

中四国における女性による起業と地方中小企業（起業を含む）支援の動向

The characteristics and agenda of women entrepreneurs and support programs for small- and medium-sized firms (including starting-ups) in the Chugoku and Shikoku regions in Japan

平 篤 志¹

Atsushi Taira

要旨

地域の社会経済を再活性化する切り札の1つとして、近年女性による起業が注目されている。本稿は、中国四国地方を対象地域として、事例を通して女性による起業の現状と課題を明らかにするとともに、女性による起業の重要な支援アクターとなる関係機関による地方中小企業の支援枠組みと間接的に起業と関わる企業同士の学び合いについて、その動向を考察することを目的とした。本研究を通して、女性による起業の形態は、自治体による地域おこし協力隊などでの経験を踏み台として起業した事例や、本人自身の発案と努力によって起業に至った事例などその形態はさまざまであることが明らかとなった。一方、課題として、起業したいと考える女性は少なくない反面、何をどのように進めればよいのかわからず二の足を踏んでいる女性も数多くいるという現状が判明した。そこで求められるのは、そのような女性を支援する組織やプログラムである。この点に関して、本稿では、香川県を対象地域として、公的な財団や地元金融機関による（女性）起業支援プログラムと起業につながる有志企業自身による学び合いの場について検討した。

キーワード：女性起業、企業支援プログラム、中小企業、学び合い、中四国

Keywords：women entrepreneurs, firm-assisting programs, small- and medium-sized firms, community of practices, the Chugoku and Shikoku Regions

I. はじめに

日本において、中小企業は今日に至るまで経済の基盤を支えてきた。特に、地方においては、地域経済の要として役割を果たしてきた。2016年、企業数にして約359万社の中小企業が存在し、企業数全体の99%、そして全従業員数の約7割を占めた。コロナ禍以前、穏やかにつづく景気回復の結果、収益の改善が見られる一方で、人材不足による人件費の上昇、国際競争の激化に伴い、中小企業を取り巻く環境は依然厳しいものがあった。例えば、2018年、存続企業（347万社）のうち、53%が増収をみた。一方で、人件費の高騰等により倒産に追い込まれている企業も少なくなかった（中小企業庁、2016、2018；ビジネス香川、2019）。

日本経済を足下から支えてきたこれら中小企業の多くは男性によって経営されてきた。スタートアップ企業も最初は中小企業から始まることを考えると、特にバブル経済崩壊以降成長がつづく日本にあって、人口の半数を占め、男性とは異なる視点をもつとされる女性による起業が、地域経済社会の活性化のためにますます求められるようになったのは当然のことと言えよう。

振り返ると、日本政府と国会は、1980年代に入り、女性の地位の向上と社会参画に力を入れるようになった。1985年の男女の不平等をなくすことを目的とした「女性差別撤廃条約」締結を受けて、翌1986年には男女雇用機会均等法が制定され、職場でのジェンダーギャップの解消が目指さ

1 香川大学教育学部

れた。1990年代に入ると、さらなる男女参画社会構築の重要性が叫ばれるようになる。政府・国会は、1999年、そのための基礎的な条件づくりを行うための法律の必要性から「男女共同参画社会基本法」を制定した。同基本法は、政府と都道府県に対して、男女行動参画政策の総合的かつ計画的な推進を図るため、男女共同参画基本計画の策定を義務づけ、市町村に対しては努力義務を課した。

しかし、社会状況の改善は非常に緩慢で、男女雇用機会均等法制定後35年を経た2021年になってもいわゆるジェンダー格差は大きいままである。2021年3月に世界経済フォーラム(World Economic Forum)が発表したジェンダーギャップ指数によると、日本は依然世界で第3位の経済規模を誇る経済大国でありながら、156か国中120位という惨憺たる結果であった(野村, 2022)。この指数は、経済、政治、教育、健康の4分野のデータにより作成されるが、日本の値は先進国の中で最低レベルであり、アジア諸国の中でも韓国、中国、さらにASEAN諸国の値よりも低いものとなっている。

そのような中で、近年、女性による起業が注目を集めている。特に、大都市圏を離れた地方においては、少子高齢化による社会経済の停滞・衰退の兆候が見られ、女性による起業は、地域社会の持続可能性の観点からも重要視されている。本稿は、中国四国地方の山口県、香川県、愛媛県の事例を通して、女性による起業の現状と課題を明らかにするとともに、女性による起業の重要な支援アクターとなる関係機関による起業を含む地方中小企業の支援枠組みと間接的に起業と関わる企業同士の学び合いについて、その特徴を考察することを目的とする。

上記のような状況もあって、近年、女性による起業に関する研究が経営学分野を中心に増加している。例えば、中澤(2022)は女性起業家が活躍するための環境整備について、乙部(2022)は女性管理職のキャリア形成の特徴を検討している。また、畠山(2021)は、伝統産業における女性の創作活動が女性の起業と結びつくかどうかという観点から考察を加えた。一方で、地理学的な視点に立った研究は、女性のライフコースの特徴を分析した中澤・神谷(2005)、女性を含む起業に関して考察した石丸・友澤(2015, 2014)などがあるものの十分とは言えない。特に、地方を対象地域とした研究は多くない。本稿は、このような点に対して学術的な貢献を図るものである。

