

# ママ起業の特徴と求められる支援策

専修大学商学部教授

鹿住倫世

## 要旨

「一億総活躍社会」の実現において、家庭責任と仕事の両立を可能にする働き方である起業は、特に育児期の女性にとって重要な意味をもつ。同時に、子どもの手が離れたら再就職したいと考える女性も多く、離職時の起業は女性のエンプロイアビリティ（雇用され得る能力）向上にも役立つという意義がある。日本のみならず、英国ほか諸外国でも、育児期の女性の起業は、ワークライフバランスの実現に有効であると認識されている。

しかし、ママ起業の実態や有効な支援策については、一般的にはあまり理解されていない。経済産業省では、2016年度から「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」によって、全国10地域において女性の起業支援を行う公的、民間支援機関のネットワーク化と、支援ノウハウの共有を行っている。本政策においては、ターゲットを特に支援が必要な初期段階のフェーズ0、1段階に定め、「何かやりたいが、何をどうすればいいかわからない」女性に、寄り添った支援を行っている。

フェーズ0、1段階の女性を意識した起業支援のあり方として、ママ起業の実情を踏まえ、①キャリアカウンセリングの要素を取り入れた支援、②心理的サポート、③女性起業家同士の交流の場づくり、④女性を意識した広報、運営が必要である。

## 1 はじめに

女性の活躍促進がいわれているが、そのなかで女性の起業については、多くの誤解がある。女性の起業は趣味の延長、暇つぶしとまでいわれることもある。しかし、女性が育児や介護、家庭責任を負いつつ、自己実現や社会とのつながりを保つために、自宅での起業は大きな可能性をもつ。

本稿では、女性の起業、特に育児期の女性の起業に焦点を当て、「ママ起業」の実態と課題、適切な支援策のあり方について論じる。

## 2 ママ起業の意義

第二次安倍内閣では、一億総活躍社会の実現として女性や高齢者、障がい者を含むすべての者がそれぞれの能力を発揮できるような社会にするという政策目標が掲げられている。そのなかで、従来、職場における男女の機会均等実現が主眼であった女性の活躍促進策において、今般は女性起業家や専門職の増加にも関心が高まっている。

では、なぜ女性の起業を促進することが必要なのか。実は、日本は先進国のなかでも特に起業活動が不活発な国である。世界61カ国の起業家活動に関するデータを収集・分析しているGlobal Entrepreneurship Monitorの2016年調査によれば、開業準備中または開業から3年半以内の起業家の割合を示した「総合起業活動指数」(TEA)は、日本は5.3%であった。これは、調査対象国中、最も下位のグループに入るような低さである。女性のTEAは、さらに低い。女性のTEAに対する男性のTEAの比率は、2.2倍である(図-1)。TEAの男女差も、日本は諸外国に比べて大きい(みずほ情報総研株, 2017)。起業を取り巻く社会・経済環境などの状況は国や地域によって異なるが、日本においては女性の起業は男性と比べて低

調であり、一層の促進が必要であるといえる。

創業支援政策については、すでに中小企業政策において多くの施策が講じられている。こうした施策においては、日本政策金融公庫の「女性、若者／シニア起業家支援資金(新企業育成貸付)」以外、「女性」のみを対象としている施策はなかった。しかし、多くの女性たちは、ビジネスにおいて男性とは異なる障壁に直面している。経済産業省が行った「平成27年度女性起業家等実態調査」(EYアドバイザリー株, 2016)によれば、女性の創業・起業における特有の課題として、「家事・育児・介護との両立」(71.4%)、「経営に関する知識・ノウハウ不足」(53.2%)、「ロールモデルの不足」(38.3%)、「開業資金の調達」(37.0%)「事業に必要な専門知識・ノウハウ不足」(32.5%)が挙げられている。

男女雇用機会均等法が1986年に施行されてから30年以上が経過しており、男性と同様のキャリアを積み、経営に関する知識やノウハウを十分備えた女性も増えたと思われる。こうした女性は、既存の創業支援策をうまく活用することができよう。しかし、職業経験が不足していたり、仕事を離れて長期間過ごしてきた女性のなかには、創業セミナーや公的支援機関での創業相談を、ハードルが高い、内容が難しすぎてついていけないと感じている者もいるのである。

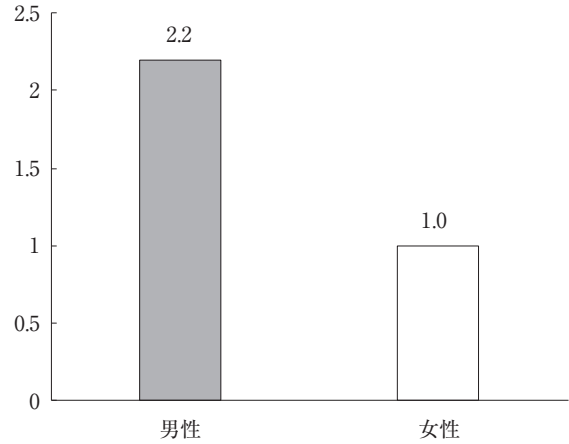
起業を個人のキャリアとしてとらえると、女性にとっての起業の新たな意義がみえてくる。政府が女性活躍支援を掲げる背景として、労働力人口の減少による働き手不足を女性に補ってもらおうという意図がある。だが、現実には多くの女性は出産を機に労働市場から退出してしまう。内閣府によれば、妊娠判明時に有職だった者のうち、出産1年後も有職だった者の割合は53.1%に過ぎない(内閣府, 2017)。これは、出産後1年間の育児休業を取得した後に職場復帰する者が半数程度しかいないことを示す。

一度仕事を辞めて家庭に入った女性が、育児が一段落した時点で、再度正規雇用の職に就くことは難しい。Nishimura and Kwon (2016) によれば、1980年代生まれの日本人の母親は、出産後6年以上を経過すると、正規雇用として再就職する割合が急減する。つまり、出産・育児でいったんキャリアを中断してしまうと、パートではない正社員の職に再び就くことが難しくなる、あるいは難しいと感じてあきらめてしまう可能性が高いのである。こうしたキャリアの中断による不利は、欧米ではさらに顕著である。実際、英国の金融機関に正社員として勤務していた女性が、出産・育児のために退職し、その後転職支援会社に登録したところ、半年間のブランクを理由に転職は難しいと言われたといった話も聞く。

欧米では、キャリアのブランクを埋めるために、出産・育児期に自宅で何らかの事業を行う女性が多い。日本ほど育児休業制度や時短制度などが整っていない米国では、出産により退職した女性が自宅でパソコンやインターネットを活用してコンサルティングなどを行っているという。日本において、育児期に仕事を辞めて専業主婦になっていた女性が自宅で起業した場合、起業しなかった人に比べて、育児が一段落した後（出産から6年程度経過後）に正社員に再就職できる可能性が高いという研究結果は把握していない。しかし、職場環境や仕事で使用するソフトウェア、アプリ等は急速に進化している。新しいビジネスモデルやサービスも日々創出されている。このように変化の激しい時代のなかで、まったくビジネスから遠ざかってしまうよりも、細々と事業を営むことであっても社会とつながっていれば、時代遅れにならなくてすむ。育児期の女性にとっての起業は、エンプロイアビリティの獲得という意義をもつ。

日本では、女性が外で働くことによって、人手不足が少しでも解消されるのではと期待されているが、保育所や学童保育の不足に加え、家庭責任

図-1 GEMにおける初期起業活動指数の男女差



資料：みずほ情報総研㈱「平成28年度産業経済研究委託事業（起業家精神に関する調査事業）報告書」

を男性より多く負っている女性が働ける場は多くない。まして、単純労働ではなく、自分の能力や知識を発揮でき、かつワークライフバランスがとれるような正社員の仕事を見つけるのは、そう簡単なことではない。そこで、自分のやりたいこと、得意な分野において、自宅を拠点として起業することに女性の関心が高まっているのである。

