

平成27年度産業経済研究委託事業
(女性起業家等実態調査)

報 告 書

2016年3月

EY アドバイザリー株式会社

平成27年度産業経済研究委託事業（女性起業家等実態調査）
報告書目次

第1章	本業務の目的と方法	1
1.1	事業の背景	1
1.1.1	女性起業家への期待の高まり	1
1.1.2	我が国における女性起業家の現状	1
1.2	事業の経緯	3
1.2.1	女性起業家支援施策の現状と女性起業家の課題との対応	3
1.2.2	本事業の目的	4
第2章	2014年度新規開業実態調査の分析等	6
2.1	分析の概要	6
2.1.1	分析の目的	6
2.1.2	データの概要	6
2.2	分析	7
2.2.1	事業の概要・開業後の経営状況（男女別／過年度比較）	7
2.2.2	営業活動・顧客紹介の有無（男女別）	13
2.2.3	経営者としての心配・苦勞、自信の有無（男女別）	16
2.3	まとめ	21
2.3.1	2009年と比較した女性起業家の変化	21
2.3.2	女性起業家の営業	22
2.3.3	女性起業家の自信・困難	22
第3章	アンケート調査	23
3.1	調査の概要	23
3.1.1	調査の目的	23
3.1.2	調査の実施概要	23
3.2	回答機関の基本情報	23
3.3	創業・起業支援事業の取組実績	28
3.3.1	実施している支援施策	28
3.3.2	女性向け施策の実施状況と成果	32
3.3.3	広域連携の状況	38
3.4	女性起業家支援にあたっての課題認識等	43
3.4.1	女性起業家等のニーズ	43
3.4.2	支援にあたっての課題	46
3.5	まとめ	49
第4章	インタビュー調査	50
4.1	調査の概要	50
4.1.1	調査の目的	50
4.1.2	調査の実施概要	50
4.2	女性起業家へのインタビュー調査	50
4.2.1	調査対象者の事業の概要	50
4.2.2	調査結果	53
4.3	起業家支援機関へのインタビュー調査	59
4.3.1	調査対象機関の概要	59
4.3.2	調査結果	61
4.4	まとめ	68

第5章	考察	69
5.1	女性起業家支援の現状と課題	69
5.1.1	女性起業家支援の現状	69
5.1.2	今後の女性起業家支援に必要な検討のポイント	69
5.2	女性起業家の拡大に向けた取組に向けて	72
参考資料1	女性起業家支援機関アンケート調査 調査票	
参考資料2	新規開業実態調査（2014年度）男女別集計結果	
参考資料3	海外における女性起業家支援の状況	

第1章 本業務の目的と方法

1.1 事業の背景

1.1.1 女性起業家への期待の高まり

我が国の経済・社会構造の変化や経営者の高齢化の進展に伴い、中小企業数は年々減少を続けており、地域経済の活力が低減していくことが懸念されている。その中で、起業家には、新たな地域経済の担い手として、産業の新陳代謝を促進し我が国の経済を活性化する役割が期待されている。

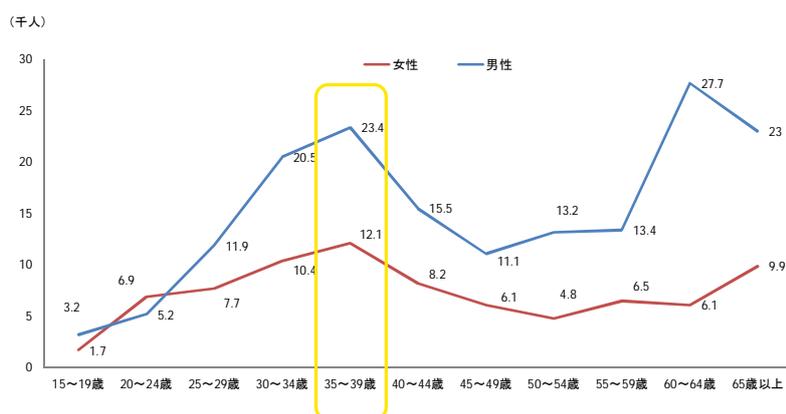
とりわけ、女性起業家は、従来の業界慣習や固定観念を打ち破り、多様化する市場のニーズをすくい上げることで需要を生み出す傾向にあり、より一層の“起爆剤”となりうる可能性を秘めている。

1.1.2 我が国における女性起業家の現状

総務省の「就業構造基本調査」をみると、20～24歳を除きすべての年代で男性より女性の起業家数は少ない。女性の中では、35～39歳が最も多く、子育て期の女性にとって「起業」がキャリアの一つの有効な選択肢となっていることが推察される。

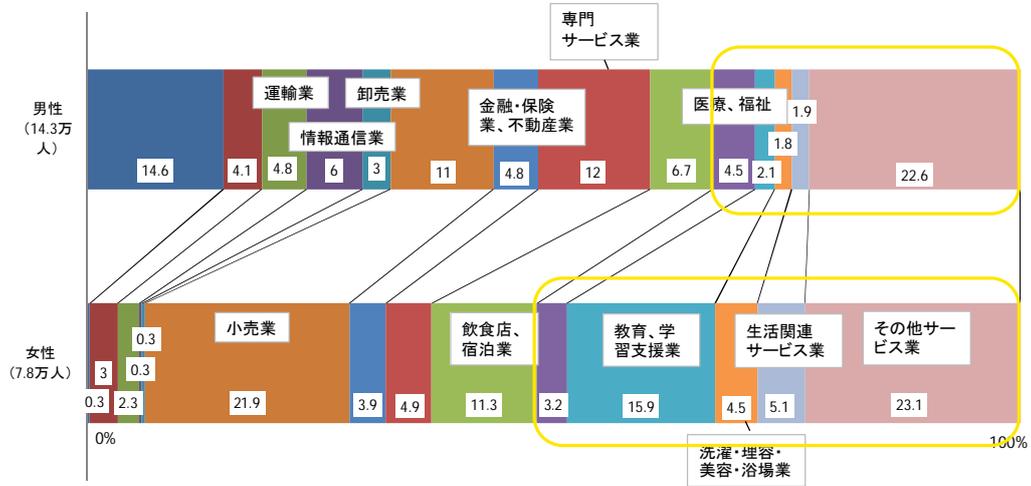
また、女性の創業・起業においては広義のサービス業が大半を占めている。「医療・福祉」、「教育、学習支援行」、「選択・利用・美容・浴場業」、「生活関連サービス業」、「その他サービス業」を合計すると、男性では32.9%、女性では51.8%であり、過半数に上っている。

図表 1-1 男女別・年代別の起業家数



※ここでいう起業家とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職に就いた者のうち、現在は自営業主（内職者を含まない。）となっている者をいう。
（資料）総務省「平成19年就業構造基本調査」再編加工

図表 1-2 男女別起業家の起業分野

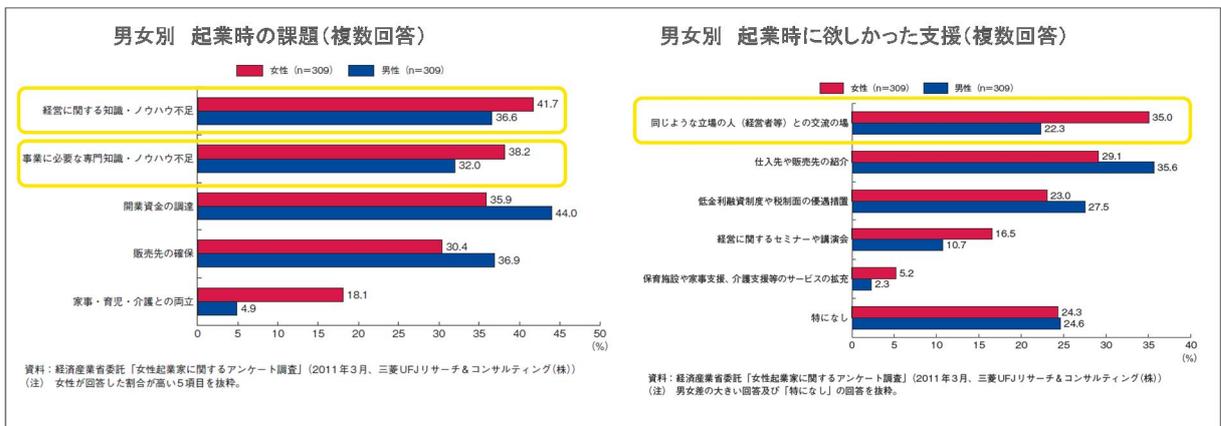


※ここでいう起業家とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職に就いた者のうち、現在は自営業主（内職者を含まない。）となっている者をいう。
 なお、ここでは非一次産業を集計している。
 ※「その他サービス業」には、他に分類されないサービス業及び不明が分類されている。
 （資料）総務省「平成19年就業構造基本調査」再編加工

女性起業家に係る課題としては、従前指摘されてきたように、一般的に起業に必要とされるビジネスの経験・ノウハウを有する（管理的な職務経験を有していない）女性が少ないこともあり、男性に比べて経営の基本や専門知識等の少なさが課題として挙げられている。

また、起業する女性がまだまだ少数派である社会の中で、同じ志を持つ仲間・先輩とのつながりを求める声が、男性に比べて顕著に多くなっている。

図表 1-3 起業に係る課題認識の男女差



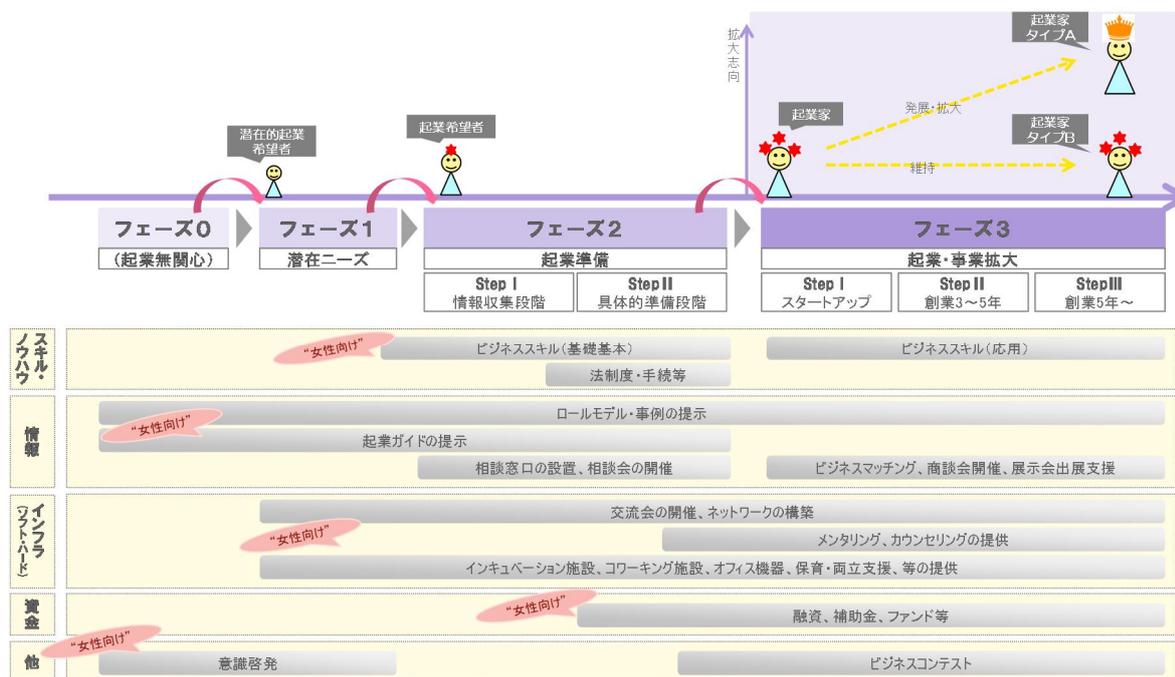
（資料）中小企業庁「中小企業白書 2012年」

1.2 事業の経緯

1.2.1 女性起業家支援施策の現状と女性起業家の課題との対応

起業支援、ないし起業家支援としては、国、自治体、民間等の様々な主体が多様な取組を実施している。スキル・ノウハウを直接教授するもの、起業に係る多岐にわたる情報を（直接的に／間接的に）提供するもの、起業を支えるソフト／ハードのインフラ整備、等々、当該地域のニーズに合わせて展開されている¹。それらの内容について、起業のステップと照らし合わせると、下図のような対応関係として整理することができる。

図表 1-4 女性起業家支援施策の現状と女性起業家の課題との対応（仮説）



(資料) EY アドバイザリー株式会社作成

ただし、前項でみたように、女性起業家が男性とは異なる課題を抱えている状況から鑑みるに、これまで展開されてきた様々な女性起業家支援施策だけでは、当事者並びに現場のニーズに十分に対応しきれていないことが推察される。

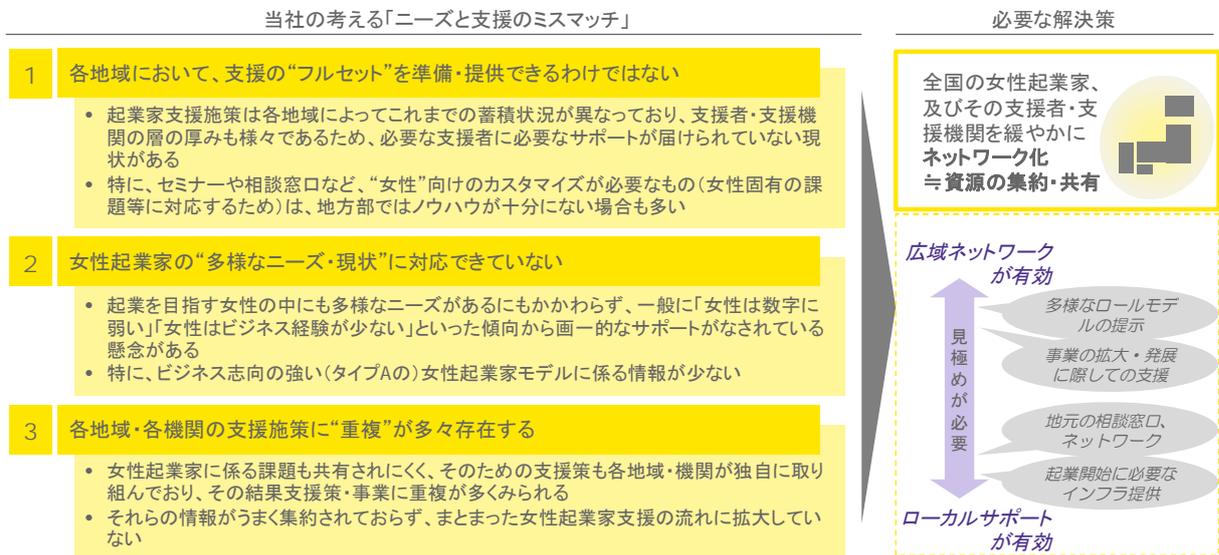
そのギャップについて、仮説として取りまとめたのが次頁の図表 1-5 である。「女性向け」と冠した起業支援施策などは様々に実施されているが、それらの施策が個々の“点”として断片的に実施されており、起業の時系列や立地の観点から、完全に“面”的な支援としてはまだ拡大・成長しきれていないことが課題として考えられる。

全てを各地域の支援主体が単独で解決できるものではなく、状況に応じて全国の、或いは他地域の資源を活用することで、適切な支援を女性起業家（希望者）に提供する仕組み

¹ 中小企業庁「中小企業白書 2012 年」、「女性起業家応援プロジェクト」研究会『女性起業家応援プロジェクト』調査報告書（平成 27 年 3 月）等を参照。

が必要である。

図表 1-5 女性起業家に係る課題解決のために必要な施策（仮説）



（資料）EY アドバイザリー株式会社作成

1.2.2 本事業の目的

前述の状況を踏まえ、今年度、本調査においては、主に女性起業家支援にかかる実態及び課題を把握するとともに、次年度以降の女性起業家支援施策をより効率的・効果的に進めるためのポイントを明らかにする。具体的には、大きく下記の点について調査・分析を行う。

（1）我が国における女性起業家の現状、及び5年間での変化の把握

新規開業者に占める女性の比率、並びに新規開業者の抱える課題等の性別による特徴、及びそれらの変化を分析する。

データとして、日本政策金融公庫「2014年度新規開業実態調査」を利用し、「2009年度新規開業実態調査」「2009年度新規開業実態調査（特別調査）」との比較を行う。

（2）女性起業家の支援機関の現状、課題、ニーズの把握

女性起業家に特有の課題を整理し、起業支援機関における女性起業家に対する取組の実態、課題等を分析する。ここでは特に、女性起業家支援において国に求める点、国の役割等を明らかにし、次年度以降の広域ネットワーク構築に向けて主要アクターとなりうる支援者を拡大する。

（2）-1 支援機関アンケート調査

支援機関（金融機関、産業支援機関、投資機関等を含む）を対象にアンケート調査を実施する。

(2)ー2 女性起業家並びに支援機関インタビュー調査

女性起業家当事者（5名程度）に対するインタビュー調査を実施する。また、アンケート調査に回答のあった支援機関に対しても、個別にインタビュー調査を実施する。

第2章 2014年度新規開業実態調査の分析等

2.1 分析の概要

2.1.1 分析の目的

本分析では、我が国における女性起業家の現状、及びこの5年間における変化について把握することを目的とし、新規開業者に占める女性の比率、並びに新規開業者の抱える課題等の性別による特徴を分析した。

データとしては、日本政策金融公庫総合研究所において実施された「2014年度新規開業実態調査」の結果を用い、再分析を行った。

データの分析に際しては、平成22年度調査で実施した「2009年度新規開業実態調査」及び「2009年度新規開業実態調査（特別調査）」のデータを用いた男女別集計と同様の手法で、「2014年度新規開業実態調査」の男女別集計を行い、その結果をまとめている。さらに、上記総合研究所が女性起業家の開業をテーマに実施した「2013年度新規開業実態調査（特別調査）」とも比較可能な形での分析としている。

2.1.2 データの概要

本分析において用いたデータの概要は下記の通りである。

- ・ 調査名： 新規開業実態調査, 2014
- ・ 寄託者： 日本政策金融公庫総合研究所
- ・ 調査時点： 2014年8月
- ・ 調査対象： 日本政策金融公庫国民生活事業が2013年4月から同年9月にかけて融資した企業のうち、融資時点で開業後1年以内の企業7,740社
- ・ 調査方法： 調査票の送付・回収ともに郵送、アンケートは無記名
- ・ 回収数： 1,885社(回収率24.4%)

なお、各項目について男女別集計を行った結果は、参考資料として付している。

2.2 分析

2.2.1 事業の概要・開業後の経営状況（男女別／過年度比較）

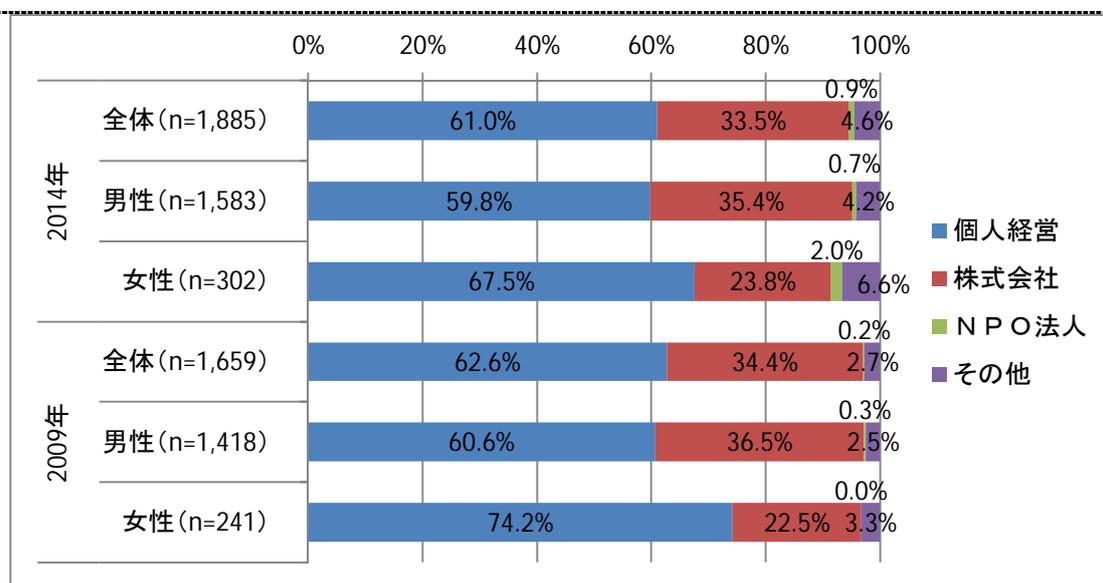
① 現在の経営形態

まず、経営形態についてみると、2009年時点と変わらず、「個人経営」が約6～7割を占めている。男性に比べると女性の「個人経営」の割合が7.7pt低い。

女性の「個人経営」の割合についてみると、2009年から6.7pt減少している。また、2009年は、NPO法人は0.0%であったが、2014年では2pt増加している。

図表 2-1 現在の経営形態

Q. 現在の経営形態のそれぞれについて、当てはまるものを一つずつご記入ください。



② 事業内容の新規性

事業内容の新規性については、2009年、2014年ともに「大いにある」、「多少ある」と回答した人が7割近くを占めている。

男性に比べ女性の方が、「大いにある」と回答した人が5.5%多い。2009年と比較し、男性は新規性がないと回答した人が減少しているが、女性は新規性があると回答した人の割合は変わらず、新規性の程度が変化している。

2009年に比べ、「大いにある」と答えた女性は7.1pt増加している。

図表 2-2 事業内容の新規性

Q. 既存の同業社と比べて、事業内容(商品・サービスの内容、対象とする市場など)に新しい点がありますか。



③ 主な事業所

「自宅と同じ場所」と回答した人は、2009年、2014年ともに2割程度に留まっている。男性に比べ、女性の方が「自宅と同じ場所」と回答した人が5pt近く多い。2009年と比較すると、「自宅と同じ場所」と回答した人が男性は5.6pt減少しているが、女性は約1ptの減少に留まっている。

図表 2-3 主な事業所

Q. 主な事業所はご自宅と同じ場所ですか。



④ 開業動機

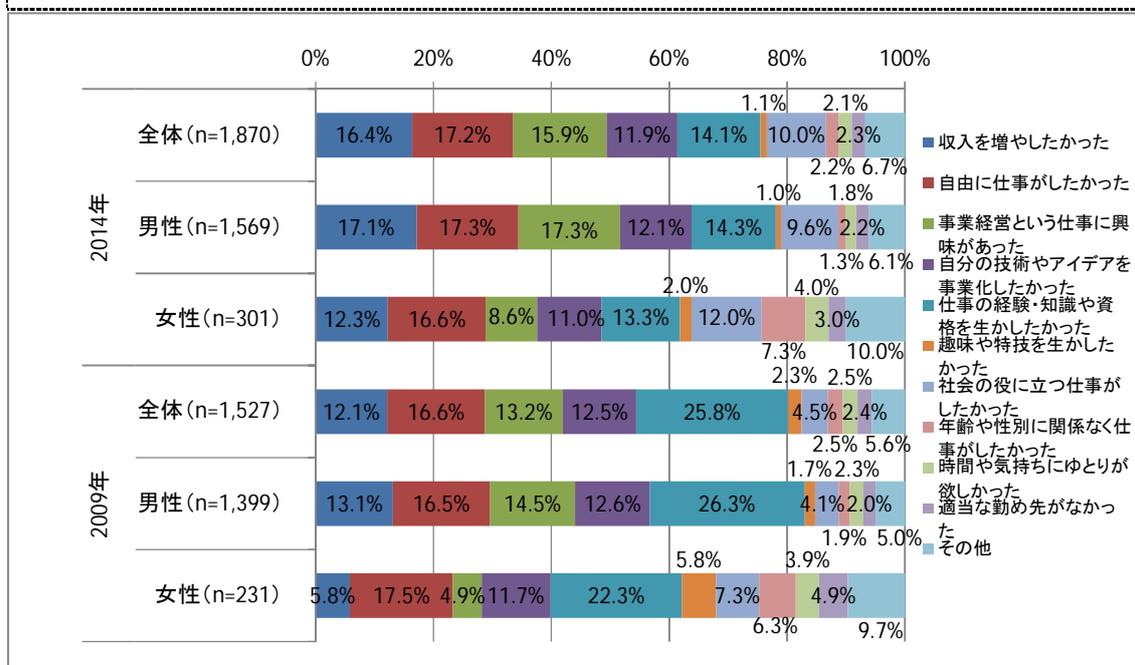
2009年と比較すると、男女ともに「収入を増やしたかった」「事業経営という仕事に興味があった」が増加し、「仕事の経験・知識や資格を生かしたかった」が約10pt減少している。

男性に比べ、女性は「事業経営という仕事に興味があった」と回答した人が8.7pt少なく、一方、「年齢や性別に関係なく仕事をしたかった」と回答した人は6pt多かった。

また、2009年と比較し、「収入を増やしたかった」、「事業経営という仕事に興味があった」と回答した女性が約2倍に増えており、「仕事の経験・知識を生かしたかった」、「趣味や特技を生かしたかった」と回答した女性は半分近く減っている。

図表 2-4 開業動機

Q. 事業を始めようと思った動機について、当てはまるものを三つまで重要な順にお答えください。
(2009年は単一回答)



※2014年のデータは「最も重要な動機」の比率

図表 2-5 男女別・年度別 開業動機の上位3項目

		1	2	3
男性	2009年 (n=1,321)	仕事の経験・知識や資格を生かしたかった (26.3%)	自由に仕事をしたかった (16.5%)	事業経営という仕事に興味があった (14.5%)
	2014年 (n=1,569)	自由に仕事をしたかった (17.3%)	事業経営という仕事に興味があった (17.3%)	収入を増やしたかった (17.1%)
女性	2009年 (n=206)	仕事の経験・知識や資格を生かしたかった (22.3%)	自由に仕事をしたかった (17.5%)	自分の技術やアイデアを事業化したかった (11.7%)
	2014年 (n=301)	自由に仕事をしたかった (16.6%)	仕事の経験・知識や資格を生かしたかった (13.3%)	収入を増やしたかった (12.3%)

※女性の2014年の3位の「収入を増やしたかった」は、2009年では7位(5.8%)

⑤ 現在の売上状況

2014年は「増加傾向」と回答した人が6割を超えている。

2009年は男性より女性の方が「減少傾向」と回答した人が少なかったが、男性で「減少傾向」と回答した人が12.8pt減少したため、2014年では女性の方が多くなっている。

2009年と比較し、「増加傾向」と回答した女性は13.2pt増加している。

図表 2-6 現在の売上状況

Q. 現在の売上状況をお答えください。



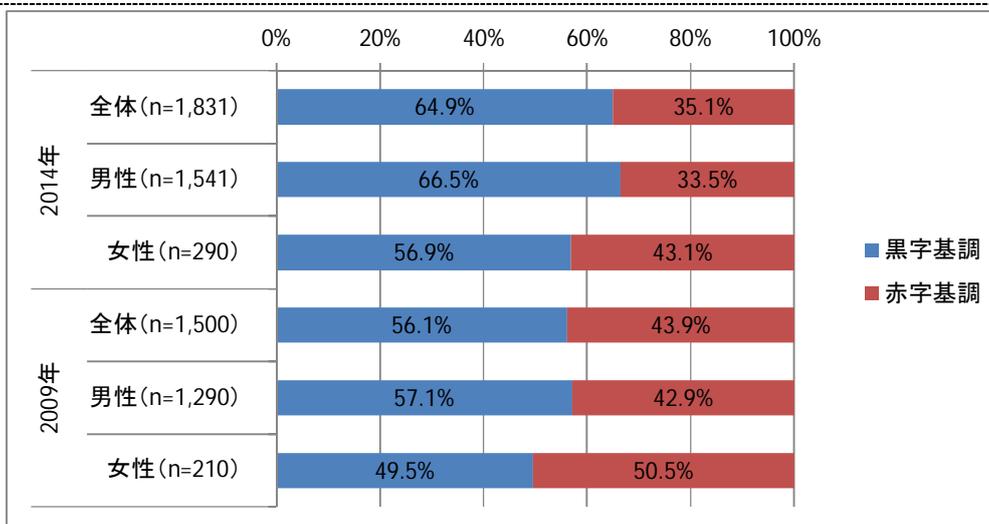
⑥ 現在の採算状況

全体で「黒字基調」と回答した人が半数以上占めている。

2009年、2014年ともに「黒字基調」と回答した人の割合は女性より男性の方が10pt近く多い。また、2009年に比べ、「黒字基調」と回答した女性は7.4pt増加している。

図表 2-7 現在の採算状況

Q. 現在の採算状況をお答えください。



⑦ 現在の月商

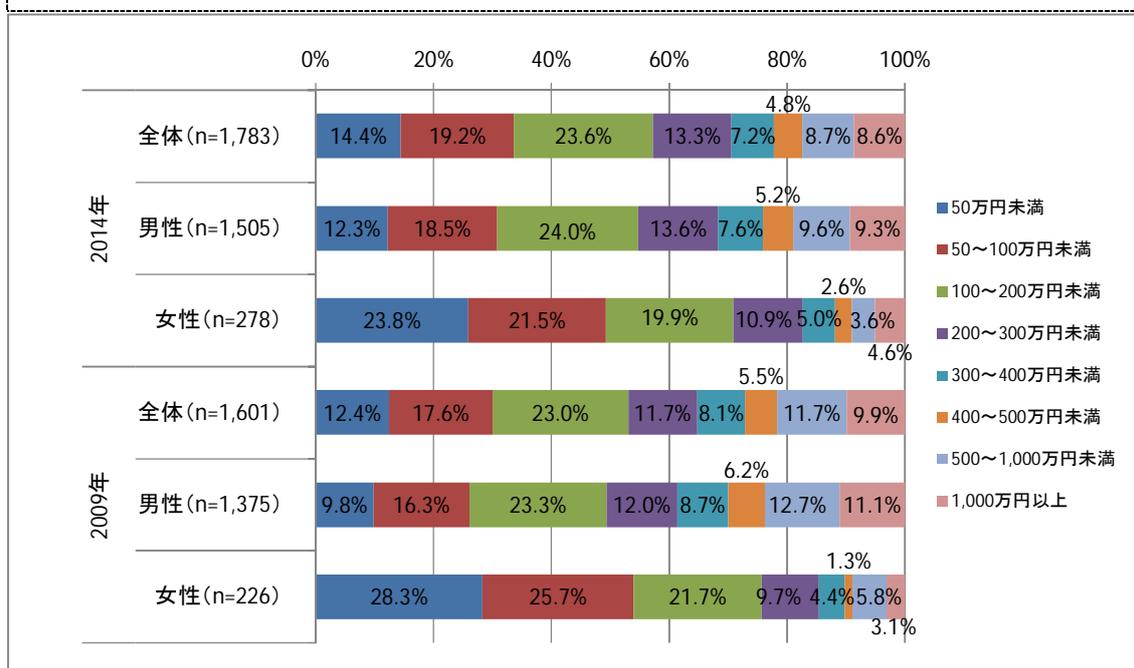
2009年と比較し、2014年は全体的に「50万円未満」、「50～100万円未満」、「100～200万円」と回答した人が減少している。

2014年では、男性と比べ、「50万円未満」と回答した女性の割合は倍近くに高く、一方、「400～500万円未満」、「1,000万円以上」と回答した女性は男性の約半分である。「500～1,000万円未満」に関しては、女性は男性の約1/3に留まっている。

2009年と比較し、「50万円未満」と回答した女性は4.5pt、「50～100万円未満」と回答した女性は4.2pt減少している。

図表 2-8 現在の月商

Q. 現在の月商はおいくらですか。(記入された数値を集計)



⑧ 開業直前の職業

2009年と同様、「正社員・職員（管理職）」、「正社員・職員（管理職以外）」と回答した人を合わせると全体の7割を占めている。

「正社員・職員（管理職）」と回答した女性は男性の約半分である。一方、「パートタイマー・アルバイト」と回答した女性は男性より20.7pt多く、「派遣社員・契約社員」、「家族従業員」と回答した女性は男性の約2倍、「専業主婦・主夫」と回答した女性は男性の約4倍である。

2009年と比較し、「家族従業員」、「専業主婦・主夫」と回答した女性は半減している。

図表 2-9 開業直前の職業

Q. 開業する直前の職業は次のうちどれですか。

		会社や団体の 常勤役員	正社員・ 職員(管理職)	正社員・職員 (管理職以外)	パートタイム・ アルバイト	派遣社員・ 契約社員	家族従業員	自営業主	学生	専業主婦・主夫	その他
2014年	全体(n=1,885)	10.2%	44.9%	29.2%	6.4%	2.8%	1.6%	2.8%	0.2%	0.8%	1.1%
	男性(n=1,583)	11.2%	48.5%	29.8%	3.1%	2.2%	1.2%	2.7%	0.2%	0.1%	1.1%
	女性(n=302)	5.4%	26.2%	26.2%	23.8%	6.0%	3.4%	3.0%	0.3%	4.4%	1.3%
2009年	全体(n=1,628)	13.7%	38.4%	33.0%	5.4%	2.7%	2.6%	-	0.4%	1.4%	2.5%
	男性(n=1,395)	15.2%	41.1%	33.8%	2.7%	2.2%	2.0%	-	0.4%	0.0%	2.7%
	女性(n=233)	4.7%	22.3%	27.9%	21.9%	5.6%	6.0%	-	0.4%	9.9%	1.3%

※2009年には「自営業主」の選択肢無し

⑨ 前勤務先からの引き継ぎの有無

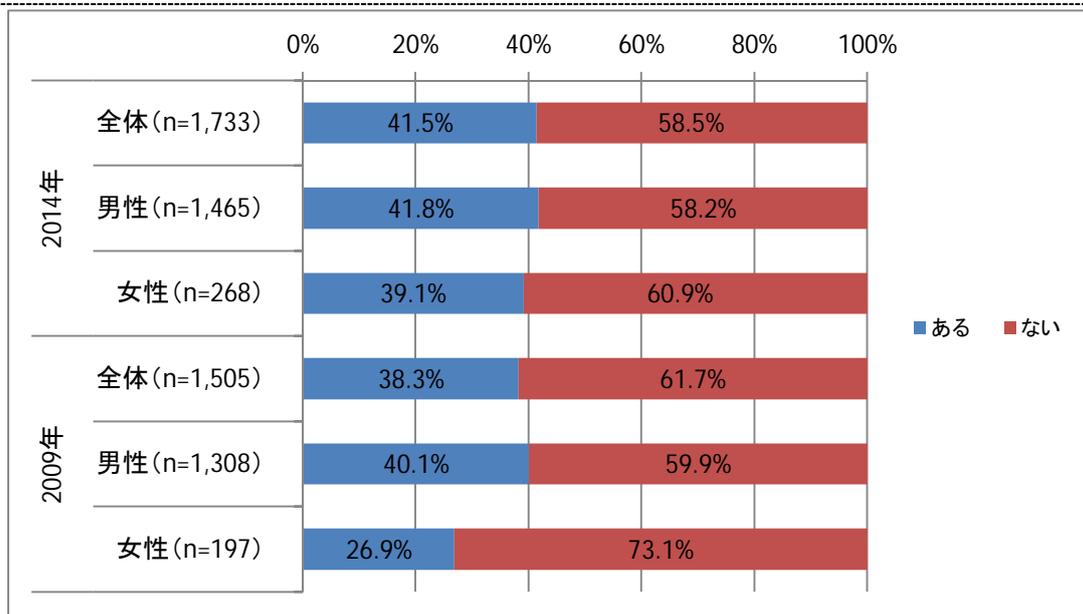
2014年に関して、引き継いだものが「ある」と回答した人は、4割前後である。

2009年は男性に比べ、女性で「ある」と回答した人は13.2pt少なかったが、2014年では2.7ptの差まで縮まっている。

2009年と比較し、「ある」と回答した女性が12.2pt増加している。

図表 2-10 前勤務先からの引き継ぎの有無

Q. 開業する直前の勤務先から、何か引き継いだものはありますか。



⑩ 具体的な開業準備の開始から開業までの経過月数

2014年では開業準備の開始から開業までが「1年未満」と回答した人が8割を超えている。

2009年と比較し、「1年未満」と回答した女性が13.6pt増加、「1年以上～3年未満」の女性が8.2pt減少、「3年以上～5年未満」、「5年以上」の女性の割合は半分以下となっている。

図表 2-11 具体的な開業準備の開始から開業までの経過月数

Q. 具体的な開業準備（場所の検討、取引先の探索、求人活動など）を始めたのは何年何月頃ですか。（具体的な開業準備の開始から開業までの経過月数を集計）



2.2.2 営業活動・顧客紹介の有無（男女別）

「2014年度新規開業実態調査」では、営業活動や顧客紹介の有無について重点的に設問を設けている。この点について、男女別に傾向を確認する。

① 営業して顧客になった割合

開業前・開業時については、「元勤務先、その勤務者」は男性に比べ、女性の方が 6.6pt 高い一方、「元勤務先の取引先、その勤務者」は女性の方が 6.6pt 低い。

また、「地域の友人・知人」、「開業前から面識があったその他の人」は女性の方がそれぞれ 6pt 近く高い。

一方、開業後については、「元勤務先の取引先、その勤務者」は男性より女性の方が 7.2pt 低い。「地域の友人・知人」は女性の方が 9.9pt 高い。

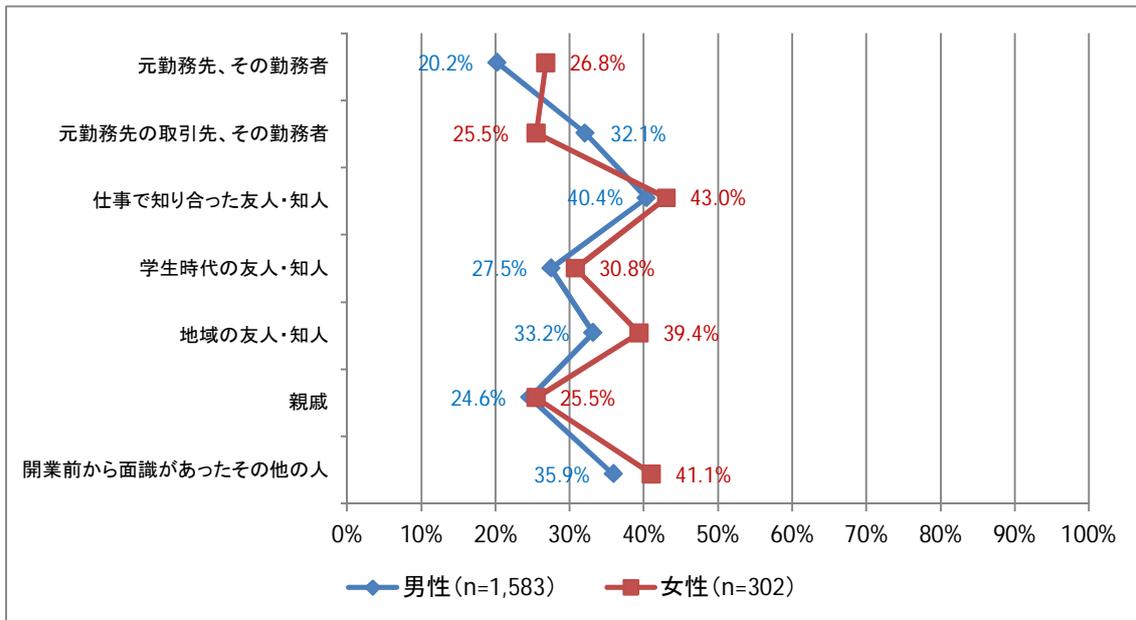
また、「開業前から面識があったその他の人」に関して、開業前・開業時は女性の方が高かったが、開業後は男性が 16.1%増加したため、男性の方が高くなっている。

図表 2-12 営業して顧客になった割合

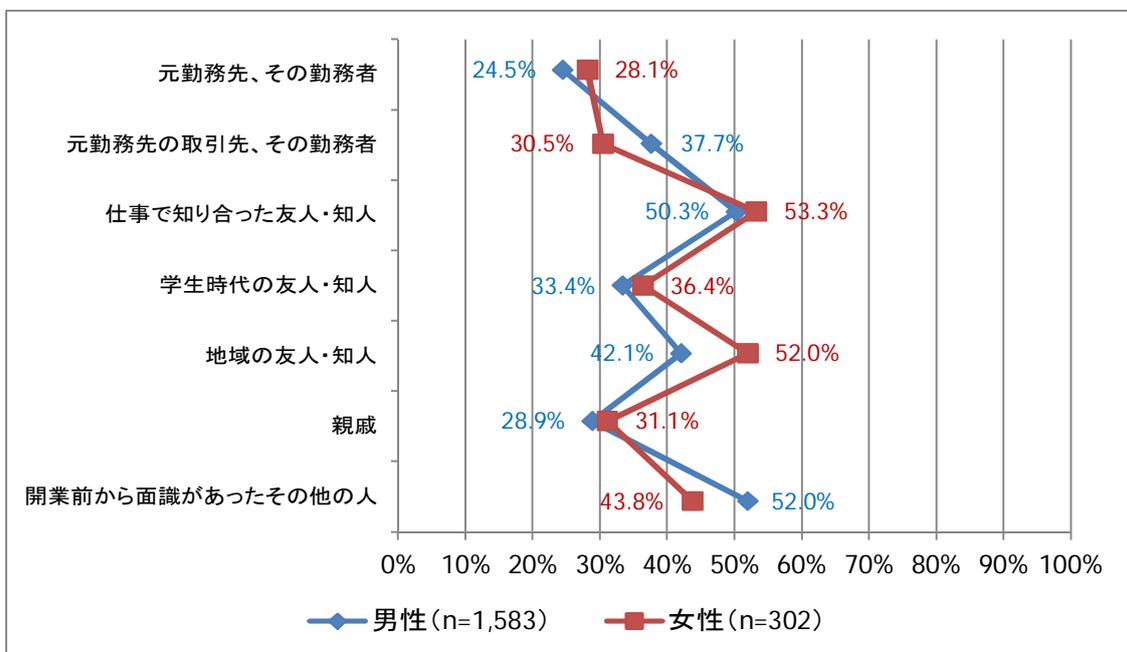
Q. 以下の人や企業に、顧客となってもらったための営業をしましたか。また、営業した場合、その結果はどうでしたか。(1)開業前・開業時と(2)開業後のそれぞれについて、当てはまるものを一つずつお答えください。

※選択肢:「営業していない」「(営業したが)顧客にならなかった」「(営業して)顧客になった」

< 開業前・開業時 >



< 開業後 >



② 紹介をもとに顧客を獲得できた割合

開業前・開業時については、「元勤務先、その勤務者」は男性より女性の方が 5pt 近く高いが、「元勤務先の取引先、その勤務者」は女性の方が 7pt 近く低い。

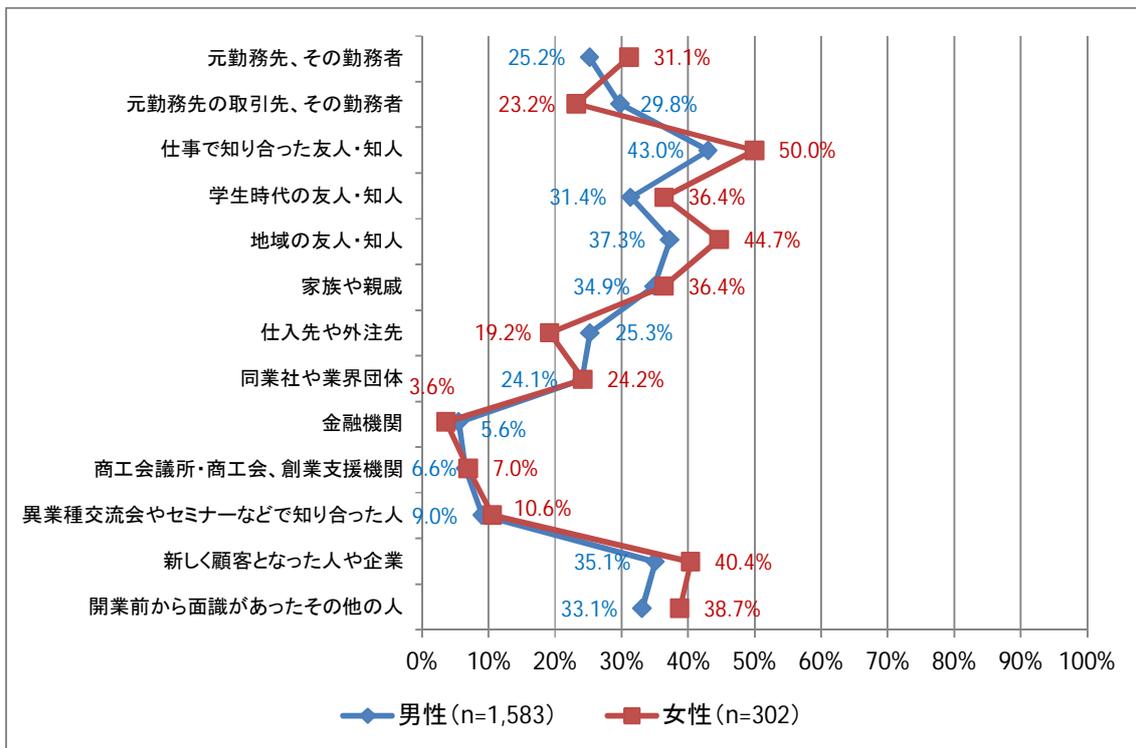
また、「仕事で知り合った友人・知人」、「学生時代の友人・知人」、「地域の友人・知人」、「新しく顧客となった人や企業」、「開業前から面識があったその他の人」は女性の方が 5pt 以上高い。逆に、「仕入先や外注先」は女性の方が 6.1pt 低い。

一方、開業後については、「地域の友人・知人」は男性より女性の方が 10pt 近く高い。「元勤務先、その勤務者」、「仕事で知り合った友人・知人」、「学生時代の友人・知人」、「開業前から面識があったその他の人」は女性の方が 5pt 以上高い。逆に、「仕入先や外注先」は女性の方が 10pt 近く低い。

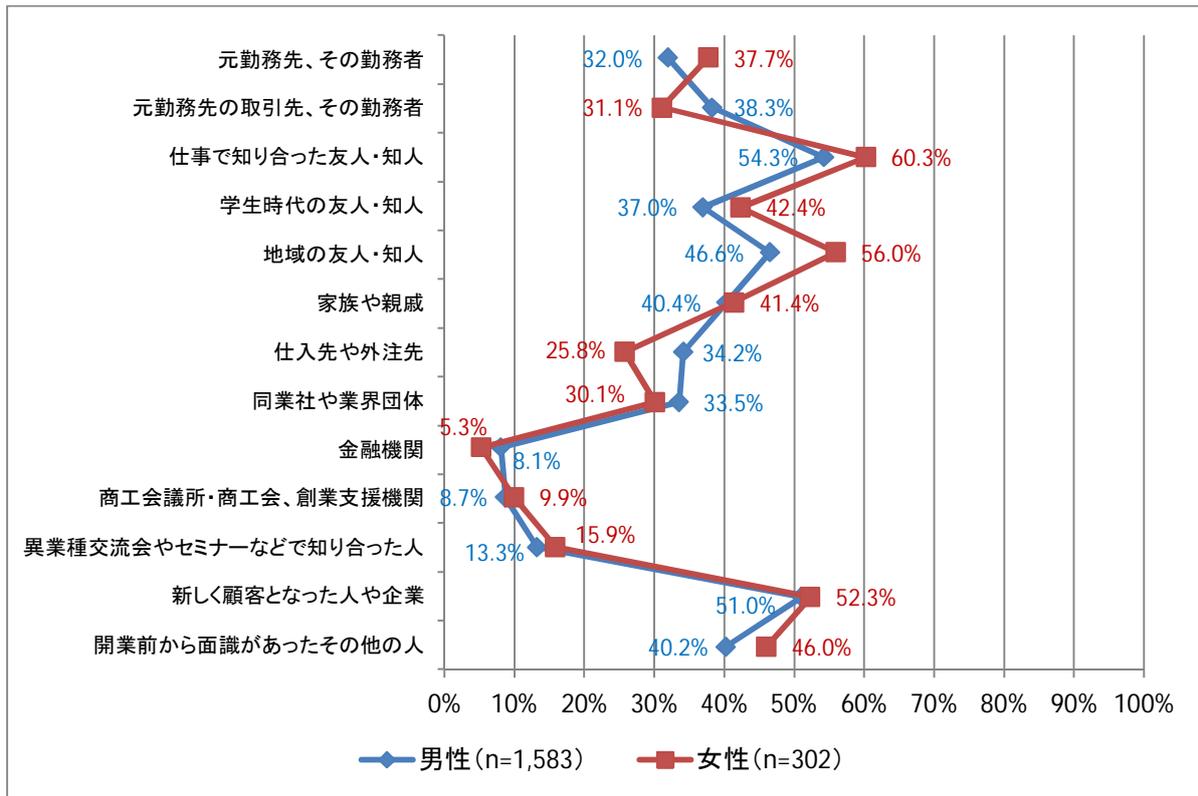
図表 2-13 紹介をもとに顧客を獲得できた割合

Q. 以下の人や企業は顧客を紹介してくれましたか。また、紹介してくれた場合、その結果はどうでしたか。(1)開業前・開業時と(2)開業後のそれぞれについて、当てはまるものを一つずつお答えください。
 ※選択肢:「紹介してくれなかった」「(紹介してくれたが)顧客を獲得できなかった」「(紹介してくれた)顧客を獲得できた」

<開業前・開業時>



<開業後>



2.2.3 経営者としての心配・苦勞、自信の有無（男女別）

前項と同様に、「2014年度新規開業実態調査」では、経営者としての心配・苦勞、自信の有無について重点的に設問を設けている。この点について、男女別に傾向を確認する。

① 心配だったこと・苦勞した／していること

開業前に心配だったこととして、「家事や育児、介護等の両立」と回答した人は、男性より女性の方が7.5pt高い。

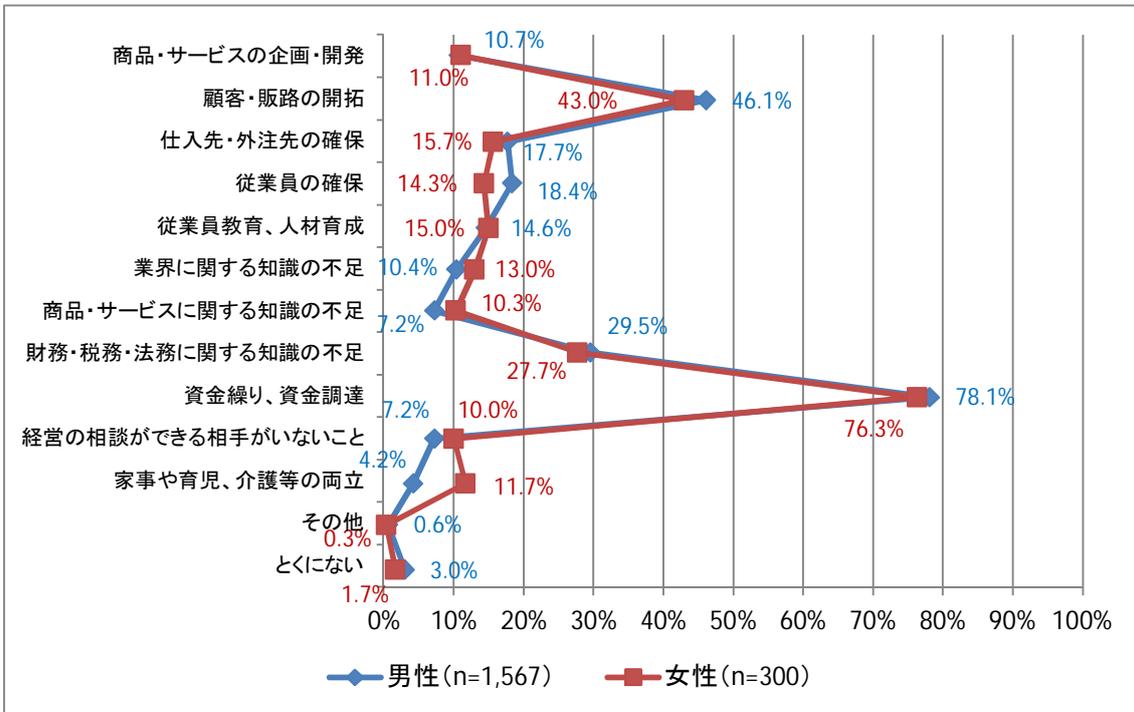
開業時に苦勞したこととして、「業界に関する知識の不足」と回答した人は、女性の方が6.8pt高い。逆に、「資金繰り、資金調達」と回答した人は、男性より女性の方が10.1pt低い。

一方、現在苦勞していることとして、「資金繰り、資金調達」と回答した人は、男性より女性の方が5.0pt低い。逆に、「経営の相談ができる相手がいないこと」、「家事や育児、介護等の両立」と回答した人は、男性より女性の方が7pt近く高い。

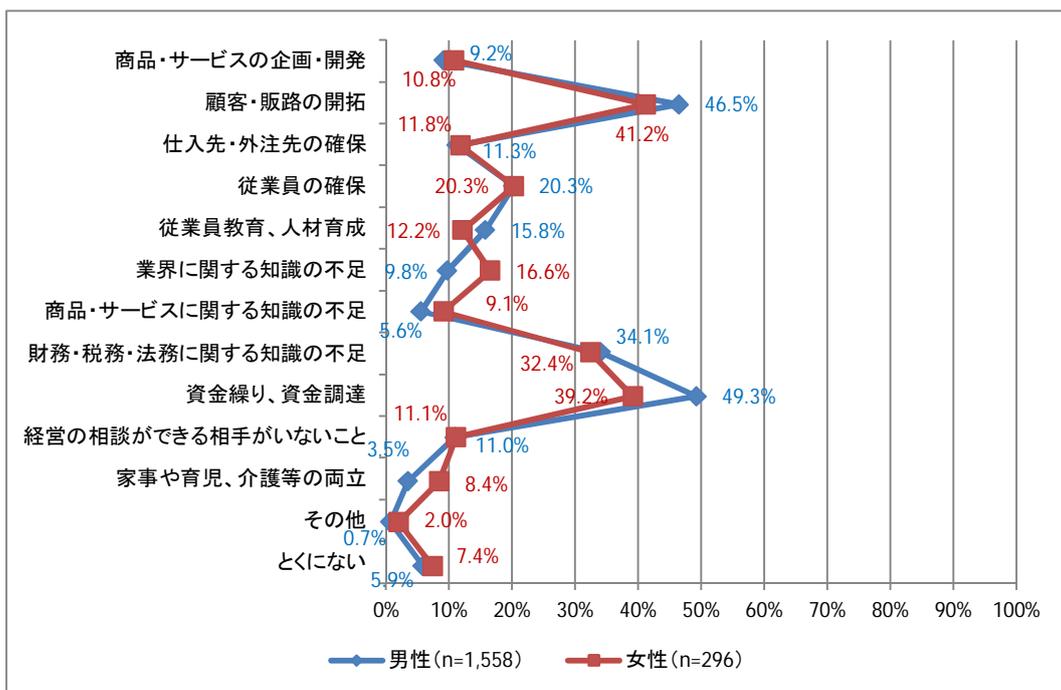
図表 2-14 心配だったこと・苦労した／していること

Q. 開業前に心配だったことは何ですか。また、開業時に苦労したこと、現在苦労していることは何ですか。それぞれについて、当てはまるものを三つまでお答えください。

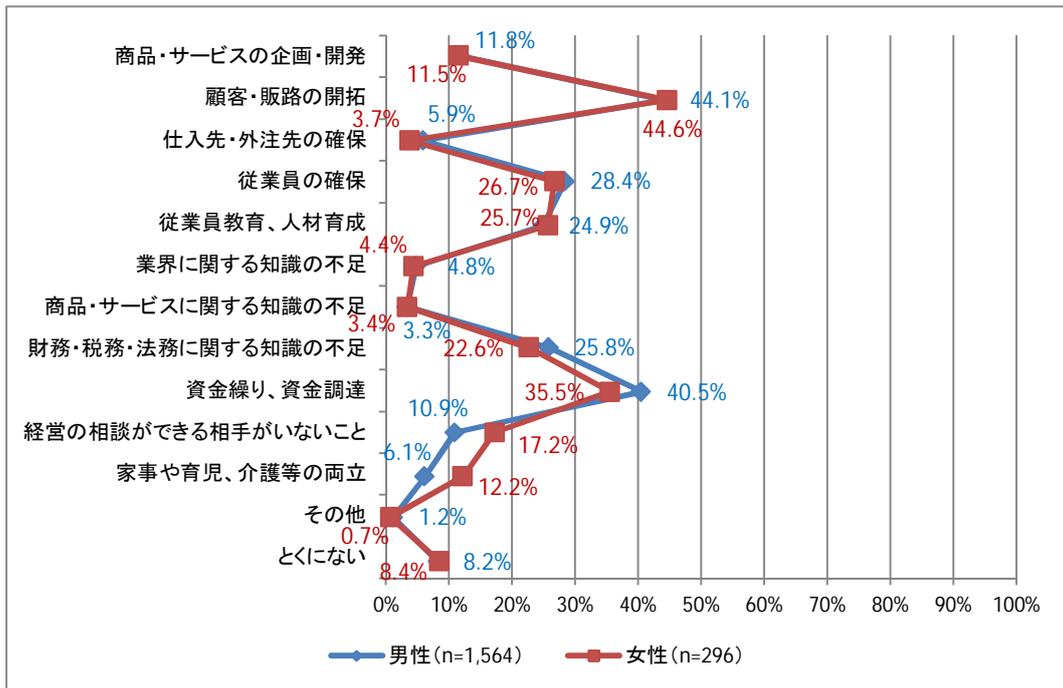
< 開業前に心配だったこと >



< 開業時に苦労したこと >



<現在苦労していること>



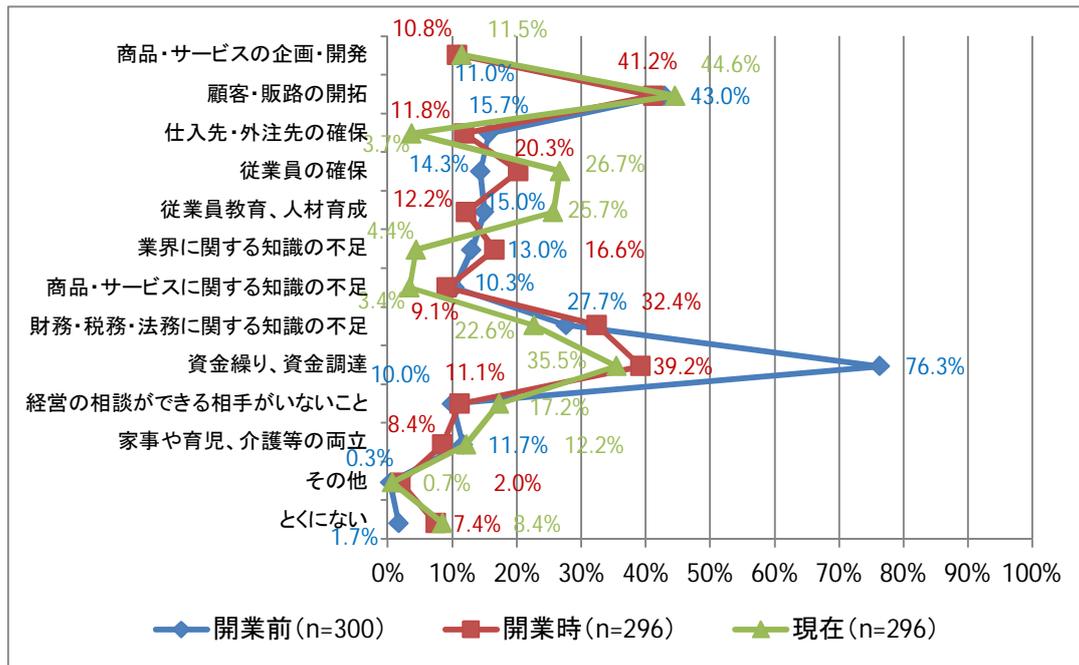
② 女性が心配だったこと・苦労した／していること

上記の設問について、女性の回答のみを抜き出し、開業前、開業時、現在の時系列で比較した。

「資金繰り、資金調達」と回答した人は、「開業前」と比較し、「開業時」、「現在」では半分以下になっている。「仕入先・外注先の確保」、「業界に関する知識の不足」は「開業前」、「開業時」と比較し、「現在」では半分以下になっている。

