

2002年4月12日

女性起業家の現状と経営的特徴

国民生活金融公庫総合研究所

主席研究員 高橋徳行

Noriyuki Takahashi

目次

はじめに

I 女性起業家の現状

- 1 女性起業家数
- 2 米国の現状

II 女性起業家の経営的特徴

- 1 事業分野
- 2 経営活動
- 3 経営者
- 4 性差の有無

III 女性起業家に期待されるもの

- 1 経済社会に果たす役割
- 2 女性起業家のダイナミズム

おわりに

Noriyuki Takahashi

はじめに

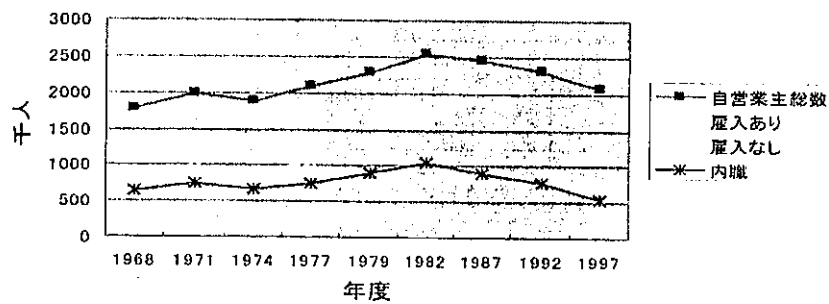
- 日本の女性起業家数は減少傾向
 - 欧米は増加する中での関心の高まり
 - 日本は減少する中での関心の高まり
- “点”情報による多様なイメージ
 - テンプスタッフから内職まで
- 基本的データの不足
 - 経営者を性別に尋ねた官庁統計がほとんどないこと
例)個人企業経済調査(総務省)、法人企業統計調査(財務省)
 - シンクタンクによる調査も不十分

Noriyuki Takahashi

I 女性起業家の現状(女性起業家数)

自営業主は減少傾向

図1 女性自営業主数の推移



資料：総務庁統計局(現総務省)「日本の就業構造-就業構造調査の概況」(1987年度)
総務庁統計局(現総務省)「就業構造基本調査報告」(各調査年度版)
(注)農林業は含まない

Noriyuki Takahashi

I 女性起業家の現状(女性起業家数)

先進国の中では特異な現象

表1 先進国諸国における自営業主の増減率(単位: %)
(1990-1997)

	男	女
オーストラリア	-0.2	0
ベルギー	1.4	1.9
カナダ	3.8	6.5
フィンランド	0.1	0.9
フランス	-0.9	0.6
ドイツ	5	6.4
イタリア	-0.2	0.1
日本	-0.8	-2.8
韓国	5	5.2
スペイン	1.2	2.6
英国	-1.5	-1
米国	-0.2	1.9

資料: OECD(2000), Employment Outlook

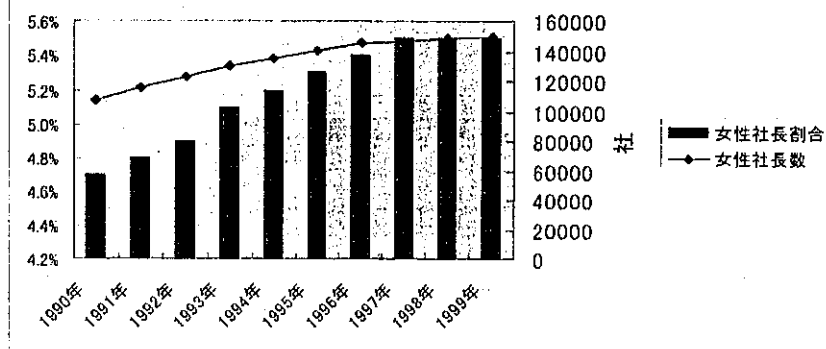
(注) 非農林業の数字である。

Noriyuki Takahashi

I 女性起業家の現状(女性起業家数)

女性社長数(法人数)は増加

図2 女性社長数とその割合



資料: 法人数の母数に就いては国税庁「同僚序続出年報」(各年版)。女性社長割合は帝国データバンク調べ。
(注) 女性社長数は、帝国データバンク調査による女性社長割合に同僚序調査による法人数を乗じて求めたものである。

Noriyuki Takahashi

I 女性起業家の現状(女性起業家数)

自営業主+法人では減少傾向

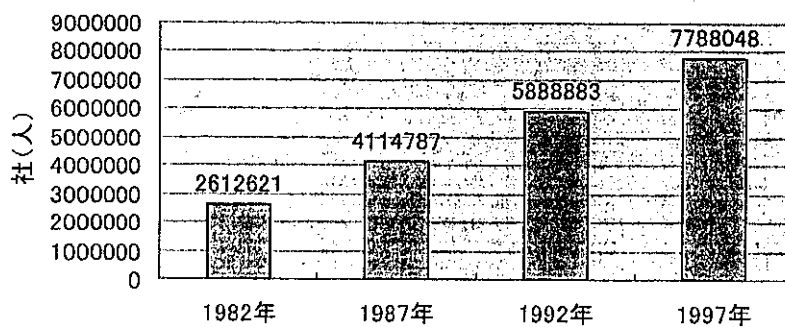
- 非農林自営業主+法人
•244万人(92年)から223万人(97年)
- (内職除き)非農林自営業主+法人
•166万人(92年)から168万人(97年)
- (雇用あり)非農林自営業主+法人
•49.6万人(92年)から49万人(97年)

Noriyuki Takahashi

I 女性起業家の現状(米国の現状)

米国の女性起業家数は15年間で3倍に

図3 米国の女性企業数の推移(農林業含み)

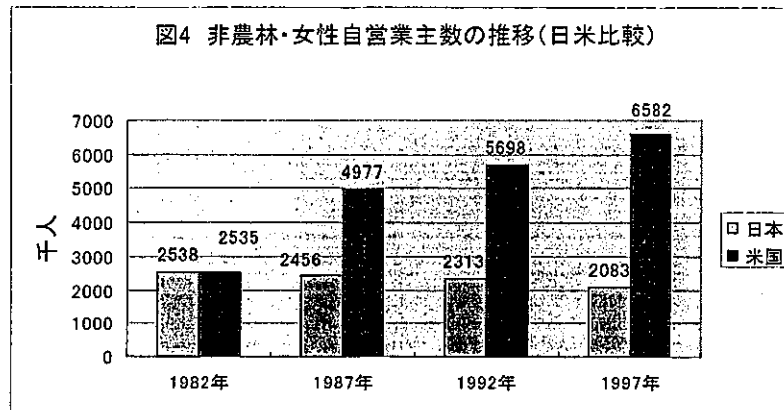


出所 SBA(1998), Women in Business

- 注 1. 個人事業主、パートナーシップ、S-Corporationの名目であり、C-Corporationは含まれない
 - 注 2. 97年の数字は推定値である
 - 注 3. 女性企業の定義は07年調査(2001年3月発表)から変わったが、図3は旧定義に基づいた数字である。
- ちなみに、新定義では女性と男性の割合や所有割合が同じ企業は女性企業から持分均等企業に定義変更がなされた

Noriyuki Takahashi

日米の女性起業家数の差は急拡大



資料：図1と同3に同じ

Noriyuki Takahashi

米国で女性起業家が増加した背景

- ・ プッシュ要因
 - ・ ガラスの天井
 - ・ 離婚率の増加
- ・ プル要因
 - ・ 自営業所得の相対的増加
 - ・ ロールモデルの存在
 - ・ 連邦政府の取り組み
- ・ 歴史的背景
 - ・ 植民地時代に小売業主の半数が女性(都市部・アングロサクソン)
 - ・ 19世紀はじめに本格的な女性経営者が登場

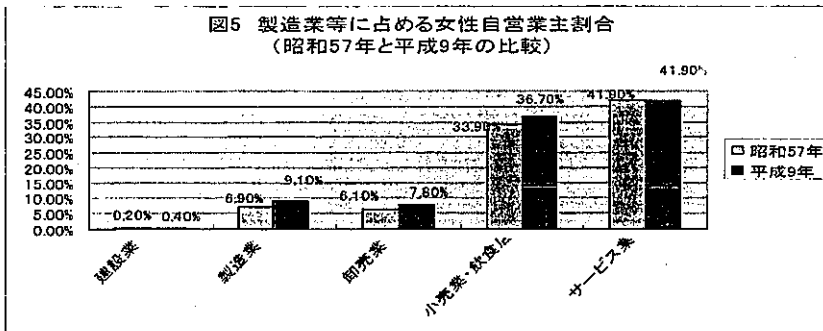
Noriyuki Takahashi

II 女性起業家の経営的特徴(事業分野)

小売業・飲食店・サービス業に多い

- B to B よりも B to C に集中
 - キャリア形成の特徴と密接に関連(非管理職や主婦からの起業割合が高い)
 - ビジネスシステムが複雑ではない業種を選択
 - 米国でも傾向は同じ

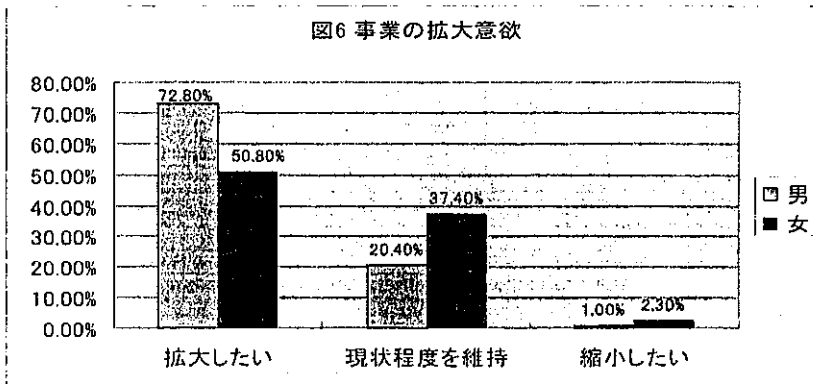
図5 製造業等に占める女性自営業主割合
(昭和57年と平成9年の比較)



II 女性起業家の経営的特徴(経営活動)

