

女性の起業と求められる支援策

—「ママ起業」に着目して—¹

鹿 住 倫 世
(専 修 大 学)
(商 学 部 教 授)



目 次

はじめに

第1章 女性の起業と「ママ起業」

1-1 女性の起業動向

1-2 ママ起業の特徴

1-3 女性の起業時の課題

第2章 女性起業家の成功要因

2-1 自己効力感の効果

2-2 社会的正当性の獲得

第3章 起業支援策における課題

3-1 行政による女性起業支援策

3-2 女性起業家等支援ネットワーク構築事業

3-3 当事者インタビューに見る支援策への認識

3-4 支援機関の考え方と課題

第4章 女性起業支援策に求められること

4-1 女性起業家の多様性に対する認識

4-2 自己効力感を醸成する支援

4-3 正当性獲得のための支援

おわりに

はじめに

第二次安倍内閣が2014年6月に閣議決定した「日本再興戦略改訂版」において、経済・社会における女性の活躍促進政策が掲げられ、2020年までに企業等における指導的地位に占める女性の割合を30%にするという「2030計

画」が提唱された。しかし、2015年において、企業等の管理職における女性比率は微増したものの10%弱であり、計画の達成は困難という見方が世間一般の認識であった。

2015年10月に発足した第三次安倍改造内閣の目玉となる政策である「ニッポン一億総活躍社会の実現」では、女性の活躍に特化した数

¹ 本稿は、科学研究費助成事業（基盤研究（C）、課題番号：16K03818、研究課題：女性起業家の事業成長・事業継続に影響を与える要因に関する研究、研究代表者：鹿住倫世）の成果の一部である。

値目標は示されず、「名目GDP600兆円」「希望出生率1.8」「介護離職ゼロ」の実現を目標に、人口一億人を維持しつつ、高齢者や障害者、若者、女性を含む人々の経済活動への参加による日本の成長発展を目指すこととしている。

女性の経済・社会における活躍促進に着目すれば、年功制を基盤に長期的な人材育成・昇進・登用を前提とする日本企業においては、女性が指導的地位つまり管理職に就くには、長期継続就業を可能にし、なおかつ「希望出生率1.8」を達成するための家庭責任との両立支援（例えば保育所や学童保育の充実）が不可欠である。「保育園に落ちた」ら「活躍できない」のである。

女性がワークライフバランスと経済活動への参加、特に指導的地位への就任を両立させる方法のひとつとして、在宅での経済活動、すなわち自宅での起業が考えられる。しかし、日本は諸外国に比べて男女とも起業活動が低調な国であり（Kelly, D. et.al., 2016）、さらに女性は男性より起業する者の割合が低いのが現状である。これに対して最近、「ママ起業」と呼ばれる、子供のいる女性が自宅で起業することが注目されている。実際、女性の在宅ワークや在宅起業を支援している民間企業である株式会社コッコトが主催している「ママ起業」応援イベント「笑顔で働きたいママのフェスタ（ママフェス）」には、40～50人のママ起業家が出展し、2,000人以上のママ起業家志望者や関心のある女性が来場している。筆者も2、3度ママフェスの会場を訪れたことがあるが、子供連れの女性たちが熱心に先輩女性起業家の話に聞き入っていた。ママフェスは毎年、日本全国

で10回程度開催されている。

このように「ママ起業」への潜在的な関心は高いものの、実際には各種の統計データでは女性の起業が顕著に増加している事実は見られない。最近、政府や地方自治体等によって創業支援施策が多数講じられているにも関わらず、既存の支援策はママ起業家予備軍には認知されていないのだろうか。あるいは、彼女たちの支援ニーズには合致しないのであろうか。そこで、潜在的なママ起業家を掘り起こし、女性の起業を増やすために求められる支援策は何かを、本稿で考察したい。

第1章 女性の起業と「ママ起業」

1-1 女性の起業動向

ママ起業の動向について論じる前に、前提として日本の女性の起業がどのような状況にあり、どのような課題に直面しているのかを、先行研究および資料から概観する。

世界80か所以上の国や地域の起業家活動の状況を1999年から毎年調査しているGlobal Entrepreneurship Monitor（GEM）によれば、日本は調査対象国・地域の中で最も起業家活動が低調な国の一つであるといえる（Kelly, D. et.al., 2016）。起業活動における男女差は、GEM調査対象国・地域全体に言えることであるが、特に日本は男性に比べて女性の起業意識や起業の実行が著しく低い（Kelly, D. et.al., 2015）。

Kelly, D. et.al., (2015)によれば、日本の女性経営者・起業家の特徴は、既存企業の経営者の割合はアジア・オセアニアの他の先進国（オーストラリア、韓国、台湾、シンガポール）の

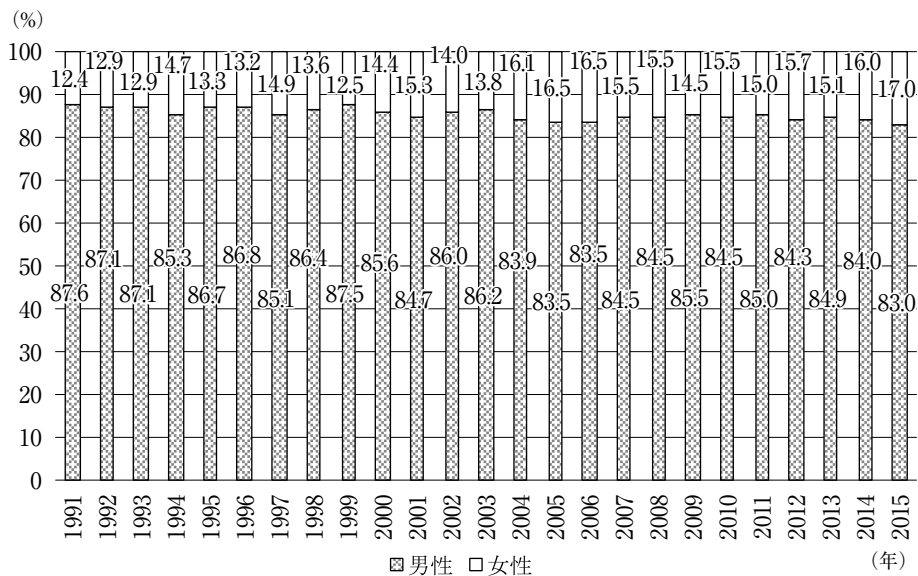
平均値に近いものの、起業意識や起業活動（起業準備や起業の実行）は調査対象国・地域全体およびアジア・オセアニアの先進国の平均値よりかなり低い。起業機会の認識においては、失敗への恐怖心が全体およびアジア・オセアニアの先進国平均とほぼ同じだったことを除き、起業家を知っていること、起業機会を生かせる能力の自覚いずれにおいても、平均よりかなり低い数値を示している。起業活動の内容を見ても、サービス分野での起業活動、海外取引、革新的な製品やサービスの開発による起業、起業による6人以上の雇用創出、いずれの項目においても、全調査対象国・地域全体およびアジア・オセアニアの先進国平均を大きく下回っている。日本における女性の起業の状況は、世界の他の国・地域に比べて特に低調であると言える。

日本の女性の起業の動向について、もう少し時系列的に見ていきたい。『中小企業白書』等で開業率・廃業率の算出に使用されている統計データである「経済センサス」（旧「事業所・企業統計調査」）は、残念ながら回答企業の経営者や事業主の性別は不問であるため、女性が経営する企業の開業率・廃業率を分析することはできない。

そこで、日本政策金融公庫総合研究所が1991年から毎年実施している「新規開業実態調査」²における開業者の性別分布を見ると、図1-1のように多少の増減はあるものの、長期的には女性の比率が徐々に増加している。それでも17%に過ぎない。

