

起業の裾野を広げる「趣味起業家」の実態と経営課題*

日本政策金融公庫総合研究所主任研究員

桑本香梨

要旨

働き方に対する意識の変化に伴い、起業のかたちも多様化している。事業で収入を増やすことにはこだわらず、自分のやりたい仕事をしたいという、自己実現の思いを優先する小規模な起業が増えてきているのも、そうした流れに乗ったものだろう。今回は、自己実現型の起業の一つである「趣味起業」に着目し、日本政策金融公庫総合研究所が実施している「新規開業実態調査」を基に分析を行った。なお、趣味起業家は、「趣味や特技を生かして起業した人」と定義した。

趣味起業家は、その他の起業家に比べて、①事業が小規模であること、②別に収入源があったり、主たる家計維持者ではなかったりする人が多いこと、③ワークライフバランスの充実をより求めており、事業収入は低いが、開業に対する総合的な満足度はその他の起業家と差がないこと、④事業分野における実務経験のない人が多く、財務・税務等の知識、仕入先ルートや業界動向などの情報を必要とする一方で、経営の相談ができる相手がいなく感じていることなどがわかった。創業支援機関や金融機関は、趣味起業家に対しては、事業拡大や事業承継のための支援よりも、私生活との両立を促進する効率的な働き方を提案したり、気軽に相談や情報提供を求められる緩やかで持続的な関係を築いたりすることが望ましい。

小規模な趣味起業は、個々の付加価値創出力は低いかもしれないが、自分の意思で事業を始め、少ないながらも売り上げをあげることで、起業の一翼を確かに担っている。家庭生活と両立しながら自己実現も成しうる点で、起業の裾野を広げる推進力として期待が寄せられる。趣味起業家に対する理解が深まり、支援が広がることで、彼らが活動しやすい環境が醸成されていくことが望まれる。

* 本稿の作成に当たっては、慶應義塾大学商学部・山本勲教授からご指導をいただいた。ここに記して感謝したい。ただし、ありうべき誤りはすべて筆者個人に帰するものである。

1 はじめに

自分の趣味を生かした起業は、起業研究においてこれまでのところさほど注目されてこなかった。趣味とは「専門としてでなく、楽しみとする事柄」¹であり、ともするとアマチュアの道楽のように捉えられるからかもしれない。一般的に、起業の社会的意義としては、雇用の創出や産業構造の転換、イノベーションなどが挙げられ、起業研究においても、企業の成長・拡大に主眼が置かれているものが多い。「趣味の延長線上に過ぎない」といった言葉の裏には、そうした経済効果が見込みにくいという先入観が透けてみえる。

しかし、成長だけが起業の意義なのだろうか。そこで、本稿では、趣味や特技を生かすために起業した人を「趣味起業家」と定義し、その実態や課題について分析する。より広い観点から起業のあり方を評価するための材料が提供できればよいと考えた次第である。

2 趣味起業の意義

まず、趣味起業の意義として考えることを三つ、先行研究を踏まえながら述べる。

一つ目は、自分らしい働き方・生き方を実現する手段になることである。趣味起業は、自分の好きなことを自分でやるための起業であり、自己実現の手段になる。確かに、好きなことを市場のニーズよりも優先すれば、利益の追求は二の次になる。しかし、趣味で培った特定のスキルで自立できるなら、組織や地域からの制約を受けにくくなり、思いどおりのライフスタイルを実現できる(Saieilles and Gomez-Velasco, 2010)。

起業そのものが、勤務に比べれば組織に束縛さ

れない働き方の選択といえるが、それでも利益の最大化を目的にすれば、そのぶん、顧客との関係や地元のコミュニティーなどに対する配慮が必要になる。利益よりも自己実現を優先すれば、働く時間や場所も、周囲にとらわれずに自分の意思で決められる。これは、ワークライフバランスの向上にもつながる。

川名(2015)は、男女の別なく、自己実現を伴い、家庭も事業も両立できる起業を「ワークライフバランス起業」と定義し、起業の経済合理性だけを重視するのではなく、小規模ならではの効率性や柔軟性などのポジティブな側面も認めるべきだと指摘している。実際、仕事と趣味を融合した起業は、子育てや介護の課題を抱える人や、定年退職後のシニアが、個人の生活との調和を図りながら働くための有用な選択肢になるはずだ。年齢や性別、家庭環境などにかかわらず活躍できる起業が増えれば、「一億総活躍社会」の実現にもつながるだろう。

二つ目は、新たな起業の担い手になることである。中小企業庁(2014)は、フルタイムの勤務者による起業だけではなく、女性や若者、シニアによるリスクを最小限に抑えた小さな起業を促進することが、「日本再興戦略」が掲げる開業率倍増に向けた道であるとしている。実際、プロフェッショナルとアマチュア、起業と勤務の境界線で区切ることのできないような小さな起業家は増えている(藤井・藤田, 2017)。その背景としては、年功賃金や終身雇用といった日本型雇用慣行が崩壊しつつあることや、ワークライフバランスの重視など働き方に対する意識が変化していること、シェアオフィスといった起業のインフラが整備されつつあることなどが挙げられている。

民間企業が従業員の副業を解禁するというニュースも聞かれるようになった。勤務者が週末

¹ 『広辞苑(第七版)』(岩波書店、2018年)による。

だけ起業するといった働き方も広がりつつある。その場合、必ずしも事業の成長・拡大を目指さなくてもいいはずだ。趣味起業家も、起業の一端を担う存在として、前向きに捉えられるべきである。

三つ目は、起業に関心のない人が、起業家という存在に興味をもつきっかけをつくれるということである。安田（2015）によれば、起業活動に対する心理的距離が遠い「起業無関係層」が多い国ほど、起業活動が活発ではなくなる。そして、この心理的距離は、起業への過度の期待に起因している。起業家への期待が大きいぶん、自分にはそのような成果をあげる能力はないとはなから関心をもてなくなり、大きな利益を追い求める「起業家とは善良な市民ではできないこともする人」という認識にまでつながってしまうという。

実際、国際的な起業調査 Global Entrepreneurship Monitor (GEM) の2018年調査結果をみると、日本人の起業に対する評価は各国に比べて低い。「あなたの国の多くの人たちは、新しい事業を始めることを望ましい選択だと考えているか」という問いに対して「はい」と答えた人の割合は、調査対象の47カ国中46位とほぼ最下位である。また、「あなたの国では、新しく事業を始めて成功した人は、高い地位をもち尊敬されるようになっている」という記述に賛成する人の割合も、42位と低くなっている。そして、起業活動者の割合を示す総合起業活動指数(TEA)²も、5.3%と49カ国中45位と低い。

さらに、安田（2016）によれば、起業無関係層は女性に多いが、就労者に限ると、起業活動との心理的距離に男女の差はなくなる。つまり、起業活動を活発化する観点に限れば、すでに就労している女性よりも、専業主婦などへのアピールが効果的なのだという。

その点、趣味は、起業無関係層にも身近な事柄だ。また、趣味起業は、家庭生活との両立を望む

主婦層にもなじみやすい。趣味起業は、起業家と非起業家、特に起業に対して抵抗を感じている人を起業に導く懸け橋になるに違いない。

以上のように、趣味起業は、起業家本人のみならず、起業の裾野を広げるという意味で、経済全体にとっても意義がある。しかし、趣味起業の実態を統計的に分析した研究はまだ少ない。そこで、本稿は、日本政策金融公庫総合研究所による「2018年度新規開業実態調査(特別調査)」の結果を用いて、趣味起業家について分析を試みる。

次節以降では、分析を通じて、大きく四つの点について明らかにしたい。

一つ目は、趣味起業家の実像である。趣味起業家というと、主婦が家事や育児の合間に家で起業するといった人物像が浮かぶが、実際はどのようなのだろうか。あるいは、定年退職した、ある程度時間とお金に余裕のあるシニア層なども多いかもしれない。その場合、自宅で短時間開業するなど、働き方も一般的な起業家と異なる可能性が高い。

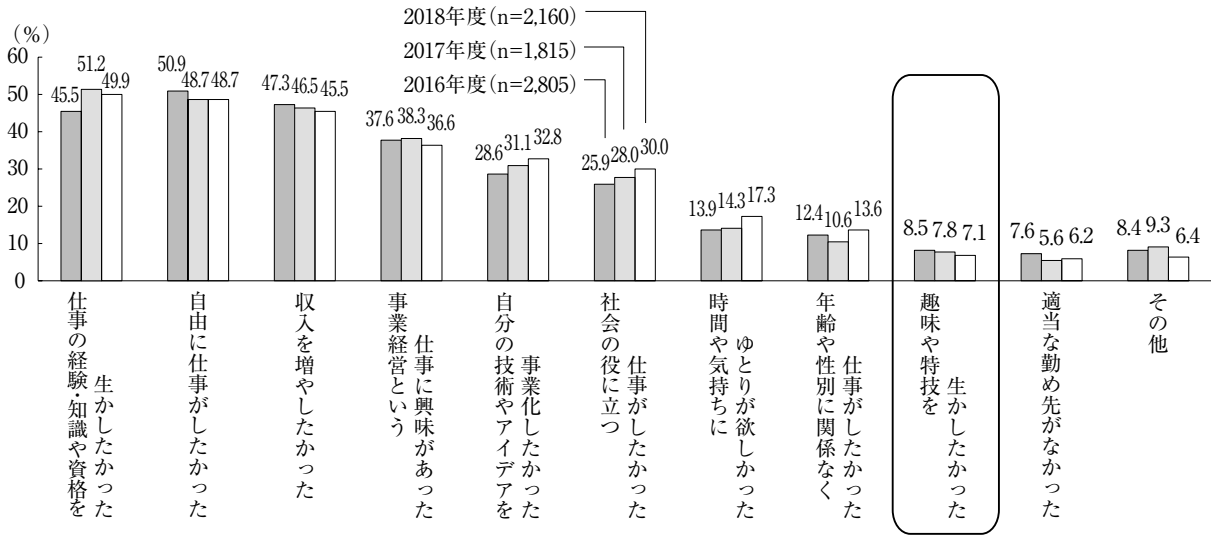
二つ目は、趣味起業家の収入である。前述のとおり、好きなことにこだわり、利益の追求が二次になるぶん、売り上げなど事業のパフォーマンスは起業家の平均水準よりも低いことが予想される。その差はどの程度なのか。また、どのように収入を補填^{ほてん}しているのか。