拡大志向は比較的弱い

図6 事業の拡大意欲



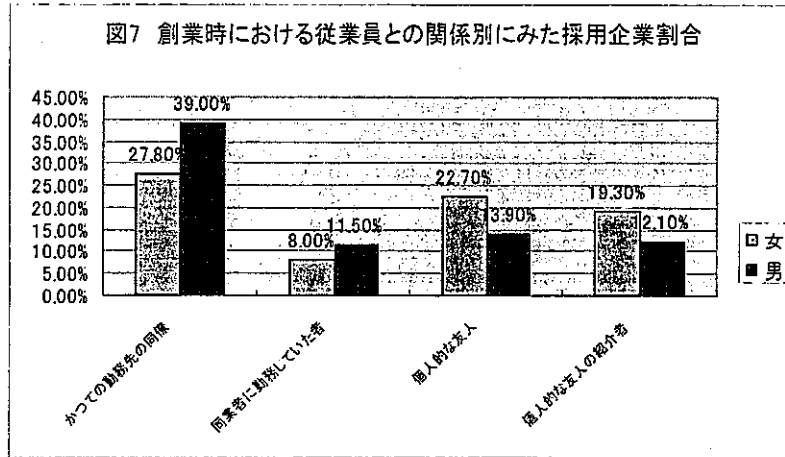
資料：国民生活金融総合センター「新規開業実態調査」(2000年度)

Noriyuki Takahashi

II 女性起業家の経営的特徴(経営活動)

個人的なネットワークを活用

図7 創業時における従業員との関係別にみた採用企業割合

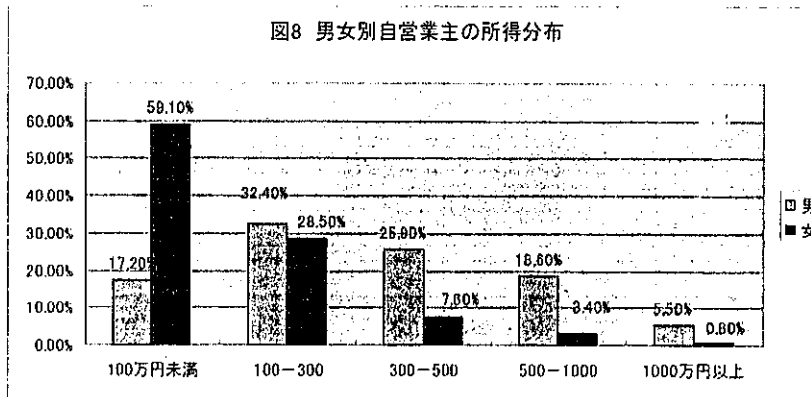


Noriyuki Takahashi

II 女性起業家の経営的特徴(経営活動)

所得は高くない(就業構造基本調査)

図8 男女別自営業主の所得分布

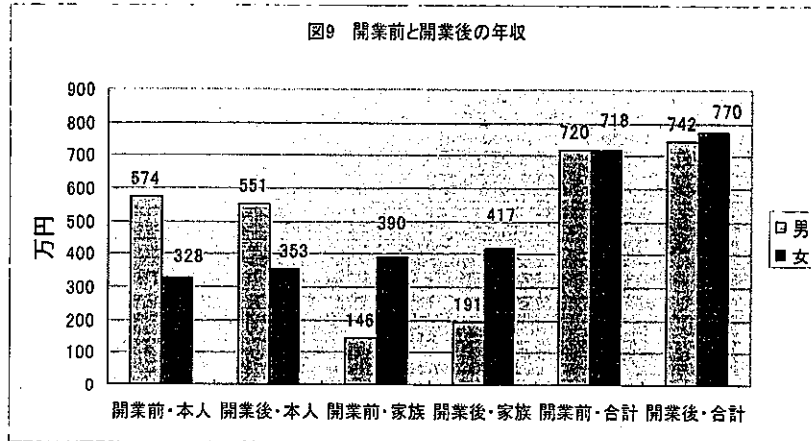


資料：同上に同じ
 (注) 農林業および内職を含んだ数字である。

Noriyuki Takahashi

Ⅱ 女性起業家の経営的特徴(経営活動)

年収も低い(新規開業実態調査)



Noriyuki Takahashi

Ⅱ 女性起業家の経営的特徴(経営者)

非キャリア型開業割合が高い

表2 開業直前の職業

開業直前の職業	男性		女性	
	割合	人数	割合	人数
会社や団体の常勤役員	15.2%	10	4.6%	10
勤務者・管理職	38.0%	25	14.4%	35
勤務者・管理者以外	36.5%	24	35.1%	85
派遣社員・契約社員	0.9%	1	3.6%	9
パートタイマー等	1.7%	1	5.4%	13
専業主婦	0%	0	10.2%	25
家族従業員・家業手伝い	1.3%	1	5.2%	13
その他	6.4%	4	11.5%	28

資料：同前同前

Noriyuki Takahashi

Ⅱ 女性起業家の経営的特徴(経営者)

収入動機は弱い

- 起業家になろうとした理由(抜粋)(二つまでの複数回答)
 - 働きに応じた収入が得られる(男性34.2%, 女性24.3%)
 - 自分の裁量で仕事ができる(男性63.0%, 女性54.4%)
 - 家族と過ごす時間が増やせる(男性3.1%, 女性7.5%)
- 現在の事業分野を決めた理由(抜粋)(二つまでの複数回答)
 - これまでのキャリアを生かせる(男性46.5%, 女性34.4%)
 - この仕事が好きだから(男性24.5%, 女性36.1%)
 - 自分の趣味・特技を生かせる(男性8.6%, 女性16.4%)

資料:国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」(2000年度)

Noriyuki Takahashi

Ⅱ 女性起業家の経営的特徴(性差の有無)

「女性だから」では説明できない経営的特徴(1)

表3 戦略決定要因別にみた拡大志向(拡大したい割合)

戦略決定要因	項目	男	女
キャリア・スキル	会社や団体の常勤役員	80.5%	85.7%
	勤務者・管理職	77.5%	54.5%
	勤務者・管理職以外	66.0%	43.9%
	パートタイム・アルバイト	67.7%	42.6%
	家族従業員・家事手伝い	75.0%	42.5%
業種(事業分野)	製造業	74.0%	60.0%
	卸売業	77.5%	62.5%
	小売業	77.1%	63.9%
	飲食店	63.5%	43.8%
	一般消費者向けサービス業	72.8%	41.3%
	事業所向けサービス業	82.8%	84.6%
動機・目的	働きに応じた収入が得られる	69.8%	44.6%
	勤務者より多くの収入が得られる	73.1%	47.4%
	自分の裁量で仕事ができる	71.9%	50.0%
	家族と過ごす時間が増やせる	57.9%	47.8%

資料:国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」(平成12年度)

(注)1 女性経営者のサンプル数の少ない卸売業、建設業、運輸業は除いた

2 専業主婦は男女間で比較できないので、会社や団体の非常勤役員、学生、派遣社員はサンプル数が少ないので除いた

3 動機・目的については抜粋である

Noriyuki Takahashi

II 女性起業家の経営的特徴(性差の有無)

「女性だから」では説明できない経営的特徴(2)

- 起業者と断念者との違い
 - 配偶者のいる割合(起業者66.5%, 断念者76.8%)
 - 配偶者が財政的に協力的である割合(起業者33.5%, 断念者13.0%)
 - 配偶者の家事・育児に協力的ある割合(起業者38.3%, 断念者18.8%)
 - 働く必然性が強い割合(起業者53.2%, 断念者31.9%)

資料: かながわ女性センター「女性と起業に関するアンケート調査」(2001年)

Noriyuki Takahashi

III 女性起業家に期待されるもの(経済社会に果たす役割)

経済活動と女性起業家活動

- 日本の起業活動水準は最低レベル(29カ国中28位)
- 起業活動水準と経済成長率は正の相関関係
- 全体の起業活動水準と女性の起業活動水準も正の相関関係
- 日本の女性起業家活動も最低レベル(29カ国中26位)
- プル型(事業機会追求型)よりもプッシュ型(生活手段追求型)が経済成長との関係が深い
- ただし、Gender Empowerment Measureとプッシュ型開業は負の相関関係

資料: Global Entrepreneurship Monitor(2001)

Noriyuki Takahashi

Ⅲ 女性起業家に期待されるもの(経済社会に果たす役割)

女性起業家が開拓した事業分野(抜粋)

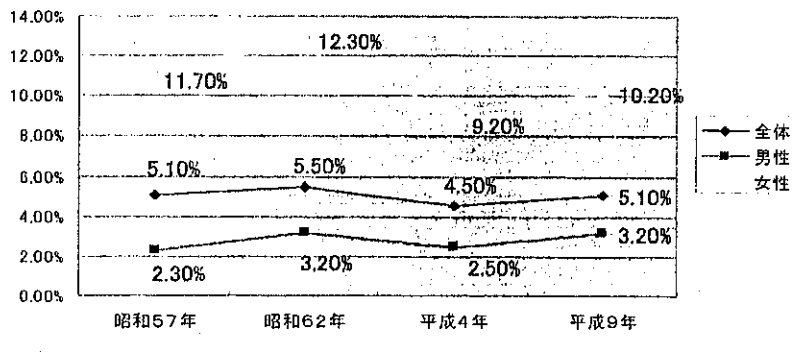
- 添乗員派遣ビジネス(ツーリズムエッセンシャルズ)
- 生理用品(アンネ)
- 人材派遣ビジネス(テンプスタッフ)
- 正月用飾用品(飾一)
- 24時間保育(プティット)
- 献立ソフト(病院や福祉施設の献立業務に携わる栄養士の仕事の効率化を図るソフト)(タス)
- 社会責任投資(SRI)の格付サービス(インテグレックス)

Noriyuki Takahashi

Ⅲ 女性起業家に期待されるもの(女性起業家のダイナミズム)

男性を上回る女性の開業率

図10 開業率の推移



※注：総務省「総務省」が公表している「開業率」(1/1)より算出。
注1：ここでは、新規開業率(新規会社+新規起業家)/総数(開業して自営業主であった人)によって計算している。
注2：農林など1次産業を含む。

Noriyuki Takahashi

Ⅲ 女性起業家に期待されるもの(女性起業家のダイナミズム)

男性を上回る女性の開業希望者の伸び

表4 開業希望者(自分で事業をしたい)の推移(単位:千人)

