帮助。

日本农村女性创业活动新形态的发展模式对我国农村女性创业活动的发展也有重要启示。第一,发展多种形态的农村女性创业活动。我国农村地区女性角色的多样化、城乡一体化的发展及生活课题的不断涌现,使得我国具有发展多种形态农村女性创业活动的必要性和可能性。第二,要注意挖掘和有效利用地区内的特色资源,开展有利于地区发展的、适合女性的、具有特色的创业活动。我国农村女性创业活动的经营内容大多是对城市地区企业经营内容的简单复制,缺乏创新性、独特性,今后应该发展具有自身优势的特色创业活动。第三,地方政府及相关机构应该给予大力支持。不管是日本传统农村女性创业活动,还是农村女性创业活动新形态,都离不开日本各级政府及相关机构的大力支持。我国农村地区经济发展水平较低,女性在技术、教育水平等方面远不及日本,发展农村女性创业活动新形态更需要地方政府及相关机构的支持与帮助。

参考文献:

- [1] 日本農林水産省. 農村女性による起業活動実態調査(2016)[R/OL]. (2018-03-28)[2019-06-11]. http://www.maff.go.jp/j/keiei/kourei/danzyo/d_cyosa/woman_data5/pdf/28_kigyo_kekka.pdf.
- [2] 秋津元輝. 戦後農業の変転とジェンダー—「60年代嫁世代」の経験を中心にして—[J]. ジェンダ史学, 2012(8):16.
- [3] 原珠里,堀田和彦. 農村女性起業の組織的展開に関する考察—「古座川ゆず平井の里を事例に—[J]. 農村研究,2014(118):29-40.
- [4] 日本農林水産省. 農村女性による起業活動実態調査(2012)[R/OL]. (2014-03-28)[2019-06-13]. <http://www.cnki.net>

- tp://www.maff.go.jp/j/keiei/kourei/danzyo/d_cyosa/woman_data5/pdf/24kigyoukekka.pdf.
- [5] 日本農林水産省. 農村女性による起業活動実態調査(2014) [R/OL]. (2016 - 03 - 29) [2019 - 06 - 11]. http://www.maff.go.jp/j/keiei/kourei/danzyo/d_cyosa/woman_data5/pdf/26_kigyo_kekka.pdf.
- [6] 諸藤享子. 農村女性グループ起業の継承問題 [J]. 農村と経済, 2009 (13): 23 - 24.
- [7] 日本内閣府. 平成 26 年度世論調査・農山漁村に関する世論調査 [R/OL]. (2014 - 08 - 11) [2019 - 06 - 11]. <https://survey.gov-online.go.jp/h26/h26-nousan/index.html>.
- [8] 日本総務省. 平成 27 年地域起こし隊の定住状況などに係る調査結果 [R/OL]. (2015 - 09 - 08) [2019 - 06 - 11]. http://www.soumu.go.jp/main_content/000376274.pdf.
- [9] 日本総務省. 平成 29 年地域起こし隊の定住状況などに係る調査結果 [R/OL]. (2017 - 09 - 22) [2019 - 06 - 13]. http://www.soumu.go.jp/main_content/000508222.pdf.
- [10] 小田切徳美. 農村は消滅しない [M]. 東京: 岩波書店, 2014: 200 - 205.
- [11] 岩崎由美子, 宮城道子. 成功する農村女性起業仕事・地域・自分づくり [M]. 東京: 家の光協会, 2001: 12.
- [12] 西山未真. 農村女性起業の到達点とソーシャルビジネスへの展開 [J]. 農村と経済, 2009 (13): 37 - 46.
- [13] 西山未真. 農村と都市を結ぶソーシャルビジネスによる農山村の再生 [M]. 東京: 筑波書房, 2015: 51 - 55.
- [14] 澤野久美. 社会的起業を目指す農村女性たち—地域の担い手としての農村女性起業 [M]. 東京: 筑波書房, 2012: 127 - 161.

责任编辑 林丽敏

A Study on the New Models of Rural Women's Entrepreneurial Activities in Japan during the Transtional Period

LE Yanzi¹ ZHOU Weihong²

(1. School of International Studies, Shaanxi Normal University, Xi'an, Shaanxi, 710119, China;

2. Beijing Japanese Studies Research Center, Beijing Foreign Studies University, Beijing, 100089, China)

Abstract: After 1990, rural women's entrepreneurial activities in Japan have developed rapidly and achieved remarkable results. However, in recent years, due to the shortage of successors and other serious problems, many business entities have difficulty to sustain, and the overall number is gradually decreasing. In order to solve the problems, many business entities began to explore new development paths by cooperating with men and turning into social enterprises. With the development and changes of economy and society, there are many new forms of rural women's entrepreneurship activities in rural areas of Japan which are different from those in the past. According to the main body and purpose of entrepreneurship, the new forms of rural women's entrepreneurship activities can be divided into three categories: gender cooperative entrepreneurship, non-native women's entrepreneurship and women's entrepreneurship of social enterprises. With different characteristics and advantages, these new forms can overcome many problems existing in traditional women's entrepreneurial activities, thus promoting the development of rural women's entrepreneurial activities in Japan.

Key Words: Japan, rural women's entrepreneurship, gender cooperation, non-native women, social enterprises