

# 女性の起業

## —地域を動かす新しいニーズ—

古賀 道恵

### 《要旨》

女性と経営に関する研究は、新たな就業形態や能力発揮の場としての「女性による経営」が1980年後半から調査・研究対象として着目されたことがはじまりである<sup>1</sup>。90年代に入ってから、事例研究から抽出された「生活者の視点」「感性豊か」「きめ細かい」「女性らしさ」「女性ならではの」<sup>2</sup>といった、従来型の経営スタイルとは異なる特質性から「女性の創業や経営」についての分析が主流となってきた。ここ2～3年、21世紀に入ると女性起業家<sup>3</sup>については、そのイメージと実態の乖離が指摘され始めることとなった<sup>4</sup>。メディアを中心に作られる華やかなイメージや興味本位で注目されてはいるが、必ずしも実態を反映しているとは言えない。本論では、女性起業家に関する先行研究や調査報告を整理・検討し、その現状を明らかにすることを目的とする。

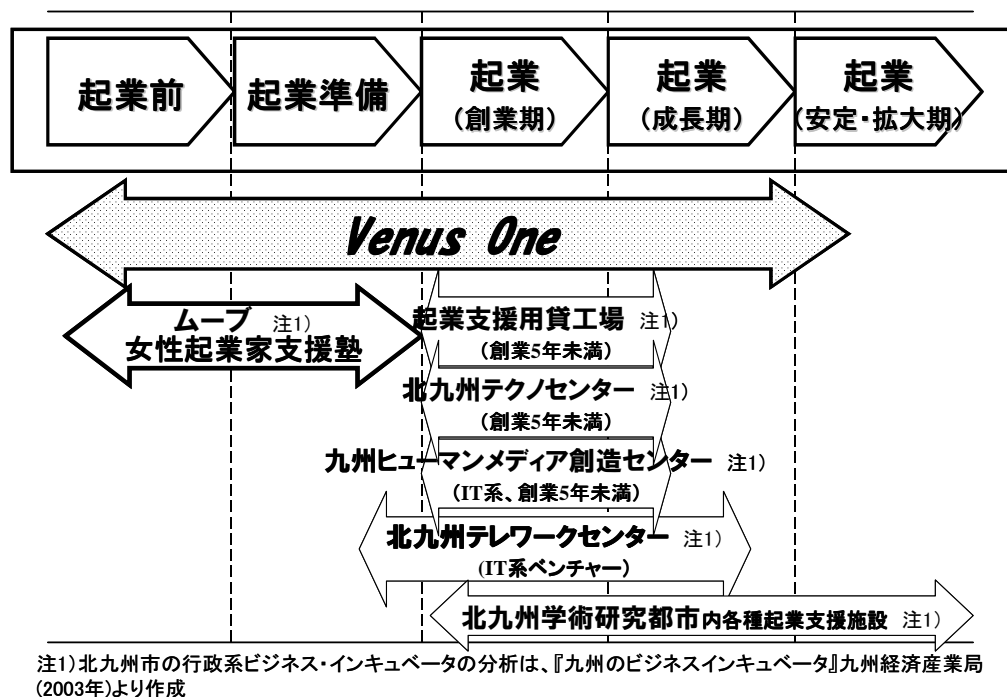
### はじめに

今日、女性起業家が注目される背景には、少子高齢社会の到来によって懸念される生産労働人口の減少、サービス業を中心とする産業構造の変化によって、男性とは異なる価値観や経験を有する多様な担い手の必要性、そして、女性の社会進出や経済的自立の動きの中での男女の固定的な役割分担の変化、などが大きな理由として挙げられる<sup>5</sup>。注目されるに従って、女性起業の創出・育成・支援が、国や地方自治体によって積極的に行われるようになり、起業家支援塾やセミナー、講演会などたくさんの女性が参加している<sup>6</sup>。

福岡県北九州市では、1996年から北九州市立男女共同参画センター（ムーブ）<sup>7</sup>が「女性起業家支援塾」を開催し、これまでに215人が受講している（2004年2月現在）<sup>8</sup>。この支援塾は、「自分の好きなことや思いのあることで起業する」ことを目標に、経営に関する基礎知識だけでなく、地元で起業し成功している人たちを講師として迎え、体験に根ざした実践的なアドバイスを受け、経営に関する基本的な知識を習得するだけでなく、受講生一人一人が事業計

画書の作成を行っている。実際、これまで7年間に受講生のうち約30名が事業に乗り出している。

図表1 北九州市における創業支援サービス対象範囲比較表



図表1の通り、起業に至るまでからその後まで段階的に捉え「創業前」「起業準備」「起業(創業期)」「起業(成長期)」「起業(安定・拡大期)」と分けた場合、北九州市における創業支援機関の大半は、その範囲と対象を限定し、起業から5年未満を対象としたいわゆる「ベンチャー支援」<sup>9</sup>を行っていることがわかる。また北九州市の特徴として、IT・SOHO、環境、理系大学発ベンチャーといった、何らかの技術を必要とする起業支援が中心であり、小売・サービス業といった女性が求める業種を積極的に支援するものは「女性起業家支援塾」を活用するしかなかった。

しかし、「女性起業家支援塾」は、短期集中型研修であり、この研修だけでは、起業に至るにも、起業した後遭遇する様々な問題を解決するにも、さらに事業を発展させるにも十分ではないこと、又、同じ悩みを持つ者同士がお互いに情報を交換し、切磋琢磨しあう「場」がない、という問題を抱えていた。そこで、これらの問題を解決するために、地元女性起業家を中心とした有志<sup>10</sup>が集り、ビジネス・インキュベーション<sup>11</sup>組織「Venus One (ヴィーナス・ワン)」<sup>12</sup>が2004年4月に設立され、活動を開始した。

北九州市の事例は、全国各地で高まっている女性起業家の育成・支援活動の一端である。本論は、Venus Oneの活動に参加し、地元女性起業家やその卵の女性たちと行動をともにし、微力ながら支援を行っていく中で、見出したいいくつかの疑問点や問題点について学術的に整理したものである。まず、女性起業家に関するデータから実態を把握し、次に、女性起業家に関する先行研究について概観する。最後に、ジェンダー論のフレームワークを用い、女性起業家支援の問題点について考察する。