	男性	うち求職者(準備中)	女性	うち求職者(準備中)	男女合計	うち求職者
1977年度	811	370	117	48	929	418
1979年度	867	375	146	63	1013	438
1982年度	836	376	150	72	985	448
1987年度	948	410	179	79	1127	489
1992年度	928	390	198	94	1126	484
1997年度	1021	462	222	111	1244	573

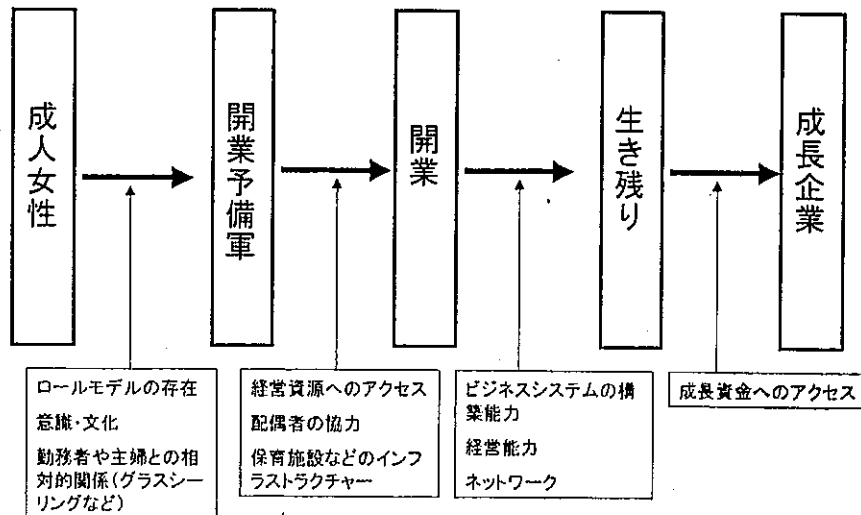
資料:図10に同じ

注) 現在雇用者で転職希望がある者のうちの開業希望者数である。無職の者は含まない。

Noriyuki Takahashi

Ⅲ 女性起業家に期待されるもの(政策の枠組み)

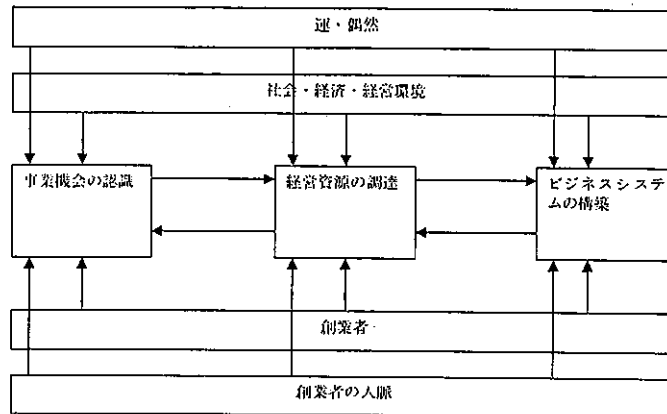
段階の特性に応じた支援



Noriyuki Takahashi

Ⅲ 女性起業家に期待されるもの(政策の枠組み)

(参考) 起業活動の概念図



出所: 高橋徳行(2000)「起業学入門」

Noriyuki Takahashi

おわりに

- 起業活動の光と陰
 - 米国も女子労働者の多くは雇用者として吸収
- 実態を反映した支援策
 - ステレオタイプからの脱却
- 調査活動の充実
 - 経営実態調査に女性・男性の視点を
- 国民公庫総合研究所における2002年度のテーマ調査
 - 実態把握への期待

Noriyuki Takahashi

女性起業家の現状と経営的特徴

国民生活金融公庫総合研究所 上席主任研究員
高橋 德行

要 旨

昨今、女性起業家に対する関心が高まる中で、関心の高まりは必ずしも実態を反映しておらず、実態とイメージの乖離も目立つ。わが国ではそもそも女性起業家数は減少しており、それは先進諸国の中では特異な現象である。

米国などと比べると女性起業家に関するデータや調査・研究は驚くほど少ないという制約条件はあるものの、本稿では総務省「就業構造基本調査」と国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」に基づいて、女性起業家の現状と経営的特徴を概観する。

女性起業家数の推移をみると、内職だけではなく、企業的経営を行っている層も減少傾向にある。1980年代前半には米国とほぼ同数であった女性起業家数は、最近20年で米国の3分の1以下になっている。

女性起業家の経営的特徴としては、i) 事業分野は小売業、飲食店、個人向けサービス業が多い、ii) 拡大志向が弱い、iii) 創業時の人材確保に個人的ネットワークを活用している、iv) 企業規模や所得が小さい、v) 管理職経験者割合が低い、vi) 仕事が好きであることや趣味や特技の活用が事業分野の決定理由となっている割合が高いということがあげられる。これらの個々の特徴は、それ以外の女性起業家が持つ特徴と相互に影響し合っている結果と考えられる一方で、既存の調査では明らかにされていない女性起業家が持つ特性も重要な要因と推測される。

女性起業家の絶対数が増え、裾野が広がると、正規分布のルールによって、スーパースターも生まれ、彼女たちがロールモデルとなる好循環も期待できる。そこに至るまで、女性起業家育成を経済政策として位置づけること、そのための基本的なデータ整備や調査・研究を充実させることが遠回りのように見えて、女性が活躍できる土壌づくり、ひいてはわが国経済に再び活気を呼び戻すための近道と思われる。

はじめに

欧米では、女性起業家をテーマとする論文・書籍等の多くは、「最も成長著しいセクター」という趣旨の書き出しで始まる¹。まず、女性起業家の経済社会における相対的地位の拡大が観察され、そのことによってさまざまな問題意識が展開されている。

わが国も、新聞や雑誌などを見る限り、女性起業家に対する関心は高まっているものの、関心の高まりは必ずしも実態を反映しているわけではなく、実態とイメージはかなり乖離している²。わが国ではそもそも女性起業家数は減少しており、また、マスコミなどが取り上げる女性起業家を全体像に当てはめると、それは新規開業企業のすべてを急成長型企业と想定するのと同じ過ちとなる。反対に非熟練技能と低賃金に依存した内職を全体像に適用するのも実態を正確に捉えていない。在宅型自営業主、つまりSOHOと呼ばれる女性起業家の中には、高学歴であり、しかも情報の生産工程に欠かせないプロセスを担っている人も少なくない³。

このように、女性起業家に対する見方がさまざまである理由の一つは、男性に比べて女

性が多様であるからだ。配偶者の所得に依存した副業的な起業家もいる一方で、グループ全体では年商1,000億円近い、テンプスタッフ株式会社の篠原欣子社長までさまざまである。もう一つは、データや調査に基づいて女性起業家全体を俯瞰せず、個々の事例といった“点”の情報をもとに判断する傾向があるからである。

米国と比べると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。女性起業家の全体像を捉えるといっても、それは異なった統計を足し合わせ、しかも推計を交えて何とか“数”を把握できるにすぎない。女性起業家によって生み出された売上高や雇用数などは調べようもないのが現状である⁴。また、経営活動の全体像もほとんど明らかにされていない。わが国には個人企業の経営状況を把握する調査として「個人企業経済調査」(総務省)があり、法人企業の経営状態を把握する調査として「法人企業統計調査」(財務省)がある。しかし、両者ともに経営者の性別を調査項目に採用していないので、個票にさかのぼっても女性起業家の実態を知ることはできない。「個人企業経済調査」は、従業員の性別を尋ねているものの、経営者本人の性別は調査対象外なのである。

¹ 例えば、Dorothy P. Moore and E. Holly Buttner (1997), Women Entrepreneur, Sage Publications は、「1975—90年にかけて2倍に増えた女性企業が女子雇用創出に大きな貢献を行った」という書き出しから始まっている。

² 「女性起業家デフレ日本を救う」[Yomiuri Weekly] (2001.12.9) では、日本の女性社長数は約6万人、米国では900万以上と、法人だけの日本のデータと法人と自営業主を足し合わせた米国のデータを比較しているために、両国の差が実態より大きくなっている。

³ SOHO シンクタンク編 (2001) 「SOHO 白書」(同友館)によると、SOHOの58.9%は女性であり、35.4%が大学卒である。

⁴ 米国では、U. S. Census Bureau が67年より現在行われている方法によって、下4桁が2と7で終わる年、つまり5年ごとに女性起業家の全体像を把握できる調査を実施している。この調査によって、女性起業家数、売上高、雇用数を経営形態別に知ることができる。

女性起業家の現状と経営的特徴

ここでは、そのような制約条件のもとで、現在利用可能なデータを使いながら、女性起業家の全体像と経営的特徴をみていきたい。

女性起業家の実態を知る上で、わが国で重要な調査は、総務省「就業構造基本調査」と国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」である。「新規開業実態調査」については必要に応じて個票にさかのぼり、再編加工を行った。なお、本文中では、女性起業家のことを女性経営者と言っているところもある。いずれも女性自営業主か法人の女性社長もしくは代表者を指している。

I 女性起業家の現状

1 女性起業家数

(1) 自営業主

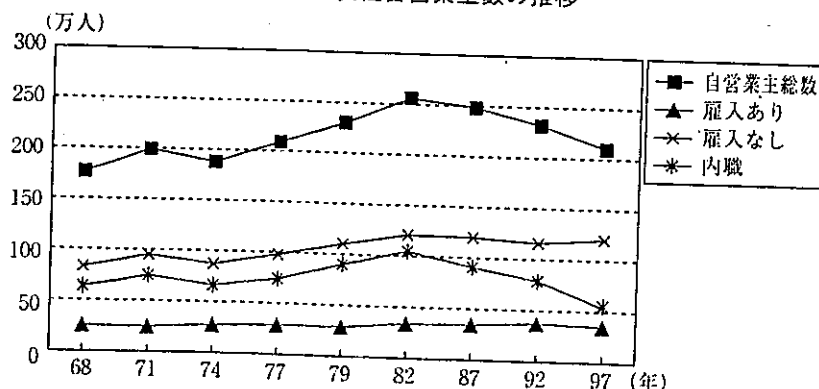
女性起業家は経営形態別にみると自営業主と法人の代表者に分かれる。わが国で正確に把握できるのは自営業主の数であり、法人の代表者は推計に頼らざるを得ない。まず、総

務省「就業構造基本調査」で女性の自営業主をみると農林業含みで231万人である。82年の299万人をピークに減少を続けている。非農林業でも、女性のピーク年は82年(253万人)と変わらない。農林業の産業構造におけるウエートの低下要因を除いても、女性の自営業主の減少傾向には変わりはない(図1)。