一方、「従業員の確保」は「開業前」、「開業時」、「現在」と5ptずつ増加している。また、「従業員教育、人材育成」は「開業前」、「開業時」に比べ、「現在」では回答した人の割合が10pt以上増加している。

図表 2-15 女性が心配だったこと・苦労した／していること



③ 経営者としての自信

経営に必要な 10 個の項目について、それぞれ開業時と現在の 2 時点での自信の有無を問うた設問を基に、男女間の差、並びに女性の中でも「管理職経験²」や「マーケティング経験³」を有する女性との比較を行った。

開業時に自信があった項目として、「人事・労務や人材教育の知識」、「業界に関する知識」、「組織マネジメントに関する能力」、「商品・サービスの知識・技術」、「商品・サービスの企画開発力」に関して「管理職経験有の女性」は経験のない女性より 10pt 以上高い。

また、「商品・サービスの知識・技術」、「商品・サービスの企画開発力」に関しては、女性より男性の方が回答した人の割合が多いが、「管理職経験有の女性」では男性の割合を上回っている。

一方、現在自信がある項目として、「業界に関する知識」、「顧客を開拓する営業力」と回答した「管理職経験有の女性」は経験のない女性より 10pt 以上高い。

「顧客を開拓する営業力」に関しては、「マーケティング経験有の女性」は経験のない女性より 10pt 以上高い。

また、「人的ネットワーク（人脈）」は男女とも同等の割合であったが、「管理職経験有の女性」、「マーケティング経験有の女性」はそれらを上回っている。

「業界に関する知識」、「顧客を開拓する営業力」、「商品・サービスの知識・技術」、「商

² 「管理職（3人以上の部下をもつ課もしくは部などの長またはリーダー）として働いた経験がありますか」に「ある」と回答した女性を抽出した。

³ 「開業前に、顧客への営業や接客、マーケティングに関する仕事をした経験がありますか」に「ある」と回答した女性を抽出した。

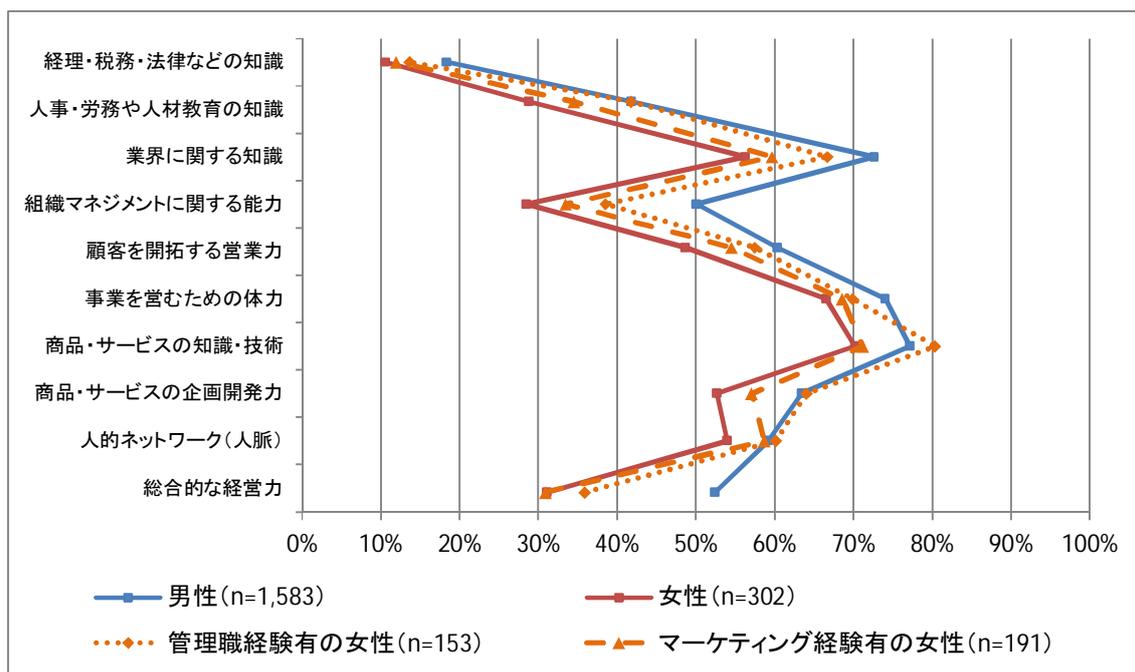
品・サービスの企画開発力」に関しては、女性より男性の方が回答した人の割合が多いが、「管理職経験有の女性」では男性の割合を上回っている。

「顧客を開拓する営業力」に関しては、女性より男性の方が回答した人の割合が多いが、「管理職経験有の女性」、「マーケティング経験有の女性」とともに男性の割合を上回っている。

図表 2-16 経営者としての自信

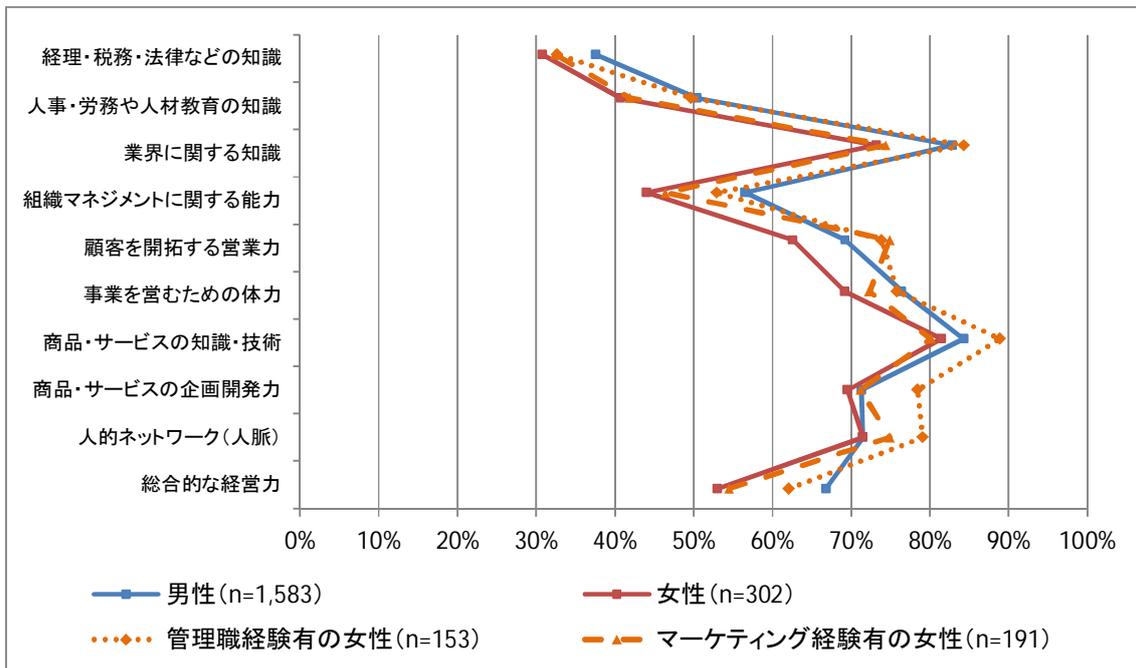
Q. 以下の項目について、経営者として自信はありますか。開業時と現在のそれぞれについて、当てはまるものを一つずつお答えください。

<開業時>



	男性(n=1,583)	女性(n=302)	管理職経験有の女性(n=153)	マーケティング経験有の女性(n=191)
経理・税務・法律などの知識	18.4%	10.6%	13.7%	12.0%
人事・労務や人材教育の知識	41.8%	28.8%	41.8%	34.5%
業界に関する知識	72.6%	56.3%	66.7%	59.7%
組織マネジメントに関する能力	50.1%	28.5%	38.6%	33.5%
顧客を開拓する営業力	60.3%	48.7%	57.5%	54.5%
事業を営むための体力	74.0%	66.6%	69.9%	68.6%
商品・サービスの知識・技術	77.2%	70.2%	80.4%	71.2%
商品・サービスの企画開発力	63.4%	52.6%	64.1%	57.1%
人的ネットワーク(人脈)	59.2%	54.0%	60.1%	58.7%
総合的な経営力	52.4%	31.1%	35.9%	30.9%

<現在>



	男性(n=1,583)	女性(n=302)	管理職経験有の女性(n=153)	マーケティング経験有の女性(n=191)
経理・税務・法律などの知識	37.6%	30.8%	32.7%	32.4%
人事・労務や人材教育の知識	50.4%	40.7%	49.7%	41.9%
業界に関する知識	82.8%	73.2%	84.3%	74.4%
組織マネジメントに関する能力	56.5%	44.0%	52.9%	46.4%
顧客を開拓する営業力	69.2%	62.6%	73.9%	74.9%
事業を営むための体力	76.4%	69.2%	75.8%	72.3%
商品・サービスの知識・技術	84.3%	81.5%	88.9%	80.1%
商品・サービスの企画開発力	71.3%	69.5%	78.4%	71.2%
人的ネットワーク(人脈)	71.5%	71.5%	79.1%	74.9%
総合的な経営力	66.8%	53.0%	62.1%	54.5%

2.3 まとめ

2.3.1 2009年と比較した女性起業家の変化

2009年調査と比較して、2014年調査においては、いくつか女性起業家に変化が窺える。事業内容の新規性が「大いにある」と回答した割合が、2009年では男性と同程度であったところ、2014年には男性を超え、2割超が大いに新規性のあるビジネスだと回答している。事業の採算状況についても、依然男性とは差があるものの、「黒字基調」が半数に届かなかったところから56%まで増加している。

開業動機としても、女性の特徴と言われていた「趣味や特技を生かしたい」という回答割合が2.0%に半減し、「事業経営という仕事に興味があった」の回答割合が8.6%へとおおよそ倍増している。

また、前勤務先から引き継いだものが「ある」という回答が 2014 年には大きく増え、男性と遜色のない結果となっている。これらの結果をみると、「女性の起業」の幅が増し、いわゆる「プチ起業」の規模感のものから、これまでのビジネス経験を活かしてよりダイナミックなビジネスを志す女性起業家が存在感を増してきた状況が窺える。

2.3.2 女性起業家の営業

女性起業家の営業活動とその結果をみると、本データからは、男性より積極的に営業活動を展開し顧客獲得につなげている実態が浮かび上がる。しかしながら、その中で「元勤務先の取引先、その勤務者」が顧客になっていない点が目立っている。また、紹介されて顧客獲得できたかどうかという点でも、同様に「元勤務先の取引先、その勤務者」に加え、「仕入先や外注先」を顧客にできた割合も、開業前・開業時で 19.2%、開業後で 25.8%と、男性の 25.3%、34.2%より顕著に低い。

往々にして女性は自らのネットワークを活かしてプロモーションや営業活動を効果的に実施すると指摘されるが、ビジネス経験がない、もしくは少ない女性が、過去の経験を糧にビジネスチャンスをつかむことがなかなか難しいことが推察される。

2.3.3 女性起業家の自信・困難

男性に比較して、女性起業家が何を心配し、どのような困難を抱えているかについて、起業のステージごとに見た結果から、男性と比較した女性起業家の特徴としては、起業前には業界や商品・サービスに関する知識不足とともに、家事や育児、介護等の両立に対し不安を有していることがわかる。開業時点においては、業界の知識不足と家事育児との両立が男性に比してやや高い数値となっているが、さらに「現在」に軸を移すと家事育児との両立に加え「経営の相談ができる相手がないこと」の困難性が 17.2%と大きく増している結果になっている。

後述するが、とりわけ女性起業家・起業希望者への支援は、裾野拡大が意識されがちであり、「女性向け起業支援」の施策も拡大してきているものの、ビジネスの維持拡大の観点から必要な支援が十分に届いていない状況が推察される。特に、これまでのビジネス上の経験が男性に比べて少ない傾向にある女性起業家は、起業後に「経営の相談ができる相手」がおらず孤立しがちな点が指摘できる。

こうした状況に対し、ステージごとに必要な支援を講じ、それを必要とする女性起業家に届けていくための工夫が必要である。

第3章 アンケート調査

3.1 調査の概要

3.1.1 調査の目的

女性起業家に特有の課題を整理し、起業支援機関における女性起業家に対する取組の実態、課題等を分析することで、今後必要な女性起業家支援のための施策について明らかにした。

さらに、女性起業家支援において国が果たすべき役割や国への要望等を明らかにし、次年度以降の広域ネットワーク構築に向けて主要アクターとなりうる支援者を拡大することも狙いとした。

3.1.2 調査の実施概要

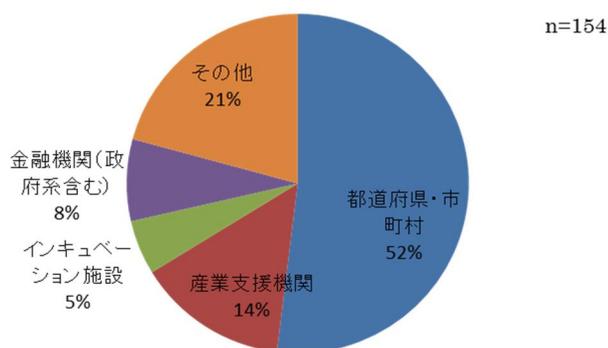
調査実施の概要は下記の通りである。

- 調査実施時期：2016年1月8～22日
- 調査対象：女性向け起業支援を実施している、もしくは実施していた機関（主な対象機関）
 - 内閣府男女共同参画局の都道府県の女性向け起業支援一覧に記載のある機関（自治体は政令指定都市のみを対象とする）
 - 各地方経済産業局の推薦機関
 - 各自治体の男女共同参画センター（内閣府に調査協力依頼を実施）
- 調査方法：依頼状を対象機関へ郵送し、依頼状に記載のURLから調査票をダウンロードしてもらい、メールにて回収
- 調査対象企業数：223件（依頼状を送付した企業数）
- 回収数：154件

3.2 回答機関の基本情報

① 組織の種類

図表 3-1 組織の種類

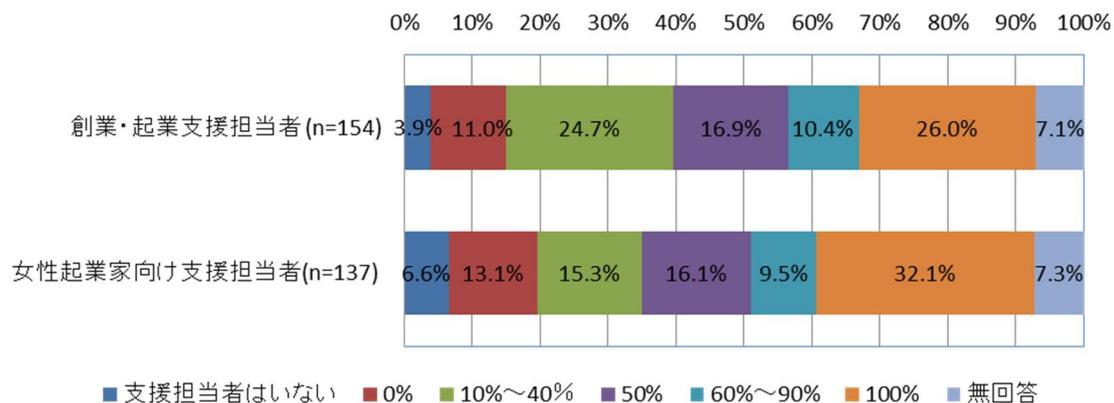


※「その他」の回答内容【抜粋】

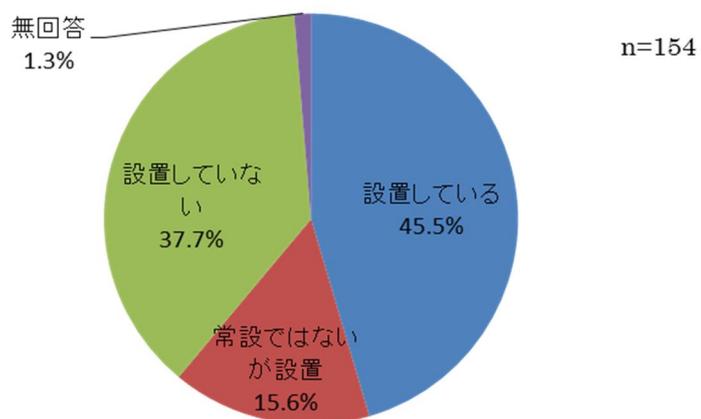
- ・ 民間企業
- ・ 大学
- ・ 公益財団法人

② 支援担当・内容

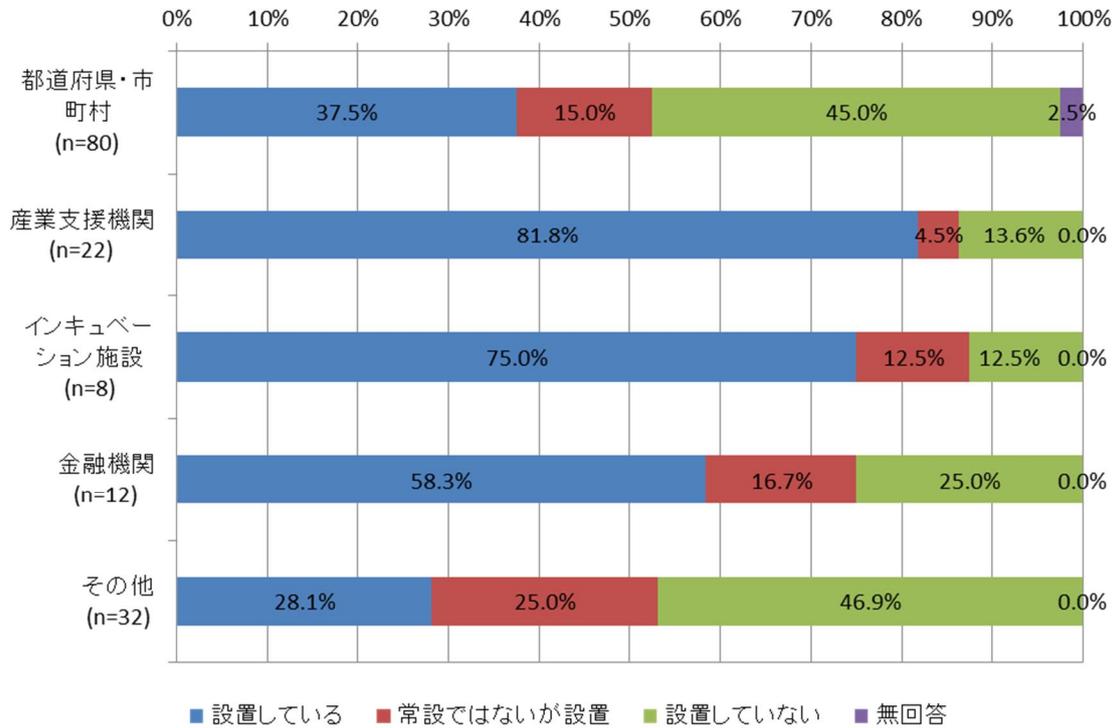
図表 3-2 創業・起業支援担当者の女性比率



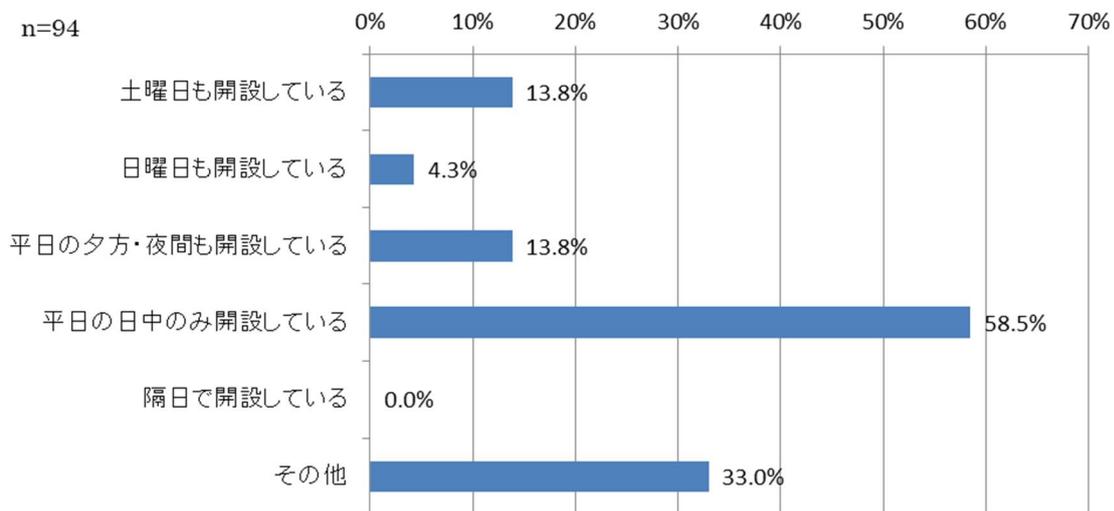
図表 3-3 創業・起業支援に係る常設窓口を設置しているか



図表 3-4 創業・起業支援に係る常設窓口を設置しているか（支援機関種類別）



図表 3-5 創業・起業支援窓口の開設時間

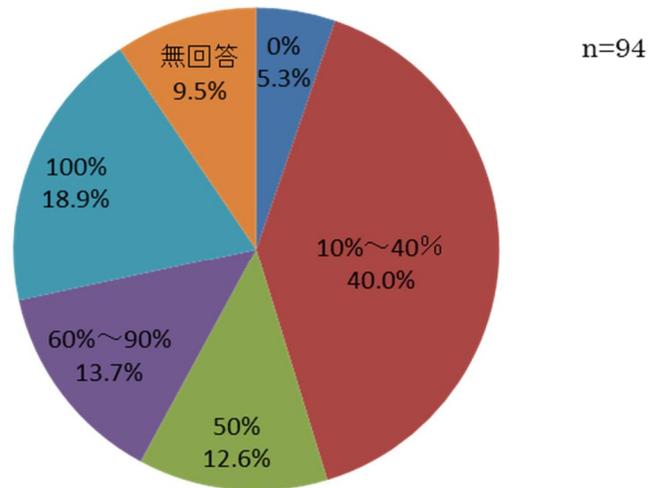


※「その他」の回答内容【抜粋】

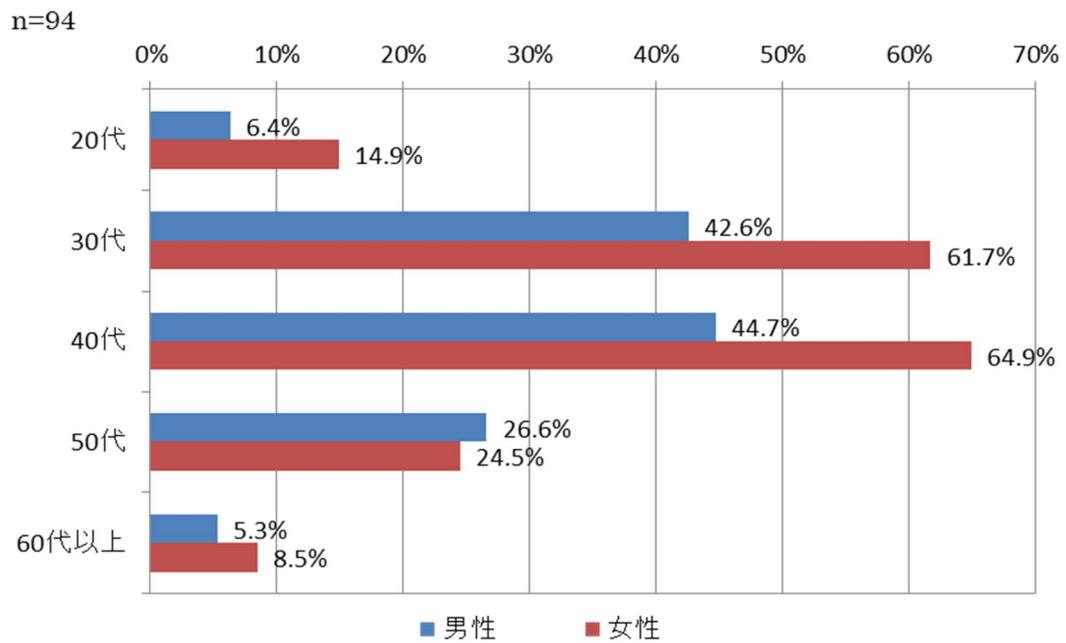
- ・ 相手の希望により平日夜間・土日も対応する
- ・ 土曜日の開設は月 1 回
- ・ 原則として火曜日と土曜日（第 3 週目のみ火曜日と金曜日）時間 9:30～18:00

③ 来所者の特徴

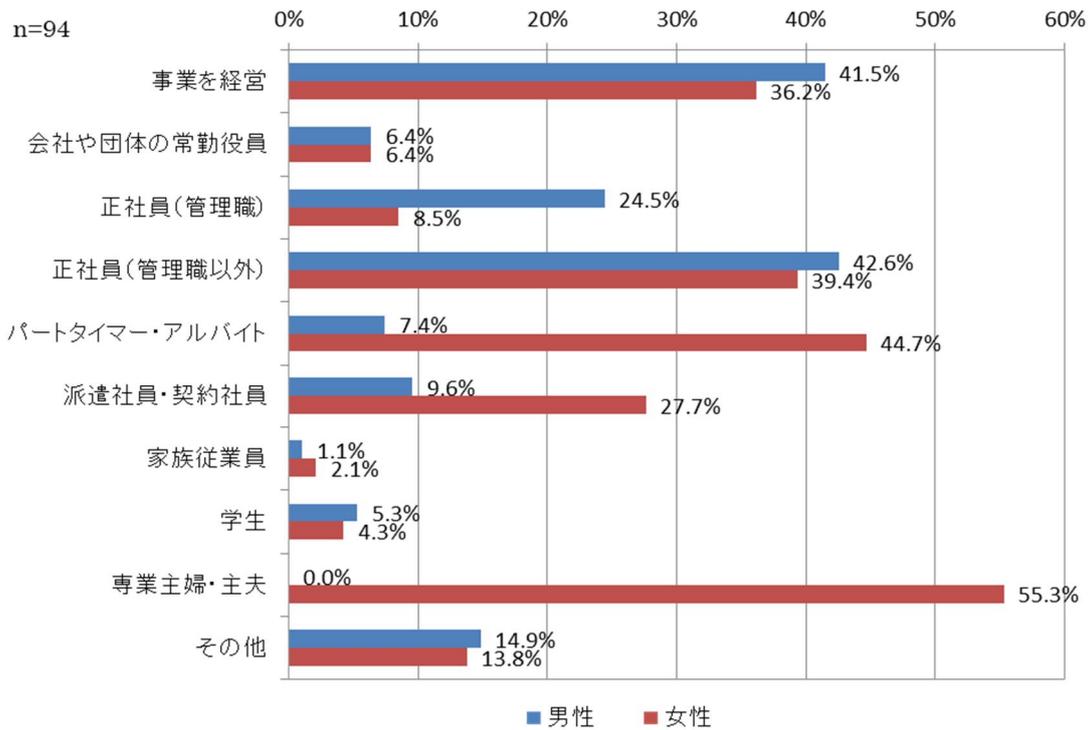
図表 3-6 窓口に来所される方の女性比率



図表 3-7 窓口に来所される方の年齢層（男女別）



図表 3-8 窓口に来所される方の就業形態（男女別）



※「その他」の回答内容【抜粋】

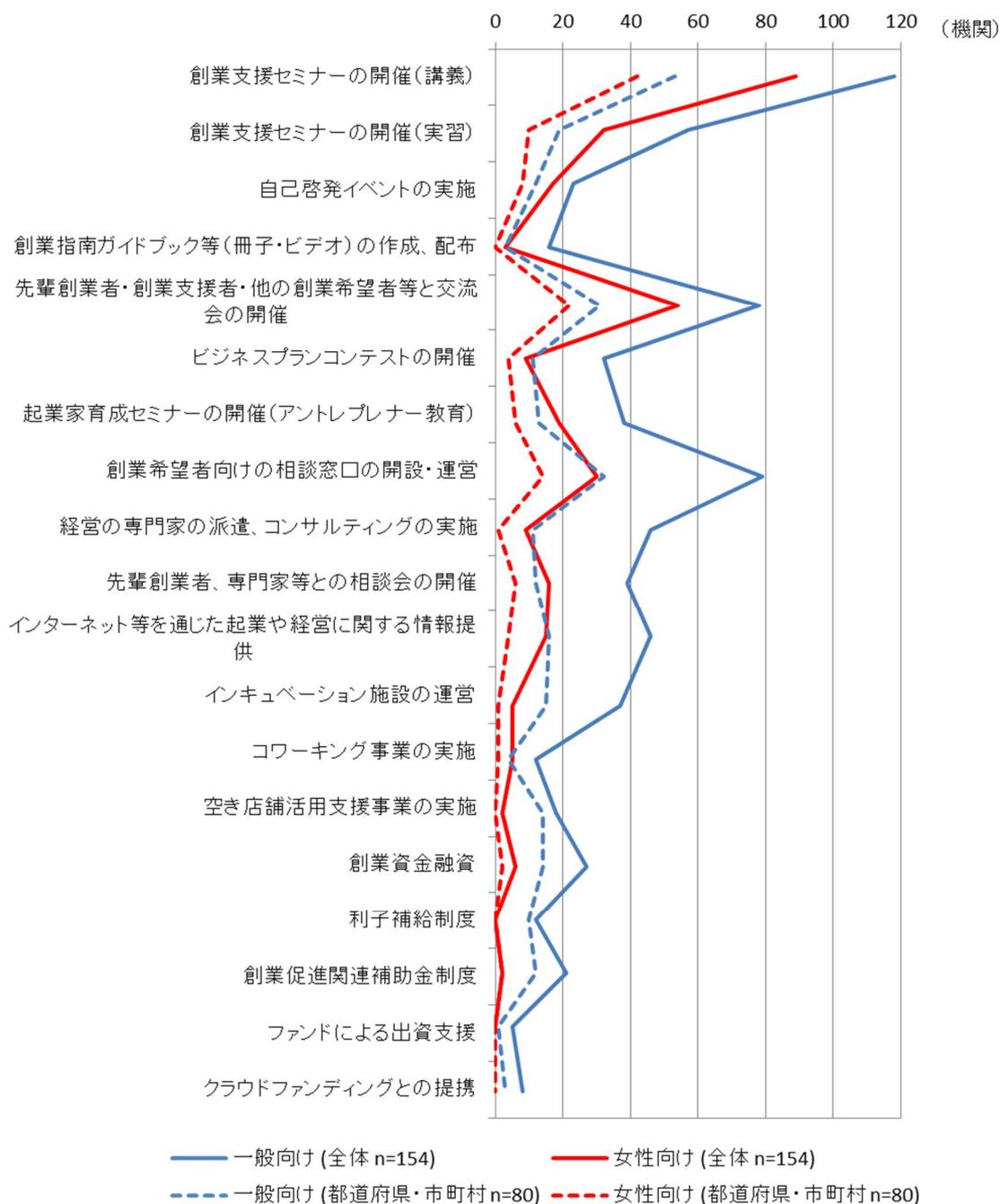
- ・ セミナー講師
- ・ 失業中または無職
- ・ 不明

3.3 創業・起業支援事業の取組実績

3.3.1 実施している支援施策

創業前の起業希望者を対象とした施策として、各機関に「一般向けの施策」「女性向けの施策」実施の有無をそれぞれ質問した。さらに、実施主体として、自治体（都道府県・市町村）の傾向を抽出してまとめたのが下図である。「女性向け」と銘打った施策は「創業支援セミナー（講義）」に多い。一方、「創業希望者向けの相談窓口の開設・運営」は、全体の件数は多いものの、女性向けの施策の実施比率としては低くなっている。

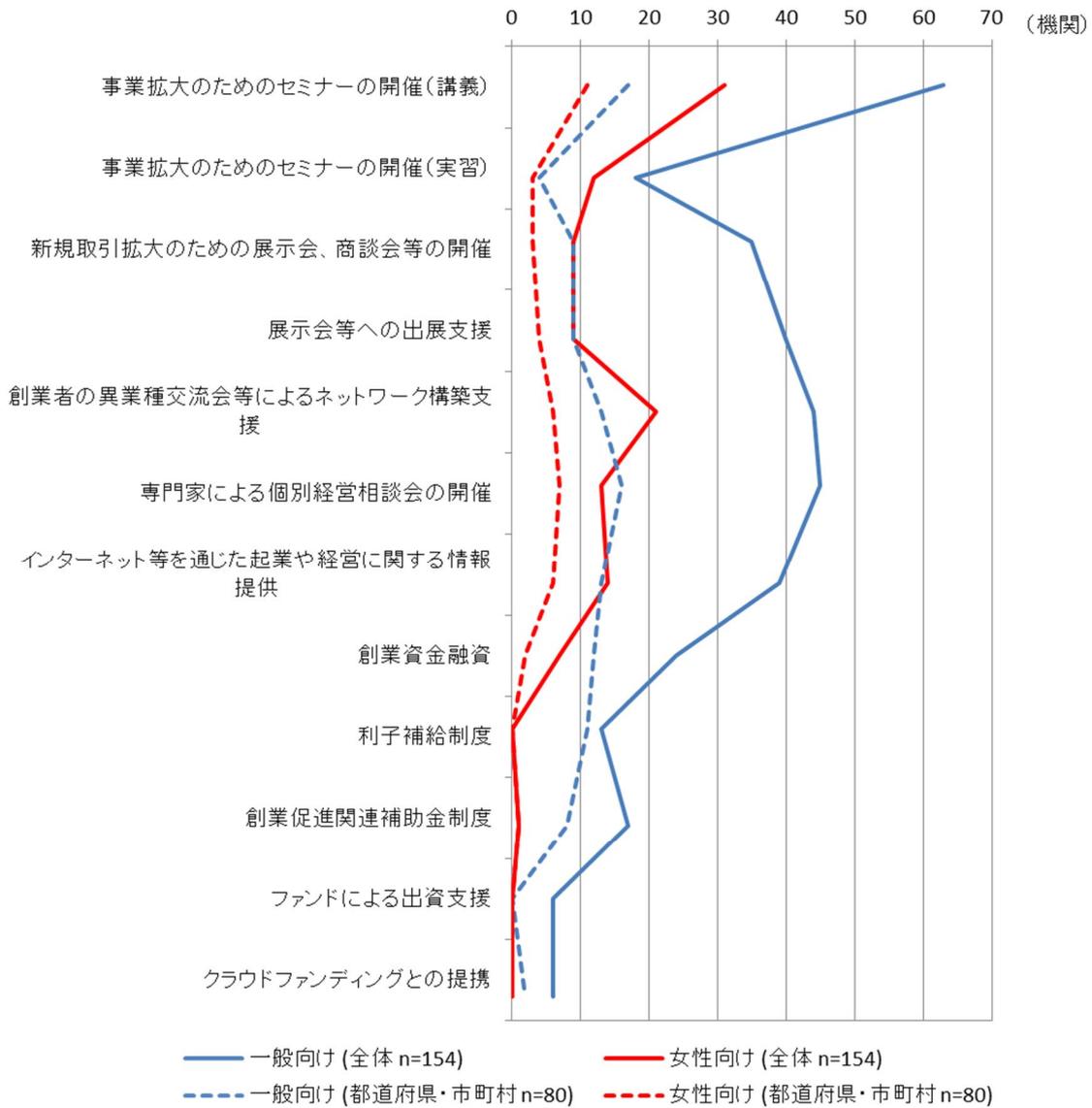
図表 3-9 創業前の方を対象に実施している支援施策



創業前の方を対象に実施している支援施策	全体 (n=154)			都道府県・市町村 (n=80)		
	一般向け	女性向け	女性向け 比率	一般向け	女性向け	女性向け 比率
創業支援セミナーの開催(講義)	118	89	75.4%	53	42	79.2%
創業支援セミナーの開催(実習)	57	32	56.1%	19	10	52.6%
自己啓発イベントの実施	23	17	73.9%	12	8	66.7%
創業指南ガイドブック等(冊子・ビデオ)の作成、配布	16	3	18.8%	3	0	0.0%
先輩創業者・創業支援者・他の創業希望者等と交流会の開催	78	54	69.2%	31	22	71.0%
ビジネスプランコンテストの開催	32	9	28.1%	11	4	36.4%
起業家育成セミナーの開催(アントレプレナー教育)	38	19	50.0%	13	6	46.2%
創業希望者向けの相談窓口の開設・運営	79	30	38.0%	32	14	43.8%
経営の専門家の派遣、コンサルティングの実施	46	9	19.6%	11	1	9.1%
先輩創業者、専門家等との相談会の開催	39	16	41.0%	12	6	50.0%
インターネット等を通じた起業や経営に関する情報提供	46	15	32.6%	16	4	25.0%
インキュベーション施設の運営	37	5	13.5%	15	1	6.7%
コワーキング事業の実施	12	5	41.7%	4	1	25.0%
空き店舗活用支援事業の実施	18	2	11.1%	14	0	0.0%
創業資金融資	27	6	22.2%	14	2	14.3%
利子補給制度	12	0	0.0%	10	0	0.0%
創業促進関連補助金制度	21	2	9.5%	12	2	16.7%
ファンドによる出資支援	5	0	0.0%	1	0	0.0%
クラウドファンディングとの提携	8	2	25.0%	3	0	0.0%

一方、創業後の支援策は、創業前に比べて、「女性向け」と銘打たないものが増えてきている。その中でも、「創業者の異業種交流会等によるネットワーク構築支援」は、女性向けに特化した取組の件数が他に比べて多くなっている。

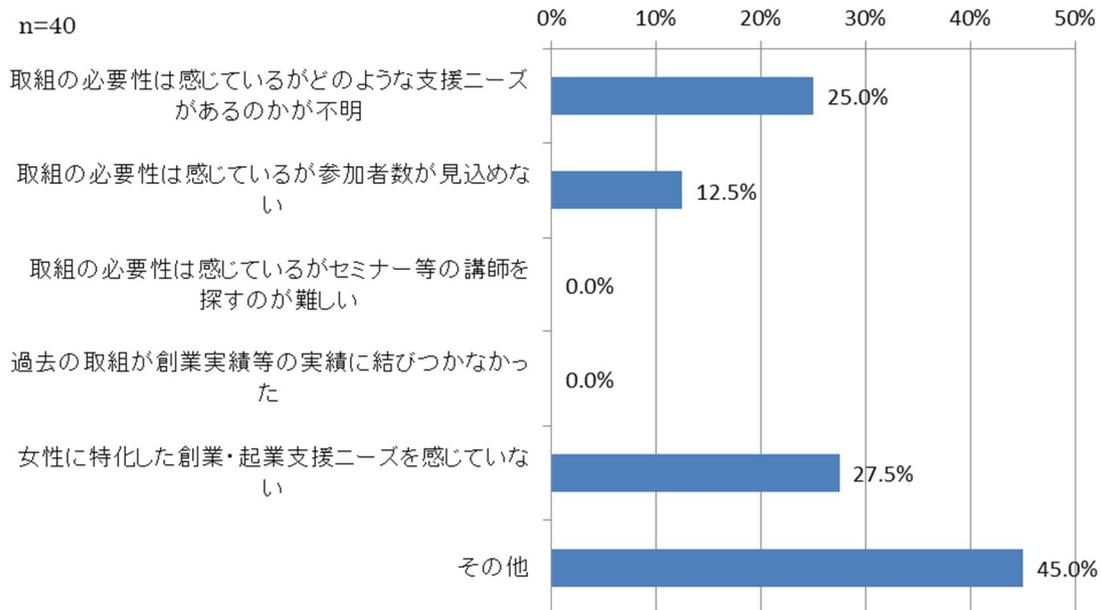
図表 3-10 創業後の方を対象に実施している支援施策



創業後の方を対象に実施している支援施策	全体 (n=154)			都道府県・市町村 (n=80)		
	一般向け	女性向け	女性向け比率	一般向け	女性向け	女性向け比率
事業拡大のためのセミナーの開催(講義)	63	31	49.2%	17	11	64.7%
事業拡大のためのセミナーの開催(実習)	18	12	66.7%	4	3	75.0%
新規取引拡大のための展示会、商談会等の開催	35	9	25.7%	9	3	33.3%
展示会等への出展支援	40	9	22.5%	9	4	44.4%
創業者の異業種交流会等によるネットワーク構築支援	44	21	47.7%	13	6	46.2%
専門家による個別経営相談会の開催	45	13	28.9%	16	7	43.8%
インターネット等を通じた起業や経営に関する情報提供	39	14	35.9%	13	6	46.2%
創業資金融資	24	7	29.2%	12	2	16.7%
利子補給制度	13	0	0.0%	11	0	0.0%
創業促進関連補助金制度	17	1	5.9%	8	1	12.5%
ファンドによる出資支援	6	0	0.0%	0	0	0.0%
クラウドファンディングとの提携	6	0	0.0%	2	0	0.0%

女性に特化した創業・起業支援事業を実施していない機関に、その理由を質問したところ、ニーズを感じていない、どのようなニーズが不明という、女性の起業希望者と実情が十分に捉えられていないことがわかる。また種々の支援施策との重複や自機関の施策のターゲットの問題などから、敢えて女性に特化した施策を講じる必要がないと考える機関もあった。

図表 3-11 女性に特化した創業・起業支援事業を実施していない理由



※「その他」の回答内容【抜粋】

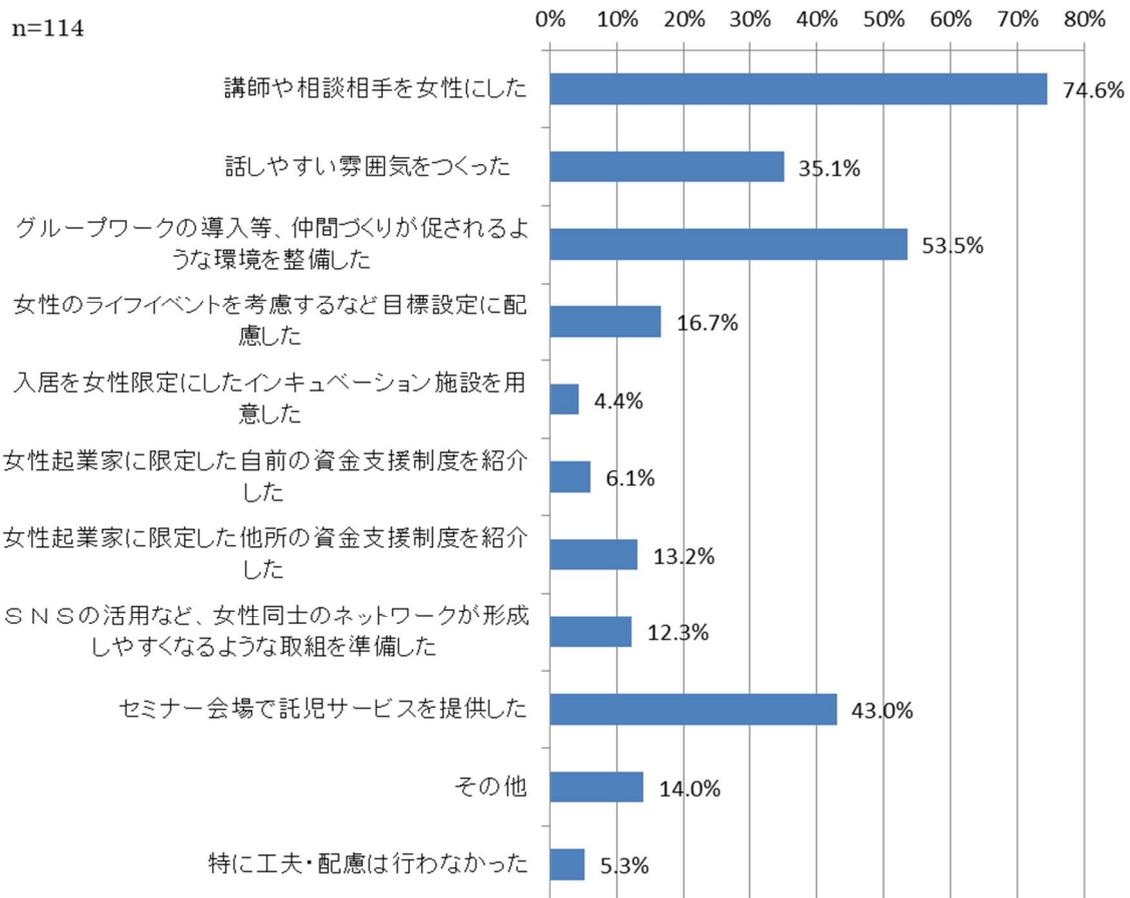
- ・ 同市内にある類似施設で女性起業関係講座等を実施しており重複するため
- ・ ニーズはあると思うが、予算、人手の問題で、手が回らない
- ・ 老若男女を問わず創業・起業予定者を支援する方針であり、今のところ女性に特化した支援を行っていない

3.3.2 女性向け施策の実施状況と成果

① 女性向け施策の内容・工夫

女性向け施策を実施している機関の工夫としては、「女性」の相談役や講師を配置し、話しやすい雰囲気づくりが一般的に行われている。

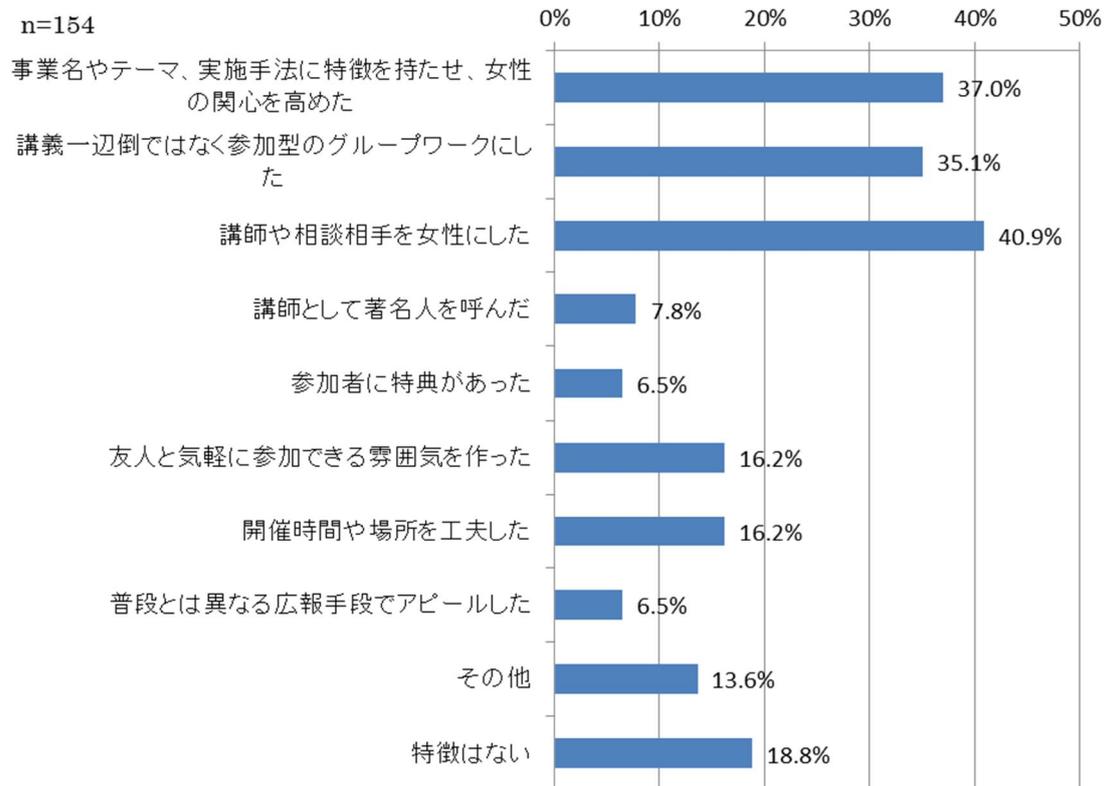
図表 3-12 女性を対象にした支援策を企画・運営する際に工夫・配慮した点



※「話しやすい雰囲気をつくった」、「その他」の回答内容【抜粋】

「話しやすい雰囲気をつくった」	
<ul style="list-style-type: none"> ・ フェイスブックグループなどを使って事前に交流できる仕組みを作った ・ 専門用語は使わない ・ 飲み物や軽食の用意 	
「その他」	
<ul style="list-style-type: none"> ・ お金儲けよりも、生きがいややりがいを全面に出した企画を行った ・ 事業に親しみを持ってもらうため、女性起業家支援制度用のロゴマークを作成した ・ 担当者を女性にした 	

図表 3-13 女性の参加率が高かった支援策の特徴



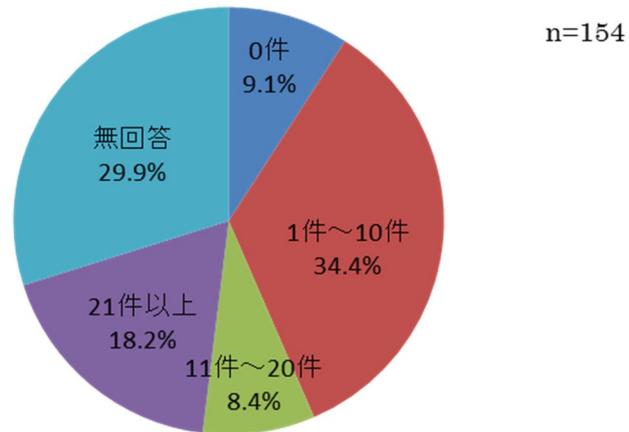
※「開催時間や場所を工夫した」、「普段とは異なる広報手段でアピールした」、「その他」の回答内容【抜粋】

「開催時間や場所を工夫した」
<ul style="list-style-type: none"> ・ 利便性が良い場所での開催 ・ 日曜日の午後に設定した ・ 働いている女性も参加できるよう夜の時間帯（19時～21時）に毎月、定期的 に実施
「普段とは異なる広報手段でアピールした」
<ul style="list-style-type: none"> ・ facebook, twitter, LINE 等の SNS ・ チラシのイメージ写真に女性も登場し、チラシの背景の一部がピンクだった ・ チラシ等を女性がたくさん来るようなカフェなどに配布した
「その他」
<ul style="list-style-type: none"> ・ 参加者は女性に限定している ・ 託児サービスを提供した ・ 女性向けのフリーマガジンにて PR

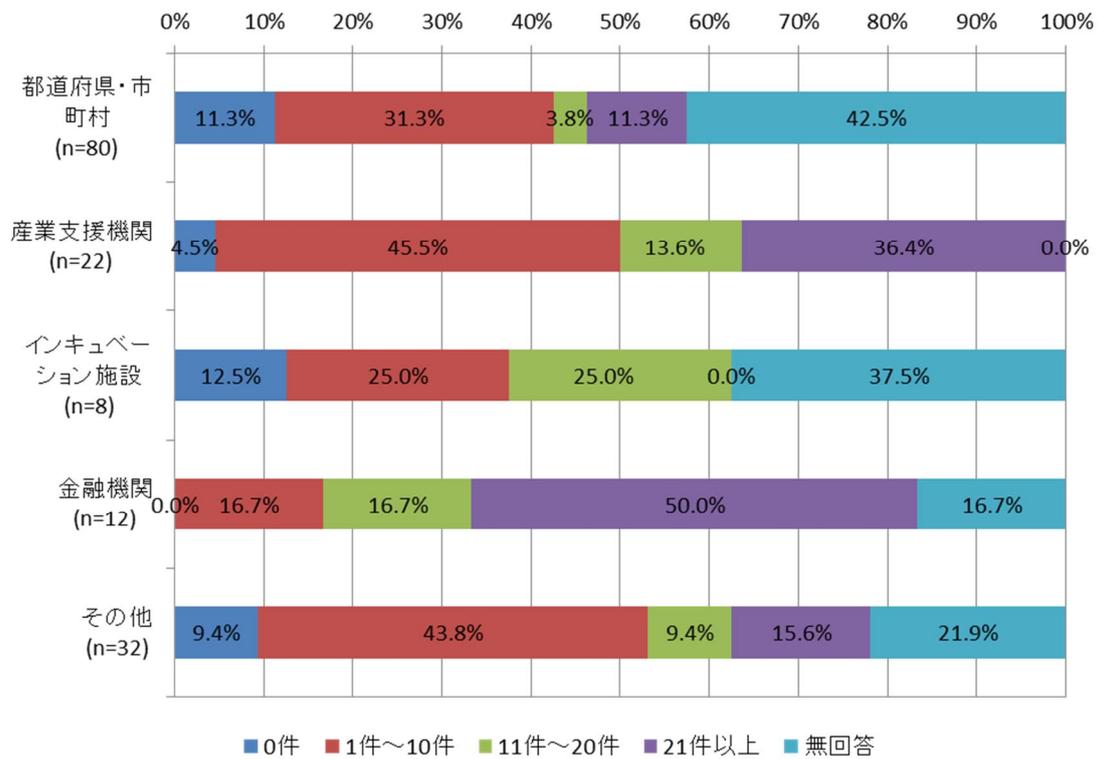
② 女性の創業・起業、事業拡大実績

支援策を講じている機関のうち、約60%が、女性起業家を輩出している。一方、事業の拡大につながったと回答した件数は31%と少なくなっている。

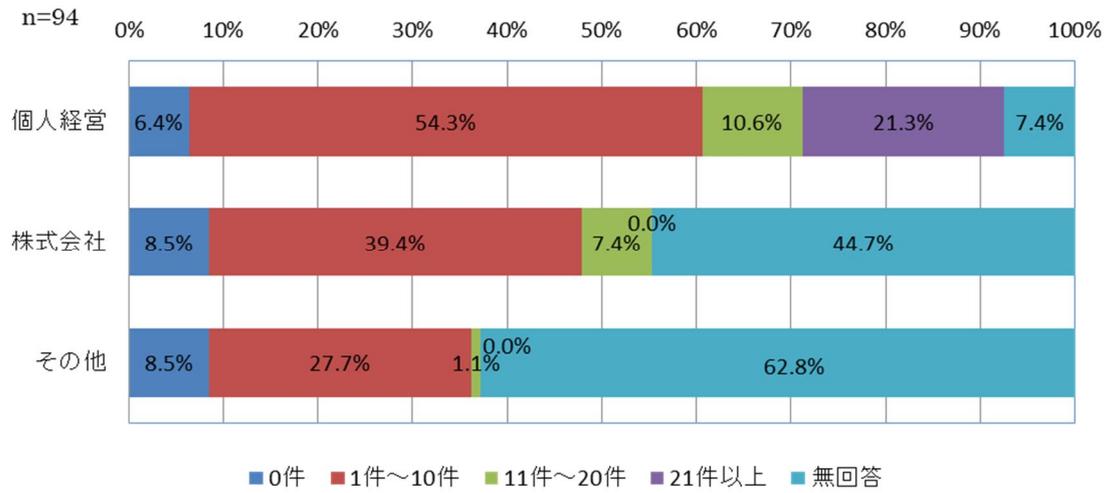
図表 3-14 支援策を活用した女性で、創業・起業に結びついた件数



図表 3-15 支援策を活用した女性で、創業・起業に結びついた件数（支援機関種類別）



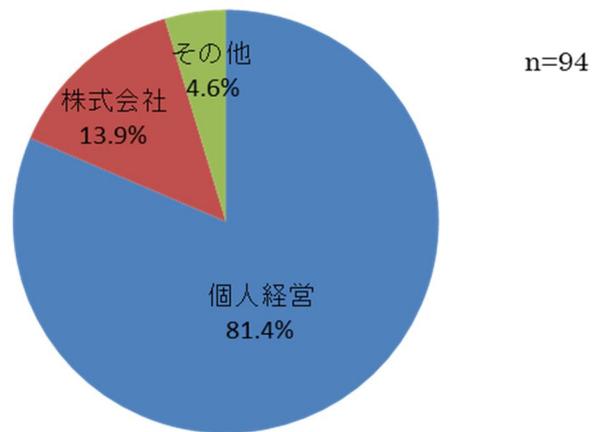
図表 3-16 支援策を活用した女性で、創業・起業に結びついた件数（事業形態別）



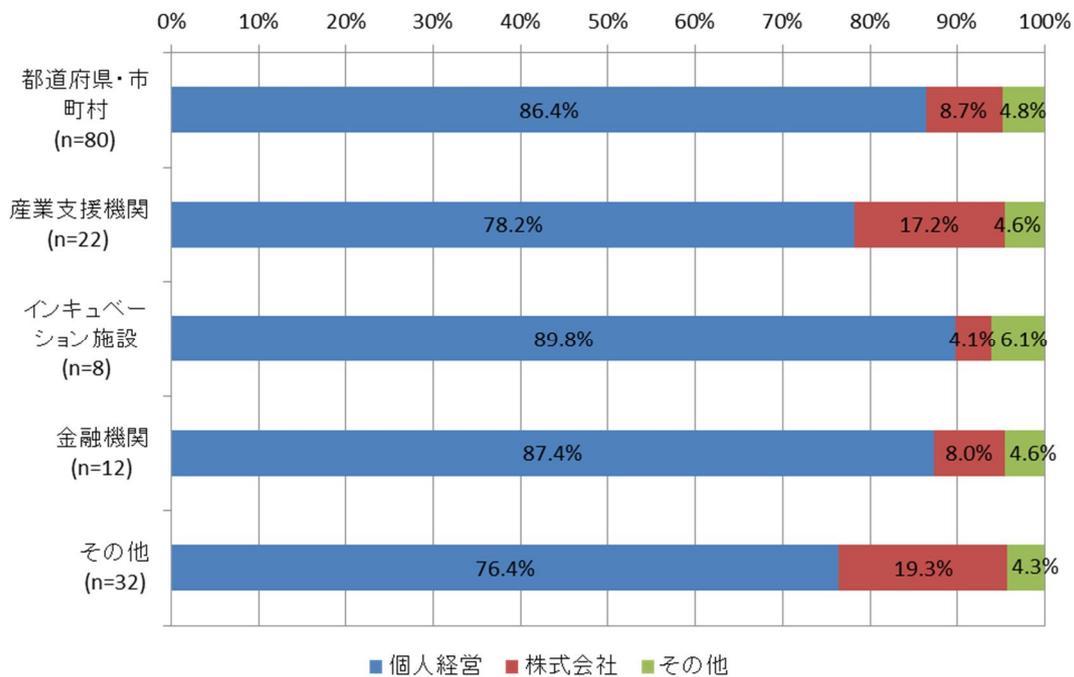
※「その他」の具体的な事業形態【抜粋】

- ・ 合同会社
- ・ 企業組合
- ・ NPO 法人

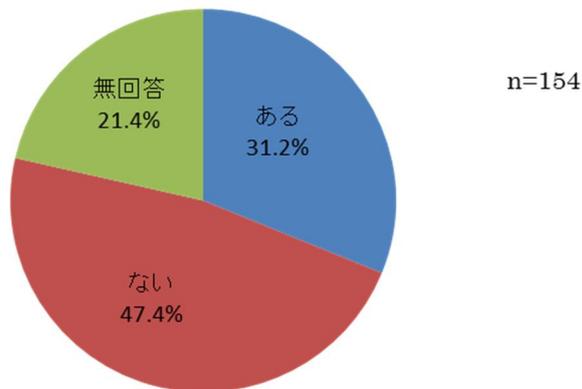
図表 3-17 支援策を活用した女性で、創業・起業に結びついた事業形態



図表 3-18 支援策を活用した女性で、創業・起業に結びついた事業形態
(支援機関種類別)



