

女性起業家の実像と意義

日本政策金融公庫総合研究所主任研究員（現・東北ビジネスサポートプラザ 所長）

藤井 辰紀

日本政策金融公庫総合研究所研究員

金岡 諭史

要旨

出生数の減少と開業率の低迷という「二つの少子化」が、日本経済の先行きに影を落としている。こうした二つの少子化がもたらす閉塞感を打破する鍵の一つが、女性起業家である。2013年6月に政府が取りまとめた「日本再興戦略」では、就業支援や起業の促進等を通じて女性の活躍を推進すると明記されている。

そこで本稿では、女性起業家への期待に込められた意味について、質的な側面に着目しながら考えていく。分析には、日本政策金融公庫総合研究所が2013年8月に実施した「2013年度新規開業実態調査（特別調査）」のデータを用いた。

その結果をまとめると以下のとおりである。①女性起業家は男性起業家に比べて家事や育児負担が重く、勤務キャリアが乏しい傾向にある。②主たる家計維持者となる割合が高く収入を重視する傾向が強い男性起業家に比べて、女性起業家の開業動機は多様である。③女性起業家のほうが男性起業家に比べて少額、短期間で開業している。④女性起業家は男性起業家に比べて女性消費者をターゲットとした事業を営む傾向が強く、また従業員に占める女性割合が高い。⑤開業後に黒字基調となっている割合は、開業当初は女性が男性を下回る水準だが、開業後4年で女性が男性を逆転する。

女性の起業には、眠れる才能の発掘手段となること、女性の視点が加わることによりそれまでになかった商品やサービスが生まれる可能性があること、起業は女性たちのキャリアアップの場となりうること、次なる女性起業家の苗床になること、という四つの意義がある。

これら四つの意義は互いに関わり合っている。起業の道が眠れる才能を引き出す。その才能が従来とは異なる発想を生み、新たな商品やサービスを世に送り出す。その経験が女性起業家自身の成長を促す。成長した事業が女性の雇用の場を創出し、活躍する女性起業家の姿が次なる女性起業家の背中を押す。女性起業家を増やす鍵は、いかにこの好循環に入っていくかにかかっている。

「2013年度新規開業実態調査 (特別調査)」の概要

調査時点：	2013年 8月
調査対象：	日本政策金融公庫国民生活事業および中小企業事業が2012年 4月から2013年 3月にかけて融資した企業のうち、融資時点で開業後5年以内の企業（開業前の企業も含む）1万2,813社
調査方法：	調査票の送付・回収ともに郵送、アンケートは無記名
回収数：	3,011社（回収率23.5%）

1 はじめに

「二つの少子化」が日本経済の先行きに影を落としていく。

一つは文字どおり、出生数の減少である。わが国の出生数はここ30年間減少を続け、2012年には103万人と、直近のピークである1973年（209万人）の半分を切った。この流れのなかで、2005年には人口が減少を始めた。人口減少は経済において、需要と供給の両面から成長力を削いでいく。もう一つの少子化は、開業率の低下である。バブル経済崩壊前の80年代に6%前後で推移していた開業率は、90年代に入り4%台にまで落ち込み、廃業率を下回ることも珍しくなくなった。開業率が低いままでは、経済の新陳代謝は思うように進まない。

こうした二つの少子化がもたらす閉塞感を打破する鍵の一つが、女性起業家である。2013年6月に政府が取りまとめた「日本再興戦略」では、就業支援や起業の促進等を通じて女性の活躍を推進すると明記されている。

女性に期待が集まっている前提には、女性のもつ力がこれまで十分に発揮されてこなかったとの認識がある。例えば、「M字カーブ」の問題である。女性の労働力率（15歳以上人口に占める労働力人口の割合）を年齢階級別にプロットすると、「M」のような形の曲線を描く。結婚や出産で仕事を辞

める人が増える30歳代で、労働力率が一旦落ち込むためだ。

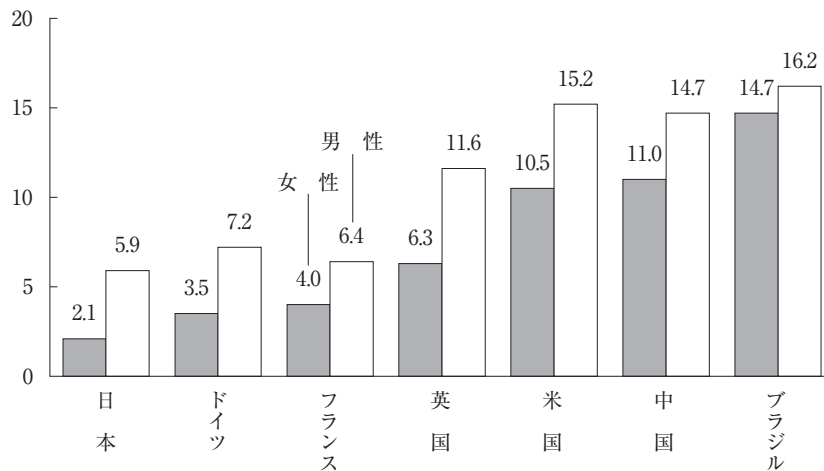
内閣府（2012）では、女性のM字カーブが解消するだけでも120万人、これに女性の潜在的労働力人口（非労働力人口のうち就業希望の者）を合わせれば429万人もの労働力人口の押し上げ効果があると試算している。言い換えれば、女性の労働力には、男性以上に伸びしろがあるというわけだ。

そしてこの構図は、起業の世界にも当てはまる。起業活動に関する国際的な調査「グローバル・アントレプレナーシップ・モニター」によれば、わが国の女性の総合起業活動指数は世界でも低い。2012年のデータをみると、日本は2.1で、ブラジル（14.7）や中国（11.0）などの新興国はもちろん、米国（10.5）や英国（6.3）など他の先進国の数値も大きく下回っている（図-1）。仮に女性の起業活動が男性並みになれば、国全体の起業活動を押し上げることになる。

しかし、女性起業家もつ意義は、実はこうした数だけの話ではない。本レポートでは、女性起業家への期待に込められた意味について、質的な側面にも着目しながら考えていく。分析には、日本政策金融公庫総合研究所が2013年8月に実施した「2013年度新規開業実態調査(特別調査)」のデータを用いる。実施要領は上記のとおりで、アンケート回答企業に占める女性の割合は13.3%、調査時点における業歴は平均27.9カ月である¹。

¹ 「新規開業実態調査」には開業後1年以内に条件をそろえ時系列の比較を可能とする定例調査と、毎年異なるテーマとサンプル設計にもとづき行う特別調査がある。定例調査の結果によれば、2013年度の回答企業に占める女性の割合は15.1%だった。この割合はこの10年はほぼ横ばいで推移している。