## I データで見る女性起業家の特徴

女性起業家に関する統計や調査を用い、実態を把握する。女性起業家が活躍している米国の現状も取り上げ、わが国との比較し問題点の抽出を試みる。

### 1 米国における女性起業家

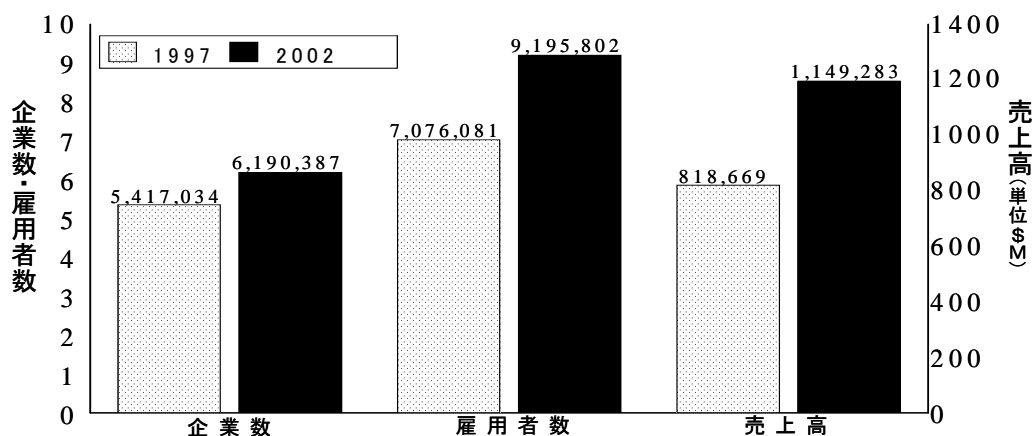
米国では、「最も成長著しいセクター」<sup>13</sup>として女性起業家が注目され、企業数の伸び、売上高、新雇用の創出、新しいビジネス領域の創出といった経済貢献の観点から、経済の牽引力としての重要性が指摘されている<sup>14</sup>。

図表2は、米国女性起業家の現状を経済的効果から捉えたデータ<sup>15</sup>である。1997年と2002年の数値を比較してみると、女性が経営または所有する企業数は541.7万件から619.0万件へ77.3万件の増加、雇用者数は、707.6万人から919.5万人へ増加、そして売上高は、8,200億ドルから1兆1,500億ドルへの増加となっている。

米国における女性起業家の増加の背景は、(1)女性の社会進出に伴う経済的自立要請の高まりと(2)法制度および支援制度の充実<sup>16</sup>が大きな要因である。

佐々木氏(イー・ウーマン社長)は、米国では1988年に女性経営者の支援を目的に制定された“The Women’s Business Ownership Act”という法律の中に、女性の経営者に関する情報やデータを収集することが含まれている、ということを紹介し、わが国における女性の起業に関するデータ整備の遅れが、社会運動や男女平等の話ではなく、経済や市場の問題として女性起業家を捉える際の説得力不足につながっていることを指摘している<sup>17</sup>。

図表2 米国の女性起業家-その経済的効果



(出所) Bureau of the Census and Center for Women's Business Research, "Women-Owned Businesses in the United States, 2002: A Fact Sheet", 2002pp. 1-11.

## 2 わが国における女性起業家

わが国における女性起業家に関するデータは驚くほど少ない。

中小企業庁「中小企業白書」では、会社の開業率・廃業率の推移を把握することはできるももの、性差によるデータは示されていない。帝国データバンクでは毎年、「社長交代率調査」や「女性社長売上高ランキング」を実施している。「女性社長売上高ランキング」の“女性社長の数・全社長数に占める割合の推移”を見ても、2000年から2004年までの平均は、数として6万2,000人から6万7000人へと緩やかに増加し、全社長数（男女合計）に占める割合は、5.53%から5.64%へ微増している。しかし、この調査は、法人を対象としており、ベンチャー、インキュベーター、SOHOや自営業者は含まれていない。

新規開業者に占める女性の割合は、国民生活金融公庫総合研究所が実施している「新規開業実態調査」で把握することができるが、統計ではここ10年13%~15%程度で推移している<sup>18</sup>。この調査の対象は、国民生活金融公庫が融資した経営者であるため、他の金融機関で融資を行った人、後継者として経営者となった人、自己資本で起業した人、そして俸給経営者などは含まれていない。

先行研究を見ると、やはり公的データとして女性起業家の実態を把握するため、労力を費やしていることがわかる。図表3の通り、女性の起業をデータとして捉えるには、総務省「就業構造基本調査」で女性の自営業主を見て、国税庁「国税庁統計年報書」によって法人全体数を把握し、そして帝国データバンクが発表している女性社長の数を取り出し、これらの異なった統計を足し合わせることによってはじめて概要としての数値が出てくる<sup>19</sup>。

制約条件の中で女性起業家の数を見てみると、自営業主と法人を足してみた数は、1997年 244.4万人、2002年 201.1万人へと減少していることがわかる<sup>20</sup>。

女性起業家の現状をデータとして捉えることは、単に女性起業家や女性経営者、女性役員といった現状を把握するだけでなく、女性の社会進出にともなう社会的・経済的影響について、例えば売上高の増加や雇用の発生、地域への効果等々理解することとなる。支援施策を策定する際の重要かつ説得力のある資料となりうるのである。女性起業家の経営実態を把握するには、まずはデータ収集に労力を費やすのが現状である。

**図表3 女性起業家数（全業種）（日本）** （単位：千人）

		1997年	2002年
A	法人数	135	141
B	自営業主（雇人あり）	349	312
	A+B(企業的経営)	484	453
C	自営業主（雇人なし）	1412	1250
	A+B+C(自立的経営)	1896	1703
D	自営業主（内職）	548	308
	A+B+C+D(全女性起業家)	2444	2011

資料：自営業主に関しては、総務省「就業構造基本調査」（1997年、2002年）。法人数に関しては、母数については国税庁「国税庁統計年報書」（各年版）。女性社長割合は帝国データバンク調べ。

