

**令和6年度ユニコーン創出支援事業
(女性アントレプレナーのための地域密着型支援事業)**

報告書サマリー

**令和7年3月
株式会社パソナ**

事業の背景

- 日本において、スタートアップの起業家に占める女性の割合は少なく、また女性起業家特有の課題も存在することから、**令和5年5月に、経済産業省が「女性起業家支援パッケージ」をとりまとめ、女性起業家支援を総合的に推進**する方針を打ち出した。
- 女性起業家特有の課題として、例えば男性に比べて**起業家ネットワークへのアクセスが限定的**であることや、資金調達等の外部からの評価を受ける場面で結婚や子どもの有無等の個人的な質問をされてしまうといった**バイアスの存在**が挙げられる。
- こうした現状を踏まえ、本事業では**スタートアップ支援機関と連携しつつ、地域ブロック別に女性起業家支援ネットワークを構築し、女性起業家支援プログラムを経済産業省の委託事業として実施**した。

女性起業家支援パッケージ（令和5年5月公表）

令和7年1月時点

- スタートアップの起業家に占める女性の割合は少なく、また女性起業家特有の課題も存在することから、**女性起業家支援を総合的に推進**する。

新規上場企業に占める
女性社長の比率



女性起業家が抱える課題

女性起業家は**起業家ネットワークへのアクセスが限定的**
・起業について**相談相手が不在**、情報入手先も分からない

資金調達、顧客・販路開拓、財務・税務・法務の各方面で苦勞
・出資判断で妊娠・出産を後ろ向きに評価という声も

女性ベンチャーキャピタリストが少ない
・投資担当平均16.3%
・マネジメント層や投資意思決定層平均9.3%

支援パッケージ

①ロールモデルの創出

- J-Startupにおける女性起業家の割合を2033年までに20%以上を目指す（現在9.2%）
- 令和5年度より女性起業家育成のための海外派遣プログラムを展開。令和7年度も実施予定
- 未踏事業への女性応募拡大のため、女性修了生等による情報発信の機会強化
- 大臣ミッションへの女性起業家参加拡大の継続

②女性起業家支援ネットワーク構築

- スタートアップ支援機関と連携しつつ、地域ブロック別に女性起業家支援ネットワークを構築し、女性起業家支援プログラムを実施
- スタートアップ支援政府機関プラットフォーム（Plus）において、女性起業家の育成を支援する人材を育成するプログラムの継続

③マッチングの場の提供（JOIC、各種イベント）

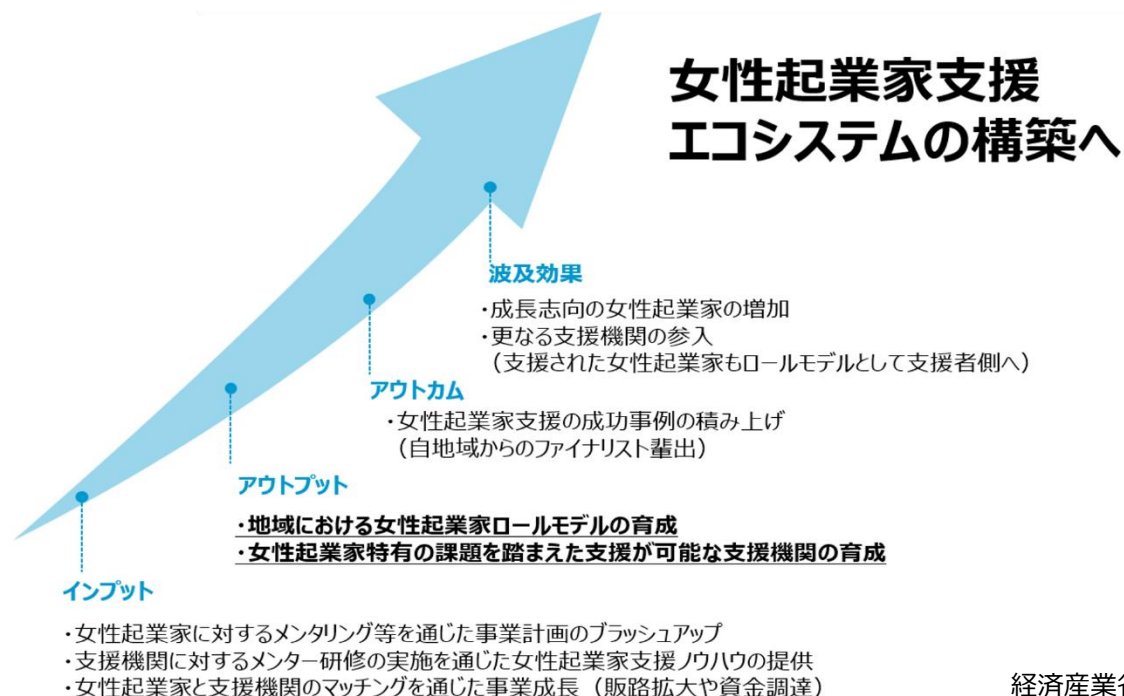
- JOIC（Japan Open Innovation Council）による女性起業家ピッチの継続
- J-Startup定例イベント（J-Startup Hour）での女性イベントを継続開催

④金融支援

- 日本政策金融公庫の女性、若者/シニア起業家支援
- JICによる女性キャピタリスト育成支援、女性起業家に積極的に投資する方針の民間ファンドへのJIC等の官民ファンドによる出資

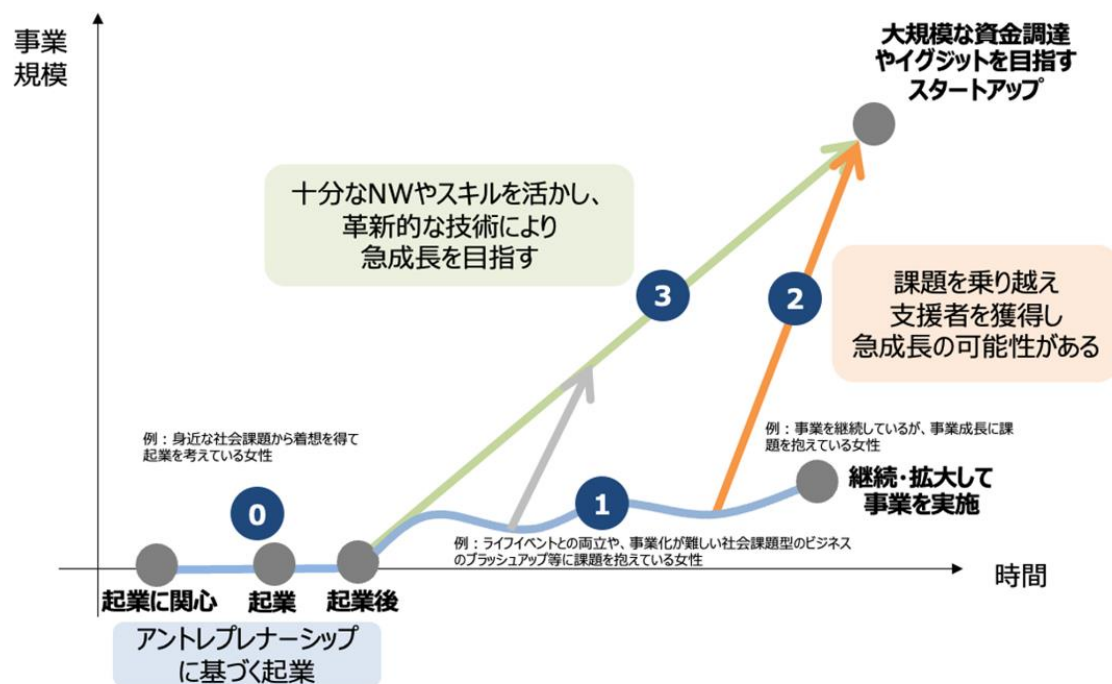
事業の目的

- 本事業の最終的な目的は各地域における「女性起業家支援エコシステムの構築」である。
- 目的達成のために、女性起業家に対するメンタリングを通じた事業計画のブラッシュアップや支援機関のマッチングを通じた事業成長等（インプット）により、地域における女性起業家ロールモデルの育成及び女性起業家特有の課題を踏まえた支援が可能な支援機関の育成（アウトプット）を行った。
- こうした活動により各地域において女性起業家支援の成功事例を積み上げること（アウトカム）で、成長志向の女性起業家の増加や、更なる支援機関の参入（波及効果）を狙い、事業を実施した。



支援対象

- ・前述の事業目的を達成するためにまずは支援対象となる女性起業家像の検討を実施し、本事業における支援対象は下記のとおり整理した。
- ・まだビジネスモデルが確立していない（起業していない）ながらも、**ビジネスを通じた社会貢献への想いとアントレプレナーシップを持ち合わせた女性起業家（参考の図中①）**
- ・**すでに起業しており、今後、資金調達や事業規模の拡大などを通じた更なる成長まで見据えた女性起業家（参考の図中①・②）**



- 本事業の支援プログラムの主な対象となる女性起業家は、①・①・②
- ③の女性起業家についても、他のスタートアップ関連政策を案内するなどシームレスに支援を行う

※本図は、あくまでも女性起業家の事業展開パターンを抽象化・類型化したものであり、全てのケースを網羅するものではない。

（参考）女性起業家の事業展開パターンを抽象化した図
経済産業省作成

事業内容

- 支援対象となる女性起業家像を整理した上で、全国9地域（北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州、沖縄）で女性起業家に対して一貫した支援を提供するネットワークを構築するために、統一ブランドを設けた。また、支援ネットワークを多様なステークホルダーで構築するために事業イメージも合わせて作成した。ブランド及び事業イメージの下で女性起業家に対する助言や支援者とのマッチングに向けた各種支援プログラム等を実施した。

統一ブランドについて

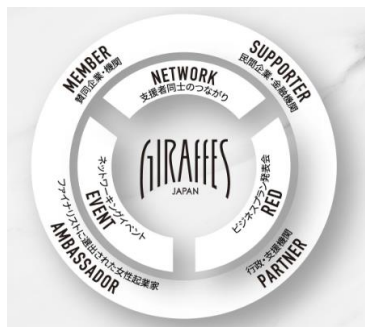
名称：GIRAFFES JAPAN（ジラフスジャパン）

- GIRAFFES は、Giraffe（キリン）の複数形であり、高い視座で未来を見ながら、多くの仲間と助け合い共にビジネスを展開する女性起業家を日本中で応援するという観点で設定した。



事業イメージ

- 本事業のイメージを右図のような**GIRAFFES RING**として表現した。
- 様々な立場から事業に参加すること、支援機関も女性起業家も対等な立場であること等を表現したものである。



支援プログラムについて

- ① 女性起業家支援のネットワーク構築
・全国で823機関へのアプローチを実施 詳細P.22
- ② 参画機関の募集
・全国で延べ201機関が参画 詳細P.23-24
- ③ 9地域におけるネットワーキングイベント（起業家、支援機関）
・全国で計40回、合計1,415人の参加にて実施 詳細P.13
- ④ 女性起業家へのメンタリング
・セミファイナリスト・ファイナリスト向けに延べ200回実施 詳細P.14
- ⑤ 参画機関へのメンター研修
・11月実施、64人が受講・完了 詳細P.15
- ⑥ ビジネスプラン発表会の実施（北海道、関東、中部、九州）
・4地域で合計678人が参加 詳細P.16-18

①女性起業家支援のネットワーク構築

- 各代表機関は各地域経済産業局と連携し、各地域の代表機関が中核となり、女性起業家支援のネットワークを構築した。
- 女性ならではの起業課題・多種多様な起業目的に即した支援を行うため、代表機関が有する既存のネットワークだけでなく、先輩女性起業家やキャリア支援機関、金融機関、地方自治体、地域中核企業等、様々な機関へアプローチを行い、事業説明に留まらず、ネットワーキングイベントへの参加を促すなど、本事業や女性起業家を知ってもらう機会を提供した。

総アプローチ数 823件

全国企業 260件

地域中核企業 93件

メディア 12件

キャリア支援機関 138件

金融機関 109件

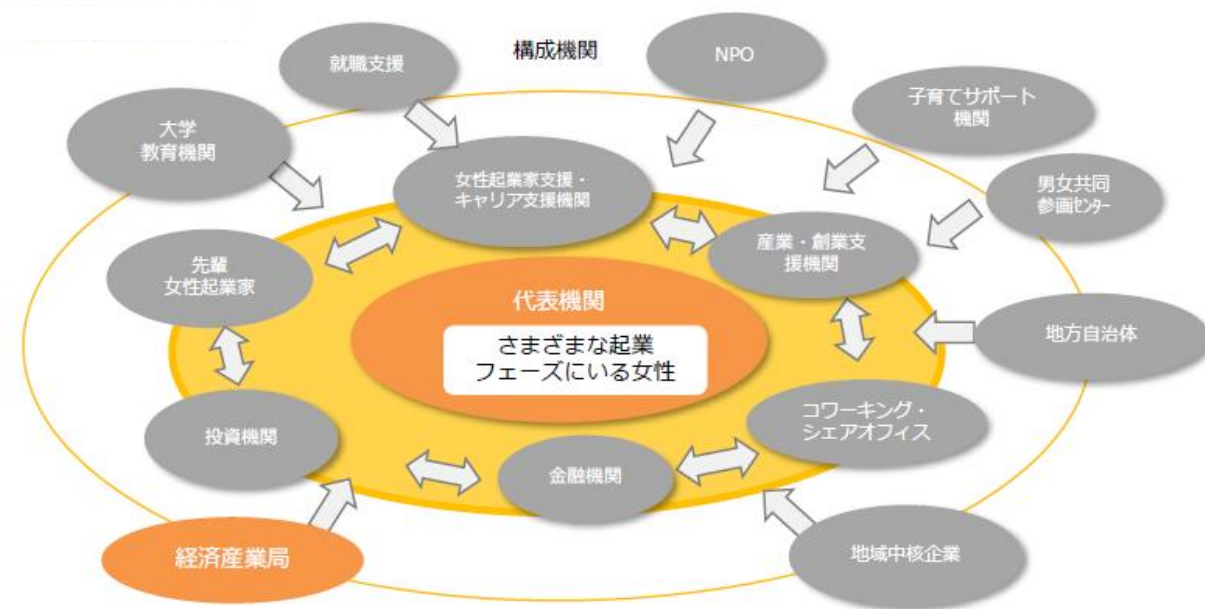
ベンチャーキャピタル 70件

地方自治体 93件

商工団体 35件

教育機関 10件

士業 3件



地域ネットワーク構成機関のイメージ

(出典：わたしの起業応援団 令和元年 ノウハウ集より)

②参画機関の募集

- 参画機関の募集は「サポーター」、「パートナー」、「メンバー」の区分を設けて地域ごとに実施した。

【サポーター】（RED開催地域のみ）

ビジネスプラン発表会でマッチングした女性起業家を継続的に支援していただく機関。

事業HPに機関のロゴ（機関のHPへのリンク付）を掲示。

■参画にあたりお願いする事項

- ・ビジネスプラン発表会への参加（必須）
- ・サポーター賞提供

【パートナー】（RED開催地域のみ）

本事業の広報への協力や女性起業家の発掘と事業への橋渡しの他、伴走支援等の協力を行う公的な性格を持つ機関。事業HPに機関名（機関のHPへのリンク付）を掲示。

■参画にあたりお願いする事項

- ・ビジネスプラン発表会への参加（任意）
- ・本事業の広報・女性起業家の発掘と本事業への橋渡し
- ・伴走支援の実施
（地域における支援情報の提供、女性起業家の認知度拡大に向けた協力等）

【メンバー】（全地域で募集）

本事業に賛同し、女性起業家を継続的に応援する機関。事業HPに機関名を掲示。

SUPPORTER

AZ CAFE

ANOBABA

ARELLA CAPITAL

WOMANET
Academy & Consulting

SBI Investment

Eisai

ABC DREAM VENTURES

CARON
キャリア・デザイン・デザイン・デザイン

CREDIT SAISON

Kyapuu Rentia
Creative Space Co., Ltd.

静岡サピタル株式会社

Simplee

サポーターのHP掲載

PARTNER

新宿区立高田馬場創業支援センター / 一般社団法人 スリーアクト / 株式会社ちば興銀キャピタルパートナーズ / 株式会社つくば研究支援センター / 公益財団法人千葉市産業振興財団 / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 創業支援部 / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 東京創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 北関東信託創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 南関東創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 名古屋創業支援センター / 株式会社日本政策投資銀行 / 山梨県民信用組合 / 千歳市 / 浜松市 / 富士市地域産業支援センター Beバレットふじ

パートナーのHP掲載

MEMBER

アールケイ企画合同会社 / 宇都宮市 / 株式会社エイチ・アイ・エス / 株式会社aurora / 株式会社キャリア・ジョセフィーヌ / キリンホールディングス株式会社 / 清水建設株式会社 / 住友生命保険相互会社 / 株式会社ソフィットウェブコンサルティンク / 長野市「NAGANO STARTUP STUDIO」 / 三井住友海上キャピタル株式会社

メンバーのHP掲載

事業HPより抜粋（関東ブロックの参画機関）

②参画機関の募集

- 各代表機関は各地域経済産業局との連携を行いながら、参画機関候補の企業や団体に対しアプローチを行い、全国で延べ201機関の参画を得ることができた。
- また、関東の大手企業の候補機関が、他の地域にも参画するケースなど、地域を跨いだ紹介も数多くあり、中にはRED開催の4地域すべてにサポーターとして参画する機関も複数あった。
- 一方でメンバーのみの募集となったRED非開催地域では、参画機関の獲得が全体的に伸び悩む傾向となった。

【地域ごとの参画機関数】

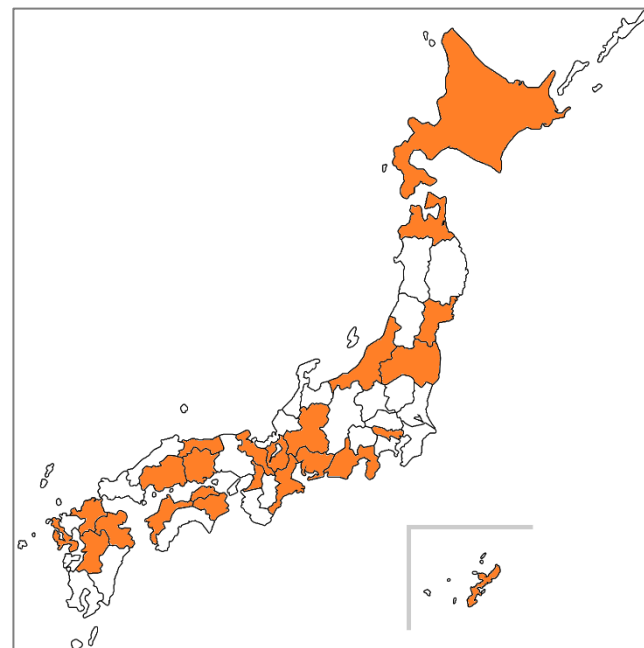
地域	サポーター	パートナー	メンバー	参画機関	アプローチした機関数
北海道	19	11	0	30	62
東北	-	-	25	25	44
関東	32	15	11	58	581
中部	20	11	2	33	63
近畿	-	-	6	6	6
中国	-	-	2	2	2
四国	-	-	7	7	7
九州	20	17	1	38	56
沖縄	-	-	2	2	2
合計	91	54	56	201	823

③地域におけるネットワーキングイベント

- 各地域ネットワークごとに、女性起業家と支援者（支援機関・先輩女性起業家等）との交流イベントを開催した。
 - 9つの代表機関がそれぞれ主催者となり、イベントでは、主に、1.ロールモデルとなる先輩女性起業家によるトークセッション、2.支援者との交流、3.ビジネスプラン発表会の説明の3つを行った。地域によって、ワークショップやグループメンタリングなども実施した。
-
- 開催時期 令和6年7月～令和7年1月
 - 総開催数 40回（リアル、オンライン、ハイブリッド含む）
 - 実施地域 1都1道2府20県（右記地図参照）
 - 総参加者数 1,415人



ネットワーキングイベントの様子
（令和6年9月10日 関東地区・新潟）



ネットワーキングイベント実施地域（実施地域を着色）

④ 女性起業家へのメンタリング

- 本事業におけるメンタリングとは、女性起業家支援に豊富な経験を持ち、かつ本事業のメンター研修を受講した方から全国事務局が選定したメンター（全国メンター）が、起業家のキャリアの整理を行い、事業のブラッシュアップと解決したい社会課題を明確化するために実施する対話である。

• 全国事務局によるメンタリング

① セミファイナリスト向け

開催時期 令和6年11月中旬～12月初旬（延べ40時間）

全国のセミファイナリスト120人に一人あたり1回20分で設定。

メンターは、全国メンター6人が輪番で担当。

同一地域の他の起業家のメンタリングも視聴することを可能とした。

後半からサポーターの同席あり。

② ファイナリスト向け

開催時期 令和6年12月下旬～1月中旬（延べ20時間）

全国のセミファイナリスト40人に一人あたり1回15分を各2回設定。

メンターは全国メンター2人が専任で担当。

他地区の起業家のメンタリングも視聴することを可能とした。

全回サポーターの同席あり。

• 地域代表機関によるフォローアップ

エントリー段階からRED本番前までの各段階において、地域代表機関は壁打ち会や、個別フォローアップなどを設定し、個々の起業家を支援した。

⑤ 参画機関へのメンター研修

女性起業家にメンタリングを行うにあたり、全国9の代表機関と支援機関（サポーター、パートナー）のうち希望する者を対象としたメンター研修を行った。

研修では、はじめに本事業を理解していただいたうえで、本事業でのメンタリングの定義やルール、女性起業家特有の課題を踏まえて大切にすることなどをレクチャーし、実際の事例に基づく解説を行った。研修はオンラインで実施したが、当日参加できない方のために、アーカイブ受講も可能とした。

- ・ 開催日程 令和6年11月12日（火）
- ・ 参加人数 64人（アンケートまで提出し受講を完了させた人数）
内訳） 支援型組織：23人 金融・VC：14人 一般企業：20人 自治体：7人

⑥ ビジネスプラン発表会 RED の実施

女性が社会で実現したい想いをビジネスプランで表現し実現させるための、女性起業家と支援者のマッチングイベントを実施した。本プログラムはRED（Regional Entrepreneurship Design）と名付け、全国4地域で開催。書類審査やプレゼン審査で選ばれた各地域10人ずつの女性起業家が、メンタリングや壁打ち会でブラッシュアップされたビジネスプランを発表した。順位をつけるのではなく、会場に集まったサポーター（支援機関）と女性起業家がサポーター賞の提供を通じてマッチングし、事業の成長を後押しする支援や連携の機会を促進した。

【イベント日程】

令和7年1月16日 RED CHUBU
令和7年1月22日 RED TOKYO
令和7年1月24日 RED HOKKAIDO
令和7年1月28日 RED KYUSHU

【実績】

・ エントリー書類のダウンロード数	341件
・ エントリー数	210件
・ セミファイナリスト数	120人
・ ファイナリスト数	40人

【イベントの規模（4地域の合計）】

・ イベント参加者数	678人
・ サポーター賞の提供数	336件

【サポーター賞の提供について】

・サポーター賞は、資金調達支援だけにとどまらず、サポーター機関の持つ人的リソース、その他機関の業態に応じた支援サービス等の機会提供のことをいう。

・サポーター賞の提供を受けた女性起業家は、サポーター機関との打ち合わせを行い、双方にとって有意義な支援のあり方を定め、継続的な伴走を受けていく。

・今年度は事業計画や融資相談の機会の提供、広告機会の提供、イベントでの登壇機会の提供、商品をサポーター企業の事業の中で使用する、といった賞が提供され、一部は事業として具体化している。



**令和 6 年度ユニコーン創出支援事業
(女性アントレプレナーのための地域密着型支援事業)**

報告書

**令和 7 年 3 月
株式会社パソナ**

目次

1. 事業実施概要		3. 各地域事業実施報告	
(1)業務の背景と目的	16	(1) 各地域事業総括	84
(2)事業実施体制	18	(2) 北海道	85
(3)事業内容	20	(3) 東北	97
(4)事業期間・スケジュール	31	(4) 関東	108
		(5) 中部	122
2. 全国事務局の実施報告		(6) 近畿	136
(1)全国事務局の業務	33	(7) 中国	150
(2)統一ブランド・コンセプトの作成	34	(8) 四国	161
(3)事業の周知・広報	35	(9) 九州	176
(4)全国連絡会議の開催・運営	39	(10)沖縄	191
(5)メンター研修の開催・運営	45		
(6)参画機関募集活動・説明会の開催・運営	47	4. 資料	
(7)ビジネスプラン発表会REDの開催・運営	52		
(8)全国事務局事業総括	80		

1. 事業実施概要

- (1) 業務の背景と目的**
- (2) 事業実施体制**
- (3) 事業内容**
- (4) 事業期間・スケジュール**

(1) 事業の背景と目的

- 日本において、スタートアップの起業家に占める女性の割合は少なく、また女性起業家特有の課題も存在することから、**令和5年5月に、経済産業省が「女性起業家支援パッケージ」をとりまとめ、女性起業家支援を総合的に推進**する方針を打ち出した。
- 女性起業家特有の課題として、例えば男性に比べて**起業家ネットワークへのアクセスが限定的**であることや、資金調達等の外部からの評価を受ける場面で結婚や子どもの有無等の個人的な質問をされてしまうといった**バイアスの存在**が挙げられる。
- こうした現状を踏まえ、本事業では**スタートアップ支援機関と連携しつつ、地域ブロック別に女性起業家支援ネットワークを構築し、女性起業家支援プログラムを経済産業省の委託事業として実施**した。

女性起業家支援パッケージ（令和5年5月公表）

令和7年1月時点

- スタートアップの起業家に占める女性の割合は少なく、また女性起業家特有の課題も存在することから、**女性起業家支援を総合的に推進**する。

新規上場企業に占める
女性社長の比率



2%

女性起業家が抱える課題

女性起業家は**起業家ネットワークへのアクセスが限定的**
・起業について**相談相手が不在**、情報入手先も分からない

資金調達、顧客・販路開拓、財務・税務・法務の各方面で苦勞

・出資判断で妊娠・出産を後ろ向きに評価という声も

女性ベンチャーキャピタリストが少ない

・投資担当平均16.3%
・マネジメント層や投資意思決定層平均9.3%

支援パッケージ

①ロールモデルの創出

- J-Startupにおける女性起業家の割合を2033年までに20%以上を目指す（現在9.2%）
- 令和5年度より女性起業家育成のための海外派遣プログラムを展開。令和7年度も実施予定
- 未踏事業への女性応募拡大のため、女性修了生等による情報発信の機会強化
- 大臣ミッションへの女性起業家参加拡大の継続

②女性起業家支援ネットワーク構築

- スタートアップ支援機関と連携しつつ、地域ブロック別に女性起業家支援ネットワークを構築し、女性起業家支援プログラムを実施
- スタートアップ支援政府機関プラットフォーム（Plus）において、女性起業家の育成を支援する人材を育成するプログラムの継続

③マッチングの場の提供（JOIC、各種イベント）

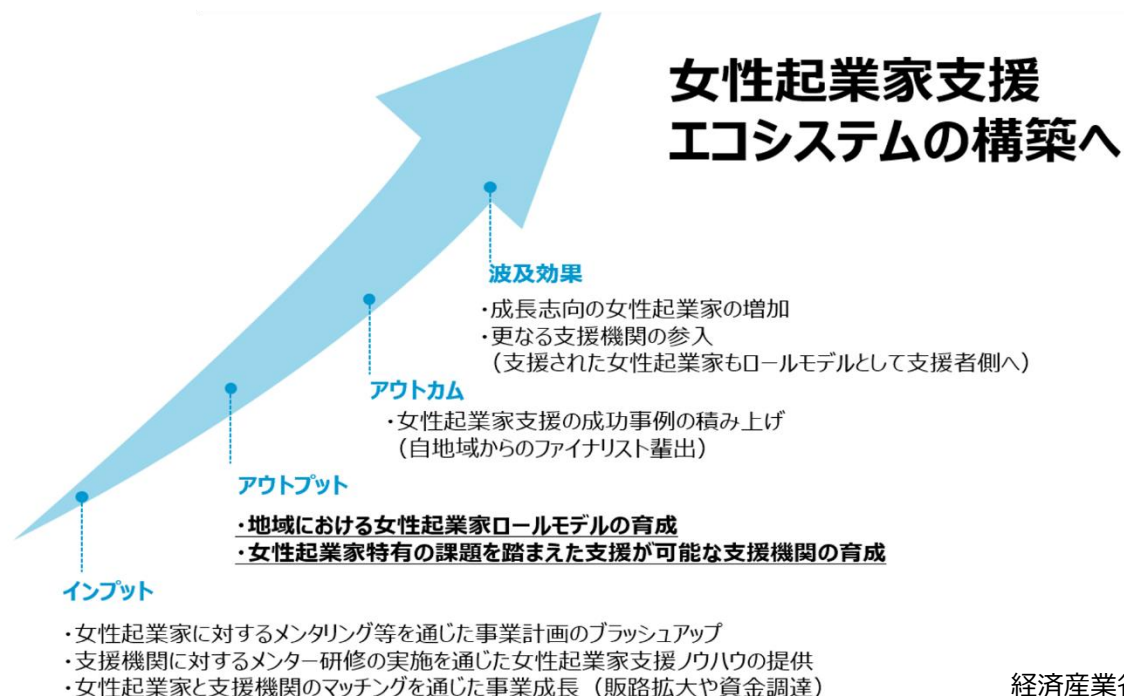
- JOIC（Japan Open Innovation Council）による女性起業家ピッチの継続
- J-Startup定例イベント（J-Startup Hour）での女性イベントを継続開催

④金融支援

- 日本政策金融公庫の女性、若者/シニア起業家支援
- JICによる女性キャピタリスト育成支援、女性起業家に積極的に投資する方針の民間ファンドへのJIC等の官民ファンドによる出資

(1) 事業の背景と目的

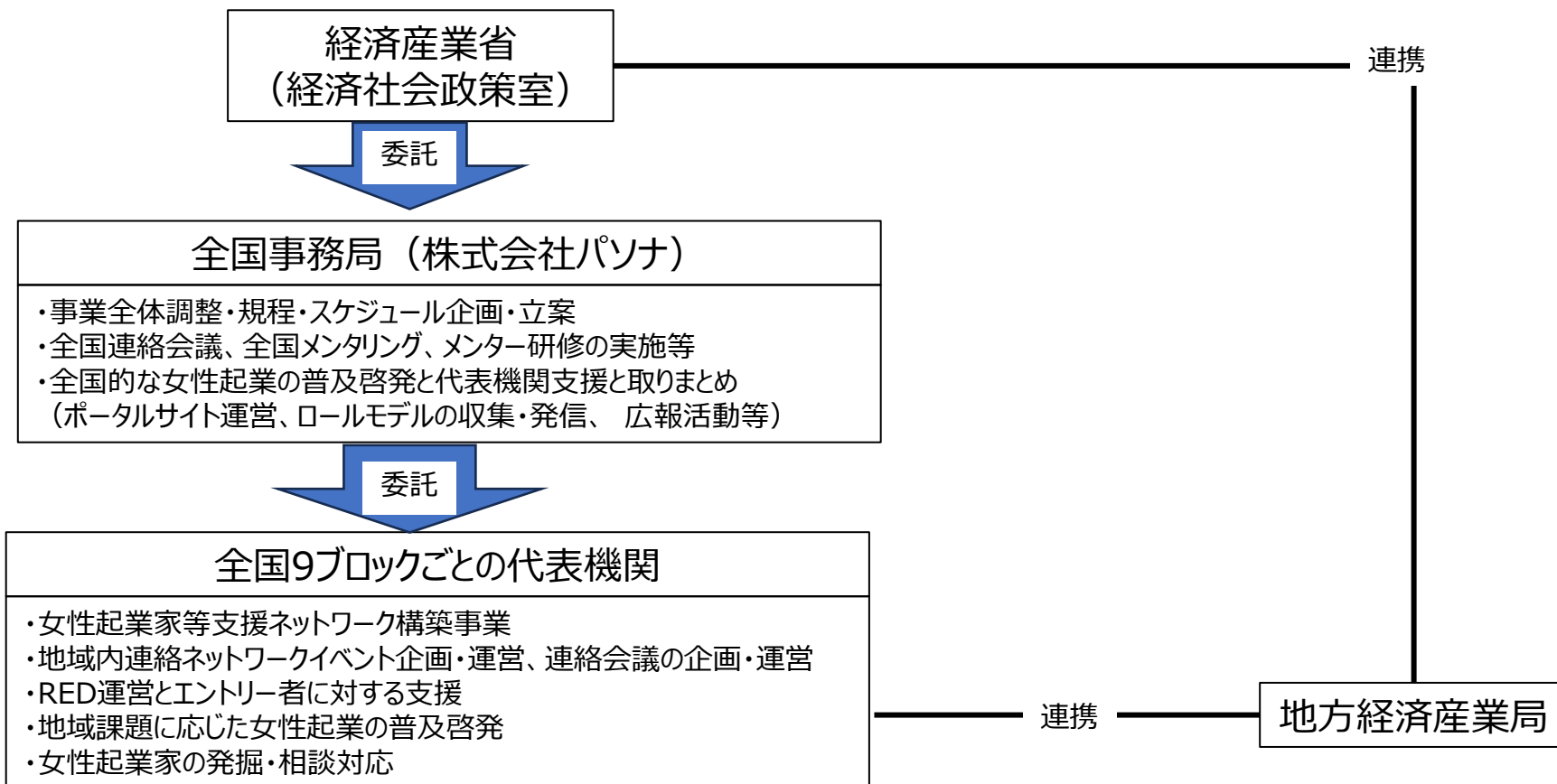
- 本事業の最終的な目的は各地域における「**女性起業家支援エコシステムの構築**」である。
- 目的達成のために、**女性起業家に対するメンタリングを通じた事業計画のブラッシュアップや支援機関のマッチングを通じた事業成長等（インプット）**により、**地域における女性起業家ロールモデルの育成及び女性起業家特有の課題を踏まえた支援が可能な支援機関の育成（アウトプット）**を行った。
- こうした活動により**各地域において女性起業家支援の成功事例を積み上げること（アウトカム）**で、**成長志向の女性起業家の増加や、更なる支援機関の参入（波及効果）**を狙い、事業を実施した。



(2) 事業実施体制

体制図

- ・ 本事業では下図のとおり事業実施体制を構築し、全国9地域で相互に連携を図りながら各種支援プログラムの実施を行った（詳細は(3)事業内容）。
- ・ 起業を志すあらゆる段階にいる女性や、事業成長に課題を抱える創業間もない女性起業家を確実にフォローできる体制とするため、全国事務局による公募により9つの地域ごとに、支援プログラムを実施する機関（代表機関）を選定した。



(2) 事業実施体制

各地域の代表機関

- 代表機関はその地域における支援の中心となり、各種支援プログラムを実施した。既存の創業支援機関だけでなく、先輩女性起業家やキャリア支援機関、金融機関、地方自治体、地域中核企業等の様々な支援者が有機的に連携することで伴走型の支援の実現を目指した。

地域	対象都道府県	代表機関名
①北海道	北海道	公益財団法人 さっぽろ青少年女性活動協会
②東北	青森・岩手・宮城 秋田・山形・福島	エンスペース株式会社
③関東	茨城・栃木・群馬 埼玉・千葉・東京 神奈川・新潟 長野・山梨・静岡	株式会社パソナ
④中部	愛知・岐阜・三重 富山・石川	株式会社eight
⑤近畿	福井・滋賀・京都 大阪・兵庫・奈良 和歌山	公益財団法人 大阪産業局
⑥中国	鳥取・島根・岡山 広島・山口	一般社団法人中国地域ニュービジネス協議会
⑦四国	徳島・香川・愛媛 高知	穴吹興産株式会社
⑧九州	福岡・佐賀・長崎 熊本・大分・宮崎 鹿児島	アイ.ジ.シー株式会社
⑨沖縄	沖縄	一般社団法人ひとまちcreateなは

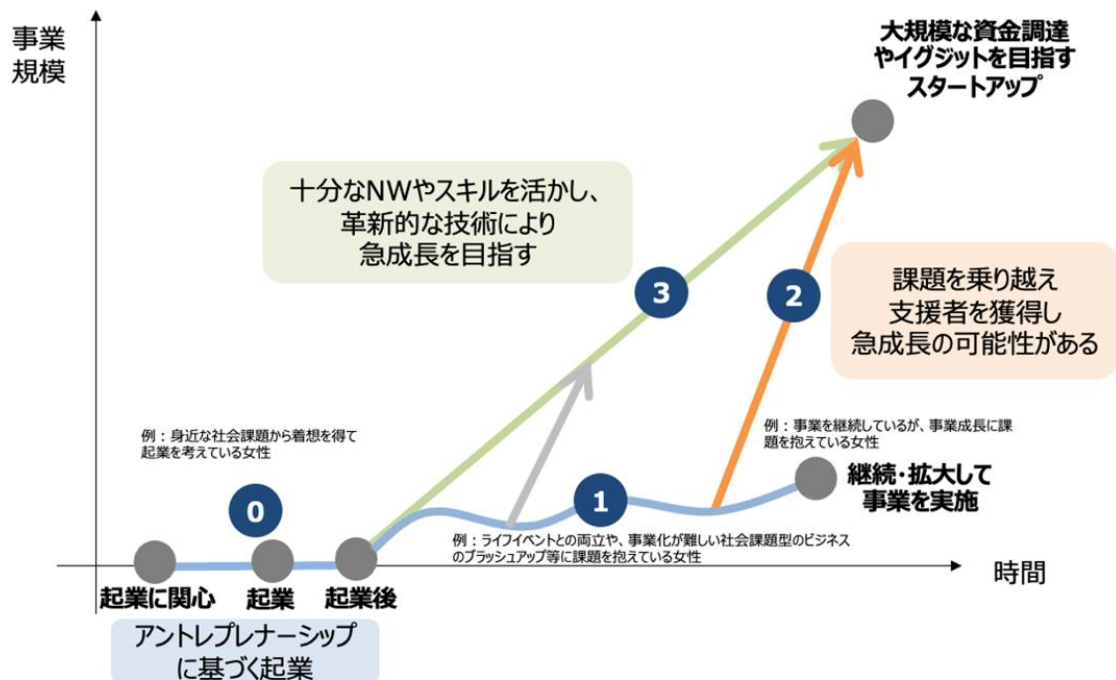
※太字はビジネスプラン発表会RED開催地域



(3) 事業内容

支援対象

- ・前述の事業目的を達成するためにまずは支援対象となる女性起業家像の検討を実施し、本事業における支援対象は下記のとおり整理した。
- ・まだビジネスモデルが確立していない（起業していない）ながらも、**ビジネスを通じた社会貢献への想いとアントレプレナーシップを持ち合わせた女性起業家（参考の図中③）**
- ・**すでに起業しており、今後、資金調達や事業規模の拡大などを通じた更なる成長まで見据えた女性起業家（参考の図中①・②）**



（参考）女性起業家の事業展開パターンを抽象化した図
経済産業省作成

- ・ 本事業の支援プログラムの主な対象となる女性起業家は、③・①・②
- ・ ③の女性起業家についても、他のスタートアップ関連政策を案内するなどシームレスに支援を行う

※本図は、あくまでも女性起業家の事業展開パターンを抽象化・類型化したものであり、全てのケースを網羅するものではない。

(3) 事業内容

- 支援対象となる女性起業家像を整理した上で、全国9地域（北海道、東北、関東、中部、近畿、中国、四国、九州、沖縄）で女性起業家に対して一貫した支援を提供するネットワークを構築するために、統一ブランドを設けた。また、支援ネットワークを多様なステークホルダーで構築するために事業イメージも合わせて作成した。ブランド及び事業イメージの下で女性起業家に対する助言や支援者とのマッチングに向けた各種支援プログラム等を実施した。

統一ブランドについて

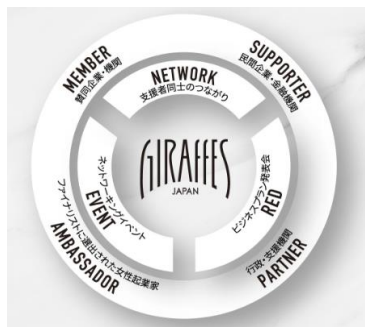
名称：GIRAFFES JAPAN（ジラフスジャパン）

- GIRAFFES は、Giraffe（キリン）の複数形であり、高い視座で未来を見ながら、多くの仲間と助け合い共にビジネスを展開する女性起業家を日本中で応援するという観点で設定した。



事業イメージ

- 本事業のイメージを右図のような**GIRAFFES RING**として表現した。
- 様々な立場から事業に参加すること、支援機関も女性起業家も対等な立場であること等を表現したものである。



支援プログラムについて

- ① 女性起業家支援のネットワーク構築
・全国で823機関へのアプローチを実施 詳細P.22
- ② 参画機関の募集
・全国で延べ201機関が参画 詳細P.23-24
- ③ 9地域におけるネットワーキングイベント（起業家、支援機関）
・全国で計40回、合計1,415人の参加にて実施 詳細P.25
- ④ 女性起業家へのメンタリング
・セミファイナリスト・ファイナリスト向けに延べ200回実施 詳細P.26
- ⑤ 参画機関へのメンター研修
・11月実施、64人が受講・完了 詳細P.27
- ⑥ ビジネスプラン発表会REDの実施（北海道、関東、中部、九州）
・4地域で合計678人が参加 詳細P.28-30

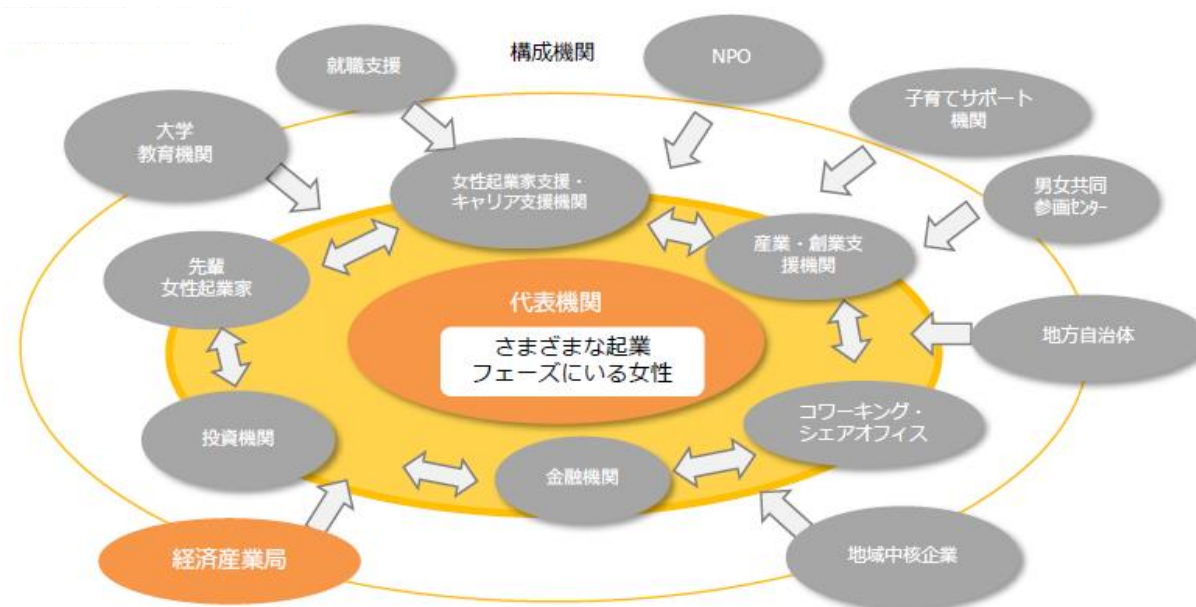
(3) 事業内容

① 女性起業家支援のネットワーク構築

- 各代表機関は各地域経済産業局と連携し、各地域の代表機関が中核となり、女性起業家支援のネットワークを構築した。
- 女性ならではの起業課題・多種多様な起業目的に即した支援を行うため、代表機関が有する既存のネットワークだけでなく、先輩女性起業家やキャリア支援機関、金融機関、地方自治体、地域中核企業等、様々な機関へアプローチを行い、事業説明に留まらず、ネットワーキングイベントへの参加を促すなど、本事業や女性起業家を知ってもらう機会を提供した。

総アプローチ数 823件

全国企業	260件
地域中核企業	93件
メディア	12件
キャリア支援機関	138件
金融機関	109件
ベンチャーキャピタル	70件
地方自治体	93件
商工団体	35件
教育機関	10件
士業	3件



地域ネットワーク構成機関のイメージ

(出典：わたしの起業応援団 令和元年 ノウハウ集より)

1. 事業実施概要

(3) 事業内容

② 参画機関の募集（募集区分）

- 参画機関の募集は「サポーター」、「パートナー」、「メンバー」の区分を設けて地域ごとに実施した。

【サポーター】（RED開催地域のみ）

ビジネスプラン発表会でマッチングした女性起業家を継続的に支援していただく機関。

事業HPに機関のロゴ（機関のHPへのリンク付）を掲示。

■ 参画にあたりお願いする事項

- ・ビジネスプラン発表会への参加（必須）
- ・サポーター賞提供

【パートナー】（RED開催地域のみ）

本事業の広報への協力や女性起業家の発掘と事業への橋渡しの他、伴走支援等の協力を行う公的な性格を持つ機関。事業HPに機関名（機関のHPへのリンク付）を掲示。

■ 参画にあたりお願いする事項

- ・ビジネスプラン発表会への参加（任意）
- ・本事業の広報・女性起業家の発掘と本事業への橋渡し
- ・伴走支援の実施
（地域における支援情報の提供、女性起業家の認知度拡大に向けた協力等）

【メンバー】（全地域で募集）

本事業に賛同し、女性起業家を継続的に応援する機関。事業HPに機関名を掲示。

SUPPORTER

サポーターのHP掲載

PARTNER

新宿区立高田馬場創業支援センター / 一般社団法人 スリーアクト / 株式会社ちば興銀キャピタルパートナーズ / 株式会社つくば研究支援センター / 公益財団法人千葉県産業振興財団 / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 創業支援部 / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 東京創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 北関東信託創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 南関東創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 名古屋創業支援センター / 株式会社日本政策投資銀行 / 山梨県民信用組合 / 千葉市 / 浜松市 / 富士市地域産業支援センター Beバレットふじ

パートナーのHP掲載

MEMBER

アールケイ企画合同会社 / 宇都宮市 / 株式会社エイチ・アイ・エス / 株式会社aurora / 株式会社キャリア・ジョセフィー / キリンホールディングス株式会社 / 清水建設株式会社 / 住友生命保険相互会社 / 株式会社ソフィットウェブコンサルティン / 長野市「NAGANO STARTUP STUDIO」 / 三井住友海上キャピタル株式会社

メンバーのHP掲載

事業HPより抜粋（関東ブロックの参画機関）

(3) 事業内容

② 参画機関の募集（実績）

- 各代表機関は各地域経済産業局との連携を行いながら、参画機関候補の企業や団体に対しアプローチを行い、全国で延べ201機関の参画を得ることができた。
- また、関東の大手企業の候補機関が、他の地域にも参画するケースなど、地域を跨いだ紹介も数多くあり、中にはRED開催の4地域すべてにサポーターとして参画する機関も複数あった。
- 一方でメンバーのみの募集となったRED非開催地域では、参画機関の獲得が全体的に伸び悩む傾向となった。

【地域ごとの参画機関数】

地域	サポーター	パートナー	メンバー	参画機関	アプローチした機関数
北海道	19	11	0	30	62
東北	-	-	25	25	44
関東	32	15	11	58	581
中部	20	11	2	33	63
近畿	-	-	6	6	6
中国	-	-	2	2	2
四国	-	-	7	7	7
九州	20	17	1	38	56
沖縄	-	-	2	2	2
合計	91	54	56	201	823

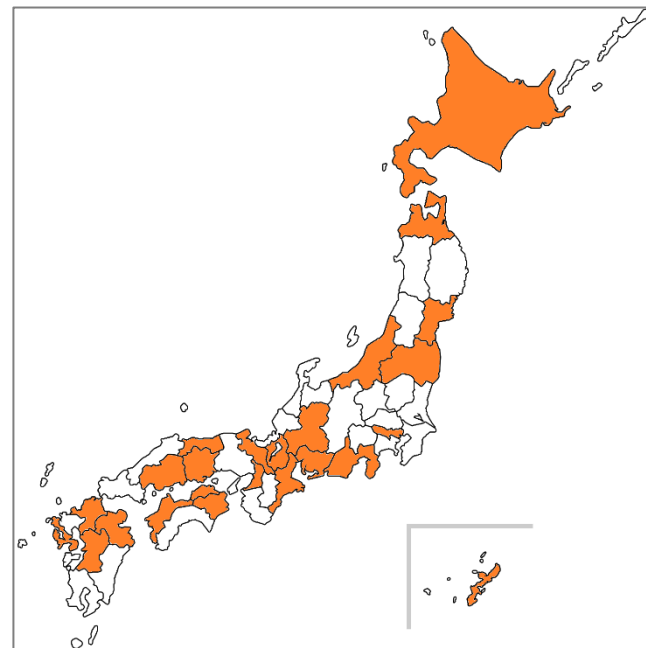
(3) 事業内容

③ 9地域におけるネットワーキングイベント（起業家、支援機関）

- ・ 各地域ネットワークごとに、女性起業家と支援者（支援機関・先輩女性起業家等）との交流イベントを開催した。
 - ・ 9つの代表機関がそれぞれ主催者となり、イベントでは、主に、1.ロールモデルとなる先輩女性起業家によるトークセッション、2.支援者との交流、3.ビジネスプラン発表会の説明の3つを行った。地域によって、ワークショップやグループメンタリングなども実施した。
-
- ・ 開催時期 令和6年7月～令和7年1月
 - ・ 総開催数 40回（リアル、オンライン、ハイブリッド含む）
 - ・ 実施地域 1都1道2府20県（右記地図参照）
 - ・ 総参加者数 1,415人



