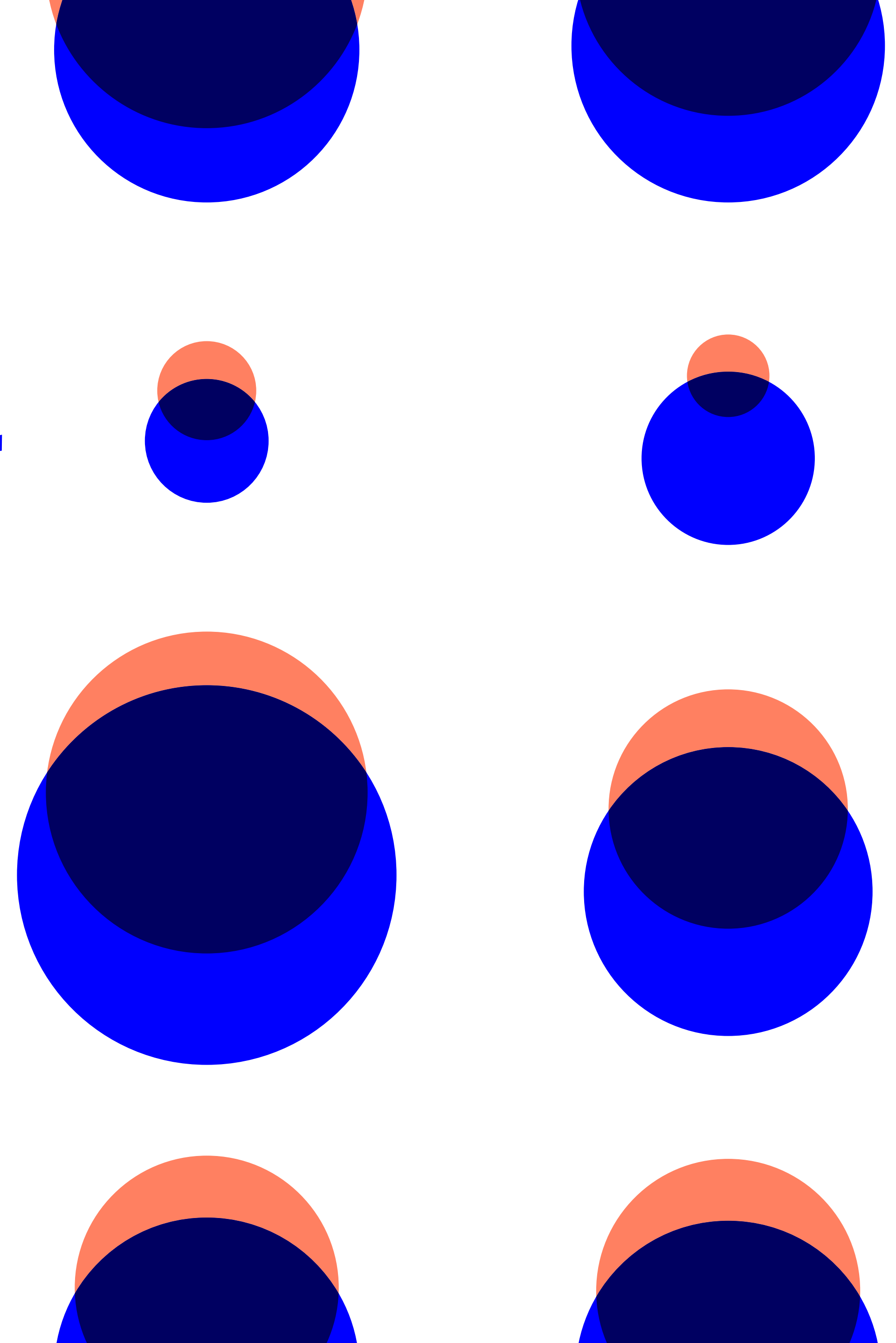


起業に対する ジェンダーギャップの現状と 解消に向けた白書

2020 年 11 月

women
will

a Grow with Google program



Women Will とは

この「起業に対するジェンダーギャップの現状と解消に向けた白書」は、Grow with Google のプログラムである Women Will が行ったものです。Women Will は、テクノロジーの力で世界の女性一人一人の経済力の向上と成長を支援する取り組みです。Women Will は、調査、機会の創出、リーダーシップ促進を通して、情報格差解消や女性の社会的地位の向上を目指しています。デジタルは女性が成功するためのツールであり、世界をより平等なものにするための手段です。Women Will はまた、政府や民間の組織と提携して、柔軟で効率の良い働き方を提唱し、女性が自らチャンスをつかみ、ネットワークを構築し、自分自身のみならず自らのコミュニティにも豊かさと経済的インパクトをもたらすことができるように、デジタルスキルトレーニングを提供しています。

詳細については、womenwill.google をご覧ください。

謝辞

専門的なアドバイスとサポートを提供してくださった以下の方々に感謝します。

Alexa Roscoe 氏、国際金融公社 (IFC) 、Disruptive Technologies Lead
Gender and Economic Inclusion Team

Henriette Kolb 氏、国際金融公社 (IFC) 、Manager Gender and Economic
Inclusion Team

Sarah Chen 氏、Beyond the Billion、Co-Founder & Managing Partner

Taryn Anderson 氏、Impulse4Women CEO

スタッフ

調査：Kantar 社（市場調査会社、2014 年より Women Will リサーチパートナー）

エグゼクティブスポンサー：岩村水樹

Gabi Roxburgh、Matt Beal 他

執筆：Christine Yu

Google スタッフ：コア・ワーキング・グループ…Marina Santalices Amigo

(Women Will Global Lead)、Kazuha Okuda (Brand Studio APAC Head

of Strategy)、Michele Laudig (Brand Studio APAC Editor, Creative

Strategist)、Amanda Kraley、Andrea Romualdez、Julien Michel (Design

Lead)

Cande Martinez Ravenna、Ciel Sriprasert、Dora Songco、Helena

Klanjscek、Iris Yoo、Jimena Tomás、José Carlos Ramírez Gómez、

Judy Wong、Mari Sakai、Maria Marinoni、Mercedes Cameo Jenkins、

Miho Iwasawa、Mike Jittivanich、Mojolaoluwa Aderemi-makinde、Naomi

Oren、Natalia Cano、Olivia Martin Rivero、Ria Strasser-Galvis、Ryan

Rahardjo、Sayuri Tawara、Shelby Heitner、Tala Chmiel、Tammy Phan、

Taylor Marable、Thu Hoàng、Tim Romero、Valdir Leme、Yoonmin Cho

本レポートについて

このレポートは執筆者の著作物であり、必ずしも Google LLC またはその関連会社の見解を反映するものではありません。Google は、本レポートの内容の正確性、信頼性、完全性を保証するものではありません。この調査結果および見解は執筆者のものであり、Google に帰属するものではありません。

このレポートを引用する場合は

「起業に対するジェンダーギャップの現状と解消に向けた白書 Google (2020 年)

<https://goo.gle/ww-whitepaper>」をご使用ください。



岩村水樹

Google バイスプレジデント

マーケティング アジア太平洋・日本地区

Google は、テクノロジーの力がジェンダー、国籍、文化的背景にかかわらず、すべての人へ平等に成長と成功をもたらすことを信じています。

私たちが Women Will というプロジェクトを立ち上げ、女性の経済力の向上と成長を支援する取り組みやスキルトレーニングの提供を始めたのは、ジェンダーギャップ解消のために役立つはずのテクノロジーが、現状十分にその役割を果たせていないと考えたからです。起業はまだ多くの女性にとってハードルの高いものですが、スキルトレーニングやデジタルツールはこの問題を解決するのに役立つと考えます。

今回の調査は、女性の起業に関する課題をより深く理解し、改善の余地がある分野を特定することを目的としています。より多くの女性起業家の成功は、女性自身だけでなく、周囲の人々や社会全体にも大きな恩恵をもたらします。より多様な起業家が活躍することで、革新的な製品やサービスが生まれるだけでなく、「起業におけるジェンダーギャップを解消することで、世界経済を最大 5 兆ドル押し上げることができる」と考えられています。¹

新型コロナウイルス感染症が「女性起業家へよりネガティブな影響を与える」² ことを考えると、女性起業家やビジネスオーナーを育成するためのいっそうの努力がなければ、成長は鈍化し、社会全体や経済にも悪影響を及ぼすでしょう。女性起業家の成功は、世界経済の回復に不可欠なのです。

本報告書が、女性起業家の活躍のために、そして起業におけるジェンダーの平等の実現に向けた議論の活性化につながることを願っています。

¹ Blair, C., & Unnikrishnan, S. (2019). Want to Boost the Global Economy by \$5 Trillion? Support Women as Entrepreneurs. <https://www.bcg.com/publications/2019/boost-global-economy-5-trillion-dollar-support-women-entrepreneurs>

² McKinsey Global Institute (2020). COVID-19 and gender equality: Countering the regressive effects. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/covid-19-and-gender-equality-countering-the-regressive-effects>

目次

P2

このレポートについて

Women Will とは
謝辞
スタッフ
本レポートについて

P3

まえがき

P5

はじめに

P6

概要

P7-14

認識 01

… 家庭と職場における女性
… 起業家であること
… 女性の自己認識：自信

P15-22

機会 02

… 時間
… インターネット
… 経済的安定と資本
… 支援とメンター

P23-27

スキル 03

P28-35

対策 04

… 社会全体ができること
… 政策決定者ができること
… 民間セクターができること
… 非政府組織

P36

結論

P37-38

国別補足資料 05

P39-42

添付資料 06

… 調査方法

はじめに

2014 年、Google はテクノロジーにより女性が直面する問題の解決を目指し、コミュニティの構築と無償トレーニングを提供する Grow with Google のイニシアチブ、Women Will を立ち上げました。日本では、女性を含むより多様な人材が活躍できることを目指し、在宅勤務トライアルやオンラインカレンダーの活用による退社時間計画トライアルなど、様々な実証実験と柔軟な働き方の導入をパートナー企業と取り組んできました。

それから現在まで、経済的ジェンダー格差解消について、女性たち自身も、そして Women Will のパートナーとしてご参画いただいた企業・団体も、ともに大いに前進してきました。また、女性の経済力が高まることはコミュニティ全体の利益になることもわかりました。³

しかし、その格差を埋めるためには多くの課題が残されており、起業家に占める女性の割合も相変わらず低いままです。

本レポートでは、起業家におけるジェンダー格差のいくつかの要因を分析し、格差に関する所見を共有し、女性の認識、機会、スキルに関して改善可能な領域を特定します。

起業家のジェンダー平等がなぜ今、これまで以上に重要なのか

女性起業家を支援することは、社会全体の利益になります。

起業におけるジェンダー格差を解消すれば、世界経済を 5 兆米ドル成長させることができます。⁴

格差解消はまた、世界経済が新型コロナウイルス感染症により受けた打撃から回復するためにも不可欠です。国連は次のように報告しています。⁵

「新型コロナウイルス感染症が経済および生産活動において生活に与える影響は男性と女性で異なり、また女性への影響の方が大きいという実態が徐々に浮かび上がってきています。世界的に女性の所得は少なく、貯蓄も少なく、雇用は不安定で、インフォーマル セクターで働く人の割合も高い傾向があります。社会保障による保護も受けにくく、片親世帯の大半を占めるのも女性です。したがって、経済的打撃に耐える能力も男性より低くなります。

…女性を経済の中心に位置づけることで、質が高く持続可能なインパクトを社会全体にもたらし、より急速な回復を後押しし、持続可能な開発目標⁶を達成するための道が再び開かれるのです。」

起業家のジェンダー格差解消は社会全体の利益となり、
新型コロナウイルス感染症により生じた経済的打撃からの
回復のためにも不可欠です。

爆発的な感染拡大が世界中の経済に悪影響を及ぼし続ける中、女性起業家に必要なスキルやリソースを提供することが、かつてないほど重要です。

新型コロナウイルス感染症が及ぼす影響はジェンダーに中立ではありません。これは過去数十年、貧困と労働市場への参画におけるジェンダー格差をなくすために成し遂げられてきた数々の成果をおびやかすリスクです。新型コロナウイルスの感染拡大前でさえ、働く女性の比率はすでに男性よりも 26% も低かったのですが⁷、2020 年 9 月現在、女性の雇用は男性よりも 19% も多くリスクにさらされていると予測されており、2030 年には男性よりも 1,100 万人多くの女性が貧困状態に陥ると推定されています。⁸

パンデミックによって、既存のジェンダー格差解消という問題を、これまでとは異なる角度から、より緊急性の高い課題として捉えざるを得なくなりました。

このレポートの目的は、女性が起業するというテーマおよび女性起業家たちが直面する障壁に焦点を当てることです。起業家のジェンダー平等を推進するために、個人、民間セクターや非政府組織、政策決定者が何をすべきかを議論する際の資料として役立てば幸いです。

³ International Finance Corporation (2017). Investing in Women: New evidence for the business case. <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/ac8fca18-6586-48cc-bfba-832b41d6af68/IFC+Invest+in+Women+October+2017.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IYLVAcA>

⁴ Blair, C., & Unnikrishnan, S. (2019). Want to Boost the Global Economy by \$5 Trillion? Support Women as Entrepreneurs. <https://www.bcg.com/publications/2019/boost-global-economy-5-trillion-dollar-support-women-entrepreneurs>

⁵ United Nations (2020). Policy Brief: The Impact of COVID-19 on Women. https://eurogender.eige.europa.eu/system/files/web-discussions-files/policy-brief-the-impact-of-covid-19-on-women-en_0.pdf

⁶ United Nations (2015). The 17 Goals. <https://sdgs.un.org/goals>

⁷ International Labour Organization (2019). Work-related gender gaps persist but solutions are clear – new ILO report. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_674816/lang--en/index.htm

⁸ United Nations Women (2020). COVID-19 and its economic toll on women: The story behind the numbers. <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2020/9/feature-covid-19-economic-impacts-on-women>

概要

調査において「何らかのビジネスを展開している人」は独立ベンチャーを経営している、または自分のビジネスを展開していると回答した人、「起業志望者」は、将来独立ベンチャーや自分でビジネスを展開したいと回答した人です。

12 か国の 18,123 名の回答者に対し、オンラインおよび対面での調査を行いました。対象国は、アルゼンチン、ブラジル、インドネシア、日本、ケニア、韓国、マレーシア、メキシコ、ナイジェリア、南アフリカ、タイ、ベトナムです。期間は 2020 年 1 月 14 日から 2020 年 2 月 15 日です（参考：WHO が新型コロナウイルス感染症のパンデミックを発表したのは、2020 年 3 月 11 日です）。

1 か国につき最低 1,500 名が回答し、回答者は女性、男性、そのいずれにもあてはまらない人です⁹。各国の 1,500 名あまりの回答者のうち、約 1,000 名が女性、500 名が男性と回答しました。年齢は 18 歳から 55 歳で、学歴、職業、居住地は様々です。調査手法についての詳細は、添付資料をご覧ください。

このレポートは 4 つの主なテーマで構成されます。

⁹ 私たちは、ジェンダーを非二元的に捉えています。人の性別は、出生時の性別の割り当てと一致する場合もあれば、一致しない場合もあります。調査では、自分の性別を女性、男性、または自己記述の選択制としました。この調査では、トランスジェンダー、シスジェンダー、その他ジェンダーアイデンティティは集計されていません。自己記述を選択したサンプルは統計的に有意となるほど多くはありませんでしたが、12 のうち 10 の国で少なくとも 1 名は選択されました。調査結果が国の全体的な統計として示されている場合、男性または女性と名乗らなかった参加者の回答サンプルが含まれています。詳細は付録をご参照ください。

認識⁰¹

女性 は 起業 について、どう認識しているか

今回調査対象となった多くの女性起業家は、起業を財務面での保障、柔軟な労働時間、個人の生きがいや趣味の追求のための手段と見なしていました。

女性 は、家庭や職場でどう見られているか

根強い偏見に基づく女性への社会的固定観念によって、女性の労働参加および起業家のエコシステムへの参画は大いに制限されています。女性は家事や育児の主な担い手と見なされ、正社員としての就業を選ぶ母親は、一部の国で否定的なイメージで見られています。

機会⁰²

女性 起業家は、時間、金融資本、支援を相応かつ十分に得られているか

調査の結果、女性は育児などの家事の大半を担っており、1 日あたりの家事労働に費やす時間が男性よりも多いことがわかりました。何らかのビジネスを展開している女性は、起業家ではない女性に比べると「今の仕事は、仕事と家族の生活両方に手を抜くことなく取り組むことを可能にしてくれている」と答える傾向がみられました。また、外部の融資やインターネット利用率も男性に比べて低いため、女性起業家が事業を立ち上げて軌道に乗せ、継続し成長させるのに必要な資本や情報を入手しづらいこともわかりました。

調査対象は 12 か国：

アルゼンチン、ブラジル、インドネシア、日本、ケニア、韓国、マレーシア、メキシコ、ナイジェリア、南アフリカ、タイ、ベトナム

スキル⁰³

女性 起業家が最も重視し、興味があるスキルは何か

女性に、6 つのスキルセット（自信、基本的なビジネススキル、資金管理、デジタル、マーケティング、ソーシャルメディア）の重要度をランク付けしてもらい、どのスキルがあるか、または向上させたいと思っているかを聞きました。全体的には、何らかのビジネスを展開している女性や起業家志望の女性の大多数が、6 つのスキルすべてを向上させたいと考えていることがわかりました。新型コロナウイルス感染症が企業にとって経済的に大きな打撃となり、オンラインでのビジネスが求められる中、女性がこの状況に順応し成功するために必要なスキルを提供することがこれまで以上に求められています。

対策⁰⁴

起業家のジェンダー平等を推進するために何ができるか

それぞれの立場からできることがあります。

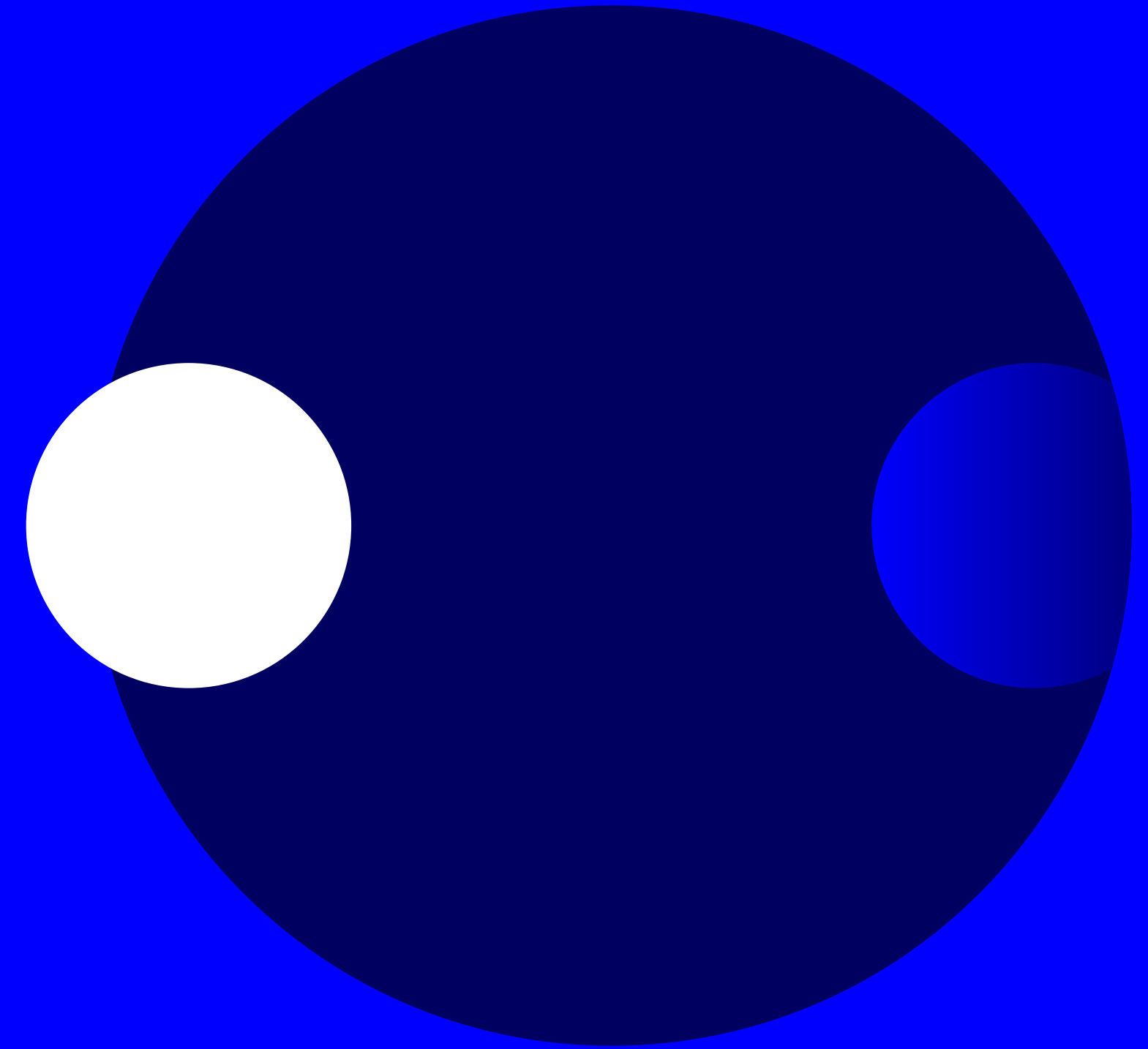
- **女性起業家のためのリソース作成に関わるすべての人：**インターネットや時間に制約のある女性が利用できるリソースを提供する。
- **政策立案者：**煩雑な手続きを簡素化し、政策決定プロセスに女性を参画させる。
- **民間セクター：**働く女性を支援し、女性による企業に資金提供する機会を増やす。
- **非政府組織：**ジェンダーに配慮した成果を残すためにさらなる調査を実施し、他の組織を巻き込む。