研究方法として、既存の文献・資料を収集分析したほ

か、2016年から2022年にかけて、一次資料の収集と聞き取り調査を中心とした現地調査を実施した。具体的には、2016年8月に宇和島市において、2019年8月に山口市において女性経営者(起業予定者を含む)に聞き取り調査を実施するとともに、市役所等関係機関においても聞き取りと資料収集を行った。また、起業支援の枠組みについては、2019年1月にかがわ産業支援財団に聞き取り調査を行った。さらに、2018年12月以降2019年12月にかけて、企業同士の学び合いの事例として、香川イノベーション実践報告会に3回参加するとともに関係者に聞き取り調査を行った。2020年の春以降は、新型コロナの世界的な拡大により現地調査の遂行が困難となったが、2022年11月には女性の企業支援プログラムをもつ高松信用金庫に対し、また同12月には香川県の女性起業家に対し聞き取り調査を実施することができた。

調査・分析に際しては、近年経済地理学で着目されている、経済現象を関係性の観点から説明を試みるパイプライン(pipeline)とバズ(buzz)概念を援用する(例えば、Bathelt and Glückler (2011), Taira (2020), Taira and Schlunze (2022)を参照)。関係性の観点においては、地域を固定的な空間とはせず、状況に応じて可変的な存在として認識する。また、ここでいうパイプラインとは信頼に依拠した中長期にわたる人的関係を、バズとは偶然的な情報・知識の入手に依拠した人的関係を意味する。パイプライン・バズ概念では、遠隔地を含む関係空間における多様なパイプラインと豊富なバズの存在が関係企業や産業クラスターの持続・発展に重要な役割を果たすとする(関連して、Grillitsch and Sotarauta (2020)を参照)。

II. 地方における女性による起業

少子高齢化の深刻化と経済の低迷がつづく地方において、新規起業や既存企業の業務拡大は、地域の活性化のために非常に大きな役割を果たすと期待されている。中でも女性による起業は、先進諸国の中において女性の社会参加が遅れていると指摘される日本において男女参画社会の実現に向けて重要視されている。本章では、中国四国地方を対象に、特に山口県、香川県、愛媛県に着目して女性による起業の4事例(表1)を通して、その特徴と課題を考察する。

表1 地方における女性による起業4事例

	起業地域	業種	経路	複数拠点	他業種展開	摘要
A	山口	飲食業	Iターン	なし	なし	調査時地域おこし協力隊員、事業準備中
B	香川	小売業	地元	あり(全国展開)	あり	本業とともに女性起業セミナーを開催
C	香川	教育サービス業	Iターン	なし	なし	ビジネスプランコンペを活用
D	愛媛	飲食業	Uターン	あり(県内展開)	あり	道の駅での展開

(聞き取り調査等により作成)

1. 山口県山口市一地域おこし協力隊からの女性起業例（飲食業）

A氏は、都市から地方への人材派遣と交流を目的として総務省が開始した地域おこし協力隊隊員として、山口市観光交流課に赴任した。同課での聞き取りによると、2019年8月の時点で、通算30人の協力隊員が着任し、現在12人が在籍しており、期間終了後の地元定着率は約6割に上るといふ。隊員は主として中山間地に着任し、観光交流の促進を主な任務としている。そのような中では例外的に、A氏は山口市中心市街地の大殿地区においてアートを通じて地域の活性化を図る事業に参加している。また、ふる里伝承センターにおいて大殿ホテルを守る会の活動にも従事している。

A氏への聞き取りによると、夫はイタリア出身の芸術家で料理も得意とするという。A氏自身、製菓会社に営業職として勤務後、10年を超えるイタリア滞在歴がある。イタリアでは、料理学校に通い、さらにフード関係の情報発信の仕事に従事していた（パイプライン）。その間、地方のもつ力や多様性の重要性を認識するようになり、帰国後地域おこし協力隊に参加することにつながったという。現在、山口市において日伊協会の立ち上げに携わる傍ら、「食事・風土・交流」を基本コンセプトとしたイタリア料理店の開業準備を進めている（2019年8月時点）。

2. 香川県高松市一女性によるニッチ分野における起業と全国展開例（小売業）

B氏は、「学校の制服は新品を使用する」という社会の既成概念に挑戦し、リサイクルをキーワードにした事業を展開している。香川県高松市で3人の子どもをもつシングルマザーとして暮らしていたB氏は、子どもが学齢期に達しても新品の制服を購入する余裕がなく、自らの発案で日本最初の制服リサイクルショップを立ち上げた。起業に成功したB氏は、全国の母親を応援すべく、各地での制服リサイクルショップ立ち上げを支援する企業を設立した。2019年頃には、同様の企業が30社程度に増え、新品を生産・販売する既存の企業に影響を与えるまでになっている（エモット、2019）。

