

## 第2章

## フリーランス・副業による起業

第1部で確認したように、我が国の小規模事業者の数は年々減少している。これを受けて前章では、この小規模事業者に占める割合の高い個人事業者における事業承継の実態や経営資源の引継ぎに着目し、分析を行った。他方、経済の活力を維持するには、事業承継のみならず、新しく経営者になる人を増やすことが重要である。そこで、本章では、特に「起業（創業）」（以下、本章では単に「起業」という。）について、その多様性に着目し、分析する。なお、起業家を、組織に属さずに自らの技術や技能を抛り所に個人で活動する、いわゆる「フリーランス<sup>1</sup>」の形態で起業する者、本業の傍ら副業として起業する者、これら以外の者の三つに類型化し、分析の軸とした。

具体的には、第1節で我が国の起業の実態について、各種統計・調査を用いて概観する。第2節では、起業家のバックグラウンドと起業家行動の実態について分析を行い、第3節では起業後に成長を果たした起業家の実態や、その成長過程における課題などを明らかにする。第4節では、フリーランス起業家の実態とその活用実態について明らかにしつつ、多様な起業の実態と、そのような起業に対する支援の在り方などについて検討していく。

## 第1節 我が国の起業の実態

本節では、各種統計や調査を用いて、我が国の起業の実態を時系列に見るとともに、起業活動の

国際比較を行うことで、世界における我が国の起業の実態を概観していく。

## 1 我が国の起業家の実態

はじめに、総務省「就業構造基本調査」を用いて、起業家や起業を希望する者（以下、「起業希望者」という。）、起業の準備をする者（以下、「起業準備者」という。）などを起業の担い手と捉えて、この経年変化を概観することで、我が国の起業の実態について分析していく。

## ① 起業の担い手の推移

第2-2-1図は、起業希望者数、起業準備者数、起業家数などの推移を示したものである。これを見ると、起業希望者数、起業準備者数、起業家数

ともに2007年以降は減少傾向にある。他方、起業家数の減少割合は、起業希望者数と起業準備者数の減少割合に比べて緩やかであることが分かる。

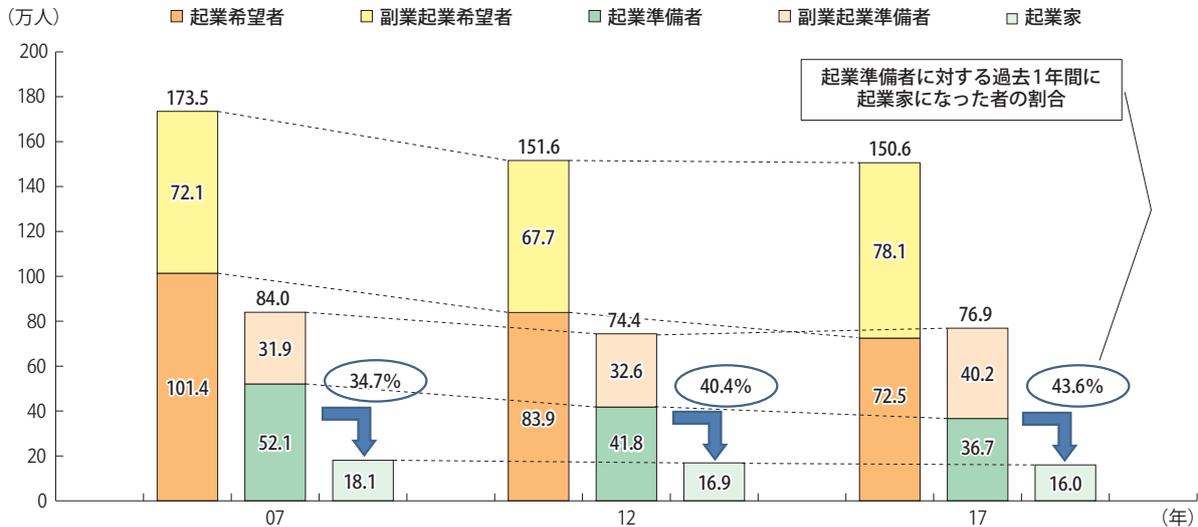
また、副業として起業を希望する者や準備をする者（以下、それぞれ「副業起業希望者」、「副業起業準備者」という。）は増加しており、起業希望者や起業準備者の減少を補っていることが分かる。

なお、起業準備者に対する起業家の割合は、2007年から2017年にかけて、34.7%、40.4%、

1 「フリーランス」については、明確な定義がないため、本書では、「特定の組織に属さず、常時従業員を雇用しておらず、消費者向けの店舗等を構えておらず、事業者本人が技術や技能を提供することで成り立つ事業を営んでいる者」をフリーランスと定義する。

43.6%と上昇している。

第2-2-1図 起業の担い手の推移



資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

- (注)1. ここでいう「起業家」とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は「会社等の役員」又は「自営業主」と回答し、かつ「自分で事業を起こした」と回答した者をいう。なお、副業としての起業家は含まれていない。
2. ここでいう「起業希望者」とは、有業者のうち「他の仕事に変わりたい」かつ「自分で事業を起こしたい」と回答した者、又は無業者のうち「自分で事業を起こしたい」と回答した者をいう。なお、副業起業希望者は含まれていない。
3. ここでいう「副業起業希望者」とは、有業者のうち「現在の仕事のほかに別の仕事もしたい」かつ「自分で事業を起こしたい」を回答した者をいう。
4. ここでいう「起業準備者」とは、起業希望者のうち「(仕事を)探している」、又は「開業の準備をしている」と回答した者をいう。なお、副業起業準備者は含まれていない。
5. ここでいう「副業起業準備者」とは、副業起業希望者のうち「(仕事を)探している」又は「開業の準備をしている」と回答した者をいう。

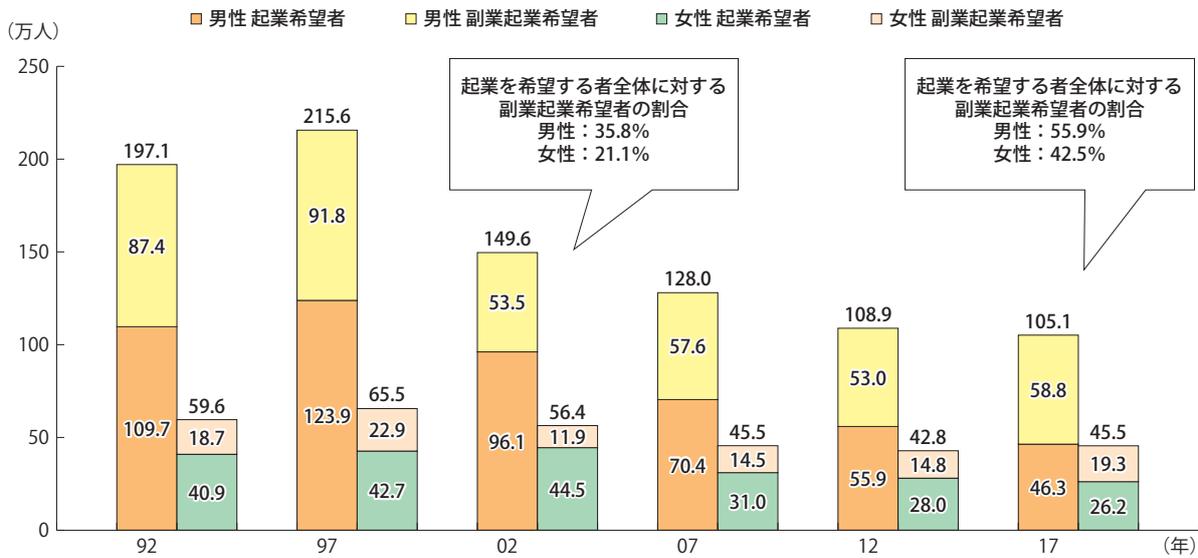
## ②起業希望者及び起業家の性別構成の推移

続いて、起業希望者と起業家の男女別構成を見ていく。はじめに、第2-2-2図は起業希望者数及び副業起業希望者数の推移を見たものである。1997年以降、男性の副業を含む起業希望者数が一貫して減少する一方、足下では女性の副業起業

希望者数が増加に転じていることが分かる。

また、2002年から2017年にかけて、男女それぞれの起業を希望する者全体に対する副業起業希望者の割合は上昇していることが分かる。特に、男性については、副業起業希望者の割合が55.9%と半数以上を占めている。

第2-2-2図 男女別に見た、起業を希望する者の推移



資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

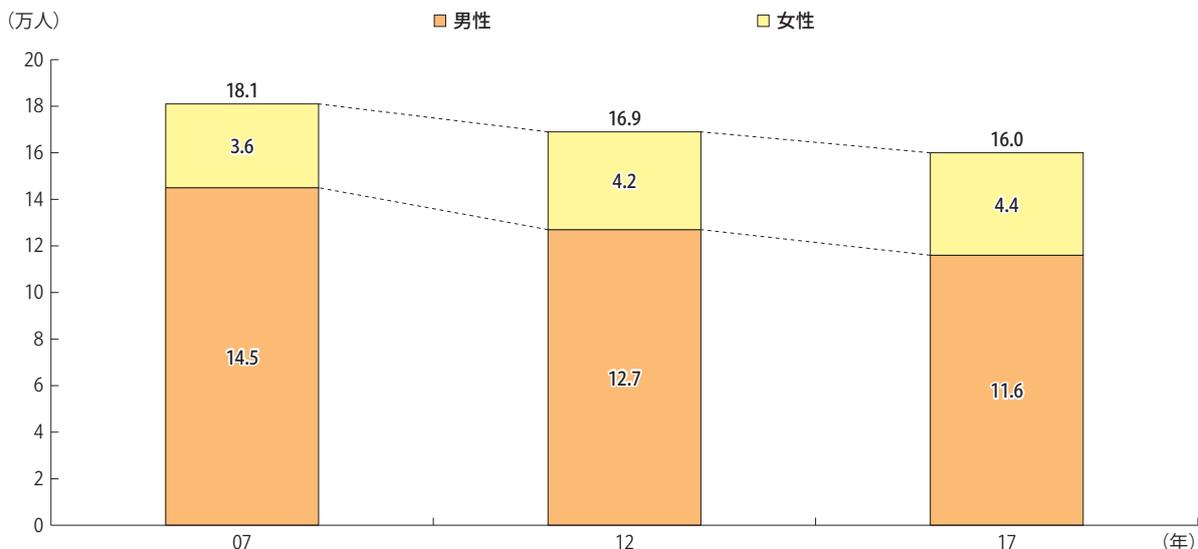
(注)1. ここでいう「起業希望者」とは、有業者のうち「他の仕事に変わりたい」かつ「自分で事業を起こしたい」と回答した者、又は無業者のうち「自分で事業を起こしたい」と回答した者をいう。なお、副業起業希望者は含まれていない。