これらのグローバルなテーマと調査結果に加えて、報告書の最後に

「**国別補足資料⁰⁵**」と題した章で、各国の追加調査結果を提供しています。

認識 01

- … 家庭と職場における女性
- … 起業家であること
- … 女性の自己認識：自信



"すべてやり遂げたい、
と思っている野心的で自信もある
女性は少なくありませんが、
それと同時に、女性はいまだに
家庭のタスクの大半を担うことを
期待されています。"



Sarah Chen 氏

Beyond the Billion, Co-Founder and Managing Partner

家庭と職場における女性

女性 は 家庭 で どう 見 ら れ て い る か

女性 は、社会的に育児と家事の主な担い手と捉えられ、自分自身でも、そう認識しています。12 か国平均で、女性は 1 日 3 時間、男性は 2.2 時間を家事に費やし、1 日あたり 48 分以上、**1 週間で 5.6 時間の差があります。**

格差が最大だった国は、性別による役割分担への固定観念が根強い以下の国です：アルゼンチン、日本、ケニア、メキシコ、ナイジェリア、南アフリカ
これら 6 か国では、女性は 男性よりも 1 日あたり少なくとも 1 時間も多くの時間を家事に費やし、自分が家事の主な担い手であると答える確率が 30% 以上多くなりました。

女性 は 職場 で どう 見 ら れ て い る か

ジェンダーに関する固定観念は、女性の雇用と起業を阻害し続け、女性従業員、女性起業家、すべての女性の雇用機会を制限しています。女性は元来、労働参加率も男性より全般的に低く、非正規や低賃金（または無償）労働を不相応に多く担っていることが多いのです。¹⁰

調査対象者の大半が「万人が性別にかかわらず平等に就業機会を与えられるべき」という考えに同意した一方、同意しない回答者もありました。今回の調査では、他の国と比較して、日本と韓国の調査対象者の男女は、採用プロセスにおいて、すべて

の性別を平等に扱うという考え方に賛成する傾向が低いことがわかりました。日本では、10 人中 3 人の男性回答者が「人は性別にかかわらず平等に就業機会を与えられるべき」という考えに同意しない、と答えました（男性の 31%、女性の 20% が「同意しない」と回答）。また韓国でも、19%の男性と 11%の女性が「同意しない」と答えました。

働く母親は どう 見 ら れ て い る か

性別による役割分担への固定観念が職場で表れる一つの形が、**母親となっても正社員としての就業を選ぶ女性への社会的不寛容**さです。

不寛容さが最も顕著なのはインドネシア、日本、マレーシアで、半数以上の女性が、育児と家事を家庭で主に担うのは自分だと答えています。大半の日本人女性は出産後、退職してしまい、職場復帰した人はしばしば、出産前よりも正社員として就業できる機会が限られており、より高給で望ましい地位を得るには、さらに不利な立場に立たされたことに気付くのです。¹¹

インドネシアでは、回答者の約半分が「母親になった女性も常勤社員として働き続けられるべきだ」という考えに同意しない、と答えました

（男性の 59%、女性の 48% が同意しないと回答）。12 か国の中では、メキシコが働く母親に対して最も肯定的イメージを持っており、男性の 85%、女性の 84% が「女

性は出産後も正社員として就業し続けられるべきだ」と答えました。最も肯定的な国でさえ、同意する人が 100%未満であることから、性別による固定観念がどれほど根強いかがわかります。

女性 は 職場 の一員としてふさわしくないとする認識を変えるには、女性に就業するよう説得するのではなく、就業を希望する女性を阻害する組織的な偏見（例：法的権利、職場での差別）を是正しなくてはなりません。同時に、性別や子どもの有無にかかわらず、すべての人の機会促進と働き手としての権利向上が必要です。¹²

新型コロナウイルス感染症によりジェンダー格差が悪化

この調査は 2020 年 2 月に実施されたものであり、新型コロナウイルス感染症のパンデミックによって現在はさらに悪化したと予想されます。この健康・社会・経済的な危機的状況下で女性は、社会的役割についての固定観念によってより影響を受けているのです。¹³

- **家庭**では、ロックダウンで保育などのサービスが一部利用できなくなり、自宅で過ごす時間が増えたため、増えた家事の負担の大半を女性が担った可能性が高い。
- **職場**では、新型コロナウイルス感染症による経済的危機により、女性は男性よりもさらに以前より就業機会が得にくい。

¹⁰ International Labour Organisation (2020). ILO Monitor: COVID-19 and the world of work, Fifth edition. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_749399.pdf

¹¹ Government of Japan, Gender Equality Bureau Cabinet Office (2017). Utilizing the act to promote women's participation to accelerate and expand the advancement of women. http://www.gender.go.jp/english_contents/about_danjo/whitepaper/pdf/ewp2017.pdf

¹² One example of systemic inequality is legal agency. According to the World Bank, “on average, women have just three-fourths of the legal rights afforded to men.” World Bank (2020). Women, Business and the Law 2020. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/han>

¹³ OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development (2020). Women at the core of the fight against COVID-19 crisis. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=127_127000-awfnqj8Qme&title=Women-at-the-core-of-the-fight-against-COVID-19-crisis

起業家であること

調査において

「何らかのビジネスを展開している人」は独立ベンチャーを営んでいる、または自分のビジネスを展開していると回答した人、「起業志望者」は、将来独立ベンチャーや自分でビジネスを展開したいと回答した人です。

幅広く現状を把握するために、調査対象を特定の規模や種類の企業に限定していません。この調査結果は、自認に基づくジェンダーと起業家としての地位ごとに集計されたデータを反映したものです。詳細は添付資料をご参照ください。

平均的に女性は男性よりも起業家になることに興味が薄く、また、実際になる確率も低い¹⁴

12 か国を平均すると、回答者の男性の 36％に対して女性は 29％のみが、現在、何らかのビジネスを展開していると答え、男性の 44％に対して女性は 45％が、自分は起業家志望であると答えました。

**起業家の男女の差（7％）
に比べ、起業家志望の男女差は少ない（1％）
ことがわかります。**

12 のすべての国において**起業家である割合は男性の方が女性より高くなっています**。男性より女性の方が起業家を志望する割合が高い国であっても、何らかのビジネスを展開している人の割合は男性の方が高いのです。これは、女性が男性と同じように起業家になる夢を実現できるとは限らないことを示しています。¹⁵

12 の国のうち、起業への女性の参画率が最も高いのはインドネシア（女性の 49％）で、次点がナイジェリア（47％）、タイ（39％）、ケニア（37％）でした。日本が最低で、ジェンダー格差が最も顕著であり、女性の 7％のみが現在、何らかのビジネスを展開していると答えています。

今回の調査では、日本と韓国の女性が、起業家というキャリアパスに興味がないと答える傾向にありました。日本では女性の 42％（男性は 15％）が起業家になるつもりはないと答えています。韓国では、30％の女性が興味がないと回答しています（男性 22％）。

女性起業家の数は、国の豊かさや開発度のレベルと常に相関性があるわけではありません。裕福な国では金融や事業のエコシステムが高度に発達しているおかげで起業活動が活発な一方、貧困で失業率が高い国でも、経済的必要性に迫られて盛んな場合があります。¹⁶

¹⁴ 女性の方が男性よりも起業家になる可能性が低いという結果は、既存の文献と一致しています。ただしこれが性別と起業家としての地位のみで集計されたデータであることには注意が必要です。調査結果は、特定の規模（例：売上高、従業員数）や企業の種類（例：非公式／公式、アーリーステージ／レイターステージ、セクター）を反映したものではなく、またそれらを限定したものでもありません。本報告書における起業家としての地位については回答者の自認によるものです。

¹⁵ 調査では、アルゼンチン、ブラジル、インドネシア、韓国、メキシコ、ナイジェリア、南アフリカ、タイでは、起業家志望の女性の割合が男性と同程度かそれ以上であるにもかかわらず、起業家に占める女性の割合は低くなっています。

新型コロナウイルス感染症の影響で、**起業におけるジェンダー格差は拡大すると予想される**

宿泊、飲食、旅行、観光など、パンデミックで最も打撃を受けた業界は、女性起業家が働いている割合が高い業界でもあります。¹⁷ 収入の減少は、家庭でのタスクの増加と男性に比べて希薄な金銭面のセーフティネットが重なって、女性の事業経営者にとって大きな打撃となるでしょう。

事業を再出発、収支改善するのに必要な時間やリソースがなければ、**女性が起業に踏み切ることはいっそう困難になります**。各国政府や組織は、ジェンダーに配慮した対応策を講じなければなりません。

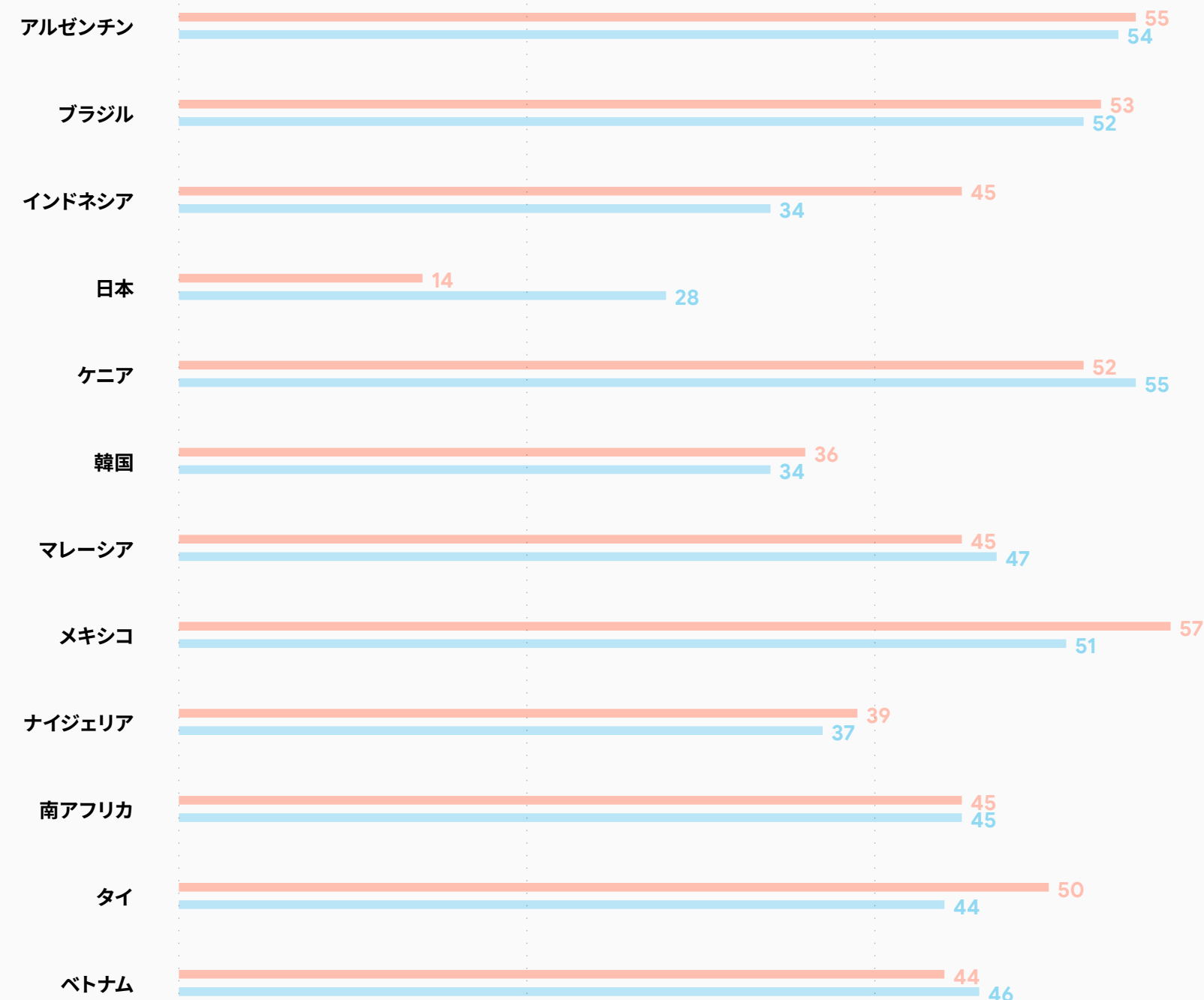
**"パンデミックが起きた時、
私たちは店舗を閉鎖し、
生産量を減らさなければならませんでした。
しかしそれにも勝る一番の懸念は、
私たちと一緒に働いている先住民族の
職人の女性たちのコミュニティのことでした。"**

Fátima Álvarez 氏
社会的企業 Someone Somewhere 創設者（メキシコ）

¹⁶ Mastercard (2018). Index of Women Entrepreneurs. https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2018/03/MIWE_2018_Final_Report.pdf

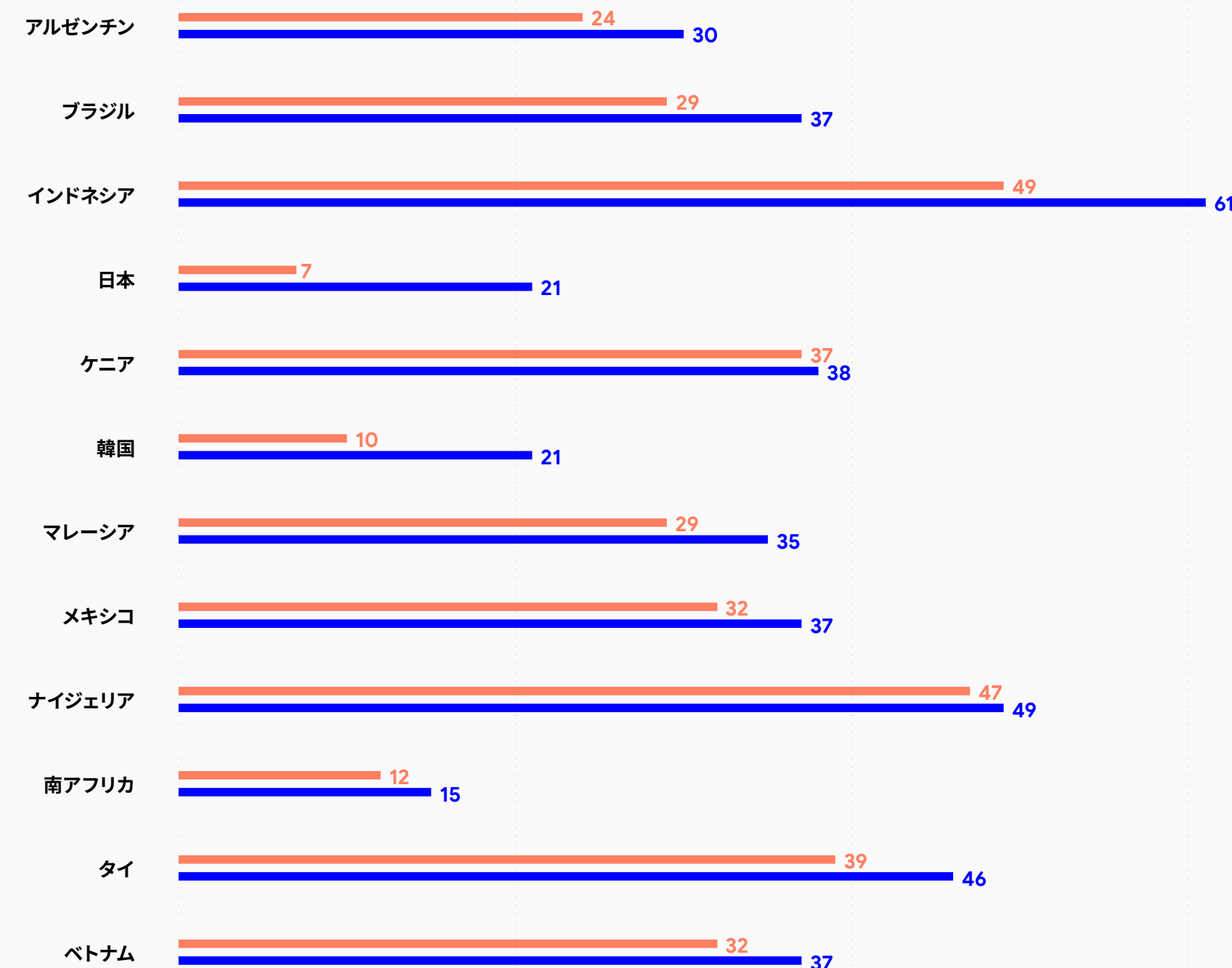
¹⁷ OECD (2020). Women enterprise policy and COVID-19: Towards a gender-sensitive response. https://eurogender.eige.europa.eu/system/files/web-discussions-files/oecd_webinar_women_entrepreneurship_policy_and_covid-19_summary_report.pdf

女性
男性



何らかのビジネスを展開している割合 (%)

女性
男性



起業家志望の割合 (%)

"しばらくの間、私は定職を辞める勇気がありませんでした。主な理由は、自分が情熱を持って取り組んでいることを「職業」として見ることができていなかったからです。ですが私は自分がただのアーティストではなく起業家でもあることに気づき、それがすべてを変えました。"

Bruna Bandeira 氏
Imagine e Desenhe、イラストレーター / クリエーター（ブラジル）



"私もチームメンバーも、現場での経験はまったくありませんでした。私たちは自ら、多くのことを学ぶ必要がありました。"

Melisa Lim 氏
社会的企業 Langit Collective 創設者（マレーシア）

女性なぜ、起業家を目指すのか

起業によって女性は、収入増、自己裁量での労働、生きがいや趣味の追求など、自らの達成したい目標へと、別の道筋で近づくことができます。仕事と家庭の両立を従来とは異なる形で目指す多くの女性にとって、自営業者であることは「自分のために仕事をする」ための良い方法かもしれないのです。

調査対象の女性における起業家を目指す動機の上位 3 位は以下のとおりです。

1. 経済的安定

最大の動機は、経済的独立性を高めたり追加所得を得たりできることです。本調査では、何らかのビジネスを展開している女性の平均 57%が、自分の事業が主な収入源であると答えています。集団の意思決定が重視され、個人より家族が優先される国、働く母親にやさしくない国では、女性の起業活動はより魅力的かつ受け入れやすいと認識される傾向にあります。それは起業によって世帯の収支を将来にわたり長期的に安定させることができると捉えられているためと考えられます。

2. 時間

動機の 2 位は時間で、自営業なら勤務時間の柔軟性が高まり、時間をコントロールしやすく、全体的なワークライフバランスが改善される、と捉えられています。女性はワークライフバランスに関する理由（「時間の融通が利く」「家庭を第一にして合間に仕事ができる」）を男性よりも重視していました。男性の回答者は、仕事への満足度や仕事の自律性（「将来やキャリアをコントロールできる」）を、ワークライフバランスよりも重視していました。

3. 生きがい

起業家志望者も何らかのビジネスを展開している人も、自分の天職だと思えることや、やりたいことができることを重要な動機として挙げていました。

何らかのビジネスを展開している女性や起業家志望の女性を阻むもの

女性たちは、起業家として事業を営営することを最も阻害する要因として、以下の 3 つを挙げました。

1. 経済的安定の欠如

経済的安定の欠如や、事業立ち上げや拡大のための資本が得られないことが、男女ともに最大の阻害要因であることがわかりました。男女共通ではありますが、資本や設備を利用できないことは、事業資金として個人の貯蓄に依存する傾向の強い女性にとって、より深刻な阻害要因となっています。女性は全般的に「所得も貯蓄も少なく、より不安定な雇用に甘んじている」ため、男性に比べて、事業が失敗した際や新型コロナウイルス感染症のような経済危機における金銭的セーフティネットが脆弱なのです。¹⁸

2. 自信のなさ

失敗への恐れと全般的な自信の欠如以外にも、多くの女性が起業家として何からどう始めるべきかを理解しておらず、それがさらなる自信の喪失につながっています。

3. スキルの欠如

何らかのビジネスを展開している女性は、自分には成功するために必要なビジネスや財務、デジタル、そしてマーケティングのスキルがないと感じています。

以下の章では、これらおよびその他いくつかの阻害要因（インターネットへのアクセス、経営者に課せられる煩雑な手続き等）について詳細に分析します。

¹⁸ Mastercard (2018). Index of Women Entrepreneurs. https://newsroom.mastercard.com/wp-content/uploads/2018/03/MIWE_2018_Final_Report.pdf

女性の自己認識：自信

女性は自分自身に自信があるか

調査では、自信に関していくつかの傾向が見受けられました。

- **男性の方が就職活動において自信があり楽観主義である傾向**：12 か国すべてにおいて、**就職面接でも昇給交渉でも男性の方が自信のある人の割合が多いことがわかりました**。これらの国々の大半の男性は、自分には**多くの雇用機会**があり、希望する仕事に就くための**スキルもある**、と楽観している割合が女性より高いのです。¹⁹
- 調査対象の 12 のすべての国において、「**自信**」が**事業経営で成功するのに不可欠**なスキルの上位 3 位に入りました。
- 起業家志望の女性の半分以上が、独立して事業を開始するために、**より自信を持てるようになりたい**と回答しました。