前述の「平成27年度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な関心が高まった」(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。

産業政策として創業・起業支援を行う意義は、起業による雇用創出や企業・個人の納める税金の増加であり、ひいては経済の活性化や新たな産業の創出である。しかし、一度仕事を辞めて家庭に入った女性にとっての起業の意義は、エンプロイアビリティの向上と自己実現である。雇用創出や税収増加が支援目的であれば、起業する事業の成長、規模拡大が必須であるが、女性の起業を同じ尺度で評価することは意味がない。ママ起業の意義を踏まえた女性の起業促進が必要なのである。

### 3 海外におけるママ起業

#### (1) 英国のママ起業

育児期の女性起業家は、海外の学術論文において「Mumpreneur (Mompreneur)」と表記されている。母親 (Mum) と起業家 (Entrepreneur) を合わせた造語である。日本語では「ママ起業家」と呼んだほうが英語の意味に近い。

ママ起業家に関する学術論文はめずらしくない。そのなかで、英国の研究者によるママ起業家20人へのインタビュー調査の分析を行った論文から、英国のママ起業家の姿を浮き彫りにしたい。表-1は、Duberley and Carrigan (2012) においてインタビュー調査を行った、英国のママ起業家の一覧である。

Duberley and Carrigan (2012) によれば、ママ起業はキャリアと育児、家庭責任を両立させる方法で、起業家活動の新しいスタイルの一つであるとされている。女性が起業する理由として、プッシュ要因 (起業に興味をもつきっかけ) とプル要因 (起業の魅力) が挙げられているが、表-1の起業理由にもみられるように、プッシュ要因として勤務時間が柔軟でないことや、昇進における限界がみえていることがある。プル要因としては、仕事における自立や自律、さらに独立開業によってワークライフバランスが実現できるのではないかという期待がある。

日本でも、管理職に占める女性比率が10%程度に過ぎないという現実が示すように、まだ職場における男女均等は実現していない。出産で約半数の女性が勤め先を退職しているが、この背景にはガラスの天井 (男女差別) や勤務時間が固定的で自由度が低いといった理由が隠れていることも考えられる。

また起業した業種の選択において、前職で得た

知識やスキルを活用しているケースのみならず、趣味によって獲得したスキルを活かしているケースや、以前から興味があった業種にチャレンジしているケースもみられる。後述するが、日本のママ起業は趣味で獲得したスキルを活かすケースや、以前から興味関心があった分野で起業するケースが多い。英国でも、同様のケースがいくつかみられたが、日本より割合が低いと思われる。

英国特有の背景もみられる。複数の者が「公営の保育所に預けたくなかった」ために自宅で起業して子どもの面倒をみているという点である。公営の保育所がよほどひどいのであろうか。しかし、ベビーシッターを雇ったり私立の保育所に預けると、高いコストがかかる。子どもを預ける費用が、自分の収入を上回る、あるいは同程度かかってしまうことが、現実にかかる。そこで、自宅で起業することによって、子どもの面倒をみながら仕事をするという理想の働き方の実現を期待するのである。

#### (2) ノルウェーのママ起業

もう1カ国、日本以外の国のママ起業の状況をみてみる。女性起業家研究の分野で著名なノルウェーの研究者、Alsos氏とLjunggren氏の話によれば、ノルウェーにおいても女性はワークライフバランスの実現のため、起業するという。男女共同参画が世界で最も進んでいると思われる北欧の国においても、まだ性別役割分業は残っていて、子どもの世話は女性が主に担う仕事とされているようだ。

筆者は、2018年9月にスイスのザンクトガレン大学で開催された起業家活動と中小企業に関する国際学会「Rencontres de St-Gall 2018」に参加した際、この2人の研究者とディスカッションする機会を得たが、その際話題になった論文はドラフトで、残念ながらまだ引用ができない。

彼女らの話によれば、男女の起業家6名ずつ(すべて同居の子どもあり) にインタビュー調査を

表-1 英国におけるママ起業の事例

	事業内容	子どもの数(年齢)	パート ナー	従業者数 (本人含む)	自宅 開業	業歴	主たる収 入源か	起業前の職種
	起業した理由(前職の退職理由)							
A	メイクアップアーティスト、写真家	2人(6、9歳)	有	1人	○	1年	No	クレジットカード会社勤務
	勤務時間や出勤時間に融通がきかない、夫が仕事で出張がちなため、子どもと一緒にいるために家で仕事をしたかった							
B	チャイルドケア	3人(4、8、10歳)	有	2人	○	3年	Yes	銀行勤務
	収入が3人の子どもの保育代に見合わなかったため、子どもをみながら家で仕事をしたかった							
C	インターネットディレトリ制作	2人(4、6歳)	有	2人	○	9カ月	No	会計士
	もっと家で子どもたちと過ごす時間が欲しかったが、パートの仕事は嫌だったので							
D	子ども服	2人(6、8歳)	有	1人	○	6カ月	No	高等専門学校講師
	もっと子どもたちと家で過ごす時間が欲しかった。洋服に強い興味があったのと、経済的に自立したかったため							
E	美容師	2人(18、21歳)	有	1人	○	20年	No	美容師
	仕事時間を柔軟にして子どもと過ごすため、独立開業したかった							
F	企業向けセラピスト	1人(2歳)	有	1人	○	2年	No	コンサルタント
	顧客に最適のサービスを提供するため、仕事の自律性を確保したかった。パートナーと育児をシェアしたい							
G	事業所の窓掃除	2人(8、15歳)	有	6人	○	15年	Yes	法律事務所秘書
	2人目の子どもが生まれて、もっと柔軟に仕事をしたくなった。公的な保育所に預けたくない							
H	女性用下着企画、販売	1人(14歳)	有	2人	○	12年	No	経営者
	娘と過ごすため、もっと柔軟に仕事をしたい							
I	測量士	2人(9、12歳)	有	2人	○	9年	Yes	市営住宅管理者
	2人目の子どもを出産したとき、職場内の駆け引きやキャリアの選択肢の少なさにやる気がなくなり、家で子どもと一緒に過ごしたくなった							
J	保育所	2人(9、11歳)	有	4人	○	8年	No	マーケティング担当
	妊娠休職中に失業したが、家で子どもと一緒に過ごす時間が欲しかったので、復職しなかった。公的保育所に預けられなかった							
K	事業所清掃	2人(8、13歳)	有	5人	×	11年	Yes	ソーシャルワーカー
	もっと柔軟に働きたかった。子どものために家にいたかった							
L	ウェブサイトデザイナー、エコバッグ製造	2人(5、7歳)	有	2人	○	3年	No	ケアワーカー、学生
	子どものために家にいたかった。公的保育所には預けられなかった							
M	コンサルタント	2人(4、6歳)	無	1人	○	1年	Yes	コンサルタント、税理士
	ガラスの天井(男女差別)。働く時間を減らして、子どものために家にいたかった							
N	人事コンサルタント	1人(5歳)	有	1人	○	3年	No	人的支援管理専門家
	勤務時間が固定的だったため。子どもと一緒に過ごすため、家にいる時間を増やしたかった							
O	販促品流通	3人(1、5、7歳)	有	2人	○	6年	Yes	航空会社客室乗務員
	小さい子どもを置いて働きたくなかった							
P	豪華旅行アドバイザー	1人(7歳)	有	1人	○	3年	No	保険会社のマネジャー
	ガラスの天井があり、勤務時間も固定的だったため。子どものために家にいたかった							
Q	アクセサリー販売	2人(1、12歳)	有	1人	○	6カ月	No	小売業マネジャー
	子どもたちのために家で仕事をしたかった							
R	人事コンサルタント	1人(6歳)	無	1人	○	2年	No	コンサルタント
	長時間労働、出張が多かったので、もっと娘と家で過ごす時間が欲しかった							
S	ガーデンデザイナー	2人(8、10歳)	有	1人	○	8年	No	高等専門学校講師
	職場が官僚主義的過ぎて辞めたかった。もっと子どもと家で過ごしたかった。ガーデニングのスキルを活かしたかった							
T	家具・装飾品販売	2人(4、13歳)	有	1人	○	1年	No	小売業
	子どもと家で過ごしたかった。クリエイティブなスキルを活かしたかった							

