



### 「女性起業のエコシステム」地方からSDGsの可能性

江藤 進（主任研究員）

#### （要旨）

- 日本では、少子高齢化等を背景に1億総活躍社会が掲げられ、女性の活躍が期待されてきた。他方、アフリカや日本を含むアジアの多くの国がSDGsの目標5「ジェンダー平等」に課題を抱え、同時に女性はライフイベントをはじめとして各種の就業への制約もある。かかる中、女性の起業が1つの選択肢として注目される。
- 日本は社会課題の先進国で、女性は日々のくらしの課題（ニーズ）に多く直面する。中でも地方は課題の宝庫で、アイデアと工夫を凝らして解決する女性の起業家も多く、学ぶべきものも多い。
- 女性起業家には、女性の視点で既にあるものを今の社会課題に適応させ、新たに意味づけし、ビジネスへ昇華させているものも多い。女性を巡る課題は世界共通でもあり、そのアナロジーは途上国への貢献でも可能性を持つものと考えられる。
- 社会起業はICT等のデジタル技術の活用だけでなく、日本が誇るアナログ技術（職人による品質作り込み）の再活用も可能である。他方、社会起業も現在はエシカル（倫理的）からビジネス志向に変化してきており、欧米でのブランディング等、これまでとは異なる新たな支援も必要になってきている。
- 女性の起業において、挑戦者の課題解消や、若年層を含む潜在層の覚醒の他、例えば中国地方の取組等、芽吹き始めた社会や地域で女性起業家を育てるエコシステムの流れを決して止めてはならない。女性起業家が生まれ続ける仕組作りに息の長い取組とコミット（基盤を支える最低限の公的資金を含め）が必要と考える。
- 女性起業家と支援機関（機関間含む）や、地方と全国の双方間でより充実したシームレスな情報のアクセスや共有、流通の連携（プラットフォーム）も一考である。また、統計等も不十分で後追いながらも長い目で考え、整備は必須と考える。
- 日本は女性の起業を巡る課題も多く、取組とともに先行事例として途上国への共有も考え得る。SDGsの責務を率先して果たすためにも国内の課題解消と国際貢献の内外同時推進が期待される。

日本では、少子高齢化等を背景に1億総活躍社会が掲げられ、女性の活躍が期待されてきている。他方、アフリカや日本を含むアジアの多くの国がSDGs（持続可能な開発目標）の目標5「ジェンダーの平等」に課題を抱えるとともに、女性は結婚や出産等のライフイベントをはじめとして各種の就業への制約もある。かかる中、女性の起業が1つの選択肢として注目される。

日本は社会課題の先進国で、女性は日々のくらしの課題（ニーズ）に多く直面する。中でも地方は課題の宝庫で、アイデアと工夫を凝らして解決する女性の起業家も多く、学ぶべきものも多い。

女性の起業は、課題を抱える一方、海外を含め活躍は拡がりつつあり、途上国支援でも課題の共有を含め、貢献の可能性は大いにある。国内の課題解消と国際貢献の内外同時推進が期待される。足元の現場の状況を反映した統計や調査等も不足する中、本稿では、導入の位置づけで、地方の参考となる事例として中国地方の取組を引きながら、地方から女性の起業家が継続的に生み出されるとともに、国際貢献に資する可能性と課題を考える。

## 1. 日本の女性の起業を巡る期待と現実

### (1) 経済的側面からの期待

日本では“1億総活躍社会”が掲げられてきた中、名目GDP（2018年）で世界第3位の一方、1人あたりGDPでは第26位でG7中6位となっている。女性の生産年齢人口の就業率は改善してきているものの70.9%（2019年速報）<sup>1</sup>と道半ばである。今後も国内生産年齢人口の減少が続くことは確定的で、女性の活躍への期待が高まる。他方、AI等による失職リスクの男女差において、日本は3.4倍とOECD30カ国中最大で<sup>2</sup>、既存の女性が担っている定型業務の減少等による影響も懸念される。

女性活躍の1つの選択として“起業”があり、女性の起業により、所得増や雇用、その結果の消費増（新たな市場による消費増含む）の他、地方においては女性流出防止の受皿だけでなく、地域経済の活性化に資する可能性も有する。

### (2) 需給ニーズのギャップ

一方、女性が出産や育児を機に仕事を辞め、就業率が低下する所謂“M字カーブ”も近年改善が見られるが、第1子出産で退職する女性は46.9%と依然として高い<sup>3</sup>。

女性非労働力人口2,803万人中262万人が就業を希望し<sup>4</sup>、子供が小学生までは「短時間勤務」や「家でできる仕事」を希望するものの実際には「パート・アルバイト」の非正規が最も多く、需給ニーズにギャップも見られる中で潜在的な自宅起業等の希望者が相当数存在すると見られる（鹿住2019<sup>5</sup>）。

また、「女性自営業主にM字カーブは見られない」<sup>6</sup>との結果からも女性の起業に意義があると言える。

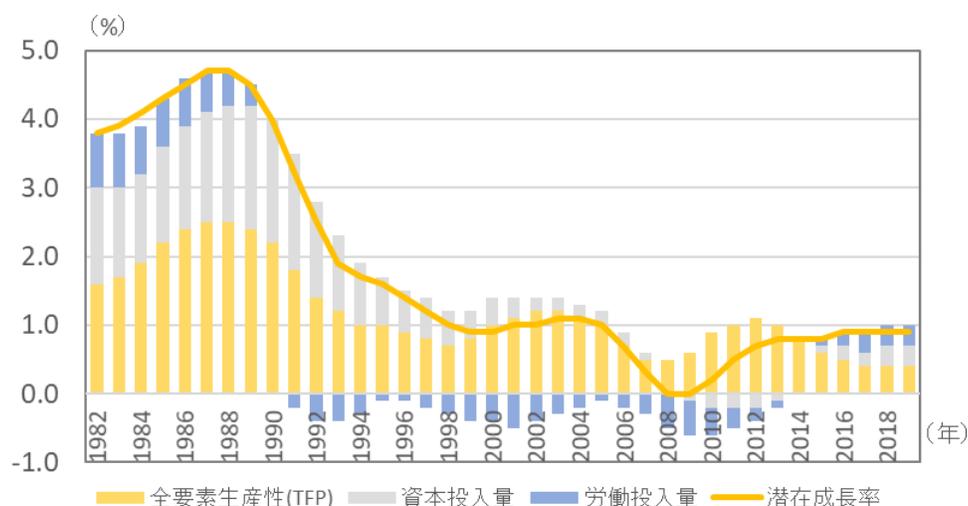
### (3)イノベーションと社会課題の解決

日本は、生産年齢人口の減少や抑制的な国内投資の中、イノベーション等による成長が期待される（図表1）一方、開業率は欧米の半分以下とされる<sup>7</sup>。かかる中、日本再興戦略等でもイノベーションやベンチャーによる成長が掲げられてきている。