多くの回答者が、自信が重要だとの認識、もっと伸ばしたいという願望の両方を持っていました。組織や周囲のネットワークが女性を支援し、自信を高めるために提供できるイニシアチブ、能力開発機会、追加調査等を検討しましょう。

自信を高めるための責任は、女性自身が負うべきではありません。組織やコミュニティは、女性やその他のマイノリティとされる人々が誹謗や批判（例：「女性にしては自己主張が強すぎる」という理由で、意識的にも無意識的にも差別されている、社会的に排除されているなど）を受けける心配なく、成果を称え合える場を設けるべきです。自信の有無は、安全性、資本の利用しやすさ、ジェンダーに関わる固定観念など、

個人がコントロールできない要因と切っても切れない関係にあります。これらの要因はすべて、その人が反発を恐れずに自信を持てるか、あるいは自信を持てるようになったと感じられるかどうかに関係しています。

起業家志望の女性の自信

調査対象の多くの国で、**起業家志望の男性と比べて、起業家志望の女性は自信が持てていないことがわかりました**。日本とマレーシアは例外です。²⁰ 男女差が最大（10%）なのはインドネシアと韓国です。インドネシアでは、男性の 6% に比べて女性は 16%もの人が自信がないと答えました。韓国では、起業家志望の男性の 15% に比べて女性は 25% が自信がないと答えました。

**12 か国すべてで、
何らかのビジネスを展開している女性に比べて、
起業家志望の女性は自信がないことがわかりました。**

何らかのビジネスを展開している女性と起業家志望の女性の自信の差が顕著なのは日本と韓国です。これは失敗を恐れる傾向が強く、何らかのビジネスを展開している女性の割合自体が低いこと（日本 7%、韓国 10%）が要因と考えられます。韓国では、何らかのビジネスを展開している女性の 10%および起業家志望の女性の 25%が自信がないと答えました。日本ではそれぞれ 15% と 25%でした。これらの国では、起業家に占める女性の割合が低く、現状でもワークライフバランスを取

るためのプレッシャーが高く、どこから始め、どのように資金を調達すればよいのかわからないということもすべて、自信や興味を削ぐ原因となっています。

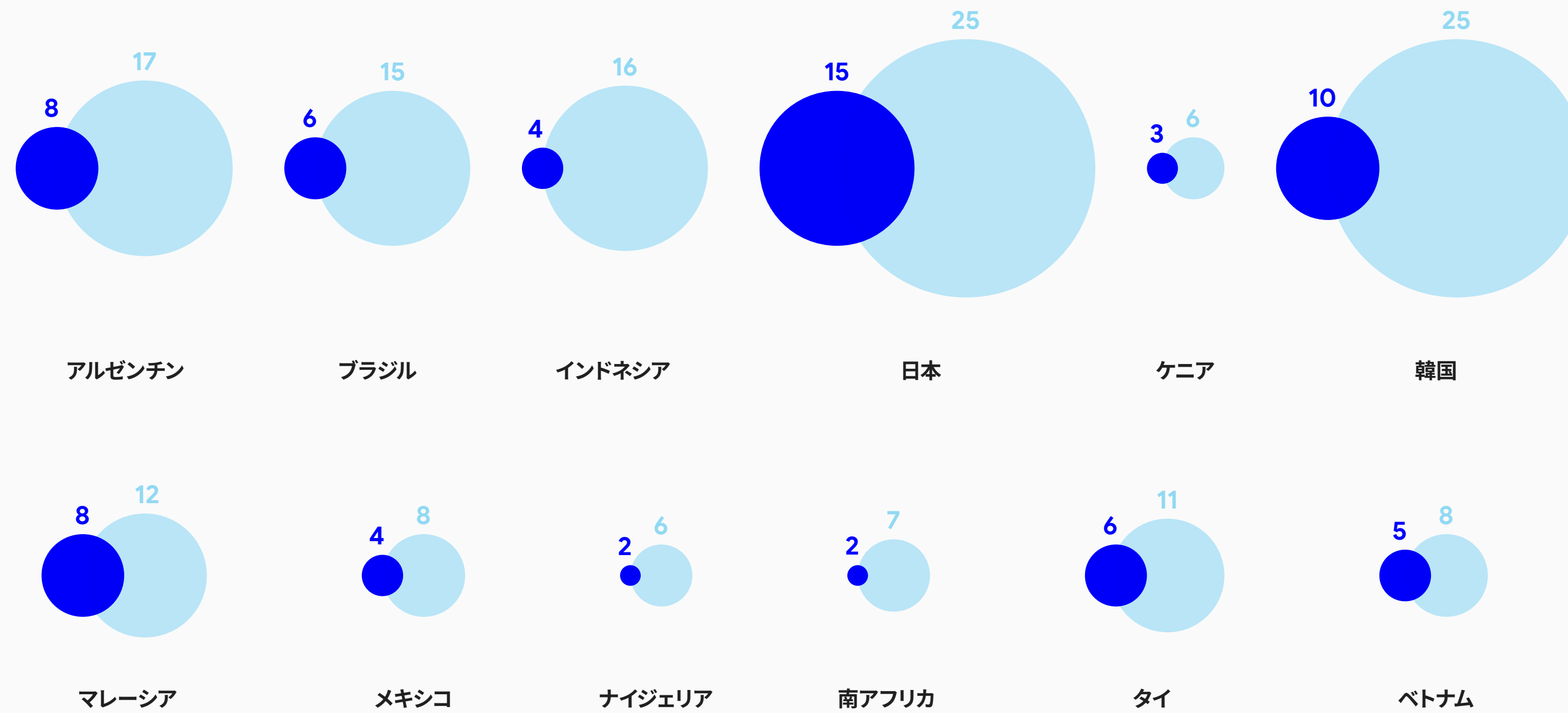
格差が最小なのは、起業活動が比較的普及しており、10 人中 4 人以上の女性が自分で事業経営をすることを検討している、サハラ以南の**アフリカ**（ケニア、ナイジェリア、南アフリカ）、**メキシコ**、**ベトナム**です。これらの国では、すでに起業家であるなしにかかわらず、自信がないと答えた女性は 10%未満でした。メンター制度、グループでのトレーニングイベント、女性専用のネットワークなどを支援するコミュニティを通じて、起業家志望の女性と何らかのビジネスを展開している女性の間の「自信格差」を解消できると考えられます。 これらによって、女性が相互に自信と知識を共有し合うための場所が提供されるのです。

**"起業家には、「ただの石をダイヤモンドに変える」
ような強い思いが必要です。そうすることで人に会う時、
自分のビジネスに確信を持てるようになるのです。"**

Seojung Chang 氏
Jacaranda Inc. CEO (韓国)

¹⁹ 例外として、「応募できる仕事がたくさんある」と回答した割合は、ケニアとナイジェリアで男女差 ± 1%以内。「私は、希望の仕事を獲得するために活用できるスキルを持っている」と回答した割合は日本では女性 28%男性 19%、メキシコでは女性 80%男性 78%。

²⁰ マレーシアでは起業家志望の男女同数 12%が「自信がない」と回答、日本では起業家志望の男性の 34%、女性の 25%が「自信がない」と回答。

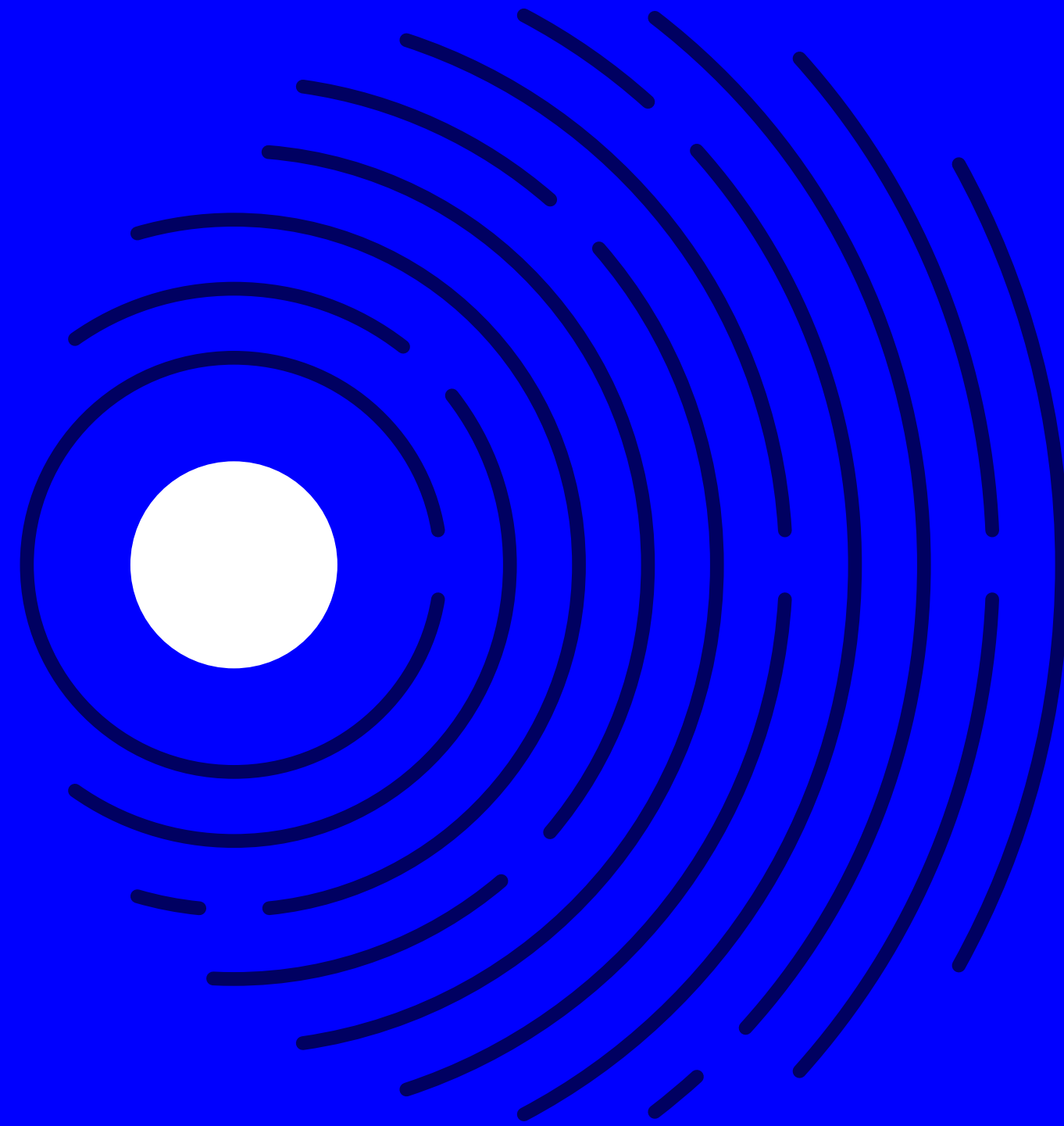


起業志望の女性
何らかのビジネスを展開している女性

「自分に自信がない」と回答した割合 (%)

機会 02

- … 時間
- … インターネット
- … 経済的安定と資本
- … 支援とメンター



**"女性起業家は、金融から
ケアエコノミーに至るまで、
あらゆる面で不平等という壁に
直面しています。**

**パフォーマンスや機会の格差を縮める
ためには、これらの課題すべてに
取り組む必要があります。"**



Henriette Kolb 氏
IFC、Manager, Gender and Economic Inclusion

時間

女性 は 男性 に 比べて 家事に 1 日あたりより多くの時間を費やしている

女性 は 男性 に 比べ、自分が家庭での育児や家事の主な担い手であると認識する割合が高く、家事に費やす 1 日あたりの時間が長く、時間の融通も利きにくい傾向があります。

調査の結果、平均的に女性 は 男性 よりも 39% も 多くの時間を家事に費やしていることがわかりました (週に約 5.6 時間以上)。

調査した国では、起業家志望の女性または何らかのビジネスを展開している女性は、起業して成功するための主な障壁として、時間の制約を挙げています。²¹

こうした状況は新型コロナウイルス感染症によってさらに悪化しました。さまざまな指標が、パンデミックによって女性がより悪影響を受けたことを示しています。自宅でのタスクの増加、有償労働の機会の減少などです。^{22, 23}

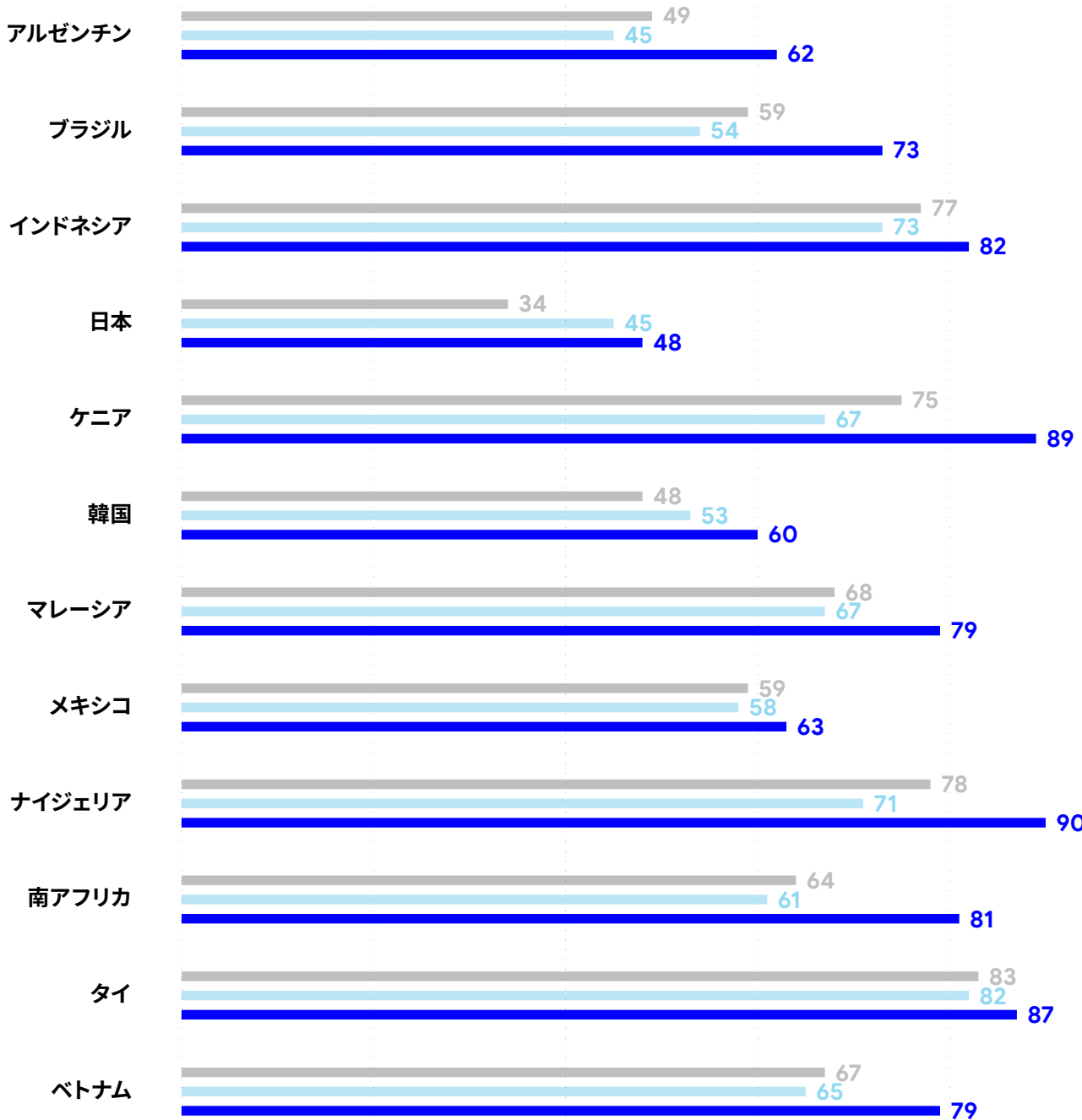
学校や保育・介護施設が利用できなくなり、女性は育児と高齢者のケアもするよう期待されました。自己隔離のため、多くの人が家で時間を過ごすようになりましたが、それによって増えた家事などのタスクは、主に女性が担わされたと考えられます。

女性 起業家の ワークライフ バランス

起業にはさまざまな困難がありますが、

今回の調査において 何らかのビジネスを展開している女性は、 働く女性全般や起業家志望の女性に比べて、 今の仕事は、仕事と家族の生活両方に 取り組むことを可能にしている、 と答えています。

「今の仕事は、仕事と家族の生活両方に 取り組むことを可能にしている」 と回答した割合



²¹ 12 か国それぞれにおいて起業家志望および現役女性起業家は、起業の障壁のトップ 10 として「家庭での責任が大きすぎる」「時間がない」「ワークライフバランスを維持するのが難しい」のうち少なくとも 1 つを挙げました。

²² United Nations (2020). Policy Brief: The Impact of COVID-19 on Women. https://eurogender.eige.europa.eu/system/files/web-discussions-files/policy-brief-the-impact-of-covid-19-on-women-en_0.pdf

²³ Women Entrepreneurship Knowledge Hub (2020). The Impact of COVID-19 on Women Entrepreneurs. https://eurogender.eige.europa.eu/system/files/web-discussions-files/wekh_the_impact_of_covid-19_on_women_entrepreneurs-1.pdf

インターネット

**Google が以前行った
オンラインにおけるジェンダー平等に関する調査によると、
女性は男性よりもインターネットにアクセスできていない** ²⁴

国際電気通信連合によると、世界の 3 分の 2 の国で、インターネットを使っている人の割合は男性の方が女性よりも高くなっています。²⁵ 今回の調査で日常的なインターネット利用について質問した理由は、起業家のためのリソースを提供するためにオンラインまたはオフラインどちらが有意義なのかを探るためでしたが、それよりもまず、日常的なインターネットへのアクセスの機会自体が、国や性別によって異なることに着目すべきでしょう。さらに、インフラへのアクセスがあるからといって、安定して安価で安全なインターネットが使えるとは限りません。調査詳細については、Google の「[Toward Gender Equity Online: Research with the Next Billion Users](#)」のレポートをご覧ください。

調査において、男女合わせたインターネットユーザーの 90%以上が、毎日インターネットを利用していると答えました。ただし、ケニア、ナイジェリア、南アフリカでは、インターネットへのアクセスは限られていました。²⁶ 日常的なインターネット利用に関するジェンダー格差は、ケニアとナイジェリアで顕著で、

**ケニアでは日常的アクセスにおいて 13%の格差
(男性 60%に対し女性 47%がインターネット利用者)があり、
ナイジェリアでは 9% (男性 81%に対し女性 72%が
インターネット利用者)でした。**

²⁴ Google (2019). Toward Gender Equity Online. <https://g.co/GenderEquityOnline>

²⁵ International Telecommunication Union (2017). ITU Facts and Figures (2017). <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2017.pdf>

インターネット通信には大半の女性が主にモバイルを利用

調査対象国の大半は、モバイルファーストの市場です。調査対象となったインターネット利用者の 60%以上が、ネットにつながる第一の手段はモバイルデバイスだと答えました。12 か国のうち以下の 6 か国が「モバイルファースト」市場で、インターネットユーザーの 80% が主にモバイルデバイスを利用しています。インドネシア（インターネット利用者全体の 87%）、ケニア（95%）、マレーシア（83%）、ナイジェリア（96%）、南アフリカ（91%）、タイ（85%）

ほとんどの女性がモバイルでインターネットにアクセスしています。調査したすべての国で、インターネットにアクセスする第一の手段はモバイルデバイスであると答えた割合は、女性の方が男性より高いことがわかりました。例外はケニアとナイジェリアで、ほぼすべてのユーザーがモバイルでインターネットに接続していました。最も差が大きかったのは日本で、モバイルデバイスを主にネット接続に使う女性の割合は男性よりも 24%多い結果となりました。次が韓国（14%の女性がモバイルファースト）、ベトナム（14%）、メキシコ（13%）でした。

起業家、特に女性がオンラインリソースを利用しやすくするには、コンテンツをモバイルデバイス向けに最適化する必要があります。

**多くの女性が常に安定してインターネットにアクセスできないため、
オフラインまたは低速回線でも使えるソリューションが必要**

世界人口の 96%はモバイル通信を利用できるようになったとはいえ、まだ多くの人たちが地理的、経済的、または両方の理由で高速インターネット回線を利用できていません。16 億人は 2G 通信網しか利用できず、20 億人がひと月 500MB のデータプランを支払うことができません。²⁷ 女性は所得が低く経済的な保障も受けにくいことから、インターネットのデータ回線にかかる費用は、男性よりも女性にとって大きな障壁となっています。

起業家への支援をさらに充実させるためには、一部の国ではビジネススキルトレーニングなどの必要なソリューションがオフラインでも受けられるようにすることが求

²⁶ 本データは、「日常的にインターネットにアクセスしている」と答えたインターネットユーザーの割合を測定しています。この値は、インターネット普及率とイコールではありません。私たちは、講座のような、一般的に定期的なアクセスを必要とするオンラインベースのリソースの有用性と有効性を把握すべく、日常的なアクセスに焦点を当てました。

²⁷ Facebook (2015). State of Connectivity 2015: A Report on Global Internet Access. <https://about.fb.com/news/2016/02/state-of-connectivity-2015-a-report-on-global-internet-access/>