三つ目は、趣味で起業したことへの自己評価である。ワークライフバランスには満足しているのか。収入が少なく不満に思わないのか。収入の多い少ないにかかわらず、自分の好きなことを仕事にできているというやりがいからモチベーションを得ていることも予想される。

これらを明らかにしたうえで、四つ目に、趣味起業家がどのような外部支援を求めているのかを検討する。たとえ収入にこだわらないとしても、起業した以上は、何らかの経営課題に直面してい

² Total Early-Stage Entrepreneurial Activityの略。起業の計画段階から起業後3年半までの起業活動者が、成人人口に占める割合。

図-1 開業動機 (三つまでの複数回答)



資料：日本政策金融公庫総合研究所「新規開業実態調査（特別調査）」

(注) 1 開業動機について回答した企業のみを集計対象としている（以下同じ）。

2 いずれも融資時点で開業後4年以内の企業。業歴の平均は、2018年度が17.1カ月、2017年度が18.6カ月、2016年度が19.6カ月である。

るはずである。一方で、事業規模の違いや成長志向の強弱などから、抱える苦勞もほかの起業家とは異なることが予想される。何に困っており、どのようなアドバイスを必要としているのだろうか。

3 調査の実施要領

最初に、「新規開業実態調査」の実施要領を説明したい。当研究所が1991年度から毎年実施しているアンケート調査で、開業者の年齢や業種、開業費用などの基本的なデータを時系列で蓄積すると同時に、毎年さまざまなテーマを設定して特別調査を行っている。本稿は、その特別調査（以下、本調査という）の結果を分析に用いた。調査対象先は、日本政策金融公庫国民生活事業が開業前後に融資した企業である。借り入れをしていない起業家を含まないため、事業の規模やパフォーマンスなどに偏りがある可能性に留意が必要である。

2018年度調査の調査時点は2018年7月である。2017年4月から同年9月までの融資先のうち、融

資時点で開業前もしくは開業後4年以内の企業10,642社を対象にアンケートを実施し、2,160社から回答を受けた（回答率20.3%）³。

本調査は開業動機について尋ねており、図-1は過去3年分の結果（三つまでの複数回答）を示したものである。「仕事の経験・知識や資格を生かしたかった」や「自由に仕事をしたかった」「収入を増やしたかった」が50%前後と多い。やはり、ある程度の専門性をもって独立し、収入増を目指す起業が一般的なようだ。一方で、「趣味や特技を生かしたかった」は、10%に満たない。分析に当たり、この「趣味や特技を生かしたかった」を選択した人を「趣味起業家」、選択しなかった人を「その他の起業家」と定義する⁴。2018年度における回答数は、それぞれ154社、2,006社であった。

4 趣味起業家の実像

本節では、趣味起業家の属性や事業の特徴、働き方などを概観し、その実像を整理する。

³ 開業動機について回答した企業のみを有効としている。

⁴ 調査時点における業歴の平均は、全体で17.1カ月、趣味起業家で15.9カ月、その他の起業家で17.2カ月となった。

表－1 業種構成

(単位:%)

	趣味起業家 (n=154)	その他の起業家 (n=2,006)
建設業	4.5	10.2
製造業	3.2	3.7
情報通信業	1.3	3.7
運輸業	2.6	3.2
卸売業	2.6	5.6
小売業	20.8	12.2
飲食店・宿泊業	27.9	11.8
医療・福祉	7.8	16.6
教育・学習支援業	7.1	2.6
サービス業	21.4	24.7
不動産業	0.6	4.5
その他	0.0	1.2

資料：日本政策金融公庫総合研究所「2018年度新規開業実態調査（特別調査）」（以下同じ）

（注）構成比は小数第2位を四捨五入して表記しているため、その合計が100%にならない場合がある（以下同じ）。

（1）事業の特徴

まず、趣味起業家の業種をみると、「飲食店・宿泊業」が27.9%と最も多く、次いで「サービス業」（21.4%）、「小売業」（20.8%）の順となっている（表－1）。「飲食店・宿泊業」と「小売業」の割合は、その他の起業家に比べてかなり高い。

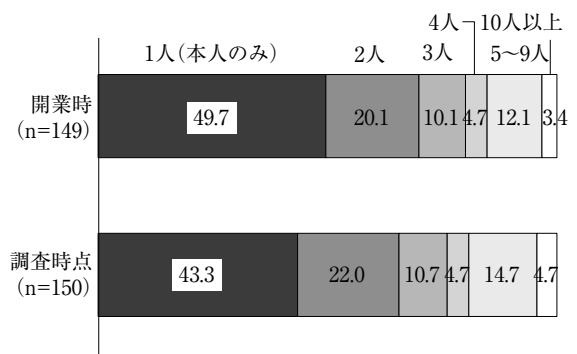
具体的な事業内容は、飲食店・宿泊業ではカフェやラーメン店が多かった。サービス業のなかで典型的なものとしては、理美容業のほか、エステサロンや洋服の直しなどが挙げられる。小売業では食料品や雑貨などの製造販売が多く、なかでも、シフォンケーキやプリザーブドフラワーといった商品を限定した事業が目立った。

主な販売先・顧客を「一般消費者」と「事業所（企業・官公庁など）」とに分けると、「一般消費者」向けとする割合が実に84.9%を占め、その他の起業家（65.6%）に比べて高い。趣味を事業基盤にしているため、消費者になじみの深い商品やサービスが多くなっているのだろう。

図－2 従業者規模

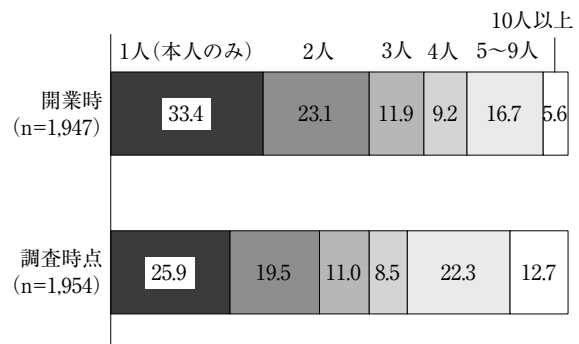
(1) 趣味起業家

(単位:%)



(2) その他の起業家

(単位:%)



次に、従業者規模を確認する。図－2は、開業時と調査時点のそれぞれでの従業者数を尋ねた結果である。趣味起業家では、「1人(本人のみ)」の割合が開業時で49.7%、調査時点で43.3%と高い（その他の起業家は、同33.4%、25.9%）。平均従業者数は、開業時の2.7人から調査時点では3.4人と増えている。ただし、増加数は0.7人と、その他の起業家（3.5人から5.1人へと1.6人増加）の半分以下である。従業員を増やすと、労務管理などの手間が増えてしまい、自分の好きな仕事に携わる時間が少なくなる。また、給料を支払うためには、売り上げを安定させなければならない。面倒なことは極力減らして自分の好きなことに専念しよう、小規模にとどまる人が多いのではないだろうか。開業時の経営形態も、「個人経営」⁵が79.1%と、その他の起業家（57.1%）に比べて多い。

⁵ 経営形態については、「個人経営」「株式会社」「NPO法人」「その他」の4択で尋ねている。

図-3 開業時の年齢

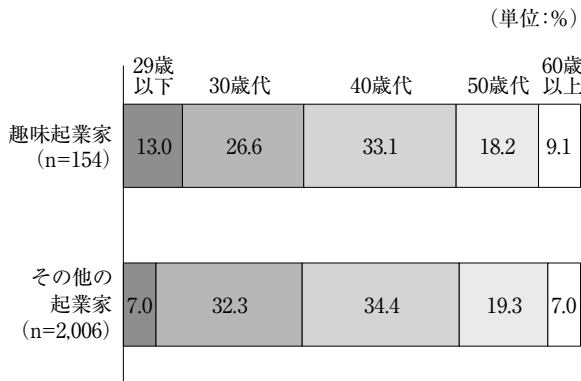
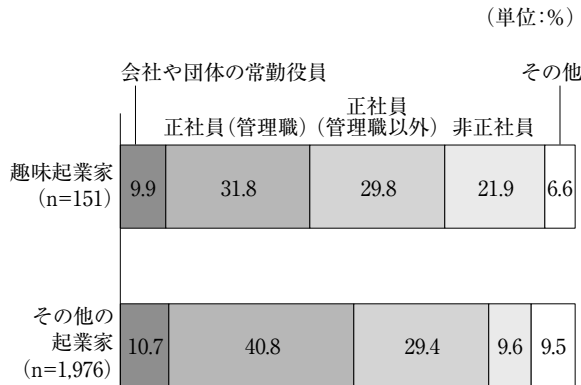