また、女性の場合、内職のウエートが高く、その内職の減少が著しい。しかし、内職を除いても女性起業家数は減少傾向にある。「雇人あり」は92年がピークであり(37万人)、97年は34万人と減少に転じた。「雇人なし」のピークは87年であり(122万人)、97年は119万人に止まっている。

このような女性自営業主の減少は、先進諸国の中では特異な現象といえる。OECDの「エンプロイメント・アウトルック」(2000年)によると、90—97年にかけて、女性自営業主が減少した国は日本と英国だけである(表1)。しかし、英国は、失業対策を主たる目的とした創業促進政策によって、79—90年にかけて8.9%と増加した反動が大きい⁵。

図1 女性自営業主数の推移



資料：総務庁統計局（現・総務省）「日本の就業構造—就業構造調査の解説」（1997年）
総務庁統計局（現・総務省）「就業構造基本調査報告」（各調査年版）

(注) 農林業は含まない。

⁵ 英国では、80年代に開業支援のために企業開設手当制度（Enterprise Allowance Scheme）が導入され、87—88年のピーク時には10万人以上の失業者が自営業になったといわれている。

表1 先進国諸国における自営業主の増減率
(1990—1997)
(単位：%)

	男	女
オーストラリア	-0.2	0.0
ベルギー	1.4	1.9
カナダ	3.8	6.5
フィンランド	0.1	0.9
フランス	-0.9	0.6
ドイツ	5.0	6.4
イタリア	-0.2	0.1
日本	-0.8	-2.8
韓国	5.0	5.2
スペイン	1.2	2.6
英国	-1.5	-1.0
米国	-0.2	1.9

資料：OECD (2000), Employment Outlook
(注) 非農林業の数字である。

一方、日本は79—90年の間の増減率は0.0%であり、英国のような特殊要因はないにもかかわらず、減少幅が最も大きくなっている。

(2) 法人

次に女性が社長もしくは代表者（以下、社長）である法人数をみてみよう。法人の場合、自営業主とは違い性別統計がないので企業数は推定に頼らざるを得ない。ここでは、「国税庁統計年報書」によって法人数全体の数を把握し、次に民間の帝国データバンクの調査データにより女性社長割合を取り、両者を乗じることにより、女性が社長である法人数を推定する。

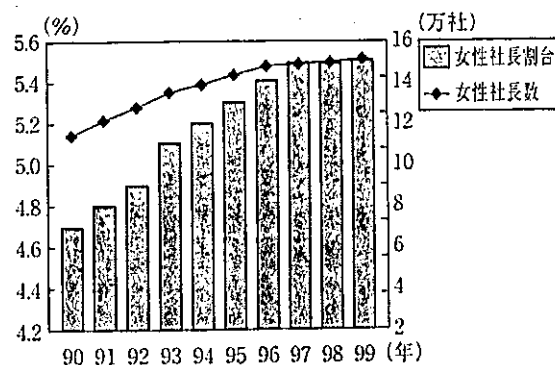
まず、「国税庁統計年報書」により、法人数（会社等、企業組合、相互会社、医療法人の合計であるが、ほとんどは会社等である）の推移をみると、90年の228万社から一貫して上昇しており、99年には273万社になって

いる。帝国データバンクによる女性社長の割合は90年の4.7%から99年は5.5%まで上昇しているが、割合自体はここ数年横ばい傾向が続いている。その結果、女性社長の法人数は、法人数そのものの増加に支えられ、90年の10万7,160社から99年は15万150社まで増加したと推定される（図2）。

このように、女性起業家の数を把握するには、推計を行ったり、異なった統計を足し合わせたりしなければならない。そうした制約条件のもとでみると、女性起業家数は自営業主の減少により全体としては減少している。

自営業主プラス法人は、92年から97年にかけて、244万3,000人から223万1,000人へと減少した。内職除きの自営業主プラス法人になると166万1,000人から168万3,000人と微増しているものの、企業的経営を行っていると思われる「雇入あり」の自営業主と法人数の合計は、49万6,000人から49万人と微減に転ずる。いずれにしても統計でみる限り、女性起業家の数は減少もしくは横ばい傾向にある。女性起業家への関心が高まる中で、数の上では必ずしもその期待に応えていないのが現状である。

図2 女性社長数とその割合



資料：法人数の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) 女性社長数は、帝国データバンク調べによる女性社長割合に国税庁調査による法人数を乗じて求めたものである。

2 米国の現状

(1) 女性企業数とその割合

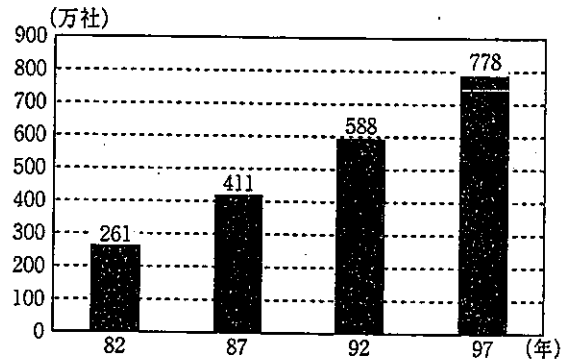
次に、“起業”先進国といわれる米国の現状をみってみる。この際、米国は女性企業の定義がわが国と異なるので注意が必要である。日本では、社長もしくは事業主の性別で単純に分類されているが、米国の場合は92年調査までは、法人における持分や個人企業における所得が半分以上、97年調査以降は、持分や所得が半分超であることを女性企業⁶の条件としている。ここでは、統計の連続性のため、旧定義による女性企業数の推移をみている。

米国では急激な勢いで女性企業は増加している。82年には261万社（人）であったものが、97年（推計値）には778万社（人）と約3倍となっている（図3）。

非農林業の自営業主の推移を日米で比較すると、82年時点ではほぼ同数であったものが、それ以降、急速に差が開いてきた（図4）。

自営業主における男女合計に占める女性割合も、日本は35.7%（82年）、35.3%（87年）、35.3%（92年）、33.5%（97年）とほぼ横ば

図3 米国の女性企業数の推移（農林業含み）

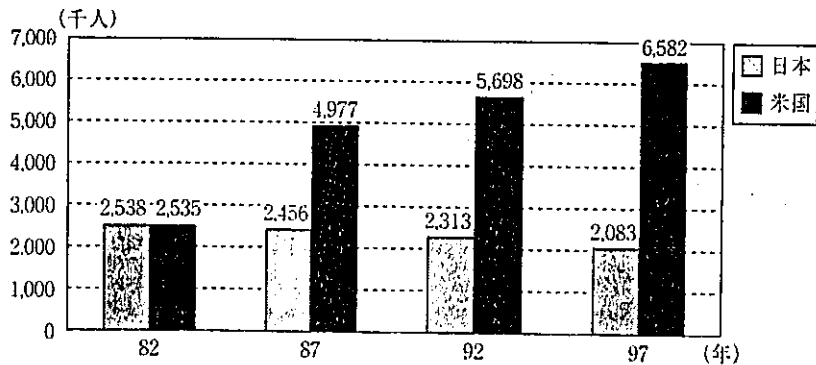


資料：SBA（1998）、Women in Business

- (注) 1. 個人事業主、パートナーシップ、Sコーポレーションの合計であり、Cコーポレーションは含まれない。
 2. 97年の数字は推定値である。
 3. 女性企業の定義は97年調査（2001年3月発表）から変わったが、図3は旧定義に基づいた数字である。
 ちなみに、新定義では女性と男性の持分や所得割合が同じ企業は女性企業から持分均等企業に定義変えがなされた。

いで推移してきたが、米国では、26.1%（80年）、31.3%（89年）、33.0%（92年）、34.1%（97年）と、この間、急上昇している。しかし、それでも全体に占める女性起業家割合は日本が極端に低いわけではない。むしろ、女性起業家割合だけでみるならば、80年代に日本と比べてかなり低かった米国がわが国の水準に近づいてきたという見方もできる。

図4 非農林・女性自営業主数の推移（日米比較）



資料：図1と図3に同じ

⁶ 女性企業は、Women-Owned Businesses を訳したものである。正確には女性所有企業であるが、ここでは女性企業とした。

(2) 米国における急激な変化の背景

戦後、米国において女性による起業活動が活発化したのは70年代後半である⁷。第二次世界大戦で多くの男性が戦場に駆り出されたため、女性の職場は広がったものの、戦争が終わると多くの女性は再び家庭に戻り、当時の米国でもよほど必要がない限り、女性が外に働きに出ることはなかった。まして、自分で事業を起こそうとする女性はさらに少なかった⁸。

それでは、なぜ、70年代後半から女性起業家が増えてきたのか。起業活動はさまざまな要因が影響するものであるから、ただ一つの要因によって説明できるものではない。ここでは、女性を起業の世界に押し出す（プッシュ）要因と起業の世界に引っ張る（プル）要因、そして社会的制度の三つに分けて、女性の起業活動に強い影響を与えたと思われるものをいくつか示したい。

プッシュ要因は起業する目的や動機のネガティブな側面であり、代表的なものとして「ガラスの天井（Glass Ceiling）」があげられる。

米国では、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容易ではなく、今も状況は大きく改善されていない。政界、法曹

界、学界、文学・芸術界などでは着々とトップへの道を切り開いてきたものの、女性が大企業の経営者になることは「最後の厚い壁」と称され、実業界での出世は容易ではない⁹。

98年時点において、大学卒以上の学歴を持つ割合が、65歳以上では女性が11.2%、男性が19.8%であったものが、25—34歳においては女性が28.7%、男性が26.2%と逆転し、70年には43.3%であった女性の労働力率が98年には59.8%まで上昇する中で、米国の大企業の代名詞であるフォーチュン500社のうち、女性が経営最高責任者を勤めている会社はわずか4社にすぎない。また、経営最高責任者を含めたトップクラスの職を有する割合は5.1%に止まっている¹⁰。

このような状況のもとで、ガラスの天井を理由に会社勤めを辞めて起業する女性が多い。米国カタリスト協会が97年9月に実施した調査によると、民間企業を退社して起業した女性の29%がガラスの天井を主な理由にあげている。また、その割合は最近になるほど高まる傾向がある¹¹。