められます。また、コンテンツやアプリが低速回線やオフラインでも機能するようにすることや、回線容量の消費量を減らすことが必要です。パンデミック状況下でなければ、対面式スキルトレーニングも利用できるようにしましょう。

**ユーザーの主目的はソーシャルメディア利用。特にインフラに制限があり、
データ回線使用料が高額な「モバイルファースト」の国でその傾向が強い**

韓国と日本以外では、調査した女性インターネットユーザーの 80%が、1 日に最低 1 回は SNS にアクセスすると答えました。^{28, 29} SNS の使用率は特に、「モバイルファースト」のブラジル、ケニア、南アフリカで高い傾向にあります。その理由は、それらの国ではデータ回線使用料が高額で、通信事業者は、顧客を獲得するために選択したソーシャルメディアのアプリとメッセージング サービスを無料で使用できるプランを提供しているからです。^{30, 31} したがって費用面からすると、ウェブサイトやモバイルアプリなどの他のオンラインコンテンツよりも、ソーシャルメディアはユーザーにとってアクセスしやすいといえます。

ターゲットとするユーザーの費用負担を最小化し、リソース提供や調査やキャンペーンを実施する際のエンゲージメントを最大化するために、適宜ソーシャルメディアを活用すべきです。それによってユーザーはデータ費用を抑制できます。調査対象となった大半の起業家、特に資本を手に入れにくい女性の起業家は、個人の貯蓄を事業原資としており、事業資金の融資を受けにくい傾向にあるため、これはとても重要な指針といえます。

**"デジタル経済における格差を埋めることは、
女性起業家が将来業界のリーダーになるために
不可欠です。"**

Alexa Roscoe 氏
IFC, Disruptive Technologies Lead

²⁸ 例外は日本（女性のインターネット利用者の 63%）と韓国（52%）。日本：ソーシャルメディアは、情報（＝ニュース、検索エンジン）、コミュニケーション（＝メール、メッセージング）に次いで、1 日のインターネット利用頻度が 3 位にランクインしています。

²⁹ 韓国：調査では、女性のインターネットユーザーは、情報、コミュニケーション、メディア（動画の視聴やアップロードなど）、仕事などの活動が、ソーシャルネットワークと比較して、日常的なインターネット活動の頻度が高いと回答しています。これは、SNS の利用よりも情報やメディアの消費の方が一般的なインターネット活動であるという韓国インターネット振興院のインターネット利用に関する調査と一致しています。韓国インターネット&セキュリティ院（2017）インターネット利用に関する調査。 <https://k-erc.eu/wp-content/uploads/2018/07/2017-Survey-on-the-Internet-Usage.pdf>

³⁰ Belli, Luca (2018). WhatsApp skewed Brazilian election. <https://theconversation.com/whatsapp-skewed-brazilian-election-proving-social-medias-danger-to-democracy-106476>

³¹ Social Media Lab Africa (2018). Social Media Consumption in Kenya: Trends and Practices. https://www.usiu.ac.ke/assets/file/SIMElab_Social_Media_Consumption_in_Kenya_report.pdf

経済的安定と資本

資本、設備、経済的安定が得にくいことが、起業家を目指す女性にとっての最も深刻な障壁

経済的に安定しないことは、すべての起業家にとっての大きな課題ですが、起業家志望の女性および何らかのビジネスを展開している女性は、最大の課題であると回答しました。経済的な独立が起業を考える女性にとって最大の動機であることを考えると、経済的に不安定なことは、失敗への恐れや自信のなさといったその他の障壁をさらに大きくしているといえるでしょう。起業家志望の女性よりも何らかのビジネスを展開している女性の方が、より多くの割合で、事業開始にあたってお金は必要なかった、と回答しています。この差が特に大きかった国は、アルゼンチン（何らかのビジネスを展開している女性と起業家志望の女性の差が 24%）、ブラジル（18%の差）、日本（17%の差）、韓国（16%）でした。

事業立ち上げに必要な資本か、資金なしで始める戦略のどちらかが得られなければ、起業家志望者が実際に起業することは困難です。

大半の女性は、事業の原資として個人の貯蓄を使った、または使おうとしている

女性は、事業資金として、事業ローンや個人ローン、家族からの借入れ、ベンチャー・キャピタル融資などの手段に頼るより、自分自身の貯蓄を使おうと考えています。

12 か国の平均で、何らかのビジネスを展開しているまたは何らかのビジネスを過去に展開していた女性の

51%が個人的な貯蓄を使って事業を開始したと回答しており、起業家志望の女性の 57%が同様の計画だと回答しています。

個人の貯蓄へ依存してしまう理由としては、調査で女性から多く上がった「どこで、どのように資本や設備を利用できるかわからない」ということだけでなく、納得できる条件の資金源を見つけようとする際に女性が直面する、以下に挙げられるようなより大きなシステム上の障壁が挙げられるでしょう。

- **信用を得たり融資を確保するための物理的または法的な代理人のレベルにばらつきがあること**
- **ベンチャー・キャピタルやビジネスネットワークの利用における差別が存在すること**
- **偏見に起因する固定観念によって、女性が利用できる外部からの融資の選択肢が全般的に不足していること**^{32, 33}

低所得者層の女性にとって、経済的状況を改善するために起業家になるという選択をすることは必要以上に難しくなっています。こうした外部からの融資への障壁に加えて、事業立ち上げのための個人の貯蓄も持ち合わせていない可能性があるからです。

女性起業家は、男性に比べて信用取引や資金調達ができる可能性が低い

女性と男性の間には、信用取引や資金調達の可否に大きな格差があり、女性が経営している中小企業の信用取引における格差は約 2870 億ドルと推定されています。³⁴

世界的に見ても、女性が経営する企業に投資しているプライベート・エクイティ・ファンドやベンチャー・キャピタルの割合はわずか 7%に過ぎません。³⁵

融資における差別や不十分な担保など、資金調達上の課題の要因は、金融に限定されたものではありません。つまり、ジェンダーに関わる偏見（例えばビジネス経営は男性の特権であるという考え）による固定観念や慣習に起因しています。これらは女性に対し、投資家からの偏見、ビジネスネットワークからの排除、銀行口座や財産所有権を持つための法的権利が確保できなくなるなどの影響を与え、女性が融資を受けたり、個人の貯蓄以外の選択をすることを妨げています。

金融における障壁は、他の要因と密接に関わり合っています。それだけに、資金調達におけるジェンダー・ギャップに関しては、より多くの資金や金融商品を提供することだけにとどまらないディスカッションを進めていくことが重要です。融資の機会をより公平にするためには、金融機関が、金融システムにはびこるジェンダーバイアスを特定することが重要といえます。

- **ジェンダー別に集計されたデータを収集・分析する：**金融機関は女性起業家が必要としている金融商品やサービスを模索、提供するための機会を改善することができます。³⁶
- **ジェンダーの偏りは投資の意思決定に影響を与える：**意思決定権のある上級職や投資家の分野でジェンダーの割合を平等にしていくことは、資金調達格差を解消するための重要な鍵となります。

世界的に見ても、プライベート・エクイティ・ファンドやベンチャー・キャピタルの上級職に就いている女性はわずか 10%に過ぎません。³⁷
決定プロセスが包括的でなければ、政策は包括的にはなり得ないのです。

³⁴ International Finance Corporation (2014). Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/44b004b2-ed46-48fc-8ade-aa0f485069a1/WomenOwnedSMEs+Report-Final.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kiZZDZ>

³⁵ International Finance Corporation (2019). Moving Toward Gender Balance In Private Equity and Venture Capital. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/79e641c9-824f-4bd8-9f1c-00579862fed3/Moving+Toward+Gender+Balance+Fin_al_3_22.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mCBJFra

³⁶ International Finance Corporation (2014). Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/44b004b2-ed46-48fc-8ade-aa0f485069a1/WomenOwnedSMEs+Report-Final.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kiZZDZ>

³⁷ International Finance Corporation (2019). Moving Toward Gender Balance In Private Equity and Venture Capital. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/79e641c9-824f-4bd8-9f1c-00579862fed3/Moving+Toward+Gender+Balance+Fin_al_3_22.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mCBJFra

多くの何らかのビジネスを展開している女性にとって、自身の事業が主な収入源

調査対象となった 12 か国の平均では、何らかのビジネスを展開している女性の **57%が、自身の事業が主な収入源である**と答えています。インドネシアとマレーシアでは比較して少なく、それぞれ 37%と 38%の何らかのビジネスを展開している女性が自身の事業で生計を立てていると答えています。対照的に、ナイジェリアでは 81%もの何らかのビジネスを展開している女性が自身の事業が主な収入源であると答えています。³⁸

今回の調査では、起業が第二の収入源となっている女性のうち、平均して約半数 (55%) が、将来的には事業を拡大して第一の収入源にしたいと答えています。

残念ながらこれらの女性の多くは、**新型コロナウイルス感染症による経済危機のために生計が危ぶまれています**。2020 年 9 月の時点で、女性の雇用は男性よりも 19%もリスクにさらされていると推定されています。これはパンデミックがもたらす経済的、健康的、社会的インパクトに対して最も脆弱なセクターに女性が多く存在していることが原因です。³⁹ 主要な収入源を失うことで個人の貯蓄も減少し、その結果、多くの女性起業家が自身の事業継続の糧としている唯一の金融セーフティネットの規模でさえ縮小を余儀なくされています。

³⁸ ナイジェリアでは、何らかのビジネスを展開している女性の女性の 38%が自身の事業が主な収入だと回答しています (何らかのビジネスを展開している女性 47%のうちの 38% = 81%)。

³⁹ United Nations Women (2020). COVID-19 and its economic toll on women: The story behind the numbers. <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2020/9/feature-covid-19-economic-impacts-on-women>

多くの女性が新型コロナウイルス感染症の影響の大きい分野で就業、経営している

本調査では、12 か国で何らかのビジネスを展開している女性は、他のセクターと比較して、**小売・貿易部門**で事業を行っている割合が高いことがわかりました。

小売・貿易部門は、将来自分でビジネスをしたいと考えている多くの女性に人気のある分野であり、12 か国のうち 9 か国で、**起業家志望の女性**が進出を希望する割合が最も高かった分野です。他の 3 か国では、**宿泊・フードサービス** (韓国、マレーシア)、**芸術・レクリエーションサービス** (日本) が希望する分野のトップとなっています。

歴史的に見ても小売・貿易、宿泊・食品サービス、芸術・レクリエーションはいずれも女性が多く携わってきており、**新型コロナウイルス感染症の危機で最も大きな打撃を受けた分野**でもあります。国際労働機関 (ILO) の推計によると、働く女性の 40% (約 5 億 1,000 万人に相当) がこれらのサービス部門で働いているのに対し、男性は 36.6%が働いています。⁴⁰ また、小売・卸売業は、世界の女性が経営する企業のうちの推定 41%を占めています (男性 30%)。⁴¹

労働法や企業支援プログラムで保護されていない非公式経済労働者にとっては、現状はさらに深刻です。新型コロナウイルス感染症が発生した時点で、これらの部門 (小売業、接客業など) で非公式で働いていた女性の割合は推定 42%、男性は 32%でした。⁴² 国連は、新型コロナウイルス感染症によって 2021 年までにさらに 4,700 万人の女性と女兒が貧困に陥り、2030 年には男性よりも 1,100 万人多くの女性が貧困状態に陥ると予測しています。⁴³

経済危機を緩和し、女性を貧困から救い出すためには、経済的なジェンダーギャップに対処しない限り、インクルーシブな戦略にはなり得ません。

⁴⁰ International Labour Organisation (2020). ILO Monitor: COVID-19 and the world of work, Fifth edition. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_749399.pdf

⁴¹ International Finance Corporation (2014). Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/44b004b2-ed46-48fc-8ade-aa0f485069a1/WomenOwnedSMes+Report-Final.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kiiZZDZ>

⁴² International Labour Organisation (2020). ILO Monitor: COVID-19 and the world of work, Fifth edition. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_749399.pdf

⁴³ United Nations Women (2020). COVID-19 and its economic toll on women: The story behind the numbers. <https://www.unwomen.org/en/news/stories/2020/9/feature-covid-19-economic-impacts-on-women>

特に、パンデミックの影響を最も受けた分野で働いている女性や、自身の事業を主な収入源としている多数の女性起業家にとって、**資本への公平なアクセスがこれまで以上に必要とされています。**

"資本を利用しやすくするためには、女性のイノベーターの立場に立って意見を聞くことから、意思決定者が無意識の偏見を乗り越えて気軽に小切手を切れるようにすることまで、あらゆることを検討する必要があります。"

Sarah Chen 氏
Beyond the Billion、Co-Founder and Managing Partner

支援とメンター

起業家志望の女性にとってメンターやサポートしてくれるコミュニティを利用できないことは大きな課題

調査の結果、起業家志望の女性は、何らかのビジネスを展開している女性に比べてメンターや社会的グループを利用できないと答える割合が高いことがわかりました。両者の間の格差が最も大きかったのはベトナムで、何らかのビジネスを展開している女性に比べて 2.6 倍の起業家志望の女性がメンターがいない（28%の差）と答え、何らかのビジネスを展開している女性に比べて 2 倍の起業家志望の女性が、サポートしてくれる社会的グループがない（21%の差）と答えました。

最も格差が小さいのはケニア（2%）で、起業家志望の女性は、12 の国の中で最もメンターを利用（35%が「利用している」と回答）できていますが、それでも大多数はまだ利用していないと答えています。同じ興味を持つ女性をつなぐネットワークや機会への投資が特に効果的と見られるのは日本で、何らかのビジネスを展開している女性の 45%、起業家志望の女性の 51%が、サポートしてくれる社会的グループがないと答えました。

解決策は、女性にもっとネットワークを作れと言うことではなく、原因を認識し、ネットワークを女性にとってより利用しやすく、アクセスしやすく、インクルーシブなものにすることです。ビジネスネットワークは、以下のようなことで女性を遠ざけてしまっている可能性があります。

- 女性に対して閉鎖的 - 例：女性の参加が認められていない
- アクセスが困難 - 法外な会費、差別的な入会方針など
- 居づらい - 例：包括性がない、ハラスメントに対しての保護策がない

また、女性の権利や時間を制限する社会的固定観念（家庭でのタスクに対する期待など）も、女性のネットワーキングへの参加を妨げている可能性があります。

メンターやネットワークの重要性

自信を高めるため、また起業する方法を知り、ビジネスパートナーやネットワークを見つけるためにもメンターとネットワークの存在が重要です。

取引先やつながりを見つける

ほぼすべての国で、誰かと一緒に事業を経営したいと答えた起業家志望の女性の割合は、実際に誰かと共同経営する何らかのビジネスを展開している女性の割合よりも高い結果となりました（例外は両グループの答えがほぼ同率だったナイジェリアのみ）。例えばブラジルでは、何らかのビジネスを展開している女性の 62%が一人で経営していますが、起業家志望の女性で単独経営するつもりと答えた人は、わずか 32%でした。

自信と知識を養う

本調査によると、何らかのビジネスを展開している女性家は、起業家志望の女性よりも全体的により自信があり、ワークライフバランスも充実していました。それでも、自信の欠如、失敗への恐れ、「どこからどう始めてよいかわからないこと」が、何らかのビジネスを展開している女性および起業志望の女性にとっての障壁の上位にランクインしています。

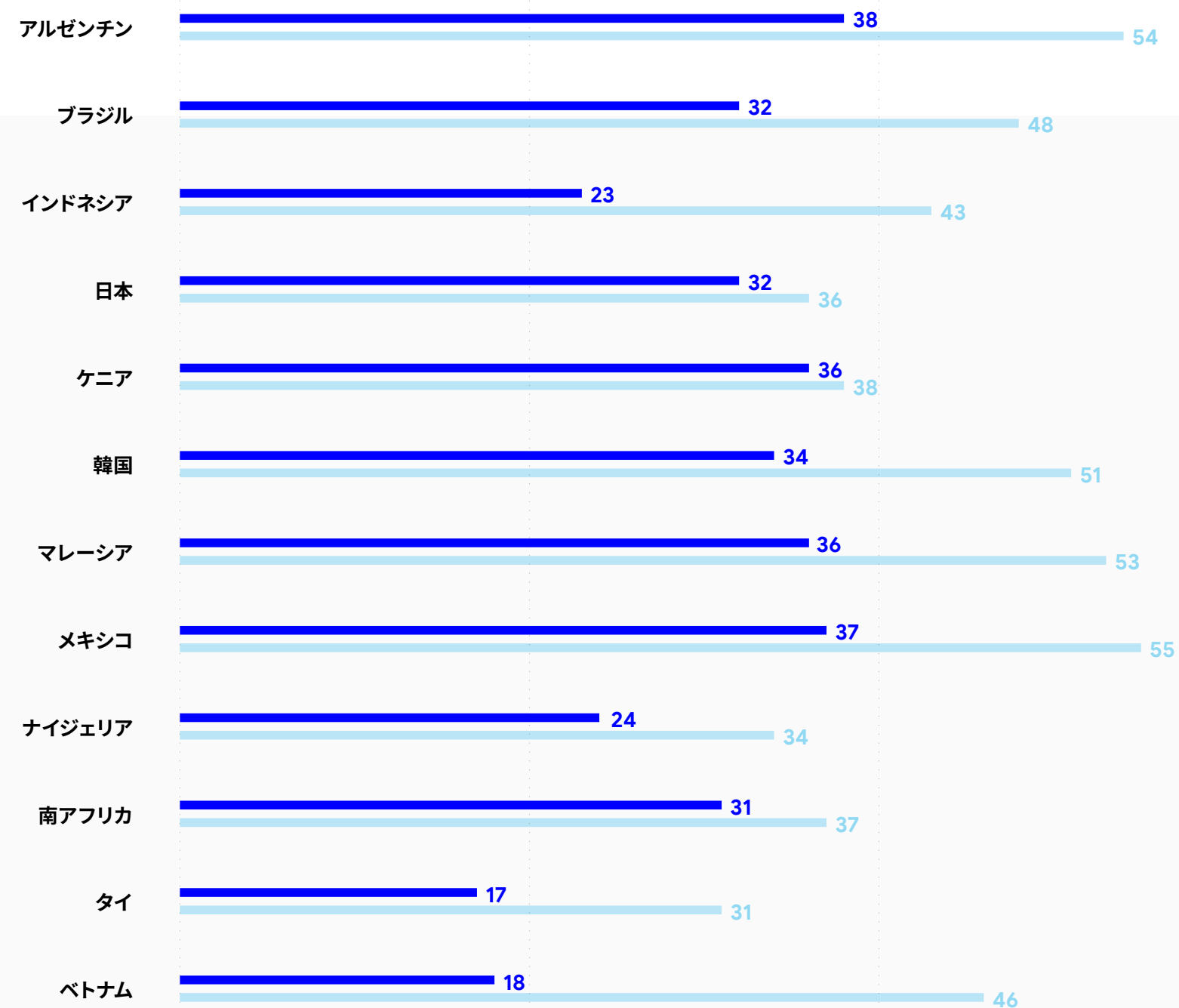
メンターやサポートしてくれるコミュニティがないことが、これらすべての障壁の原因です。志を同じくする仲間のネットワークがないと、家族や親しい知人グループ以外で取引先や資金源を探すのはより難しく、知識の共有だけでなく、女性起業家のロールモデルを見つけ、自信をつける機会も失われます。

"自分たちのビジネスを言語化して課題をメンターに伝えること、OKR を通して体制を見直したこと、Fouders Lab、プログラムすべての瞬間で、“why you started?” と問いかけているような気分でした。結果として、それが、**コロナ禍を乗り越える大きな原動力になりました。**"