イノベーションには、ダイバーシティー（多様な視点）が大きな要素となるが<sup>8</sup>、例えば、第5期科学技術基本計画（2016～2020年度）における2017年女性研究者新規採用比率は、自然科学系全体21.6%（目標値30%）、理学系16.5%（20%）、工学系12.6%（同15%）と目標値に及ばない<sup>9</sup>。

女性は、家事や育児、介護等、現場の課題（＝ニーズ）を熟知しており、社会課題解決に向けたイノベーションの種は豊富で、国際貢献を含め、起業の素地も有している。

同時に大企業も脱自前主義やCVC（Corporate Venture Capital）の設立等、ベンチャー企業とのオープンイノベーションとともにSDGsへの取組も積極化してきており、双方のシナジーを生み出す地合が出来つつある。



図表1『潜在成長率（労働投入、全要素生産性両面）の推移』（内閣府<sup>10</sup>より作成）

### (4)SDGs(ジェンダー問題)

SDGsが、2015年9月の国連サミットで採択されて以降、年々、世界で注目される中、2019年に日本はSDGsが定める17目標169ターゲットの達成度ランキングで世界162カ国中15位となった<sup>11</sup>。

一方、「目標5ジェンダー平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る」等の4つの目標で“RED”（Major challenges）となり、具体的な指標では、女性国会議員数、男女賃金格差、無償労働を行う時間の男女格差等で課題が指摘さ

れ、また、World Economic Forum「ジェンダー・ギャップ指数」でも日本は前年の110位から更に順位を下げ153カ国中121位となっている<sup>12</sup>。

政府も2019年12月に「SDGs実施指針改定版」で8つの優先課題の筆頭に、「ジェンダー平等の実現」を掲げ推進している<sup>13</sup>。

SDGsの「目標5ジェンダー平等」で“RED”は、193カ国中日本を含め72カ国あり、約9割がアフリカとアジア諸国で占められている<sup>11</sup>。今後の日本の課題への取組如何で、これらの諸国への貢献の可能性も変わる。

## 2. 国内の女性の起業における特徴と課題

女性の起業は、くらしに根差した小規模なものが多く、女性固有の事情も背景に多様性があり、それに応じて、課題も家事や育児、介護を含め、男性に比し多く抱える。

### (1)特徴

#### ①マイノリティと多様性(年代)

起業家における女性比率は、正確かつ包括的な統計は十分ではないが、例えば、日本政策金融公庫が開業時に融資した先を対象とした「新規開業実態調査」では、「(小規模)企業・個人事業で経営者・事業主が女性」は近年漸増傾向ではあるものの2019年度19.0%で長年低位である<sup>14</sup>。

また、起業希望者・準備者は子育て層が相対的には多いものの各世代に幅広い<sup>7</sup>。

#### ②零細事業

経営体制も8割弱が個人経営<sup>15</sup>で、約2/3が従業員1人(=経営者)や自宅開業で少資本、小規模に取り組む先が多く<sup>16</sup>、結果、収益やシェアで低成長となっている先も多い(鹿住2019<sup>5</sup>)。

また、不安やリスクの解消といった背景とともに昨今は働き方改革の追い風もあり、副業や兼業による起業も多い。

#### ③女性固有の動機

起業の動機としては、身近なロールモデルによる触発<sup>7</sup>の他、ライフイベントやワーク・ライフ・バランス、性差等(鹿住2019<sup>5</sup>)、女性固有の課題を背景にしたものも多く特徴的である。

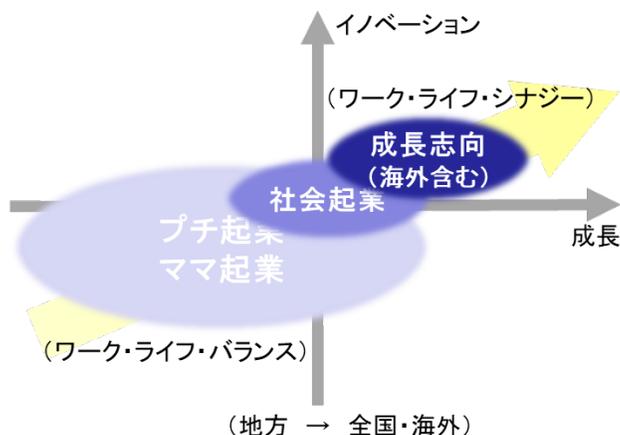
また、インターネットの普及により、ライフイベントやワーク・ライフ・バランスを背景にした在宅での起業も見られる。

#### ④多様性(類型)

起業の類型としては小規模に地域密着で始めるプチ起業や、中でも育児期を中心にワーク・ライフ・バランスを考えたママ起業の一方、科学や技術等をはじめイノベーションによる起業の他、MBAやコンサル等を経て海外展開を含む成長志向の起業や社会課題の解消を目指した社会起業等があり、各々の中間的なものを含め、種々

の取組が見られる（図表 2）。

地方を筆頭に人口減少・少子高齢化、就業構造の変化等で、様々な社会課題がある中、女性はくらしの中で課題を抱える機会も多く、育児・介護等の負担等も背景に男性に比し女性の社会起業は多く<sup>7</sup>、ビジネスコンテストの応募等でも“ソーシャルビジネス”の拡がりが見られる<sup>\*i</sup>。



図表 2『女性起業のポジショニング（イメージ）』（筆者が作成）

### ⑤サービス産業(B to C)への偏り

業種としては美容等の個人向けサービスや教育、小売（EC 含む）等が多く見られ<sup>5</sup>、ビジネスコンテスト等では、これにコンサルティング<sup>17</sup>が加わる。大半は生産財への初期投資等の不要な B to C のサービス業となっている。

また、女性は、家族や友人、趣味、地域を大事にし、属性（社会的関係）が広く、男性よりも多くの社会課題や制約条件に直面し易く、そのニーズや感性を活かした商品・サービスも多く見受けられる。

### ⑥女性で回すビジネス(女性が女性を呼ぶ事業特性)

従業員は女性の比率が高く、主要顧客も女性が多い<sup>18</sup>。雇用のしやすさや安心、業種特性等が背景と考えられる。女性の雇用増の観点からも一考に値する。