また就業構造基本調査における有業者のうち「起業希望者」および過去1年以内に職を変

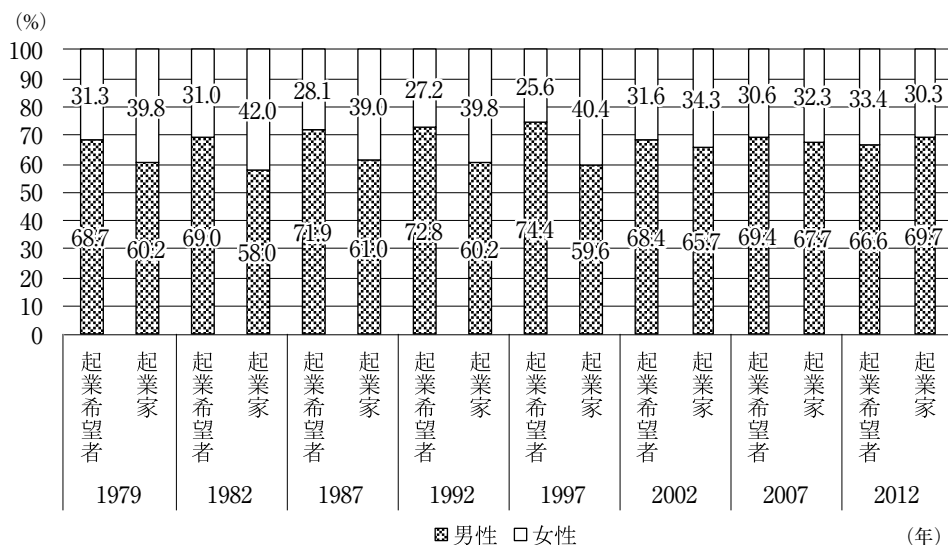
図1-1 新規開業実態調査における回答者の性別分布



データ：日本政策金融公庫総合研究所編『2016年版 新規開業白書』

2 「新規開業実態調査」は、日本政策金融公庫（旧・国民生活金融公庫）が調査年の前年に融資した企業のうち、融資時点で開業後1年以内の企業・個人事業を調査対象としている。無記名の質問紙調査で送付・回収とも郵送である。回収数は調査年によって異なるが、概ね1,200～2,000件である。日本政策金融公庫からの融資を受けた企業のみが調査対象であるため、開業時に事業所の開設や製品の開発・製造など資金を必要とする業種の回答比率が高いというサンプルの特徴がある。

図1-2 就業構造基本調査における起業希望者および起業家の性別分布



データ：総務省「就業構造基本調査」
出典：中小企業庁編『2014年版中小企業白書』

え、あるいは新たに職に就き、現在は個人事業主になっている「起業家」の性別分布をみると、1979年から2012年まで起業希望者、起業家とも女性のほうが男性より少なく、その割合はおおむね30%前後から40%前後となっている。特に2002年から2012年の直近10年では、起業家に占める女性の割合は微減している（図1-2）。

同様に2007年と2012年の就業構造基本調査の個票データを用いて、開業希望と開業準備に影響を与える本人の属性に関する要因を分析した研究（松田・土屋・池内・岡室, 2016）によれば、開業した（自営業主になった）者の性別割合は、女性が13%であるのに対し男性が87%と、労働力人口の男女比（女性41%、男性59%）と比較して女性の割合が少ない。有業者における開業希望者は男性より女性のほうが有意に（5%～10%）少ないが、開業準備に進む者の割合は男女でありあまり違いはない。つまり、

いったん開業を考えるようになれば、開業に向けて行動を起こす確率は男女でありあまり変わらない。

同研究では、既婚・未就学児ありの無業者の開業希望と開業準備動向についても分析している。女性は男性より20～40歳代で既婚・未就学児ありの者の無業者が3倍多く、こうした専業主婦の就業希望者が多い。だが、就業の方法として開業を希望し準備する者の割合は、男性より有意に低い。特に「未就学児の数は、30代～40代の女性、就業経験を持つ専業主婦の開業準備に有意に負の影響を与えている。しかし無業者の男性では、20代の開業希望にむしろ正の影響を与えている」（松田・土屋・池内・岡室, 2016 p.17）ということがわかっている。つまり、未就学児を持つ主婦は、開業を希望しても開業準備には躊躇しているということだ。

就業構造基本調査の分析は2007年と2012年のデータを用いているが、この研究結果からは

「ママ起業」が顕著に増えているという事実は見られない。新規開業実態調査においても、女性開業者の割合は微増である。しかし、統計データに表れないものの、前述の「ママフェス」におけるママ起業を目指す女性たちの熱気や、ソーシャル・ネットワーキング・サービスなどにおける女性を対象とした起業家、経営者のネットワーク参加者数³などを見ていると、最近2、3年の間にママ起業を含む女性の起業は盛んになったように感じる⁴。

この統計との差をどのように解釈すればよいのだろうか。一つはママ起業を含む女性の起業の多くが副業もしくは家計の副収入を得るための事業であり、本業ではないため調査等に起業家や開業者として回答していないことが考えられる。また、起業による収入が家計を支えているとしても、「起業家」という言葉に「イノベーションを創出し、革新的な事業を行う経営者」というイメージを感じ、調査に対して「自分は起業家ではない」と認識して回答しないということが考えられる。実際、筆者が2015年に行った女性起業家に対する調査でも、「私は自宅で自営業をしています、起業家ではないので回答しません」と言ってきた女性が複数いた。

起業を「事業所を構え、形のある商品や製品、あるいは顧客に直接サービスを提供する事業を始めること」と定義すると、最近のウェブ上の商取引やサービスの提供、あるいはアプリ、ソフトウェア、コンテンツの制作・提供といった事業はとらえきれない。開業率や起業実態を把

握するためには、起業の定義を見直すことから始める必要があるのではないかと。いずれにせよ、ママ起業を含む女性の起業は、長期的なトレンドとしてはゆるやかに増加しているように見えるが、女性は男性より起業を志望する者が少なく、また起業を志望しても実際に起業行動に至る際に何らかのハードルがあることが推察できる。

1-2 ママ起業の特徴

統計データには表れにくい、ママ起業に対する社会の関心は高まっている。この傾向は日本だけではなく、諸外国でも見られることである。女性にとって高い収入を得られる勤め先が少ない発展途上国では、生活費を得るために既婚・子供のいる女性が自営業を営むことはめずらしくない。一方先進国では、被雇用者であった女性が、育児や家庭責任と仕事との両立を図るため、在宅での起業を選択している。

例えば英国では、女性が前職を辞め自宅で起業という働き方を選択した理由として、「前職が長時間労働だったので、自宅でもっと子供と一緒にいたかったから」、「子供を預けるコストが高すぎて、勤務による収入に見合わない」、「勤務先の男女不平等（ガラスの天井）」、「時間的自由度の高い仕事がしてみたかった」、「経済的自立のため。やってみたい仕事があったので」といった理由が挙げられている。実際に自宅で起業した事業は、コンサルタント、webデザイン、インターネット販売・取引、アパレル、チャイ

3 例えば、Facebookのクローズドグループである「やりたいことを仕事にしたい・している女子の会」は、管理人の男性以外、すべて女性のメンバー（自営業者、会社経営者、プチ起業家、起業支援者など）であり、その人数は2017年2月5日現在、15,891人である。

4 経済産業省（EYアドバイザリーへ委託）が実施した「女性起業家等実態調査」によれば、女性の起業支援を行っている都道府県、市町村等の機関や企業に対する調査において、最近の女性の起業希望者・起業家や支援状況に関する問いに対し、「女性の起業に対する社会的関心が高まった（47.4%）」、「起業を希望する女性が増えた（42.9%）」という回答が上位を占めている（EYアドバイザリー株式会社、2016年3月）。

ルドケア、写真家、ヘア・メイクアップアーティスト、市場調査等である（Duberley, J. & M. Carrigan, 2012）。この研究では、20名のママ起業家について調査を行っているが、そのうち6名は自分のビジネスで家計を支えている。

日本のママ起業については、前述の「ママフェス」に出展していた女性3名と、主催者の株式会社コッコト代表取締役である宮本直美さんにインタビュー調査を行った結果、英国の事例と類似する内容であった（表1-1）。ただ、日本のママ起業家は、有業から在宅起業したのではなく、仕事を辞めて何年か無業のまま過ごし、その後起業している。業種も英国の事例のような業種その他、エステティックサロンやネイルサロンなどの美容系業種や料理教室、ヨガ教室、手芸教室などの教室系業種が多い。起業経験のある業種に加え、趣味や特技を生かした事業を選択している。ママ起業したビジネスによる収入や世帯収入に占める割合は調査していな

いが、多くのママ起業家の月商は数万円から十数万円程度である。もちろん、中には育児用品を開発して販売し、累計1億円以上の売上を得たというママ起業家もいる（園田, 2012）。