もう一つのプッシュ要因として、60年に2.2であった離婚率（人口1,000人当たりの年間離婚件数）が80年にかけて一気に5.2まで上昇したことも考えられるだろう¹²。女性の

⁷ Francine D. Blau, Marianne A. Ferber, and Anne E. Winkler (1998), *The Economics of Women, Men, and Work*, Prentice-Hall, pp. 261-262

⁸ R. D. Hisrich and C. G. Brush (1986), *The Women Entrepreneur: Starting, Financing, and Managing a New Business*, Lexington Book

⁹ ホーン川嶋瑤子 (1988) 「女たちが変えるアメリカ」 岩波新書, pp. 23—26

¹⁰ Cynthia B. Costello and Anne J. Stone (2001), *The American Women 2001-2002*, W. W. Norton

¹¹ Catalyst and The National Foundation for Women Business Owners (1998), *Women Entrepreneurs: Why Companies Lose Female Talented and What They Can Do about it*, pp. 13-16

¹² Cynthia B. Costello and Anne J. Stone (2001), pp. 183. ただし、離婚率はその後80年の5.2から98年の3.8に減少しているが、この間も一貫して女性起業家は増えている。

経済的自立要請の高まりである。

プル要因は起業する目的や動機のポジティブな側面である。一つは、勤務収入と自営業主としての収入の相対的变化である。ある調査によると、70年から90年にかけて、女性起業家の自営業主としての収入は勤務収入に比べて相対的に高まったという結果が得られている¹³。他にはロールモデルの存在が考えられる。95—98年の間にIPO(株式公開)を行った企業の20%は女性企業であり、こうした成功に触発されて起業を目指す女性も少なくない¹⁴。

社会的制度の充実としては、次の四つの連邦政府レベルの取り組みがあげられる¹⁵。

第1は雇用機会均等法(Equal Employment Opportunity Act)である。雇用機会均等法は、公民権法第7篇(Title VII of Civil Rights Act of 1964)と雇用機会均等大統領命令11246号(Equal Employment Opportunity Executive Order 11246)から成る。公民権法第7篇は雇用における性差・人種・国籍・宗教に対する差別を禁じたものであり、雇用機会均等大統領命令11246号は連邦政府調達指名業者および下請け業者の雇用における差別を禁じている。さらに、それらの法律を推進するためのプログラムとして、アファーマティブ・アクション(Affirmative Action)があり、これは差別で雇用されない人々をいかに雇用するかの目標や手段を記したものである。

第2は融資機会均等法(Equal Credit Op-

portunity Act of 1974)である。これは、金融機関が融資するにあたり、性別・人種・宗教・国籍・結婚・年齢などで差別することを禁じた法律である。当初は、消費者への融資が対象であったが、90年代はじめにビジネスへの融資も対象に含まれた。

第3は女性ビジネス・オーナーシップ法(Women's Business Ownership Act of 1988)である。失業に苦しむ女性を助けるために女性起業家支援を強化した法律であり、政府代表と女性起業家などの民間代表から構成される全米女性ビジネス評議会もこの法律に基づいて94年に設立された。具体的なプログラムとしては、メンタリング・プログラムや債務保証パイロット・プログラムなどがある。

第4は連邦取得合理化法(Federal Acquisition Streamlining Act of 1994)と大統領命令(13157号)である。前者は、中小企業の政府調達を促進するために手続きを簡素化することを義務付けた法律であり、この中で連邦政府調達の5%を女性起業家に与えることを目標に定めている¹⁶。しかし、罰則規定はなかったので、目標を達成していない省庁に実行を促す目的で、大統領命令(13157号)が2000年にクリントン大統領によって署名された。

以上、70年代後半から女性起業家が急増した背景として、プッシュ要因、プル要因、そして社会制度に分けていくつかの要因をみて

¹³ Theresa J. Devine (1994. 5), Changes in Wage-and-Salary Returns to Skill and the Recent Rise in Female Self-Employment, American Economic Review

¹⁴ Seegull, F. (1998), Female Entrepreneurs: Access to Equity Capital, Harvard Business School

¹⁵ 真弓敦子 (2002), アメリカの女性起業家と支援制度, かながわ女性センター

¹⁶ SBA (2001), Women in Business, Appendix Table5 によると、2000年の政府調達の主契約に占める女性企業割合は4.6%であり、97年の3.3%から上昇している。

きたが、米国の場合、これらのほかに歴史的な要因も無視できない。米国では、女性による起業活動にはいくつかの波はあったものの、わが国と比べるとともに奥が深い。

歴史家は、米国の植民地時代には10—15%の女性が起業家的活動をしており、18世紀には都市部のアングロ・サクソン系小売業者のうち、半分以上は女性であったとしている¹⁷。また、19世紀初頭には、すでに重化学工業の第一線で活躍する女性起業家が登場した。夫の死後、危機状態にあった製鉄工場を立て直し、フォーチュン500社に名を連ねる企業に育てた米国女性経営者史上の伝説の人、レベッカ・リューケンスは1794年生まれの人であった¹⁸。

II 女性起業家の経営的特徴

1 事業分野

次に、女性起業家の経営的特徴をみてみよう。

まず事業分野の選択である。「就業構造基本調査」(97年)により、農林業含みで自営業主(内職除き)を大分類ベースでみると、女性は卸売・小売業・飲食店とサービス業で突出しており、農業、建設業、そして製造業が低い(表2)。

さらに中分類および小分類ベースでみると、「雇入あり」の企業では衣料・住居関連商品小売業、飲食店、生活関連サービス業、旅館・

表2 男女別自営業主の業種別割合

(単位:%)

	総数	男性	女性
総数	100.0	100.0	100.0
農業	21.3	24.0	12.7
林業	0.2	0.3	0.0
漁業	1.6	2.1	0.1
鉱業	0.0	0.0	0.0
非1次産業	76.8	75.5	87.2
建設業	12.6	16.4	0.2
製造業	7.5	8.9	2.8
電気・ガス・熱供給・水道業	0.0	0.0	0.0
運輸・通信業	2.7	3.5	0.4
卸売・小売業・飲食店	25.1	21.8	35.6
金融・保険業	1.0	1.0	1.1
不動産業	2.2	1.9	3.3
サービス業	25.6	19.9	43.4
公務	0.0	0.0	0.0
分類不能	0.2	0.2	0.2

資料: 図1に同じ

(注) 内職除きの割合である。

その他宿泊所、専門サービス業(法律、会計、デザインなど)で女性割合が高く、「雇入なし」の企業では衣料・住居関連商品小売業、飲食料品小売業、その他の小売業、飲食店、不動産業、生活関連サービス業、旅館・その他宿泊所、専門サービス業(法律、会計、デザインなど)、専門サービス業が高い。

いずれにしても、小売・飲食店や個人向けサービス業で女性起業家の割合が高くなっている。これらの業種に共通して言えることは、顧客が一般消費者であり、またビジネスの仕組みが製造業や事業所向けサービス業などと

¹⁷ Kenneth J. Lipartito (1998), *Incorporating Women: A History of Women and Business in the United States*, Angel Kwolek-Folland, pp. 13-16

¹⁸ Jeannette M. Oppedisano (2000), *Historical Encyclopedia of American Women Entrepreneurs*, Greenwood Press, pp. 163-165

比べて複雑ではないことだ（注：経営が簡単という意味ではない）。いわゆる B to B ではなく、B to C である。

顧客が企業の場合、開業前にある程度に関係構築がないと独立した後に取引を開始することが難しい。しかし、そのような関係構築は勤務時代に第一線で活躍する機会が与えられていないと容易ではない。女性の管理職への道が厳しい中で、B to B のビジネスを展開できるだけの経験を積めないことが、業種的特性の一因となっているものと考えられる。

法人企業は、帝国データバンク調査（99年）によると、上位10業種に婦人・子供服小売（第1位）、呉服・寝具小売（第6位）、美容業（第8位）が入っていることは自営業主と同様の傾向と考えられるものの、土木工事（第3位）、一般貨物自動車運送（第5位）、パチンコ（第9位）などが上位にランクされているのは法人企業にみられる特徴である。

女性企業の業種別分布は、米国も小売業やサービス業で高く、建設業や製造業などは低く、この点は日本と似ている。産業分類のベースは異なるものの、米国では、農林水産業と鉱業が1.7%、建設業が2.9%、製造業が2.2%、運輸・通信が2.4%、卸売業が2.3%、小売業が17.0%、金融・保険・不動産が8.9%、サービス業が55.0%、分類不能が7.6%となっている¹⁹。

2 経営活動

(1) 経営戦略

業歴の長い企業までを含めて、女性起業家の経営活動を男性と比較できる調査は行われてきていないので、ここでは、国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」を使う。同調査（2000年度）²⁰によると、今後事業を拡大したいとする割合は男性が72.8%に対して女性は50.8%である。また、現状程度を維持するという割合は男性が20.4%、女性が37.4%となっている（図5）。

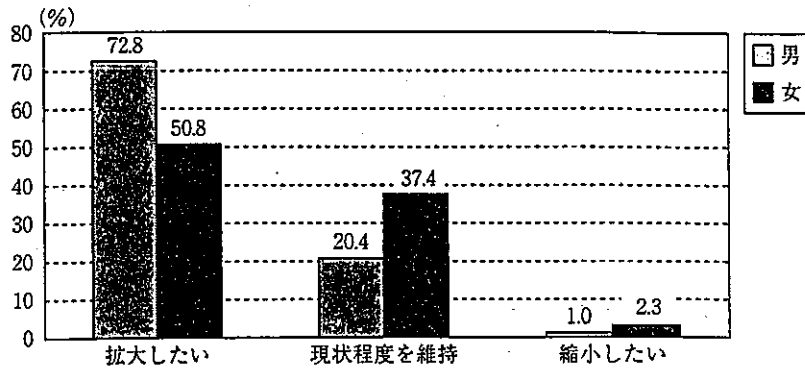
また、同調査（2000年度）で、開業前の目標月商と調査時点（実際）の月商を尋ねたところ、男性は目標が508万円、実際が497万円、女性は目標が197万円、実際が227万円である。女性は、開業する前も男性に比べて少なめの目標月商を設定し、開業後1年半程度が経過した時点でも拡大戦略を取ろうとする割合は低い。