また、昨今は国内外で安心等を背景にシェアリングで女性内に閉じたビジネスモデルの起業も見られる。

## (2)課題

既存の研究（鹿住 2019<sup>5</sup>）や各種アンケート調査<sup>19</sup>等からは以下の課題が指摘され

\*i (株)日本政策投資銀行が 2012 年から毎年開催する「DBJ 女性新ビジネスプランコンペティション」（以下、DBJ 女性ビジコン）（7 回応募累計 2,335 件）では第 6 回より「ソーシャルデザイン賞」を導入する等、近年は社会課題解決へサステナブルな取組を SDGs の観点からも注目している<sup>17</sup>。

ており、結果、リスク限定の点からも低成長ビジネスに留まる傾向が強い。

#### ①事業・経営に関する知識・ノウハウ・能力

女性は結婚や出産等で管理職を経験する前に退職することが多く（管理職比率の男女格差で日本は153カ国中131位等）<sup>12</sup>、ヒト・モノ・カネのマネジメント経験やビジネススキルが不足している。

#### ②開業資金の調達（信用等）

性差等も背景に特に金融機関、業界団体等において社会的信用等が得られず、資金調達で支障が出ている。また、クラウドソーシングも欧米に比し使い勝手から利用を控える意見もある。

#### ③ネットワーク

男性社会やグループに入り難い等も背景に、起業で必要となる販路や会計・税務・法務等の専門家とのパイプが細い。

#### ④家事・育児・介護との両立

長年、女性に負担が大きく寄っている家事や、育児・介護等のライフイベントに伴う負担が、起業の足枷となっており、SDGsでも課題視されている<sup>11</sup>。「主婦に寄せられる“～べき”の解消」に真正面から取り組む女性の起業家も多い<sup>20</sup>。

### 3. 国内の支援状況と彼我比較

#### (1)多様なフェーズと支援

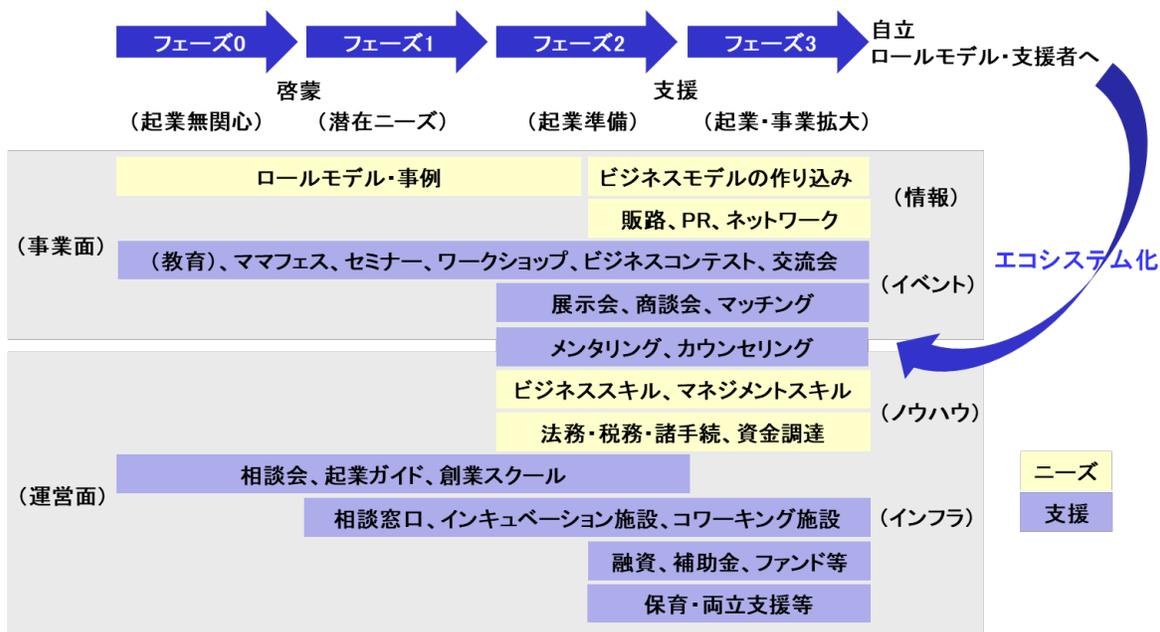
女性の起業支援では、無関心層や潜在層の啓蒙から起業準備、起業、事業拡大と各フェーズに対し、前述のように女性の起業に固有の特徴や課題が加わるため、多様な支援を要する。

かかる中、女性の起業における事業面や運用面の様々なニーズに対して、官民による各種支援も多数行われている。（図表3）

各地域のよろず相談拠点等による伴走型の支援をはじめフェーズ毎の各種起業支援は勿論、支援イベント1つでも地域における官民による様々なセミナーやママフェス、相談会から全国規模のビジネスプランコンテストまで多様である。また、例えば、DBJ女性ビジコンの受賞者は、起業・経営ノウハウやネットワーク紹介、経営者・有識者との連携によるメンタリング等の個別支援により次のステージを目指すとともに、先輩女性起業家として地方等のセミナーで講師としてPR方々、自らの体験を伝え、彼女らに続く次の世代の女性起業家の背中も後押ししている。

また、支援者に向けても例えば政府の女性活躍加速のための重点方針2016における「女性起業家等支援ネットワーク」事業では、全国10箇所で金融機関、創業支援機関等からなるネットワークが組織され、支援体制の整備をはじめ、「わたしの起業応援net」等の情報の発信・共有や、研修等も進められている<sup>21</sup>。

一方、後述の通り、シームレスまたはワンストップ的な支援や情報共有は課題を残し、適切な統計や調査も不足している等、現場では課題も抱える。



図表 3 『多様なフェーズと支援』（経済産業省<sup>22</sup>等を元に筆者が作成）

## (2) 彼我比較

海外では、全般的に途上国程、女性の労働市場への参入は低く、就労機会の不足から自営業等の割合は高い。女性の起業の目的では、先進国は「自己実現」、途上国は「生きるため」といった傾向が見られる（鹿住 2019<sup>5</sup>）。

また、途上国ではインフォーマルセクターなど不安定な雇用形態で就業している女性も多く、小規模起業を通じた女性のエンパワーメントは人間の安全保障においても重要になっている。

### ① 先進国で低位の日本の起業と環境

前述の通り、先進国中、日本の起業は低調で、身近なロールモデルや機会、知識・能力・経験、開業手続やコスト等で劣後している<sup>7, 23</sup>。

また、米国のように出産後の就労支援策（育児休業、時間短縮勤務等）や保育環境整備（量・質・費用）が不十分な一方、起業にチャレンジした女性が早期に経験と実績を積めるよう「連邦調達合理化法」で各連邦機関の政府調達時に女性所有中小企業の受注5%目標等<sup>24</sup>を設け、結果、女性の起業が選択され易いといった例も見られる。