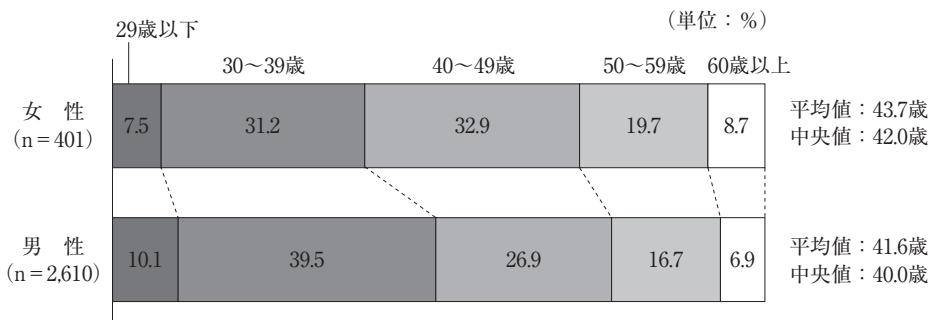
図－1 男女別の総合起業活動指数の国際比較



資料：グローバル・アントレプレナーシップ・モニター

- (注) 1 総合起業活動指数は、18～64歳の人口に占める起業者（起業準備中の人と設立から3年半に満たない企業を運営している人の合計）の割合。
 2 2012年のデータ。2013年のレポートも発表されているが、男女別の総合起業活動指数は整数までの記載にとどまっているため、ここでは2012年のデータを示した。

図－2 開業時の年齢（開業者の性別）



資料：日本政策金融公庫総合研究所「2013年度新規開業実態調査（特別調査）」（以下同じ）

2 女性の起業家像

(1) プロフィール

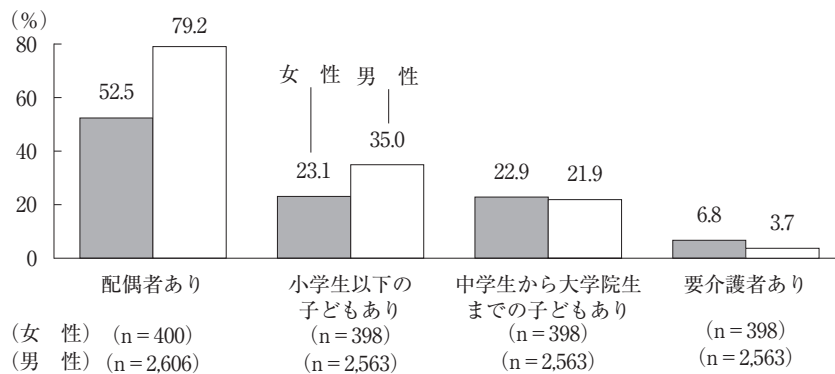
そもそも女性起業家とは、どのような人たちなのだろうか。起業家像をつかむうえで、まずはプロフィールを二つの側面からみていこう。

第1は、家族構成を中心としたプライベートな側面である。女性起業家の開業時の年齢は平均43.7歳と、男性起業家（同41.6歳）よりも高い（図－

2）。内訳で見ると、女性のほうが40歳以上の年齢層で男性を上回っている。女性の多くは、子育てがひと段落した後に起業に踏み切っているといえそうだ。

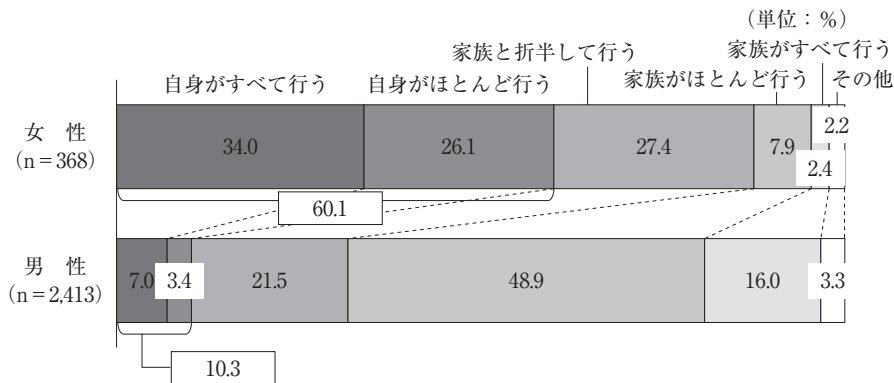
家族構成をみると、女性起業家では「配偶者あり」(52.5%)や「小学生以下の子どもあり」(23.1%)の割合が男性起業家よりも低い（図－3）。一方、「中学生から大学院生までの子どもあり」(22.9%)や「要介護者あり」(6.8%)の割合は、男性起業家と大きく変わらない。これらの結果から、家事や育児の負担が女性の起業を妨げている可能性が

図-3 家族構成 (開業者の性別)



(注) 開業者と生計を同一にする家族について尋ねたもの。

図-4 家事・育児の分担 (開業者の性別)



うかがえる。実際、図-4で家事・育児を誰が行っているかをみると、「自身が主体となって行っている」(「自身がすべて行う」と「自身がほとんど行う」の合計)割合は、男性起業家の10.3%に対して、女性起業家では60.1%と圧倒的に高い。

プロフィールの第2の側面は、キャリアである。最終学歴をみると、女性起業家には男性起業家比べて「専修・各種学校」(27.3%)が多い(図-5)。女性起業家を選ぶ業種には、美容業や訪問介護など、特定の国家資格や専門技術の習得が必要となるものが多いためと考えられる。

開業直前の職業をみると、「正社員・職員(管理職以外)」の割合は男女にほとんど差はないが、「正社員・職員(管理職)」は女性起業家のほうが

20ポイント近くも低い(図-6)。反対に女性に多いのは、「非正社員」(21.3%)や「専業主婦・主夫」(7.8%)だった。マクロ統計でも、管理職に占める女性割合は1割程度と低い²。いわゆる「ガラスの天井」と呼ばれる現象は、起業家のキャリアにも影響を及ぼしている。

さらに、図-7で勤務キャリアをまとめている。勤務経験がある人の割合は、男女ともほぼ100%である。ただ、斯業経験(現在の事業に関連する仕事をした経験)がある人の割合は、男性起業家(86.7%)よりも女性起業家(73.9%)のほうが10ポイント以上も低くなっている。管理職経験にいたっては、男性の72.3%に対して女性は48.6%と、25ポイント近くの差がある。一方、1年以上のキャリア