注：法人数に関しては2001年の数字である。

（出所）高橋徳行(2003)「女性起業家の現状と課題」,生活起点(2003 Nov.),17ページ。

### 3 女性起業家の特質

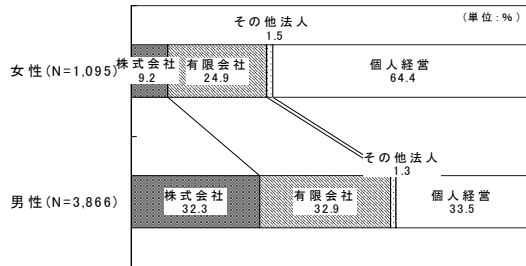
データとしての実態を把握することは困難であることを指摘した。しかし、女性起業家による創業・経営の特質については、これまでの研究や調査を整理することによって把握することが可能である。

図表4は、国民生活金融公庫総合研究所が実施している「女性経営者に関する実態調査<sup>21</sup>」から特徴ある項目を抽出したものである。前述したようにこの調査は、対象者が限定されているものの、融資を受けた経営者の特性についてアンケートを実施している。加えて、男性と女性の比較も行っており、性差による経営者の相違を見ることができる。

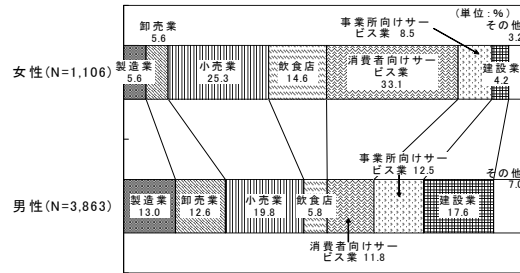
- ① 組織形態：女性は6割が個人経営,男性の7割は法人形態（株式会社, 有限会社, その他法人）を選択している。

図表4 女性起業家に関する主な特徴

①組織形態



②業種

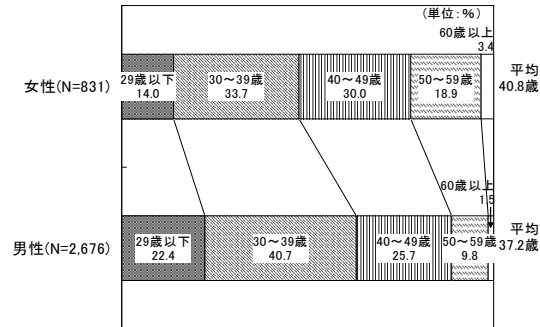


③従業者規模 (1企業当り平均)

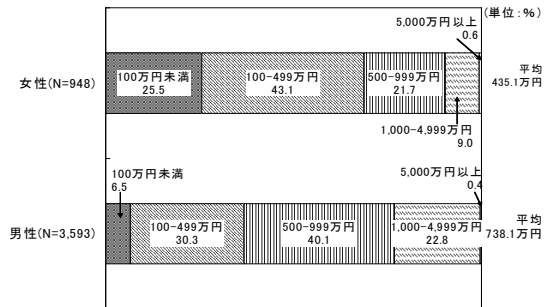
	女性経営者 (N=932)			男性経営者 (N=3,459)		
	正社員	非正社員	合計	正社員	非正社員	合計
女性社員	2.4	2.1	4.5	1.7	1.4	3.1
男性社員	2.4	0.4	2.8	6.3	1.5	7.8
合計	4.8	2.5	7.3	8.0	2.9	10.9