### ② 地域内でも異なる女性の起業動向の例

例えば、SDGs「目標5 ジェンダー平等」でアフリカ諸国と並んで“RED”とされた

国の多いアジア諸国では、以下の例のように同一地域内でも女性の起業の状況は異なることも多い。

- ・西アジア（中東）のイランは、女性労働力率は15%前後と低いが、女性の起業についての社会的認知は高い。一方、東南アジアのインドネシアは、小規模企業の60%は女性が経営するが、低付加価値・低収入が多い（鹿住 2019<sup>5</sup>）。
- ・東アジアでは、中国では元来経営者志向が強い国民性の中、女性の起業意識も相応の水準にある。スマホ社会が進む中、例えば淘宝网（C2C プラットフォーム）ではUX（User Experience）に向いていると言われる女性の店主比率が過半を占める<sup>25</sup>。一方、韓国では、女性の起業は必ずしも活発ではない。

### ③支援の取組例

古くは世界女性起業家会議の交流<sup>26</sup>やグラミン銀行の金融<sup>27</sup>等を筆頭に各国・機関がスキル教育やビジネスコンテスト等も含めて女性の起業を各種支援してきている。昨今はgoogleの「women will」<sup>28</sup>やH&M Foundation他の「Global Program」<sup>29</sup>等、企業も支援に力を入れてきている。SDGsの流れもあり、今後の新たな取組が期待される。

## 4. 地域の取組とロールモデルの例に見る国際貢献の可能性

日本では、多くの地域で、3（1）のような取組をはじめとする様々な女性の起業に対する地道な支援が行われ、昨今はいくつかの地域で取組の深化も見られる。

本稿では、既存の取組に加え、以下のような女性の起業に向けた素地を活かしながら、参考となる取組を行う中国地方を例に国際貢献の可能性を考える。

### (1)中国地方の女性の起業に向けた素地の例

- ・例えば、2010年の早きからイノベーション立県を掲げる広島県では、これまで様々な取組が行われてきている。例えば、県が新たなビジネスや地域づくりへのチャレンジ拠点として2017年に開設したイノベーション・ハブ・ひろしま「Camps」<sup>30</sup>や、広島大学における2016年創部の起業志向の学生向け組織「1st Penguin Club」<sup>31</sup>、備後地域起業を志す人等の問題解決と売り上げ向上へのビジネスの挑戦を伴走型支援するため2016年に開設した福山ビジネスサポートセンター「Fuku-Biz」<sup>32</sup>等、イノベーションや起業に向けた仕掛けが多い。
- ・また、山口県では、県自ら山口銀行や県内企業と共同出資により女性創業支援、女性経営者向けコンサルティングを目的とした「女性創業応援やまぐち(株)」<sup>33</sup>を2015年に設立し、2018年には女性のための経営が学べるビジネススクールとして「山口女性大学院」<sup>34</sup>を設立する等、年々女性の起業支援を拡充してきている。更には、以下のSOERUに続き、昨年県としても山口県ビジネスクイーンコンペティション<sup>35</sup>を立上げるまでになっている。
- ・かかる中、中国5県を対象に2017年度に地方圏では先行的な女性ビジネスプランコ

ンテスト「SOERU」<sup>36</sup>（以下）を初開催し、以降毎年度開催している。

## (2) 中国地域女性ビジネスコンテスト「SOERU」\*ii

筆者は SOERU の立ち上げに携わったが、中国地方の活性化を推進する(株)日本政策投資銀行中国支店及び、経済産業省中国経済産業局、(一社)中国経済連合会、(一社)中国地域ニュービジネス協議会による協働で、更には中国 5 県の支援機関や企業、先輩女性起業家等、多くの協力で立ち上げられた。

女性の起業の定着を念頭に、財政難の継続も想定される中、地域で自走できる仕組づくり（継続性）を目指し、以下のように“カネを使わず、知恵を使う”ことに工夫を凝らし、賞金以外の売りに苦心した。第 1 回開催以降も、代々の関係者が尽力し、毎年、協力者の輪を拡げながら、改善を図ってきている。

- ①女性起業家にとり、今後の活動の動機となる目標や出会いと PR（メディア含む）の場とする。
  - ・大賞他、全国初のワーク・ライフ・シナジー賞 \*iii の設定
  - ・DBJ 女性ビジコン大賞者等、先輩起業家の応援講演（全国・海外目線の共有等）
  - ・マスメディアの協力（事前告知から事後の個別特集まで）
- ②参加者のモチベーション向上と交流の機会とし、新たな成長・気づき・ビジネスの糸口に繋げる。
  - ・交流会（1 分間 PR 等）、ブース・展示、相談窓口の設置
- ③中国 5 県の所管機関により地域企業や団体を巻き込み、女性の起業で地域の活性化を図るとともに、全国ネットも活用し縦横の連携も図る。
  - ・サポーターや協賛の企業・団体を募り（計 96 機関）、地域全体で女性の起業を応援
  - ・受賞候補者への中小企業診断士の無料ブラッシュアップ
  - ・DBJ 女性ビジコン審査員の審査委員長兼務 \*iv 等、全国目線や情報共有を促進

## (3) ロールモデル例

女性の起業において、昨今は身近な生活課題をはじめ社会課題の解消を目指すものも多くなってきている。国際貢献等も念頭に、中国地方から参考となるロールモデルの事例を SOERU の受賞者を含め以下紹介する（図表 4）。

\*ii SOERU（ソエル）には、ビジネスに+αの付加価値を添える、必要なサポートを添えるの意

\*iii “ワーク・ライフ・バランス”を一歩進めて“ワーク・ライフ・シナジー”へ  
起業による“ワーク・ライフ・バランス”や、日常生活の課題から知見を広げワークに活かす“ワーク・ライフ・シナジー”により新たな社会的価値（イノベーション）を創出