B氏は、事業の立ち上げに当たり、周到に準備を重ねた。結婚前大手保険会社で4年間営業職として働いていたB氏は、結婚後は専業主婦であった。その後離婚し、ピザ店のチラシ配りもしたが、自ら労働時間を管理し、かつ子どもとも関わる時間を確保するためには起業したいと考えようになった。長女には障害があり、特別支援学校に通わせる必要もあった。中古の制服のリサイクルを思いついたのは、制服のある公立学校に通っていた次女が成長とともに制服を買い換えねばならず、その費用が高額なためであった。

起業には300万円程度の費用が必要であった。当時、す

でに保険会社に再就職しており、仕事を通じて知り合った企業の役員たちに中古制服のビジネス案を披露したところ、「中古の制服は売れない、ビジネスとして成立しない」と反対されたという。しかし、B氏は自身の経験から、需要は必ずあると信じていた。日本各地で中古ビジネスが展開し始めていることにも気づいていた。一方で、中古の制服を扱う企業は見当たらなかった（エモット、2019）。

地域社会で信頼を築くため、B氏は、自宅を使用せず店舗をもつことを重視し、2011年に開店にこぎ着けた。50着の中古制服から販売を開始したが、口コミで店舗のうわさが広がり（バズ）、徐々に顧客が増えていった。店舗での営業は、業務を開放的に可視化することにつながり、徐々にボランティアやスタッフなど関係する人々を集めることに貢献した。

しかし、課題は営業を継続するための資金の確保であった。シングルマザーによる起業に対する金融機関からの借り入れは難しかった。そこで、B氏が着眼したのが、地元のビジネスコンペへの応募であった。香川県では、後述するかがわ産業支援財団による企業コンテストが行われており、それに応募することにした。結果、最優秀賞を獲得し、賞金200万円を手にした。審査では、男性の審査員より、制服リユースのビジネスの将来性、収益性について疑問も呈されたが、シングルマザーを含め、仕事をする女性が増加している今日、制服のリユースには必ず需要があると確信していた。B氏は、賞金を使ってPOSレジを導入し、本格的に制服リユースのビジネスを開始した（エモット、2019）。

B氏は、その後も他のビジネスコンペへの応募し、優勝を重ねていった。コンテスト優勝は、自身のビジネスの宣伝に貢献し、テレビ等のメディアでも取り上げられるようになった。テレビによる報道は影響力が強く、全国から問い合わせが殺到したという（バズ）。連動して、2013年に創業した関連会社への問い合わせも急増した。しかし、B氏はフランチャイズによる全国展開には関心が無く、自社で開発したビジネスモデルを提供することにした。提供者は、初期費用（170万円）と月会費（3500～6500円）を支払い、開業と経営についてアドバイスを受ける。自社の最初の年の売上が120万円だったのに対し、その後売上は自社と関連会社を合わせ3500万円に増加した。関連会社からアドバイスを受ける企業も40社ほどに増えた（エモット、2019）。

B氏は売上よりも社会貢献を重視する。従業員は積極的に地域の女性を活用した。店舗の営業時間は10～15時とし、母親として働く多くの従業員が子どもと接する時間をもてるよう配慮している。また、長女が通っていた障害者施設が利用者の仕事の間を探していることを知ると、業務の一部をそこへ発注した。起業を考える人へのセミナー（後述の高松信用金庫の女性起業セミナー）では、利益を

確保するとともに、社会的なビジネスとして認識することの重要性を強調する（エモット，2019）。地域社会の女性や高齢者を巻き込んでいくB氏の制服リユースのビジネスの挑戦は、今後の日本におけるビジネスのあり方に一石を投じているといえよう。

3. 香川県高松市一視覚・聴覚・体感を関連づけた感覚的学習教材の開発

教育分野は、教員の過重労働もあり（青木，2021）、文部科学省が保護者、住民、外部の関係者を取り込もうしている分野である。C氏は、「共感覚」という新しい概念を用いて、香川県高松市を中心に、多様な感覚をもつ子どもの個性を伸ばす事業を行っている。人間には、視覚、聴覚、味覚、嗅覚、触覚の五感があることが知られているが、子どもたちの中には、文字や数字、また音や音階に対して「色」や「形」が見えたり連想したりする子どもがいるという。通常、これらの感覚は成長とともに消失するとされるが、一部の感覚が未分化なために、成長後も文字や数字、音に色を感じる人がいて、そのような人が「共感覚」をもつ者になるとされる。

C氏自身がそのような子どもで、電話番号や自動車のナンバーを一度見たら記憶できたという。しかし、高校生になる頃には簡単に記憶できなくなり、感覚と学習の間に関係があるのではないかと考えるようになった。そして、2000年に福岡県内の大学卒業後、東京都内の小学校や特別支援学校で講師をする中で、共感覚をもつ子どもをはじめさまざまな特性をもつ子どもたちに出会う経験をした。その後、2011年からは、東京において教育アドバイザーとして未就学児を対象とした親子教室の運営に従事した。2016年、夫の転職を機に夫の郷里である高松に移住した。親子教室を新たに立ち上げつつ、独自の視覚学習方法を開発し、2018年の香川ビジネス&パブリックコンペ地域公共部門でグランプリ、翌2019年のかがわビジネスモデル・チャレンジコンペ（後述）で優秀賞を獲得したことを契機に事業化を図ったのであった。使用する学習教材は、親子教室で試行錯誤を重ねた結果できあがったものが基礎となっている。2022年には、香川大学に新設された文理融合型の創発科学研究科修士課程に入り、県立盲学校とも連携して、共感覚が記憶や理解に影響を与えるか否かについて研究を行っている。現在、独自に開発した学習方法を教育現場に広く普及させることを目標としている。