(注)正社員には経営者本人を含む。

④創業時の年齢

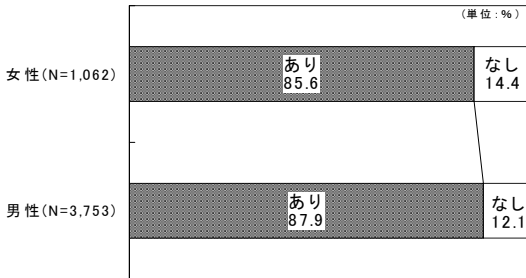


⑤現在の収入



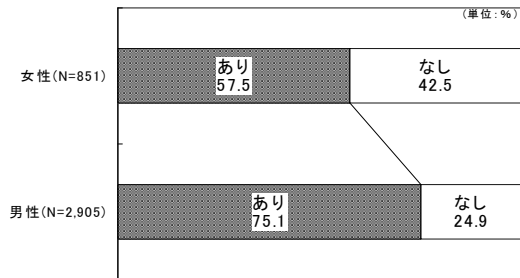
(注)現在の収入とは、税金を含めた年収を尋ねたものである。

⑥勤務経験の有無



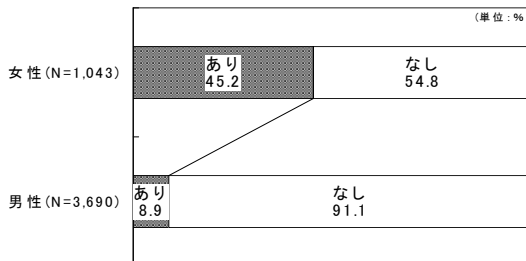
(注)勤務経験には、パート・アルバイト、派遣・契約社員の経験を含めない。

⑦斯業経験の有無



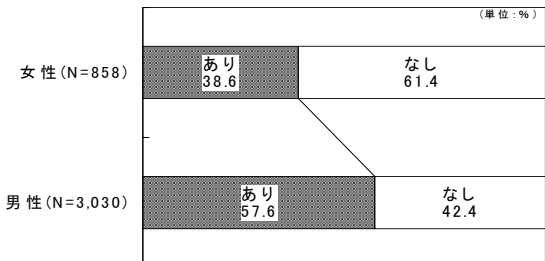
(注)斯業経験とは、現在の事業に関連した仕事をした経験を指す。

⑧キャリアの中断の有無



(注)キャリアの中断とは、パート・アルバイト、派遣・契約社員を含め、1年以上仕事につかなかった経験を指す。

⑨管理職経験の有無



(注)管理職経験とは、3人以上の部下をもつ課もしくは部などの長またはリーダーとなった経験を指す。

(出所)国民生活金融公庫総合研究所,国民生活金融公庫レポート「女性経営者に関する実態調査」2002年12月。

- ② 業種：女性は消費者向けサービス業（美容、理容、エステなど）、小売業、飲食店といったサービス業を選択する人が多く、男性はサービス業が中心であることは変わらないが製造業、建設業といった技術を要する業種を選択している。
- ③ 従業者規模：女性平均 7.3 人、男性平均 10.9 人と規模の違いが現れている。また同性は同性を主に雇用するという特徴がある。
- ④ 創業時の年齢：女性平均 40.8 歳、男性平均 37.2 歳と男性の早期起業が目立つ。女性では 30-39 歳のキャリアアップの限界が見える「グラスシーリング<sup>22</sup>」の時期と 50-59 歳の子育てが一段落しライフプランを考え直す時期の起業が目立つ。
- ⑤ 現在の収入：女性平均 435.1 万円、男性平均 738.1 万円と年収にかなりの差が見られる。事業規模と業種の相違が年収の差に現れている。
- ⑥ 勤務経験の有無：女性 85.6%、男性 87.9%で、男女ともに 8 割以上の方が勤務経験を有している。
- ⑦ キャリアの中断の有無：女性 45.2%、男性 8.9%で、4 割強の女性が結婚・出産・育児等によるキャリアの中断の経験を有しており、男性との差は明らかである。
- ⑧ 斯業（しぎょう）経験の有無：女性 57.5%、男性 75.1%が斯業経験を有し、自己の経験を生かした起業をしている。女性の場合は、取得した資格や趣味を生かした起業が多い。
- ⑨ 管理職経験：女性 38.6%、男性 57.6%が管理職経験を有している。勤務経験の有無やキャリアの中断の有無を踏まえると、男女差があると考えられる。

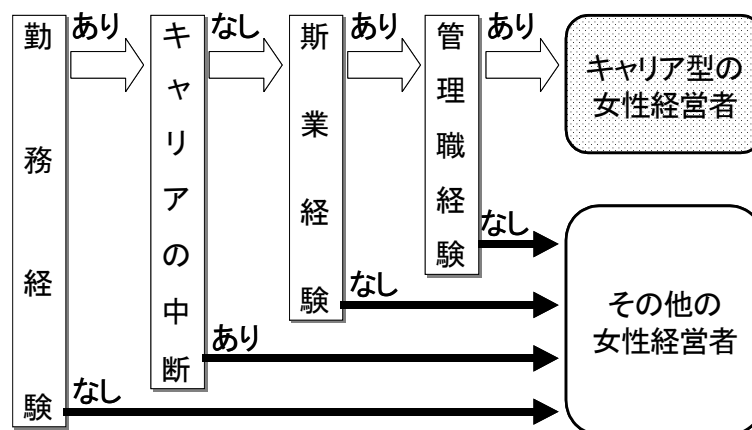
上記の調査から、創業年齢は 30 代に多く、企業規模が小さく、組織形態は株式会社ではなく個人経営の形で運営しているという一般的女性起業家像が浮かび上がってくる。また、調査対象となった女性は、勤務経験の有る人が 8 割を占めたが、勤務経験の無い女性の場合、国民金融公庫のサービスそのものを知らない場合や個人資産による借入無しでの起業ケースもあり、同様の特徴を示しているとは言い難い。

国民生活金融公庫総合研究所では、この調査を踏まえ、図表 5 の通り、勤務経験有・キャリアの中断無・斯業経験有・管理職経験有の人を「キャリア型的女性経営者」、それ以外の人を「その他の女性経営者」に分類し、起業活動の相違を明らかにしている。

「キャリア型的女性経営者」と「その他の女性経営者」の相違点は、まず、開業動機では、「自分の能力を発揮できるから」「自分の裁量でしごとができるから」が上位を占めているが、次に挙げられる理由として、キャリア型は「経営者になることが夢だったから」、その他の経営者では「年齢に関係なく働くことができるから」となっている。次に、開業のきっかけでは、

キャリア型は、「勤務者としての働き方に限界を感じた」と男性と近い傾向を示しているが、その他の経営者では、「家計を維持・補助しなければならなくなった」という回答が挙げられている。この調査では、女性経営者の一般的なイメージを捉えることができた。しかし同性同士でも、勤務経験の有無や企業におけるキャリア形成の相違によって、起業に至っても内容や特徴の相違が現れるということが理解できた。

図表5 勤務キャリアによる女性経営者の分類



(出所) 国民生活金融公庫総合研究所, 国民生活金融公庫レポート「女性経営者に関する実態調査」2002年12月。

## II 女性起業家に関する先行研究

女性起業家に関する先行研究は、既存の統計や調査に基づき理論構築がなされている。ここでは、女性起業家を「業種」「開業動機や開業目的」「ライフスタイル」それぞれの観点によって分類した先行研究について整理する。

### 1 業種に基づく分類

女性の起業では、サービス業、卸売・小売業、飲食店の開業が非常に多いという特徴から、女性起業家を分類したものである。①家事援助型、②福祉型、③環境型（環境・リサイクル）、④生活価値観実現型、⑤コミュニティ再生店舗型、⑥企画・心の支援型、⑦地域生産活動型と分類している<sup>23</sup>。この分類は、「地域に密着し、利潤を最大限追求するよりも社会的意義や生き甲斐追求型である<sup>24</sup>」という「女性の視点」や「女性の感性」に焦点をあてていると理解することができる。また、どの分類でも、女性の「仕事こし」がコミュニティ再生に密着した関係であるという考え方に基づいている。



## 2 開業動機や開業目的による分類

大石氏は、女性の社会進出にともない「ふつうの女性」が数多く起業しているという現状から、その開業動機や開業目的によって、女性起業家を4つに分類した<sup>25</sup>。

①まずは、組織の中では自分の能力を生かしきれないから、と独立する「キャリア達成・自己実現タイプ」、②介護や環境問題といった社会的使命を達成するために開業する「社会参加・自己実現タイプ」、③女性の雇用状況を踏まえ、個人事業として自分の裁量で仕事をしたいと独立する「能力活用・自己雇用タイプ」、④そして、親または夫の死後、その経営権を継承し事業を行っている「事業継承タイプ」である。

これまで、女性が働く、ましてや起業家として業を起こすということは、社会的に抵抗があり、能力や財力のある一部の女性の生き方のように捉えられていたが、この分類によって、社会的環境の変化に伴う女性の選択の幅の広がりを見ることができる。