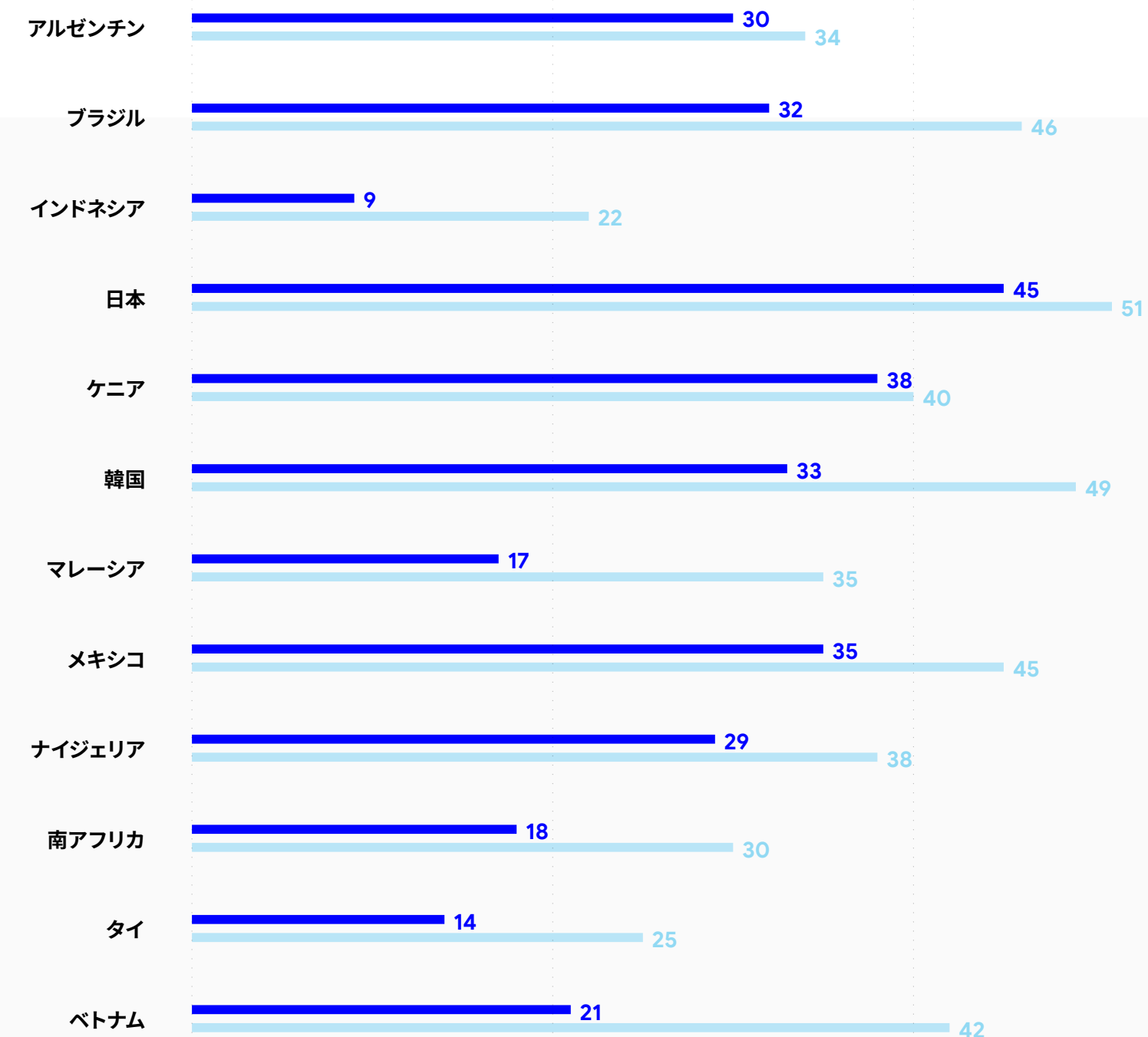
樋口亜希 氏
株式会社 Selan 代表取締役

"**これから起業する人たちのロールモデルとなるためにも、成功した女性起業家が自らの成功事例や直面した課題を語り、共有することが重要です。**"

Taryn Andersen 氏
Impulse4Women CEO



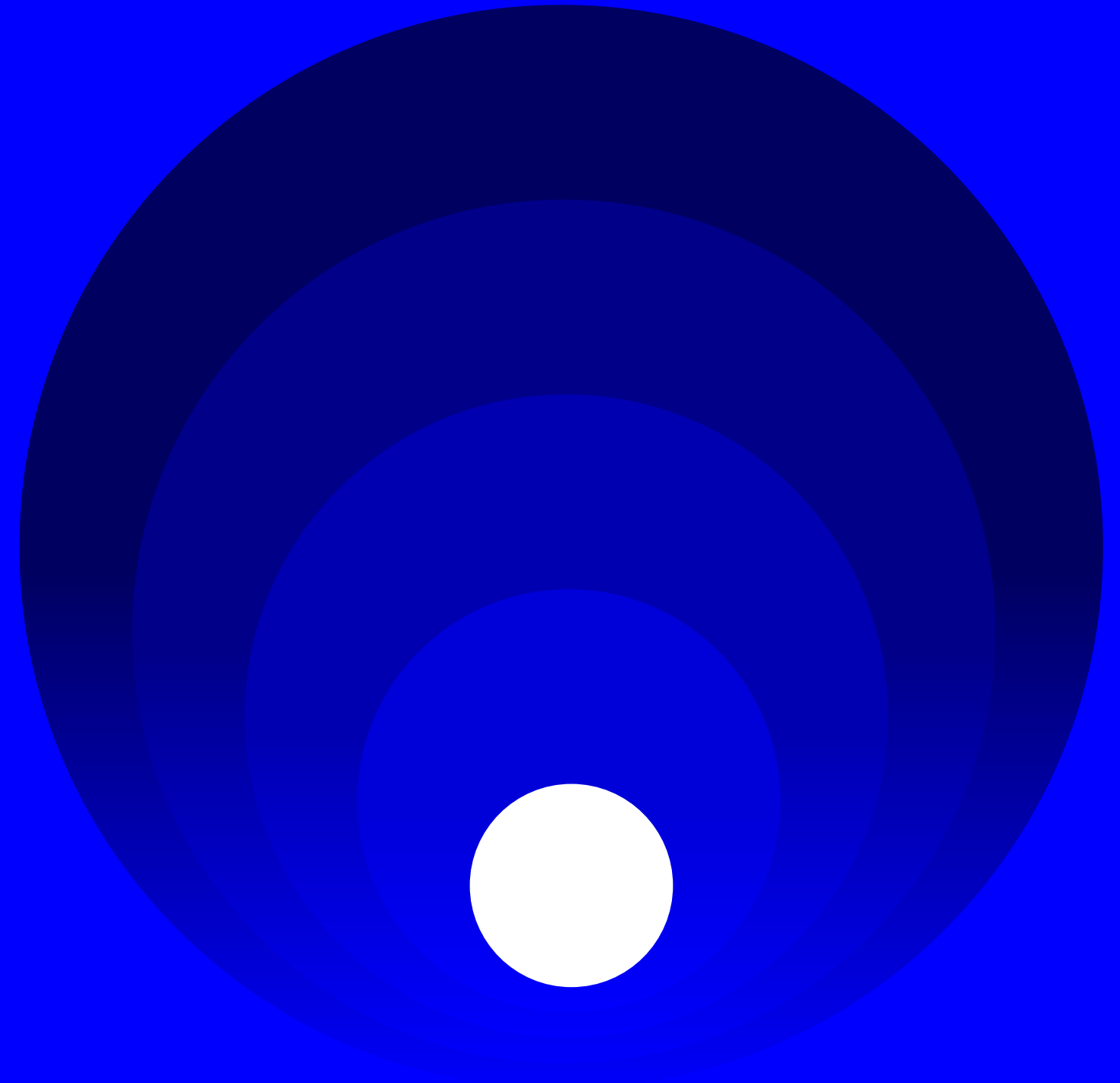
「メンターがない」
と回答した割合



「サポートしてくれる社会的グループがない」
と回答した割合

何らかのビジネスを展開している女性
起業家志望の女性

スキル⁰³



概要

調査では、**6つのスキルセット**（自信、基本的なビジネススキル、資金管理、デジタル、マーケティング、ソーシャルメディア）を重要度順にランク付けしてもらい、**どのスキルがあるか、または改善したいか**を聞きました。

どのようなビジネススキルがあるか、今後身につけたいスキルは何かという質問に対して回答者が自信（「認識」の章を参照）に次いで事業経営を成功させるために重要であると答えた2つのスキルは、**基本的なビジネススキル**と**資金管理**です。

全般的に、**何らかのビジネスを展開している女性および起業家志望の女性は、これら6つのスキルすべてを高めることを望んでいます**。さらに、前述した何らかのビジネスを展開している女性と起業家志望の女性の間にある自信格差が、ここでの自己評価にも表れました。起業家志望の女性ほど、こうしたスキルは自分にはない、と答える割合が高かったのです。

"ビジネスで利益を上げるための方法や仕組みについて研修を受け、勇気づけられました。スピーカーが自分の経験を共有してくれて、私たちもモチベーションが高まりました。また、この研修のおかげで私たちはいくつかの課題を解消することができました。"

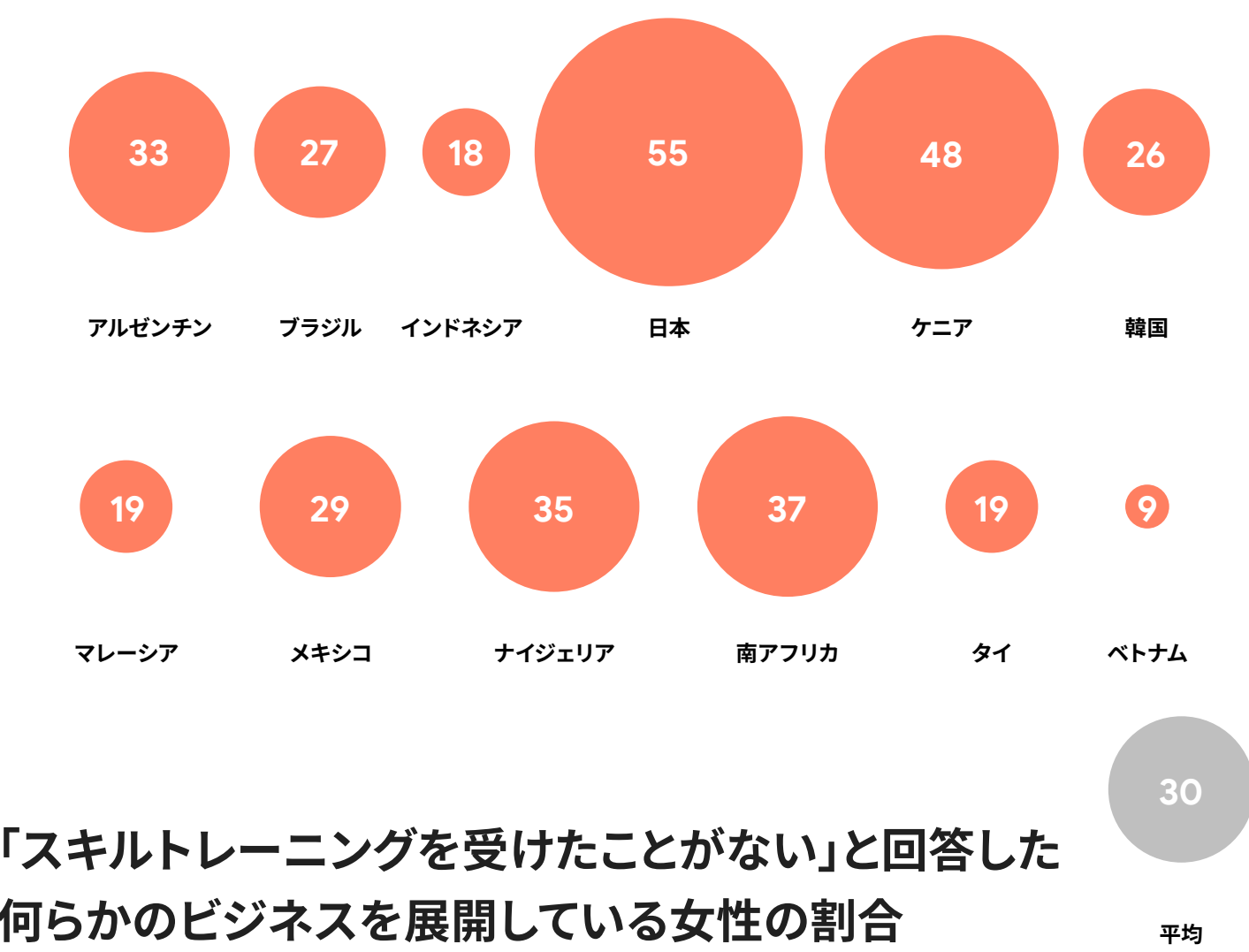
Oyindamola Fadayiro 氏
The Blendable Factory、Founder and COO（ナイジェリア）

スキルトレーニングの余地：多くの女性起業家は、
主要なスキルのいずれについてもトレーニングを受けたことがない

12 か国の平均では、調査対象の

何らかのビジネスを展開している女性の30%が、
これらのスキルのトレーニングを受けたことがない

と回答しました。最も受けたことがない割合が高かったのは日本（55%）ですが、何らかのビジネスを展開している女性の半数以下のみがこれらのスキル向上に関心があると答えています。ケニアでも「トレーニングを受けたことがない」という割合は高かったものの、日本とは逆に、何らかのビジネスを展開している女性の多くがさらなるトレーニングを強く希望しています（48%がこれら6つのスキルに関するトレーニングを受けておらず、10人中8人がスキルアップに興味があると回答）。ベトナムでは、ほとんどの女性起業家がこれらのスキルのうち少なくとも1つのトレーニングを受けたことがあり、受けていないと答えたのはわずか9%でした。多くの女性起業家がすでにトレーニングを受けているにもかかわらず、少なくとも10人中7人が、スキルアップのためにさらなる学習の機会を求めていると答えています。



「スキルトレーニングを受けたことがない」と回答した
何らかのビジネスを展開している女性の割合

自信

回答者は、ビジネスを成功させるために必要な最も重要なスキルとして「自信」を挙げています。この考察については、前述の「認識」の章もあわせて参照してください。

何らかのビジネスを展開している女性の約半数が「自信がある」と答えていますが、**起業家志望の女性は15%低い結果となりました**。12 か国の平均では、起業家志望の女性の38%、現職の女性起業家の53%が自信があると答えていますが、残りは自信がないか、自信を持てるようになるかもしれないと答えています。**起業家志望者**の中では、ケニアの女性が最も自信があると答えており（71%）、日本の女性は最も自信がないと答えています（20%）。

何らかのビジネスを展開している女性の中では、ケニア、ナイジェリア、南アフリカ、ベトナムの女性は、他の8つの国の女性に比べて自信があり、10人中7人が「自信がある」と答えています。対照的に、日本は最も低く、26%の何らかのビジネスを展開している女性が自信があると答えています。

起業家志望の女性と何らかのビジネスを展開している女性の10人中8人がもっと自信をつけたいと答えていますが、日本では、もっと自信をつけたいと答えた何らかのビジネスを展開している女性は37%しかいませんでした。他の11の国を合計すると、平均82%の何らかのビジネスを展開している女性ももっと自信をつけたいと答えています。**起業家志望の女性**の平均**84%**（日本を含む）が関心を持っており、ケニア（96%）が最も高く、日本（66%）が最も低くなっています。平均して、何らかのビジネスを展開している女性の約4人に1人（24%）が自信に関わるトレーニングを受けたことがあると回答しました。日本とケニアでは受けたことがあると答えた人は少なく、日本では11%、ケニアでは13%にとどまっています。

基本的なビジネススキル

自信に次いで、起業家として事業を成功させるために必要なスキルセットとしてほとんどの女性が挙げたのが、基本的なビジネススキルでした。

起業家志望の女性と何らかのビジネスを展開している女性の半数が、自分の基本的なビジネススキルには改善の余地があると答えました。

12 か国で平均して、起業家志望の女性は 22%、および何らかのビジネスを展開している女性は 39%が、自分には基本的なビジネススキルがあると考えていました。そのうちの半数が、この領域に関して何らかの能力はあるが改善の余地はあると思う、と答えました。

起業家志望の女性については、他の国の志望者と比較して、韓国（11%）とマレーシア（15%）の女性がビジネススキルがあると答えた割合が最も低く、ケニア（45%）の女性が最も高くなりました。**何らかのビジネスを展開している女性**については、ナイジェリアの女性が基本的なビジネススキルがあると答えた割合が最も高く（56%）、ベトナム（55%）、ケニア（52%）が続きました。

平均して、何らかのビジネスを展開している女性の 85%が、基本的なビジネススキルのさらなる向上に関心を持っています

が、日本では、34%しか興味があると答えた人はいませんでした。特にケニアでは関心が高く、何らかのビジネスを展開している女性の 91%が改善したいと答えています。また、起業家志望の女性の間でも関心が高いことがわかりました。平均して、起業

家志望の女性の 86%がこの分野を改善したいと考えています。12 か国の中では、ナイジェリアが最も関心が高く（95%）、日本（72%）が最も低くなっています。12 か国の平均では、何らかのビジネスを展開している女性の 27%が基本的なビジネススキルのトレーニングを受けています。ベトナムの何らかのビジネスを展開している女性は、他の国と比較して、事前にトレーニングを受けていた割合が最も高いことがわかりました（43%）。しかし、事前にトレーニングを受けていた人であっても、さらなる学習機会を求めている傾向にあり、ベトナムの何らかのビジネスを展開している女性の 83%が「もっと受けたい」と言っています。

資金管理スキル

「自信」「基本的なビジネススキル」に次いで、ほとんどの回答者が「資金管理」をビジネスを運営する上で重要なスキルセットの第 3 位に挙げています。新型コロナウイルス感染症が企業にとって経済的に大きな打撃となるなか、女性がこの分野のスキルを身につけることはますます重要になってきています。

何らかのビジネスを展開している女性の 3 分の 2 近くが、資金管理のスキルを十分に身につけていないと考えており、このスキルに関するトレーニングを受講したことがある人は 5 人に 1 人にすぎません。12 か国の平均では、起業家志望の女性の 23%、何らかのビジネスを展開している女性の 35%が、十分な資金管理スキルがあると回答しており、回答者の半数がスキルを向上させることができると回答しています。

インドネシア、ケニア、ベトナムの**何らかのビジネスを展開している女性**は、他の国に比べてやや自信を持っており、これらの市場では少なくとも 3 人に 1 人がこのスキルがあると答えています。

何らかのビジネスを展開している女性の中では、ベトナムの女性が資金管理のスキルがあると回答した割合が最も高く（58%）、次いでナイジェリア（52%）、ケニア（44%）となっています。

日本の女性は、このスキルをビジネスを成功させるために必要な能力のトップ 3 に挙げていますが、他の国と比較すると、このスキルがあると答えた人は少なく、起業家志望の女性の 9%、何らかのビジネスを展開している女性の 14%にとどまっています。

日本を除くと、**各国の何らかのビジネスを展開している女性の 10 人中少なくとも 7 人が資金管理のスキルを向上させたい**と考えていますが、日本では 36%しか関心

を持っていませんでした。他の 11 の市場を合計すると、平均して 84%の何らかのビジネスを展開する女性に関心を持っています。すべての国において、さらなるスキルアップを強く望んでおり、最も割合が少なかった国でも、少なくとも 10 人中 7 人の女性に関心を持っています（韓国：何らかのビジネスを展開している女性の 74%）。

起業家志望の女性の関心も同様に高く、各国の起業家志望の女性のうち、少なくとも 10 人中 8 人がこの分野を向上させたいと答えています（**起業家志望の女性**の平均 86%）。

12 か国平均では、何らかのビジネスを展開している女性の約 5 人に 1 人（22%）が、資金管理のトレーニングを受けたことがあると答えています。トレーニングの格差が最も大きいのは日本で、何らかのビジネスを展開している女性のわずか 5%、男性起業家の 17%がトレーニングを受けたことがあると回答しています。マレーシアの起業家は、男性（31%）と女性（35%）の約 3 人に 1 人が資金管理のコースを受講したことがあると回答しています。

デジタルスキル

デジタルスキルとは、デジタル機器やネットワーク、コミュニケーションツールを使って情報入手、管理し、共有する一連の能力のことです。⁴⁴ 新型コロナウイルス感染症により、ビジネス教育、取引、ネットワーキングのオンライン化が進む中、女性が成功するために必要なデジタルスキルのトレーニングを提供することは、これまで以上に重要になっています。

平均して、起業家を志望する女性の 4 分の 1（25%）のみと何らかのビジネスを展開している女性 の 3 分の 1（35%）のみが、適切なデジタルスキルがあると答えています。

⁴⁴ UNESCO (2018). Digital skills critical for jobs and social inclusion. <https://en.unesco.org/news/digital-skills-critical-jobs-and-social-inclusion>

⁴⁵ 日本：起業家志望の男性 22%に対し、女性は 14%。韓国：起業家志望の女性 15 %、男性 28%。マレーシア：起業家志望の女性 15%、男性 27%。

日本（14%）、韓国（15%）、マレーシア（15%）の起業家志望の女性は、他の9か国の女性に比べてデジタルスキルがあると回答する割合が低い結果となりました。また、それぞれの国の起業家志望の男性に比べてもあると回答する割合が低いことがわかりました。⁴⁵

12か国の中では、ブラジルの起業家志望の女性が最もデジタルスキルがあると回答していますが、それでも起業家志望の男性と比較すると10%低くなっています（女性37%対男性47%）。**何らかのビジネスを展開している女性**の中では、日本の女性（22%）が適切なデジタルスキルがあると回答する割合が最も低く、ベトナム（54%）が最も高い傾向にあります。

平均して、何らかのビジネスを展開している女性の80%がデジタルスキルを向上させたいと考えていますが、日本では40%しか関心を持っていませんでした。何らかのビジネスを展開している女性の関心度は、タイが最も高く（90%が「関心がある」と回答）、韓国と南アフリカが最も低い結果となりました（いずれも68%）。調査対象となった起業家志望の女性の平均83%がデジタルスキルの向上に関心を持っており、ケニアとナイジェリアが最も関心が高く（ともに女性の90%）、ベトナムと日本が最も低いことがわかりました（ともに女性の72%）。

12か国の平均では、**何らかのビジネスを展開している女性の5人に1人（20%）がデジタルスキルのトレーニングを受けたことがある**と回答しました。ケニア（5%）、ナイジェリア（8%）、南アフリカ（5%）の何らかのビジネスを展開している女性は、デジタルスキルトレーニングを事前に受けたことがある割合が最も低く、インドネシア（35%）の起業家が最も高いことがわかりました。

ソーシャルメディアのスキル

起業家志望の女性や何らかのビジネスを展開している女性の半数以下が、適切なソーシャルメディアスキルがあると答えています。平均すると、起業家志望の女性の24%、何らかのビジネスを展開している女性の35%がソーシャルメディアスキルがあると答えています。**起業家志望**の女性の中で、この分野に精通していると答えた国はメキシコが最も多く（35%）、日本（12%）や韓国（13%）では最も少ないことがわかりました。ベトナムの**何らかのビジネスを展開している女性**（46%）は、ソーシャルメディアに精通していると回答する可能性が最も高く、日本（21%）や韓国（22%）では最も低くなっています。