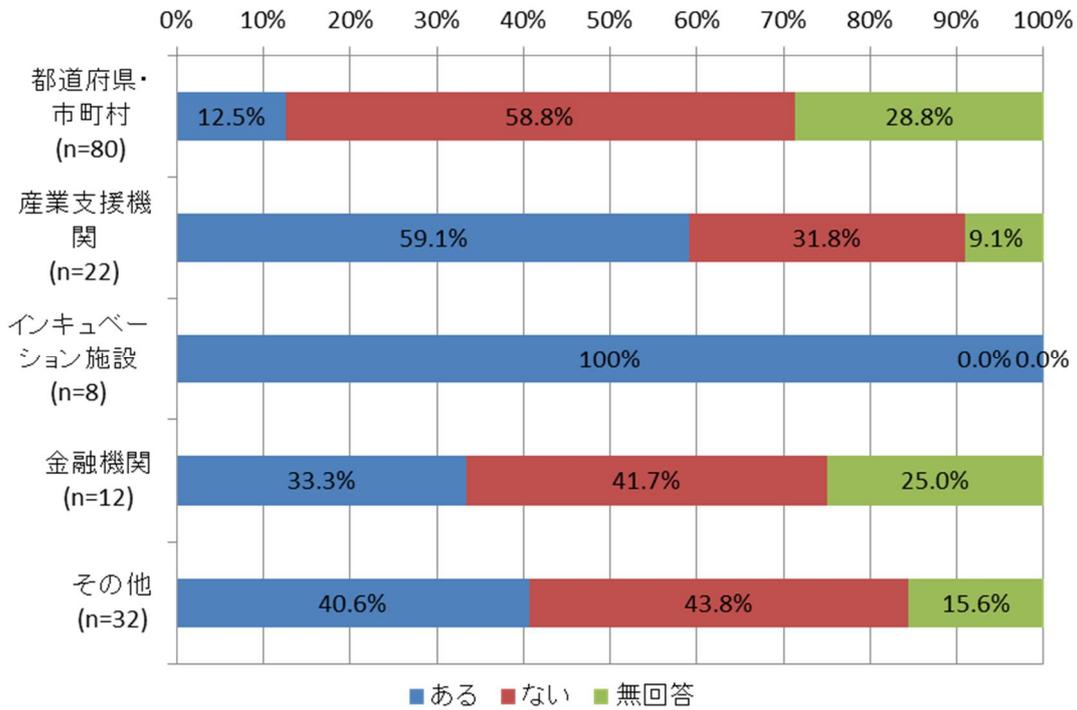
図表 3-19 支援策を活用した女性で、事業の拡大に結びついた事例はあるか



※「ある」の具体的な事例内容【抜粋】

- ・ ヒーリングサロンから雑貨店、カフェへの事業拡大
- ・ 女性向けのビジネスコンテストへの参加グループを作り事業計画作成等の支援を行った。具体的な事業計画を作成したことで、売上等の伸びがあり店舗拡大を行った
- ・ メンターによるビジネスプランの指導による支援が事業化促進につながった

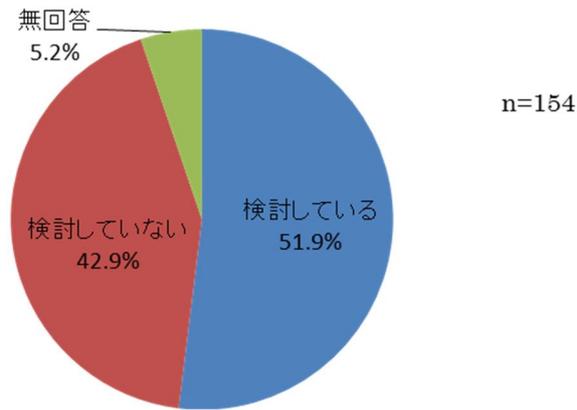
図表 3-20 支援策を活用した女性で、事業の拡大に結びついた事例はあるか
(支援機関種類別)



③ 今後の支援策の実施意向

女性向けに特化した支援策を検討しているのは過半数に上る。

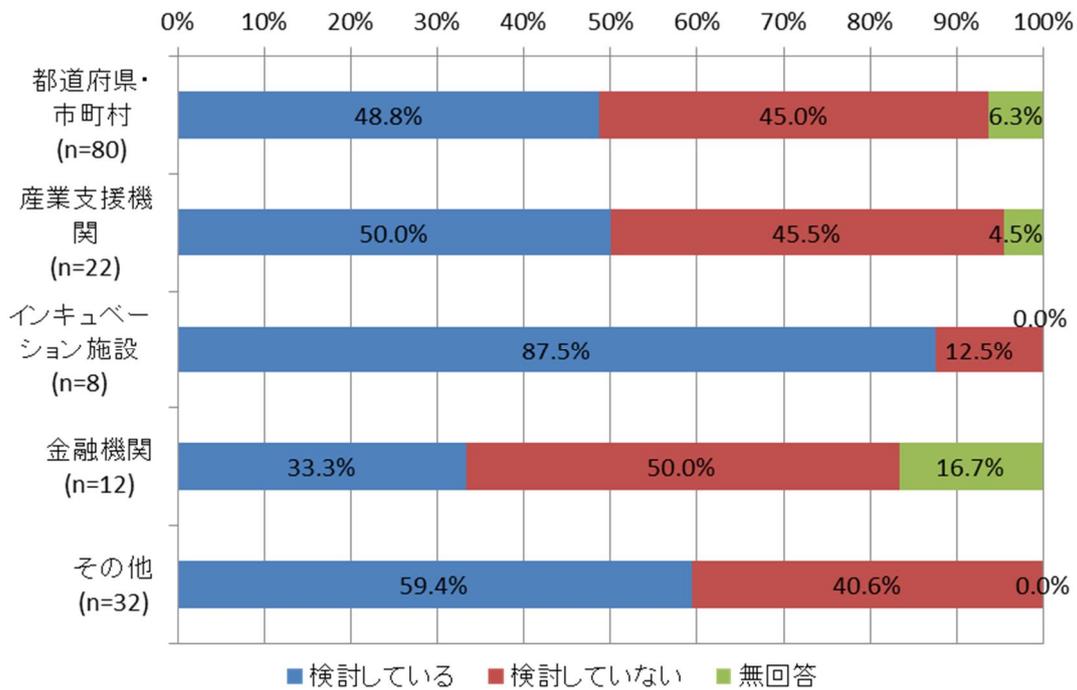
図表 3-21 女性向けに特化した創業・起業支援事業の実施を検討しているか



※「検討している」の具体的な検討内容【抜粋】

- ・ 女性向け起業塾
- ・ 市内在住の女性起業家によるブース出店支援（「さがみはら女性起業家マーケット」の実施）
- ・ 人材確保のための人材紹介事業

図表 3-22 今後、女性向けに特化した創業・起業支援事業の実施を検討しているか
(支援機関種類別)

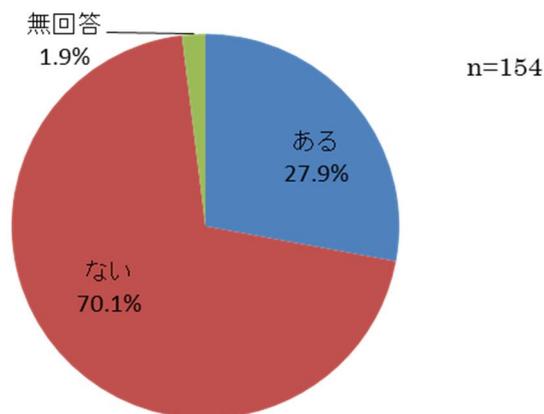


3.3.3 広域連携の状況

① 女性起業家ネットワークの有無

機関として女性起業家ネットワークを有している割合は 27.9%、支援機関種類別にみると、金融機関が最も高い比率となり、自治体は 16.3%と低い。

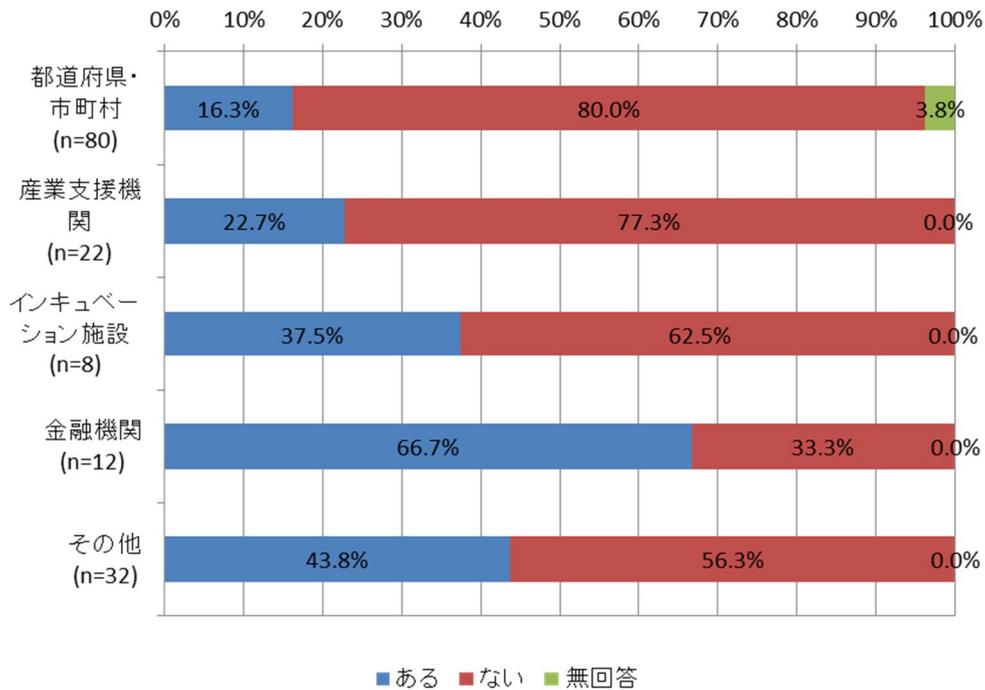
図表 3-23 女性創業者・起業家をつなぐネットワークはあるか



※「ある」の具体的なネットワークの内容【抜粋】

- ・ 地域男女共同参画ネットワーク
- ・ 起業セミナー修了生による自主グループ
- ・ LED 関西にはパートナーとして登録している

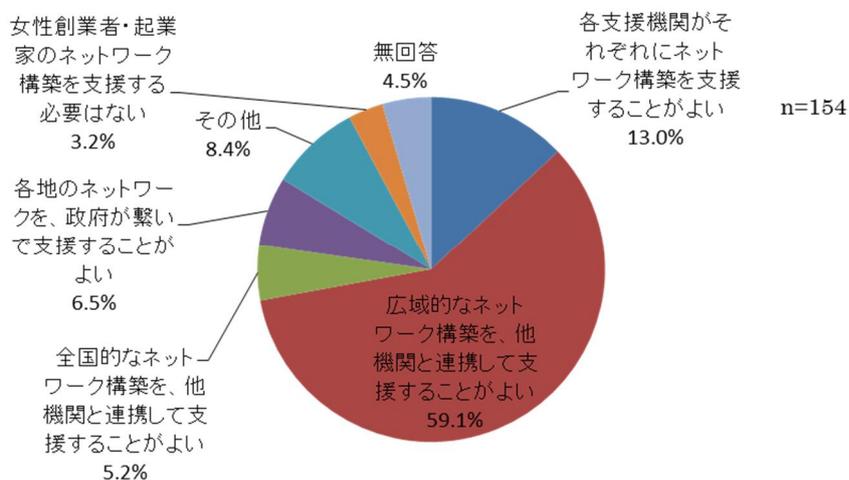
図表 3-24 女性創業者・起業家をつなぐネットワークはあるか（支援機関種類別）



② ネットワークについての考え方

女性起業家ネットワークについては、「広域的なネットワーク構築を、他機関と連携して支援することがよい」が 59.1%と最も高い割合となっている。自機関のみで構築するよりは、より周辺地域までを範囲とし、密度の濃いネットワークを望む意向と推察される。

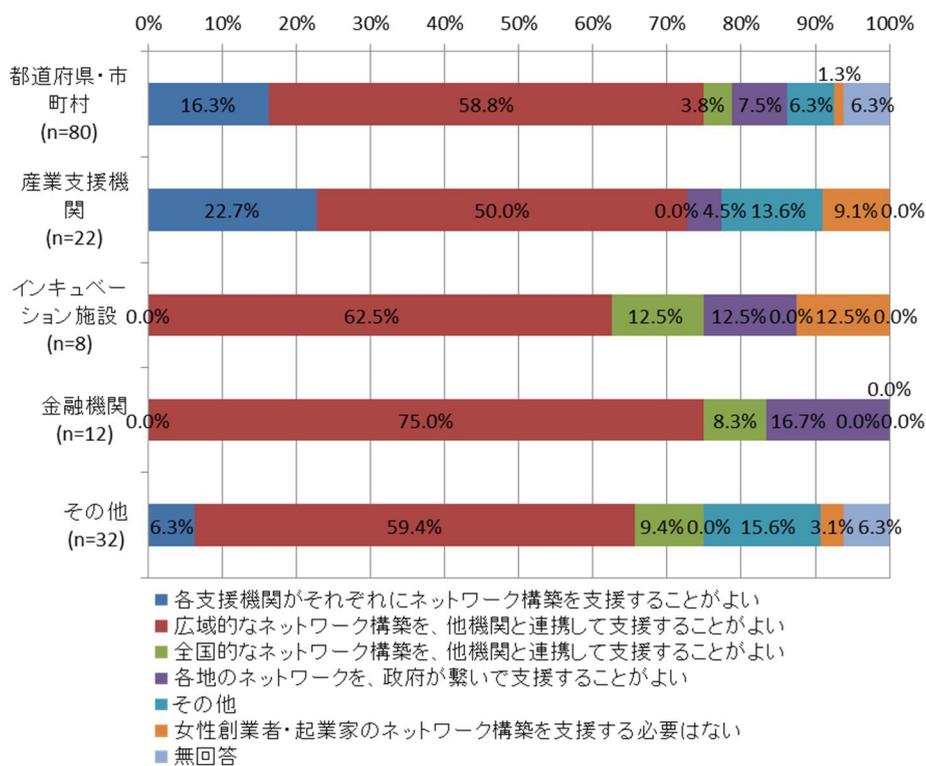
図表 3-25 女性創業者・起業家のネットワーク構築支援についての考え



※「その他」の回答内容【抜粋】

- ・ ネットワーク構築についてのニーズまたは動きがあれば、地域的・全国的各段階で支援することがよい
- ・ 各地域での小規模なネットワークも、成長志向の広域的なネットワークも両方必要だと考える
- ・ 産官学問わず、有機的なネットワークを各地域で構築し、それを政府が支援することがよい

図表 3-26 女性創業者・起業家のネットワーク構築支援についての考え
(支援機関種類別)

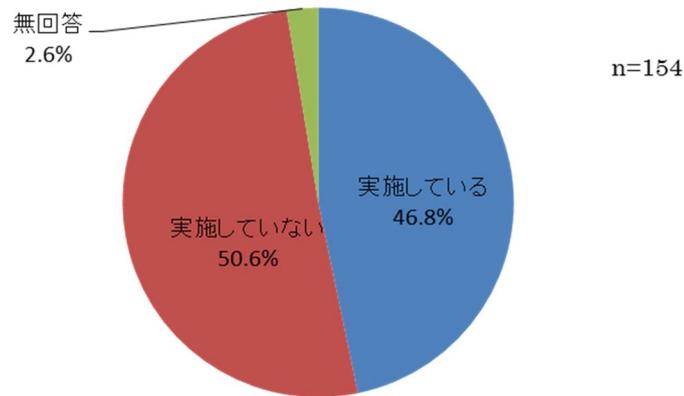


③ 女性起業家支援に係る他機関との連携状況及び課題

何らかの形で他機関と連携して女性起業家支援を行っている機関は 46.8% に上る。80% 弱の機関が連携は「重要」であり、今後「連携を進めたい」と回答している。

一方で、重要性を認識しつつも「連携を進めることが難しい」と回答した機関が 11.7% あり、その理由としては、マンパワー不足、業務負担増が挙げられている。

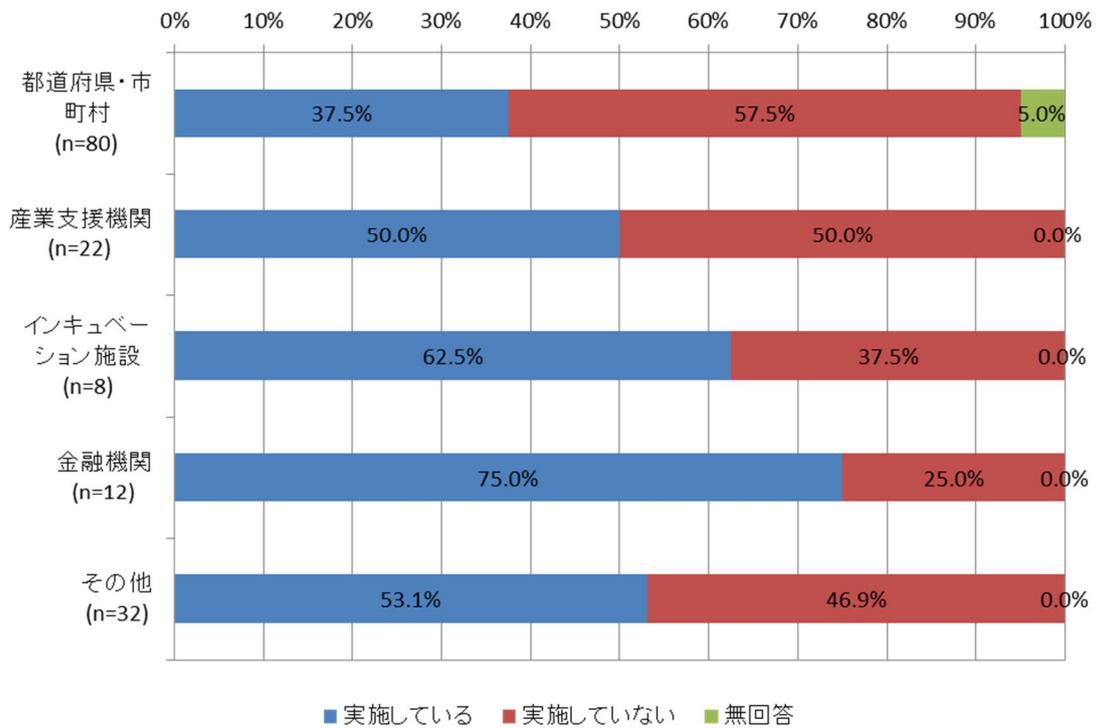
図表 3-27 女性の創業・起業を支援する他の機関と連携した取組を実施しているか



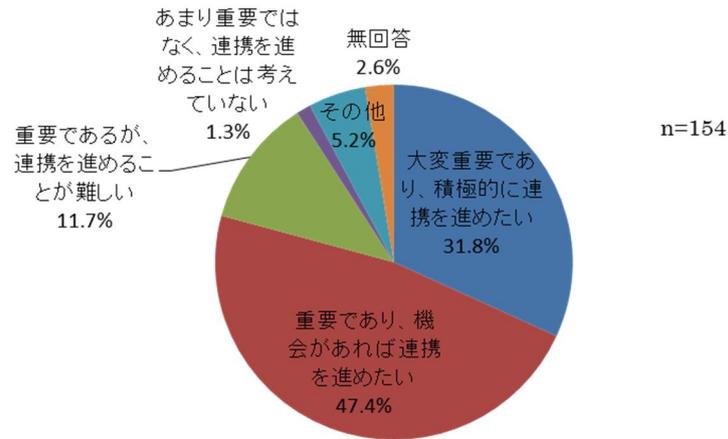
※「実施している」の具体的な連携先と連携内容【抜粋】

- ・ 創業支援機関とのセミナーの共催など
- ・ ハローワーク、インキュベーション等からの講師派遣、及び広報依頼
- ・ 男女共同参画センターに相談された女性を当会議所の創業相談へ繋いでいただいている

図表 3-28 女性の創業・起業を支援する他の機関と連携した取組を実施しているか
(支援機関種類別)



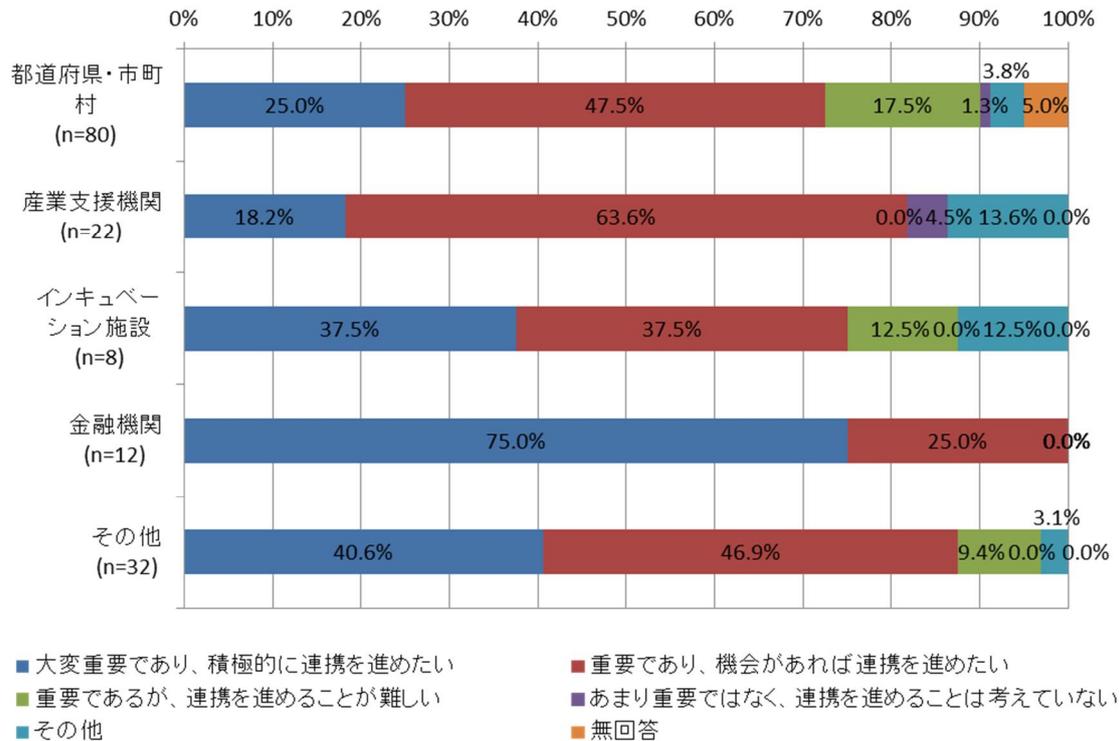
図表 3-29 女性の創業・起業を支援する他の機関と連携することについての考え



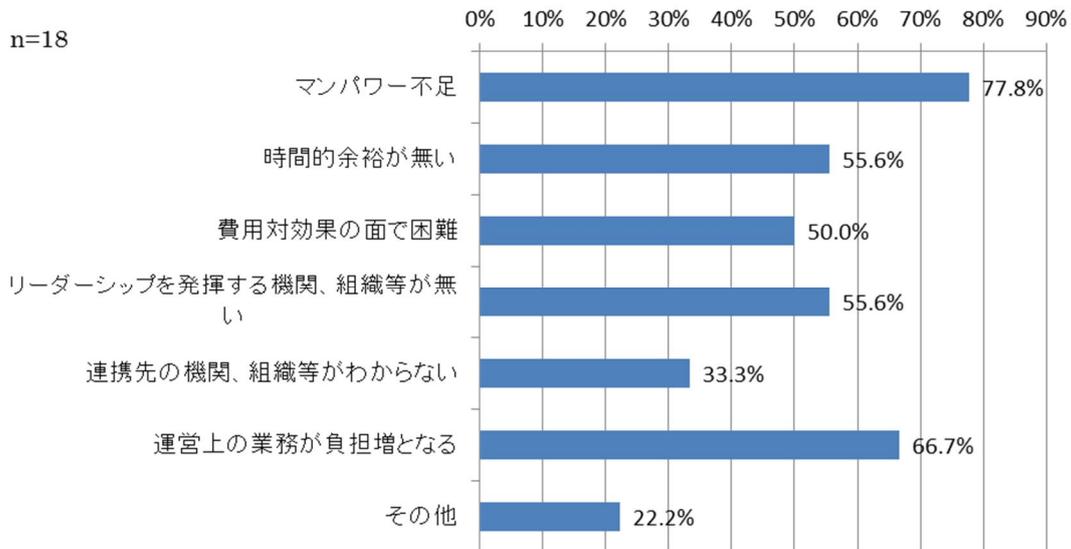
※「その他」の回答内容【抜粋】

- ・ 他の団体との連携は創業を支援していく上で必要と考えるが、女性に特化した連携は特に必要ないとする
- ・ 重要だが、女性は地域に根差した起業が多いので、広域な連携を行う必要はないと考えている
- ・ キックオフとしてはよいが、それは民間ベースで運用すべき分野であるとする

図表 3-30 女性の創業・起業を支援する他の機関と連携することについての考え (支援機関種類別)



図表 3-31 連携を進めることが難しい理由



※「その他」の回答内容【抜粋】

- ・ 公的機関や自治体などに専門窓口があれば、情報も集中し連携を取りやすくなると思うが、まだない
- ・ 実施できたのは業務委託された事業であったから
- ・ 行政で実施すると組織維持のための事業になってしまう

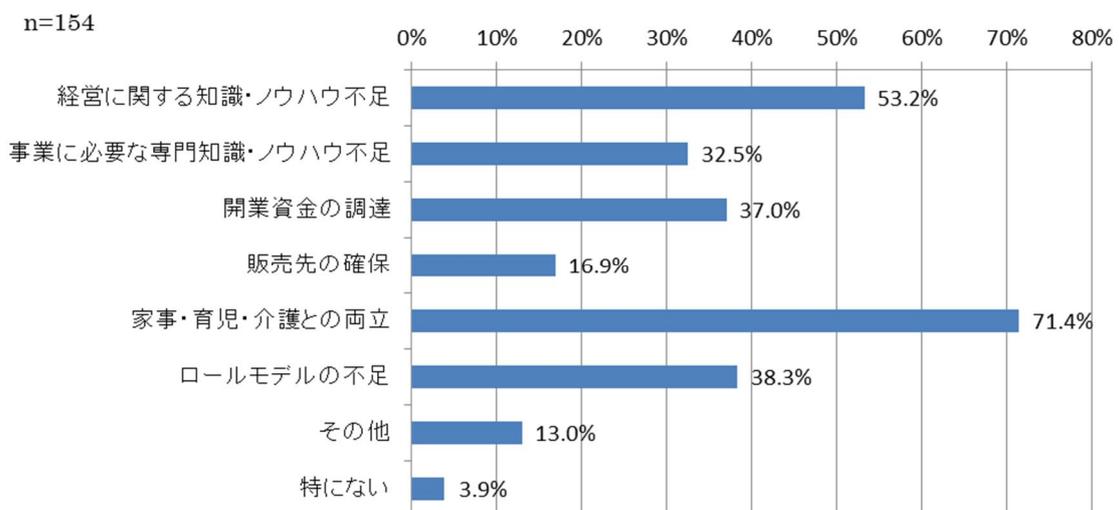
3.4 女性起業家支援にあたっての課題認識等

3.4.1 女性起業家等のニーズ

① 女性起業家特有の課題

従前指摘されている通り、「家事・育児・介護との両立」「経営に関する知識・ノウハウ不足」が女性に特有の課題と認識されている。

図表 3-32 女性の創業・起業に係る特有の課題



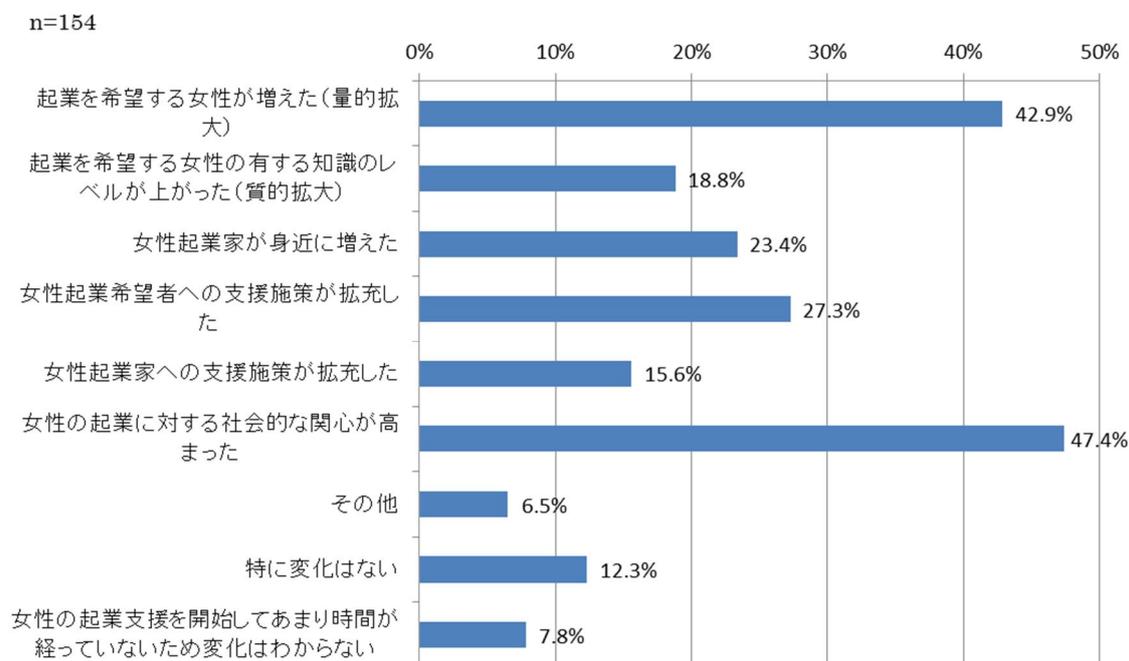
※「その他」の回答内容【抜粋】

収益性の低さ・事業規模の小ささ
<ul style="list-style-type: none"> ・ 趣味の延長（カフェ、アクセサリ販売など）での起業が多く、社会の課題解決につながったり、税収増につながるような起業が少ない ・ 自分一人で資格等を活かした小遣い程度の規模と考える率が高い ・ 扶養控除範囲内で働きたい
ビジネス経験の不足
<ul style="list-style-type: none"> ・ 起業前の就業において管理的な職務の経験の少なさや人脈形成が男性のようにできていないこと ・ 社会人としての基本的なビジネスマナーの不足 ・ 専門知識、経験が少ない
上記以外
<ul style="list-style-type: none"> ・ 家族やコミュニティにおける理解を得られ難い ・ 時間や場所などに多くの制約を抱えている ・ 女性が相談しやすい女性メンターの絶対数が少ない

② 近年の女性起業家に係る変化

女性の起業に対する社会的関心の増大、起業希望者の量的拡大が大きく認識されている。

図表 3-33 事業開始当初からの女性の起業希望者・起業家や支援状況等の変化



※「その他」の回答内容【抜粋】

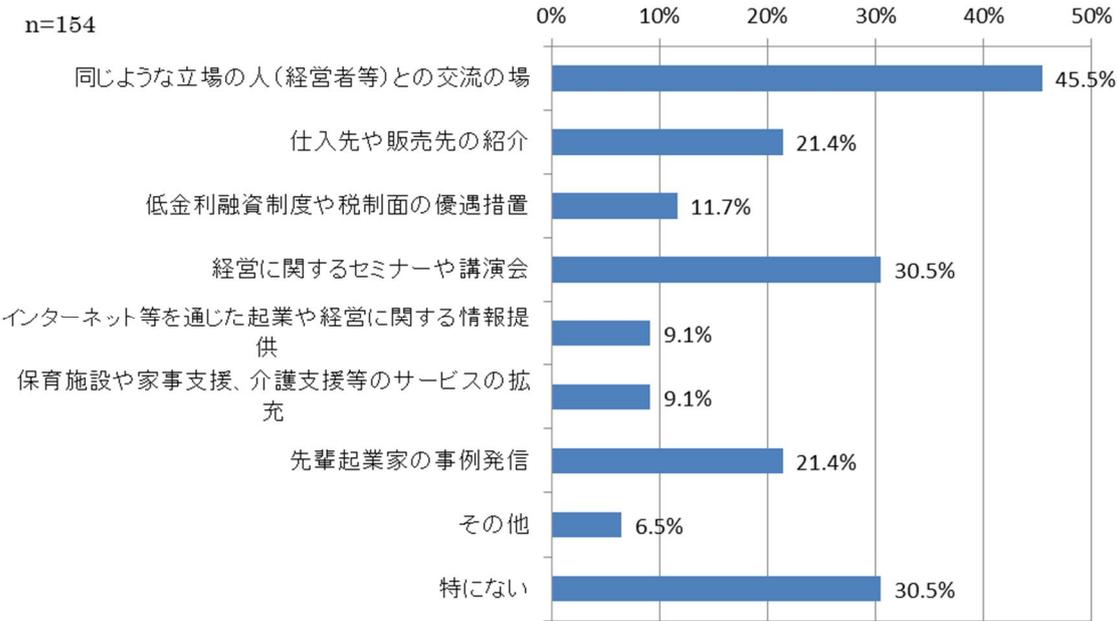
<ul style="list-style-type: none"> ・ 女性から創業相談会について問い合わせを受けることが増えた ・ 以前は漠然と起業に憧れる女性が多かったが、ここ 1、2 年で現実的に準備を

始める女性が増えてきた

③ 女性起業家・起業希望者からの具体的なニーズ

同じような立場の人との交流の場やロールモデルの提示が望まれている。同時に、経営に関するセミナーや講演会、仕入れ先や販売先の紹介など、ビジネス上の課題を解決するための施策も、ニーズとして受けている。

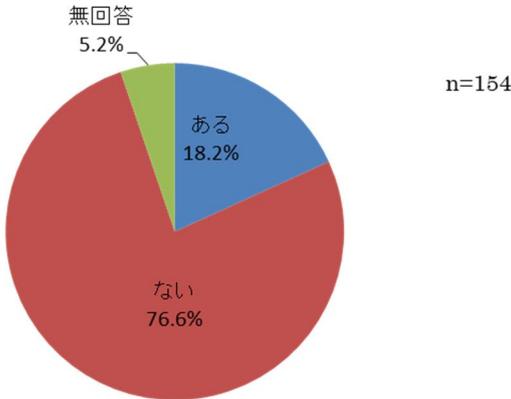
図表 3-34 女性の参加者・利用者から実施してほしいと要望を受けた支援策



※「その他」の回答内容【抜粋】

- ・ 自主的な勉強会やイベント参加への支援
- ・ 専門家による無料相談窓口
- ・ テストマーケティングの機会

図表 3-35 女性の参加者・利用者から改善点などの要望を受けたことがあるか



※「ある」の具体的な要望内容【抜粋】

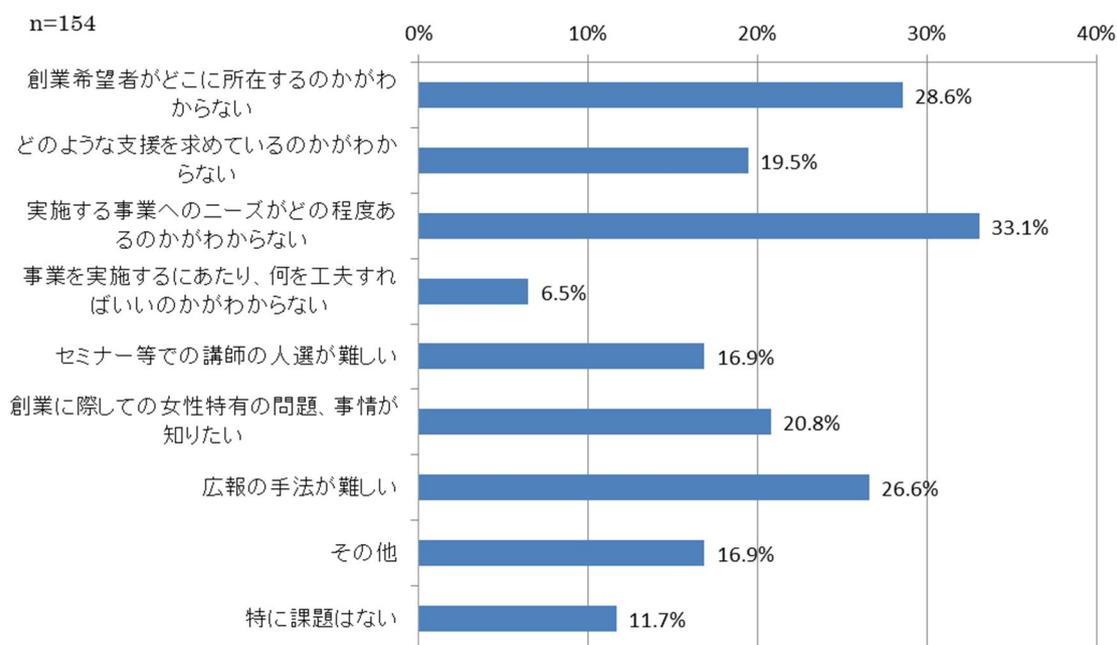
支援策の内容、日時、回数等の変更
<ul style="list-style-type: none"> 具体的な事務手続きや相談窓口についてもっと時間をかけてほしかった。（セミナーの内容について） セミナーの時間帯の変更 女性起業家育成連続セミナーの募集人数・回数を増やしてほしい
交流の場の提供
<ul style="list-style-type: none"> 女性向け講座、交流の機会があれば案内がほしい 一方的な講義、情報伝達より、双方向の交流、女性先輩起業家との交流のニーズがある 異業種交流会に参加したい
上記以外
<ul style="list-style-type: none"> 親の介護などで働けない人が起業できるような事例があれば紹介してほしい セミナー受講時に子供を預かって欲しい 補助金の創設（男女問わず要望あり）

3.4.2 支援にあたっての課題

① 支援にあたっての課題

女性起業家・起業希望者の支援施策を講じるに当たり、ニーズが十分に把握しきれていないこと、またそのためにプロモーションが難しいことが挙げられている。

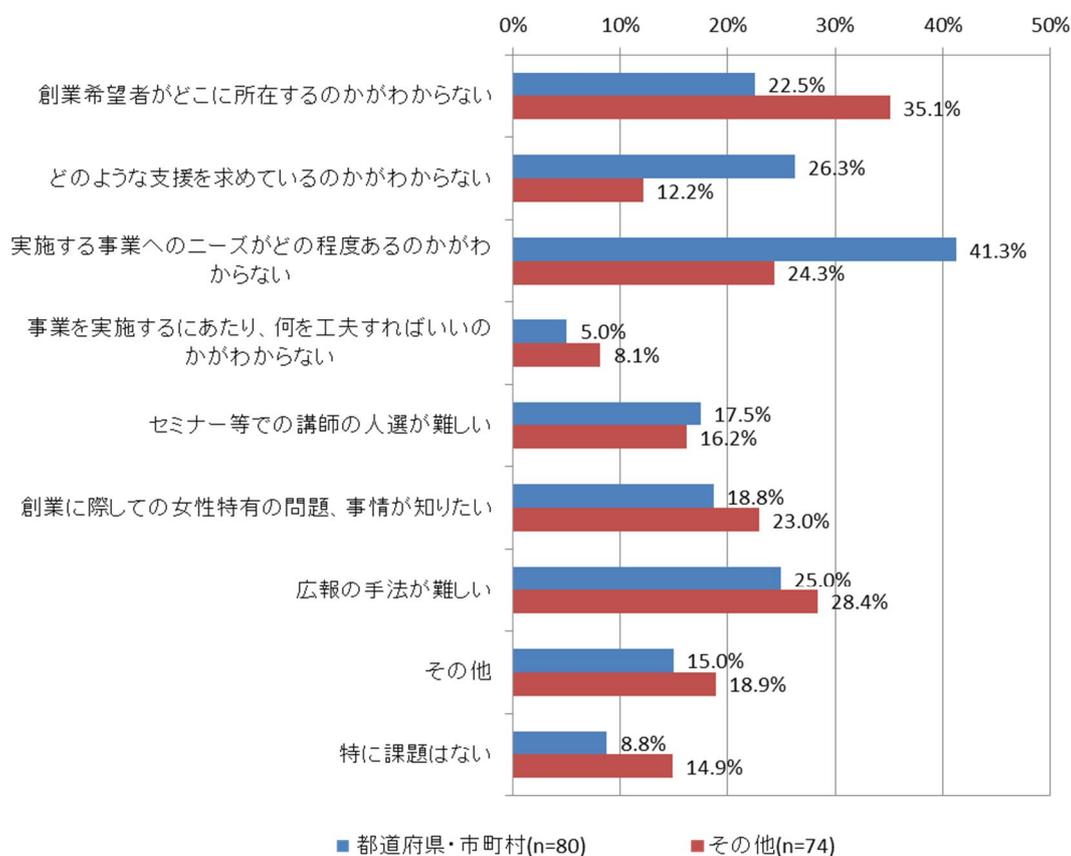
図表 3-36 女性の創業・起業希望者を支援する際の課題



※「その他」の回答内容【抜粋】

人手不足
<ul style="list-style-type: none"> ・ マンパワーの不足 ・ 人手が足りない ・ 女性の起業支援は地域創成や地方への定住支援の面からいっても非常に有益な策であるが、寄せられる多数の相談ニーズに対して、民間独力では現在対応が追いついておらず、何らかの公的支援を必要としている
予算不足
<ul style="list-style-type: none"> ・ 予算の制約から、十分な支援対応、フォローが行えない ・ もっと頻繁に講座やイベントを開催したいが資金面で難しい ・ 市の規模が小さく、限られた予算の範囲内での起業支援となるため、十分な支援とは言い難いこと
上記以外
<ul style="list-style-type: none"> ・ 成長志向の起業家を支援したいが、数としては少ない ・ 民間企業1社ではできることが限られる ・ 支援側自身が公的性格を持っているので、民間支援会社としてキャッシュポイントの確立がむずかしい

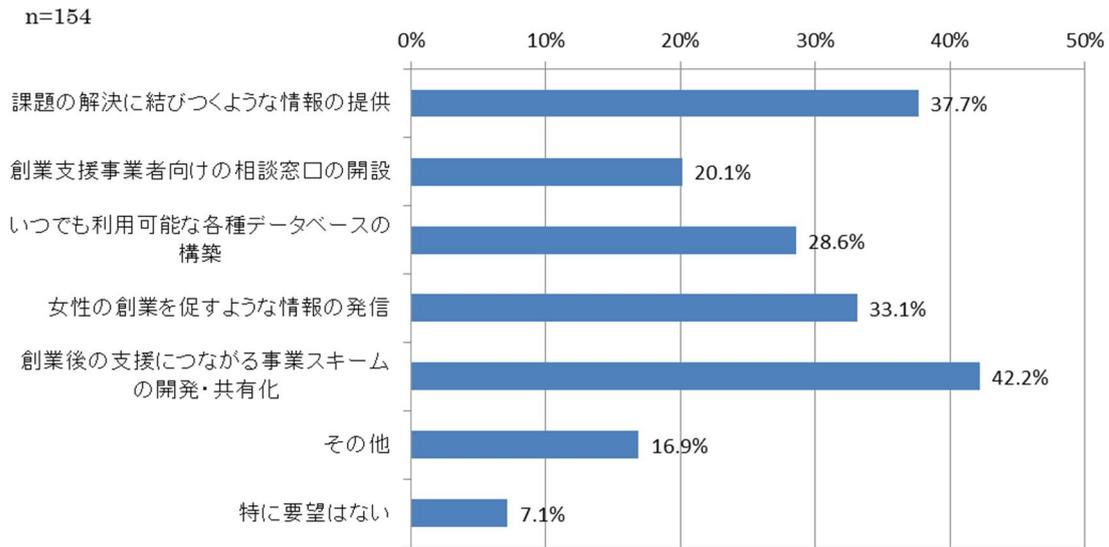
図表 3-37 女性の創業・起業希望者を支援する際の課題（支援機関種類別）



② 今後必要な施策

支援機関が国に対する要望として、創業後の支援につながる事業スキームの開発・共有化や、課題の解決に結びつくような情報の提供を求めていることがわかる。とりわけ、自治体では単独で課題解決に向けた施策を講じることが難しいため、国の支援が必要となってくる。

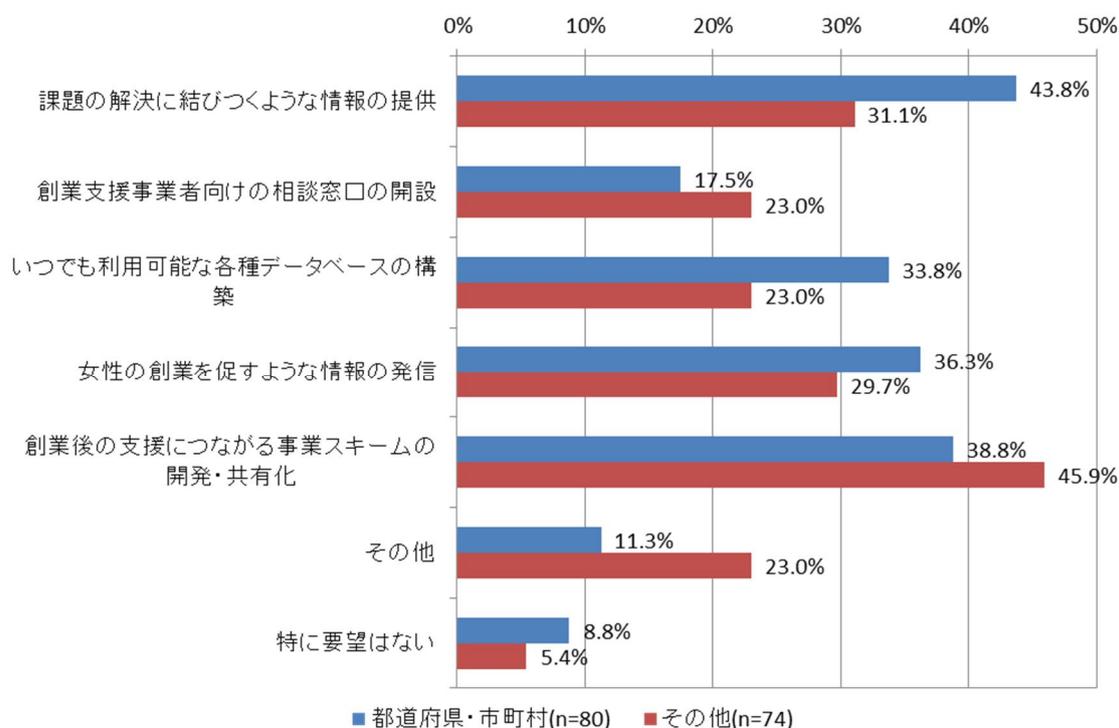
図表 3-38 女性の創業・起業希望者を支援するにあたり、国に対する要望



※「その他」の回答内容【抜粋】

ネットワーク支援
<ul style="list-style-type: none"> 女性創業者のロールモデルを情報発信・女性創業者の交流会の開催 民間企業、公的機関との緊密な連携 海外女性起業家と日本の地方の女性起業家とをつなぐ事業に対する補助制度
補助金・助成金
<ul style="list-style-type: none"> 補助金・助成制度等の構築 地方自治体を通さずに民間団体が申請できる助成金や補助金など 補助金の制度拡充
子育て支援
<ul style="list-style-type: none"> 女性が創業しやすい外部環境の充実。例えば育児施設の充実、育児時間の延長など 子育て支援策の拡充 安心して事業に集中できるような託児施設の充実
上記以外
<ul style="list-style-type: none"> 専門家による人的支援制度（市町村への専門アドバイザー派遣等） 各省ごとに縦割りされている現在の情報を、地域女性にマッチするような創業・起業情報として「情報の一元化」を希望する

図表 3-39 女性の創業・起業希望者を支援するにあたり、国に対する要望
(支援機関種類別)



3.5 まとめ

上記の通り、支援機関としては「女性起業家」に対する社会的関心の高まりとともに、「女性向け」の支援施策を講じる必要性、女性起業家同士のネットワークの構築の必要性などが認識されてきている。一方で、人材やコストの面から、あるいは、具体的な女性のニーズを掴み切れていないことから、「女性向け」に特化した支援施策を講じることの難しい状況も浮き彫りになった。

まずは、女性の起業家・起業希望者が、どういった状況に置かれ、それに対しどのような支援策が必要か、というモデルが必要になる。また、地域の産業構造や社会文化的背景によっても、女性の起業ニーズは大きく異なってくると考えられることから、その地域に合わせた支援施策を、周辺機関とも連携しながら講じることが求められる。

第4章 インタビュー調査

4.1 調査の概要

4.1.1 調査の目的

女性起業家、並びに支援機関を対象にインタビュー調査を実施し、自らの起業時に苦労した点、起業支援に対する課題、要望事項等、起業支援に対するニーズを明らかにした。さらに、女性起業家支援において国が果たすべき役割や国への要望等を明らかにし、次年度以降の広域ネットワーク構築に向けて主要アクターとなりうる支援者を拡大することも狙いとした。

4.1.2 調査の実施概要

女性起業家を対象とした調査については、当社の有するネットワーク、及び前章の「アンケート調査」の回答者から、事業内容や事業段階のフェーズが偏らないよう留意して5名を選定した。

また、支援機関調査については、前章の「アンケート調査」の回答者から3機関を選定したほか、上記の女性起業家のうち「女性起業家支援」を事業として実施している2名の活動、及び経済産業省近畿経済産業局が実施する「女性起業家応援プロジェクト」についても対象とした。

調査については、下記のように実施した。

地域	実施日時	女性起業家	支援機関
静岡県三島市	2月18日(木)	・株式会社ビズホープ 寺田 望 氏 ◎	三島商工会議所
富山県	2月22日(月)	・株式会社キレイサービス 中田 千晶 氏	公益財団法人 富山県新世紀産業機構
宮城県仙台市	2月25日(木)	・株式会社ゆいネット 稲葉 雅子 氏 ◎ ・Cafe nijineco 佐々木 まゆみ氏	公益財団法人 仙台市産業振興事業団
大阪市	3月3日(木)	・株式会社キンダーキッズ 中山 貴美子 氏	(近畿経済産業局)

※「◎」印は起業家支援事業の実施者

4.2 女性起業家へのインタビュー調査

4.2.1 調査対象者の事業の概要

上記の通り、女性起業家5名に対し、インタビュー調査を実施した。5名の創業した事

業内容としては下記の通りである。

企業名	株式会社キンダーキッズ
創業者（起業家）	中山 貴美子 氏
資本金	2,000 万円
売上高	22 億 7,857 万円(2015 年 3 月期)
従業員数	468 名
設立年	2000 年
所在地	大阪府
上場／非上場	非上場
個人／法人	法人
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・英語保育施設『キンダーキッズインターナショナルスクール』の運営 ・託児施設『ぷららキッズ』の運営
ホームページ	https://www.kinderkids.com/

企業名	株式会社ゆいネット
創業者（起業家）	稲葉 雅子氏
資本金	2,000 万円
売上高	-
従業員数	-
設立年	2000 年
所在地	宮城県
上場／非上場	非上場
個人／法人	法人
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・パソコンの操作指導（法人・個人） ・人材派遣・業務請負 ・地域ビジネス創出支援事業 ・インキュベーションカフェ
ホームページ	http://www.55yui.net/

企業名	株式会社ビズホープ
創業者（起業家）	寺田 望氏
資本金	300 万円
売上高	-
従業員数	-
設立年	2015 年
所在地	静岡県

上場／非上場	非上場
個人／法人	法人
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 広報マーケティング ・ 商品・サービス企画 ・ プロモーション ・ 女性クリエイター（FCW）のマッチング ・ ゼロからの広報担当養成・研修 ・ 子連れ OK 女性起業家のサポートオフィス「コトリスラボ」運営企画 ・ 女性目線のギフトプロデュースサイト「ヒロインストア」事業 ほか
ホームページ	http://www.bizhope2012.net/

企業名	株式会社キレイサービス
創業者（起業家）	中田 千晶氏
資本金	300 万円
売上高	-
従業員数	17 名
設立年	2011 年
所在地	富山県
上場／非上場	非上場
個人／法人	法人
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 家事代行サービス ・ ハウスクリーニング ・ オフィス・店舗・ビル清掃サービス ・ お掃除関連商品・お掃除ギフト販売
ホームページ	http://kirey.me/

企業名	Cafe nijineco
創業者（起業家）	佐々木 まゆみ 氏
資本金	-
売上高	-
従業員数	-
設立年	2014 年
所在地	宮城県
上場／非上場	-
個人／法人	個人

事業内容	・ドーナツカフェ ・ハンドメイド作家の作品の展示販売
ホームページ	http://nijineco.com/

4.2.2 調査結果

(1) 起業のきっかけについて

前章のアンケート結果でも見られたが、女性の場合、純粋に「事業を経験してみたい」という思いで起業に至るケースよりは、社会問題等に対する問題意識が起点となるケース、あるいは、企業に勤めるという選択肢と比較した上で自ら事業主となることを選ぶケースが多い傾向にある。

本調査における5名の女性起業家も、企業や組織での勤務経験を経て起業に至っており、キャリア形成の当初から「起業する」ことを明確に目標として持っていた人は少なかった。ただし、「漠然とビジネスを興してみたいと思っていた」という、潜在的起業希望を持っていたケースもみられ、起業への肯定的な興味関心を有している人であれば何らかのきっかけで起業に踏み切りやすくなることが推察される。

- ・ 会社を退職後、転職先を探したが自分とマッチする企業が見つからなかった。そこで、起業という大きな考えではなく、パソコンを教えられればいいなという気軽な気持ちで、仙台市産業振興事業団に相談し、有限会社を立ち上げたところから始まった。(稲葉氏)
- ・ フリーランスの司会業を行っていたが、個人で事業を行っている段階では“一職人”であり、そうではなく“経営”をしてみたいと考えるようになった。アレルギーを持つ子供が生まれたことをきっかけに、ハウスクリーニングに関心を持つようになり、同じような悩みを持つ人にサービスを提供したいと使命感で、2008年11月に事業を立ち上げた。(中田氏)
- ・ 飲食店のチェーン店に店舗責任者として17年勤務していたが、激務で体調を崩し51歳で退職を決めた。まだ仕事をリタイアするには早いと思っていたが、他人に雇われるという立場はしっくりこなかった。自分の思ったような事業や活動をすぐ実践するために、1人でもできる規模で飲食店を開こうと思いついた。(佐々木氏)
- ・ 公務員時代に出会った水産関係の企業や社長との交流がきっかけで、ビジネスの面白みを感じ、転職を決意、40歳くらいになったら地域でビジネスを立ち上げ起業したいと漠然と考えていたが具体的にどうしたらよいかはわかっていなかった。産業支援の現場経験を経て、沼津魚市場より社内の若手女性社員向けに広報のノウハウに関して研修を依頼されたことがきっかけで、妊娠中ではあったが、まず個人事業主として自宅でビジネスを始めた。(寺田氏)
- ・ 両親が商売を行っており、10代の頃からいつか自分で何か事業を行いたいと考えていた。英会話スクールに勤務しバリバリと働いたが、母から「どうせそこまで働くのであれば自分の会社のために働くほうがよい」と言われたこともある。結婚して一時期は専業主婦になったが、我が子を通わせるための英会話スクールがないことを実感し、子供用の英語保育施設の立上げを決めた。(中山氏)

(2) 起業に当たり利用した支援策

③ ビジネスプランを練り上げるために

5名とも、起業を思い立った後に、何らかの形で支援機関の支援サービスを受けている。特に、中田氏、中山氏の両氏は支援機関の起業プログラムのコースを受講している。また、佐々木氏も稲葉氏が当時開催していた支援プログラムを入り口に、その後自治体の支援策を受けている。

- ・ 創業に際しては、市の商工会議所に事業計画書の作成方法などの指導を受けた。その後、県の支援プログラムに半年間通い、ビジネスプランをブラッシュアップしていった。県のプログラムに参加したことで、事業を拡大するという視点を得ることができた。(中田氏)
- ・ 起業前する前の半年間に、商工会議所の起業スクールに通い、事業計画書の書き方などをレクチャーしてもらった。(中山氏)
- ・ 最初に(稲葉氏の開催する)起業セミナーに参加した時には事業のプランもなかったが、講義最終日にいつどこで何をやりたいかをプレゼンテーションしなければならず、そこで、「来年の春にお店を開く」と宣言したことが、起業への第一歩となった。その後、本格的に起業について学びたいと考え、市の支援機関でビジネスプラン講座や写真講座などを受講した。(佐々木氏)

寺田氏は、自身が産業支援センターに勤務した経験もあったことから、起業の第一歩として支援機関のプログラムを利用してはいない。ただし、地域の商工会議所や商工会と早期にコンタクトを取り、指導員からのアドバイスや取引先の紹介等を得るなど、起業に向けたフェーズに合わせて、支援機関を有用に活用している。

- ・ 商工会議所、商工会とは早くからコンタクトを取っていた。特に女性起業家は創業期の信用力確保が課題として挙げられるが、その点は支援機関が後ろ盾となってくれたおかげで解決できた。地域の企業を知り尽くす指導員が寺田氏の持つ広報のスキルをよく理解してくれて、販路開拓や発信に悩む中小企業やタウンセールス策を検討している行政関係など様々な人につないでくれた。(寺田氏)

また、ビジネスプランコンテスト等で表彰された経験のある人も3名おり、そこでの経験が更なるビジネスの飛躍につながったと感じている。一気に高い目標を掲げそれを目指すという男性向けの支援よりは、地道に足元を固めながら、「できる」自信を付けさせて進んでいく段階的な支援のあり方が、女性の起業には有効であることが窺える。その際には、より中長期的な視点で、有用な支援策やプログラムを適切なタイミングで提示することも、支援機関としては重要となる。

- ・ 起業未来塾では通り一遍の知識ではなく、経理、経営、人事など、経営に必要なそれぞれの分野について深く学び、卒業時のプレゼンでは最優秀賞を受賞した。その後も地元大学のビジネスプランコンテスト、日本政策投資銀行等金融機関主催のビジネスプランコンテストへの応募を勧められ、ビジネスプランをブラッシュアップする機会を得ることができた。そうして、ビジネスプランを最後まで達成し、また次のプランの達成に向けて努力するという流れを作ること

ができた。(中田氏)

市の支援機関からは、その後も折に触れて支援策を案内してもらっている。先日は「ビジネスグランプリ」に応募を勧められ、結果、女性起業家特別賞を受賞した。(佐々木氏)

法人化したタイミングで、三島商工会議所の担当指導員に申請のサポートを受け、第14回「女性起業家大賞」スタートアップ部門優秀賞(全国商工会議所女性会連合会)を受賞し、全国大会にて表彰を受けたことが、新聞・雑誌からテレビまで全国的なメディアの注目を受けるきっかけとなった。(寺田氏)

④ 事業の内容を固めていくために

一方、「好きなことをしてお金を稼ぐ」ことを起点に起業を目指す希望者の中には、事業内容自体が曖昧なまま、どこから手を付けてよいのかわからない状況に立たされることが多い。その場合には、何をしたいのか、本当にビジネスにしたいのか(ボランティアでもよいのか)、というところから丁寧に解きほぐし、伴走する支援が不可欠になってくる。今回の調査対象者の中では、佐々木氏がこのパターンに該当する。

当初は「飲食店の開店」がイメージとしてあり、どのような形態で何を提供するかまでは明確な希望があったわけではなかった。その中から、開店にあたっての様々な条件と照らし合わせながら、少しずつ実現可能なビジネスプランに落とし込んでいく作業は、適切なアドバイザーや支援者のサポートが必要である。

稲葉氏の民間支援機関の起業セミナーに通う中で、飲食店で働いた経験から、1人でもできる規模のおむすび屋かランチのレストランなどを開きたいと漠然と考えていた。しかし、(稲葉氏の開催する)カフェでの1日体験運営を通して、レストランはオペレーション上難しいことがわかり、揚げ立てドーナツを提供するドーナツカフェに目標を定めた。

その後、市の支援機関で経営について相談した。飲食店の店舗オープンの経験もあったので作成した計画書にもある程度自信があったが、人口調査など事前のマーケティング調査を行っていなかったことや、消費者のニーズに応じた価格設定ができていないことなどについて、市の支援機関からは手厳しい指摘を受けた。それらの指摘に一つずつ対応していったことで、開店に至ることができた。(以上佐々木氏)