ただ、自宅での起業や小規模性は、ママ起業に限ったことではなく、最近の起業の全体的な傾向といえることができる。日本政策金融公庫総合研究所が行った「起業意識に関する調査」（2013年調査）によれば、すでに起業している者のうち、従業者数が1人（経営者のみ）の企業が全体で66.5%、男性起業家では65.4%、女性起業家では67.6%を占めている。また、主な営業場所が自宅である起業家は、全体で65.8%、男性起業家では64.9%、女性起業家では66.7%に上っている。月商については、50万円未満の者が男性起業家では55.9%であるのに対し、女性起業家は72.0%と女性のほうが少額の者が多い。

ママ起業は、一人で自宅起業するという最近

表1-1 ママ起業の事例と特徴

	起業した業種	起業した理由
Aさん	母乳中のアルコールをチェックする試験紙の輸入・ネット販売	製薬メーカーの元営業。出産後退職したが、何か面白い商材はないかとインターネットで探していて、この商品と出会う。自分も授乳中にお酒を飲みたいと思ったことがあり、日本未輸入だったが、ぜひ販売したいと思った。
Bさん	フラワーデコレーション教室・制作	趣味で作っていたが、友人から教えてほしいと頼まれ、自宅で教室を開くことにした。
Cさん	金箔ブライダルエステ、アロマサロン	20代で大病を経験、アロマセラピーを勉強し、サロンを開業。雇われるのではなく、自分で仕事がしたかった。子供との時間を取れるし子供に働く姿を見せることができるので、自宅で起業。
(株)コッコト 宮本直美氏	(ママ起業の特徴)	・自分のライフステージに合わせ、生活とのバランスの取れた働き方の一つとして起業を選択。 ・起業の目的は、生活費を稼ぐことから、社会貢献、自己実現、趣味を生かすことなど、さまざま。 ・「成長」は必ずしも目標ではない。ライフステージに合わせて、時には中断、再開も。 ・会社等への就職経験があっても、起業やマネジメントの経験はない。ビジネスに必要な基礎知識（会計、営業、マーケティングなど）が不足している人が多い。

（筆者作成）

の起業の方向性に即した起業形態をとっているが、事業機会の追求や主たる生計費の獲得というよりも、家庭責任と仕事との両立を図りつつ自身の経験や趣味・特技を生かして副収入を得ることを目的としている者が多い。中には、「〇〇さんの奥さん」とか「××ちゃんのお母さん」という立場ではなく、「自分の名前で仕事がしたい」という思いで起業する者もいる。ただ、その中からヒット商品が生まれたり新たな事業モデルを創出して成長発展するケースもあり、一概に趣味の延長や収益性を無視した自己実現のための起業ということとはできない。

1-3 女性の起業時の課題

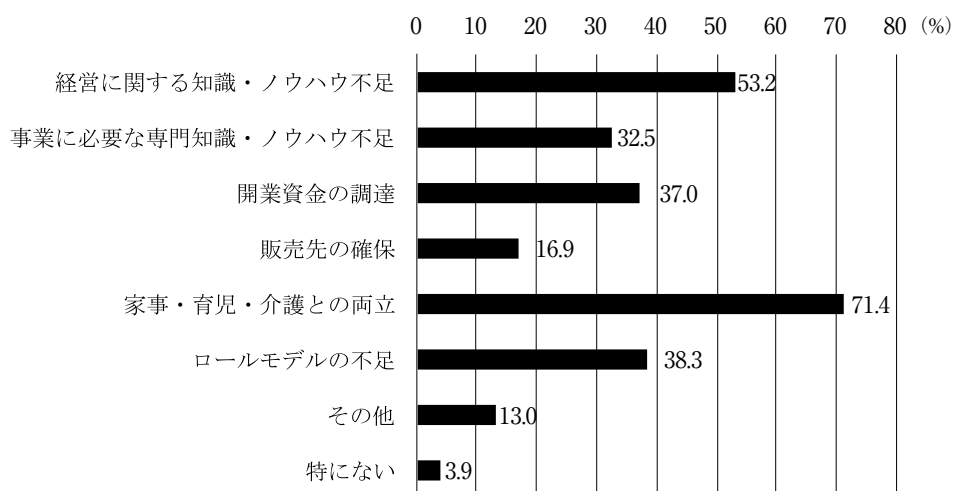
女性起業家は、起業において男性とは異なる経営課題に直面している。日本政策金融公庫総合研究所が行った「2014年新規開業実態調査」によれば、新規開業者が「開業前に心配だったこと」および「開業時に苦労したこと」のいずれにおいても、女性は男性より「業界に

関する知識の不足」（開業前：男性10.4%、女性13.0% 開業時：男性9.8%、女性16.6%）や「商品・サービスに関する知識の不足」（開業前：男性7.2%、女性10.3% 開業時：男性5.6%、女性9.1%）、「家事や育児、介護等の両立」（開業前：男性4.2%、女性11.7% 開業時：男性3.5%、女性8.4%）において高い割合を示している。

また、経済産業省が行った女性向け起業支援策を実施している機関へのアンケート調査（2016年1月実施、回収数154件）によれば、起業支援機関側が認識している女性起業家特有の課題として、「家事・育児・介護との両立」（71.4%）や「経営に関する知識・ノウハウ不足」（53.2%）が挙げられている（図1-3）（EYアドバイザリー, 2016）。

例示した2つの調査結果を見ると、女性は起業アイデアや起業に対する意思はあるものの、経営知識や業界知識が不足しており、また家事や育児等の家庭責任と事業とを時間的、体力的

図1-3 女性の創業・起業における特有の課題



（出典）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」（2016年3月）

に両立できるかどうかという不安を抱えていることがわかる。これらの調査結果は、実際に開業した女性や起業支援機関に相談に訪れた女性の意見であり、開業や相談に至っていない潜在的起業家は、これらの課題をより深刻に感じているかもしれない。あるいは、ここに上がってこない別の課題を抱えていることも考えられる。

次章以降では、先行研究を踏まえて女性起業家の成功要因を明らかにするとともに、現に行われている起業支援と支援を受けた（相談した）当事者である女性のニーズ、意識のギャップを示し、女性、特にママ起業に対する支援策のあり方を提示したい。

第2章 女性起業家の成功要因

これまで見てきたように、日本において女性起業家は男性よりも少なく、また起業しようとする意志を持つ者も少ない。実際に起業したとしても、女性は経営知識の不足や家庭責任との両立など男性とは異なる点で不安を抱え、自信がないように見える。自信のなさや、「自分に起業ができるのだろうか」という自己効力感の不足の現れである。また、一般的に女性の起業への関心が高まってきているとはいえ、まだ女性が起業することに対して社会的に十分な理解が得られていない側面もあり、起業しようとする女性は誰に相談すれば適切なサポートが受けられるのかわからず、立ち止まってしまうこともある。

この章では、女性起業家が起業に一步踏み出し、事業化に成功するために必要と思われる内的要因である自己効力感の獲得と、外的要因

である社会的認知の獲得について、先行研究における理論を整理する。

2-1 自己効力感の効果

先行研究において、女性が男性よりも起業家になることをためらう最も大きな障壁の一つは、自己効力感の欠如であると指摘されている（Fielden et al., 2003; Fielden & Hunt, 2011）。自己効力感とは、一般的に起業家に備わる主要な心理的特徴であると考えられており、事業を開始または経営する個人のビジネスの目標、学習行動、忍耐強さや成長への意欲に対して、強い影響を及ぼす（Chen et al., 1998; Zhao et al., 2005）。

高いレベルの自己効力感を有する起業家は、たとえ競争が激化し、不確実性が高まりつつある事業環境であっても、成功のためにリスクを取ることができると確信している（Baum & Bird, 2010）。高い自己効力感を持つ人は、心理的な充足感のもたらす強みから（Hisrich & Brush, 1986）、不確実性やリスクが高い状況は克服できるものだとして解釈している（Bandura, 1977）からである。一方、自己効力感が低い人は、経営するうえで不運な状況に直面すると、失敗するかもしれないという不安により強くとらわれてしまう（Chen et al., 1998）。