## 3 ライフスタイルに基づく分類-その1

田中氏は、女性起業家の起業には「ライフスタイルの意識的選択」が大きく影響することを指摘し、大石氏の研究を発展させたと位置づけることができよう。田中氏は、女性の創業を阻害している要因を、歴史的に形成されてきた「社会慣習」と「キャリア形成不足」と分析し、それぞれの問題に対応する支援の必要性を指摘している。

支援の具体策を見るため、田中氏は、男性とは異なる女性起業家の総合の困難性を整理する基準を「従来の性別役割への執着度（意識）」と「起業の理念への執着度（起業家への自立志向）」上げ、図表6の通り、「①従来型女性起業家」「②革新型女性起業家」「③家庭型女性起業家」「④急進型女性起業家」という4分類を行っている<sup>26</sup>。各起業家タイプは、「経営ノウハウの習得・蓄積」「人材の確保、取引関係の確立」「資金調達」といった困難性を抱え、それぞれの「従来の性別役割への執着度（意識）」と「起業の理念への執着度（起業家への自立志向）」の高低の差によって、回避の方法を分析している。「社会慣習」については、国家レベルの対策の強化と国民の意識改革を求め、「キャリア形成不足」に対しては、現在行われている創業支援策の見直しと検討を求めている。田中氏の分析は、今日の女性起業家の現状を積極的に捉え、女性起業家の活躍がわが国の社会・経済の活性化への一助となることを示唆している。

図表6 女性起業家の仕事とライフスタイルへの意識

		従来の性別役割への意識	
		高	低
起業家への自立志向	高	①従来型女性起業家 Conventional	②革新型女性起業家 Innovative
	低	③家庭型女性起業家 Domestic	④急進型女性起業家 Radical

(出所)Robert Goffee and Richard Scase(1985), *Women in Charge*, pp. 53-33, George Allen & Unwin. より作成。

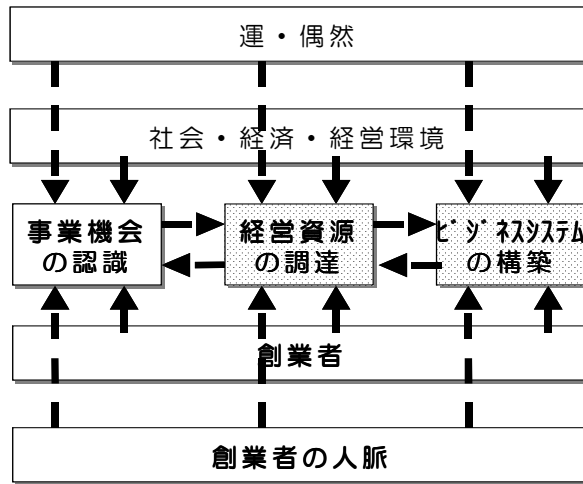
#### 4 ライフスタイルに基づく分類-その2

川名氏は、田中氏同様、女性のライフスタイルに基づく分析を行い、特に既婚女性の創業活動の実態を分析している<sup>27</sup>。

まず、川名氏は図表7の「起業活動のフレームワーク<sup>28</sup>」を活用し、「社会・経済・経営環境」は一般的所与の外部要因、「事業機会の認識」、「創業者」「創業者の人脈」は個人の斯業経験というよりはむしろ、個々人の生活や教育環境に基づくビジネスタレントやビジネスセンスの範疇として位置づけられ、必ずしも性差が阻害要因として抽出されるものではないと指摘する。むしろ「経営資源の調達」や「ビジネスシステムの構築」は、個人の斯業経験から得られるものであり、これまでの勤務経験やそもそも勤務したことのない「非キャリア」にとっての起業における相対的不利を指摘している。

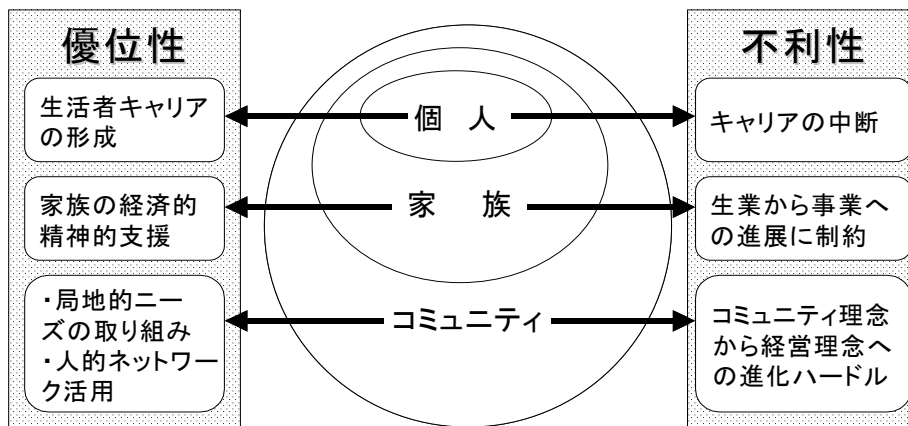
川名氏は、斯業経験のないもしくは少ない者による創業を「非キャリア型創業」と定義し、その代表例として既婚女性の創業に分析対象をしぼった。図表8の通り、活動フィールドを「個人」「家族」「コミュニティ」とレベル分けし、それぞれの優位性・不利性を整理している。「キャリアの中断」「生業から事業への進展に制約」「コミュニティ理念から経営理念への進化ハードル」など既婚女性が抱える不利益が認められつつも、「生活者キャリアの形成」「家族の経済的精神的支援」「局地ニーズの取り組み」「人的ネットワークの活用」といった、これまでの経営原則とは異なる視点からの優位性を見出すことができる。

図表7 起業活動のフレームワーク



(出所) 高橋徳行(2000)『起業学入門』, 通商産業調査会, 28 ページ。

図表8 既婚女性の活動フィールドとその創業の優位性・不利性



(出所) 川名和美(2002)「非キャリア型創業」の現状と特質-コミュニティで発揮される女性创业者の優位性-, 中小企業季報(No. 2), 10 ページ。

上記の通り、女性起業家に関する先行研究を概観し、整理してきた。わが国の女性の経営に関する研究は、1980 年後半から調査・研究対象として着目されたことがはじまりである。90 年代に入ってから、事例研究から抽出された「生活者の視点」「感性豊か」「きめ細かい」「女性らしさ」「女性ならではの」といった、従来型の経営スタイルとは異なる特質性から「女性の創業や経営」についての分析が主流となってきた。ここであげた「業種」「開業動機や開業目的」「ライフスタイル」での女性起業家の分類に関する研究がこれにあたる。