(3) 起業準備・起業後に抱えた課題と支援策との齟齬

⑤ 「女性向け」支援の必要性

支援の内容面について、従来の支援サービスやプログラムでは、「女性の起業」に対応できていない点が多いとの指摘があった。とりわけ、上記のように「プチ起業」の支援に際してはイメージを具体化させる作業から必要になるし、また、そうした「ビジネスに慣れていない」希望者はそのこと自体に引け目を感じてしまいがちであり、その不安や懸念を和らげるような工夫が必要になる。

市の支援機関がある場所は“役所っぽさ”があり、少し入りづらかった。いくつか講座を受ける

中で、スタッフとも打ち解けることができたが、当初は強面の人が多く緊張した。(佐々木氏)

- ・ (寺田氏が) 支援を受けた三島商工会議所や商工会の指導員さんは、女性起業家に対するリスペクトや理解のある方々ばかりであったが、一般的には男性が多く、女性が見いだした新しいビジネスや、家事子育てと仕事の両立に悩む点などについて実感として理解していただけないケースもあるようで相談しづらい場合もあると聞く。また、女性の指導員が増えてはいるものの、まだまだ少数であると感じる。30~40代の女性指導員が企業の社長に対等に提案していけるなど、より活躍していただくために、入社早期から経験を積む場に積極的に送り出す、またそうした現場支援の研修プログラムを組むことで実績を重ねるといいのではないか。(寺田氏)

もう1点、女性に顕著な傾向として、起業するまでのビジネスの経験が少ないことが挙げられる。企業組織やビジネスそのものへの理解が、総じて男性に比べて不十分であるということに加え、組織の中での立ち居振る舞いやスタッフのマネジメントなどに苦手意識を感じる場合も多いという。現状では、それらの点に配慮した支援策は十分には取られていない。

- ・ 女性は起業時点で知識と情報のない人が多い。男性は起業したばかりの人であっても、その時点で持っている知識の量が多い。たとえば、「株式にしないのか」と尋ねたときに返ってくる答えが男女でまったく異なる。こうした考え方や行動はそれまでの経験等に起因するものであり、女性は考えている事業の規模は小さいものの、知識や情報があればそこから伸びる人が多いように思う。
- ・ 男性は、企業での勤務経験があるため、各所から支援を受けやすいようである。営業経験者ならば顧客を引き継げる場合もあり、起業するうえで勤務経験は有利に働く。(以上中山氏)
- ・ 組織のトップとして、従業員に対して精神的に強くなることが重要である。従業員の文句や愚痴なども右から左に受け流す術などが重要だが、組織での管理職経験があれば自然に身につけているのかもしれない。女性はその点で、組織マネジメントにおいて総じて経験が少ないため不利だろう。自身は自費でコーチングを受けた。(中田氏)

さらに、結婚、出産、介護といったライフイベントの影響を男性より受けやすい女性は、「ビジネスのことだけ」を純粹に考えることが難しい場合が多い。家族の理解をうまく得ながら、ビジネスを軌道に乗せていくためには、公私を包括して相談できる相手やアドバイザーのできる支援者、さらには家事・育児サポート等が必要となる。

- ・ 二人目の出産が控えていることもあり、法人化してすぐに産休を取った。経営者の産休は異例の事態であるようで、こうした点への支援はまだないと実感した。産後復帰は不安だったが、スタッフや所属会員さんがイベントなどを開催してくれ、産休中にも閉じることなく続てきた。結果的に出産を挟んでも増収増益を実現できた。同じ悩みを抱えた仲間による助け合い、戻ってこられる安心感やキャリアを中断しない支援が必要である。(寺田氏)
- ・ お金を借りて何か次の挑戦をしたいと考えているが、夫はお金を借りることに抵抗があるため難しい。お金を借りるに関して、女性の方が配偶者や親からの反対を受けやすいように思う。(佐々木氏)

- ・ 女性は夫の扶養の範囲でやりたいという人が多く、一歩前に踏み出せないケースがある。ただ働き方は個人の自由でもあり、尊重している。夫の給料が担保となっている中で仕事をしたいという女性に対しては、ニーズを捉えながら、長く継続し、必要とされる仕事にステップアップできるよう支援している。自分には縁のないと思っていた法人化やスタッフの雇用なども身近な事例があると意識されてくるようである。(寺田氏)
- ・ 夫に起業に反対されているという相談を受けることがある。そのような時、「こう切り返せばいい」と具体的にアドバイスをしてあげられれば、踏み出す人は増えるのではないか。(中山氏)

⑥ 起業後に必要な支援の不足

5名はいずれも起業前には適切な支援サービスを受けながら起業しているが、特に、起業後の支援の少なさについては意見が一致している。

どれだけ綿密なビジネスプランを立てたとしても、現実がまったくその通りに進むわけではなく、予期せぬ事態に遭遇する場面も当然数多くある。起業前の支援策は充実して生きているが、支援後にビジネスを維持・拡大するための方法・ノウハウなどが、十分に起業家に届いていない現状が窺える。

- ・ 国や自治体は起業の入口の支援はたくさん行っているが、出口までの支援は少ない。“やる気にさせる”ことは皆上手いが、それを形にするところの支援が弱いように思う。出口に行くまでの道のりを整理して、受けられる支援などを整理して提供できるようにすれば、これから起業したいと思う人がより使いやすい支援制度になるだろう。(稲葉氏)
- ・ 創業期の重要な課題は、仕事のチャンスをどう掴むか、顧客との接点づくり、そして人脈づくりである。また、制度や補助金があっても知らなければ使えない。さらに、そこを乗り越えたあとにも仕事をどう広げていくか、どのように信頼を得るかも課題である。女性起業家に理解のある当事者目線での経営支援ができる士業関係者や指導員がいると心強いのではないか。(寺田氏)
- ・ 未来塾のプログラムであれば半年指導してもらったため講師との信頼関係ができているが、新規に信頼できるアドバイザーなどを見つけるのが難しい。(中田氏)
- ・ 店を持ってしまうと、そこに拘束されてしまうため、セミナーや交流会、相談会などに参加することが難しい。いろいろ学びたいことがあってもそれを得る手段がない。(佐々木氏)
- ・ 商工会議所のセミナープログラム卒業生の定期的な集まりはあったものの、卒業後の支援としては特になかった。起業前だけでなく、むしろ、起業後にビジネスを軌道に乗せるまでの支援が重要ではないか。例えば、スクールでは「事業計画書を作成すれば銀行でお金を借りられる」といった説明をしていたが、実際にはそれだけでは全く金融機関に相手にしてもらえなかったといった失敗談がある。実際に起業の段階で生じる様々な手続きや困ったことなどに対して、気軽に相談できる相手がいらない。特に女性の場合には、そうしたネットワークが少なすぎる。(中山氏)

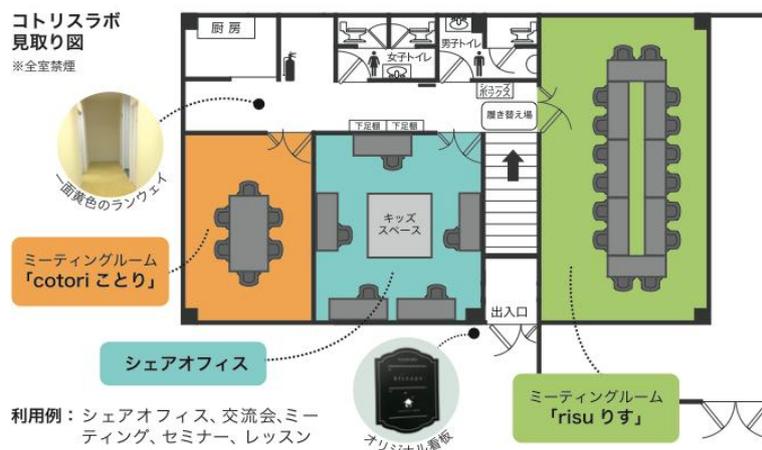
そうした状況で、信頼できる相談相手や、知識を得るための方法、知恵を授けてくれるネットワークが、とりわけ女性に対しては圧倒的に不足しているとの声が上がった。前述の通り、ビジネス経験の不足やプライベートとの兼合いなど、男性を前提とした従来の起

業支援策ではカバーできないものが多い。

そこで有効になるのが、ピアサポートともいえるべき「先輩・経験者からのアドバイス」である。敢えてこうした非公式のネットワークやコミュニケーションに焦点が当たるのは、女性起業家が男性の起業家に比べて、既存の経済団体や商工団体等のネットワークにアクセスしにくい現状がある。往々にしてそれらの団体はある程度ベテランの男性経営者が母体となっていることが多く、気軽に相談をしたり取引先の紹介を依頼したりすることは、男性起業家ほど容易ではない状況が推察される。

講演会でよくメンターを見つけるよう言われていたが、目標や相談相手などがいなかったのが悩みであった。地元の経済団体や事業家ネットワークなどは往々にして中高年男性が主体になっていることが多く、特に若い女性が欲しい支援はそのような既存のネットワークからは得られにくい。(中山氏)

女性が子供を育てながら地域に根付いてビジネスを続けるためには、(寺田氏が運営するような)リアルな拠点、場、そしてそこから産まれる新しいビジネス(活躍の舞台)が必要である。個人のスキルを活かしながらゆるやかなユニオン(出入り自由)を組む事が共同で大きな仕事を受注する際に、非常に効果的に作用する。相談会や交流会では参加しても単なる名刺交換で終わってしまうことも多い。具体的な相談ができる人、機会が必要である。「ちょっと先輩」の女性起業家が、その地域や業界でビジネスを構築していくためのセミプロとしてアドバイスすることも必要。(寺田氏)



(4) 女性起業家支援として必要なもの

ここまで見たように、女性の起業には、企業組織の中での経験不足やライフイベントを含めプライベートを切り離しにくいという、従来男性には想定されていなかった課題が関連してくる。その上で、「報酬を受け取るビジネスにするか／ボランティアベースでよいか」、「たくさん稼ぎたいか／“身の丈”でよいか」といった選択肢を、具体的なイメージが付くように丁寧に提示していくことが必要となる。

そうした時、効果的なのは、自分が目指すようなビジネスを実際に実践している「少し前を走る先輩」の姿であり、そうした先輩からの助言であると言える。それは、単なる「メンター」や「ロールモデル」としての機能に留まらず、事業を営む中で直面する日々の悩みをぶつけることのできる「カウンセラー」「アドバイザー」でもある。そうした存在が身近にいることで、起業という選択肢がより身近になっていくことが予想される。

- ・ 起業をするうえで過去の経験は重要であるが、経験のない人にはこれから経験を積みせれば良い。まずは、自分は何ができるのかを考え、得意なことや情熱持てることは何かを探す棚卸作業、いわゆる「自分探し」を丁寧に実施していくことが重要である。周りに刺激してくれる人がいるかどうかはビジネスを考える上で大きく、ロールモデルとなる女性の起業家やビジネスの事例を提示することが必要だ。(中山氏)
- ・ 交流会も底上げのチャンスとなるが、日常的にアドバイスを提供できる機会が必要である。「値付けはこうして決めた」といった自分が経験してきたことを、同士、仲間として助け合うコミュニケーションがあるのが望ましい。ビジネスという意識を持ったコミュニティが必要である。さらにそうした動きが全国的にネットワークを広げられるとよい。(寺田氏)
- ・ すでに事業を始めた方でも気軽に相談ができる場所を作りたいと思っている。例えば○曜日の○～○時は私が必ずいるようにし、そこで相談者の話を聞き、必要に応じて支援機関や専門家へ繋ぐといった、「よろず相談」のような役割を担いたいと思っている。(稲葉氏)

なお、上記のように考えている女性起業家の「先輩」は、都市部であればある程度人数も見込め、辿り着くことができるだろうが、地方ではまだ人数も少なく、身近なロールモデルとして関係性を築くことは難しい状況にある。そのためにも、支援機関等と連携しながら、こうした女性起業家をつなぐネットワークを可視化していく取組が求められる。

4.3 起業家支援機関へのインタビュー調査

4.3.1 調査対象機関の概要

4.1に記載の通り、支援機関3機関に対し、インタビュー調査を実施した。また、上記女性起業家の実施する「女性起業家支援」についても併せて取りまとめた。

組織種別	機関名	事業内容
都道府県・市町村 (及び外郭団体)	公益財団法人 富山県新世紀 産業機構	<ul style="list-style-type: none"> ・産学官連携の推進 ・中小企業の経営支援 ・環日本海経済交流の推進
	公益財団法人 仙台市産業振 興事業団	<ul style="list-style-type: none"> ・起業支援事業 ・中小企業支援事業 ・雇用支援事業 ・仙台フィンランド健康福祉センター事業 ・施設管理運営事業 ・産業人材育成支援事業 ・ベンチャーファンドへの出資事業
産業支援 機関	三島商工会議 所	<ul style="list-style-type: none"> ・経営支援全般 ・創業、経営革新、事業承継支援 ・資金調達 ・販路開拓、税務・経営・人事管理などの各種セミナー ・労務対策サポート ・まちづくり ・三島ブランド ・福祉事業 ・認定経営革新等支援機関 ・産業競争力強化法における創業支援事業者
民間企業	株式会社ゆい ネット	<ul style="list-style-type: none"> ・地域ビジネス創出支援事業「ちっちゃいビジネス開業応援塾」(H23～H26 年度仙台市委託事業、H27 年度以降自社事業) ・宮城県の地域資源を活用したスモールビジネスの立ち上げ支援事業 (H25～27 年度宮城县委託事業、H28 年度以降自社事業) <p>など</p>
	株式会社ビズ ホープ	<ul style="list-style-type: none"> ・女性起業家のためのシェアオフィス 「コトリスラボ」 ・フリーランスクリエイターによるワークシェアリング「FCW (フリーランスクリエイターウーマン)」と企業・行政とのマッチング ・女性目線のギフトプロデュースサイト「ヒロインストア」 ・異業種交流会、経営講座開催 <p>など</p> 

4.3.2 調査結果

(5) 支援策の概要

⑦ 公的機関

自治体の外郭団体である「公益財団法人富山県新世紀産業機構」（以下「富山」）、並びに「公益財団法人仙台市産業振興事業団」（以下「仙台」）は、かつてより近年起業家支援に注力してきている。「富山」では10年前から県内産業の活性化を目指し「とやま起業未来塾」（半年間のコースワーク）を立ち上げ、起業家の育成を試みてきた。しかしながら、当初は起業希望者を集めるだけでも困難があり、10年経過した現在、ようやく「卒業生」のビジネスが県内外に拡大し始めるなど、起業家育成政策として軌道に乗り始めてきたという。前章のインタビュー対象者の中田氏は本塾の第6期卒業生にあたる。

- ・ 毎週土曜日に講座を開講し、修了時には講師陣の前で事業計画のプレゼンテーションを行うこととしている。カリキュラムは1年ごとに改定している。
- ・ 創業前、後継者、開業後間もない人、すでに法人化している人等様々である。起業していない人に限定しているわけではない。ビジネスが大きくなりそうか、魅力があるかという視点で選考を行っている。未来塾に来ている人は「経営をしたい」という人が大多数であるが、問題意識の先行している人や採算が合わなくともボランティアでやりたいという気持ちで来る人もいる。それぞれ指導する講師と議論を通じてビジネスプランをブラッシュアップしていく。
- ・ とやま起業未来塾の修了生を対象とした「学士会」が組成されており、その後のビジネスにも資するような人脈を広げられる。そのため、ロールモデルを見つけやすい。交流会には県内企業の経営者も参加するなどにより、広範なネットワークができています。
- ・ 同機構が運営している「富山県よろず支援拠点」では、創業に関する相談対応を行なっているが、コーディネーターの中には、とやま起業未来塾の講師も行なっている方もいるため、塾を修了し創業した後も、気軽に相談に来られる環境となっており、伴走型支援が実施されている。
- ・ 当初はどれほど小さくとも創業まで支援することを主目的として実施してきたが、現在、ようやく次のステージへ移行しつつある。意欲のある人材が集まり出したので、今後は起業家としてのロールモデルを作ることを目的に、より効果的なカリキュラムへ転換を図る必要があると考えている。（以上、「富山」）

一方、「仙台」では以前より創業セミナー等を多く行っていたが、まずは事業規模の大小にかかわらず支援し、起業数自体を増やすことに方向転換を行っている。平成26年に「仙台市起業支援センター“アシ☆スタ”」を立ち上げ、いわゆる「プチ起業」まで支援対象として明確に位置づけている。

- ・ 起業数を増やすためには、家事・育児を抱える女性の起業も明確にターゲット化することが必要であった。そこで、女性にも気軽に相談に来てもらえるように、親しみを持ってもらえる愛称を付けることが有効と考え、「アシ☆スタ」という名前とロゴマークを設定した。
- ・ 窓口相談はプラットフォーム機能だと考えており、融資が必要な方は融資担当者へ繋ぐなど、相談者のニーズを聞きだしマッチングを図っている。必要に応じ、社会保険労務士や行

政書士といった士業の専門家を派遣することもある。斯業経験が全く無い起業希望者には、状況に応じて一度従業員として働くことを勧めることもある。

- ・ 相談者は起業のアーリーステージの方も多く、事業構想段階の場合は、相談者自身の棚卸しからスタートすることもある。どうしたら自分の夢が実現できるのか、そのためには何をしたら良いのか、について、一緒に考えていくスタンスが必要である。(以上「仙台」)

「富山県」がビジネスとして自走できるようにコースワークの「起業未来塾」を開催している一方、「仙台市」が注力しているのは入口段階の拡充だと言える。より身近な市町村レベル、あるいは商工会議所等では、「はじめの一步」を踏み出すための支援を、県レベルではビジネスとしての拡大支援を、それぞれ棲み分けて実施しているともいえる。

一方、三島商工会議所（以下「三島」）は、中小企業支援の文脈で経営相談等を行ってきており、その一環として起業支援セミナー等を開催してきている。

- ・ 三島市では三島商工会議所・三島市が連携し、ワンストップの支援・相談機能「みしま経営支援ステーション＝（通称：M-ステ）」を開設し、意欲のある中小企業が活躍できるビジネス環境の創出を目的に、三島版エコノミックガーデニングとして、行政、金融機関、専門家等関係機関と連携し、地域で企業を育てていく取り組みを実施している。

- ・ 商工会議所は、経営相談のノウハウを有しているものの、プロモーションのノウハウが不足している。女性が訪れるには敷居が高く、これまで女性起業家が利用するのは難しかった。また女性起業塾などを開催してきたが、そのイベント限りで終わってしまうことが課題だった。(以上「三島」)

上記の 3 機関のうち、「女性」向けの支援強化を強く意識していたのは「仙台」と「三島」であった。「富山」の「起業未来塾」では、ある程度ビジネスプランを構想している起業希望者を選抜しているため、そのフェーズでは、少なくとも表面上は「女性向け」を意識しなくとも支援として奏功することが推察される。

⑧ 民間機関

前章の寺田氏、稲葉氏は、自ら女性起業家として、後に続く起業家や個人事業主の支援を行っている。稲葉氏の経営する「株式会社ゆいネット」では、仙台市からの委託を受け平成 23 年度から起業支援施策として「開業応援塾」を実施し、現在は自社ビジネスとして継続している。先の佐々木氏はこの「開業応援塾」のを経てカフェをオープンしている。

一方、寺田氏は「株式会社ビズホープ」を経営する中で、フリーランスで活躍する女性のネットワーク化とサポートを行っている。

- ・ 仙台市からの委託を受け H23 年度から起業支援施策として「開業応援塾」をスタートし、4 年間は市の予算で事業を実施し、H27 年度からは自社ビジネスとして継続している。当塾の受講生は売りたい商品がまだ決まっていない人や、やりたいことがわからない人が多い。株式上場を目指す人は少なく、個人でカフェを開きたいなど、プチ起業志向の方が多い。(ゆいネット)

- 三島近郊には、子育てのため移住してきている女性が多く、その中には東京での勤務経験があり、スキルを持っている人や、子育てで勤める続けることが叶わず、フリーランスで活躍したいと考えている人が多かった。そのため、自身と同じような境遇の人は多いはずだと考え、キッズルームを併設したシェアオフィス「コトリスラボ」を開設した。立ち上げ当初からメディアなどで注目をいただき、視察も多い。ロコミでも広がりもあって60名以上の様々なスキルを持つ会員が早期に集まった。また、フリーランスのカメラマンやデザイナーが集まり、一つのプロジェクトを協力して行う「Freelance Creator Women(FCW)」を立ち上げ、企業や行政との連携事業が多数進んでいる。この取り組みを移住定住支援と連動して、他の市町でも展開していきたいとの依頼も多くノウハウを取りまとめている。(ビズホープ)

(6) 女性起業家・起業希望者の特徴

女性起業家・起業希望者の特徴としては、先に女性起業家インタビューの結果での指摘と同様に、身近なサービス業や小規模な店舗をイメージするケースが多いという。

- 結婚・出産・夫の転勤等のライフイベントで、女性は仕事を辞めることも多いが、その後 30～40 代から正社員として企業に採用されることは容易ではない。だからといってパート社員にはなりたくないで起業を考えた、という女性が多い。内容としては、アロマ、ネイル、エステ等の対個人サービス業に興味・関心を持つ人が多い。仙台は人口が多いため、そうしたサービス業が成り立ちやすいといった背景もある。(「仙台」)
- 子供をきっかけにしてビジネスアイデアを思いつくというケースは多い。しかし、ビジネスチャンスを見つけて、小規模事業やスクール事業を始めたとしても、従業員を抱えることのハードルは高いようであり、自分一人ですることができる範囲に事業規模を留めてしまうことが多い。
- 起業までの経歴をみても、男性は管理職を経験している人もいるが、女性で管理職を経験した人はあまり聞いたことがない。都会などで会社勤めしていた 30 代の女性が、夫の転勤で富山に来て起業する例もあるように感じる。(以上「富山」)
- 女性は企業でマネジメント層で仕事をした経験のある人が少なく、いきなりセミナーで売上や粗利率などの話をしても難しい場合が多い。一方で、男性は勤務経験が長く、ビジネスの難しさを理解している人が多く、だからこそ起業に踏み込めない人も多い。
- ゆいネットではお金を儲けたいと言う人と、そうでない人は区別をしてアドバイスを提供している。扶養の中で稼ぎたい、社会貢献ができればお金を気にしないなど、お金に対する様々な考えがあるのは女性の特徴である。(以上ゆいネット)

上記のコメントから、配偶者に転勤が多い場合など、特定の企業において正規雇用者として継続的に勤務することが難しい女性は、自身の職業キャリアとして企業での就労ではなく、「起業」を選ぶというケースが一定程度存在することが推察される。

女性がこのような選択をする理由のひとつとして、女性に「家庭の事情」が押し掛かってくることも看過できない点である。下記のようなコメントは、男性の起業家・起業希望者に対しては見られない指摘と言えるだろう。

- 家族の理解という点では、「夫の無理解」より、「子育てとの両立」がネックになることが多い。未来塾でも、子供の病気等で講座を休みがちになる人や、「子供を放って」セミナーを受講し

たり交流会に参加したりすることに後ろめたさを感じる人などがある。（「富山」）

- ・ 夫が仕事をしている場合、女性が自身で始めるビジネスを絶対に成功させなくてはならないというプレッシャーが少ない場合がある。（ゆいネット）
- ・ 女性は夫の扶養の範囲でやりたいという人が多く、それはまだ自分のビジネスに自信が持てない早期の段階に多い。チャンスを目の前にしても、一歩前に踏み出せないケースがある。同じ女性やママ相手のみのビジネスだけでなく、能力やニーズがあるのであれば、企業とも対等に仕事できるようなステップアップなども必要である。客観的な視点での強みの発掘を経て、成長していくケースが多い。（ビズホープ）
- ・ ビジネスプランコンテストなどでも、せっかく選を勝ち抜いても、「『受賞してこれ以上売上が増えたら困る』と夫に言われたので辞退したい」という人がいた。（近畿経済産業局）

(7) 女性起業家・起業希望者の特徴に配慮した支援策

4.2.2 (3) ① 「女性向け」支援の必要性として挙げた点について、各支援機関はそれぞれに工夫して対応している。

まず、従来の起業支援・企業支援を行う公的機関の“硬さ”を打ち破るための工夫としては、「仙台市起業支援センターアシ☆スタ」が先鋭的であった。ポップなカラーのロゴマーク、パステルカラーのインテリアで統一した相談スペース、全セミナー託児サービス付き、といった、女性向けを意識したマーケティングを自ら実践している。その結果は、相談者数の増加という成果に顕著に現れている。

「三島」も同様に、「M-ステ」の愛称のもと、相談所機能の見える化のために、M-ステ専用HPの開設、M-ステを認知させる情報発信として、新聞等マスメディア、市報等を活用した情報発信・成果PR、新たにロゴマーク等を作成し、チラシやパンフレット等に必ずロゴマークを記載、商工会議所の車輻にもロゴマークを印刷するなど、商工会議所の中小企業相談所機能を活かしたCI戦略を実施している。また、「女性向け」であることを予め明示し、気軽に相談に訪れることができるような工夫も取られている。

- ・ 「アシ☆スタ」を設立、愛称、ロゴマークを付けて、親しみやすさを前面に押し出して支援を始めたことで、女性の相談が4倍以上に増えた。女性が入りやすいセンターを目指すことで男性も入りやすくなると考えており、実際にアシスタをオープンしてから男性相談者も2倍に増えた。
- ・ 女性の相談者に対応する相談員は男性より女性がいいのではないかと考え、「女性起業相談デー」を設けたところ、相談の申し込みが増えた。
- ・ 子供がいる女性でもセミナー等を気軽に受けられるようにセミナー等の開催時には託児サービスを設けている。また、起業家同士の交流スペース「アシ☆スタ交流サロン」にはキッズコーナーを設置し、女性ウェルカムというメッセージを出し続けている。現在は週末相談や夜間相談も始めている。わざわざアシスタまで足を運ばない人、またアシ☆スタに来訪する勇気を持たない方のために、「笑顔で働きたいママのフェスタ」等で出張相談会を開催している。（以上「仙台」）

- ・ 「商工会議所」の「M-ステ」という愛称のもと、中小企業相談所機能を活かしたC I 戦略を実施している。（「三島」）
- ・ 三島商工会議所が依頼し、コトリスラボの会員でイラストレーターの手によるユニークなコラボポスターを作成し、今後の販路開拓やブランディングに関する連携支援を印象づけている。単なる支援だけでなく、能力を認めての連携事業に取り組む姿勢が先進的である。（ビズホープ）

図表 4-1 「仙台市起業支援センター “アシスタ”」
 ロゴマーク（左）、交流サロン（中）、サロン内のキッズスペース（右）



(資料) 「アシスタ」ホームページ (<http://www.siip.city.sendai.jp/assista/salon/index.html>)

図表 4-2 コトリスラボ会員のイラストレーター作成のポスター



(資料) ビズホープ提供

次に、「プチ起業」を含む起業希望者に対し、事業のコアを鮮明にするための伴走支援として、特にカウンセリングに注力した支援を実施する例が見られた。

- ・ 与えたアドバイスを自分でしっかりと咀嚼できればよいが、すべてを鵜呑みにしてしまう人もおり、そうした人に対してはアイデアや考えに関して、本当にそれでいいのかじっくりと時間をかけて話をするようにしている。特に、まだ事業の芯が定まらず、ふわふわと揺れ動いているよう

な人に対しては、しっかりと話を聞きながら軌道修正を手伝うなど、まず気持ちをまとめるためのサポートをするようにしている。その際には、男性相手のようにいきなり「10 歩先」の目標設定を行うのではなく、一步一步、「ここまで来たから、じゃあ次はどうしようか」という目線で、次の一歩を指南するようにしている。

・ 斯業経験が全く無い起業希望者には、状況に応じて一度従業員として働くことを勧めることもある。当事業団には求職者支援など、多様な機能があるので、それを活かして相談にのっている。（「仙台」、再掲）

また、ゆいネットでは、具体的な事業イメージを掴むための工夫として、どの程度の予算でどのような事業に展開できるかといった点の丁寧な解説や、店舗を実際にオープンする前に「試行」できる機会や場を設定するといった試みも行われている。抽象的な「夢」を現実的な「目標」に置き換えるための舞台装置と言える。

・ 日本政策金融公庫の担当者に来てもらい、塾生に 30 分程度話をしてもらおうことがある。どういった仕組みでお金を貸すのか、という制度の話だけではなく、「お金を借りることはプラスアルファの資金をもつこと、するところした新しいこともできる」といったことを実例を交えて話してもらい、事業の拡大のイメージをもってもらう機会としている。なお 1,000 万円という大金ではなく 30~50 万円程度を想定して話をしてもらおう。

・ 飲食店を開きたいと考えている人向けに、飲食店のオーナーさんの話を聞きに行く「カフェ開業のための心の準備セミナー」を開催した。セミナーの告知をするとたちまち満席になり、需要の高さがよくわかった。

・ お店を始める前に営業体験ができる飲食店「ちゃんとゴハン食堂 みやカフェ」をオープンした。お店を開くためには厨房機器を揃えるためのまとまった費用、特定の免許、保健所の検査などが必要なことを知らない人も多い。1 日だけでも実際にお店で働いてみると、様々なことに気付け、起業の第一歩になると思っている。（以上ゆいネット）

さらに、女性を明確にターゲットとする中で、“子連れ”を歓迎することで集客を目指す工夫も見られた。

・ 来訪者の 2/3 は女性であり、そのうち半分は子連れである。運営する代表自身が 2 人の子どもを出産子育てしながら起業、法人化するという当事者である点も重要である。利用者はハングリー精神を持った女性起業家やフリーランスで活躍する女性たちである。単なる女性の「居場所」や「子育て支援」の場ではなく、仕事をする場、チャンスを得られる場、スキルを磨ける場などビジネスの場でありたいと考えている。志や目的意識の統一により、単なる足し算ではなく、二乗にも三乗にもその効果は波及している。（ビズホープ）

・ 子供がいる女性でもセミナー等を気軽に受けられるようにセミナー等の開催時には託児サービスを設けている。アシ☆スタ交流サロンにはキッズコーナーを設置し、女性ウェルカムというメッセージを出し続けている。（「仙台」、再掲）

(8) 他機関との連携

上記のような「女性向け」施策を、起業支援のすべてのステージにおいて用意できる支援機関は多くはない。そこで、重要になってくるのが周辺機関との連携である。

いずれの例を見ても、1つの支援機関が単独で支援事業を実施しているわけではなく、それぞれの得手不得手を踏まえて、相互に連携しながら一貫通貫な支援を実現できるように取組を進めている。

例えば、「仙台」の事例では、「カフェのオープンに憧れる人」が佐々木氏の元を尋ねた場合、佐々木氏は「はじめの一步」としてゆいネットを紹介している。ゆいネットでの学びや気付きを経てビジネスを開始するイメージを持てた佐々木氏自身は、その後「仙台」（アシスタ）を訪れ、より厳しいビジネスのアドバイスを得ている。そうして、起業に向けたステージに沿って、適切な支援機関やサービスを選び取りながら、少しずつ「夢を形にするプロセス」を丁寧に踏むことが、女性の起業希望者を起業へとつなぐ上で重要になっていると言える。

- ・ ゆいネットでは、公的機関では実施しない支援をするのが使命だと思っている。起業に向かつてなかなか一歩踏み出せない方もいるが、私は彼らに対して「すぐにやりなさい」という気持ちは持っていない。ちょっとした情報を提供し、みやカフェなどを使って少しの支援ができればと思っている。(ゆいネット)
- ・ 過去に当事業団の支援を受け起業し、現在民間企業としてセミナー開催など開業支援の側に回っている人がいるが、そこには相談機能がない。我々はセミナーと相談はワンセットであるべきだと考えており、そうした外部のセミナーで「アシスタ」の相談窓口を紹介してもらい、こちらにつないでもらうことはある。(「仙台」)

機関の連携としては、「三島」とビズホープも同様である。従来の支援機関の不得手とする分野を補う形で、民間の女性起業家支援機関（及び女性起業家ネットワーク）が支援に関わる形になっている。その結果、それまで従来の支援機関では当たりを付けられていなかった「女性起業希望者」というニーズを掴むことに成功している。

- ・ 商工会議所は、経営相談のノウハウを有しているものの、プロモーションのノウハウが不足しており、三島市内における相談機能の明確化ができていなかったために、女性起業家がどこに相談して良いか分からなかった。女性起業塾などを開催してきたが、そのイベント限りで終わってしまうことが課題だった。一方、女性が弱いとされる経理や税務、各種届出等の制度に関するノウハウを商工会議所は有している。また、女性経営者は地域の男性との人脈が弱い、それも商工会議所は多く持っている。
- ・ そこで、ビズホープと三島商工会議所が連携して、女性起業家・経営者への支援を行うこととしている。そうした取組の一つが、主催 M-ステ、協力ビズホープで開催した女性起業家向け連続講座「夢を叶えるための5つのレッスン」である。チラシの作成は女性クリエイターに依頼した。ターゲットである女性の心情に寄りそったチラシを作製したことで集客力は高まり、初回は定員の二倍の申し込みがあった。
- ・ 商工会議所はビズホープとの事業を通じて、女性の起業家予備軍を把握することができた。

彼女たちが一本立ちできるよう支援を行っている。(以上「三島」、ビズホープ)

(9) 女性起業家支援における制度上の課題

前述のように、様々な取組を各支援機関において実施しているが、今後の展開を考える上で、現状の支援制度、政策のあり方についても意見が挙げられた。

- ・ 県外講師のところに出向き、県外の人を紹介してもらっている状況であり、日本全国どこでも予約して相談できるといった仕組みがあれば良い。(「富山」)
- ・ 「アシスタ」で窓口相談員をしている高橋氏は宮城県に2名しかいない女性の中小企業診断士の1人である。国にはこうした支援者側の育成も積極的に進めてほしい。
- ・ 起業し経営が軌道に乗るまでが最も不安定で支援が必要であるにも関わらず、この部分に対する支援が実質的にないに等しい。一過性の補助金よりもいつでも相談できる体制が重要。(以上「仙台」)

4.4 まとめ

ここまで、実際に事業を立ち上げた女性起業家、及び女性起業家の輩出・育成を担う支援機関のインタビュー結果を取りまとめた。前章までのアンケート調査結果にほぼ一致する認識であり、多様化する女性起業家・起業希望者に対して、そのニーズを十分に把握し、起業までの道筋を丁寧に解きほぐしながら事業化に向けた支援を行うこと、さらに、起業・創業した女性の直面する困難を認識し、そこにフォローの手を差し伸べることが求められている。

「三島」や「仙台」の例からも、支援機関の側からの一方的な支援策提供では必ずしも十分であるとは言えず、地元の「先輩女性起業家」とのネットワークを有効に活かしながら、公私にわたる有効なアドバイスを届けることが極めて効果的であることが窺える。

各支援機関の、それぞれの得意分野を活かしながら、足りない部分を他の機関やネットワークに依拠しつつ、地域として広範にフォローができるような支援体制を構築していくことが、今後ますます必要になってくる。

第5章 考察

5.1 女性起業家支援の現状と課題

5.1.1 女性起業家支援の現状

以上、ここまで調査結果を見てきたように、「女性起業家」と一口に言っても、その動機や事業内容など、内実は多種多様である中、「女性起業家支援」もその多様なニーズや課題に対応していくことが求められる。

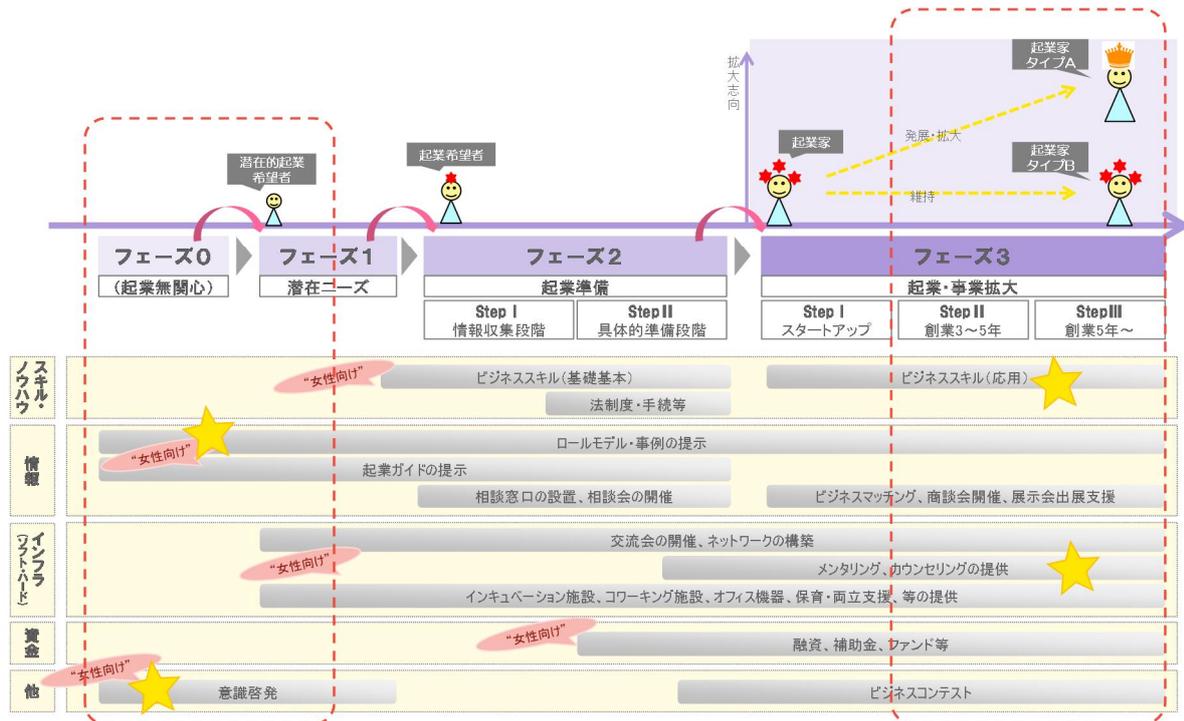
しかしながら、「女性起業家」が従来の「起業家像」と異なる点としては、大きく 2 点に集約されると言えるだろう。まず、「起業」に向かう動機が多様化する背景には、出産や育児等での経験により気がついた社会問題等に対する問題意識が起点となるケースや、企業に勤めるという選択肢と比較した上で自ら事業主となることを選ぶケースなどがあり、かつそこに、男性に比べて家庭の事情などプライベートが大きく作用してくる点がある。単純明快に「ビジネスがやりたい」と目標設定し、それに向かって実施すればいい、というわけではないため、その目標設定の段階から丁寧に寄り添い、思いを解きほぐしながら一步一步選択をサポートする支援が求められる。そこには、「起業」に関する制度等の問題だけでなく、キャリアデザインやキャリアカウンセリングの観点が不可欠になってくる。専門のカウンセラーはもちろん、「先輩女性起業家」の歩みを追うことで、そうした迷いを払拭する手助けになることが、インタビュー結果から示唆されており、様々な支援機関や女性起業家の当事者ネットワークなどが有機的に連携し、サポートしていくことが求められている。

もう 1 点は、起業後の女性起業家に対する意識的なフォローが必要になる点である。実際にビジネスを営む上で、取引先を開拓したり困りごとを相談したりするにあたり、男性の方が既存の経済団体や商工団体等のネットワークにアクセスしやすい環境がある。起業まで漕ぎ着けても、誰にも相談できずに悩みや困難を抱え続けてしまう女性起業家の存在が窺える。女性起業家ネットワークは、ビジネス上の関係を築くことはもちろんであるが、日々の事業の中での困ったこと、悩んだことを、気兼ねなく相談できる関係性としても極めて効果が期待できる。行政の施策に加えて、民間ベースでつながっているネットワークをうまく活用しながら、多様なロールモデルを提示しつつ、それぞれの女性起業家が信頼できる関係性を構築していけることが望ましい。

5.1.2 今後の女性起業家支援に必要な検討のポイント

上記の調査結果のまとめを基に、起業のフェーズごとの支援策と現状のギャップを検討すると、女性起業家支援には、大きく「フェーズ 0~1」「フェーズ 3」に“女性特有の”課題があることがわかる。

図表 5-1 女性起業家支援施策の現状と女性起業家の課題との対応



(資料) EY アドバイザリー株式会社作成

まず、「フェーズ 0~1」の段階においては、起業を志す“起業希望者”を増やすことが求められるが、これまで起業を目指す理由は男女で異なると言われてきた。男性に比べ、女性では趣味や特技を活かした起業が多いこと、ビジネス経験が少ないこと等から、いわゆる「プチ起業」にも対応した形でニーズ発掘が行われるようになってきたのが昨今の傾向と言える。

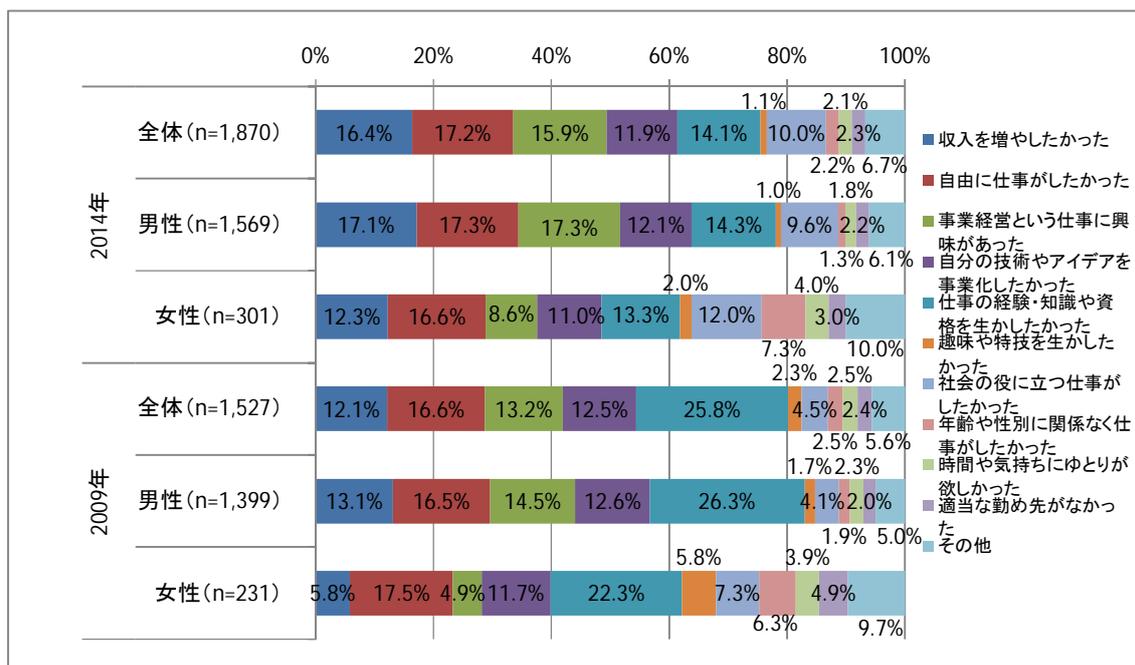
しかしながら、起業を志すようになる「背景」にまで更に踏み込むと、男性の起業希望者が最初から何らかのビジネスモデルを実現しようとして起業を志すことが多い一方で、女性の場合は結婚、出産、配偶者の転勤等のライフイベントにより、企業に勤めるという選択肢と比較をした上で自ら事業主となることを選び起業を考えるケースが少なからず見受けられた。すなわち、一部の専門職・士業等の起業の場合を除き、「どのようなビジネスを実現したいか」の前に、「どのように（自分が）働きたいか」「何をしたいか」を明確にする段階が必要となってくる。

そのイメージや希望を具現化するに当たっては、通り一遍の「起業ノウハウの教授」や「ロールモデルの提示」だけでは不十分である。今回のインタビュー調査の回答者が皆、何らかの形で“後輩”からの相談を受け、アドバイスを行っていると答えていたが、そうした“少し先をいく先輩”の生き方そのものを参照しながら、自身の人生観、仕事観をじっくりと振り返り形作るプロセスが不可欠になってくる。そのためには、多様なロールモデルや相談窓口を用意し、自分の思いをさらけ出せる「自分に合った相談者」を見つけられるような、柔軟な受け皿が求められる。

一方、先の調査結果においてみたように、ここ数年で女性の起業理由もより多様化して

きている。下図の通り、女性の特徴とされた「趣味や特技を活かしたかった」という理由が減少し、「収入を増やしたかった」「事業経営という仕事に興味があった」が増加し、より従来の男性に近いビジネスを指向する起業希望者の増加が窺える。もちろん、この調査の対象者自体が既に融資を受けた起業家であることから、結果は拡大志向が強くなる傾向にあると推察されるが、それでもこの5年間の変化は看過しがたい。こうした、起業希望者そのものの多様化を念頭に、「事業経営に挑戦したい」という女性のニーズを汲み取れるような支援策も、今後拡充していくことが求められる。

図表 5-2 開業動機（再掲）



次に、「フェーズ3」についてであるが、起業支援において起業後のフォローアップが重要であることに男女とも相違はない。しかしながら、女性の場合には、男性より更に必要となる点が大きく2点ある。

まず、ビジネス上の経験やネットワークが男性に比べて薄いことに起因する点として、純粋に、ビジネスを軌道に乗せることの難しさが大きくなっていることが挙げられる。例えば取引先の選定、営業先の候補、従業員のマネジメントなど、ビジネスの経験（とりわけ起業した土地でのビジネス経験）があれば難なく乗り越えられることであっても、そもそも要所での“勘所”がないために、男性以上に苦勞をする女性起業家が多くいることが示唆された。また、実際にビジネスを始めた後で必要となってくる専門知識（経理、人事、マーケティング、等々）についても、支援機関が開催する講座に託児サービスが無い等の理由から「そもそも参加できない」といった場所的・時間的制約が大きいことが指摘された。

もう1点、女性に家事・育児の負担が集中しているという社会的背景がある。「家事・育児と両立できるようなインフラ整備」の必要性は従来から指摘されてきたものの、今回のインタビュー調査では、女性起業家が「子供を置いて自分のビジネスに没頭すること」

に対し後ろめたさを抱えてしまいがちなことや、「扶養控除の範囲を超えてビジネスを拡大すること」を本人だけでなく配偶者からも反対されることなど、「起業家本人の希望だけで事業の展開・拡大を考えることが難しい」点が挙げられる。この点は、企業等に就業する女性にも共通する点ではあるが、起業家は「自身で立ち上げている」「自身が裁量を持つ」ことから、ビジネスの拡大に対し、より強いプレッシャーや風当りを受けることになってしまう。

これらの点に対しても、やはり先陣を切る女性起業家の存在が大きくなる。前述のとおり、ピアカウンセラーとしてビジネス、プライベートの両方に跨る悩みを吐露する相手や場があることで、自分だけの悩みではないことが実感でき、また、支援機関に畏まって相談するほどではないちょっとした困りごとなども解決できる窓口となる。

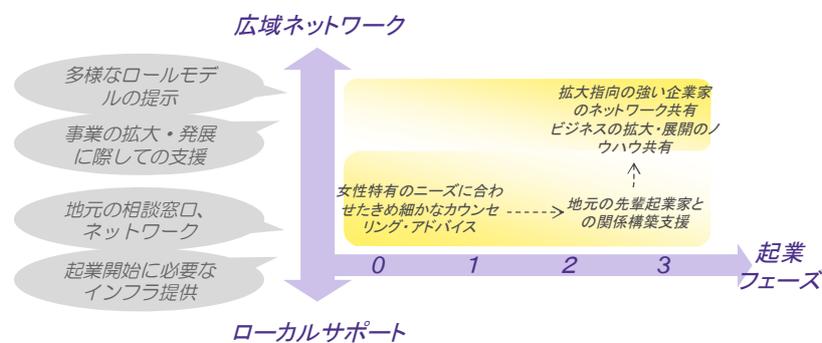
女性起業家・女性の起業希望者が増加してきた中で、ますます支援ニーズも多様化してきている。それらに対し、各地の女性起業家ネットワークを柔軟に活用しながら、様々なビジネスのあり方・生き方を提示し、実際の「つながり」の構築を支援していくことで、より女性起業家がビジネスを自由に発展・展開していくことが可能になると考えられる。

5.2 女性起業家の拡大に向けた取組に向けて

上記のためには、それぞれの支援機関が、支援対象者が何を求めているのか、連携できるアクターとしてどのような組織・ネットワークがあるか、支援対象者のニーズに対し、各機関がどのような連携を図ることでアプローチができるか、を検討していく必要がある。しかしながら、女性向けに限らず多くの支援策が重なり合って設定されている中、個々の支援機関が独自に「女性向け」支援を講ずることは、実際困難であることが想定される。

そこで、次年度以降の女性起業家支援ネットワーク等の事業において、女性のロールモデルやメンターとなる女性起業家を広域、全国で取りまとめながら、起業に向けたステージごとに施策モデルを設定していくことが有効になるだろう。こうした、支援のスキームを共通化し、各支援機関に公開・共有していくことによって、各地の潜在的な女性起業家・起業希望者のニーズを掘り起し、起業、事業拡大へとつなげていく道筋が付けられることが期待される。

図表 5-3 女性起業家支援の連携に係るイメージ



(資料) EY アドバイザリー株式会社作成

回答者属性

貴機関の名称をご記入ください。

名称

ご回答いただいた方の所属部署・お役職、お名前をご記入ください。

部署・お役職

お名前

ご回答いただいた方の連絡先(TEL、E-mail)をご記入ください。

TEL

E-mail

I 組織の基本情報

問1 貴機関について、該当するものを選択肢から1つお選びください。

1. 都道府県・市町村
2. 産業支援機関(商工会議所・商工会・中央会・支援センター等)
3. インキュベーション施設
4. 金融機関(政府系含む)
5. 投資機関
6. その他

(具体的に:

回答

問2 貴機関で創業・起業支援を担当されている方について、おおよその男女比率(全体)をご記入ください。

男性 : 女性 = :

問3 貴機関で創業・起業支援を担当されている方のうち、女性起業家向け支援をご担当されている方について、男女比率をご記入ください。

男性 : 女性 = :

問4 貴機関では創業・起業支援に係る常設窓口を設置していますか。該当するものを選択肢から1つお選びください。

1. 設置している
2. 常設ではないが設置している
3. 設置していない

回答

問5 (問4で「1. 設置している」または「2. 常設ではないが設置」の場合)窓口の開設時間として、該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

1. 土曜日も開設している
2. 日曜日も開設している
3. 平日の夕方・夜間も開設している
4. 平日の日中のみ開設している
5. 隔日で開設している
6. その他

(具体的に:

問6 (問4で「1. 設置している」または「2. 常設ではないが設置」の場合)窓口に来所される方について、おおよその男女比率をご記入ください。また、よく来所される年齢層について、男女別に、該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

男性 : 女性 = :

男性

1. 20代
2. 30代
3. 40代
4. 50代
5. 60代以上

女性

1. 20代

- 2. 30代
- 3. 40代
- 4. 50代
- 5. 60代以上

問7

(問4で「1. 設置している」または「2. 常設ではないが設置」の場合)来所される男性の就業形態として良くみられるものについて、該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 事業を経営
- 2. 会社や団体の常勤役員
- 3. 正社員(管理職)
- 4. 正社員(管理職以外)
- 5. パートタイマー・アルバイト
- 6. 派遣社員・契約社員
- 7. 家族従業員
- 8. 学生
- 9. 専業主婦・主夫
- 10. その他

(具体的に:)

問8

(問4で「1. 設置している」または「2. 常設ではないが設置」の場合)来所される女性の就業形態として良くみられるものについて、該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 事業を経営
- 2. 会社や団体の常勤役員
- 3. 正社員(管理職)
- 4. 正社員(管理職以外)
- 5. パートタイマー・アルバイト
- 6. 派遣社員・契約社員
- 7. 家族従業員
- 8. 学生
- 9. 専業主婦・主夫
- 10. その他

(具体的に:)

II 創業・起業支援事業の取組実績(過去3年間)

問9

貴機関においてこの3年間で実施した創業・起業支援施策のうち、創業前の方を対象に実施しているものを、選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 創業支援セミナーの開催(講義)
- 2. 創業支援セミナーの開催(実習)
- 3. 自己啓発イベントの実施
- 4. 創業指南ガイドブック等(冊子・ビデオ)の作成、配布
- 5. 先輩創業者・創業支援者・他の創業希望者等との交流会の開催
- 6. ビジネスプランコンテストの開催
- 7. 起業家育成セミナーの開催(アントレプレナー教育)
- 8. 創業希望者向けの相談窓口の開設・運営
- 9. 経営の専門家の派遣、コンサルティングの実施
- 10. 先輩創業者、専門家等との相談会の開催
- 11. インターネット等を通じた起業や経営に関する情報提供
- 12. インキュベーション施設の運営
- 13. コワーキング事業の実施
- 14. 空き店舗活用支援事業の実施
- 15. 創業資金融資
- 16. 利子補給制度
- 17. 創業促進関連補助金制度
- 18. ファンドによる出資支援
- 19. クラウドファンディングとの提携
- 20. 女性限定の各種資金調達支援
- 21. その他

(具体的に:)

問10 上記のうち、女性向けに特化した取組があれば、該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 創業支援セミナーの開催(講義)
- 2. 創業支援セミナーの開催(実習)
- 3. 自己啓発イベントの実施
- 4. 創業指南ガイドブック等(冊子・ビデオ)の作成、配布
- 5. 先輩創業者・創業支援者・他の創業希望者等との交流会の開催
- 6. ビジネスプランコンテストの開催
- 7. 起業家育成セミナーの開催(アントレプレナー教育)
- 8. 創業希望者向けの相談窓口の開設・運営
- 9. 経営の専門家の派遣、コンサルティングの実施
- 10. 先輩創業者、専門家等との相談会の開催
- 11. インターネット等を通じた起業や経営に関する情報提供
- 12. インキュベーション施設の運営
- 13. コワーキング事業の実施
- 14. 空き店舗活用支援事業の実施
- 15. 創業資金融資
- 16. 利子補給制度
- 17. 創業促進関連補助金制度
- 18. ファンドによる出資支援
- 19. クラウドファンディングとの提携
- 20. 女性限定の各種資金調達支援
- 21. その他

(具体的に:)

- 22. 女性向けの施策は実施していない

問11 貴機関においてこの3年間で実施した創業・起業支援施策のうち、創業後の方を対象に実施している支援策を、選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 事業拡大のためのセミナーの開催(講義)
- 2. 事業拡大のためのセミナーの開催(実習)
- 3. 新規取引拡大のための展示会、商談会、ビジネスマッチングの開催
- 4. 展示会等への出展支援
- 5. 創業者同士の異業種交流会等によるネットワーク構築支援
- 6. 専門家による個別経営相談会の開催
- 7. インターネット等を通じた起業や経営に関する情報提供
- 8. 創業資金融資
- 9. 利子補給制度
- 10. 創業促進関連補助金制度
- 11. ファンドによる出資支援
- 12. クラウドファンディングとの提携
- 13. 女性限定の各種資金調達支援
- 14. その他

(具体的に:)

問12 上記のうち、女性向けに特化した取組があれば、該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 事業拡大のためのセミナーの開催(講義)
- 2. 事業拡大のためのセミナーの開催(実習)
- 3. 新規取引拡大のための展示会、商談会、ビジネスマッチングの開催
- 4. 展示会等への出展支援
- 5. 創業者同士の異業種交流会等によるネットワーク構築支援
- 6. 専門家による個別経営相談会の開催
- 7. インターネット等を通じた起業や経営に関する情報提供
- 8. 創業資金融資
- 9. 利子補給制度
- 10. 創業促進関連補助金制度
- 11. ファンドによる出資支援

- 12. クラウドファンディングとの提携
- 13. 女性限定の各種資金調達支援
- 14. その他

(具体的に:)

- 15. 女性向けの施策は実施していない

問13 (問10、12に回答した機関のみ)女性を対象にした支援策を企画、運営する上で、工夫・配慮した点はありますか。該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 講師や相談相手を女性にした
- 2. 話しやすい雰囲気をつくった

(具体的に:)

- 3. グループワークの導入等、仲間づくりが促されるような環境を整備した
- 4. 女性のライフイベントを考慮するなど目標設定に配慮した
- 5. 入居を女性限定にしたインキュベーション施設を用意した
- 6. 女性起業家に限定した自前の資金支援制度を紹介した
- 7. 女性起業家に限定した他所の資金支援制度を紹介した
- 8. SNSの活用など、女性同士のネットワークが形成しやすくなるような取組を準備した
- 9. セミナー会場で託児サービスを提供した
- 10. その他

(具体的に:)

- 11. 特に工夫・配慮は行わなかった

問14 (問10、12に回答しなかった機関のみ)貴機関において、女性に特化した創業・起業支援事業を実施していない理由は何ですか。該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 取組の必要性は感じているがどのような支援ニーズがあるのかが不明
- 2. 取組の必要性は感じているが参加者数が見込めない
- 3. 取組の必要性は感じているがセミナー等の講師を探すのが難しい
- 4. 過去の取組が創業実績等の実績に結びつかなかった
- 5. 女性に特化した創業・起業支援ニーズを感じていない
- 6. その他

(具体的に:)

問15 貴機関が実施した支援策のうち、女性の参加率の高かった支援策の特徴はありますか。該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 事業名やテーマ、実施手法に特徴を持たせ、女性の関心を高めた
- 2. 講義一辺倒ではなく参加型のグループワーク
- 3. 講師や相談相手を女性にした
- 4. 講師として著名人を呼んだ
- 5. 参加者に特典があった
- 6. 友人と気軽に参加できる雰囲気を作った
- 7. 開催時間や場所を工夫した

(具体的に:)

- 8. 普段とは異なる広報手段でアピールした

(具体的に:)

- 9. その他

(具体的に:)

- 10. 特に特徴はない

問16 貴機関の支援策を活用した女性で、創業・起業に結び付いた事例はありますか。貴機関にて把握されている件数をご記入ください(正確な数値でなくとも構いません)。また、主な事業内容・業種についてもお答えください。

創業件数 約 件

経営形態

1. 個人経営 約 件

2. 株式会社 約 件

3. その他 約 件

(具体的に:)

主な事業内容・業種

問17 貴機関の支援策を活用した女性で、事業の拡大に結び付いた事例はありますか。該当するものを選択肢から1つお選びください。
(「1. ある」の場合)具体的な事例内容をご記入ください。

- 1. ある
- 2. ない

回答

具体的な事例内容

問18 貴機関において、今後、女性向けに特化した創業・起業支援事業の実施を検討していますか。該当するものを選択肢から1つお選びください。
(「1. 検討している」の場合)具体的な検討内容をご記入ください。

- 1. 検討している
- 2. 検討していない

回答

具体的な検討内容

Ⅲ 広域連携の状況

問19 貴機関において、女性創業者・起業家をつなぐネットワークがおありですか。該当するものを選択肢から1つお選びください。
(「1. ある」の場合)具体的なネットワークの内容をご記入ください。

- 1. ある
- 2. ない

回答

具体的なネットワークの内容

問20 女性創業者・起業家のネットワーク構築を支援することについて、どのようにお考えですか。もっとも該当するものを選択肢から1つお選びください。

- 1. 各支援機関がそれぞれにネットワーク構築を支援することがよい
- 2. 広域的なネットワーク構築を、他機関と連携して支援することがよい
- 3. 全国的なネットワーク構築を、他機関と連携して支援することがよい
- 4. 各地のネットワークを、政府が繋いで支援することがよい
- 5. その他

(具体的に:)

- 6. 女性創業者・起業家のネットワーク構築を支援する必要はない

回答

問21 貴機関では、女性の創業・起業を支援する他の機関と連携した取組を実施していますか。該当するものを選択肢から1つお選びください。
(「1. 実施している」の場合)具体的な連携先と連携内容をご記入ください。