² 厚生労働省「雇用均等基本調査」(2011年)。

図-5 最終学歴（開業者の性別）

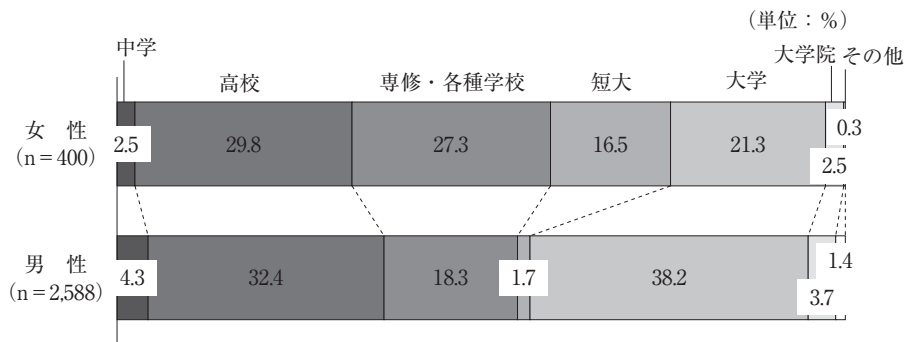
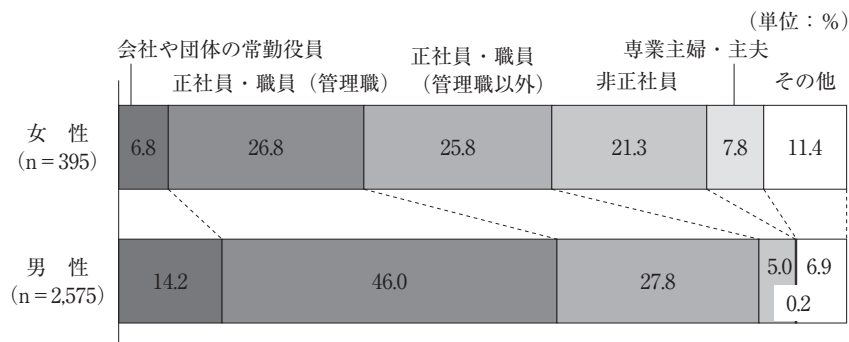


図-6 開業直前の職業（開業者の性別）



(注) 「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」である。「その他」は「自営業主」「家族従業員」「学生」を含む。

中断の経験がある人の割合では、女性(49.4%)は男性(15.6%)の3倍以上になっている。

女性起業家のプロフィールを一言でまとめれば、男性起業家に比べて家事や育児負担が重く、勤務キャリアが乏しい傾向にあるといえる。

(2) 開業プロセス

こうしたプロフィールの持ち主が、どのようなプロセスで開業しているのだろうか。

表-1は、開業動機である。上位の3項目が「自由に仕事がしたかった」「仕事の経験・知識や資格を生かしたかった」「収入を増やしたかった」であることに男女の違いはない。ただし、これらの項目を挙げた割合は男性起業家のほうが高い。

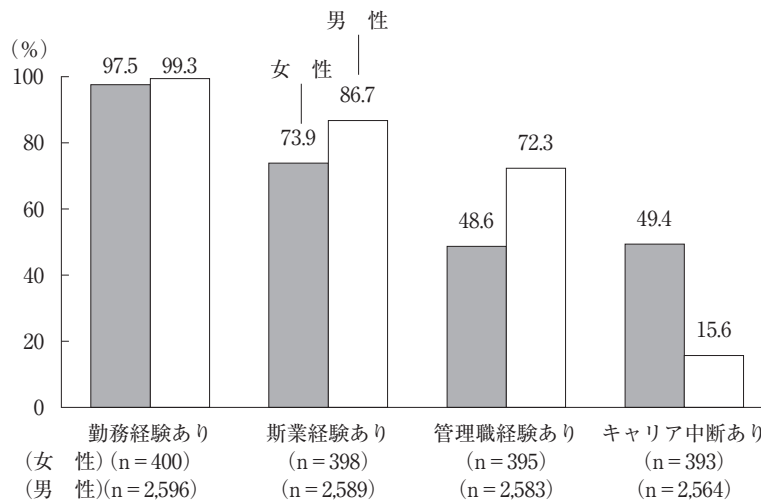
一方、女性が男性を上回ったのは、「年齢や性別に関係なく仕事がしたかった」(30.1%)、「時間や気持ちにゆとりが欲しかった」(17.0%)、「趣味や特技を生かしたかった」(12.4%)、「社会の役に立つ仕事がしたかった」(28.4%)などである。

性別に関係なく仕事がしたい、つまりは能力本位で仕事がしたいという考え方の人もいれば、「プチ起業」や「サロネーゼ」(自宅を開放し、少人数制で料理などを教える主婦³)と呼ばれるような趣味の延長線上で起業を考えていた人もいる。社会貢献の思いが強い人もいる。主たる家計維持者となる割合が高く収入を重視する傾向が強い男性に比べて、女性の開業動機は多様といえよう。

³こゆい 心結(石川県金沢市)の越田晴香さんは、

³ 「日本経済新聞」2013年10月7日付。

図-7 勤務キャリア (開業者の性別)



(注) 1 それぞれの経験がある人の割合。
 2 斯業経験は、現在の事業に関連する仕事をした経験。
 3 キャリア中断とは、学校を卒業してから現在の事業を始めるまでの間に、1年以上仕事に就かないことと定義した。

表-1 開業動機 (三つまでの複数回答、開業者の性別)

(単位: %)

	女性 (n=395)	男性 (n=2,575)
自由に仕事がしたかった	47.6	54.5
仕事の経験・知識や資格を生かしたかった	44.8	48.5
収入を増やしたかった	38.5	50.0
自分の技術やアイデアを事業化したかった	31.4	30.4
年齢や性別に関係なく仕事がしたかった	30.1	11.3
社会の役に立つ仕事がしたかった	28.4	26.0
事業経営という仕事に興味があった	20.3	37.5
時間や気持ちにゆとりが欲しかった	17.0	14.3
趣味や特技を生かしたかった	12.4	5.6
適当な勤め先がなかった	8.4	8.7
その他	2.0	1.1

(注) 男女を比較して高かった項目に網掛けをし、なかでも男女の差が大きい3項目に濃い網掛けをした (以下同じ)。

2010年、着物のレンタルと着付けサービスを始めた。小学生のころから日本舞踊を習っていた越田さんにとって、着物は身近な存在だった。いつかは着物に携わる仕事がしたいと思いつつも縁はなく、就職先には東京都の機械部品メーカーを選んだ。しかし、運命のいたずらか、わずか半年後には彼女の人生は起業へと大きく傾いていくことになる。体調不良から退職を余儀なくされ、故郷に戻る事となったのだ。何気なく眺めた実家のたん

すのなかに、何着もの着物がしまわれているのを目にして、幼いころに抱いた夢がよみがえってきた。家庭に眠る着物を活用するビジネスとして、着物のレンタルを始めることを決意した。母や祖母の知人などから譲ってもらったり、自ら購入したりして集めた着物は800着。冠婚葬祭などのシーンに合わせた着物を着たいという地元住民のニーズのほか、歴史ある町並みを着物姿で歩きたいという観光客のニーズにも応えている。

2009年に(株)ルイズビィ（静岡県静岡市）を設立した小澤里恵さんは、ルワンダをはじめとするアフリカ各国から、バスケットやアクセサリーなどの伝統工芸品を輸入・販売している。発展途上国の農産物や雑貨などを適正な価格で輸入し、消費者に販売する「フェアトレード」という仕組みを取り入れたビジネスである。実家のソファ製造会社で直営のインテリアショップの店長を務めていた彼女を起業に駆り立てたのは、仕入れのために訪れた展示会での一つの出会いだった。相手は、生産者の代表としてルワンダから来日していた1人の女性である。自分と同じ二児の母だが、内戦で夫を亡くし、子どもを学校に通わせることもままならないという。その彼女から販売代理店になってほしいと頼まれたのだ。それまで海外との接点もなく、自信がないと一度は断ったものの、最後はルワンダの女性たちの力になりたいという思いが勝り、起業を決意した。