2. ここでいう「副業起業希望者」とは、有業者のうち「現在の仕事のほかに別の仕事もしたい」かつ「自分で事業を起こしたい」を回答した者をいう。

次に、第2-2-3図は、起業家数の推移を男女別に見たものである。男性の起業家が減少する一方、女性の起業家は増加しているため、起業家全

体に占める女性起業家の割合は上昇していることが分かる。

第2-2-3図 男女別に見た、起業家数の推移



資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

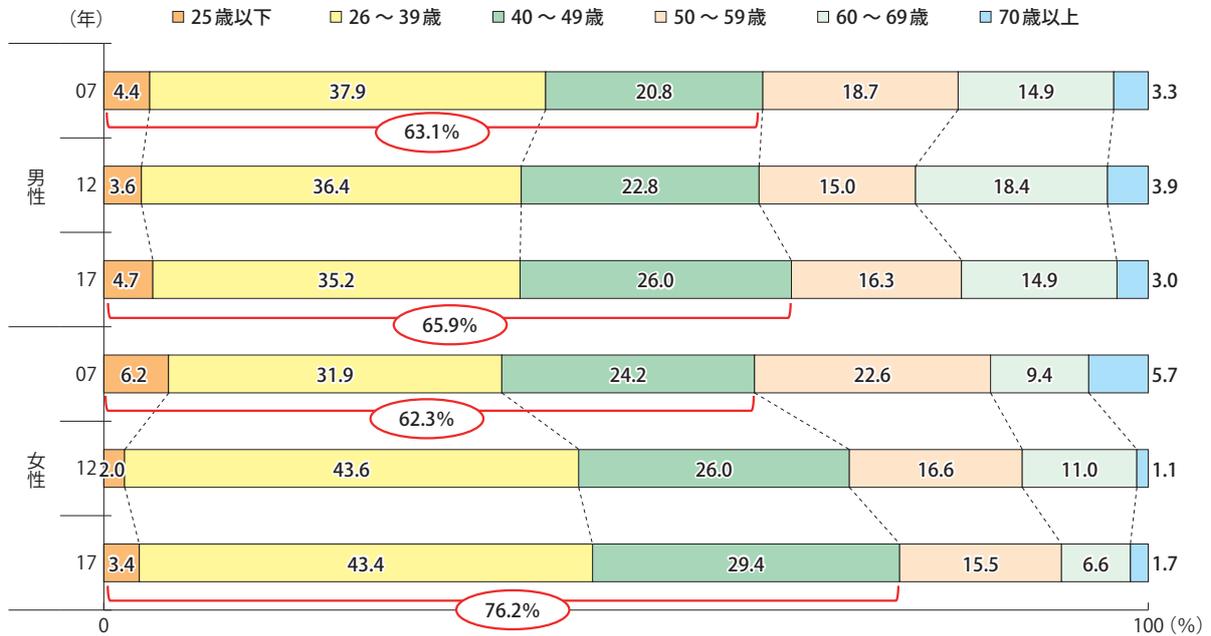
(注) ここでいう「起業家」とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は「会社等の役員」又は「自営業主」と回答し、かつ「自分で事業を起こした」と回答した者をいう。なお、副業としての起業家は含まれていない。

また、第2-2-4図では起業家の年齢構成の推移を男女別に見てみる。2007年から2017年にかけて

男女ともに49歳以下の年齢層の割合が高まっており、特に女性については、62.3%から76.2%

と約14% pt増加していることが分かる。

第2-2-4図 男女別に見た、起業家の年齢構成の推移



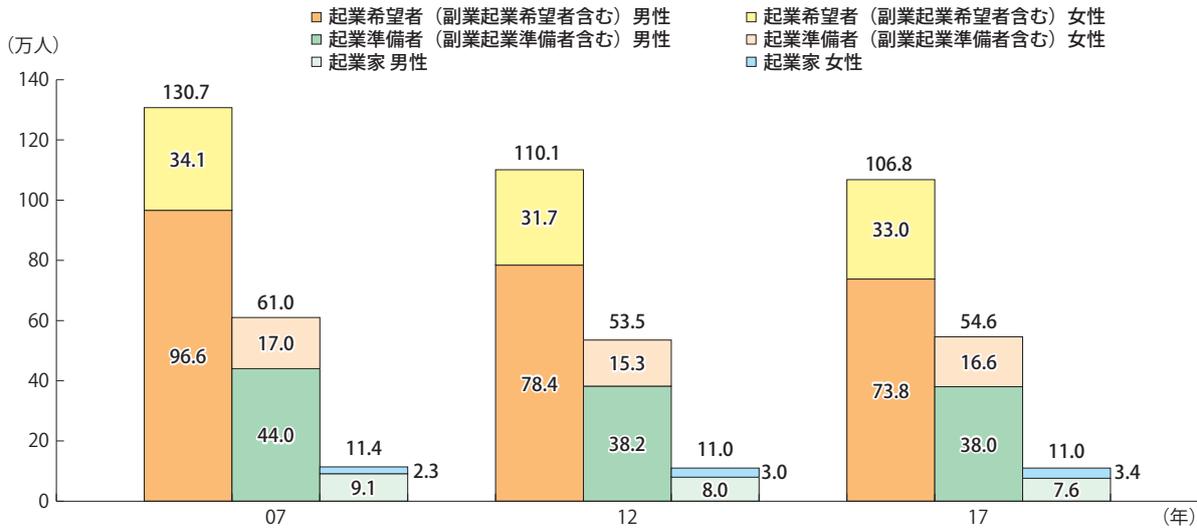
資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

(注) ここでいう「起業家」とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は「会社等の役員」又は「自営業主」と回答し、かつ「自分で事業を起こした」と回答した者をいう。なお、副業としての起業家は含まれていない。

次に、49歳以下の起業の担い手の推移を男女別に見ていく（第2-2-5図）。この年齢層では、2007年から2017年にかけて起業希望者数は減少

しているが、一方で起業準備者は足下で僅かながら増加し、起業家数は横ばいとなっていることが分かる。

第2-2-5図 男女別に見た、起業の担い手の推移（49歳以下）



資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

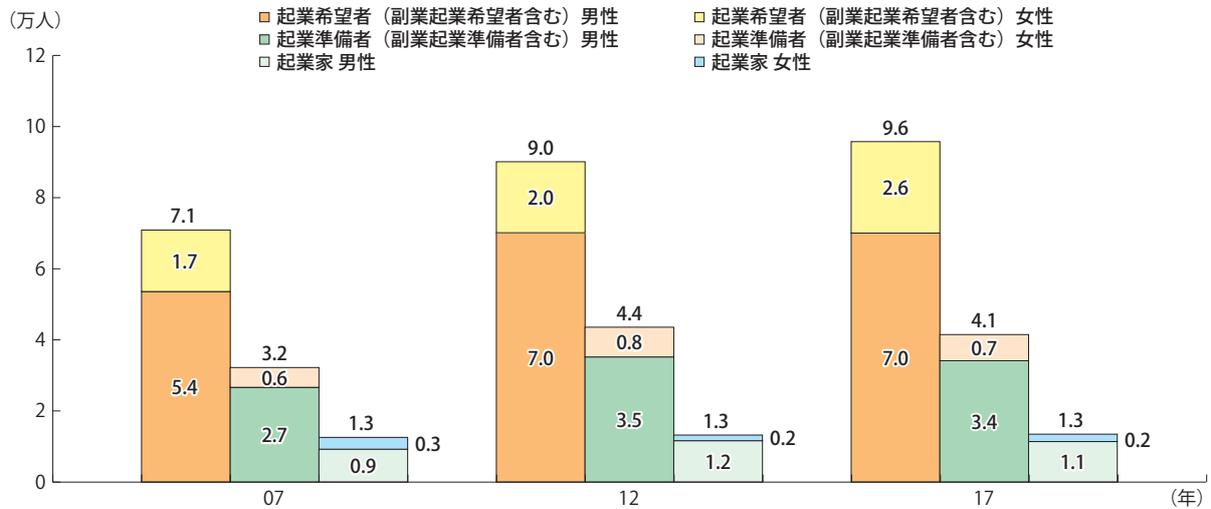
- (注)1. ここでいう「起業者」とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は「会社等の役員」又は「自営業主」と回答し、かつ「自分で事業を起こした」と回答した者をいう。なお、副業としての起業者は含まれていない。
2. ここでいう「起業希望者（副業起業希望者含む）」とは、有業者のうち「他の仕事に変わりたい」かつ「自分で事業を起こしたい」と回答した者、又は無業者のうち「自分で事業を起こしたい」と回答した者をいい、「起業準備者（副業起業準備者含む）」とは、起業希望者のうち「(仕事)を探している」又は「開業の準備をしている」と回答した者をいう。
3. ここでいう「副業起業希望者」とは、有業者のうち「現在の仕事のほかに別の仕事もしたい」かつ「自分で事業を起こしたい」と回答した者、「副業起業準備者」とは、副業起業希望者のうち「(仕事)を探している」又は「開業の準備をしている」と回答した者をいう。

続いて、高齢化の進展を踏まえ、男女別に高齢者（65歳以上）の起業の担い手の推移についても見ていく（第2-2-6図）。

この年齢層では、49歳以下の年齢層とは逆に、2007年から2017年にかけて起業希望者数は増加

していることが分かる。他方、起業者数は49歳以下の年齢層と同じく横ばいとなっており、起業者全体に占める割合は低いものの、一定数が起業していることも分かる。

第2-2-6図 男女別に見た、起業の担い手の推移（65歳以上）



資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

- (注)1.ここでいう「起業家」とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は「会社等の役員」又は「自営業主」と回答し、かつ「自分で事業を起こした」と回答し者をいう。なお、副業としての起業家は含まれていない。
- 2.ここでいう「起業希望者（副業起業希望者含む）」とは、有業者のうち「他の仕事に変わりたい」かつ「自分で事業を起こしたい」と回答した者、又は無業者のうち「自分で事業を起こしたい」と回答した者をいい、「起業準備者（副業起業準備者含む）」とは、起業希望者のうち「(仕事) 探している」又は「開業の準備をしている」と回答した者をいう。
- 3.ここでいう「副業起業希望者」とは、有業者のうち「現在の仕事のほかに別の仕事もしたい」かつ「自分で事業を起こしたい」と回答した者、「副業起業準備者」とは、副業起業希望者のうち「(仕事) 探している」又は「開業の準備をしている」と回答した者をいう。