C氏は現在も個人事業主である。事務所は、事業の信頼性を図るため高松駅前のサンポート地区にある高層ビル内のコワーキングスペース施設（Setouchi-i-Base）¹⁾を活用している。C氏は、事業の立ち上げ、展開における人的つながりの重要性を指摘する。知人や友人のいない高松で事業を展開するに当たって、たまたまSNSを通じて知った（バズ）上記の事業コンペに応募し始めたところ、コンペの関

係者から声をかけられたことで相談先が見つかり、さらにその人物の運営する企業がその後事業への協力者となった（パイプライン）。学習教材の商品化に際しては、地元の企業がある東京の出版社に繋いでくれ、その商品カタログに掲載されるに至り、教材を全国に宣伝することが可能となった。教材のイラストや編集も、東京・香川の親子教室の参加者が協力者になるなど、さまざまな場での出会いとチャンネルを通じた人間関係（パイプライン）が事業展開に重要な役割を果たした。そして香川大学大学院での学びは、教員の指導の下、専門知を獲得することを通じて、新たなチャンネル形成とさらなる事業展開のきっかけとなることが期待される。

4. 愛媛県宇和島市一女性起業家による地域活性化の取り組み（飲食業ほか）

「地域体感カフェ」とよばれるそのカフェは、2011年7月に愛媛県宇和島市役所近くで開業した（その後、現在の商店街内に移転）。昼食時には、市役所職員、一次産品生産者、市民が偶然食堂に居合わせて対話する場面が見られる。地元の料理を媒介して会話が生まれる（バズ）。こうした風景は、スローフードの発祥地、イタリアのバル（bar）に見られる。イタリアのバルの最大の特徴は、顧客も食材も地域に密着していることにあり、一人で気軽に来店できる店舗を志向している。その結果、食事に来た客同士が偶然対面し、地元の料理を媒介して交流を始めることにつながる。つまり、バル自体が、地域の住民や生産者をつなげる場の役割を果たし、そこでバズが発生する。当カフェは、このバルのような存在であり、地域の関係者をつなげるハブとなっている（久繁，2013）。

D氏は、中学生の頃から起業を志していた。経営難に苦しむ地元の生産者を支援することを目的として、2010年それまで勤めた広告代理店を退職し、大阪より宇和島にUターンして起業した。その事業の中心が、当カフェである。D氏は、地元生産者の食材を使用して地域内の経済活動の循環を高めることを最大の目的としている。店舗の開業に当たり、地元生産者の食材をいかにメニューに活かすか試行錯誤を続けた。新たに開発したメニューは、まず期間限定で提供して顧客の意見を聴取して改善を図り、恒常的なメニューへと変化させる。日替わりメニューは、在庫ロスを減らすことができ、店舗にとってもメリットになる（久繁，2013）。2016年現在5軒程度の農家と契約を結び、食材を調達している。

D氏は、フェイスブックなどのSNSを使用して、日替わりメニューなどの情報を提供することに努めている。この情報提供は、店の「宣伝」より、むしろ生産者と顧客へ食材の「予告」として機能している。生産者にとっては、自分の生産した食材の使用日がわかり、「顧客」として店を訪れる者もいる。生産者は、その場で一般の顧客の反応を

確かめることができ、一般の顧客は生産者から食材生産の背景について知ることができる。久繁（2013）は、生産の背景を「商品の背後にある物語」と呼んでいる。D氏は、生産者と一般顧客の対話を通じて、新たなメニューの開発につなげることができる。さらに、地元の食材を使う取り組みは、シナジー効果となって、近隣の飲食店にも広がりを見せた。

D氏の試みのユニークさは、業種を飲食業のみに限定せず、それを核に他の業種にも拡大している点にある。具体的には、D氏の実家は真珠養殖業を営んでいたのだが、宇和島の真珠は生産量が日本有数であるにも関わらず宣伝不足であることを認識していた。ほかにも、地域の特産品として、キーウィや海面養殖のタイとフグがあり、それらを何らかの形で内外に宣伝できないか考えていた。そして、まずは地元の人が地元の優れた産品を知って欲しいとの思いからカフェを開店したのであった。その後の取り組みとして（2016年夏時点）、市南部のやすらぎの里を舞台として、食堂と真珠養殖のコラボを考えている。当初の従業員は15名程度を想定し、地元の50、60代の女性を活用することを考えている。また、事業組織としては、取引先との信用が高いことから株式会社化を志向している。さらに、D氏は、ブランドコンサルタントとして別会社を立ち上げ、地域での事業立ち上げのための支援を始めている。特段営業活動を行わなくとも、口コミやSNSを通じて仕事は入ってくるという（バズ）。また、事業の継続性と収益性を重視している。それが、雇用を生むことにつながり、さらなる業務拡大につながるからである。D氏は、地域活性化のためには、「地元愛」が必要であると強調する。そして、地元愛を育てるには、子どもの頃からの地域との関わりが必要であり、教育の重要性を指摘する。

