様　式　Ｃ－１９、Ｆ－１９、Ｚ－１９　（共通）

科学研究費助成事業　　研究成果報告書

平成 ２７ 年　 ６ 月 ２３ 日現在

機関番号：３４３１６
研究種目：若手研究(B)
研究期間：2011～2014
課題番号：２３７３０５０６

研究課題名（和文）「農山村の商品化」におけるジェンダー問題

研究課題名（英文）Consumed Farm Villages and Gender

研究代表者
渡辺　めぐみ（Watanabe, Megumi）

龍谷大学・社会学部・准教授

研究者番号：６０４０１５７７

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費）　　2,800,000円

研究成果の概要（和文）：グリーンツーリズムは、近年、農業・農村セクターにおいて推進され、新聞などのメディアでもその動きが報道されている。とくに、農家民宿における女性の活躍が期待されている。しかしながら、調査の結果、農家民宿経営は、(1)女性の感情労働が期待され重荷になっている、(2)農家民宿運営に必要な労働が、家事労働の延長として無報酬で行われる傾向がある、(3)旅館業との競合から価格が安く抑えられ利益が上がりにくい、といったさまざまな問題を抱えていることが明らかになった。現在、修学旅行などの教育旅行の受け入れが主となっているが、これらは季節的な労働になるためであり、年間を通じて一般客を受け入れることは依然困難だ。

研究成果の概要（英文）：Green tourism has developed in recent years as a subsidiary to the agriculture & rural sector industries, with leading initiatives frequently appearing in mainstream media such as newspapers. In particular, it was expected that primarily women would be in charge of the operation of farming guesthouses. However, the results of the survey revealed several issues in the operation of farming guesthouses, including (1) the excessive demands and burdens on the emotional labor of women, (2) the labor required in the operation of guesthouses tending to be an uncompensated extension of housework, and (3) lack of profit due to low price setting in order to compete with the hotel industry. While an operation that opens for school trips is easy to continue due to its seasonal nature, an operation open throughout the year to the general public is difficult.

研究分野：sociology

キーワード：gender　agriculture　green tourism

１．研究開始当初の背景

日本の農業・農村研究においては、農村（農村らしさ）に対する、都市の側からの「消費」に目が向けられるようになった。これらは、「農山村の商品化」として概念化された。

行政もまた、農村の「あたたかいふるさと」としての価値の見直しや条件不利地域における生存戦略という観点から、グリーン・ツーリズムを推進してきた。

この担い手として期待されたのが農村女性であった。

それまでも、『農村女性起業』が脚光を浴びており、自家農業で無報酬だった女性たちが、これによって金銭的・精神的報酬を受け取るようになるとうたわれてきた。

そのようななか、農家の新たな所得獲得の道として欧州から「輸入」されたグリーン・ツーリズムは、日本では「農林漁家民宿おかあさん１００選」というかたちで推進されたのである。

ここでは、農村女性が、単に農林漁家民宿経営を成功させるだけでなく、「おかあさん」としての感情労働をも求められていることがわかる。農家女性の「おかあさん」としての感情労働が、「あたたかいふるさと」としての農村の自己呈示の中核をなしているといってよい。

しかし、このような「日本型グリーン・ツーリズム」は、果たして農村女性たちに恩恵をもたらすものであるのだろうか。

本研究は、こうした疑問から出発したものである。

２．研究の目的

(1)日本のグリーン・ツーリズムの中核をなしている、農家民宿に着目し、そこにおける女性の感情労働の実態とその問題点をさぐる。

(2)都市向けに提供されている農業体験、食品加工体験などの田舎体験メニューの中に潜むジェンダーを明らかにする。

同時に、農家民宿などの女性が演出している「あたたかいふるさと」の「おかあさん」キャラクターは、どのような女性像を提示しているのかを解明し、現在のグリーン・ツーリズムの中に存在するジェンダーバイアスを解明する。

(3) 「農山村の商品化」は農村を救うために「必要なもの」とされ、グリーン・ツーリズムおよび農村女性起業は、「発展するべきもの」と考えられてきた。

しかし本研究では、「農山村の商品化」の負の面を理論化することを目指す。

このことは、今後のグリーン・ツーリズムの展開を検討する上で、非常に重要な問題提起となると考えられる。

３．研究の方法

(1)本研究では、「農林漁家民宿おかあさん１００選」を含む、複数の農家民宿にアクセスし、当事者の女性にインタビューを行い、参与観察を行う。

これによって、彼女たちの感情労働の具体的内容を描き出し、結果的に精神的な過重労働に向かっていくメカニズムを明らかにする。

(2)グリーン・ツーリズムの先進国であるイギリスにおいて、農家民宿運営の現状を調査することによって、日本の状況と比較研究を行う。

(3)さらに、顧客側に提示される「あたたかいふるさと」の内容が、どのような過程でつくりあげられてきたのか、そして、そのなかにあらわれるジェンダーバイアスの具体像を描き出したい。このことによって、「農山村の商品化」の負の面について理論化を行う。