一般に、女性はこぢんまりとした経営を好むといわれ、事業の拡大意欲は男性に比べて弱いとされる。もし、このことが本当であるならば、「新規開業実態調査」の結果は、事実を反映したものになる。しかし、海外のいくつかの調査では異なった結果も得られている。例えば、2001年に米国の女性ビジネス調査センター（Center for Women's Business Research：以下、CWBR）が行った調査によると、最近10年間に設立された企業同士で比較した場合、拡大志向の割合は、女性が42

¹⁹ U. S. Census Bureau, "Survey of Women-owned Business Enterprises" 1997 Economic Census. ただし、女性企業に関しては97年調査からの新定義に基づくものであり、かつ自営業主に法人企業も含まれている数字である。

²⁰ 国民生活金融公庫総合研究所による「新規開業実態調査」は91年度から毎年実施しているが、調査時点の業歴は、およそ1年半程度である。

図5 事業の拡大意欲



資料：国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」(2000年度)

%, 男性が49%と両者の差はそれほど大きくない。しかも、世代が若くなるほど、経営戦略に男女差がなくなっていると報告している²¹。

(2) 経営資源の調達

次に、経営資源の代表的なものの一つである資金へのアクセス方法や容易さが、女性と男性で異なっているのか、また異なっているとすればどのように異なっているのか、についてみたい。

この分野の調査・研究についても欧米が進んでいる。調査・研究は大きく二つに分かれ、一つは女性起業家の金融機関利用状況の実態を調べるものであり、もう一つは実態の原因等を調査するものである。前者の代表的なものには、米国のCWBRが行った調査がある。これによると、女性企業の銀行利用割合は52%、男性は59%、また女性に対する信用供与額は5万ドル未満が46%、男性は34%であり、

女性企業の銀行への相対的アクセス難は存在するとしている²²。後者の調査には、ハートフォード大学のスーザン・コールマンによるものがある。ここでは、性差による銀行へのアクセス難は存在せず、実態調査によって観察された結果は、企業規模と企業年齢の違いによるものであるとしている²³。

一方、わが国ではどうか。女性が女性であるために、金融機関で不利な扱いを受けたというエピソードは数多く耳にする。例えば、『そうだ！社長になろう』(2000年6月、文芸春秋刊)の著者であり、日本人女性で2番目にハーバード・ビジネススクールを卒業し、モルガンスタンレー銀行不動産部門の駐日代表などを経て、自らベンチャービジネスを手がける斎藤聖美さんは、次のような経験をしている。株式会社を設立するには、会社が発行した株を出資者に購入してもらい、その代金を銀行に払い込んでもらう。銀行に特別の口座を用意し、そこにお金を払い込み、銀行

²¹ Center for Women's Business Research (2001), The New Generation of Women Business Owners

²² Center for Women's Business Research (1998), Capital, Credit and Financing: An Update Comparing Women and Men Business Owners' Sources and Users of Capital

²³ Susan Coleman (1998), Access to Capital: A Comparison of Men and Women-Owned Small Business, Babson College。ただし、この調査でも女性企業は男性に比べて高い利子率を課せられていることは明らかになっている。

に証明書の発行を依頼する。一見何も問題のなさそうな手続きなので、斎藤さんは、気軽にマンションの目の前にある都市銀行に飛び込み、「株式会社を作りたいので手続きをお願いします」と言ったところ、中から50歳を超えたとされる男性が出てきてお説教が始まり、「会社なんて始めてどうしようというのですか。成功する見込みがあるのですか」「旦那はいるの？女ひとりで無理に決まっているでしょ。今からでも遅くないからいい人を見つけなさいよ」と言われたそうだ。このような銀行の態度は斎藤さんが日本経済新聞の「消息欄」で紹介されたことによって豹変したものの、同じような思いは、実際に事業を始めてから何回も経験しなければならなかった。

しかしながら、全体の実像を男女差に着目して把握することはできない。「新規開業実態調査」(2000年度)では、平均開業資金は女性が1,285万円、男性が1,712万円と女性が男性に比べて低いこと、また資金調達先として、親・兄弟・姉妹からの調達割合が女性は30.6%、男性は28.7%、事業賛同者からの割

合が女性は1.4%、男性が4.9%といった違いが認められるだけである。しかも、これは開業資金の調達に限定されたデータである。

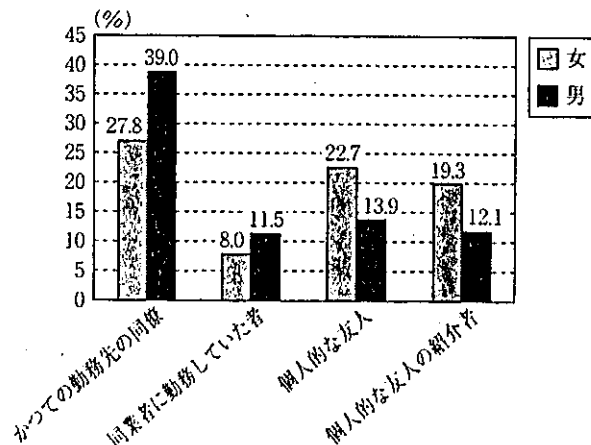
もう一つの経営資源である人材については、創業時に限定すると、個人的な友人、もしくは個人的な友人の紹介者を採用している割合が女性起業家の方が高い(図6)。これによると、女性は男性に比べて個人的なネットワークへの依存度が高く、その表れとして友人を軸に創業時の人材確保を行っているという見方もできる。

(3) 経営成果

「就業構造基本調査」(97年)によって自営業主の所得分布をみると、女性と男性では明らかな違いが認められる(図7)。内職含みの数字であるものの、女性の場合、100万円未満に6割弱が集中し、500万円以上の割合も男性が24.1%を占めるに対して、女性はわずかに4.2%をすぎない。

同様の結果は、企業的経営を行っているサンプルが中心である「新規開業実態調査」でもいえる(図8)。開業前の本人収入もさる

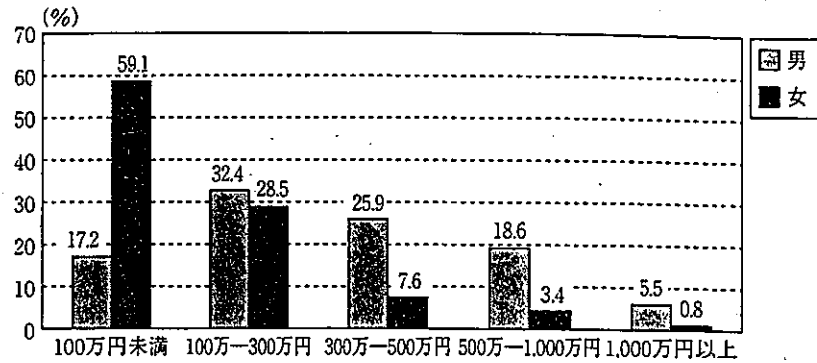
図6 創業時における従業員との関係別にみた採用企業割合



資料：図5に同じ

(注) 調和項目は抜粋である。

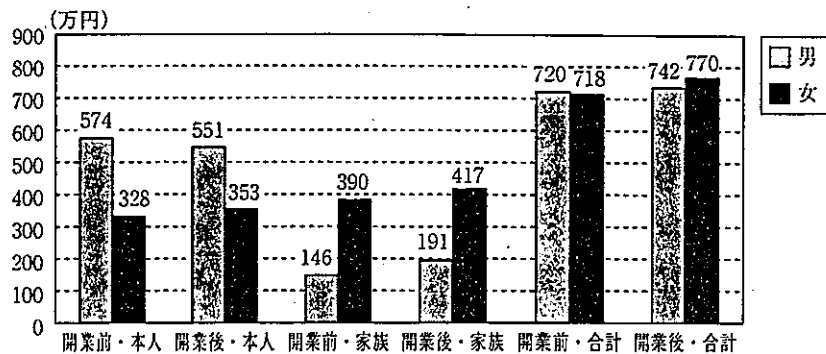
図7 男女別自営業主の所得分布



資料：図1に同じ

(注) 農林業および内職を含んだ数字である。

図8 開業前と開業後の年収



資料：国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」(96年度)

ことながら、開業後の本人収入をみると、男性の551万円に対して女性は353万円に止まっている。

ただし、このような傾向はわが国だけにみられる現象ではない。米国でも97年の女性企業の平均売上高は1万7,204ドルであり、一方、男女合計の平均は3万7,917ドルにのぼり、このことは女性企業の売上規模が男性に比べて低いことを示している。さらに、このデータを時系列でみると、女性企業の年間平均売上高は80年の2万3,756ドルから97年にかけて低下しており、女性企業数が増加する

中で、その平均規模は縮小する傾向にある²⁴。

経営成果は、さまざま要因が複雑に影響し合うものなので、それがどこまで性差によるものなのかは議論が分かれる。成長という視点で経営成果を考えると、英国ワービック大学のストーリー教授は、企業の成長性に関してジェンダーは大きな影響を与えないものと論じている一方で²⁵、米国バブソン大学のレイノルズ教授は企業の成長性とジェンダーにある程度の関連性を認めている²⁶。いずれにしても、マクロで捉えたとき、女性起業家は男性と比べて所得や年収は小さく、経営規模

²⁴ SBA (1998), Women in Business

²⁵ David J. Storey (1994), Understanding the small business, Routledge, pp 136-137

²⁶ Reynolds, P. D. (1993), High Performance Entrepreneurship: What makes difference?, paper presented at Babson Entrepreneurial Conference

女性起業家の現状と経営的特徴

も小さい。

3 経営者

ここでは、女性起業家のキャリア形成と開業動機、事業決定理由の特徴的な点を「新規

開業実態調査」(2000年度)で確認したい(表3)。

学歴は、女性は専修・各種学校と短大卒が多い。専修・各種学校については開業業種の中に美容業が多いことが考えられ、また短大

表3 経営者のプロフィールと開業目的等

(単位：%)