ポモドーロ（北海道江別市）の渡辺登美子さんは、2009年に60歳過ぎて起業した。北海道夕張郡長沼町のトマトを使ったトマトゼリーの製造販売を行っている。専業主婦の傍ら、およそ30年の間ジャズ体操サークルを主宰していたが、病気や怪我で体が動かなくなる前に第二の人生での生きがいを見つけたいと考え、事業のアイデアを思いついたのだという。地元のトマトを使おうと考えたのは、生きがい探しのなかで農家の手伝いをしたことがきっかけだった。おいしいトマトも多くが規格外ではねられてしまうことを知った渡辺さんは、それを何かに生かせないかと考えた。もともと料理が得意だった渡辺さんは、家族と訪れたホテルのバイキングでおいしいトマトジュレに偶然出会い、商品開発に挑むようになった。

喫茶つばらつばら（北海道札幌市）の出村舞さんは、もともと食べ歩きが好きだったことから、大学卒業後、いくつかの飲食店で勤務を経て、喫茶店に就職した。4年の勤務の間に店長まで務め、

業容拡大に貢献していたが、やがて自分の働き方に疑問を抱くようになった。クレームの対応や部下の指導など、管理業務だけでも多忙を極め、いつしか自分の時間がもてなくなっていたのだ。本当は、自分もお客さんもくつろげるこだわりの店をもちたかった。勤務先の看板に対してではなく、自分の提供するサービスに対して対価を払ってもらえるようになりたい。出村さんは勤務先を退職し、2012年、時間がゆっくりと流れる隠れ家のような喫茶店を札幌市の路地裏に開いた。

もちろん、動機は一人一つとは限らない。女性たちの起業には、十人十色どころか、十人二十色とも三十色ともいうべき理由があるといえるだろう。

再びデータに戻って、開業プロセスのもう一つの要素、準備についてもみておきたい。女性起業家の開業費用は平均983万円で、男性起業家（同1,114万円）よりも131万円少ない（図-8）。「500万円未満」の割合も48.2%と男性の42.4%を上回っている。その背景として、資金調達面での制約が考えられる。女性起業家による資金調達額は平均1,081万円と、男性起業家（同1,234万円）を下回った（図-9）。「自己資金」や「金融機関等からの借入」の額が相対的に少なかったことがその一因だ。勤務キャリアが短いことや前職が非正社員である人が多いことなどが開業資金の蓄積にも影響していると推測される。また、既婚者は、家計の貯蓄から開業費用を捻出することになる。夫が起業する場合と妻が起業する場合では、貯蓄をどの程度取り崩すかといった許容度が違ってくる可能性もある。開業費用は業種や立地によっても影響を受けるため、単純には比較できないものの、女性のほうが起業に資金をかけていないとみて間違いないだろう。

なお、図には示していないが、開業までにかかった期間は、女性起業家のほうが短い傾向にある。検討期間（漠然と開業を考え始めてから具体的な準備を始めるまでの期間）は男性の平均30.4カ月

図-8 開業費用 (開業者の性別)

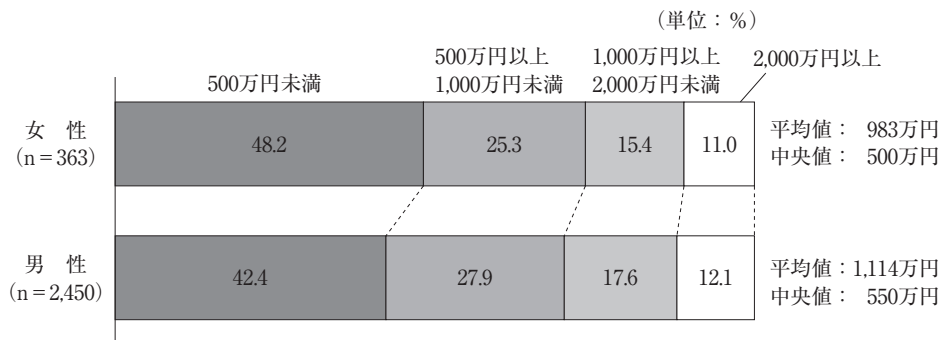
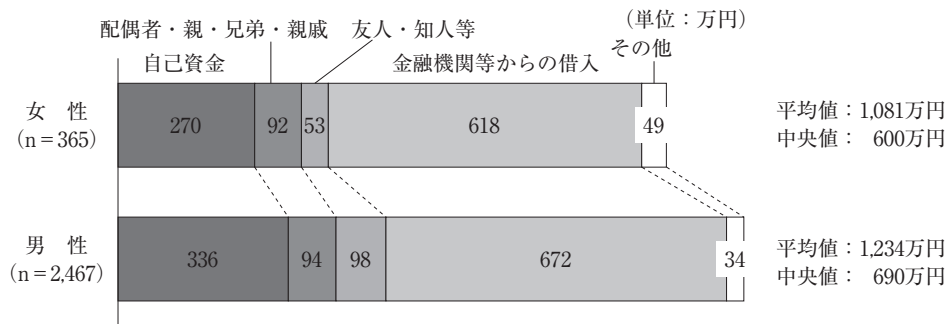


図-9 資金調達額 (開業者の性別)



- (注) 1 「配偶者・親・兄弟・親戚」と「友人・知人等」は借入、出資の両方を含む。
 2 「友人・知人等」には事業に賛同してくれた個人・法人、自社の役員・従業員を含む。
 3 「金融機関等からの借入」には日本政策金融公庫、民間金融機関、地方自治体 (制度融資)、公庫・地方自治体以外の公的機関を含む。

に対して女性は同23.5カ月、準備期間 (具体的な準備を始めてから事業を開始するまでの期間) は男性の平均8.3カ月に対して女性は同7.9カ月となっている。男性は開業前まで勤務者であった割合が高く、勤務先への報告や後任者への引き継ぎなどに時間がかかっているのかもしれない。

(3) 事業の概要

プロフィール、プロセスとみてきた後は、どのような事業を立ち上げているのかを明らかにする。

開業時の組織形態が「個人経営」だった割合は、女性起業家では61.8%と、男性起業家 (54.2%) よりも高い。組織形態の選択には、業種や企業規模なども影響を与えている可能性がある。例えば、BtoBのビジネスでは法人でなければ取引のための口座を開いてもらえないこともある。その点、

BtoCのビジネスであれば現金取引が大半であるため、法人格をもたなくても影響は少ない。法人設立の手間を考えれば、個人のままで起業しようという人もいるのだろう。

起業家を選ぶ事業領域にも違いがある。女性起業家の開業業種をみると、「個人向けサービス業」が25.2%と最も多く、「医療、福祉」(19.2%)、「飲食店、宿泊業」(15.0%)と続く (表-2)。「個人向けサービス業」のうち、約半数は「美容業」である。一方、男性起業家では「医療、福祉」(13.0%)が最も多く、次いで「建設業」(11.9%)、「事業所向けサービス業」(11.6%)、「小売業」(11.6%)の順となっている。女性が男性を上回っている業種は、「個人向けサービス業」や「小売業」などBtoCのビジネスである。実際、主な販売先をみると、「一般消費者」と答えた割合は、女性

表-2 業種（開業者の性別）

(単位：%)