Ⅲ. 企業（起業を含む）支援の動向と企業同士の学び合い —香川県を事例として

本章では、香川県を事例として、県や関係団体による企業（女性による起業を含む）支援の現状と課題を明らかにするとともに、地元中小企業による主体的な学び合いの事例を報告し、理想的な企業支援のあり方を検討する。日本では、コロナ禍前、緩やかな景気回復がつついているとされ、地方の地価も場所によって上昇に転じていた。一方で、全国的な人手不足も報じられていた。そして2020年春頃よりコロナ禍が世界的に影響を与えることとなり、国内の地方の中小企業を巡る状況は、飲食業、観光業を中心に大変厳しい状態となった。本章の内容は、主としてコロナ禍前の状況に基づいている。

起業を含む中小企業支援の主体は、大別して国レベルと地方レベルに分けることができる。国レベルの主体として、経済産業省、中小企業庁、JETRO、JICAなどがある。

地方レベルの主体としては、各地方経済産業局、中小企業基盤整備機構、JETRO、JICA各地方事務所、県庁・市町村役場の担当部署、関係財団などがある。さらに、各地に立地する大学や高等専門学校などの研究機関も関係支援機関として挙げられる（図1）。以下、主体ごとに説明する。



図1 香川県における中小企業支援の枠組み
（現地調査により作成）

1. 四国経済産業局

四国経済産業局は、経済社会の変化や四国の実情に柔軟かつ真摯に向き合い、豊かさや喜び、誇りを実感できる持続可能な社会の実現に向けて取り組むことを理念としている。具体的には、ものづくり、情報、流通・サービスに関する各種の施策や、中小企業・地域経済産業に関する施策を実施している。地域国際化も重要な施策の1つであり、特に域内に立地する中小企業の海外展開（貿易・直接投資）を支援している。「海外展開応援フォーラム」がその目玉である。

当フォーラムは、2014年に開始された。コロナ禍前の2018年までは年2回程度、四国の各地で開催されてきた。回ごとにテーマが設定され、JETRO四国、中小企業基盤整備機構、かがわ産業支援財団など関係団体と共同で実施してきた点に特徴がある。プログラムは、先進事例の紹介、支援枠組みの説明、個別相談会の開催といった内容で展開される。最後には、希望者に対する交歓会が開催され、企業を中心に、関係主体間の情報交換（バズ）、新たな関係づくり（パイプライン）の場となっていた。

2018年12月に高松を会場に開催されたフォーラムは、「ASEANへの進出」をテーマとして、100名前後の参加者の中、香川県、かがわ産業支援財団、JETRO四国4県貿易情報センター、中小企業基盤整備機構四国本部と共催の形で行われた。先進的な活動を行っている企業および関係団体からの事例報告がなされ、パネルディスカッションを経て、最後に個別相談会がもたれた。一方、企業の海外進出に関しては、同様なセミナーが他の機関によっても開催されており、セミナー間の調整や差別化が課題といえる。

2. かがわ産業支援財団

かがわ産業支援財団は、1984年に設立された香川県産業技術振興財団を母体とし、2001年に香川県企業振興公社、

香川県科学技術振興団体と統合して現在の形になった。高松市街地南東郊外の香川インテリジェントパーク内に事務局がある。県における産業の創出、地域企業の経営基盤の強化、産業の高度化、科学技術の振興等を図るための総合的な支援事業を行うことを目的としている。ワンストップ型の県内企業の総合的な支援機関として、国、県をはじめ、大学等の高等教育機関、各種研究機関、金融機関等との密接な連携協力の下、創業や新分野への進出、商品開発、事業化、経営基盤の強化、海外進出といった多様な企業のニーズに対応し、相談・指導、研究開発、販路開拓、人材育成など、事業段階に応じたさまざまな支援を行っている。創業に関しては、支援塾や事例発表会の開催、補助金の交付、独創的な事業プランのコンペ（ビジネスモデル・チャレンジコンペ）などを実施している。当財団の今後の課題としては、以下の3点が上げられる。まず、県内企業の人材育成拡大、つづいて同承継事業の拡大、そして同起業・創業支援の充実・拡大である。