資料：Duberley and Carrigan (2012) より筆者翻訳、作成

行った結果、女性のほうが男性より仕事と家庭責任を調和・融合させるような仕事の仕方を行っているということである。例えば、男性は家庭生活に仕事をもち込むが、女性は仕事の場に子どもを連れて行くといった違いがある。

日本、英国、ノルウェーでは、それぞれ女性や起業家を取り巻く経済・社会の状況は異なるが、育児や介護、家事といったケア労働が主に女性の役割であると認識されている国や地域では、家庭責任と両立が可能で柔軟な働き方ができる起業は、女性にとって有用な働き方であるという共通点が見出せる。

#### 4 女性起業家等支援ネットワーク構築事業におけるママ起業の実態

##### (1) 女性起業家等支援ネットワーク

###### 構築事業の概要

勤務場所や勤務時間が決まっている雇用者としての働き方は、場合によっては家庭責任を負う女性にとって両立が難しい。在宅で起業すれば、時間・仕事を柔軟に選べる働き方が可能になり、キャリアを中断することなく、社会とつながっていられる。しかし、職業経験に乏しい女性にとって、ビジネス知識、スキルの不足は、起業の大きなハードルになっており、既存の起業・創業支援政策の活用は難しい。

経済産業省では、一億総活躍社会の実現の一環として、女性の起業を促進するための女性起業家等支援ネットワーク構築事業を2016年度から実施している。ここでは、本事業の概要を紹介するとともに、本事業の支援事例を通じて明らかになった、女性の起業、特にママ起業の直面している課題と有効な支援策について述べる。

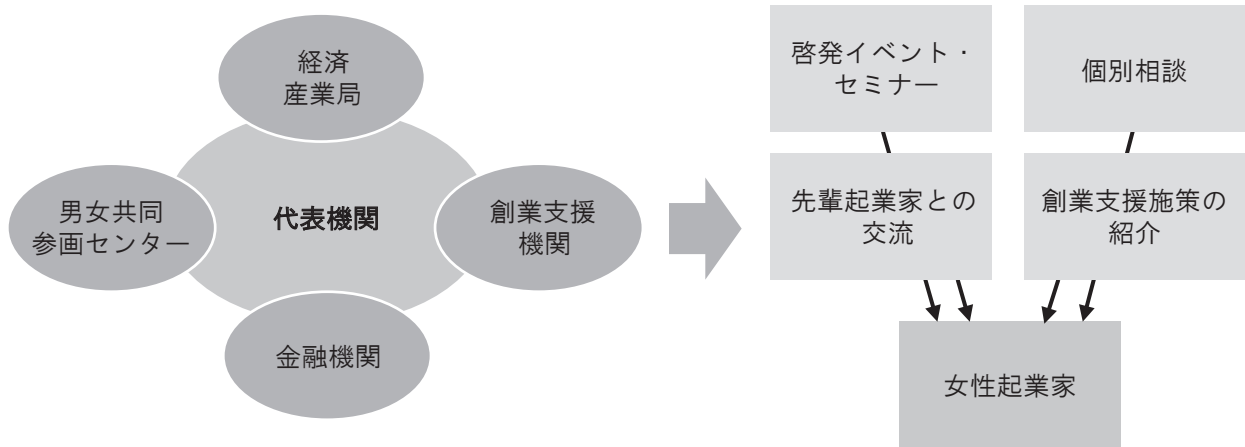
本事業は、前述の「平成27年度女性起業家等実態調査」の報告書に基づき、これまで実施してき

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。例えば本調査の結果では、「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促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しきれておらず、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。

女性起業家等支援ネットワーク構築事業は、2016年度に予算計上され、公募によって選定された(株)パソナが事務局を務めている。全国を10地域(北海道、東北、関東甲信越、中部、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄)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、チャレンジショップの運営などを行う。全体の事業スキームの概念図は図-2のとおりである。

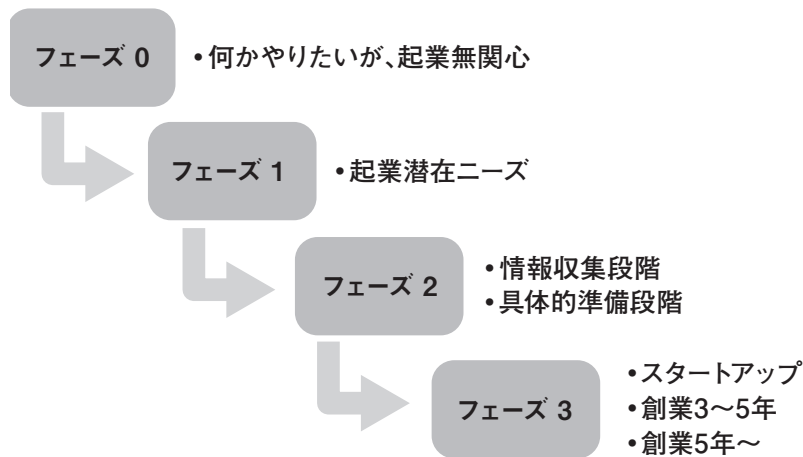
女性起業家等支援ネットワーク構築事業では、既存の創業・起業支援政策よりもより初期の段階の起業フェーズを支援ターゲットとしている。図-3のとおり、「何かやりたいが、まだ起業という方法を知らない、関心がない」というフェーズ0段階から、「やりたいことが具体化してきて、起業という方法にも関心が向いてきた」フェーズ1段階が、女性の起業、特にママ起業への支援として重要な段階である。通常、このフェーズの女性が企業向けの公的支援機関等に相談に行くことはほとんどないし、相談しても「もっと具体的な事業計画を作成してから相談して」とあしらわれてしまうことが多い。実際、地方自治体が女性起業セミナーなどを開催しても、ターゲットを

図-2 女性起業家等支援ネットワークの事業スキーム



資料：筆者作成（図-3、4も同じ）

図-3 女性起業家等支援ネットワークの想定する起業フェーズ



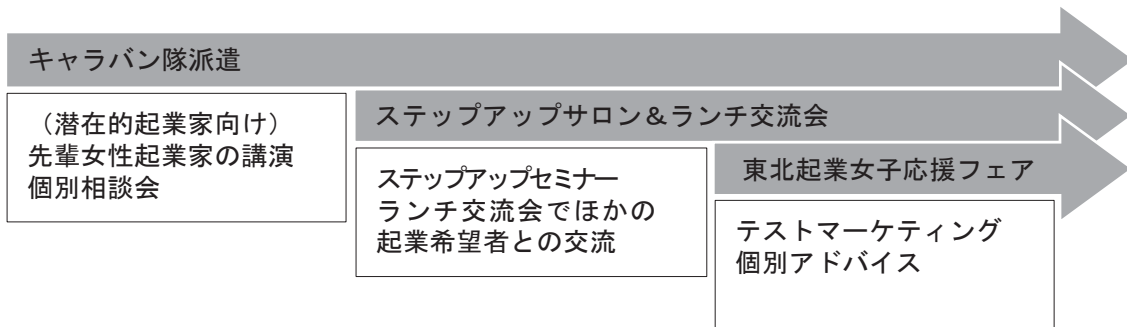
フェーズ2以降にしているため、ほとんど参加者が集まらないが、女性起業家等支援ネットワーク構築事業の支援機関がフェーズ0、1段階の女性を想定してランチミーティングや子ども連れイベントなどを催すと、大勢の女性が参加する。このような、女性起業家の潜在層に対するアプローチや掘り起こしが、これまでほとんど行われていなかったのである。