- 1. 実施している

2. 実施していない

回答

具体的な連携先と連携内容

問22 女性の創業・起業を支援する他の機関と連携することの必要性について、どのようにお考えですか。もっとも該当するものを選択肢から1つお選びください。

- 1. 大変重要であり、積極的に連携を進めたい
- 2. 重要であり、機会があれば連携を進めたい
- 3. 重要であるが、連携を進めることが難しい
- 4. あまり重要ではなく、連携を進めることは考えていない
- 5. その他

(具体的に:)

回答

問23 (問22で「3. 重要であるが、連携を進めることが難しい」とご回答した場合)連携を進めることが難しい理由について、該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. マンパワー不足
- 2. 時間的余裕が無い
- 3. 費用対効果の面で困難
- 4. リーダーシップを発揮する機関、組織等が無い
- 5. 連携先の機関、組織等がわからない
- 6. 運営上の業務が負担増となる
- 7. その他

(具体的に:)

IV 女性起業家支援にあたっての課題認識等

問24 男性と比較して、女性の創業・起業に係る特有の課題として、どのようなものが考えられますか。特徴的なものを、選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 経営に関する知識・ノウハウ不足
- 2. 事業に必要な専門知識・ノウハウ不足
- 3. 開業資金の調達
- 4. 販売先の確保
- 5. 家事・育児・介護との両立
- 6. ロールモデルの不足
- 7. その他

(具体的に:)

- 8. 特にない

問25 これまでに貴機関では、女性の参加者・利用者から、創業・起業に係る支援策として実施してほしいと要望を受けたことがありますか。該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

- 1. 同じような立場の人(経営者等)との交流の場
- 2. 仕入先や販売先の紹介
- 3. 低金利融資制度や税制面の優遇措置
- 4. 経営に関するセミナーや講演会
- 5. インターネット等を通じた起業や経営に関する情報提供
- 6. 保育施設や家事支援、介護支援等のサービスの拡充
- 7. 先輩起業家の事例発信
- 8. その他

(具体的に:)

- 9. 特にない

問26 これまでに貴機関では、女性の参加者・利用者から、創業・起業に係る支援策に対して、改善点などの要望を受けたことがありますか。該当するものを選択肢から1つお選びください。(「1. ある」の場合)具体的な要望内容をご記入ください。

1. ある
2. ない

回答

具体的な要望内容

問27 事業開始当初と比較して、ここ1、2年で女性の起業希望者・起業家や、その支援状況等について、変化はみられますか。該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

1. 起業を希望する女性が増えた(量的拡大)
 2. 起業を希望する女性の有する知識のレベルが上がった(質的拡大)
 3. 女性起業家が身近に増えた
 4. 女性起業希望者への支援施策が拡充した
 5. 女性起業家への支援施策が拡充した
 6. 女性の起業に対する社会的な関心が高まった
 7. その他
(具体的に:)

8. 特に変化はない
 9. 女性の創業・起業支援を開始してあまり時間が経っていないため変化はわからない

問28 貴機関は、女性の創業・起業希望者を支援するにあたって、どのような課題を抱えていますか。該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

1. 創業希望者がどこに所在するのかがわからない
 2. どのような支援を求めているのかがわからない
 3. 実施する事業へのニーズがどの程度あるのかがわからない
 4. 事業を実施するにあたり、何を工夫すればいいのかがわからない
 5. セミナー等での講師の人選が難しい
 6. 創業に際しての女性特有の問題、事情が知りたい
 7. 広報の手法が難しい
 8. その他
(具体的に:)

9. 特に課題はない

問29 女性の創業・起業希望者を支援するにあたり、国に対する要望はありますか。該当するものを選択肢から全てお選びください。(該当するものを■にしてください。)

1. 課題の解決に結びつくような情報の提供
 2. 創業支援事業者向けの相談窓口の開設
 3. いつでも利用可能な各種データベースの構築
 4. 女性の創業を促すような情報の発信
 5. 創業後の支援につながる事業スキームの開発・共有化
 6. その他
(具体的に:)

7. 特に要望はない

質問は以上です。ご回答ありがとうございました。

2014 年度新規開業実態調査の分析等（資料編）

目次

I 事業の概要.....	4
問 1 経営形態	5
(1)開業時	5
(2)現在	5
問 2 現在の事業の内容.....	6
(1)既存の同業者と比べた、事業内容の新しい点	6
(2)商品・サービスの特徴（複数回答）	6
(3)ベンチャービジネスやニュービジネスへの該当.....	6
(4-1)他社や大学などとの連携の有無.....	7
(4-2)連携先.....	7
問 3 商品・サービスの市場	7
①現在の需要.....	7
②今後の需要.....	8
③競合企業の数	8
④大企業との競合の有無.....	9
問 4 主な事業所.....	9
(1)事務所・店舗の場所	9
(2)事業所がある市町村の人口規模.....	10
問 5 販売先	10
(1)商圈の範囲.....	10
(2-1)主な販売先.....	11
(2-2)上場企業や官公庁・地方自治体との取引（複数回答）	11
問 6 ビジネスコンテストの受賞経験（複数回答）	11
問 7 従業員数（平均）	11
(1)開業時	11
(2)現在	12
II 経営者について	12
問 8 開業時の年齢（平均）	12
問 9 性別.....	12
問 10 最終学歴.....	13
問 11 職歴.....	13
(1-1)勤務経験の有無	13
(1-2)勤務した企業数（平均）	13

(1-3)勤務した年数（平均）	14
(2-1)斯業経験の有無	14
(2-2)斯業経験の年数（平均）	14
(3-1)営業・接客・マーケティング経験の有無	15
(3-2)営業・接客・マーケティング経験の年数（平均）	15
(4-1)管理職経験の有無	15
(4-2)管理職経験の年数（平均）	16
(5-1)事業経営経験の有無	16
(5-2)事業経営経験の年数（平均）	16
問 12 開業直前の職業	17
問 13 直前の勤務先	17
(1)開業直前の勤務先の従業者規模	17
(2)開業直前の勤務先の創業年	18
(3)開業直前の勤務先の存続状況	18
(4)開業直前の勤務先の業種	18
(5)開業直前の勤務先と現在の事業との業界の違い	19
(6)開業直前の勤務先の事業内容との相違点（複数回答）	19
(7)開業直前の勤務先を離職したときの勤務先の業況	19
(8)開業直前の勤務先での顧客と話す機会の有無	20
(9)開業直前の勤務先	20
(10)開業直前の勤務先での不満が開業のきっかけになったか	22
(11)開業直前の勤務先の離職理由	23
(12)開業直前の勤務先から引き継いだもの（複数回答）	24
(13)開業直前の勤務先との関係（複数回答）	24
(14)開業直前の勤務先からの支援（複数回答）	25
問 14 経営するうえで最も重視していること	25
問 15 心配・苦勞したこと	25
(1)開業前に心配だったこと（複数回答）	25
(2)開業時に苦勞したこと（複数回答）	25
(3)現在苦勞していること（複数回答）	25
問 16 自信の有無	26
(1)開業時	26
(2)現在	28
Ⅲ 開業の準備	31
問 17 開業時期	31
(1)開業時期：平均	31

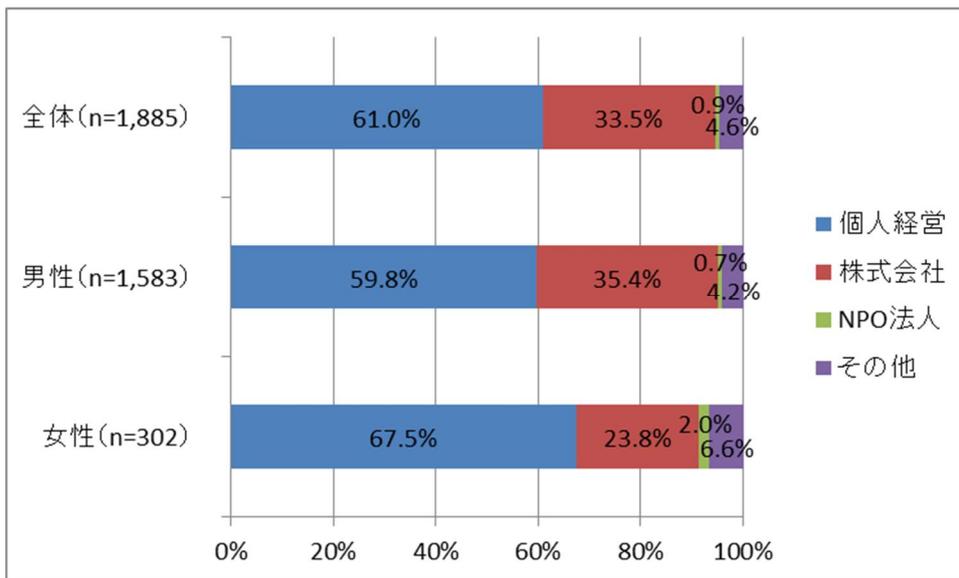
(2)開業準備を始めた時期.....	32
問 18 開業動機.....	32
問 19 開業の経緯（複数回答）	33
問 20 費用の内訳.....	34
(1)開業費用（万円）：平均.....	34
(2)調達先（万円）：平均.....	34
問 21 開業費用節約のために行ったこと（複数回答）	34
IV 顧客獲得の取り組み.....	35
問 22 顧客の確保状況	35
(1)開業時	35
(2-1)開業時に確保した顧客の継続取引状況.....	35
(2-2)開業時に確保した顧客の継続割合	35
問 23 顧客獲得のための営業	36
(1)開業前・開業時.....	36
(2)開業後	38
問 24 顧客紹介の有無	40
(1)開業前・開業時.....	40
(2)開業後	42
問 26 開業時と比べた顧客数.....	44
問 27 繰り返し取引・購入してくれる顧客.....	45
問 28 営業担当の従業員数（平均）	45
(1)開業時	45
(2)現在.....	45
問 29 顧客獲得のための費用	46
問 30 経営者による顧客獲得のための営業活動.....	49
問 31 周知・アピールの取り組み.....	49
(1)開業前・開業時.....	49
(2)開業後	51
問 32 関係構築・深耕の取り組み.....	52
(1)開業前・開業時.....	52
(2)開業後	54
問 33 顧客満足度を高めるための取り組み（複数回答）	55
問 34 顧客による評判の拡散	55
問 35 顧客との仕事以外での交流	57
V 開業後の経営等	57
問 36 現在の売上状況.....	57

問 37	現在の採算状況.....	58
問 37	黒字基調になるまでの期間（ヵ月後）：平均.....	58
問 38	現在の業況.....	58
問 39	月商：平均.....	59
問 40	テレビや新聞での紹介（複数回答）.....	59
問 41	経営課題.....	59
	(1)現在の経営課題（複数回答）.....	59
	(2)最も重要な課題.....	59
問 42	今後の事業規模.....	60
	(1)売上高.....	60
	(2)将来の株式上場.....	60

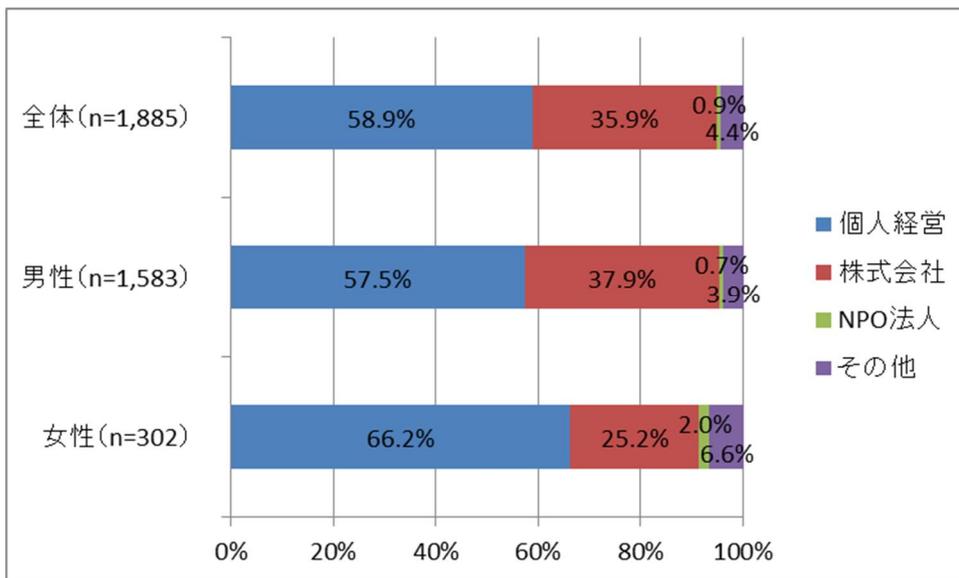
事業の概要

問1 経営形態

(1)開業時

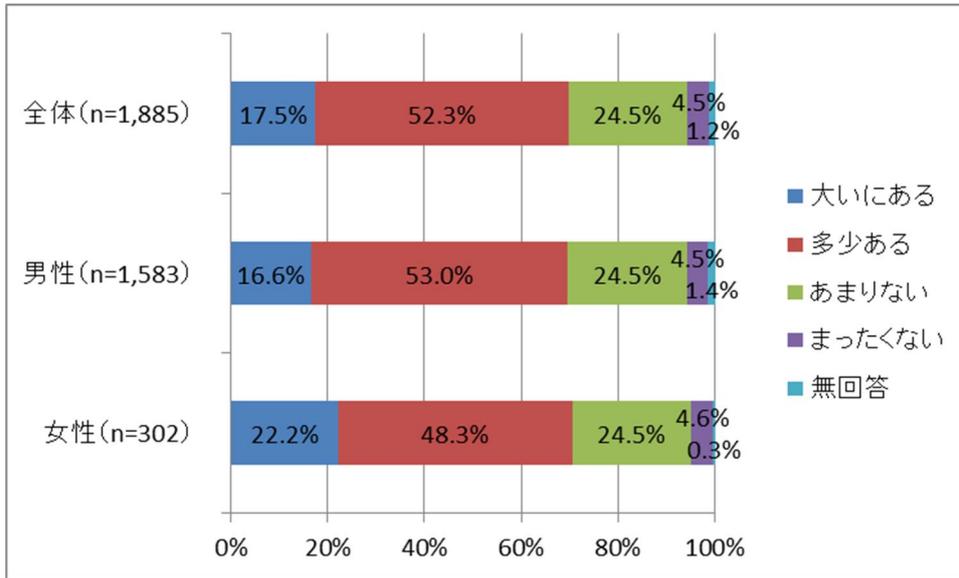


(2)現在



問2 現在の事業の内容

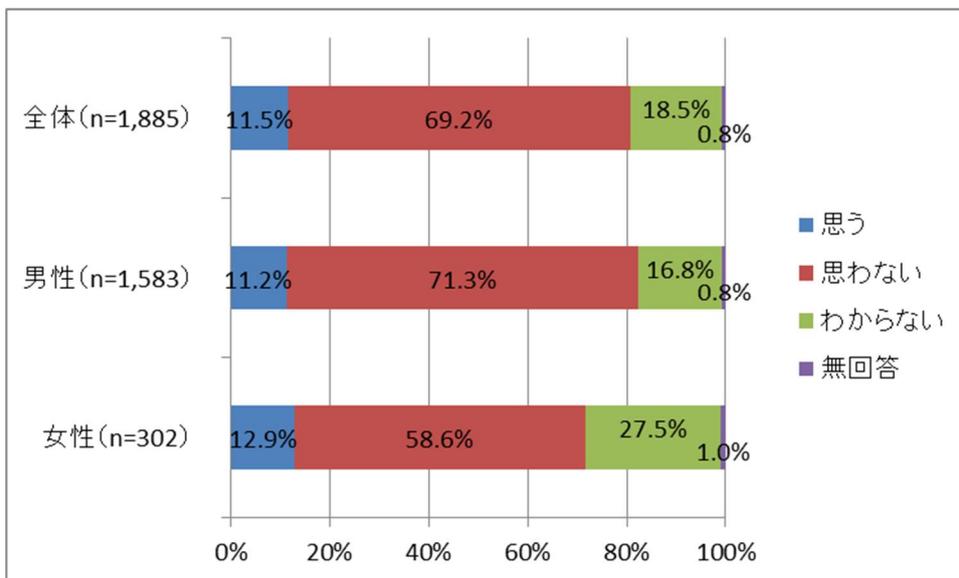
(1)既存の同業者と比べた、事業内容の新しい点



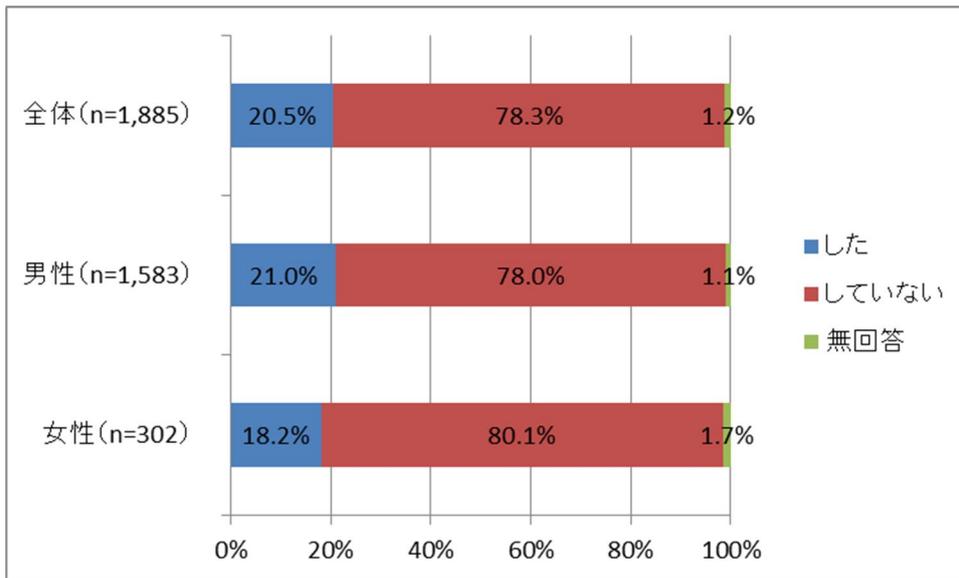
(2)商品・サービスの特徴（複数回答）

	問2(2)商品・サービスの特徴								
	価格が安い	付加価値が高い	品揃えが豊富	他社では扱っていない	顧客ニーズをもとに開発	独自技術をもとに開発	その他	とくにない	無回答
全体 (n=1,883)	29.5%	45.8%	14.3%	27.2%	31.8%	18.8%	5.2%	11.4%	1.6%
男性 (n=1,583)	29.6%	47.3%	14.5%	26.5%	30.7%	18.7%	81.6%	11.2%	1.5%
女性 (n=302)	29.1%	37.8%	12.9%	30.8%	37.8%	19.2%	18.4%	12.6%	2.3%

(3)ベンチャービジネスやニュービジネスへの該当



(4-1)他社や大学などとの連携の有無

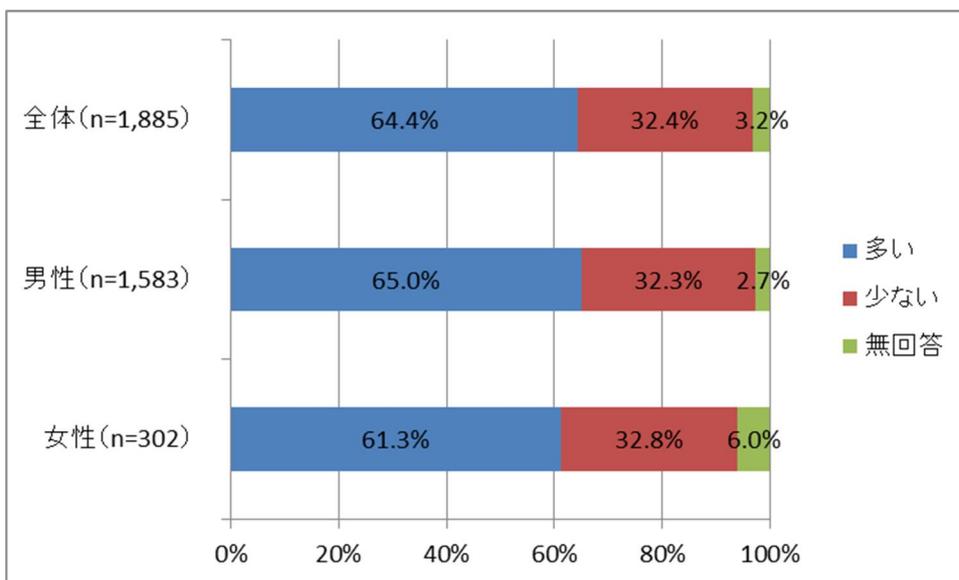


(4-2)連携先

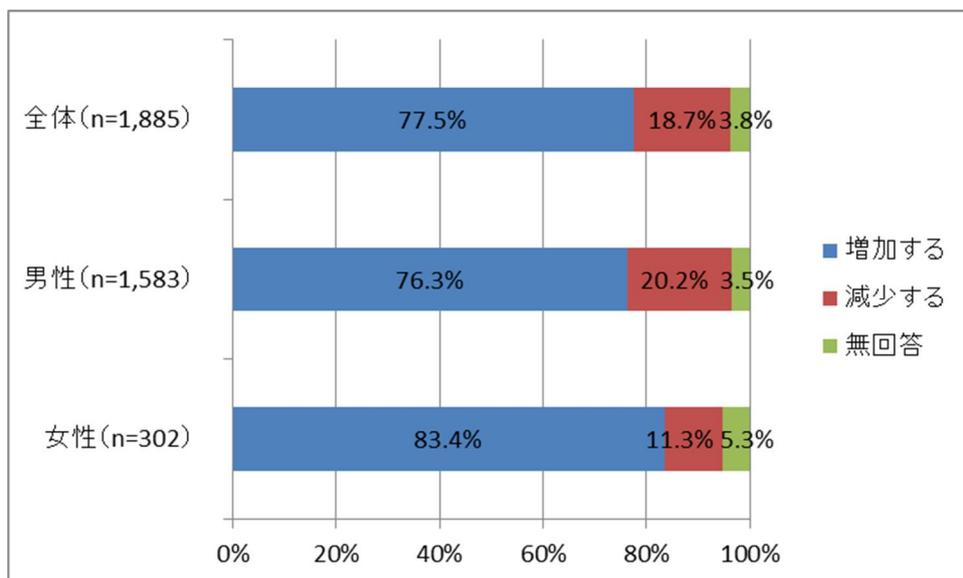
	問2(4) 他社や大学との連携の有無					
	連携した				連携して いない	無回答
	同業種の 他社	異業種の 他社	大学	その他の 機関		
全体 (n=1,885)	14.2%	6.6%	2.2%	3.0%	78.3%	0.1%
男性 (n=1,583)	14.6%	6.8%	2.3%	2.9%	78.0%	1.1%
女性 (n=302)	11.9%	5.6%	1.7%	3.6%	80.1%	1.7%

問3 商品・サービスの市場

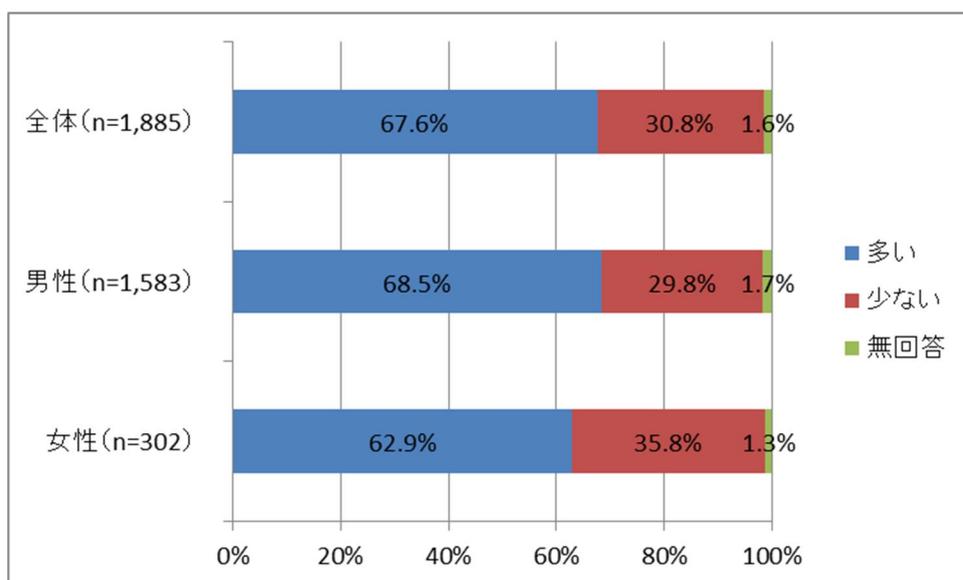
①現在の需要



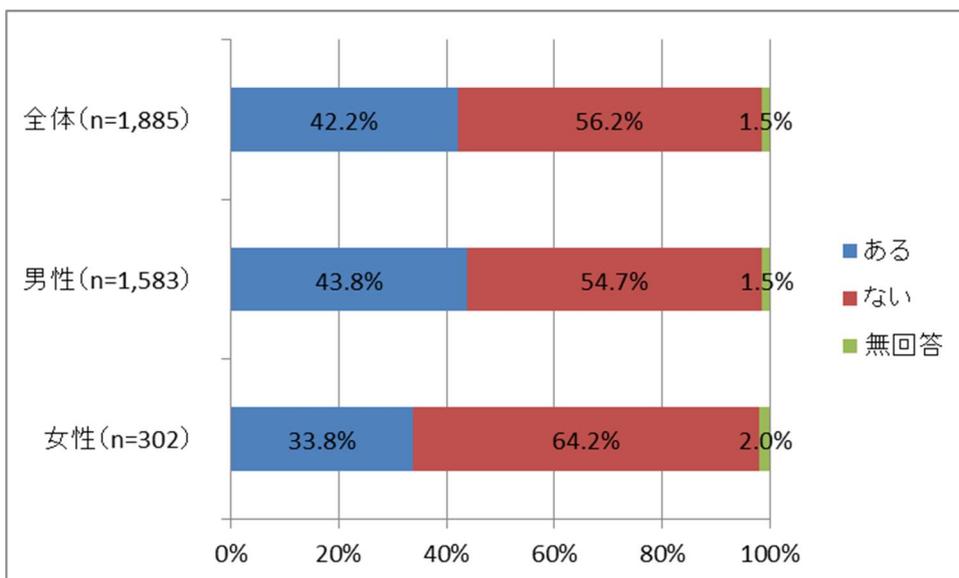
②今後の需要



③競合企業の数

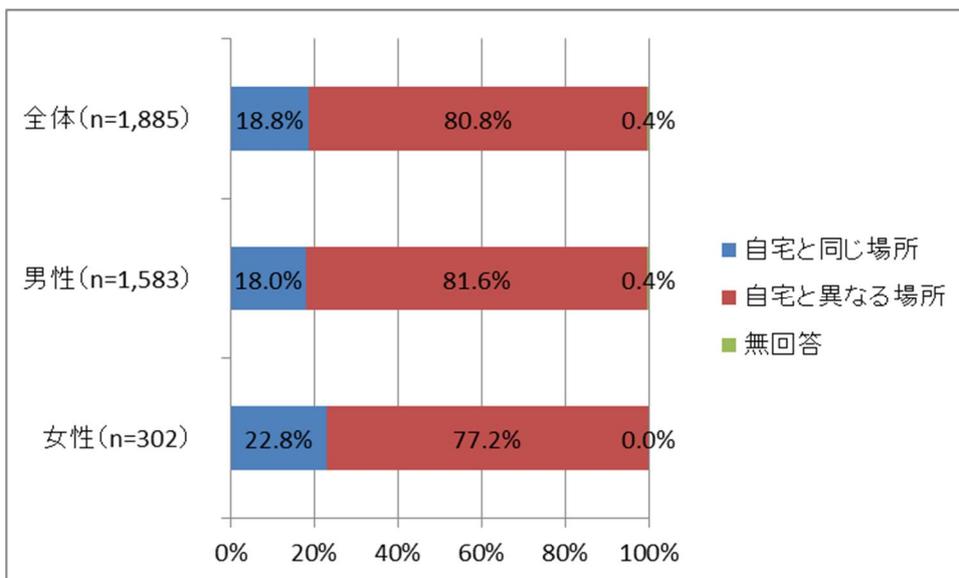


④大企業との競合の有無

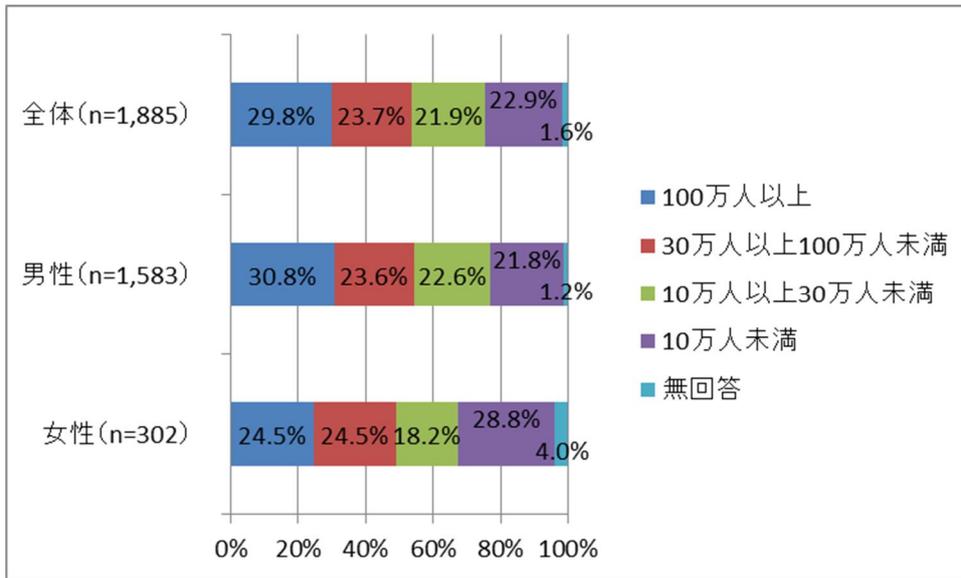


問 4 主な事業所

(1)事務所・店舗の場所

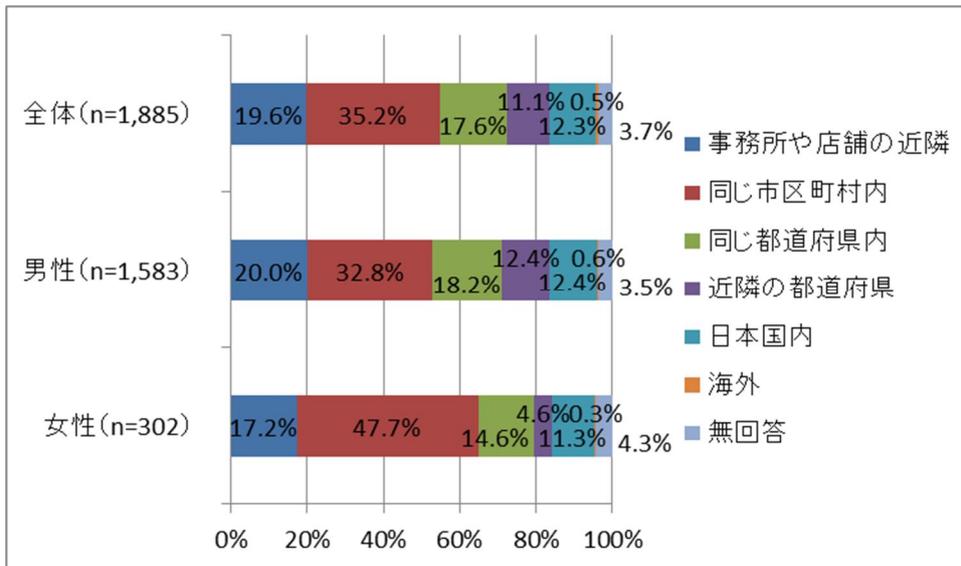


(2)事業所がある市町村の人口規模

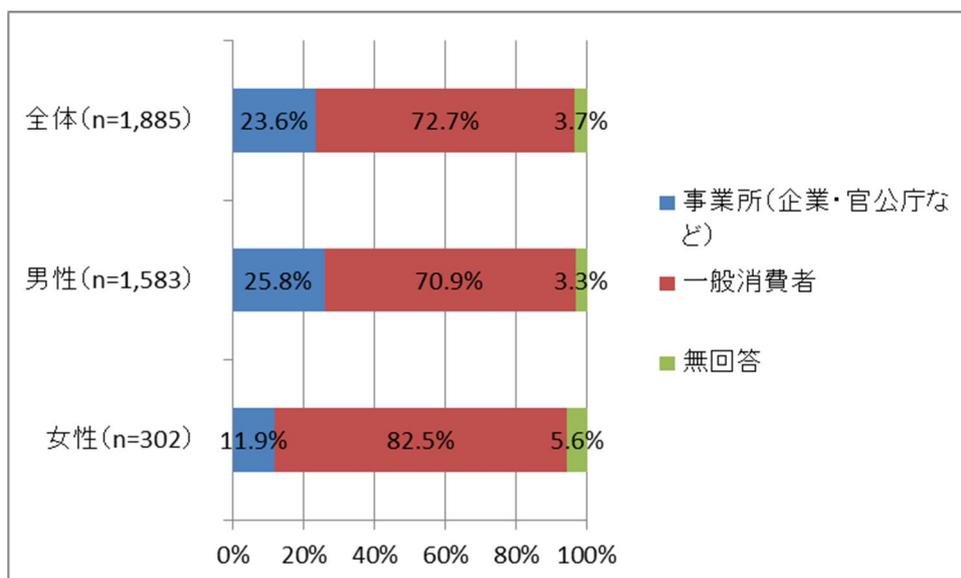


問 5 販売先

(1)商圏の範囲



(2-1)主な販売先



(2-2)上場企業や官公庁・地方自治体との取引（複数回答）

	問5(2)主な販売先				
	事業所(企業・官公庁など)				
	上場企業	官公庁	地方自治体	いずれとも取引はない	無回答
全体(n=445)	42.9%	10.6%	13.9%	38.0%	7.0%
男性(n=409)	43.5%	10.8%	13.7%	37.4%	7.6%
女性(n=36)	36.1%	8.3%	16.7%	44.4%	0.0%

問6 ビジネスコンテストの受賞経験（複数回答）

	問6 ビジネスコンテストでの受賞経験			
	受賞した		受賞したことはない	無回答
	開業前	開業後		
全体(n=1,885)	2.9%	1.4%	92.6%	3.3%
男性(n=1,583)	2.8%	1.4%	93.1%	2.8%
女性(n=302)	3.0%	1.3%	90.4%	5.6%

問7 従業員数（平均）

(1)開業時

	問7(1)開業時の従業員数				
	経営者本人	家族従業員	常勤役員・正社員	パートタイマー・アルバイト	派遣社員・契約社員
全体(n=1,804)	1人	0.4人	1.0人	1.5人	0.1人
男性(n=1,513)	1人	0.4人	1.0人	1.3人	0.4人
女性(n=291)	1人	0.3人	0.9人	1.6人	0.3人

(2)現在

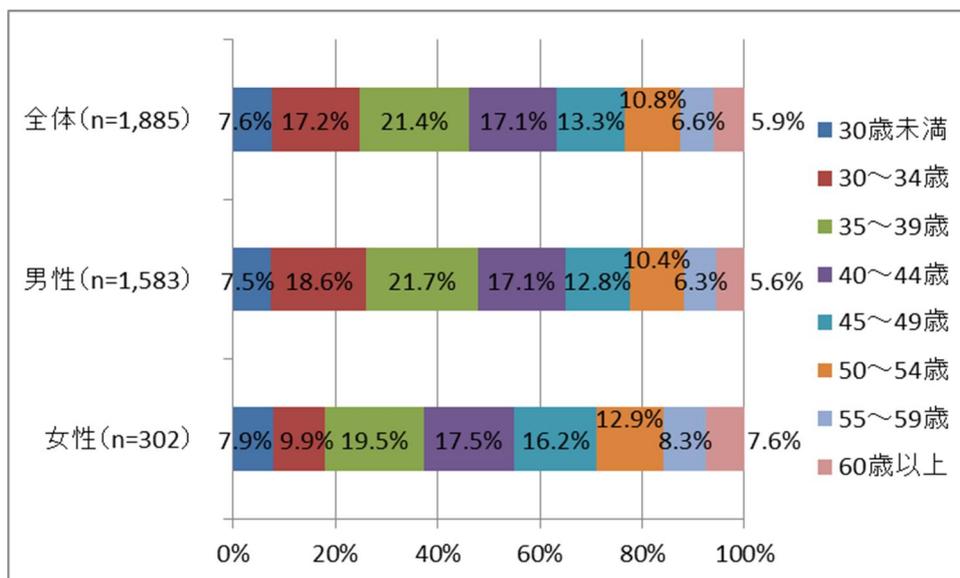
	問7(2)現在の従業員数				
	経営者 本人	家族 従業員	常勤役 員・正社 員	パートタイ マー・アル バイト	派遣社 員・契約 社員
全体 (n=1,833)	1人	0.4人	1.6人	2.2人	0.3人
男性 (n=1,539)	1人	0.4人	1.6人	2.2人	0.3人
女性 (n=294)	1人	0.3人	1.3人	2.5人	0.2人

II 経営者について

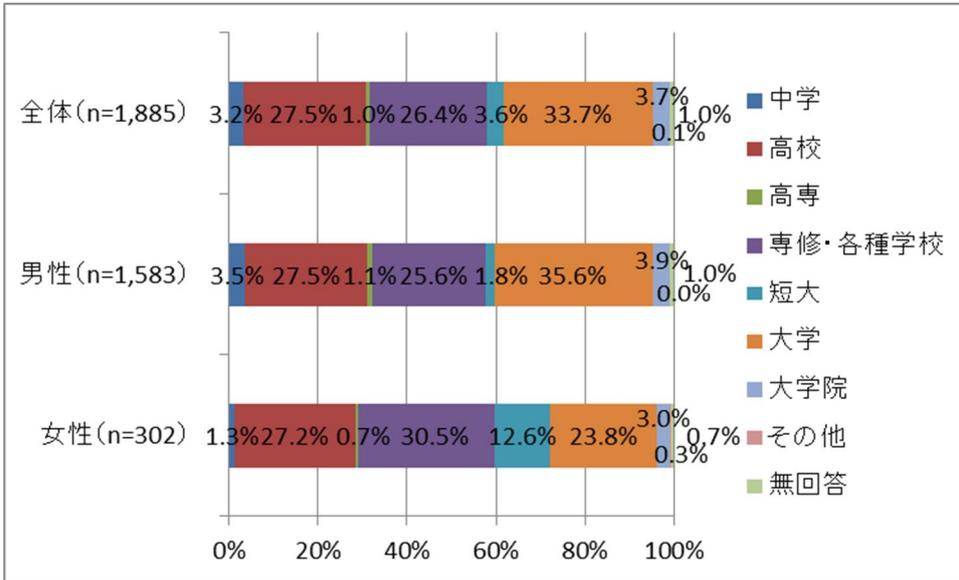
問8 開業時の年齢（平均）

	問8 開業時の年齢
全体 (n=1,833)	42.1歳
男性 (n=1,583)	41.7歳
女性 (n=302)	43.8歳

問9 性別

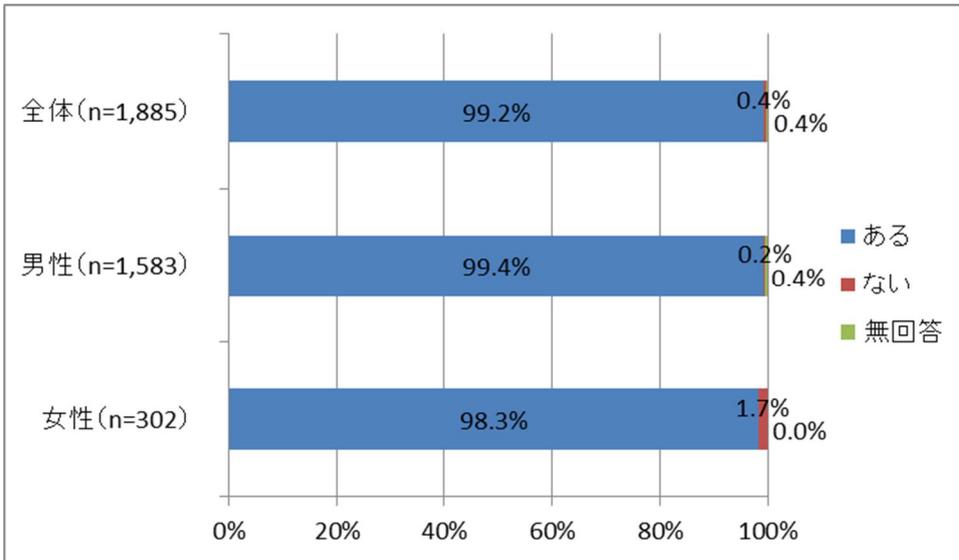


問 10 最終学歴



問 11 職歴

(1-1)勤務経験の有無



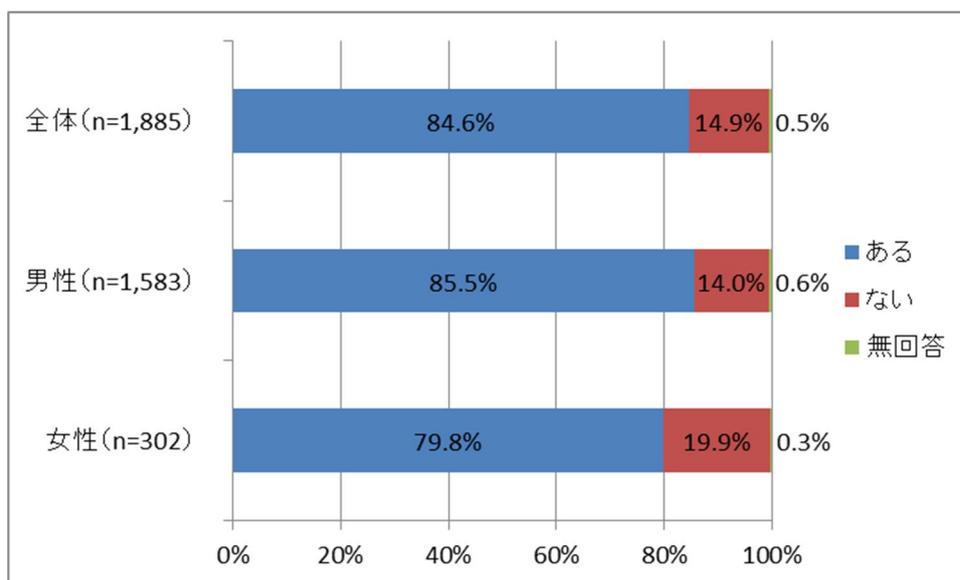
(1-2)勤務した企業数 (平均)

	問11(1)開業までに勤務した企業(官公庁含む)数
全体 (n=1,825)	3.5社
男性 (n=1,537)	3.3社
女性 (n=288)	4.2社

(1-3)勤務した年数（平均）

	問11(1)開業までの勤務経験年数の合計
全体(n=1,772)	19.5年
男性(n=1,496)	19.6年
女性(n=276)	19.5年

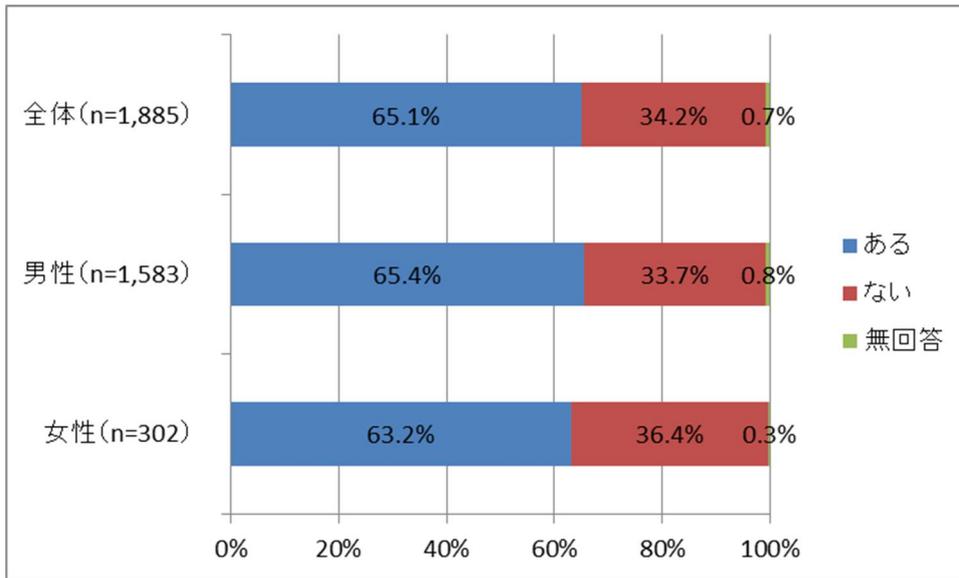
(2-1)起業経験の有無



(2-2)起業経験の年数（平均）

	問11(2)開業までの起業経験年数の合計
全体(n=1,585)	13.9年
男性(n=1,346)	14.1年
女性(n=239)	12.5年

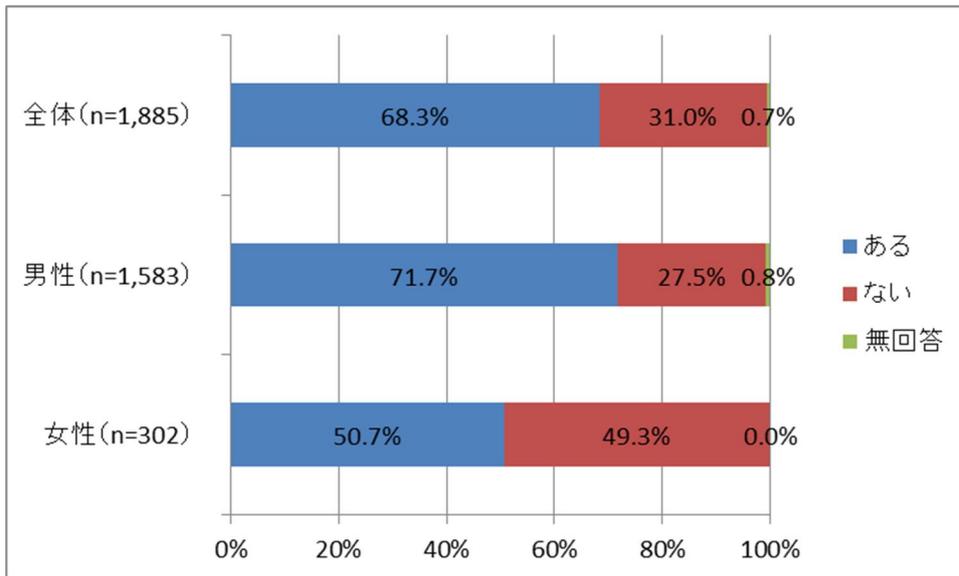
(3-1)営業・接客・マーケティング経験の有無



(3-2)営業・接客・マーケティング経験の年数 (平均)

	問11(3) 営業・接客・マーケティングの経験年数の合計
全体 (n=1,220)	13.6年
男性 (n=1,031)	13.7年
女性 (n=189)	12.7年

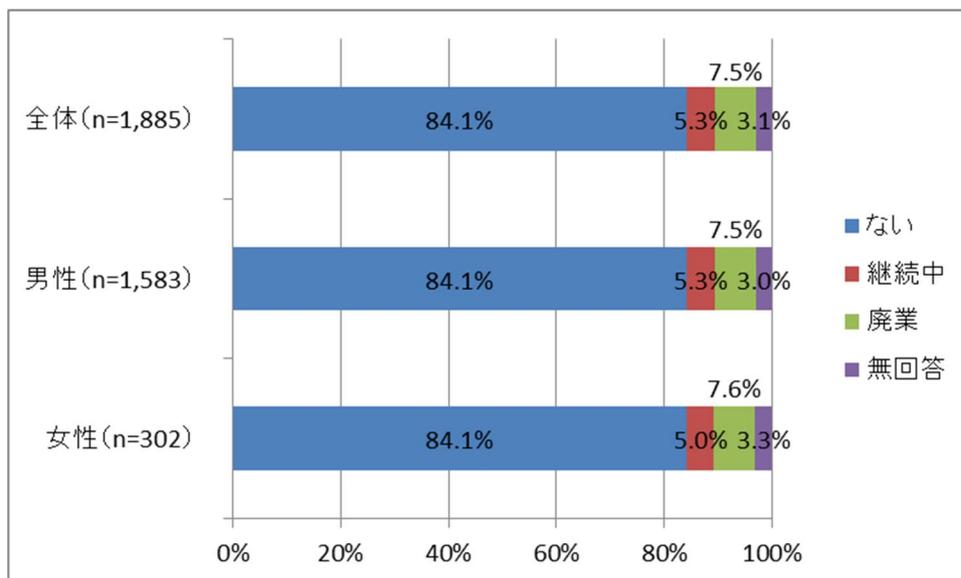
(4-1)管理職経験の有無



(4-2)管理職経験の年数（平均）

	問11(4) 管理職経験年数の合計
全体(n=1,283)	10.1年
男性(n=1,130)	10.4年
女性(n=153)	8.0年

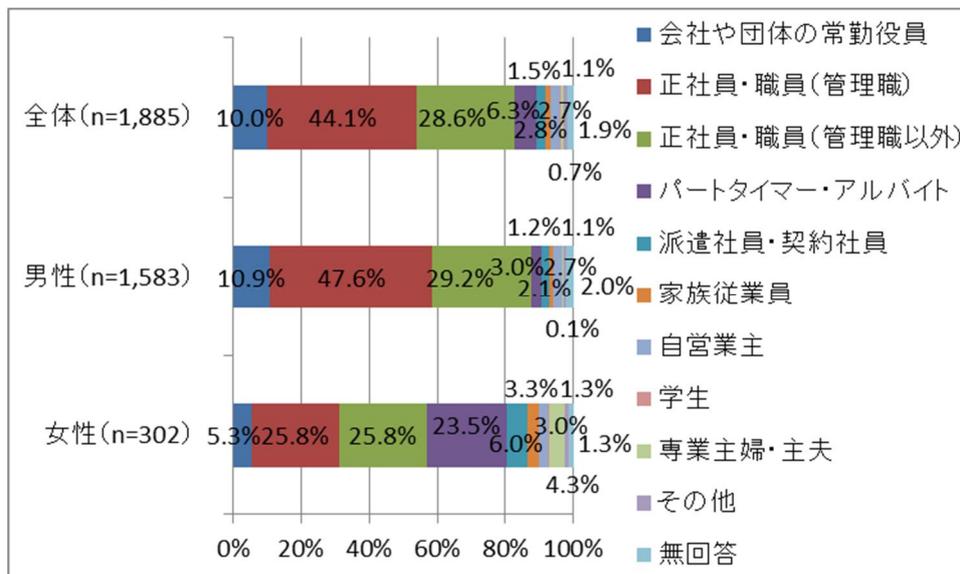
(5-1)事業経営経験の有無



(5-2)事業経営経験の年数（平均）

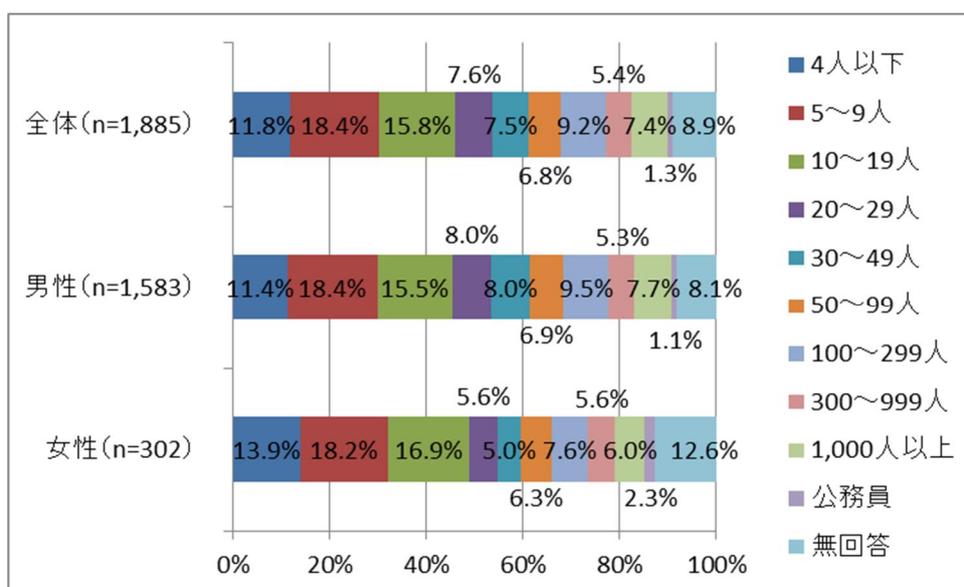
	問11(5) 事業経営の経験年数の合計
全体(n=237)	9.9年
男性(n=199)	10.1年
女性(n=38)	9.2年

問 12 開業直前の職業

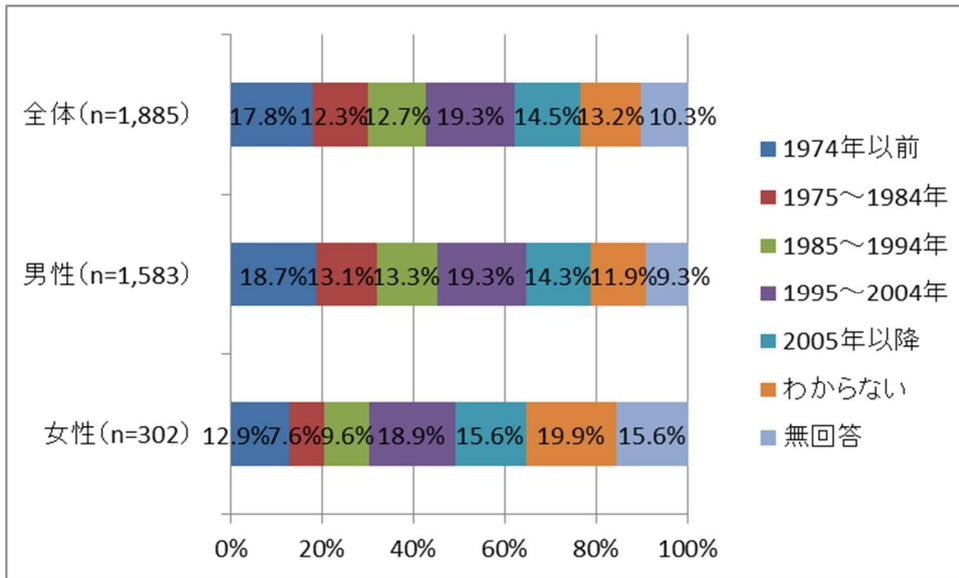


問 13 直前の勤務先

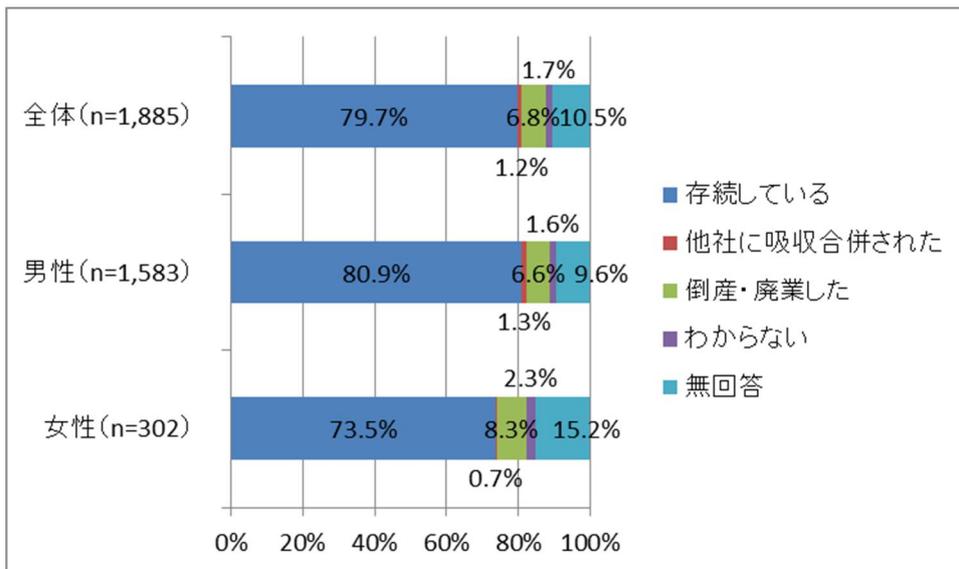
(1)開業直前の勤務先の従業員規模



(2)開業直前の勤務先の創業年



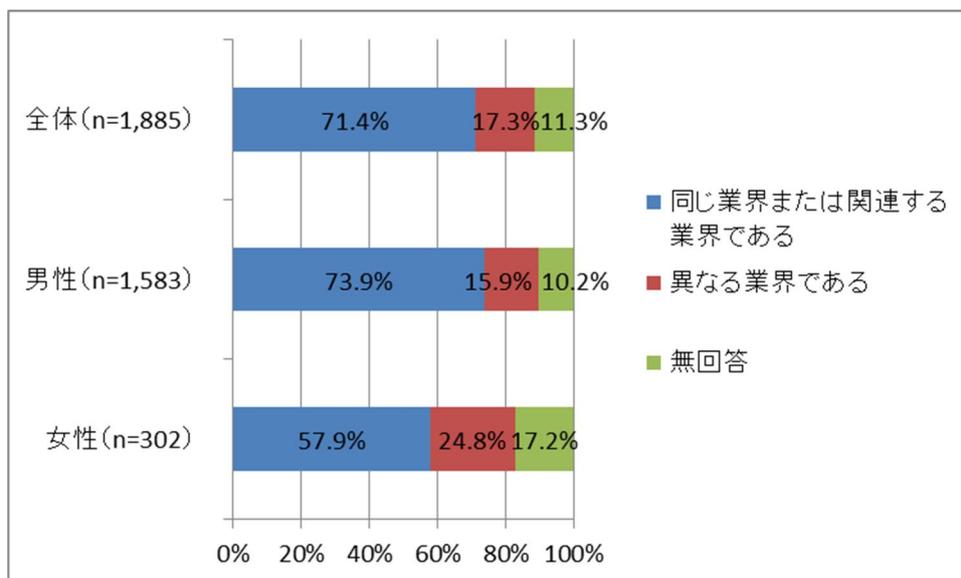
(3)開業直前の勤務先の存続状況



(4)開業直前の勤務先の業種

	問13(4)開業する直前の勤務先の業種													その他	無回答
	建設業	製造業	情報通信業	運輸業	卸売業	小売業	飲食店	宿泊業	医療、福祉	教育、学習支援業	物品賃貸業	サービス業	不動産業		
全体 (n=1,885)	8.0%	7.4%	3.2%	2.0%	4.0%	6.7%	9.6%	0.7%	16.4%	1.5%	0.2%	21.7%	3.0%	2.7%	13.1%
男性 (n=1,583)	8.7%	8.3%	3.4%	2.3%	4.4%	6.8%	9.7%	0.6%	15.8%	1.6%	0.2%	20.2%	3.3%	2.6%	12.3%
女性 (n=302)	4.0%	2.6%	2.0%	0.3%	2.0%	6.3%	9.3%	1.3%	19.5%	1.0%	0.0%	29.5%	1.3%	3.3%	17.5%