図-4 直前の職業



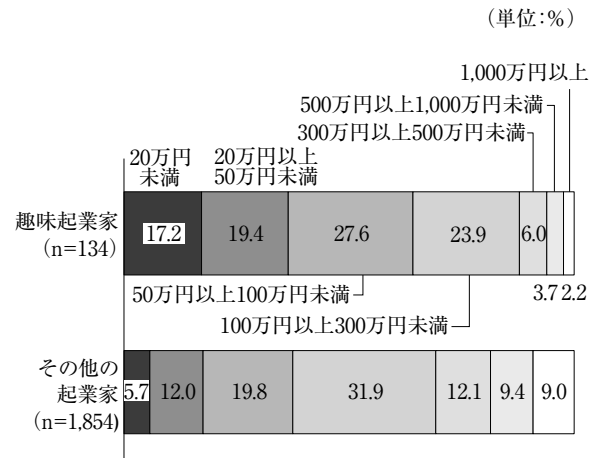
(注) 1 「非正社員」は「パートタイマー・アルバイト」「派遣社員・契約社員」の合計。
2 「その他」には「専業主婦・主夫」「学生」が含まれる。

(2) 趣味起業家の属性

では、どのような人が趣味を生かして起業しているのか。趣味起業家は、女性の割合が28.6%と、その他の起業家(18.3%)に比べて高いものの、やはり男性(71.4%)が大半を占めている。年齢別では、「29歳以下」(13.0%)と「60歳以上」(9.1%)の割合が相対的に高いが、最も多いのは「40歳代」(33.1%)である(図-3)。年齢区分ごとに男女の構成比をみたが、顕著な差はなかった。趣味起業家は主婦やシニア層に多い印象をもたれがちだが、そうとは言い切れないようだ。

起業直前の職業をみると、「正社員(管理職)」が31.8%と最も多く、次いで「正社員(管理職以外)」が29.8%となっている(図-4)。ただし、

図-5 現在の月商(1カ月当たりの売上高)



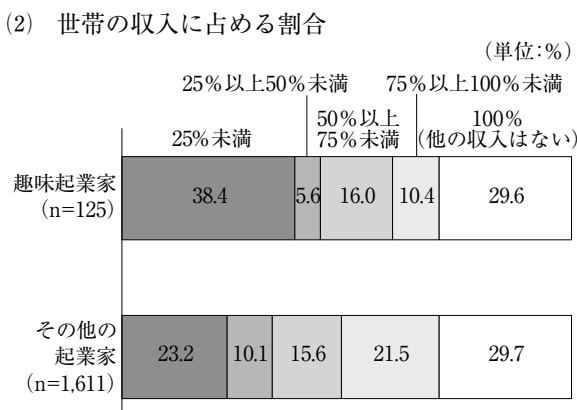
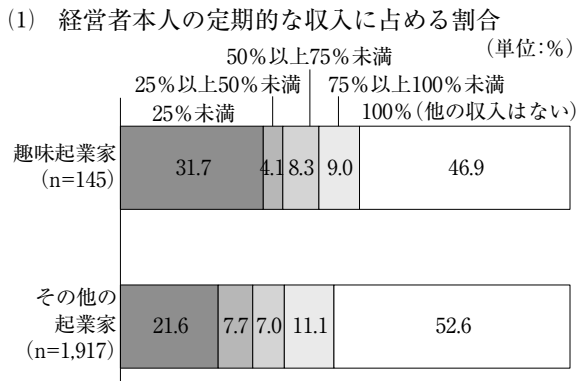
「会社や団体の常勤役員」と合わせた正社員の割合は、71.5%とその他の起業家(81.0%)に比べて低い。一方、「非正社員」の割合は、21.9%とその他の起業家(9.6%)に比べてかなり高い。図には示していないが、「専業主婦・主夫」の割合は、1.3%と少なかった。

「主たる家計維持者である」人は78.8%である。その他の起業家(84.8%)に比べて少ないものの、家計を支えている人が大半である。趣味起業家の場合、収入はその他の起業家に比べて低いことが予想され、メインの収入源を別にもっている可能性が考えられる。

その収入源をみる前に、事業による収入について確認すると、趣味起業家の1カ月当たりの売上高は、平均で132.3万円と、その他の起業家(平均417.4万円)に比べてかなり低い。図-5で分布をみると、「50万円以上100万円未満」が27.6%と最も多く、「20万円未満」も17.2%に上る。100万円未満が64.2%と過半で、その他の起業家の37.5%を大幅に上回っている。主たる家計維持者に限定してみても、100万円未満の割合は、61.7%(その他の起業家では34.1%)と高い。

事業規模を確認したうえで、起業した事業からの収入が、経営者本人の定期的な収入に占める割合をみてみると、「100%(他の収入はない)」

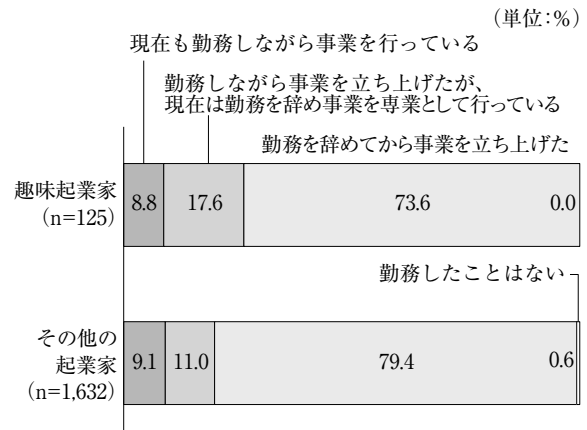
図-6 事業からの経営者本人の収入



との回答は、46.9%と半数に満たない(図-6(1))。やはり、趣味起業家の多くが、事業以外からも収入を得ている。定期収入に占める割合が「25%未満」の人は、31.7%とその他の起業家(21.6%)に比べて特に多い。同様に、世帯の収入に占める割合をみると、趣味起業家では「25%未満」が38.4%と最も多く、その他の起業家の23.2%を大きく上回る(図-6(2))。

ただ、別収入はあるものの、勤務しながら事業を行っている人は少ない。現在の事業とは別に勤務しているかどうか尋ねたところ、「現在も勤務しながら事業を行っている」人は8.8%である(図-7)。「勤務しながら事業を立ち上げたが、現在は勤務を辞め事業を専業として行っている」人は、17.6%とその他の起業家と比べて多いが、7割以上は「勤務を辞めてから事業を立ち上げた」と

図-7 勤務しながら起業したか



回答している。主たる家計維持者でかつ、事業以外に定期的な収入をもつ人の多くは、勤務収入ではなく年金や不動産・金融投資などから収入を得ていると考えられる。

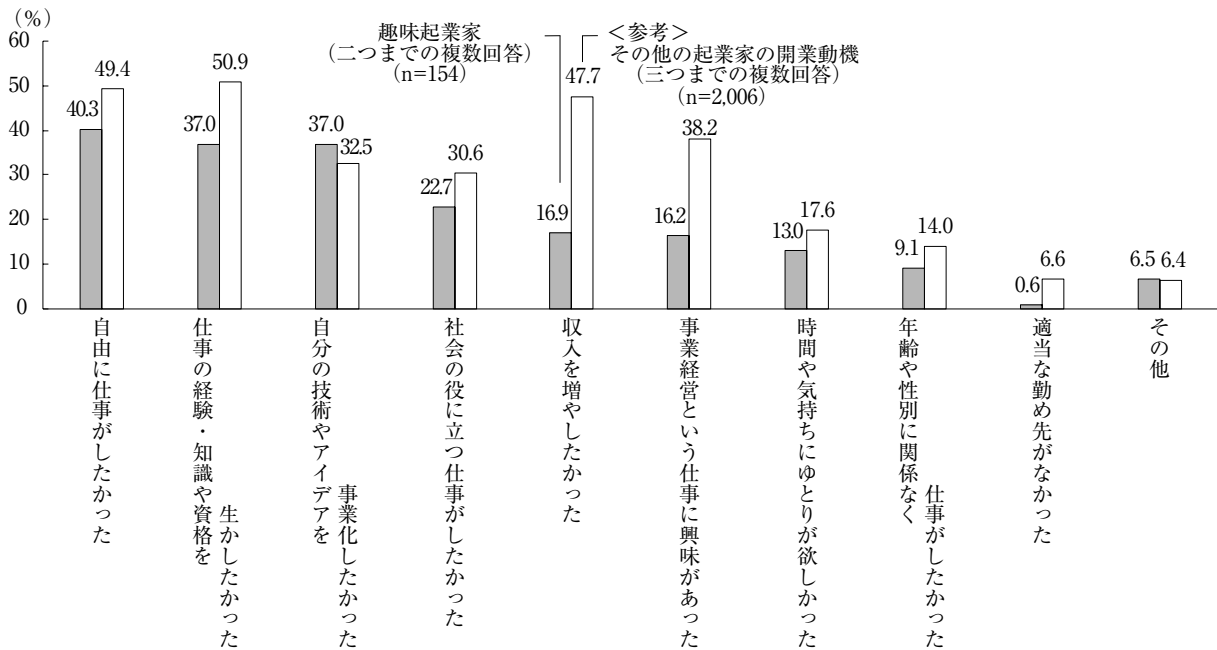
(3) 開業動機

趣味起業家に、現在の事業の目的として、「自分の好きなことを自分でやること」をどの程度重視するか尋ねたところ、「最も重視する」が40.5%と、その他の起業家(22.5%)を大きく上回る⁶。「ある程度重視する」(50.0%)と合わせた重視する割合は9割を超える(その他の起業家は81.8%)。

ただ、それだけが起業の目的ではないだろう。そこで、前掲図-1の開業動機(三つまでの複数回答)について、「趣味や特技を生かしたかった」を除く項目の回答割合を確認したい。なお、趣味起業家については、趣味に関する項目を除く二つまでの複数回答、その他の起業家については三つまでの複数回答ということになるため、その他の起業家の回答割合は、参考値にとどまる。結果は図-8のとおりで、趣味起業家の開業動機は、「自由に仕事がしたかった」が40.3%と最も多く、次いで「仕事の経験・知識や資格を生かしたかった」