今回の調査では、ほぼすべての国で、起業家志望の女性と何らかのビジネスを展開している女性の10人のうち少なくとも7人がソーシャルメディアのスキルを向上させたいと考えています。興味があると答えたのは41%に過ぎない日本を除くと、他の11の国では平均して83%の何らかのビジネスを展開している女性がソーシャルメディアのスキル向上に興味を持っています。これらの市場の中で、関心が最も高いのはタイ（90%）で、最も低いのは韓国（72%）でした。調査対象となった起業家志望の女性の平均84%が、さらなるデジタルスキルのトレーニングに興味を持っています。関心が最も高いのはタイ（92%）とナイジェリア（91%）で、最も低いのは日本（72%）と韓国（74%）でした。

12か国の平均では、約4人に1人（24%）の何らかのビジネスを展開している女性がソーシャルメディアのスキルトレーニングを受けたことがあると回答しました。トレーニングを受けたことがあると回答したのはインドネシア（40%）とタイ（40%）が最も多く、ケニア（7%）が最も少なく、次いで日本（10%）となっています。

マーケティングスキル

マレーシアとタイの何らかのビジネスを展開している女性は、マーケティングスキルの欠如をビジネスを成功させるための障壁のトップにランク付けしています。この2つの国では、約10人の女性のうち3人がマーケティングスキルに習熟していると答えています（マレーシアでは29%、タイでは32%）。そして、自分は十分にマスターしていると答えていても、改善のためのさらなる機会を求めており、マレーシアでは

85%、タイでは91%の何らかのビジネスを展開している女性が、マーケティングスキルをさらに学ぶことに興味があると答えています。

平均して、起業家志望の女性の19%、何らかのビジネスを展開している女性の34%が、適切なマーケティングスキルがあると答えています。日本の回答者は、最もマーケティングスキルがあると回答する割合が低いことがわかりました。マーケティングスキルがあると回答したのは、日本の**起業家志望**の女性は8%のみ、マレーシアでは10%のみでした。対照的に、スキルがあると回答した起業家志望の女性の割合が最も高かったのはケニア（35%）でした。マーケティングスキルがあると答えた**何らかのビジネスを展開している女性**の割合は、ナイジェリア（54%）が最も高く、日本（19%）は最も低くなっています。

平均して、起業家志望の女性と何らかのビジネスを展開している女性の85%がマーケティングスキルを向上させたいと考えていますが、日本では何らかのビジネスを展開している女性の42%しか興味を持っていませんでした。これらの国の中で、このスキルを向上させたいと考えているのは、ケニア、ナイジェリア、タイの3か国で最も高くなっています。この3か国では、起業家志望の女性と何らかのビジネスを展開している女性の90%以上が、このスキルを向上させるためのさらなる学習機会を望むと答えています。

12か国の平均では、約4人に1人（27%）の何らかのビジネスを展開している女性がマーケティングスキルのトレーニングコースを受講しています。

スキル習得の方法

オンライントレーニングはモバイル通信でも使いやすく

前述のとおり、調査対象となったインターネットユーザーの 60%以上が、主なネット接続機器はモバイルデバイスだと答えています。また、インターネット接続にモバイルを使う割合は男性より女性の方が高いのです。12 か国平均で、女性の 79%が、自分は主にモバイル通信を使っていると答えました。起業家、特に女性起業家がオンラインリソースにアクセスしやすくするため、コンテンツはモバイルデバイスでの使用を想定して（モバイルデバイスに最適化して）設計すべきです。

オンライントレーニングは低速回線やオフラインモードでも使いやすく

低価格で安定したインターネット回線にアクセスできる女性は多くはないという点を考慮してリソースを開発することが重要です。過剰なデータ消費を必要とせず、ダウンロード可能かオフラインモードでも使えるソリューションなら、女性起業家はもちろん、ジェンダーにかかわらずすべての起業家にとってアクセスしやすくなります。

オンラインかオフラインか

平均して女性の 64%が、スキル向上のためにオンラインでトレーニングを受けたいと答えました。しかしオンライン学習を希望しない女性の割合も多く、別の選択肢も提供されるべきです。

平均よりも興味が低かった国は、起業活動と学習への全体的な興味が低かった日本（女性の 22%のみがオンラインで学習したいと回答）、マレーシア（59%がオンラインで学習したいと回答）、およびインターネットへのアクセスが顕著に限られているケニア（61%）、ナイジェリア（51%）、南アフリカ（47%）の 3 か国でした。⁴⁶

オンラインでもオフラインでも学習は「グループ」で

調査対象となったすべての国で、メンターやサポートしてくれる社会的グループがある、と答えた女性は半分以下でした。

スキルトレーニングをグループ学習として企画することで、メンター、サポートしてくれる社会的グループ、ビジネスの接点、知識などを得るための良い機会になります。

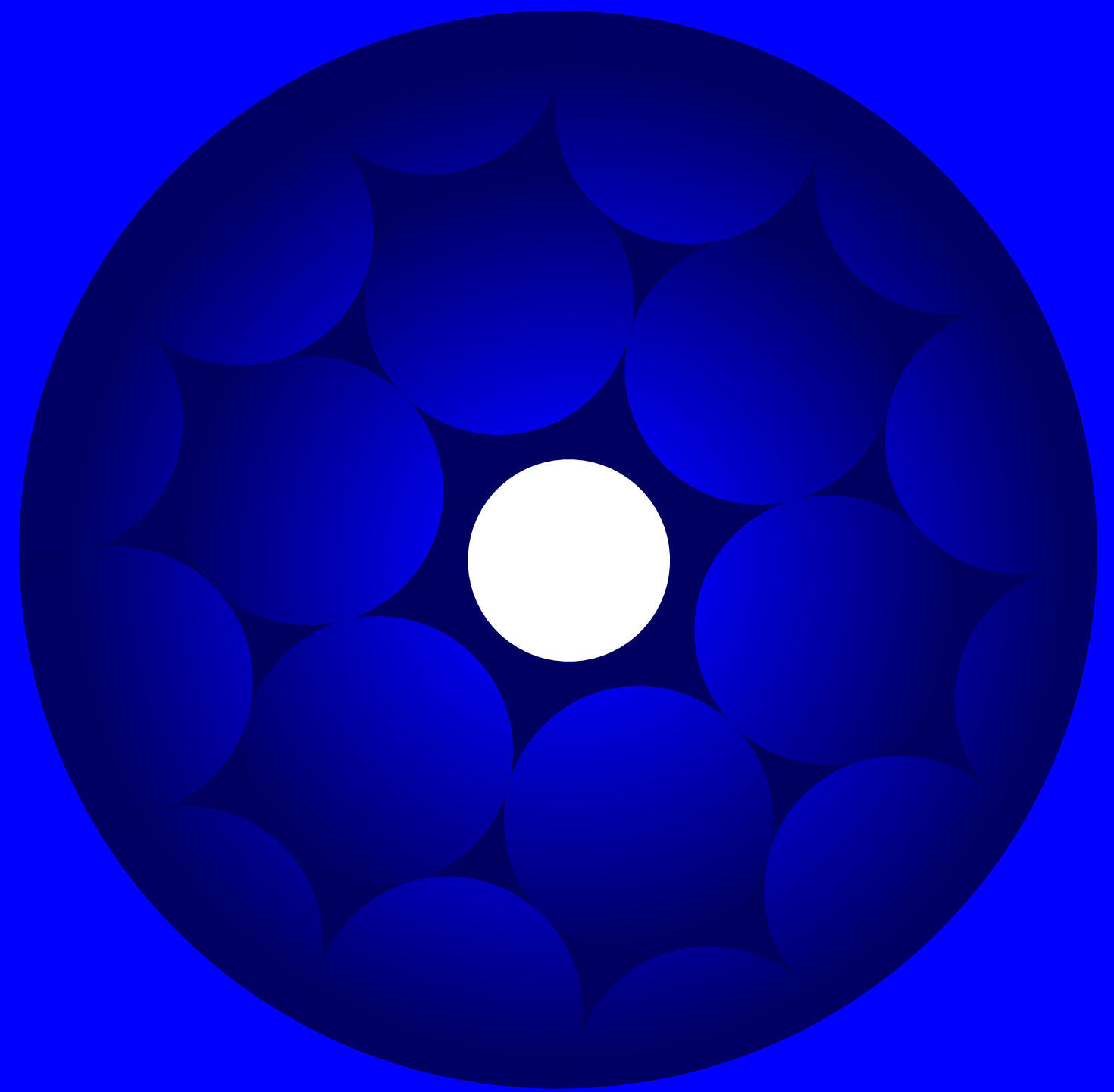
トレーニングプログラムにメンター制度やネットワーキングの要素を加える（小グループへの割り振り、一緒に講座を修了した仲間の修了生ネットワークを作る等）ことで、学習効果はより高まります。女性のスキル向上、ビジネスネットワークの拡大、起業への後押しを一気に実現することができるからです。

このようなアプローチは、起業家志望、または起業に関心を持つ女性に有効です。これらの要素を考慮することで、起業は難しいという思い込みを打破し、他の女性たちが起業して人生を思いのままにしていることを、実例を通して学ぶことができます。

⁴⁶ 「日常的にインターネットにアクセスしている」と答えたインターネットユーザーの割合。授業などのオンラインリソースは一般的に頻繁に定期的にアクセスする必要があります。サハラ以南のアフリカ 3 か国を除くと、各国の女性インターネット利用者の 90%以上が「毎日インターネットを利用している」と回答。この 3 か国では、ケニアでは 47%、ナイジェリアでは 72%、南アフリカでは 82%と低くなっています。

対策 04

- … 社会全体ができること
- … 政策決定者ができること
- … 民間セクターができること
- … 非政府組織ができること



ぜひ、自分自身に問いかけてみましょう。

"私の組織が**経済的、財政的、情報的な**
ジェンダーギャップの解消のために
できることは何だろう？"

このセクションでは、組織のためのいくつかのアイデアと議論のきっかけを提供します。

社会全体ができること

調査対象国の女性起業家のために、リソース開発や情報提供を行う予定あるいはすでに行っている組織や個人の方は、次のようなことを検討しましょう。

さらなる調査を実施し、ジェンダー別のデータを活用する

この報告書の所見や検討事項は、12 か国に共通して観られる動向やテーマを中心に据えています。包括的にはもちろん有意義なものですが、それぞれの国で女性起業家たちが直面する現実を網羅できてはいません。特に、障がいを抱える女性やLGBTQ+ など、他の社会的マイノリティとされる人々に関してです。以下のような観点での追加の分析・調査が考えられます。

- **ジェンダーで集計したデータを収集、分析**
ジェンダーに配慮した調査を実施し、女性やその他の社会的マイノリティとされるグループと関わるための倫理的調査の枠組みを構築しましょう。このようなデータは、起業家のエコシステム、資源、政策をより包括的で女性をサポートできるものにするための重要な気付きを与えてくれます。
- **既存の調査結果の分析**
本レポートで引用した参考文献等を分析、考察しましょう。
- 自国の女性たちのニーズ、経験、目標について研究しましょう。問題の微妙なニュアンスを特定し、それに応じて**解決策を各コミュニティに最適化**しましょう。

デスクトップ向けだけでなく、モバイル向けにも開発

調査対象の女性の大半は、主にモバイルを用いてインターネットに接続しています。オンラインリソースを開発する際は以下の点を考慮しましょう。

- 情報の種類と配信の頻度により（一度の更新なのか、継続的なスキル開発なのか等）、モバイルアプリを通じてコンテンツを配信しましょう。
- コンテンツは必ず**モバイルデバイス向けに最適化**しましょう。

インターネットにアクセスしづらく費用面で制限がある女性に配慮

特に、インターネットアクセスに大きな障壁があり、データ使用が高額な国では、以下を考慮してください。

- コンテンツとアプリは、**低速回線でもうまく機能**し、オフラインでも使えるように設計しましょう。
- インターネットアクセスに関するジェンダー格差は、そのまま**デジタルリテラシーにおけるジェンダー格差**です。不要な機能は削除、ひと目でわかるユーザーインターフェースにし、手順をガイドするコンテンツを用意しましょう。
- ウェブサイトやアプリケーションの**回線容量の消費**を少なくし、シェアするファイルのサイズをおさえましょう。
- データ回線使用料が高額でも **SNS サイトへのアクセス**はインターネット業者が負担するのが一般的な国では、マーケティングやネットワーキングなどのユースケースに適したソーシャルメディアプラットフォームを活用してリーチを最大化、個人のコストを最小化しましょう。

日常生活に即したオフライン設計

- **時間的な制約に対応**
トレーニングやネットワーキングイベントは、家事の負担が大きい女性に対しどのような形態で提供できるか検討してください。例えば電話で通話する形式や、音声での学習形式は、マルチタスクする女性に適したものとと言えます。

- **コミュニティの構築を支援**
私たちの調査では、4 人に 1 人以上の起業家志望の女性が、サポートしてくれるソーシャルグループの利用のしやすさには改善の余地があると答えています。グループベースの学習は、コミュニティを提供し、自信を高めることができます。
- **オフラインの選択肢を用意する**
女性が参加しやすくするため、トレーニングなどをオフラインで受けられる選択肢も必要です。一部の女性は、家事負担が多く、インターネットにもアクセスしづらいため、トレーニングがオンラインで提供されるなら勉強しないだろう、と答えています。

新型コロナウイルス感染症による制約への対処

新型コロナウイルス感染症のパンデミックにより、個人や組織が対面トレーニングやネットワーキングを行うことが制限されています。今こそ、これまでとは異なる方法を模索する必要があります。

- 新型コロナウイルス感染症によって起業家コミュニティが受ける制約やニーズが変化する中で、コンテンツとその配信方法の両方を適応させていくことが重要です。例えば、対面でのネットワーキングの機会が限られてきたため、オンラインや音声ベースの形式にしたり、デジタルスキルやオンライン会議システムに関するトレーニングをより広いターゲットに向けて提供したりするとよいでしょう。
- 対面の代わりとなるよう、手頃な価格でインターネットにアクセスできるようにすることが、これまで以上に重要です。
- 女性起業家にリソースやトレーニングを提供している組織は、新型コロナウイルス感染症に適応していくための対策（オンラインへ移行する方法、既存のオンラインコンテンツをモバイル用に最適化する方法など）についての内容を実施する場合、資金面や技術面での支援が受けられる可能性があります。⁴⁷

⁴⁷ Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelly, D., Levie, J., Tarnawa, A. (2020). Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, London, UK. <https://www.babson.edu/media/babson/assets/global-entrepreneurship-monitor/2019-2020-GEM-Global-Report.pdf>

政策決定者ができること

公的手続きの簡素化

12 か国のうち 6 か国で、**起業家は煩雑な公的手続きを事業経営における上位 10 位の障壁の一つに挙げています。**（アルゼンチン、ブラジル、メキシコ、日本、ケニア、ベトナム）。調査対象国の大半は、世界銀行が 190 か国を対象に行った、事業を始める容易さに関する格付けの下位 50% に属します⁴⁸

わかりにくい法律や高い法人税、手数料なども起業家エコシステムを壊し、起業家志望者の意欲をそいでいます。**起業に関する現行の公的手続きが、特に女性起業家にとって障壁となり、悪影響を及ぼしていないか**見直してください。

さらに分析を進めるために見直すべき主な点は下記の 3 つです。

1. 事業を開始するための決まりや法律は**容易に見つけられるか**

情報がいかに整理されているかは特に女性にとって重要です。男性に比べ家事負担が大きいと時間制限があり、インターネットへもアクセスしづらいため、法律に関する情報やガイダンスを得にくい立場にあるからです。

すべての関連要件をどこで見つければよいかがわかりにくいと、事業の立ち上げに関して「どこから手を付けたらよいかわからない」と悩みがちで、何らかのビジネスを展開している女性および起業家志望の女性のストレスをさらに悪化させます。

- 法律に関する情報は、オンラインとオフライン両方で 1 か所にアクセスしやすい形でまとめましょう。

⁴⁸ World Bank (2020). Doing Business 2020. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/688761571934946384/pdf/Doing-Business-2020-Comparing-Business-Regulation-in-190-Economies.pdf>

2. 事業を開始するための決まりや法律は**容易に理解できるか**

既存の文書は、起業家がすでに相当な基礎知識を持っていなければ理解できないものではないでしょうか？平均して、**調査対象の何らかのビジネスを展開している女性または起業家志望の女性のうち、基本的なビジネススキルがある、またはメンターに相談して助言してもらえる、と答えたのは半分未満でした。**複雑な文言で書かれた文書は、起業家エコシステムへの新規参入を妨げ、既存の起業家の成功も阻害します。特に、ビジネス教育を受ける機会の少ない女性への影響は大きいといえます。

- **文体を簡略化しましょう。** 詳細な説明を要する複雑な内容については、リソースを提供しましょう（例：FAQ を設ける、相談できる窓口や手段を提供する）

- 他の組織やビジネスネットワークと組んで、事業を立ち上げて行政上の要件をクリアしていく方法についての**トレーニングを実施**しましょう。

- **フィードバックを収集**し疑問を解決するための**仕組みを作り**ましょう。それらの情報をレビューできるような形にし、政策決定時に参考にしましょう。可能であれば収集した意見はジェンダー別に集計し、男女によって異なる問題点があるかも分析します。

3. 事業を開始するための決まりや法律は**容易に遵守できるか**

現行の法律は中小企業に不当に不利益、高負荷なものではないでしょうか？女性やその他のマイノリティとされる人々に特に過剰な負担を強いているものはありますか？以下のようなさらなる分析が必要です。

- 許可を申請、文書を提出、監査に合格する等、**行政上の手続きをさらに合理化し簡略化できるか**検討しましょう。

- **既存の方針がサブグループ（女性起業家、障がいを持つ女性など）に多数派とは異なる形でどのように影響を及ぼしているかを把握し、すべてのジェンダーに平等な改正を目指しましょう。**⁴⁹

- **インフォーマルセクター（非公式部門）が公式経済へと移行できるよう、インセンティブ設計を行い円滑に移行させる仕組み、非公式経済の起業家を保護する方法を検討**しましょう。

非公式労働者は国の労働法で保護されておらず、多くの社会的支援制度からも除外されています。融資を受けづらく、事業を公式に登録するための知識や、必要な手数料の支払い能力がないことなどが要因となり、**多くの女性起業家はインフォーマルセクターに属しています。**⁵⁰

公式経済部門から女性が排除されていることの影響は深刻で広範囲です。公式な事業として認定されれば得られる特権がないため、外部融資を受けたり法的措置を取ったりしづらい他、新型コロナウイルスによる中小企業への債務免除制度を受ける資格が得られないなどの不利益をこうむります。⁵¹

⁴⁹ OECD/ILO (2019), “Protecting informal economy workers and their dependents” in Tackling Vulnerability in the Informal Economy, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/120e596f-en>
⁵⁰ International Labour Organisation (2020). ILO Monitor: COVID-19 and the world of work, Fifth edition. https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/briefingnote/wcms_749399.pdf
⁵¹ OECD (2020). Women enterprise policy and COVID-19: Towards a gender-sensitive response. https://eurogender.eige.europa.eu/system/files/web-discussions-files/oecd_webinar_women_entrepreneurship_policy_and_covid-19_summary_report.pdf

調査対象の女性たちは、起業家を目指す上で最大の障壁として次の 3 つを挙げました。経済的安定、自信（どこから手を付けてよいかわからない）、スキル、です。

これらの障壁に対処し、さらに起業家を育成するためにはどうすればよいかの議論のきっかけとして以下のいくつかの点をご検討ください。

2020年 世界銀行ランキング

国	起業のしやすさ (190 か国中の順位)	
インドネシア 日本 韓国 マレーシア タイ ベトナム	140 106 33 126 47 115	APAC
アルゼンチン ブラジル メキシコ	141 138 107	LATAM
ケニア ナイジェリア 南アフリカ	129 105 139	SSA

金融資本を利用しやすくする

調査の結果、事業資金の原資として個人の貯蓄に頼っている何らかのビジネスを展開している女性および起業家志望の女性にとって、経済的安定の欠如が主な障壁であることがわかったことから、事業創出と成長を促すため政府による資金供給が女性起業家には特に必要です。女性は全般的に融資の選択肢が乏しく、貯蓄も少ない傾向にあるからです。

調査対象の 12 か国のうち 7 か国（アルゼンチン、ブラジル、メキシコ、ケニア、ナイジェリア、南ア、韓国）の起業家たちは、起業したり事業を経営するにあたって政府の融資がないことが大きな障壁である、と具体的に指摘しています。

- 融資の受けやすさに関するジェンダー格差についての既存の研究結果や専門家からの提言を活用して、政策討論と改革につなげましょう。
- 起業家のための基金、インセンティブ制度、政府助成による優遇ローン、助成金を創設しましょう。女性経営者を直接支援する組織（女性向けにマーケティング講座を実施する非営利団体など）に資金援助をしましょう。女性が経営する事業限定の基金を設立したり、基金の一定割合を女性が経営する企業に割り当てることを義務付けたりして、外部融資の受けやすさについてのジェンダー格差を解消しましょう。
- 金融サービスの利用しやすさについて男女間の機会均等を実現できていない制度や市場の失敗に対処しましょう。世界銀行の調査によると、信用力に関わるジェンダー差別を禁止していない経済圏は 115 にわたることがわかりました。⁵² クレジットカード申し込みや事業資金借入れなどの手続きを行う代理店におけるジェンダー格差をなくしましょう。金融システムや事業主向け公的制度（新型コロナウイルス関連の救済制度など）を女性がもっと利用しやすくするために、どのように政策を改善すべきか検討しましょう。