それぞれの問題点や疑問点が整理され、支援策についても検討されているものの、いずれも現状から抜け出すための国や地方公共団体、コミュニティ等の外部からの支援施策を求めるものとなっている。指摘されてきたように、確かに国を挙げた支援策や体制づくりは重要である。今日までも全国的な女性起業家支援塾やセミナーの開催を見ても、女性起業家支援は行われ、その成果を挙げている。しかし、支援施策の整備・拡充を求め待つという消極的対応が女性起業家の活躍の場を広げることに至るのであろうか。そこで、次に、ジェンダー論における女性のエンパワーメントに関する理論枠組を活用し、女性の起業について考察していく。

### Ⅲ 女性起業家のジェンダー・ニーズ

ジェンダー(gender)<sup>29</sup>は、性別に注目した社会の分析枠組みである。ジェンダーは、女性の地位向上の同義語として用いられ混同されているが、社会的・経済的に女性に不利な性別役割の解消を通じて男女平等を実現しようとするものである<sup>30</sup>。経営とジェンダーという組合せによるアプローチはこれまで積極的にはなされていなかった。しかし、ジェンダー論の分析枠組みは、女性の起業に関する研究に多くの示唆を与えてくれるものと期待する。

#### 1 エンパワーメントとジェンダー・ニーズ

地球規模で解決しなければならない問題の一つとして、開発途上国における女性の地位向上問題を解決するため、「開発と女性(Women in Development: WID)」アプローチが1960年代に登場した。WIDの目的は、生産・再生産など経済活動プロセスから除外されている女性を、より効率的で効果的な開発によって組み込んでいくことであった。その後、様々な議論が積み重ねられ、1980年代、男性と女性の社会的関係(支配と従属関係)に焦点をあて、男女間の不平等な関係の解消に伴う、男女双方が意志決定者たるような平等で持続的な開発を目指す「ジェンダーと開発(Gender and Development: GDA)」が登場した<sup>31</sup>。

エンパワーメント(empowerment)とは、このGDAアプローチの中核概念の一つである。「力をつけること」を意味し、女性たちが技術を見に付けたり、収入を得ることにより、抑圧をはねのけ、新しいジェンダー関係を作り上げること、あるいは女性が連携し、協力し合うことで力をつけることを指している。日本では、1990年代に入ってから言及されはじめた<sup>32</sup>。

GDAアプローチを戦略的に実践するためには、女性のエンパワーメントに必要なニーズ、「ジェンダー・ニーズ(gender needs)」を把握することが重要である。なぜならば、女性には、男性とは違うニーズがあるためである。それは女性が担う三重の役割(「再生産活動」「生産

活動」「コミュニティ活動」)のためだけではなく、女性が男性に比べて従属的な地位にいるためである。GDAアプローチの第一人者であるモザーは、開発計画を作成する際には女性たちが抱く関心事に優先順位をつけ、それに沿うものでなければならないと指摘する。そして、ジェンダー・ニーズを「实际的ジェンダー・ニーズ(practical gender needs)」「戦略的ジェンダー・ニーズ(strategic gender needs)」に分類し、GDAアプローチにおける実践的な理論枠組みを構築していった<sup>33</sup>。

図表9の通り、实际的ジェンダー・ニーズは「女性が社会的に受け入れられている役割を通じて気づくニーズ」であり、戦略的ジェンダー・ニーズは「社会のなかで女性が男性に従属する立場にあるために生まれたニーズ」とであると定義されている。具体的な内容は個々の社会の状況によって異なるが、完全なる男女平等を目指すためのニーズであり、そのための社会変革をも包摂する概念である。

**図表9 实际的ジェンダー・ニーズと戦略的ジェンダー・ニーズ**

	实际的 ジェンダー・ニーズ (practical gender needs)	戦略的 ジェンダー・ニーズ (strategic gender needs)
定義	社会に受け入れられている女性の役割に関するニーズ	社会における女性の地位に関するニーズ
目的	「女性の従属という構造に対し、直接的に挑戦するものでもない」(モリニュー, 1985)	女性が男性と平等の地位を得ること。また、女性が置かれている従属的地位を覆すこと。
ニーズの発生	女性が日々経験する具体的現場から生じる。	それぞれの文化や社会、政治状況によって異なる。
満たすべきニーズ	女性の「三重の役割」 「再生産活動」 「生産活動」 「コミュニティ活動」	・性別役割分業の廃止 ・家事労働と育児負担の軽減 ・土地、財産等に関する制度的差別構造の除去 など

(出所)モザー, キャロライン(1996)『ジェンダー・開発・NGO』, 新評論, より作成。

例えば、近年 ICT(Information Communication Technology)の格差、ジェンダー間のデジタル・ディバイドについて問題となっている。グローバル化する政治・経済・文化において、ICTは重要なネットワーク手段であり、情報交換手段である。女性にとっては新たな職業領域の開発ともなりうる。その際、女性が男性に比べて、パソコンと関わる機会が少なく、ツールとしてのパソコンを使いこなす技能を修得する機会が少ない、という問題を抱えたとき、パソコンを支給したり、パソコンの操作に関する勉強会やセミナーを開催したりという「目の前の問題」を解決することを「实际的ジェンダー・ニーズ」を充足したといえる。しかし、単にパ

ソコンが使える技術を習得することと、ICTの活用としての技術を習得することは大きく異なる。パソコンをビジネス・ツールとして活用したり、パソコンの活用そのものをビジネスに転換したりといった男性では職場で自然と身につけているようなものを女性も見に付けていくことが「戦略的ジェンダー・ニーズ」を充足することとなる。