以上から、副業を含む起業希望者及び起業家は、男性全体では減少傾向にあるものの、女性全体では足下で増加傾向であることが分かる。また、男女ともに起業希望者に占める副業起業希望者の割合が2002年以降は上昇傾向にあることも分かった。

さらに、起業家を年齢構成別に見ると、49歳以下の年齢層の起業家の割合が男女ともに増加傾向にある。他方、起業希望者を年齢構成別に見ると、65歳以上の年齢層では増加していることも分かった。

## 事例 事例2-2-1：株式会社ファーストブランド

## 『『スキルの棚卸』により過去に培ったニーズのあるスキルの掘り起こしを行い、シニア起業家を支援する企業』

大阪府大阪市の株式会社ファーストブランド（従業員40名、資本金2億3,637万円）は、専門家紹介サイト「マイベストプロ」の運営などを主体とするメディア事業とWeb制作事業の二つの事業を展開する企業である。また、2017年から50歳以上の起業をサポートする起業家育成プログラムも開始している。

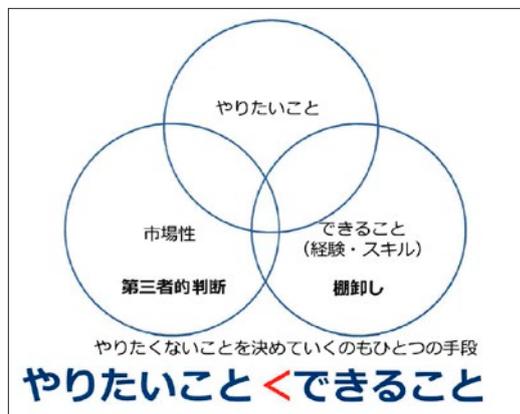
「マイベストプロ」では、専門家の独自の強み・特徴を引き出し、世の中に認知させる「パーソナルブランディング」という手法を用いている。これは、「スキルの棚卸」を基礎としており、専門家としての起業希望者一人ひとりの「やりたい事」や「できる事」、「想定される顧客が求める事」などを客観的に分析し、サービスや事業の方向付けを支援する点に特長がある。

同社における支援の具体例として、マナーの講師業を営む平松幹夫氏（岡山県和気町）を紹介する。元ホテルマンの平松氏は、2012年に食事と冠婚葬祭に関するマナーの知識をいかした講師業を開始したが、この業界は幅が広く、同業者との差別化を図れずにいた。

このような中、平松氏はスキルの棚卸を行うこと

で、自身がホテルマンとして長年培ってきたスキルの中で、まだいかせておらず、世間のニーズとして高いのが「多種多様な人に対応できるコミュニケーション力」であることに気付いた。この気づきを基に、単なるマナー講師から「コミュニケーション力を向上させるマナー講師」という差別化を行った。これにより、接客業などに限られていた顧客層が、中学生から老人までの幅広い年齢層の一般人も対象とすることに成功し、現在では年間100件の講演を行うに至っている。「コミュニケーション力を仕事にいかせるとは思っていなかった。第三者の目線も踏まえて自身のスキルを客観視することで、新たな強みを見付けることができた」と平松氏は語る。

「これまで培った知識や資格をいかし、社会の役に立ちたい」という意識の高いシニア世代で起業を選択する者が増えている。「シニア世代の方は、長年のキャリアの中で多くのスキルを身につけているが、一人では自覚しづらい。ニーズのあるスキルに気付くためのお手伝いなどの形で起業を支援することにより、日本経済を活性化したい」と河本扶美子社長は語る。



スキルの棚卸のイメージ



平松氏の講演風景

コラム

2-2-1

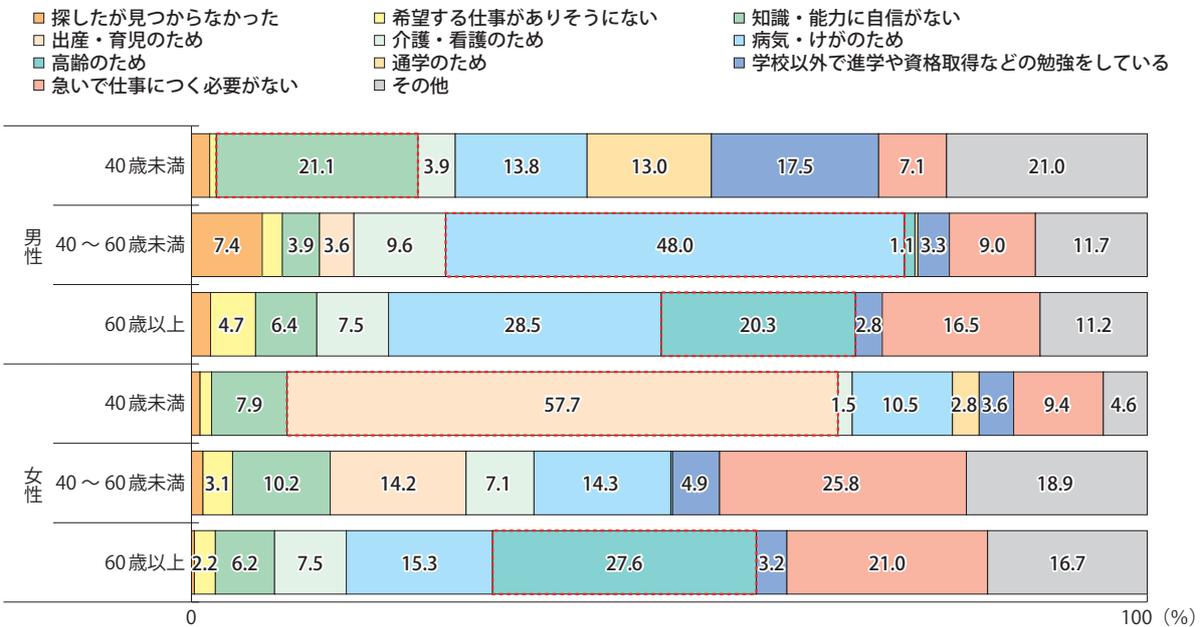
起業の準備を阻害する要因

本コラムでは、起業希望者が起業準備に踏み切れない理由に加え、起業家と起業家でない者における婚姻・育児・介護の状況について見ていく。なお、分析に用いた起業希望者は無業者のみに限られ、有業者の起業希望者は含まれていないが、起業希望者の傾向を捉えるのに有用と考え、本分析を行った。

まず、無業者である起業希望者が起業準備に踏み切れない理由を男女別及び年齢層別に見てみる（コラム2-2-1①図）。40歳未満では、男性が「知識・能力に自信がない」が最も多く、女性は「出産・育児のため」が過半を占めていることが分かる。40～60歳未満では、男性は「病気・けがのため」が約半分を占めている。最後に60歳以上では、男女ともに「高齢のため」という回答が上位に位置している。

以上を踏まえて、実際に起業した者とそうでない者の育児・介護の状況について見てみる。

コラム2-2-1①図 男女別に見た、起業希望者（無業者）が開業準備をしていない理由



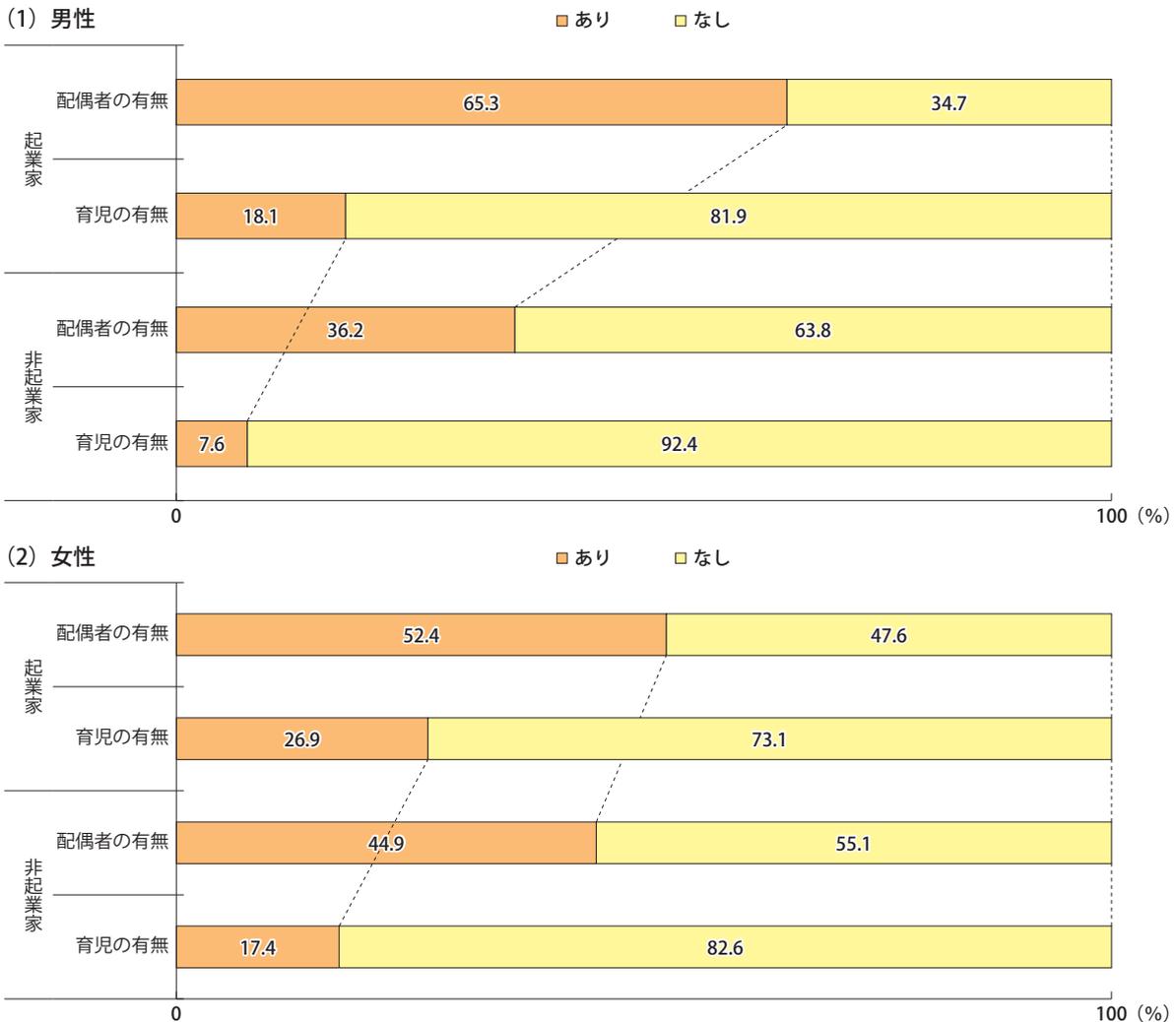
資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」再編加工