	女性 (n=401)	男性 (n=2,610)
建設業	1.5	11.9
製造業	2.5	5.1
情報通信業	1.2	4.1
運輸業	1.2	3.4
卸売業	6.0	7.5
小売業	12.0	11.6
飲食店、宿泊業	15.0	11.1
医療、福祉	19.2	13.0
教育、学習支援業	3.7	2.7
個人向けサービス業	25.2	10.9
事業所向けサービス業	9.2	11.6
不動産業	2.5	5.1
その他	0.7	1.8
合計	100.0	100.0

起業家では76.5%と、男性起業家（59.0%）よりも15ポイント以上も高くなっている（図-10）。女性と男性ではそれまでのキャリアや開業動機、事業機会の発見の仕方などが異なるため、選ぶ事業領域も違ってくるわけだ。

さらに、一般消費者を相手にしたビジネスであっても、そのターゲットは男女で異なる。「一般消費者」が主な販売先であると答えた人にその顧客層の性別を尋ねると、女性をメインターゲットとしている割合（「女性が大半」と「女性がやや多い」の合計）は、女性起業家では62.3%であるのに対し、男性起業家では41.7%であった。消費者の心理を理解するうえで、やはり同性のほうが有利なのだろう。

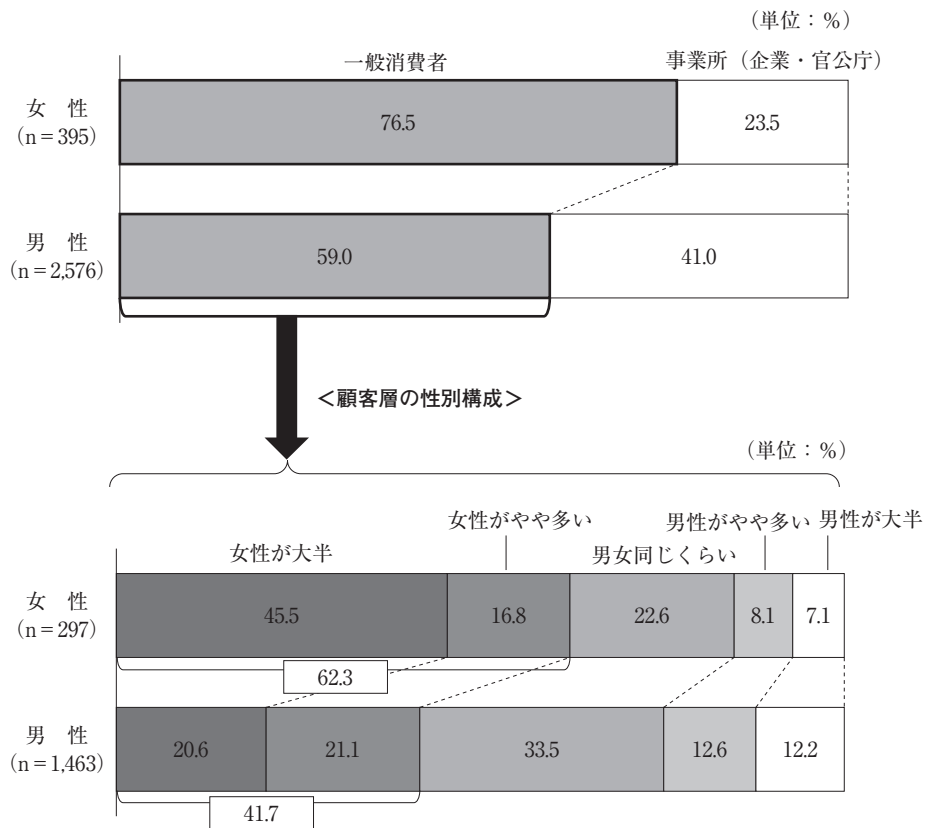
ここでいう「女性をメインターゲットとしている」ビジネスには、大きく分けて三つのタイプがある。

第1は、ネイルサロンや料理教室、化粧品小売業など、もともと女性による消費が市場の大半を占めるような事業である。(株)テラス（大阪府大阪市）の森田祥子さんは、主にヨーロッパから輸入した婦人靴を販売している。シャネルでの4年間の勤務を経て、2007年に店を開いた。靴はブラン

ドによって形が異なる。海外のブランドのなかには、日本人の足に合わないものも少なくなかった。森田さんは年に2回ヨーロッパに渡り、日本人の足に合いそうな形でかつデザインが良く、リーズナブルな靴を買いつける。日本では大手小売店が取り扱っていないブランドも少なくない。その独自の品ぞろえと、販売時にその場で顧客一人ひとりの足に合わせて形を補正するきめ細かなサービスが支持を集め、30歳代の女性を中心にファンを増やしている。

第2は、本来男性による消費が消費の大半を占めていた、あるいは性別によるセグメントが十分に成されていなかった市場に、女性独自の視点をもち込んだタイプである。「山ガール」や「カメラ女子」、宴会や旅行などの「女子会」プランといった、新たなセグメントに対する市場を生み出すビジネスだ。(株)アゲハ（東京都港区）の木下優子さんは、2008年、大学院進学と同時に起業した。大学時代から取り組んでいた「ユーザー主導の商品開発」という研究テーマを実学に応用すべく立ち上げたものだ。ソーシャルメディアなどを活用してユーザーのニーズを拾い上げ、メーカーに伝えることで、真にユーザーが求める製品を開発しても

図-10 主な販売先 (開業者の性別)



(注) 1 顧客層の性別は、主な販売先が「一般消費者」と回答した企業について尋ねたもの。
 2 顧客層の性別が「わからない」と回答した企業は除く。

らおうというビジネスモデルである。とりわけ若い女性をターゲットとした市場に強く、ソフトバンクBB(株)と連携してスマートフォン向けアクセサリ「スマホウェア リボンシール」や「スマホウェア シュシュストラップ」を開発するなど、人気商品を次々と世に送り出している。