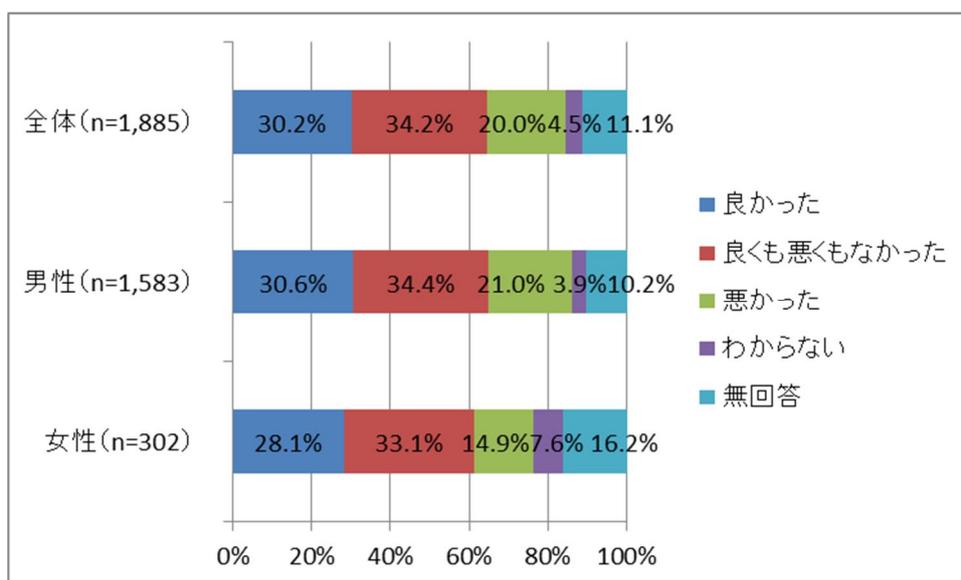
(5)開業直前の勤務先と現在の事業との業界の違い



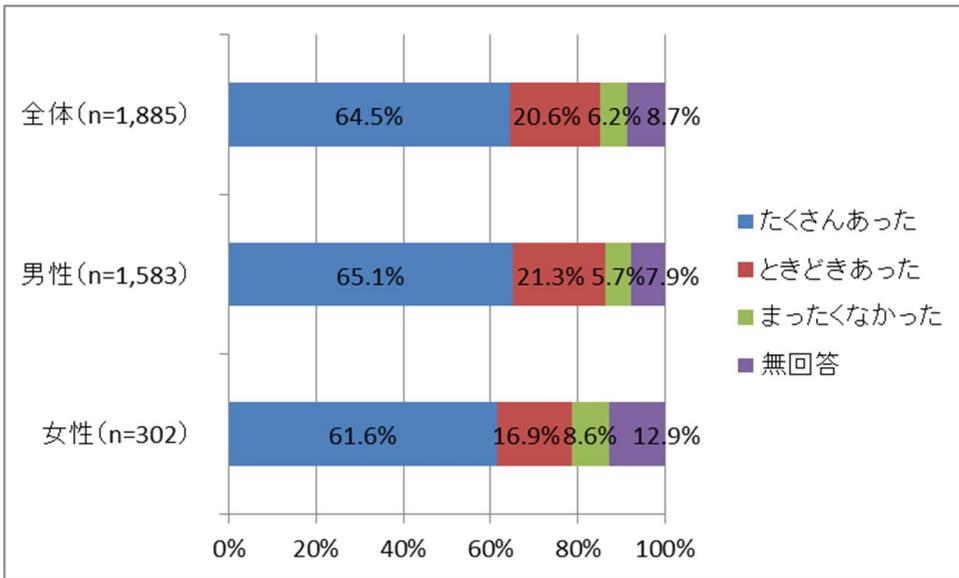
(6)開業直前の勤務先の事業内容との相違点（複数回答）

	問13(6)開業直前の勤務先との事業内容の相違点									
	対象とする顧客層を絞り込んだ	対象とする顧客層を広げた	商品・サービスの種類を絞り込んだ	商品・サービスの種類を増やした	商品・サービスの価格を安くした	商品・サービスの付加価値を高めた	商品・サービスの新しい生産方法や新しい提供方法を開発した	その他	異なる点はない	無回答
全体(n=1,345)	31.2%	25.5%	23.4%	18.5%	43.8%	19.9%	2.4%	2.4%	12.8%	0.8%
男性(n=1,170)	22.8%	19.5%	17.1%	17.5%	13.1%	32.7%	14.9%	1.5%	9.4%	0.8%
女性(n=175)	17.6%	9.9%	13.9%	11.3%	12.9%	21.2%	9.6%	2.7%	7.3%	1.3%

(7)開業直前の勤務先を離職したときの勤務先の業況

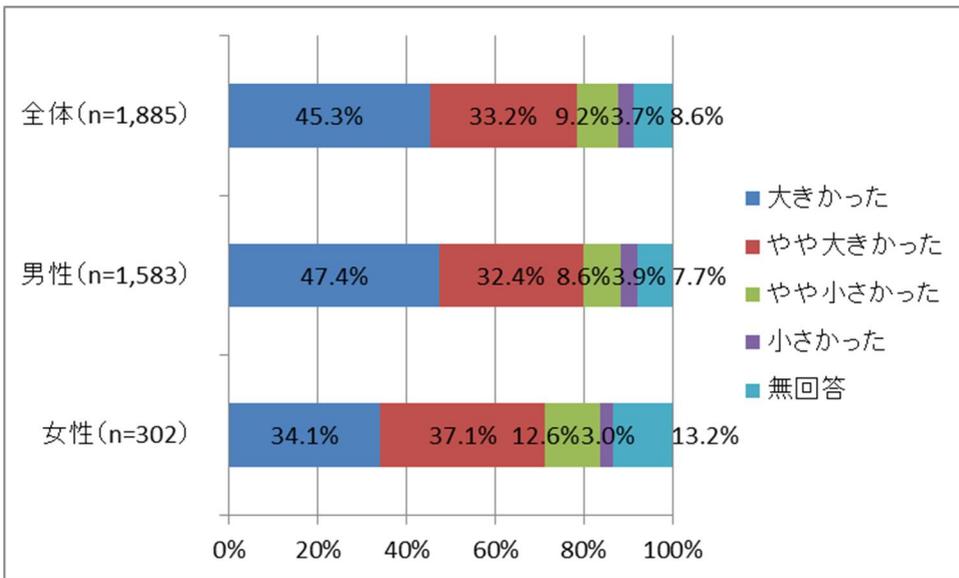


(8)開業直前の勤務先での顧客と話す機会の有無

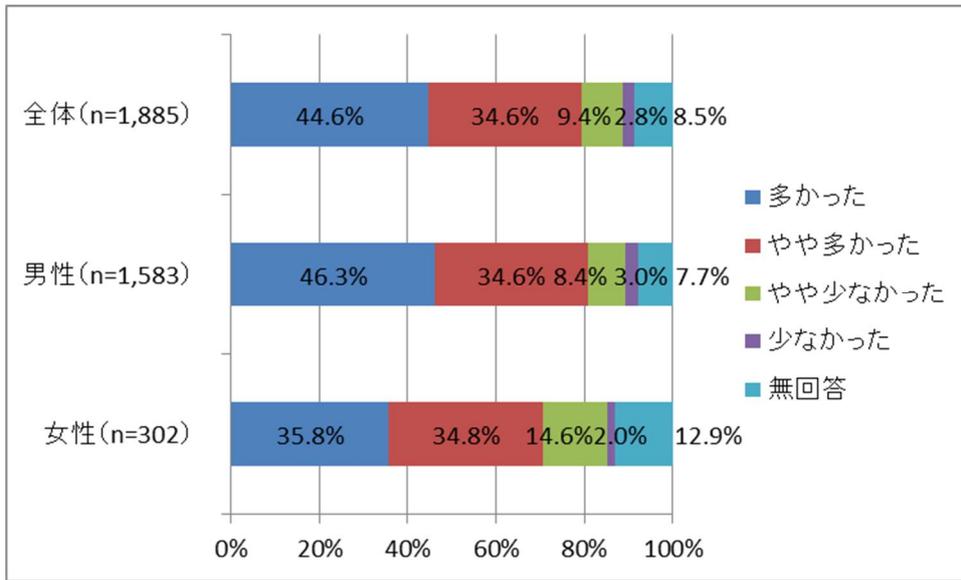


(9)開業直前の勤務先

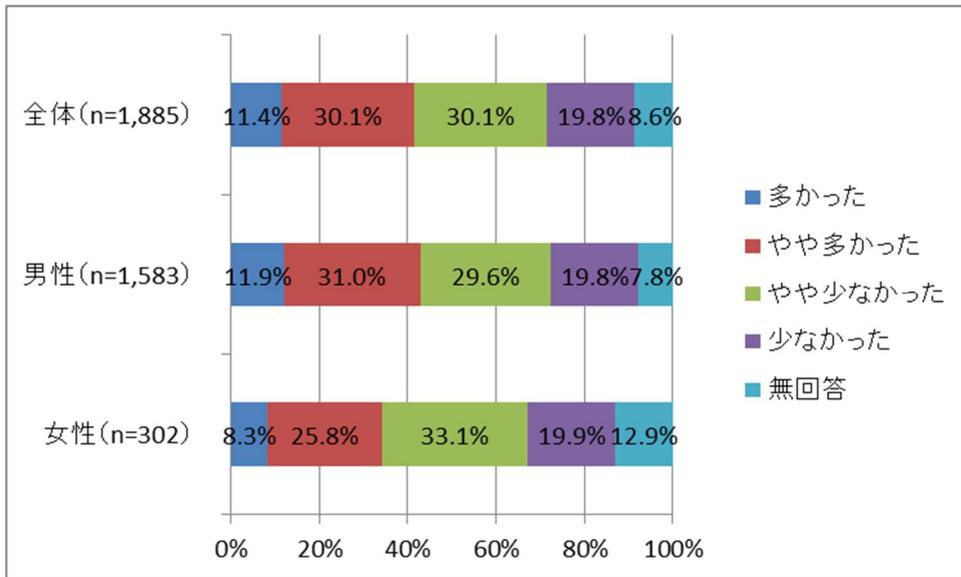
①与えられた仕事の裁量



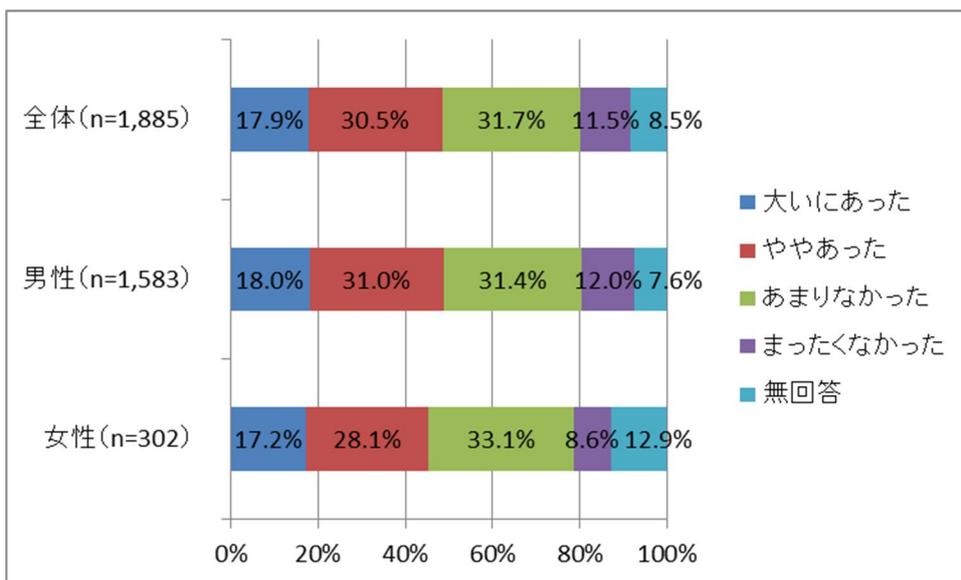
②与えられた仕事の種類



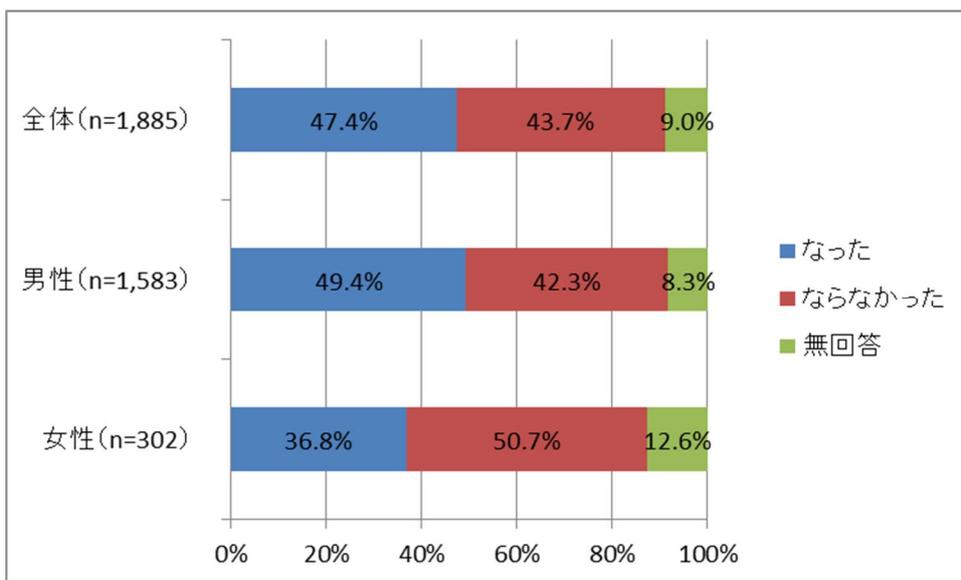
③報酬



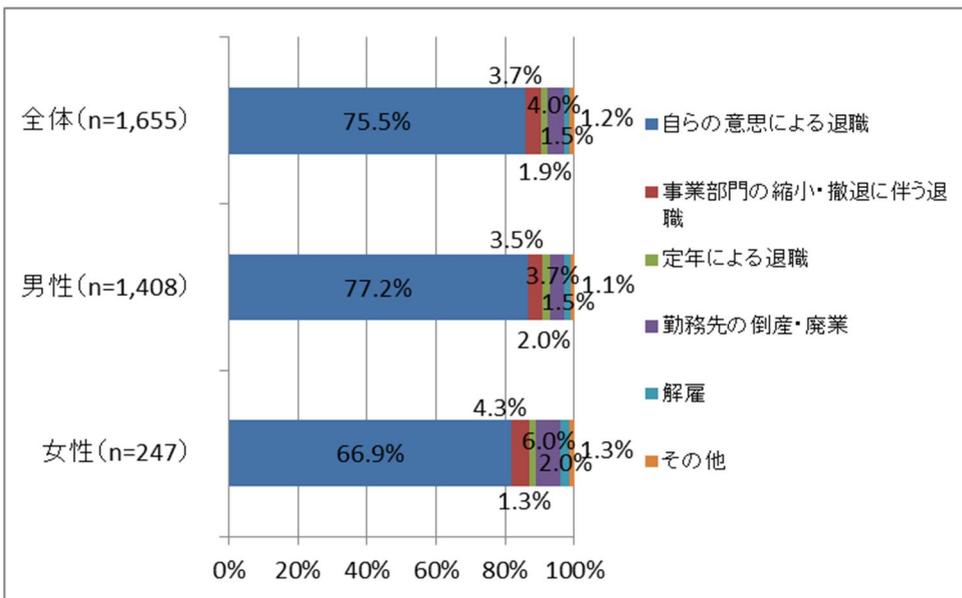
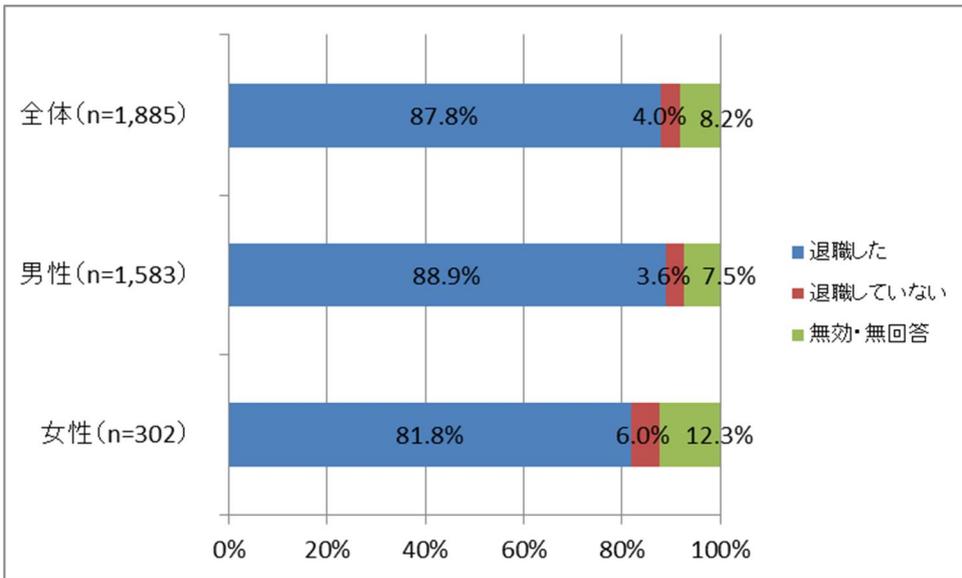
④新しいことに取り組む気風



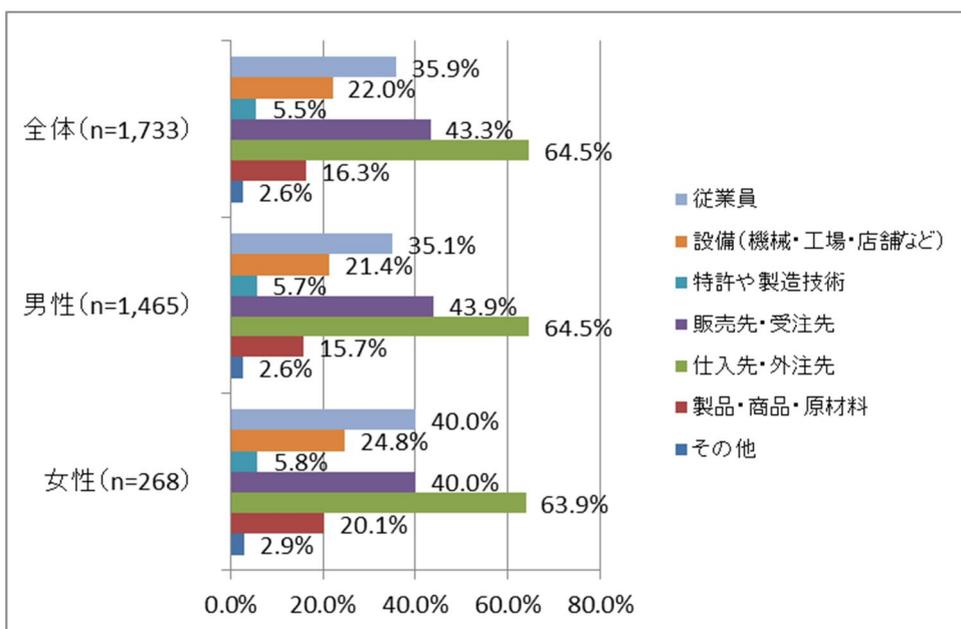
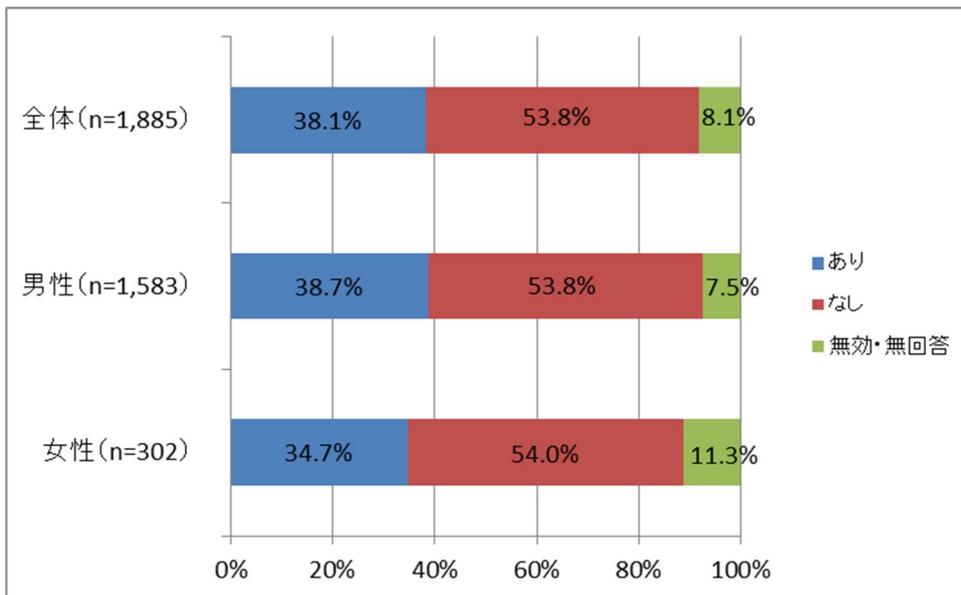
(10)開業直前の勤務先での不満が開業のきっかけになったか



(11)開業直前の勤務先の離職理由



(12)開業直前の勤務先から引き継いだもの（複数回答）



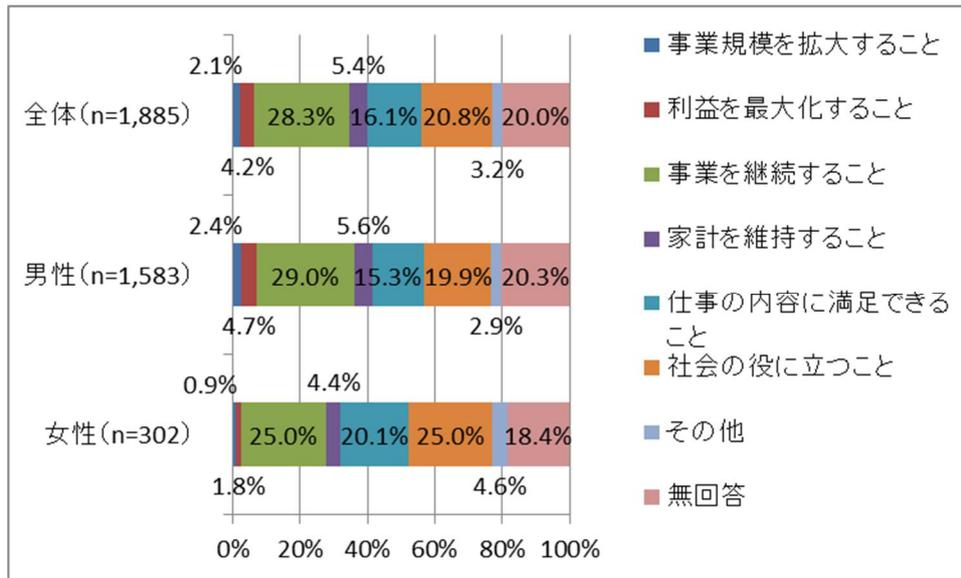
(13)開業直前の勤務先との関係（複数回答）

	問13(13)開業直前の勤務先との関係				
	販売先・受注先	仕入先・外注先	競合相手	関係はない	無効・無回答
全体 (n=1,885)	8.2%	7.9%	25.6%	54.5%	9.2%
男性 (n=1,583)	8.8%	8.2%	27.2%	53.1%	8.3%
女性 (n=302)	5.3%	6.0%	17.2%	61.6%	13.9%

(14)開業直前の勤務先からの支援（複数回答）

	問13(14)開業直前の勤務先からの支援								
	販売先・受注先を紹介してもらった	仕入先・外注先を紹介してもらった	顧客となった	資金面で協力してもらった	金融機関を紹介してもらった	経営に関する助言を受けた	その他	これといった支援は受けていない	無効・無回答
全体(n=1,885)	6.9%	8.1%	4.8%	3.1%	3.0%	13.3%	0.7%	66.8%	8.7%
男性(n=1,583)	6.8%	8.2%	5.0%	3.3%	3.1%	14.0%	0.6%	66.8%	8.0%
女性(n=302)	7.6%	7.6%	3.6%	2.3%	2.7%	9.6%	1.7%	66.9%	12.3%

問 14 経営するうえで最も重視していること



問 15 心配・苦勞したこと

(1)開業前に心配だったこと（複数回答）

	問15(1)開業前に心配だったこと													
	商品・サービスの企画・開発	顧客・販路の開拓	仕入先・外注先の確保	従業員の確保	従業員教育、人材育成	業界に関する知識の不足	商品・サービスに関する知識の不足	財務・税務・法務に関する知識の不足	資金繰り、資金調達	経営の相談ができる相手がないこと	家事や育児、介護等との両立	その他	とくにない	無回答
全体(n=1,885)	10.7%	45.2%	17.2%	17.6%	14.5%	10.7%	7.6%	29.0%	77.1%	7.6%	5.4%	0.6%	2.8%	1.0%
男性(n=1,583)	10.6%	45.7%	17.6%	18.2%	14.5%	10.3%	7.1%	29.3%	77.3%	7.1%	4.2%	0.6%	3.0%	1.0%
女性(n=302)	10.9%	42.7%	15.6%	14.2%	14.9%	12.9%	10.3%	27.5%	75.8%	9.9%	11.6%	0.3%	1.7%	0.7%

(2)開業時に苦勞したこと（複数回答）

	問15(2)開業時に苦勞したこと													
	商品・サービスの企画・開発	顧客・販路の開拓	仕入先・外注先の確保	従業員の確保	従業員教育、人材育成	業界に関する知識の不足	商品・サービスに関する知識の不足	財務・税務・法務に関する知識の不足	資金繰り、資金調達	経営の相談ができる相手がないこと	家事や育児、介護等との両立	その他	とくにない	無回答
全体(n=1,885)	9.3%	44.9%	11.2%	19.9%	15.0%	10.7%	6.0%	33.3%	46.9%	10.9%	4.2%	0.9%	6.0%	1.6%
男性(n=1,583)	9.1%	45.7%	11.1%	20.0%	15.5%	9.7%	5.5%	33.5%	48.5%	10.9%	3.5%	0.7%	5.8%	1.6%
女性(n=302)	10.6%	40.4%	11.6%	19.9%	11.9%	16.2%	8.9%	31.8%	38.4%	10.9%	8.3%	2.0%	7.3%	2.0%

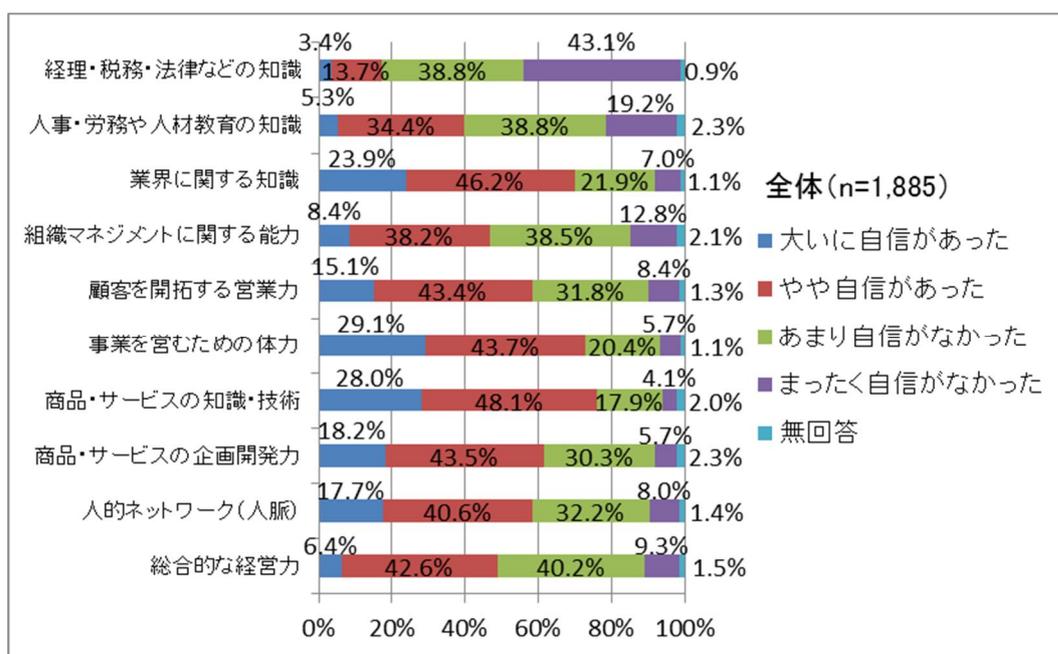
(3)現在苦勞していること（複数回答）

	問15(3)現在苦勞していること													
	商品・サービスの企画・開発	顧客・販路の開拓	仕入先・外注先の確保	従業員の確保	従業員教育、人材育成	業界に関する知識の不足	商品・サービスに関する知識の不足	財務・税務・法務に関する知識の不足	資金繰り、資金調達	経営の相談ができる相手がないこと	家事や育児、介護等との両立	その他	とくにない	無回答
全体(n=1,885)	11.6%	43.6%	5.5%	27.7%	24.7%	4.7%	3.3%	25.0%	39.2%	11.8%	7.0%	1.1%	8.2%	1.3%
男性(n=1,583)	11.6%	43.6%	5.9%	28.1%	24.6%	4.7%	3.3%	25.5%	40.0%	10.8%	6.1%	1.1%	8.2%	1.2%
女性(n=302)	11.3%	43.7%	3.6%	26.2%	25.2%	4.3%	3.3%	22.2%	34.8%	16.9%	11.9%	0.7%	8.3%	2.0%

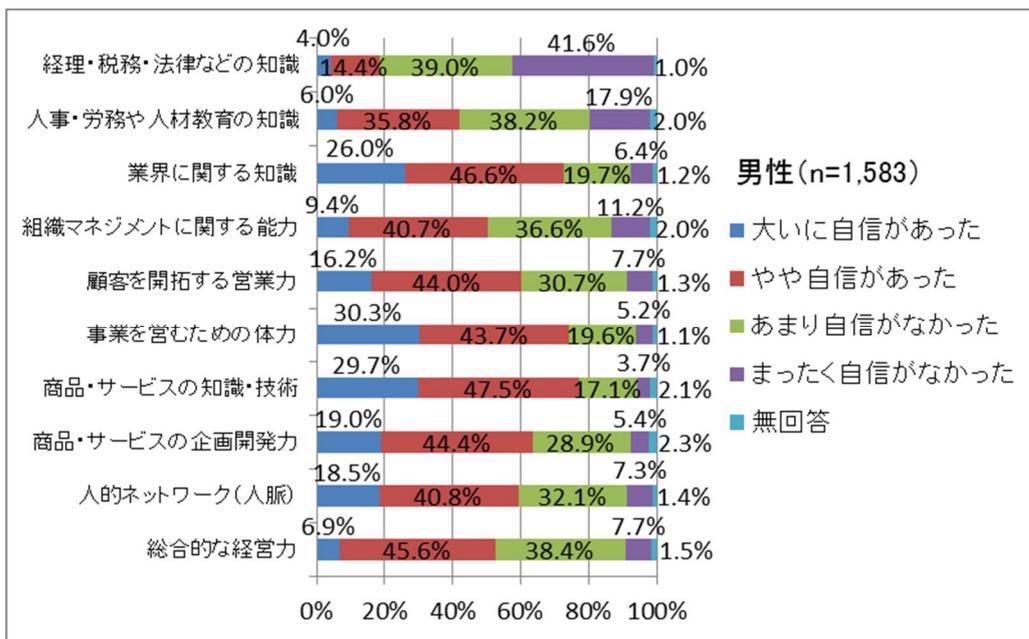
問 16 自信の有無

(1)開業時

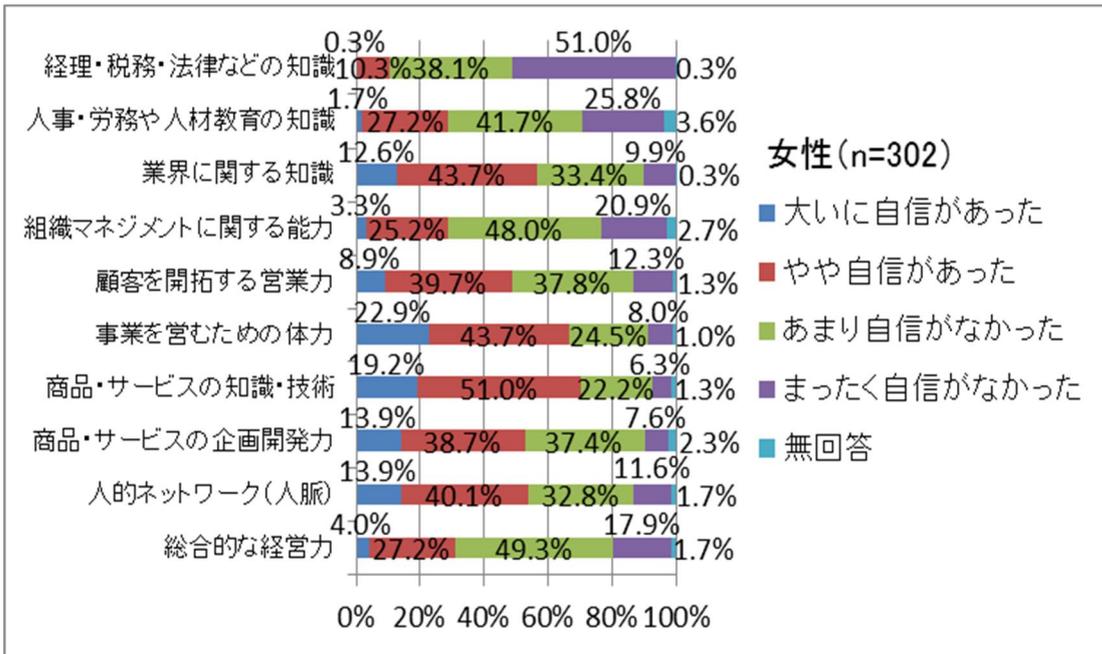
	問16(1)自信の有無(開業時):全体(n=1,885)				
	大いに自信があった	やや自信があった	あまり自信がなかった	まったく自信がなかった	無回答
経理・税務・法律などの知識	3.4%	13.7%	38.8%	43.1%	0.9%
人事・労務や人材教育の知識	5.3%	34.4%	38.8%	19.2%	2.3%
業界に関する知識	23.9%	46.2%	21.9%	7.0%	1.1%
組織マネジメントに関する能力	8.4%	38.2%	38.5%	12.8%	2.1%
顧客を開拓する営業力	15.1%	43.4%	31.8%	8.4%	1.3%
事業を営むための体力	29.1%	43.7%	20.4%	5.7%	1.1%
商品・サービスの知識・技術	28.0%	48.1%	17.9%	4.1%	2.0%
商品・サービスの企画開発力	18.2%	43.5%	30.3%	5.7%	2.3%
人的ネットワーク(人脈)	17.7%	40.6%	32.2%	8.0%	1.4%
総合的な経営力	6.4%	42.6%	40.2%	9.3%	1.5%



	問16(1)自信の有無(開業時):男性(n=1,583)				
	大いに自信があった	やや自信があった	あまり自信がなかった	まったく自信がなかった	無回答
経理・税務・法律などの知識	4.0%	14.4%	39.0%	41.6%	1.0%
人事・労務や人材教育の知識	6.0%	35.8%	38.2%	17.9%	2.0%
業界に関する知識	26.0%	46.6%	19.7%	6.4%	1.2%
組織マネジメントに関する能力	9.4%	40.7%	36.6%	11.2%	2.0%
顧客を開拓する営業力	16.2%	44.0%	30.7%	7.7%	1.3%
事業を営むための体力	30.3%	43.7%	19.6%	5.2%	1.1%
商品・サービスの知識・技術	29.7%	47.5%	17.1%	3.7%	2.1%
商品・サービスの企画開発力	19.0%	44.4%	28.9%	5.4%	2.3%
人的ネットワーク(人脈)	18.5%	40.8%	32.1%	7.3%	1.4%
総合的な経営力	6.9%	45.6%	38.4%	7.7%	1.5%

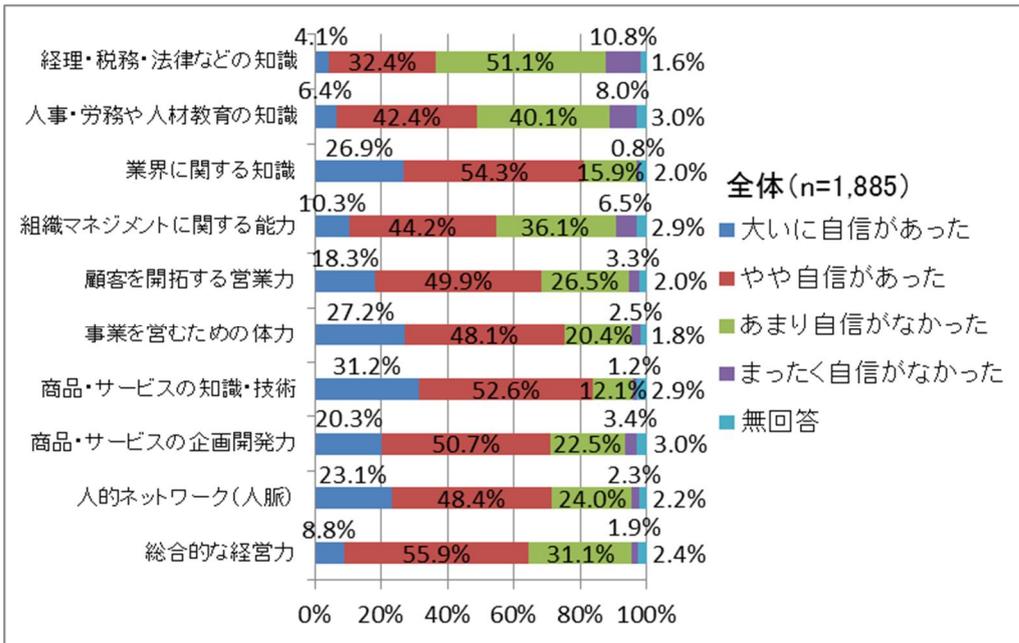


	問16(1)自信の有無(開業時):女性(n=302)				
	大いに自信があった	やや自信があった	あまり自信がなかった	まったく自信がなかった	無回答
経理・税務・法律などの知識	0.3%	10.3%	38.1%	51.0%	0.3%
人事・労務や人材教育の知識	1.7%	27.2%	41.7%	25.8%	3.6%
業界に関する知識	12.6%	43.7%	33.4%	9.9%	0.3%
組織マネジメントに関する能力	3.3%	25.2%	48.0%	20.9%	2.7%
顧客を開拓する営業力	8.9%	39.7%	37.8%	12.3%	1.3%
事業を営むための体力	22.9%	43.7%	24.5%	8.0%	1.0%
商品・サービスの知識・技術	19.2%	51.0%	22.2%	6.3%	1.3%
商品・サービスの企画開発力	13.9%	38.7%	37.4%	7.6%	2.3%
人的ネットワーク(人脈)	13.9%	40.1%	32.8%	11.6%	1.7%
総合的な経営力	4.0%	27.2%	49.3%	17.9%	1.7%

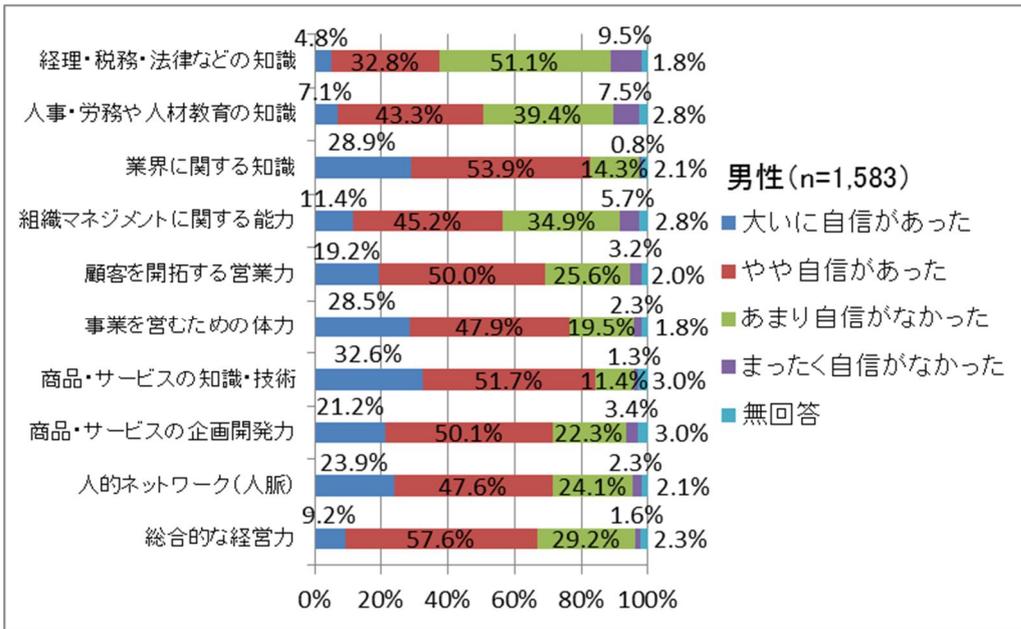


(2)現在

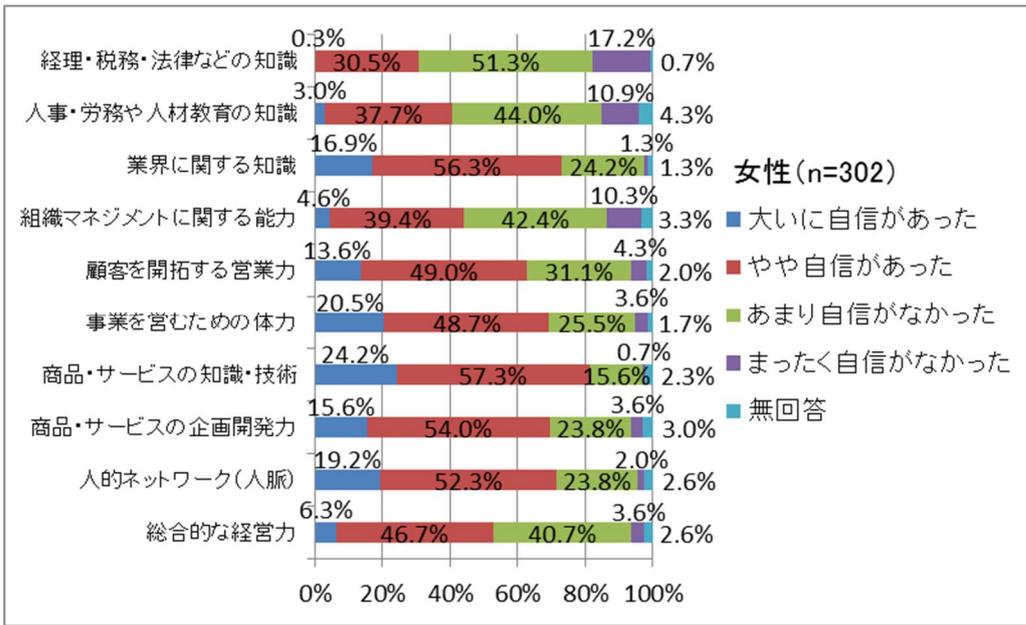
	問16(2)自信の有無(現在):全体(n=1,885)				
	大いに自信があった	やや自信があった	あまり自信がなかった	まったく自信がなかった	無回答
経理・税務・法律などの知識	4.1%	32.4%	51.1%	10.8%	1.6%
人事・労務や人材教育の知識	6.4%	42.4%	40.1%	8.0%	3.0%
業界に関する知識	26.9%	54.3%	15.9%	0.8%	2.0%
組織マネジメントに関する能力	10.3%	44.2%	36.1%	6.5%	2.9%
顧客を開拓する営業力	18.3%	49.9%	26.5%	3.3%	2.0%
事業を営むための体力	27.2%	48.1%	20.4%	2.5%	1.8%
商品・サービスの知識・技術	31.2%	52.6%	12.1%	1.2%	2.9%
商品・サービスの企画開発力	20.3%	50.7%	22.5%	3.4%	3.0%
人的ネットワーク(人脈)	23.1%	48.4%	24.0%	2.3%	2.2%
総合的な経営力	8.8%	55.9%	31.1%	1.9%	2.4%



	問16(2) 自信の有無(現在): 男性 (n=1,583)				
	大いに自信があった	やや自信があった	あまり自信がなかった	まったく自信がなかった	無回答
経理・税務・法律などの知識	4.8%	32.8%	51.1%	9.5%	1.8%
人事・労務や人材教育の知識	7.1%	43.3%	39.4%	7.5%	2.8%
業界に関する知識	28.9%	53.9%	14.3%	0.8%	2.1%
組織マネジメントに関する能力	11.4%	45.2%	34.9%	5.7%	2.8%
顧客を開拓する営業力	19.2%	50.0%	25.6%	3.2%	2.0%
事業を営むための体力	28.5%	47.9%	19.5%	2.3%	1.8%
商品・サービスの知識・技術	32.6%	51.7%	11.4%	1.3%	3.0%
商品・サービスの企画開発力	21.2%	50.1%	22.3%	3.4%	3.0%
人的ネットワーク(人脈)	23.9%	47.6%	24.1%	2.3%	2.1%
総合的な経営力	9.2%	57.6%	29.2%	1.6%	2.3%



	問16(2) 自信の有無(現在): 女性 (n=302)				
	大いに自信があった	やや自信があった	あまり自信がなかった	まったく自信がなかった	無回答
経理・税務・法律などの知識	0.3%	30.5%	51.3%	17.2%	0.7%
人事・労務や人材教育の知識	3.0%	37.7%	44.0%	10.9%	4.3%
業界に関する知識	16.9%	56.3%	24.2%	1.3%	1.3%
組織マネジメントに関する能力	4.6%	39.4%	42.4%	10.3%	3.3%
顧客を開拓する営業力	13.6%	49.0%	31.1%	4.3%	2.0%
事業を営むための体力	20.5%	48.7%	25.5%	3.6%	1.7%
商品・サービスの知識・技術	24.2%	57.3%	15.6%	0.7%	2.3%
商品・サービスの企画開発力	15.6%	54.0%	23.8%	3.6%	3.0%
人的ネットワーク(人脈)	19.2%	52.3%	23.8%	2.0%	2.6%
総合的な経営力	6.3%	46.7%	40.7%	3.6%	2.6%



Ⅲ 開業の準備

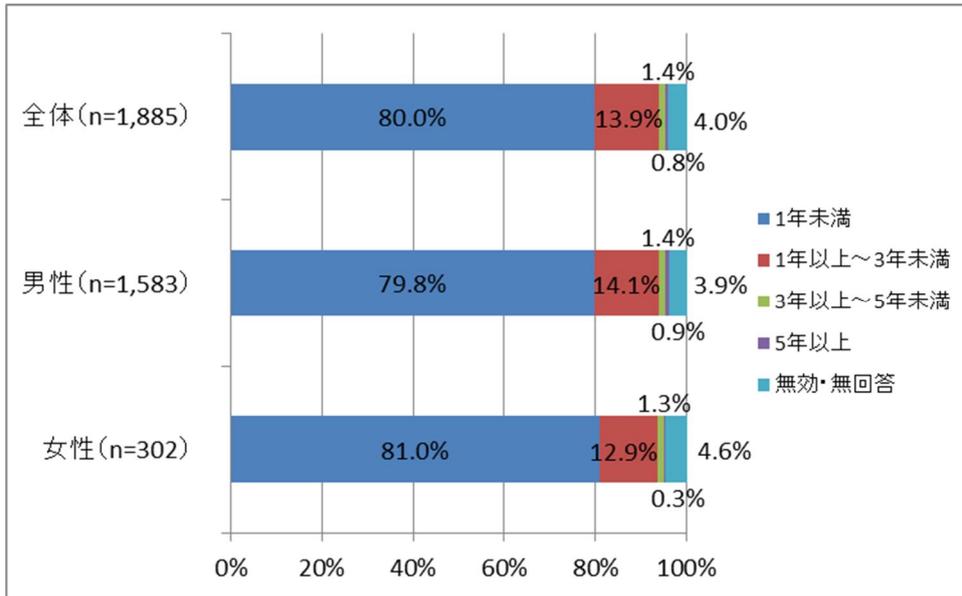
問 17 開業時期

(1)開業時期：平均

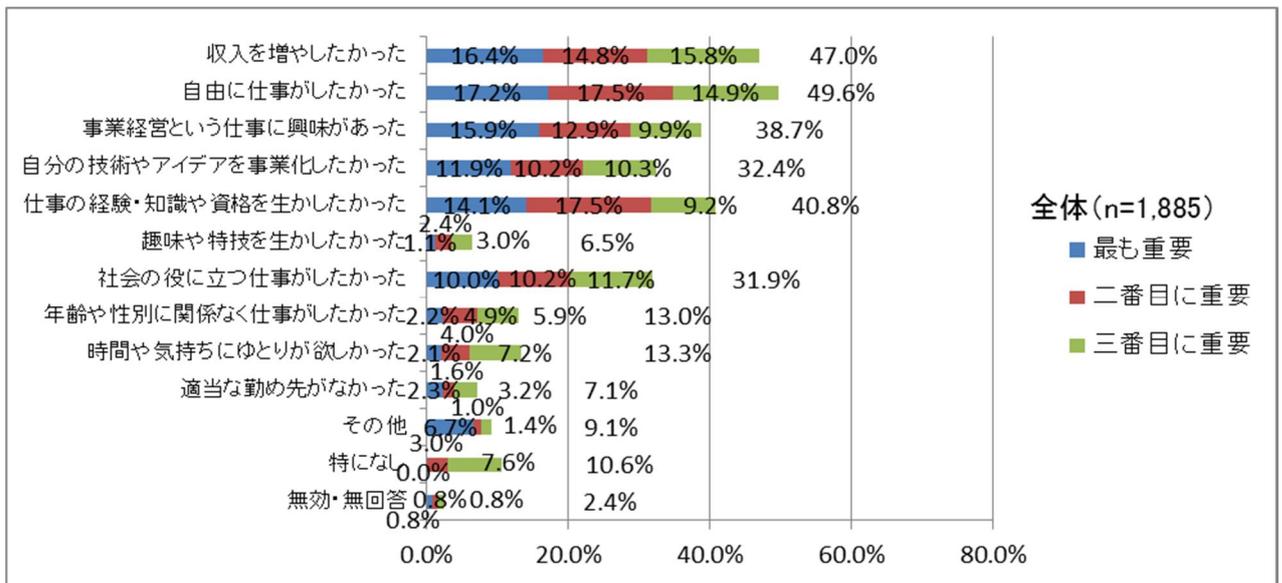
	問17(1)業歴
全体 (n=1,885)	14.8カ月
男性 (n=1,583)	15.0カ月
女性 (n=302)	14.0カ月

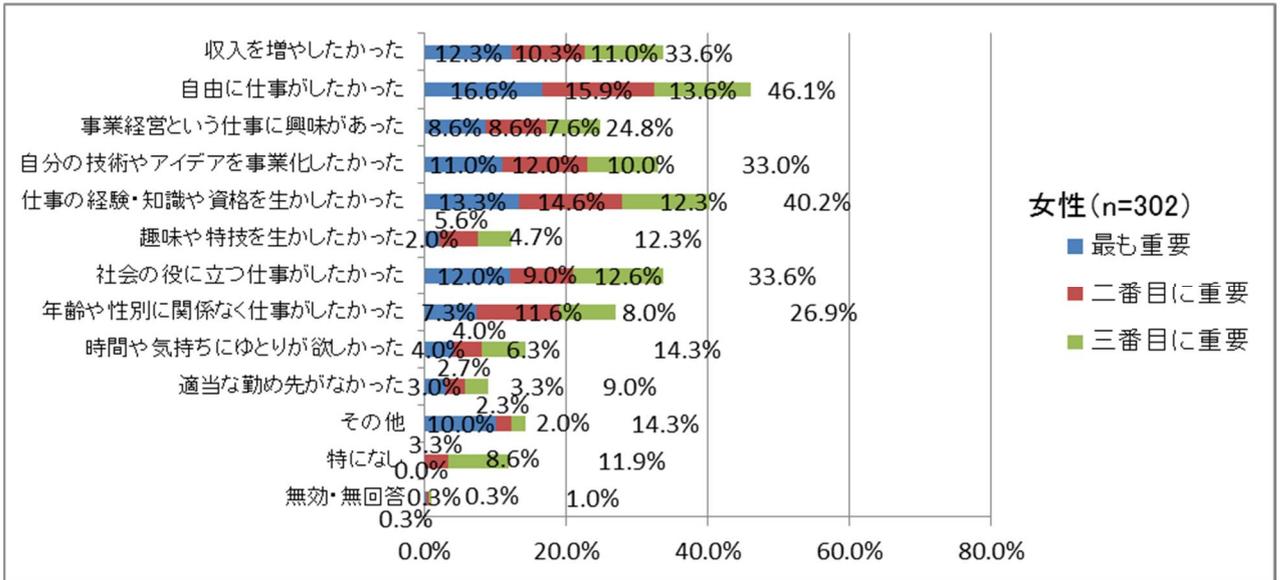
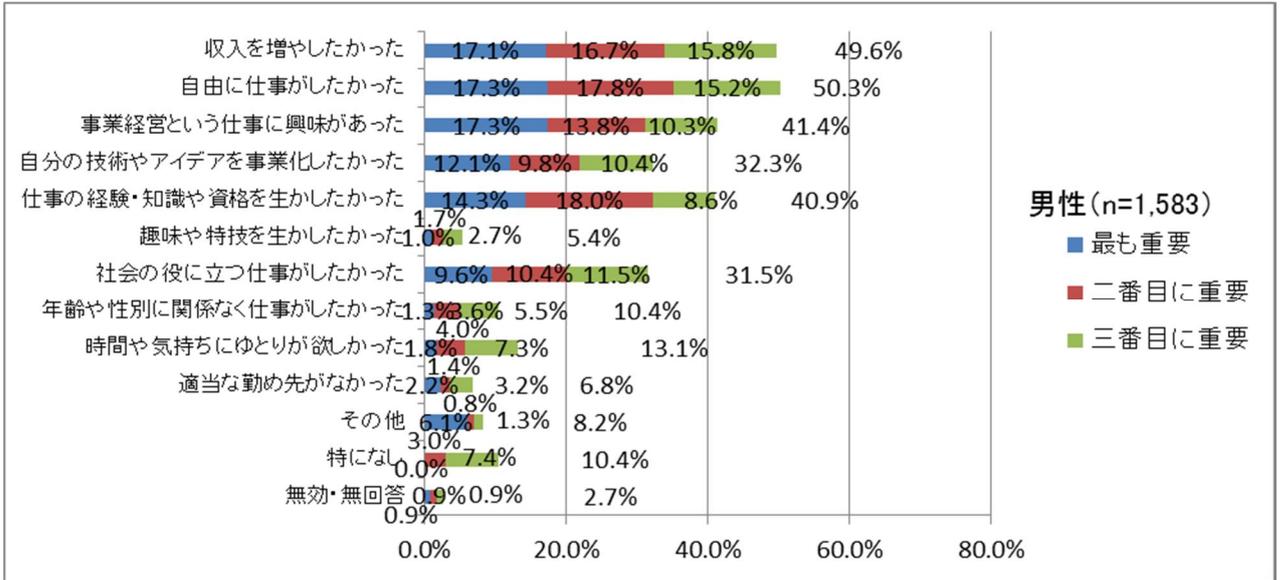
(2)開業準備を始めた時期

(準備から開業までの期間)



問 18 開業動機





問 19 開業の経緯（複数回答）

	問19 開業の経緯				
	特定企業の関連会社として開業した	家業を発展させる形で新会社を設立した	フランチャイズチェーンに加盟して開業した	当てはまるものはない	無回答
全体 (n=1,885)	4.2%	5.2%	7.1%	81.3%	2.7%
男性 (n=1,583)	4.4%	5.6%	7.3%	80.5%	2.8%
女性 (n=302)	3.3%	3.0%	6.0%	85.8%	2.3%

問 20 費用の内訳

(1)開業費用（万円）：平均

	問20(1)開業費用(万円)(平均)		
	全体(n=1,788)	男性(n=1,505)	女性(n=283)
①土地を購入する代金	68.5	68.0	70.8
②建物を購入する代金(新築・増改築を含む)	211.2	195.0	292.8
③土地・建物を借りる費用(敷金や入居保証金など)	72.4	73.9	64.1
④工場・店舗・事務所などの内外装工事費用	242.3	235.7	274.0
⑤機械設備・車両・じゅう器・備品などの購入費用	298.3	300.5	286.1
⑥営業保証金、フランチャイズ加盟金	43.5	47.2	23.5
⑦運転資金(仕入れ代金、人件費など)	350.9	360.3	306.1
合計	1,287.1	1,273.5	1,329.7

(2)調達先（万円）：平均

	問20(2)調達先(万円)(平均)					
	全体(n=1,806)		男性(n=1,516)		女性(n=290)	
	調達額	合計に占める割合	調達額	合計に占める割合	調達額	合計に占める割合
①自己資金(預貯金、退職金など)	350.1	23.9%	353.9	24.3%	330.2	22.6%
②配偶者・親・兄弟姉妹・親戚からの借入金・出資金	100.2	6.8%	87.8	6.0%	96.7	6.6%
③自社の役員・従業員からの借入金・出資金(②を除く)	21.1	1.4%	23.0	1.6%	10.8	0.7%
④事業に賛同してくれた個人・法人からの借入金・出資金	16.7	1.1%	18.3	1.3%	8.7	0.6%
⑤友人・知人からの借入金・出資金(④を除く)	7.5	0.5%	8.1	0.6%	4.7	0.3%
⑥日本政策金融公庫からの借入金	660.3	45.1%	586.0	40.2%	755.1	51.7%
⑦地方自治体の制度融資	21.8	1.5%	20.9	1.4%	26.1	1.8%
⑧公的機関からの借入金(⑥、⑦を除く)	21.6	1.5%	16.0	1.1%	50.7	3.5%
⑨民間金融機関(銀行、信用金庫など)からの借入金	224.5	15.3%	245.3	16.8%	115.0	7.9%
⑩ベンチャーキャピタルからの出資金	0.0	0.0%	0.0	0.0%	0.0	0.0%
⑪リース、設備手形、設備業者のローン	31.2	2.1%	26.2	1.8%	57.1	3.9%
⑫その他	8.8	0.6%	9.5	0.6%	5.1	0.3%
合計	1,463.8	100.0%	1,458.0	100.0%	1,461.1	100.0%

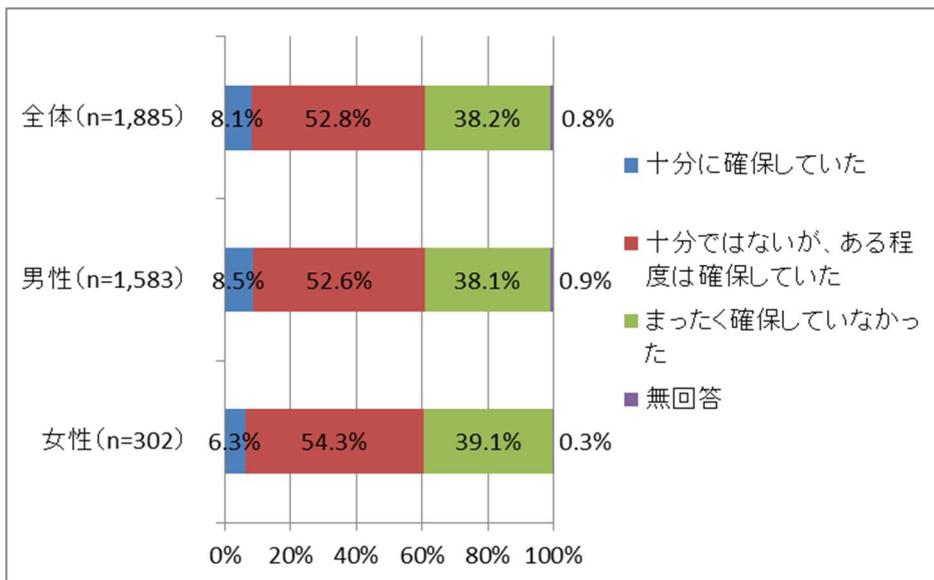
問 21 開業費用節約のために行ったこと（複数回答）

	問21 開業費用節約のために行ったこと												
	中古の設備や備品を購入した	レンタルやリースの設備や備品を利用した	店舗、事務所などの内装工事を自分で行った	自宅の一部を店舗、事務所などにした	インキュベーション施設に入居した	知人の店舗、事務所などの一部を間借りした	外注やアウトソーシングを利用した	取引先と交渉して有利な取引条件にした	扱う商品やサービスを絞り込んだ	従業員を雇用せず家族に働いてもらった	その他	とくにない	無回答
全体(n=1,885)	50.8%	25.8%	20.3%	19.3%	1.3%	7.2%	5.5%	27.5%	17.7%	22.4%	2.2%	9.8%	1.1%
男性(n=1,583)	52.1%	26.0%	20.6%	19.0%	1.3%	7.7%	5.6%	28.6%	17.4%	23.1%	2.0%	9.9%	0.9%
女性(n=302)	44.0%	25.2%	18.5%	20.9%	1.7%	4.3%	5.3%	21.9%	19.2%	18.9%	3.0%	8.9%	2.0%