(注)1. 起業希望者（無業者）とは、「ふだん仕事をしていない人」で「自分で事業を起こしたい」と回答した者をいう。

2. 起業希望者（無業者）のうち、開業の準備を「何もしていない」者の、仕事を探したり、開業の準備について何もしていない理由について集計している。

コラム2-2-1②図にて、起業活動の状況と配偶者及び育児の有無について見ると、男女ともにいずれの項目についても「あり」と回答した者が多いのは起業家であることが分かる。また、「育児」については、女性の起業家、非起業家の方が、男性のそれらと比べて「あり」と回答する者の割合が高い。さらに、女性に比べて男性の方が、起業家と非起業家における「あり」と回答する割合の差が大きい（起業家：18.1%、非起業家7.6%）ことも分かる。

コラム2-2-1②図 男女別に見た、起業活動の状況と配偶者、育児の有無



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」再編加工

(注)1. ここでいう「起業家」とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は「会社等の役員」又は「自営業主」と回答、かつ「自分で事業を起こした」と回答した者をいう。なお、副業としての起業家は含まれていない。

2. ここでいう「非起業家」とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、「起業家」以外の者をいう。

このように、無業の起業希望者が起業準備をしていない理由について年齢層や男女別に見ると、特に若い年齢層の女性は「出産・育児のため」という回答が多く、起業希望者にとって育児が起業準備を阻害する要因の一つと認識されることが分かった。他方、実際に起業した者の「育児」の状況について見ると、男女ともに非起業家よりも「育児あり」と回答する割合が高い。起業家には、育児と仕事を両立している者も少なくない割合で存在している。これは、非起業家に比べて働く場所や時間などを比較的自分でコントロールしやすい立場にあることも一つの理由になっていると推察される。

### ③起業家の起業分野

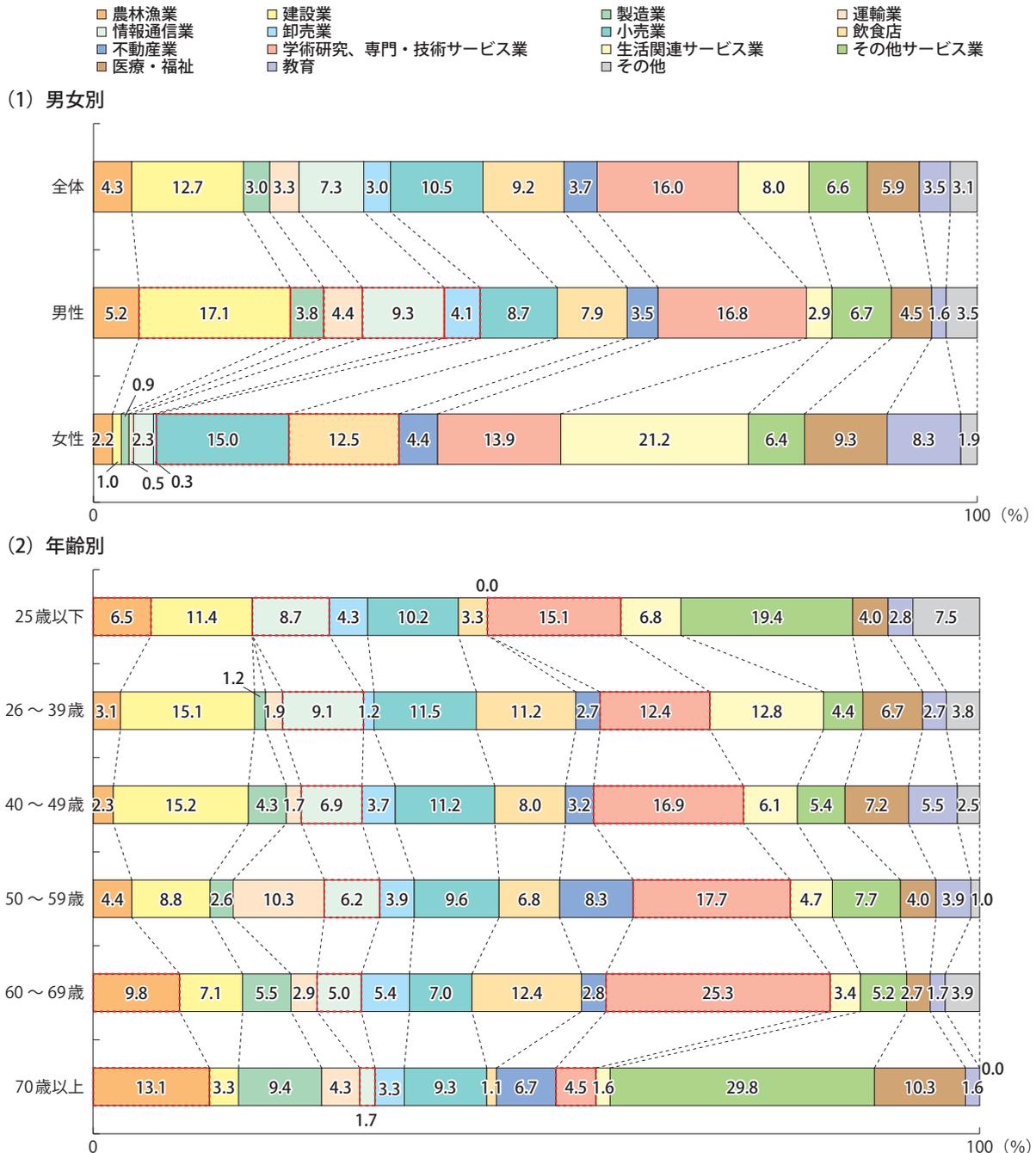
ここまで起業希望者数、起業準備者数、起業家数の推移について見てきたが、ここでは起業家が選択した業種について、男女別や年齢別にどのような特徴があるのかを見ていく（第2-2-7図）。

まず、男女別に見ると、男性は女性に比べて「建設業」、「製造業」、「運輸業」、「情報通信業」、「卸売業」が多く、女性は男性に比べて「小売業」、「飲食店」、「生活関連サービス業」、「医療・福祉」、

「教育」が多いことが分かる。

次に、年齢別に見ると、「情報通信業」は若い世代にかけて割合が高く、士業関係が含まれる「学術研究、専門・技術サービス業」は年齢が高まるにつれて割合が高まる傾向が見て取れる。また、「農林漁業」については、60歳以上の年齢層に加え、25歳以下の年齢層における割合が比較的高い。

第2-2-7図 男女別及び年齢別に見た、起業家の起業分野（2017年）



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」再編加工

(注)1. ここでいう「起業家」とは、過去1年間に職を変えた又は新たに職についた者のうち、現在は「会社等の役員」又は「自営業主」と回答し、かつ「自分で事業を起こした」と回答した者をいう。なお、副業としての起業家は含まれていない。

2. 「起業分野」とは、「起業家」が就業している産業分野をいう。

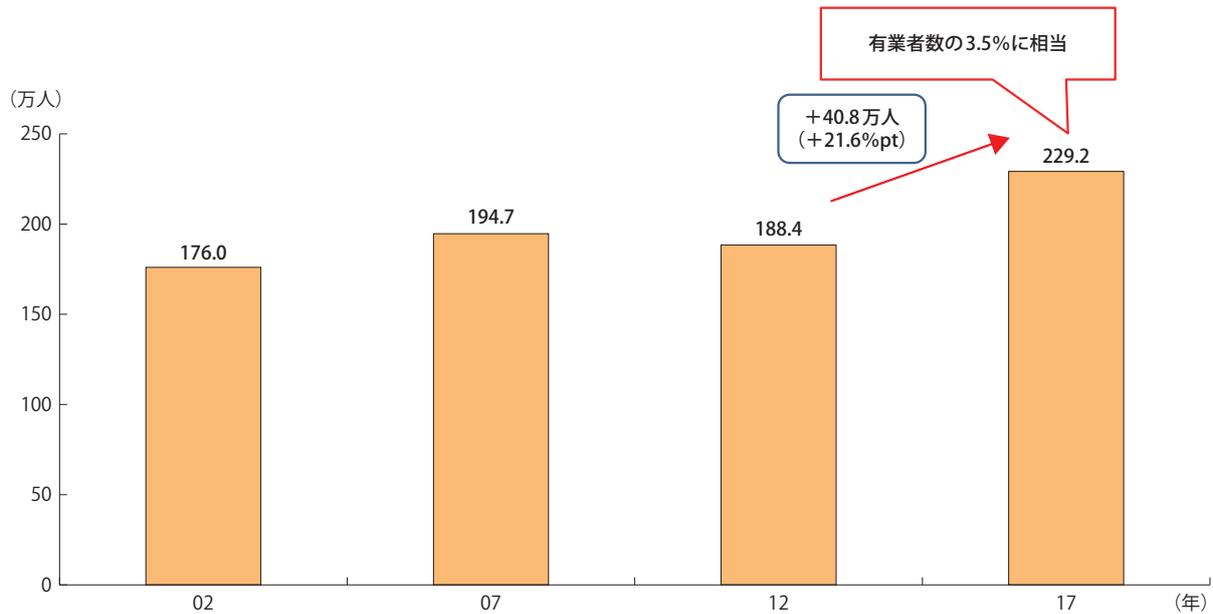
## ④副業として事業を営む者の推移

次に、我が国の副業の実態について見ていく。

第2-2-8図は副業者数の推移を示したものである。全有業者のうち、主な仕事のほかに副業をしてい

る就業者数は、2002年以降増加傾向にあり、2012年から2017年にかけて21.6%pt増加している。なお、2017年の副業者数は全有業者数の3.5%となっている。