これまでの研究成果によって、起業活動やその成果に対する自己効力感の影響が実証されてきた。例えば、社会的認知理論においてZhaoらは、自己効力感とは起業意識の醸成の基礎となる要素であると述べている（Zhao et al., 2005）。アメリカにおける6年間にわたる継続研究から、BaumとLockeは、自己効力感とは新

規事業の成長、特に売上と雇用における成長の可能性を増大させていると結論づけている (Baum and Locke 2004)。CardonとKirkの最近の研究によれば、アメリカ北西部の中小企業に対する調査から、起業時の自己効力感が忍耐力を増大させているという結果を示している (Cardon and Kirk 2015)。

社会的認知理論によれば、起業家の自己効力感は、起業家の経験や行動に影響を与える個人の心理的能力に関係している。自己効力感はまた、特に起業家的な活動を行うために必要な自信やモチベーションを刺激する認知プロセスを包含している (Bandura, 1977, 1982, 1997)。個人のモチベーションや積極性は、複数の要素からなる意思決定能力や、経営戦略の選定に対する自己規制に影響を与える (Staw & Boettger, 1990)。Bandura (1977) によれば、自信は、個人と組織に継続的な競争優位性をもたらす源泉となる心理的要素の一つである。

自己効力感における男女差については、アメリカのMBAの学生を対象とした研究がすでに数多く行われている (Marlino & Wilson, 2003; Wilson et al., 2007; Wilson et al., 2009)。自信と性差に関する先行研究では、女性は男性より自己効力感が低いと結論づけられている (Koellinger et al., 2008)。自信の欠如によって、女性は起業家的な活動を行うことを躊躇しているという研究成果もある (Fielden et al., 2003; Kirkwood, 2009)。例えば、Fielden & Dawe (2004) は、質的な調査によって、女性は起業において金融機関と交渉するスキルについて、低い自己効力感を示していることを明らかにしている。このような自信の欠如は、開業助成金

の申請に対してもダメージを与えている。Fielden and Hunt (2011) が英国のイングランド北部で行った研究によれば、自信の欠如は、女性が公式的なビジネスネットワークに参加、あるいは構築しようとする場合に直面する、最も重大な障害の一つである。Kirkwood (2009) がニュージーランドで行った研究によれば、多くの女性が自分自身を起業家であるとみなされることを好まず、この自己認識の欠如は、自分に対する信頼のレベルの低さと大いに関係があることがわかった。Kirkwoodの研究はまた、起業家になれるという強い自己効力感は、事業の成長過程における強い自己効力感とは必ずしも同時に現れるわけではないことを示している。

第1章で示した女性の起業における課題である経営知識の不足も、実際には学習すれば解決する問題であるにも関わらず、起業に対する女性の自信のなさにつながっているように見受けられる。家事・育児等との両立についてみると、起業前に課題として認識している者の割合に比べ、起業時に課題としている者の割合が低くなっていることから、実際にやってみれば両立が可能だと気づく者がいることを示している。起業してみれば「できる」と認識して自己効力感が生まれるものの、起業前に自己効力感を持てないために起業を躊躇してしまう女性が多いのではないだろうか。

2-2 社会的正当性の獲得

次に、起業を取り巻く社会的制度の起業活動への影響を見てみる。先行研究では、女性は男性より、公式の制度的支援を得ることが難しいという結果が示されている (Shinnar et al.,

2012)。起業家活動分野の先行研究においては、理論的に、公的な支援、例えば金融支援、補助金、個別コンサルティング、技術や法律面の指導の有無は、女性が起業するかどうかの重要な決定要因であることが広く知られている。法的制度によって女性の起業家活動を公式的に位置付けることは、女性にとっての起業機会を創出し、彼女たちが起業する事業分野に影響を与える (Welter & Smallbone, 2008)。

これまでも、公的な制度として講じられている資金支援、訓練、そしてアドバイスが、不確実性の高い新規事業を経営する女性の能力の向上に役立つということが議論されてきた。Yousefzai et al. (2015) によれば、公的な規制、例えば男女平等に関する法律やワークライフバランスを促進するための政策は、女性の経済活動を促進し、起業家活動に主体的にかかわることを増大させる。それに対して、性別に特化した制度、例えば出産休暇や育児休業は、女性が事業を始めることに消極的になるという反対の見方もある (Estrin and Mickewicz, 2011)。

マサチューセッツ工科大学の工学部の学生 2,193 人のサンプルを用いて、Lüthje and Franke が行った研究 (Lüthje and Franke 2003) によれば、制度的障壁、つまりベンチャーの創出にとって妨げになるような州の制度や規制があると、起業意思に対してマイナスの影響を及ぼすことがわかっている。Hofstede (1991) の多文化社会理論と性別役割理論を拡張し、Shinnarらが行った研究によれば、中国においては、明確な制度的支援（法的支援、カウンセリング、公的な起業支援制度を含む）の欠如は、男性よりも女性を起業から遠ざけるこ

とが示されている (Shinnar et al., 2012)。パキスタンの学生 805 人のサンプルに基づいて行われたSaeedらの研究によって、広く認識された公式の制度的支援があることは、新規事業の立ち上げと経営の可能性に対して正の相関関係があることが証明された (Saeed et al. 2015)。これらの研究成果によって、公式的な起業支援策は、女性の自信を高め、適切な情報の収集に向かわせ、起業機会における優位性を高めることに役立つことが分かった。

このように、先行研究においては、行政の講じる女性に対する起業支援策が、女性の起業促進に多大な効果をもたらすことが証明されている。一方公的支援とは別に、少数ではあるが、非公式な制度的支援が、起業家が自身の能力への信頼や自信を得ることに役立っているという調査が行われている。Baumol (1990) では、起業家活動に対する力の入れ方は、起業活動や革新的な行動に対して評価するかしないかという社会的規範によって形作られていると指摘されている。非公式の支援制度に着目することの重要性を指摘しているStephan & Uhlaner (2010) によれば、社会的な支援を得られる環境は、明示された、あるいは見えないさまざまな経営資源を得られるため、創業間もない起業家が新規事業の創出に前向きに取り組み、事業上のミスや失敗から熱心に学ぼうとすることを後押ししている。

女性起業家にとって、地域の社会やコミュニティから起業活動を承認されるということは非常に重要である。社会的な正当性を得ることによって、経営資源を集めやすくし、未熟さによって生じる課題を低減し、より良い新規事業の

成果を出すことができる（Kibler et al., 2014; Shepherd et al., 2007）。女性の起業家活動に対する非公式な制度的支援の欠如は、意欲的な女性起業家が社会的な認知を得られるよう努力し続けることを思いとどまらせてしまうかもしれない。彼女たちが努力しなくなることによって、地域の、あるいは戦略的な経営資源を有している利害関係者とうまく相互関係を結ぶことができなくなるかもしれない。

女性が起業する際に十分信頼されることは、一番苦しい時期に女性たちがビジネスの目的や目標を達成するために有益な支援を得る重要な活動である。先行研究は、女性は男性より、顧客やサプライヤー、資金提供者とあまり公式的でないつながりを持つ傾向があることを示唆している。その結果、正当性の確保は、女性が起業プロセスにおける経営資源獲得の制約を克服することができる重要な要素であるとなすことができる。社会における、「個人を放っておかない」文化は、女性が情緒的な安定を得ることができ、かつビジネスの失敗に対する恐れを低減させることができるため、厳しい起業活動に投資することの助けになる。制度的な規範の観点から、起業家活動分野の研究者たちは、女性たちが起業するようになると、起業に対して価値を認め、起業家を敬服し、正当化する社会やコミュニティや国が増えることを証明している（Baughn et al., 2006）。

女性の起業に対する社会的正当性を獲得することの意義を日本の状況に即して考察してみると、女性の起業全体やママ起業が通常の働き方の一つとして認識されることによって、公式的には税制や保育サービスの点で女性起業家

が不利な扱いを受けることが減り、起業を志向する女性が増えるであろう。具体的には、配偶者の扶養家族となっている専業主婦が個人事業主として起業した場合、年収が103万円以下（2017年3月現在）であったとしても配偶者特別控除の対象から外れるという判断が税務署によってなされる場合がある。また、認可保育所に子供を預けようとした場合、自宅で起業する者は優先順位が低くなってしまう。これでは、起業に関心があっても躊躇してしまうであろう。