４．研究成果

(1)まず、予備的な調査として、農家民宿への宿泊を通じて、参与観察及び従事者の男性・女性へのインタビューを実施した。対象とした農家民宿は、「農林漁家民宿おかあさん１００選」に選定された民宿である。

また、学生に被験者として参加協力を呼びかけ、農業体験、食品加工体験などを行ってもらい、その様子を参与観察することによって、具体的な作業内容の中でどのようなジェンダーの実践が行われるかを分析した。

その結果は次の通りである。

インタビューから明らかになったことは、第一に、農村女性がつくりあげている「女将」像は、元気がよく、子どもや青年に親しみを持ち、配慮を惜しまない女性像であった。第二に、このことをふまえて、「採算」を度外視した人間関係をつくりあげるという感情労働を行っているということであった。

また、参与観察から明らかになったことは、食品加工体験を行っている学生の間では、学生自らが積極的に性別役割分業を行う傾向があることだ。しかも、こうした性別役割は現場で是認されがちであることがわかった。

例えば、農家民宿では、バーベキュー等は実施しやすいプログラムとなる。こうした場合、女子は野菜を切る、男子は炭火の準備といった分業になりやすい。修学旅行の受け入れにおいては、こうした性別役割を回避するため、あえて女子のみ、男子のみという組み合わせで受け入れを行っている農家民宿もあった。

(2)次に、イギリスのグリーンツーリズムとの比較調査を実施した。調査地は、オックスフォードシャの近郊農村地域である。

調査の結果、イギリスでは、農家民宿においても、女性の役割は、あくまでも生産が中心であり、民宿の仕事やいわゆる「おもてなし」というべき感情労働も最小限に抑えられ

ていることがわかった。
　いわゆるB&Bとよばれる形態が一般的であり、接客時間も少ない。客の相手としてマスコット犬を放すなどの工夫がされている。ここでは都市の人々と農村の人々の交流が目的なのではなく、都市から来た人々は散歩をするなど自然の中で自由に過ごすというスタイルとなっている。
　また、イギリスには、「パブ」に行くという楽しみがあるため、農家民宿の夕食はオプションとなっても問題がない。夕食を用意する場合においても、家族の食事と同じものを提供しており、まず、客に必要な分を取り分けてから、残りを家族で食するといった具合である。
　朝食もシリアルなどが用意され、朝から手間のかかる料理を提供することもない。
　これに対して日本では、女性が接客することや、地域の食材を使った手のかかる料理が期待されている。
　しかし、これでは女性にとって、生産活動と農家民宿の仕事の両立は過重になりがちである。日本でも、農家レストランなどと組み合わせ、地域で「おもてなし」の分業を行うことが必要であると考えられる。

(3) さらにオックスフォード市では、牛乳を適正価格で販売するべきであるという運動や、国内産の農作物を購入促進する運動がある中で、同時にフェアトレード運動も盛んであった。
　しかし、フェアトレードで食品を輸入することと、地産地消とは矛盾する面がある。フェアトレードによって扱われる商品は、コーヒー、カカオなど、植民地時代に商品作物として栽培が定着したものが主である。こうした作物は、国内の農作物とバッティングしない。このことは、逆に、国内農業と競合する作物に関してはフェアトレードの対象となりえないことを示している。
　しかし、こうした問題意識については語られていない。
　そこで、日本におけるグリーンツーリズムとフェアトレード運動の記事分析を行った。その結果、日本における地産地消の取り組みはある程度の認知が進んでいるが、フェアトレード運動は未だに啓発段階で、地産地消運動との矛盾をおこすほどの段階に至っていないことが明らかになった。