10地域での女性起業家支援の具体例として、東北地域の活動を紹介します。青森、秋田、山形、岩手、宮城、福島の6県から成る東北地域の面積は約66,890平方キロメートルと広く、人口は約898万人である。東側に位置する宮城県の県庁所在地であ

る仙台市が最も人口の多い市で、東北地域の中心都市となっている。中央部分と北、西側の地域（青森県、秋田県、山形県）は、冬は降雪が多く、東側との交通の便もあまりよくない。

このような地理的条件があり、仙台市以外の東北各地では女性の起業支援があまり進んでいなかった。しかし、潜在的には起業に関心のある女性が地域に存在している。東北の女性起業家等支援ネットワークの中核機関であるNPO法人福島県ベンチャー・SOHO・テレワーカー共働機構は、東北地域内の行政機関（市役所、町役場）や産業振興センター、インキュベーション・マネージャー、民間女性起業支援団体・企業、東北経済

図-4 東北地域の女性起業家等支援ネットワークの取り組み



産業局等と連携し、まず各地域の潜在的な女性起業家の掘り起こしから始めた。これは「キャラバン隊」と名づけられ、連携機関の先輩女性起業家が各地を訪れ、講演を行い、個別相談会を実施するものである。普段、仙台市ではこのような講演会の機会はあるが、ほかの地域ではほとんどない。しかし、子どもを連れた女性が仙台市まで出かけるのは困難である。地方都市にキャラバン隊が出向くことによって、起業について相談するハードルが下がり、潜在的な女性起業家が掘り起こされている。

キャラバン隊に参加して動機づけされた女性起業家に対しては、「ステップアップサロン&ランチ交流会」を開催し、ビジネスについて学び、同じ目標をもった仲間と出会う場を提供している。さらに具体的な事業化を進める段階に来た女性起業家に対しては、「東北起業女子応援フェア」を開催し、試作した製品をテスト販売したり、ビジネスプランの個別指導を行ったりしている(図-4)。

東北地域では、各地に点在している潜在的な女性起業家を掘り起こし、一連のプログラムで互いにつながることによって女性起業家の存在や支援ニーズを「見える化」し、従来からある公的支援機関が行う起業支援プログラムを女性にとって使いやすいものに変えていくという効果をあげている。

## (2) 女性起業家等支援ネットワーク

### 構築事業の成果

2016、17年度の2年間の事業実施により、2017年度末には全国10地域のネットワークに参加している構成機関は約480に上っている。2017年度の実績は、イベント・セミナー参加者の総数が4,303人、そのうちフェーズ0、1の者が2,214人である。フェーズ0、1の者が7～8割を占める地域もある。

女性起業家等支援ネットワーク構築事業は、これまでノウハウが蓄積されてこなかったフェーズ0、1段階の女性への支援方法、アドバイス内容等について、地域を越えて課題や情報、ノウハウの共有が図られるよう、いくつかの事業を行っている。例えば、「全国連絡会議」や「メンター研修」そして優れた支援方法や成果をあげている支援機関を表彰する「女性起業家支援コンテスト」である<sup>1</sup>。

この女性起業家支援コンテスト(以下、ジョキコンという)開催の趣旨は、前述のように優れた支援事例を表彰するとともに、支援担当者を顕彰することで、地域の地方自治体や商工団体に女性起業支援を行う構成機関や支援担当者を認知してもらい、地元での連携を促進することにある。特に、地方においてはこうした支援機関の支援担当者に女性が配置されることは少なく、このような

<sup>1</sup> 2017年度「女性起業家支援コンテスト」の実施概要、表彰結果については、以下のウェブサイトを参照のこと。https://www.joseikigyo.go.jp/jokicon2017



表彰制度で女性の担当者の評価を高めることも狙いの一つである。

### (3) フェーズ 0、1 における課題

女性起業家等支援ネットワーク構築事業において主要な支援ターゲットとなっている、フェーズ 0、1 段階の女性が抱える悩みや課題は、従来の創業支援機関や創業セミナーで対象としている起業志望者とどのように違うのであろうか。特に、女性特有の事情や悩みは何か。ここでは、前述のジョキコンの2017年度大会に応募された66件のエントリーシート(支援事例)に記述されたフェーズ 0、1 時点(支援機関への相談前)に女性起業家が抱えていた悩み、想い、状況から、女性起業家に特有の起業時の課題と支援ニーズを明らかにする。なお、エントリーシートに記載されている起業事例は、同居の子どもがいない女性も含まれているが、ほとんどが子どものいる女性、あるいは既婚女性である。

まず、エントリーシートの「フェーズ 0、1 のとき抱えていた悩み、想い、状況」欄に記述された内容を抜き出し、事例ごとに並べてExcelのシート上で一覧表にした。これを質的データの整理分析を行うソフトウェアNVivo Ver.11で分析し、2文字以上の頻出語上位100件を抽出した。

その結果、上位50件の頻出語は表-2のとおりであった。意味のある単語で最も多かったのが「起業」であるのは当然として、「仕事」や「事業」に続いて「不安」が14位(19カウント)となっているのが目につく。そのほか、女性特有の状況として、「子供」(40位)、「出産」(42位)、「子育て」(46位)という単語が挙げられている。

これらの単語が含まれる具体的な記述をエントリーシートから抜粋すると、「何から始めればいいのかかわからず、何で起業すればいいのかも決まっておらず、不安でした」「何をどうすればいいのか、今の私にできるのか、(中略)不安も多

く一歩が踏み出せない状態でした」「アイデアはあるがそれが社会で必要とされるのかといった不安もあった」「ブランクが10年ほどあり社会復帰に大きな不安がありました。子どもが小さいので育児と仕事の両立にも不安がありました」「自分自身が起業家として歩いていくこと、いろいろなリスクを取って一歩踏み出していくことへの漠然とした悩みや不安がありました」という内容が挙げられている。

「不安」という単語が使用されていなくても、「どうやって事業を始めたらいいいのかかわからずにいました」「やりたいことはたくさんあるのにビジネス知識や資金が無いため、何をどうしてよいかわからない。動きたいのに動けない」「起業や経営についてはまったく知識がなく、何から始めたらいいのかわからない状況であった」「子どもを育てながら自分のペースで働く方法を考えていたが、何をしたらよいかははっきりせず、働き方を迷っていた」「専業主婦の自分には『何もない』『何かを始めたい』『やりたいことを見つけたい』という想いが膨らみ、アンテナを張っていた」「事業内容がまとまらない。自身の経験から実現したいことはあるものの、そこに至るまでのアプローチがわからない」というものが多い。

フェーズ 0、1 段階のママ起業家は、子育てもしっかりやりながら、自分らしく働きたい、あるいは以前から夢や想いはあるが、それを実現する方法として起業や事業化を漠然と考えていても、起業や経営の知識がないので何から始めていいかわからない、どこに相談に行けばよいかかわからないという状況に置かれていることがわかる。

次に、このようなフェーズ 0、1 段階の女性が女性起業家等支援ネットワーク構築事業の代表機関や構成機関に相談した結果、どのようなことがわかり、ステップアップすることができたのかをみとめる。抱えていた悩みや想いと同様に、ジョキコンのエントリーシートから「(フェーズ 0、

表-2 フェーズ0、1の女性起業家の想い、悩みにおける頻出語 (上位50件)