⁶ 「最も重視する」「ある程度重視する」「あまり重視しない」「重視しない」の4択で尋ねている。

図-8 趣味起業家の開業動機（「趣味や特技を生かしたかった」を除く二つまでの複数回答）



- (注) 1 趣味起業家については、三つまでの複数回答で尋ねた開業動機のうち「趣味や特技を生かしたかった」を除いた二つの回答で集計。
 2 その他の起業家の開業動機は、三つまでの複数回答のすべてについて集計しているため、趣味起業家と比べて全体的に割合が高くなっている。

と「自分の技術やアイデアを事業化したかった」が37.0%で並んでいる。「自由に仕事をしたかった」と「仕事の経験・知識や資格を生かしたかった」は、順番は異なるものの、その他の起業家でも上位二つに入っている。一方、「自分の技術やアイデアを事業化したかった」は、その他の起業家では5番目である。趣味起業家の場合、好きが高じて、商品やサービスについて新しいアイデアを思いつきやすいのかもしれない。実際、趣味起業家の78.4%が、事業の内容に新しい点がある」と回答しており、その割合は、その他の起業家(66.1%)を上回る⁷。これは、趣味で起業することの強みといえるかもしれない。

また、その他の起業家では「収入を増やしたかった」が3番目に多い開業動機であったが、趣味起

業家では5番目と劣後になっている。趣味起業家の月商は比較的低かったが、そもそも、収入の多寡にこだわる人自体が少ないことがわかる。

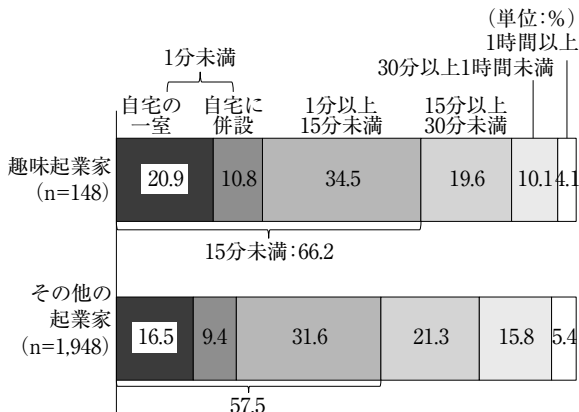
(4) 趣味起業家の働き方

鹿住(2019)によれば、女性は育児などの家庭責任を男性より多く負う傾向にあり、単純労働ではなく、かつワークライフバランスがとれるような仕事、特に正社員の仕事をみつけるのは容易ではない。そこで、趣味で獲得したスキルを生かすケースや、以前から興味や関心があった分野で、自宅で起業することを希望する人が少なくないのだという。本調査における趣味起業家に育児期の女性は多くなかったが⁸、その他の起業家に比べれば、女性や主たる家計維持者ではない人の割合

⁷ 「大いにある」「多少ある」「あまりない」「まったくない」の4択で尋ねており、「ある」は「大いにある」と「多少ある」を合計したものである。

⁸ 趣味起業家の女性のうち、育児に「携わっている」人は36.6%となった。

図-9 主な事業所までの通勤時間（片道）



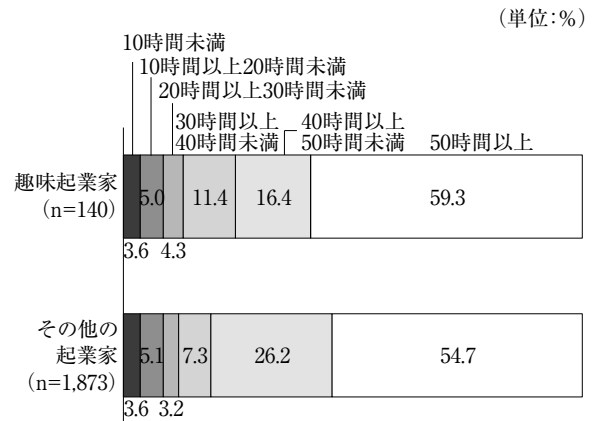
(注) 小数第2位を四捨五入しているため、小計と合計が一致しないことがある（以下同じ）。

が高い。働く場所や時間なども、その他の起業家と異なる特徴があるものと思われる。

そこで、仕事の場所についてみると、「自宅の一室」や「自宅に併設」した場所で働いている人は、趣味起業家では31.7%、その他の起業家では25.9%となっている（図-9）。それらも合わせた通勤時間が「15分未満」の割合は、66.2%とその他の起業家（57.5%）に比べて高く、職住近接の傾向が強い。主たる家計維持者ではない人にとって、自宅での起業は、家事や育児、介護の空いた時間を活用できる有用な手段になる。加えて、趣味は、普段の暮らしのなかで続けられるものが多い。参入しやすいという点においても、趣味起業と自宅での開業は、親和性が高いといえよう。

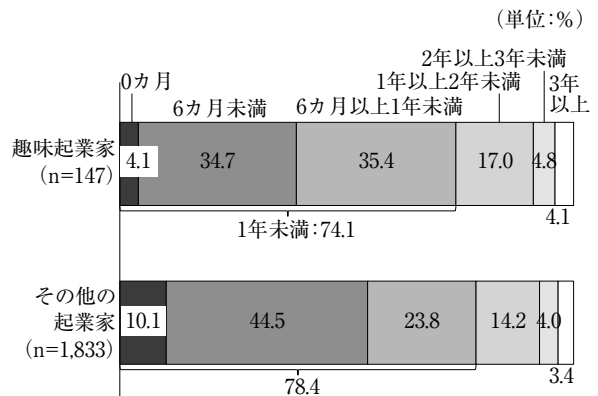
次に、労働時間はどうか。1週間当たりの平均労働時間は、趣味起業家では約50.9時間、その他の起業家では約50.6時間と、意外なことにほとんど差がない。回答の分布をみると、「50時間以上」とする割合は、59.3%とその他の起業家の54.7%を上回っている（図-10）。前掲図-9のとおり、趣味起業家の場合は、仕事場までの移動時間が短く、自宅で働いている人も多かった。事業内容が自分の好きなことであるぶん、公私の境目が曖昧になっているケースは想像に難くない。その結果、総労働時間が長くなっている可能性が考えられる。

図-10 1週間当たりの労働時間



(注) 1時間未満の端数については切り上げて尋ねている。

図-11 開業準備期間



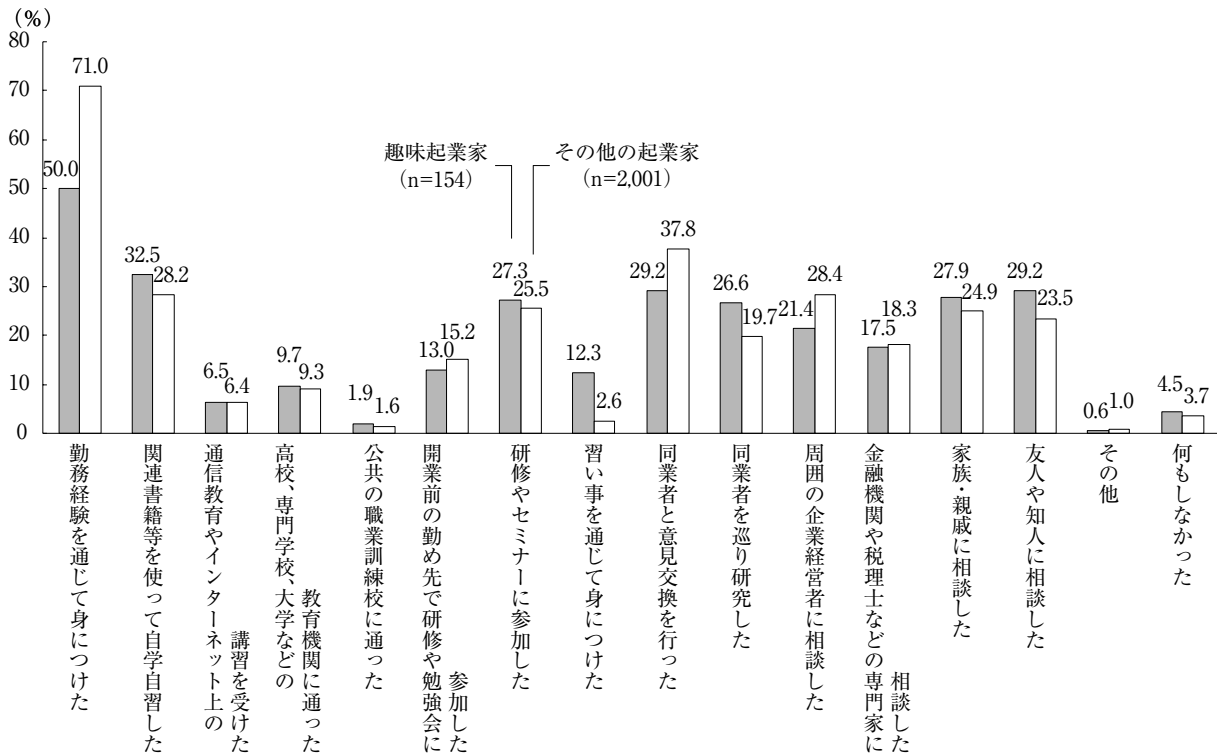
(注) 開業準備期間は、事業の開始年月から具体的な開業準備の開始年月を引いた期間。