			男	女
キャリア形成	最終学歴	中学卒	5.8	9.5
		高校卒	37.4	35.7
		高等専門学校卒	2.9	5.9
		専修・各種学校	13.3	21.6
		短大卒	2.2	12.1
		大学卒	33.7	9.8
		大学院等	2.8	1.3
		ス業経験の有無	有	87.9
	開業直前の職業	会社や団体の常勤役員	15.2	4.6
		勤務者・管理職	38.0	14.4
勤務者・管理者以外		36.5	35.1	
派遣社員・契約社員		0.9	3.6	
パートタイマー等		1.7	5.4	
専業主婦		0.0	10.2	
家族従業員・家業手伝い		1.3	5.2	
その他		6.4	11.5	
開業動機・目的	起業家になろうとした理由 (二つまでの複数回答)	働きに応じた収入が得られる	34.2	24.3
		勤務者より多い収入が得られる	7.4	6.2
		自分の裁量で仕事ができる	63.0	54.4
		事業経営の面白さを味わいたい	13.8	14.1
		家族と過ごす時間が増やせる	3.1	7.5
		自分のアイデアを世に出せる	10.0	11.1
		定年がない	10.4	19.3
		適当な勤め先がなかった	7.6	7.2
		小さい時の夢	7.3	2.6
		成功した起業家に刺激された	7.4	9.8
	勤務者に魅力を感じなくなった	7.4	3.6	
	現在の事業決定の理由 (二つまでの複数回答)	身につけた資格や知識を活かせる	46.5	34.4
		これまでのキャリアを活かせる	58.9	45.2
		この仕事が好きだから	24.5	36.1
		自分の趣味・特技を活かせる	8.6	16.4
		社会の役に立つ仕事だから	10.0	7.2
		成長性が見込まれる分野である	9.5	7.9
		経験がなくてもできる	2.4	5.6
		小さい時からの夢	2.8	2.8
		儲かりそうであったから	3.0	3.3
少額の資金でもできる		9.8	8.2	
従業員を抱えなくてもできる	3.1	3.6		
自宅でもできる	2.7	5.9		

資料：図5に同じ

卒が多いのは、そもそも女性の2割程度が短大卒であることを反映している。

斯業経験の有無は女性が主婦やパートタイマー等からの起業割合が高いこともあって、男性よりも10ポイントほど低い。

キャリア形成で男性との違いが最も鮮明になるのは、開業直前の職業である。会社や団体の役員であった割合は女性が4.6%、男性が15.2%、また管理職であった割合も女性の14.4%に対して男性は38.0%となっている。これも女性の開業業種に小売業や個人向けサービス業が多いという要因もあるものの、基本的には、母数そのものを反映していると思われる。厚生労働省「賃金構造基本統計調査」によると、99年時点で係長職に占める女性割合は8.2%、課長職が3.4%、部長職が2.1%である。それぞれ、およそ20年前の76年には2.6%、1.3%、0.7%から改善しているとはいえ、依然低い水準にある。

開業動機は、「働きに応じた収入が得られる」「家族と過ごせる時間が増やせる」「定年がない」などで男性との差が大きい。事業決定理由は、「この仕事が好き」「自分の趣味・特技を活かせ」で女性割合が高く、その一方、「身につけた資格や知識を活かせる」「これまでのキャリアを活かせる」で男性割合が高い。

4 性差の有無

以上、男性との違いをみながら、女性起業家の経営的特徴をみてきた。整理すると、i) 事業分野は小売業、飲食店、個人向けサービス業が多い、ii) 拡大志向が弱い、iii) 創業時の人材確保に個人的ネットワークを活用して

いる、iv) 企業規模や所得が小さい、v) 管理職経験者割合が低い、vi) 仕事が好きであることや趣味や特技の活用が事業分野の決定理由となっている割合が高いということである。

これらのいくつかは、世間一般に言われていることや欧米の現状や調査結果と一致する。女性が男性に比べて、ライフスタイル型企業を目指したり、小さくて利益を生み出せる企業を目指したりする傾向が強いことは海外調査でも指摘されている²⁷。

もちろん、これらの特徴を、単純に「女性だから」という理由で説明することはできない。拡大志向の弱さは、女性起業家には小売業、飲食店、個人向けサービス業が多いという業種的な特徴が反映しているかもしれないからだ。

しかしながら、例えば、拡大志向の弱さという女性起業家の特徴は、キャリア、事業分野、開業動機・目的などの要因と密接に関係がある一方で、同時に女性か男性であるかの違いも無視できない(表4)。

キャリアをみると、男女ともに役員や管理職を経験していた人は拡大意欲が強い。男性は常勤役員経験のある人が最も拡大志向割合が高く、管理職以外の勤務者やパートタイマー・アルバイトが低く、女性も同じ傾向がみられる。このことから、開業前の職業と企業戦略には関連性があることがわかる。しかし、同時に、男性と女性を同じキャリアで比較すると常勤役員を除いてすべて女性の拡大志向割合は低い。

このことは業種や動機・目的についてもいえる。女性起業家全体として拡大志向が低い

²⁷ Oliver Hagan, Carol Rivchun, and Donald Sexton (1989), *Women-owned Business*, Praeger Publishers, pp. 59

女性起業家の現状と経営的特徴

表4 戦略決定要因別にみた拡大志向（拡大したい割合）

（単位：％）

戦略決定要因	項 目	男	女
キャリア・スキル	会社や団体の常勤役員	80.5	85.7
	勤務者・管理職	77.5	54.5
	勤務者・管理職以外	66.0	43.9
	パートタイマー・アルバイト	67.7	42.6
	家族従業員・家事手伝い	75.0	62.5
業種（事業分野）	製造業	74.0	60.0
	卸売業	77.5	62.5
	小売業	77.1	63.9
	飲食店	63.5	43.8
	一般消費者向けサービス業	72.6	41.3
	事業所向けサービス業	82.8	84.6
動機・目的	働きに応じた収入が得られる	69.8	44.6
	勤務者より多くの収入が得られる	73.1	47.4
	自分の裁量で仕事ができる	71.9	50.0
	家族と過ごす時間が増やせる	57.9	47.8

資料：国民生活金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」（2000年度）

- （注）1. 女性経営者のサンプル数の少ない卸売業、建設業、運輸業は除いた。
 2. 専業主婦は男女間で比較できないので、会社や団体の非常勤役員、学生、派遣社員はサンプル数が少ないので除いた。
 3. 動機・目的については抜粋である。

理由を、女性起業家が選択する業種特性に求める主張は一般的であり、海外でもいわれる²⁸。しかしながら、同じ飲食店でみると、確かに飲食店は他の業種と比べて拡大志向割合は低いものの、それでも男性と女性には20ポイント近い差がある。動機・目的もいずれの理由において、女性は男性を下回っている。

また、「拡大志向」の代わりに目標月商を使ってもほとんど同様のことがいえる。つまり、仮に同じ管理職であっても同じ飲食店であっても女性の目標月商は男性よりも低い。

ちなみに、配偶者の有無そのものも決定的な説明材料を提供しない。配偶者を持つグルー

プで比較すると、拡大志向ありの割合は男性が43.2％、女性が17.4％、また配偶者を持たないグループで比較すると、男性が41.8％、女性が20.4％となっている。

個々の事例をみると、女性起業家が家庭を持っている場合、特に子供がいるケースでは、家事の負担が経営活動に影響を与えていることは頻繁にみられる。子供の年齢を横軸に企業の成長を縦軸に取ると、子供が大学生になる頃まで比較的成長曲線が緩やかで、子供の成人後、成長率が上昇する企業は少なくない²⁹。また、子供が小学生になるまで、自宅で家庭教師を行い、子供が小学生になった時

²⁸ Brophy, D (1997), Financing the Growth of Entrepreneurial Firms, In Entrepreneurship 2000, Upstart Publishing, pp. 5-28

²⁹ わが国で初めて添乗員派遣業を始めたツーリズム・エッセンシャルズ(株)（三橋滋子社長、年商約30億円）は、事業開始後、約4年で専業スタッフが30人台に達し、その後10年間は横ばいで推移し、その後再び拡大した。横ばいであった時期は子育て期と重なり、拡大を始めた時期は長女の大学入学以降である。また、正月用飾りで国内トップシェアを誇る(株)飾一（岩宮陽子社長）も、71年に事業を始めたが、本格的な企業経営を展開したのは、下の子供が大学に入学した後である。

点で、子供と一緒にいる時間を確保するために、自宅でホームページの企画・制作やソフトウェアの開発などを始める女性も多い³⁰。

かながわ女性センターが2001年に実施した「女性と起業に関するアンケート調査」では、実際に起業した人（起業者）と起業をあきらめた人（断念者）にどのような違いがあるかを調べた。この調査によると、配偶者のいる割合（結婚している割合）は起業者が66.5%、断念者が76.8%、配偶者の財政的支援が協力的であった割合（「非常に強力的」と「まあ協力的」の合計）は起業者が33.5%、断念者が13.0%、配偶者の家事・育児等への支援が協力的であった割合は起業者が38.3%、断念者が18.8%となっており、配偶者の有無に加えて、その配偶者の協力度が大きな影響力を持っていることを示している。

働く必然性の有無も起業者と断念者では大きな差がみられる。すなわち、起業者では自分が働かないと生活していけないとする割合が53.2%に対して、断念者は31.9%に止まっている。起業できるかどうかに関しては、個人を取り巻く環境が大きな影響を持ち、これらの要因は、起業した後の戦略をも左右していると思われる。

このように、女性起業家の経営的特徴を説明するには、例えば、単に配偶者の有無ではなく、もっと女性起業家が持っている特質に着目した調査を行うことも必要であろう。

Ⅲ 女性起業家に期待されるもの

1 経済社会に果たす役割

97年4月に、女性起業家を議題にOECDの会議がパリで開催された。その討議資料によると、女性起業家に期待される役割として次の3点があげられている³¹。

第1は経済分野である。多くの企業は女性を雇用し、教育投資も行っている一方で、彼女たちに十分なる昇進の機会を与えていない。これは教育投資の社会的損失につながるので、女性に起業の機会を与えることによって、彼女たちが持つ潜在能力を引き出していこうというものだ。

第2は社会分野であり、女性が起業することによって、家事や育児と仕事のバランスが取りやすくなるということが理由となっている。

第3は政治分野である。女性起業家が増えると、彼女たちの政治分野における活躍の余地が高まり、男性と女性の不平等解消の進展に貢献するということである。政治分野のほかは、ガラスの天井の存在を容認し、家事や育児は女性が中心になって行うものという伝統的価値観をそのまま認めているところに欧州で開かれた会議らしさがあるものの、女性起業家に対する期待の大きさは感じられる。