ネットワーキングイベントの様子
（令和6年9月10日 関東地区・新潟）



ネットワーキングイベント実施地域（実施地域を着色）

(3) 事業内容

④ 女性起業家へのメンタリング

- ・ 本事業におけるメンタリングとは、女性起業家支援に豊富な経験を持ち、かつ本事業のメンター研修を受講した方から全国事務局が選定したメンター（全国メンター）が、起業家のキャリアの整理を行い、事業のブラッシュアップと解決したい社会課題を明確化するために実施する対話である。

- ・ **全国事務局によるメンタリング**

- ① セミファイナリスト向け

- 開催時期 令和6年11月中旬～12月初旬（延べ40時間）

- 全国のセミファイナリスト120人に一人あたり1回20分で設定。

- メンターは、全国メンター6人が輪番で担当。

- 同一地域の他の起業家のメンタリングも視聴することを可能とした。

- 後半からサポーターの同席あり。

- ② ファイナリスト向け

- 開催時期 令和6年12月下旬～1月中旬（延べ20時間）

- 全国のセミファイナリスト40人に一人あたり1回15分を各2回設定。

- メンターは全国メンター2人が専任で担当。

- 他地区の起業家のメンタリングも視聴することを可能とした。

- 全回サポーターの同席あり。

- ・ **地域代表機関によるフォローアップ**

- ・ エントリー段階からRED本番前までの各段階において、地域代表機関は壁打ち会や、個別フォローアップなどを設定し、個々の起業家を支援した。

(3) 事業内容

⑤ 参画機関へのメンター研修

女性起業家にメンタリングを行うにあたり、全国9の代表機関と支援機関（サポーター、パートナー）のうち希望する者を対象としたメンター研修を行った。

研修では、はじめに本事業を理解していただいたうえで、本事業でのメンタリングの定義やルール、女性起業家特有の課題を踏まえて大切にすることなどをレクチャーし、実際の事例に基づく解説を行った。研修はオンラインで実施したが、当日参加できない方のために、アーカイブ受講も可能とした。

- ・ 開催日程 令和6年11月12日（火）
- ・ 参加人数 64人（アンケートまで提出し受講を完了させた人数）
内訳） 支援型組織：23人 金融・VC：14人 一般企業：20人 自治体：7人

⑥ ビジネスプラン発表会 RED の実施（北海道、関東、中部、九州）

女性が社会で実現したい想いをビジネスプランで表現し実現させるための、女性起業家と支援者のマッチングイベントを実施した。本プログラムはRED（Regional Entrepreneurship Design）と名付け、全国4地域で開催。書類審査やプレゼン審査で選ばれた各地域10人ずつの女性起業家が、メンタリングや壁打ち会でブラッシュアップされたビジネスプランを発表した。順位をつけるのではなく、会場に集まったサポーター（支援機関）と女性起業家がサポーター賞の提供を通じてマッチングし、事業の成長を後押しする支援や連携の機会を促進した。

【イベント日程】

令和7年1月16日 RED CHUBU
 令和7年1月22日 RED TOKYO
 令和7年1月24日 RED HOKKAIDO
 令和7年1月28日 RED KYUSHU

【実績】

・ エントリー書類のダウンロード数	341件
・ エントリー数	210件
・ セミファイナリスト数	120人
・ ファイナリスト数	40人

【イベントの規模（4地域の合計）】

・ イベント参加者数	678人
・ サポーター賞の提供数	336件

【サポーター賞の提供について】

・サポーター賞は、資金調達支援だけにとどまらず、サポーター機関の持つ人的リソース、その他機関の業態に応じた支援サービス等の機会提供のことをいう。

・サポーター賞の提供を受けた女性起業家は、サポーター機関との打ち合わせを行い、双方にとって有意義な支援のあり方を定め、継続的な伴走を受けていく。

・今年度は事業計画や融資相談の機会の提供、広告機会の提供、イベントでの登壇機会の提供、商品をサポーター企業の事業の中で使用する、といった賞が提供され、一部は事業として具体化している。

(3) 事業内容

⑥ ビジネスプラン発表会 RED の実施（北海道、関東、中部、九州）

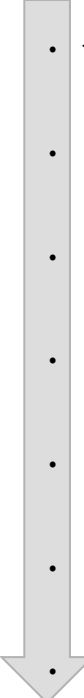
ビジネスプラン発表会までのスケジュールについては、以下のとおりである。

令和6年8月に女性起業家の募集を開始し、エントリーシートを提出していただいた。

提出されたエントリーシートの書面審査を実施し、11月に計120人のセミファイナリストを選出した。

その後、選出された女性起業家に対するメンタリング及びプレゼン審査会を経て12月末に計40人のファイナリストを選出した。選出されたファイナリストにはファイナリスト向けのメンタリングに参加いただき令和7年1月にビジネスプラン発表会本番というスケジュールで事業を実施した。

【ビジネスプラン発表会のスケジュール】

- 
- | | |
|--------------------|-----------------------|
| ・ 令和6年8月8日～10月27日 | ビジネスプラン発表会へのエントリー募集期間 |
| ・ 11月1日 | セミファイナリスト選出 |
| ・ 11月5日～12月5日 | セミファイナリストに対するメンタリング |
| ・ 12月5日～12月11日 | セミファイナリストプレゼン審査会 |
| ・ 12月12日～12月20日 | ファイナリスト選出 |
| ・ 12月21日～令和7年1月17日 | ファイナリストに対するメンタリング |
| ・ 1月16日～1月28日 | ビジネスプラン発表会の開催 |

1. 事業実施概要

(3) 事業内容

30

⑥ ビジネスプラン発表会 RED の実施（イベントの様子）



令和7年1月22日
RED TOKYO
ファイナリストによる
プレゼンテーション



令和7年1月24日
RED HOKKAIDO
サポーター賞の提供
スクリーンに表示
されている企業が
サポーター賞提供を
表明した企業



令和7年1月16日
RED CHUBU
サポーター賞の提供
スクリーンに表示
されている企業が
サポーター賞提供を
表明した企業



令和7年1月28日
RED KYUSHU
サポーター賞の提供
スクリーンに表示
されている企業が
サポーター賞提供を
表明した企業

(4) 事業期間・スケジュール

- 令和6年度事業では、下記のようなスケジュールにて進行した。
- 全国9地域の代表機関決定後、女性起業家支援ネットワーク構築のためのイベントを開始。ネットワーク構築だけでなく、REDの認知拡大、エントリー拡大も図ることで、1月のビジネスプラン発表会へ繋げた。

項目	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
事業期間 (及び全国 連絡会議)	契約 開始	代表機関 決定	代表機関 契約開始・ 全国連絡 会議①6/11				全国連絡 会議② 10/16				全国連絡 会議③ 2/5	契約 終了
ネットワーク イベント			各地域 イベント									
ビジネス プラン 発表会 (RED)					エントリー 8/8		〆切 10/27 (10/6)	セミファイ ナリスト 審査	ファイナ リスト 審査	RED 本番		
メンタ リング								メンター 研修 11/12	セミファイナリスト メンタリング	ファイナリスト メンタリング		
参画機関 の募集						募集開始 9/18		説明会 11/27				
周知・広報 (HP)		設計	協議	構築	ローンチ 8/8							

2. 全国事務局の実施報告

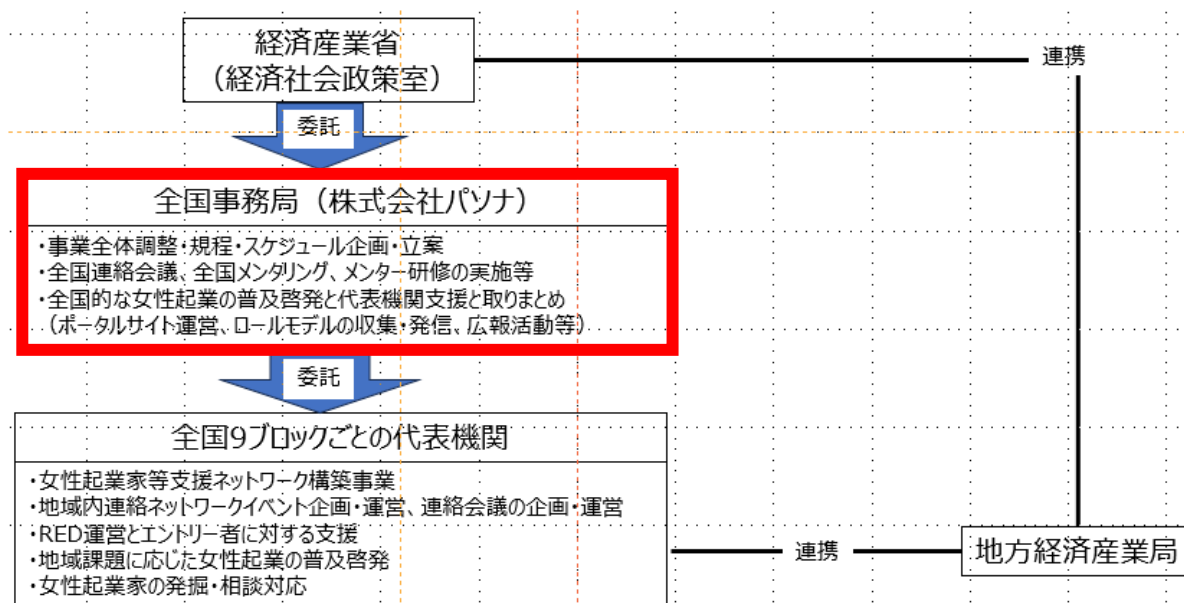
- (1) 全国事務局の業務**
- (2) 統一ブランド・コンセプトの作成**
- (3) 事業の周知・広報**
- (4) 全国連絡会議の開催・運営**
- (5) メンター研修の開催・運営**
- (6) 参画機関募集活動・説明会の開催・運営**
- (7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営**
- (8) 全国事務局事業総括**

(1) 全国事務局の業務（概要）

全国事務局は、事業全体調整・規程・スケジュール企画・立案、全国連絡会議、全国メンタリング、メンター研修の実施等、全国的な女性起業の普及啓発と代表機関支援と取りまとめを実施した。

【全国事務局の業務】

統一ブランド・コンセプトの作成	詳細P.34
事業の周知・広報	詳細P.35-38
全国連絡会議の開催・運営	詳細P.39-42
メンター研修の開催・運営	詳細P.45-46
参画機関募集活動・説明会の開催・運営	詳細P.47-51
ビジネスプラン発表会REDの開催・運営	詳細P.52-80



(再掲) 事業実施体制図

(2) 統一ブランド・コンセプトの作成

次に全国事務局で実施した業務についてそれぞれ述べる。本ページでは事業コンセプトの作成に係る業務について報告を行う。

【統一ブランドについて】

・本事業においては、各地で実施する事業について一貫性を持たせるため、全国統一で運用する統一ブランドを**GIRAFFES JAPAN（ジラフスジャパン）**として設定した。GIRAFFES は、Giraffe（キリン）の複数形であり、高い視座で未来を見ながら、多くの仲間と助け合い共にビジネスを展開する女性起業家を日本中で応援するという観点で設定した。

・「**ジブンらしさをアップデート**」を**事業全体のコンセプト**とし、どのような考えの下で事業を実施しているかについて事業ホームページにおいて下記のとおり公開した。

■ 事業ホームページ掲載（GIRAFFES JAPANの説明）

私たち GIRAFFES JAPAN は、女性起業家と支援者がともに学び成長する支援プロセスを大事にしていけます。女性起業家や支援者一人一人が、このプロセスを通じて、起業や支援のあり方に向き合う「ジブンらしさ」をアップデートし、より高い視座を獲得することが、女性起業家の想いの実現につながると考えるからです。高い視座で未来を見ながら、多くの仲間と助け合い共にビジネスを展開していく。そんな女性起業家を日本中で応援していきます。

・また、**ビジネスプラン発表会RED**は「**ビジネスモデルをアップデート**」を**コンセプト**とし運営を行った。こちらもGIRAFFES JAPANのコンセプトと同様下記内容をホームページに公開した。

■ 事業ホームページ掲載（ビジネスプラン発表会REDの説明）

RED (Regional Entrepreneurship Design) は、女性が社会で実現したい想いをビジネスプランというカタチで表現し、実現させるための起業家と支援者のマッチングイベントです。「なぜわたしができるのか」という一人一人の想いを知っているからこそ、アイデアを否定せずブラッシュアップし、その実現可能性を高めるためにビジネスモデルをアップデートします。地域のサポーター・パートナーが継続的な支援を行うことで、女性起業家がライフステージの変化にかかわらず成長し続けるきっかけを RED で提供します。



統一ブランドのロゴデザイン



ビジネスプラン発表会REDのロゴデザイン

(3) 事業の周知・広報

・ここでは、全国事務局として実施した事業の周知・広報に関する報告を行う。周知・広報のためには主に①HPの作成②SNSの活用③チラシの作成を行った。①～③についてそれぞれ報告する。

【①HPの作成】

- ・事業HPは図に示す構成で構築し、本事業のコンセプトや地域ごとの参画機関の掲載、ネットワーキングイベントやビジネスプラン発表会への応募受付の役割を果たした。
- ・HPで事業に係る情報を一元的に管理することによって、地域間でのHPのデザインに差が生じず、一貫したクオリティでの地域におけるイベントへの参加募集や情報発信を実施することができた。
- ・次頁にREAGIONALのページの画像を掲載する。

トップページ
(<https://giraffes.go.jp/>)



WHAT'S GIRAFFES

- ・本事業のコンセプトについて具体的に表記

REAGIONAL

- ・各地域の代表機関と地域での取組・イベント等を表記（次頁に掲載）

EVENT

- ・各地域で実施されるイベントを一覧性をもって一括で掲載

RED

- ・ビジネスプラン発表会 R E D へのエントリーなど、各種情報を掲載

CONTACT

- ・事業に関する各種問い合わせを受け付けるフォーム

2. 全国事務局の実施報告

(3) 事業の周知・広報

■実際のホームページ（REAGIONAL）

・事業を実施する9地域それぞれのページを作成し、一元的に表示した。（図1）

・地域ごとのHPについては、当該地域の代表機関の情報、実施するイベントの一覧及び参画機関（図2）を掲載し、本事業に関心のある女性起業家や支援機関の方が自身の所属する地域における活動内容を参照できるような構成とした。



(図1) REAGIONALのトップページ

SUPPORTER



PARTNER

新橋区立高田馬場創業支援センター / 一般社団法人 スリーアクト / 株式会社ちび興業キャピタルパートナーズ / 株式会社つくば研究支援センター / 公益財団法人千葉市産業振興財団 / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 創業支援部 / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 東京創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 北関東信越創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 南関東創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 名古屋創業支援センター / 株式会社日本政策投資銀行 / 山梨県民信用組合 / 千葉市 / 浜松市 / 富士市地域産業支援センター Beバレットふじ

MEMBER

アルケイ企画合同会社 / 宇都宮市 / 株式会社エイチ・アイ・エス / 株式会社aurora / 株式会社キャリア・ジョセフィア / キリンホールディングス株式会社 / 清水建設株式会社 / 住友生命保険相互会社 / 株式会社ソフィットウェブコンサルティンク / 長野市「NAGANO STARTUP STUDIO」 / 三井住友海上キャピタル株式会社

(図2) 地域ごとの参画機関の掲載

(3) 事業の周知・広報

【②SNSの活用】

- ・SNSについては、主にFacebookとInstagramで事業専用のアカウントを作成し、代表機関においてネットワーキングイベントの周知やビジネスプラン発表会のファイナリスト紹介等の用途で運用を行った。
- ・また、SNSを活用するに当たっては全国事務局で統一で運用する広報規程を作成し、投稿内容に差別的な表現や偏見が含まれないかの確認を複数の担当者で確認すること等を規定し、事業全体でSNSを適切かつ有効な活用を行うための環境を整備した。
- ・本事業において支援対象となる女性起業家はイベント情報の発信・取得をSNSで行っているケースが多いため、女性起業家支援事業の周知・広報を行うに当たってはSNSを有効に活用し、関心のある女性起業家に情報を届けることが重要であると考えられる。

○SNS (Facebook/Instagram) の投稿



- ・ビジネスプラン発表会の参加者を募るために、広報媒体として下記のチラシの作成を行った。
- ・前述の事業ホームページのメインビジュアルを使用し、「エントリー募集用」及び「来場者募集用」の2種類を作成した。
- ・全国統一で活用するチラシを作成することで地域間で均一にビジネスプラン発表会の周知・広報を行うことができた。
- ・また、実際にチラシを女性起業家及び支援機関に届けるにあたっては、代表機関及び地方経済産業局とも連携を行いながら、各地の参画機関等の協力も得てより多くの女性起業家支援に関心がある方に届けられるよう努めた。

○作成したビジネスプラン発表会のチラシ（エントリー募集に係るチラシ）



ビジネスモデルをアップデート



Regional
Entrepreneurship
Design

全国4都市で開催！GIRAFFES JAPAN ビジネスプラン発表会「RED」

ENTRY START

エントリー期間／(先着順)2月1日(木)～2025年10月5日(日) 2026年10月27日(日)22:59まで(受付時間:18:00～)

先着順

エントリーは
▼こちら▼





■主催者／(後援)2025 日本経済新聞
 (協賛)東京大学・東京大学ベンチャーセンター・東京大学産業大学 全国フロンティア大学4校(地域経済デザイン産業大学)
 ※本大会は株式会社フロンティアデザイン、公益財団法人FDD(未来設計)が主催し、協賛・後援をいたします。



経済産業省
Ministry of Economy, Trade and Industry

[illegible]

(4) 全国連絡会議の開催・運営

① 概要

事業の進捗状況の共有や各地域において実施する取組の横展開、共通する課題の解決等を目的として「全国連絡会議」を実施。経済産業省、代表機関及び全国事務局がオンライン又は対面にて計3回実施した。各回の概要は以下のとおり。次頁以降、それぞれの回について詳細を記載する。

名称	日時／実施方法	目的
第1回 全国連絡会議	令和6年6月11日（火） 13時～15時 オンライン開催	○事業コンセプト、スケジュールなどを共有し今後の方向性の頭合わせを行うこと。 ○事業の核となるビジネスプラン発表会、メンタリング、および広報・コミュニケーションなどについての考え方や意識共有を行う。
第2回 全国連絡会議	令和6年10月16日（水） 14時～17時30分 対面・オンライン開催	○事業全体の進捗、各地域の取組事例を共有する。 ○REDへのエントリー及び支援機関拡大のための施策を代表機関同士で横展開を行うこと。 ○メンタリングについて今一度共有し、代表機関向けの研修実施について告知する。
第3回 全国連絡会議	令和7年2月5日（水） 15時～17時 オンライン開催	○事業全体の振り返りと、各地域の代表機関より事業報告を行い、共有する。 ○事業の課題を抽出し、今後の方向性について議論する。

(4) 全国連絡会議の開催・運営

② 詳細

第1回全国連絡会議	
日時／実施方法	令和6年6月11日（火）13時～15時 オンライン開催
内容	1.各地域9つの代表機関の紹介（各代表機関より） 2.本事業概要とコンセプト（全国事務局より） 3.連絡および確認事項（全国事務局より） ・年間スケジュール ・ビジネスプラン発表会について ・メンタリングについて ・事業におけるコミュニケーションツール（HP等）について ・広報について 4.ディベート（代表機関を3チームに分け実施） ・女性起業家支援は本当に必要なのか？ ・ビジネスプラン発表会は、順位・順番を決める形式とすべきか？ ・地域から、女性起業家のユニコーン企業は創出されるのか？

(4) 全国連絡会議の開催・運営

② 詳細

第1回全国連絡会議	
注力した点 ／ 効果等	・本事業の体制、本事業における女性起業家の考え方、本事業の狙い、代表機関の役割等について、全国の代表機関と認識を合わせたうえで、事業の進め方を共有した。 ・3つのテーマ（※）でディベートを行うことで女性起業家支援への必要性について理解を深めるとともに、全国の代表機関同士の相互理解にもつなげることができた。 ※ 3つのテーマ ① <u>女性起業家支援は本当に必要なのか？</u> 性別を問わないベンチャー・スタートアップ支援政策がある中で、女性に特化した支援が必要なのか？ ② <u>ビジネスプラン発表会は、順位・順番を決める形式とすべきか？</u> ビジネスプランコンテストという、順位・順番を決める形式のイベントがある中で、順位・順番を決めないイベントが必要なのか？ ③ <u>地域から、女性起業家のユニコーン企業は創出されるのか？</u> 「評価額が10億ドル以上、設立10年以内の非上場のベンチャー企業」がユニコーン企業の定義。日本では、タクシー配車アプリを展開する「Go」やモバイル・通信の「スマートニュース」。他のユニコーン企業も、所在地は東京であり、果たして地域から創出されるのか？

(4) 全国連絡会議の開催・運営

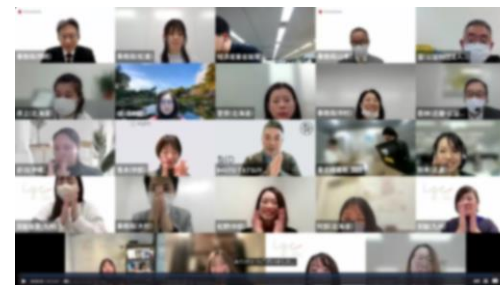
② 詳細

第2回全国連絡会議	
日時／実施方法	令和6年10月16日（水）14時～17時30分 対面・オンライン開催
内容	1.事業の進捗とREDエントリー、スケジュールについて （全国事務局より） 2.中部、近畿、九州地域の取組事例の共有 （各代表機関より） 3.取組事例について班ごとに意見交換 （代表機関を3チームに分け実施） 4.本事業のメンタリングについて（全国メンターより） ・メンタリングの位置づけ ・メンタリング実施の留意点（コンプライアンスの観点） ・本事業で大切にしていること、問いの立て方 
注力した点／効果等	・現状のREDエントリー数、支援機関数を共有し、いずれも拡大させる必要がある点について認識を合わせた。拡大施策についても共有した。 ・地域での取組について、代表機関同士での取組の共有、意見交換することで、各代表機関が今後の進め方について、考える機会を提供した。 ・メンタリングについて、メンタリングの位置づけや留意点、進め方について、全国事務局が手配するメンターから具体的に紹介し、認識を合わせた。 ・対面で実施する事の効果は非常に大きく、その後の代表機関相互コミュニケーションも活発化した。

(4) 全国連絡会議の開催・運営

② 詳細

第3回全国連絡会議	
日時／実施方法	令和7年2月5日（水）15時～17時 オンライン開催
内容	1.事業の振り返り（全国事務局より） ・ REDの検証（ファイナリスト、参画機関からのアンケート等より） ・ メンタリングの検証（参加者アンケート等より） ・ 来年度以降も継続すべき点、次年度事業における検討事項について 2.各地域の事業報告（各代表機関より） 3.事業における課題や今後の方向性について意見交換 (1) 女性起業家発掘とエントリー促進に向けた方策 (2) 参画機関・エントリー者とのコミュニケーション手段 (3) 全国統一で行うべきだったところと、各地域での独自性を残してほしかったところ (4) コミットの強い支援機関をどのように見つけるか、どのように巻き込むか
注力した点／効果等	・各代表機関から事業報告を行っていただくことで、地域の課題を共有することができ、次年度以降の方向性を検討するうえで、有益な情報を得ることができた。 ・4つの議題に関する意見交換では、各代表機関より1年間運営した結果に基づくリアルな意見を数多くヒアリングすることができた。課題の成功事例についても共有できたことで、次年度以降の事業のヒントとなるような議論が多くなされた。 ※上記を踏まえた、有用と考えられる施策、次年度以降の課題等については、P80-82にて詳細記載。



(4) 全国連絡会議の開催・運営

③ 課題と検討事項

全国連絡会議を実施したことは代表機関同士の横のつながりを構築するという観点で有効であった一方で、課題もあった。以下、課題と検討すべき事項をまとめた。

【課題】

- ・各代表機関が実施内容等をまとめる、あるいは自地域の実情について考察を行う期間を十分に確保することができず、情報の横比較や、地域によって抱える課題の見える化ができなかった。
- ・開催時間が限られており、全代表機関から十分に意見を発表するにはやや時間が足りなかった。
- ・オンラインとハイブリッドで実施したが、ディベートやグループ討議を行うにはグループ分けを含めた運営の工夫をもっと検討すべきであった。

【次年度事業において検討すべき事項】

- ・全国事務局及び代表機関での資料作成期間を十分確保し、全国連絡会議においてより建設的な議論ができるように会議日程の年間スケジュールを早期に決定・共有することが必要であると考えます。
- ・また、各地域でのノウハウや工夫、事例共有を進めるため報告に用いる資料のフォーマットも工夫が必要である。例えば各地域における参画機関の属性を定量的な値を用いて比較・分析を行うために報告資料における参画機関数の部分をその内訳が記載できるフォーマットにするなど工夫の余地があると考えます。
- ・開催時期については、効果の高い対面での実施を事業期間の前半に設定することで地域間の連携がより活発になると考える。

第2回全国連絡会議資料から抜粋



令和6年度ユニコーン創出支援事業
(女性アントレプレナーのための地域密着型支援事業)

第2回全国連絡会議

令和6年10月16日(水)
14:00~17:30(対面・オンライン実施)

次第

1. 開会挨拶
2. 事業進捗とREDエントリー・スケジュールについて
3. 取組事例の共有と議論タイム
(休憩・交流タイム)
4. 本事業におけるメンタリングについて
5. 事務連絡

<参画機関獲得に向けて>

2. 全国規模で参画意思のある企業
全国事務局で交渉を行いますので、連携ください。
3. 申込書受領からの流れ
代表機関から全国事務局に申込書を送り、
確認の上承諾書を発行します。
※営業目的の企業に注意が必要です。
4. 参画機関(候補組織)向け説明会
全国事務局でオンラインの説明会を計画しています。
11月の予定ですので、追ってスケジュールご案内します。

(5) メンター研修の開催・運営

① 詳細

- ・各地域の代表機関及びサポーター・パートナーの希望者を対象に、本事業のメンタリングで大切にしていること、メンタリング方法等について、オンライン研修を行った。
- ・研修においては、女性起業家に対して、性的な発言を含むハラスメント、差別的発言、アンコンシャス・バイアスを含んだ発言、個人的な事情に必要以上に踏み込んだ質問等を行わないよう十分に留意すること等を規定した本事業におけるメンタリング実施時のコンプライアンスに関するガイドラインについても説明を行い、本事業でのメンタリングに同席するためには、研修受講を必須条件とすることで、メンタリングが適切に行われるよう環境整備を行った。
- ・また、当日参加することができなかった希望者のためにアーカイブ動画を作成することで開催日以降の受講も可能とした。

メンター研修	
日時／ 実施方法	令和6年11月12日（火）14:00～16:00 ※オンライン開催、アーカイブ受講も設定
参加者	代表機関並びにサポーター及びパートナーに対して案内。参加・完了者は64名。内訳は、支援型組織：23名 金融・VC：14名 一般企業：20名 自治体：7名 （当日参加者は35名、アーカイブ視聴は36名 視聴者計71名）
目的	・代表機関及びサポーター・パートナーに事業の理解と、本事業のメンタリングにおいて大切にしていることについてご理解をいただく。 ・ 参加確認・アンケート提出を条件にメンタリングへの同席を可能とする。
内容	1. 本事業の目的とメンタリングの定義・ルール 2. 本事業におけるメンタリングにおいて大切にすること・問いの立て方 3. 女性起業家の実例に基づくメンタリングと解説（関西LEDファイナリストを事例として説明）
注力した点／ 効果等	本事業のメンタリングの基礎である、相手の状況に即した「問いの立て方」をテーマに実際の起業家の時系列の変化とともに解説を行った。以下のようなアンケートの声が上がっている。（アンケート結果 P.220） ・過去の創業経験者を交えた具体的な話を聞くことができ、理解が進みました。 ・ 表面的な事業内容だけでなく、「あなたでないといけない理由」「どんな人生を送ってきたのか」等、言葉の後ろにある思いを知ろうとする姿勢の大切さを改めて感じる事ができました。わかりやすかったです。 ・メンターの立場で必要なことやルールについては理解できた。実際に、メンタリング当日は何をしたら良いかや求められる役割については深く理解できなかったのも、もう少し具体的に知りたかった。 概ね内容の理解は進み、目的は達成したと考えるが、さらに具体的な動き方について知りたいという声もあった。

(5) メンター研修の開催・運営

② 分析・検証

メンター研修の開催・運営について、有用と考えられる点並びに課題及び次年度事業において検討すべき事項について分析・検証を行う。

【有用と考えられる点】

- ・ 研修参加者からは、例えば本事業におけるメンタリングの位置づけが良く分かった、具体的な事例での説明でよく理解できた、といった観点で研修の内容について評価する声が多かった。
- ・ 参加者拡大の観点から実施方法については、オンライン形式、事後的な受講も可能とするためにアーカイブの作成も行うべきと考える。
- ・ メンタリングを行うメンターからの講義だけではなく、ロールモデルとなる女性起業家が自身の経験も踏まえた上でメンタリングの役割について言及し、メンタリングを行う側、受ける側双方の視点を踏まえた内容とした点は参加者より理解しやすかったとの声が多くあったため継続すべきではないかと考える。

【課題】

- ・ 今後地域における女性起業家支援ネットワークを自走させていくために、各地域でのメンタリングを実施できるような支援機関数を増やしていくことが必要となるが、受講者数が50名程度と限られていたことが課題である。これは、研修の実施に関する告知期間が十分に確保できなかったため、メンタリングに関心がある支援機関に対して十分に情報が行き渡らなかったことが原因ではないか。
- ・ 研修のアジェンダについて、参加者より具体的なメンタリングのポイントを知りたいという意見もあったため、具体的な事例をどの程度含めるかという点も課題である。

【次年度事業において検討すべき事項】

- ・ 十分な告知期間を設けるために事業早期から日程の設定及びコンテンツの作成を行うことが必要であり、より実効性のある研修とするためにどのような構成とすべきかについて早期に検討を行う必要があると考える。
- ・ また、扱うコンテンツとしては、今年度の研修にてより具体的なポイントを知りたいという意見があったことも踏まえて、より実践的な内容とするため模擬メンタリングの実施も検討すべきではないか。

メンター研修資料から抜粋



決して否定をしないこと。

まずは、質問に対する答えを受け止める。
さらに「問い」により、気づきや考えの言語化を助け、
事業プランの中身を深めていく。

GIRAFFES ASKING

エントリーシートとプレゼンテーションでマッチングするビジネスプラン発表会
※コンテストではない。

エントリーの際にエントリーシートを提出。
エントリーシートは、セミファイナルプレゼン審査会の前にメンタリングを踏まえブラッシュアップされた内容を反映し再提出可能。

各地域のセミファイナルプレゼン審査会は、5分間のプレゼン後、審査委員からの質疑も踏まえ採点。
その結果、ファイナリストを選出。

ファイナリスト選出後は、再度メンタリングを通じブラッシュアップを実施。
ビジネスプラン発表会当日は、5分間のプレゼンを経てサポーターとのマッチングが行われる。前エントリーシートは当日サポーターに配布。

GIRAFFES ASKING

募集要項	募集対象となる方	募集人数
1. 募集対象となる方 ① 女性起業家 ② 女性起業家支援機関 ③ 女性起業家支援機関の職員 ④ 女性起業家支援機関のボランティア ⑤ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑥ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑦ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑧ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑨ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑩ 女性起業家支援機関のアドバイザー	① 女性起業家 ② 女性起業家支援機関 ③ 女性起業家支援機関の職員 ④ 女性起業家支援機関のボランティア ⑤ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑥ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑦ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑧ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑨ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑩ 女性起業家支援機関のアドバイザー	10名程度
2. 募集要項 ① 女性起業家 ② 女性起業家支援機関 ③ 女性起業家支援機関の職員 ④ 女性起業家支援機関のボランティア ⑤ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑥ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑦ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑧ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑨ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑩ 女性起業家支援機関のアドバイザー	① 女性起業家 ② 女性起業家支援機関 ③ 女性起業家支援機関の職員 ④ 女性起業家支援機関のボランティア ⑤ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑥ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑦ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑧ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑨ 女性起業家支援機関のアドバイザー ⑩ 女性起業家支援機関のアドバイザー	10名程度

GIRAFFES ASKING

(6) 参画機関募集活動・説明会の開催・運営

① 参画機関について

各地域における女性起業家支援エコシステムの構築に向けて、本事業の趣旨に賛同し、女性起業家支援に継続的にかかわる機関を参画機関として位置付け、その募集を行った。

なお、参画の形態として以下の3つの形態を設定した。

【サポーター】(RED開催地域：北海道・関東・中部・九州のみ)

ビジネスプラン発表会でマッチングした女性起業家を継続的に支援していただく機関。

■ 参画にあたりお願いする事項

- ・ビジネスプラン発表会への参加（必須）
- ・サポーター賞提供

【パートナー】(RED開催地域：北海道・関東・中部・九州のみ)

本事業の広報への協力や女性起業家の発掘と事業への橋渡しの他、伴走支援等の協力を行う公的な性格を持つ機関

■ 参画にあたりお願いする事項

- ・ビジネスプラン発表会への参加（任意）
- ・本事業の広報・女性起業家の発掘と本事業への橋渡し
- ・伴走支援の実施
(地域における支援情報の提供、女性起業家の認知度拡大に向けた協力等)

【メンバー】(全地域で募集)

本事業に賛同し、女性起業家を継続的に応援する機関

SUPPORTER



サポーターのHP掲載

PARTNER

新宿区立高田馬場創業支援センター / 一般社団法人 スリーアクト / 株式会社ちば興業キャピタルパートナーズ / 株式会社つくば研究支援センター / 公益財団法人千葉市産業振興財団 / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 創業支援部 / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 東京創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 北関東信越創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 南関東創業支援センター / 株式会社日本政策金融公庫 国民生活事業本部 名古屋創業支援センター / 株式会社日本政策投資銀行 / 山梨県民信用組合 / 千葉市 / 浜松市 / 富士市地域産業支援センター Be/レットふじ

パートナーのHP掲載

MEMBER

アールケイ企画合同会社 / 宇都宮市 / 株式会社エイチ・アイ・エス / 株式会社aurora / 株式会社キャリア・ジョセフィア / キリンホールディングス株式会社 / 清水建設株式会社 / 住友生命保険相互会社 / 株式会社ソフィットウェブコンサルティンク / 長野市「NAGANO STARTUP STUDIO」 / 三井住友海上キャピタル株式会社

メンバーのHP掲載

事業HPより抜粋（関東ブロックの参画機関）

(6) 参画機関募集活動・説明会の開催・運営

① 参画機関について

今年度の事業における各地の参画機関は以下のとおりである。

複数地域で参画していただいた機関も存在した。

全体で201機関の方々に参画をいただいたが、自走化する女性起業家支援ネットワークを構築するためには更なる参画機関の獲得が必要であるとする。また、支援機関の属性を多様にすることも重要であり、今年度アプローチが不足していた大学等教育機関への働きかけは今後の課題である。

地域	サポーター	パートナー	メンバー	合計	アプローチした機関数
北海道	19	11	0	30	62
東北	-	-	25	25	44
関東	32	15	11	58	581
中部	20	11	2	33	63
近畿	-	-	6	6	6
中国	-	-	2	2	2
四国	-	-	7	7	7
九州	20	17	1	38	56
沖縄	-	-	2	2	2
合計	91	54	56	201	823

(6) 参画機関募集活動・説明会の開催・運営

② 参画機関の募集方法

- ・参画機関の募集は代表機関が中心となり、地方経済産業局とも連携の上、メールや電話等でのアプローチを行う方法が基本となった。
- ・経済産業省が事務局である「わたしの起業応援団」の会員企業に対する働きかけも行った。
- ・全国事務局としては各地域での参画機関の募集を効果的に行うため、アプローチの際に活用可能な資料の作成を行った。
- ・全国统一で活用する資料を作成することで、各代表機関において説明に地域差が生じることを防止した。
- ・また、複数地域への参画が見込まれる機関に対しては全国事務局が一括して対応を行った。

【参画機関向け案内資料】



対象	定義	役割	事務局による広報手段	広報媒体
 開催地域	FINALIST / AMBASSADOR 各地域のビジネスプラン発表会 RED でファイナリストに選出された起業家	・起業にチャレンジする女性のサポート ・本事業の認知拡大への広報協力 ・次回以降の RED 運営サポート	・公式サイト内でビジネスモデル等を紹介 ・イベント当日配布資料など ・SNS 紹介	WEB 紙面 SNS
 開催地域	SUPPORTER スタートアップ支援企業 地域の中核企業などの民間企業や団体、金融機関等	・事業の広報協力 ・ビジネスプラン発表会 RED への参加 ※1 ・サポーター賞の提供 ※2	・公式サイト内にロゴを記載 ・企業の SNS 紹介	WEB 紙面 SNS
※1ファイナリストを会場で選出する権限のある方のビジネスプラン発表会 RED への会場参加をお願いします。 ※2サポーター賞は起業や事業の更なるスケールを目指すにあたっての資金調達支援や、機関の業績や業績に応じた連携（女性起業家の事業に資する支援サービスや人的リソースの提供）による支援等のことです。サポーター賞の提供は必須ではありませんが、全員（あるいは複数）の起業家に提供することもできます。				
 開催地域	PARTNER 地方自治体及び公的支援機関や教育機関等	・女性起業家の発掘のための広報協力（WEB、SNS シェアやチラシ配布など） ・起業家の認知拡大のための登壇機会の提供等 ・ビジネスプラン発表会への参加（任意）	・公式サイト内に機関名をテキストで記載（機関ホームページへのテキストリンクあり）	WEB 紙面 SNS
 全国	MEMBER 法人及び団体	・最新情報を配信。 周囲の方へ情報の拡散をお願いします ・ビジネスプラン発表会 RED への参加（任意）	・公式サイト内に機関名をテキストで記載（機関ホームページへのテキストリンクなし）	WEB

(6) 参画機関募集活動・説明会の開催・運営

②参画機関の募集方法

前頁の活動に加えて参画機関の更なる獲得を目指してオンラインでの参画機関向け事業説明会を実施した。

全国から幅広い機関が参加し、本説明会以降、支援機関数が短期間で増加したため説明会の実施は参画機関の増加に寄与したといえる。今年度事業においては、実施回数は1回、説明会の様子は録画しアーカイブ配信を行うという形式をとったが、次年度以降はより多くの参画機関を獲得するために開催回数を増やすことや、今年度事業の実績も踏まえた具体的な説明をすることについて検討の余地があると考える。

参画機関向け事業説明会	
日時／実施方法	令和6年11月27日（水）14:00～14:30（オンラインウェビナー方式・アーカイブ配信も設定）
参加者	事業参画を検討している自治体・企業・関連団体等から42人が参加 （当日オンライン参加内訳 自治体関連 26人 支援組織 7人 一般企業 9人）
目的	全国各地で事業参画を検討している機関に対し、オンラインではあるが直接事業趣旨や参画のルールなどを説明することで、理解を深め参画へとつなげていただくため
内容	1. 事業概要説明 2. 参画のルールについて （具体的なスケジュール・メンタリングへの同席・サポータ賞の事例等）
注力した点／効果等	各地域の代表機関が周知活動を実施しているが、すべての地域を網羅できていない状況であることから事業の基本の説明から、具体的な参画の申込方法、参画した後のスケジュール、サポータ賞に至るまでの幅広い内容の説明を行った。 このため、この説明会から参画に至った機関も複数あった。 説明会当日、翌日、及びアーカイブ公開日は公式サイトへのアクセス数が増加した。

(6) 参画機関募集活動・説明会の開催・運営

③ 参画後の本事業へのコミットメント・インセンティブについての考察

参画機関による本事業へのコミットメントの在り方や、参画機関のインセンティブ設計については、以下の内容を次年度以降検討していくべきではないだろうか。

【コミットメントについて】

- ・ RED開催地域が拡大し、より多くの参画が見込まれる中、参画機関による本事業における支援の実態について定期的に確認をする等の工夫が必要ではないか。
- ・ 今年度は事業初年度ということもあり、参画機関の具体的な支援内容や支援頻度、スケジュール等のイメージが湧かない企業・団体が見受けられた。これを踏まえ、令和7年度事業に向けては、以下の取組を実施することが望ましいのではないか。
 1. 支援機関への参画依頼時に、本年度事業における参画機関による具体的なサポート内容の実績をお伝えする。(再掲)
 2. 年間スケジュールを明示する、今年度の参画機関に対して類型の変更確認*を実施する
 - *メンバー⇒サポーター等
 3. 支援機関と代表機関のコミュニケーション手法の確立

【インセンティブ設計について】

- ・ 参画機関同士の横の連携を促すために、オンラインミーティング（総会・地域イベント等）の設定や、コミュニティツールを活用した情報の共有なども仕組みを構築することが望ましい。
- ・ メンター研修を充実させる。
- ・ 特にVCからは、自社が支援可能かどうかを判断するため、女性起業家の起業フェーズについて多く質問をいただいたところ、今後は、ビジネスプラン発表会にエントリーした女性起業家の起業フェーズの分類などを含め、参画機関にとって分かりやすい形で情報提供が出来るようにしていくことも重要だと考える。

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

① 応募基準の作成

ビジネスプラン発表会を開催するためにまずはエントリー対象となる女性起業家について整理を行った。
対象となる女性起業家は下記①～④を全て満たすことを条件とした。

【応募対象者】

下記①～④の条件を全て満たす女性。

①以下のいずれかに該当する方

・創業者

該当する事業において、事業開始後7年を経過していない者。また、既に創業しているが、2025年度中に新たな事業の立ち上げ計画を有する場合には、創業後7年経過していてもエントリー可能。

・創業予定者

応募時点で事業を営んでいない者であって、2025年度中に事業を開始する、又は新たな会社を設立する具体的な計画を有する者。

・後継者

7年以内に事業承継を行った者又は具体的な事業承継の計画を有する者であり、かつ、2025年度中に新規事業の立ち上げ計画を有する者。

②身近な困りごとから社会課題にいたるまで、世の中に存在する何らかの課題の解決に向け、自らの事業を通じて、新たな価値創造に取り組む意欲を持っている方

③女性起業家が拠点を置くエリアの地域イベントに参加可能である方

④法令を遵守しており、暴力団等反社会的勢力と関係性を有していない方

エントリーをすることができる対象地域についても下記のとおり整理をした。

【エントリーする対象地域】

- ・ビジネスプラン発表会を開催する4都市が所在する地域（北海道・関東・中部・九州）に拠点を置いている場合

⇒当該都市のビジネスプラン発表会にエントリーが可能

- ・ビジネスプラン発表会を開催する4都市が所在する地域以外に 拠点を置いている場合

⇒ビジネスプラン発表会を実施する都市の所在地域に、発表会後に拠点を置く、あるいは事業展開を予定する場合、当該地域へのエントリーが可能
※この規程により、現在の拠点以外のREDへの越境エントリーを可能とした。

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

② エントリーシートの作成

女性起業家がビジネスプラン発表会REDへ応募いただく際に提出していただくエントリーシートの作成を行った。

エントリーシートは①プロフィール（P.54）②事業記入シート（P.55）③必要に応じて製品の画像データ等を提出するためのフリーシートから構成した。この内、女性起業家のビジネスモデルに係る事項を記入する②事業記入シートの項目は下記のとおりである。

今年度のエントリーシートについては、一部の女性起業家や支援機関より記載するハードルが高いといった意見もいただいているため、構成の見直しを行うことも検討すべきと考える。

他方で、単に記載項目を簡素化しハードルを下げるだけではビジネスプラン発表会での発表の際に参画機関が求めるクオリティのビジネスプランの発表を行うことができなくなってしまう点には留意が必要である。

クオリティを維持しつつ、参加のハードルを下げるための取組として、例えば、地域において実施するネットワーキングイベントにおいてビジネスプラン発表会へのエントリーを希望する女性起業家を対象としたエントリーシート記入の壁打ち会を開催することが有用であると考えられる。

【事業記入シートの項目】

事業名	会社名	あなたの強み
顧客は誰か (ターゲットとニーズ)	ニーズに対して何をいくらで提供するか	どうやって売るのが どうやって広めるのか
実現可能な理由 (競合との違い)	チーム体制と成長方針	アクションプランと数値計画
現状の課題	5年後の目標	10年後の目標

2. 全国事務局の実施報告

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

② エントリーシートを作成

54

【プロフィールシート】

応募者氏名 ※注意※登録時と 同一のお名前を記入	(フリガナ)		応募者 生年月日	(西暦) 年 月 日	
所在地	(フリガナ)		TEL		
	〒				
			FAX		
法人または事業のURL			Mail		
立ち上げ法人形態	☐ 起業済み ☐ 起業準備中 ☐ 法人に所属（起業は別の組織で行う予定、副業） ☐ 個人事業主/フリー ☐ その他（				
設立年月	(西暦) 年 月 日		起業準備中の場合	(西暦) 年 月 日 予定	
会社名・屋号	(フリガナ)		代表者名 (応募者と異なる場合)	(フリガナ)	
業種 (最大3つ)	☐ 飲食 ☐ 教育 ☐ 小売/EC ☐ ヘルスケア ☐ コミュニケーション ☐ ビューティー ☐ アパレル ☐ 金融 ☐ IoT ☐ AI ☐ 人材 ☐ 旅行 ☐ 一次産業 ☐ 出版 ☐ 広告 ☐ 不動産 ☐ ロボット ☐ 環境・エネルギー ☐ エンターテインメント ☐ その他（				
参照SNS(アカウント名)	☐ facebook () ☐ Instagram () ☐ X () ☐ TikTok ()				
メンバー (応募者以外)	氏名		氏名		合計 人数
	役割		役割		
応募者経歴 (プロフィールなど)	【学歴】				
	【職歴】 ■プロフィール(これまでの経験や事業に対する想い等を記載ください) ■このプログラムに期待すること				

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

② エントリーシート作成

【事業記入シート】

事業名					会社名		
＜着目した課題＞		＜事業概要と動機や目的＞			＜あなたの強み＞		
＜顧客は誰か＞（ターゲットとニーズ）		＜ニーズに対して何をいくらで提供するか＞		＜どうやって売るのか、どうやって広めるのか＞		＜実現可能な理由＞（競合との違い）	
＜チーム体制と成長の方針＞		アクションプランと数値計画		2025年	2026年	2027年	
		アクションプランと売上の根拠 （いつまでに何をするか） （取り組みの優先順位） （どうして売り上げ目標を達成できるのか）					
		売上高（千円）					
		売上原価（千円）					
		販売管理費（千円）					
		営業利益（千円）					
		必要資金（千円）	設備資金				
			運転資金				
現状の課題							
5年後の目標				10年後の目標			

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

③ エントリーについて

- ・ エントリーについては令和6年8月8日に公式サイト上へREDエントリーページをオープンし、募集を開始した。
- ・ 当初、締め切りは10月6日までと設定していたが、各地域におけるネットワーキングイベントの実施時期等も勘案して10月27日へと3週間延期した。
- ・ 締め切り延長の結果延べで210件のエントリーがあり、この中から選考を行うこととなった。
- ・ 一方で、応募書類をダウンロードしたもののエントリーには至らなかった起業家が3～4割近く存在する。
- ・ エントリー数を増加させるためには、今後応募書類のダウンロードからエントリーに至るまでの障壁を下げる工夫（相談対応やエントリーシート作成支援会等）が必要である。
- ・ また、エントリー数は地域により2倍以上の差が生じた。

地域	エントリー数
北海道	31
東京	85
中部	53
九州	41
合計	210

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

④ セミファイナリストの選出

- ・応募を締め切った後、10月28日～10月30日の間で各地域の代表機関が中心となり書類審査を実施した。
- ・書類審査の審査項目は下記のとおりとした。

書類審査項目（50点満点）

実現性	経験・人脈・ニーズ・支援の必要性・新規性	10点
成長性	売上・継続・市場・競争優位性	20点
社会性	協創・ロールモデル・雇用・地域性の貢献	20点

※社会性の得点が6割に満たない場合は、セミファイナルへの進出はできないものとする。

- ・審査により1地域当たり30名のセミファイナリストを選出した。

地域	エントリー数	セミファイナリスト (選定時)
北海道	31	30(96.7%)
東京	85	30(35.3%)
中部	53	30(56.6%)
九州	41	30(73.1%)
合計	210	120 (57.1%)

※括弧内の割合は、前工程からの遷移率

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑤ 全国メンタリング（セミファイナリスト向け）

書類審査によって選出された各地域30人のセミファイナリスト計120人に向けて、オンラインでのグループメンタリングを一人当たり1回実施した。プレゼンテーションをした経験がない方・慣れていない方には、プレゼンの時間構成や投影資料の基本的考え方からアドバイスする等、ビジネスプランのブラッシュアップに限定しない形でメンタリングを実施した。なお、メンタリングはグループメンタリングという形式をとり、他の起業家に対して行われているメンタリングを聴くことによって自身のブラッシュアップにもつなげることが可能な構成とした。

実施手法については、透明性確保の観点から**カメラオンを原則としたが、家事・育児の関係で難しいケースもあるため、次年度以降は、特段の事情がある場合は事前に申出を行っていただく、あるいは実施時間帯を再考する等、女性起業家が不利益を被らない形でメンタリングを実施するなど改善の余地があると考えられる。**

全国メンタリング セミファイナリスト向け	
日時／ 実施方法	北海道 ①11月13日（水） ②11月21日（木） 関東 ①11月18日（月） ②12月2日（月） 中部 ①11月20日（水） ②11月25日（月） 九州 ①11月19日（火） ②12月3日（火） ※時間はいずれも、昼の部 13時～16時 夜の部 17時～20時 ※すべてオンライン開催
参加者	各地域30人ずつのセミファイナリスト 1回一人当たり20分で実施 メンターは全国事務局選出の6人が輪番で担当
目的	・各地のセミファイナリストのプレゼン審査会に向けて、ビジネスプランのブラッシュアップを行うこと ・5分間のプレゼンを行うことに慣れ、時間内に表現を行えるようになること
内容	「なぜ私がやるのか？」を掘り下げる問いのメンタリングを行い、本当にやりたいこと、やるべきことを明らかにした。 同地域のセミファイナリストは自身以外の回も全枠視聴推奨としたことで、他の起業家へのアドバイスも参考にすることを可能とした。 また、心理的安全性を確保するため、本事業におけるメンタリングのルールについて各回の冒頭に確認を行うとともに、視聴者全員がカメラオンで実施することをルールとした。
注力した点／ 効果等	・限られた時間の中で実施するため、メンタリングの順番の調整は各自の事情に可能な限り配慮して設定した。 ・持ち時間20分の中で、プレゼン時間を本番同様の5分としたが、初回はプレゼンに慣れていないケースも多く時間を大きくオーバーする例も少なくなかった。原則はそのまま発表してもらい、メンタリングの中で不要な項目や圧縮可能なものを指摘し改善することを目指した。投影スライドの作成ポイントも合わせてアドバイスをを行った。 ・カメラオンについては一部に家事育児の関係でのイレギュラーを認めて欲しいとの声もあった。