順位	頻出語	カウント	順位	頻出語	カウント
1	たい	75	25	販売	15
2	起業	59	25	資金	15
3	自分	51	28	だけ	14
4	思う	36	28	活動	14
5	考える	35	28	知る	14
6	いく	31	31	おる	13
6	わかる	31	31	作る	13
8	始める	30	31	働く	13
9	やる	28	31	必要	13
10	良い	25	31	漠然と	13
11	いい	23	31	経営	13
11	仕事	23	31	経験	13
13	事業	22	31	自身	13
14	どう	19	31	見る	13
14	不安	19	40	子供	12
14	女性	19	40	感じる	12
14	相談	19	42	どこ	11
18	分かる	18	42	ビジネス	11
18	支援	18	42	出産	11
20	くる	17	42	想い	11
20	どの	17	46	しまう	10
20	よい	17	46	会社	10
23	みる	16	46	全く	10
23	具体	16	46	子育て	10
25	持つ	15	46	思い	10

資料：「女性起業家支援コンテスト」2017年度エントリーシートより筆者作成 (表-3も同じ)

1段階で) 相談した結果わかったこと」欄に記述された内容について一覧表にし、NVivoで頻出語を抽出した。その結果は表-3のとおりである。

「女性」という単語が上位に挙がっているが、これは子育てや介護、あるいは乳がんなどを罹患した経験のある起業家で、「相談員が女性で立場や状況を理解してもらうことができ、話しやす

かった」というような記述が多かったためであろう。そのほか、「創業」「支援」「セミナー」「必要」「情報」「得る」「紹介」「計画」「講座」「スクール」「ビジネス」などの単語が挙がっており、相談した結果、女性に合った創業セミナーや支援機関に関する情報、経営に必要な知識などを得られたことがわかる。また悩みの欄において身近に同じ女

表-3 フェーズ0、1の女性起業家の支援機関への相談内容頻出語（上位50件）

順位	頻出語	カウント	順位	頻出語	カウント
1	起業	87	26	得る	13
2	相談	56	27	紹介	12
3	自分	48	27	ママ	12
4	女性	36	29	作る	11
5	たい	34	29	まずは	11
6	創業	31	29	同じ	11
6	支援	31	29	応援	11
8	さん	28	33	方法	10
8	知る	28	33	みる	10
10	セミナー	26	33	イベント	10
11	もらう	25	33	計画	10
12	事業	23	33	講座	10
13	いただく	20	38	頂く	9
13	くれる	20	38	いい	9
15	やる	18	38	もらえる	9
15	思う	18	38	スクール	9
17	わかる	17	38	ビジネス	9
17	仕事	17	38	主催	9
17	受ける	17	38	利用	9
20	いく	16	38	受講	9
20	参加	16	38	場所	9
20	教える	16	38	存在	9
20	考える	16	38	学ぶ	9
24	必要	15	38	思い	9
25	情報	14	38	気持ち	9

性の起業家が少なく、ロールモデルがないと述べている女性が複数いたことから、「同じ」ような「ママ」起業の先輩の「紹介」もされていることが推察できる。

フェーズ0、1段階の女性の起業相談への対応を把握するため、エントリーシートの記事を抜粋してみる。女性に合ったセミナーの紹介について

は、「女性起業家向けの事業計画書等ステップアップできるセミナーを開催していることを教えていただき、起業についての情報収集等ができる場所を見つけられました」「女性にターゲットを絞った創業塾への参加を提案いただいたことで、創業について悩んでいるだけでなく、『まずは起業すること・経営することを学んでみよう!』と、気

持ちを置き換えることができた。また『女性ばかりで恥ずかしくないから行ってみよう…』と思い、参加することになった」といった記述が目についた。従来の男性起業家をメインターゲットとした創業セミナーに対しては、女性は「内容が難しすぎるのでついていけない」「自分の考えているビジネスは甘すぎて馬鹿にされるのではないか」と考えて敬遠していることがわかる。また「託児つきだったので参加した」という声もある。

先輩女性起業家の紹介については、「女性起業家交流会では、起業家のロールモデルと会うことができ、起業のイメージが膨らんだ」といった記述があり、代表機関や構成機関が主催するイベントや地域のキーパーソンが主催する女性起業家の集まりを知り、参加したという例が多い。

さらに、感情や精神的な面でのサポートも重要である。「この地域のために何かしたいということをお伝えしたら、『それでいいんだよ』と肯定され安心しました。自分に自信がなかったのも、それを素直に打ち明けることができる場所を見つけた気がしました」「(支援担当者から) 妊娠中に起業し、子育てと仕事開拓を両立していった経験や同じママ起業家の事例などを多数紹介してもらうことで、少しずつ背中を押してもらった。身近で相談できる地元の支援機関などが同行して、説明をアシストしてくれるなど同じ目線での伴走がとてもありがたかった。自分の歩み方やお手本となる姿を間近で学ぶことができた。また、さまざまな起業家と関わることにより、ビジネスの相談から子育ての悩みまで共有できる安心感とともに、視野が広がり刺激を受けながら実践していくことができた」「漠然と創業を考えていたが、(支援機関の) 窓口相談に伺うと、私がやろうとしていることを中立公正な第三者的な立場で親身になって聞いていただけた。そのときに、私が考えているこ

とを批判せず、受け止めていただけたことが印象的でした」「まずは私の話を丁寧に聞いてくれました。そもそも、趣味の域から抜け出すことが可能なのか、そして子育てと両立できるのかといった不安を相談したところ、『できるんだ!』と後押しをしてくださったことを覚えています。それだけでなく、具体的に何をしたらいいのかを提示してくださったことは非常に大きかったと思います」。このように、ママ起業家たちは、漠然とした自分の想いを否定せず肯定してくれる相談員に背中を押されることで自信をもって起業に向き合うようになり、また子育てや介護との両立についても自分の経験を踏まえて「大丈夫」と応援してくれる相談員に後押しされ、一歩踏み出す勇気を得ている。

ジョッキコンのエントリーシートからみえてきたママ起業のスタート段階の実態は、男性をメインターゲットとした起業相談、支援の内容とはまったく異なる支援ニーズが存在することを示唆している。さらに、ママ起業家が手がけるビジネスは、育児や子どもの教育、生活に根差した食や健康に関連するものが多く、これらのビジネスの市場性を理解することも重要である。育児経験がない男性には理解が難しいことも多い。

(4) では、ママ起業の事例を紹介することにより、ママ起業家がどのような事業を行っているのかを示す。

#### (4) ママ起業の事例

次に、女性起業家等支援ネットワーク構築事業によって支援を受けたママ起業の事例を紹介する。これらのママ起業家の皆さんは、2017年度のジョッキコンで受賞した支援機関から支援を受けている、あるいは自身が構成機関になっている女性である。

10件の事例のうち、1～6<sup>2)</sup>はヒアリングによる

<sup>2)</sup> 事例1～4は、ある構成機関のK氏のオフィスにおいて、筆者が直接インタビューを行った結果(調査時期は2018年2月5日)。

もの、7～10は、2017年度ジョキコンのエントリーシートから抜粋した事例である。ただし、個人が特定できないよう、一部内容を加工している。なお、各事例の冒頭に、①現在の職業、②前職などの経験、③婚姻状況や子どもの有無などを記載した。

事例1 Aさん
① 独立パティシエ
② 東京都内の一つ星レストランなどでパティシエとして15年間働いていたが、出産を機に地元に戻った
③ 既婚・子ども有

Aさんは、出産後、自宅でお菓子教室を開催したり、オーダーメイドのお菓子をつくる仕事をしたりしていた。家庭の事情で店をもたずに収益をあげたいと考え、構成機関のK氏に相談したところ、個人向けではなくBtoBの事業にシフトしてはどうかというアドバイスを受けた。例えば、女性客を増やしたいが女性に好まれるスイーツのメニューが弱い店に新しいスイーツを提案したり、食材の廃棄率を少なくするためにメニューを提案したりすることなどが考えられる。さらにK氏は、支援機関と連携して、Aさんが提供できる新たなサービスをPRした。