第2-2-8図 副業者数の推移



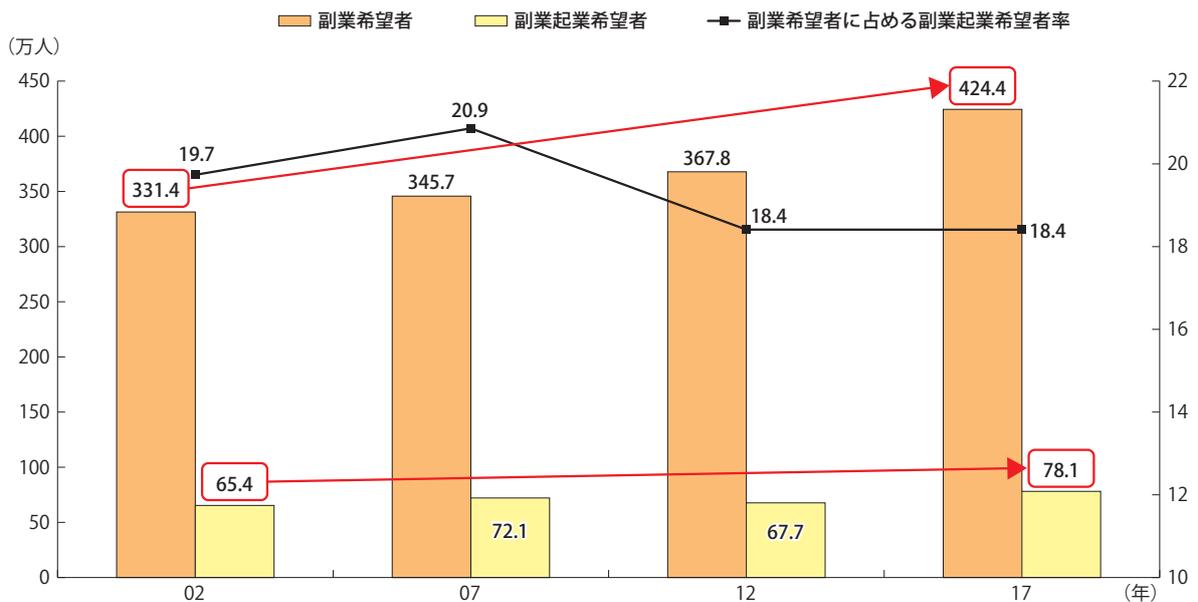
資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

- (注)1. ここでいう「副業者」とは、有業者のうち、「おまな仕事のほかに別の仕事もしている」と回答した者をいう。
- 2. 副業者数の有業者数に対する割合＝副業者数 (229.2万人) / 有業者数 (6,621.3万人) ≒ 3.5%。
- 3. 農林漁業を除く。

第2-2-9図は、副業希望者数と副業起業希望者数の推移を示している。これを見ると、副業希望者数は右肩上がりとなっている。他方、副業起業

希望者についても、2002年以降、おおむね増加傾向にあるといえる。

第2-2-9図 副業希望者数と副業起業希望者数の推移



資料：総務省「就業構造基本調査」

- (注)1. ここでいう「副業希望者」とは、有業者のうち「この仕事のほかに別の仕事もしたい」と回答した者をいう。
- 2. ここでいう「副業起業希望者」とは、副業希望者のうち、「自分で事業を起こしたい」と回答した者をいう。

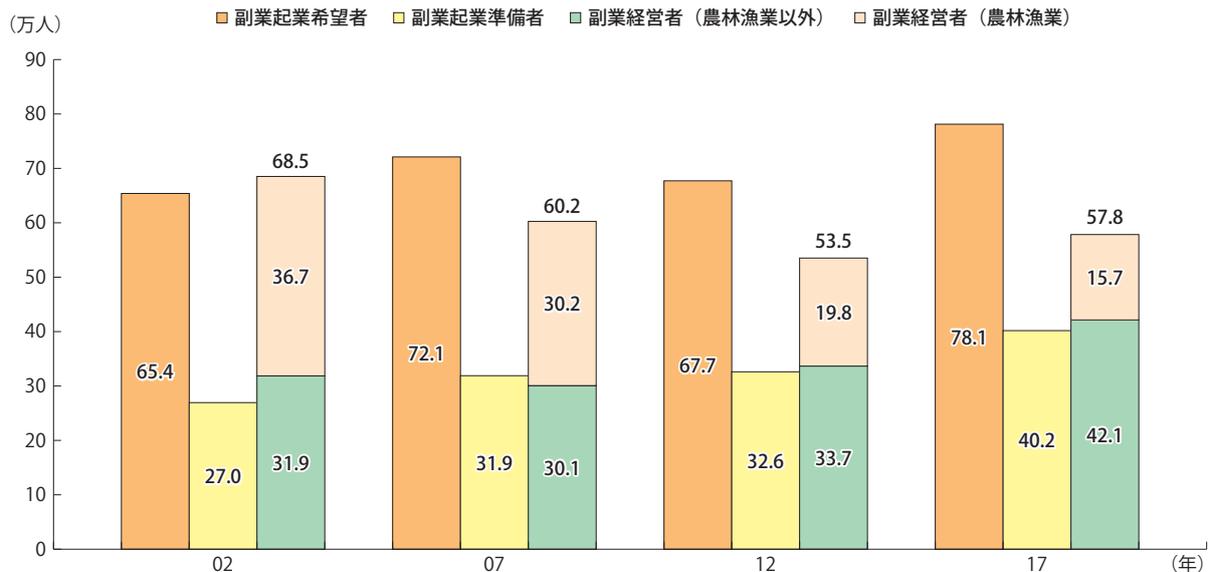
第2-2-10図は、副業起業希望者数と副業起業準備者数、副業として経営を行う者の数（以下、本節では「副業経営者」という。）の推移を示したものである。

2017年は2012年に比べていずれも人数が増加

しており、特に副業起業準備者数は、男女ともに2002年から一貫して増加していることが分かる。

また、農林漁業以外の業種を副業として営む副業経営者は、2007年以降は増加傾向にある。

第2-2-10図 副業起業希望者数、副業起業準備者数及び副業経営者数の推移



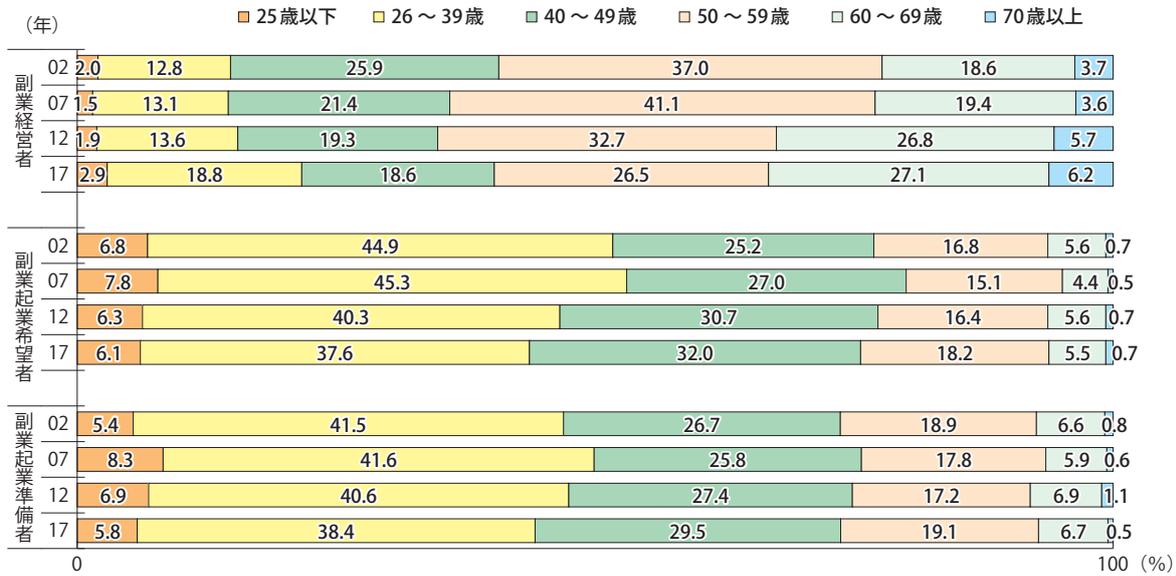
資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

- (注) 1. ここでいう「副業経営者」とは、有業者のうちおもな仕事が「会社などの役員」又は「自営業主」以外であり、かつおもな仕事のほかに「会社等の役員」又は「自営業主」をしていると回答した者をいう。  
 2. ここでいう「副業起業希望者」とは、有業者のうち「この仕事のほかに別の仕事もしたい」、かつ「自分で事業を起こしたい」と回答した者をいう。  
 3. ここでいう「副業起業準備者」とは、副業起業希望者のうち、仕事を「探している」又は「開業の準備をしている」と回答した者をいう。

ここまで、副業としての起業の担い手などの数の推移を時系列で見てきたが、第2-2-11図では、これらの年齢構成の推移を見ていく。これを見ると、副業経営者は39歳以下と60歳以上の年齢層

の割合が増加していることが分かる。他方、副業起業希望者と副業起業準備者は、40歳以上の年齢層の割合が増加していることが分かる。

第2-2-11図 副業経営者等の年齢構成の推移



資料：総務省「就業構造基本調査」再編加工

- (注)1. ここでいう「副業経営者」とは、有業者のうちおもな仕事で「会社などの役員」又は「自営業主」以外であり、かつおもな仕事のほかに「会社等の役員」又は「自営業主」をしていると回答した者をいう。  
 2. ここでいう「副業起業希望者」とは、有業者のうち「この仕事のほかに別の仕事もしたい」、かつ「自分で事業を起こしたい」と回答した者をいう。  
 3. ここでいう「副業起業準備者」とは、副業起業希望者のうち、仕事を「探している」又は「開業の準備をしている」と回答した者をいう。