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑤ 全国メンタリング（セミファイナリスト向け）

各地域30人、計120人のセミファイナリストについて、RED終了後にアンケートを実施した。
アンケート集計と実際の意見、及び考察については以下のとおりである。

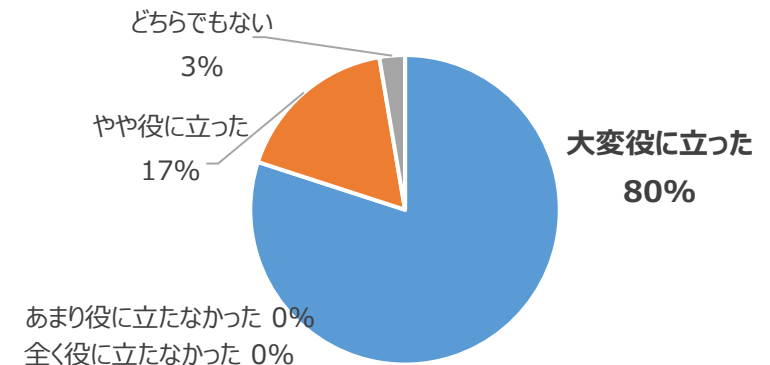
<アンケートより抜粋>

- ・ 考えていなかった新たな視点を提供してくれると同時に、プレゼンのスライドや用いる言葉の印象などにも検討・修正材料をもらえた。
- ・ 他の方の魅力的な発表をきけてとても参考になった。
- ・ 他者から見た自分の事業のことを聞ける機会がなかったので、新鮮で有り難かった。
- ・ ビジネスプランだけでなく、SNSやホームページ、ブログまでしっかり見てもらえて感謝。
- ・ 自分の目指しているところとのギャップがあった。
- ・ 温かな雰囲気の中、非常にきめ細やかで、全ての発表に的確な言葉でアドバイスをされ、その後のフォローもありがたい。事前ルールの説明も徹底されコンプライアンスが厳重であり信頼できる。
- ・ スライド資料提出日などスケジュールは事前に全てお知らせがあると助かった。
- ・ 休憩時間の1つ前にメンタリングを受け方が延長しており、時間的な不公平さを感じた。
- ・ 未就学児の子供がいるため、特に夕刻の時間帯はカメラオンにする条件に参加しづらさを感じた。
- ・ 全枠参加推奨とのことだったが事業自体との兼ね合いで難しかった。
- ・ メールが何度も来るので、イベントのスケジュールを正確に把握するのが大変だった。

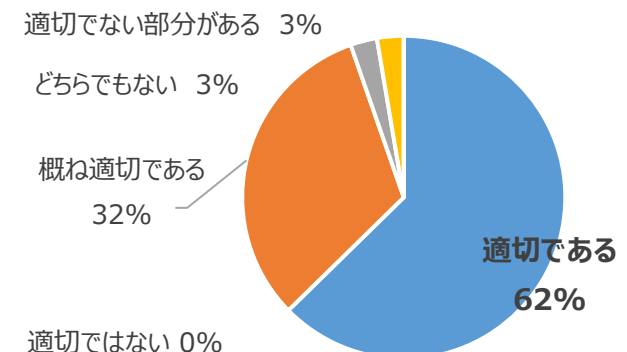
<分析・検証>

- ・ 90%以上から良い評価が得られており、内容やコンプライアンスを重視した運営についても適切との評価でほとんどであった。
- ・ 一部にメンタリングの結果、事業から離脱する例もあったが、その多くが、自身がレベルアップしてからやり直したい、といった前向きな理由であり、これも成果の一面であると考える。
- ・ 課題を挙げるとすれば、スケジュールの共有のタイミングや手法（メールのみの連絡）、運営時の公平な運用、カメラオンへの理解の求め方等であり、個人の事情も考慮しながらさらに丁寧な進め方が必要であろう。

メンタリングは役立ったか（n=75）



運営は適切だったか



(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑥ ファイナリスト選出のためのプレゼンテーション審査

- ・メンタリングを受けて事業計画、プレゼンテーションのブランディングを行ったセミファイナリストを対象にファイナリスト選出のためのプレゼンテーション審査を実施した。
- ・各地域で対面式で実施のセミファイナリストプレゼン審査会（日程と開催場所は下記のとおり）において5分間のプレゼンテーションを行った。審査は各地域で4人の有識者審査員が下記の審査項目に基づいて実施した。

セミファイナル審査項目(100点満点)

実現性	経験・人脈・ニーズ・支援の必要性	10点
新規性	前例の有無・最先端の技術・独自性	10点
成長性	売上・継続・市場・競争優位性	25点
社会性	協創・ロールモデル・雇用・地域性の貢献	25点
プレゼン力	ビジネスプランの理解度・共感・話し方	10点
経営者力	経営に関する考え方・成長度・想い	20点

<セミファイナリストプレゼン審査会開催日と会場一覧>

RED HOKKAIDO	令和6年12月07日（土）	札幌・Deep Tech CORE SAPPORO
RED TOKYO	令和6年12月11日（水）	代官山・T-SITE GARDEN GALLERY
RED CHUBU	令和6年12月05日（木）	名古屋・ツドイコ名駅東 Room H
RED KYUSHU	令和6年12月09日（月）	福岡・九州経済産業局

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑥ ファイナリスト選出のためのプレゼンテーション審査

- ・審査の結果、1地域あたり10人、計40人のファイナリストを選出した。
- ・選出されたファイナリストについては P.76-79 に記載のとおりである。

地域	エントリー	セミファイナリスト (選定時)	セミファイナリスト (発表した方)	ファイナリスト
北海道	31	30(96.7%)	23(76.6%) <74.2%>	10 <32.2%>
東京	85	30(35.3%)	28(93.3%) <32.9%>	10 <11.8%>
中部	53	30(56.6%)	26(86.6%) <49.1%>	10 <18.9%>
九州	41	30(73.1%)	28(93.3%) <68.3%>	10 <24.4%>
合計	210	120 (57.1%)	105 (87.5%)	40 <19.1%>

※括弧内の割合は、前工程からの遷移率、 < > 内はエントリーからの遷移率

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑦ 全国メンタリング（ファイナリスト向け）

各地域10人のファイナリスト計40人に向けて、オンラインメンタリングを一人当たり各2回ずつ実施した。既にある程度完成しているプレゼンテーションについて、各自の想いをRED本番の場でいかにサポーターや聴衆に伝えることができるかという点に重点をおいて実施した。セミファイナリスト向けのメンタリングと同様グループメンタリング形式を採用した上で、**ファイナリストは自身のエントリーした地域以外のメンタリングにも参加可能としたことで、より多様な起業家やそのアドバイスに触れることができ、地域の枠を超えた交流が生まれた。**

全国メンタリング ファイナリスト向け	
日時／ 実施方法	北海道 ①令和7年1月7日（火）15時～17時半 ②1月13日（月・祝）15時～17時半 関東 ①令和7年1月6日（月）15時～17時半 ②1月17日（金）15時～17時半 中部 ①令和6年12月28日（土）13時～15時半 ②1月7日（火）18時半～21時 九州 ①令和7年1月6日（月）18時半～21時 ②1月13日（月・祝）9時半～12時 ※全てオンライン開催
参加者	各地域10人ずつのファイナリスト 1回一人当たり15分を一人当たり2回実施 メンターは全国事務局選出の2人が専任で担当
目的	REDファイナル会場でのプレゼンを念頭に、ビジネスプランのブラッシュアップのみならず、見せ方・伝え方のレベルアップを目指す。
内容	投影資料の作り方や話のトーン等にもアドバイスを行い、サポーターや会場の聴衆に思いが届くようなプレゼンを目標にメンタリングを実施した。ファイナリストには、別の地域の回も視聴可能とした。また、心理的安全性を確保対策として、セミファイナリスト向けの時と同様とし、カメラオンでの実施を条件とした。さらにメンター研修を受講したサポーターもオブザーバーとして視聴可能とした。
注力した点／ 効果等	・限られたスケジュールでの実施となったことから、ファイナリストは全国どの地域の回でも参加できるようにした。 ・プレゼンテーション時間は、本番同様の5分として実施。一人が2回のメンタリングに参加することで、メンターは、ファイナリストがフィードバックを受けてブラッシュアップした結果を確認することが出来、ファイナリストの大きなレベルアップにもなった。 ・年未年始を挟み、日程の設定がタイトであったことから調整はやや難航した。

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑦ 全国メンタリング（ファイナリスト向け）

アンケート結果

各地10人のファイナリスト40人について、RED終了後にアンケートを実施した。
メンタリング関連についてのアンケート集計と実際の意見については以下のとおり。

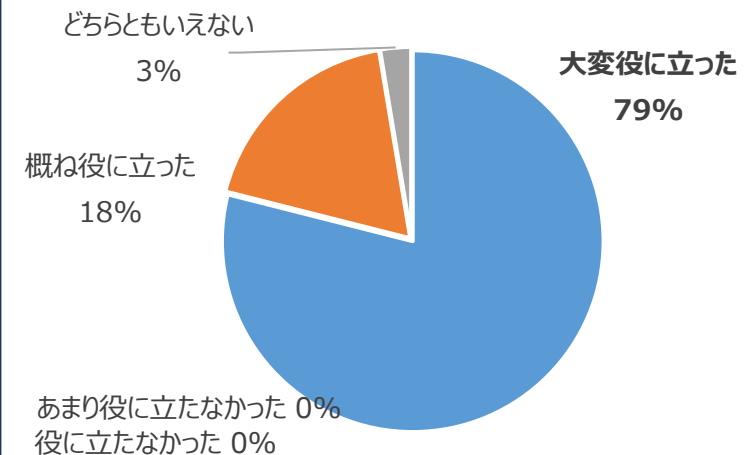
<アンケート抜粋>

- ・1回辺り1人15分ほどの短時間のメンタリングだったが芯を食ったコメントや質問を頂くことですごくためになった。ただ、お互い面識が無い中でのグループメンタリングだったので、どこまで自己開示していいのかわからず、構えてしまったのも事実。
- ・的確なアドバイスと、強みを最大限にいかすプレゼンの仕方など、メンタリングはとても学びが多かった。また他のファイナリストの方々のメンタリングも拝聴できて、一緒に学べる機会が有り難かった。
- ・ブラッシュアップするためのアドバイスを的確にもらい、また複数回行われたため、ブラッシュアップ後のフィードバックももらえた
- ・ピッチとはどういうものか、スライドの魅せ方、何をきいている側は知りたいのか、等一人では気付くことが出来なかったことをメンターの方々のフィードバックや、他の方のメンタリングを見学することを通して学ぶことができとても有意義だった。
- ・メンターから非常に示唆にとんだ言葉をもらえ、大変貴重な時間を過ごせた。一方で、登壇資料のブラッシュアップに終始していたので、全員で参加するのであれば、事業計画や採用フェーズの見極めなどワークショップ形式での学びや1on1でのメンタリングがあると良いと思いました。

<考察>

- ・メンタリングへの評価・満足度はセミファイナリストの時と同様な数値となった。
- ・ファイナリストメンタリングでは、他地域の回も参加可能としたことや、メンター研修を受講した参画機関からの参加もあり、やや緊張感が見える場面もあったが、本番に向けた良い経験となったともいえる。
- ・一人当たり2回の機会があったため、2回目に仕上げとなるような流れで参加する起業家が多くみられた。他方、時間をあけることでプレゼンの方向性がメンターが意図していない方向へ変わってしまう例もあったため、1回目と2回目との間の適度な間隔設定と課題の与え方が重要である。
- ・セミファイナルでは6名のメンターがシフトを組んで対応したが、ファイナルではメインの2名がすべてを対応したことで、ブレの無い高レベルなメンタリングとなった。次年度以降地域メンターが担当する場合、メンターの質の確保（育成）が事業にとっての大きな課題となる。

メンタリングについて（n=38）



(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑧ ファイナリストオリエンテーション

各地10人のファイナリスト計40人の決定後、メンタリングとは別に全国のファイナリスト全員を対象としたオリエンテーションをオンラインで実施し、ファイナリストとしての心構えについての説明を行うとともに、全国に仲間がいることを確認しモチベーションを上げる狙いをもって実施した。**ファイナリストが集まるような場の設定は女性起業家同士のネットワーク形成、次年度以降の先輩起業家としての本事業へのコミットのためにも有効であると考えられるため継続していくべきだと思われる。**

全国メンタリング ファイナリストオリエンテーション	
日時／実施方法	令和7年1月9日（木）14:00～15:00（オンライン実施・アーカイブ配信も設定）
参加者	各地域10人ずつのファイナリスト計40人と各地代表機関
目的	RED本番に向けての心構え、事業概要の復習、当日の注意事項等の連絡
内容	ファイナリスト向けメンターを担当した、本事業におけるアドバイザーの役割を担っていたsaturdays株式会社の井本氏から、同氏がプロデューサーを務めているLED関西（※）での事例を引用しつつ、本番に向けた心構え、サポーターとの関係性などについての説明、また本事業の位置づけや目標についての再確認も行った。 後半は各地代表機関とファイナリストからの発言の時間とし、これまでの流れを振り返るとともに、初代ファイナリスト40人の横連携の場とした。
注力した点／効果等	・アーカイブでの視聴も可としたが9割以上のファイナリストが出席した。 ・LED関西での事例を共有することで本番のイメージを掴んでもらい、ブラッシュアップに活かしていくポイントを伝えた。 ・全国に40人の仲間がいることを実感してもらい、今後の連携を深めるきっかけとして欲しいことを伝えた。 ・本番に向けた細かい留意点（当日の持ち物・サポーターと交流等会場での行動で気をつけるべきこと等）を共有することができた。

（※）関西で10年の実績を持つ女性起業家支援・マッチングイベント

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑨ RED本番

各地のRED本番における来場者数は以下のとおりである。全国で支援者449人・起業家229人、計678人を動員するイベントとなった。

RED北海道 参加者

	支援者	起業家
サポーター	20	
パートナー・メンバー	8	
経産省関連	3	
自治体（一般）	3	
企業・団体・個人（一般）	17	20
プレス	2	
ファイナリスト		10
セミファイナリスト		3
属性合計	53	33
合計		86

RED東京 参加者

	支援者	起業家
サポーター	56	
パートナー・メンバー	12	
経産省関連	13	
自治体（一般）	7	
企業・団体・個人（一般）	60	36
プレス	6	
ファイナリスト		10
セミファイナリスト		5
属性合計	154	51
合計		205

RED中部 参加者

	支援者	起業家
サポーター	33	
パートナー・メンバー	12	
経産省関連	5	
自治体（一般）	5	
企業・団体・個人（一般）	37	44
プレス	2	
ファイナリスト		10
セミファイナリスト		8
属性合計	94	62
合計		156

RED九州 参加者

	支援者	起業家
サポーター	37	
パートナー・メンバー	26	
経産省関連	3	
自治体（一般）		
企業・団体・個人（一般）	80	62
プレス	2	
ファイナリスト		10
セミファイナリスト		11
属性合計	148	83
合計		231

4 地区合計 参加者

	支援者	起業家
サポーター	146	0
パートナー・メンバー	58	0
経産省関連	24	0
自治体（一般）	15	0
企業・団体・個人（一般）	194	162
プレス	12	0
ファイナリスト	0	40
セミファイナリスト	0	27
属性合計	449	229
合計		678

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑨ RED本番

イベント運営については、事業初年度であることから、4会場を統一ブランドとして運営するため、全国事務局にてイベントバナー、ファイナリスト記念品等を準備した。また、会場設営と当日の運営についても地域代表機関と連携を取りながら、映像・音響・システム運用等のイベントの基幹部分については右図のとおり全国事務局の役割として実施した。



ファイナリスト記念品 (RED TOKYO)



両端が本事業のイベントバナー (RED HOKKAIDO)

RED運営役割表

NO	項目	令和6年度	
		代表機関	全国事務局
1	イベントブランディング	-	○
2	イベントロゴ作成	-	○
3	共通広報チラシ作成	-	○
4	共通広報チラシ展開	○	-
5	起業家審査基準作成	-	○
6	セミファイナリストプレゼン審査会審査員選出	○	-
7	セミファイナリストプレゼン審査会運営手法	-	○
8	セミファイナリストプレゼン審査会採点ファイル	-	○
9	セミファイナリストプレゼン審査・選出	○	△
10	イベントバナー作成	-	○
11	イベントバナーを含めた会場設営	△	○
12	ファイナリスト記念品作成	-	○
13	RED本番の運営手法	-	○
14	RED本番の台本作成	△	○
15	RED本番の投影スライド作成	△	○
16	RED本番の投影スライド投影	-	○
17	司会者選出	○	-
18	PA・BGM等	-	○
19	サポーター投票システム作成 *注 1	-	○
20	サポーター投票システム運用	-	○
21	オーディエンスエールシステム作成 *注 2	-	○
22	オーディエンスエールシステム運用	-	○
23	公式写真撮影	○	-
24	公式動画撮影・映像作成	-	○
25	参加者アンケート作成	-	○
26	参加者アンケート収集・分析	△	○
27	メンター選定・メンタリング実施	-	○
28	ファイナリストオリエンテーション実施	-	○

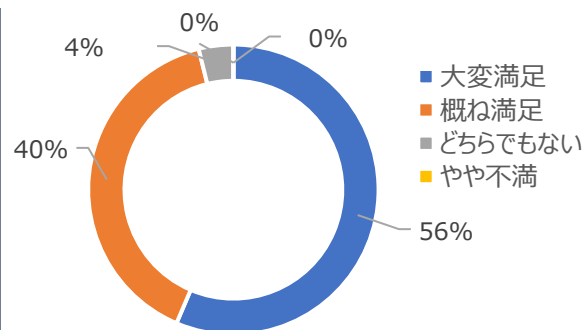
注1:ファイナリストにサポーター賞を提供する意思表示を行うシステム
 注2:RED一般参加者がファイナリストに対しての応援メッセージを送るシステム

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

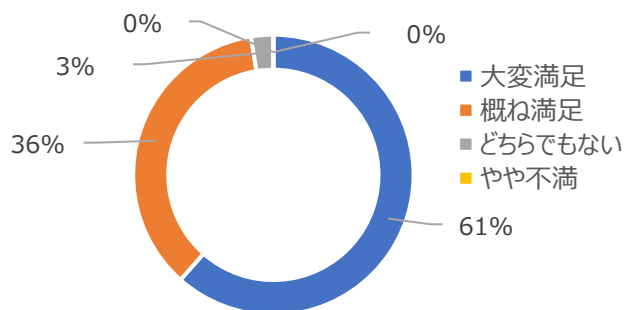
⑨ RED本番

4地域で実施されたRED本番の来場者アンケートは以下のとおり。

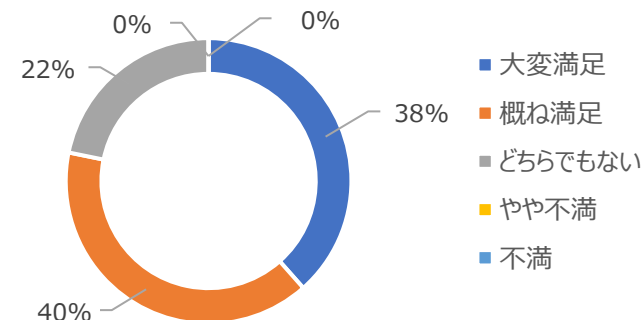
ビジネスプラン発表会RED当日の満足度



ファイナリストの発表の満足度

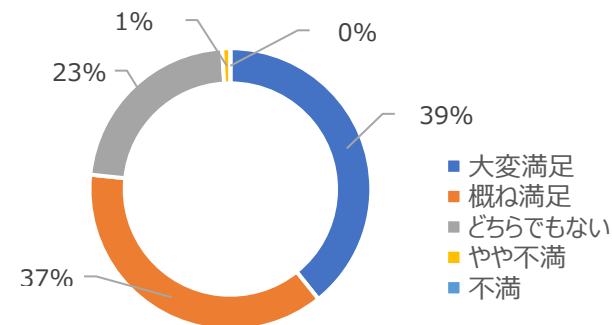
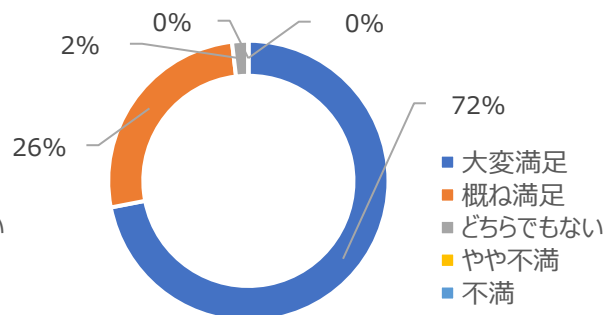
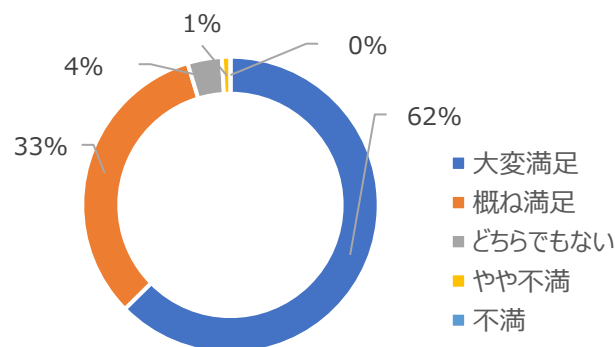


起業家と支援機関の交流についての満足度



サポーター
n=107

一般来場者
n=78



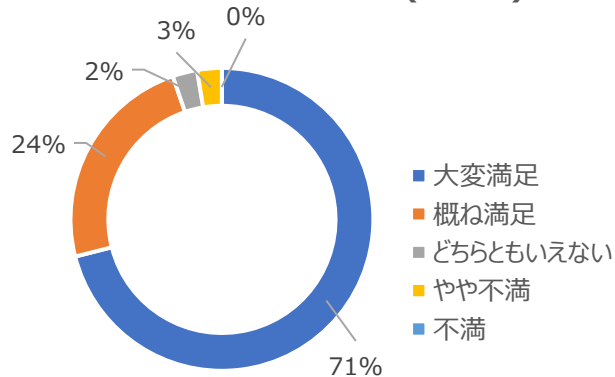
サポーター、一般来場者とも、大変満足と概ね満足とを合わせると95%以上となっており、イベントとしての満足度は非常に高かったことがわかる。ファイナリストの発表についても概ね同様だが、発表の中に事業計画的な要素がやや少なく感じたとの意見もあった。イベント全体の中では、起業家と支援機関との交流についての満足度が相対的に低くなっている。具体的な意見としては、交流の時間そのものの短さを指摘するものとお目当ての起業家・支援者と出会うことができなかった、というものが多く、イベント全体のスケジュールや運営、会場の配置などには工夫をする余地を感じる結果となった。

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

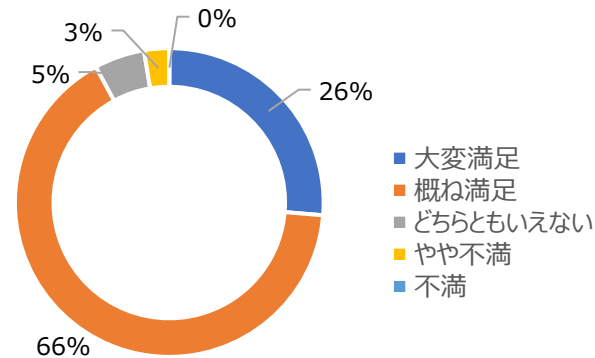
⑨ RED本番

4地域で実施されたRED本番のファイナリストへのアンケートは以下のとおり。

ビジネスプラン発表会RED当日の満足度
(n=38)



ビジネスプラン発表会REDにおける
支援機関や来場者との交流の満足度 (n=38)



RED当日の満足度について、大変満足と概ね満足とを合わせると95%となっており、非常に満足度が高かった。どちらともいえない、やや不満については、リハーサルの実施日やPA機材に関する要望であり、発表会自体への要望や不満ではなかった。また、支援機関や来場者との交流に関する満足度においても、大変満足と概ね満足とを合わせると92%であり、こちらも満足度が高かった。どちらともいえない、やや不満については、運営面への要望であり、名札の在り方（どなたかわからなかった）、マッチング内容の公表（どんな内容でマッチングしたいのかわからなかった）との意見が挙げられた。

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑩ ビジネスプラン発表会REDに係る総括的な考察

ビジネスプラン発表会REDにおいて有用と考えられる点は大きく以下の3項目である

- ・ 全国統一のブランド・コンセプトでの実施の有効性、当日の参加者数も目標の水準となったこと。
- ・ イベント自体のレベル感、そこに至るまでのエントリーから選考、メンタリングの実施方法についてRED参加者からも極めて高い評価を得られた。
(アンケート結果P.67)
- ・ 特にファイナリストメンタリングから全国全地域のメンタリングに参加可能とし、全国オリエンテーションも実施したことは、起業家にとってもメンタリングの自由度が増すことはもちろん、他地区のファイナリストと接することにより刺激を受ける効果も大きかった。

一方で課題も以下のように数多くあった。

<スケジュールの課題>

- ① R E D の設計に時間を要したため、エントリー開始が8月となったこと
- ②各地のイベント日程との関係もあり、当初の締切から3週間締め切りを延長したこと・エントリー予定者の把握の遅れ
- ③メンタリングの日程がタイトになったこと
- ④RED開催日の告知が約1か月前と、タイトになったこと

<起業家への支援のあり方>

- ⑤ビジネスプラン発表会にエントリーするか迷っている方や、エントリーシートの記載方法が分からない人に対する支援が不足していた
- ⑥各地域における支援機関が更なる支援（事業計画相談等）を希望する方に対して必ずしも十分な時間を設けて対応を行うことができなかった
- ⑦若年層の参加者が少なかったこと

<イベントそのものの課題>

- ⑧開催会場についての課題（施設の大きさやステージ配置・立地等）
- ⑨イベント運営についての課題（来場者の参画や交流のあり方など）



(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑩ ビジネスプラン発表会REDに係る総括的な考察

REDのまとめとして、「スケジュールの課題」「起業家への支援のあり方」「イベントそのものの課題」の3つに大別したうえで考察を行う。

<スケジュールの課題>

- ①当初は7月には開始する予定であったREDエントリー開始は、様々なルールの設定や公式サイトオープンとの関係から8月8日となったことで、各地のイベント開始時点ではまだREDの案内を正式に行うことが出来ず、起業家への説明の機会を十分に行えなかった可能性がある。
- ②各地のイベント実施自体も全体に遅れ気味になったことや、それに伴いエントリーまでの時間が短かすぎるといった声も寄せられたことから、締め切りを3週間延長し10月27日までとした。
エントリー自体が締切間近に集中することは避けられないものの、エントリーシートダウンロード者に対する支援を十分に実施することにより、ダウンロード者数とエントリー者数を近づけることができるはずであり、次年度以降は、この時期の支援を充実させることがエントリー者増の最大のポイントと言える。
- ③締め切りの延長に伴い、セミファイナリスト選考の日程がかなりタイトになった。更にセミファイナリスト決定からメンタリングに至る日程も限られていたことで、日程調整・ブラッシュアップの質の確保はかなりハードなものとなった。
- ④ファイナリスト決定を待って、REDイベント自体の案内を開始したこともあり、イベント告知は年末年始を挟んで本番の約1か月前となった。日程自体は早期に決まっていたことであり、2段階に分けての広報を実施することも有効であった。

以上のような課題の解決のためには、余裕を持った年間スケジュールを策定し、そのスケジュールに従って事業を進めることが不可欠である。

一部リスクを行ったREDまでのスケジュール

● 2024年7月～9月

全国各地域にて、女性起業家を対象にしたイベントやセミナーを開催

● 2024年8月8日（木）

ビジネスプラン発表会 RED4都市にてエントリー開始

● 2024年10月6日（日）→10月27日（日）

ビジネスプラン発表会 RED4都市のエントリーで提出された書類に対する事務局からの拝受の連絡をもって応募受付といたします。形式不備や書類不足などで受付できない書類審査項目（50点満点）

実規性	経験・人脈・ニーズ・支援の必要性・新規性	10点
成長性	売上・継続・市場・競争優位性	20点
社会性	協創・ロールモデル・雇用・地域性の貢献	20点

※社会性の得点が6割に満たない場合は、セミファイナルへの進出はできないものとする。

● 2024年10月10日（木）～10月18日（金）→10月31日（木）

ビジネスプラン発表会 各都市30名程度のセミファイナリストを発表

● 2024年10月21日（月）→11月5日（火）～12月5日（木）

セミファイナリストにグループメンタリング・事業計画相談（オンライン）を実施

● 2024年12月16日（月）～12月27日（金）

ビジネスプラン発表会 各都市10名程度のファイナリストを発表

● 2024年12月21日（土）～2025年1月20日（月）

ファイナリストに個別メンタリングと事業計画相談を実施

● 2025年1月16日（木）～1月28日（火）

GIRAFFES JAPAN ファイナルイベント
ビジネスプラン発表会 REDを全国4都市で開催

- ・2025年1月16日（木）in名古屋
- ・2025年1月22日（水）in東京
- ・2025年1月24日（金）in札幌
- ・2025年1月28日（火）in大分（別府）

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑩ ビジネスプラン発表会REDに係る総括的な考察

<起業家への支援のあり方>

⑤ダウンロードからエントリーに向けての支援策が不足していたこと

⇒ダウンロードしながらエントリーしなかった起業家へのヒアリング結果によると

- エントリー断念の理由 エントリーシートの記入方がわからなかった・相談相手がいなかった 67%
事業が多忙になったため、イベントの日の都合がつかないため 33%
- 最も記入が難しかった項目 アクションプランと数値計画、5年後10年後の目標

となっており、エントリーシートの記入への支援の必要性が見て取れる。

代表機関によるエントリーの各段階における相談・壁打ち会などの支援体制の強化だけでなく、全国事務局によるエントリーシート記入のための動画等のツール作成も効果的ではないかと推察される。

⑥各地域における追加フォローが不足していたこと

上記⑤項も含めて、地域代表機関ではダウンロード者との距離を縮め、状況を把握していくことが求められる。このことがきめ細かい起業家への支援のみならず、エントリー者数の見込みの把握につながることもとなる。エントリー開始時点で代表機関毎に支援メニューを定め公開しておくことも、エントリーの安心感につながるはずである。

⑦若年層の参加者が少なかったこと

今年度は若年層の割合が低く、多様な参加者を集めていくため、今後は大学等へのアプローチを通じて学生を含めた若年層の掘り起しと支援にも取り組んでいく必要がある。



(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑩ ビジネスプラン発表会REDに係る総括的な考察

<イベントそのものの課題>

⑧RED本番会場についての課題

今年度のRED本番会場については、北海道と中部が都市中心部の会議施設のホール、東京はオープンなイノベーション施設内のステージ、そして九州は宿泊施設の大宴会場を使用した。それぞれに一長一短はあるものの、会場の大きさは、北海道・関東・中部においては、やや不十分であった可能性もあり、次年度以降はもう少し大きな会場の確保が必要である。雰囲気とキャパシティのバランスが取れた会場確保には費用もかかる面もあるものの、最大のイベントであり、かつ本事業最大の広報機会であるREDの会場選定は、事業の成否にも直結するものであり、十分な議論と早めの選定が必要である。

また、セミファイナリストプレゼン審査会の会場については、今年同様のオペレーションとする場合、ファイナリスト進出用の写真撮影を会場で実施する際、撮影場所選定に苦慮したケースもあり、写真撮影も考慮した会場選定が必要である。

<ビジネスプラン発表会RED開催日と会場一覧>

令和7年1月16日 RED CHUBU
(名古屋・ミッドランドホール)
令和7年1月22日 RED TOKYO
(東京・TIB Tokyo Innovation Base)
令和7年1月24日 RED HOKKAIDO
(札幌・アスティホール)
令和7年1月28日 RED KYUSHU
(別府・杉乃井ホテル杉乃井ホール)

⑨イベント運営についての課題

会場の他、イベント運営の点での課題としては以下の2点を挙げておく。

ア) 交流時間の在り方

すべての地区で最後に交流の時間を設定したが、目的の起業家とサポーターとが交流できなかった例もあったため、時間と場所の設定には工夫が必要である。スペースが許せば、九州でファイナリストの居場所の分かりやすさの観点から実施した、ファイナリスト毎のブースを設ける方法も有効である。

イ) 一般参加者のイベントへの参画について

今年度はオーディエンスエールとして、一般参加者からもファイナリストにメッセージを贈れる仕組みを作り好評であった。今後はさらに一般参加者による投票結果を反映するオーディエンス賞を設定して投票してもらうなどの仕組みで参画意識と会場の一体感を高めていく手法も検討すべきであろう。

ウ) サポーターからの声を踏まえた検討

特にVCからはマネタイズやビジネスモデルに踏み込んだ発表も盛り込んでほしかったとの声があり、メンタリングの内容への反映も含め検討が必要と考えられる。また、発表の後に質問を受け付け、より事業内容について理解したうえでのサポーター賞の提供につなげていくことも考えられる。

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑪ 地域代表機関との連携

地域の実情をよく把握しており、より起業家に近い立場である地域代表機関において、ビジネスプラン発表会開催に関するフォローや・支援を実施していただいたことは、エントリー段階からREDファイナルの直前までに参画機関及び女性起業家それぞれの不安を解消することに大いに役立った。

課題としては、全体としてスケジュールに余裕がなく、代表機関からの支援を希望する方に対して必ずしも十分な時間を設けて支援を行うことができなかった点が挙げられる。

予めスケジュール化された形で事業を進めていくことが重要であり、参加する女性起業家や参画機関にとっての安心感にも繋がる。

エントリーシートダウンロードからエントリーに向けた支援

- ・ダウンロード者に対しての一斉メールによる相談の呼びかけ、締切日の案内
- ・相談希望者に対しての壁打ち・個別オンライン面談
- ・対面・オンラインによるブラッシュアップ会・エントリーシートを仕上げる会等の開催

各地域において上記のような支援を実施することでエントリー増を目指した。
初年度であり、事業の趣旨を理解いただくところから始めることが多く、中には期待していた事業ではなかったことで（商品のあるコンテストではないことや、投資を受けることを第一義としたものではない）エントリーを取りやめる例も一部にみられたものの、これらの支援を受けた女性起業家の多くが趣旨を理解したうえでエントリーを行った。

セミファイナリスト選出後の支援

- ・セミファイナリスト・ファイナリスト向けブラッシュアップの会（対面・オンライン）
- ・相談希望者に対しての個別相談
- ・ファイナル会場オンライン体験ツアーの実施

各地域において上記のような支援を実施し、全国事務局が実施したメンタリングの補完を行った。
今年度は全国事務局と連携が取れている各代表機関のメンバーが支援を行ったため、事業趣旨を十分に踏まえた支援が可能であり、また、女性起業家の一人一人の事情も理解したうえでのきめ細かな支援が実施出来た。

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑫ エントリー者及びファイナリストの分析

最後にエントリー者及びファイナリストについての分析を行う。それぞれ記載の属性でのクロス分析を行い傾向等について考察する。

地域×ステータス

・起業済は全体の約半数、次いで準備中、個人事業主とつく。東京・九州は、既存のSU支援拠点が存在することもあってか、やや起業済の割合が高かった。また、選考が進むに従って法人起業済の割合が高まる傾向があった。

・「成長志向の女性起業家」という点については、既に起業をした状態で事業をスケールしていくというケースが多いが、起業前のフェーズも一定数存在し、それぞれのフェーズにあった支援が可能な機関の巻き込みが必要である。

		起業準備中	法人に所属 起業準備中	法人起業済	法人別 事業開業	個人事業主	合計
北海道	エントリー	6	3	5	0	17	31
	ファイナリスト	2	2	5	0	1	10
東京	エントリー	20	7	39	0	19	85
	ファイナリスト	2	2	6	0	0	10
中部	エントリー	8	5	11	1	28	53
	ファイナリスト	1	1	4	0	4	10
九州	エントリー	2	4	10	3	22	41
	ファイナリスト	0	1	6	1	2	10

地域×年代

・地域によって差はある（北に行くほど若年層が多い傾向）が概ね30代後半から40代がボリュームゾーンであり、子育て世代と重なっている一方で、50代後半も目立ち、ライフイベントを踏まえて起業をするケースが多いという特徴を反映している可能性がある。

・他方、20代のRED参加者（ファイナリスト）はゼロであり、次年度以降、大学との連携も含めた学生の巻き込みにも力を入れていく必要があると考えられる。

		10代	20代	30代 前半	30代 後半	40代 前半	40代 後半	50代 前半	50代 後半	60代	70代	合計
北海道	エントリー	1	0	8	6	6	3	5	1	1	0	31
	ファイナリスト	0	0	3	3	2	0	1	1	0	0	10
東京	エントリー	0	4	9	21	15	14	11	8	2	1	85
	ファイナリスト	0	0	1	6	1	2	0	0	0	0	10
中部	エントリー	0	1	8	9	11	10	7	6	1	0	53
	ファイナリスト	0	0	1	3	3	1	0	2	0	0	10
九州	エントリー	0	0	4	8	9	12	3	4	1	0	41
	ファイナリスト	0	0	0	3	2	3	0	2	0	0	10

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑫ エントリー者及びファイナリストの分析

地域×地域規模

・県庁所在地からのエントリーが多いものの、その他都市部や地方部からの応募も各地とも一定数有り、都市の規模による大きな偏りは見られない。

・都市・地方関わらず女性起業家のニーズはあると考えられ、地方部含め、周知・広報を実施することで更なる掘り起こしにつながるのではないかと。

・RED開催地域でありながらエントリーがなかったのは茨城県・長野県・宮崎県であり、これらの地域の掘り起こしは今後の大きな課題である。

		都道県庁所在地	都市部 人口10万人以上	地方部	合計
北海道	エントリー	22	5	4	31
	ファイナリスト	6	1	3	10
東京	エントリー	58	16	10	84※
	ファイナリスト	2	7	1	10
中部	エントリー	18	21	14	53
	ファイナリスト	5	2	3	10
九州	エントリー	27	5	9	41
	ファイナリスト	7	0	3	10

地域×越境性

・今後のビジネス展開の地域に関する条件を、各地域への参加条件として設けたことで、基本的には地域ブロック内からの参加が大多数を占める。

・一方で、地域ブロックを越境してエントリーするケースも少数ではあるが存在し、今年度 RED を実施しなかった地域におけるニーズも伺える。非開催地域でエントリーがあったのは青森県・秋田県・大阪府・兵庫県・愛媛県であり、これは地域性に加え代表機関の働きかけの効果と言える。次年度は全都道府県からのエントリーを目指したい。

		開催都道県	同地域・他県	他地域から	合計
北海道	エントリー	28	0	3	31
	ファイナリスト	8	0	2	10
東京	エントリー	35	37	13	85
	ファイナリスト	6	3	1	10
中部	エントリー	42	9	2	53
	ファイナリスト	7	2	1	10
九州	エントリー	11	29	1	41
	ファイナリスト	4	6	0	10

北海道



関東（東京）



2. 全国事務局の実施報告

(7) ビジネスプラン発表会REDの開催・運営

⑬ ファイナリスト一覧

78

中部



⑬ ファイナリスト一覧

九州



(8) 全国事務局事業総括

① 地域におけるネットワーク構築において有用と考えられる施策

今年度事業における有用と考えられる点、並びに課題及び次年度事業において検討すべき事項について、全国事務局として総括する。
来年度以降も継続すべき点については事業全体のブランディングを維持することや統一でコンセプトを定めること、メンタリングの考え方が挙げられる。

【有用と考えられる点】

① 事業設計やデザイン（見せ方）等も含めた、事業全体のブランディング

目を引き、参加したくなるようなデザインコンセプトは好評であった。

また、「コンテスト形式」や「賞金」といった競い合うかたちではなく、女性起業家と支援機関が共に進んでいくというREDのコンセプトは、起業家、支援者双方から高い評価と共感を受けることができた。

② 全国統一の事業コンセプト

全国統一の事業コンセプトでイベントを開催することで、全国一律で質を担保することができた。

また、地域を越境してのエントリーもしやすくなった。

③ メンタリングの考え方

起業家のアイデアを決して否定せず、答えを一方向的に与えるのではなく問いを投げかけながら起業家とその事業の本質を引き出していくメンタリングの考え方は、メンタリングに同席した支援機関からも、「これまでに経験したことがない考え方に基づくものであり、非常に参考になった」とのご意見をいただきました。



事業ロゴ入りイベントバナー



公式サイト・ブランドコンセプト

(8) 全国事務局事業総括

② 課題と次年度事業において検討すべき事項

次に今年度事業における課題及び次年度事業において検討すべき事項について、全国事務局としてネットワーク形成とビジネスプラン発表会についてそれぞれ総括する。

【地域におけるネットワーク形成について】

(課題)

- ・参画機関の合計は201機関であったが地域差があり、各地域において自走可能な女性起業家支援ネットワークを構築するために、それぞれの地域での参画機関の絶対が不足していると考ええる。また、形成するネットワークにおける属性の多様性が重要であるが、金融機関やスタートアップ支援機関に限定せず、大学等の教育機関に対する働きかけが不足していたと考ええる。
- ・参画機関同士でのコミュニケーション機会が少なかった点も課題として挙げられる。総合的な女性起業家支援を行うためにはネットワークに参画する機関の相互連携も重要であるため今後の課題である。
- ・また、地域によっては女性起業家支援に関する経験に濃淡があると考えられる。今後、自走可能なネットワークを構築するためには支援機関の育成も重要であると考ええる。今年度事業においてはメンター研修を実施することでメンタリングへの同席を希望する参画機関を対象に女性起業家に対するメンタリングを行う際に必要な事項を伝えた。他方で、ビジネスプラン発表会を実施しない地域の参画機関やメンター研修以外の研修は実施できなかったため、限定的な取組となった点は課題である。

(次年度事業において検討すべき事項)

- ・幅広い起業フェーズの女性起業家への支援に対応できるよう、支援機関数の増加と属性の多様化が求められるため、各地域における更なる参画機関の増加を目的として本年度事業の実績も活用したネットワークへの参画の呼び掛けを実施していくことが重要であると考ええる。
- ・また、ネットワークにおける参画機関の多様化を目指し今年度事業でアプローチが不足していた教育機関への働きかけも検討していく必要がある。
- ・ネットワークに参画する機関同士のコミュニケーション機会を確保するためには、ネットワーキングイベントを始めとする各種支援プログラムを一過性のものではなく、つながりを維持することも目指した構成とするべきである。そのためには、地域における女性起業家及びその地域のネットワークに参画している支援機関を対象としたイベントを定期的実施するなど、相互連携を図る機会を設けることが有用であると考ええる。
- ・支援機関の育成についてはより多くの機関を対象に研修を実施することを検討すべきと考ええる。例えばアーカイブでの研修動画の一般公開や、研修回数や研修内容のバリエーションを増やし、より多くの支援機関の女性起業家支援スキルの向上を目指していくべきである。

(8) 全国事務局事業総括

② 課題と次年度事業において検討すべき事項

【ビジネスプラン発表会について】

(課題)

- ・ビジネスプラン発表会へのエントリー数が伸び悩んだ要因は以下のとおり。
 - ・ビジネスプラン発表会の概要のローンチとエントリー開始が8月であったため、6月の事業開始からエントリー開始までのネットワーキングイベントで、ビジネスプラン発表会に関する具体的な情報を起業家に対して示すことができなかったこと。
 - ・また、エントリーシートの記入のハードルの高さが原因でエントリーを断念したという意見もあったため、エントリー意向がある人に対するフォローアップが不足していたことも課題であると考える。
- 前述のネットワーク形成でも取り上げたとおり、大学等の教育機関に対する働きかけが不足しており、20代の女性起業家のエントリーがほぼ得られなかったこと。
- ・地域においてエントリー数に差が生じたこと。

(次年度事業において検討すべき事項)

- ・エントリー数を確保するためには早期にエントリー募集開始をした上で、今年度の実績も含め、地域ごとに実施するネットワーキングイベントでも具体的な情報を起業家に示すことが重要であると考える。また、ネットワーキングイベントで取扱うコンテンツについて、事業趣旨の説明やロールモデルとなる女性起業家からの講演だけでなく、ビジネスプラン発表会のエントリーシートの作成支援を実施することが有効であると考える。
- ・20代の起業家からのエントリーを獲得するためには大学等の教育機関と連携した上で、学生の巻き込みに取り組むことが有効であると考えられる。
- ・代表機関同士の連携については、全国事務局が地域ごとのエントリー状況の差を把握した上で、他地域に比べてエントリー数が少ない地域については個別フォローを行うことや多くのエントリー数を確保してしている地域において実施している取組の横展開などを実施することが有効であると考える。

3. 各地域代表機関事業実施報告

- (1)全国事務局事業総括**
- (2)北海道**
- (3)東北**
- (4)関東**
- (5)中部**
- (6)近畿**
- (7)中国**
- (8)四国**
- (9)九州**
- (10)沖縄**

3. 地域代表機関の事業実施報告

(1) 各地域事業総括

全国9地域の代表機関では、女性起業家支援の地域ネットワークの構築を目的に各地域の経済産業局とも連携し、イベントの開催や支援参画機関の獲得、そして女性起業家の掘り起しを進めてきた。

(地域事業のうちビジネスプラン発表会REDの総括については前項P.70-72で記載済)

地域ネットワーク高知のために実施した地域イベント総数は40回、
女性起業家841人、支援者574人、
計1,415人の参加を得て各地で開催された。

イベント参加者の支援者には、地方自治体・関連機関、金融機関、地域有力企業、大学関係者等が多く含まれていた。
イベントはキーノートスピーチとトークセッションを含むものが多く具体的な体験に基づく内容に高い評価がつくことが多かった。
また、イベント開催地の支援機関との協力により集客面での効果を生むケースも多く見られた。これらの手法は今後も継続・強化すべきと考える。

参画機関は全国で延べ201機関を獲得、初年度事業であるため、まずは認知してもらおうところからのスタートであったが、地域ごとの工夫でネットワークを広げることが出来た。

女性起業家の発掘においては、個別のアプローチよりも教育機関や、既存の起業支援組織等へのアプローチが有効であり、本事業のイベントはもちろん、類似イベントへの参加も含め対面でのアプローチの効果の大きさを感じた。

また、代表機関同士の横の連携によって、ネットワークづくりのノウハウを共有するなど、全国事業であることのメリットも享受できた。

各地区の取組の詳細は次項以降に述べる。(各代表機関が作成)

全国9地域の代表機関が決定しました。

DATE: 2024-05-14



本事業は、株式会社パソナが経済産業省より受託し実施しております。
本事業における地域代表機関（再委託先）の公募を行ったところ、複数の応募がありました。
応募のありました案件について、外部有識者による審査委員会において厳正な審査を行い、
全国9地域の代表機関が下記の通り決定しました。

北海道：公益財団法人さっぽろ青少年女性活動協会
東北：エンスペース株式会社
関東：株式会社パソナ
中部：株式会社eight
近畿：公益財団法人大阪産業局
中国：一般社団法人中国地域ニュービジネス協議会
四国：穴吹興産株式会社
九州：アイ、ジー、シー株式会社
沖縄：一般社団法人ひとまちcreateなは

北海道

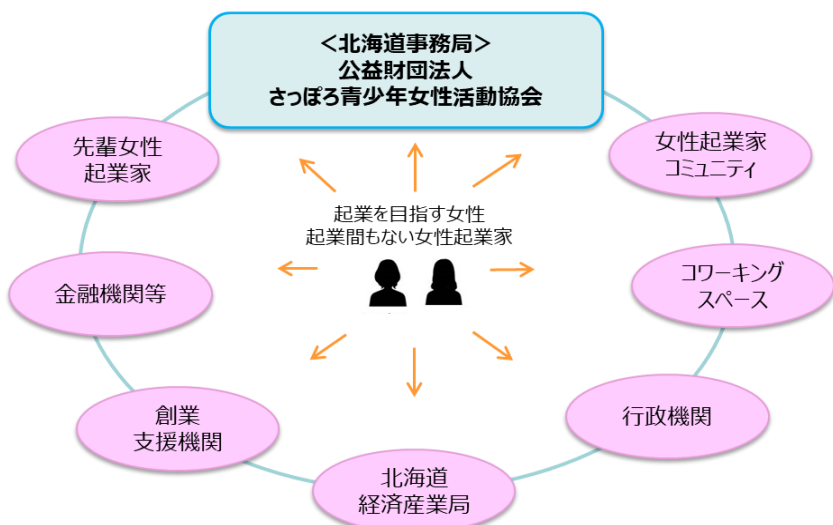


(2) 北海道

① 地域ネットワーク構築

北海道における女性起業家支援の現状①

今回、北海道におけるGIRAFFESは、2016年から経済産業省が行った「全国女性起業家等支援ネットワーク構築事業」の際に、北海道地域で構築した「北海道女性起業家支援ネットワーク」（ほくじょき.net）のネットワークを活用して実施した。「ほくじょき.net」では、左下図のような多様な約50の構成機関が参画していること、また右下図のように道内8地域においてより地元根差した支援を行う「じもじょき.net」が参画していることが特徴である。