その結果、女性客を呼びたい居酒屋やカフェなどから引き合いが来た。地元の居酒屋に女性やファミリー向けのスイーツメニューを提案し、夜だけでなく昼間の来店客数を大きく伸ばした事例はメディアで紹介され、認知度も上がっている。

事例2 Bさん
① パンの製造販売
② パン小売店に勤務していたが、結婚・出産で退職、自宅でパン教室を開いていた
③ 既婚・子ども有

Bさんは、自身のパン教室が評判となり、店を始めることにした。店舗は実家の近くの物件をリノベーションして使っている。開業費用は、地元の信用金庫から融資を受けた。商工会議所の経営指導員にも相談して、マル経資金<sup>3</sup>も借りている。

構成機関のK氏の紹介ということもあって、「商工会議所や金融機関からはよくしてもらっている」という。開業4年目になる今も、構成機関が主催する女性経営者同士の情報交換やイベントに参加している。事業拡大に伴い、税理士の紹介もK氏から受け、顧問に入ってもらった。

悩みは、実家の両親が、母親であるBさんが外に働きに出ることに理解がないことである。嫁の立場でもなかなか外に働きに出るのは難しい。夜、仕込みのために店に行きたくても行けない。子どもは朝6時に店に連れて行き、作業の後、保育園に送っているが、作業場に子どもがいると危ない。遊ばせる場所が必要だと感じていたこともあり、近々、店舗の隣にスペースを借りて、イートインコーナーとキッズスペースをつくる予定である。

事例3 Cさん
① ライター
② 大阪のメーカーで広報を担当していたが、結婚を機に実家の近くに移住
③ 既婚・子ども有（1歳と4歳の2人）

Cさんは、産後に復職した頃に参加したママサークルで、ゲストとして参加していた構成機関のK氏と出会う。「広報の仕事がしたい」と伝えたとこ、地元の道の駅内の店舗のプレスリリース資料の作成を紹介された。これまで、構成機関を通して4件のプレスリリース資料を作成している。

近くに住む自身と配偶者の両親の協力も得ており、比較的仕事はしやすい。現在、K氏経由で依頼される仕事のほかに、企画会社で雑誌記事の制

<sup>3</sup> 小規模事業者経営改善資金融資制度のこと。最近1年以上事業を行っていて、商工会議所等の経営・金融に関する指導を6カ月以上受けて経営改善に努めている企業が、日本政策金融公庫から低利、無担保・無保証で2,000万円まで融資を受けられる制度。

作やウェブサイト制作、イベント運営などの仕事も時給制で行っている。事務所に9時から16時半までいて、会社がとってきた仕事をその時都合がつく人がやるという仕組みだ。この会社は女性の活用を主眼としていて、在宅勤務も可能である。フリーランスの仕事は保証がないので不安定だが、企画会社のほうは時給制なので、併せて収入の安定化を図っている。

なお、フリーでやっているプレスリリースライター業は、自分で金額を決めて見積りを出す、クライアントと合意できる金額は、見積りより上がることも下がることもある。相手には、以前の仕事で書いたリリース資料やカタログ、パンフレットなどの印刷物を見せて、レベルを判断してもらっている。質のよいものをつくりたいので価格は高めにしているが、理解してもらえないこともある。そういうときなどに「K氏が間に入ってくると、一人で動くより仕事がしやすい」という。

Cさんは、フリーランスとして働くことにはこだわっていない。収入を多く得たい人は自営業の開業届を出す、自分の能力に合った仕事を今の環境に合わせてやりたいと考える。子どもが中学生くらいになったら、どこかに勤務することも考えているという。

Cさんの場合は、出産直後はもう仕事ができないのではと感じ、ママ向けの復職セミナーに意識的に参加していた。周囲の人が声をかけてそうしたセミナーに引っ張り出すことも大事なのではないかと振り返る。また、同じような境遇の人が子ども連れで集まれる、K氏の機関のような環境も大事だと考える。自分の専門分野以外のいろいろな立場の人の意見によって、よりよいものをつくれ、力をももらえたりしてやりがいも高まるそう。

事例4 Dさん

- ① デザイナー兼イラストレーター
- ② 看板屋に勤務していたが、出産後に退職した
- ③ 既婚・子ども有(2人)

Dさんは、自宅で開業している。周囲は製造業が多く、男性中心の土地柄である。女性は、専業主婦でパートに出ている人が多く、起業家は少ない。公的な支援も起業時のみで、その後のフォローがない。女性起業家同士の交流も少ない。同じ商工会議所でも、近隣の市と違って市内の女性起業家にあまり関心がなく、主に既存の地元企業を支援している。また、保育園は勤務者の子どもが優先で、自宅で仕事をしていると入りづらい。子どもを連れて企業に行くこともできないので、営業活動もしていなかった。

あるとき、同じようにイラストレーター兼デザイナーをしている高校時代の友人の紹介で、構成機関のK氏を知る。K氏経由で、カメラマン、ライターなどと一緒に隣接市の観光案内所のリーフレット制作や、多数のものづくり企業の企画からロゴマーク、チラシのデザインなど、多岐にわたる仕事を受注できるようになった。K氏のコーディネートのおかげで、仕事がしやすくなったという。

事例5 Eさん<sup>4</sup>

- ① 行政書士事務所およびM社(女性起業スクール)の運営
- ② 東京の専門商社の財務部門で正社員として1年半弱働いていたが、体調を崩して退職。結婚後、札幌市に移住
- ③ 既婚・子ども有(2人)

Eさんは、結婚後に行政書士の資格試験に合格し、行政書士事務所を開業。その後、起業を目指

<sup>4</sup> 事例5、6は、北海道大学大学院研究員村上明子氏と同大学経済学研究科准教授韓載香氏による現地インタビュー調査の結果と、第1回ジョキコンにおけるE氏のプレゼンテーションおよび同資料に基づき、筆者が記述した。村上氏、韓氏には調査へのご協力に感謝申し上げます。

す女性向けセミナーの仕事を中心に行うM社を設立した。現在、自営業である行政書士事務所と同時並行で運営している。

もともとは企業に勤めようと思っていたが、待機児童問題で子どもが保育園に入れなかったことが起業のきっかけだ。まず、北海道行政書士会が開催している新人サポート研修に積極的に顔を出し、同業者とのつながりを広げた。

仕事を獲得するためには夜の酒席の付き合いなどで営業するのだと、先輩男性行政書士から言われたが、Eさんは子どもがいて夜は外出できない。子どもを連れて行ける場所で営業をしているうちに、ママたちが集まる会を主催している人たちと出会い、自分でも会を主催するようになった。そこでは、お菓子づくりやイベントの司会など、自分が好きな仕事をしてきた。行政書士の仕事と関係ない分野から始めたことで、最初はママたちと、そこから派生していろいろな女性とつながっていった。すると、「子どもを連れて仕事ってどうするの」「自分で仕事を始めるにはどうするの」といった質問や相談を受けるようになり、自然と起業のほうに目が向いていった。北海道の女性支援機関の手伝いもするうちに、独立開業を経験した起業家と行政書士という二つの立場を活用して、2014年に起業を目指す女性向けセミナーを立ち上げるようになった。

M社の課題は収益化である。人の役に立てればいいという考えで始めたため、収益化までの期間を計画したり、事業計画を立てたりもしていなかった。当初の収入は、換算すると時給数十円程度だったという。現在も、セミナー単体では収益はそれほど大きくなく、スクールを修了した個人事業主のコンサルティング、web事業部のホームページ制作の仕事が大きな比重を占めている。このほか、女性が挑戦する場を提供する一環として、ネイルサロンの運営も始めたが、収益はまだあまりあがっていない。