⁵² World Bank (2020). Women, Business and the Law 2020. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/32639/9781464815324.pdf>

知識資本を利用しやすくする

調査対象の多くの女性は、起業家としてどこから手を付けたらよいかわからない、起業して事業経営を成功させるのに必要なビジネススキルが十分ではない、と答えました。

- 女性起業家と一緒に知識とベストプラクティスを共有するための場を設け、リソースに投資しましょう（そのような取り組みを行っている組織への助成金援助、女性のネットワーク作りの場となる集約的なリソースハブやビジネスセンター、起業手順についてのガイダンス等を提供するなど）
- 知識格差を解消しましょう
次のような話題に関する情報をビジネスセンターやパートナー組織を通じて拡散しましょう。
 - 小規模事業や成長中の事業のための政府の優遇政策の内容、その申請と取得方法
 - デジタルリテラシーやサプライチェーン管理などの重要ビジネススキル
 - 非公式部門から公式経済部門へと移行する手順（事業の登記方法や監査に備える方法など）

女性に関する決定には女性が関わる

政策決定には女性も関与できなければなりません。法律やリソースの策定、事業救済制度の設計の際には、女性の事業主を参画させましょう。官民セクター両方において上層部での意思決定における男女の平等な参画を促すために、どのようなインセンティブや説明責任形態を導入できるか検討しましょう。

女性や他のマイノリティといわれるグループを含む
インクルーシブな決定プロセスなしに、
政策を包括的なものにすることはできません。

民間セクターができること

女性の起業活動を支援したいと考える企業や雇用主にできること—女性に対する組織内の構造的な障壁を解消することが、そこで働く社員、起業家、その両者を含め社会全体の女性の利益につながります。

まずは、次のようなことから着手しましょう。

フレキシブルな勤務体制を可能にし、従業員が抱えるワークライフバランスの課題を解消する方法を検討

多くの起業家は、自分の事業と別に他の仕事もしています。自営業者としての売上拡大に励む一方で、副収入を得ることで経済的安定をはかるためです。柔軟な勤務形態を取り入れることで、女性がすでに直面しているワークライフバランスのプレッシャーを軽減することができます。特に、自身の事業に加えてフルタイムまたはパートタイムで仕事をしている多くの女性には、柔軟な働き方の選択肢が求められます。調査対象となった 12 か国では、女性起業家の平均 44%が、自身の事業は副収入源であると答えています。

フレキシブルな勤務体制を導入し推進すれば、全社員にとって働きやすい会社となります。調査では大半の男女が、ワークライフバランスを実現しやすい会社で働きたいと希望しています。

女性、特に母親や介護者に対する社会的認識をポジティブに

調査に参加した回答者の大半は、ジェンダーにかかわらず均等な雇用機会が得られるべきだと同意していますが、中には同意しない人もいました。調査では平均して回答者の男性の 30%、女性の 25%が、母親になった女性も常勤社員として働き続けられるべきだ、という考えに否定的でした。

母親や介護者が職場に復帰することを当たり前にし、ジェンダー平等について有意義な対話を深めるために、社内および社外向けにどのような公約やキャンペーンを組織として行えるか、検討してみてください。もちろん外部への発信だけでなく、ジェンダー平等を推進するための具体的で適切な目に見える取り組みを組織で実行に移すことが重要です（入念な調査の実施、採用や給与体系などの従業員に関する現在の規定が男女機会均等かどうかの評価など）。

働く女性に対する不寛容さをなくすことは、企業の社員であれ起業家であれ、すべての女性の利益になります。

調査、ネットワーク作り、トレーニングの機会に協賛する

- 他の組織（例：非営利や政府機関）に資金提供、またはそれらと協力して、地域の起業家エコシステムにおけるジェンダー平等の現状について、より**ジェンダー的観点からの調査**を実施するとともに、特に社会においてマイノリティとされるコミュニティの女性起業家の持つニーズについても調査を実施しましょう。
- 何らかのビジネスを展開している女性および起業家志望の女性のために、**トレーニングやネットワーク作りの機会に協賛**しましょう。女性に代わって、企業間交流に取り組む団体の会費やイベント参加費を負担しましょう。テクノロジー関連費用を助成し、バーチャルなツールの使い方をレクチャーしましょう。現在こうしたイベントは、新型コロナウイルスが原因で主にオンラインで開催されているからです。
- **トレーニングやメンター制度を創設し、推進**しましょう。テーマは、小規模事業の金融リテラシー、自信、その他マーケティングなどのスキルで、金融知識と自信におけるジェンダー格差解消を促進します。
- 企業名を冠したトレーニングプログラムを実施すれば、修了した女性受講者の間で企業への信頼感が高まります。特に、公式に認められた教育の価値が非常に高いものと認識されている国では、高い効果があります。

ベンダーのエコシステムまたはサプライチェーンにおけるジェンダーの多様性の推進

世界の企業の 3 分の 1 以上は女性が経営していますが、大企業のグローバル調達費全体のうち、女性が経営する企業に支払われているのはわずか 1%に過ぎないと推定されています。⁵³

組織のサプライチェーンにおいて、女性が経営する事業への支出額を増やすこと（年間の契約額の一定割合、取引する全業者に占める割合など）に取り組みましょう。

経済的格差を解消し、女性が経営する事業に投資し、地域の起業家コミュニティの多様性を育てることができます。

女性が経営する事業への投資

調査では、女性は外部融資が受けにくく、大半の女性起業家は事業資金として個人的貯蓄に頼っていることがわかりました。 **国際金融公社（IFC）の試算によると、女性起業家の信用取引における格差は世界全体で 2870 億ドルにも上るそうです。**⁵⁴ 女性が事業を成功させるための経済的安定が得にくい現状を改善するために、組織として、**外部融資を利用する際の格差を解消するためにできること**を検討してください。女性起業家や女性が主導するベンチャーキャピタル企業向けに、基金のうち一定額を融資できる枠として設定したり、毎年助成金として交付したりしましょう。応募資格のある助成制度やベンチャーキャピタル融資について女性が理解し、申請するのを妨げている要因を調査することも重要です。

非公式経済で働いている、または低所得階層出身の女性起業家に組織として資金援助する方法を検討しましょう。十分な個人的貯蓄、投資家とのネットワーク、非公式な融資（家族からの借入れなど）がないために、例えば事業登記手数料や公証人手数料の支払いなど、公式経済に参入する要件を満たせない女性起業家もいます。

ビジネスローンや中小企業助成金は、インフォーマルセクターの起業家には利用できないことが多いです。公式経済に参入する際の経済的負担を軽減する戦略（例えば、公証人費用をカバーするなど）でジェンダーギャップを埋めていかない限りは、資金調達を最も必要としている女性起業家は外部融資を利用できないままです。⁵⁵

上級管理職の女性の数を増やしましょう。女性起業家に支援や資金を提供する制度に関する意思決定には、必ず女性を参画させなければなりません。特にベンチャーキャピタルは、資金提供した事業の事業主や上級管理職のジェンダー格差について、既存調査を活用しながら取り組みましょう。2017 年に**プライベート・エクイティ・ファンド**や**ベンチャー・キャピタルの上級職のうち女性が占める割合はわずか 10%で、世界のベンチャー・キャピタルのうち女性主導の企業に資金を提供したのは 3%にも及びません。**⁵⁶ 国際金融公社（IFC）によると、ベンチャーキャピタルの女性は男性と比較して約 2 倍多く女性が経営する企業に投資を行っており、これにより女性起業家が自身の事業を成長させ、雇用を創出する機会が増えたということがわかっています。⁵⁷

⁵³ Vazquez, E. and Sherman, A. (2013). Buying for Impact: How to Buy From Women and Change Our World.

⁵⁴ International Finance Corporation (2014). Women-Owned SMEs: A Business Opportunity for Financial Institutions. <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/44b004b2-ed46-48fc-8ade-aa0f485069a1/WomenOwnedSMes+Report-Final.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kiiZZDZ>

⁵⁵ Bosma, N., Hill, S., Ionescu-Somers, A., Kelly, D., Levie, J., Tarnawa, Anna. (2020). Global Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report. Global Entrepreneurship Research Association, London Business School, London, UK. <https://www.babson.edu/media/babson/assets/global-entrepreneurship-monitor/2019-2020-GEM-Global-Report.pdf>

⁵⁶ International Finance Corporation (2019). Moving Toward Gender Balance In Private Equity and Venture Capital. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/79e641c9-824f-4bd8-9f1c-00579862fed3/Moving+Toward+Gender+Balance+Final_3_22.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mCBJFra

⁵⁷ International Finance Corporation (2019). Moving Toward Gender Balance In Private Equity and Venture Capital. https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/79e641c9-824f-4bd8-9f1c-00579862fed3/Moving+Toward+Gender+Balance+Final_3_22.pdf?MOD=AJPERES&CVID=mCBJFra

非政府組織ができること

女性起業家への支援をさらに充実させたい非政府組織では、次のようなことから着手しましょう。

現地市場でさらに調査を行い、調査方法を進化させる

- 起業家に関する研究のための基本的な調査方法として、ジェンダー別のデータ収集・分析をしましょう。ジェンダー別に集計した情報は、インクルーシブな政策や適切な介入の策定に不可欠です。こうしたデータなしには、政策（小規模事業への規制など）や市場動向（新型コロナウイルスによる経済活動休止）が、女性やその他の性自認を持つ人々に及ぼす潜在的影響を特定するのは困難です。⁵⁸
- ジェンダーに配慮した調査を実施し、女性やその他の社会的マイノリティとされるグループと関与していくための倫理的な調査の枠組みを構築しましょう。年齢、社会階層、性別、その他の要因のもたらす影響を複合的に分析することで、起業家エコシステムをインクルーシブにするための重要な洞察が得られます。
- 倫理的でジェンダーに配慮したデータ収集や調査方法の事例を他の組織と共有しましょう。
- 説明責任を高め、介入の緊急性も強調するため、地域の起業家コミュニティに存在するジェンダー格差と共に、女性起業家が「欠落」していることで経済全体にとってマイナスとなっている可能性を定量化しましょう。⁵⁹ 政策決定者、民間セクター、一般大衆と所見を共有しましょう。起業家のジェンダー不公正

のコストを定量化すれば、他の組織が行動を起こし、具体的かつ測定可能な目標を達成するためのビジネスケースを強化するのに役立ちます。

女性起業家専用のプログラムやリソースを提供

組織として女性起業家へのトレーニングやアドバイスを行っているなら、自信、ネットワーク、事業経営と資金管理スキル、公的手続きと法律、経済的安定といったテーマに関して受講しやすくし、内容を充実させることを検討してください。本調査対象の女性たちは、起業に当たってこれらが主な課題だと述べています。

他の組織と提携しインフルエンサーとなる

非営利組織は、特定市場に関する詳細な洞察を提供できるユニークな立ち位置にあり、次のような幅広い対象に働きかけることができます。

政策決定者 非営利組織は、政策決定者のソートリーダー・専門的な調査パートナーとして、よりジェンダー・インクルーシブな意思決定プロセスへと近づけるような影響を与えられる理想的な立場にあります。

国固有の介入策を策定・提言することに加え、ジェンダー別に集計されたデータ分析をし、その価値を政策決定者に示しましょう。これにより、起業または事業関連の法律の議論が行われるたびに、そのようなデータが引き合いに出されたりジェンダーについて議論されたりすることが普通のこととなります。

民間セクターと協働し、女性起業家のための融資や能力開発のプログラム（助成金制度、専用基金、ワークショップ、ウェビナーなど）を企画・実施しましょう。

他の組織と関与し、職場でのジェンダー平等を推進する政策、慣行、公約の実現に近づくことは利益を生むというビジネスケースを示して啓蒙しましょう。

メディア メディアや広報機関は、起業に関する偏見を解消し、男性と同じように女性にも起業する機会と可能性があれば、社会全体の利益になると伝えていくための、良き協働相手です。

何らかのビジネスを展開している女性や起業家志望の女性に、組織として提供するリソースや制度の存在を知らせ、広めましょう。そして女性起業家の成功事例を共有しましょう。

⁵⁸ OECD (2015). Toolkit for Mainstreaming and Implementing Gender Equality: Implementing the 2015 OECD Recommendation on Gender Equality in Public Life. <https://www.oecd.org/gov/toolkit-for-mainstreaming-and-implementing-gender-equality.pdf>

⁵⁹ OECD (2020). Women enterprise policy and COVID-19: Towards a gender-sensitive response. https://eurogender.eige.europa.eu/system/files/web-discussions-files/oecd_webinar_women_entrepreneurship_policy_and_covid-19_summary_report.pdf

結論

本報告書では、起業におけるジェンダーギャップの要因となっている認識、機会、スキルの格差についての考察を提示しています。また、その改善のために個人、社会全体、民間セクター、非政府組織、政策決定者ができることも明示しています。

本報告書が、起業におけるジェンダー平等の実現に向けた議論の活性化につながることを願っています。議論の際は、下記のいくつかのポイントについて配慮が必要です。

- まず、**包括的な成果を得るためには、包括的な意思決定プロセスが必要です。**調査や意思決定のプロセスには、ジェンダーに配慮した視点が重要になります。
- 第二に、**女性起業家が直面する障壁は、それぞれ独立して存在するわけではなく、また、より広範な社会規範や慣習とも密接に関わり合っています。**多くの障壁は、既存のジェンダー的偏見やステレオタイプに起因するものです。ジェンダー格差の元となっているシステム上の要因について、継続的に追究していくことが重要です。
- そして第三に、**新型コロナウイルス感染症によるパンデミックの影響はジェンダーに中立ではありません。**リーダー、政府、組織がジェンダーに配慮した慎重な対策を行わない限り、ジェンダー格差はさらに広がってしまうことになります。

今、女性起業家が必要としているスキルとリソースを提供することが、これまで以上に重要です。すべての女性が情報にも機会にも平等にアクセスできるようになれば、女性だけでなく、すべての人が恩恵を受けることができるのです。

国別補足資料 05

調査からわかったことを国別にまとめています。こちらでは日本の資料をご紹介します。
その他 11 か国の資料は[こちら](#)（英語のみ）



この国別補足事項は、各国に関する追加の重要事項を挙げています。
世界的傾向についての包括的分析は、レポート本編をご覧ください。

日本

概要

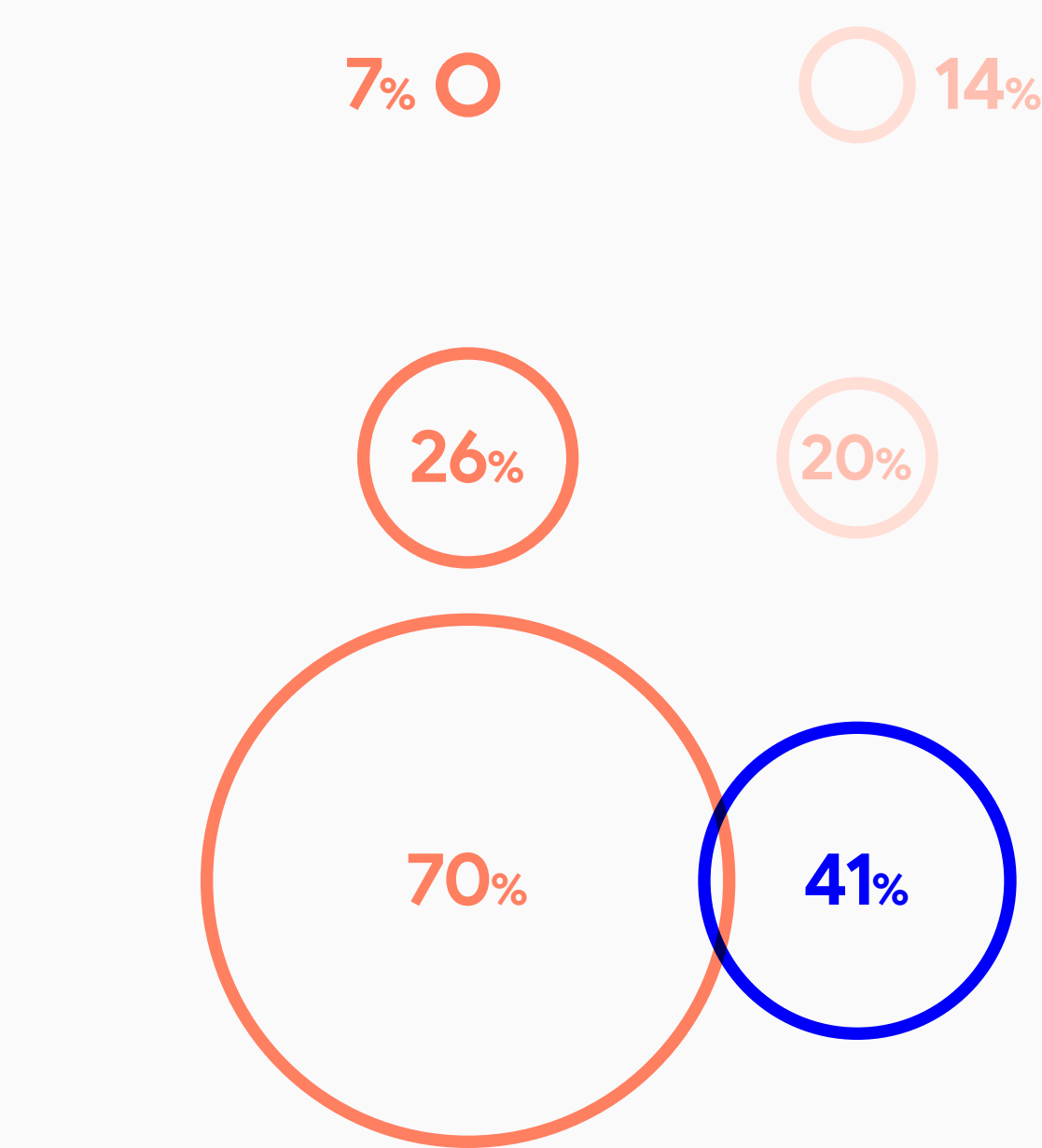
日本の起業家志望の女性と何らかのビジネスを展開している女性の傾向は、今回調査した 12 か国の中でも特に異なるものでした。ワークライフバランスが取りづらく、介護や家事に対する女性への期待、失敗をしてはいけないと恐れている文化的なプレッシャー、自信を持ちづらいことなどが、女性の起業率や関心の低さの要因となっています。

調査結果

- **起業への興味、参画率の低さ：**日本の女性は調査対象の他の国と比べて、起業への興味も実際の参画率も最も低い結果となりました。自分は何らかのビジネスを展開していると答えた女性は **7%**のみ（男性は 3 倍以上）で、**起業家志望であると答えた女性は 14%**（男性は 2 倍以上）でした。さらに、女性の **42%**が、今後起業する計画はないと答えました（男性は 15%）。
- 大半の何らかのビジネスを展開しているおよび起業家志望の女性が、**もっと自信を高める必要がある**と答えました。十分な自信があると答えた人は 現役、起業家志望どちらも 33%未満でした。
- **母親が働きにくい社会：**働く女性に対する社会的通念に改善の余地があります。男女共同参画について、女性の **20%** および男性の **31%**が、性別にかかわらず均等な雇用機会が得られるべきだ、という考えに否定的でした。働く母親を蔑視する風潮は比較的強く、調査に参加した女性の **28%** と男性の **36%**が、母親になった女性も常勤社員として働き続けられるべきだという考えに否定的でした。