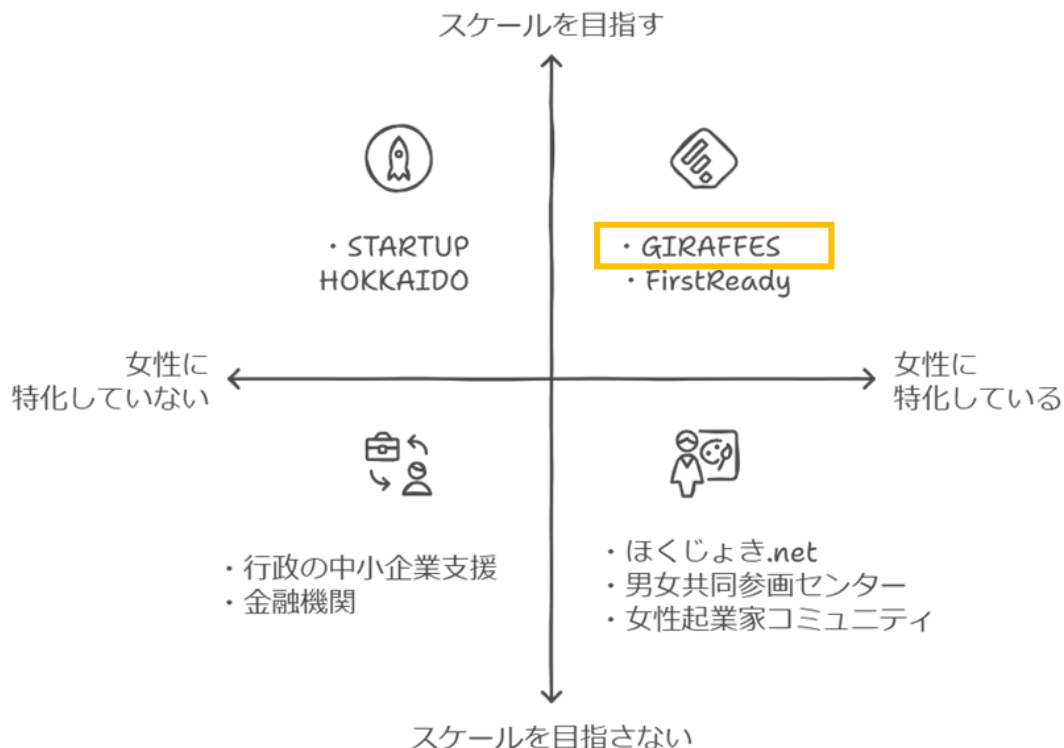
※関係機関は一部抜粋

(2) 北海道

① 地域ネットワーク構築

北海道における女性起業家支援の現状②

北海道における女性起業家支援のマッピング



北海道では、女性に特化しないスタートアップ支援として、STARTUP HOKKAIDO（北海道経産局／北海道／札幌市）が様々な取組を行っているが、「アグリカルチャー」「GX」「宇宙」という重点分野もあり、多くの女性にとってはハードルの高さがあることが考えられる。

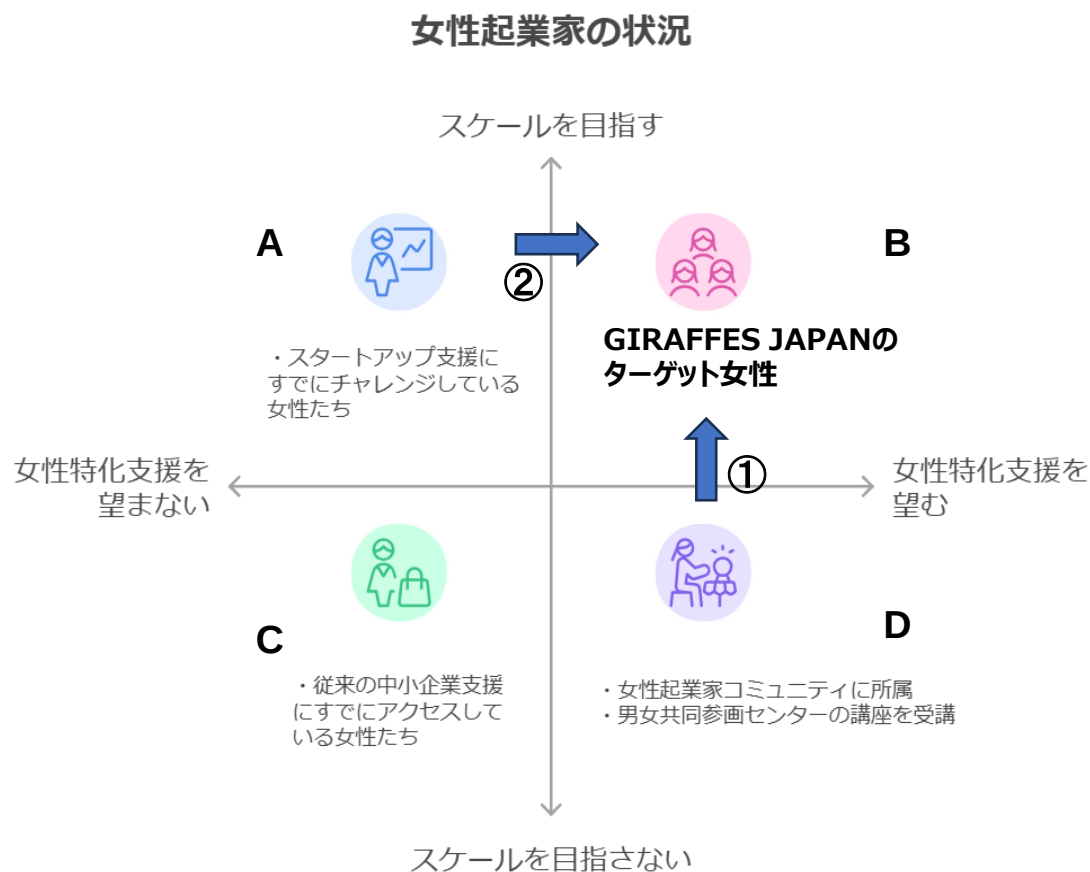
一方で女性に特化した起業家支援は、当財団が事務局を担っている「ほくじょき.net」、地域の男女共同参画センターや女性起業家コミュニティが地域の金融機関や日本政策金融公庫等と連携して支援を行っているが、いずれもスモールビジネスの支援が中心となっている。以上のことから、スケールを目指す女性に特化した支援というのはこれまで少なかった。

2022年度より、札幌市が渋谷区・横浜市・神戸市等との協働で女性スタートアップ支援を行い、2023年度からはSTARTUP HOKKAIDOの主催として「女性スタートアップ人材育成事業（First Ready）」を行っており、GIRAFFESとターゲットが重なっている唯一の事業と言える。

(2) 北海道

① 地域ネットワーク構築

北海道における女性起業家支援の現状③



前頁のとおり、これまで「スケールを目指す女性に特化した支援」がほとんどなかったため、GIRAFFESの対象となるような女性たち(B)は北海道ではないと思われていた。

しかし、今回RED HOKKAIDOを開催することで、2つの可能性が見い出せた。それはスケールを目指さないと考えていたDの女性たちが、RED HOKKAIDOを機会に新しい選択肢として事業をスケールするというビジョンを想像することができた、ということである(①)。

もう1つの可能性として、これまで女性に特化した支援がなかったかニーズが見えなかったAの女性たちが、Bにシフトする、という可能性である。First Readyの事業等ではA女性たちの声を聞くことがあるが、A女性の中には学生等若い世代が多い。若い世代の女性起業家では、ジェンダー意識が高く、従来のスタートアップ支援の中で違和感を抱く人も多いことがわかっている。そのようなAの女性に、安心して支援を受けてもらえるようなBの環境で支援をうけていただく、という選択肢も有効であると考えられる(②)。

しかし、今回のGIRAFFESでは、Aの女性への訴求には課題があったため、今後は、若い女性に向けたブランディングや支援者側のエクイティ(公平性)意識等を高めることが必須であり、今後の課題だと考える。

(2) 北海道

① 地域ネットワーク構築

女性起業家発掘の工夫

女性起業家の発掘については、事務局であるさっぽろ青少年女性活動協会が日頃から繋がりのある男女共同参画センターや女性向けコワーキングの利用者が第一のターゲットであった。

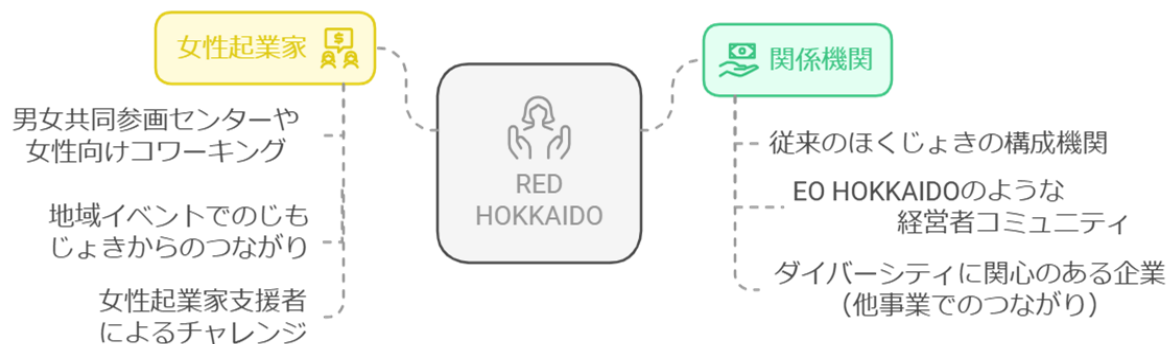
また、昨年度のFirst Ready登壇者の中からもエントリーがあった（若い世代を除く）。また、ほくじょき.netのネットワークを生かし地域イベントを行ったことから、札幌以外の地域からのエントリーも多数あった。また、じもじょき.netとして支援している女性の中からのチャレンジもあった。

今後の課題は、First Ready等にこれまでエントリーして下さった若年女性へのアプローチである。

支援機関発掘の工夫

支援機関の発掘については、先述したほくじょき.netの構成機関の他に、EO HOKKAIDOと連携をした。

また、サポーター企業等を募る際には、主に2つの繋がりが効果的であった。1つ目は、北海道経済産業局からSTARTUP HOKKAIDOのサポーター団体に案内を送っていただいたことである。コンサルティングやハンズオン支援等を得意とするような企業がサポーター企業として登録して下さった。もう1つは、札幌市男女共同参画センターの他事業で繋がっているダイバーシティに関心のある企業である。メディアや大企業が、知っている企業に誘い合ってくださったのがたいへん効果的であった。これらの企業は、主にスタートアップへの支援というよりも「女性」起業家への支援、ジェンダー平等に繋がる、といった点がポイントであったようだ。



(2) 北海道

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域イベント開催概要

開催地域：十勝・千歳・函館の3か所

実施時期：千歳：9月7日（土）、函館：9月18日（水）、十勝：9月26日(木)

プログラム：①ゲストによる講演 ②地元の支援者との交流会

ゲスト

- ・千歳：小日向 素子さん（株式会社COAS）
- ・函館：柴田 愛里沙さん（株式会社TREASURE IN STOMACH）
- ・十勝：佐藤 真希子さん（株式会社iSGS）

3. 地域代表機関の事業実施報告

(2) 北海道

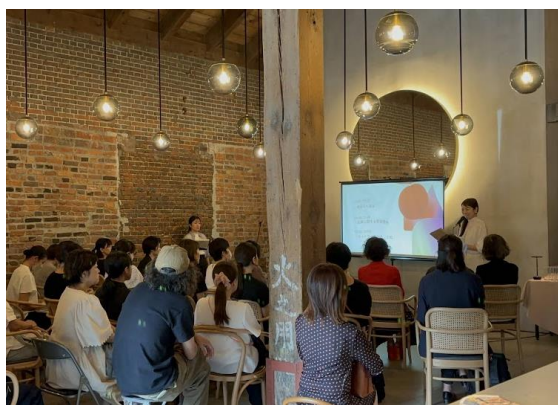
② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

91

千歳 参加人数32人



函館 参加人数42人



十勝 参加人数36人



(2) 北海道

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

当日までの告知・ 広報活動	イベント実施地域の構成機関ともに、SNSやチラシ配布で周知を行った。
その後のフォロー アップ	参加者にREDの案内を送り、エントリーを促した。
参列者の様子	参加者と地元の金融機関・支援者の交流が多くあり、本イベントへの参加をきっかけに繋がることのできたと話す参加者が複数いた。 融資だけではない資金調達の方法を知ることができたという声が多数聞かれた。 ビジネスプラン発表会へのエントリーを検討する参加者も多数いた。
効果的だったこと、 地域における様々な ステークホルダーの 巻き込みと連絡体制 の構築	ほくじよきの構成機関と連携し、この事業を通じて北海道全域の女性起業家にアプローチをかけることを試みた。 当初、構成機関の反応は、スケールを目指すようなこの事業の対象者は北海道にいないのでは等と、どちらかというと前向きな方が少なかった印象で対象者のイメージ共有が難しかった。しかし、REDで実際に登壇者をみていただいたことで、支援対象者のイメージが具体的にできたようで、自分たちの地域でもプレゼン選考会をしたいといった意見が出るなど、支援者側に大きく変化が見られた。
イベントのアンケート 結果と分析、それを 踏まえて今後も継続 すべき点や課題	北海道の地域では、女性起業家支援イベントは珍しく、参加者からも貴重だったという声があったことから、積極的に札幌以外の地域でイベントを行っていきたい。

(2) 北海道

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

ビジネスプラン発表会 RED HOKKAIDO

REDについての広報や エントリー者獲得に向け た活動／ その成果について	SNSやチラシ配布をして広報を行った。 REDのエントリー期間中にエントリーシートを書く会や事業計画ブラッシュアップを兼ねた勉強会を行うことで、アイデア段階の女性たちがエントリーシートを書いてみる、自分が何をしたいのか考えてみるという機会をつくることができた。エントリーシート提出に至らなかった人もいたが、その後のセミファイナル、ビジネスプラン発表会に参加して、仲間を応援し、刺激を受けている方々があり、段階問わず広く女性にアプローチできたと評価できる。 本事業以外の女性起業家イベントでつながった方々にもRED広報を行った。 別の事業のピッチコンテストでは観覧者側だったアイデア段階の女性が今回REDのファイナリストに選ばれている。
エントリー者伴走支援	事務局または地域の支援者をメンターとして調整し、メンタリングを実施した。
参画機関との連絡	営業と他地域からの紹介等のご協力により参画機関を獲得することができた。
セミファイナル・本番・メンタリング実施の地域としての準備や課題	・セミファイナルに向けて、会場、審査員の調整を行った。 ・REDに向けては、会場の下見や打ち合わせを行った。

(2) 北海道

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

ビジネスプラン発表会 RED HOKKAIDO

今後に向けた 課題、提案	・エントリー募集に関しての情報周知が十分ではなく、目標エントリー数に達することができなかった。 北海道全域の対象者に情報を届けるため、ほくじよき.net構成機関に事務局と同じ熱量で協力を得られるように働きかけ、改善していきたい。 ・全国統一のメンタリング回数では補えないほど、メンタリングやブラッシュアップの需要があった。 地域でのメンタリングについても、やり方や内容の方向性のある程度統一することを提案したい。 ・また事業が進むたびに、各イベントで参加者同士の交流が活発であることが印象的だったため、地域だけではなく、全国の参加者同士、ファイナリスト同士が繋がれるような仕組みをつくることを提案したい。 ・募集時点からエントリー者同士が交流することは、疑問や不安を取り除き、モチベーションを上げるために重要だと感じたので、事務局として働きかけを行っていきたい。
当日の様子	 

(2) 北海道

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

地域事業全体を通じた総括と地域の目指すべき方向性について

方向性①：地域特性をいかす

当初、RED HOKKAIDOのイメージを、活動協会もほくじょき.net構成機関もイメージできなかったため、「対象女性が地域にいるのだろうか」「ユニコーンといった規模のビジネスを支援することができるのか」という疑問を持ったままスタートしてしまった。そのため、構成機関の各地域において事業へのコミットメントの温度差が大きかった。しかし、構成機関に、実際のRED HOKKAIDOビジネス発表会を見ていただいたことで、各じもじょき.netや構成機関のイメージが沸いたようであった。RED HOKKAIDO翌日に開催した地域連絡会議では、「自分たちの地域にはスケールしたい女性はいない、というのは思い込みだった」といった反省のほか、「来年度は自分の地域からも起業家を発掘したい」「じもじょき.netの各地域で予選会やブラッシュアップの仕組みが作れないか」、といった前向きな声があがったことから、今後は各地域の特色に合ったビジネスの創出や、各地域のスタイルでの支援が期待できる。そういった各地域の特性が良い意味で現れるようなスキームを検討していくことが重要であろう。

方向性②：若い女性にフォーカスする

全国においても課題であるという話が出ていたが、北海道においても学生を含む若い世代の女性たちのエントリーが少ないことが反省点であった。先述のとおり、北海道の他の事業においては若い世代も取り込むことができていたにも関わらず、GIRAFFESではそれが難しかったことの分析が必須である。他事業においては、テクノロジーを活用した事業のほか、ダイバーシティやサステナビリティ等の視点のあるソーシャルインパクトを目指す事業において若い世代の女性起業家が多いと感じている。そういった感覚に合ったブランディングとコミュニケーションスタイルを作り上げていくことが課題である。

(2) 北海道

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

目指すべき方向性についてに向けたアクションの提案

方向性①地域特性をいかす

ほくじょき.netのネットワークをいかすのであれば、道内各地でピッチ大会を開催し、そこから有望な女性起業家のプランを各地域でブラッシュアップし、全道大会に選出される、といったスキームも考えられる。十勝で行った地域イベントでは、2人の起業家によるピッチが行われ、ゲストのVCが壁打ちをする、という形式が大変好評であった。

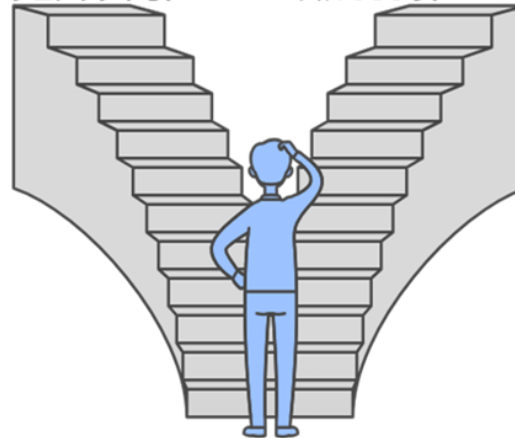
そのように、各地において、講演のような学びの機会と、ミニピッチ大会のような女性起業家発掘&ビジネスプランのブラッシュアップの機会を兼ねることで、全道的にスケールする女性への啓発、発掘、育成が底上げされることが期待できる。

地域特性をいかす

地域イベントとネットワークを通じてALL北海道で、女性起業家を育成し、ビジネスプランをブラッシュアップする。

若い女性にフォーカスする

ニュートラルなブランディングとパワー関係に配慮したコミュニケーションにシフトして、若い女性に受け入れてもらう。



方向性②若い女性にフォーカスする

GIRAFFESの現在のブランドやデザインは、キラキラしたデザイン、「自分をアップデートさせる」といった自己啓発的なメッセージが、子育て世代以降の女性には大変訴求力があるが、若い世代にはもう少しシンプルで機能的なデザインや、社会や世界を変えようといった外向きのメッセージが有効であると思われる。

さらに最も重要なのがコミュニケーションスタイルだと考えている。メンターと起業家とのパワー関係、事務局の中でのパワー関係等が見えてしまうと、女性起業家からの共感をなくしてしまう恐れが大きい。よって、私たち事務局側がパワー関係に敏感になり、具体的には年齢や立場に違いがあっても敬語を用いる等小さなところから行動を見直す必要がある。エクイティ（公平性）研修などを行うことも有効であろう。

東北



enspace

(3) 東北

① 地域ネットワーク構築

地域の女性起業家や支援機関の特徴や、女性起業家支援の現状と課題（前提）

1. 東北における女性起業家の特徴と現状

①成長スピードと事業規模

- ・当面での急成長よりも長期的な事業成長
- ・子育てや家庭の事情により、活動エリアが限定されやすく情報の問題が発生
- ・社会課題を解決する事業が多く、短期的な利益を追求しにくい

②コミュニティへの参加状況

- ・既存の起業家コミュニティへの参加者は少ない
- ・参加しない理由：
 - 活動エリア内にコミュニティが存在しない
 - 金銭的・心理的なハードルが高い
 - コミュニティの存在自体を知らない
- 参加者の主な動機：
 - 相談できる経営者との出会い、
 - 事業に役立つヒントの獲得

③ロールモデルの存在

- ・ロールモデルを求める人、すでに意識している人の割合は同程度
- ・ロールモデルの選び方：
 - 事業展開や生き方 → 先輩世代に近い起業家
 - 家庭との両立の仕方 → 同性の起業家
 - 従業員や経営の悩み → 創業年数の長い起業家

2. 女性起業家支援の現状と課題

①業界の偏りと事業規模の小ささ

- ・女性起業家の多くがサービス業（医療・福祉・美容）に集中
- ・スモールビジネス型が多く、スタートアップ型の起業は少数
- ・スケールアップの方法を知らないケースが多い

②経験・知識の不足

- ・ライフイベントによるキャリアの中断が多く、ビジネス経験が不足
- ・経営に必要な情報へのアクセスが少ない、情報問題が発生
- ・必要なスキルを補う機会が首都圏に比べて少ない

③コミュニティの狭さ

- ・横のつながりが少なく、ロールモデルとの接点が少ない
- ・コミュニティ不参加によるビジネスチャンスの損失が発生

3. 支援者側の現状と課題

①支援者の強化

- ・仙台スタートアップ・エコシステム推進協議会の発足
- ・行政・金融機関・教育機関等の支援者が連携

②スタートアップ支援の選択肢

- ・仙台市ではスタートアップ向け支援が行われる一方、スモールビジネス向け支援と格差が拡大
- ・起業家相談窓口が分離され、スタートアップ企業への支援が優先される傾向

③ベンチャーキャピタル（VC）の不足

- ・東北には独立系VCが1社のみで、資金調達の選択肢が制限される
- ・多くの起業家が資金調達のために首都圏や海外に移動

④女性に対するステレオタイプのある支援

- ・女性起業家に対する「数字に弱い」「保守的」などの偏見が存在
- ・伴走支援プログラムにおける女性の評価率が低い
(TGA（仙台市のスタートアッププログラム）では37社中3社)

⑤女性メンターの不足

- ・事業拡大や資金調達、IPO経験を持つ女性メンターが多数存在するが、メンタリングの機会が限られており、経験の共有が不足

(3) 東北

① 地域ネットワーク構築

ステークホルダーの巻き込みと連携体制の構築（実施内容①）

支援機関について

参加機関獲得のために実施したこと

- (1) 各地域のステークホルダーが運営するコミュニティツールへの参加と投稿
 - ・仙台スタートアップ・エコシステム推進協議会「TOHOKU STARTUP BIOTOP」（仙台/東北全域）
 - ・秋田銀行「くあきぎん」STARTUP Lab コミュニティ×あきた未来塾OB会」（秋田）
 - ・青森県 産業イノベーション推進課「あおもりバリューアップコミュニティ」（青森）
- (2) 仙台市スタートアップエコシステム協議会
 - ・メーリングリストでの案内
 - ・定期会議での案内
- (3) 各地域イベントへの参加
 - ・チラシや案内状の配布
 - ・参加者との後日のオンライン打ち合わせの実施（事業説明）
- (4) メンバー参画機関や、提携先コワーキングスペースへの案内やチラシの設置、積極的関係者の紹介を依頼
 - ・青森県、秋田県、山形県、福島県（※岩手県は奥州市へ設置）
 - ・仙台市「アシスタ」、NTT都市開発「YUINOS」、IMPACT Foundation Japan「INTILAQ東北イノベーションセンター」、株式会社丸山運送「STUDIO 080」等の仙台市内の施設
- (5) 地域連絡会議の実施

■ 第一回 地域連絡会議 51人参加（起業家23人、支援者28人）

- ・GIRAFFES JAPAN以前に、関西に10年続く女性起業家支援があることについても無知の方が多かったため、初回はLED関西を運営してきた井本達也氏にキーノートスピーチを依頼し、岸畑 聖月氏（株式会社With Midwife）をゲストに迎え実施。REDについてや、支援には「参画機関（サポーターなど）」が必要であることも伝えることができた。
- ・カメラをオンにしてのグループディスカッションも、起業家と支援側とを交えて実施。「女性起業家支援はあえて必要なのか？」というテーマのディスカッションにより、支援内容への共感や必要であることへの理解を深めていただいた。

■ 第二回 地域連絡会議 14人参加（支援者14人）

- ・支援者からの密な質問を受け付けるためと、遠方の参加者もいるためハイブリットで開催。
- ・初めて女性起業家支援コミュニティイベントに参加し、そこからREDセミファイナリストになった真田かずみ氏（フリーアナウンサー）をゲストに迎え、REDエントリーまでの経緯や支援を受けての感想を教習した。

今後の課題

- ・繋がり気薄なエリアへの周知（イベントを開催しても現時点では、集客が難しい）
- ・県庁所在地以外の地域への周知（市町村レベルでの協力やモデルケースの発掘協力が不足）
- ・県外からの参画機関との連携（どういふ風に東北の支援に関わるのか、ただ情報収集のための参画で終わらせない関わり）
- ・各エリアごとの支援策のまとめ、支援する起業家の共有（地域それぞれのものを、どこかに集約してほしいとの声がある）

参画機関獲得状況 メンバー25機関 （令和7年2月7日時点）

秋田県	一般社団法人 IMPACT Foundation Japan
宮城県	一般社団法人グロウイングクラウド
仙台市	一般社団法人ワンエムイノベーション
奥州市	一般社団法人 スリーアクト
仙台市雇用労働相談センター	株式会社ハンズオン
株式会社七十七銀行	あおもり創生パートナーズ株式会社
株式会社日本政策金融公庫	スパークル株式会社
株式会社ゆうちょ銀行(東北エリア本部)	株式会社トークネット
青森みちのく銀行	株式会社ツクリエ
公益財団法人仙台市産業振興事業団	株式会社Relic
公益財団法人福島イノベーション・コースト 構想推進機構	Cohh株式会社
中央総合税理士法人 仙台事務所	株式会社ゼロワンブスター
	OWB株式会社

GIRAFFES JAPAN専用の
コミュニケーションツールがある等、
連携機能の追加が必要。

(3) 東北

① 地域ネットワーク構築

ステークホルダーの巻き込みと連携体制の構築（実施内容①）

女性起業家について

(1) 発掘のための取り組み

- ・地域ネットワーク構築イベントの開催

様々な工夫：

イベントタイトルに「女性起業家」と記載する。

（GIRAFFES JAPANの認知度をまず拡大）

モデルケースに身近に感じられるワードを記載する。（子育てなどのライフスタイル等）

セミナーは地域の特性、女性のニーズに合わせた段階的な内容にする。

「まずは起業をしてみたいくなる」→「今より事業を大きくしてみたいくなる」

→「経験を活かしてチャレンジしたくなる」

- ・SNS広告の活用（ストーリー/投稿）・目を惹くデザインの作成

Instagram/facebookの広告を見て参加した方が全体の1割程いた。

広告や投稿を見て参加した方は「参加しやすいような雰囲気やイメージだった」とのご意見も。

- ・継続して過去のイベントに参加した方へメールリストでの案内を実施
（ネットワーキングイベントの案内、REDエントリーの案内）



今後の課題

- ・メールよりも、LINE、Instagram、messenger等のツールの活用を希望する方が多い
- ・ハイブリット開催等、ライフスタイルへの配慮
- ・女性起業家がREDにエントリーしたくなる機会（少人数グループワーク等）
- ・ビジネスアイデアを持った女性の発掘
（事業性よりもアイデア創出の機会づくり）

(2) その成果について

- ・SNSの投稿内容やイベントの告知に広告費
- ・SNSのフォローができない分、ページ全体の告知も定期的実施（今回は1回のみ）
- ・効果的な結果だったため、途中からSNSの広告費を拡大

ボトムアップとトップアップの両軸での支援を強化。
スモール起業の方に向けたアップデート機会を丁寧に行う。

(3) 東北

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

① 当日までの告知・広報活動

・目標設定（誰に向けたイベントか：女性起業家、支援機関、自治体、企業等）

・広報手段

- 1) Instagramとfacebook（新規ユーザーの発掘にはかなり効果的で、全く繋がりのないところからの参加が増えた）
- 2) チラシ（会場となるコワーキングスペース等、起業創業支援にゆかりのある場所への設置が効果あり）
- 3) 案内状 文書ありでの直接的な集客が最も効果的だった（人から人へも伝達しやすい）
- 4) 地域コミュニティツールでの投稿

・効果だった広報（どのメディア・方法が特に集客に繋がったか）

- 4) 地域で運営するコミュニティツールでの投稿が最も効果的だった
 - ・TOHOKU STARTUP BIOTOP（仙台/東北全域）
 - ・〈あきぎん〉STARTUP Lab コミュニティ×あきた未来塾OB会（秋田）
 - ・あおりバリューアップコミュニティ（青森）

・課題と今後の改善策（告知開始時期、目標別広報の強化等）

1) 告知時期

3週間前からの告知は途中から失速が見られた。
早いから良いというわけではなく、他の類似イベントと重ならない日程と、
約2週間前からの告知が効果的。

2) 目標別での広報戦略

スモール起業をしている方等のボトムアップ層との出会いのためにSNSでの告知は効果的だった。
支援機関も膨大な量の案内から選択するため、口コミが最も有効な集客であった。

3) 移動手段がある等の提案 団体バス

他県で開催の場合は、貸切バスでの移動（有料）等、安価での移動手段をつくり、ツアーとして参加するのも検討（参画機関）。
新幹線移動や宿泊で2〜3万円かかってしまうと、移動する方はごく一部となる。

4) メディアへの告知

プレスリリースを出さなかったが、広い周知のため、地域広報誌等のメディアとの連携、折込チラシの設置等、予算をもう少しかけてもよかった。
（PR戦略は外部のプロを導入する）

実施	ターゲット	チラシ 配布	広告リーチ (SNS)	クリック (SNS)	参加者
オンライン	支援者/ 女性起業家	0	-	-	51
福島	支援者/ 女性起業家	120	13829	452	31
青森	支援者/ 女性起業家	120	3226	77	27
宮城	支援者/ 女性起業家	300	11224	1383	38

(3) 東北

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

②当日プログラム

■プログラム構成と工夫した点（講演、パネルディスカッション、ワークショップ等）

1)キックオフイベント：

- ・オンラインだが登壇者は熱量を伝えるため1箇所に集まった配信。
- ・目的は漠然とした理想論ではなく、根拠のある支援コミュニティであることを見せること。
10年の実績がある女性起業家支援DISCOVER MYSELFやLED関西の動画やイメージをしっかりと伝える。
- ・ディベート形式のワークショップで女性起業家と支援者と交えた「女性起業家支援は本当にいるのか」考える機会にした。支援者のみ考えるものではなく、共に考えてアップデートできたと満足度が高かった。（セミナー形式が多いため、支援者向けのワークショップが新鮮だったとご意見をいただいた）
- ・質問感想の収集にMentimeter（メンティメーター）を活用しリアルタイムでのコミュニケーションが取れた。

2)ネットワーキングイベント：

- ・セミナーを地域の特性に合わせた段階的な内容にする。
- ・登壇者となる女性起業家にもGIRAFFES JAPAN事業説明をしっかりと前段で行った。

「まずは起業をしてみたいくなる」→「今より事業を大きくしてみたいくなる」→「経験を活かしてチャレンジしたいくなる」

- ・質問感想の収集はslide（スライド）を活用しリアルタイムでのコミュニケーションが取れた。
- ・投影資料は全て1枚のPDFへ集約したことで、進行上のトラブルを軽減した。
- ・時間帯を平日昼（13:00～16:00）、夕方（16:00～19:00）で開催し、参加率をテスト。
- ・交流会では飲食提供がある場合と、懇親会費をいただき飲食がある状態での参加率や満足度をテスト。

■運営面での工夫（進行管理、会場のレイアウト、オンライン配信の活用等）

- ・途中参加/途中退席がしやすいように、座席の距離感を一定程度空け、手前から座っていただくように誘導。
- ・名札の裏にアンケート用の二次元コードが記載されたカードを入れて回答率をあげる。
- ・オンライン配信時も交流が活発にできるように質問集約ツールを活用。
- ・パネルディスカッションでは、事前に参加予定者からの声や想定質問を10個程用意しておいた。
- ・3回目は参画機関のチラシ配布と支援策紹介1分ピッチを行ったため、交流会では、女性起業家支援に関係のないイベントへの勧誘行為が目立たなくなった。
- ・食事は有料でもあるほうが、手持ち無沙汰で不安になる方が少ない。参加者各自でコミュニケーションが取れたと好評だった。
→食事がない名刺交換では、登壇者に集中してしまうため、繋ぎ役が複数必要になった。

■後も継続すべき点と改善策（継続開催の可能性、コンテンツプログラムのブラッシュアップ等）

ハイブリットやオンライン開催は、参加率は上がるがコミュニケーションやネットワーキングの構築としては不十分。
「イベントに行けばよかった」「次回は参加してみたい」と口コミで広げていくことが重要。
イベントの雰囲気や伝わる質のいい写真が、更に効果的に次回への熱量を高めるために非常に役に立った。

(3) 東北

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

■参加者の反応（アンケート）

1) 満足度の高いコンテンツ

- ・キーノートスピーチ (38件)
- ・トークディスカッション (34件)
- ・質疑応答付きのセッションも好評 (26件)
- ・交流会 (9件)
- ・参画機関からの支援内容紹介 (9件)

特に、キーノートやディスカッションが高く評価されており、次回も類似のプログラムを継続することが推奨される。

2)参加者がイベントから得た主な収穫

- ・女性起業家の事例やお話が参考になった (41件)
- ・女性起業家支援コミュニティ事業「GIRAFFES JAPAN」について知ることができた (25件)
- ・女性起業家のライフワークバランスを知ることができた (10件)

起業家の具体的なエピソードや成功事例の共有が特に支持されているため、実例を取り入れることが効果的であった。

3)希望される開催時間帯

- ・平日 夕方 (16:00-19:00): 26件
- ・平日 日中 (9:00-16:00) : 25件
- ・平日 夜間 (19:00-21:00): 23件

平日の夕方から夜間が最も参加意欲が高い。

土日開催希望は平日に比べると希望者は少ないが、土曜の夕方(16:00-19:00)は一定希望者も見られた。

4)参加意欲・傾向分析

- ・仙台市であれば参加する (31件)
- ・東北であれば参加する (29件)

やはり遠方のためオンラインの希望もある。参加者は地域密着型のイベントを好む傾向があり、特に仙台市が中心地として人気。育児をしながらも参加しやすいオンラインやハイブリッド形式を希望する声もあり、柔軟な形式を検討する余地がある。

(3) 東北

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題



会場にGIRAFFES JAPANへのサイトへの誘導REDへのエントリー誘導等のPOPを設置。後で自身で探してねではなく、直接口説いてすぐにアクセスしていただく。後日エントリーが決まった。



会場自体が、会議室のようなスペースではなくおしゃれなコワーキングスペースを活用。会場レイアウトやデザインに予算をかけずに、女性も男性もラフなスタイルで参加しやすい雰囲気づくりができた。また起業創業未満の方への周知も十分できた。

起業家へ女性起業家支援に関係のない勧誘が交流会で多いとの意見があり、参画機関に紹介時間を設けたことで緩和。参画機関側の希望も同時に叶えることができた。



【飲食には東北らしさを】

綺麗なケータリングではなく郷土料理である芋煮を提供。「同じ窯の飯を食う」1つのコミュニティ意識を醸成するために重要であることが見えた。雑談がしやすいため、鍋を中心に初対面同士で話が弾んでいた。



【コーヒータイムを導入】

東北ドリッパーズというコーヒーを用意し、休憩中に配布。その場で淹れるパフォーマンスだけでなく、香りでカフェのようなリラックスした雰囲気と長丁場のイベントでも疲労感を緩和し、良い雰囲気づくりができた。また非常に効果的で、地域スポンサーからの女性起業家応援ブース等があると良いことがわかった。

男性の支援者や起業家も積極的にお誘いし、男性にも学び多く参加しやすい雰囲気へ。女性起業家支援についての相互での理解が必要であることを伝え、性別問わないアップデートを意識した。

(3) 東北

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

- ・ **(非開催地域も含め) REDについての広報やエントリー者獲得に向けた活動**

ネットワーキングイベントの参加者へ、積極的にREDへのエントリーを促す。

自治体の支援機関等へ情報を送り、女性起業家およびREDエントリー希望者を紹介していただけるよう依頼。

- ・ **その成果について**

エントリー 3人(セミファイナリスト 2人)

- ・内訳：RED TOKYO 2人、RED HOKKAIDO 1人

- ・REDエントリーからセミファイナルにいたるまでの支援（相談やメンタリング等） 1人

- ・ **今後に向けた課題、提案等**

- ・在住の地域から飛び出て、「事業所開設」「事業展開」という見通しがなく、見送った方もいた。

- 東北であれば参加したかったという方が数名いた。

- ・ビジネスプラン発表会に向けたエントリー支援

- ボトムアップ用のワークショップの開催が必要だった。（予算に組み込んでいなかったため開催できず）

- ・ビジネスプラン発表会出場者の声（自分自身に近いレベルで）

- 東北では事例が少ないため、REDエントリー前後や、伴走支援前後での成長も知りたいとの声があった。

(3) 東北

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

総評

「女性起業家を61人、支援者を100人集客できた。参加者を対象に行ったアンケートでは、キーノートやディスカッションが高く評価されるといった結果が出ており、これは当該イベントが地域における女性起業家の掘起こしという観点で効果を発揮したと考えられる。起業家の具体的なエピソードや成功事例の共有が特に支持されているため、成功だけでなく苦労等のエピソードが共感も得られ、実例を取り入れることが効果的であった。

その上で課題としては、実際にビジネスプラン発表会への参加は後ろ向きであることと、東北6県でも支援体制のリソースの差が見られたこと。解決の方向性としては、全てのエリアに同じだけの熱量と情報の量を届けることだと考える。また、起業家からは、以下のとおり過去に地元の支援プログラムやセミナーへ参加した際のネガティブな印象があり、経済産業省の主催ということやenspaceの支援者が女性だったことで参加を決めたとの声があった。」

【別のイベントに対する女性起業家からの実際の声/ネガティブ事例】

- ・別の女性起業家支援プログラムで、最終発表会でのドレスアップやハイヒールでの登壇の強要があった。
- ・ビジネスアイデアの社会性は認められても、事業性についてのアイデアがなく足りないと言われた。
- ・地域のためならば、NPO法人や一般社団での法人化やボランティアを勧められた。
- ・会費制の宗教的なビジネスセミナーへの勧誘が怖くなった。

■ 東北地域特有の背景と本事業の意義

東北地方は人口減少や若年層の都市部が流出があり、特に女性の働き方においては雇用の選択肢が制限されるという課題がある。

その中で「起業」をキャリアの選択肢とすることは、地域の活性化にも繋がる重要な取り組みである。

本事業では、以下の東北ならではの課題に着目し、女性起業家支援を進めた。

① 女性の起業意欲はあるが、具体的な一歩を踏み出すのは難しい

- ・東北では、「周囲に女性起業家のロールモデルが少ない」ことが、起業のハードルを上げている。

→青森では、先輩起業家の近藤洋子さんの「アイデアを発信しなければ否定はされないけれど、肯定もされない」に気づきを得て、アイデアから事業として考えてみる勇気を得た方がいた。（REDヘントリー）

→福島では、小林味愛さん（株式会社陽と人）の話を聞き、「社会性」や「ゼブラ起業」等の難しい言葉も、実際は自分のことから始めたとの話から、起業への心理的ハードルは下げつつ、高い志を持てた方がいた。

② 地域ごとの支援体制やリソースにばらつきがある

- ・東北は広範囲であるため、都市部（仙台等）と地方とで、支援の充実度に差があることがわかった。
- ・一方で起業家支援に関する自治体の補助金等のリソースは充分にある。認知されず利用されていない現状がわかった。
- ・県や少数の枠を超えた支援体制の構築が不可欠。

③ 地域特有の産業に注目した起業が多い

- ・「片付け」「ネイル」「話し方」「ライター」「採用コンサル」等、自分のスキルを活かしたビジネスモデルが多い。

→差別化できるアイデアと事業成長するために何が必要か、3～5年の事業計画を立てる等、ボトムアップをしていくことで、ユニークなアイデアのきっかけになるかも。

実施	ターゲット	起業家	支援者	参加者
オンライン	支援者/女性起業家	23	28	51
福島	支援者/女性起業家	12	19	31
青森	支援者/女性起業家	10	17	27
宮城	支援者/女性起業家	16	22	38
宮城 オンライン	支援者	-	14	38

(3) 東北

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

福島県 福島市

GIRAFFES JAPAN TOHOKU

**女性起業家
× ゼブラ企業**

～社会性と経済性を両立、ジブンらしく起業する～

9/6 (Fri)
13:00 - 16:00
@Fukushima-BASE

株式会社ゼブラ企業 代表取締役 小林 味愛氏

福島県南相馬市に拠点を置く「株式会社 鶴と人 (Toriとひと)」の代表の小林さん。二児の母であり、いまは母である。売上・利益の最大化をしながらも、社会課題の解決を事業の目的とする「新しい事業のカタチ」という信念、「ゼブラ企業」を創業してきています。県内と県外との二拠点展開をしながら、事業の発展を促げる積極的な姿勢に学ぶところ。都市に居ても働く女性の生きやすさや向上に繋がり込んでいる小林さんをお話します。『起業に必要なのはストーリー(やり方)ではなく経験について』をお話しいたします。



ゼブラ企業は目指すものではなく宣言すれば誰でもなれます。最少から世界課題を解決する事業ではなくとも、地域の誰かを救う事業はいつか世界のためになる。私はモデルケースではなく、今も目の前のステークホルダーを大切にしている。(小林味愛氏・株式会社ゼブラ企業)

宮城県 仙台市

GIRAFFES JAPAN TOHOKU

経験が生む新しいビジネス

～女性起業家とミライをアップデートしよう～

11/29 (Fri)
16:00 - 20:00
enspace

橋本 真里子氏

President of RECEPTIONIST




起業という選択肢を得たことで運命が変わった。自分が変わると人の運命も変わり、世界も変わる。経営者でい続けられる人はポジティブに変化を受け入れられる人。経験した苦労をポジティブに解決したい想いで事業が生まれた。それは性別も年齢も関係なくできることだと思う。(橋本真里子氏・株式会社RECEPTIONIST)

青森県 青森市

GIRAFFES JAPAN TOHOKU

**女性起業家がつくる
地域のミライ**

～ジブンと人を幸せにする起業とは～

9/27 (Fri)
16:00 - 19:00
STARTUP CENTER

キーノートスピーチ | 近藤 洋子氏

日本女子大学 学長
(一社)日本女性起業家支援協会 代表理事

Yoko Kondo

President of Japan Mama Entrepreneurs Association



起業は自分らしく生きていける選択肢です。最初は自分の幸せの範囲で良い。まずは小さな形でスタートして、フィードバックをうけ、事業を育てていきましょう。そして弱みをみせ、周囲や家族に助けてもらい、しっかりと感謝していきましょう。(近藤洋子氏・合同会社miraiGOALS)

宮城県 仙台市

GIRAFFES JAPAN TOHOKU

経験が生む新しいビジネス

～女性起業家とミライをアップデートしよう～

11/29 (Fri)
16:00 - 20:00
enspace

橋本 真里子氏

President of RECEPTIONIST




自分が見えている世界だけでは選択肢が狭くなる。今はオンラインで自分も想像していなかった広い世界に繋がっている。例えばコワーキングスペースにいと、本気の起業家に会うことができた。学生だから女性だからではなく対等で接してくれる大人もいて、自分も起業できると安心できた。(小松田乃維氏・株式会社Raccot)

関東



P A S O N A

(4) 関東

① 地域ネットワーク構築

・地域の女性起業家や支援機関の特徴や、女性起業家支援の現状と課題（前提）

関東経済産業局の管轄地域は、広域関東圏1都10県という広域なエリアで、人口規模やビジネスの機会のみならず、アクセラレーションプログラムやVC等の支援者数においても、東京とその他の都市においての格差がある。他方で、地域の特徴を持った支援プログラムがある県もある。

女性起業家を取り巻く環境においても、成長志向の女性起業家の多様なロールモデルやアクセラレーションプログラム等の支援を受けられる機会が東京に集中しており、東京では数多くの女性起業家の事業成長を応援するための海外派遣やVCとのマッチング機会等が存在する。一方で、その他の県においては、起業家支援やスタートアップを支援する動きはあるものの、女性起業家の成長支援に特化したプログラムはまだ少なく、様々な成長機会や事業成長を志す多様な女性起業家のロールモデルとの出会い、支援者と繋がる機会がないのが現状である。

・地域における様々なステークホルダーの巻き込みと連絡体制の構築（実施内容①）

●地域において実施した参画機関獲得のための活動

関東経済産業局との情報連携のもと、自治体や支援機関をリストアップし告知・営業活動を実施した。8月から実施したイベントへの参加勧誘と合わせ、まずは事業の存在・内容を知ってもらうところからの活動となった。

地域ネットワークイベントは実施4回（東京2回・静岡・新潟）、地域連絡会議は2回（1回目は東京ネットワークイベント前、2回目はRED TOKYOのなかで設定）を実施。イベントは全てハイブリッドにて延べ250人が参加。静岡・新潟のイベント実施においては、地元の支援機関との連携による集客が功を奏し、起業家・支援機関とも予想以上の参加となった。いずれの回からもREDエントリー者が生まれた。

一方で、イベントを実施しなかった県のネットワーク化はあまり進めることができなかった。



令和6年8月2日 東京キックオフイベント



令和6年9月10日 新潟イベント

(4) 関東

① 地域ネットワーク構築

・当該地域内における都道府県や市町村を越えての広範囲のネットワーク拡大（実施内容②）

関東1都10県という広範囲でのネットワーク拡大を目指し、メールを中心とした活動を行ったものの、当初は知名度の低さもあり反応は鈍かった。事業後半に対面営業を開始したことでようやく反応を得られたが、東京以外の各県への浸透は十分とは言えなかった。

●参画機関獲得について

・サポーター32、パートナー15、メンバー8、計55機関を獲得し、RED後も増加中。特にスタートアップを支援する部署を持つ一般企業からの参画が目立ったのが特徴。

500件以上のリスト営業を実施、関東経済産業局からの紹介や、大阪産業局をはじめとした他地域からの紹介等のご協力も有効であった。更に関連する他事業のイベント等にも参加・登壇し、事業の告知を進める等の活動により目標の30を超えるサポーターをはじめ、多くの参画機関を獲得した。11月末に実施した参画機関向けオンライン説明会から参画に繋がったケースもあった。

これらの機関の中には地域を超えて複数地域に参画する機関も多く、全国のネットワークの強化・底上げに繋がった他、各地のREDの成功にも寄与できた。また、今年度は参画に至らなかったものの、RED本番に参加したことで次年度の参画を検討している機関も多く、ネットワークの強化が期待できる状況である。

* 参画機関のうち、サポーター32機関の内訳は以下のとおり

一般企業	14	支援型組織	7
金融・VC	9	メディア	2

関東サポーター32機関（公式HPより）



(4) 関東

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

・地域において実施したイベント全体の結果のまとめ

・全てハイブリッドで実施したが、半数以上は対面での参加となった。また、参加者属性では起業家側人員が6割を超える結果となっており、地域のネットワークイベントの実施が女性起業家の発掘に繋がった。

イベント名	【関東】RED TOKYO キックオフカンファレンス～新しい時代のTHE SESSION～				
開催場所	渋谷QWS	開催日	2024年8月2日 (金)	実施時間	17:30～20:30
参加者 (対面)	41人	参加者 (オンライン)	41人	参加者 (合計)	82人
参加者属性	起業家側人数		54人	支援側人数	28人

イベント名	【関東】やりたいことを形に！新しいビジネスを生み出した起業ストーリー				
開催場所	静岡SHIP	開催日	2024年9月2日 (月)	実施時間	18:00～20:30
参加者 (対面)	17人	参加者 (オンライン)	23人	参加者 (合計)	40人
参加者属性	起業家側人数		22人	支援側人数	18人

イベント名	【関東】ビジネスアイデアをブラッシュアップして、成長できる事業に！				
開催場所	新潟 NIINO	開催日	2024年9月10日 (火)	実施時間	17:30～20:00
参加者 (対面)	28人	参加者 (オンライン)	15人	参加者 (合計)	43人
参加者属性	起業家側人数		23人	支援側人数	20人

イベント名	【関東】”起業”という選択肢がもたらす人生の豊かさとは				
開催場所	東京TIB (有楽町)	開催日	2024年9月19日 (木)	実施時間	14:00～16:00
参加者 (対面)	52人	参加者 (オンライン)	25人	参加者 (合計)	77人
参加者属性	起業家側人数		43人	支援側人数	34人

イベント合計					
参加者 (対面)	138人	参加者 (オンライン)	104人	参加者 (合計)	242人
参加者属性	起業家側人数		142人	支援側人数	100人

(4) 関東

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

・イベント実施において工夫・留意したこと

＜日程・場所の設定と地元支援機関＞

東京以外でのイベント開催場所については、回数が限られることもあり、関東経済産業局との議論の上で敢えて東京からの距離がある場所を候補としたうえで、地域の支援機関の連携が見込まれる静岡と新潟とした。

この地元支援機関との連携の効果は非常に大きく、他の支援機関や女性起業家の参加にも繋がった。地方開催であっても必ず下見や打ち合わせの機会を対面で設けることが重要であった。設定日時は平日の午後遅くから夕刻とした。東京の2回目は午後早い時間であったが、やや集客には苦戦をした。内容にもよるがやはり夕刻以降のほうが特に女性起業家は参加しやすい傾向が見られた。

＜イベントプログラムと登壇者の選定＞

地域イベントにおいては、地元の先輩起業家を中心に登壇者を選定し、更に東京や大阪で大きな成果を上げている起業家と組み合わせることで様々な段階にいる女性起業家にとって意味のあるトーク内容になるよう工夫した。