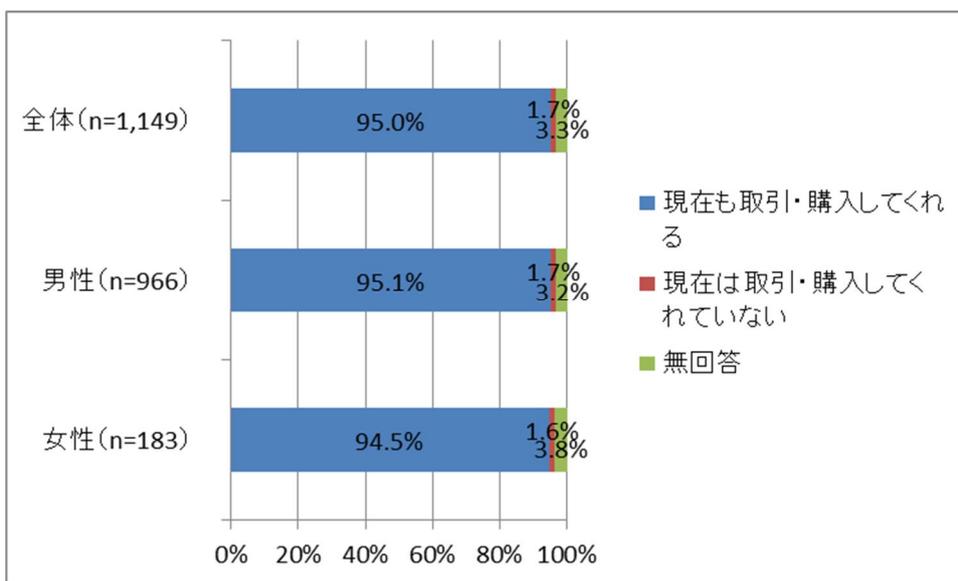
IV 顧客獲得の取り組み

問 22 顧客の確保状況

(1)開業時



(2-1)開業時に確保した顧客の継続取引状況

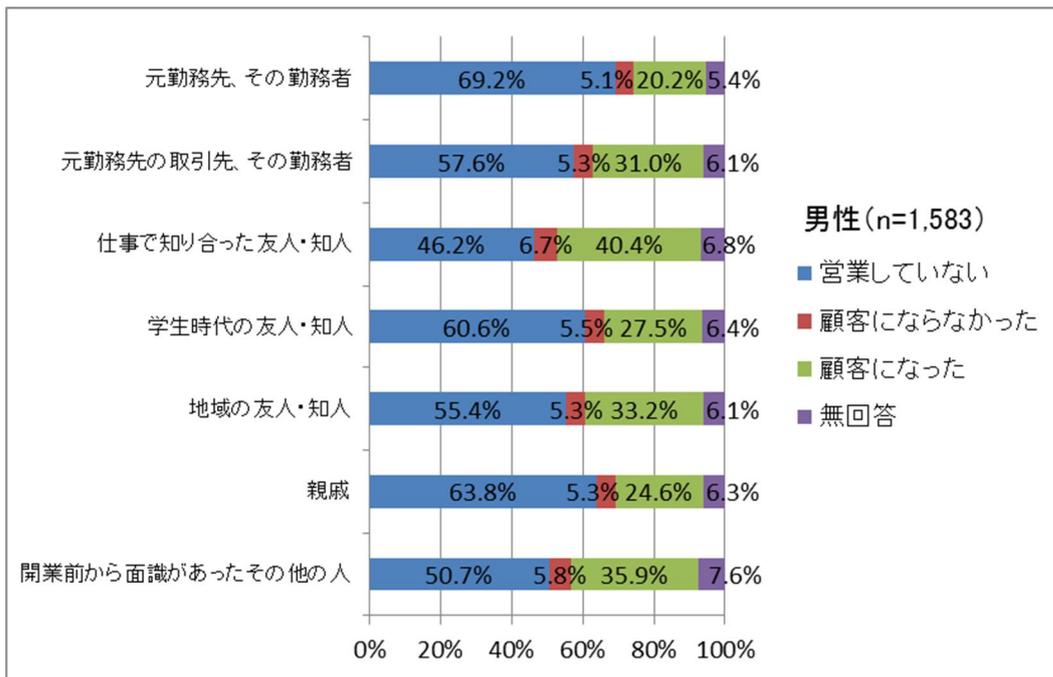
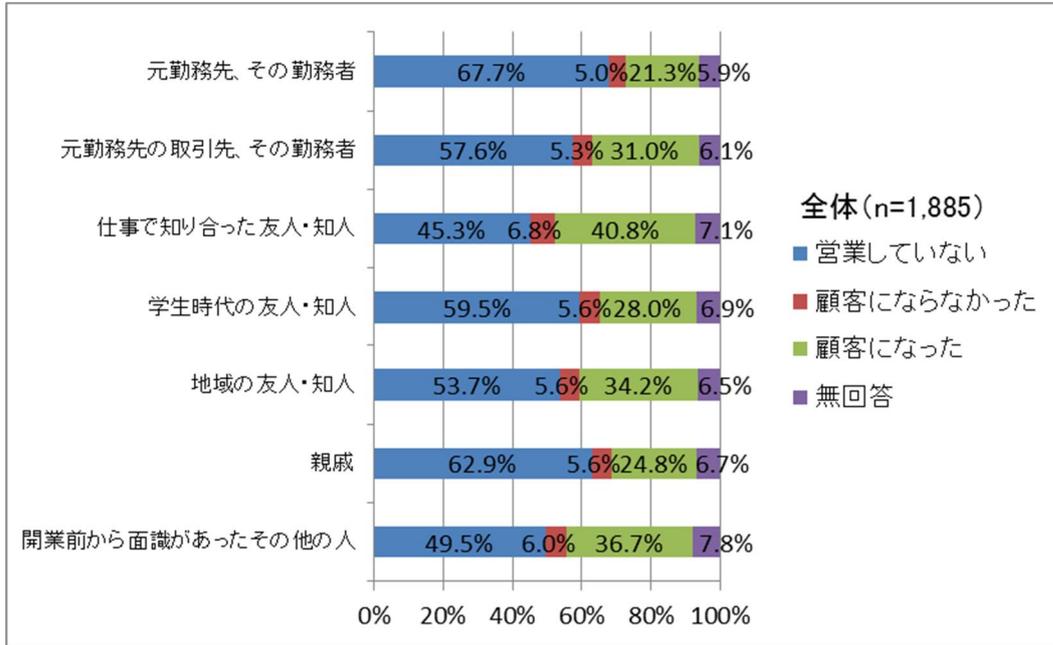


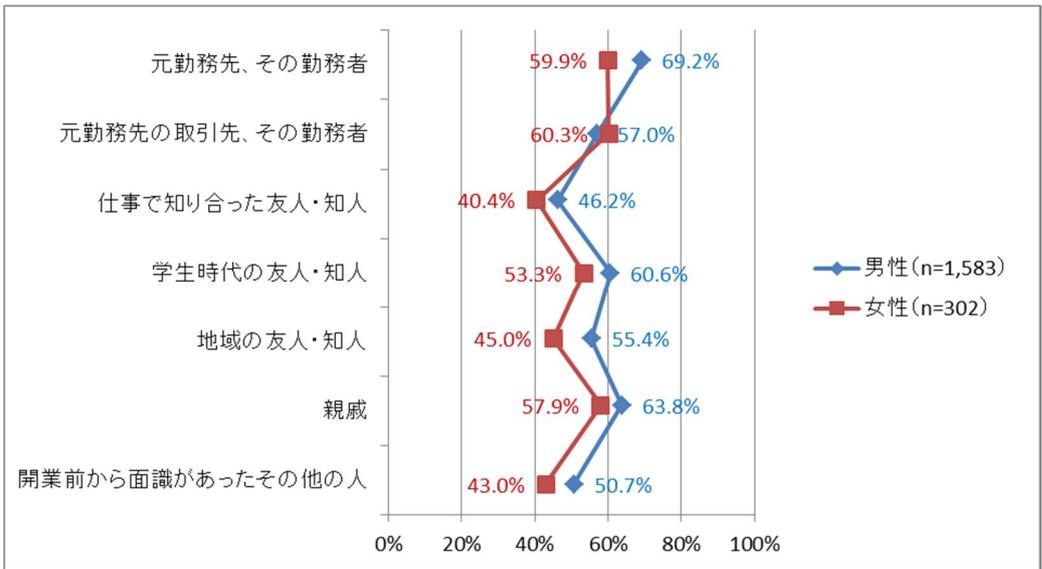
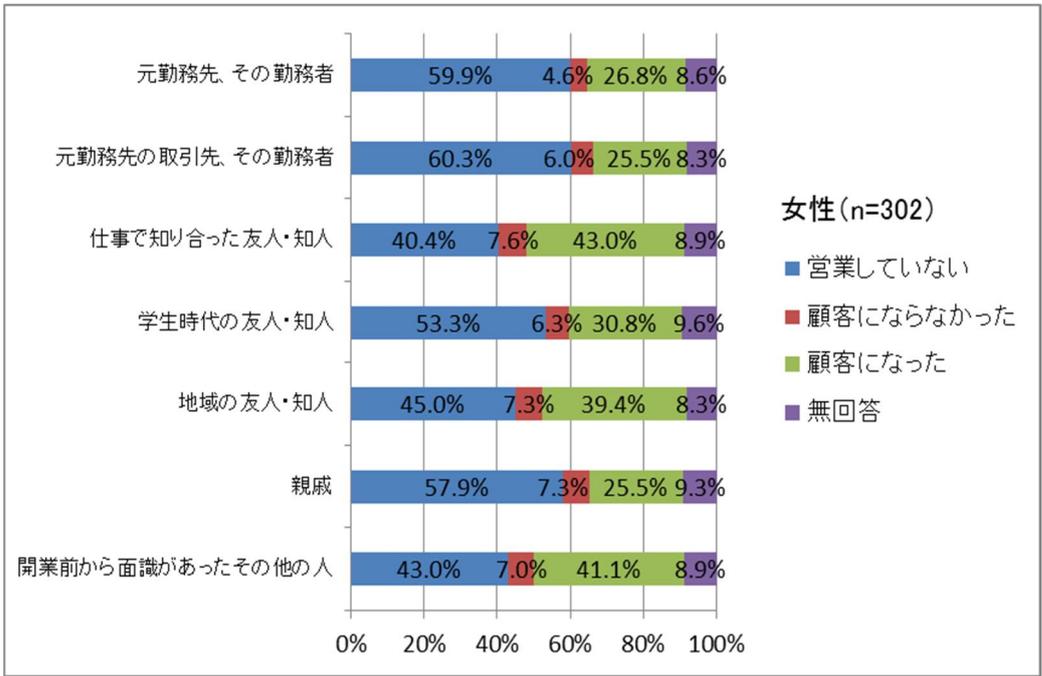
(2-2)開業時に確保した顧客の継続割合

	問22(2)開業時に確保した顧客の継続割合(平均)
全体 (n=1,072)	約7.1割
男性 (n=905)	約7.1割
女性 (n=167)	約6.9割

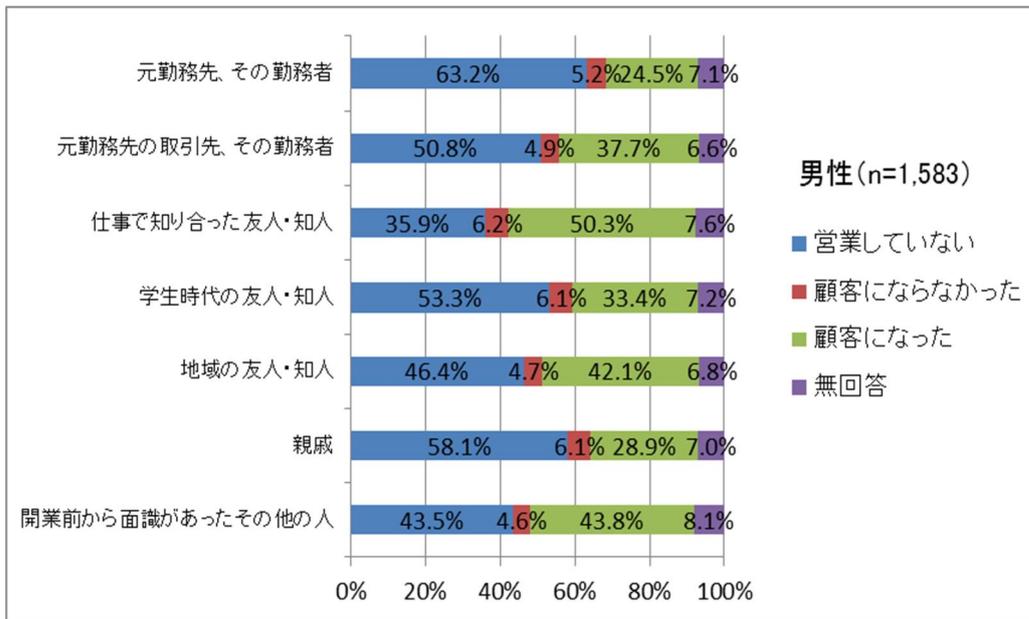
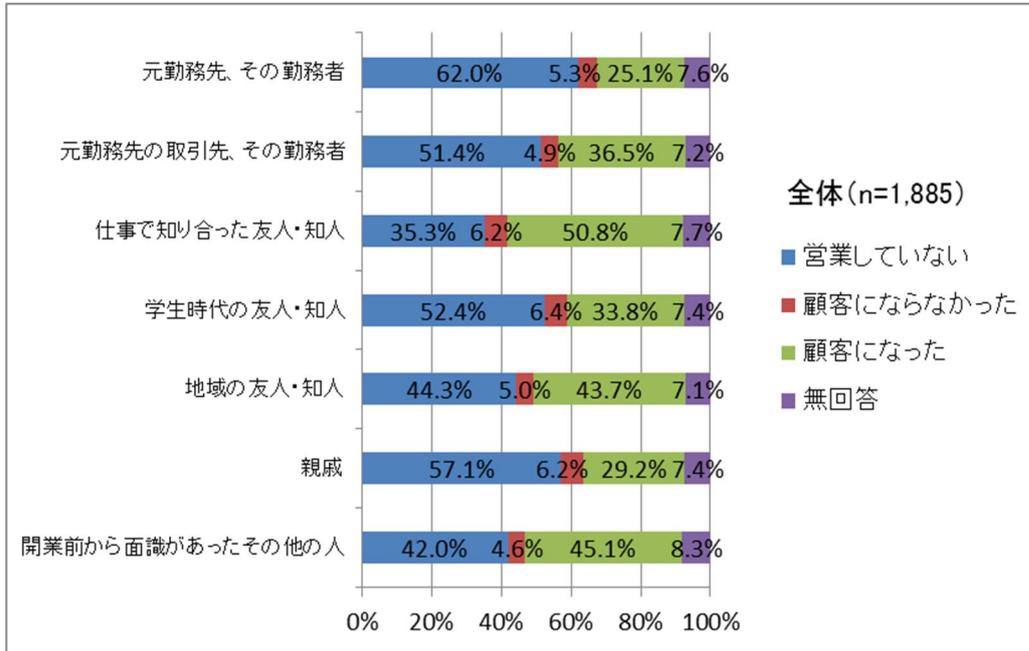
問 23 顧客獲得のための営業

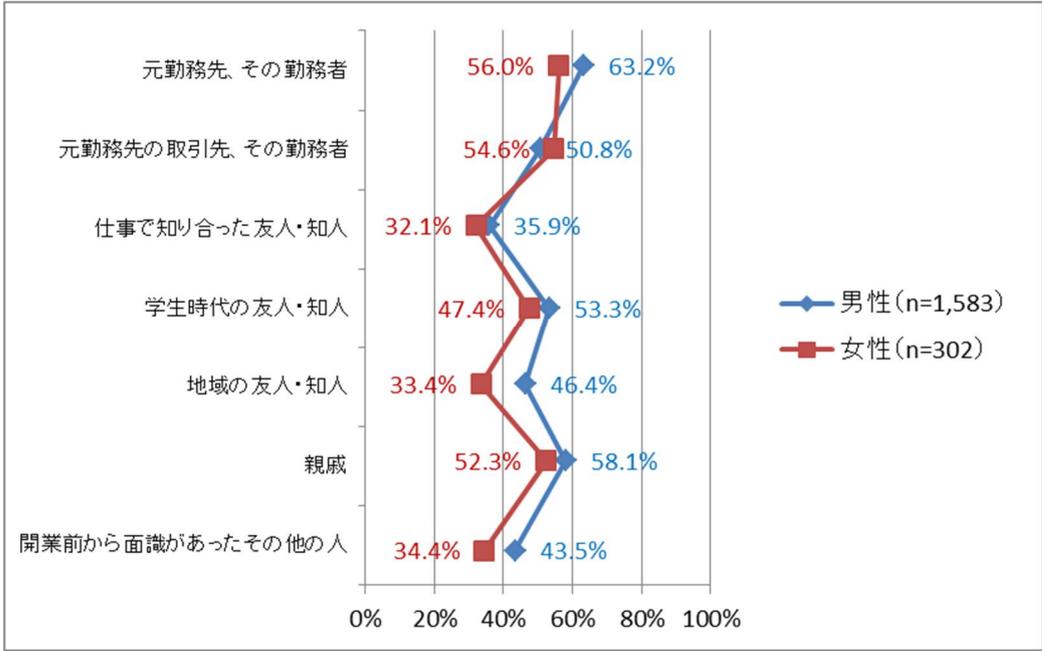
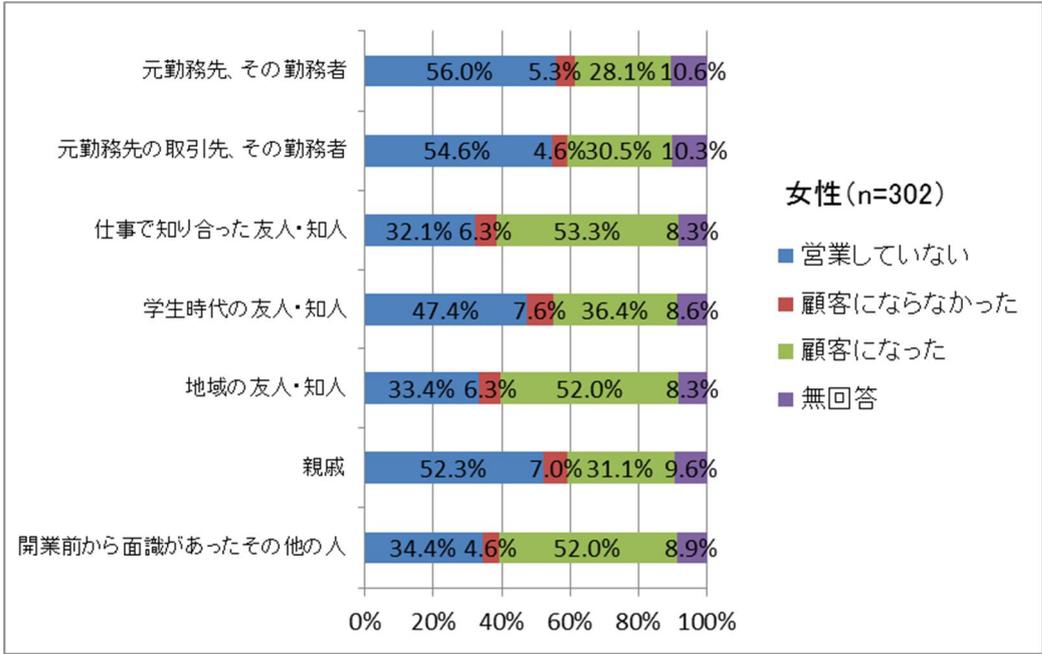
(1)開業前・開業時





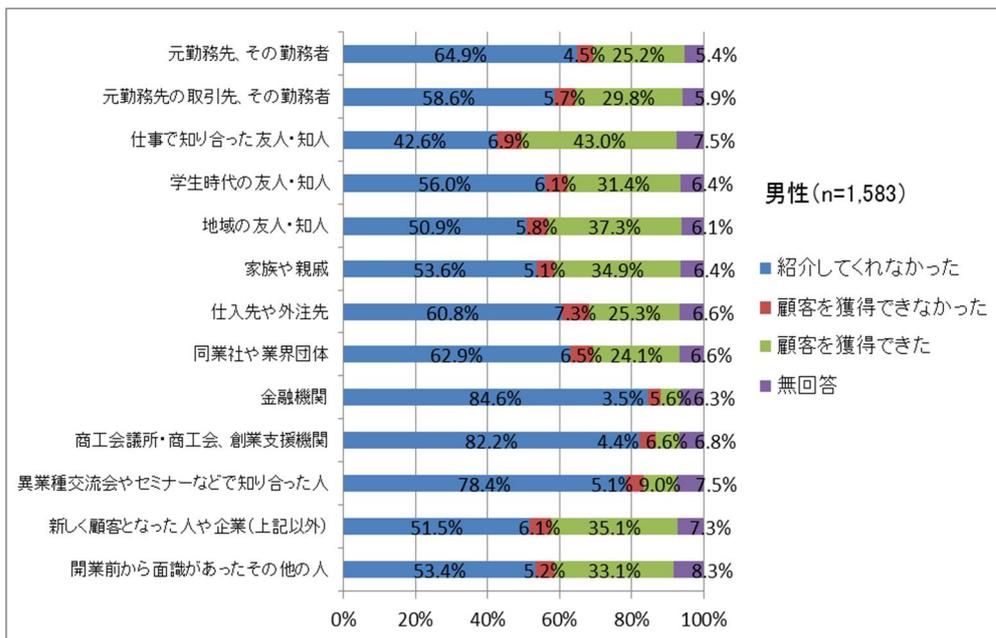
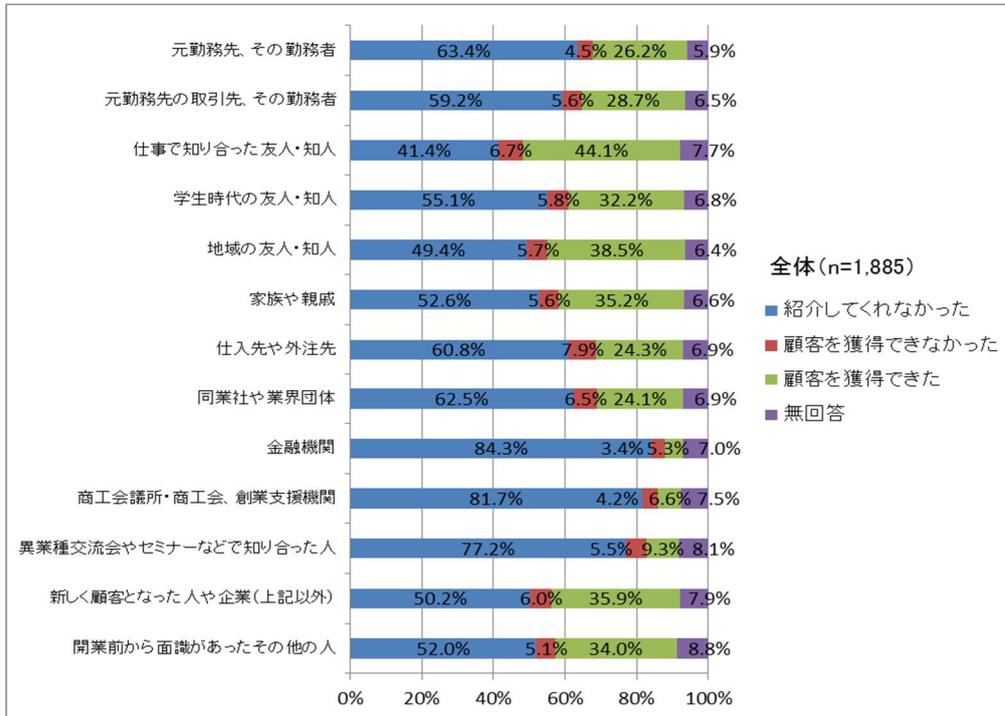
(2)開業後

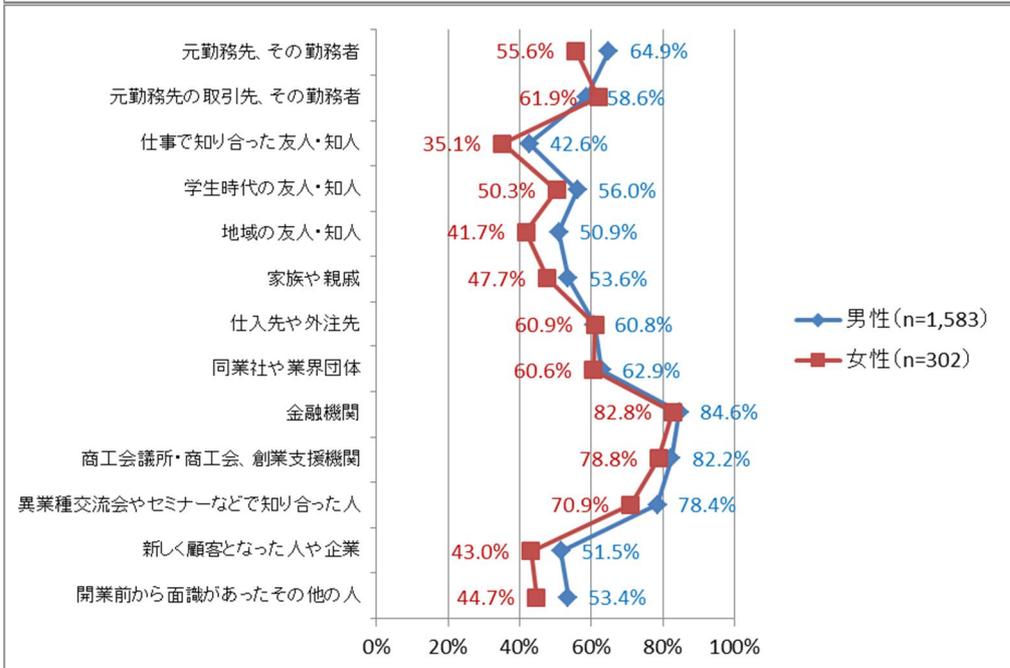
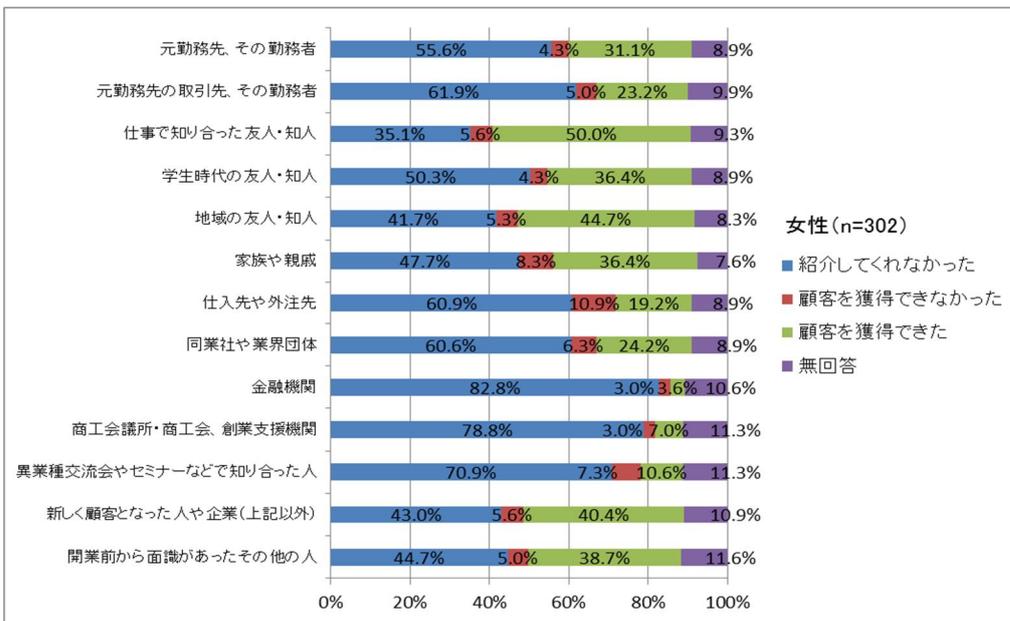




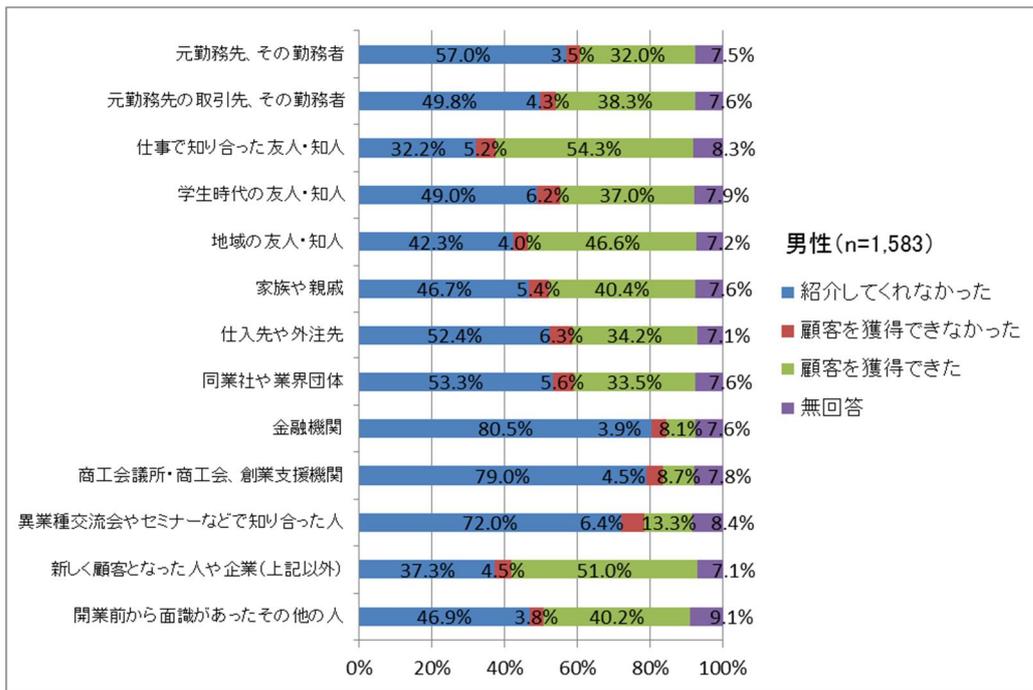
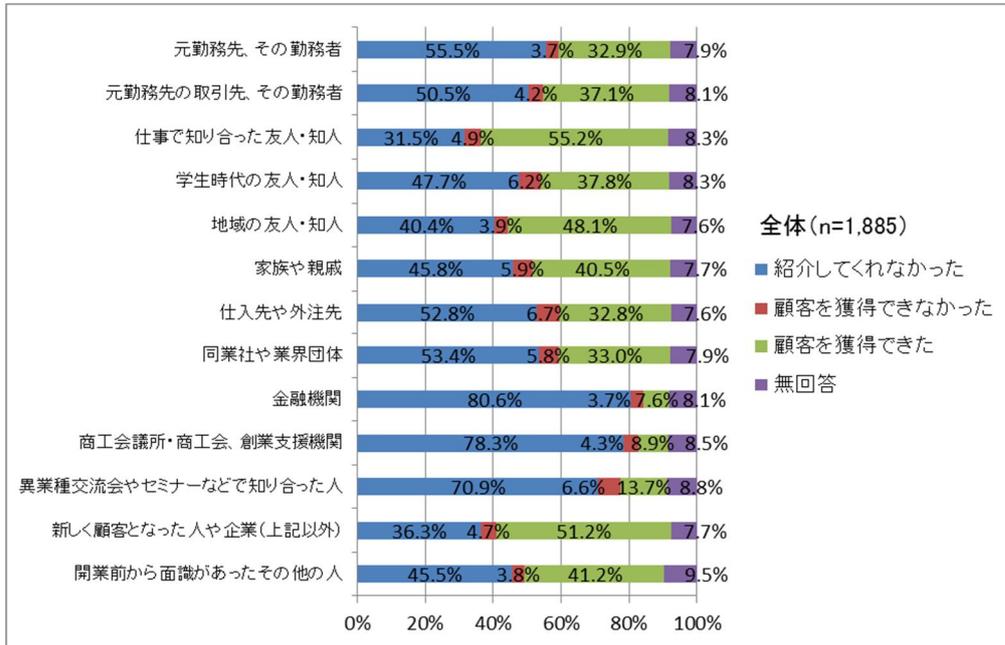
問 24 顧客紹介の有無

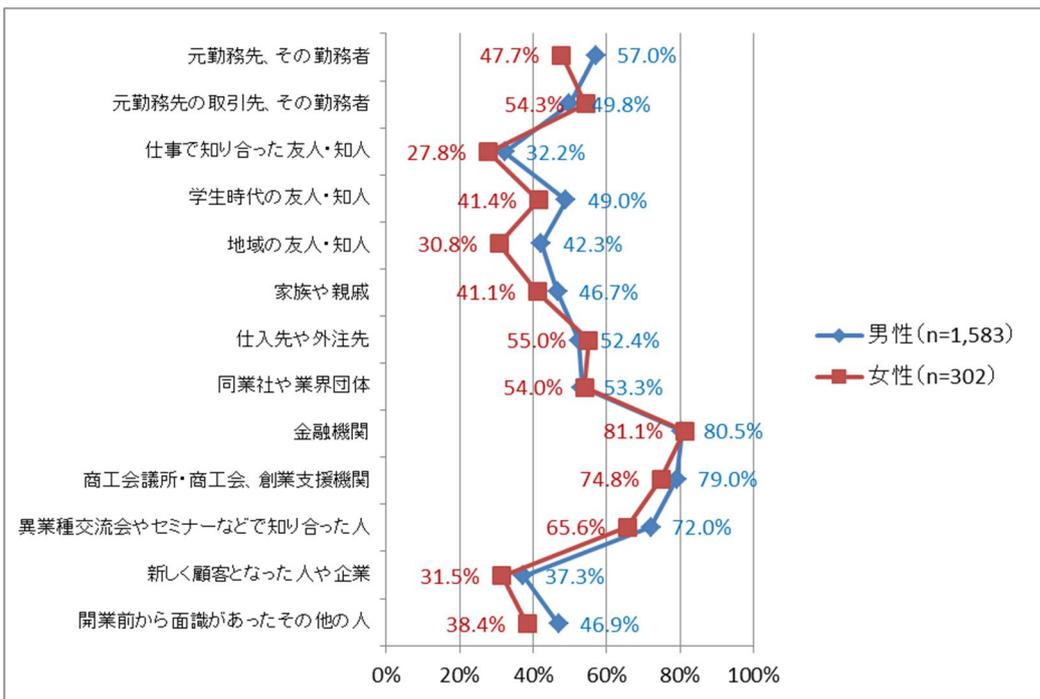
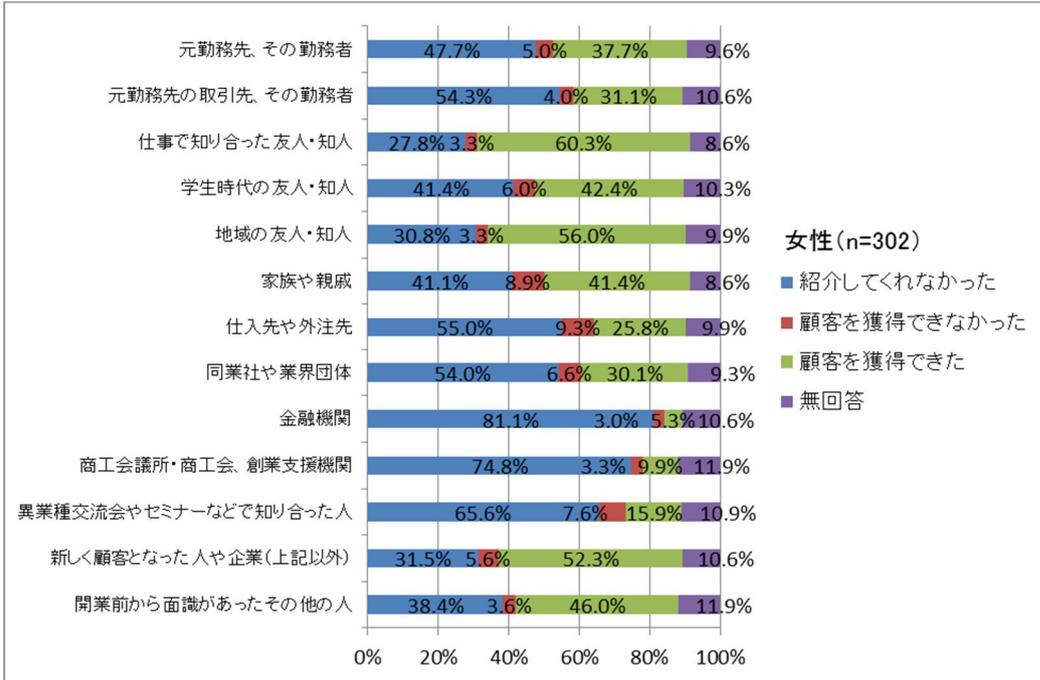
(1)開業前・開業時



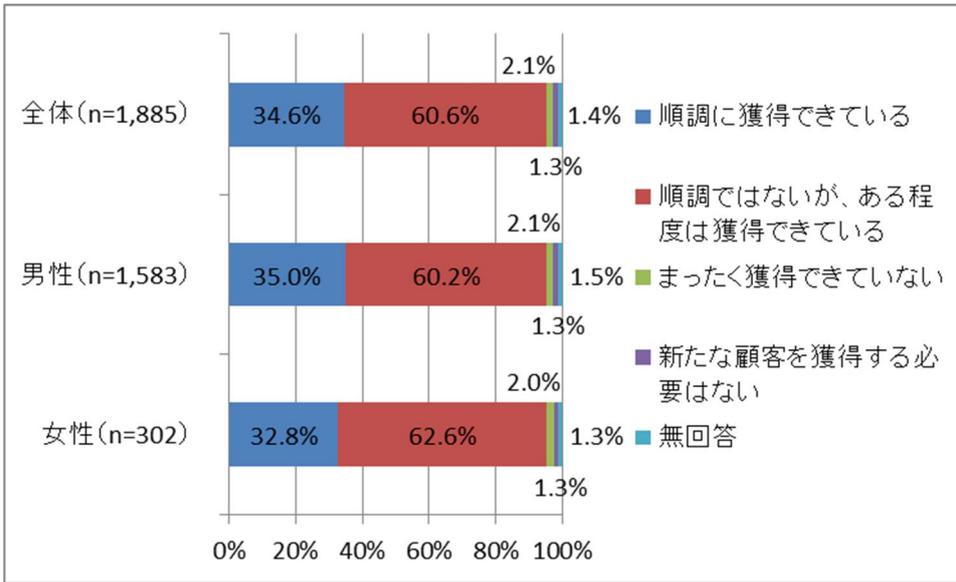


(2)開業後

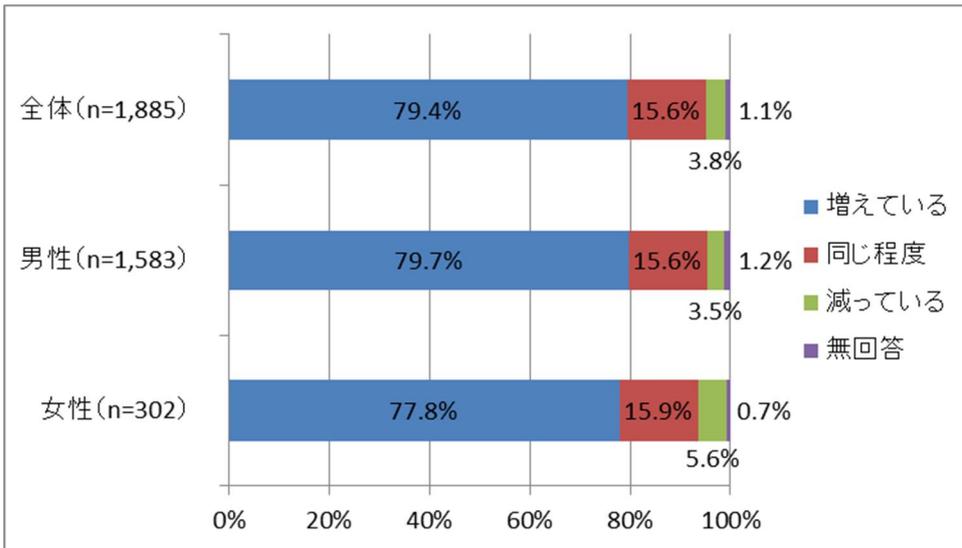




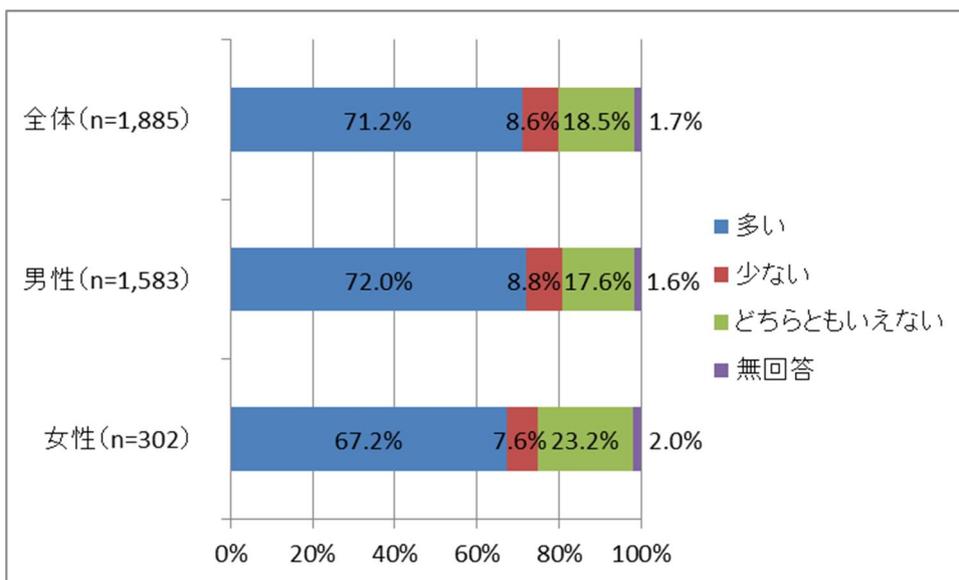
問 25 開業後の新規顧客の獲得状況



問 26 開業時と比べた顧客数



問 27 繰り返し取引・購入してくれる顧客



問 28 営業担当の従業員数 (平均)

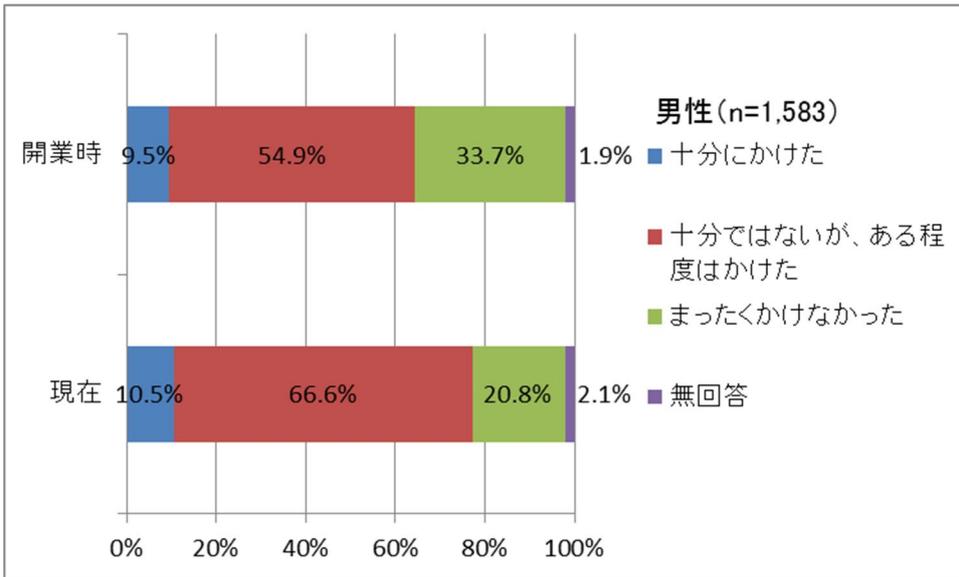
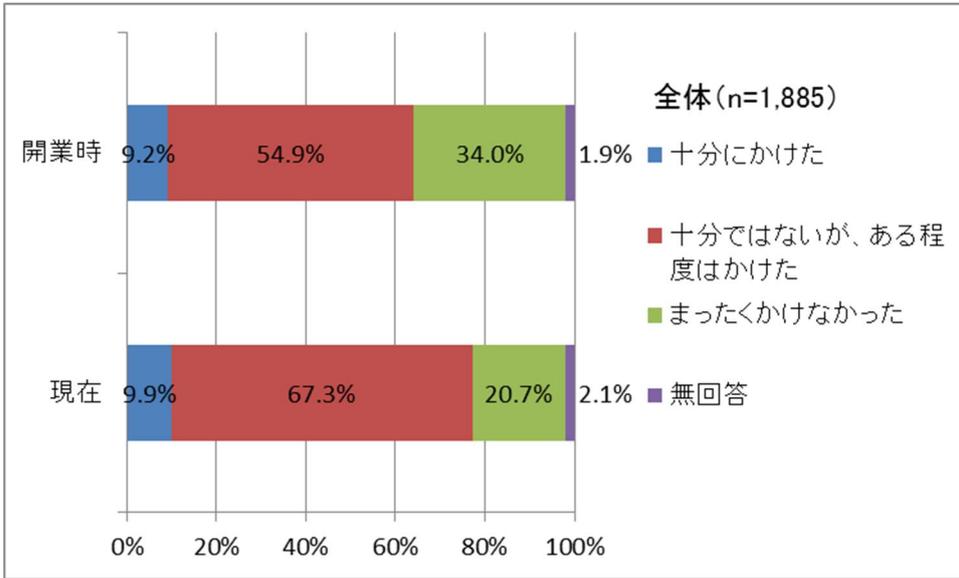
(1)開業時

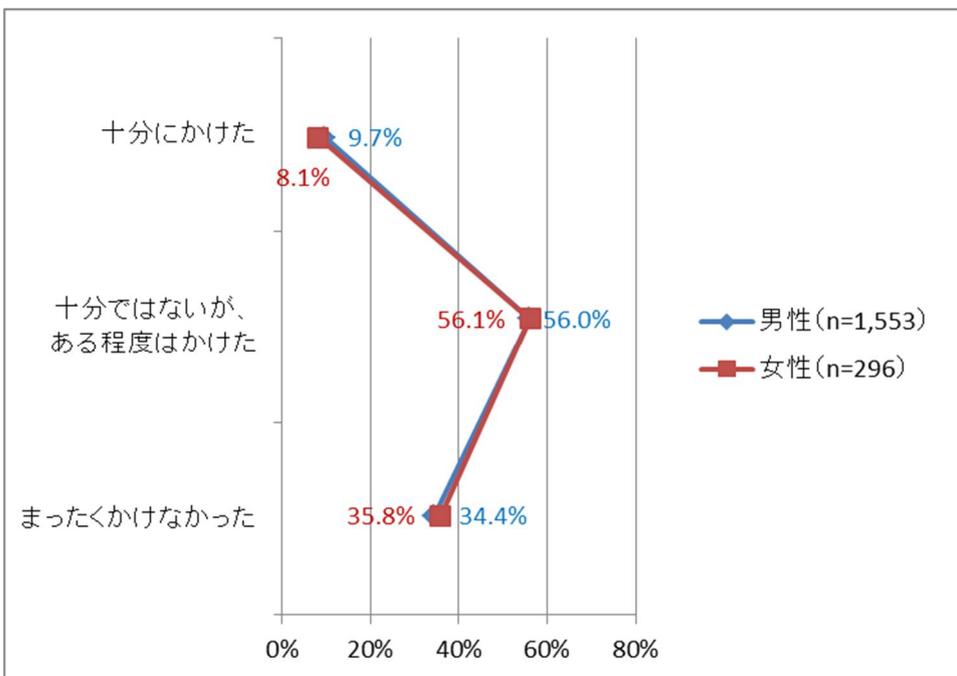
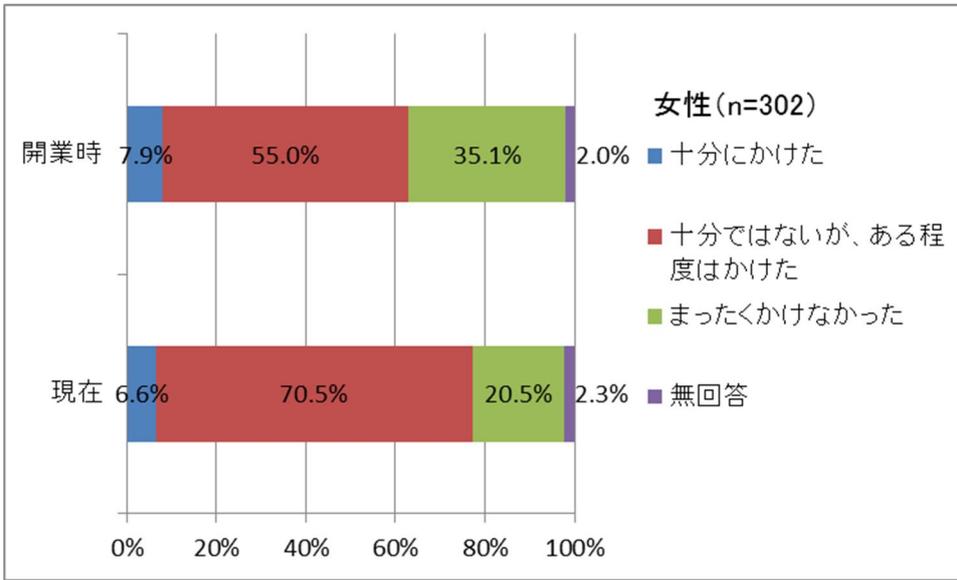
	問28(1)開業時の営業を担当する従業員の数
全体 (n=1,853)	0.9人
男性 (n=1,559)	0.9人
女性 (n=294)	0.8人

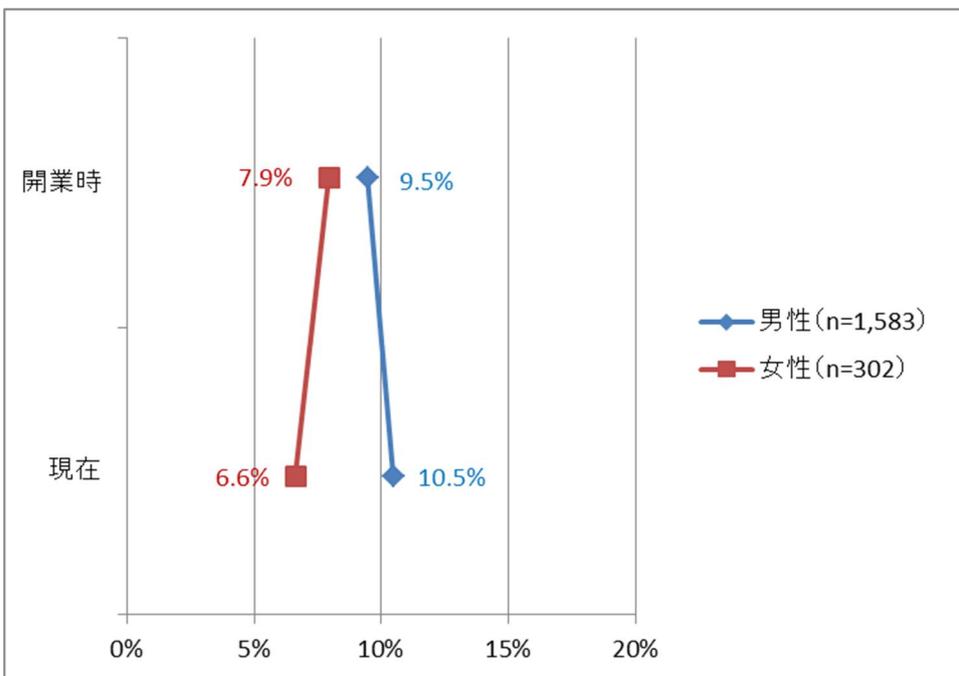
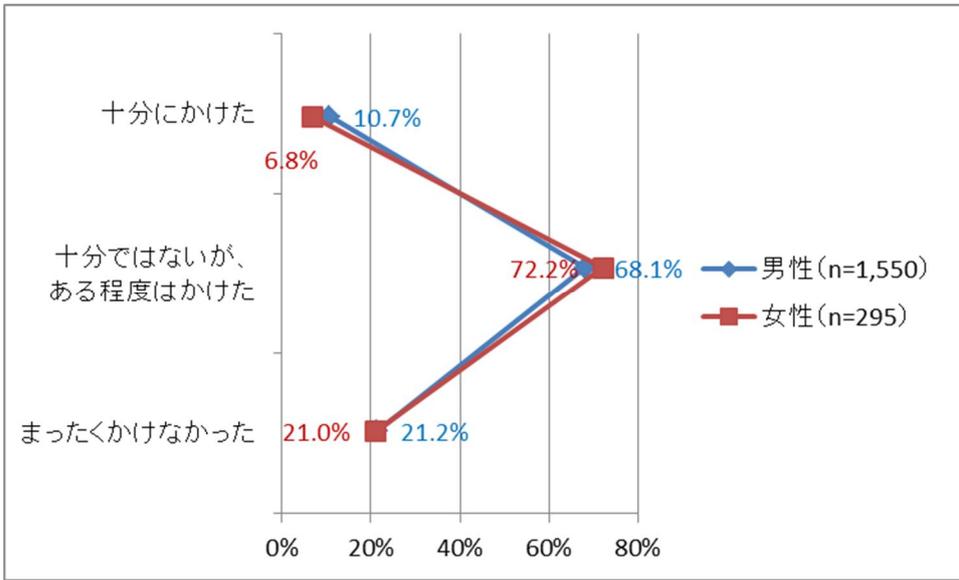
(2)現在

	問28(2)現在の営業を担当する従業員の数
全体 (n=1,850)	1.3人
男性 (n=1,557)	1.4人
女性 (n=293)	1.1人

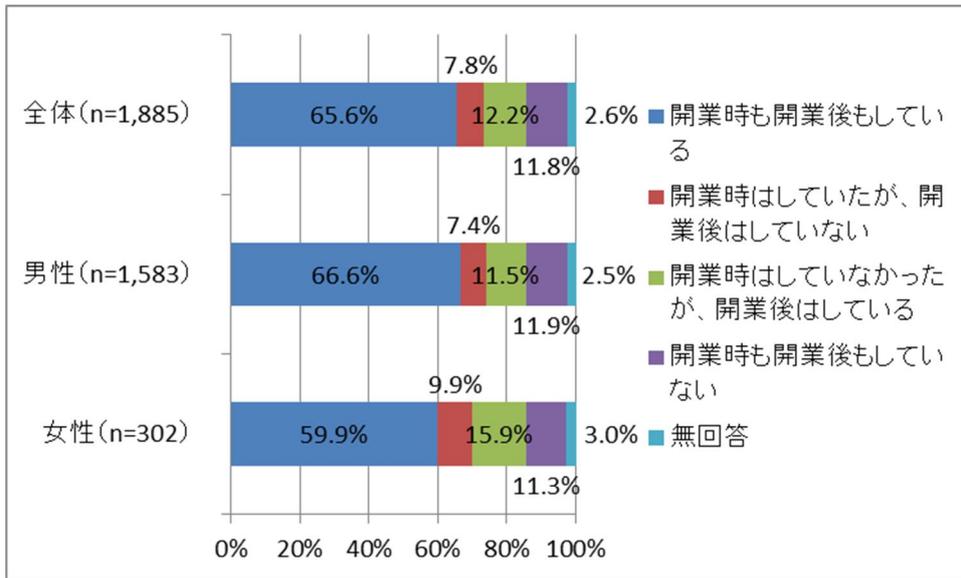
問 29 顧客獲得のための費用





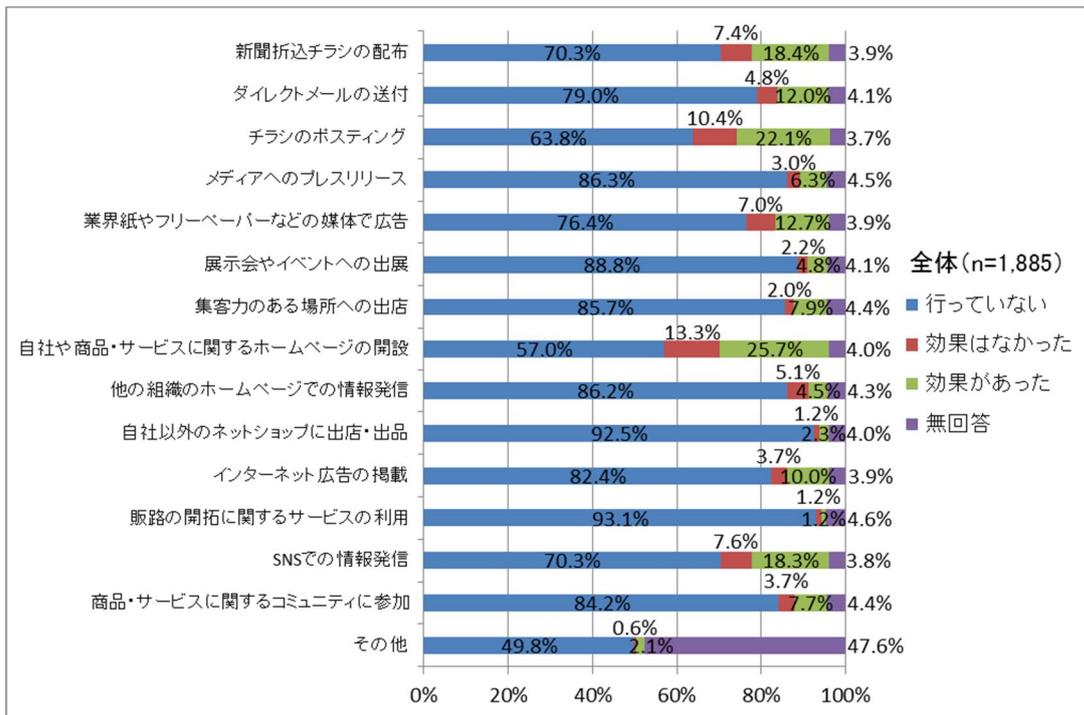


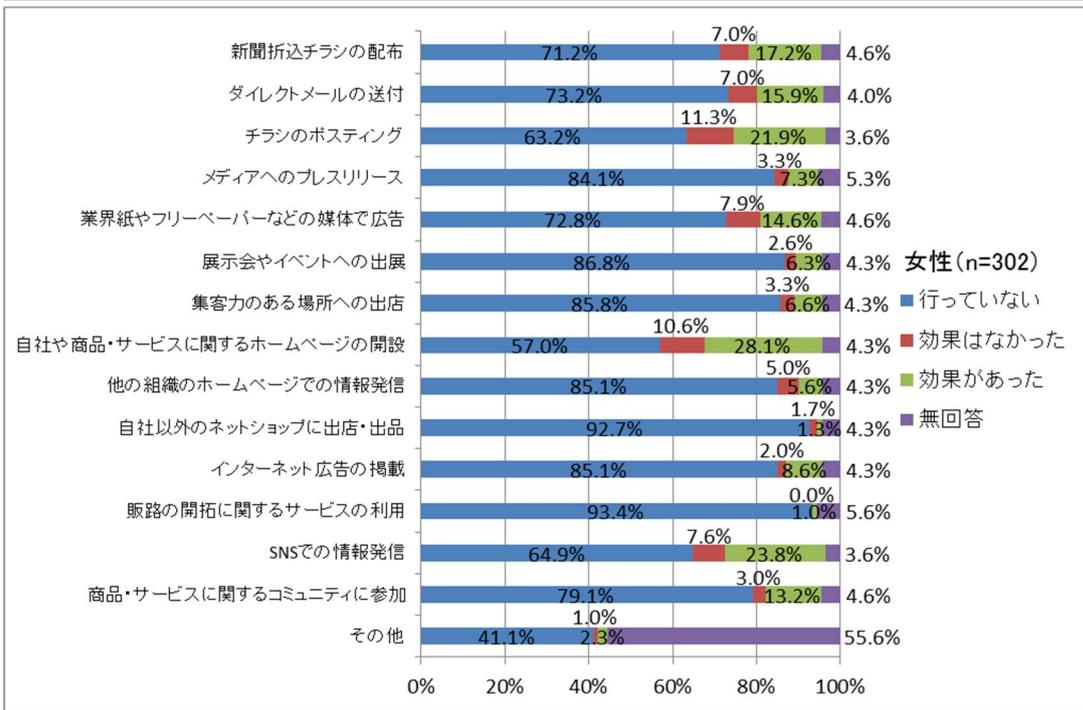
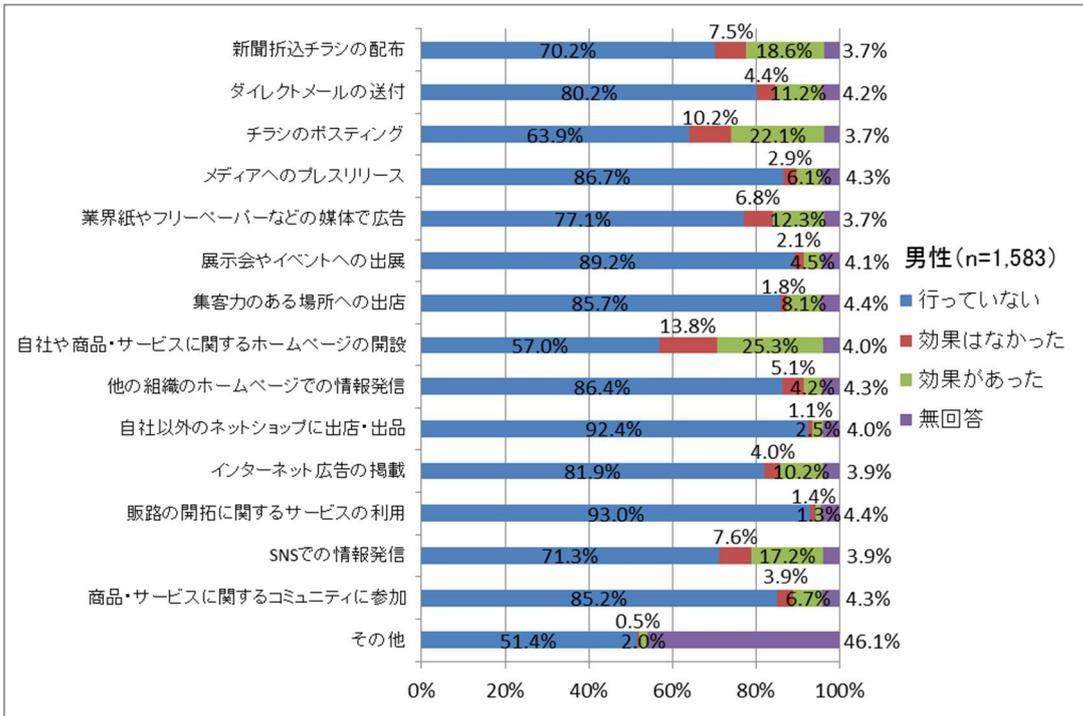
問 30 経営者による顧客獲得のための営業活動