⑤フリーランスとして事業を営む者の推移

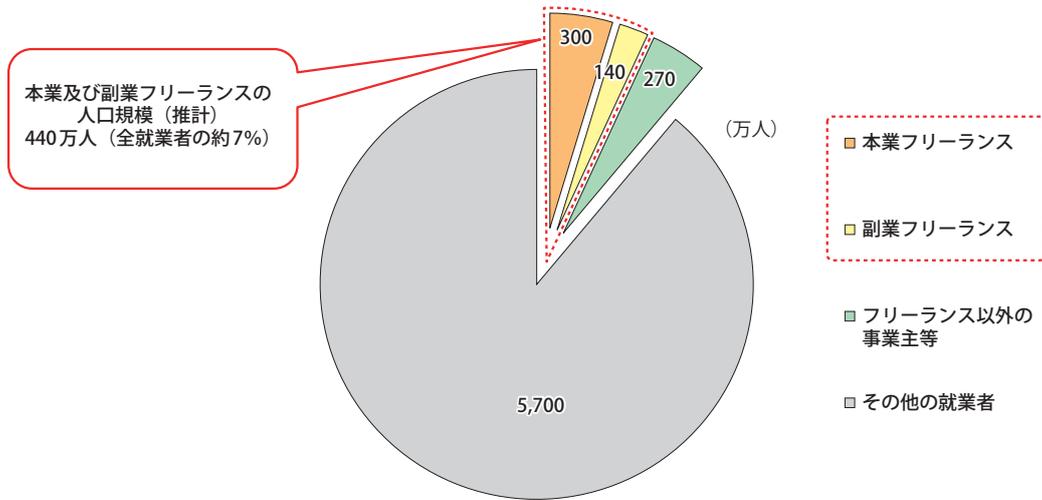
近年、特定の組織に属さず、自らの持つ技術や技能、スキルを拠り所に個人で活動する、いわゆる「フリーランス」という形態での起業も注目されている。

そこで、本項ではリクルートワークス研究所が実施する「全国就業実態パネル調査<sup>2</sup>」を用いて、フリーランスの人口規模やその実態について見ていく。

はじめに、リクルートワークス研究所の定義又は算出方法<sup>3</sup>に従い、フリーランスの人口規模を示したものが第2-2-12図である。本業及び副業にてフリーランスとして活動している者（以下、それぞれ「本業フリーランス」、「副業フリーランス」という。）は約440万人存在していると推計され、2017年12月時点の就業者数全体に占める割合は約7%となる。

2 株式会社リクルートに設置されるリクルートワークス研究所において、全国の就業・非就業の実態と変化を把握するために、毎年1月に同一個人に対して継続的に実施される調査。調査は全国の15歳以上の男女を対象に実施。2018年調査のサンプル数は約5万件。  
 3 「本業フリーランス」及び「副業フリーランス」の定義、各人口規模の推計値の算出方法については、次のレポートにおける定義を採用し、リクルートワークス研究所の孫亜文アナリストの指導の下、算出を行った。孫亜文[2018]『「フリーランサーは就業者の7%、約440万人」リクルートワークス研究所編「全国就業実態パネル調査 日本の働き方を考える2018」Vol.4』、<http://www.works-i.com/column/jpsed2018/sun1/>

第2-2-12図 フリーランスの人口規模（推計値）

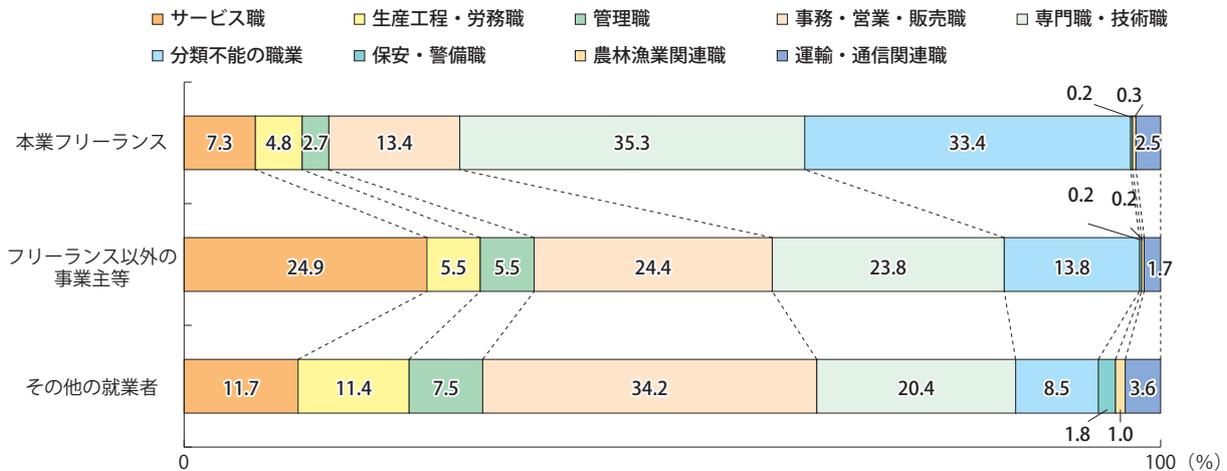


資料：リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査」（2018年1月）より中小企業庁作成  
 (注)1. ここでいう「本業フリーランス」とは、「12月時点就業者」、かつ「雇用者のない自営業主もしくは内職」、かつ「実店舗をもたず」、かつ「農林漁業従事者ではない」と回答した者をいい、「副業フリーランス」とは、本業フリーランス以外の者で、「副業が雇用者のない自営業主もしくは内職」、かつ「副業で実店舗をもたず」、かつ「副業が農林漁業従事者でない」と回答した者をいう。  
 2. ここでいう「フリーランス以外の事業主等」とは、「12月時点就業者」で、「本業フリーランス又は副業フリーランス以外の者」で、「会社などの役員又は自営業主」、かつ「農林漁業従事者ではない」と回答した者をいい、「その他就業者」とは、上記「本業フリーランス」、「副業フリーランス」、「フリーランス以外の事業主等」以外の就業者をいう。  
 3. 本業及び副業フリーランスを含む各人口規模の推計値は、株式会社リクルートワークス研究所の孫亜文アナリストの指導の下、算出を行っている。

次に、第2-2-13図にて、本業フリーランスの職種構成を見ると、「専門職・技術職」や「分類不能の職種」が約7割を占め、就業者全体と比べるとその差が際立っている。フリーランスは個人

の「技術や技能」の提供を前提とする職業のため、「専門職・技術職」という回答が必然的に高くなるものと考えられる。

第2-2-13図 本業フリーランスの職種構成

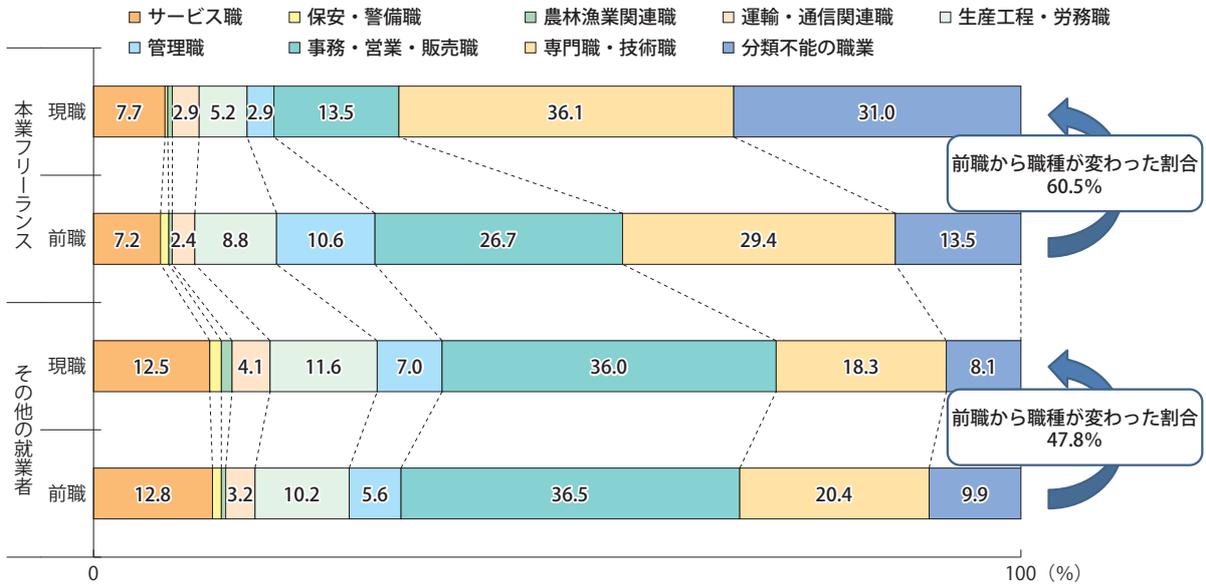


資料：リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査」（2018年1月）より中小企業庁作成  
 (注)1. ここでいう「本業フリーランス」とは、「12月時点就業者」、かつ「雇用者のない自営業主もしくは内職」、かつ「実店舗をもたず」、かつ「農林漁業従事者ではない」と回答した者をいう。  
 2. ここでいう、「フリーランス以外の事業主等」とは、「12月時点就業者」で、「本業フリーランス又は副業フリーランス以外の者」で、「会社などの役員又は自営業主」、かつ「農林漁業従事者ではない」と回答した者をいい、「その他の就業者」は、本業フリーランス及び副業フリーランス、フリーランス以外の事業主等を除く、就業者である者をいう。

第2-2-14図は、本業フリーランスとその他の就業者で、前職と現職の職種の変化を見たものである。本業フリーランスは、前職から職種を変え

ている割合が高く、その他の就業者に比べて柔軟に職種を選択していることがうかがえる。

第2-2-14図 本業フリーランスとその他の就業者の職種の変化



資料：リクルートワークス研究所「全国就業実態パネル調査」（2018年1月）より中小企業庁作成  
 (注)1. ここでいう「本業フリーランス」とは、「12月時点就業者」、かつ「雇用者のない自営業主もしくは内職」、かつ「実店舗をもたず」、かつ「農林漁業従事者ではない」と回答した者をいい、「その他の就業者」は、本業フリーランス及び副業フリーランス、フリーランス以外の事業主等を除く、就業者である者をいう。  
 2. 退職1回以上の回答者を集計対象としている。  
 3. 職種不明は集計対象から除外している。

⑥まとめ

本節では、フリーランス及び副業に着目し、我が国の「起業」について分析を行ってきた。起業の担い手が減少傾向にある中、副業起業希望者及び副業起業準備者は増加傾向にあり、フリーラン