\*iv（一財）日本経済研究所 鍋山徹専務理事（山口県ビジネスクイーンコンペティション審査委員長も兼務）

ロールモデル例	取組概要と国際貢献の可能性を有するアナロジー
<p>①「雇用(女性の社会参加)」 ×「現地資源(伝統工芸)」×「ブランド化」</p> <p>(株)イトバナシ 伊達文香CEO(広島) “エシカルファッションブランド”</p> <p>(文部科学省トビタテ！留学JAPANで2015年印へ、キャンパスベンチャーグランプリ中国大会ビジネス部門最優秀賞2015他)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「途上国から良いものを届ける」を理念に印等、途上国の職人の刺繍の技術やデザインで衣服に仕立て日本他で販売。給与は生活水準から逆算して倍に(クオリティ優先)</li> <li>・服作りの魅力や難しさを啓蒙する服育ワークショップも開催し、衣服を消費の対象ではなく、「想いをもって手に入れたいもの」と感じる仕組みづくり</li> </ul> <p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・評価されていなかった刺繍を憧れの職業へ(コミュニティでの好循環)、雇用とプライドの創出</li> <li>・収支を担保した伝統工芸、文化の継承(刺繍は1000年を超える伝統的図案と技法)</li> </ul>
<p>②「介護」×「休眠人材」</p> <p>N.K.Gナーシング コア コーポレーション(同) 神戸貴子代表(鳥取)</p> <p>“わたしの看護婦さん”潜在看護師らの力を活用した「遠距離介護」のお手伝い”</p> <p>(SOERU第1回大賞、DBJ女性新ビジネスプランコンペティションファイナリスト2019他)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・わたしの看護婦さん: 医療福祉の専門家が介護・医療保険適用外で在宅の介護・保育を支援(潜在看護師等の医療目線の高度な見守りと、利用時間・頻度・内容に制限なく、柔軟なサービス提供 ex. 病院や外出付添い、看護師訪問・電話、病児シッター)</li> <li>・「メディカルヘルパーステーション」: 介護保険適用サービスによる訪問介護を介護士に加え看護師も共にすることで医療者目線でのワンランク質の高い介護を提供(金銭的負担軽減とともに、上記との併用で在宅での切れ目ない介護支援)</li> <li>・潜在資格者らの再就職支援、「遠距離介護支援協会」立ち上げ等</li> </ul> <p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・埋もれた人材の有効活用</li> <li>・介護離職防止</li> </ul>
<p>③「育児」×「女性の社会参加」 ×「視点の変更」</p> <p>(株)petapeta 山崎幸枝代表取締役(広島) “手形アートを世界の文化に～講師育成とキット販売による海外展開”</p> <p>(SOERU第2回大賞、ひろしまベンチャー育成基金育成賞金賞2016他)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子どもの手形や足形を様々なモチーフに見立てた手形アートを研究・考案し、作品・デザインの販売や専用商品の共同開発販売他、全国で親子イベント開催</li> <li>・講師(ママ起業家等)を育成・認定(内外1,200名超)、イベントや教室開催</li> <li>・著書「親子で楽しむ手形アート」他を刊行、アジア各国でも翻訳刊行</li> </ul> <p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・育児ストレス解消、親子の愛着形成・思い出作り</li> <li>・出産・育児期の女性起業家の創出支援</li> <li>・フチ起業、ママ起業からの成長(海外含む)のロールモデル</li> <li>・手先の使用で老化防止→高齢者市場の可能性も広島大学と検証中</li> </ul>
<p>④「地域振興」×「未活用地域資源」 ×「休眠人材」</p> <p>(株)okeikoJapan 橋口栄代表取締役(広島) “インバウンド観光客向け 日本文化体験サービスフランチャイズ展開”</p> <p>(SOERU第1回ファイナリスト、ひろしまベンチャー育成基金奨励賞銀賞2017他)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・宮島で空き寺を活用し、インバウンド向けに、着付けや茶道等、和体験を提供。形だけのサービスではなく歴史的背景や所作の意味まで英語で伝え、体験を記憶に刻む</li> <li>・日本文化や英語の習得人材と、神社仏閣や古民家等の歴史ある建物を有効活用、サービス品質も担保</li> </ul> <p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・訪日外国人ニーズを獲得(実際に触れ、視て、味わう等、世界共通の五感の複数に刻み込み、ストーリーを織り交ぜながら「日本らしさ」を記憶に焼き付け再訪意欲やリコメントにcf. 脳科学的に実証)</li> <li>・埋もれた人材や地域資源の有効活用</li> <li>・着地型観光コンテンツの創出で経済効果ex. 滞在時間、宿泊、土産</li> <li>・伝統文化の継承、PR</li> </ul>
<p>⑤「交通」×「IoT」</p> <p>(株)タウンクリエーション 前紅三子代表取締役(広島) “スマートフォンとNFC技術を活用したクラウド型バスロケーションシステム『BUSit』”</p> <p>(DBJ女性新ビジネスプランコンペティション事業奨励賞2016、ひろしまベンチャー育成基金奨励賞銀賞2013他)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・定時運行困難ex. 天候、渋滞、事故 な路線バスをリアルタイムで位置情報把握</li> <li>・汎用設備活用(ネット利用によるクラウドとスマホ端末)かつ低速回線通信でも高精度</li> </ul> <p>▼</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・IoTの活用(「MaaS」時代を先取り)</li> <li>・乗客: スマホをバス停にかざすだけで到着時間確認(アプリケーション不要、特許取得) 運行会社: 運行管理・指示(自動音声)、サポート</li> <li>・低コスト化(≒普及)</li> </ul>

図表4 『ロールモデルの例』(ヒアリング及び各社HP等を元に筆者が作成)

各ロールモデルは、以下の通り、くらしを取り巻く社会課題を中心に、多くは専門的な技術ではなく、既にあるものに知恵と工夫で新たな意味づけをすることで課題の解消を図ると同時に新たな価値を生み出している。

その取組には汎用性があり、国内における女性の課題の解消は勿論、直接的なも

の以外にもアナロジーは途上国等においてもヒントとなり、延いては女性の尊厳の確保にも資すると考える。

- ①(株)イトバナシ (伊達文香 CEO) は、途上国における「雇用 (女性の社会参加)」課題に対して「現地資源 (伝統工芸)」等<sup>37</sup>
- ②N. K. C ナーシング コア コーポレーション (同) (神戸 貴子代表) は日本が先行する高齢化社会の「介護」課題に対して「休眠人材」<sup>20</sup>
- ③(株)petapeta (山崎幸枝代表取締役) は「育児」と「女性の社会参加」課題に対して「視点の変更」<sup>38</sup>
- ④(株)okeikoJapan 橋口 栄代表取締役はインバウンドに向けた「地域振興」課題に対して「未活用地域資源」や「休眠人材」<sup>39</sup>
- ⑤(株)タウンクリエーション (前 紅三子代表取締役) は、「交通」課題に対して SDGs でも活用が期待されている「ICT」<sup>40</sup>