(5) 起業準備

趣味起業家は、すでに趣味として培ったスキルがあるので、起業準備にはそれほど時間を要しないのではないかと。ところが、場所の検討や求人活動などの具体的な起業準備を行った期間をみると、趣味起業家のほうが、比較的時間を要している。平均は12.7カ月とその他の起業家（9.3カ月）より長い。図-11で回答の分布をみると、その他の起業家では「0カ月」という人も10.1%いるが、趣味起業家では4.1%と少ない。「1年未満」の割合は、74.1%とその他の起業家の78.4%を下回っている。

これは、仕事の経験が関係しているのかもしれない。

図-12 開業を念頭において、技術やノウハウを身につけるために事前に行ったこと (複数回答)



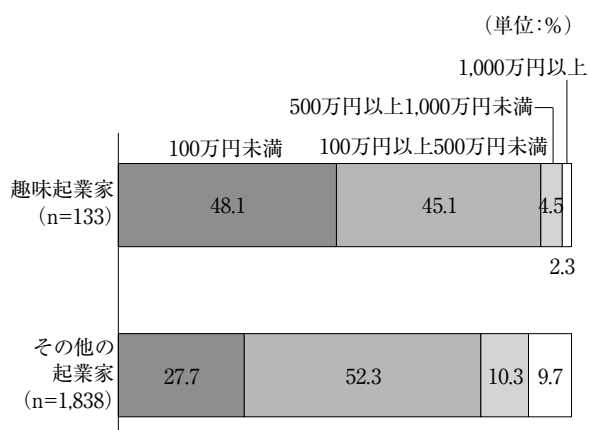
ない。前掲図-4 でみたとおり、起業直前の職業が「非正社員」である人は、その他の起業家に比べてかなり多かった。3人以上の部下をもつ部や課の長として働いた経験(管理職経験)が「ある」人も、51.0%とその他の起業家(68.4%)に比べて少ない。事業に関連する仕事をした経験(斯業経験)も、趣味起業家では65.6%と、その他の起業家(82.6%)に比べて少なかった。趣味として蓄積してきた知識やノウハウは、商品やサービスの企画や開発に役立つかもしれないが、事業を始めるためには、趣味では必要なかった資金調達のための諸手続きや収支計画の立案などもしなければならぬ。実務経験がある人と比べて、仕入れや販売ルートなどの人脈や経営に必要な知識が乏しく、準備にも時間がかかっているのではないか。

そこで、趣味起業家が、開業を念頭において、技術やノウハウを身につけるために事前に行ったことをみてみたい。「何もしなかった」という人は4.5%とわずかである(図-12)。この点はその

他の起業家も同じだが、違うのは、「勤務経験を通じて身につけた」割合が、趣味起業家は50.0%とその他の起業家(71.0%)を20ポイント以上下回ることである。これは、斯業経験をもつ人が少ないことと整合している。次に多いのは、「関連書籍等を使って自学自習した」(32.5%)で、「同業者と意見交換を行った」と「友人や知人に相談した」が29.2%と続く。その他の起業家と比べると、「同業者を巡り研究した」(26.6%)や「習い事を通じて身につけた」(12.3%)などの割合が高い。同業者を巡ったり、習い事をしたりするにはそれだけ時間がかかる。このことは、趣味起業のほうが、起業準備期間が長いという前述の結果とも整合する。

相談した相手を見ると、「周囲の企業経営者」(21.4%)や「金融機関や税理士などの専門家」(17.5%)よりも、「友人や知人」(29.2%)や「家族・親戚」(27.9%)のほうが多い。書籍や習い事などのアプローチしやすい方法で準備をしてい

図-13 開業前に目標としていた月商



る一方で、経営者や専門家に直接相談をしている人は少ない。収入をさほど重視しないため、専門家に相談するほどではない、もしくは気後れする、などと感じている可能性もある。

5 趣味起業の成果

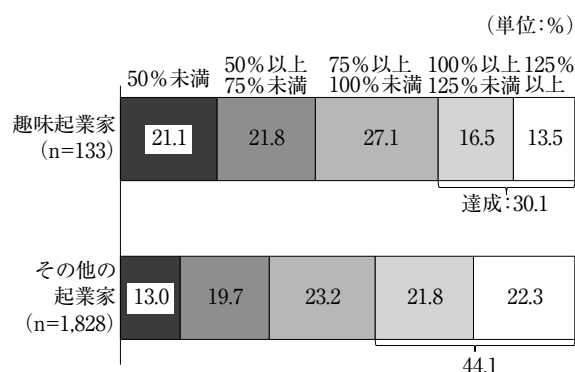
本節では、趣味起業家が起業によって得た成果について分析する。事業収入が少なくても、起業したことに満足できているのだろうか。

(1) 事業のパフォーマンス

趣味起業家の月商が、その他の起業家に比べて低いことは、すでに述べたとおり（前掲図-5）だが、彼らの多くは別に収入があり、「収入を増やしたかった」から起業した人も少なかった（前掲図-6、図-8）。主たる家計維持者である割合も比較的低い。目指している売り上げさえ達成すれば、それ以上は望まない人が多そうである。

そこでまず、開業前に目標にしていた月商をみると、平均で157.9万円と、その他の起業家の427.6万円を大幅に下回る。開業動機（前掲図-8）で「収入を増やしたかった」と回答した人を取り出して集計しても、220.0万円（その他の起業家

図-14 目標月商達成率



(注) 目標月商達成率 = (調査時点の平均月商 ÷ 開業前に目標とした月商) × 100

では467.0万円)と低い。年齢別にみると、60歳以上が115.3万円と最も低い⁹。図-13で目標月商の分布をみると、「100万円未満」の割合が48.1%と、その他の起業家（27.7%）に比べて高い。

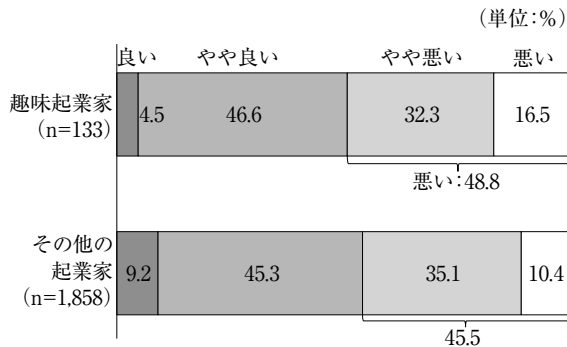
しかし、現在の月商が「100万円未満」の割合は、64.2%であった（前掲図-5）。目標月商より15ポイント以上多く、目標を達成できていない人が多数いることがわかる。

図-14は、目標月商の達成率を示したものである。現在の月商を、開業前の目標月商で除して算出した。達成できている（目標月商達成率が100%以上）割合は、30.1%とその他の起業家（44.1%）に比べて低い。趣味起業家の21.1%は、目標を半分も達成できていない（その他の起業家は13.0%）。

現在の採算状況が「黒字基調」か「赤字基調」かを尋ねると、前者が53.4%と半数を超えるが、その他の起業家（62.6%）に比べると少ない。「黒字基調」の人でも、月平均の純利益（調査時点）は、平均で39.5万円とその他の起業家（52.3万円）を下回る。また、開業してから黒字化するまでの期間も、平均で7.7カ月と、その他の起業家（約7.1カ月）よりも長い。同業他社と比べた業況も、「悪い」と感じている人が48.8%と、その他の起業

⁹ 29歳以下は131.8万円、30歳代は171.4万円、40歳代は173.7万円、50歳代は151.3万円となった。

図-15 同業他社と比べた現在の業況



家 (45.5%) に比べてやや多い (図-15)。

趣味起業家は、事業のほかに収入をもつ人が多
いぶん、目標とする月商が低く、達成への執着も
弱いのもかもしれない。趣味起業家は、消費者向け
の事業を営む人が多かった。事業所向けの事業に
比べて天候や日並びなど、自分ではコントロール
できない事象にも左右されやすく、売り上げの目
標と実現が乖離しやすくなるのではないだろう
か。加えて、その他の起業家に比べて斯業経験が
少ないことも、市場動向を読み誤ったり適切な売
上計画を立てにくくなったりする要因になってい
るかもしれない。

これらを確かめるために、目標月商を達成で
きたかどうかを被説明変数にしたロジットモデル
による推計を行った。説明変数の詳細と結果は
表-2のとおりである。各説明変数の値が増えた
ときの、目標達成に対する影響の方向性を、符号
で示している。符号の数は有意水準を表しており、
一つが10%、二つが5%、三つが1%水準を意
味する。

まず、趣味起業家について、収入に関連する項
目をみると、事業からの経営者本人の収入が世帯
収入に占める割合は、高くなるほど目標達成にプ
ラスに働いている。逆にいえば、ほかの収入が多
い人ほど、事業における売上目標を達成しなくな
る。一方で、「主たる家計維持者である」ことは
目標月商の達成に対して負の方向に働いている。
家計の大部分を支える人は、高い売り上げを目標

表-2 推計結果①

被説明変数：目標月商達成の有無 (0「達成していない」 1「達成した」)		趣味 起業家 (n=104)	その他の 起業家 (n=1,415)
説明変数			
事業からの経営者本人の収入が、経営者の定期的な収入に占める割合	1 「25%未満」 2 「25~50%未満」 3 「50~75%未満」 4 「75~100%未満」 5 「100%」		
事業からの経営者本人の収入が、経営者の世帯収入に占める割合	1 「25%未満」 2 「25~50%未満」 3 「50~75%未満」 4 「75~100%未満」 5 「100%」	+++	++
主たる家計維持者である	0 「いいえ」 1 「はい」	---	
主な販売先・顧客が一般消費者である	0 「いいえ」 1 「はい」	---	---
斯業経験がある	0 「いいえ」 1 「はい」		
性別 ダミー	男性 女性	(参照変数)	
		--	
年齢 ダミー	29歳以下 30歳代 40歳代 50歳代 60歳代	(参照変数)	
		--	