以下、起業との関係が強い、ビジネスモデル・チャレンジコンペについて説明する（村上，2016）。当コンペは2011年に開始され、「創業者向け」と「実績者向け」に分かれている。「創業者向け」プログラムは、創造的な技術や商品、サービスなどを自ら新規に開発し、新たな顧客や付加価値を創造しようとする、独創的なビジネスプランを募集・審査し、潜在的な起業家を発掘するとともに、今後の成長が期待できる起業家を集中的に支援することにより、香川県の将来を担う革新的なベンチャー企業の創出と育成を図ることを目的としている。一方の「実績者向け」プログラムは、創造的な技術や商品、サービスなどを自ら新規に開発し、新たな顧客や付加価値を創造しようとする、独創的なビジネスプランを樹立・実践し、実績をあげた中小企業または個人を表彰することにより、香川県の将来を担う革新的ベンチャー企業の育成を図ることを目的としている。審査のポイントは、目的、内容、新規性、成長性、実現性の5点である。最優秀賞1件と優勝賞2件が選定される。最優秀のプランには、助成金として200万円が贈られる。

第8回ビジネスモデル・チャレンジコンペは、2019年2月に開催され、2018年度最終エントリー5団体（応募25団体）が出場した。発表タイトルは、順に「新ブランドにより地場産業にイノベーションを起こす「伊吹島プロジェクト」」、「コンクリート構造物の塩害劣化検査サービス」、「香川発の髪・頭皮を若返らせる最先端美容技術を用いた小規模美容室の展開」、「香川全域をカバーするレンタルバイクサービス事業の新規創業」、「ハンディのある子どものサポートをするための教育法「療教育メソッド」を電子化して広める」である。このうち、最後のものは、先に述べたC氏によるものであり、このコンペで優秀賞を受賞したことが、その後の事業の拡大に寄与した。

3. 高松信用組合「キャリアスタ塾」（女性起業支援プログラム）

香川県を中心にした地域金融に従事する高松信用金庫は、2015年に全国的にもユニークな女性の創業機運醸成を通して女性の社会進出を図る「Sanuki Womanキャリアスタ塾」を開始した。これは、「起業を考えているが何から始めてよいかわからない」という地域の女性に、起業に向けたきっかりづくりや継続的な伴走支援を目的としたもので、香川県の地域経済の活性化につなげようとするものである。高松信用金庫は、これまでも創業支援に取り組んできたが、女性の起業家に特化した取り組みはなかった。しかし、先に述べた学生服リユース事業を開始したB氏より、「同じように起業を目指している女性のために何かできないか」との相談が高松市郊外の当金庫支店に持ちかけられ、当金庫も同様の思いがあって2015年の夏の具体的な取り組み開始につながった（パイプライン）。

具体的な取り組み内容は、従来の事業計画書の作成指南といったものではなく、その手前の段階の女性を支援するというものである。当金庫によれば、女性は男性が思いつかないような女性ならではの発想や事業に対する熱い思いをもっている反面、それを具体的な形にできない、誰に相談したらよいかわからないといった問題を抱えている場合が多いという。そこで、グループディスカッションやプレゼンテーション、事業案への講師からの助言などを通して、まずは自身の夢や事業への想いを整理し、具体的な形にすることを支援することに重きをおいている。キャリアスタ塾は、2015年11月以降、数か月に1回の頻度で、高松市を中心に香川県内各地で開催されてきた。2020年春以降は、新型コロナウイルスの感染拡大のため中断している。同塾の開催に当たっては、四国経済産業局が協力しているほか、経済産業省の「女性起業家等支援ネットワーク構築事業」とも連携している。中小企業基盤整備機構四国本部と高松市も連携先である。

高松信用金庫は、その間キャリアスタ塾のプログラムを多様化させてきた。2018年には、伴走的な支援を目的として、次のステップを目指す女性向けに、創業に向けて必要な経営、財務、販路拡大、人材育成などについて学ぶ「キャリアスタセカンド」を、2019年には、事業に挑む女性を応援することを目的として「キャリアスタセカンド・ビジネスプランコンテスト」を開始した。2015年から2020年までの5年間の同塾開催数は24回を数え、参加者数はのべ144名に達した。塾参加後、実際に起業した卒業生は23名に上る。具体的には、美容業、飲食業、雑貨等の製造販売業など多様な業種での事業展開が始まっており、地域経済の活性化への貢献が期待されている。

4. 企業同士の学び合い—香川イノベーション実践報告会を事例として—

最後に企業自身による自主的な学び合いについて検討する。「香川イノベーション実践報告会」は、2015年、経営者塾（盛和塾）参加仲間による私的な勉強会を発展させ（バズ）、つきあいのあったコンサルタント（本拠地：仙台）を講師役にして（パイプライン）、9社の中小企業を中心に開始された。2018年12月の報告会で第8回を数える。メンバー企業（現代表は高松商工会議所副会頭（当時））は、製造業を中心としながらも、建設業、印刷業、リクリエーション業（テニス場等経営）など多岐にわたり、異業種勉強会の場となっている。メンバー企業は、半年に一度報告会を開催し、その間のイノベーションの成果を発表することになっている。モットーは、「金もない、人もいない」中小企業における「変化の先頭に立つ」ための実践活動の経過を相互に報告し、研鑽する場を作ることである。「気づかなかったことに気づく」取り組み、固定概念や慣習などで業界の当たり前という思い込みによる「絶対できない」テーマを探し出し、「絶対できないことを可能にする」取り組みに挑戦する。「まずはやってみる」というところから開始することを重要視している。半年という短期間で何らかの成果を出して発表しあうという仕掛けが、メンバー企業の事業の前進につながっている。本報告会の課題としては、情報拡散、会員企業のさらなる増加などがある。