東京の2回目は、更に支援側の登壇者も加え参画機関の視点の掘り下げも行った。アンケートを取ると身近な事例の評価が高くなる傾向にあるが、登壇者の属性が偏らないことも、事業の趣旨からすると重要と考えた。

＜告知と参加者募集について＞

最も効果的だったのは、地域の支援機関、開催場所の関係者からの告知であったが、関東経済産業局やその他の参画機関からのメルマガやイベント時の広報活動も多くの参加につながった。SNSについては、Instagramの反応が目立っており、この事業には最も親和性が高いことを感じた。

＜連絡体制の構築＞

参加者に対するアンケートの実施や、メールによる継続的なREDの告知等を行い、一定の効果はあったが、参加者同士のネットワーク等にはシステム上からも踏み込めておらず課題であると感じている。



Facebookによる告知



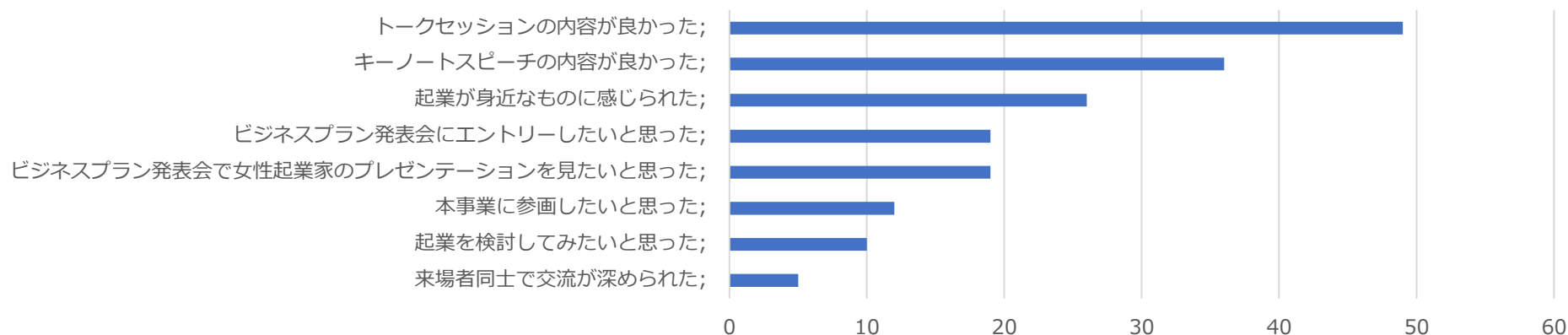
令和6年9月2日 静岡イベント

(4) 関東

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

・イベントのアンケート結果と分析、それを踏まえて今後も継続すべき点や課題

本イベントの感想について、当てはまるものをお選びください【複数選択可】



具体的体験に基づくスピーチ・トークセッションの評価が総じて高く、そこから起業への意欲に繋がったり、事業への参画の検討に繋がる声も聞こえたりする等、イベントの設定方については効果的であったと言える。

一方で資料や投影の手法等をより分かりやすくすることや、参加者同士の交流促進等、運営上の工夫については課題として捉えたい。

＜アンケートから抜粋＞

● 肯定的な意見

- ・起業に至った話、課題や解決に向けての意識の持ち方など、本人のリアルな話が聴けたことです。
- ・会場で話を聞いて、会場の空気感（皆で同じ気持ちになっていく感じが感じられた）は貴重だと感じたし、様々な立場の起業家女性の話を聞いて刺激を受けた。SHIBUYA QWSの施設にも興味を持った。
- ・登壇者3人の起業に至った経緯や道のりが三者三様で面白かった。女性起業家の可能性にワクワクしました。
- ・関係者や登壇者が多い、もっと参加者同志で話したりしやすい雰囲気があった方がよい。
- ・起業家のお話はもちろん、支援をしている側の話も伺えて興味深かったです。

(4) 関東

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

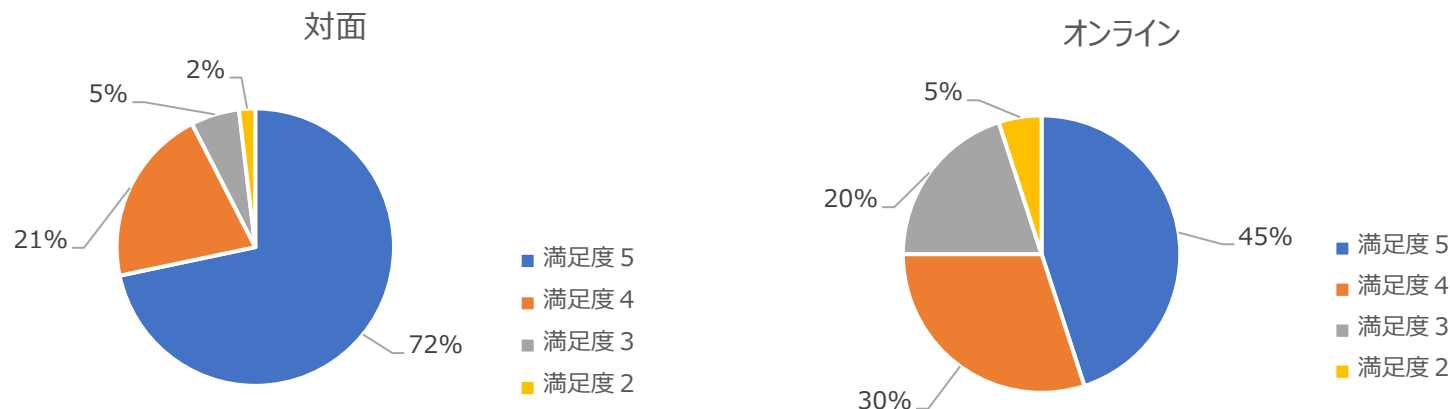
(前ページ続き)

＜アンケートから抜粋＞

●課題を指摘する意見

- ・キーノートスピーチ、トークセッションともに面白かったが、もう少し突っ込んだ話を聞いてみたいと思った。
- ・イベントに参加し、起業するハードルが下がったが、一方で、起業時に苦労した点をもっと聞きたかった。オンラインで参加したが、資料より現場の説明を聞くほうが伝わるので、事務局の説明時以外のキーノートスピーチとトークセッションは、現場のライブをメイン画面で写しても良かったのではと思います。
- ・パネルディスカッション等の時、後ろの文字が見にくかったので、文字の位置をもう少し上にしたほうが見やすかったです。

「対面とオンラインではイベント参加満足度に大きな差がついている」



今年度は間口を広げる意味もあり、全てのイベントをハイブリッドの形で実施したが、アンケート結果を見ても、同一イベントでの比較でも、対面参加の満足度は非常に高く、現地での交流を含めて参加満足度に大きな違いが出ることを示している。

対面を重視して事業を運営していく方向性は堅持すべきだが、そのためにはイベントの早めの告知が不可欠である。今年度の反省点でもある早期のスケジュール化、年間計画の中でREDエントリーとも連動してイベントを設定していくことが、今後の課題であると言える。

(4) 関東

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

RED募集から本番に至るまでの活動状況

- ・募集開始から広報の時間が少なかったこともあり、想定していたものの、締切りギリギリにエントリーする方が多く、また総数も伸び悩んでいた。全国統一で当初の締切日から3週間の延長を行い告知を進めた結果、東京においては最終ダウンロード143人、実提出で85人となった。エントリーシートダウンロード者には定期的にメールを送付し、不明点や相談事の返信を受け、オンライン面談も含めた対応を行った。
- ・セミファイナリスト30人の選出後は、全国メンタリングを補完する形で、個別相談やメンタリングを実施（いずれもオンライン）し、ブラッシュアップやエントリーシート修正相談等の支援を行った。
- ・セミファイナリスト審査会に至るまでに、2人の辞退者が発生。1人は事業多忙によるもの、もう1人は前向きな事由（事業内容の転換）によるもの。また、アプローチの見直し等でエントリーシートの改定を行ったり、プレゼンの内容の変更を行ったりする方も数多くいた。
- ・ファイナリスト10人に絞られた後も、継続的に連絡を取り、ブラッシュアップを実施したが、年末年始を挟む限られた時間の中でスケジュール的に厳しい面も感じた。



令和6年12月9日 セミファイナリストプレゼン審査会



(4) 関東

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

RED TOKYO本番の状況（概要）

- ・令和7年1月22日（水）14:00～17:30 東京・有楽町
TOKYO INNIVATION BASE（TIB）ステージにて開催
- ・参加205人 うち支援者側154人 起業家側51人
- ・ファイナリスト10人のうち1人が、海外よりオンラインでの発表となった。
- ・全体にビジネスプランのブラッシュアップが進み内容の濃い発表が続いた。
サポーター賞も一人平均8社程度授与された。
- ・東京で開催された他のイベント登壇の経験のあるファイナリストもいたことから、全体に安定感のある発表会となった。
- ・参画機関だけでも70人近くが来場し、会場もほぼ満席。
オープンな会場だったことで、他のイベント来場者も足を止めて聞く姿もあった。

RED東京 参加者

	支援者	起業家
サポーター	56	
パートナー・メンバー	12	
経産省関連	13	
自治体（一般）	7	
企業・団体・個人（一般）	60	36
プレス	6	
ファイナリスト		10
セミファイナリスト		5
属性合計	154	51
合計		205



令和7年1月22日 RED TOKYO 本番

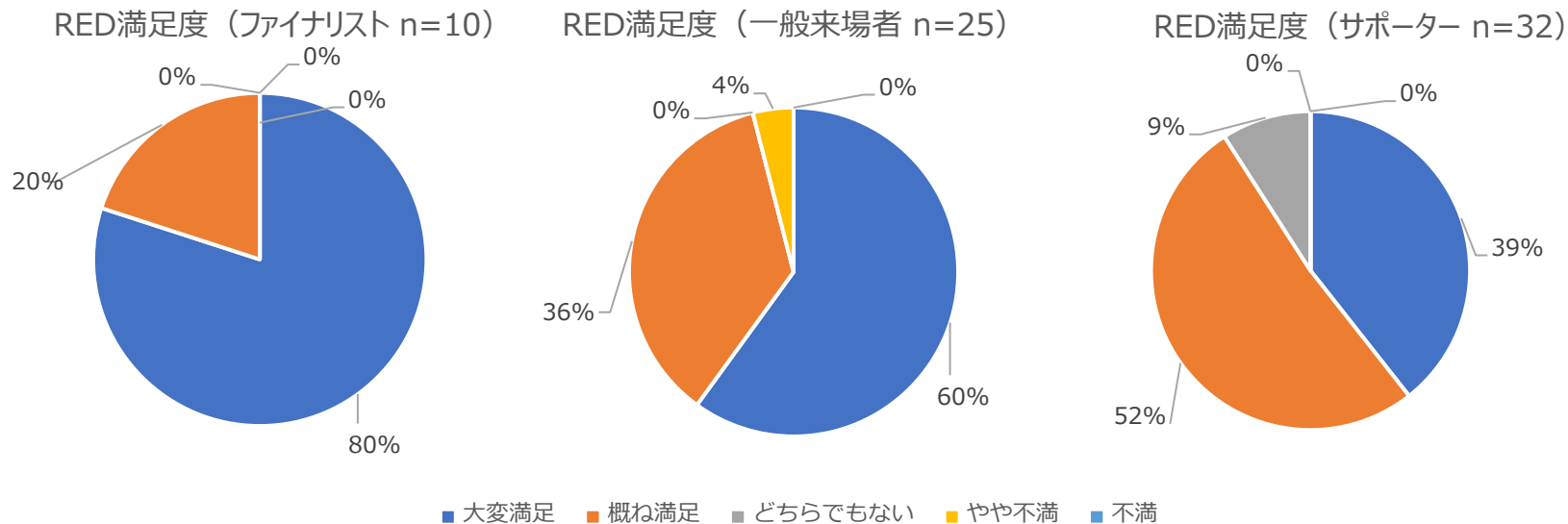
(4) 関東

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

RED TOKYO本番の状況（アンケートから）

●RED本番の満足度について、ファイナリスト・一般来場者・サポーターの属性それぞれにて集計を行った。

- ・ファイナリストは大変満足が80%、残りが概ね満足で、セミファイナル・ファイナルそれぞれの会場や運営にも感謝の声が多かった。一般来場者の中にやや不満の回答があったが、自由記入欄等を確認する限りチェック間違いの可能性もあると分析できた。ファイナリストに次ぐ満足度であったといえる。
- ・サポーターも大変満足の割合こそ少ないものの概ね満足との回答が大半であった。
- ・サポーターは日頃から様々なピッチイベントに参加している方も多く、そこでの比較の観点で、順位を決めないというコンセプトに共感いただいた回答が多かった。
- ・サポーター、一般参加者双方からプレゼンのレベルと熱量を評価する声が聞かれた。少数ではあるが、ビジネスプランそのもの、マネタイズや資金計画等についての発表割合が少なく感じたとの意見が散見された。この辺りは今後メンタリングや当日の運営面で工夫する余地があると考えられる。



(4) 関東

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組



令和7年1月22日 RED TOKYO 本番



REDについて来年以降も継続すべき点と課題・提案等

結果的には約200人の参加、32社のサポーターのもと、イベントとしては成功となったが、初年度でもあり告知の遅れがあった。

また、REDエントリー数の確保については、エントリーシートのダウンロードのみにとどまらず実際の応募を促進する支援活動の必要性を感じた。

次年度以降は一定のネットワークが確保された中で実施できるので、早めの始動でこれらの課題を解決できると感じる。

事業や起業家の本質を問うようなメンタリングは、本事業の最大の特徴である一方で、次年度以降は、今年度のファイナリストを含め、支援・連携体制を更に増強していくことも検討していくべき。

また、応募締切は遅くとも10月前半、セミファイナルは11月位の無理のない設定とし、RED本番は曜日を含め、再度検討すべきではないかと感じる。実施会場として、今年度はセミファイナリストのプレゼン審査会、RED本番ともに立地や周辺環境を含めて概ね好評で問題はなかったと認識している。ただし次年度以降RED TOKYOの規模が拡大していくことを考えると、ファイナル会場が手狭になる可能性もあり、その場合新たな会場の検討も必要となる。

(4) 関東

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

・地域事業全体を通じた総括と地域の目指すべき方向性について

成果については、前項までに延べてきたので、この項では課題とその解決の方向性について記載する。

①スケジュールの課題

初年度であったこともあり、計画の策定から始動するまでに時間を要してしまった。

キックオフイベントの実施は8月2日であり、REDエントリー開始の直前という時期であった。ここから当初のREDエントリー締切であった10月6日を念頭に短期間に4つのイベントを実施したことで、イベント一つ一つに対する準備と深堀が甘くなった。また、そもそものイベント告知が1か月を切った段階から始まったこと等により、特に集客については苦戦することとなった。

対策としては、年間を通じてのスケジュール化による事業推進を行い、一過性イベントに陥らない取り組みとすることである。

また、平日日中開催の場合の集客に特に苦戦したことから、曜日や時間の設定についても起業家側、参画機関側双方のバランスを考慮しつつ、イベントの特性によって柔軟に検討していく必要があると感じた。

②ネットワーク構築活動における課題

関東経済産業局との連携のもと、500件を超えるリストアップを行いアプローチを行ってきたが、メールでのアプローチが中心であり、一定の成果は上げたものの、地域のポテンシャルからすると十分とは言えなかった。メールからのアプローチも柱の一つではあるが、現地に赴く対面営業や、関連イベントへの参加・登壇等をさらに強化し、強い結びつきを構築することも必要であると感じる。

また、事業後半においては、参画機関からの口コミや他地域の代表機関から紹介していただいた参画機関獲得の例も多くあり、参画機関を巻き込んだコミュニティづくりの重要性も感じている。

SNSもしくはその他ツールを使っての一斉連絡の仕組み等もあると、ネットワーク構築を進めやすくなると感じている。

(4) 関東

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

・地域事業全体を通じた総括と地域の目指すべき方向性について

③REDエントリー者に対する支援の課題

REDエントリーシートダウンロードから実際のエントリーに至る割合は約60%であった。

ダウンロード者には定期的にメールを送って、相談の受付を実施したものの、更に具体的かつ積極的な支援を行うことで、エントリー率の向上を図る必要があると考える。

セミファイナリスト選出後の支援についても同様であり、他地域と比較して個々人に対するブラッシュアップの機会の提供は十分ではなかった。これらを改善するためには、代表機関担当者のスキルアップと全国事務局からの支援が不可欠である。

両面について継続性の観点も踏まえ対策をとっていく必要がある。

④広報活動における課題

事業公式SNSとしては、FacebookとInstagramを中心に活動を行った。

この2つは明確に利用者の層が分かれており、事業として巻き込みたい層においてはInstagramのDMへ反応が多かったことから、Instagramが有効であった。

当初は関連団体とSNSを相互フォローをすることで、情報共有を進めることを想定していたが、委託事業における規約によりこれが実施できず、告知とダイレクトメッセージによるやりとりでの活動となった。参画いただいた機関は、前頁②番でも触れたネットワークの仕組みにより、相互の連携が可能となるとしても、そこに至る前の連絡手段としてSNSの重要性は今後も変わらないと考える。

今後この規約の中で可能な方法を更に追及していきたい。

また総じて、イベント等に向けてのメルマガやチラシなどの完成が遅れたことも、告知の幅を拡げられなかった課題としてあげておく。

(4) 関東

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

・地域事業全体を通じた総括と地域の目指すべき方向性について

最後に、RED東京へのエントリー結果から地域への浸透状況を見ていきたい。関東地域1都10県からのエントリー実績が右図のとおりである。

人口規模の大きな1都3県が上位に来ることは当然であるが、イベントを開催した新潟と静岡がそのあとに続く形となっており、イベントの開催とそれに付随した活動が、地域でのネットワーク構築と女性起業家の掘り起こしに繋がっていることが結果にも表れている。

域内全県でのイベント開催は今年度事業の中では不可能であったが、例えば現地に出向いて、地域の自治体や支援団体との対面打合せ等を行えば、もう少し幅広い地域のネットワーク構築ができた可能性はある。

前項イベントアンケートの結果でもわかるように、事業趣旨を正確に説明する必要のある事業開始直後のイベントにおいては、対面の場の重要性は明らかであり、今後の地域ネットワーク構築において、まずここを重視して取り組むべきである。

また、参画機関の広範囲にわたる呼びかけ活動からエントリーにつながった例もあり、代表機関単独ではなく、参画機関も巻き込んだ広報活用の重要性も認識できた。

サイトやSNSでの広報活動も強化しつつ、参画機関も含めた対面での地道な活動とを両輪として、REDエントリースケジュールとも連携した形で実施する事業活動こそが、強固なネットワーク構築と、女性起業家発掘に繋がるもの考える。

REDエントリーシート都県別一覧

エントリー/DL セミファイ/エントリー

都道府県	DL	エントリー	セミファイナル	ファイナル	提出率	選出率
東京	61	37	17	6	60.7%	45.9%
埼玉	20	10	2		50.0%	20.0%
千葉	15	9	1		60.0%	11.1%
神奈川	13	7	2		53.8%	28.6%
新潟	6	4	1		66.7%	25.0%
静岡	5	3	2	2	60.0%	66.7%
群馬	4	3	2		75.0%	66.7%
山梨	2	1	0		50.0%	0.0%
栃木	2	1	1	1	50.0%	100.0%
茨城	0					
長野	0					
総計	128	75	28		58.6%	37.3%

中部



(5) 中部

① 地域ネットワーク構築

・地域の女性起業家や支援機関の特徴や、女性起業家支援の現状と課題（前提）

中部地域は製造業を中心に発展してきた地域で、高品質な自動車、部品等を大量で安定的に生産、供給するために、働き方は均一的で、出産育児と両立して働き続けることが難しい地域であった。その結果、一部地域を除けば、家計を支えるのは男性、家事育児を担うのは女性という構図が今でも根強く残る地域で、現在の40-50代の女性はその固定概念（バイアス）の中で子育てと仕事の両立に限界を感じキャリアブランクを生じている。起業を目指す女性においてもその固定観念は顕著で、仮に起業を志しても、家事も育児も完璧にこなした上で、扶養範囲内で起業するケースが多く見られる。

また、いざ起業しようとして支援機関を訪れても、本人の思いやプランではなく夫の職業を聞かれるケースがある等、当地域の女性起業家の事業成長を阻んでいる要因が未だに数多く存在する。

一方で、女性起業家、起業したい女性のスキルと自信が乏しいという課題もある。背景には前述の固定概念（バイアス）の強さから、女性がこの地域で就職をする際に、大手自動車メーカー等の「一般職」、金融機関の「一般職」、または、優良企業の一般事務、手に職をつけるならば、看護師、保育士という職業を勧められ、職業選択をしてきているケースも多く、いざ起業する局面で自信がなく、高い目標を掲げることができない現状がある。もしくは、総合職で就職をし、能力を発揮していたとしても、出産を機に画一的な男性社会の中で働き続ける困難に直面し、退職、キャリアブランクを数年重ねるうちに自信を喪失しているケースも多く存在する。

・地域における様々なステークホルダーの巻き込みと連絡体制の構築（実施内容①）

中部経済産業局を中心に、これまでの事業で関わりのある中部地域の支援機関へアプローチし、賛同を得られた機関を中心に第1回地域連絡会議を実施。会議へ出席した機関を中心としながら、更に多くの自治体や地域の支援機関へ地域イベント等への参加を呼びかけ、イベントにて事業の趣旨や支援の必要性の理解を得ながら参画機関を募っていった。

また、当社も支援機関が実施するイベントへの参加や、地域の製造業、新規事業に取り組む事業会社の担当者へのアプローチを実施した。

連絡体制においては、参画申込機関の名簿を都度作成し、一斉メール送信で情報が行きわたるよう整備した。自治体や企業へアプローチする際には、横並びではなく、事業の趣旨の理解と賛同を得らえることを第一とし、思いを共有できるメンバーを増やしていくことが、「面」で支援していくための支援体制づくりには欠かせない要素であることを中部経済産業局と相互に認識して活動することができた。

数多くアプローチができなかった課題を残すも、今年度の実績をもとに今後更なる支援体制拡充を目指す。また現状では参画機関が愛知に偏っている傾向があり、岐阜、三重、石川、富山のサポーター機関との連携を強め、イベント開催やネットワーク形成を広げる動きを加速していく。



RED CHUBU当日に行った、地域連絡会議の様子。サポーター、パートナー22社 35人が参加

(5) 中部

① 地域ネットワーク構築

● 支援機関について

・地域において実施した参画機関獲得のための活動

中部経済産業局との連携のもと、地域の金融機関・企業への声掛けを実施し、地域イベントへの参加案内や個別説明等を行った。アプローチ先は、事業の趣旨に賛同し、Giveファーストの精神で関わることが期待できる企業・団体を選定。他地域からの紹介もあり、様々な業種・業態の機関から参画申込を獲得。

今年度は参画見送りとなった企業に関しても、ビジネスプラン発表会本番へ出席する等、来年度に繋がる動きができた。

・参画機関獲得状況

サポーター：20 パートナー：10 メンバー：2 合計32機関

・今後に向けた課題、提案など

※前提を踏まえ、その地域のステークホルダーとしてどのような機関・団体を認識していて、それらを巻き込むために何を行ったのかという観点も含む。

今年度、参画機関獲得に向けた活動が十分に実施できなかったことへの反省点を踏まえ、今後以下の機関へのアプローチを検討。

・教育機関、製造業、StationAI入居企業等。

【効果的なネットワーク構築のために今後実施できると良いと思うこと】

・支援機関間の連携を深め、役割分担を明確化（支援機関ごとの強みを活かした支援）。

・岐阜、三重、石川、富山といった他県の支援機関との繋がりを強化。

・女性起業家の成功事例を積極的に発信し、支援の価値を広める。

・支援機関によるメンタリング・フォローアップの仕組みを整えると同時に、メンタリング研修の提供を通じ、質の向上を図る。

● 女性起業家について

・女性起業家発掘のために実施したこと、方針について

愛知県内は当社が関わる行政主催の女性起業家支援プログラムやコミュニティでPR、他地域においては支援機関様を通して周知いただけた。

愛知以外の地域（三重、岐阜、石川、富山）については、各地域の女性起業家支援機関と連携を行い、ワークショップ型のイベントを通して、「興味はあるけれど自信がない」といった女性たちの「やりたい」気持ちを掘り起こしてきた。各イベントにおいては、一歩先行く先輩起業家に出会うことで、「自分もやってみたい」「できるかもしれない」という思いを持ち、エントリーシート提出という一歩につなげる活動を行った。

・その成果について：エントリー87 エントリーシート提出53の実績に繋がった。

・今後に向けた課題、提案等

今年度は愛知県主催「ヒトハナ」との共催イベントを愛知で開催したが、各地域で開催している行政主催の女性起業家支援プログラムとも連携を取っていく試みもしたい。

(5) 中部

① 地域ネットワーク構築

・当該地域内における都道府県や市町村を越えての広範囲のネットワーク拡大（実施内容②）

※地域経済産業局との連携の観点も含む

中部経済産業局のこれまでの事業で関わりのある、三重、岐阜、石川、富山の支援機関へ直接メール等でアプローチしていただいた。また、当社からも三重や岐阜でのネットワークイベントや、支援機関が実施するイベントへ参加する等を通して、支援機関の広域でのネットワーク拡大に努めた。製造業様へのアプローチは、新規事業に取り組む事業会社の担当者へアプローチしてきた。

・事業で構築できたネットワークについて（結果）

中部経済産業局さんと連携して動いたことによって関わりを持っていただくことになった参画機関は以下のとおり。趣旨の理解賛同が得られ、地域連絡会議や懇親会へ前向きに参加いただけた。

【サポーター、パートナーとして参画に至った支援機関】

（三重）三重県女性起業家コミュニティ【wiz:】 （岐阜）大垣共立銀行、NOBUNAGAキャピタルビレッジ
（愛知）ホンダロジコム、OpenInnovationBiotope Cue、武蔵精密工業、学び舎mom、
じよさんしGLOBAL inc、刈谷市、春日井商工会議所女性会

【サポーター、パートナーとして参画には至らなかったが、ネットワークイベントやRED CHUBUに足を運んでくれ、関心を寄せてくれた機関数】

自治体2、金融1、VC1、教育機関1、一般企業等7

・今後の引き続き取組・検討が必要な点（結果を踏まえて今後にかす点）

大きな組織で、他社がやっていないとなると、時間がかかるケースも多い。キーマンを探しながらアプローチを続けていきたい。特に、中部地域で女性起業家をサポートすることで中長期的な社会貢献となり企業価値が高まるという考えを持って関わっていただける事業会社の探索を続けていきたい。また教育機関の巻き込みに力を入れ、学生のRED CHUBU参加を促していきたい。

(5) 中部

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

＜実施ネットワークイベント＞

三重を皮切りに岐阜・愛知・オンラインでの富山、石川でのイベントを実施した。（計4回）

イベント名	Spiral Up三重	Spiral Up岐阜 (ハイブリッド)	Spiral Up愛知	富山石川 オンライン交流会
開催日	2024/8/1	2024/8/30	2025/9/11	2025/9/19
参加人数 (起業家)	23人(17人)	33人(28人)	64人(51人)	8人
開催場所	四日市商工会議所	OKB SCLAMB	なごのキャンパス	オンライン

＜地域において実施したイベント全体の結果のまとめ＞

【イベント実施において工夫・留意したこと】

●告知・広報活動について●

広報は公式SNSを立ち上げての投稿及び広告宣伝を実施。それぞれのイベントではSNS広告を活用した。特に当社にとって、繋がりの浅い石川・富山地域へはSNS広告により当該地域の起業女性にアプローチすることができた。また、当社の女性起業家ネットワークへの告知も継続して実施した。当社は愛知に拠点を構えており、愛知の起業女性との関係は深い。三重、愛知、石川、富山における女性起業家との繋がりが浅かったため、中部経済産業局と連携しながら、各地域の女性起業家支援団体及び金融機関等、多くの力をお借りして告知・広報活動に努めた。中でも三重県において活動をされているwiz様のネットワークには、ゲストの選定をはじめ、告知等多くのご協力を頂き、地域の起業女性に広報頂けた。愛知イベントでは当社が事業にかかわっている愛知県女性起業家支援事業「ヒトハナ」との共催により、より多くの起業女性にアプローチできた。

●当日プログラム●

- ・一歩先を行くロールモデルとなる先輩女性起業家によるキーノートスピーチとトークセッション及びワークショップを組み合わせて実施。話を聞くだけ、参加者同士で交流をするだけでなく、ゲストと一緒に取り組むワークショップを実施。正解はなく、様々な考え、価値観、方法で成長していること、自分軸を持つことの大切さと勇気を得ていただくことができた。
- ・ワークショップでのシートの記入はその後のエントリーシート提出への足掛かりともなった。
- ・ゲストを巻き込んだワークショップは支援機関やサポーターとなる先輩女性起業家にとっても、今後の繋がりをつくる良い機会となった。
- ・支援機関の皆様にも一言ずつメッセージを頂き、顔の見える支援につながるよう工夫した。

(5) 中部

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

【効果的だったこと、地域における様々なステークホルダーの巻き込みと連絡体制の構築】

- ・当日プログラムにおいて工夫したことにも記述したが、ワークショップ型のイベントとしたことが、起業女性たちの「やりたい」「自分にもできるかも」という気持ちを後押しできた。
- ・女性起業支援機関として活動されている三重の女性起業家コミュニティwiz:様および岐阜のクローバ! 様には事業開始より訪問などをし、協力を依頼、地域イベントでは連携をとってきた。
- ・各地域の支援機関にも中部経済産業局の力をお借りしながら協力を得ることができた。事業開始より、事業の趣旨や目的など丁寧にアプローチをし、それぞれのイベントにも支援機関の皆様にご参加いただき、少しずつ認知・協力をいただくこともできた。イベントではそれぞれの支援機関の皆様にお話しいただくことにより、事業を共に実施しているという認識もしていただけた。
- ・岐阜イベントではOKB様の会場を使用させていただいたり、ハード、ソフト両面より協力いただくことができた。
- ・今後はより地域イベント開催への協力をいただける参画機関を増やすアプローチをしていきたい。また、今年度はオンライン開催のみであった富山、石川でのリアルイベントの開催も目指していきたい。

●その後のフォロー●

- ・各地域イベント後は参加お礼メールを送信するとともに、続く地域イベントやRED エントリーのご案内、またSNSのご案内など継続して実施した。



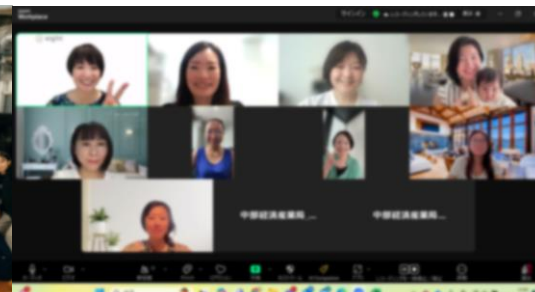
三重イベント



岐阜イベント



愛知イベント



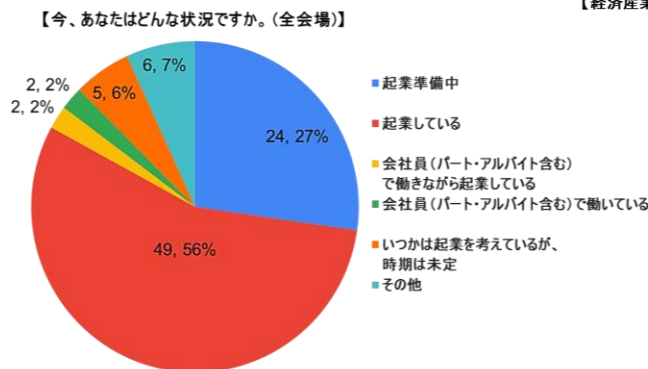
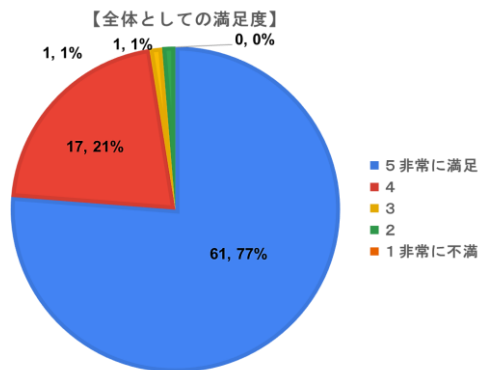
富山・石川イベント

(5) 中部

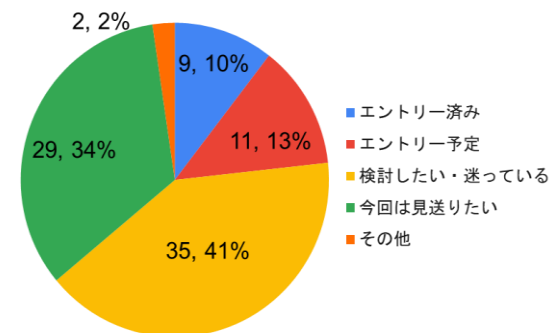
② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

【イベントのアンケート結果と分析、それを踏まえて今後も継続すべき点や課題】

※一部アンケート結果は次ページ



【経済産業省「GIRAFFES JAPANビジネスプラン発表会」へのエントリーについて】



<イベントアンケートフリーコメント抜粋>

- ・発表会のエントリーを迷っています。過去の発表会でのビジネスプランの事例を数例見ることができたら、自分も挑戦できるか検討できそうです。ぜひ、拝見する場があればと思います。
 - ・講演だけ聞く予定でしたが会場の盛り上がり、温かい雰囲気最後まで参加させていただきました。楽しかったです。
 - ・私は、まだ駆け出しな状態ですが、皆さんの話を聞いてエネルギーをいただきました。
 - ・母に誘われて不安いっぱいでの参加でしたが、貴重なお話をたくさん聴かせていただき、自分のことも話せて、心の底から楽しいという時間を過ごせました！ありがとうございました！
 - ・とても学び多い時間でした！
- 時間の都合上仕方ないですが、ワークショップで発表する時間が短くて難しかったのと、時間をオーバーされる方もいて、短くなってしまう方もいたので、その辺が改善されるといいなと思いました。貴重な機会をありがとうございました！

<アンケートより継続すべき点や課題など>

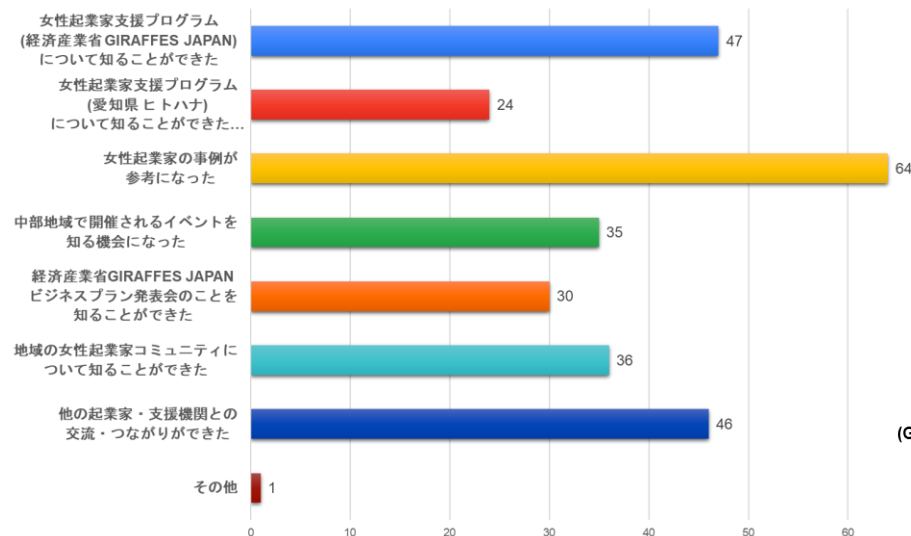
- * 4つの地域イベントの合計において「非常に満足」「満足」合わせて98%と非常に満足度の高いイベントとなった。
- * 属性においては「起業準備中」「起業している」「副業で起業」を合わせて85%、「時期は未定だが起業したい」を合わせると91%と、起業女性に届くイベントとなっており、参加者同士の交流もフェーズの違いはあるが、お互いに有意義なものとなっている。
- * エントリーについては各イベントの開催時期の違いがあるが、「エントリー済み」「予定」「迷っている」のエントリーに対して前向きな回答が6割を超えている。しかし、「見送る」も3割となっており、この層へのアプローチの方法も課題である。「迷っている」層がどの程度エントリーに繋がっているのか、イベント後のフォローも重要である。
- * イベントで得た収穫として「事例が参考になった」という回答が多い一方、「もっと知りたかった」の回答も多く、事例に触れた経験が「もっと知りたい」に繋がったのではないかと見える。
- * フリーコメントも概ね好評なコメントをいただいているが、一部「オンラインでの声が聞きづらかった」「ワークショップの時間が短すぎた」などのご意見もあり、次年度のイベント運営の参考にしたい。

(5) 中部

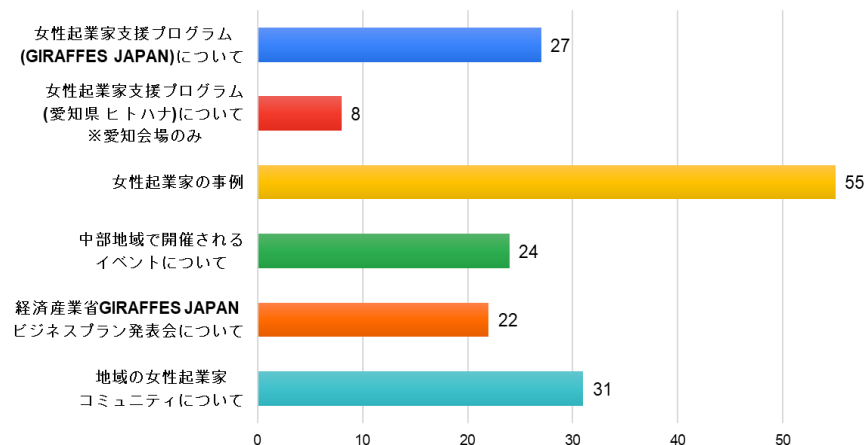
② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

【イベントのアンケート結果と分析、それを踏まえて今後も継続すべき点や課題】

【このイベントで得た収穫は何でしたか（複数回答可）】

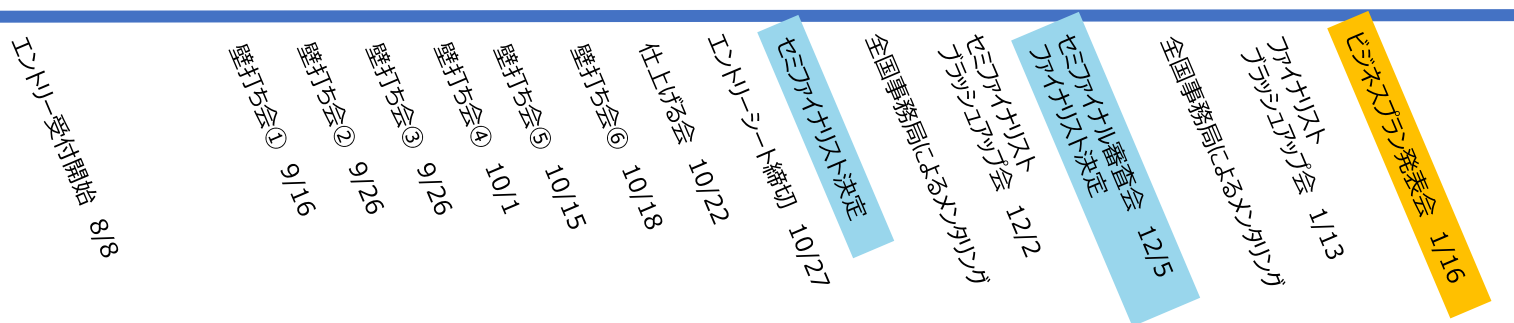


【もっと知りたかったことはありますか？（複数回答可）】



(5) 中部

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組



<REDについての広報やエントリー者獲得に向けた活動>

- ・SNS及び自社起業女性コミュニティ、また対象となる方へは個別にご案内をした。また、地域イベント参加者にも複数回メールにてご案内を実施。
- ・SNSの広告による告知。

<上記成果について>

- * エントリー者 87人 エントリーシート提出数 53
- * セミファイナリスト 27人選出。ビジネスプラン発表会 10人プレゼン実施。

<REDに向けて実施した事業活動について>

●エントリー者伴走支援

- * エントリー者へのエントリーシート提出を促すため、壁打ち会を実施。オンラインにて一人15分ずつ。6回23人参加。
- * エントリー予定の方お一人にご協力いただき、壁打ちの様子を録画した動画を作成。
壁打ち会に参加できなかった方に向けてエントリーシートへの記入方法等の参考にしていただくことで提出を促進。
- * エントリーシート提出期限直前に「エントリーシートを仕上げる会」をリアルにて開催。12人参加。
4人程度のグループに分かれ、お互いのエントリーシートの内容について話し、記入する上でつまづいている所等、お互いに壁打ちをしあう。
- * セミファイナリストに対する伴走支援：全国事務局によるメンタリング。中部独自壁打ち会 2回16人（リアル11人、オンライン5人）参加。
- * ファイナリストに対する伴走支援：全国事務局によるメンタリング。中部独自ブラッシュアップ会 オンライン7人参加。

●参画機関との連絡

- * RED開催のご案内やメンター研修のご案内、メンター研修後のメンタリングへの参加ご案内など、REDに関するご案内は定期的実施。

(5) 中部

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

● セミファイナル・本番・メンタリング実施の地域としての準備や課題

<会場選定>

事業が始まってすぐ選定に入ったが、セミファイナル会場は写真撮影をするということで、雰囲気の良い会場、ロケーションのいい場所の選定に苦慮した。また、本番は年明けすぐということもあり、賀詞交歓会等すでに予約が入っている会場等もあった。初年度で雰囲気や準備品など状況をつかむのが難しく、次年度に課題を残している。

<集客>

- ・RED CHUBUの認知を広めることの難しさ。公式SNSからの発信のみであり、相互フォローをすることができなかったためフォロワーの獲得に苦戦した。自社のSNSでは公式SNSのシェアのみということで、運用が難しかった。
- ・本番は年明けすぐの開催であり、告知機関が短かったが、ファイナリスト自身、セミファイナリスト、SNS広告、自社の女性起業家ネットワークや事業を通して、集客をした。メディアへのアプローチが不足していたため、次年度への課題を残す。

<メンタリング>

- ・セミファイナリスト、ファイナリストの全国メンタリングの日程調整と当日の運営。また、メンタリングの前後のフォロー。
- ・スケジュールがタイトでメンタリング日程の調整が難しく、セミファイナリスト・ファイナリストにはかなり協力をしていただいた。連絡がメールのみだったことも要因であり、スムーズな連絡体制が必要だと感じている。

● RED本番の成果と課題・運営上の気づき等

(成果) ・ファイナリスト10人 メンタリング・ブラッシュアップを通して、ビジネスプラン発表できた。

・参加者…申込みベース：一般参加113人、支援機関45人、関係者等含めおよそ200人

実数174人：一般参加者95人、支援機関45人、関係者34人

・サポーター賞 111件 一人あたり11件 と多くのマッチングが実現。今後の繋がりと成長が期待できる結果となった。

(課題) ・交流会の場面で名札からお互いがわかりづらかった。

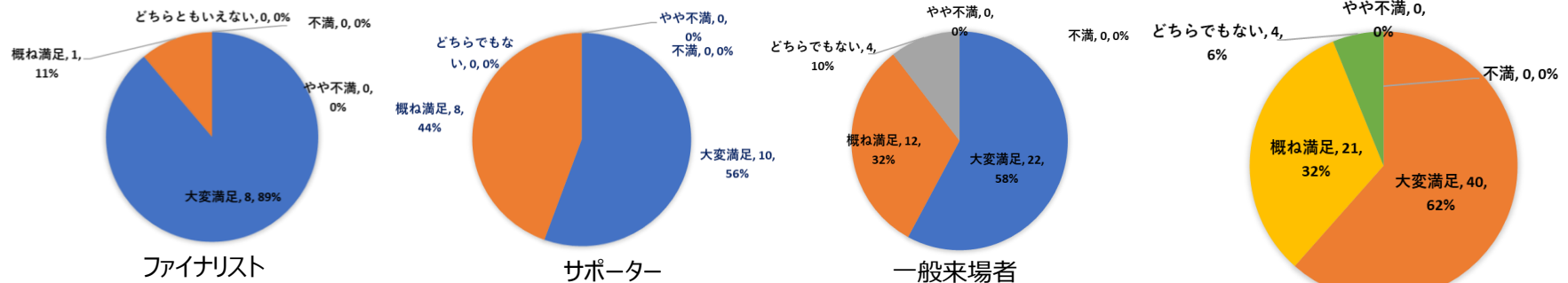
・会場が広かったため案内に人員配置が必要だった。

(5) 中部

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

●REDのアンケート結果からの分析ファイナリスト、サポーター、一般来場者)

<ビジネスプラン発表会RED 全体の満足度>



<ファイナリストアンケート集計より分析>

- ・メンタリング、運営、事業全体の満足度など概ね満足との結果。エントリーシートの記入については、個人差があり、「やや記入が大変だった」との回答も9回答中4人であった。エントリーシート提出に向けて、丁寧なフォローが必要と分かる。
- ・ファイナリストの満足度は、他の女性起業家に対して本事業を進めたいかのアンケート結果からも読み取ることができる。

<ファイナリストコメントより抜粋>

- ・なんて素敵な人たちと繋がれたんだろうと、びっくりしています。人生をまるごと楽しんでいるように見える人の多さにびっくりしました。また、ビジネスチャンスを手に入れることができました。本当にエントリーしてよかったです。
- ・一人で悩んでいたが、専門家に相談できたり、ネットワークができてよかったです。

<サポーターコメント抜粋>

- ・サポーター/パートナーのプールのことができること、そこからの支援例の共有が更なる支援の広がりにつながっていると思っています。それほど思わない、0, 0%。そのためにも事業の長期にわたっての継続が重要だと感じます。学生等が参加しやすい日時に開催されたら最高です。
- ・もっとサポーターを活用していいと思います。(ボランティアを募集する等)

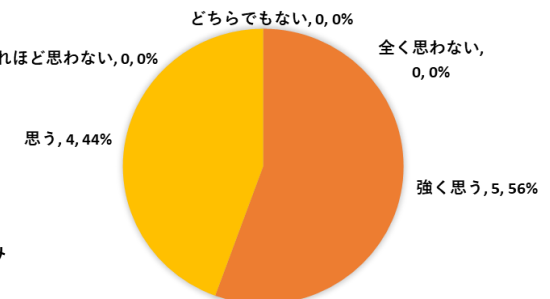
<一般参加者コメント抜粋>

- ・ものすごく勉強になりましたし、男女関係なく世界を変えていける力があるんだと確信しました。
- ・いろんな起業の形が知れたのはよかったですが、ビジネスプランと聞いていたので事業計画についてはもう少し数字について踏み込んだ内容が聞きたかったです。

<全体の満足度>

- ・来場者全体の満足度は「大変満足」「概ね満足」合わせて94%と非常に高い満足度を得ることができた。
- 一般来場者は「どちらでもない」が10%あるが、REDの目的等の認識のずれもあったかとする。

<他の女性起業家に対して本事業を進めたいと思いますか>



(5) 中部

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

＜各地域アンケートから＞

- 地域イベントの実施がエントリー数・エントリーシート提出につながっている。次年度はさらに地域イベント及びサポーター支援機関との連携が必要である。

	三重	岐阜	愛知	石川
エントリーしたい・迷っている（人）	11/16	6/16	34/49	3/5
エントリーダウンロード数	7	9	60	4
エントリーシート提出数	6	3	40	2
セミファイナリスト（人）	2	1	23	2
ファイナリスト（人）	1	0	7	1

* エントリーからのエントリーシート提出へは、支援機関による丁寧な働きかけが必要であり、それがセミファイナリスト・ファイナリストへと繋がっている。

＜今後の課題と提案＞

- ・全体：エントリーから当日まで、確定事項をその都度連絡というところで、全体像が見えない、メール連絡が多く見返すのが大変などの声がアンケートに寄せられた。来年度はある程度全体像や確定事項がある中で案内をしていきたい。
また、メールではなく、Slack等（teamsでも良い）のコミュニティツールのニーズもいただいている。
- ・会場選定：東京のような開放感があり雰囲気も良く、広く便利な会場確保に向けて早めに動きたい。
- ・集客：中部は年明けすぐの開催ということもあり、告知機関が短く十分な周知が困難であったが、セミファイナリストからの声かけ、SNS広告等を通して、申し込みベースで一般参加者113人、支援機関45人、関係者等含めると200人近い人たちが注目するイベントとなった。
中部単独でプレスリリースが出せずメディアへのアプローチが不足した点が大きな反省点。
- ・連絡会議：パートナー機関となっていた自治体さんの参加がほとんどなかったため、来年度は参加促進に努めたい。
- ・メンタリングの効果：地域ごとで公開メンタリングが行われたが他地域のメンタリングを見ることができ、刺激を受けていた。
前後のフォローの重要性を感じたこともあり、短期間でも最大限効果が発揮できるメンタリングとなるよう工夫をしていきたい。

(5) 中部

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

・地域事業全体を通じた総括と地域の目指すべき方向性について

前提にも記載しているが、中部地域は製造業を中心として発展してきたという背景のもと、女性はサポートを担うというバイアスも強く、キャリアのブランクを抱える女性が多く存在している。その中で、「女性起業家」も例外ではなく、それまでのキャリアブランクから生じる「自信のなさ」「経験不足」から「自分のやりたいことで起業する」という場面にあっても、高い目標を掲げられない現状がある。そうした地域にあって、面で女性起業家を支援し続ける体制を作ることが、キャリアブランクを乗り越え、「自分らしいキャリア」を紡ぎなおしていくことにつながっていく。また、愛知県をはじめ中部地域でもスタートアップ支援の機運が高まっており女性起業家の中にもスタートアップとして、または着実なスケールアップに挑戦する女性が確実に増えてきている。

上記を踏まえ、

- * チャレンジをしていく・チャレンジしてもいい又はスケールアップできる、という自信を持ち、視座や視野を広め、価値観の転換を促す
- * 地域のネットワークの連携と強化
 - 企業・金融機関・自治体が一体となり面で女性起業家の継続、成長を長期的に支える機運
- * 今年度のファイナリストを中心としたロールモデルの創出と発信
- * 情報発信による取組の可視化。必要な情報にすぐにたどり着ける仕組み
- * だれもが「起業」という選択肢を選ぶことができる「女性が起業しやすく、成長し続けられる」地域を目指す

(5) 中部

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

・地域から見て事業全体に関して分析できること・感じたこと、課題や方向性の提案などを具体的に記載

＜今後に向けた課題、提案など＞

- ・サポーター参画を検討している企業へのアプローチでは、趣旨を丁寧に伝え、賛同を得ることを重視。より多くの企業と接点を持てる体制を整えたい。
- ・サポーター機関の発掘・アプローチの時期を早め、今年度の実績を示しながら参画を促す。
- ・サポーター機関の参画について愛知県に偏りがあったため、岐阜、三重、石川、富山の支援機関との連携を強化し、ネットワークを広げる活動を強化していく。
- ・サポーター機関の支援体制の構築とメンタリング等のスキルアップの取組・習熟度の見える化。
- ・ファイナリストとサポーター機関のマッチング結果を追跡し、実績・事例として来年度に繋げる。
- ・地域ネットワークイベントやワークショップを継続し、エントリー促進だけでなく、自身の事業について考えを深める機会と挑戦する勇気を与える場を提供する。
- ・ファイナリスト・セミファイナリストのLINEグループなどでの繋がりが活発化しており、来年度以降の盛り上がり期待ができる。また、共に成長し、次年度の参加者ためにも今年度の参加者とのネットワークにも継続参加をする。
- ・全国開催の強みを活かし、公開メンタリングから本番までの成長を共有する仕組みを作り、中部の女性起業家の底上げにつなげる。
- ・ファイナリストへのフォロー体制の強化（個別メンタリング・スライド作成助言等）
- ・他地域のREDを見たいという要望に応え、YouTubeライブ配信などハイブリッド開催を検討も視野に入りたい。実施に当たっては人員体制や機材設備等の支援をご検討いただきたい。
- ・行政主催の女性起業家支援プログラムとも連携を模索する。

近畿



O.B.D.A.