スの存在も小さくないことが分かった。また、全体から見れば少数ではあるが、女性や高齢者の起業の担い手が、足下で存在感を増していることも分かった。

## 事例 事例2-2-2：鹿児島県奄美市

## 『フリーランスが最も働きやすい島』を目指して、環境整備に取り組む自治体

鹿児島県奄美市は、2015年に「フリーランスが最も働きやすい島化計画」を策定し、ICTを活用して仕事を行うフリーランスの支援に取り組む自治体である。

奄美市を含む奄美群島は、豊かな観光資源を持ちながらも、大学がないことや伝統産業の衰退により、若者が高校卒業後に進学や就職のため島外へ流出し、人口減少と高齢化が課題となっている。そこで同市は、インターネットの発達とクラウドソーシング<sup>4</sup>の出現により、島内へのフリーランスやエンジニアなどのUターンやIターンが増えていることに目を付けた。島内への企業誘致は難しいが、島内のフリーランスなどへの支援を充実させ、島外から仕事を受注できるようにすることや、フリーランスなどとして働く移住者を増やすことは可能と考え、同計画を策定した。

奄美市の支援施策の特徴は、フリーランスとして活躍する力を育成するために、フリーランス支援に関連する民間企業のパワーを活用している点である。具体的には、クラウドソーシングの活用方法を始め、WebライティングやハンドメイドのWeb販売などのノウハウを指導する「フリーランス寺子屋」を開講している。その他にも、Webライティングの講師や寺子屋運営を受託する企業による記事の校正サービスが用意されており、Webライターの育成に大きく貢献している。また、同市ではフリーランスの育成支援を実施する一方、空き家の活用などにより、島外からのフリーランスなどの移住支援にも

力を入れている。

2017年に大阪から移住、フリーランスに転身し、TL Worksという名前でサービスを展開する富永寛之氏は、クラウドソーシングの発達をきっかけに独立・起業を決心し、現在では島内外からのホームページや動画などの制作を受注している。同氏は、「自分の仕事はリモートワークの活用で支障なく進められる。奄美市の支援を受けて仕事の幅も広がった。島に貢献できることが嬉しい。自然豊かな島の暮らしもとても気に入っている。」と話す。

奄美市は、上記計画の中で、2020年までに200名のフリーランスを育成することや50名のフリーランスの移住などを目標にしている。なお、これまでにフリーランス寺子屋を卒業した人は約160名に達し、上記計画開始後、移住したという者も約20名に上るといふ。

また、フリーランス支援の特設ホームページを開設したことや、全国の自治体に先駆けてフリーランス支援に関わる民間企業と提携したことで、同市のフリーランス支援活動の知名度はますます高まっている。

奄美市フリーランス支援窓口の稲田一史氏は、今後の取組や目標について、「市の産業施策の一つとして、今後もフリーランスの育成と誘致に引き続き取り組んでいきたい。現在のフリーランス寺子屋は島外企業による出前講座が多いが、今後は奄美市で育ったフリーランス同士が互いに教え合うような場も作りたい。」と語る。



奄美市稲田氏と富永氏



奄美市の特設ホームページ

4 インターネット上の不特定多数の人々に仕事を発注することにより、自社で不足する経営資源を補うことができる人材調達の仕事みである。

## コラム

2-2-2

## フリーランスを巡る政策課題に関する議論の状況

雇用関係によらない働き方など、個人の働き方が多様化していく中で、フリーランスと呼ばれる者の存在感が強くなってきている。

2017年3月30日に経済産業省がとりまとめた「雇用関係によらない働き方」に関する研究会報告書では、「雇用関係によらない働き手」という新たな働き方の選択肢として確立させる必要性と、実態の調査結果から整理した課題に対する今後の政策の方向性について、議論を深めていくことを求めている。

本コラムでは、同研究会報告書のとりまとめ以降に行われたフリーランスを巡る議論の状況について紹介する。

## ●雇用類似の働き方の検討

厚生労働省は、雇用類似の働き方に関する保護等の在り方等について検討していくため、2017年10月24日に「雇用類似の働き方に関する検討会」を開催し、2018年3月30日に報告書がとりまとめられた。

同検討会報告書では、今後、雇用類似の働き方について、事業者間取引としてのみ捉え、専ら経済法のルールに委ねるのかどうか、現行の労働関係法令における労働者に準じるものとして捉え、現行の労働関係法令における労働者保護ルールを参考とした保護等を考えるのかどうか、といった点について、更に議論を深めていく必要があることが示されている。また、同検討会で把握した雇用関係によらない働き方の者の現状等を踏まえ、同検討会では、以下のとおり課題が整理されている。

- ・契約条件の明示
- ・契約内容の決定・変更・終了のルールの明確化、契約の履行確保
- ・報酬額の適正化
- ・スキルアップやキャリアアップ
- ・出産、育児、介護等との両立
- ・発注者からのセクシュアルハラスメント等の防止
- ・仕事が原因で負傷し又は疾病にかかった場合、仕事が打ち切られた場合等の支援
- ・紛争が生じた場合の相談窓口等
- ・その他（マッチング支援、社会保障等）

厚生労働省は、雇用類似の働き方に関する検討会報告書に示された課題等に関して、2018年10月19日に法律、経済学等の専門家による「雇用類似の働き方に係る論点整理等に関する検討会」を開催し、引き続き、雇用類似の働き方に関する保護等の在り方について検討している。

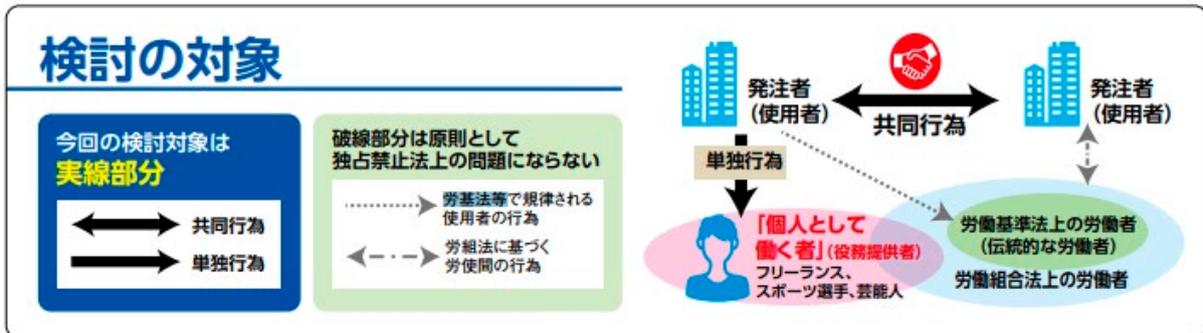
## ●フリーランスと独占禁止法の関係

公正取引委員会が2018年2月15日にとりまとめた「人材と競争政策に関する検討会報告書」では、フリーランスに代表される「個人として働く者」を「役務提供者」と捉え、役務提供を受けようとする発注者間で行われる競争を人材獲得競争と定義し、独占禁止法上の考え方の整理が行われている。

同報告書では、発注者が共同して役務提供者との取引条件（対価等）を決定したり、移籍・転職を制限することにより人材獲得競争を制限する行為が問題となるとしている。また、人材獲得市場においては、一般に役務提供者は発注者に対して弱い立場にあることを踏まえると、発注者が役務提供者と取引する際に、正常な商慣習に照らして不当に、役務提供者の他の発注者との取引を妨げ、又は、役務提供者に不利な内容で取引することは問題となるとしている。さらに、役務提供者を欺き、自らと取引させる行為や、他の発注者が役務提供者を確保できなくさせる行為も問題となるとしている。そのほか、競争政策上望ましくない行為として、役務提供者にとって秘密保持義務・競業禁止義務の対象範囲が不明確であること、役務提供者への発注を全て口頭で行うこと等があるとしている。

なお、検討の対象は発注者間での共同行為や、発注者による役務提供者に対する単独行為であり、伝統的な労働者、典型的には「労働基準法上の労働者」と使用者の関係については原則として独占禁止法の問題とはならず、労基法等で規律されるなどとしている（コラム2-2-2図）。

コラム2-2-2図



#### ●小規模企業・小規模事業者としてのフリーランス

2018年5月17日から、中小企業政策審議会小規模企業基本政策小委員会において、小規模企業振興基本法に基づく小規模企業振興基本計画の第二期案作成に向けた議論が行われた。

同審議会の議論では、経済センサスにおける個人事業主数と営業所得等を申告する個人の数に差異があることをはじめ、フリーランスやSOHOと言われる事業者について、その事業実態の把握の困難さが論点に上がった。また、商工会・商工会議所による経営相談のような地域密着・家族経営といった伝統的な小規模事業者像をもとに構築された現行の政策について、フリーランスのような異なる概念のもとに生じた小規模事業者に対応しているのかが議論となった。

同審議会の議論を踏まえた第二期小規模企業振興基本計画案では、小規模企業・小規模事業者の一類型としてフリーランスがあることを明確にするとともに、従来型の地域をベースとした支援体制に加え、新たな支援が求められるとしている。

## 2 起業の実態の国際比較

本項では、起業するまでのプロセスに着目し、起業に関する意識・活動について国際比較を行うことで、我が国の起業の実態について明らかにしていく。

### ① GEM 調査について

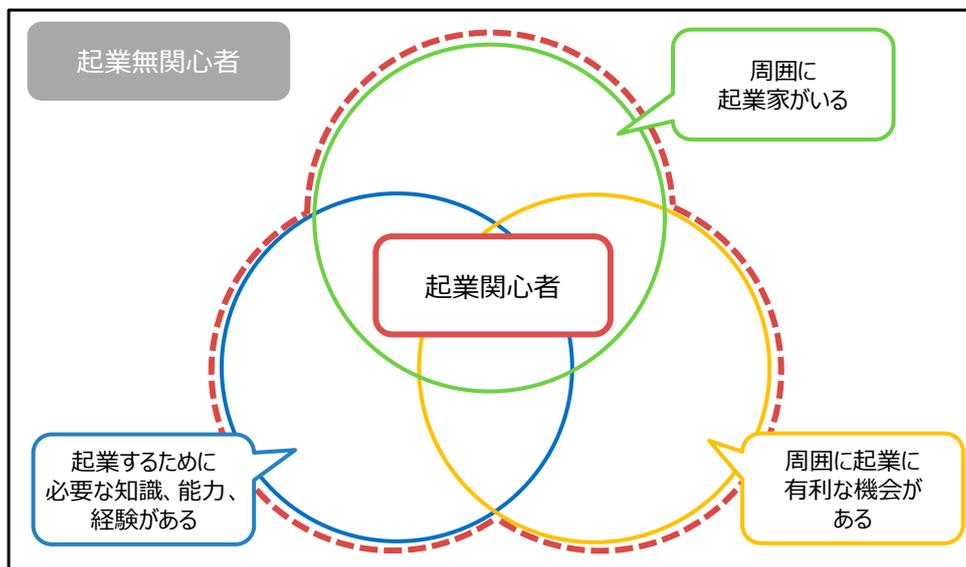
起業意識と起業活動の国際比較を行うに当たり、世界の多くの国が参加する「Global Entrepreneurship Monitor (グローバル・アントレプレナーシップ・モニター)」<sup>5</sup> (以下、「GEM 調査」という。)を用いて、我が国及び米国、英国、ドイツ、フランス、オランダ、中国の起業意識・起業活動の違いを見ていく。