		---	---
擬似決定係数		0.383	0.070

(注) 1 ロジットモデルにより推計した。
2 「+」「-」は、影響の方向性を示し、符号が三つの場
合は1%水準、二つは5%水準、一つは10%水準で統
計的に有意であることを示す。
3 有意となる場合のみ、係数の符号を示している。
4 このほか、業種ダミーを説明変数に加えている。

にし、そのぶん目標達成が難しくなるのではない
か。実際、趣味起業家の目標月商を主たる家計維持
者か否かで分けてみると、前者は175.4万円、後
者は83.0万円となった。さらに、女性である
ことは、目標達成に有意にマイナスとなっている。
全員がそうではないだろうが、家事負担が多くな
りがちな女性のほうが、当初の計画どおりには
仕事に時間を割けなかったりして、目標月商の達
成が難しくなっているのかもしれない。

次に、業態に関連した項目をみると、主な販売
先・顧客が「一般消費者」であることは、目標達
成に対してマイナスに有意となっている。やはり、
企業や官公庁を相手に取引する場合と比べて売り
上げの見通しを立てにくく、目標の達成も難しく

なっているのだろう。ただ、起業経験の有無は有意になっていない。仮説と異なり、経験があるかどうかと計画どおりに経営できるかどうかは、あまり関係がないようだ。なお、起業経験のほかに、管理職経験や正社員経験の有無を説明変数に加えた推計も行ったが、いずれも有意にはならなかった¹⁰。

同様に、その他の起業家についても検証したところ、月商目標の達成に対して、世帯収入に占める事業収入の割合は正の相関があり、消費者向けの事業であることは負の相関がある点は、趣味起業家と同じである。一方、主たる家計維持者であるかどうかと性別は、目標達成には影響していない。趣味起業家とは異なり、事業からの収入をより多く得ようとする姿勢は、主たる家計維持者かどうかや性別に左右されないようだ。

(2) 満足度

趣味起業家は、目標月商を達成できている割合が低かったが、事業について不満は感じていないのだろうか。開業に対する総合的な評価、事業からの経営者本人の収入、仕事のやりがい（自分の能力の発揮など）、働く時間の長さ、ワークライフバランスの実現の五つについて、満足しているかどうかを尋ねた。結果は図-16のとおりである。

最も満足度が高かったのは、仕事のやりがいである。「かなり満足」している割合が42.0%で、「やや満足」と合わせると84.7%に上る。その他の起業家でも仕事のやりがいに満足している人は多いが、「かなり満足」している割合は32.5%と、趣味起業家を10ポイント近く下回る。好きなことを仕事にしているだけではなく、自分の価値観や仕事の成果を外に発信できたり、仕事を通して同じ趣味の仲間をつくれたりする点もやりがいにつながっているのだろう。

図-16 現在の満足度

(単位:%)

	かなり満足	やや満足	どちらとも いえません	かなり不満	やや不満
<総合的な満足度>					
趣味起業家 (n=150)	24.0	42.7	23.3	8.0	2.0
その他の起業家 (n=1,967)	24.7	43.3	20.8	7.9	3.3
<事業からの収入>					
趣味起業家 (n=148)	27.1	14.9	30.4	20.9	31.1
その他の起業家 (n=1,965)	4.1	19.4	26.9	23.9	25.6
<仕事のやりがい>					
趣味起業家 (n=150)	42.0	42.7	7.3	6.7	1.3
その他の起業家 (n=1,962)	32.5	46.6	14.9	4.7	1.3
<働く時間の長さ>					
趣味起業家 (n=150)	20.7	29.3	28.7	16.7	4.7
その他の起業家 (n=1,968)	15.3	27.2	35.5	15.7	6.4
<ワークライフバランス>					
趣味起業家 (n=150)	13.3	32.0	30.0	18.0	6.7
その他の起業家 (n=1,970)	14.2	28.3	30.8	19.0	7.8

働く時間の長さについては、「かなり満足」「やや満足」ともに、趣味起業家のほうが割合は高くなっている。前掲図-10でみたとおり、事業にかかる労働時間が1週間当たり「50時間以上」の割合は、その他の起業家よりも高かった。それでも、労働時間に不満を感じる人が相対的に少ないのは、好きなことを仕事にしているからだろう。

ワークライフバランスについては、「かなり満足」と「やや満足」を合わせた「満足」の割合が45.3%と、その他の起業家（42.5%）と同程度で

¹⁰ ほかの説明変数の有意水準や係数の符号には、影響はなかった。

ある。職住近接など、その他の起業家に比べてワークライフバランスを重視した働き方をしているが、満足度は変わらない結果となった。趣味起業家のほうが、主たる家計維持者ではない人や女性が多かったことから、もともと家事や育児に対する負担が相対的に大きく、思ったよりもワークライフバランスを実現できなかったのかもしれない。

事業からの収入については、「かなり満足」している割合は2.7%、「やや満足」でも14.9%と低い。半数以上が「不満」と感じている。その他の起業家においても収入に関する満足度は低いが、趣味起業家は一層低くなっている。その他の起業家に比べて収入に対するこだわりは小さいが、目標とする月商を達成できていない人が多く、赤字企業の割合も高かった。結果、収入に「不満」を感じる人が多くなっているのだろう。

総合的な満足度はどうか。「かなり満足」「やや満足」ともに、その他の起業家とほとんど差がない。「不満」の割合も同様だ。個別の項目では違いがみられたが、総合すると遜色ない結果となっている。むしろ、事業からの収入以外は、どの項目も趣味起業家のほうが満足度が高かったにもかかわらず、総合ではわずかだが趣味起業家のほうが、満足度が低い。

このことから、趣味起業家とその他の起業家では、各項目の満足度が総合的な満足度に与える影響の濃淡に差があるのではないかと推察される。例えば、趣味起業家は、仕事のやりがいや働く時間の長さなどに満足しているとより総合的な満足度に反映されやすく、その他の起業家は、収入への満足度があがるとより総合的な満足度に反映されやすくなるのではないか。このことを実証するために、総合的な満足度と個別の満足度についての推計を行った。

具体的には、総合的な満足度を被説明変数に、事業からの収入、仕事のやりがい、働く時間の長

さ、ワークライフバランスそれぞれの満足度を説明変数として、順序ロジットモデルによる推計を行った。満足度は、「かなり満足」と「やや満足」を合わせた「満足」を3、「どちらともいえない」を2、「かなり不満」と「やや不満」を合わせた「不満」を1とする3段階とした。このほか、コントロール変数として、性別、年齢別、業種のダミー変数を用いた。結果は表-3のとおりである。表中の[]内の値は、総合的な満足度が3「満足」となることへの限界効果である。例えば、趣味起業家の場合は、収入への満足度が1段階あがると、総合的に「満足」と感じる確率が13.7%あがると解釈できる。

では、結果をみてみよう。まず各項目の係数の符号をみると、趣味起業家では、事業からの収入に関する満足度と仕事のやりがいに関する満足度が1%水準で、ワークライフバランスは10%水準で、有意にプラスとなっている。一方、働く時間の長さに関する満足度は有意となっていない。その他の起業家では、収入、やりがい、労働時間、ワークライフバランスのすべてで、1%水準で有意にプラスとなっている。趣味起業家の場合は、その他の起業家と異なり、労働時間の長短に満足できなくても、起業したことをあまり不満には思わないようだ。

次に、限界効果の大きさを比べると、趣味起業家(17.6%)、その他の起業家(19.2%)ともに、仕事のやりがいに関する満足度が最も大きい。次が事業からの収入に関する満足度で、趣味起業家は13.7%、その他の起業家は15.7%となっている。いずれも、その他の起業家のほうが限界効果は大きい。趣味起業家の場合は、仕事のやりがいや事業収入に対する満足度が上がっても、その他の起業家ほど総合的な満足度は上がらないといえる。

ワークライフバランスに関する満足度の限界効果は、趣味起業家で11.0%となる一方、その他の起業家では5.2%と低くなっている。その差は

表-3 推計結果②

被説明変数：開業に関する総合的な満足度 (1「不満」 2「どちらともいえない」 3「満足」)		趣味起業家 (n=148)	その他の起業家 (n=1,949)
説明変数			
事業からの収入に関する満足度 (1「不満」 2「どちらともいえない」 3「満足」)		0.885*** [0.137]	1.005*** [0.157]
仕事のやりがいに関する満足度 (1「不満」 2「どちらともいえない」 3「満足」)		1.144*** [0.176]	1.224*** [0.192]
働く時間の長さに関する満足度 (1「不満」 2「どちらともいえない」 3「満足」)		0.077 [0.012]	0.393*** [0.062]
ワークライフバランスに関する満足度 (1「不満」 2「どちらともいえない」 3「満足」)		0.713* [0.110]	0.334*** [0.052]
性別ダミー	男性	(参照変数)	(参照変数)
	女性	-0.194	0.003
年齢ダミー	29歳以下	(参照変数)	(参照変数)
	30歳代	1.492**	-0.146
	40歳代	1.650**	-0.157
	50歳代	1.441**	-0.414*
	60歳代	2.050**	-0.705**
閾値 μ_1		5.127	4.037
閾値 μ_2		7.193	5.821
擬似決定係数		0.226	0.203

(注) 1 順序ロジットモデルにより推計した。
 2 [] 内の数値は、被説明変数が「3」となることへの限界効果。
 3 ***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準で統計的に有意であることを示す。
 4 「かなり満足」と「やや満足」を「満足」、「かなり不満」と「やや不満」を「不満」として推計した。
 5 このほか、業種ダミーを説明変数に加えている。