公益財団法人

大阪産業局

OSAKA BUSINESS DEVELOPMENT AGENCY

(6) 近畿

① 地域ネットワーク構築

【現状と課題】

└地域的女性起業家や支援機関の現状と課題

10年間に渡り経済産業省、のちに近畿経済産業局とともに大阪産業局が実施してきた女性起業家応援プロジェクト「DISCOVER MYSELF」を通して関西の女性起業家の裾野の拡大を行ってきた。

「女性の生きる・働く選択肢を増やす」という想いに共感してくれる様々な民間セクターと連携を図りながらプロジェクトを推進する中で、エリアを超えた支援者同士のネットワークの構築・情報共有、支援者同士の対象事業フェーズを横断するネットワークと地域の中小民間企業との連携が、起業家支援において重要である。男女を問わない様々な関係者を巻き込んで起業家支援を拡大させていくために、関わる誰もがフラットに、主体性を持って起業家と関わることもできる、持続可能なプロジェクトの仕組みが重要である。

今年度の「GIRAFFES JAPAN」においては、これまで各エリアで起業家支援を実施してきた支援者が、そのエリアの起業家のさらなる成長や、事業拡大に向けた機会創出のために、地域に根ざしたネットワークを構築、そして成長志向の起業家を次なる支援者へ繋ぐための土台作りとしての事業運営を行った。

(6) 近畿

① 地域ネットワーク構築

【参画機関について】

「これまで「LED関西」を実施してきた実績を活かし、「LED関西」と「GIRAFFES JAPAN」とのサポーターネットワークを相互に獲得することで相乗効果が生まれたと考える。「GIRAFFES JAPAN」のメンター会議をきっかけに、これまで「LED関西」で行われてきた取り組みに興味を持っていただき、「LED関西」にサポーター登録した企業や、これまでの「LED関西」のサポーター企業がエリアを超えて支援するために「GIRAFFES JAPAN」に参画する事例も出ている。一方で課題として、起業家支援に関わるステークホルダーが多様化している中、それぞれの女性起業家支援についての知見はまだ十分に蓄積されているとは言えない状況である。また、起業家側も支援者に頼りきりになるのではなく、起業の初期段階から視座を高めていくことができるよう、多様な間口を広げつつも、支援者とのネットワークを活用することも重要である。

＜GIRAFFES JAPAN 近畿 参画機関＞ ※いずれもメンバー形態で登録

- ・日本政策金融公庫 大阪創業支援センター
- ・日本政策金融公庫 神戸創業支援センター
- ・日本政策金融公庫 京都創業支援センター
- ・日本政策金融公庫 北陸創業支援センター
- ・ヤンマーベンチャーズ株式会社
- ・一般社団法人 スリーアクト

(6) 近畿

① 地域ネットワーク構築

【女性起業家について】

↳ 新たな女性起業家発掘のために実施したことを以下に挙げる。

1. ブランディングと広報強化

これまで「DISCOVER MYSELF」で行ってきたように、雑誌のカバーのような画像やイベントタイトルにもこだわり「デザイン」を通して視覚からメッセージを届けることで、既存の手法でリーチしていなかった起業家や起業家志望層へのリーチを目指した。すでに保有しているネットワークを活用したDM送付やチラシの配布はもちろん、各地域でのイベントでは特にSNS広告が非常に効果があった。また、SNS広告をきっかけに参加した女性起業家より「これまで女性起業家のみを対象としたイベントが少なかったので参加してみた」という声がよく聞かれ、女性起業家支援やネットワーキングの場に対するニーズの高まりがあるといえる。

2. 地域の支援機関との連携

これまでの「DISCOVER MYSELF」でのイベント実施経験からも、仕事と子育てを両立する女性にとっては時間的制約により開催場所が遠いと参加が難しいことが分かっている。各エリアでイベントを実施して、参加者の意識が高まったとしても、実際の行動に繋が、事業のブラッシュアップをしていくためには、各地域で支援できる人とのネットワークが重要になってくる。今回の「GIRAFFES JAPAN」のイベントでは、各エリアの支援機関と連携しながら開催することで、そのエリアごとにイベント後も継続的な関係を築くことを重視し活動した。

(6) 近畿

① 地域ネットワーク構築

【広域ネットワーク拡大について】

「これまでLED関西を行っていた実績から、関西圏でのネットワークを有しているが、エリアが広く実際の担当者と直接話す機会は少なく、個別エリアで連携強化のアクションをとることは難しかった。「GIRAFFES JAPAN」をきっかけに、近畿経済産業局にも改めて協力いただき各エリアにリーチした。結果として熱い思いをもった支援者が数多く存在することを改めて認識できた。

1つの事例として、9月に滋賀県守山市と連携して行ったイベントがある。守山市ではこれまで起業の機運醸成に関する事業を数多く実施しているが、イベント参加者に女性が少ないという課題を抱えていた。

今回、近畿経済産業局と関西圏でどの地域と連携してイベントを実施するか相談を実施した際、守山市でのこれまでの取り組みを知り連携イベントを企画。

イベントでは過去の「LED関西」ファイナリストで滋賀県在住の起業家が登壇、来賓の1人として滋賀県岸本副知事も来場。このイベントをきっかけに、その後女性起業家サロンとして、三原じゅん子男女共同参画相、友納政務官、三日月滋賀県知事、岸本副知事、その他多くの参加者と地方での起業に関する課題、女性が起業する際の課題についての意見交換が実施された。

イベントを通して滋賀県での女性起業家支援の機運醸成が促進されたとの評価を得ることができた。

(6) 近畿

① 地域ネットワーク構築

【GIRAFFES JAPAN 事業PR冊子の制作について】

「GIRAFFES JAPAN」の取り組みを広くPRするため、関西圏で活躍する女性起業家ロールモデルを可視化した冊子を作成。本冊子は、金融機関やコワーキングスペースへの配架、各種セミナー・イベントでの配布、サポーター見込み企業との接点を増やすことで、より多くの人々に本事業の意義を伝えることを狙いとした。本冊子の配布を通じて新たな支援者、女性起業家および予備軍を開拓し、GIRAFFES事業の認知度向上と女性起業家支援ネットワークを広げることができた。

＜配布先＞

1. 金融機関・コワーキングスペース
2. GIRAFFESサポーター見込み企業
3. 女性起業家や創業希望者向けセミナー・イベント

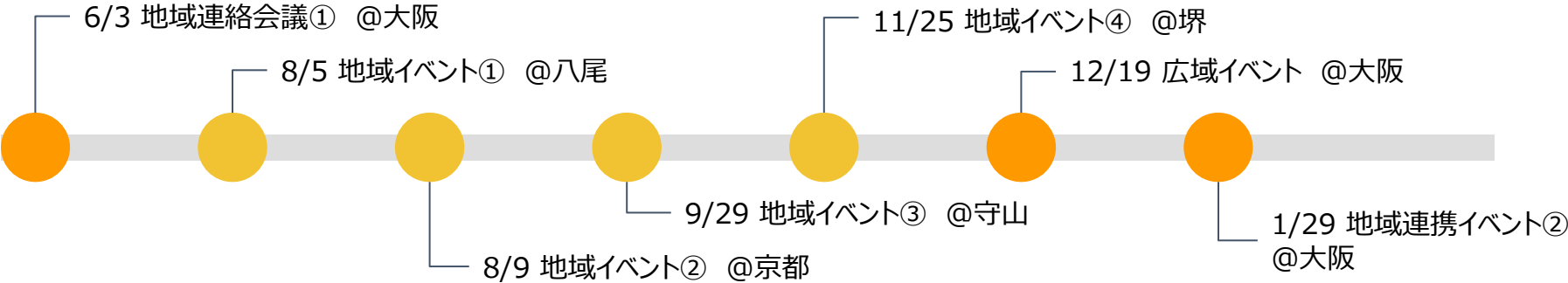
＜仕様＞

- ・制作部数：2000部
- ・A4、56ページ、左無線綴じ



(6) 近畿

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題



イベント種類	地域連携①	地域①	地域②	地域③	地域④	広域	地域連携②
実施日	6/3	8/5	8/9	9/29	11/25	12/19	1/29
実施エリア	大阪・京橋	大阪・八尾	京都	滋賀・守山	大阪・堺	大阪・梅田	大阪・梅田
参加起業家	25	7	22	70	30	1	23
参加支援者	67	0	8	11	11	27	14
参加者合計	92	7	30	81	41	28	37

のべ参加者数316人 ※参加者起業家数に登壇者含

(6) 近畿

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域イベント① 八尾

ものづくり中小企業と女性起業家との連携で何ができるかの検証を行う意図で実施。具体的にもものづくりを検討したい女性起業家とのマッチングの機会となったが、今回参加の女性起業家の事業はサービス系が多く、今回はオリジナル商品の開発等の具体的プロダクト開発に至る事例は無かった。女性起業家のアイデアを商品として実現していくには、地域の企業や地域社会との接点との密な関わりとアイデアに対する柔軟性が必要であると考えられる。



開催場所		開催日	2024年8月5日	(月)	実施時間	10:00～17:30
参加者（対面）	7人	参加者（オンライン）			参加者（合計）	7人
参加者属性（おおその人数で良いです）		起業家側人数	7人		支援側人数	人

イベント実施内容 （プログラム）	10:00～藤田金属
	13:30～オーツー
	15:00～友安製作所
	17:00～17:30 全体での振り返り・意見交換会
※それぞれ内容は100分	
<会社・事業紹介（25分）、工場見学（45分）、意見交換（30分）>	

●参加者満足度：100%

(6) 近畿

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域イベント② 京都

京都に複数ある支援機関の相互連携を促進することを目的に実施。起業準備層がメインで来場。事業アイデアがまだ具体化していないため、グループメンタリングでは時間が不足することとなった。これから起業を考える層へアプローチした場合、段階的にイベントのレベルを上げて起業準備層の視座を一緒に高めていく仕掛けが必要であると考えられる。支援者側も起業準備層と継続的に関わりを持つにはリソースの問題があり今後の課題となった。



開催場所	QUESTION (京都)	開催日	2024年8月9日 (金)	実施時間	14:00~18:00
参加者 (対面)	30人	参加者 (オンライン)		参加者 (合計)	30人
参加者属性 (おおよその人数で良いです)	起業家側人数	22人		支援側人数	8人

イベント実施内容 (プログラム)	14:00 (5分) オープニング (京都信用金庫 理事長 榊田隆之)
	14:05 (30分) キーノートスピーチ: 「自分の強みを仕事に変える」 澤谷 由里子氏 (名古屋商科大学ビジネススクール 教授)
	14:35 (35分) トークセッション: 「それぞれの起業のカタチ」 ファシリテーター: 末光フェレイラ伊美季 (株式会社barca 代表取締役/第7回LED関西ファイナリスト)
	パネリスト: 地野裕子氏 (株式会社ルウルク商會 代表取締役/第4回LED関西ファイナリスト)、カナタエリカ氏 (株式会社caro kyoto 代表取締役/第9回LED関西ファイナリスト)、森麻里 (ATTRACTIC株式会社 代表取締役/第6回LED関西ファイナリスト)
	15:10 (40分) ワークショップ: 「先が読めない時代だからこそ自分の強みから始める」 澤谷 由里子氏 (名古屋商科大学ビジネススクール 教授)
	ゲスト: 岡村志穂氏 (NPO法人321Project、株式会社健美撫子)
	15:50 (10分) クロージング
	16:00~17:00 @4F 交流会・LED関西アンバサダーオープンメンタリング

●参加者満足度：91%

(6) 近畿

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域イベント③ 守山

支援ネットワークを広げ、地域支援機関との連携、地域の女性起業家へのリーチを目的に実施。過去実績のない滋賀地域での女性を対象としたイベントは参加者の期待値もとても高く、申込み人数も多かった。(参加者の90%が滋賀県在住) 2025年2月に同会場でスタートアップを対象としたイベントがあったが女性は1-2割程度で、このエリアでどのように女性起業家支援を継続していくかは今後の課題。参加人数が想定以上に多かったため、それぞれの交流時間が不足することとなり、今後の運営においては見直す必要がある。



開催場所	守山市役所 多目的ホール	開催日	2024年9月29日	(日)	実施時間	13:00~17:00
参加者(対面)	81人	参加者(オンライン)			参加者(合計)	81人
参加者属性(およそその人数で良いです)		起業家側人数	70人		支援側人数	11人

イベント実施内容 (プログラム)	13:00 (10分) オープニング (守山市長 森中 高史、滋賀県副知事 岸本 織江)
	13:10 (5分) 事業説明 (経済産業省近畿経済産業局 産業部 創業・経営支援課長 砂川嘉彦、大阪産業局 末光フェレイラ伊美季)
	13:15 (40分) キーノートスピーチ: 福田 恵里 (SHE株式会社 代表取締役)
	13:55 (30分) トークセッション: 「地域が抱える課題と女性起業家のこれから」 └ファシリテーター: 末光フェレイラ伊美季 └パネリスト: 福田恵里、森麻里、西原麻友子 ===休憩===
	14:35 (30分) ビジネスブランピッチ 熊谷 理美 (わけわけDeli)、西原 麻友子 (株式会社ベホマル)、青木 美香 (株式会社VISInnovation)、能登 優佳・玉井 芳果 (立命館守山高校3年生)
	15:05 (35分) 流ワークショップ「今日から(明日から)何をする?」 ファシリテーター: 福井 瞳氏 (Sparkle 代表)
	15:40 クロージングスピーチ 近畿経済産業局 局長 信谷 和重

●参加者満足度：91%

(6) 近畿

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域イベント④ 堺

これまでリーチできていなかった大阪南部の女性起業家の発掘を目的としたイベント。アンケート結果から、特にSNS広告による認知効果が高く、多くの参加者がSNSを通じてイベントを知って頂き参加に繋げることができた。地域特化型イベントの開催と支援機関との連携強化を通じて、女性が起業しやすい、そして起業後も支援を受けやすい環境を創出することが、地域経済の持続的発展において重要と考える。イベントで繋がるだけでなく継続的な支援ができるよう、地域に根ざしたLED関西アンバサダー（※）を巻き込みながらコミュニティづくりを積極的に行っていく必要がある。
※LED関西ファイナリスト



開催場所	S-Cube 多目的会議室	開催日	2024年11月25日 (月)	実施時間	13:00~16:00
参加者 (対面)	41人	参加者 (オンライン)	人	参加者 (合計)	41人
参加者属性 (おおよその人数で良いです)	起業家側人数	30人	支援側人数	11人	
イベント実施内容 (プログラム)	13:00~ イン트로ダクション (5分) 13:05~ トークセッション (30分) 「想いをどのようにカタチにし、成長させているのか？」 登壇者：小笠原恭子、東谷麗子、新田昌恵、山本知史 ファシリテーター：末光フェレイラ伊美季 13:40~ ワークショップ説明 (5分) ワールドカフェ形式：5人ずつ各テーブルに分かれてディスカッションを行い、テーブルを移動 (1テーブル辺りテーブルマスターをアンバサダー1名+大阪信用金庫職員1名として、参加者5名予定) 13:45~ ワークショップ① (20分) 移動 (5分) 14:10~ ワークショップ② (20分) 移動 (5分) 14:35~ 各テーブルマスターによる総括 (10分) 14:45~ クロージング (5分) 14:50~ 各テーブルの模造紙を掲示した状態での自由交流会 (60分) 16:00 閉会&終了				

●参加者満足度：93%

(6) 近畿

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

- ・過去の「LED関西」ファイナリストおよびエントリー者に対して、他エリアでのREDイベントについて案内を実施。
また、LED関西ホームページや集客イベント開催時にもREDについて積極的に周知を実施。
⇒RED東京に数名のセミファイナリストを送り出し、ファイナリスト1人を輩出する等
応募実績が出ている。「LED関西」にファイナリストとして登壇した時から事業フェーズや、
環境が変わって新たに挑戦したいと思っていた起業家への良いきっかけとなった様子。
- ・「LED関西」サポーターに対して、他地域のREDサポーターへのエントリー依頼を幅広く実施。
結果、5社のサポーターがRED東京他複数エリアのサポーター又はメンバーとして参画。

※REDにおけるLED関西サポーターの登録実績

- ・MAKUAKE様：RED開催4エリアのサポーター
- ・セゾンカード様：RED開催3エリアのサポーター
- ・TOPPANエッジ様：関東のサポーター
- ・三井住友海上キャピタル様：関東のメンバー（来期はサポーター枠を検討）
- ・URBANRESARCH様：来年度に向けて検討中

(6) 近畿

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

【総括】

1. 今年度の活動

4つのエリアでイベントと地域連携会議を計6回開催

- ・大阪府八尾市：友安製作所を中心とした中小企業ネットワークとの連携
- ・京都：京都信用金庫を中心とした支援機関とのネットワーク構築
- ・滋賀県守山市：守山市と連携し地域の支援者・女性起業家とのネットワーク構築
- ・大阪府堺市：大阪信用金庫を中心とした支援機関とのネットワーク構築
大阪南部の女性起業家とのネットワーク構築

2. 成果

- ・地域女性起業家及び支援機関との連携促進の実現
合計参加者数316名（女性起業家178名、支援機関138名）
- ・新たな女性起業家へのリーチ

※各エリアで70-80%の参加者が「LED関西」を知らないもしくはこれまでイベントに参加していなかった。

「GIRAFFES JAPAN」のブランドを活用し、地域の女性起業家発掘に繋がった。

(6) 近畿

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

【今後の課題と方向性】

1. 広域支援

今回の4エリアでの事業を通して、各エリアの支援機関を巻き込み、その地域に残っていくネットワークづくりの重要性を感じた。「女性を対象にした起業に関するイベントはこれまでなかった。」という声や継続を希望する声も多く頂いた。また、自治体の「女性起業家への起業機運の醸成」への関わりには差があり、「GIRAFFES JAPAN」を契機に女性起業家のニーズを顕在化させることは、各地域での継続的支援のきっかけになると考える。

更に、男性に比べて女性はライフステージの変化により、一時的にキャリアから離脱することが多く、社会的リソースへのアクセスや情報収集の課題がより顕著になる。特に、リソースの少ない地方ではその影響が大きい。現在、支援者や金融機関、メンターの多くが男性であり、女性の視点を取り入れた支援の拡充が求められる。将来的に女性起業家を増やすためには、女性支援者の増加を含め、地域全体で多面的な取り組みを推進することが重要である。

2. 成長支援

これまで「LED関西」を通して多くの女性起業家を支援し、裾野の拡大を図ってきた。しかし、裾野を広げるだけでは、世界を変えるような起業家を輩出することは難しいのも現実である。そのため、成長志向の起業家を対象に、VCや先輩起業家等の支援者を巻き込んだプロジェクトも必要であると考えられる。

中国



(7) 中国

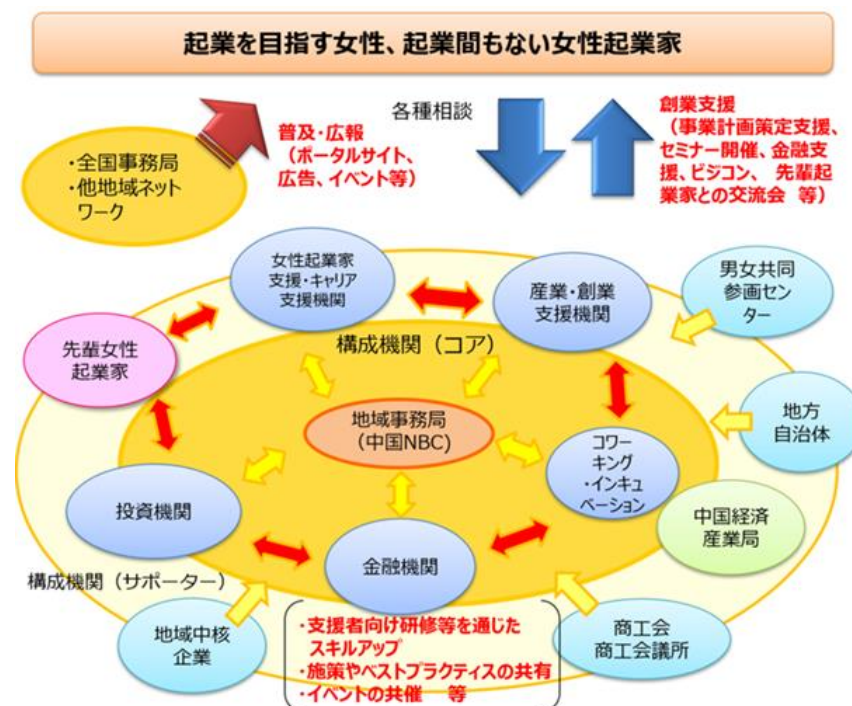
① 地域ネットワーク構築

・地域の女性起業家や支援機関の特徴や、女性起業家支援の現状と課題（前提）

女性起業家が抱える特有な課題としては、起業についての相談相手の不在等、起業家ネットワークへのアクセスが限定的であることや、資金調達、顧客・販路開拓、財務・税務・法務の各方面で苦労していること、女性ベンチャーキャピタリストが少ない等がある。

こういった課題を踏まえて、平成28年度から当協議会が代表機関となり、(株)日本政策金融公庫等の金融機関、(独)中小企業基盤整備機構 中国本部等の産業・創業支援機関、女性起業家支援団体、コワーキング・インキュベーション、中国地方の地方自治体や中国経済産業局を巻き込んだ「女性起業家等支援ネットワーク」を形成し、女性起業家の各支援機関への繋ぎや各支援期間向けの研修の実施、イベントの共催・周知等を通じて、課題解決に向けた取組を実行している。

こうした中で、本事業を通じて、現在形成しているネットワークを拡充させることで、女性起業家の成長・気づき・交流の機会の創出を図っていくとともに、持続可能なネットワークとなることを目指す。



(7) 中国

① 地域ネットワーク構築

・地域における様々なステークホルダーの巻き込みと連絡体制の構築（実施内容①）

● 支援機関について

・地域において実施した参画機関獲得のための活動

すでに設置されている起業女子応援ナビ@中国地域ネットワーク構成機関のコミュニティ（右図の29団体）は年1回の活動となっており、その再構築の意味も込めて、地域連絡会議を2回開催した。

・参画機関獲得状況

中国NBCとして、SOERU（中国地域女性ビジネスプランコンテスト）を共同で主催、中国経済産業局とともにJ-Startup WESTの事務局を運営、独自に中国地域ニュービジネス大賞を主催している。これらのサポーター（女性起業家支援機関）に声掛けすることにより、11の機関がGIRAFFES JAPANのイベントにオブザーバーとして参加することとなった。

また、GIRAFFESのメンバーとして新たに2機関より参画を得ることができた。

・今後に向けた課題、提案等

GIRAFFESという新しい取り組みのメンバーと、既存の起業女子応援ナビ@中国地域ネットワーク構成機関をどのように統合していくか、という点が未着手となっている。また、起業家フェーズごとの対応機関をわかりやすく可視化すること、SOERUのサポーターも含めてわかりやすい支援ネットワークの姿を提示していくことが必要である。

(同)cocoto	鳥取県	(公財)鳥取県産業振興機構
鳥取県商工会連合会	島根県	島根県商工会連合会
島根県信用保証協会	(公財)しまね産業振興財団	岡山県
(公財)岡山県産業振興財団	真庭市	おけいこドットコム合同会社
㈱山陽管理	㈱システムソフト	女性と子どもの自遊クラブ mamanabi
㈱ソアラサービス	(独)中小企業基盤整備機構中国本部	㈱日本政策金融公庫
㈱日本政策投資銀行中国支店	廿日市市	広島県
広島県・今治市雇用労働相談センター	(公財)ひろしま産業振興機構	(公財)広島市産業振興センター
㈱広島リビング新聞社	㈱Hint	山口県
(公財)やまぐち産業振興財団	中国経済産業局	

オブザーバー

一般社団法人女性起業家支援FLAP
倉敷市
岡山市産業観光局スタートアップ支援係
日本経営士会
エトワール国際知的財産事務所
ホンダトレーディング
徳島県経済産業部 企業支援課
INPIT広島県知財総合支援窓口
広島市役所経済観光局産業振興ものづくり支援課
津山市産業経済部 みらい産業課
FourA保健師オフィス

GIRAFFESメンバー

株式会社日本政策金融公庫
一般社団法人 スリーアクト

(7) 中国

① 地域ネットワーク構築

・当該地域内における都道府県や市町村を越えての広範囲のネットワーク拡大（実施内容②）

●女性起業家について

・女性起業家発掘のために実施したこと、方針について

SOERUの応募者発掘・裾野拡大を狙って、起業女子応援ナビ@中国地域ネットワーク構成機関を巻き込んだ活動を進めてきた。広島、岡山、鳥取の3県で開催したネットワーキングイベントでは、各地域で起業・創業を支援している団体と連携し、イベントの準備や周知活動を行うことで、その地域の起業に興味のある女性の発掘を狙った。

・その成果について

3つのイベントそれぞれで、数人ずつではあるが、起業に興味ありとした参加者を得ることができた。応募者の発掘には各支援団体との連携と同時に、過年度受賞者を含めたコミュニティから発信していくことが効果的だとわかった。

・今後に向けた課題、提案等

本事業のブランドを構築し、自走化に向けたスポンサーを募っていくことが重要。そのためには、ホームページをはじめとしたメディアへ見せ方をブランディングしていくことや、活躍する女性起業家を生き生きと表現する見せ方等、手を加えていく必要がある。

前述した起業女子応援ナビ@中国地域ネットワーク構成機関への参画団体拡大に加えて、女性起業家のネットワークが自発的に生まれてきている。

・今後の引き続き取組み・検討が必要な点（結果を踏まえて今後にかす点）

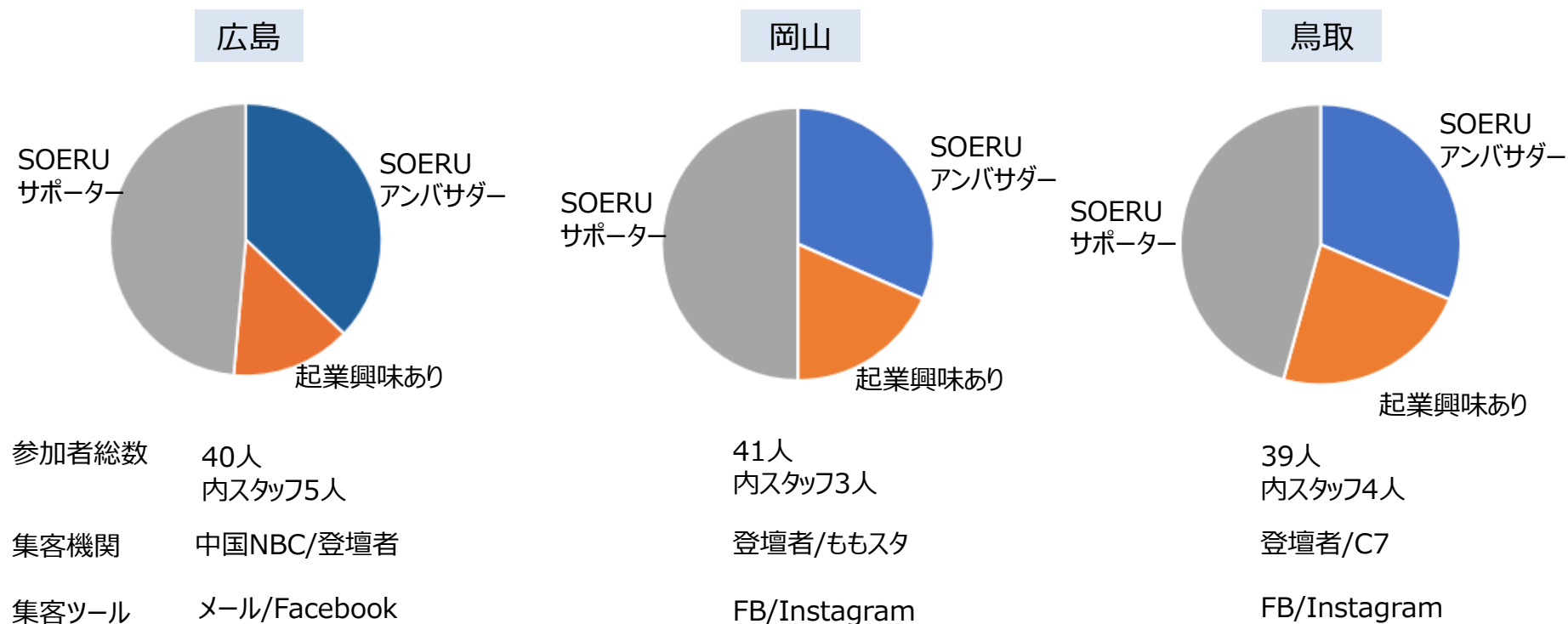
各県で起業を目指す女性の広がりには差があることがわかった。取組事例の共有や、イベントを共同で運営する等、広域の活動は引き続き重要と考える。SOERU過年度受賞者を含めた女性起業家も招聘し、多様なロールモデルを示すことが必要。

(7) 中国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

・地域において実施したMeet Upイベント全体の結果のまとめ

スタッフ除く参加者属性割合



※SOERUサポーター：中国地域女性ビジネスプランコンテスト「SOERU」の参画機関
SOERUアンバサダー：「SOERU」の過去のファイナリスト

(7) 中国

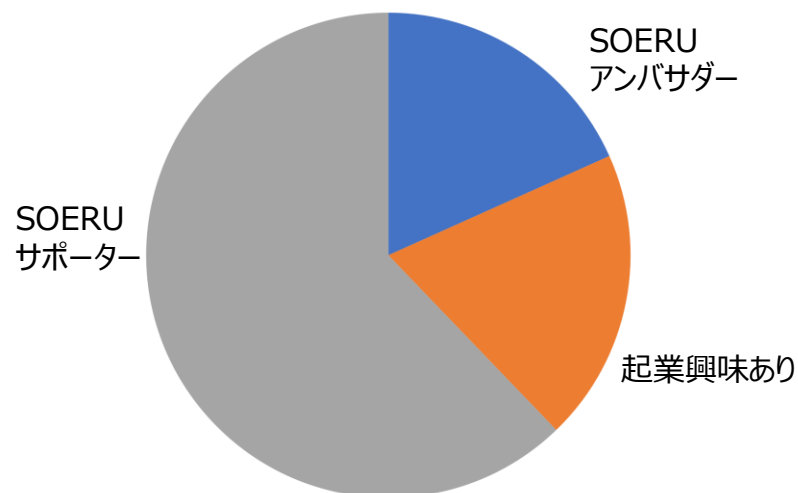
② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

・中国地域において実施したMeet Upイベントの結果のまとめ

SOERU AFTER PARTY

参加者総数	111人 内メディア11、スタッフ18
集客機関	中国NBC/登壇者
集客ツール	メール/Facebook/ Instagram

メディア・スタッフ除く参加者属性割合



(7) 中国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題



Meetup in 広島 R6/7/23



Meetup in 岡山 R6/7/26



Meetup in 鳥取 R6/11/26



Meetup in SOERU After Party R6/12/10

(7) 中国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

・地域において実施したイベント全体の結果のまとめ

- － それぞれの地域における各主要支援機関に開催告知・拡散を依頼
- － 拡散ツールとして各種SNSを活用。特にInstagram発信を強化
- － SOERU過年度受賞者を中心にパネリストを構成
- － 交流時、支援団体による告知タイムを設定
- － キッズスペースの設置（鳥取）→ イベント開催時に重要なメッセージとなる

・効果的だったこと、地域における様々なステークホルダーの巻き込みと連絡体制の構築

- － 各地域行政や金融機関、中国NBC各支部等へ拡散依頼

・イベントのアンケート結果と分析、それを踏まえて今後も継続すべき点や課題

- － 登壇パネリストを含めた女性起業家たちに、起業家支援情報（イベント、ビジコン等）がタイムリーに行きわたっていない様子があった
- － 女性起業家たちも、情報や悩み共有の場としてのコミュニティ形成、またプレゼンテーションの場を創出することが求められているとわかった

(7) 中国

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

◎ REDについての広報やエントリー者獲得に向けた活動

地域連絡会議、各地域で開催したミートアップの場でGIRAFFES、REDについての紹介・説明を行った。

・その成果について

中国地域としては既存のSOERUを主たる活動として推進しており、REDに興味は持ってもらったものの、他地域のREDへの応募にいたるまでの関心を引き出すことはできなかった。

・今後に向けた課題、提案など

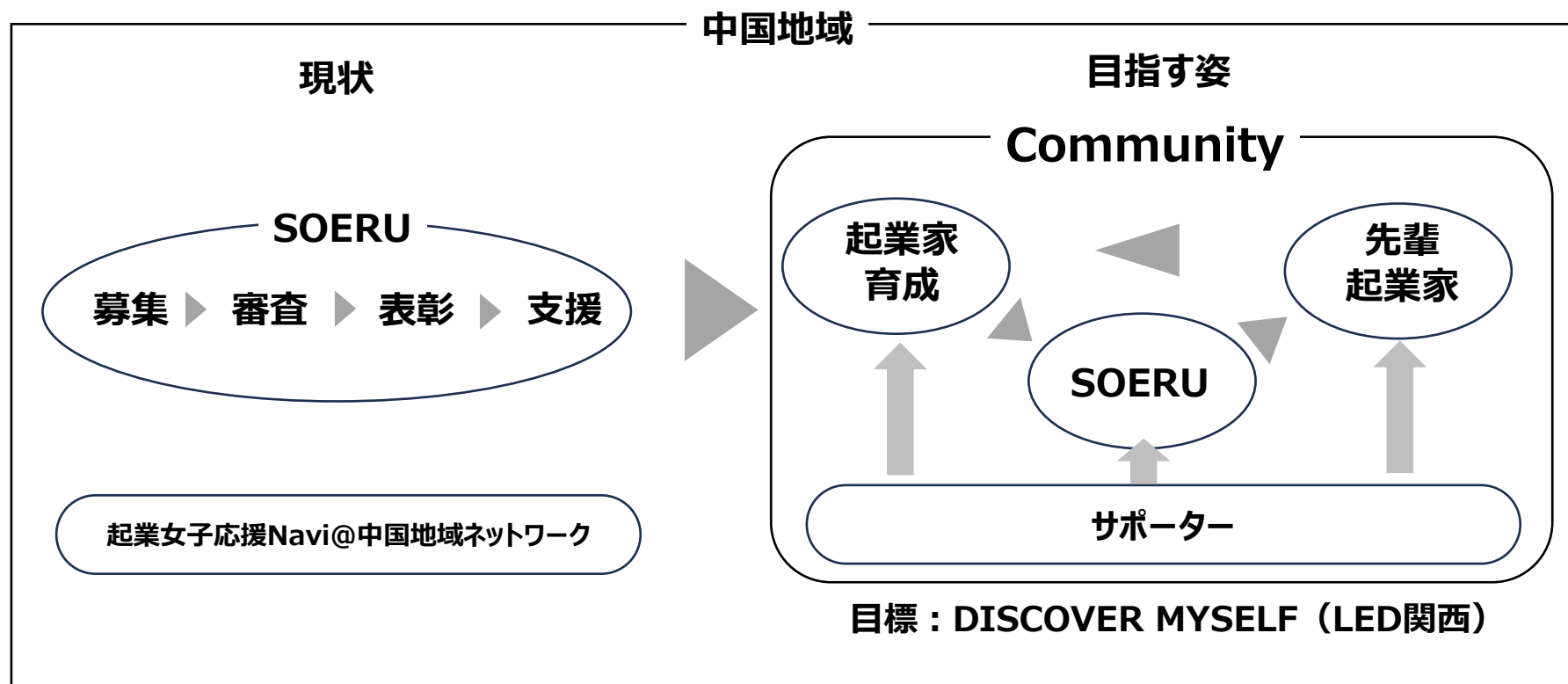
特に大都市に向けたビジネスを将来的に展開する可能性があるビジネスプランについては、積極的に他地域へも応募することのメリットを示す必要がある。そのためには今年度の活動での実績・事例の展開や、先輩起業家の話を聞く場の設定をしていくことが重要と考える。

(7) 中国

④ 全体の総括と課題・今後の方向性

◎ 地域事業全体を通じた総括と地域の目指すべき方向性について

8回まで続けているSOERU（中国地域女性ビジネスプランコンテスト）では、表彰を中心とした活動となっていた。GIRAFFESを通じて起業を目指す人の裾野を広げ、過去受賞者のPRを目指し、サポーターとのネットワークを拡大するのが目指す姿である。



(7) 中国

④ 全体の総括と課題・今後の方向性

・地域事業全体を通じた総括と地域の目指すべき方向性について

今年度の活動を通じて起業女子・サポーターのネットワークは拡大することができた。

次のステップは起業に興味のある女性のアクセラレーション、アンバサダーのPRの活動を行うことで年ごとにステップアップが図れる方向を目指す。

・地域から見て事業全体に関して分析できること・感じたこと、課題や方向性の提案等を具体的に記載

- ✓ 地方における女性の起業・創業のタネは潜在的にはあるが、実行に踏み切るための伴走サポートに繋がるケースが少ない。
- ✓ 各地域で女性起業家の支援コミュニティができてきている。各地域のニーズを反映したコミュニティを繋ぎ、情報共有を図ることが重要。また、そのコミュニティに引き込む施策が求められる。
- ✓ SOERU受賞者たちのコミュニティ形成、プレゼンテーションの場を創出することが求められている。
- ✓ SNSの効果的な利用が求められる。特にInstagramの利活用。
- ✓ ブランディングの強化。
- ✓ 女性起業家のそれぞれの成長フェーズに合う支援団体情報を可視化することが重要。更に各団体の連携による節目節目の伴走支援としてもれなくサポートできる体制構築が必要。

四国



もっと、わくわく！

あなぶきグループ

(8) 四国

① 地域ネットワーク構築

■四国地域における女性起業家や支援機関の特徴

四国の女性起業家は、地域の特色を活かしつつ、地元コミュニティと協力しながら独自のビジネスを展開するケースが多い。支援機関においては、自治体の助成金・創業セミナー、女性起業家コミュニティの形成等も実施している。

小規模でスタートしやすい事業が中心



四国は大都市と比べて家賃や人件費等のコストが低いため、自宅や小さな店舗でスタートできるカフェや雑貨店等のスモールビジネスを始めるハードルが比較的低い。

コミュニティを重視する傾向



比較的地域コミュニティが強いため、地元の繋がりを活かした、町おこしイベントの企画・運営や「顔が見える関係」を重視した販売（マルシェ）等のビジネスが多い。

小規模事業者向けの金融支援



「日本政策金融公庫」の女性・若者向け融資や四国各県の信用保証協会が創業時の資金調達をサポートしたり、金融機関や民間企業と連携した創業セミナー等を開催。

(8) 四国

① 地域ネットワーク構築

■女性起業家支援の現状と課題

1. 情報へのアクセスが限られている

都市部と比べて女性起業家向けのメンターや専門家と繋がる機会が不足している等、起業支援情報や成功事例へのアクセスが限られている。

2. 女性起業家同士のネットワークが弱い

地域ごとの繋がりが強い反面、県を越えた女性起業家同士の連携が少なく、都市部のビジネスネットワークとの接点も少ない。

3. 資金調達のハードルが高い

投資家やVCが少なく、資金調達の機会が限られていたり、クラウドファンディングの活用がまだ一般的ではない。

4. 起業後の継続支援が不足

起業支援はあるものの、起業後の事業成長を支援する仕組みがまだ不足している。また、成功事例の共有が少なく、ロールモデルが身近にいない。

5. 家庭・育児との両立の難しさ

保育施設や一時預かりサービスが不足し、子育てと起業の両立が難しい。また、男性中心のビジネス文化が根強く、交流機会等も限られている。

(8) 四国

① 地域ネットワーク構築

■支援機関との体制構築

参画機関獲得のための活動	 四国エリアはメンバーのみの募集。地域連絡会議や各イベントを開催し、その後のフォローとして会場内で名刺交換を兼ねた挨拶や、別途メール等で金融機関や自治体の支援機関に向けて、紹介や募集を行った。
参画機関獲得状況	 メンバー7機関の獲得。全参画機関のうち4機関が金融機関であった。 栃木県からの参画等、地域を越えて参画する機関もあった。 特に、徳島県・愛媛県において女性起業家支援を積極的に行っている機関に参画いただけたことで次年度のサポーターとしての活動に期待。
今後に向けた課題・提案	 更なる獲得のために、四国経済産業局とともに四国のそれぞれ主となる支援機関と密に連携をとり、メールやオンライン上の案内だけではなく、イベント開催や直接面談をしたうえでネットワークを形成していく。 今年度参画機関として獲得できなかった自治体や民間企業へのアプローチが今後に向けた課題。

(8) 四国

① 地域ネットワーク構築

■女性起業家との体制構築

女性起業家発掘のための 活動・方針	 イベント開催県の女性起業家や支援機関に対して、女性起業家支援の現状や課題、各エリアで求められるイベント内容等をヒアリングし、イベント周知についても依頼。ヒアリング内容をもとに、各エリアごとに開催日時やトークセッションのテーマ設定等の工夫をした。また、イベント開催の地域外で活動する女性起業家に登壇していただくことで、エリアを越えた起業家同士の交流やその後のビジネスマッチングを促進。
女性起業家発掘のための 活動成果	 地域イベントでは、徳島県22人・愛媛県35人・香川24人、広域イベントではオンライン参加を含めて103人、全イベントで延べ184人の参加者となった。 『四国』というエリアでの繋がりがあまりなかった中で、イベントを通じて支援機関も含めた女性起業家ネットワーク構築に寄与することができた。
今後に向けた課題・提案	 多くの方にイベントに参加いただいたにも関わらず、単発のイベント開催の盛り上がりには留まってしまったため、継続的にコミュニティとして繋がる仕組みづくりが必要。 高知県以外でのイベント実施となったため全県で開催。

(8) 四国

① 地域ネットワーク構築

■広範囲のネットワーク拡大

四国経済産業局との連携	 本事業スタート時より、四国における女性起業家支援の課題について議論し、推進方法や事業の進捗状況等を随時情報交換した。地域連絡会議や各地域イベントの際は各自治体やJ-StartupWestの参加機関、関連会議での周知活動にご協力いただいた。広域イベント『四国女性起業家サミット』では基調講演のゲストをご紹介いただき、講演テーマや参加者に届けたいこと等を一緒に議論し、当日も満足度の高い内容でイベントを実施することができた。
事業で構築できたネットワーク	 四国経済産業局を通じて、代表機関の活動エリア内外において今まで接点のなかった自治体や、産業支援団体、また、四国外で活動する、四国にゆかりのある女性起業家等を紹介いただき、ネットワーク強化に繋がった。
今後に向けた取組・検討	 地域連絡会議やイベント参加を通じて今までなかった女性起業家支援のネットワーク構築に寄与したが、四国全域へのアプローチには至らなかった。 女性起業家支援が活発に行われているエリア(例:徳島県)への視察ツアーや地域連絡会議以外での情報交換の場の設定なども検討していきたい。

(8) 四国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

【徳島地域】令和6年9月7(土) 13:00～15:30

“女性ならではの場づくりとは”

参加者:35人(アンケート回収:15人)

〔内訳〕

個人・フリーランス:7人

民間企業:4人 金融機関:3人

行政機関:1人

告知・広報活動



TALK SESSION at TOKUSHIMA
女性ならではの場づくりとは。

徳島県の女性起業家を通じて、女性起業家支援を行っている『花咲ねーさん企業組合』に告知依頼。徳島市内を中心にSNS広告を実施。

すでに起業している方、個人事業主を中心に参加いただいた。

当日プログラム



徳島・香川において、女性として、ママとして、介護従事者として、自身の経験を活かした場づくりをすることで、社会に貢献する先輩起業家のトークセッション。

エリアを越えた起業家同士の情報交換や交流が高評価。

フォローアップ



REDエントリーへの検討可否についてアンケート項目に入れ、イベント終了後に継続的にメールにてREDの募集要項やエントリー締切等について案内。

エントリーには繋がらなかったが、新規の女性起業家発掘に繋がり、次年度REDへの関わりに期待。

効果的な施策



交流会にて、より起業を身近に感じていただくために、ゲストの提供するサービス(manowaさんのドーナツ)を会場でも提供したり、商品の展示を実施した。

商品への意見交換が盛んに行われたり、アットホームな雰囲気での開催に繋がった。

(8) 四国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

【愛媛地域】令和6年10月2日(水) 18:30～20:30 “ジブンらしい起業のカタチ”

参加者:35人(アンケート回収:15人)

〔内訳〕

個人・フリーランス：7人

民間企業：4人 金融機関：3人

行政機関：1人

告知・広報活動



愛媛県のコワーキング運営者、フリーランスや起業家支援を行っている経営者等を通じて告知依頼。松山市・新浜市内を中心にSNS広告を実施。

当日プログラム

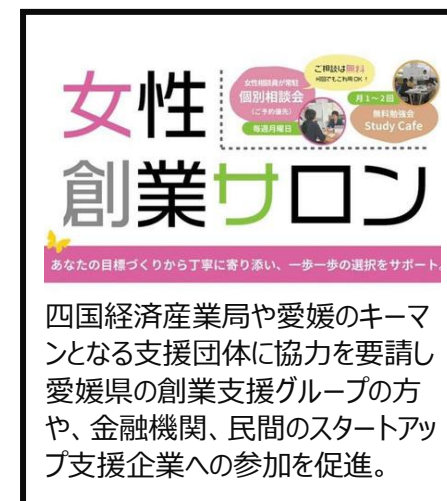


何か一步踏み出したいけど自分のやりたいことをどう表現すればいいかわからないといった女性の第一歩を踏み出すきっかけをつくるトークセッションを開催。

フォローアップ

REDエントリーへの検討可否についてアンケート項目に入れ、イベント終了後に継続的にメールにてREDの募集要項やエントリー締切等について案内。

効果的な施策



四国経済産業局や愛媛のキーマンとなる支援団体に協力を要請し愛媛県の創業支援グループの方や、金融機関、民間のスタートアップ支援企業への参加を促進。

個人事業主や起業を検討している会社員を中心に参加いただいた。

起業検討者にとっては、起業に向けた後押しとなった。

愛媛県から1人の方が九州REDへのエントリーに繋がり、セミファイナリストに選ばれた。

多くの支援機関にご参加いただき、支援者と繋がり、起業支援の情報収集の機会に寄与できた。

(8) 四国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

169

【香川地域】令和6年10月22日(火) 13:00～15:30

“大人女子の起業お茶会”

参加者:24人(アンケート回収:14人)

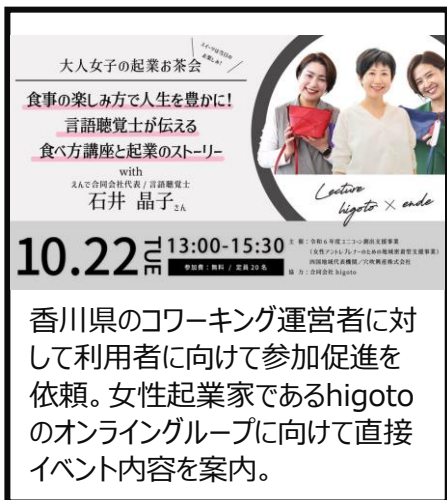
〔内訳〕

個人・フリーランス：9人

民間企業：1人 行政機関：2人

金融機関：2人

告知・広報活動



大人女子の起業お茶会

食事の楽しみ方で人生を豊かに!
言語聴覚士が伝える
食べ方講座と起業のストーリー
with
えんで合同会社代表 / 言語聴覚士
石井 晶子 さん

10.22 13:00-15:30

香川県のコワーキング運営者に対して利用者に向けて参加促進を依頼。女性起業家であるhigotoのオンライングループに向けて直接イベント内容を案内。

フリーランスや専業主婦の方にご参加いただき、起業が身近に感じたというお声をいただいた。

当日プログラム



言語聴覚士というキャリアを活かして起業したゲストをお呼びし、女性にとっての“起業”が少しでも身近に感じていただけるようなトークセッションとワークショップを実施。

起業へのストーリーだけでなく、先輩起業家のサービスを体験できたことが高評価だった。

フォローアップ



REDエントリーへの検討可否についてアンケート項目に入れ、イベント終了後に継続的にメールにてREDの募集要項やエントリー締切等について案内。

エントリーには繋がらなかったかが、新規の女性起業家発掘に繋がり、次年度REDへの関わりに期待。

効果的な施策



『大人女子のお茶会』のコラボ企画として実施。ドリンクやお茶菓子を提供し、女性の何気ない会話から学びと交流を促進。起業前や起業検討者にも参加をアプローチ。

ハードルが高くなる“起業”というワードに対してお茶会という設定により活発な交流が行われた。

(8) 四国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

170

令和6年11月2日(土) 13:00~15:30
“四国女性起業家サミット”(広域イベント)