## 2 女性起業家支援とジェンダー・ニーズ

織田氏は、2つのジェンダー・ニーズを女性の起業支援を分析するツールとして用い、女性起業家支援プログラムの開発を行っている<sup>34</sup>。これによると女性が家事・育児・介護などの生活関連分野での創業を考えることが多く、この分野の女性の起業を支援することは、「实际的ジェンダー・ニーズ」に答えることとなる。しかし、实际的ジェンダー・ニーズは、現代社会における性別役割に基づくものであり、「女性らしさ」や「女性ならではの」の起業を強調し、既存のジェンダー役割を強固にする危険をはらんでいると指摘している。一方の「戦略的ジェンダー・ニーズ」とは、女性が起業する際に直面する男女の間の不均等、男女共同参画になっていないものへの欲求であり、女性が起業・経営を行っていく上での抑制要因の解消に答えるものであると分類している。両ニーズは、相対するものではなく、女性の起業のエンパワーメントを相互補完し、その優位性を獲得するものとして捉えられている。

実際、北九州女性起業家支援グループ Venus One も、単に勉強会やセミナーを行う機会を提供する時期は終わり、経済的自立を目指す女性を支援するため、人的ネットワークの形成、チャレンジショップによる起業体験の場の提供などといった「戦略的ジェンダー・ニーズ」に分類できる支援を行うことを特徴としている。

## おわりに

一般的に「男らしいビジネス」という表現は使われず、「女性らしいビジネス」やあえて「女性起業家」といって注目されるのはなぜなのか<sup>35</sup>。

女性起業家そのものについての先行研究を見てきたが、「女性」というものが強調されており、女性という特徴を活かした「起業家」という側面が薄れていると考える。また、「起業家」という側面を強調すれば、それは一般的な起業論に基づく分析となり、女性である必要性が薄れてしまう。そこで、「女性」そのものを研究対象とし理論構築がなされてきたジェンダー論の「エンパワーメント」に着目し、その理論枠組みを活用することにより、女性起業家の現状について考察を試みた。「实际的ジェンダー・ニーズ」「戦略的ジェンダー・ニーズ」は、

女性起業家支援が抱える問題が、両ニーズを両極とした連続帯であることが理解できた。ジェンダーの観点は、単に事例研究や統計などから抽出される特質性や問題点を把握し、解決するというものではなく、女性の起業が社会的経済的な格差から生み出される特質性や問題点を有していると示唆するものである。残された課題としては、これまでなかなか整理されてこなかった「戦略的ジェンダー・ニーズ」である女性が起業する際に直面する男女の間の不均等、男女共同参画になっていないものへの欲求について明確にしていく必要がある。

加えて、北九州女性起業家支援グループ Venus One での活動を通じて、今後は理論と実践の整合性を捉えなおし、実際の支援活動の一助となるよう尽力していきたい。

---

川名和美「非キャリア型創業の現状と特質-コミュニティで発揮される女性創業者の優位性-」、『中小企業季報』(No. 2), 2002年, 1-11 ページ。

<sup>2</sup>川名和美, 同上書, 2 ページ。

<sup>3</sup>「Entrepreneur」を翻訳する際、「企業家」と「起業家」の違いについて問題となる。本論では、角田氏の区分に従い「企業家」を既存企業の中で、新しい技術あるいは製品開発、製造方法、マーケティングなどの新機軸を導入し、既存の事業のリニューアルあるいは再構築を行う人、「起業家」を新しい事業を起こす人とする。角田隆太郎「第2章 起業家とベンチャー企業」金井一頼/角田隆太郎編『ベンチャー企業経営論』, 有比閣, 2002年, 27 ページ。

<sup>4</sup>高橋徳行 a「女性起業家の現状と課題」, 生活起点(2003 Nov.), 2003年, 16-23 ページ。田中恵美子「わが国における女性起業家の現状と課題-女性の創業にかかわる困難性をめぐる一考察」, 明治大学経営学研究所『経営論集』51(2) (通号 167), 2004年, 129-149 ページ。川名和美, 前掲書。

<sup>5</sup>国民生活金融公庫総合研究所編『日本の女性経営者』, 中小企業リサーチセンター, 2003年, 3 ページ。

<sup>6</sup>織田氏は、女性が業を起こすこと自体は最近始まったことではないが、施策として起業を支援することは比較的新しい流れであることを指摘し、(1)経済活性化、(2)就業機会創出、の2つの手段として起業支援の正当性を述べている。加えて、なぜ女性の起業を支援するのか、その理由においては、(1)女性の経済的エンパワーメントとして、限られた雇用機会を拡大するため、(2)少子高齢化社会や産業構造の転換にともなう経済再構築の担い手としての女性の重要性、そして(3)女性の起業は女性を雇用する傾向から、女性のための就業機会の創出、といった3点をあげその正当性を提示している。織田由紀子「女性起業支援プログラムの開発のために」, 『アジア女性研究』, 第8号(1999. 3), (財)アジア女性交流・研究フォーラム, 1999年, 112-126 ページ。

<sup>7</sup>北九州市立男女共同参画センター(ムーブ) [http://www.kix.or.jp/~move\\_we/](http://www.kix.or.jp/~move_we/)

<sup>8</sup>読売新聞 2004年2月17日(北九州版)「福岡ニュース-北九州市に誕生する「Venus One」女性起業家支える女性組織」

<sup>9</sup>柳幸一氏によれば、ベンチャー組織を体系付けるには、まず営利型か非営利型にわけられる。営利型ベンチャーには、すでに法人形態をとり、起業家(アトプオ)を中心としたイノベーションを中核とした新規事業への挑戦を行う「独立型ベンチャー企業」と社内起業家(イトロプオ)を中心とした、企業がすでに存在し、既存企業の革新を目的とする「企業革新型ベンチャー」の大きく2つに分けられる。

柳幸一「序章 ベンチャー企業の位置づけと支援の必要性」松田修一監修『ベンチャー企業の経営と支援』早稲田大学アントレプレヌール研究会, 日本経済新聞社, 2004年, 1-26 ページ。

行政支援の対象となるのは、主として「独立型ベンチャー企業」であり、創業支援、新規事業支援とも呼ばれている。

<sup>10</sup>メンバーには、北九州市の女性経営者・起業家をはじめ、税理士、弁護士、行政書士といった経営に関わる専門家や、SOHOを営む方、企業に勤務する方と年齢も幅広く各種多様な人材が集まっている。スタッフは女性だけだが、会員(2004年9月現在 200名; 個人会員・法人会員)には男性も参加されている。現在特定非営利活動法人(NPO法人)申請準備中。