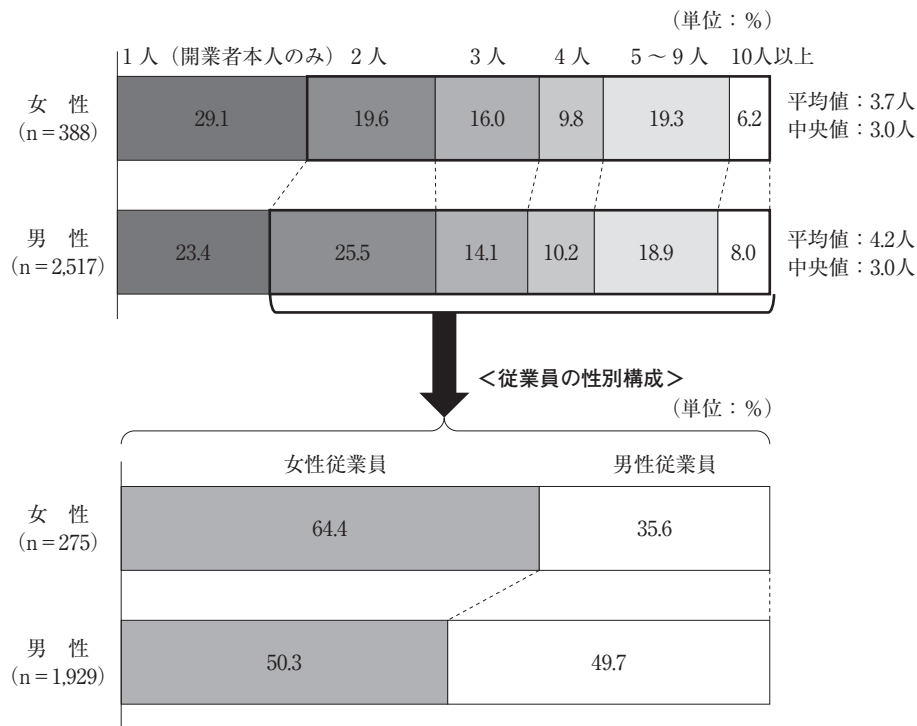
第3は、女性の社会進出に伴い、新たに生まれたニーズに対応したビジネスである。例えば、家事代行サービスや、出産や育児でキャリアを中断したことによるブランクを埋めるためのキャリアサポート、保育サービスなどがこれに当たる。(株)キレイサービス(富山県高岡市)の中田千晶さんは、家事代行やハウスクリーニングを手掛けている。起業のきっかけは、子どものアレルギーだった。医者のお勧めで天然由来の洗剤を使い丁寧に掃除をしたところ、症状が緩和した。そこで同じような

悩みをもつ母親の役に立ちたいと、2008年に起業した。共働きの夫婦や高齢者世帯にも好評で、同業他社の参入が続くなかであって、売上を順調に伸ばしている。

再び、事業の概要についてのデータに戻ろう。開業時の従業者数をみると、女性起業家では平均3.7人で、男性起業家(同4.2人)よりも少ない(図-11)。「1人(開業者本人のみ)」で開業する人の割合も29.1%と男性(23.4%)を上回っている。開業者本人を除いた従業員について性別構成をみると、女性従業員の占める割合は、女性起業家のほうが男性起業家を10ポイント以上上回っている。

従業員の性別構成に違いが生じる理由として、男女で選ぶ業種の違いのほか、職場環境の整え方の違いが挙げられる。表-3で従業員の働きやすさを高める取り組みをみてみると、女性で相対的

図-11 開業時の従業員数の分布（開業者の性別）



(注) 従業員に経営者は含まない。

表-3 働きやすさを高める取り組み（複数回答、開業者の性別）

(単位：%)

	女性 (n=161)	男性 (n=1,301)
仕事の成果や能力に応じた賃金の提示	44.7	51.7
柔軟な労働時間の設定	44.1	39.9
休暇を取得しやすい雰囲気づくり	41.6	30.2
社内での意見交換の場の設定	41.0	38.2
資格取得の支援	21.7	20.8
仕事に関する権限委譲の促進	18.6	25.1
同業他社より高い賃金の提示	16.1	20.7
法定外の福利厚生充実	9.3	8.5
在宅勤務制度の導入	3.1	3.0
その他	0.6	1.1
とくにない	3.7	6.5

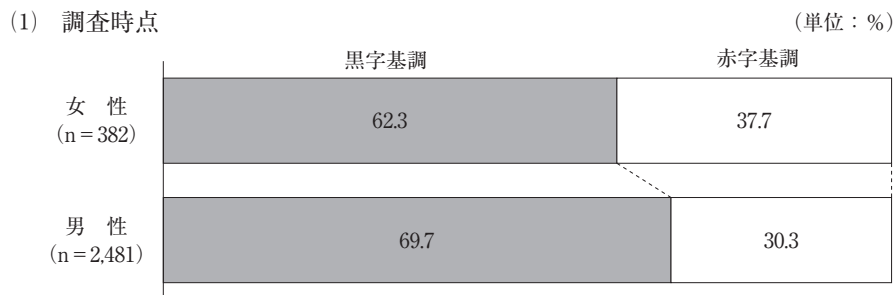
(注) 常勤役員・正社員（家族従業員を除く）を雇用している企業に尋ねたもの。

に多いのは、「柔軟な労働時間の設定」(44.1%)、「休暇を取得しやすい雰囲気づくり」(41.6%)、「社内での意見交換の場の設定」(41.0%) などであった。

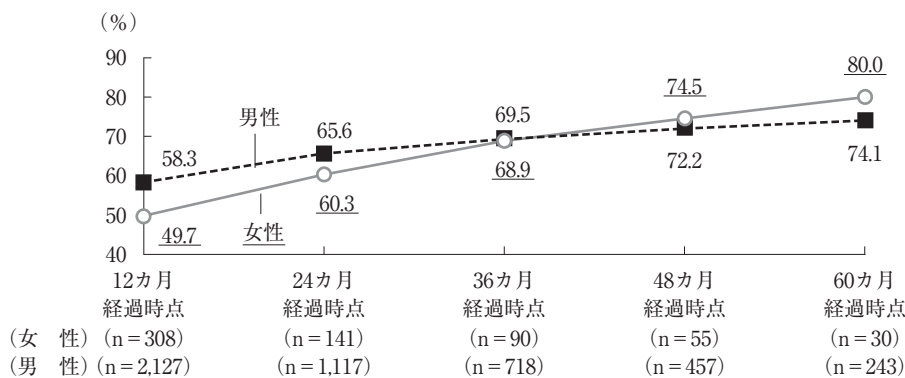
一方、男性で目立つのは、「仕事の成果や能力

に応じた賃金の提示」(51.7%)、「仕事に関する権限委譲の促進」(25.1%)、「同業他社より高い賃金の提示」(20.7%) などである。女性は仕事と家庭の両立に配慮した取り組みを重視し、男性は賃金や権限など報酬を重視した取り組みを重視

図-12 採算状況 (開業者の性別)



(2) 時点別にみた黒字基調の割合



(注) 1 調査時点は、開業後平均27.9カ月。
 2 時点別採算状況は、黒字基調になった時期から算出。12カ月経過時点であれば、業歴12カ月以上の企業のうち、開業後12カ月の時点で黒字基調だった企業の割合。