事例6 Fさん

- ① デリカショップの開業準備中
- ② 事業に関連する仕事をした経験は無し
- ③ 既婚・子ども有（3人・独立済み、孫5人）

Fさんは、食関係の分野で何か始めたいと考えていたが、飲食店勤務の経験も、起業の知識や情報もなかった。飲食店や起業に関する人脈も、開業するための資金も不足していた。まず、M社（事例5）が発信しているメルマガやブログ等を読んで、起業の基礎知識や情報を得たが、何から始めたらいいいのかわからず、メンタルの維持が課題となっていた。

一人では人脈の形成や資金計画、事業計画の作成は難しいと感じたFさんは、M社のセミナーに通い、起業の知識や人脈、事業計画の策定方法を学んだ。さらに主催者のEさんから、女性支援機関や市の窓口、資金調達の相談のため金融機関も紹介してもらった。

Fさんは総菜販売店を始めたいという具体的な目標ができたが、提供する惣菜の味の評価や原価計算、仕入れ、テストマーケティングを行うにあたって行き詰ってしまった。そこでM社が運営するチャレンジショップで食事メニューの提供を行うことにした。Fさんは業務の経験を通じて勉強し、目標の実現に向けて着実に前進している。

事例7 Gさん

- ① ライフオーガナイザー<sup>®</sup>（コンサルティング型片付け支援サービス）
- ② 会社の事務や派遣社員、福祉施設で働いた経験をもつ
- ③ 既婚・子ども有

Gさんは、部屋の片付けサポート、心の片付けサポート、またお茶会、セミナー、個別サポートと段階を踏んで顧客と信頼関係を築き、個別コンサルティングを実施する事業を営んでいる。

以前、勤めながら一人で育児をしていたときに、

一時的に家の片付けができない状態になった。この経験をもとに、家庭と両立でき、自分のスタイルで無理なく働ける起業を意識するようになった。その後も自身の病気や親の介護問題に直面し、思い切って苦手な片付けを学ぶことにした。その結果、自分に合った片付けの方法があること、タイプ別の片付け方法を知り、「ライフオーガナイザー<sup>®</sup>」という職業に出会った。これでやっぴこうと考え、10年勤務した会社を辞めて、起業した。

最初は、十分な収入が得られなかったが、女性起業家向けのイベントで先輩女性起業家の話を聞いて自分の働き方を見直した。さらに、支援機関主催の起業イベントで、ある事業者と出会ったことがきっかけとなり、セミナー講師、モデルハウスでのキッチン収納事例の紹介、収納を売りにしたアパートの監修などの仕事を得られるようになっていく。

事例8 Hさん
① グラフィックデザイナー、オリジナル商品の開発・販売
② デザイン会社に勤務していたが、結婚・出産を機に独立
③ 既婚・子ども有

Hさんは、フリーランスのデザイナーだ。激務で体調を崩した過去の経験や、子どもとなるべく一緒にいたいという想いから、フリーランスという働き方を選択した。

起業のきっかけは、出産を経て、命の大切さ、尊さを改めて感じ、出産報告ハガキの制作を思いついたことだ。インターネット中心で受注していたが、掲載したデザインが女性起業家の目に留まり、名刺やロゴの制作を依頼されるようになった。また生活の役に立つ商品をつくりたいと考え、「一日一行日記」というオリジナル文房具をデザイン、制作、販売している。現在の商品展開は、A 5

サイズのノート、ルーズリーフカバー、ルーズリーフリフィルで、ノートは約1,500冊販売した。

経営にあたっては、随時、支援機関に相談している。これまでも、販売をインターネットのみにすることや、商標登録などについてアドバイスを受け、実行してきた。

事例9 Iさん
① アロマセラピーサロンの運営
② 出版社に勤務し、ブライダル雑誌およびブライダル事業に立ち上げから携わった。結婚を機に退職、家業の観光施設で勤務
③ 既婚・子ども有 (2人)

Iさんは、専業主婦として子育てに専念したのち、以前から興味があったアロマセラピーの資格を取得した。アロマセラピーを手段として地元へ足を運んでもらうきっかけづくりができればと思い、2015年にアロマセラピーサロンを開業した。小学6年生と1年生の2人の子育てに奮闘しながら事業に取り組んでいる。

開業を思い立った当初は、漠然としたイメージしかなく、起業についての知識もなかったため、実際にどのように準備を進めていけばいいのかわからなかった。資金調達の面でも不安があった。そこで地元の支援機関に相談したところ、実践的な起業のノウハウを教えてもらい、事業プランを作成することができた。サロンの営業形態も具体化した。同じように起業を目指す人を紹介してもらって交流できたので、刺激になり、勉強にもなった。きちんとした事業プランを作成したことで、創業補助金と政府系金融機関からの融資を得ることができたという。

現在は、アロマセラピーの施術、親子向けワークショップの開催などの業務に加えて、地元を広くPRするための方法を検討したり、地元の特産品を使ったアロマせっけんを開発したりしている。



事例10 Jさん
① アクセサリーの製造販売
② エステティシャン、ダーツバーでの接客の経験をもつ
③ 既婚・子ども有

Jさんは、出産を期に外で働くことが難しくなったが、同じ頃に配偶者の事業が苦しくなり、家庭の経済状態が悪化した。子どもはまだ1歳で、保育園には預けたくない。幼稚園に入園するまではできるだけ一緒にいてあげたいと考え、家で子育てをしながらお金になる仕事はないかと考えた。そこでアクセサリーをつくり、最初はフリーマーケットアプリで販売した。それでも子どもを食わせていくだけの収入になり、本格的にアクセサリーで収入を得たい、もっと地元の客に「かわいい」商品を届けたいと、各種イベントへの出店・販売を開始した。最近は講師としてハンドメイドの楽しさを伝える活動もしている。

インターネットでの販売を始めた当初は、主婦が出店するイベントに出て、周りのママたちの店やディスプレイのレベルの高さに驚いた。先輩ママ起業家たちの背中をみて、ディスプレイの仕方も教わり、次に出店したときは売り上げが2倍になった。さらに先輩女性起業家の話を聞いて刺激を受け、もっといろいろな人に出会って感性を高め、作品づくりに活かしていこうと考えている。

支援機関も活用している。事業を始めてしばらくした頃に相談したところ、起業が思っていたより簡単にできると教えてもらい、すぐに開業届を出した。モチベーションが下がったときも相談に乗ってもらい、どうやって商品の価格を上げていくか、ワンランク上の作品の制作や、販売ターゲットの明確化など、仕事のレベルを上げるためのアドバイスをもらっている。

ここに紹介した事例は、支援機関からのアドバイスや支援を受けて、自分の「想い」を事業とい

う形にできた事例である。実際には、フェーズ0、1から先に進めず、立ち止まっているママ起業家も数多く存在している。また、順調に事業化を進めていても、配偶者の転勤や親の介護、自身の病気や妊娠・出産など、ライフイベントに直面して起業スケジュールを変更あるいは一時停止せざるをえない者もいる。このようなママ起業の実情を理解したうえで、女性向けの起業支援策を講じるべきである。

## 5 ママ起業に求められる支援策

### (1) ママ起業に特有の実情と課題

女性起業家等支援ネットワーク構築事業によるママ起業支援事例から、女性の場合は「何かやりたいけれど、どうしたらいいかわからない」というフェーズ0段階から、起業という具体的な目標をもつに至る過程において、相談者の実情に寄り添う支援が重要であることがわかった。育児や介護など、家庭責任を負う女性にとって、「自分らしさ」と家庭責任を両立できるような働き方として、「起業」は大きな意義をもつ。さらに、子育てなどで数年間仕事を離れ、再就職を希望する女性にとっても、起業によって社会とのつながりを保つことにより、エンプロイアビリティを維持・向上させることにもつながる。

女性の起業は規模が小さいため、趣味の延長といわれることが多いが、それぞれが自分の得意なことや関心のあることを社会とつなぎ、製品やサービス、店舗といった形にしていく過程は、たとえ売り上げが少額でも立派な起業である。「想い」や「思い入れ」は強いものの、経営や起業に関する知識が不足している女性が多いため、事業アイデアを具体化する方法がわからない、起業のために何をすべきか見当がつかないため不安を感じるという者が少なからず存在する。結婚・出産