5.8ポイントと、他の2項目での差の2倍以上ある。その他の起業家と比べて、ワークライフバランスを実現できるほど、起業に対してより強く満足していることがわかる。

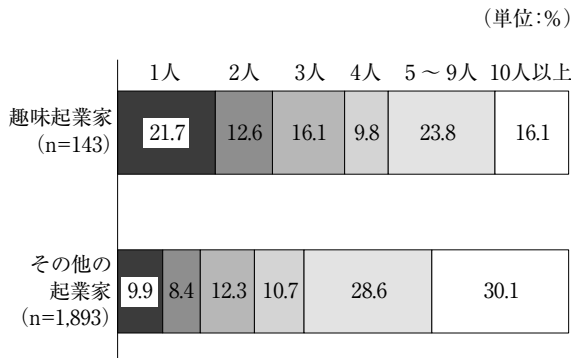
前掲図-16では、趣味起業家は、特に仕事のやりがいや働く時間の長さに関する満足度で、その他の起業家を上回っていた。しかし、それらが総合的な満足度を押し上げる度合いは、その他の起業家に比べて小さい。他方、影響度合いの大きいワークライフバランスへの満足度は、その他の起業家とほとんど変わらなかった。さらに、その他の起業家では、事業収入に対する満足度が相対的に高く、総合的な満足度への影響度合いも趣味起業家より大きかった。結果として、総合的な満足度では、趣味起業家とその他の起業家で差がない結果となったといえる。

(3) 成長志向

こうした傾向を踏まえると、趣味起業家は、その他の起業家に比べて将来の事業拡大にも関心が低いことが予想される。そこで、5年後に目標とする従業員数をみると、「1人」の割合が21.7%となっている(図-17)。調査時点の43.3%(前掲図-2)より低下しているものの、その他の起業家(9.9%)に比べて依然として高い。逆に、「10人以上」の割合は、16.1%とその他の起業家(30.1%)に比べて低くなっている。

ただ、図-18をみると、事業の継続には関心があることがわかる。「継続にはこだわらない」人はその他の起業家よりも少なく、7割以上が「自分で続けられる間は続けたい」と考えている。一方で、家業として、もしくは家族以外でも希望

図-17 5年後に目標とする従業者数



する人がいれば、事業を「承継したい」と考える人は2割に満たず、その他の起業家(28.8%)に比べて少ない。自分の好きなことだからこそ、可能な限りは続けたいと望んでいるが、ほかの人に任せようとはまでは思わないということだろうか。

6 趣味起業家の経営課題

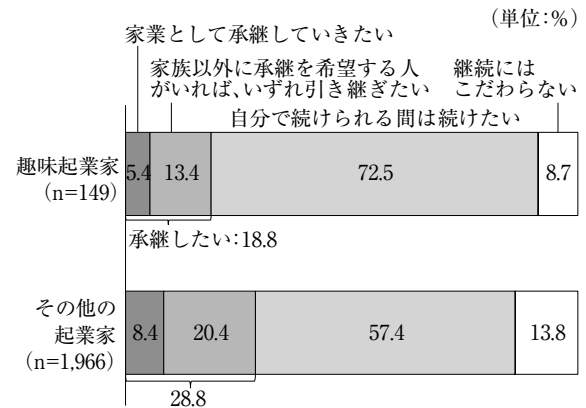
事業の成長への意欲に温度差があれば、抱える経営課題にも違いがあるのではないか。本節では、趣味起業家が開業時と現在で苦勞していることは何か、それに対してどのようなアドバイスを外部に求めているかを確認する。

(1) 開業時と現在の苦勞

収入にはあまりこだわらない趣味起業家であっても、起業した以上は、経営上何らかの問題に直面しているに違いない。ただし、その他の起業家とは、抱えている課題も異なることが考えられる。

図-19(1)は開業時に苦勞したこと、同じく(2)は調査時点で苦勞していることである。いずれも三つまでの複数回答で尋ねている。開業時、現在ともに、「顧客・販路の開拓」が最も多く、次いで「資金繰り、資金調達」「財務・税務・法務に関する知識の不足」と続いている。「資金繰り、資金調達」は、その他の起業家では開業時に45.8%、調査

図-18 事業の継続

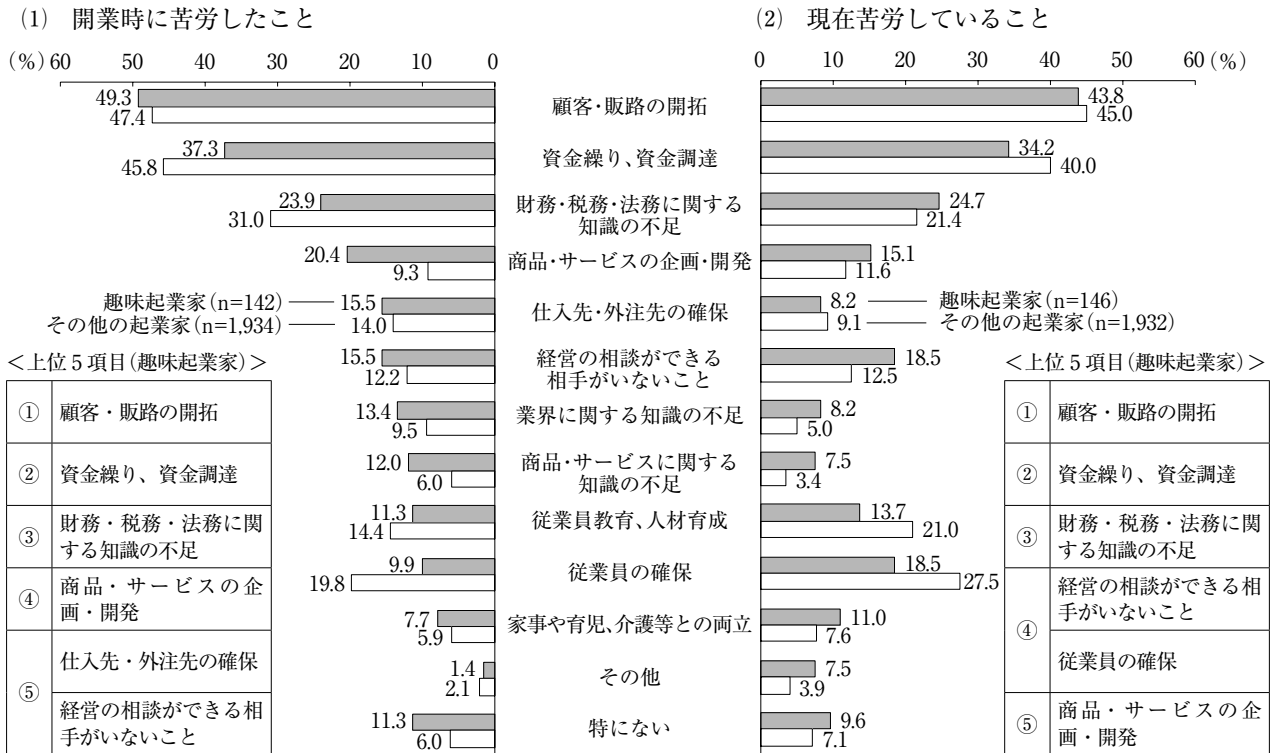


時点では40.0%となっているが、趣味起業家では同37.3%、34.2%と少ない。また、「従業員教育、人材育成」や「従業員の確保」も、相対的に少ない。規模が小さく、拡大志向も弱いぶん、資金や人材面の苦勞は少ないようだ。

反対に、「商品・サービスの企画・開発」「経営の相談ができる相手がないこと」「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」「家事や育児、介護等との両立」は、その他の起業家に比べて、開業時、調査時点ともに多い。趣味起業家の場合、その他の起業家と比べて実務経験が少なく、業界や商品・サービスの知識の不足をより強く感じているのだろう。また、「経営の相談ができる相手がないこと」は、従業者数が1~2人の場合に特に回答割合が高かった。より小規模であるほど、どこに相談してよいかわからなかったり、自治体や金融機関などの支援組織に相談するのはハードルが高いと感じていたりするのかもしれない。「家事や育児、介護等との両立」が多いのは、家事などの負担が大きい人がその他の起業家より多いからだろう。

このほか、「財務・税務・法務に関する知識の不足」に苦勞している割合は、その他の起業家では開業から時間が経つと低下しているが、趣味起業家では反対に上昇している。「特になし」とする割合も、開業時、調査時点ともにその他の起業家を上回るものの、調査時点のほうが低い。思い