参加者:103人(アンケート回収:42人)

〔内訳〕

個人・フリーランス:22人

民間企業:10人 経営者:5人

行政機関・起業支援団体・メディア関連・

コワーキング等運営者・NPO法人:各1人

告知・広報活動



ビジネスには、四国の女性が 필요하다。

四国女性起業家サミット
—つながりから生まれる未来—

チラシを作成し、地域連絡会議に参加した支援機関や、四国内のコワーキング施設に配布。ショート動画を作成し、四国全域にSNS広告を配信。告知媒体への掲示。

開催地の香川県中心ではあるがオンラインを含めて103人の方に参加いただいた。

当日プログラム



女性支援活動をされている先輩女性起業家の講演や、様々なフェーズ、環境、ライフスタイルを持った4人の先輩女性起業家によるパネルディスカッションを開催。

四国において様々な分野で起業している女性がいることを知り、繋がりが持てたことが高評価だった。

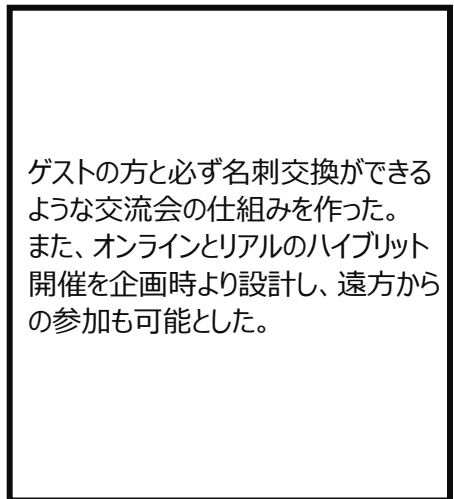
フォローアップ



参加者に対して、REDの発表会があることをイベント終了後のメールにて案内。SNSにて当日の様子を数回に分けて投稿し、ネットワークの強化をはかった。

他地域イベントと同様に、イベント参加者と継続的にコミュニティとして繋がる仕組みづくりが必要。

効果的な施策



ゲストの方と必ず名刺交換ができるような交流会の仕組みを作った。また、オンラインとリアルハイブリッド開催を企画時より設計し、遠方からの参加も可能とした。

当日の悪天候や、家庭の都合により来れない方に対して、オンライン参加への切替も対応できた。

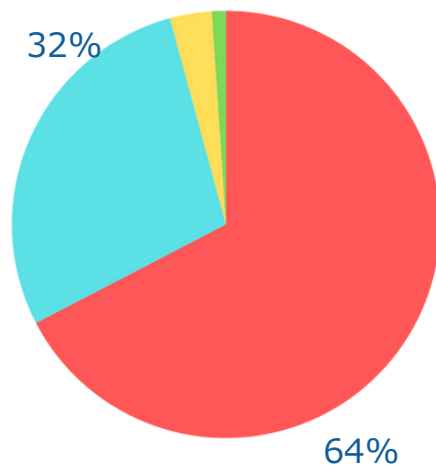
(8) 四国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

■イベントのアンケート結果と分析

本イベントの満足度(全地域の合計)

●	とても満足している	54
●	満足している	27
●	やや満足している	3
●	ふつう	1
●	満足していない	0



- ・ 女性起業家同士の交流が少ないことや、起業支援情報へのアクセスが少ない、先輩女性起業家の事例が少ないことを事前に課題として想定していたが、実際にイベントを開催して想定とおりのニーズがあることがわかった。
- ・ 自分のやりたいことや経験をいかすうえで起業という選択肢があることをトークセッションで伝えることができ、起業前や起業検討者にとっても満足度が高かった。

【アンケート一部抜粋】

- ・ まさに自分がやりたい事業をされている方のお話が聞けて本当に良かったです。また1歩踏み出す勇氣になりました。
- ・ 起業する時の理由や、一緒に仕事をする時の相手とのこと、起業してからの詳しいお話が聞けて嬉しかったです。
- ・ 起業に関心のある女性が多いこと、それを支えようとする行政や専門機関の方々があれだけいらっしゃると知れたことだけでも収穫でした。

(8) 四国

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

■今後も継続すべき点や課題

地域ネットワークの形成

地域連絡会議の開催や、各地域でのキーマンとなる支援団体に協力を要請しながらイベントを開催することで、今までに接点のなかった女性起業家の発掘に繋がった。今年度は、参画機関のメンバー獲得において課題が残ったため、金融機関だけではなく、自治体や民間の起業支援団体などのへの丁寧なアプローチを継続していく必要がある。

女性起業家向けコミュニティの形成と広報活動

SNS広告の活用や、目を惹くようなデザイン性のあるバナーやチラシを作成することで、新規の女性起業家の発掘や、イベント認知を広めることができた。各媒体の特性を活かしながら、SNSを活用した広報を継続していく。一方で、イベントを通じて多くの参加者や支援機関との接点ができたが、継続的にコミュニティとして繋がる仕組みがなかったことが課題となり、コミュニケーションツールの導入などの検討が必要。

実践的な情報やネットワークの提供

地域を超えた女性起業家との交流によって、四国や地方という地域性を活かした起業のカタチや、身近な課題解決をビジネスにするなど、事業成長における現実的な課題解決のヒントや起業に対するモチベーションを高めることに寄与することができた。今年度はトークセッションと交流をメインとしたイベント内容となったが、起業家・起業検討者などのフェーズに合わせたノウハウを提供するセミナーやワークショップなども検討したい。

(8) 四国

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

広報やエントリー者獲得に向けた活動	・ 各地域イベントにてREDエントリーに関するチラシを配布し、イベント開始時に告知。 ・ イベント終了後に収集するアンケートにて、『REDエントリーを検討しているか』という項目を入れた。 ・ イベント終了後も継続的にメールにてREDエントリーの募集要項や締切について案内。
成果	・ 愛媛県から1人エントリー。 ・ アンケート結果では、REDエントリーを検討するとの回答を多くいただいたエリアもあったが、継続的なフォローがメールのみでの案内となったため、エントリー獲得に繋がりにくかった。
今後に向けた課題、提案	・ 女性起業家のフェーズにあったフォローをしていくために、ビジネスプラン作成等のセミナーを開催。 ・ 各エリアでの類似の女性起業家支援のイベントにて告知を実施。 ・ コミュニティとして継続的に繋がる仕組みづくり(ツールの導入等)。

(8) 四国

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

■地域事業全体の総括

- ・地域イベント、広域イベント、地域連絡会議開催にあたり、女性起業家や起業検討者、支援機関が集まり、**ネットワークの第一歩が形成された**。特に各イベントの交流会の場では、起業前の参加者が実際の起業家と繋がる機会を得る等、関係構築が進んだ。
- ・イベント、地域連絡会議開催にあたり、計12人の女性起業家の方にご登壇いただいた。支援機関含め**総勢200人を超える方々にご参加いただき、女性起業家支援への必要性の高さが確認できた**。
- ・四国全域を対象とした広域イベントを実現したことによって、**各県の枠を超えた情報共有ができた**点は、他地域の支援活動にも良い影響を与える可能性がある。

■地域の目指すべき方向性

1. 継続的なネットワーク形成と支援の仕組み化

- ・チャットツールの活用等、女性起業家同士が継続的に繋がり、情報交換やビジネス連携が自然に生まれる環境を整える。

2. 起業支援情報の「見える化」とアクセス向上

- ・WebやSNSでの情報発信を強化し、これから起業を考える女性が「どこに相談すればいいのか」が一目で分かる環境をつくる。

3. 女性の起業のしやすさを高める環境づくり

- ・託児付きイベントや起業支援の拡充、女性向け資金調達支援の強化等、女性がライフステージに関係なく起業を選択しやすい環境を整える。

(8) 四国

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

■事業全体の分析

- ・経済産業省が主導することによって、**国の後押しによる女性起業家支援の正当性・影響力**があった。自治体や支援機関も巻き込みやすく、広域でのネットワーク形成が促進された。また、参加した女性起業家、起業検討者にとっても、起業に関するイベントや交流会に参加してみたいが、過去参加した本事業ではないイベントで不信感を感じた経験があったため、本事業は公的な機関の主催ということで、参加の動機や安心感に繋がったというお声もいただいた。
- ・地方において女性起業家のネットワークは不足しがちだが、四国全体を視野に入れたことで、より広範囲な繋がりを生み出すきっかけとなり、**地域を越えた広域支援が実現**できた。
- ・起業前や起業検討者の参加者も一定数いたことで、**新たな起業家候補の発掘**に繋がった。また、既存の女性起業家との交流を通じ、具体的な起業イメージを持つ機会が提供された。

■事業全体の課題や方向性の提案

1. 単発のイベントではなく、継続的なネットワーク支援の仕組みを構築する

- ・エリアが広域のため一度のイベントで関係を築くのは難しく、継続的なネットワーク形成のための仕組みが必要。

2. 起業前から成長フェーズまで、段階に応じた支援を提供する

- ・事業の初期支援だけでなく、成長段階に応じたサポートの仕組みが求められる。

3. 支援機関・自治体・民間企業と連携し、全国での女性起業支援体制を強化する

- ・支援団体が個別に活動しており、連携が強化されれば、より効率的な支援が可能になる。

九州



(9) 九州

① 地域ネットワーク構築

前提条件：事業を推進するにあたり、弊社では下記点を仮説として、企画を構築した

[九州の女性起業家及び支援機関の特徴]

スタートアップ支援策は充実してきているが、女性起業家に特化し継続した支援策を講じているのは九州では大分県に留まっていて支援機関の連携も「女性起業家応援団」の連絡先情報のみであった。「九州 女性起業家支援」で検索を行っても、新しい情報は出ていない。

[女性起業家支援の現状と課題]

- ・女性起業家の多くが自己資金や小規模融資に頼りがちである。クラウドファンディングの活用は増えているが、事業成長に必要な規模には不十分。
- ・「創業」支援はあるが、成長・スケールアップのための支援が少ない。IT・デジタル分野の女性起業家がまだ少なく、支援も手薄である。
- ・福岡ではエコシステムが発展しているが、地方都市は支援が少なく、女性起業家同士のネットワークも築きにくい。

(1) 実施した参画機関獲得のための活動

地方自治体へ向けて（パートナーの獲得やエントリー者紹介）

- ・本社がある「別府市」の紹介により、九州地域で別府市が連携する都市のスタートアップ窓口担当者を紹介してもらい、当事業の説明を実施。
- ・九州経済産業局から認定創業支援等事業計画にて「女性起業家支援強化」の可能性がありそうな市町村担当者等にお繋ぎ頂き、事業説明を実施。
- ・各地で開催されるスタートアップや女性起業家に向けたイベントで、当事業の説明をさせてもらえるよう働きかけた。
- ・セミファイナリスト・ファイナリストが決定した際に、電話にて窓口担当者への説明、参画の依頼。

金融機関へ向けて（サポーターの獲得やエントリー者紹介）

- ・大分県内の金融機関（信用金庫）からの紹介や以前のネットワークからの紹介により各県にて当事業の説明を実施。
- ・九州各地に拠点をもつ大企業へ向けてアプローチを実施。連携提案等を行った。
- ・各地のコワーキング施設を訪問し、現状のヒアリングと課題の抽出を実施。今年度より新規で始まった女性起業家向けネットワーク構築を行う事業者の企画するイベント等に参加した。

(2) 参画機関獲得状況（令和7年1月28日現在）

- ・サポーター 20社 ・パートナー 17機関 ・メンバー 1機関 （リストアップ先 全57社）

(9) 九州

① 地域ネットワーク構築

(3) 女性起業家発掘について

実施した活動

- ・これまで弊社と繋がりのある大分県内の女性起業家と連携して、事業の周知を図った。
- ・女性起業家を発掘するためのアイデアを発表する機会を提供するイベント等に参加して、事業周知の時間をいただいた。
- ・地域のコミュニティ形成・ネットワーキングイベントを主催する団体と連携して事業告知を行った。(福岡県:「Bloom Fukuoka」)
- ・弊社の既に保有するInstagramやFacebookグループでの情報発信を実施。(起業に関心のある女性が気軽に情報を得られる場を作る)

活動の方針について

- ・女性起業家支援において最も重要だと考えているのは、「囲い込みのないネットワーク形成」である。支援者の主観によって情報を排除することなく、オープン・フラット・フレンドリーに情報を起業家に与え、起業家が選択できる環境を構築したいと考えた。
- そのため、事業の共感を得られないケースの場合(例えば、ビジネスプランに優劣をつけることがないものへの共感を頂けない等)は、事業の情報提供にとどめた時もあった。よって獲得に繋がらなかったことも考えられるが、“大切にしたいこと”は起業家と同様に持って活動に徹したいと方針を定めた。
- ・弊社では、過去の事例に捉われず、起業家の「想い×行動力」を実現するために、主観は取り払い話を聞くこと、問いを重ねることで起業家の本質的に叶えたいことを理解するように努力することを徹底した。

成果について

- ・地域イベントでの巻き込みや、セミファイナリスト・ファイナリストとのネットワークについては想定以上に信頼関係を構築できた。
- ・一方で、女性起業家のロールモデルが少ない地域においては、ビジネスモデルが「創業」の枠を越えることが難しく感じた。その中でもセミファイナルに残った起業家は、メンタリングを経てブラッシュアップはできたが、最終ファイナルまでは達することができず、九州7県中、ファイナリスト選出まで至った都道府県は(福岡、大分、佐賀)の3県になってしまったことが今後の課題である。

今後に向けた課題と提案

- ・地域イベントではリアル開催(またはハイブリッド開催)を前提に企画したが、それでは起業家の母数の獲得に苦労したため、今後は「オンライン」で移動せず参加できる企画で興味関心を引き出して、会場で交流できる機会へと繋げたい。
- また、開催時間を昼夜のいずれも設定し、幅広い層の起業家にリーチしていきたい。
- ・ロールモデルの存在は重要であるとする。今回RED KYUSHUで輩出したファイナリストと連携を図り「起業家の声と経験」をより多くの起業を目指し奮闘する女性たちに届けていきたい。

3. 地域代表機関の事業実施報告

(9) 九州

① 地域ネットワーク構築

179

構築したネットワーク

SUPPORTER



PARTNER

一般社団法人 スリーアクト / 大分県中小企業団体中央会 / 日本政策金融公庫 福岡創業支援センター / 熊本市男女共同参画センターはあもにい / 日本政策金融公庫 熊本創業支援センター / 大学コンソーシアムおいた / 公益財団法人かごしま産業支援センター 鹿児島県よろず支援拠点 / 公益財団法人大分県産業創造機構おいたのスタートアップセンター / 北九州市 / 福岡市 / 直方市 / 佐賀市 / 熊本市 / 大分県 / 別府市 / 中津市 / 鹿児島県

MEMBER

Fukuoka Growth Next

FINALIST



所属
多摩地区産品流通促進センター/多摩市プロダクト
氏名
安部 雅枝



所属
茨城・三つ子の誕生を記念する会
氏名
牛島 智絵



所属
Gladly HOTEL NEW
氏名
中嶋 佳奈恵



所属
大分県産品流通促進センター/大分県産品流通促進センター
氏名
中嶋 ひとみ



所属
長崎県産品流通促進センター/長崎県産品流通促進センター
氏名
久禮 真理



所属
茨城県産品流通促進センター/茨城県産品流通促進センター
氏名
上野 ゆい



所属
大分県産品流通促進センター/大分県産品流通促進センター
氏名
山内 紗衣



所属
大分県産品流通促進センター/大分県産品流通促進センター
氏名
山内 紗衣



所属
大分県産品流通促進センター/大分県産品流通促進センター
氏名
久禮 真理



所属
大分県産品流通促進センター/大分県産品流通促進センター
氏名
上野 ゆい

(9) 九州

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

◆実施状況

	日時	場所	テーマ	登壇者	参加人数	備考
1	6月28日(金) 15:00～17:00	福岡合同庁舎 九州経済産業局(福岡県)	地域連絡会議		起業家: 13人 支援者: 23人	※アーカイブ配信あり
2	7月25日(木) 13:30～16:30	XOSS POINT.(熊本県) ※ハイブリッド開催	5万円で始めた起業で50人超の女性を雇用。アイデア商品を10万個以上販売するまでのストーリー	株式会社ルカコ 代表取締役 仙田忍	起業家: 17人 支援者: 14人	※アーカイブ配信あり
3	8月5日(月) 13:30～16:30	ホテル日航大分 オアシスタワー(大分県) ※ハイブリッド開催	ビジネスで、夢をかなえる。 ～あなたの課題は新規事業になる～	株式会社minitts 代表取締役 中村朱美	起業家: 27人 支援者: 20人	※アーカイブ配信あり
4	9月6日(金) 13:30～16:30	Fukuoka Growth Next (福岡県) ※ハイブリッド開催	二児の母親が連続起業家、 社会起業家になるまで 事業を成長させる関係性の作り方	株式会社ロスゼロ 代表取締役 文美月	起業家: 12人 支援者: 11人	※アーカイブ配信あり
5	9月9日(月) 13:30～15:30	長崎ビジネス支援プラザ (長崎県)	「違和感」「ワガママ」ある人、 集まれ! あなたの人生すべてを起 業にいかす方法	NPO法人リベルタ学舎 代表 湯川カナ	起業家: 5人 支援者: 8人	※アーカイブ配信あり ※長崎ビジネス支援プラザ 共催
6	9月10日(火) 18:00～19:30	XOSS POINT. (熊本県)	5万円で始めた起業で50人超の女性を雇用。アイデア商品を10万個以上販売するまでのストーリー	株式会社ルカコ 代表取締役 仙田忍	起業家: 8人 支援者: 3人	※アーカイブ配信あり
7	9月11日(水) 10:00～12:00	XOSS POINT. (熊本県)	5万円で始めた起業で50人超の女性を雇用。アイデア商品を10万個以上販売するまでのストーリー	株式会社ルカコ 代表取締役 仙田忍	起業家: 17人 支援者: 5人	※アーカイブ配信あり
8	令和7年 1月28日(火) 14:30～17:00	杉乃井ホテル 杉乃井ホール	地域連絡会議(REDD KYUSHU内) 事業振り返りトーク 起業家展示会・交流会	井本達也 宮脇恵理	来場合計: 250人 内一般: 145人 内支援者: 64人	

(9) 九州

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域連絡会議

日時	場所	参加人数	備考
6月28日（金） 15:00～17:00	福岡合同庁舎 九州経済産業局 （福岡県）	起業家：13人 支援者：23人	※アーカイブ配信あり

時間	内容	備考
13:00	運営メンバー集合 会場設営	
14:30	受付開始	
15:00	開会挨拶・事業説明	開会挨拶：九州経済産業局 事業説明：全国事務局
15:20	大分県女性起業家コンテストの ファイナリストトーク「ファイナリストに なってからの私たちの変化」	株式会社curaso village 秦紀子 合同会社co-e connect 株式会社M・ZEC 中嶋佳奈恵
15:40	女性起業家支援機関トーク 「女性起業家支援事例紹介」	豊和銀行 神野康弘 別府市 魚返将和
16:00	意見交換WS	
16:50	今年度のスケジュール発表	

日時	場所	参加人数	備考
令和7年 1月28日（火） 14:30～17:00	杉乃井ホテル（大分県） 杉乃井ホール	250人	※RED KYUSHU内 で開催（青塗り部）

時間	内容	備考
10:00	運営メンバー集合 会場設営	
14:00	受付開始	
14:30	オープニング・事業説明	開会挨拶：経済産業省 来賓挨拶：別府市長
14:45	ビジネスプラン発表 ・ファイナリスト10人による プレゼンテーション	
16:00	事業振り返りトーク 自由交流タイム	アドバイザー：井本達也氏 九州代表機関：宮脇恵理
16:15	サポーター賞発表	
16:30	展示・交流会・クロージング	閉会挨拶：九州経済産業局



意見交換WS①



意見交換WS②



事業振り返り



来場者の様子

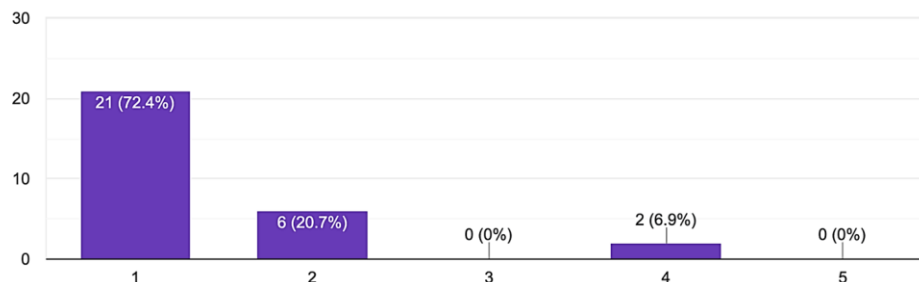
(9) 九州

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域連絡会議：アンケート結果

1. キックオフカンファレンス全体の感想を教えてください。

29 件の回答

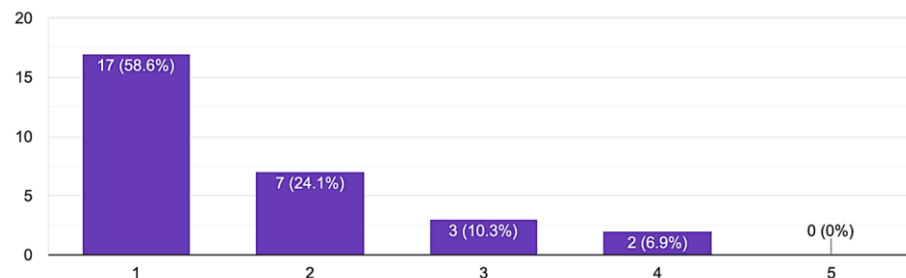


満足度理由

- ・キックオフにふさわしいメンバーの熱量を直に感じることができました。
- ・リアルで集まったのが良かった。
- ・関係する皆さんとお会いできて楽しかったです。
- ・事業の全体像が少し見えました。
- ・新しい方々とディスカッションできて非常に新鮮でした。
- ・他市、他県のお話を聞けたため。また、名刺交換等で繋がりが増えたため。

3. 女性起業家トークセッションの感想を教えてください。

29 件の回答



満足度理由

- ・本人からの経験談はよい。
- ・様々なストーリーや想いを感じる事ができた為。
- ・女性起業家のリアルが聞けた。

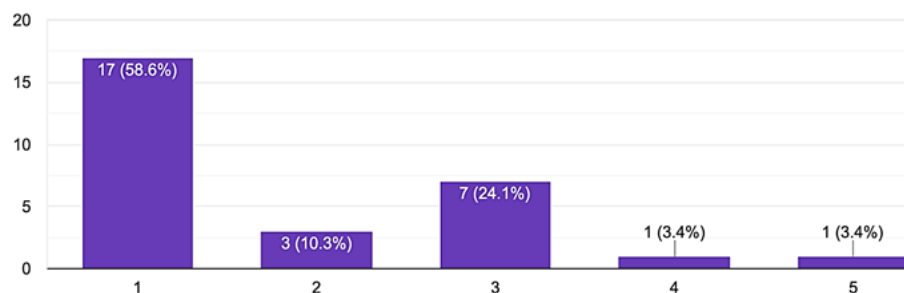
(9) 九州

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域連絡会議：アンケート結果

5. 支援機関事例発表の感想を教えてください。

29 件の回答

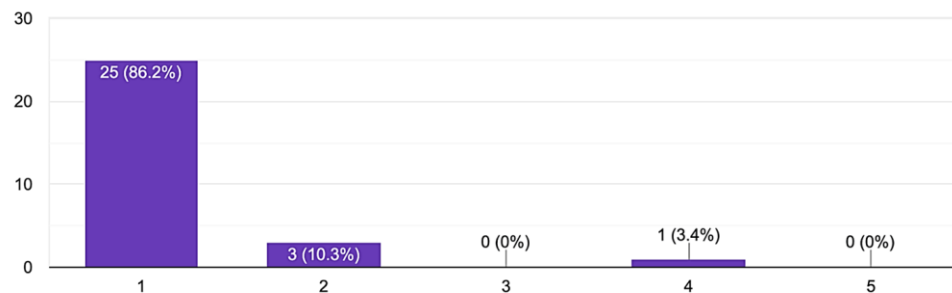


満足度理由

- ・事例を挙げた内容でわかりやすかった。
- ・金融機関との関わりがよくわかりました。
- ・具体的にどのようなサポートをされているのか分かりました。
- ・支援事例がわかりやすかった。

7. ディベートの感想を教えてください。

29 件の回答



満足度理由

- ・性別や属性等のレイヤーを超えてそれぞれの意見が聞けたのでいい機会になりました。
- ・自分たちが取り組む事柄を改めてディベートすることで、意味意義を実感できた。
- ・女性起業家とは？を考えた時に、様々な意見を聞くことができ、自分自身も考えることができ、新たな気づきに繋がりました。
- 会場へ直接来てよかったです。
- ・頭の整理ができ、いろんな視点の意見が聞けた。
- ・楽しく知識も獲得できました。

(9) 九州

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域イベント

時間	内容	備考
10分	開会挨拶・事業説明	
60分	キーノートスピーチ	
70分	公開ブラッシュアップ	女性起業家より希望者4人程度が5分間でプレゼンを行い、メンター2人によるチェックバックを実施
20分	支援機関情報紹介	開催地域の支援機関による支援策、支援プログラム等の紹介
10分	閉会挨拶・アンケート案内	



9/10-11 熊本イベント



8/5 大分イベント



9/6 福岡イベント



9/10 長崎イベント

(9) 九州

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

地域イベント：アンケート結果

◆イベント全体に関する回答

- ・参加者の事業を聞いたのが刺激になった。
- ・講師の方のお話はもちろん、チェックバックがとてもためになりました！他の方のアドバイス頂く内容もどれも学びでした。
- ・起業家と支援者との距離が近く、とても有意義なイベントだった為
- ・起業家との一体感
- 文美月さん（株式会社ロスゼロ）のお話しがとても印象的で、どうしても目の前のことで視野が狭くなっていることに気づきました！
- ・公開ブラッシュアップに参加し、具体的なアドバイスをいただけた為。
- ・起業についてのリアルな体験談だけでなく、プレゼンへの的確なアドバイスもされていて、起業を応援しようという意気込みを感じました。
- ・和やかな雰囲気の中で大変わかりやすかったです。
- ・具体的なブラッシュアップ等、すぐに出来そうなこともたくさん聞けたから。
- ・仙田忍さん（株式会社ルカコ）のスピーチはじめ、宮脇さんの的確なビジネス目線でのご意見、そして、参加者同士の交流もとてもためになるものばかりでした！やはり、行動あるのみだと思いました！リアルで会って話して感じる事の素晴らしさを改めて実感しました！本当にありがとうございました！
- ・多方面から起業支援サポーターがいらっしゃったので、相談先が一目でわかり非常に助かりました。
- ・夢を持って企業された方の熱いお話を沢山伺うことができた。
- ・実際にお小遣いの範囲で起業された方のお話をお聞きすることができたから。
- ・ルカコさんの講演会が面白かった。また、その後のルカコ仙田さんと、アイジーシー宮脇さんのビジネスプラン公開ブラッシュアップの内容も濃く、自分の事業を考える上でもとても参考になるものだったから。

◆キーノートスピーチに関する回答

- ・経営者の思考からどこに着眼点をおき、どこを改善し今があるのか。関わって来られた方たちのエピソードもとてもありがたいお話でした。ありがとうございました！
- ・創業者目線でのスピーチで大変勉強になったため。
- ・いろんな視点でエントリーシートを書きたいと思います！
- ・創業から現在に至るまで濃い内容のお話が聞けた。
- ・分かりやすいだけでなく、話の展開も面白く、あっという間の1時間でした
- ・仙田さんの成功体験談だけでなく、1分間エレベーターピッチからの他己紹介。事業のキャッチコピーにつながるような、すごく分かりやすいワークショップだった。
- ・かたい話が多いのかと思っていましたが、話も面白く、ずっと聞き入っていました。楽しい時間でした。
- ・やはり、起業してずっと続けている方は、パワーがあり、私自身が起業するなんて無謀だったかとも思いましたが、始めたからには諦めずに頑張ろうと思いました。
- ・行動してる方のスピーチは、本当になるほど！の連続でした！
- 頭だけで動けてない自分への喝になりました！
- ・さすがのトーク力であっという間の時間でした。発想からの行動力と楽しむ姿が印象的で素敵でした！ズバツと言ってくれるのも痛いと感じるのはそれだけ響いているからだと思うと頼もしいばかりです！

◆公開ブラッシュアップに関する回答

- ・スピーチとはまた違い直接的な意見がもらえ、より深く内容が聞けた。他の方のプレゼン内容も素晴らしいと感じた。
- ・アドバイスが的確だったため。
- ・発表内容も分かりやすく、メンターのコメントもポイントをついていて共感できた。
- ・発表者の良い点もお伝えしながら、前向きにブラッシュアップできる視点もお伝えしていて、聞いている方も非常に勉強になりました。
- ・課題、指摘事項は自分にも本当に当てはまる事柄ばかり。
- 何を売りにするのか、私の事業で何が得られるのか、ピンポイントを掘り下げたいと思った。
- ・自分の事業にも置き換えて考えることができ、とてもよかったです。ズバツと仙田さんがアドバイスされるのをきいて、まるで自分のことのように、心が痛かったです。なかなかストレートに助言してくださる方は少ないと思います。とても有難いなと思いました。
- ・事業内容等も全然違いましたが、指摘されていたこと、改善点等は全部自分にも当てはまることだったからです。

(9) 九州

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

◆広報活動について：

周知広報の手段として、SNS（Instagram及びFacebook）への発信を中心に、情報の拡散を実施した他、女性のフォロワーを多く持つネットワークを保有する起業家への広報依頼や連携を実施した。

R7.1.28現在フォロワー数

(Instagram：1,143人 Facebook：716人)



Instagram・Facebookを活用
エントリー情報や、ファイナリスト紹介、地域イベントの告知

◆エントリー者獲得に向けた活動

- ・九州の各自治体が主催する類似イベントへの参加
→エントリー者増加・参画機関獲得へと繋げることができた。
- ・パートナーとオンラインミーティングを開催
→地域の起業家へ情報周知の協力、エントリー者紹介にも繋がった。

◆エントリー者への伴走支援

- ・エントリーシート提出前に計31回の個別オンラインメンタリングを実施。
(多数のオンライン開催日や時間設定を設け参加を促進した)
- ・チェックバックの内容も録画して参加者に共有し、何度でも確認できるようにした。→エントリーシート提出者増加

◆メンタリングの実施

- 〈準備〉参画機関に向けて、各自治体からの発表者の発表時間を提示し、関わりの深い起業家のメンタリングへの同席を促した。
- 〈課題〉参画機関の役割が明確でなく、同席して聴講するだけとなってしまったので、都度コメントをもらうなど役割や連携の具体化が必要。

◆セミファイナルプレゼン審査会の実施

- 〈準備〉プレゼンの時間以外は、交流を促進するため担当者を配置し支援機関と起業家を繋げた。
- 〈課題〉・より交流を図るための企画が必要。
・セミファイナリストもキックオフ（オリエンテーション）を別に設けた方が良い
→メンタリングだけでは、交流機会が限定的であるため。

(9) 九州

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

◆ビジネスプラン発表会 RED KYUSHU (本番)

(1) 開催日時 令和7年1月28日(火) 14:00開場

(2) 開催場所 別府市杉乃井ホテル 杉乃井ホール

(3) プログラム

14:30 オープニング・事業説明 (開会挨拶：経済産業省 来賓挨拶：別府市長)

14:45 ビジネスプラン発表 ファイナリスト10人によるプレゼンテーション

16:00 事業振返りトーク (アドバイザー：井本達也氏 九州代表機関：宮脇恵理)

16:15 サポーター賞発表

16:30 展示・交流会・クロージング (閉会挨拶：九州経済産業局)

(4) 成果

- ・マッチング件数：83件 (1人あたり平均8.3件 サポーター企業数20社)
- ・来場者数：250人
- ・起業家展示数：20ブース

九州のファイナリスト10人(福岡6人、大分3人、佐賀1人)のビジネスプランは事業領域が多彩で社会性のあるものが多く、事業ステージも起業間もない人から第二創業まで幅広く、聴衆を魅了させるすばらしいプレゼンテーションであった。
また、各ファイナリストを支援するパートナーの来場応援もあり、柔らかな雰囲気のもと開催できた。



ファイナリストプレゼンの様子

会場全景



(9) 九州

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

◆ 起業家出展ブースについて

目的：

- ・交流したいファイナリストが会場のどこにいるかを明確にする。
- ・プレゼンしたファイナリストの商品やサービスを展示することで興味関心を向上させる。
- ・幅広い層の来場者を引き付け、結果的にファイナリストの認知度アップを目指す。
- ・出展した起業家と交流することで、ネットワーク形成の拡大を促進する。

結果：

- ・ブースが設けられていてコミュニケーションが取りやすかった（一般来場者より）
- ・一般来場者とも多く話す機会に恵まれ有意義だった（ファイナリストより）
- ・ブース設置があり実物を拝見することができてよかった（サポーターより）
- ・探求教育（アントレプレナーシップ教育）の一環で、地元の高校生が先生の引率により来場したが、各ブースにてヒアリングしている姿も見られ刺激になったと報告があった。

アンケートにも出展ブースについて肯定的な回答が多くあり、盛況となった。



パネルの設置



商品やサービスの展示



交流の様子

(9) 九州

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

事業の概要

・目的：代表機関と全国事務局が1つのチームとなり、支援者が同じ概念やブランドで繋がることで、統一した支援手法を全国で確立し、地域のネットワークの確立と女性起業家の事業の成長の2軸の「多様な成功モデル」を創出する。九州地域は、地域の支援ネットワーク構築と女性起業家のロールモデルの輩出を行った。

- ・実施期間：令和6年6月3日～令和7年2月8日
- ・対象者：九州地域の女性起業家及び支援者

◆成果・総括（KPI達成状況：目標と実績の比較）

	目標	実績	状況
地域イベント（ネットワークイベント）について	3回（集客合計120人）	6回（集客合計147人）	達成
ビジネスプラン発表会 エントリー数	80件	41件	未達
（独自）目標とするエントリー地域	九州7県全域	6県	未達
セミファイナリスト（ファイナリスト）選出数	30人	30人	達成
（独自）ファイナリスト選出地域	九州7県全域	3県	未達
ビジネスプラン発表会 参加者数	150人	250人	達成

(9) 九州

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

◆ 課題と改善点

課題1：女性起業家への事業周知について

九州地域では、ファイナリスト選出を九州全域から達成したいと目標を据えて、活動してきた。しかし、当事業の情報を九州全県に拡散できず、最終のファイナリストの地域に偏りが出てしまったことは、**起業家の母数を得られなかったことが大きな要因**だと考えている。

課題2：支援者へのアプローチについて

当事業においては、自治体や金融機関との連携が大変重要だと考えている。しかし、今年度は、地域イベントの実施やスケジュール対応に追われ、支援機関に対して情報提供が十分にできなかったことが課題としてあげられる。実際に訪問して説明することを重視したことで、数多くの支援先にアプローチできなかったため、今後は**オンラインを上手く活用し、当事業に連携可能な支援先を獲得することが重要**だと考える。

◆ 今後の方向性

(1) 基本的な方向性

今年度の多彩な女性起業家ファイナリスト10人を中心に、九州全域の女性起業家を発掘し、より広範囲でのネットワークを形成する。地域ごとの支援体制を強化し、女性起業家の成長を促進するためのプログラムを検討する。

(2) コミュニティ形成について

セミファイナリスト・ファイナリストに選出された起業家に対して、全国事務局が実施するメンタリングに加え、九州事務局として起業家への細やかなサポートや、支援機関への丁寧な情報共有ができたことから、**強力なコミュニティの基盤ができた**と考えている。今後各地域でイベントを開催し、それが一過性の出会いで終わらせないためには、地域の女性起業家支援の熱量や厚みがとても重要であり、当事業に共感を得た支援者やファイナリストの可視化に取り組んでいきたい。

(3) ビジネスプラン発表会 RED KYUSHUについて

今年度の開催場所が、大分・別府（地方）を選んだことから来場者数が不安であったが、結果として想定以上の来場者を獲得できたのは大きな成果となった。これまでの取り組みで構築した大分県内の支援ネットワークに加え、別府という地域に興味を持って来場したという声も多数聞かれた。このイベントは、各代表機関地域のアクセラレーションプログラムの集大成であり、女性起業家支援といえばRED KYUSHUを目指すという存在感のあるものに育てていきたい。女性起業家支援には多様性を受け入れる土壌と混ぜ合わせていくことが、成長を加速化させると考える。それを街全体で実践している、特定の場所にピンを刺す（例：毎年別府で開催する等）ことを目指したい。

沖縄

Be^{x3}

TRIAL CAFE

Be You. Be Unique.
Be True to you.

(10) 沖縄

① 地域ネットワーク構築

● 女性起業家支援の現状と課題

女性起業家

- ・大企業や法人化したビジネスよりも、個人事業主やスモールビジネスが中心
- ・地域コミュニティを重視
- ・ロールモデル不足と情報格差
- ・家庭との両立を意識した働き方

支援機関

- ・公的機関による創業支援が充実している
- ・スタートアップの取り組みや、資金調達の機会はあるが活用が進んでいない
- ・支援機関同士の連携が不足

1. 沖縄地域の女性起業家の特徴と支援機関の特徴

- ・沖縄県内には女性起業家向けの支援プログラムやネットワーキングイベントが存在するが、**各機関の連携がまだ不十分**なため、**支援内容や情報が分散**し、活用しにくい状況にある。
- ・女性の経営者は一定数存在するものの、新規創業者が少なく、起業やビジネスの成長、事業拡大に関する具体的な**ロードマップのイメージ、ロールモデルの存在、実践的な支援**が不足している。
- ・起業を希望している女性も多いが、全国展開、事業拡大より、**スモールビジネスに留まる**女性起業家が多い。

(10) 沖縄

① 地域ネットワーク構築

沖縄地域におけるステークホルダーの巻き込みと連絡体制の構築

那覇市特定創業支援等事業計画の連携支援機関、公益おきなわ女性財団と連携を図り、本事業を紹介した。

市区町村	支援メニュー
那覇市	なはし創業・就職サポートセンター（創業相談、創業セミナー）
連携支援機関	支援メニュー（※赤字のメニュー是那覇市の特定創業支援事業です）
那覇商工会議所	創業相談、創業塾、経営向上塾、創業計画書作成支援
コザ信用金庫	コザしん創業スクール、創業資金相談、ビジネスモデル構築支援、事業計画、財務サポート、販路開拓支援
一般社団法人アントレプレナーシップラボ沖縄	起業・創業セミナー
一般社団法人ひとまちcreateなは	女性・若年社会人向け創業セミナー
琉球ミライ株式会社	創業相談
公益財団法人おきなわ女性財団	女性の社会活動に対する支援等を行うことにより、女性の地位向上及び社会参画の促進、女性起業塾、キャリアアップセミナー、ている塾

(10) 沖縄

① 地域ネットワーク構築

●地域において実施した参画機関獲得のための活動

本事業期間中、スタートアップ支援機関や金融機関が集まるイベントに積極的に参加し、**ネットワークの構築**を試みた。
また、イベントの会場としてスタートアップや起業支援を行う企業のスペースを活用することで、繋がりを深め、関心を高める工夫を行った。
しかし、最終的に参画機関は**2件**に留まった。

●主な要因

- (1) ビジネスプラン発表会の実施がなく、**事業のコアとなる部分の具体的なイメージを十分に伝えられなかった点**
- (2) 参画による**沖縄地域でのメリットを効果的に発信できなかった点**が挙げられる。

●今後の課題と具体的な提案

- (1) ビジネスプラン発表会に代わる**沖縄地域独自のマッチングイベント**を開催し、支援機関と起業希望者が直接交流できる場や、事業アイデアの発表だけでなく、支援機関側からの支援内容の紹介も行いながら相互理解を深める場が**継続的に必要**。
具体例⇒起業支援フェア、起業家と支援者のマッチング会
- (2) 参画機関にとっての**メリットを明確**にし、具体的な関与の方法を提示する。
参画することで得られる広報機会、ネットワーク拡大の可能性、起業支援の意義を明確に伝えられるようにする。
具体例⇒参画機関の取り組みを広報するプラットフォームを構築
- (3) **支援機関が求める情報を把握・収集し、的確なアプローチを行う**。
具体例⇒支援機関同士の定期的な勉強会、意見交換会の実施

(10) 沖縄

① 地域ネットワーク構築

● 女性起業家発掘のために実施したこと、方針

女性起業家の発掘を目的に2回の交流イベントを実施。

方針：「起業家」という言葉を前面に出さず、「働く女性の印象力アップ」「やりたいことを実現」等、創業前の方でも参加しやすいテーマを設定した。

- ① 8月イベント：ロールモデルとなる起業家の講演を実施し、自己分析やグループワークを通じて働き方について考える機会を提供。
- ② 11月イベント：支援機関の活用方法や起業プランの整理、自己理解を深めるプログラムを実施し、女性が自分らしい起業を意識できる環境を整えた。

● 今後に向けた課題、提案

スモールビジネスに取り組む女性起業家のイベント参加が多かった一方で、事業拡大や全国展開を目指す女性起業家の発掘と育成が今後の課題となる。

(10) 沖縄

① 地域ネットワーク構築

● 今後に向けた提案

- ・実践を踏まえたステップアップの仕組みを導入。
- ・起業家が成長過程に応じた支援を受けられる体制を整備する。
- ・県外や海外から沖縄に移住した女性起業家との交流機会を創出。
- ・沖縄から全国に展開できる成功事例やロールモデルを育成し、地域に根差した起業文化の醸成を図る。

● 事業で構築できたネットワークについて（結果）

自治体・民間・金融機関のスタートアップ支援に積極的に取り組んでいる機関にイベント講師を依頼。また、支援機関の施設をイベント会場とすることで、支援ネットワークの構築を進めた。さらに、沖縄県内で開催されるスタートアップ関連イベントや、支援機関が集まるワークショップに参加し、他の支援機関との情報交換を実施し、関わりを構築した。

(10) 沖縄

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

● ネットワークイベント第1回目 令和6年8月31日

テーマ：働く女性の印象力の磨き方 ～自分らしさをいかすビジネス～

イベント内容

- ① 事業をはじめるまでのキャリアについて
- ② 働く女性の「印象力」と「美しい所作」
- ③ 実践の為のヒントとテクニック
- ④ 沖縄県内支援機関紹介
- ⑤ 座談会・名刺交換会

参加者数：19人 全員リアル参加（起業家14人、支援機関5人）

ロールモデルとなる女性起業家による講演、印象力向上ワークショップを実施。参加者の交流の様子を見ていると、現在の働いている環境、行っている事業、悩み等、自分の働き方や事業について「話せる環境、話せる仲間」を必要としていることを感じた。

(10) 沖縄

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

● ネットワークイベント第2回目 令和6年11月30日

テーマ：やりたい事業を実現させる！ 3つのミカタ

イベント内容

- ①ミカタ1 支援機関の活用
- ②ミカタ2 起業プランと想いの整理の仕方
- ③ミカタ3 自分の才能を知る
- ④座談会・名刺交換会



参加者数：32人 ハイブリット開催（起業家21人、支援機関11人）

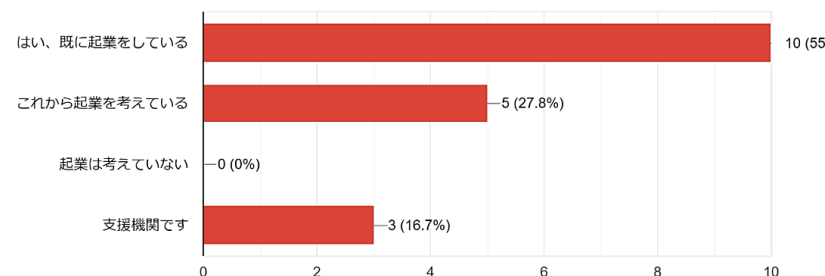
2回目となるネットワーキングイベントでは、①各段階で適した支援機関の活用、②支援機関を活用する際に事前に整理しておくこと、③自分自身をしっかりとることをテーマにイベントを開催。第1回目のイベントよりも起業家と支援者が直接対話する時間を長く設けたことで、支援機関、起業家の双方の課題を理解する機会となった。

(10) 沖縄

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

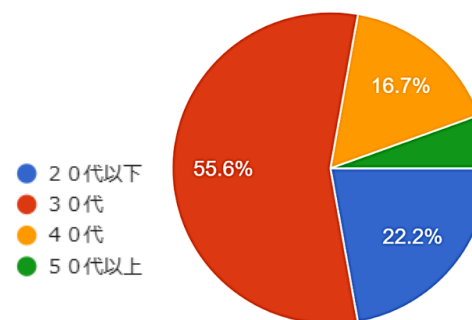
1. 現在の状況についてお伺いします。あなたは現在、起業されていますか？

18 件の回答



12. あなたの年代を教えてください。

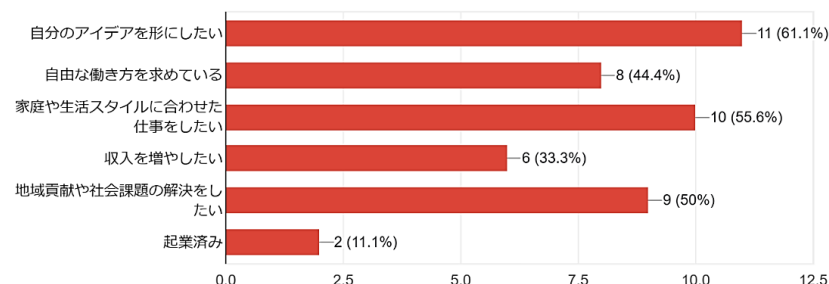
18 件の回答



イベントの参加者は既に起業している方が半数以上、これから起業を考えている方が3割弱という割合になった。年代は30代の方に多くご参加頂いた。

2. 起業したいと考えている場合、その理由は何ですか？（複数選択可）

18 件の回答



今回のイベント参加者の起業の理由としては、「自分のアイデアを形にしたい」「家庭や生活スタイルに合わせた仕事をしたい」「地域貢献や社会課題の解決をしたい」という回答が多く、「収入を増やしたい」という回答は全体の回答と比べると少なかった。

- ・両イベントには計51人が参加。
- ・起業の第一歩を後押しする場の構築。
- ・今後のサポート体制の強化につながる基盤を構築。

(10) 沖縄

② ネットワーキングイベント実施の成果と課題

● イベント実施において工夫・留意したこと

- ・「起業家」を前面に出すのではなく、「働く女性の印象力アップ」「やりたいことを実現」等のテーマを採用し、**創業前の女性も参加しやすい形**になるよう工夫。
- ・**支援機関とのネットワークを活用**して広報を実施。

● 効果だったこと、ステークホルダーの巻き込み

- ・スタートアップ支援機関の担当者を講師として招いたこと、創業支援機関の施設を会場として利用することで、本事業への巻き込みを図った。
- ・自治体・金融機関・支援機関が参加し、各支援機関と起業家とが**直接対話する機会**を設けることで、リアルな悩みや課題が共有できた。

● イベントを実施したことで見えた課題

女性起業家も様々なフェーズの方がいる為、**成長段階に合わせた交流や学び**になるように、講師やイベント内容も変えていく必要がある。その上で各支援機関にも周知し、**起業家と支援機関のマッチングできる機会**を創る必要がある。

(10) 沖縄

③ ビジネスプラン発表会REDへの取組

● REDについての広報やエントリー者獲得に向けた活動

沖縄県内の支援機関や女性起業家が集まる2回のイベントにおいて、ビジネスプラン発表会を告知し、エントリーに向けた情報提供を行った。**ビジネスプラン発表会自体の認識が低く、具体的なイメージが湧きにくい様子**が見られた。

● その成果について

本事業が初年度であるため、沖縄地域からのエントリー者獲得は難しい状況だったが、全国的な取り組みとしてこのようなビジネスプラン発表会があることを伝える基盤は築けた。**ビジネスプラン発表会の存在を認めてもらう「種まき」の段階**として、意義があったと感じる。

● 今後に向けた課題、提案など

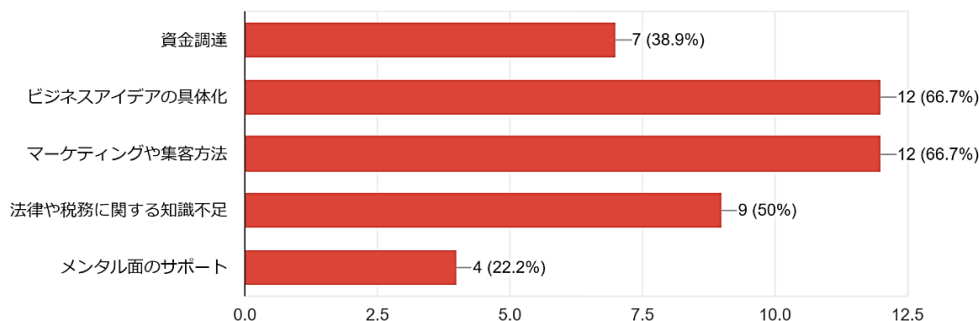
ビジネスプラン発表会の認知度が低く、**発表することの意義やメリットを伝える為、継続的なPR活動**が必要である。ロールモデルをつくるという点からも、沖縄地域から他地域の発表会に参加しやすいための**要件緩和**の検討や、地域内で小規模なビジネスプラン発表会を開催するなど**段階的に経験を積める環境づくり**が求められる。女性起業家をの「育成」という観点も踏まえ、**長期的な視点で成長を支援する体制**を整えていきたい。