前に勤務した経験はあっても、勤務期間が短いため管理職経験のある者が少なく、実務能力や技能はもっているものの、マネジメントの知識、ノウハウをもっている女性は少ない。特に、収支計画や開業に必要な資金の見積りが苦手な人が多い。そのため、起業には「自信がない」「不安だ」という者が多い。

また、女性はライフイベントによって計画どおりに事業が進まないことも多い。出店の準備をしていたら予期せぬ妊娠をしたり、配偶者の転勤で事業場所を変更せざるをえなくなったりと、思いどおりにいかないことも多い。こうした女性特有の事情を踏まえて、相談者のペースに合わせて事業化を進めることも重要である。必ずしも、短期間に急成長する事業を発掘し、育成することが目的ではない。女性の自己実現やエンプロイアビリティの向上、そしてそれが個人の成果に留まらず、地域コミュニティや地域経済の発展につながれば、ママ起業の支援とママ起業の成果は有益な事業として認知される。

## (2) ママ起業に対する支援策への提言

ママ起業の実情と課題を踏まえ、今後、ママ起業家、女性起業家への支援策を検討している地方自治体や支援機関に向けて、具体的な支援策への留意点を述べる。

### ① キャリアカウンセリングの要素を取り入れる

育児や介護で外に働きに出ることが困難な女性も、できる範囲で何かやりたいと思っている人は多い。家のなかに閉じこもっているよりも、何らかの形で社会とつながることは視野を広げ、社会における自身の役割を自覚することにつながる。

多くのママ起業家は、子どもや家庭を第一に考えていても、自分自身の能力や知識、経験を活かせる場がないか、模索している。活かせる場は、起業とは限らない。初めから起業ありきで無理に

誘導することは禁物である。キャリアカウンセリングのように、女性本人の自己認識や興味関心の方向を尊重し、実現の手段を複数示して自身で選択するように仕向けることが重要である。

### ② 心理的サポート

起業を意識する女性を感じているのは「不安」である。経営や起業に関する知識や経験の不足から生じる「不安」と「自信のなさ」を、多くの女性を感じている。自分の起業アイデアをうまく人に伝えることができない点も、「こんなアイデアは受け入れられないのではないか」という「不安」につながる。

こうした女性の不安や自信のなさを助長するような対応は禁物である。実際、公的な支援機関や金融機関に相談に行き、担当者から「こんな商品は、自分だったら買わない」とか、「規模が小さすぎて、趣味の範囲だ。事業ではない」と言われ、起業の意思がくじけそうになったという女性もいる（鹿住・河合、2018）。

逆に、女性起業家等支援ネットワーク構築事業の構成機関等でのアドバイスは、「起業に感じていたハードルを下げてくれた」「自分の考えを否定せず、受け入れてくれた」「起業のアイデアを肯定してくれた」といったものが多く、不安に押しつぶされそうなママ起業家を受け止め、勇気づけ、背中を押している。起業アイデアや事業計画が未熟でも、頭から否定したり批判するのではなく、まずは想いを受け止め、肯定したうえで、起業の実現に向けて具体的に何をすべきかを説明する必要がある。

また女性が置かれた立場、子育てや介護の悩み、女性の体調のことなどを気兼ねなく相談し、理解できるよう、相談担当者は女性であることが望ましい。

### ③ 女性起業家同士の交流の場づくり

相談担当者だけでなく、同じような立場で少し

先を歩く先輩女性起業家との出会いは、ママ起業家にとって大きな刺激となり、励ましとなり、背中を押してくれるきっかけとなる。ただ、あまりにも自分とかけ離れた、例えば大企業の女性社長とか、ハイテク・ベンチャーの創業社長を講師に招くのは、逆効果である。起業する際に直面する課題は何か、それらをどのように克服したのか、具体的な事例とアドバイスが得られる、身近な先輩女性起業家と触れ合う機会を設けることが有効である。

同様に、同じ立場で励まし合えるママ起業家同士の交流も効果的である。女性起業セミナーの受講生同士など、セミナーが終了しても定期的に交流できる場づくりが求められる。あるいはメーリングリストやSNSなどを活用し、いつでも近況報告ができるような体制づくりなら、簡単に実現できる。

また、民間団体が主催するママ起業家を集めたイベントもある。「笑顔で働きたいママのフェスタ」は、年間全国10カ所ほどで開催され、各回とも40人ほどのママ起業家がブース出店している。ママ起業家による講演やミニ起業講座もある。会場に足を運ぶと、たいへんな盛況である。来場者も子ども連れの女性が多く、出店者や講演で先輩起業家の話を直接聞けることが人気を呼んでいる<sup>5</sup>。

#### ④女性を意識した広報と運営

ジョキコンにおける支援機関のプレゼンテーションでも、女性向けの起業セミナーや相談業務を周知するためのウェブサイトやチラシ等のデザインを、いかに女性の目に留まるようなものにするか、工夫していることが説明されていた。言葉遣いや使用する単語など、表現を柔らかくすることが肝要である。色使いも明るめにしたい。公的施策などの堅い正式名称は小さく表示し、キャッ

チフレーズや愛称など、明るくわかりやすい表記がよい。

また、チラシなどの印刷物の配架、配布ルートも見直す必要がある。従来の商工団体や金融機関の融資窓口などに置いても、女性が手に取ることはない。図書館や公民館、男女共同参画センターなど、子ども連れの女性が立ち寄りやすい場所に配置すべきである。

セミナーやイベントを開催する場合は、託児サービスをつける必要がある。「託児つきだったので参加した」という声もよく聞く。開催時間も、子どもが学校に行っている時間帯（9時～15時）に開催すべきである。また、先輩起業家等との交流会も、ランチやお茶会にすべきである。間違っても、夜の飲み会に設定してはいけない。そんな時間に子ども連れの主婦は参加できない。

## 6 おわりに

ママ起業への支援に対する前述のような留意点は、特にフェーズ0、1の層に対して必要である。現在は、ママ起業、女性の起業に対して支援が始まったばかりであり、まだフェーズ2、3段階の支援ノウハウはそれほど蓄積されていない。また、フェーズ2、3以降になれば、既存の支援機関における支援策やアドバイスを活用する力をもった女性も増えるであろう。将来、男女とも起業に関する知識を獲得する機会が広がり、起業意思のある者が自由に起業に挑戦できるような社会が実現することを期待している。

<sup>5</sup> 「笑顔で働きたいママのフェスタ」に関する詳細は、鹿住（2017）を参照のこと。

<参考文献>

- EYアドバイザー(株) (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」(経済産業省ホームページ)
- 鹿住倫世 (2017)「女性の起業と求められる支援策―「ママ起業」に着目して―」一般社団法人商工総合研究所『商工金融』第67巻4号、pp.5-26
- 鹿住倫世・河合憲史(2018)「女性の起業支援策と女性起業家の自己効力感―日本のデータから―」企業家研究フォーラム『企業家研究』第15号、pp. 109-133
- 内閣府 (2017)『平成29年版男女共同参画白書』勝美印刷
- みずほ情報総研(株) (2017)「平成28年度産業経済研究委託事業(起業家精神に関する調査事業) 報告書」(経済産業省ホームページ)
- Duberley, Joanne and Marylyn Carrigan (2012) “The career identities of ‘mumpreneurs’: Women’s experiences of combining enterprise and motherhood.” *International Small Business Journal*, 31(6), pp.629-651.
- Nishimura, Junko and Hyunji Kwon (2016) “Divergence in Women’s Employment in Korea and Japan: What Shapes the Different Patterns around Childbirth?” *Development and Society*, Vol.45(3), pp.467-502.