また、97年9月に米国バブソン大学とロンドンビジネススクールの共同プロジェクト

³⁰ 宮城県名取市でホームページ制作やソフトウェアの開発をしている佐宗美智代さんは、次女出産後、自宅で家庭教師を始めていたが、口コミを通して次第に忙しくなり、肝心の自分の子供とのコミュニケーションができなくなったことから、現在の事業を始めるようになった。

³¹ OECD (1997), Women Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises: A Major Force in Innovation and Job Creation, Presented as Issues for Discussion Paper

「グローバル・アントレプレナーシップ・モニター」がスタートし、99年にその調査概要がまとまった。

このプロジェクトによると、わが国は調査対象となった10か国の中で、起業活動のレベルは第9位、女性起業家の活動レベルは第8位であった。一国の起業活動を形成する要因には、人口構成における25—44歳の割合、労働市場の流動性、起業家という職業に対する認知度などが含まれているが、女性の社会参加の容易さ、女性起業家の活動水準も重要なファクターとなっている。そして、この調査の重要な結論は、起業活動と経済成長には密接な関連があるということである。つまり、女性起業家をより多く輩出することによって経済的発展が促進されるということである。

このようなマクロ的な捉え方ではなくとも、個々の事例を通して、女性起業家が果たしてきた役割や今後期待される役割を知ることができる。その一つが新しい事業分野の開拓である。一般に事業機会は自分が長く過ごす場所から生まれる。医薬品業界に長く働いていた人が製薬会社への営業マン（MR）の派遣業を始める、コンピューター製造・販売会社に勤めていた人がパソコン教室を始めるといった具合であり、同様に主婦が事業を始める時は、そのヒントが家庭生活から生まれることが多い。家庭生活や女性が支配的である職場、そして女性にしかわからない悩みやニーズの延長線上にある事業機会は女性によって認識される確率が高い。

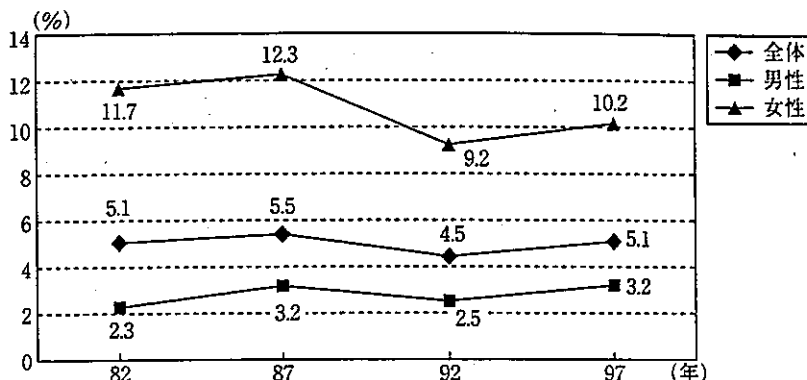
例えば、生理用品である。61年11月、「40年間お待たせしました」という1ページ広告

が新聞に掲載された。広告主はアンネ株式会社、社長は当時27歳の坂井泰子（よしこ）氏であり、わが国で初めての生理用ナプキンの広告となった。21年、米国キンバリー・クラーク社が「コーテックス」というナプキンを発売してから、ちょうど40年目に発売された「アンネナプキン」は発売と同時に品切れ店が続出するほどの商品となった。同社は、経営的な躓きからやがて業績不振に陥ったものの、新しい事業機会を切り拓いた功績は大きい³²。その他にも、ハウスクリーニング、24時間保育、女子労働力を活用した人材派遣業など、女性起業家が開拓してきた事業分野は数多く存在する。

もう一つは、女性起業家による女子労働力の活用である。テンプスタッフ(株)の篠原欣子社長から聞いた話であるが、男性が女性社員を上手に活用できない理由の一つは、女性を知らず知らずのうちに特別視するからだそうだ。例えば、ミスを犯した女性社員が職場で泣いた時、上司が男性の場合、ほとんど女性社員を“女の子扱い”することに終始する。とにかくなだめようとするのである。これに対して、上司が女性の場合、「泣くのはいくら泣いても構わないけれど、仕事が終わってからのしなさい」と叱る。そうすることで、女性社員は発奮し、一生懸命ミスをフォローしようとする。このように、男性がマネジメントする既存の組織では能力を発揮しにくかった優秀な人材を確保したり育成したりすることは、女性起業家が得意とするところでもある。

³² 「民主主義が育てた“強い女”列伝：男を凌ぐ女性経営者」『週刊新潮』(2001.6.14)

図9 開業率の推移



資料：総務省（総務庁）「就業構造基本調査」（各年版）

注）1. ここでは、新規開業率を（転職者＋新規就業者）÷継続就業者（継続して自営業主であった人）によって計算している。

2. 農林業など1次産業を含む。

2 女性起業家のダイナミズム

わが国の開業率が米国をはじめ、多くの欧州諸国よりも低いことは各方面で指摘され、昨今では政策的にも注目を集め始めている。政府が「開業創業倍増プログラム」を掲げているのはその表れである。わが国でも開業の増加が経済社会の活性化に寄与することが政策的にもコンセンサスを持ち始めた中で、女性起業家の位置付けはどのようなものになっていくのであろうか。

中小企業白書などで紹介されている開業率のデータは性別を意識したものにはなっていない。また、そもそもベースになっている調査である「事業所・企業統計調査」や「雇用保険事業年報」には性別データはない。

そこで、ここでは「就業構造基本調査」を使って、男女別の開業率を推定する。この推定開業率によると、男女合計では「事業所・企業統計調査」や「雇用保険事業年報」から導き出した開業率と同様に低いレベルで推移しているものの、女性による開業率が極めて高い水準にあることが注目される。82年以降、

男性は2.3%、3.2%、2.5%、3.2%で推移しているのに対して、女性は11.7%、12.3%、9.2%、10.2%とほぼ二桁台を保っている（図9）。

欧米諸国との比較ができないので確定的なことは言えないものの、わが国では開業率が全体として落ち込む中で女性による開業は高いレベルを保っているといえる。また、全体としての水準の高低を抜きに考えると、わが国も米国と同様に開業を引っ張っているのは女性起業家といえる。

次に開業予備軍についてみてみよう。現在雇用者であって開業希望者については数の上では男性の数が女性を上回っているが、伸び率においては女性が男性を凌駕している。77年から97年にかけて女性の開業希望者数は11万7,000人から22万2,000人へと1.89倍になった。その一方で男性は81万1,000人から102万1,000人へと1.25倍に止まっている。また、開業希望者のうち実際に準備を行っている人数も女性は同時期に4万8,000人から11万1,000人へと2.31倍に増えている一方で、男性は37万人から46万2,000人へと1.24倍に

女性起業家の現状と経営的特徴

表5 開業希望者(自分で事業をしたい)の推移
(単位：千人)

	男 性		女 性		男女合計	
		う ち 求職者 (準備中)		う ち 求職者 (準備中)		う ち 求職者
77年	811	370	117	48	929	418
79年	867	375	146	63	1,013	438
82年	836	376	150	72	985	448
87年	948	410	179	79	1,127	489
92年	928	390	198	94	1,126	484
97年	1,021	462	222	111	1,244	573

資料：図9に同じ

注) 現在雇用者で転職希望がある者のうちの開業希望者数である。
無職の者は含まない。

止まっている(表5)。

このように、限られたデータという制約条件はあるものの、女性起業家のダイナミズムは男性を上回り、しかも、女性起業家の活躍が経済社会全体にプラスの貢献をするのであれば、彼女たちの活力を活かす方向に環境整備を行っていくことは重要な課題となるであろう。

おわりに

女性の起業には、能力発揮型もあれば、配偶者を失い生活を支える目的のものもある。理由がさまざまであるのは、男性も女性も同じである。しかも、起業は必ずしも社会の明るい側面だけを映し出しているのではない。その意味で、単に女性起業家が増えることが好ましいと論ずるのは正しくない。日本はもちろんのことであるが、米国も女子労働力の多くは勤務者として吸収されていった³³。

しかしながら、起業できる潜在能力を持ち、

意欲もある女性が自らの意思で起業しようと考えたとき、それを支える環境整備をすることは意味があることであろう。能力ある人は女性、男性に関わらず、どのような状況でも起業し、成功するという見方もあるものの、個人の能力によってのみ解決したことを社会的に解決することによって、より多くの人に選択肢を与えることができる。それが社会全体の活力の基礎になるという考えも否定できないのではないか。

このように考える時、女性起業家に関するデータや調査・研究の蓄積が少ないことは大きな問題である。米国では女性問題の前に人種問題があり、そのことが少数派の社会参加運動を促し、その流れの中で女性起業家を支える環境整備も進んできたので、さまざま調査・研究が行われきた。わが国にはそのような背景がないとはいえ、女性起業家による売上高、雇用数、成長率、廃業や倒産率、銀行などへのアクセス状況もわからない状態では、コンセンサスの得られる政策も実行できず、

³³ SBA (2001), Women in Business, Figure7 によると、94年以降は女子労働力に占める女性自営業主割合は低下傾向にある。

何らかの政策を行っても政策効果の検証もできない。

欧米の調査・研究の大きな流れは、実態が明らかになった後、観察された実態が性差に基づくものなのか否かという調査テーマにシフトしている³⁴。わが国は、そもそも多くの分野で実態調査が未了であり、観察された事実が少ない。このような状態では、調査・研究を発展させようもない。

女性起業家の絶対数が増え、裾野が広がる

と、正規分布のルールによって、スーパースターも生まれ、彼女たちがロールモデルとなるという好循環も期待できる。そこに至るまで、女性起業家育成を経済政策として位置づけること、そのための基本的なデータ整備や調査・研究を充実させることが遠回りのように見えて、女性が活躍できる土壌づくり、ひいてはわが国経済に再び活気を呼び戻すための近道と思われる。

³⁴ 例えば、Patricia G. Greene, Candida G. Brush, Myra M. Hart, and Patrick Saporito (1999), Exploration of The Venture Capital Industry: Is Gender An Issue?, Babson College では、90年代に入ってから IPO 件数に占める女性割合が20%程度に高まる中で、ベンチャーキャピタルから出資を受ける女性企業が少ないことに着目し、57年から98年にかけてベンチャーキャピタルから出資を受けた1万6,135社(男性7,916社,女性395社,性別不明7,824社)について調べ、なぜ女性企業はベンチャーキャピタルから出資を受けることが難しいのかを分析している。