している。起業家は、自らが望む環境を従業員にも提供している傾向にある、といえるかもしれない。

3 開業後の業績

(1) 採算状況

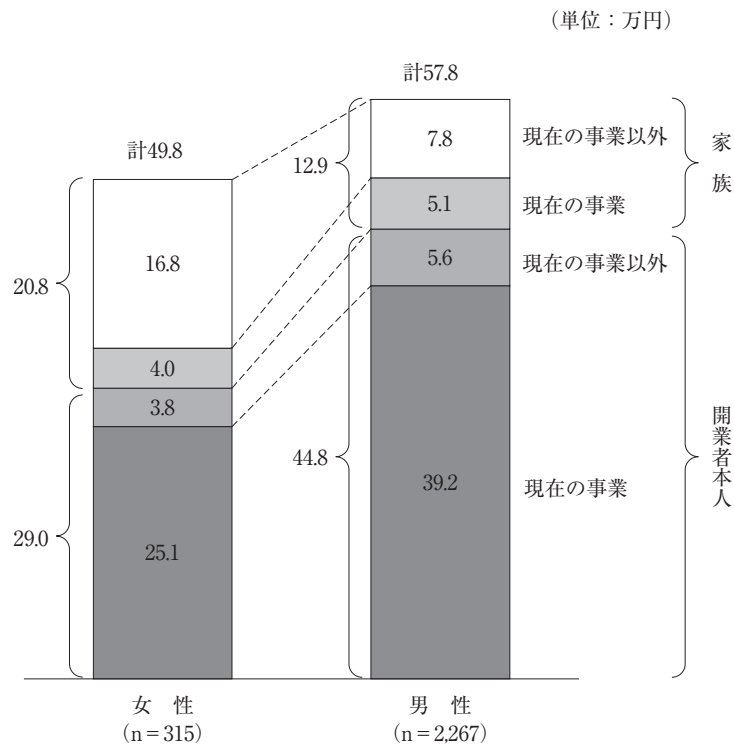
ここまで、起業家像が男女で異なっていることが明らかとなった。では、開業後の業績にも男女の違いがあるのだろうか。

調査時点の採算状況を見ると、「黒字基調」の割合は女性起業家が62.3%で、男性起業家の69.7%を下回っている(図-12(1))。ただし、時点に分けてみると、少し違った側面がみえてくる。図-12(2)の折れ線グラフは、それぞれのタイミングで「黒字基調」の割合がどのように推移していったかを示したものである。例えば、12カ月経過時

点とは、業歴が12カ月以上の企業のうち、12カ月時点で「黒字基調」となっていた企業の割合を示している。すると、女性起業家は、開業後しばらくは男性起業家を下回っているが、その差は徐々に縮んでいき、48カ月経過時点では男性を逆転する。

女性の「黒字基調」割合が男性を逆転する要因の一つは、女性の廃業が多いことであろう。鈴木(2007)は、国民生活金融公庫総合研究所(現・日本政策金融公庫総合研究所)「新規開業パネル調査」の結果から、「女性の廃業割合は18.8%と、男性の14.6%をやや上回る」(p.45)と指摘している。業績が振るわない、あるいは軌道に乗り切れない企業が廃業していくことで、残された企業の業績に占める「黒字基調」の割合が高まる可能性は否定できない。もっとも、女性の廃業確率の高さは単なる性別以外の要因によるものであるところが大きい。鈴木(2007)は、斯業経験年数や開

図-13 家計の収入（開業者の性別）



- (注) 1 賞与を含めた月平均の手取り額。
 2 家族は、開業者と生計を同一にする人。
 3 現在の事業は、本調査の対象となっている事業。

業時の自己資金額などの要因をコントロールすれば（条件をそろえれば）、男女の廃業確率に有意な差はみられないと結論づけている。

ただ、こうした「見かけ上の」廃業確率の違いだけが「黒字基調」割合の男女逆転の理由ではない。図には示していないが、斯業経験の有無別に採算状況を見ると、「斯業経験あり」における「黒字基調」の割合では男女に大きな差はみられない。前掲図-7でみたとおり、女性は「斯業経験あり」の割合そのものが男性よりも低い。こうしたキャリア不足があるため、女性はスタートアップの段階では苦勞するものの、やがて経験値を積んでいくうちに男性に遜色のない実力を発揮していくのだと考えられる。

言い換えれば、起業は女性にとって、キャリアアップの手段になりうるということだ。同時に、女性の起業支援は経験値を積み切っていないスター

トアップ時にこそ必要であるとの示唆も得られる。

(2) 収入

もう一つ、業績を表す指標として、個人の収入も押さえておきたい。企業としての採算状況は、代表者の収入をどのくらいにするかにも左右されるからである。極論すれば、代表者の収入はゼロにして、黒字化を果たしているケースもあるかもしれない。あるいは同じ黒字企業であっても、代表者の月収が10万円の企業と100万円の企業では、収益力は異なる。儲けが出るか出ないかは、最終的に本人の収入に収斂^{しゅうれん}していくともいえる。

図-13は、本人を含めた家計の月収（賞与を含めた月平均の手取り額）である。女性起業家の本人の収入は、月平均29.0万円（現在の事業から25.1万円、それ以外から3.8万円）と、男性起業家の同44.8万円（現在の事業から39.2万円、それ以外

外から5.6万円)を15万円ほど下回った。だが、家族(開業者と生計を同一にする人)を加えた家計の収入では、女性が月平均49.8万円、男性が同57.8万円で、その差は8万円ほどに縮小する。

この収入の差は、どこから生まれるのだろうか。採算状況の項目でも触れたが、女性の採算状況の悪さや廃業確率の高さは、性差自体に起因するものではない。だとすれば、収入の差にも、単なる性別以外の要因が関連していても不思議ではない。そこで、現在の事業からの収入を被説明変数とする回帰分析を行い、収入に影響を及ぼす要因を探る。

分析結果は、表-4のとおりである。回帰分析では、それぞれの説明変数が被説明変数に対してどのような影響を与えているかを抽出することができる。係数が正である変数は収入を押し上げる要因、負である変数は収入を押し下げる要因であることを意味する。ただし、統計的に有意なのは、標準誤差の隣に「*」がある変数のみである。

まず確認したいのが、「女性ダミー」である。係数こそ符号は負となったものの、統計的に有意とはならなかった。つまり、他の条件をそろえてしまえば、男女の収入に統計上意味のあるほどの違いはみられないということだ。採算状況や廃業確率に関する先行研究と同様の結論が得られたことになる。では、どのような要素が収入に影響を及ぼしているのか。「週間就業時間」「開業後の経過月数」「開業時の従業者数」はいずれも有意にプラスになった。就業時間が長いほど、業歴を重ねるほど、従業者規模が大きくなるほど、収入は多くなるということだ。これらの要素は、直感的に理解できるだろう。

さらに男女の違いを考えるうえで注目したいのが、配偶者の有無と勤務キャリアである。「配偶者ダミー」は有意にプラスとなった。配偶者がいる人のほうがいない人よりも収入は高いということだ。結婚後のほうが、養うべき家族は多くなる

可能性が高い。利益の確保に対する切迫度は高いということだろう。ところが、「配偶者ダミーと女性ダミーの交差項」は有意にマイナスとなっている。つまり、女性に限れば、配偶者がいることは収入を引き下げる方向に作用している。この背景には、既婚女性は既婚男性に比べて主たる家計維持者となる割合が低いことや、家事負担が重いことなどがあると推察される。

勤務キャリアでは、「斯業経験ダミー」がプラス、「キャリア中断経験ダミー」がマイナスになった。女性起業家のほうが斯業経験割合は低く、キャリア中断経験割合は高かったことは前述のとおりである。勤務キャリアが豊富であれば、知識やノウハウ、人脈などの経営資源の獲得にも有利に働くのは間違いない。結果として、収入にも影響を与えるのだろう。

これらを総合すると、採算状況や収入における男女差を生む大きな要因は、家事・育児の負担とキャリア不足であるといえる。

4 おわりに—女性の起業がもつ意義—

業績は、男性よりも劣る場合があるかもしれない。家事・育児の負担とキャリア不足という二つのハンディの克服は容易ではないかもしれない。それでも、女性の起業には少なくとも四つの大きな意義がある。