また地域社会やコミュニティにおいても、女性の起業が普通のこととして認知されることによって、事業所の確保や顧客の開拓がスムーズに行えるであろう。もちろん、家族・親族の協力も得やすくなる。女性の起業が社会的正当性を得ることによって、女性にとって起業のハードルは下がり、経営の困難性も低減できるようになる。

以上のように、先行研究から、女性が起業に対して「自分にもできる」という自己効力感を持つことや女性の起業について社会から普通のこととして認知されることは、起業へのハードルを下げ、また起業の成功を後押しするものであることがわかった。次章では、現在の日本における女性起業支援策が女性の起業に対する自己効力感の醸成や社会的正当性の獲得に役立っているかを検証する。

第3章 起業支援策における課題

3-1 行政による女性起業支援策

2015年10月、安倍政権による「ニッポン一億総活躍社会の実現」政策が掲げられて以降、各省庁では女性の活躍支援の一環として

女性起業支援策の整備が進められている。

従来、社会や雇用における男女の共同参画を推進してきた内閣府においては、男女共同参画推進連携会議内に「女性の起業支援チーム」を発足させ、優れた取り組みを行っている女性起業家の事例収集、関係府省庁や地方自治体、関連団体における女性起業支援制度、プログラム等について、情報の収集と共有、発信を行うこととしている。

これに基づき、内閣府男女共同参画局では「女性応援ポータルサイト」⁵の中に「地域・起業」の項目を設け、関係府省庁が行う女性起業支援政策・プログラムを紹介している。ここに掲出されている国レベルの起業支援策は、必ずしも女性のみを対象としている政策ばかりではないが、主に女性を対象としたものを抜粋して以下に記す。

<経済産業省>

○女性起業家等支援ネットワーク

(概要)

女性の起業を支援するため、地域の金融機関や産業・創業支援機関等を中心とした女性起業家等支援ネットワークを形成します。

起業を志すあらゆる段階にいる女性や、事業成長に課題を抱える創業間もない女性起業家を確実にフォローできる体制をネットワーク内において構築します。既存の起業家支援施策への橋渡し等、女性のニーズに応じたきめ細やかな支援を行います。

○女性、若者／シニア起業家支援資金

(概要)

女性、若者(30歳未満)又は55歳以上の方のうち、新規開業して概ね7年以内の方を支援する低利融資を行います。

【事業資金相談ダイヤル(受付時間:平日9時～19時):0120-154-505】

日本政策金融公庫では、女性起業家向けに、「女性、若者／シニア起業家支援資金」によって、貸付利率を0.4%引き下げて融資(上限あり*)を行います。

女性起業家に対しては年間約5千件(平成26年度実績)の融資がされています。

*中小企業事業本部では7億2,000万円まで、国民生活事業本部では7,200万円まで

<経済産業省 中小企業庁>

○創業スクール

(概要)

全国で「創業スクール」を開催し、創業予備軍の掘り起こしをはじめ、創業希望者の基本的知識の習得からビジネスプランの策定までを支援します。女性創業者向けの講座も実施しています

受講される方にあわせて3つのコースを用意しています。創業に必要な経営知識・ノウハウ及び各種手続き、資金調達などの実務ポイントを体系的に学習する「ベーシックコース」、第二創業を予定している方や創業に再度チャレンジする方向けの「第二創業・再チャレンジコース」に加え、女性創業者の方向けには、女性ならではの視点を生かした商品・サービス開発やライフイベントとの両立、女性起業家の体験談

⁵ 女性応援ポータルサイトURL <http://www.gender.go.jp/policy/sokushin/ouen/index.html> (2017年2月1日参照)

などのポイントを追加した「女性起業家コース」が受講可能です。

<農林水産省>

○輝く女性農業経営者育成事業 (概要)

農業に取り組む女性の経営力を高めるため、商談会などのマーケティングを学ぶ場の提供やビジネススキルを磨くためのセミナーなどを行います。

- ・農業を営む女性が地域農業活性化のリーダーとなれるよう、農産物の直接販売（マルシェ）や商談会に参加するなど実践を通じてマーケティングを学ぶ場を提供します。
- ・地域ごとに、一步踏み出したいという女性農業者を対象として、ビジネススキルを磨くためのセミナーなどを行います。
- ・なお、女性農業者の知恵や感性を企業の力と結びつけ、新たな商品・サービスなどをつくることを通じ、女性農業者の活躍を発信する「農業女子プロジェクト」を充実させます。
(2016年2月現在、農業女子メンバー 411名、参画企業25社)

また、現在は掲出されていないが、内閣府男女共同参画局ホームページに全国の都道府県、政令指定都市、市区町村において実施されている、236件の女性起業支援プログラムがとりまとめられていた（2016年2月18日参照）。主に男女共同参画推進センター等で実施されているプログラムの紹介であるが、実施都道府県および政令指定都市は以下のとおりであった。

<都道府県>

青森県、宮城県、秋田県、福島県、茨城県、栃木県、千葉県、石川県、福井県、長野県、静岡県、愛知県、滋賀県、奈良県、兵庫県、鳥取県、岡山県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県、高知県、福岡県、大分県、鹿児島県

<政令指定都市>

仙台市、さいたま市、千葉市、横浜市、川崎市、相模原市、静岡市、大阪市、神戸市、岡山市、北九州市、福岡市

(以上、内閣府男女共同参画局ホームページ「女性起業支援策 都道府県別一覧」参照日 2016年2月18日)

3-2 女性起業家等支援ネットワーク構築事業

ここで、筆者が政策の企画・運営に関わっている、前掲の経済産業省「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」について詳細を述べる。

本事業は、経済産業省が委託調査した「女性起業家等実態調査」の結果に基づき、これまで実施してきた女性向け起業支援策の課題をカバーするような内容で企画された。例えば、「女性の起業支援を行っている機関が直面している課題として、他の支援機関との連携を進めることが難しい」とか、「創業希望者がどこに所在するのかわからない」、あるいは「実施する事業へのニーズがどの程度あるのかわからない」といった課題が上位に挙がっている。この調査は、主に都道府県の男女共同参画推進センター等の支援機関を対象に行われているが、女性の起業に対する関心の高まりは実感しているものの、女性の支援ニーズを十分把握できておらず、また対象となる創業希望者への

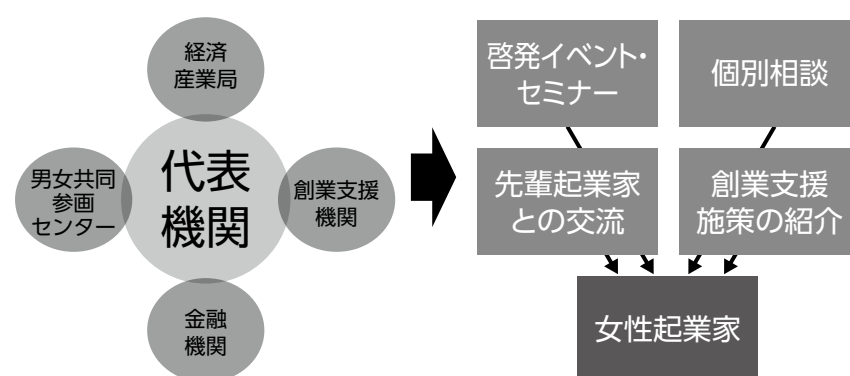
アクセスが困難であるという状況がみられる。

本事業は、平成28年度に予算計上され、公募によって選定された株式会社パソナが事務局を務めている。全国を10地域に分け、各地域において女性起業家支援のネットワークを構築し、事業を推進する中核機関を公募による企

画選考で選定し、女性の起業に関する啓発イベントの開催や支援人材（メンター）の育成、女性起業支援ウェブサイトの開設、情報提供、相談業務などを行う。全体の事業スキームの概念図は図3-1のとおりである。

図3-1 女性起業家等支援ネットワークの事業スキーム

女性起業家等支援ネットワーク構築事業の事業スキーム(例)



(筆者作成)

具体例として、地域ネットワークの一つである「北海道女性起業家支援ネットワーク」の構成機関を表3-1に掲出する。平成28年度は、十勝市や釧路市においてロールモデル（先輩女性起業家）による講演、交流会、支援機関やメンターも参加するフォーラムの開催などが行われた。他の地域では、女性起業支援者（サポーター）の養成研修や、イベントや商業施設での出張相談ブースの開設、女性起業家のためのテストマーケティングイベントなどのプログラムが実施されている。