## 5. 中国地方のエコシステムモデル“社会・地域で回し育てる仕組”

本稿を執筆するにあたり、今回改めて、SOERU の関係者 (運営者、女性起業家、支援者、審査員等) に加え、SOERU 以外にも幅広く女性起業家や産学官の支援者等に対して、これまで3回実施した SOERU の振り返りを含め、インタビューや意見交換を重ねた。あわせて既存の SOERU のアンケート結果等も再確認し<sup>36,41</sup>、まずは導入として生の声を生かし、主な果実と6の課題に纏めた。

以下の通り、SOERU を契機に多くの関係者が自分事として協働したことで、女性の起業家 (潜在層を含む) の裾野を拓げるとともに、サポーター企業や協賛企業はじめ潜在的な支援者も回を追って増え、地域の女性の起業に対する意識も変わった。公式・非公式の支援は女性起業家の自己効力感 (self-efficacy: 自身が課題に対し、できると認知) <sup>\*v</sup> に重要であり (鹿住・河合 2018<sup>42</sup>)、女性の起業のムーブメントへの1つの契機になったと考えられる。

### (1)「裾野の拡大と基盤づくり、プチ起業・ママ起業からの卒業へ」

- ・ SOERU の参加者からは、「熱い思いの女性経営者と出会えた」や「初々しい方の入選は起業しようとする女性に勇気」等、刺激・感化され、ロールモデルに学んだ新たな女性起業家が続き、切磋琢磨する環境が出来つつある。

また、「異業種を含めた女性起業家のつながりができた」や「ネットワークとノウハウ交換ができた」等の情報共有の基盤にもなり、多様なロールモデルを提示したことで新たな成長・気づき・交流の機会となっている。

- ・ SOERU を成長の目標とするとともに、「新たな視点のアドバイス」や「事業内容を見直し差別化する契機」等、1次・2次審査をブラッシュアップの機会として捉え、毎

---

\*v 加心理学者 Albert Bandura が提唱

回再チャレンジする女性起業家も多く、ビジネスモデルの作り込みとしても有効活用されている。

- ・また、「初対面で上手くいなくても次回がある」や、「(先輩女性起業家<sup>\*vi</sup>による)少ロット生産対応」等、東京と違いヒトも少なく郷土愛・仲間意識(支援)で点が線にも面にもなっており、地方ならではの手厚いフォローもある。
- ・SOERUでは、先輩起業家がSNSでの呼びかけ等で応募者の背中を後押ししたり、第2回目以降は、SOERUの先輩受賞者自身がパネルトークや経験談、交流会での一部進行等を担った。SOERUに関わらず、地域の先輩起業家の多くは、地域の支援等も受けながらロールモデルとなり、経営者としてリーダーシップが更に磨かれ、自身の事業だけではなく、支援機関やイベント等のキーウーマン<sup>\*vii</sup>として次代の女性起業家の面倒を見、牽引し続けてきている。好循環や連携のエコシステムが一定程度形成されつつある。
- ・また、「SOERUは“ワーク・ライフ・シナジー”に光を当てたことで母親を含む裾野を拡大し、くらし起点の女性起業家の掘り起こしにも貢献」<sup>\*viii</sup>の通り、多様な取組の受皿ともなっている。

## (2)「ステップアップ(懸け橋)」

- ・多くのマスメディア(地元、全国)の協力で、SOERUのファイナリストはPRの機会を得、「地方から全国へ飛び出す原動力」、「予想以上の認知度」、「内閣府に呼ばれた」等、認知度を拡大してきている。同時に「東京は情報・資金機会も多いが、地方だから競争率が低くて出来ることもあった」等、地方のメリットも上手く活かしている。

また、「受賞はお墨付きとなりビジネスの円滑化に役立っている」や「ファイナリストとなり、お客さんが安心して利用」等、信用度の向上にも寄与しており、更には「SOERUを機に顧客に」、「他県へ拡大」等、販路の拡大にも繋がっている。

あわせて、DBJ女性ビジコンへの応募・受賞等、支援者としても地域の新たなロールモデルの掘り起こしと全国への展開に繋がっている。

- ・地元や全国のサポート企業については、「支援企業との出会いは1番のメリット」や「個人起業では会えない企業から支援」、「接点の無い異業種と結びついた」等、ネットワーク、商品・サービス、ノウハウ等の様々な協力で新たな展開に結びついている。
- ・起業家と各支援機関の情報共有や、運営者(審査員含む)の兼務による目線や情報

<sup>\*vi</sup> kurisumade 栗栖弘美代表(第4回DBJ女性ビジコンファイナリスト)

<sup>\*vii</sup> (株)ソアラサービス 牛来千鶴代表取締役社長(広島県、シェアオフィス運営、第1回DBJ女性起業優秀賞)、女性創業応援やまぐち (株)杉山敏美代表取締役社長(山口県、SOERU審査委員、(一社)女性活躍委員会 代表理事) 他

<sup>\*viii</sup> 県立広島大学経営専門職大学院 木谷宏教授(SOERU審査委員、ワーク・ライフ・シナジー統括)

の共有の他、例えば山口県での女性ビジネスコンテスト開催への展開等、全国～地方（中国）～県（山口）のシームレスな情報共有や縦横での連携も進み、裾野が拡大しプラットフォーム化しつつある。

結果、三方良しによる継続する仕組を目指した SOERU は、毎回 200 名超の参加者を集め、満足度で良い以上 95%（第 2 回アンケート）を得ている。

## 6. 地域の取組を通じた新たな課題

前述の果実の一方、各方面からは新たな課題も多く聞かれた。昨今変化する地方の現場の声を吸い上げ、代表的または特徴的な意見を中心に纏め、既存の統計や調査を補完する。

### ① 支援機関

- ・「支援機関はあるものの、支援者の実務スキル（web、SNS 等）不足で有料コンサルタント依存もある」や「起業家とサポーター企業のマッチングで入り込み（一定のフォローアップ）が不足している」等、一段の努力を期待する意見も聞かれる。
- ・各層で次のステージへのステップアップに向け、「起業するかどうかを悩んでいる層の背中を押すため、プライバシーを確保した個別相談会」や「経営術や事業の整理、インサイトへの期待や、悩みの相談等のためのメンターやロールモデル」等、伴走型支援の希望も多い。
- ・一方、「自立を促しビジネスを磨く訓練が必要」や「スタートアップよりアクセラレーションの支援が必要」等、支援者を中心に早期のビジネスの独り立ちを期待する意見も多い。
- ・また、方針の浸透不足で一部の全国機関の地域の窓口では女性の起業支援に必ずしも積極的でない先も見られたり、「官はヒトが変わり、経緯、ノウハウ等が途絶えるため民を活用すべき」等、運営上の課題もある。