(4)日本において、グリーンツーリズムがどのように表象されているかについては、新聞記事の分析を行った。その結果、安心院方式など、一部の成功事例の報道の頻度が高いことが分かった。他には、農村女性による食品加工事例や、イベントによる集客の様子など、農山村の観光資源の魅力を語るものがほとんどを占めていた。
　また、日本のグリーンツーリズムの方向性が、修学旅行をはじめとする教育旅行の分野で定着しつつあることがわかった。
　さらに、地域住民の「普段の生活」を体験させるという「ほんもの体験」への需要が高いことがうかがえた。
　この点を踏まえ、「ほんもの体験」と「域産域消」を中心に据えたグリーンツーリズム先進地とされる長野県南部地域の事例研究を行った。
　その結果、教育旅行の受け入れを主体とする民泊においては、イギリス同様、農村地域の副収入として成果を上げていること、また、民泊において女性が果たす役割が非常に大きいことが明らかになった。
　また、教育旅行の受け入れをするためには、地域で民泊を行う家を一定以上確保する必要がある。そのため、行政の担当者や、地域のキーパーソンが働きかけて、地域ぐるみで足並みをそろえた運営を行う必要がある。さらに、受け入れの質を揃えるため、定期的な情報交換等が行われていた。
　しかし、民泊の実施は、女性の介護や育児などの事情によって中断されやすいことからも、その労働が不可欠であることは明白であるにも関わらず、その貢献については明確化されにくいという問題点も明らかになった。また、中学生等の受け入れはさまざまな面での負担が増加しつつあるが、この点については地域ぐるみでの対応や、行政の支援が求められていることが明らかになった。

(5)農家民宿における性別役割分業および農業・農村の「商品化」について明らかにするため、近畿地方の農家民宿の参与観察とインタビュー調査を行った。その結果、次のことが明らかになった。
①農家民宿を運営するためには、食事、片付け、洗濯、掃除、布団干しなど、多くの作業が必要となるが、これらが家事の延長とされ、女性の無償労働を増加させている可能性が高い。
　農家民宿経営において、1泊2食で6000円から 7000 円程度が相場になっているが、これらは地域において標準化されるケースも多い。しかし、この価格では、労働者、とりわけ女性の労賃を確保することは非常に困難である。
②農家民宿は、都市農村交流の場として、1日1組の受け入れを決まりとしているケースがみられるが、1 人客では採算が取れない。しかも、初対面の客とのコミュニケーションを図るということは、感情労働を増大させることとなる。通常の民宿では、接客にある程度の線引きがなされるが、日本型グリーンツーリズムでは、「あたたかいふるさと」や「親戚のようなおつきあい」などが「商品」として「消費」されることとなっているため、接客に限度がないということになる。
　ゆえに、年間を通じて営業をするということになれば、常に家族外の人間と接触するということになり、疲弊を招いてしまう。とく

に、女性が経営の中心となっているという場合においては、家族に気を遣うため、積極的に受け入れをしないという選択をとることになる。日本型グリーンツーリズムの「理想」とする「都市農村交流」は、プライバシーの守られる場としての「近代家族」のあり方とコンフリクトを起こしてしまうのである。

この結果、季節的な営業を行ったり、修学旅行の季節だけ教育旅行を受け入れたりといった形になりやすい。結果的に、民宿の稼働日数が限られ、主業にはなりえないということになる。

このように、副業として農家民宿を行うとして、世帯収入にはプラスになるが、女性の労賃を換算しない形で運営されている現状を鑑みると、日本型グリーンツーリズムは女性のエンパワーメントにはなりえていないといえる。

この問題を解決するためには、イギリスのグリーンツーリズムのようにB&Bでの経営にシフトすることである。

しかしながら、日本においては、ヨーロッパ型の「田舎で休暇を過ごす」という文化ではなく、あくまでも「田舎の親戚の家に宿泊する」というイメージが定着している。

しかしこうした役割を農家民宿、とりわけ女性が背負うことはあまりにも困難である。

③農家民宿における農村体験には、山菜採りなどが用意されることが多いが、山菜の場所を覚えた客が山菜を採り尽すという問題も発生している。現状では、こうした問題に対応できるマンパワーが確保できない。

農業・農村を「商品化」する過程において、どうしても「食」などのメリットを強調しがちであるし、日本の多くのグリーンツーリズムは「収穫」体験に偏りがちである。

日本のグリーンツーリズムの現状は、客を引き寄せるため、農村や自然を消費するだけのコンテンツに陥りやすい。

今後は、「商品化」のプロセスにおいて、人も自然も搾取しないグリーンツーリズム文化の醸成が必要である。

５．主な発表論文等

〔雑誌論文〕（計　１　件）

①渡辺めぐみ、グリーンツーリズムの現状と課題についての調査報告 ： イギリス・オックスフォードシャを事例として、龍谷大学社会学部紀要、査読無、41 号、2012 年、pp.64-74
http://repo.lib.ryukoku.ac.jp/jspui/bitstream/10519/3725/1/r-sk-ky_041_005.pdf

６．研究組織

(1)研究代表者

渡辺　めぐみ（WATANABE, Megumi）
龍谷大学・社会学部・准教授
研究者番号：６０４０１５７７