図-19 開業時に苦勞したことと、現在苦勞していること（三つまでの複数回答）



が先に立ち開業したものの、その後、事業を進めるにつれて、問題にぶつかるケースがあるようだ。

(2) 求めるアドバイス

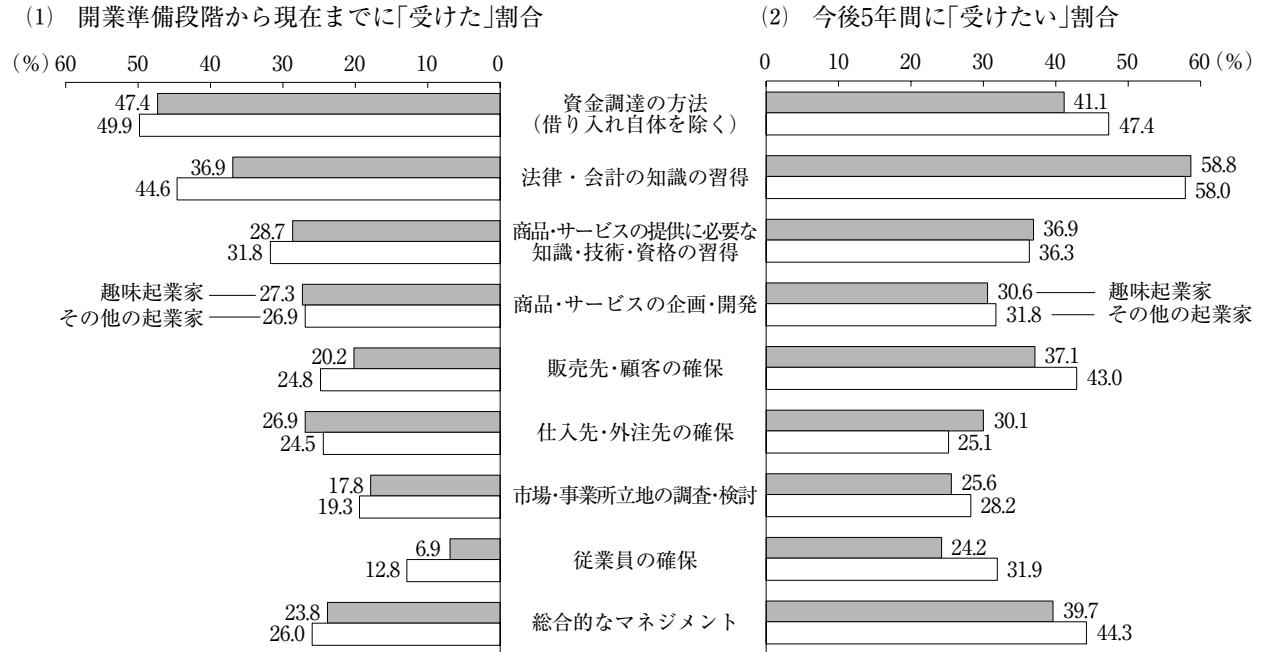
では、趣味起業家はどのような支援を求めているのだろうか。まず、開業準備段階から現在までに受けた外部からのアドバイスをみてみよう。九つのアドバイスについてそれぞれ、「受けた」割合を示した(図-20(1))。「資金調達の方法(借入れ自体を除く)」が47.4%と最も多い。次いで、「法律・会計の知識の習得」が36.9%、「商品・サービスの提供に必要な知識・技術・資格の習得」が28.7%と続く。資金調達については、開業時に苦勞したことの上位にも入っており、外部のアドバイスを活用した人が多いのだろう。

ほとんどの項目で、その他の起業家のほうが「受けた」割合は高くなっているが、「商品・サービスの企画・開発」(27.3%)と「仕入先・外注先の確保」(26.9%)は、趣味起業家のほうがやや

高い。仕入れや販売ルートに関する情報が少なかったり、商品の企画のノウハウが乏しかったりして、専門家のアドバイスを必要としたのだろう。

次に、今後に希望するアドバイスについて確認する。同じく九つの項目について、今後5年の間にアドバイスを「受けたい」かどうかを尋ねた。現在までに「受けた」割合と比べると、「資金調達の方法」は、41.1%と6.3ポイント低下している(図-20(2))。それ以外の項目はすべて、今後「受けたい」とする割合のほうが高くなっている。特に「法律・会計の知識の習得」は、58.8%と20ポイント以上増加しており、今後求める支援策として最上位になっている。前掲図-19でみたように、開業時よりも「財務・税務・法務に関する知識の不足」に苦勞している人は増えている。そのため、関連するアドバイスへのニーズも高くなっているのだろう。その他の起業家と比べると、「販売先・顧客の確保」や「従業員の確保」は低い。これも、前掲図-19で確認した現在の悩みと対応している。

図-20 経営に関する外部からのアドバイス



(注) 1 (1)は、各アドバイスについて「受ける必要がなかった」「受けたかったが受けられなかった」「受けた」から択一で回答を求め、「受けた」と回答した企業割合を示したもの。
 2 (2)は、各アドバイスについて「受けたいとは思わない」「どちらともいえない」「受けたい」から択一で回答を求め、「受けたい」と回答した企業割合を示したもの。

7 まとめ

本稿では、「2018年度新規開業実態調査（特別調査）」のデータを用いて、趣味起業家の実態を明らかにした。調査からみえた趣味起業家の特徴をまとめると、次のとおりである。

<小規模性>

趣味起業家は、女性や主たる家計維持者ではない人が相対的に多かった。職と住が近接している割合も高い。しかし、男性が7割を占め、40歳代の割合が最も多いことなどから、専業主婦や定年後のシニア層ばかりではないことがわかった。また、好きなことを仕事としてすることを重視するぶん、収入へのこだわりは少なく、事業規模の拡大を望む人も少なかった。これらのことは、1人で事業を営む人や月商が20万円未満など少額の人との割合が高いこととも整合的である。

<複数の収入がある>

月商は、その他の起業家に比べて低く、世帯収入や自身の収入に占める事業収入の割合も低い。言い換えれば、複数の収入を確保できているため、売り上げが小さいことはあまり問題にはなっていないようである。

<ワークライフバランスをより重視>

総合的な満足度は、仕事のやりがいによって最も高められるが、その他の起業家ほどではない。また、事業収入への満足度が低くても、その他の起業家ほど総合的な満足度に影響しない。一方で、ワークライフバランスについて満足すると、その他の起業家よりも総合的に満足しやすい。

それぞれの満足度をその他の起業家と比べると、仕事のやりがいは高く、事業収入では低かった。ワークライフバランスについては、元の期待が大きく満足度が上がりにくいいため、その他の起業家との差はなかった。こうした結果、総合的な

満足度は、その他の起業家とほとんど変わらなかった。

<経営に付随する財務・税務等の知識が不足>

多くの趣味起業家が、財務・税務・法務などの知識や、業界に関する知識の不足を感じている。約3分の1の人は起業経験がなく、情報や人脈が乏しいからか、仕入れルートや業界動向に関するアドバイスを受けたと感じている。一方で、経営の相談ができる相手がいないと感じている人も比較的多い。

以上のように、趣味起業家は事業の成長をあまり望まず、事業収入を一番に優先してはいない人が多かった。事業に対するモチベーションは、収入の増加よりも、仕事のやりがいやワークライフバランスの実現から得やすい。こうした人たちに、一般の起業家に対するように事業の拡大や後継者への承継を促すような支援はあまり効果がないだろう。むしろ、家庭生活との両立を一層図れるように、業務の効率化策を提案したりするほうが有効ではないか。

また、経営に付随する財務・税務等の知識や業界に関する情報に不足を感じている人は多く、なかには、起業してから問題に直面する人もいた。売上目標を達成できず、赤字になっている人も少なくない。ほかに収入源があっても、採算の合わない事業を続けていては、家計全体に支障が出る可能性もある。相談相手がいないと感じているために、経営上の問題を一人で抱え込んでしまう可能性もある。創業支援機関や金融機関には、創業セミナーなど起業前のサポート体制をこれまで以上に広くPRしたり、気軽に相談できる環境を整えたりすることが望まれる。そのほか、業界情報を継続して提供したり、早めの事業計画の見直しをアドバイスしたりするためにも、押しつけにならない程度の緩やかで持続的な関係を築けるとよいだろう。

一方で、売り上げを大きく伸ばしている人も、わずかだがいる。開業からしばらく経てば、事業を運営する動機や目的も変わるかもしれない。起業はこうあるべきと決めつけず、そのときどきの気持ちに寄り添った支援が望ましい。

本稿では、趣味起業家の実態と課題について概観した。ただし、今回用いた調査は、日本政策金融公庫国民生活事業の取引先である点で、バイアスが生じている可能性が高い。趣味で起業しようとする人は、その小規模性から、借入れをせずに開業する人が多いとも思われる。また、自宅で趣味を生かして多少の収入を得ている人のなかには、自分は起業家だという認識がない人も存在しそうである。こうした人たちの実態をいかに把握するかは今後の課題である。

働き方に対する意識の変化や創業インフラの整備、ITの進歩によるビジネスの利便性向上に伴い、趣味で起業する人は増えていくものと予想される。個々の付加価値創出力は低いかもしれないが、自己実現を目指したりワークライフバランスを充実させたりするために起業する彼らへの理解を深めることは、わが国における今後の起業のあり方を考えるうえでも意義深いものと考えられる。

<参考文献>

- 鹿住倫世 (2019) 「ママ起業の特徴と求められる支援策」 日本政策金融公庫総合研究所 『日本政策金融公庫論集』 第42号、pp.41-60
- 川名和美 (2015) 「小規模企業の新たな社会的位置づけ－「ワークライフバランス起業」の可能性とその支援－」 商工総合研究所 『商工金融』 第65巻第11号、pp.5-22
- 中小企業庁 (2014) 『2014年版中小企業白書』 日経印刷
- 藤井辰紀・藤田一郎 (2017) 「創業の構造変化と新たな動き－マイクロアントレプレナーの広がり－」 日本政策金融公庫総合研究所 『日本政策金融公庫論集』 第34号、pp.47-59
- 安田武彦 (2015) 「経済の新陳代謝を阻むもの－「何故、日本で起業家社会は実現しないのか」－」 商工総合研究所 『商工金融』 第65巻第7号、pp.5-25
- 安田武彦 (2016) 「起業無縁社会日本における小規模企業の役割」 日本中小企業学会編 『日本中小企業学会論集③』 同友館、pp.97-108
- Saleilles, Séverine and Marie Gomez-Velasco (2010) “The local embeddedness of lifestyle entrepreneur: an exploratory study.” HAL, halshs-00519257¹¹, CCSD

¹¹ HALは、CCSDが運営するフランスのアーカイブ。本論文は次のURLを参照した<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00519257/document>。参照日は2019年2月25日。