所見

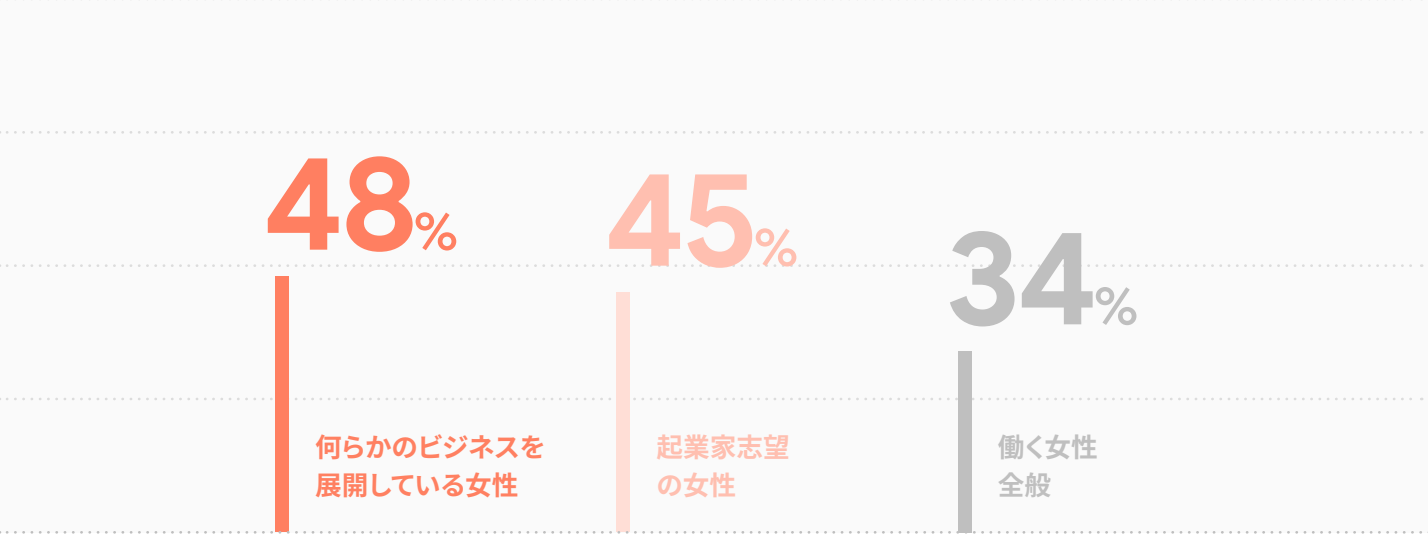
- 自信のなさ、失敗への強い恐れ、金銭的保障の欠如という要因が複合的に女性の起業を阻んでいます。スキル開発などのリソースを提供する他に、**女性が外部融資を受けやすくするためのソリューション**が欠かせません。女性は、外部融資よりも個人の貯蓄を事業資金として使う傾向があります。
- 何らかのビジネスを展開している女性は、起業家志望の女性に比べて、「起業に資金は必要なかった／必要ない」と回答する割合が 2.7 倍高くなっています（ビジネス展開中 27%、志望 10%）。事業立ち上げに必要な資本か、資金なしで始める戦略のどちらかがなければ、起業家志望者が実際に起業することは困難です。
- **ネットワーク作りの機会を協賛、企画、推奨することで自信と興味を育成することができます。**
日本の女性起業家の約半数（ビジネス展開中の 45%および志望中の 51%）が、支援してくれるコミュニティを利用できていないと答えました。ネットワークを利用できることは、自信を高めるだけでなく、起業家としての成功体験を可視化し、アドバイスをもらうメンターを見つけ、資金を調達するためにも重要です。
- **ジェンダー平等の議論だけでなく働く女性の存在を当たり前にすることが重要です。**ジェンダーや子供の有無にかかわらず、だれにも公平で柔軟な就業規則を推奨しましょう。働く女性に対する認識を変え、起業家が頼れるリソースについて知らせ、起業家の道は女性にとって現実的かつ満足度の高い選択肢であることを、さまざまなキャンペーンを通して伝えることが重要です。



女性の **7%**(男性は 21%)が**何らかのビジネスを展開している**、女性の **14%**(男性は 28%)が**起業家志望**と答えました。

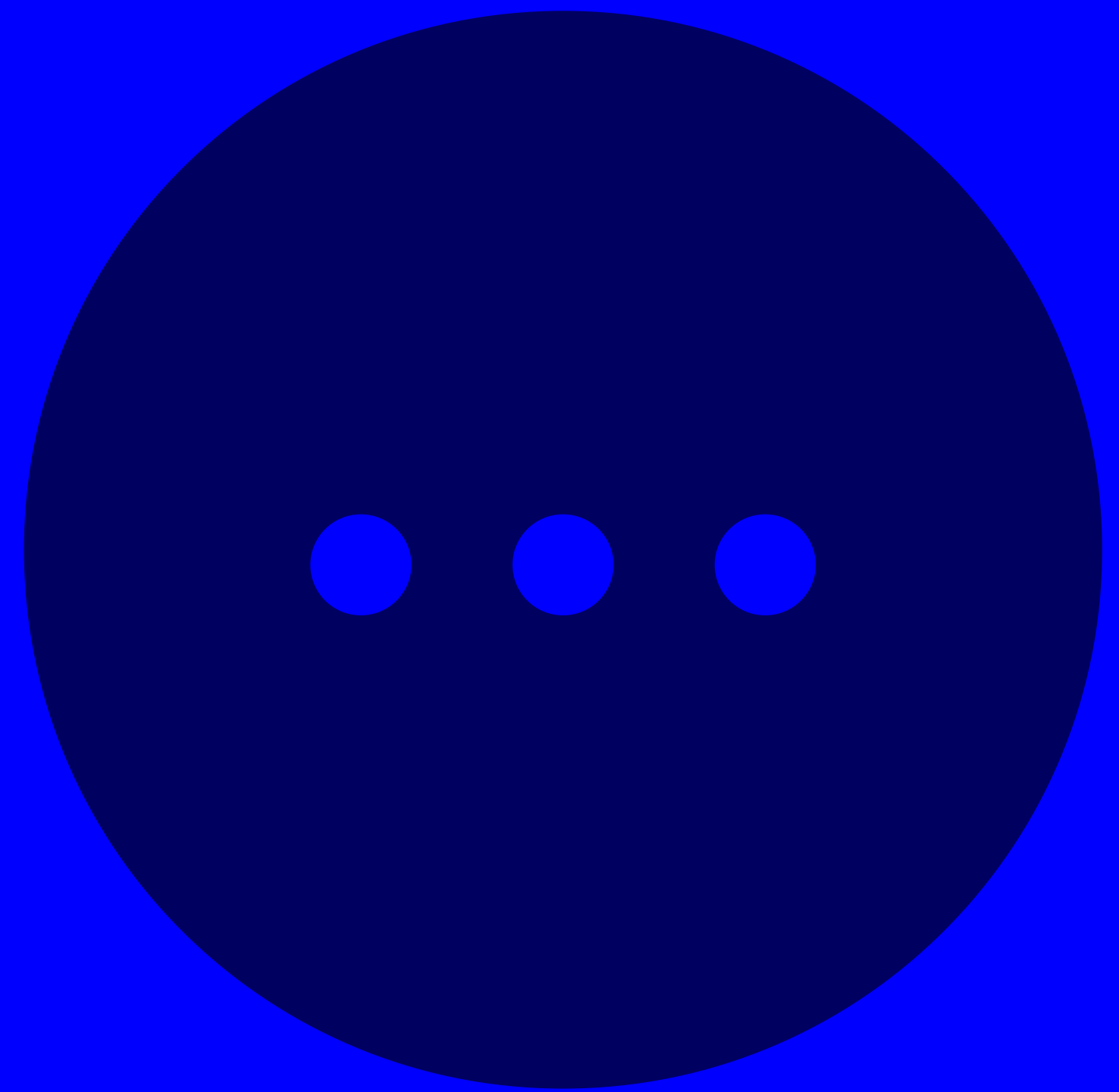
日本で何らかのビジネスを展開している人のうち、**自信**があると答えたのはわずか **26%**、起業家志望の女性では **20%** でした。

女性の **70%**(男性は **41%**:29% 差)が自分は**家事**の主な担い手であると答えました。育児の主な担い手であると答えたのは女性が 65%、男性は 36%。



何らかのビジネスを展開している女性の 48%が「**今の仕事は、仕事と家族の生活両方に手を抜くことなく取り組むことを可能にしている**」と答えました。
起業家志望の女性では **45%**、働く女性全般では **34%** が回答。

添付資料⁰⁶



調査方法

概要

この調査は、起業における認識、機会、スキルに存在するジェンダーギャップを明らかにし、調査対象国において女性がより経済的機会を得るための対策を探ることを目的としています。

私たちは、世界中の人々の雇用と起業との関係について、女性が起業するための原動力や障壁に焦点を当てて調査を行いました。調査方法は、オンラインと対面で、対象は**合計 18,123 人で、アルゼンチン、ブラジル、インドネシア、日本、ケニア、韓国、マレーシア、メキシコ、ナイジェリア、南アフリカ、タイ、ベトナム**の 12 か国で実施しました。調査は 2020 年 1 月 14 日から 2020 年 2 月 15 日の間に実施。国は、地域の多様性担保のため、アジア太平洋、ラテンアメリカ、サハラ以南のアフリカからそれぞれ選ばれました。

調査・分析は、市場調査会社であり、2014 年から Women Will のリサーチパートナーでもある Kantar 社と共同で実施しました。

本レポートでは、「現役起業家」とは自営事業や独立系ベンチャーを経営している人を指し、「起業家志望者」とは将来起業家になる予定の人と定義しました。起業家としてのステータスは回答者の自認によるものです。幅広い視点を捉えるために、対象サンプルは、企業規模（従業員規模、売上高など）や企業の種類（非公式／公式、アーリーステージ／レイターステージ、セクターなど）を限定していません。

調査方法

調査設計

調査の質問項目は、12 か国すべてで調査を実施した Kantar 社 と共同で設計しました。質問のトピックやテーマは、Women Will が実施した事前調査と、調査対象国の女性起業家のトピックに関連する 2016 年から 2019 年の間に学術機関や民間機関が行った主要なニュースや出版物のレビューに基づいて、Google が選定しました。

サンプル

参加者は 1 か国につき 1,500 人以上で、女性、男性、そのどちらでもないと回答した人が含まれます。各国の 1,500 人以上のうち、約 1,000 人が女性、約 500 人が男性と回答しています。対象年齢は 18 歳から 55 歳までで、学歴、雇用形態、職業、地理上の在籍地も多様でした。全体では、回答者の約 70% がそれぞれの国の大都市圏出身者で、30% が小都市部や農村部などその他の地域の出身者でした。調査対象総数の正確な数については、「国別詳細」の章を参照してください。

性別

Women Will は、ジェンダーを非二元的に捉えています。ジェンダーとは、社会的規範や行動を含む個人の特性のことで、社会ごとに異なり、時間の経過とともに変化する可能性もあります。⁶⁰ 人の性別は、生まれた時の性別の割り当てと一致する場合もあれば、一致しない場合もあります。

調査では、自分の性別を女性、男性、または自己記述の選択制としました。この調査では、トランスジェンダー、シスジェンダー、その他ジェンダーアイデンティティは集計されていません。自己記述を選択したサンプルは統計的に有意となるほど多くはありませんでしたが、12 のうち 10 の国で少なくとも 1 名は選択されました。アルゼンチン (3)、ブラジル (2)、インドネシア (2)、日本 (3)、ケニア (1)、韓国 (1)、マレーシア (2)、メキシコ (1)、タイ (3)、ベトナム (1)。調査結果が国の全体的な統計として示されている場合、男性または女性と名乗らなかった参加者の回答サンプルが含まれています。この分野におけるノンバイナリーおよび非シスジェンダーのアイデンティティについては、さらなる調査が必要です。

⁶⁰ World Health Organization (2020). Health topics: Gender. https://www.who.int/health-topics/gender#tab=tab_1

運用

調査は英語で起草され、それぞれの言語で実施されました。調査は英語で起草された後、Kantar 社が調査の正確性と明確性を確認しました。その後、各国の翻訳者が調査票を各国の現地語に翻訳しました。次に、2 人目の現地翻訳者が調査票を現地語から英語に逆翻訳しました。3 人目の現地翻訳者は、正確性を確認するために 2 つの翻訳を比較しました。バックエンドは英語でプログラミングされました。調査結果は、定性回答（回答リストから回答を選ぶのではなく、回答者自身の回答を書くことができる質問など）を除いて、終了後に自動的に英語で表示されました。定性回答は、現地の翻訳者が英語に翻訳しました。

すべての調査は、2020 年 1 月 14 日から 2020 年 2 月 15 日の間に実施されました。調査は、アルゼンチン、ブラジル、インドネシア、日本、韓国、マレーシア、メキシコ、タイ、ベトナムでオンラインで実施しました。ケニア、ナイジェリア、南アフリカでは、インターネットへのアクセスが制限されているため、訓練されたファシリテーターが対面で調査を実施しました。

対面調査は、ファシリテーターが用意したタブレット端末を用いて、回答者の自宅で自己記入する形式で行いました。ファシリテーターが最初のスクリーニングの質問を行い、回答者が残りの調査に自己記入しました。進行役は、指示の説明、回答者の質問への回答、および技術的な問題のトラブルシューティングのために同席しましたが、回答内容は見ていません。

調査は 2 つのセクションにわかれており、約 30 分で完了しました。

- 第一部では、社会的・文化的規範、家族と家庭生活、家庭での責任、雇用、ワークライフバランスに焦点を当てました。
- 第二部では、起業家精神の普及と実践、動機と障壁、スキルセット、さらなる学習への関心に焦点を当てました。

対象の募集

対象者は、オンライン調査パネル（市場調査への協力を申し出た人たちのグループ）と Kantar 社のパートナーを組み合わせて募集しました。すべての対象者について、調査前または調査中に参加を辞退できるようにしました。

オンライン調査：12 か国のうち 9 か国（アルゼンチン、ブラジル、インドネシア、日本、韓国、マレーシア、メキシコ、タイ、ベトナム）では、各国のオンラインパネルから回答者を募りました。対象はすでにパネルにサインアップしており、アンケートが送られることを承認していた人々です。調査の審査要件を満たしたパネルメンバー（18 歳から 55 歳まで）には、アンケートへのリンクが送付され、自分の好きな時間に記入できるようになっていました。各アンケート回答者は、オンラインアンケートパネルのプラットフォーム上でポイントを獲得し、商品券と交換することができるようになりました。

対面調査：3 か国（ケニア、ナイジェリア、南アフリカ）では、インターネットへのアクセスが制限されていたため、対面調査が実施されました。対象者は、Kantar 社のリサーチパートナーによって、無作為なサンプリングで募集されました。対面調査は、回答者の自宅で開催され、調査対象者は 1 世帯につき 1 名のみとしました。参加に対するインセンティブは提供されませんでした。

オンライン調査と対面調査の対象者は、同じスクリーニングの質問を受け、同じ大都市分布により区分けされています。

倫理と匿名化

回答者の匿名性を保持するために、名前やその他の個人を特定できる情報は調査結果から除外しました。ケニア、ナイジェリア、南アフリカでは、調査は対面で実施

され、訓練された進行役が同席して指示を与えたり、質問の内容を明確にしたりしました。

これらの調査は、プライバシーの懸念を軽減するために回答者の自宅で自己記入する形式で行いましたが、対面での調査（すなわち回答者と進行役の間の会話）は、家族や同居している他の人に聞かれるリスクがあり、回答の正確性や回答者の匿名性が損なわれる可能性があることを認識しています。

制限事項

本報告書に記載されている調査結果は、我々が分析した各国の人口全体に対して一般化できるものではありません。

我々の調査は、バイアス、回答者の自己認識、代表サンプル、結果範囲の限定などの、調査研究の制約や典型的限界から免れられるものではありません。

ジェンダーバイアスは複合的で、年齢、民族、セクシュアリティなどの他のアイデンティティによって人が直面する他の差別と相互に作用します^{61, 62}（例えば、組み合わせさったり、重なったり、かけ合わさったりします）。私たちは回答者がどのように自己認識したかをもとに、男女別に集計したデータを用いました。これにより、サブグループ（例えば、自分で何らかのビジネスを展開している女性など）によって異なる起業の実態や経験を特定することができます。本レポートでは、参加者の生活体験や調査回答に大きな影響を与えていると考えられる上記のようなさまざまな関係性についての詳細分析は行っていません。

⁶¹ Intersectionality was originally coined in 1989 by legal scholar Kimberlé Crenshaw in her publication for the University of Chicago Legal Forum.

⁶² Merriam-Webster. (n.d.). Intersectionality. In Merriam-Webster.com dictionary. Retrieved October 12, 2020. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/intersectionality>

オンライン調査は、当然のことながら、デジタルリテラシーが最低限あるインターネットユーザーや、インターネットにアクセスできる地域に偏っています。

多様な声を集めるために、大都市圏、都市圏、農村部が混在する地域の参加者を対象に調査を実施しました。調査対象となった回答者のほとんどが大都市圏に在籍しており、各国の地理上の人口分布を必ずしも反映しているわけではないことには注意が必要です。

各国では、調査結果を小グループ（女性など）ごとに分けました。より小さなサブグループ（例えば、ベンチャーキャピタルを利用して事業資金を調達する予定の起業家志望の女性など）については、サンプルサイズが限られていたため、分析ができないこともありました。サンプルサイズが 50 未満の場合は、一般的に注意が必要とされており、サンプルサイズが 30 未満の場合は報告されていません。

国別詳細

地名はアルファベット順に記載されており、県、省、市町村、州、市、町、農村部が含まれています。

アルゼンチン

アルゼンチンでは、合計 1,500 人を調査、そのうち 996 人が女性、501 人が男性、3 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地は、バイアブランカ、ブエノスアイレス、コルドバ、コリエンテス、フォルモサ、ホセ・C・パス、ラプラタ、ラヌス、マル・デル・プラタ、メルロ、ノイケン、パラナ、ピラール、キルメス、レジステンシア、ロサリオ、サルタ、サンサルバドル・デ・フフイ、サンティアゴ・デル・エステロ、トゥクマン。回答者の職業は、農業労働者、技術労働者、経営者など。教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

ブラジル

ブラジルでは、合計 1,513 人を調査、そのうち 1,005 人が女性、506 人が男性、2 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地は、ベレン、ベロオリゾンテ、ブラジリア、カシアス・ド・スル、コロンボ、フォルタレザ、フォス・ド・イグアス、マリンガ、モンテス・クラロス、ペロタス、ペトロリナ、ペトロポリス、ポルト・セグロ、ポルト・ヴェリョ、リオデジャネイロ、サルバドール、サンタ・ルジア、サンタレン、サントス、サンパウロ。 回答者の職業は、農業従事者、技術職、経営者など。教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

インドネシア

インドネシアでは、合計 1,502 人を調査、そのうち 990 人が女性、510 人が男性、2 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地は、バンドルランプン、バンドン、バンジャルマシン、ボゴール、チマヒ、デンパサール、グレータースラカルタ、ジャカルタ、マカッサル、マラン、マナド、メダン、パダン、ペカンバル、ポンティアナク、スマラン、シトゥボンド、スラバヤ、ジョグジャカルタ。回答者の職業は、事務職、公務員、企業経営者など。参加者の教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

日本

日本では、合計 1,509 人を調査、そのうち 1,004 人が女性、502 人が男性、3 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地は、愛知県、千葉県、福岡県、広島県、北海道、兵庫県、神奈川県、熊本県、京都府、宮城県、岡山県、大阪府、埼玉県、静岡県、埼玉県、静岡県、東京都。回答者の職業は、食料品店店員から経営者まで多岐にわたっています。学歴は小学校から大学院まで。

ケニア

ケニアでは、合計 1,564 人を調査、そのうち 1,040 人が女性、523 人が男性、1 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地は、カカメガ、キスム、メル、モンバサ、ナイロビ、ナクル、ニエリ。回答者の職業は、農業従事者、技術職、経営者など。教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

韓国

韓国では合計 1,518 人を調査、そのうち 1,011 人が女性、506 人が男性、1 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地は釜山、忠清北道、忠清南道、大邱、大田、光州、江原道、慶尚北道、京畿道、慶尚南道、仁川、済州道、全羅北道、全羅南道、世宗特別自治市、ソウル、蔚山。回答者の職業は、労働者から事業主まで多岐にわたっています。教育レベルは小学校から大学院まで。

マレーシア

マレーシアでは、合計 1,500 人を調査、そのうち 990 人が女性、508 人が男性、2 人が自由回答を選びました。回答者の出身地は、アローセタール、バターワース、ペナンのジョージタウン、イポー、イスカンダルプテリ、ジョホールバル、コタキナバル、クアラルンプール、クアラテレンガヌ、クアンタン、クチン、マラッカ市、マラッカ、マラッカ、ミラカ、ミリ、ペタリンジャヤ、サンダカン、シャーアラム、タワウ。回答者の職業は、サービス業、ホワイトカラー専門職、事業主など。教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

メキシコ

メキシコでは、合計 1,508 人を調査、そのうち 1,010 人が女性、497 人が男性、1 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地はアカプルコ・デ・フアレス、セラヤ、シウダー・フアレス、クエルナバカ、エンセナーダ、グアダラハラ、マタモロス、マサトラン、メヒカリ、メキシコシティ、モンテレー、モレリア、プエブラ、レイノーサ、サンペドロ・トラケパケ、タンピコ、テピック、ティファナ、トレオン、トゥクスラ・グティエレス。回答者の職業は、農業従事者、技術労働者、経営者など。 教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

ナイジェリア

ナイジェリアでは、合計 1,507 人を調査、そのうち 977 人が女性、530 人が男性を選びました。回答者の在籍地は、アビア州、アブジャ、アナンブラ州、ベヌエ州、デルタ州、江戸州、エヌグ州、カドナ州、カノ州、ラゴス州、オグン州、オヨ州、リバーズ州、またはソコト州。回答者の職業は、農業従事者、技術労働者、経営者など。教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

南アフリカ

南アフリカでは、合計 1,500 人を調査、そのうち 1,001 人が女性、499 人が男性を選びました。回答者の在籍地は、東ケープ州、フリーステイト州、ハウテン州、クワズールーナタール、リンボポ、ムプマランガ、北西部、北ケープ、西ケープ。 回答者の職業は、農業従事者、技術労働者、経営者など。教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

タイ

タイでは、合計 1,501 人を調査、そのうち 996 人が女性、502 人が男性、3 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地はバンコク、チャオプラヤ・スラサック（チョンブリ県）、チェンマイ、ハットヤイ（ソンクラー県）、コンケーン、ナコンラーチャシマ、パク・クレット（ノンタブリ県）、ウボンラーチャターニー、ウドンタン。回答者の職業は、労働者、公務員、企業経営者など。教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。

ベトナム

ベトナムでは、合計 1,504 人を調査、そのうち 1,002 人が女性、501 人が男性、1 人が自由回答を選びました。回答者の在籍地はビエンホア、カントー、ダナン、ハイフォン、ハノイ市、ホーチミン市、メコン川デルタ、ニャチャン、紅河デルタ。回答者の職業は、農家、露天商、ホワイトカラーの専門家、企業経営者など。教育レベルは、学歴なしから大学院までさまざまでした。