### ② 政策機関

- ・「官の予算は融通が利かない」等、所管を跨った効率的な資金活用等で柔軟性が求められている。
- ・「（予算事業の限界で）底上げ途中で支援が途絶え支障が出ている」等、自走するまでの最低限のタネ銭のコミットとエコシステム（継続する仕組）づくりが必要となっている。

### ③ 女性起業家（2.(2)に加え）

- ・「1人で頑張り過ぎる傾向があり、せっかく磨いた良いビジネスも不可抗力で倒れてしまえば社会の発展に繋がらない」（木谷<sup>\*iv</sup>）等、柔軟性や継続性から分身づくりや組織化、協力者が必要で、体力面他も含め、FC（franchise chain）化の検討の余地もある。
- ・SOERU では企業の協業等による支援で協力を受けているが、地域での好循環が続くよ

う女性起業家には引き続きシナジীর創出等、自らの努力も期待される。

#### ④教育・啓蒙（木谷<sup>\*vii</sup>）

- ・小中高生等、若年層からの起業の芽（将来の夢はケーキ屋さん等）を摘まない仕掛けと育成が必要である。
- ・“起業”という言葉の重さが、起業のハードルを上げている側面もあり、ネットオークション等で簡単にパラレルワークも出来る時代になっており、取り組み易い印象とすることも必要である。

#### ⑤企業

- ・SDGs は実質的に企業が担う面も大きいと見られる中、女性の起業に関して、引き続き支援等が期待される。

#### ⑥地方

- ・「インターネットがあってもキーワードが必要で情報をキャッチし難い」等、地方だけでは限界があり、東京や海外等から情報や社会の流れに関する刺激は常に必要とされている。
- ・同一地域内でも、「(SOERU では) 山陰地方の支援企業が少ない」等、サポートの地域差もある。

#### ⑦海外への橋渡し

- ・先進国では、販路開拓は勿論、販売よりもブランド価値を高めること（パリ、ミラノに限定的に出店等）を主眼とする女性起業家もいる。また、途上国由来の商品のブランディングでも先進国での販路が期待されている。
- ・途上国では、「海外で女性ボランティアの延長はいるが、起業家として本当に稼げるか」や「途上国から世界に通用するブランドをつくる」<sup>43</sup>といったように、近年はエシカル（倫理的）ではなく自立を目指したビジネス志向が強まっており、必要とされる支援も変化してきている。
- ・各関連機関での情報共有不足や重複等の非効率とともに女性起業家も窓口が分からないといったことや、偶々の縁や俗人的なネットワークによる海外展開等のヒト頼みに負うことも多く、更には海外展開及び女性起業の支援を掲げる全国機関の地域窓口の自発的な協力余地も未だ残り、改善が期待される。
- ・「JICA からの研修受け入れ国（現地）のクオリティーの低さ」等、日本が誇る職人やアナログ技術の活用による品質の作り込みでも、途上国に対する日本の貢献余地もまだ充分にある。

また、「途上国の素材を活かした起業は購買力の差を考えたパイプを繋ぐこととフェアトレードがポイント。AI、ロボット時代、対極は工芸、民芸、ハンドメイド。これからの高付加価値は、Made by Human. Service by Human.」（木谷<sup>\*vii</sup>）は、一つの方向性として示唆に富む。

## 7. 結び

- ・日本は社会課題の先進国で、女性は日々のくらしの課題（ニーズ）に多く直面する。中でも地方は課題の宝庫で、アイデアと工夫を凝らして解決する女性の起業家も多く、学ぶべきものも多い。
- ・女性起業家には、女性の視点で既にあるものを今の社会課題に適応させ、新たに意味づけし、ビジネスへ昇華させているものも多い。女性を巡る課題は世界共通でもあり、その視点やアナロジーは途上国への貢献でも可能性を持つものとする。
- ・社会起業は ICT 等のデジタル技術の活用だけではなく、日本が誇るアナログ技術（職人による品質作り込み）の再活用も可能である。他方、社会起業も現在はエンカルからビジネス志向に変化してきており、欧米でのブランディング等、これまでとは異なる新たな支援も必要になってきている。
- ・女性の起業において、挑戦者の課題解消や、若年層を含めた潜在層の覚醒の他、芽吹き始めた社会や地域で女性起業家を育てるエコシステムの流れを決して止めてはならない。女性起業家が生まれ続ける仕組み作りには息の長い取組とコミット（知恵と工夫をした上で基盤を支える最低限の公的資金を含め）が必要と考える。
- ・女性起業家と支援機関（機関間含む）や、地方と全国の双方におけるより充実したシームレスな情報のアクセスや共有、流通の連携（プラットフォーム）も一考である。また、統計等も不十分で後追いながらも、長い目で考え、整備は必須と考える。
- ・日本は女性の起業を巡る課題も多く、取組とともに先行事例として途上国への共有も考え得る。SDGs の責務を率先して果たすためにも国内の課題解消と国際貢献の内外同時推進が期待される。

### [参考文献等]

<sup>1</sup> 総務省「労働力調査（基本集計）2019年平均（速報）」

<https://www.stat.go.jp/data/roudou/sokuhou/nen/ft/pdf/index1.pdf> (20200309 アクセス)

<sup>2</sup> Mariya Brussevich・Era Dabla-Norris・Christine Kamunge・Pooja Karnane・Salma Khalid・Kalpana Kochhar「Gender, Technology, and the Future of Work」(IMF SDN/18/07)

<sup>3</sup> 内閣府「『第1子出産前後の女性の継続就業率』及び 出産・育児と女性の就業状況について」  
[http://www.cao.go.jp/wlb/government/top/hyouka/k\\_45/pdf/s1.pdf](http://www.cao.go.jp/wlb/government/top/hyouka/k_45/pdf/s1.pdf) (20200309 アクセス)

<sup>4</sup> 内閣府「男女共同参画白書 平成30年版」

[http://www.gender.go.jp/about/danjo/whitepaper/h30/gaiyou/html/honpen/b1\\_s02.html](http://www.gender.go.jp/about/danjo/whitepaper/h30/gaiyou/html/honpen/b1_s02.html)  
(20200309 アクセス)