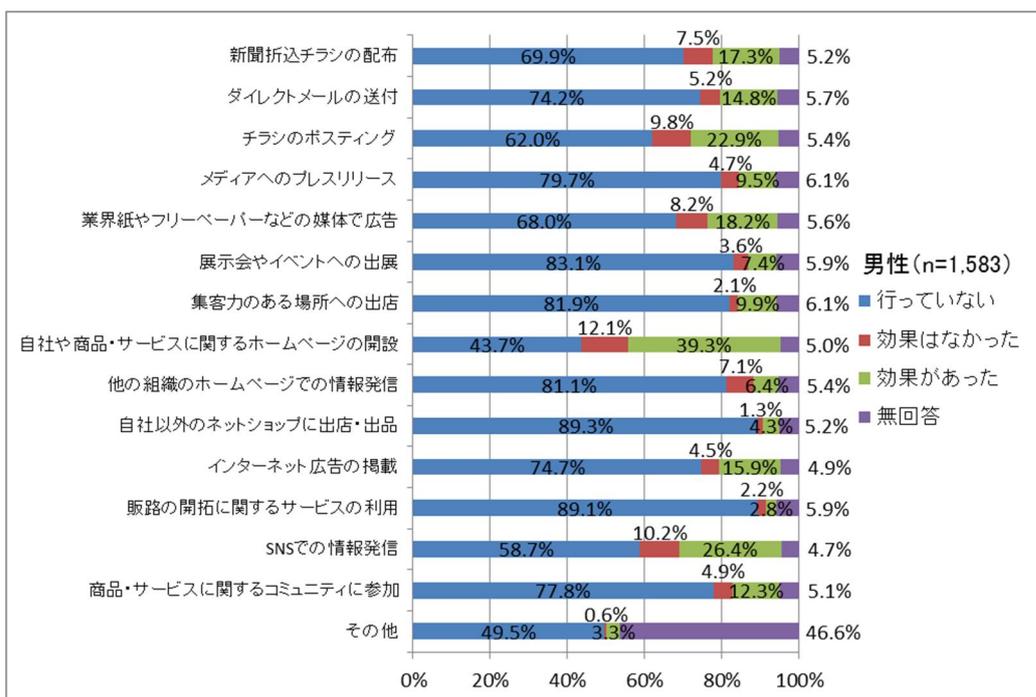
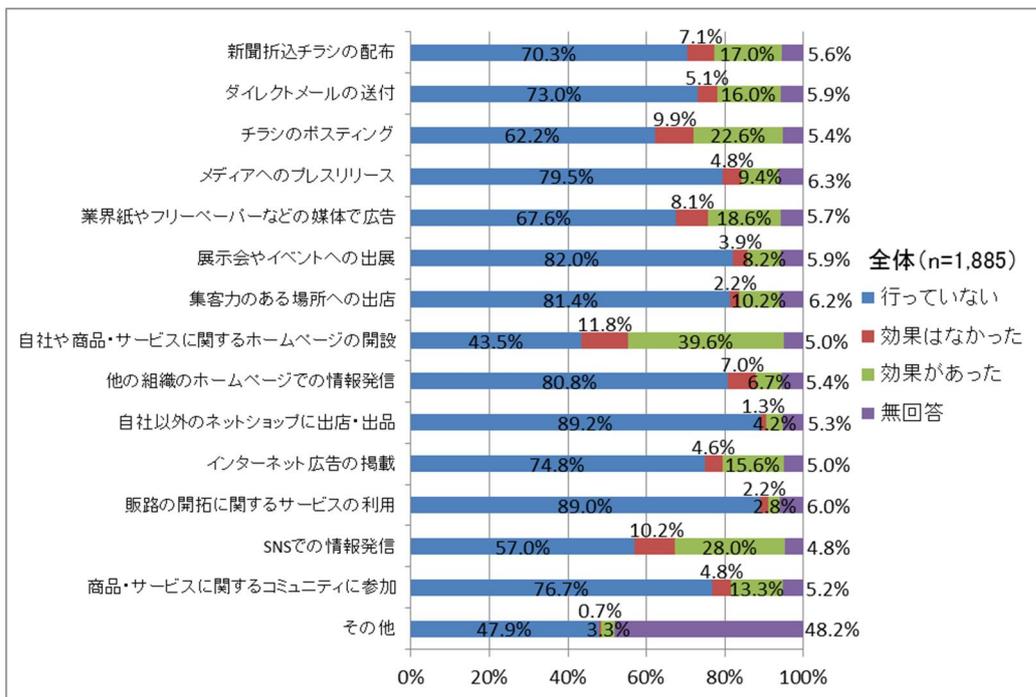
問 31 周知・アピールの取り組み

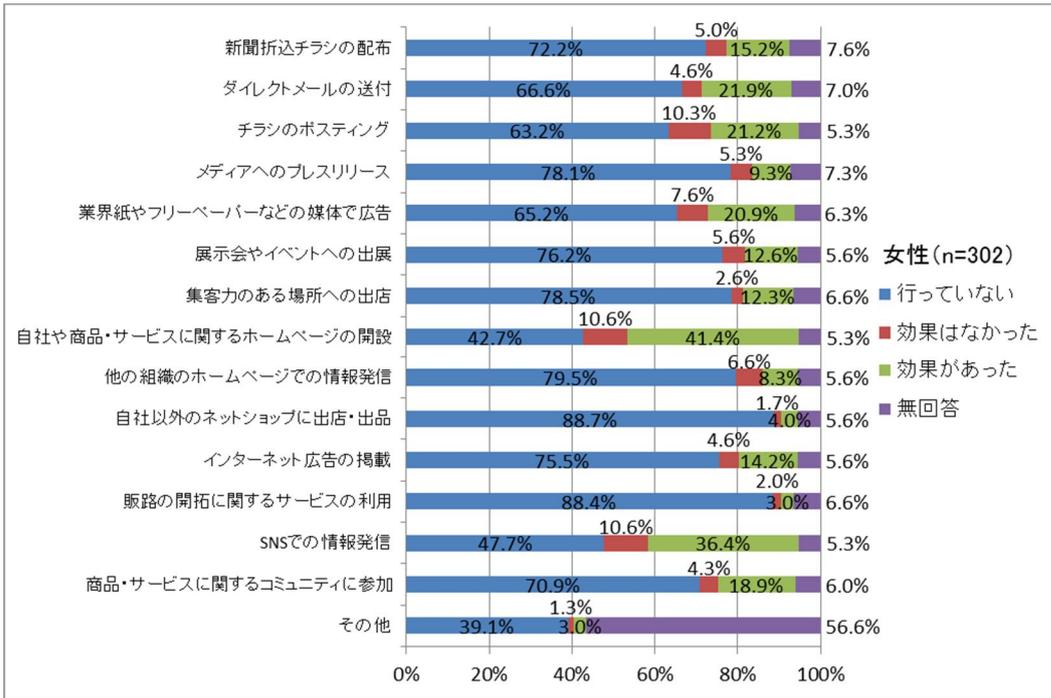
(1)開業前・開業時





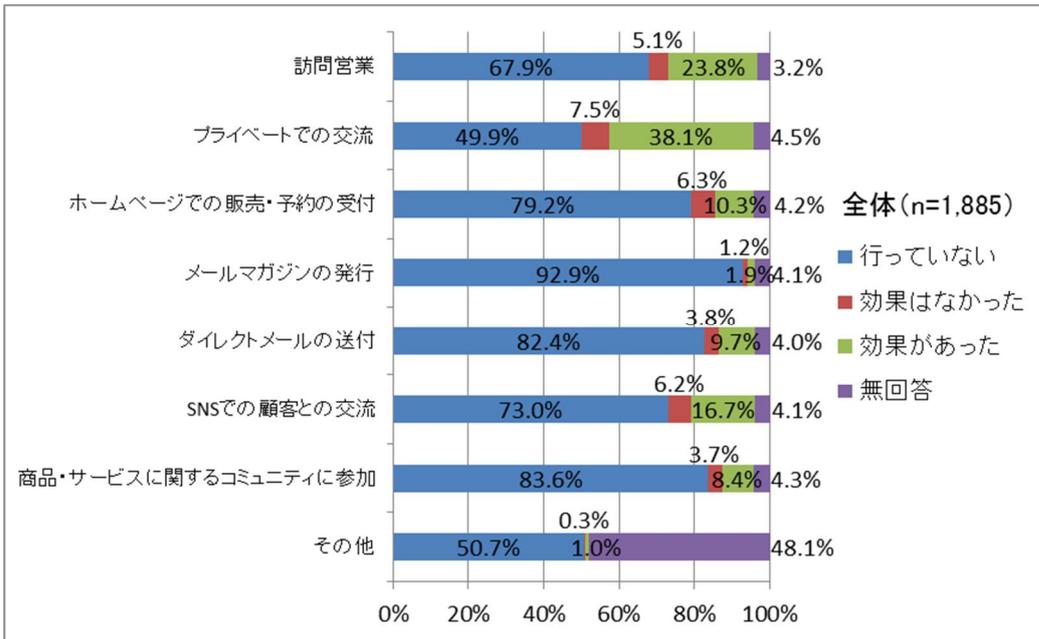
(2)開業後

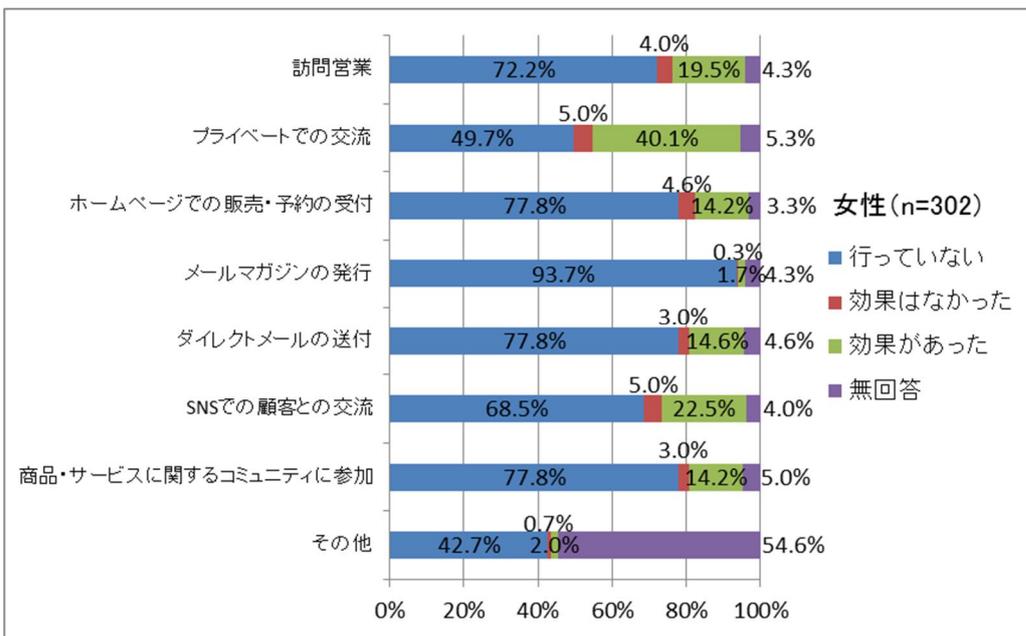
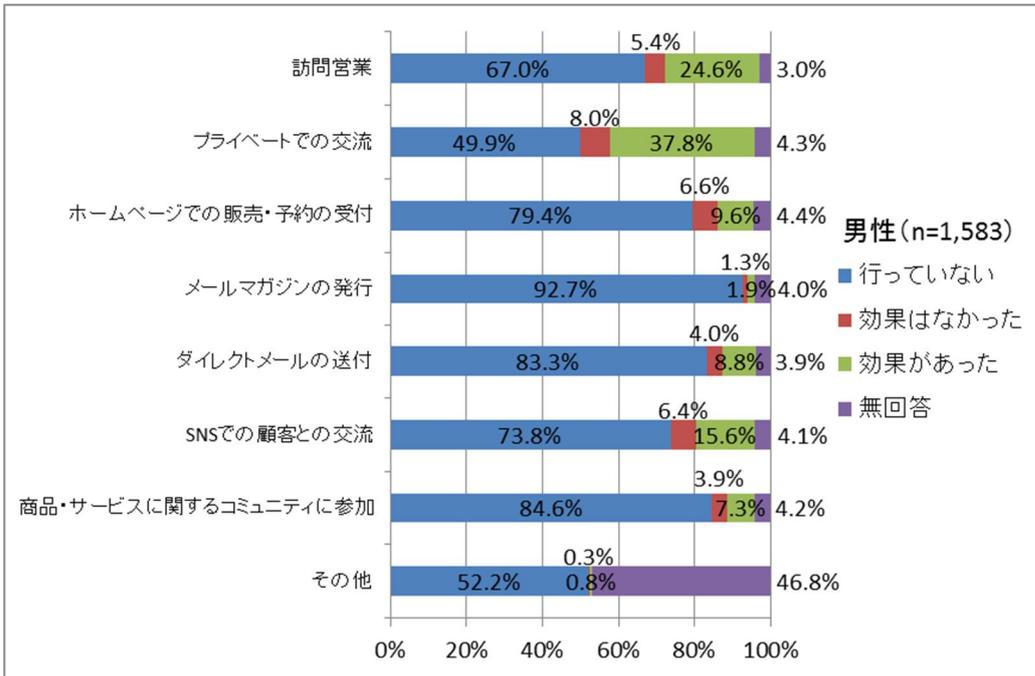




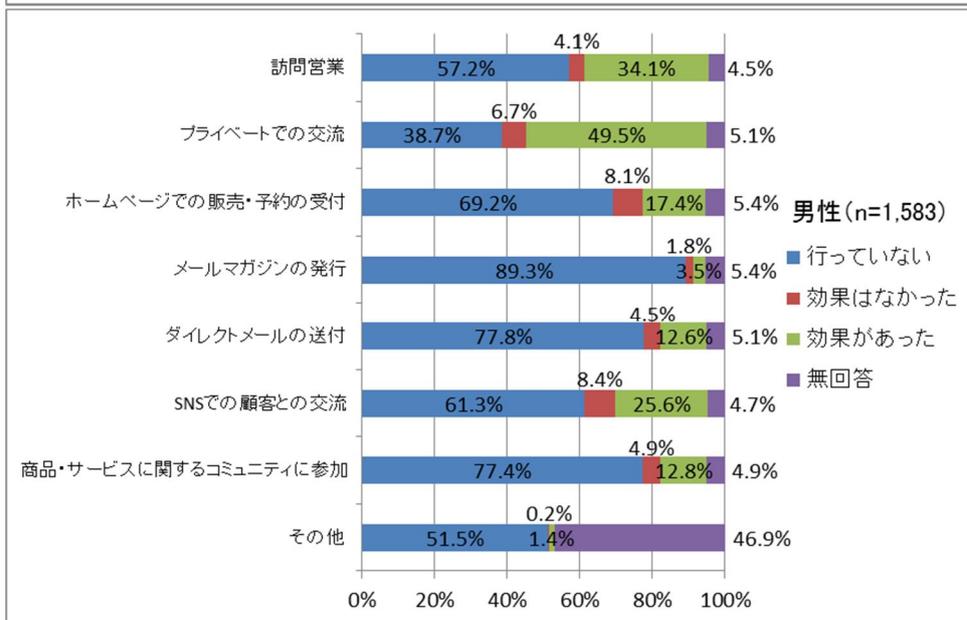
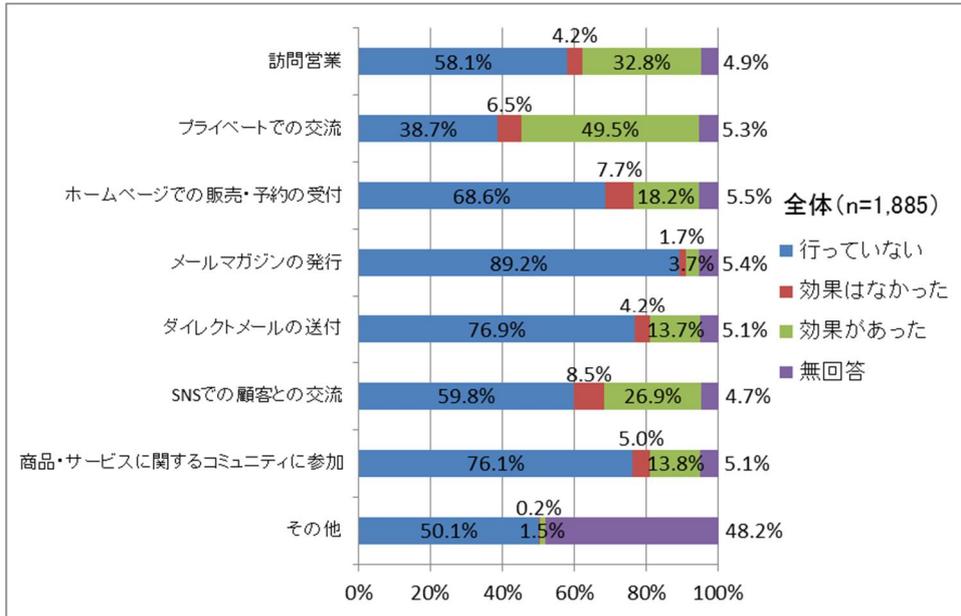
問 32 関係構築・深耕の取り組み

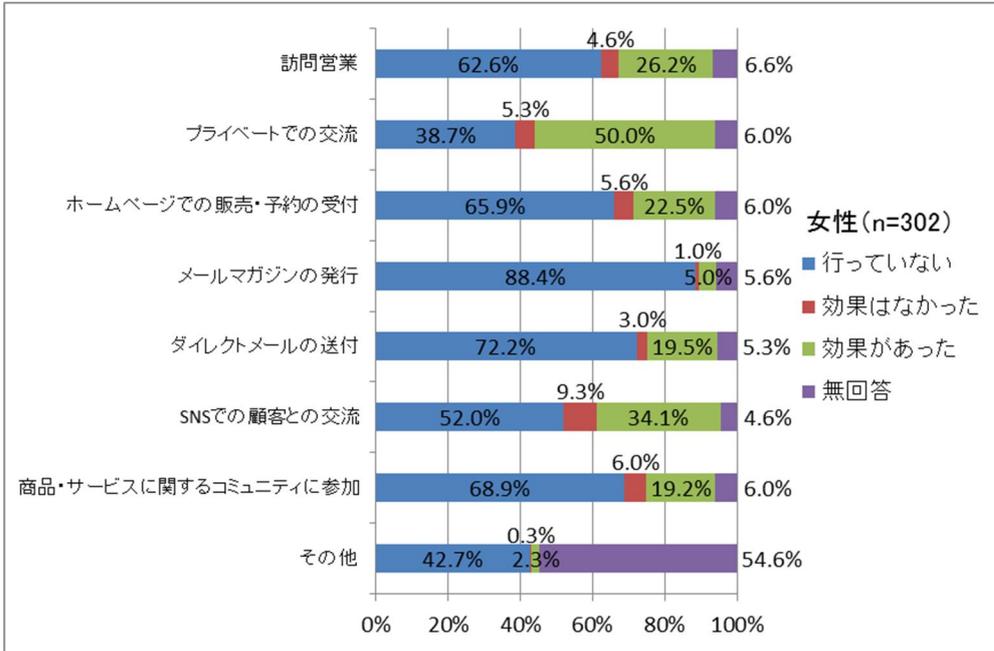
(1)開業前・開業時





(2)開業後

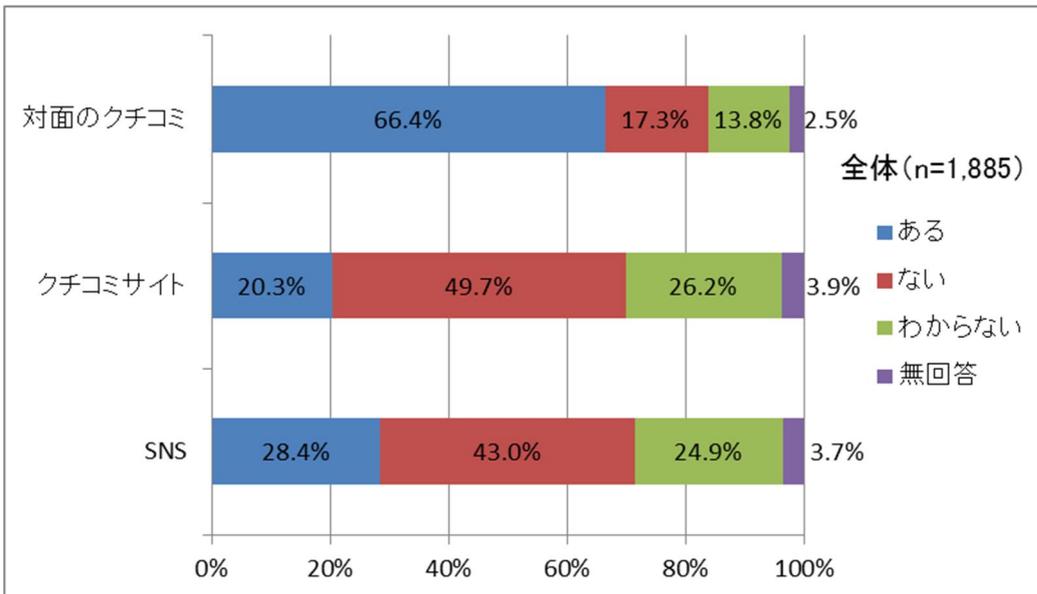


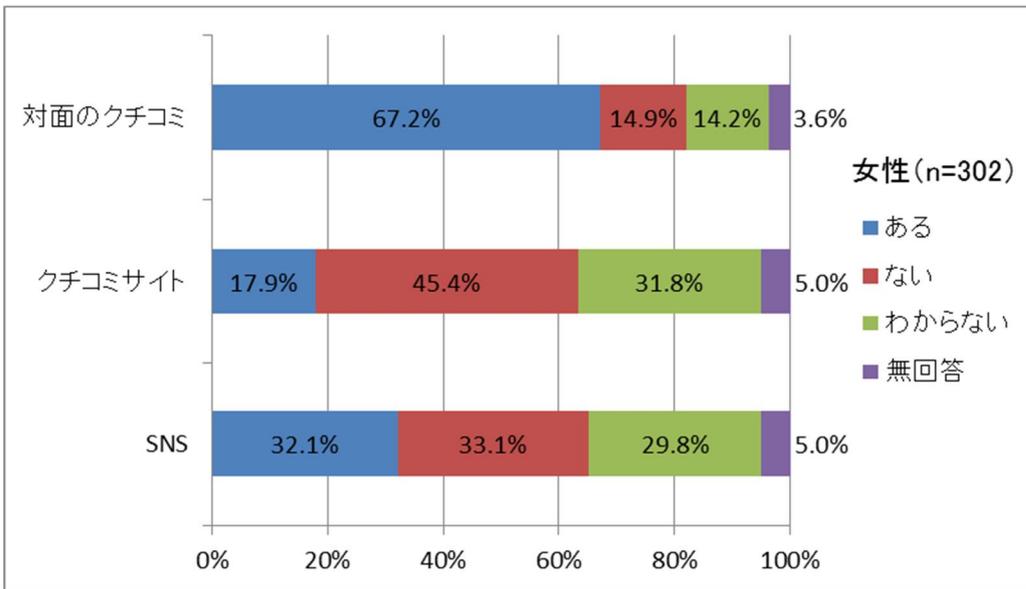
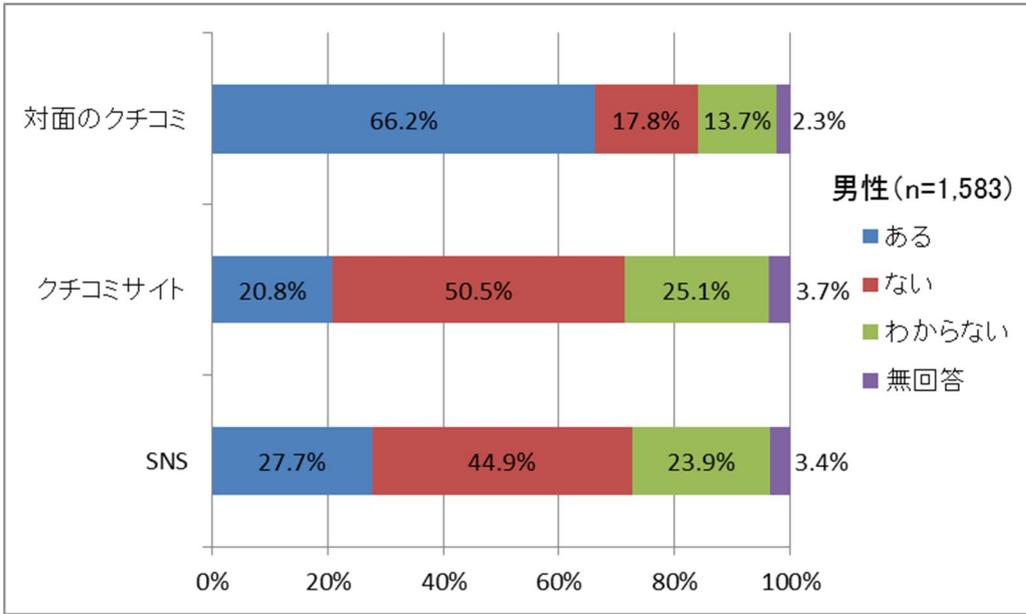


問 33 顧客満足度を高めるための取り組み (複数回答)

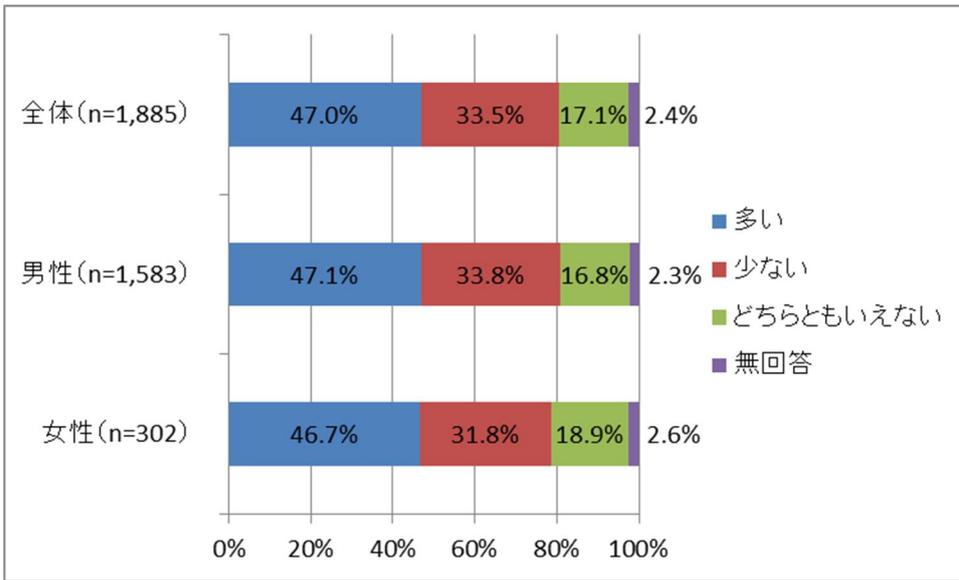
	商品・サービスの詳細な説明	価格の引き下げ	納期の厳守	品質管理の徹底	アフターサービスの充実	顧客の意見やクレームへの適切な対応	商品・サービスの改善・改良	顧客ニーズに対応した商品・サービスの対応	自社の商品・サービスによる改善の提案	その他	とくにない	無回答
全体 (n=1,885)	58.1%	19.5%	28.2%	42.4%	32.9%	58.6%	44.1%	49.2%	23.1%	1.3%	2.7%	2.1%
男性 (n=1,583)	58.3%	20.2%	30.3%	44.4%	33.7%	59.0%	45.9%	48.0%	23.8%	1.1%	2.4%	1.8%
女性 (n=302)	57.0%	15.9%	17.6%	31.8%	29.1%	56.3%	34.8%	55.6%	19.5%	2.7%	4.3%	3.3%

問 34 顧客による評判の拡散



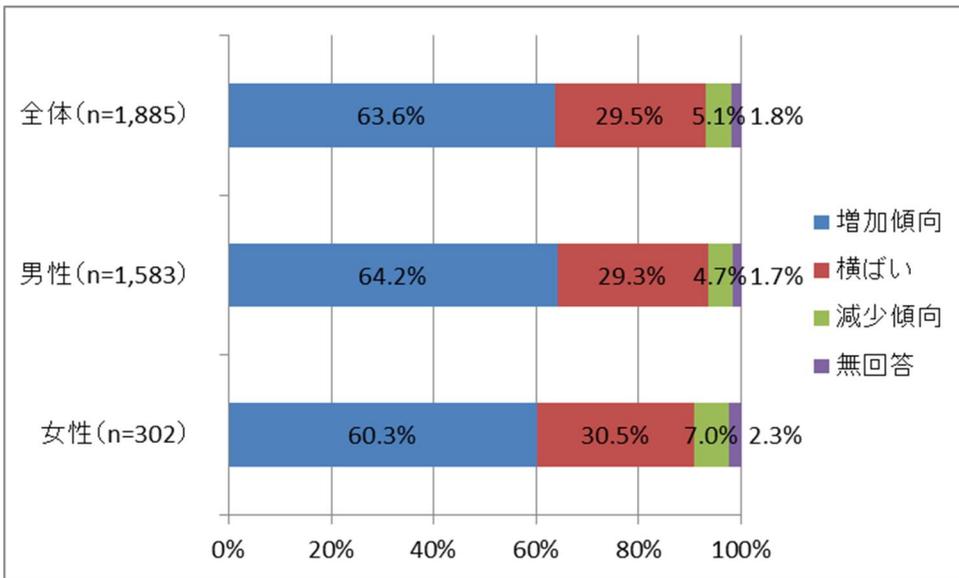


問 35 顧客との仕事以外での交流

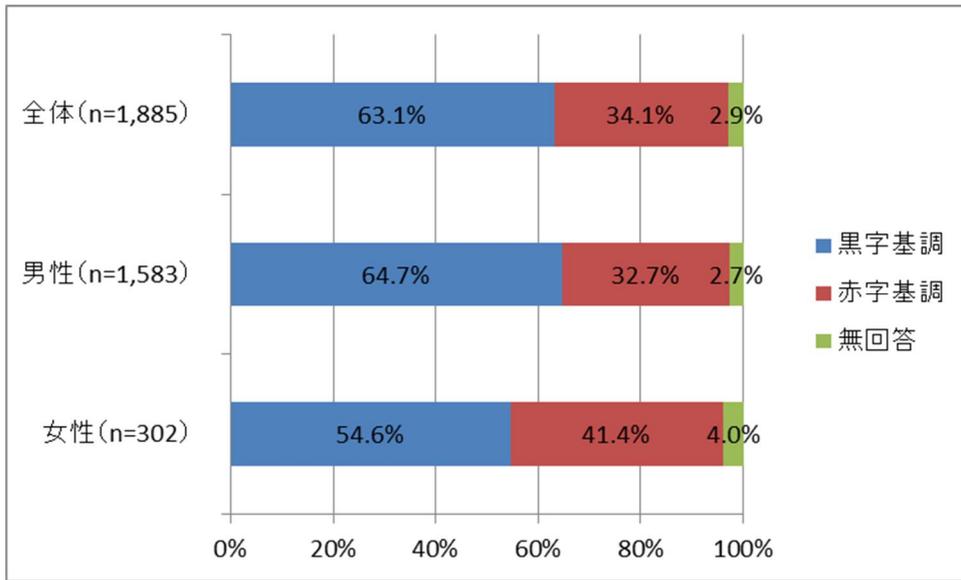


V 開業後の経営等

問 36 現在の売上状況



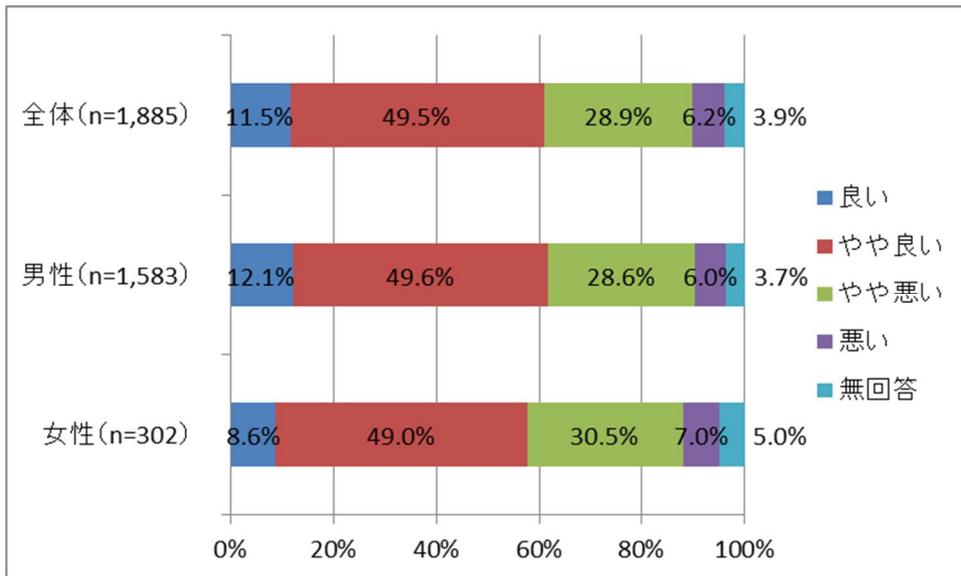
問 37 現在の採算状況



問 37 黒字基調になるまでの期間（ヵ月後）：平均

	問37 黒字基調になるまでの期間(ヵ月後)
全体 (n=1,177)	6.7
男性 (n=1,015)	6.7
女性 (n=162)	6.9

問 38 現在の業況



問 39 月商：平均

	問39		
	(1)開業前に予想していた月商(万円)	(2)最低限必要な月商(万円)	(3)現在の月商(万円)
全体(n=1,772)	376.9	302.1	366.9
男性(n=1,496)	409.0	327.9	397.1
女性(n=276)	202.6	163.4	203.3

問 40 テレビや新聞での紹介（複数回答）

	問40 テレビや新聞(業界新聞を含む)などでの紹介の有無				
	テレビで紹介されたことがある	新聞で紹介されたことがある	その他のメディアで紹介されたことがある	紹介されたことはない	無回答
全体(n=1,885)	10.3%	11.8%	20.3%	68.3%	2.7%
男性(n=1,583)	10.6%	11.9%	20.0%	68.7%	2.3%
女性(n=302)	9.3%	11.6%	21.5%	65.9%	4.3%

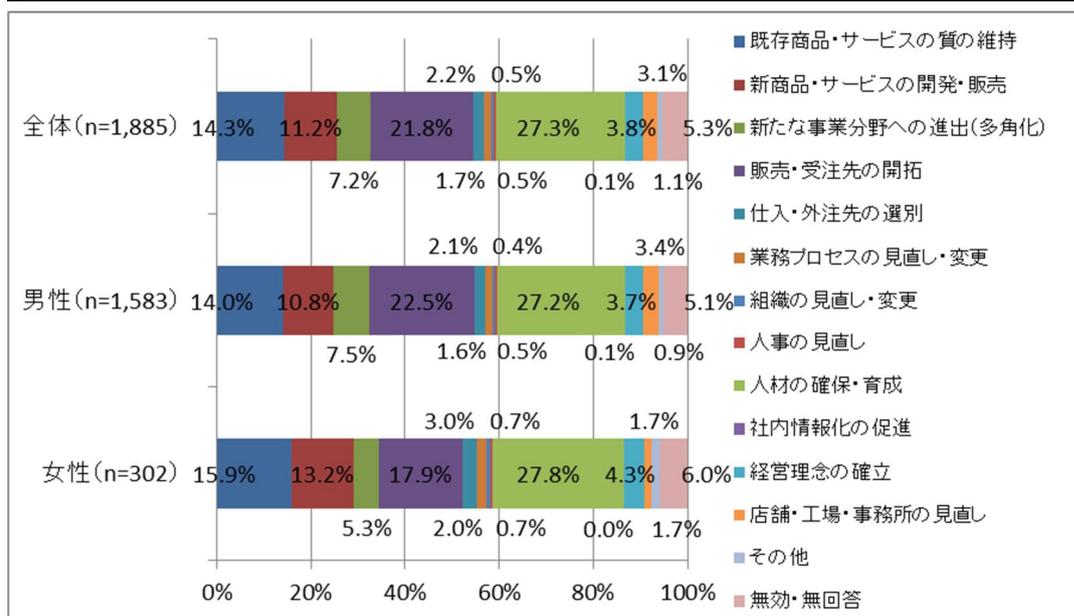
問 41 経営課題

(1)現在の経営課題（複数回答）

	問41(1)現在の経営課題														
	既存商品・サービスの質の維持	新商品・サービスの開発・販売	新たな事業分野への進出(多角化)	販売・受注先の開拓	仕入・外注先の選別	業務プロセスの見直し・変更	組織の見直し・変更	人事の見直し	人材の確保・育成	社内情報化の促進	経営理念の確立	店舗・工場・事務所の見直し	その他	とくにない	無回答
全体(n=1,885)	49.4%	44.4%	26.0%	41.3%	18.5%	15.4%	10.4%	12.0%	57.7%	7.2%	17.8%	14.6%	1.9%	3.0%	1.2%
男性(n=1,583)	49.2%	44.9%	26.7%	42.9%	18.9%	15.6%	10.2%	11.9%	58.8%	7.3%	17.9%	14.9%	1.7%	3.0%	1.1%
女性(n=302)	51.0%	41.7%	22.5%	33.1%	16.6%	14.6%	11.3%	12.9%	51.7%	6.3%	17.6%	12.9%	3.0%	3.0%	1.7%

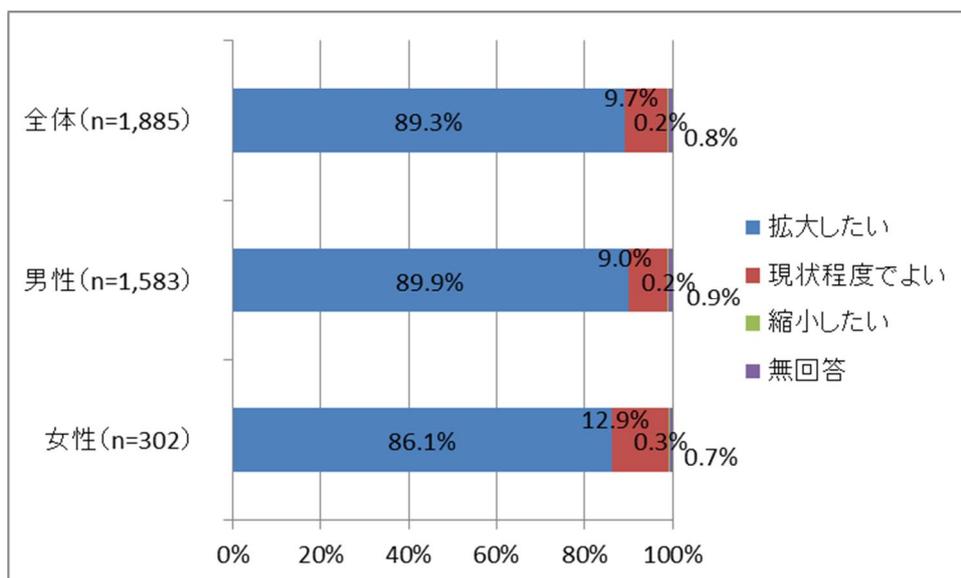
(2)最も重要な課題

	問41(2)最も重要な経営課題													
	既存商品・サービスの質の維持	新商品・サービスの開発・販売	新たな事業分野への進出(多角化)	販売・受注先の開拓	仕入・外注先の選別	業務プロセスの見直し・変更	組織の見直し・変更	人事の見直し	人材の確保・育成	社内情報化の促進	経営理念の確立	店舗・工場・事務所の見直し	その他	無効・無回答
全体(n=1,885)	14.3%	11.2%	7.2%	21.8%	2.2%	1.7%	0.5%	0.5%	27.3%	0.1%	3.8%	3.1%	1.1%	5.3%
男性(n=1,583)	14.0%	10.8%	7.5%	22.5%	2.1%	1.6%	0.4%	0.5%	27.2%	0.1%	3.7%	3.4%	0.9%	5.1%
女性(n=302)	15.9%	13.2%	5.3%	17.9%	3.0%	0.7%	0.7%	0.7%	27.8%	0.0%	4.3%	1.7%	1.7%	6.0%

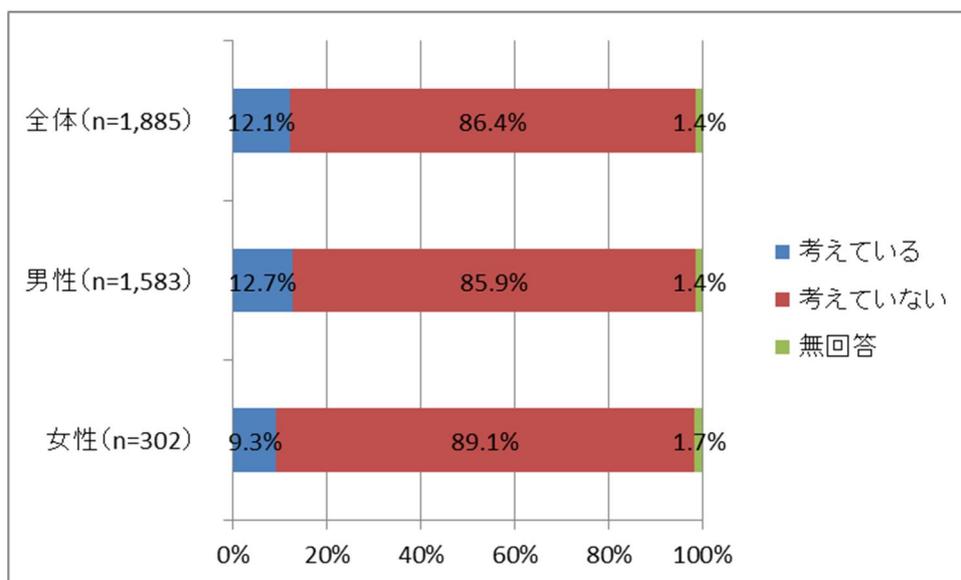


問 42 今後の事業規模

(1)売上高



(2)将来の株式上場



参考資料3 海外における女性起業家支援の状況

1. 欧州委員会による女性起業家サポートネットワーク構築について

(1) 欧州委員会が女性起業家サポートネットワーク構築を目指す背景

欧州では、家庭とビジネスを両立させる難しさもあり、全自営業者のうち女性は3人に1人しかいない。女性の起業を促進することで、経済成長を期待できると考えており、欧州委員会は欧州諸国と連携してこの状況を打破し、女性の起業を推進したいと考えている。女性の起業を促す一環として、女性起業家や女性起業家志望者を結ぶネットワーク構築を進めている。

欧州委員会の政策のうち、女性起業家支援はビジネス政策における「起業家及び中小企業」の支援策の中に位置づけられている。

(2) これまでの女性起業家サポートネットワーク

①女性起業促進のための欧州ネットワーク

(The European network to promote women's entrepreneurship)

女性起業促進のための欧州ネットワークは2000年にスウェーデンでスタートした、31の欧州諸国（EU-28、アイスランド、ノルウェー、トルコ）からのメンバーにより構成された政策ネットワークである。メンバーは各国政府や機関を代表し、国家レベルでの女性の起業促進、支援に対して責任を持ち、各国の女性起業家に対して支援策に関わるアドバイス、サポート、情報を提供する。また、メンバーは各国の女性起業支援に関わる優れた取組みを見つけるサポートも行う。¹

②欧州女性起業家アンバサダーネットワーク

(The European network of female entrepreneurship ambassadors)

欧州女性起業家アンバサダーネットワークは2009年に発足し、22の欧州諸国²から集められた約270人の女性起業家で構成されている。アンバサダーはロールモデルの役目を果たし、自らの体験談を通じあらゆる世代の女性の起業に対する意識を高め、起業というキャリアを目指す手助けをしている。多くのアンバサダーの活動はそれだけにとどまらず、積極的に新規事業の支援に関与している。これまでに650回以上の国際会議を開催し、61,000人以上の起業家を志す女性に対して活動を行った。さらに、女性をリーダーとした新規企業を250件以上生み出すこと、女性のネットワークやビジネスをサポートする団体を22件設立することに貢献している。

¹ 年次報告書は2012年を最後に更新されていない。

² ベルギー、キプロス、クロアチア、デンマーク、ドイツ、ギリシャ、ハンガリー、アイルランド、フランス、イタリア、ルクセンブルク、マルタ、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、スロバキア、スウェーデン、イギリス、アルバニア、アイスランド、ノルウェー、セルビアの22か国。

③欧州メンターネットワーク（The European network of mentors for women entrepreneurs）

欧州メンターネットワークは2011年に始まり、17の欧州諸国³が加盟している。欧州女性起業家アンバサダーネットワークよりもレベルの高い支援を目指し、メンターネットワークは起業して2～4年の新しい企業に対して、マネジメントやどのように企業を成長させるか等、アドバイスやサポートを提供している。

欧州メンターネットワーク会議の様子



(資料)PARP, The international conference promoting entrepreneurship of women "European Network of Mentors for Women Entrepreneurs"

URL: <http://en.parp.gov.pl/the-international-conference-promoting-entrepreneurship-of-women-european-network-of-mentors-for-women-entrepreneurs>

（3）今後の女性起業家サポートネットワーク

①女性起業のためのeプラットフォーム（European E-Platform for Women Entrepreneurship）

起業をする上で必要なファイナンス、起業セミナー、メンタープログラム、ケーススタディー等に関する情報をワンストップで収集でき、かつオンラインで国境を越えてEU域内の女性起業家志望者、女性起業家、利害関係者が交流できる場を提供する予定である。2015年、eプラットフォームの作成・運営をする事業を募る競争入札が行われた。内容は下記の通り。

- ・ 契約は2015年8月、もしくは9月に行われる予定であり、契約期間は12か月間である。（予算次第では、30か月契約期間が延長される場合もある）
- ・ 落札者は定期的に欧州委員会等と打合せを行い、進捗報告を行う。
- ・ 落札者は契約4か月目にeプラットフォームを立ち上げ、12か月目に最終レポートを提出する予定である。最終レポートは契約期間の作業とeプラットフォームの成果についてまとめる。

³ ベルギー、キプロス、ギリシャ、ハンガリー、アイルランド、イタリア、オランダ、ルーマニア、スロバキア、スロベニア、スペイン、イギリス、アルバニア、マケドニア、モンテネグロ、セルビア、トルコの17か国。

②女性起業家のための欧州エンジェル投資家ネットワーク

(European Network of Business Angels for Women Entrepreneurs)

今後立上げ予定であることが欧州委員会ホームページに掲載されている（2016年3月11日時点で情報なし）。

(4) 補足：類似の女性起業家サポートネットワーク

Women Entrepreneurship Platform (WEP)におけるeプラットフォームサービス

WEPはベルギーを拠点とした女性起業家支援を目的に結成された非営利団体である。2013年2月、欧州議会（EUの立法機関）のメンバーにより女性の起業促進イベントが開かれ、そこに参加していた欧州各国の15の女性起業家団体等によりWEPが設立された。当イベントは欧州議会のメンバー、欧州委員会（EUの行政執行機関）、女性起業家支援機関等により支援を受け、開催された。

WEPの短期的な目的は、団体同士で優れた施策や成功事例、ケーススタディー等の情報を共有すること、女性の起業に関する統計データを集めることである。長期的な目的は、欧州にて女性の起業を促すことであり、そのためには資金調達の戦略等を検討していく必要があると考えている。

WEPのホームページでは女性起業支援に関する各種イベント、統計データ、EU諸機関による政策等の各種情報を手に入れることができる。

女性の起業促進イベントの様子



(資料) Women Entrepreneurship Platform
URL: <http://womenentrepreneurshipplatform.eu/>

(5) 参考資料

European Commission, Support networks for women

http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women/support-networks/index_en.htm (2016年3月8日アクセス)

European Commission, Female entrepreneurs

http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/we-work-for/women/index_en.htm

(2016年3月8日アクセス)

YTKO, Role models sought for UK Women's Entrepreneurship Ambassadors

<http://www.ytko.com/news/role-models-sought-for-uk-womens-entrepreneurship-ambassadors/>

(2016年3月8日アクセス)

Republic of Serbia NARD, Women Entrepreneurship Mentors in Serbia (WEM)

<http://narr.gov.rs/index.php/narr-en/Projects/Completed-projects/Women-Entrepreneurship-Mentors-in-Serbia-WEM> (2016年3月8日アクセス)

Women Entrepreneurship Platform

<http://womenentrepreneurshipplatform.eu/> (2016年3月8日アクセス)

European Commission, "Call for tenders, Creation and running of a European e-platform for women's entrepreneurship"

https://infoeuropa.eu/ocid.pt/files/database/000065001-000066000/000065058_2.pdf

(2016年3月8日アクセス)

PARP, The international conference promoting entrepreneurship of women "European Network of Mentors for Women Entrepreneurs"

<http://en.parp.gov.pl/the-international-conference-promoting-entrepreneurship-of-women-european-network-of-mentors-for-women-entrepreneurs> (2016年3月8日アクセス)

European Network to Promote Women's Entrepreneurship (2013) "Activity Report 2012" European Commission.

2. 台湾における女性起業家支援政策について

(1) 台湾における女性起業家の現状

2015年9月5日、台湾総統は女性の起業関連政策によって女性の経済力、競争力を引き上げていく見通しを説明した⁴。2015年、台湾のGEI(国際起業指標)ランキングは77か国の中8位、FEI(女性起業指標)のランキングは26位となっている⁵。また、2014年の中小企業白書によると、女性により起業された企業で国内向けのサービスや商品を提供する企業は90.7%と、男性より顕著に高い傾向にある。⁶

女性の起業促進に係る政策としては、大きく、経済部による女性起業家支援と、労働部による女性の起業支援がある。

(2) 経済部による「女性起業飛雁計画」(婦女創業飛雁計畫)

①概要

女性の経済創造力を目指し、各国政府や国際経済貿易組織も積極的に女性の起業に力を入れている。本事業は家庭とキャリアを両立できるように、健全な女性の起業環境を構築し、女性起業家の長所を活

⁴ http://web.roc-taiwan.org/jp_ja/post/9138.html

⁵ 2015年 GEDI(米国グローバル起業精神及び発展研究機構) <http://thegedi.org/>

⁶ http://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=41059

かしてもらうことで女性の自己実現と女性企業の経済的貢献を期待している。

起業初期の専門知識・スキルの向上のために、女性起業家向けの教育プラットフォームを設置し、多様な起業ルートを提供している。また、女性起業家が経営危機を乗り越え、市場競争に勝ち抜くために、カスタマイズ式のカウンセリング・コンサルティングのサービスを提供し、女性起業家の支援組織間の連携（情報共有・経験交流）に注力している。また、起業投資家を誘致するために、女性企業の展示会やビジネスマッチング機会を積極的に提供し、「女性精鋭企業賞」を設け、女性起業家のロールモデルを広報して資金誘致にも繋げている。

2013年から2015年まで、6,118名の女性が教育課程を受け、うち105名の女性は新しいビジネスを立ち上げた。また、374社の女性起業家にコンサルティングを実施した。「2015年第四回女性起業精鋭賞」を通じて、115社の女性起業家と投資家とをマッチングしている。合計1億4千萬元（1元＝34円）の資金を獲得した⁷。

飛雁計画により支援を受けた女性起業家に販路を提供する飛雁オンラインショップ



(資料) 婦女創業飛雁計畫

URL: http://www.sysme.org.tw/woman/internet/project/project_product_list.asp

②2016 年度計画の発表

2016 年度女性起業飛雁計画は 3 月 7 日に正式に発表された。今年度は、女性起業環境の国際化や女性起業家の事業拡大が重点テーマとなっている。海外起業家ネットワークとの連携を強化、海外の有名女性起業家を招聘して起業セミナー、起業討論会の開催、女性起業家の表彰企業の国際活動の援助といった施策を打ち出している。

⁷ 2016 年女性起業飛雁計画開始記者会発表

また、女性起業家の技術力やイノベーション的な思考を向上させるために、今年度は、教育課程やセミナーに科学技術の内容を増加し、女性起業のビジネス視野をサービス業以外にも拡大することとしている。

(3) 労働部によるマイクロ起業鳳凰計画（微型創業鳳凰貸款）

財団法人中小企業信用保証基金により、2003年からマイクロ起業者のローン支援が開始され、その支援策をきっかけに、各政府部門も類似の支援を実施してきた。2007年から労働部が女性マイクロ起業者のローン支援を実施し、2009年に中小起業信用保証基金の支援と合併し、「鳳凰ローン計画」を正式に展開した⁸。

鳳凰起業計画は起業を就業の一つの選択肢として国民に提供する。現在の無職者を自立させ、更に就労機会を創出させ、就労者を増加することを目的としている。なお、起業へのローン支援は、女性、及び45歳から65歳までの中高年齢の男性（特にDV被害者、犯罪被害者、低収入者、自然災害被害者など社会的弱者）を対象に実施している。

鳳凰起業計画は、起業カウンセリング、ローン優遇と教育課程の提供という三つの柱で構成されている。2007年から2014年まで、合計27億元のローンをマイクロ起業者に提供した。鳳凰計画を通じて、30,006名の起業希望者がカウンセリングを受け、13,175名受講者が起業成功に至ったとされている⁹。

鳳凰起業計画における2014年マイクロ起業ロールモデル受賞者



(資料) 微型創業鳳凰貸款

URL: <http://beboss.wda.gov.tw/cht/index.php?code=list&ids=8>

(4) 参考資料

經濟部中小企業処予算 (2016年3月9日アクセス)

<http://www.moeasmea.gov.tw/lp.asp?ctNode=692&CtUnit=254&BaseDSD=7&mp=1>

⁸ <http://www.mol.gov.tw/announcement/2099/13472/>

⁹ 經濟部中小企業白書 2015年

2015 年中小企業白書 (2016 年 3 月 9 日アクセス)

<http://www.moeasmea.gov.tw/ct.asp?xItem=13081&CtNode=1176&mp=1>

婦女飛雁計劃 HP (2016 年 3 月 9 日アクセス)

http://www.sysme.org.tw/woman/internet/plan/plan_1.asp

「女力發聲，成就不一樣的女生」105 年度女性創業飛雁計畫啓動記者會 (經濟部) (2016 年 3 月 9 日アクセス)

http://www.moea.gov.tw/Mns/populace/news/News.aspx?kind=1&menu_id=40&news_id=50805

「經濟部飛雁計畫 主打國際構造，科技化」(中央廣播電臺) (2016 年 3 月 9 日アクセス)

<http://news.rti.org.tw/news/detail/?recordId=256403>

微型創業鳳凰計畫 HP (2016 年 3 月 9 日アクセス)

http://beboss.wda.gov.tw/cht/index.php?code=list&flag=detail&ids=4&article_id=39

勞動部：微型創業鳳凰計畫簡介 (2016 年 3 月 9 日アクセス)

http://www.google.co.jp/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&ved=0ahUKEwiP94bpxLPLAhWlj44KHYYi6C0kQFggjMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.mol.gov.tw%2Fmedia%2F78318%2F07b283be98695700070130fe8d5e22e6.doc&usq=AFQjCNHPkdBmeVQkpcZ50WOImz4XWZ_28g&bvm=bv.116274245,bs.1,d.dGY

【調査担当者】

(受託) EY アドバイザリー株式会社

[メンバー]

中務 貴之	ディレクター
池田 宇太子	マネージャー
大角 文香	アナリスト
関 裕樹	アナリスト

禁 無 断 転 載

この報告書の著作権は経済産業省に所属します。

平成 27 年度産業経済研究委託事業
(女性起業家等実態調査)
報 告 書
平成 28 年 3 月

(委託) 経済産業省
(連絡先: 経済産業政策局経済社会政策室)
東京都千代田区霞が関 1-3-1 電話: 03-3501-0650

(受託) EY アドバイザリー株式会社
東京都千代田区霞が関 3-2-5 電話: 03-3503-1490