本事業の特徴は、これまで主に起業支援や経営相談を担ってきた中小企業支援機関や商工団体とは接点が少なかった潜在的な起業希

望者をもターゲットとしていることにある。そのため、中小企業支援機関等があまり連携してこなかった男女共同参画推進センターや女性を支援する民間団体などとネットワークを構築している。「創業希望者がどこにいるかわからない」、「広報が難しい」というこれまでの支援機関の課題を克服するために、女性や女性起業家の草の根ネットワークとの連携を組み込む工夫がなされている。

10か所の地域それぞれに状況が異なるため、ネットワークに参画する機関・組織や事業内容は多様であるが、10か所の中核機関を集めて全国連絡会議を開催し、有益な事業や運営方法を相互に情報交換し共有している。事業がス

表3-1 北海道女性起業家支援ネットワーク

代表機関	公益財団法人さっぽろ青少年女性活動協会
創業支援機関等	中小企業基盤整備機構北海道本部 北海道中小企業総合支援センター さっぽろ産業振興財団 札幌商工会議所 北海道ニュービジネス協議会
金融機関等	北洋銀行、北海道銀行、札幌信用金庫 (株)さっしん地域経済金融センター (一社)北海道信用金庫協会、札幌証券取引所 北海道信用保証協会、(株)ACT NOW、日本政策金融公庫
コワーキングスペース	(株)シェアデザイン、札幌大通まちづくり(株)
女性起業家コミュニティ・先輩女性起業家等	(一社)北海道女性支援協会(札幌市／女性起業家支援者) EZONA(札幌市／女性起業家コミュニティ) North-Woman(札幌市／女性起業家コミュニティ) 十勝キャリアデザインネットワーク(帯広市／女性起業家コミュニティ) オホーツクキャリアデザインネットワーク(北見市／女性起業家コミュニティ) 釧路モカ女性プロジェクト(釧路市／女性市民団体) (株)ワタラクシア(札幌市／女性起業家支援者) うつくしろ創造協議会(釧路市／女性起業家支援者) (公財)北海道女性協会(札幌市／男女共同参画推進・普及団体)
行政機関	在札幌米国総領事館 北海道、札幌市

(平成28年度女性起業家等支援ネットワーク構築事業全国連絡会議 配布資料より筆者作成) 平成28年11月24日時点

タートしてからまだ半年程度であり、事業の成果は今後把握されるであろうが、これまで支援対象として意識されていなかった「ママ起業」を目指す潜在的な女性起業家の支援ニーズをいかに把握し、適切なサポートを行っていくかが、本事業の成果を上げるために重要なポイントであろう。

3-3 当事者インタビューに見る支援策への認識

平成28年度から始まった「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」は、女性の起業支援を行ってきた支援機関の課題を克服する方向で政策内容が企画されている。それでは、以前から行われている起業支援策に対して、利用して

いる女性起業家はどのような認識をもっているのだろうか。特に、女性の起業の成功に影響を及ぼす自己効力感の醸成や社会的正当性の確保という観点で、利用者である女性起業家が起業支援策をどのようにとらえているのかを把握し、女性起業支援の課題を明らかにしたい。

<公的起業支援制度に対する女性起業家の認識に関するインタビュー調査>

対象：女性起業家支援イベントに参加している女性起業家および、支援機関を利用したことのある女性起業家(10人)

実施期間：2015年6月～2016年10月

調査方法：対面またはメールによる半構造化されたインタビュー調査

表3-2 インタビュー調査結果の概要

	年齢	婚姻状況	同居の子供	事業内容	公的機関の起業支援制度利用の経験
A	30s	既婚	1人	エステティックサロンやベビーマッサージ教室、デコウォッチ教室・販売を自宅で開業	公的機関に新規事業の融資の相談に行ったとき、担当の相談員に事業内容を話したら「なんでここに来たの?」という態度でそっけなくあしらわれた感じだった。ビジネスの内容を理解してもらえなかったとショックを受けたのと同時に、融資をうけることが自分には難しいのかなと思い、自信がなくなりました。
B	40s	既婚	2人	ペーパーアート（紙を加工してカードなどを手作りする）教室を自宅で開業	自分の趣味として始めたペーパーアートの教室を開こうと思ったので、そもそも公的機関で相談に乗ってくれるとは思わなかった。
C	60s	既婚	2人	フラワーデコレーション教室を自宅で開業	趣味でやっていたことを頼まれて友人に教えるようになって、材料費＋αを頂くようになったので、特に起業の準備や相談を公的機関ににいったことはありません。そんなところはもっと立派な事業をやる人が相談に行くところだと思っていました。
D	50s	既婚	2人	公民館等で子供向けに写真アルバムづくりの教室を運営	公的な女性起業支援機関の「起業塾」で学びました。起業塾の内容は充実しており、センターの相談員の人も親切で満足でした。ただセンターの事業で出店した際に、写真アルバムについて「こんなものは事業にならない」とか「500円払う価値もない」と言われたときは、みじめな気持ちになり落ち込みました。
E	50s	既婚	2人	編み物教室、手に障害がある人でも使える「ユニバーサルかぎ針」の開発	長年、編み物教室をやっていましたが、2012年に「ユニバーサルかぎ針」のアイデアを思いつき、翌年、市の産業支援機関に特許申請の相談に行きました。相談員の先生からいろいろ専門的な話をされ、理解できず、自分には難しいかなと思いました。その後も日本弁理士会や大学などいろいろなところに相談しましたが、自分のアイデアが理解されず、自信がなくなりました。支援機関から「創業スクール」を勧められ、受講しましたが、これも内容が難しすぎて、自分には起業は向いていないのかと思いました。
F	40s	既婚	1人	ウェブサイト制作、経営セミナー・勉強会開催、女性起業家支援事業を行う会社を起業	起業したての頃に、商工会議所主催の税理士さんによるセミナーに参加したのですが、一人で起業した私にはそぐわない内容が多く、役に立たないかなと思いました。それ以来、公的機関のセミナーは自分の事業規模には合わないのかなと思い、参加しなくなりました。
G	30s	離婚	1人	カフェ、女性起業サポートワークショップを起業	創業補助金の申請の件で商工会に相談に行ったのですが、経営支援員の人が創業補助金の制度について全く理解していなかった。そのような機関は信用できなかったのも、自分で準備したほうが良いと判断した。私は起業するために必死で準備しているのに、あまりにも適当な対応をされ腹立たしかったし、話がかみ合わないのが不安になった。その後、公的金融機関に融資の相談に行ったとき、「ランチメニューの金額が高い」と言われ、この金額に設定した理由も聞いてくれなかったのががっかりした。「夢物語」「絶対こんなのできないよ」とも言われ、私の独りよがりかと落ち込んだ。
H	30s	既婚	0人	健康相談サロン、コミュニティスペース事業	商工会議所に創業相談に行ったのですが、相談員の方が知らない職種やベンチャービジネスに対して否定的で、門前払いに近い対応でした。あくまでも創業に関する初歩的な相談だったのに、拒絶されて非常に残念でした。
I	30s	未婚	0人	英会話教室を起業	公的金融機関で融資相談に乗ってもらった時に、事業の実現性が不確か、売上の根拠がないと、取り合ってもらえなかった。事業計画の見直しを求められたけど、事業計画書の書き方や売上の算出方法も知らなかったのも、どうしたら事業が実現できるのかを教えてほしかった。もちろん創業意欲はそがれたし、この後どこの公的機関に行っても否定されるんだろうなと自信がなくなり、しばらくどこにも相談に行かなかった。
J	30s	既婚	1人	若鳥丸焼き専門店&カフェを起業	公的機関には相談に行きませんでした。理由は、私の中ではもう起業が決まっていて、資金も自己資金を使う予定だったので、相談の必要性を感じなかったから。

インタビューに応じてくれたのは、主に自宅で起業した女性であり、起業前は専業主婦であった者が多い。既存の起業支援事業のうち、創業セミナーや窓口相談、融資制度（相談）などを利用している。

利用した結果、公的支援に対して次のような認識を持っていることがわかった。

- (1) 創業セミナー、起業セミナーの内容が一人で起業する人には合わない
- (2) 支援機関の相談員（男性が多い）等は、女性の経験やニーズに基づく商品やサービスに対して理解が乏しく、否定的な態度を取る
- (3) 支援機関の相談員や専門家のアドバイスは、専門的過ぎて難しい
- (4) 女性は支援機関や金融機関で求められる経営知識が不足している。そのことに対して厳しく指摘され、起業意欲をそがれる