(10) 沖縄

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

4. 起業する際に、最も不安や課題を感じる点は何ですか？（複数選択可）

18 件の回答

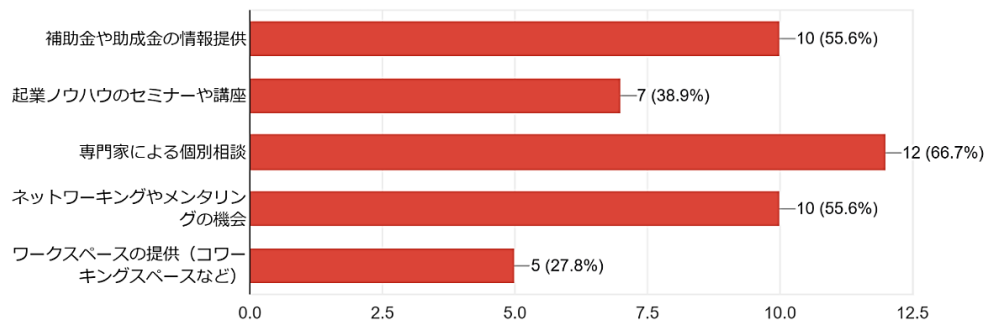


起業する前の不安や課題について、アンケートを取ったところ「**ビジネスアイデアの具体化**」「**マーケティングや集客方法**」「**法律や税務に対する知識**」が多かった。

起業支援において、**行政や民間にどのようなサポートを求めるか**のアンケートを取ったところ「**専門家による個別相談**」「**補助金や助成金の情報提供**」「**ネットワーキングやメンタリングの機会**」という声が多かった。

5. 起業支援において、行政や民間にどのようなサポートを求めますか？（複数選択可）

18 件の回答



事業内でのイベントを通して、**女性起業家が感じている課題、求めている支援**についての声を拾うことができた。**今後の起業・創業支援の内容を検討する材料**となることは成果であるとする。他の支援機関とも共有し、沖縄地域の女性起業家支援に繋げたい。

(10) 沖縄

④ 事業全体の総括と課題・今後の方向性

沖縄地域での今後の方向性

1. 支援機関の**役割や支援内容の情報を整理**し、連携を深めていく。
2. 支援者と起業家のネットワークづくりを**継続的**に行い、課題や必要な支援等を伝えられる場をつくる。
3. 起業家の**フェーズに合った支援、実践を踏まえた支援**を提供できるようにすることが必要。
4. 沖縄から全国展開、海外展開を目指す女性起業家の発掘と同時に、**スモールビジネスから事業展開を希望する起業家が成長**していく支援環境を作っていく。⇒ロールモデル、成功事例をつくっていく。
5. 沖縄地域独自でマッチングイベントを開催することも検討。

沖縄地域から見た事業全体に関して感じたこと、課題や方向性の提案

1. 沖縄地域の課題として、**成功事例、ロールモデルに触れる機会が少ない**という点があることを踏まえ、全国のロールモデルとなる女性起業家、**REDやLEDの卒業生と触れる機会**を設けていただくと、本事業の取組が沖縄県や離島にも広まっていくと考える。例：**REDの様子をオンライン配信にする等**
2. REDへの参加が「その地域での事業を予定している方」となっているが、沖縄では地域性を活かしたビジネスアイデア（特産品、観光、自然等）が多いことから、REDに参加するイメージがつきにくい。**エントリー要件の緩和や地域性を活かしたビジネスアイデア**を発表する「地域部門」等を設けると、開催地域以外の女性起業家が参加しやすくなると考えるので、次年度ご検討頂きたい。

資料

各種アンケート・解析データ

(1)RED応募者

(2)REDファイナリスト

(3)REDサポーター

(4)RED一般来場者

(5)メンタリング参加者

(1) RED応募者

① 地域 × ステータス

RED応募時のエントリーシートより、①エントリー者のステータス、②年代、③地域規模、④越境性を調査した。

セミファイナリスト、ファイナリストについては、総エントリー者の中から該当者のデータを抽出し、集計した。

※データ収集日：令和6年8月8日～令和6年10月27日

※総N数：210

▼総エントリー者

	起業準備中	法人に所属し 起業準備中	法人起業済	法人別事業開業	個人事業主	合計
北海道	6	3	5	0	17	31
東京	20	7	39	0	19	85
中部	8	5	11	1	28	53
九州	2	4	10	3	22	41
合計	36	19	65	4	86	210

▼セミファイナリスト

	起業準備中	法人に所属し 起業準備中	法人起業済	法人別事業開業	個人事業主	合計
北海道	6	3	5	0	16	30
東京	4	3	18	0	5	30
中部	6	3	8	0	13	30
九州	0	2	9	3	16	30
合計	16	11	40	3	50	120

▼ファイナリスト

	起業準備中	法人に所属し 起業準備中	法人起業済	法人別事業開業	個人事業主	合計
北海道	2	2	5	0	1	10
東京	2	2	6	0	0	10
中部	1	1	4	0	4	10
九州	0	1	6	1	2	10
合計	5	6	21	1	7	40

(1) RED応募者

② 地域 × 年代

▼総エントリー者

年代 地域	10代	20代	30代前半	30代後半	40代前半	40代後半	50代前半	50代後半	60代	70代	合計
北海道	1	0	8	6	6	3	5	1	1	0	31
東京	0	4	9	21	15	14	11	8	2	1	85
中部	0	1	8	9	11	10	7	6	1	0	53
九州	0	0	4	8	9	12	3	4	1	0	41
合計	1	5	29	44	41	39	26	19	5	1	210

▼セミファイナリスト

年代 地域	10代	20代	30代前半	30代後半	40代前半	40代後半	50代前半	50代後半	60代	70代	合計
北海道	1	0	8	6	6	3	4	1	1	0	30
東京	0	1	5	9	5	6	2	2	0	0	30
中部	0	1	6	6	8	4	2	3	0	0	30
九州	0	0	2	7	7	9	2	2	1	0	30
合計	1	2	21	28	26	22	10	8	2	0	120

▼ファイナリスト

年代 地域	10代	20代	30代前半	30代後半	40代前半	40代後半	50代前半	50代後半	60代	70代	合計
北海道	0	0	3	3	2	0	1	1	0	0	10
東京	0	0	1	6	1	2	0	0	0	0	10
中部	0	0	1	3	3	1	0	2	0	0	10
九州	0	0	0	3	2	3	0	2	0	0	10
合計	0	0	5	15	8	6	1	5	0	0	40

(1) RED応募者

③ 地域 × 地域規模

▼総エントリー者

※東京1件住所詳細未記入

地域規模 地域	①都道府県所在地	②その他都市部 (概ね人口10万人以上)	③地方部	合計
北海道	22	5	4	31
東京	58	16	10	84※
中部	18	21	14	53
九州	27	5	9	41
合計	125	47	37	209

▼セミファイナリスト

地域規模 地域	①都道府県所在地	②その他都市部 (概ね人口10万人以上)	③地方部	合計
北海道	21	5	4	30
東京	20	6	3	29※
中部	13	8	9	30
九州	27	5	9	30
合計	81	24	25	119

▼ファイナリスト

地域規模 地域	①都道府県所在地	②その他都市部 (概ね人口10万人以上)	③地方部	合計
北海道	6	1	3	10
東京	2	7	1	10
中部	5	2	3	10
九州	7	0	3	10
合計	20	10	10	40

(1) RED応募者

④ 地域 × 越境性

※同地域・他県とは、エントリー者の居住または法人登録先とREDエントリー先が、本事業の地域区分（北海道:1道、東京＝関東:1都10県、中部:5県、九州:7県）と同地域でRED開催都道県ではない場合の人数。

▼総エントリー者

地域 \ 越境性	①開催都道県	②同地域・他県※	③他地域から	合計
北海道	28	0	3	31
東京	35	37	13	85
中部	42	9	2	53
九州	11	29	1	41
合計	116	75	19	210

▼セミファイナリスト

地域 \ 越境性	①開催都道県	②同地域・他県※	③他地域から	合計
北海道	27	0	3	30
東京	15	10	5	30
中部	25	3	2	30
九州	8	21	1	30
合計	75	34	11	120

▼ファイナリスト

地域 \ 越境性	①開催都道県	②同地域・他県※	③他地域から	合計
北海道	8	0	2	10
東京	6	3	1	10
中部	7	2	1	10
九州	4	6	0	10
合計	27	9	4	40

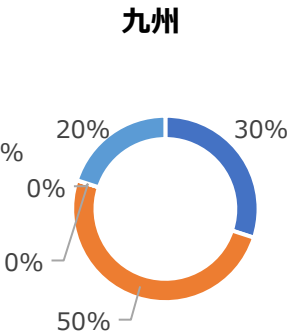
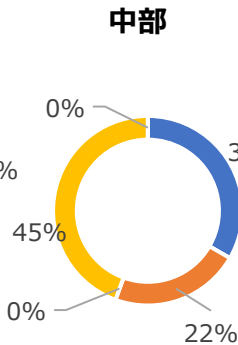
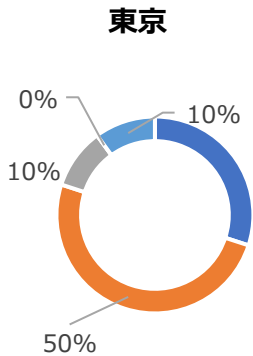
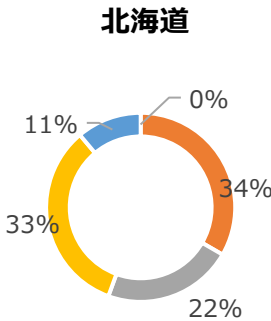
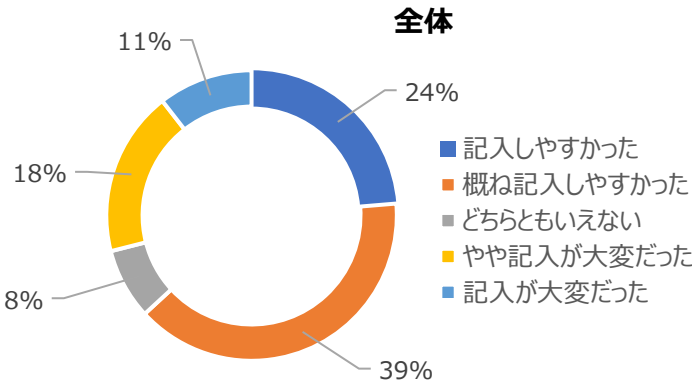
(2) REDファイナリスト

① 満足度等

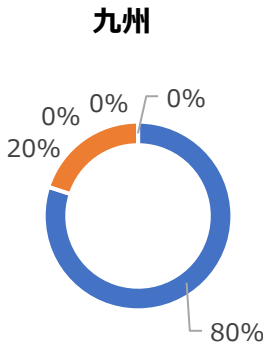
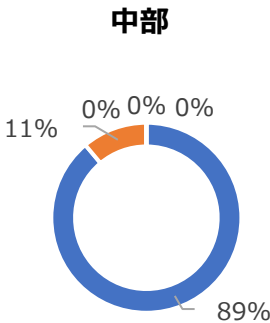
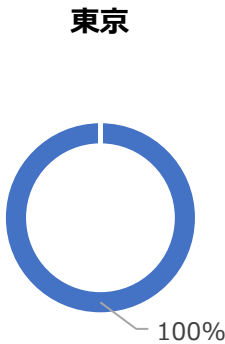
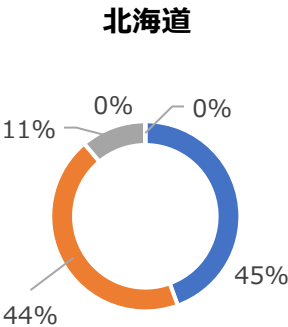
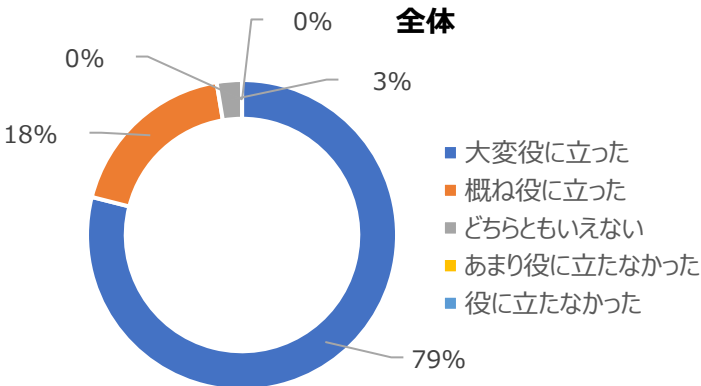
RED終了後、REDファイナリストを対象に、エントリーからRED本番までに実施された事項に関する満足度やエントリー理由等を調査した。

※アンケート実施期間：令和7年1月16日～2月7日
(n=38)

エントリーシートについて



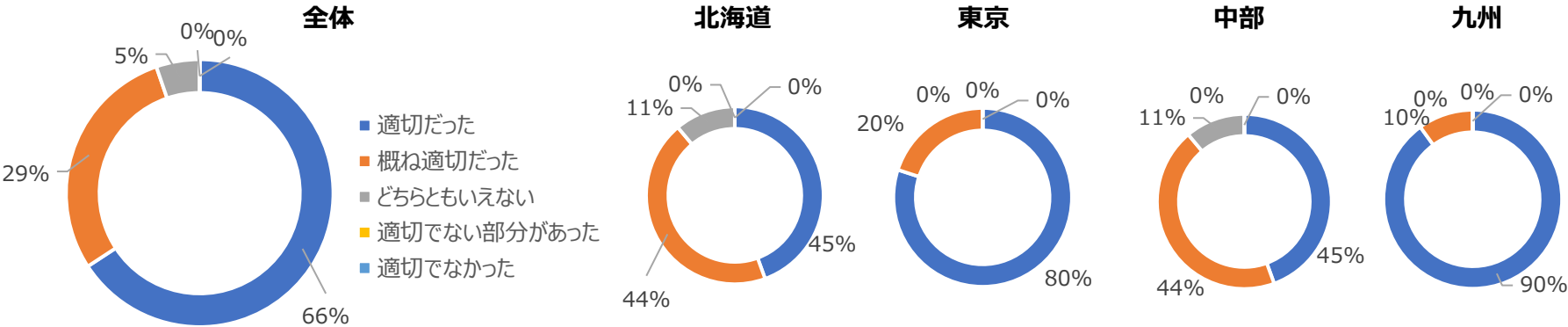
メンタリングについて



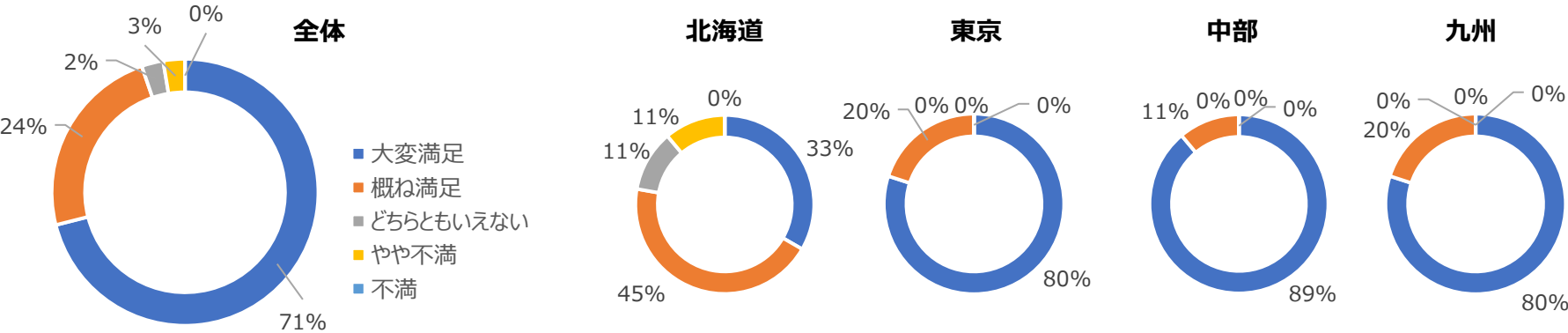
(2) REDファイナリスト

① 満足度等

セミファイナリストプレゼン審査会の運営



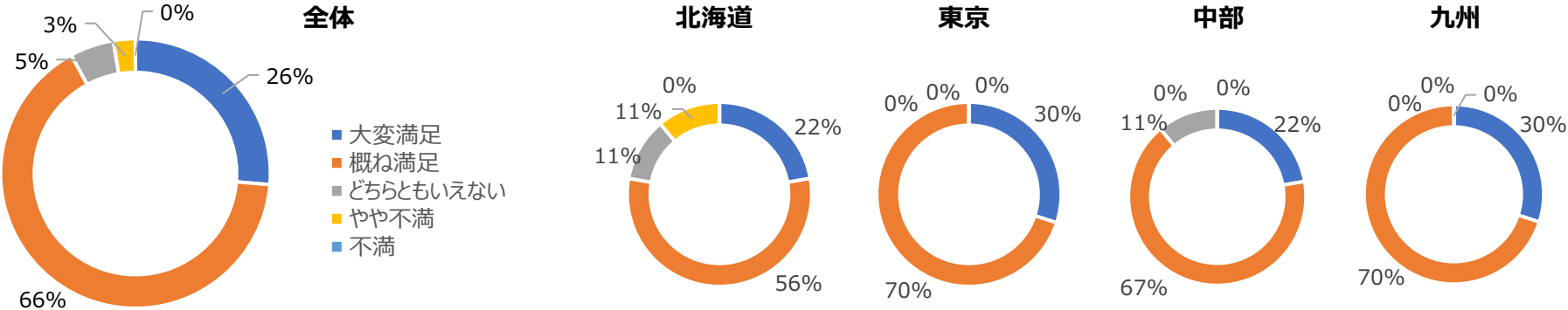
ビジネスプラン発表会RED当日の満足度



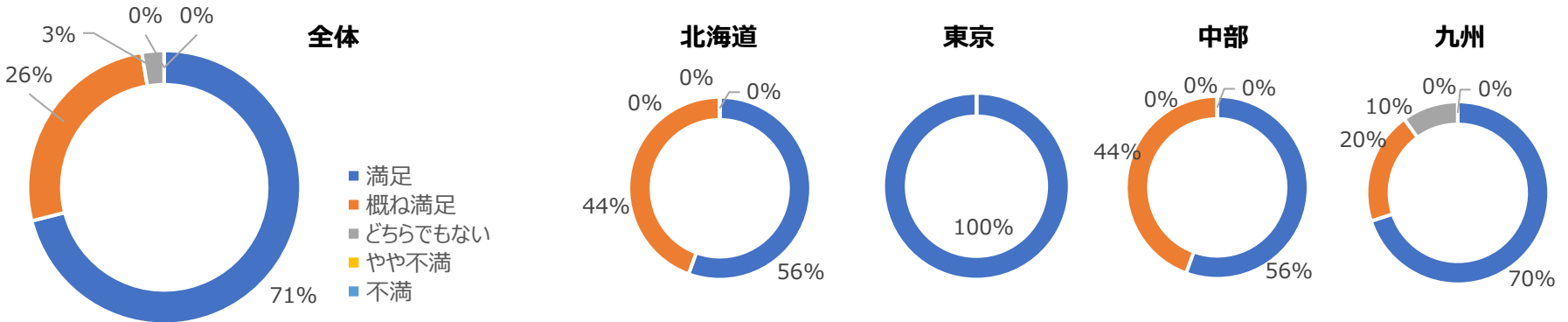
(2) REDファイナリスト

① 満足度等

ビジネスプラン発表会REDにおける支援機関や来場者との交流の満足度



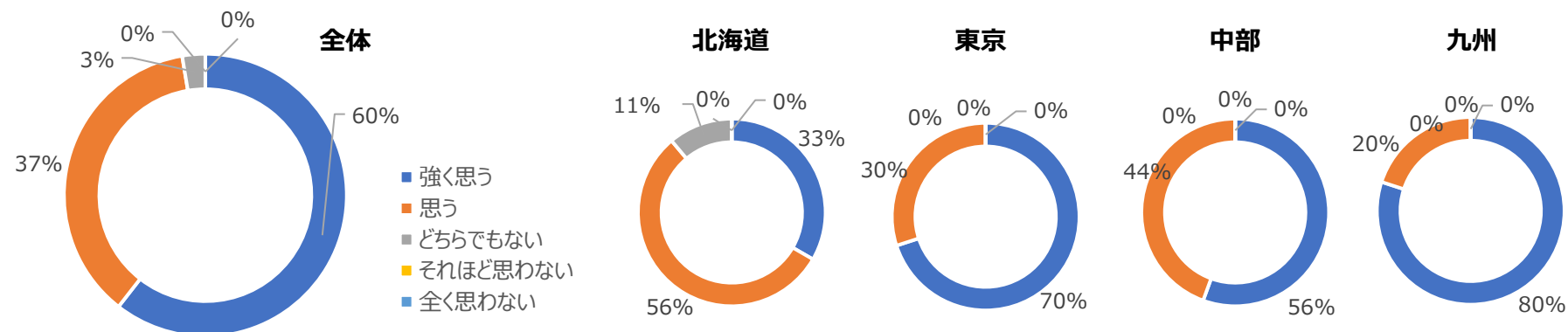
本事業全体の満足度



(2) REDファイナリスト

① 満足度等

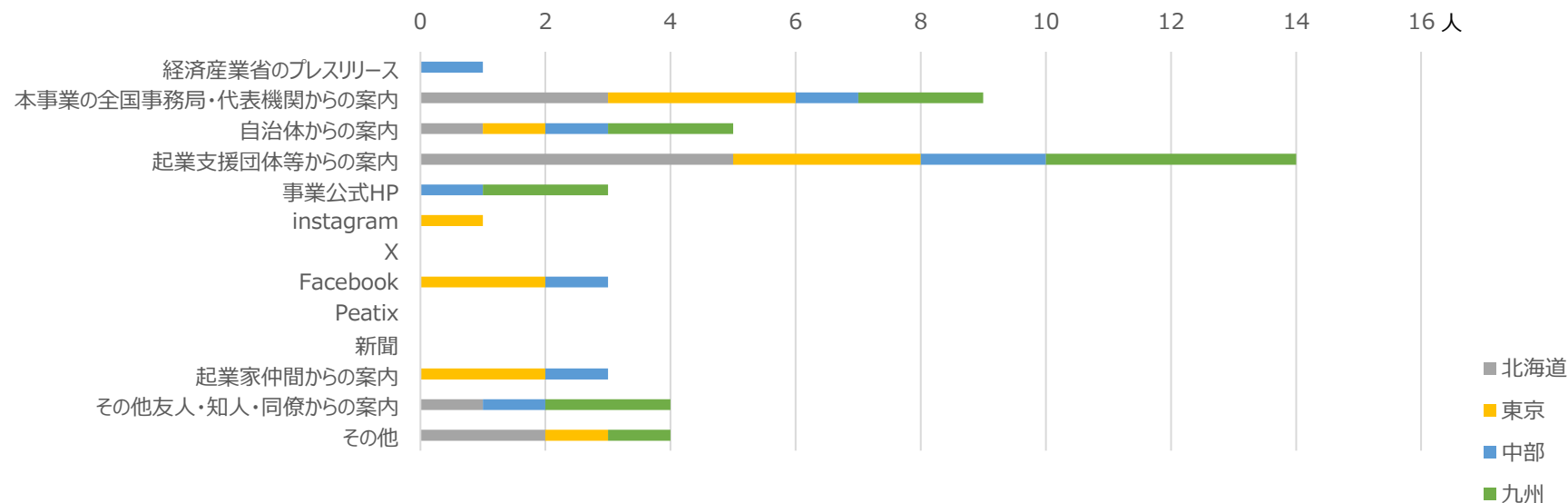
他の女性起業家に対して本事業を進めたいと思いますか



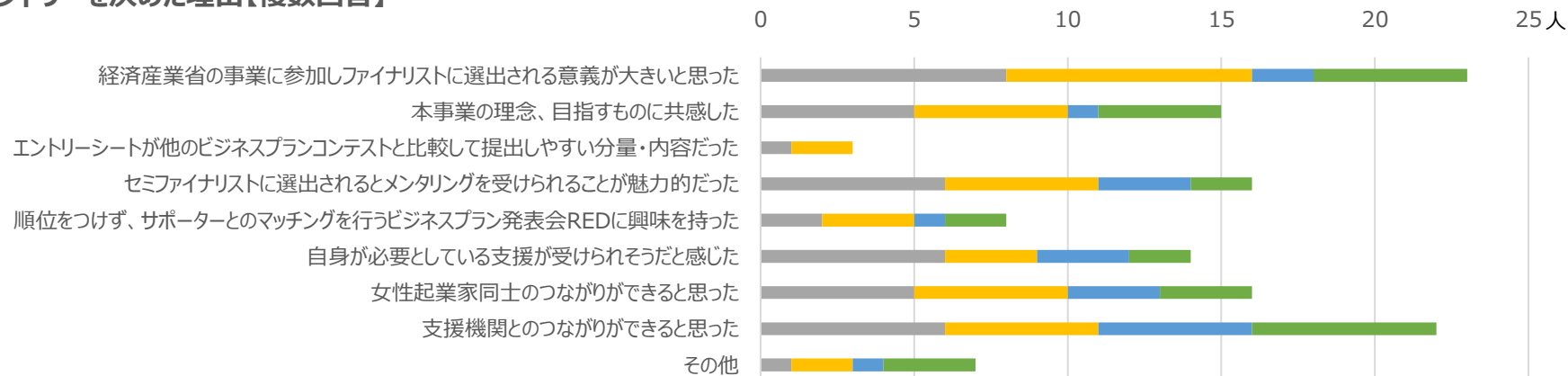
(2) REDファイナリスト

② 事業認知・エントリー理由

本事業を知ったきっかけ【複数回答】



エントリーを決めた理由【複数回答】



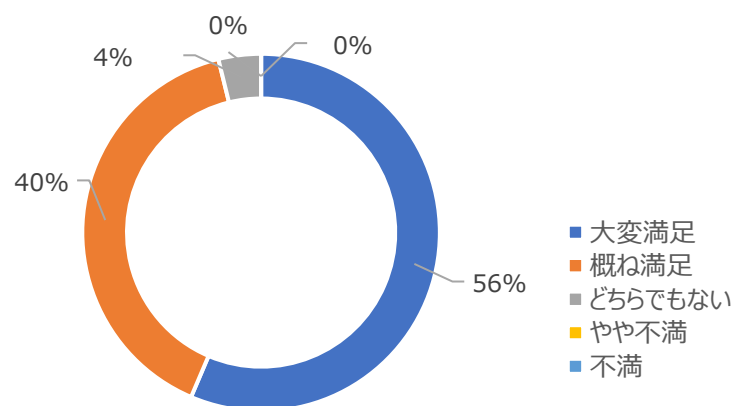
(3) REDサポーター

① 満足度

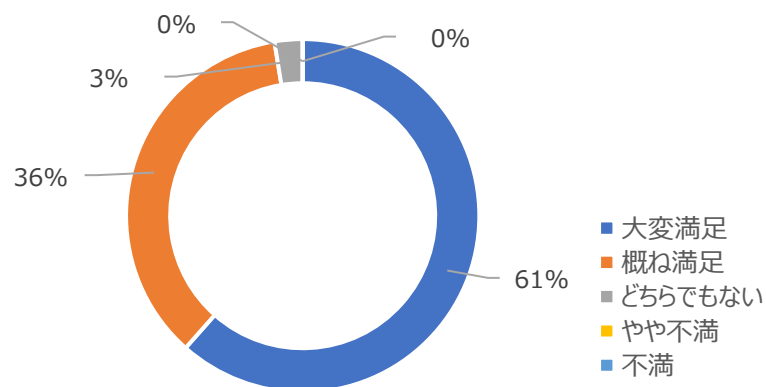
REDサポーターを対象に、満足度や参画理由等を調査した。

※アンケート実施期間：令和7年1月16日～2月7日
(n=78)

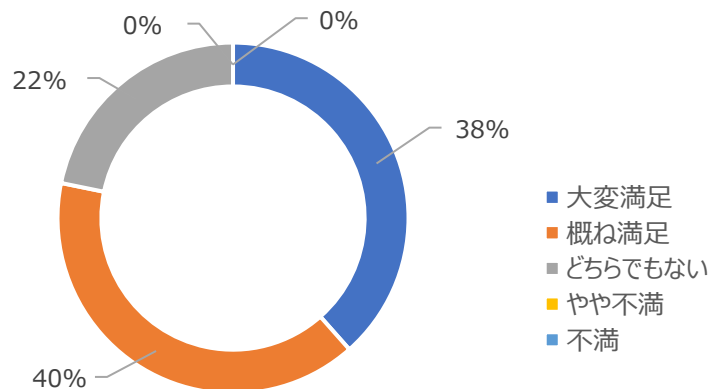
ビジネスプラン発表会RED当日の満足度



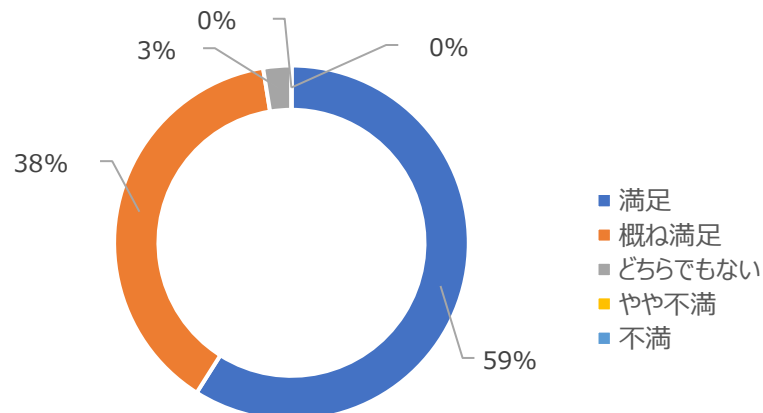
ファイナリストの発表の満足度



ビジネスプラン発表会RED当日における、
起業家と支援機関の交流について、満足度



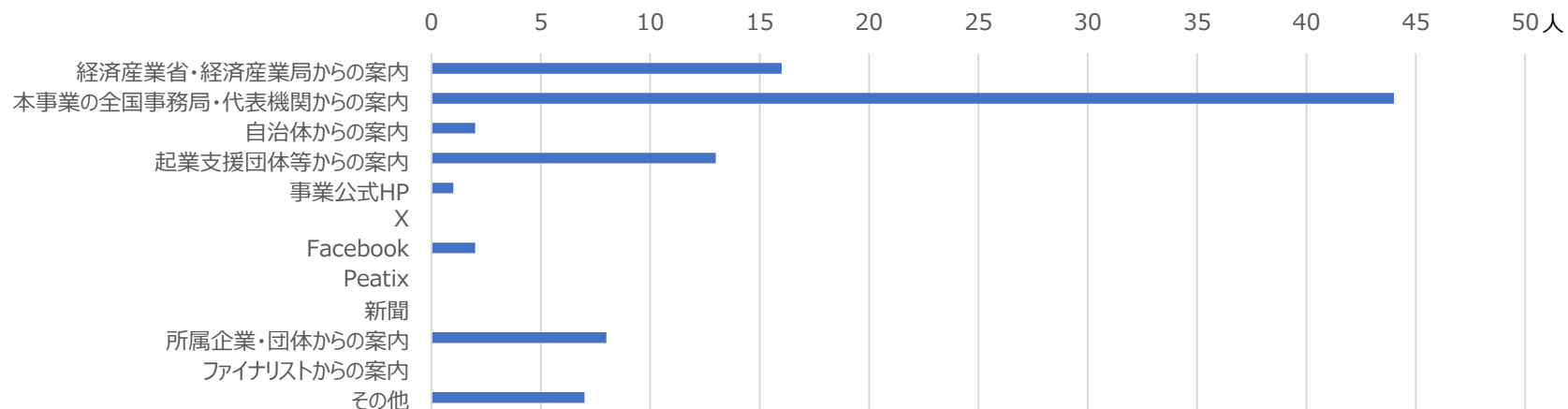
本事業全体の満足度



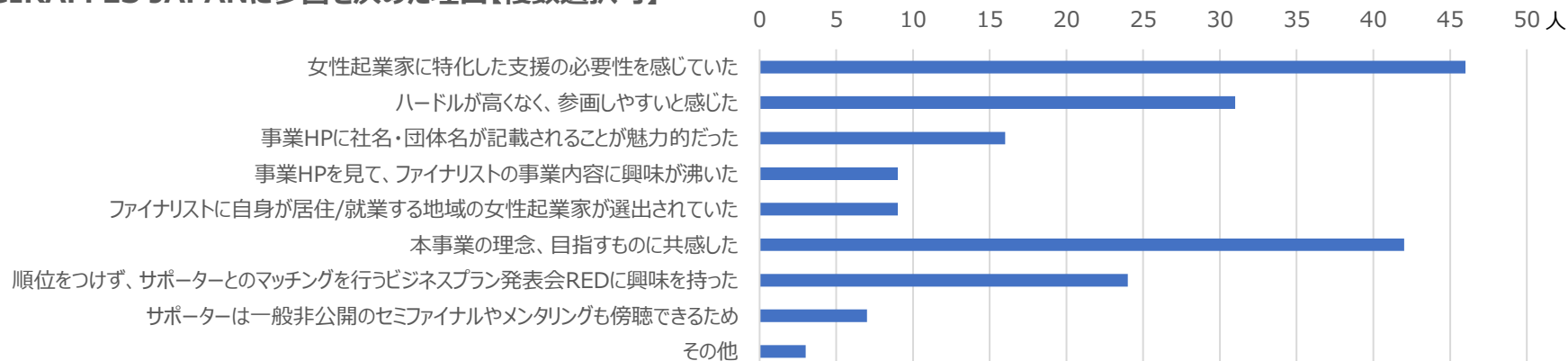
(3) REDサポーター

② 事業認知・参画理由

GIRAFFES JAPANを知ったきっかけ【複数選択可】



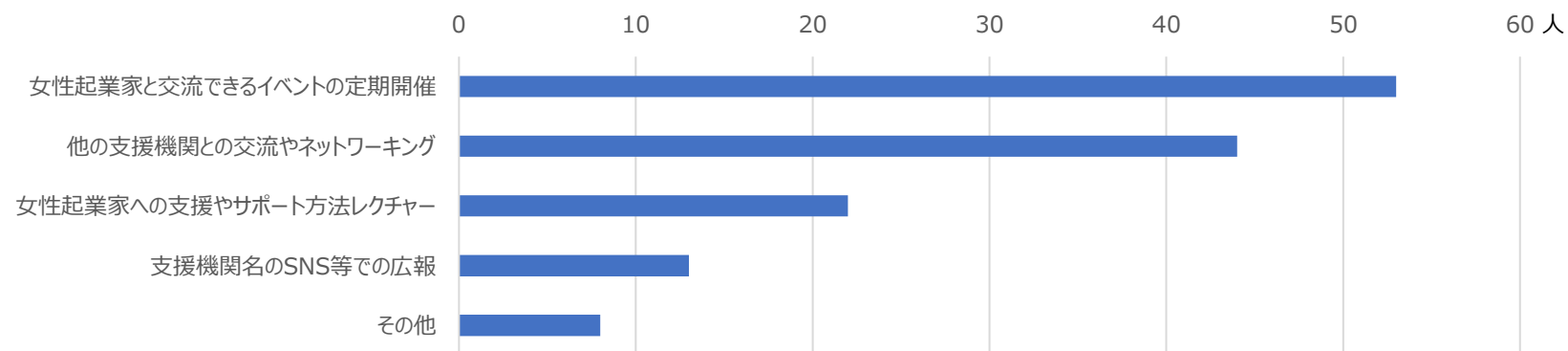
GIRAFFES JAPANに参画を決めた理由【複数選択可】



(3) REDサポーター

③ 今後の要望

今後GIRAFFES JAPANで実施してほしいと考える取組【複数選択可】



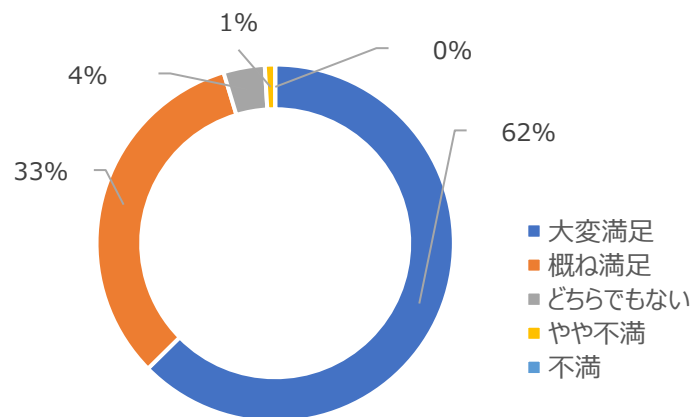
(4) RED一般来場者

① 満足度

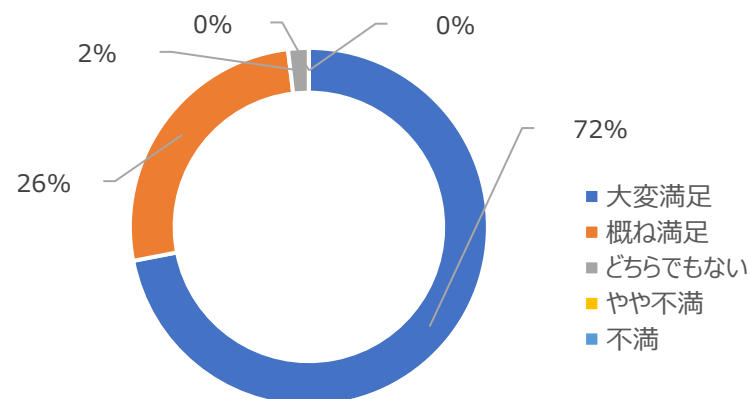
REDの一般来場者を対象に、満足度や参画理由等を調査した。

※アンケート実施期間：令和7年1月16日～2月7日
(n=107)

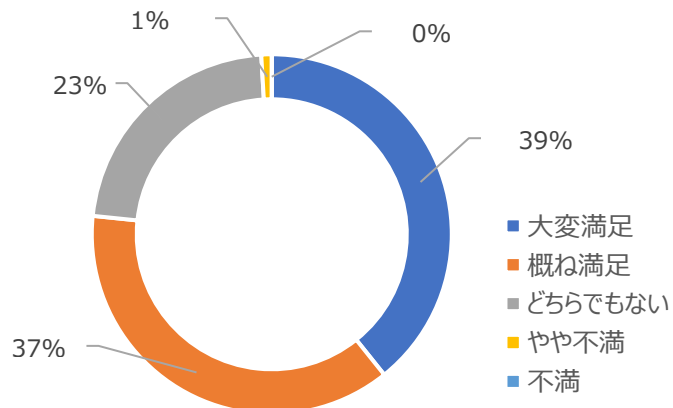
ビジネスプラン発表会RED全体の満足度



ファイナリストの発表の満足度



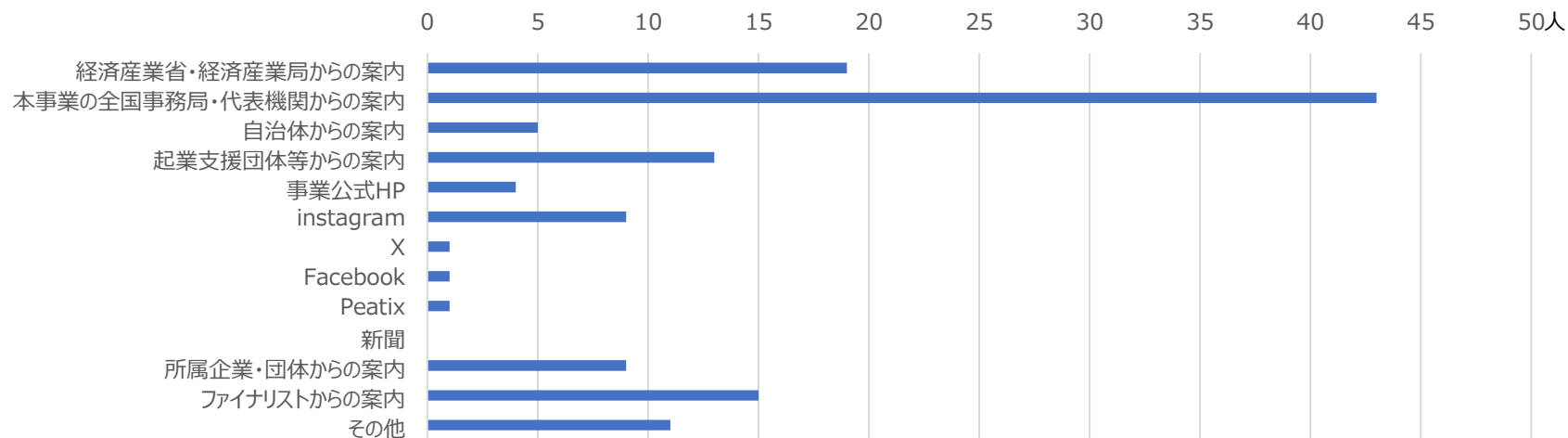
起業家と支援機関の交流について、満足度



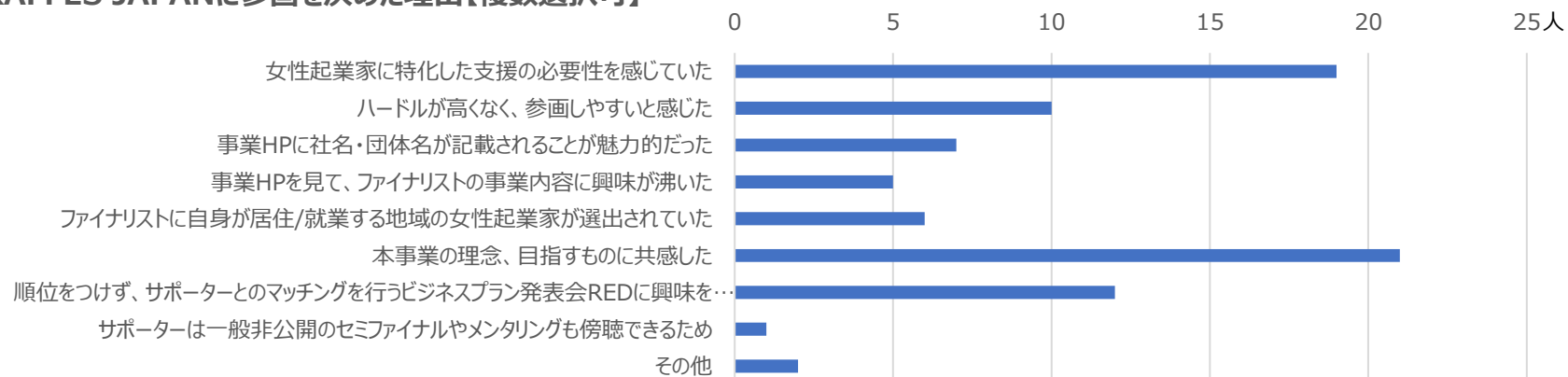
(4) RED一般来場者

② 事業認知・参画理由

ビジネスプラン発表会REDを知ったきっかけ【複数選択可】



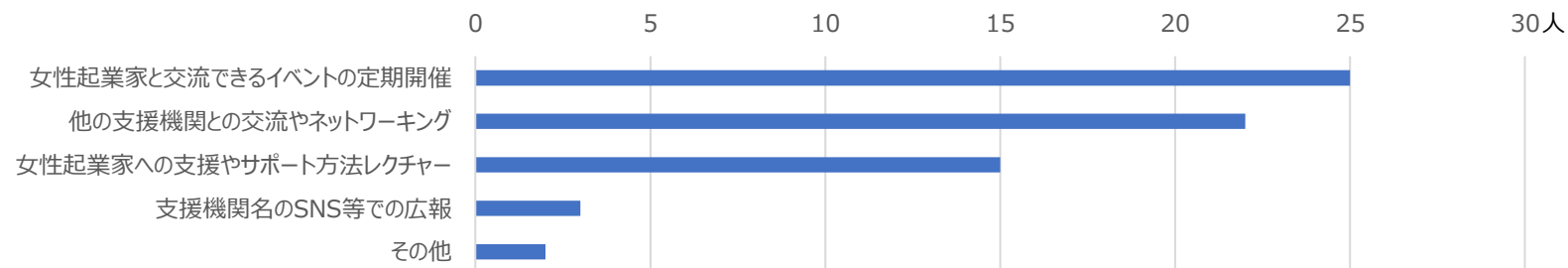
GIRAFFES JAPANに参画を決めた理由【複数選択可】



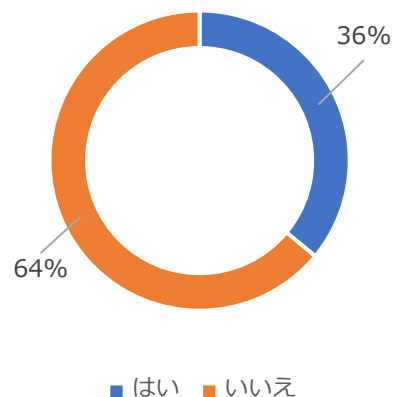
(4) RED一般来場者

③ 今後の要望・回答者属性

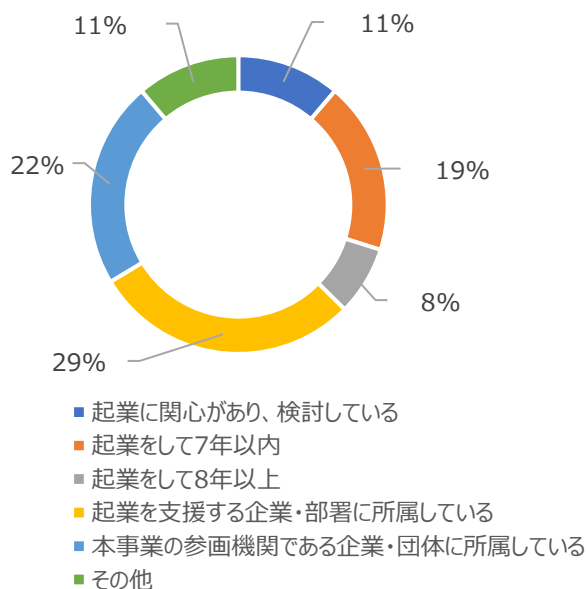
今後GIRAFFES JAPANで実施してほしいと考える取組【複数選択可】



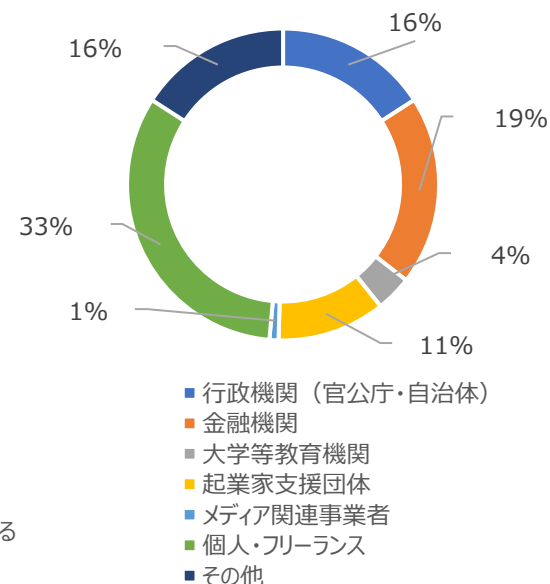
GIRAFFES JAPANに「パートナー」または「メンバー」機関として参画されていますか



ご自身の今の立場



ご自身の所属企業・機関名の種別



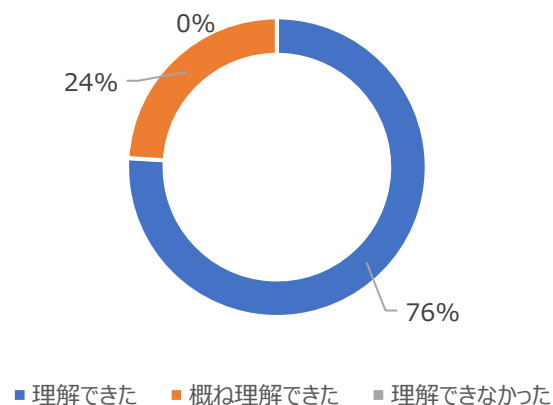
(5) メンタリング参加者

① メンタリング理解度

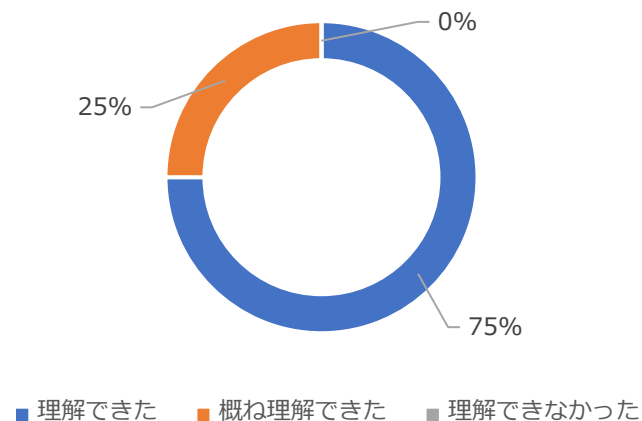
メンタリング研修終了後、下記の理解度についてアンケートを行った。

※アンケート：令和6年11月12日～令和7年1月21日
(n=64)

「本事業の目的とメンタリングの定義・ルール」は理解できましたか。



「本事業におけるメンタリングにおいて大切にすること・問いの立て方」は理解できましたか。



「女性起業家の実例に基づくメンタリングと解説」は理解できましたか。