以下、2018年12月に開催された第8回報告会の1事例（E社）について説明する。E社（浄水場、処理場などの社会インフラの機器設計・製作・据え付け）は、工程・工種にさまざまなチャレンジテーマを設定し、工程の可視化等を進めて人手不足の課題を解決した事例について報告した。E社は合わせて、E社での研修を終えた外国人研修生に、国境を越えて起業を支援する「グローバルのれん分け」について提案した（パイプライン）。

E社は1981年に設立された。本社を高松市牟礼町に、工場を高松市東方郊外の三木町に保有する。また、中国の西安に海外事務所をもっている。2018年時点の従業員は30名である。主たる事業内容は、浄水場、処理場などの社会インフラの機器設計・制作、そして据え付けである。2004年以降は、海外（中国、フィリピン、ミャンマー）から積極的に研修生を受け入れ、彼らの起業を後押しする「グローバルのれん分け」プログラムを提案している（図2）。これまでに、中国（西安、機械設計）、フィリピン（マニラ、配管設備工事）で研修生による起業実績がある。

企業支援の枠組みのメリットと課題として、以下の点が挙げられる。まず、公的支援のメリットとしては、支援枠組みの信頼性、支援規模の大きさと多様性、豊富な情報などがある。一方、公的支援の課題としては、同じような支援プログラムの重複を防ぐため、公的支援団体相互の連携



図2 E社（浄水場、処理場などの社会インフラの機器設計・製作・据え付け）による起業支援の枠組み（E社資料による）

を進めることが指摘できる。企業同士の学び合いのメリットとしては、柔軟な運営・形式、相互の距離の近さなどがある。これは、近年学界で注目されている“community of practice”（Wenger et al., 2002）の事例に該当する。企業同士の学び合いの課題としては、女性起業家を含むグループメンバーの拡大、活動内容の外部への発信、他の学び合いグループとの情報交換・連携などが指摘できる。起業を考える個人・団体への関係主体からの情報発信の有り様は、上記関係主体の展開の空間的な意味合いを探る観点に立つと、地理学的研究テーマになり得えよう。

IV. おわりに—持続可能な地域社会構築における女性起業家の役割

本稿は、中国・四国地方を対象地域として、いくつかの具体的な事例を通して女性による起業の現状と課題を明らかにするとともに、女性による起業の重要な支援アクターとなる関係機関による地方中小企業の支援枠組みと間接的に起業と関わる企業同士の学び合いについてその動向を考察することを目的とした。

日本政府・国会は、1986年に男女雇用機会均等法を、1999年には男女共同参画社会基本法を制定し、法的な環境を整備して女性の社会参画を後押ししてきた。しかし、その後の社会状況の改善は非常に緩慢で、例えば世界経済フォーラムが発表するジェンダーギャップ指数（2021年）を見ても日本は先進国の中で最低レベルであり、ジェンダー格差は大きいままである。

このような状況にあって、地域の社会経済を再活性化する切り札の1つとして、近年女性による起業が注目されている。本研究を通して、女性による起業の形態は、自治体による地域おこし協力隊などでの経験を踏み台として起業した事例や、本人自身の発案と努力によって起業に至った事例などその形態はさまざまであることが明らかとなった。本稿では、地域おこし協力隊隊員を経て飲食業の開業準備を行う女性、シングルマザーである自身の困りから制服用リユース業を立ち上げた女性、さまざまな属性をもつ子どもたちの学習ツールを開発した女性、そして立ち上げた飲食業を地域の農業や漁業と連携させようとする女性の事

例を考察した。共通点として、独立心が旺盛で、他人と異なる道を選択することを厭わず、個人的利益よりも社会的な貢献に関心があり、居住する地域を、さらに社会を活性化させたいという熱い思いがあることを指摘できる。

一方で、課題として、起業したいと考える女性は少なくない反面、何をどのように進めればよいかわからず二の足を踏んでいる女性も数多くいるという現状がある。そこで求められるのは、そのような女性を支援する組織やプログラムである。本稿では、香川県を対象地域として、四国経済産業局による中小企業の海外展開応援フォーラム、香川産業支援財団を中心とした公的な支援枠組み、高松信用金庫を事例とした女性起業プログラム、そして間接的に女性の起業にもつながりうる有志企業自身による学び合いの場について報告した。図3に示したように、理想的な企業(起業)支援のあり方として、さまざまな支援プログラムに関する情報がネット空間を含めて広範に存在し(バズ)、公的な団体による企業支援プログラムと企業同士の学び合いの場が相互につながる状況(パイプライン)を実現し、そのような地域を全国各地に創出することが考えられる。地理学的な観点に立てば、起業を目指す女性とそのような女性を支援する公的・私的な組織・プログラムがうまくつながる場とはどのような空間であるのか、理論に基づいた実証研究を今後蓄積していくことが求められる。