サンプル数が少ないので、ほかに支援機関に起業相談してよかった、役に立ったという認識を持っている女性起業家もいることは予測できるが、複数の支援機関や金融機関を利用した場合、そのうちの一部では上記のような対応をされた経験を持つ女性が多いのではないだろうか。

支援機関や金融機関に相談に行ってもこのような対応を経験すると、女性は起業そのものに対して否定されたような、あるいは女性にとって非常に困難なことに無謀にチャレンジしているような認識を持つ。つまり、社会的正当性を得ていないと感じ、自分の起業に対してさまざまなサポートを得ることが難しいと感じてしまう。また、事業内容を否定されたり、経営知識の不

足をばかにされたりすると、起業に対する自己効力感は低下する。自信を無くして起業活動を止めてしまうこともあるだろう。

すべての支援機関や金融機関が上記のような対応をしている訳ではないが、女性起業家、特にママ起業のようにビジネス経験に乏しい女性が起業に挑戦しようとした場合、ちょっとした否定や見下した態度が起業意欲を萎えさせてしまうことが考えられる。潜在的な起業家も、このような経験をした先輩女性起業家から話を聞けば、起業を躊躇してしまうだろう。女性の起業を増やし、成功に導くためには社会的正当性の獲得と自己効力感の醸成が重要であり、このことを意識した支援、対応が求められる。

3-4 支援機関の考え方と課題

一方、女性を対象とした起業支援の実施を求められる支援機関側も、戸惑いや疑問を持っている。筆者は、経済産業省の「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」の全国連絡会議において、10地域の中核的機関の担当者や経済産業局の担当者と話をする機会があった。担当者からは当初、「経営に性別は関係ない。なぜ女性だけを対象とするのかわからない」とか、「女性の趣味の延長のような事業を支援する必要が理解できない」、「月商5万円、10万円の事業をビジネスと言えるのか。こんな小さな事業を支援する意義がわからない」といった意見が聞かれた。

確かに、これまで講じられてきた起業支援策を活用している女性起業家もいる。そうした女性たちにわざわざ女性に特化した、男性と異なる支援プログラムを用意する必要はない。だが、

「ニッポン一億総活躍社会」の実現を考えると、現在、家庭責任や育児・介護のために働いていない、働けない女性が活躍する方法の一つとして、起業を促進することには意義がある。「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」も、こうした潜在層の女性起業家に働きかけ、起業を実現することを主たる目的としている。さらに、育児や介護などは一生続くものではなく、子供が中学生や高校生になったら再び就職したいと考えている女性が多い。しかし、長年ビジネス界から遠ざかっていると、ITリテラシーの低下はもとより、ビジネス感覚や仕事への心構えも後退してしまう。「自分の好きなことを仕事に」とはいえ、顧客がいて対価をいただく立場になれば、コミュニケーション力や仕事の正確性、期日管理なども求められる。つまり、ママ起業のような専業主婦の起業は、女性のエンプロイアビリティを向上させ、社会での活躍を促進する要因となるのである。

また、多くのママ起業家が起業による収入を家計の副収入、追加収入と位置付けており、月商5万円、10万円でも有益である。週に数日、スーパーマーケットでパート勤務して得られる収入とさほど変わらない。むしろ、金額よりも「人に喜んでもらえる」とか「自分が欲しいと思っていたものを形にできた」といった達成感を得られることが重要であり、こうした自己効力感、将来再就職した際にも役立つものである。

女性の起業を支援する意義を、支援機関は女性の視点から考えるべきである。

第4章 女性起業支援策に求められること

最後にまとめとして、これまでの議論に基づき、女性起業支援策に求められることを考察したい。

4-1 女性起業家の多様性に対する認識

本稿では、女性起業家の中でも「ママ起業」と呼ばれる既婚・子供ありの主婦層の起業に焦点を当てた。もちろん、未婚女性や子供のいない女性、子供の手が離れた女性も起業しているが、特に女性がワークライフバランスを取りつつ社会で活躍する方策の一つとして、「ママ起業」に着目した。

このように、女性の起業支援を行う場合、どのような女性を対象とするかによって、支援ニーズや支援方法が異なる。例えば、子供の有無によるニーズの違いが存在する。筆者らが行った調査の分析によれば、「子供がいる場合には、国・自治体・公的機関の支援プログラムが充実していないと考えており、仕事と家庭での責任がぶつかり、仕事の責任を果たせていないことをストレスととらえていた」（弘中、河合、鹿住、川名, 2015）。

具体的にどのような点で支援プログラムが充実していないと感じているのか。例えば創業セミナーやイベントを開催する場合、子供が学校に行っている昼間の時間帯に開催するのがベストである。また、未就学児の託児サービスを用意したり、子連れでの参加も可能であるような工夫が必要である。しかし、多くのセミナーは仕事帰りの人が参加できるように、平日夜や土曜日の昼間に開催されている。これでは、家庭

責任のある女性は参加しにくい。

また、セミナーの内容をもっと基礎・基本から教えるものや、一人で自宅で事業を行うのに適した事業計画書の書き方を教えるものにするべきである。初期投資をあまり必要とせず、金融機関からの借入も予定していない者に対して、詳細な事業計画書の作成は不要である。

家庭責任との両立の方法を具体的に示すことも重要である。その点において、自分と同じ立場の先輩女性起業家の話を聞くことは、役に立つのである。同じように小さな子供を抱えていても、自宅の近所に親や親戚がいて頼れる場合と、まったくいない場合では事情が異なるし、ビジネスに使える時間や経営資源も人によって異なる。家族の協力の有無も影響がある。このように一人一人状況が異なるということを念頭において、必要な情報の提供やサポートを行っていくことが必要である。

さらに、それぞれの起業の目的や目標も異なるし、起業準備の途中で第二子を妊娠し、起業を中断せざるを得ないという場合もある。仕事だけではない、個人的な事情も多様であり、画一的なプログラムや対応では不十分ということも念頭に置くべきである。

4-2 自己効力感を醸成する支援

第3章で示したように、相談に訪れた支援機関の担当者から、自分の事業アイデアや事業内容を頭から否定されれば、自信を失うのは当然である。逆に「自分にもできる」という自己効力感を持ってもらうためには、例えば想定される顧客にテスト販売をしてみるとか、無料でもいいから実際にサービスを使ってもらうことに

よって、ニーズの有無を確認しつつ、事業化に向けてアイデアを練り直していくことが必要である。

例えば商品やサービスが見込み顧客から不評であっても、それは商品やサービスの質の問題なのか、そもそも需要が存在しないのか、ターゲット顧客が異なるのか、競合製品・サービスが優れているのか、何らかの理由を考え、対応策を検討するはずである。それこそ事業化に向けて一歩踏み出すことになる。自分のアイデアを他人に話して意見をもらうだけでもいい。他者の評価は自信となり、自分の強みを客観的に把握することができる。すでに実施している支援機関もあるが、ワークショップを開催して参加者が自分の事業アイデアや強みを書き出し、ほかの人に評価してもらったり、イベントなどでテストマーケティングを体験するようなプログラムが、自己効力感を醸成していくことにつながる。

4-3 正当性獲得のための支援

女性の起業、特にママ起業が社会的正当性を獲得するためには、まず多くの人にママ起業の存在や意義を認知してもらうことが重要である。「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」では、啓蒙イベントや一般の方への周知のためのイベント開催も組み込まれている。女性起業家の成功事例集やマスコミへの積極的な紹介により、女性起業家やママ起業の社会的認知を高めることが正当性獲得につながる。

また、女性起業家や潜在的起業家層は、産業支援機関や商工団体とは接点がない。男女共同参画推進センターやママサークル、女性の

キャリア支援を行う団体など、これまでとは異なる機関や団体へのアプローチが必要である。こうした機関や団体との連携によって、女性にとっての起業の意義や直面する課題について、双方の理解が深まるであろう。潜在的な女性起業家層への情報提供や広報活動も、このような今まで接点のない団体や組織を通じて行うべきである。女性の起業に対する正しい認識が広がることによって、女性の起業意識は向上し、さまざまな場面で有形無形のサポートを受けることが可能となる。