<sup>5</sup> 鹿住倫世「女性の起業における意義と効果：世界と日本」（中曽根平和研究所コロキウム2019年12月24日）

- <sup>6</sup> 総務省「女性が活躍できる経済社会の構築に向けて」  
[http://www.gender.go.jp/kaigi/senmon/kihon/kihon\\_eikyoku/pdf/womens\\_economic\\_wg\\_1-1.pdf](http://www.gender.go.jp/kaigi/senmon/kihon/kihon_eikyoku/pdf/womens_economic_wg_1-1.pdf) (20200309 アクセス)
- <sup>7</sup> 中小企業白書 2017「第2部中小企業のライフサイクル第1章起業・創業」  
[https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/PDF/chusho/04Hakusyo\\_part2\\_chap1\\_web.pdf](https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H29/PDF/chusho/04Hakusyo_part2_chap1_web.pdf) (20200226 アクセス)
- <sup>8</sup> Lee Fleming, Harvard Business Review, Vol.82, Issue9, Sep.2004
- <sup>9</sup> 内閣府「第5期科学技術基本計画における目標値・指標データ」  
<https://www8.cao.go.jp/cstp/kihonkeikaku/sihyou/data1.pdf> (20200309 アクセス)
- <sup>10</sup> 内閣府「GDP ギャップ、潜在成長率」  
<https://www5.cao.go.jp/keizai3/getsurei/getsurei-index.html> (20200309 アクセス)
- <sup>11</sup> UN Sustainable Development Solutions Network/Bertelsmann Stiftung HP「Sustainable Development Report 2019」  
<https://www.sustainabledevelopment.report/> (20200226 アクセス)
- <sup>12</sup> World Economic Forum「Global Gender Gap Report 2020」  
[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf) (20200226 アクセス)
- <sup>13</sup> 首相官邸 SDGs 推進本部「SDGs 実施指針改定版」  
[https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/kaitei\\_2019.pdf](https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/pdf/kaitei_2019.pdf) (20200226 アクセス)
- <sup>14</sup> 日本政策金融公庫「2019年度新規開業実態調査」  
[https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics\\_191122\\_1.pdf](https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_191122_1.pdf) (20200226 アクセス)
- <sup>15</sup> 中小企業白書 2014「第3部中小企業・小規模事業者が担う我が国の未来第2章起業・創業」  
[https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/PDF/07Hakusyo\\_part3\\_chap2\\_web.pdf](https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H26/PDF/07Hakusyo_part3_chap2_web.pdf) (20200226 アクセス)
- <sup>16</sup> 日本政策金融公庫「起業意識に関する調査」  
[https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics\\_140109\\_1.pdf](https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_140109_1.pdf) (20200226 アクセス)
- <sup>17</sup> 季刊 DBJ42号「女性起業サポートセンター」(株)日本政策投資銀行)
- <sup>18</sup> 日本政策金融公庫「女性起業家の開業」  
[https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics\\_131224\\_1.pdf](https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/topics_131224_1.pdf) (20200226 アクセス)
- <sup>19</sup> 中小企業白書 2012「男女別の起業時の課題」  
[https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H24/PDF/0625Hakusyo\\_part2\\_chap2\\_sec2\\_web.pdf](https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H24/PDF/0625Hakusyo_part2_chap2_sec2_web.pdf) (20200226 アクセス)
- <sup>20</sup> N. K. C ナーシング コア コーポレーション (同) <https://my-nurse.jp/> (20200309 アクセス)
- <sup>21</sup> 経済産業省「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」  
<https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/joseikigyoka/index.html> (20200226 アクセス)
- <sup>22</sup> 経済産業省「女性起業家支援ノウハウ集」

- <https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/joseikigyoka/pdf/knowhow.pdf>  
(20200226 アクセス)
- <sup>23</sup> 内閣府「女性起業家を取り巻く現状」  
[http://www.gender.go.jp/kaigi/renkei/team/kigyo/pdf/h28\\_0121\\_kigyo01\\_ss2.pdf](http://www.gender.go.jp/kaigi/renkei/team/kigyo/pdf/h28_0121_kigyo01_ss2.pdf)  
(20200226 アクセス)
- <sup>24</sup> U.S. Small Business Administration「Women-Owned Small Business Federal Contracting program」  
<https://www.sba.gov/federal-contracting/contracting-assistance-programs/women-owned-small-business-federal-contracting-program#section-header-4> (20200309 アクセス)
- <sup>25</sup> 新浪财经「谁是淘宝创业主力军？平均年龄 26 女性顶起半边天」  
<https://finance.sina.com.cn/stock/usstock/c/2019-03-05/doc-ihsxncvf9921461.shtml>  
(2019 年 03 月 05 日、20200309 アクセス)
- <sup>26</sup> FEMMES CHEFS D' ENTREPRISES MONDIALES <https://fcem.org/en/> (20200309 アクセス)
- <sup>27</sup> Grameen Bank <http://www.grameen.com/> (20200309 アクセス)
- <sup>28</sup> women will <https://www.womenwill.com/programs/entrepreneurship/> (20200309 アクセス)
- <sup>29</sup> H&M Foundation「GLOBAL PROGRAM FOR EQUALITY」  
<https://hmfoundation.com/global-program-for-equality/> (20200309 アクセス)
- <sup>30</sup> イノベーション・ハブ・ひろしま「Camps」<https://www.camps-hiroshima.jp/> (20200309 アクセス)
- <sup>31</sup> 広島大学起業部「1st Penguin Club」<https://firstpenguinclub.hiroshima-u.ac.jp/>  
(20200309 アクセス)
- <sup>32</sup> 福山ビジネスサポートセンター「Fuku-Biz」<https://fuku-biz.jp/> (20200309 アクセス)
- <sup>33</sup> 女性創業応援やまぐち(株)<https://wisys.co.jp/> (20200309 アクセス)
- <sup>34</sup> 山口女性大学院<https://sweet.or.jp/wbsy-2019/> (20200309 アクセス)
- <sup>35</sup> 山口県ビジネスクイーンコンペティション  
<https://businessqueen.jp/result2019/> (20200309 アクセス)
- <sup>36</sup> SOERU <http://soeru2.cnbc.or.jp/> (20200226 アクセス)
- <sup>37</sup> (株)イトバナシ<https://itobanashi.com/> (20200309 アクセス)
- <sup>38</sup> (株)petapeta <https://www.tegata-art.com/> (20200309 アクセス)
- <sup>39</sup> (株)okeikoJapan <https://company.okeiko-japan.com/> (20200309 アクセス)
- <sup>40</sup> (株)タウンクリエーション<https://towncreation.com/> (20200309 アクセス)
- <sup>41</sup> 吉田百合香「中国地域初の女性ビジネスコンテスト～『SOERU』の取組～」((一財)日本経済研究所、日経研月報 2019 年 12 月)
- <sup>42</sup> 鹿住倫世・河合憲史「女性の起業支援と女性起業家の自己効力感」(起業家研究第 15 号)
- <sup>43</sup> マザーハウス P H I L O S O P H Y <https://www.mother-house.jp/aboutus/> (20200309 アクセス)