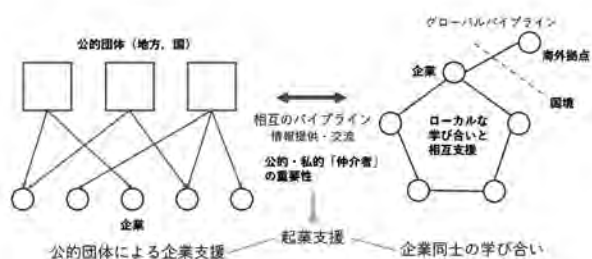


図3 理想的な企業(起業)支援のあり方

謝辞

本研究を行うに当たり、現地調査に際し多くの関係者の方々のご協力を得ました。ここに記して感謝申し上げます。なお、本稿は、2018-2022年度科研費補助金(基盤C, No. 18K01142, 「国土縁辺地域における女性およびシニア起業家の空間行動とソーシャルビジネス環境」研究代表者:石丸哲史, 研究分担者:平 篤志)の成果の一部である。

注

1) 香川県が主体となって運営するオープンイノベーション拠点。コワーキングスペースや3Dプリンター等を共同利用できる創作工房、テレワークブース、ミーティングルームなどがある。

文献

- 青木英一(2021)『文部科学省』中央公論社(中公新書)。
 石丸哲史・友澤和夫(2014)我が国における企業の開業および廃業の地域的変動, 福岡教育大学紀要, 63号(第二分冊): 1-12。
 石丸哲史・友澤和夫(2015)日本における起業家行動の空間的特性, 福岡教育大学紀要, 64号(第二分冊): 1-7。
 エモット, ビル(川上純子訳)(2019)『日本の未来は女性が決める』日本経済新聞社。
 乙部由子(2022)女性管理職のキャリア形成, 椋山女学園大学教育学部紀要, 15(1): 155-161。
 中小企業庁(2016)『中小企業白書2016年版』中小企業庁。
 中小企業庁(2018)『中小企業白書2018年版』中小企業庁。
 中澤高志・神谷浩夫(2005)女性のライフコースにみられる地域差とその要因-金沢市と横浜市の進学高校卒業生の事例-, 地理学評論78: 560-585。
 中澤由紀(2022)女性起業家が活躍するための環境整備に関する実証分析-24の国・地域で起業する61名のインタビュー調査をもとに-, 北海学園大学大学院経営学研究科研究論集20: 15-47。
 野村育世(2022)歴史のなかの女性像(朝日新聞11月30日記事)。
 畠山正人(2021)伝統産業における女性の創作活動は「女性起業」の事例となりうるか-愛知県瀬戸市の陶芸作家の事例研究から-, 金城学院大学論集(社会科学編)18(1): 25-40。
 久繁哲之介(2013)『商店街再生の罫』筑摩書房(ちくま新書)。
 村上義昭(2016)ビジネスプランコンテストで地域を元気にする人材を輩出する-鳥根県江津市-。日本政策金融公庫総合研究所編『地域経済の振興と中小企業』同友館, pp. 121-151。
 ビジネス香川(2019)記事, 3月7日号。
 Bathelt, H., Glückler, J. (2011) *The relational economy: Geographies of knowing and learning*. Oxford Univ. Press, Oxford.
 Grillitsch, M., Sotarauta, M. (2020) Trinity of change agency, regional development paths and opportunity spaces. *Progress in Human Geography*, 44: 704-723。
 Taira, A. (2020) Beyond the cluster: A case study of pipelines and buzz in the glocal relational space of the glove-related industry of Shikoku, Japan. *Geographical Journal* 186: 45-58。
 Taira, A., Schlunze, R.D. (eds) (2022) *Management geography: Asian perspectives focusing on Japan and surrounding regions*. Springer, Singapore。
 Wenger, E., McDermott, R., Snyder, W.M. (2002) *Cultivating community of practice: A guide to managing knowledge*. Harvard Business School Press, Boston。

The characteristics and agenda of women entrepreneurs and support programs for small- and medium-sized firms (including starting-ups) in the Chugoku and Shikoku regions in Japan

Atsushi Taira (Kagawa University)

Recently women entrepreneurs have been attracting the attention of administrators and researchers as potential actors for invigorating local socio-economies. This paper introduces the characteristics and agenda of women entrepreneurs. It also discusses the roles of support programs for small- and medium-sized firms (including starting business) by a variety of agencies in the Chugoku and Shikoku regions through case studies based on field research. This study has revealed that women entrepreneurs vary in their starting processes and business contents: there is a case of a business which started based on the entrepreneur's experience of *chiiki okoshi kyōryokutai* (a government-funded program to hire community activists in the local municipalities). There is another case of a business which has grown from the entrepreneur's unique vision and sincere efforts. It has become clear that although there are quite a few women who wish to start their own businesses, many of them are reluctant to start out because they do not know how to begin the necessary processes. What is needed are relevant institutions and programs to support those women. This study explores such support programs for starting up businesses, including official agencies and local banks which assist women entrepreneurs, and a case of community practices by a firms' study group in Kagawa.