おわりに

「起業に関心はあるけれど一歩踏み出せない」女性は多くいると思う。特に仕事を辞め家庭に入って何年もたつ人ならなおさらである。しかし、起業を目指す女性は、自分の思いを形にしたい、好きなことを仕事にしたい、誰かに喜ば

れたいという思いが強い。最近の起業家活動研究では、この「パッション」が起業の成功に与える影響を分析したのが見られる。パッションを持った女性起業家が成功できるよう、一人一人に必要なサポートが届くことを願っている。

本稿は女性の起業支援策について、女性と支援機関側の認識のギャップをあぶりだすことにより、より良い支援のあり方を考察したものである。インタビュー調査や情報提供にご協力いただいた方々には、心より御礼申し上げる。なお、以前から女性の起業支援を行っている団体、機関においては、本稿に記した目指すべき支援策をすでに実践している機関も複数存在することは認識している。紙面の都合上、紹介できなかったことを陳謝したい。

女性の起業支援策が本格的に実施されるようになったのは、最近1、2年のことである。今後の支援策の展開と発展に期待している。

【引用文献・参照URL一覧】

- Baughn, C. C., Chua, B-L., & Neupert, K. E. (2006). "The Normative Context for Women's Participation in Entrepreneurship: A Multicountry Study", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 30 (5) : 687-708.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behaviorak Change, *Psychological Review*, 84: 191-215.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behaviorak Change, *Psychological Review*, 84: 191-215.
- Bandura, A. (1982). "Self-Efficacy Mechanism in Humn Agency", *American Psychologist*, 37: 122-147.
- Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman.
- Baum, J.R., & Bird, B.J. (2010). "The Successful Intelligence of High-Growth Entrepreneurs: Links to New Venture Growth", *Organization Science*, 21 (2) : 397-412.
- Baum, J.R., & Locke, E.A. (2004). "The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skills, and Motivation to Subsequent Venture Growth", *Journal of Applied Psychology*, 89 (4) : 587-598.
- Baumol, W.J. (1990). "Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive", *Journal of Political Economy*, 98: 893-921.
- Cardon, M.S., & Kirk, C.P. (2015). "Entrepreneurial Passion as Mediator of the Self-Efficacy to Persistence Relationship", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 39 (5) : 1027-1050.
- Chen, C.C., Green, P.G., & Crick, A. (1998) "Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers", *Journal of Business Venturing*, 13: 295-316.

- Duberley J. and Marylin Carrigan (2012) The career identities of 'mumpreneurs' : Women's experiences of combining enterprise and motherhood. *International Small Business Journal* 31 (6), pp.629-651.
- Estrin, S., & Mickiewicz, T. (2011). "Institutions and Female Entrepreneurship", *Small Business Economics*, 37: 397-415.
- Fielden, S.L., Davidson, M.J., Dawe, A.J., & Makin, P.J. (2003). "Factors Inhibiting the Economic Growth of Female Owned Small Businesses in North West England", *Journal of Small Business & Enterprise Development*, 10 (2) : 152-166.
- Fielden, S.L., & Dawe, A. (2004). "Entrepreneurship and Social Inclusion", *Women in Management Review*, 19 (3) : 139-142.
- Fielden, S.L., & Hunt, C.M. (2011). "Online Coaching: An Alternative Source of Social Support for Female Entrepreneurs during Venture Creation", *International Small Business Journal*, 29 (4) : 345-359.
- Hofstede, G. (1991) "Cultures and Organizations: Software of the mind". McGraw-Hill Book Company. (岩井紀子, 岩井八郎訳, 『多文化世界 ー違いを学び共存への道を探るー』, 有斐閣, 1995年)。
- Kelley, D., S. Singer, M. Herrington (2016) "Global Entrepreneurship Monitor 2015/16 Global Report", GEM.
- Kelley, D., C. Brush, P. Greene, M. Herrington, A. Ali, P. Kew (2015) "GEM Special Report Women's Entrepreneurship", GEM.
- Kibler, E., Kautonen, T., & Fink, M. (2014). "Regional Social Legitimacy of Entrepreneurship: Implications for Entrepreneurial Intention and Start-Up Behaviour", *Regional Studies*, 48 (6) : 995-1015.
- Kirkwood, J. (2009) "Is a lack of self-confidence hindering women entrepreneurs?" *International Journal of Gender and entrepreneurship*, Vol.1 Iss: 2 pp.118-133.
- Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2008). "Seeing the World with Different Eyes: Gender Differences in Perceptions and the Propensity to Start a Business", *Tinbergen Institute Discussion Paper* 035/3.
- Hisrich, R.D., & Brush, C.G. (1986). *The Women Entrepreneur*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Lüthje, C., & Franke, N. (2003). "The 'Making' of an Entrepreneur: Testing a Model of Entrepreneurial Intent among Engineering Students at MIT" , *R&D Management*, 33 (2) : 135-147.
- Marlino, D., & Wilson, F. (2003). *Teen Girls on Business: Are They Being Empowered?* Boston & Chicago: Simmons School of Management and The Committee of 200.
- Saeed, S., Yousafzai, S.Y., Yani-De-Soriano, M., & Muffatto, M. (2015). "The Role of Perceived University Support in the Formation of Students' Entrepreneurial Intention", *Journal of Small Business Management*, 53 (4) : 1127-1145.
- Shepherd, D., McMullen, J., & Jennings, P. (2007). "The Formation of Opportunity Beliefs: Overcoming Ignorance and Reducing Doubt", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1 (1-2) : 75-95.
- Shinnar, R.S., Giacomini, O., & Janssen, F. (2012). "Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 36 (3) : 465-493.
- Staw, B.M., & Boettger, R.D. (1990). "Task Revision: A Neglected Form of Work Performance", *Academy of Management Journal*, 33 (3) : 534-559.
- Stephan, U., & Uhlaner, L.M. (2010). "Performance-Based vs Socially Supportive Culture: A Cross-National Study of Descriptive Norms and Entrepreneurship", *Journal of International Business Studies*, 41: 1347-1364.
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). "Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education", *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31 (3) : 387-406.
- Welter, F., & Smallbone, D. (2008). "Women's Entrepreneurship from an Institutional Perspective: The Case of Uzbekistan", *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4 (4) : 504-520.
- Wilson, F., Kickul, J., Marlino, D., Barbosa, S.D., & Griffiths, M.D. (2009). "An Analysis of the Role of Gender and Efficacy in Developing Female

- Entrepreneurial Interest and Behavior”, Journal of Developmental Entrepreneurship, 14 (2) : 105-119.
- Yousafzai, S.Y., Saeed, S., & Moreno Muffatto, M. (2015). “Institutional Theory and Contextual Embeddedness of Women’s Entrepreneurial Leadership: Evidence from 92 Countries”, Journal of Small Business Management, 53 (3) : 587-604.
 - Zhao, H., Seibert, S.E., & Hills, G.E. (2005). “The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions”, Journal of Applied Psychology, 90 (6) : 1265-1272.
 - 中小企業庁編 (2014) 『2014年版 中小企業白書』
 - EYアドバイザリー株式会社 (2016) 「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)
 - 弘中史子、河合憲史、鹿住倫世、川名和美 (2015) 『日本の女性起業家の現状と課題に関する一考察』 Discussion Paper No.J-56, 滋賀大学経済学部附属リスク研究センター
 - 松田尚子、土屋隆一郎、池内健太、岡室博之 (2016) 『開業希望と準備の要因に関する計量分析』(RIETI Discussion Paper Series 16-J-009) 独立行政法人経済産業研究所
 - 日本政策金融公庫総合研究所 (2014) 「起業意識に関する調査～アンケート結果の概要」
 - 日本政策金融公庫総合研究所編 (2016) 『2016年版新規開業白書』 佐伯印刷(株)
 - 園田正世 (2012) 『小さく始めて1億売った ママ起業私の方法』 祥伝社
- (参照URL一覧)
- 女性応援ポータルサイト
<http://www.gender.go.jp/policy/sokushin/ouen/index.html> (2017年2月1日参照)
 - わたしの起業応援net
<https://www.joseikigyo.go.jp> (2016年12月5日参照)
 - 内閣府男女共同参画局
<http://www.gender.go.jp/index.html> (2017年1月20日参照)