<sup>11</sup>「インキュベーション(incubation)」とは、もともと鳥の卵などを孵化させるという意味である。「ビジネス・インキュベーション」となると、事業の「卵」を孵化=事業化されるということの意味する。「インキュベーター(incubator)」は、孵化を助ける装置を意味すると同時に、人間などの未熟児が入る保育器という意味をもつ。この意味から、「ビジネス・インキュベーター」とは、ビジネスのアイデアを事業化させ、市場というビジネス環境において自力で生存できるまで育てる機能を意味している。育てられる対象は、「インキュベティ」と呼ぶ。

鹿住倫世「第8章 インキュベーション」金井一頼/角田隆太郎編『ベンチャー企業経営論』, 有比閣, 2002年, 222 ページ。

<sup>12</sup>Venus One ホームページ <http://www.venus-one.com>

<sup>13</sup>高橋徳行 a, 前掲書。

<sup>14</sup>江上節子「米国に学ぶ女性起業家の創出」『調査月報』, 国民生活金融公庫(May. 2001, No. 481), 2001年, 38-41 ページ。; 真弓敦子「女性起業家支援プロジェクトの推進」, サクセス・キャリア・アカデミー女性起業家の支援, <http://www.sosgakuen.com/sien/jyoseikigyoka.htm> ;

<sup>15</sup> 米国には女性起業家・経営者の実体を捉える3つの公的統計調査が行われている。(1)5年に1度実施される米国センサス局の「女性所有企業調査(Survey of Women-Owned Business Enterprises)」、(2)毎月実施される労働統計局による雇用形態の把握。(3)毎年の税務申告において把握することのできる内国歳入庁の調査である。

<sup>16</sup> 1974年に制定された融資機会均等法(Equal Credit Opportunity Act of 1974)を筆頭に、1979年にはOffice of Women's Business Ownership(OWBO)を設置。OWBOでは、女性起業家の経済活動への参加を促進することを目的とし、Women's Business Center(WBC)を全国に組織展開している。1994年には、1988年に制定されたWomen's Business Ownership Actに基づき全米女性ビジネス評議会(National Women's Business Council)を設置。上記のほか、米国には女性起業家を支援する法律や制度の整備が進められている。

<sup>17</sup> 日経ビジネス2004年7月29日号、佐々木かをり「経済貢献の観点から女性経営者を支援せよ」、142ページ。高橋徳行b「女性起業家の競争優位-事業機会の独自性とビジネスの展開能力-」、『調査月報』(Oct. 2004, No. 498)、国民生活金融公庫、2002年、4-15ページ。

<sup>18</sup> 国民生活金融公庫総合研究所「2003年度 新規開業実態調査」、2003年。

<sup>19</sup> 高橋徳行 a, 前掲書。

<sup>20</sup> 高橋徳行 a, 前掲書。

<sup>21</sup> 田中恵美子, 前掲書。中小企業庁『中小企業白書』。国民生活金融公庫総合研究所「女性経営者に関する実態調査」、2002年。

<sup>22</sup> 「グラスシーリング(Glass Ceiling)」とは、女性の高学歴化とともに女性の社会進出が進んだものの、企業、特に大企業の中で地位を極めるのは用意ではなく、中長期的な展望が見えず限界を感じることを指す。

<sup>23</sup> 上野勝代, 川越潔子, 小伊藤亜希子, 室崎生子『女性の仕事おこし, まちづくり-男女共同参画社会へのエンパワーメント』, 学芸出版社, 2002年, 10ページ。

<sup>24</sup> 上野勝代, 川越潔子, 小伊藤亜希子, 室崎生子, 前掲書, 10ページ。

<sup>25</sup> 大石友子「女性起業家の未来と役割」『調査月報』(Feb. 2000, No. 466)、国民生活金融公庫、2000年、38-39ページ。

<sup>26</sup> 女性起業家の4分類の各内容は下記の通りである。「①従来型女性起業家：女性が占める割合が高い飲食店、美容院等の専門技能を形成するタイプ。最近では主婦を中心とした社会参加や自己実現を求める育児、介護といったニュービジネスに代表される起業家。

②革新型女性起業家：実質的には男性と同様のキャリアを蓄積し、雇用労働を通じた能力評価への不満が独立意欲となって芽生えている場合等、その多くは能力発揮の場を迫及したベンチャー型ビジネスを推進するタイプ。

③家庭型女性起業家：家事、育児の性別役割を重視しているために時間的拘束を受けない自己雇用を目的としたタイプ。SOHOをはじめとする家庭内のできるビジネスに代表される起業家。

④急進型女性起業家：社会的意義を目的とするグループや共同所有的なグループが介護保険法の制度化等をきっかけとして、市場の成長性を見込み事業化するタイプ。福祉ビジネス等にみられるNPOやワーカーズ・コレクティブをあげることができる。」田中恵美子, 前掲書。

<sup>27</sup> 川名和美, 前掲書。

<sup>28</sup> 高橋徳行『起業学入門』, 通商産業調査会, 2000年。

<sup>29</sup> ジェンダー：セックスは、生物学的な男女の違いを意味し、ジェンダーは社会・文化的な男女間の関係を意味する。したがって、ジェンダーは男と女ということではなく、男女のつながりを示唆し、かつ社会的に培われた関係を示す。ジェンダー関係は、状況に依存するものなので、しばしば経済的状況の変化に応じて変わる。

<sup>30</sup> 田村慶子・織田由紀子編『東南アジアのNGOとジェンダー』, 明石書店, 2004年, 13ページ。

<sup>31</sup> 田中由美子・大沢真理・伊藤るり編『開発とジェンダー-エンパワーメントの国際協力』, 国際協力出版会, 2002年。

<sup>32</sup> 村松安子・村松康子編『エンパワーメントの女性学』, 有斐閣選書, 1995年。

<sup>33</sup> モーザ, キャロライン『ジェンダー・開発・NGO』, 新評論, 1996年。

<sup>34</sup> 織田由紀子, 前掲書。

<sup>35</sup> 国民生活金融公庫総合研究所編, 前掲書。