第1に、眠れる才能の発掘手段となる。女性起業家のなかには、育児や介護などの関係で、働きに出ることのできなかつた人たちもいる。北海道開発局で10年間勤務した後、Counseling/Home. K(北海道札幌市)という設計事務所を立ち上げた河野有美さんは、起業の理由の一つに、転勤がないことを挙げる。結婚し、自宅を建て、子どもを生んだことで、「起業という道がなければ、おそらく働いてはいなかったでしょう」と語る。勤務を続けるか家庭に入るかという二者択一であれば、

表-4 現在の事業からの収入に関する決定要因

		(最小二乗法による推計)	係 数	標準誤差	
		被説明変数	経営者本人の平均月収(対数)		
説明変数	開業者の属性	女性ダミー(女性=1、男性=0)	-0.005	0.094	
		開業時の年齢(歳、対数)	-0.580	0.096 ***	
		週間就業時間(時間、対数)	0.297	0.054 ***	
		家族構成	配偶者ダミー(あり=1、なし=0)	0.188	0.057 ***
			配偶者ダミー×女性ダミー	-0.251	0.122 *
			小学生以下の子どもダミー(あり=1、なし=0)	0.033	0.045
			中学生から大学院生までの子どもダミー(あり=1、なし=0)	0.051	0.049
		要介護者ダミー(あり=1、なし=0)	-0.096	0.098	
		学歴	中・高卒ダミー(該当=1、非該当=0)	(参照系列)	
			短大・高専・専修・各種学校卒ダミー(該当=1、非該当=0)	-0.086	0.053
	大学・大学院卒ダミー(該当=1、非該当=0)		-0.007	0.047	
	勤務キャリア	勤務経験ダミー(あり=1、なし=0)	0.076	0.209	
		斯業経験ダミー(あり=1、なし=0)	0.383	0.057 ***	
		管理職経験ダミー(あり=1、なし=0)	-0.015	0.045	
		経営経験	連続起業家ダミー(該当=1、非該当=0)	0.050	0.066
			ポートフォリオ起業家ダミー(該当=1、非該当=0)	-0.355	0.074 ***
			経営経験なしダミー(該当=1、非該当=0)	(参照系列)	
	キャリア中断経験ダミー(あり=1、なし=0)	-0.140	0.051 ***		
	企業の属性	開業後の経過月数(カ月、対数)	0.264	0.033 ***	
		開業時の組織形態(株式会社=1、その他=0)	0.182	0.046 ***	
開業時の従業者数(人、対数)		0.103	0.028 ***		
開業費用(万円、対数)		0.018	0.017		
		定数項	2.694	0.506 ***	
		自由度修正済み決定係数	0.195		
		観測数	2,262		

- (注) 1 業種も説明変数に加えて推計したが、記載は省略した。
 2 ***は1%、**は5%、*は10%水準での有意を示す。
 3 経営者本人の平均月収、週間就業時間、開業後の経過月数、開業費用は1を加えて対数化した。
 4 「連続起業家」とは経営していた事業をやめたうえで新たな事業を始める起業家をいい、「ポートフォリオ起業家」は従来から経営していた事業に加え新たな事業を始める起業家をいう。

埋もれてしまう才能も多いかもしれない。自らのペースで働き、シフトチェンジも自在にできる起業家という選択肢は、そうした才能に光を当てる存在であるといえる。

第2に、女性の視点に加わることにより、それまでになかった商品やサービスが生まれる可能性がある。既存の企業のなかでもダイバーシティ(多様性)のかけ声のもと、女性の活躍しやすい環境整備が進む背景には、画一的な発想では閉塞感打ち破れないとの危機感がある。新たなビジネスモデルを創出する起業の世界にも、このダイバーシティの観点は重要であろう。社会進出に伴い家

事や育児の負担に悩む女性を支援するサービスも、やはり女性の視点なくしては生まれない。

第3に、起業は女性たちのキャリアアップの場となりうる。既存の企業のなかでも女性の登用は進んでいるとはいえ、依然として「ガラスの天井」や「マミートラック」(仕事と子育ての両立はできるものの、昇進・昇格とは縁遠いキャリアコース)といった課題が完全に払拭されたわけではない。しかし、勤務者とは違い、起業家としての立場に男性も女性もない。起業と同時に組織のトップに立ち、経験を積んでいくことになる。最初は経験の差が出たとしても、場数を踏んでいけばそ

の差が薄れていくことは、図-12(2)で述べたとおりだ。

第4に、次なる女性起業家の苗床になる。前述のとおり、女性の起業は女性雇用の受け皿となる。雇用する女性割合が高くなれば、自ずと管理職への女性の登用も進んでいくだろう。また、起業家として活躍する女性の姿は、部下だけでなく取引先や友人、あるいは家族など周りの女性たちにとってもロールモデルになる。そこで刺激を受けた人たちのなかから、次なる起業家が生まれることもあるだろう。

これら四つの意義は互いに関わり合っている。起業の道が眠れる才能を引き出す。その才能が従来とは異なる発想を生み、新たな商品やサービスを世に送り出す。その経験が女性起業家自身の成長を促す。成長した事業が女性の雇用の場を創出し、活躍する女性起業家の姿が次なる女性起業家の背中を押す。女性起業家を増やす鍵は、いかにこの好循環に入っていかにかかっている。

フェイスブックのCOO（最高執行責任者）であるシェリル・サンドバーグは著書のなかで、女

性の望ましいキャリアは「ジャングルジム」であると述べた（Sandberg, 2013）。英語圏でキャリアのたとえとして用いられることの多い「はしご」と対比したものである。もしキャリアがはしごのような一本道ならば、最終目的地に立てる人の数は限られており、一度その道からそれたら戻るのは難しい。しかし、ジャングルジムならばより多くの人が最終目的地に到達できるし、ときには回り道もできるというわけだ。

彼女の言葉を借りれば、起業という生き方もまた、ジャングルジムに似ているといえる。起業家は、経営環境や自身の関心に合わせて業務内容を変え、またライフコースに合わせて自在に働き方を変えていくことができるからだ。今はまだ、わが国の女性にとって起業は有力な選択肢ではないかもしれない。だが、女性と起業の相性は、決して悪くはないはずだ。現に活躍している女性起業家たちの姿をみればわかる。米国の投資家ウォーレン・バフェットの言う「人口の半分しか相手にしなくてよい」時代の終わりは、わが国でも確実に近づいている。

<参考文献>

- 鈴木正明（2007）「廃業企業の特徴から見る存続支援策」樋口美雄・村上義昭・鈴木正明・国民生活金融公庫総合研究所編著『新規開業企業の成長と撤退』勁草書房、pp.13-54
- 内閣府（2012）『2012年版 男女共同参画白書』
- Sandberg, Sheryl（2013）*LEAN IN - WOMEN, WORK, AND THE WILL TO LEAD*, Alfred A. Knopf.（村井章子訳（2013）『LEAN IN - 女性、仕事、リーダーへの意欲』日本経済新聞出版社）