GEM 調査では、18歳から64歳までの者に対して、起業意識について尋ねている。起業活動に関

連する調査項目として、「周囲に起業家がいる<sup>6</sup>」、「周囲に起業に有利な機会がある<sup>7</sup>」、「起業するために必要な知識、能力、経験がある<sup>8</sup>」があり、本項ではGEM調査に従って、これらの三つ全ての項目について「いいえ」と回答した人を起業無関心者、一つでも「はい」と回答した者を「起業関心者」と定義した(第2-2-15図)。

また、起業活動についても尋ねており、「独立・社内を問わず、新しいビジネスを始めるための準備を行っており、かつまだ給与を受け取っていないまたは受け取ってから3か月未満である人」及び「すでに会社を所有している経営者で、当該事業からの報酬を受け取っている期間が3か月以上3.5年未満である人」を「起業活動者」と定義している<sup>9</sup>(第2-2-16図)。

第2-2-15図 起業関心者の概念図



資料：「平成29年度ベンチャー施策に係る成果指標に関する調査」より中小企業庁作成

5 GEM 調査では、国の経済発展が起業活動と密接な活動にあるという仮説のもとに、米バブソン大学と英ロンドン大学が中心となり1999年から実施されているもので、(1) 国ごとの起業活動に違いはあるか、(2) 経済活動と起業活動に関連性はあるのか、(3) 起業活動の違いを生み出す要因とは何かの三つを明らかにすることを目的としたものである。1999年に我が国を含め10か国からスタートし、2017年には54の国や地域が参加している。サンプル数は一つの国当たり最低2,000サンプル(サンプリングは無作為抽出)であり、全世界共通の調査票が使われている。なお、一度調査に参加した国でも毎年継続して参加するとは限らない。

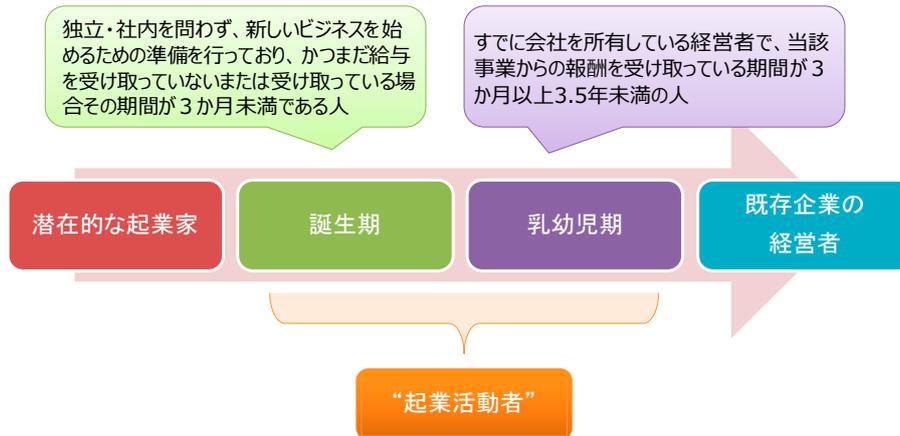
6 「過去2年間に、新しく事業を始めた人を知っている」と回答した人をいう。

7 「今後6か月以内に、自分が住む地域に起業に有利なチャンスがある」と回答した人をいう。

8 「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験を持っている」と回答した人をいう。

9 「現在、1人または複数で、何らかの自営業、物品の販売業、サービス業等を含む新しいビジネスをはじめようとしていますか」、「現在、1人または複数で、雇用主のために通常の仕事の一環として、新しいビジネスや新しいベンチャーをはじめようとしていますか」、「現在、自営業、物品の販売業、サービス業等の会社のオーナーまたは共同経営者の1人として経営に関与していますか」などの複数の質問から、「起業活動者」を定義している。詳細は付注2-2-1を参照のこと。

第2-2-16図 起業活動者の概念図



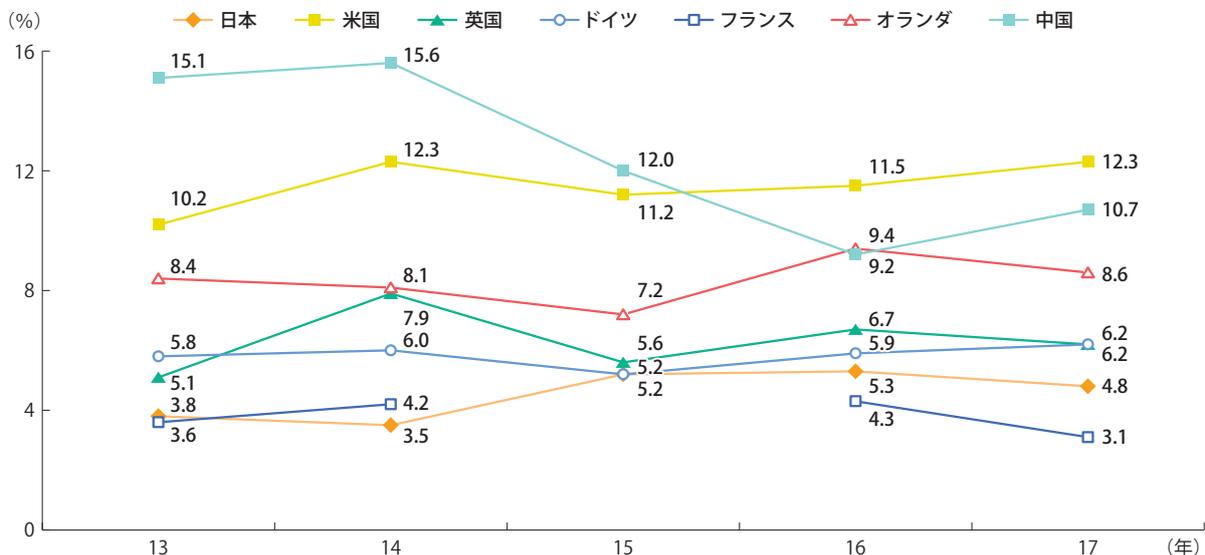
資料：「平成29年度ベンチャー施策に係る成果指標に関する調査」より中小企業庁作成

### ② 起業活動の国際比較

はじめに、起業活動について国際比較していく。起業活動者の割合の推移について見たものが第2-2-17図である。これを見ると、我が国の起

業活動は諸外国に比べて一貫して低い水準で推移しており、2017年ではフランスに次いで2番目に低い水準となっていることが分かる。

第2-2-17図 起業活動者の割合の推移



資料：「グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor：GEM）調査」日本チーム再編加工

(注)1. ここでいう「起業活動者」とは、起業のために具体的な準備をしている人、及び起業後3年半未満の人をいう。詳細は付注2-2-1を参照のこと。

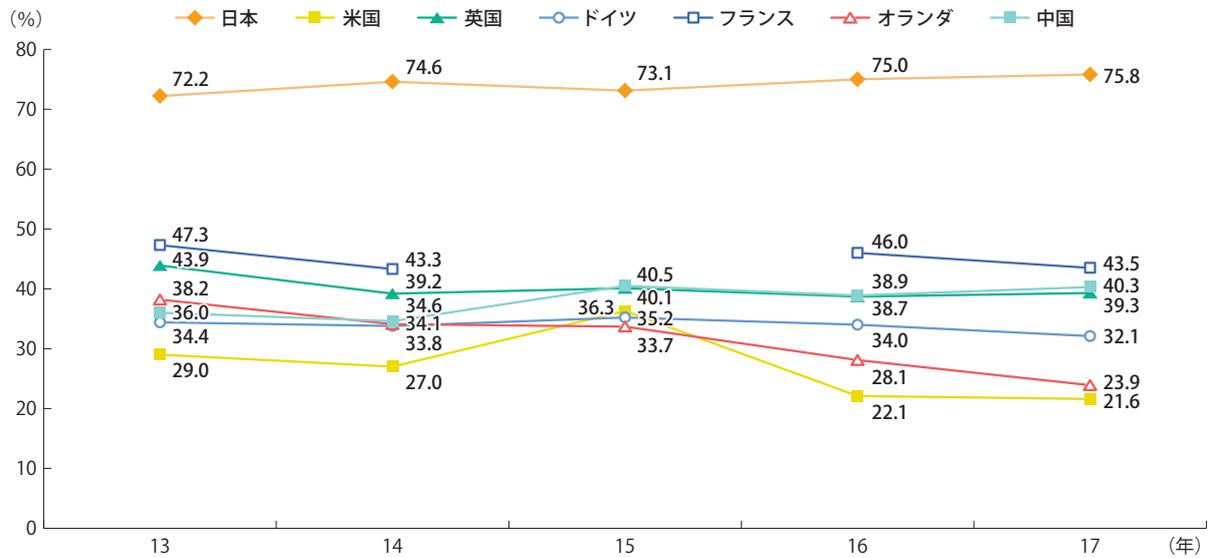
2. 国によって調査していない年がある。

### ③ 起業意識の国際比較

続いて、起業意識について国際比較していく。起業無関心者の割合の推移について見たものが第

2-2-18図であるが、我が国の起業無関心者の割合は一貫して高水準で推移しており、起業意識が相対的に低いことが分かる。

第2-2-18図 起業無関心者の割合の推移



資料：「グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor：GEM）調査」日本チーム再編加工

(注)1. ここでいう「起業無関心者」とは、「過去2年間に、新しく事業を始めた人を知っている」、「今後6か月以内に、自分が住む地域に起業に有利なチャンスが訪れる」、「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験を持っている」の3つの質問すべてに「いいえ」と回答した人をいう。

2. 3つの質問について、「わからない」と回答した人、無回答の人を除いて集計している。

3. 国によって調査していない年がある。

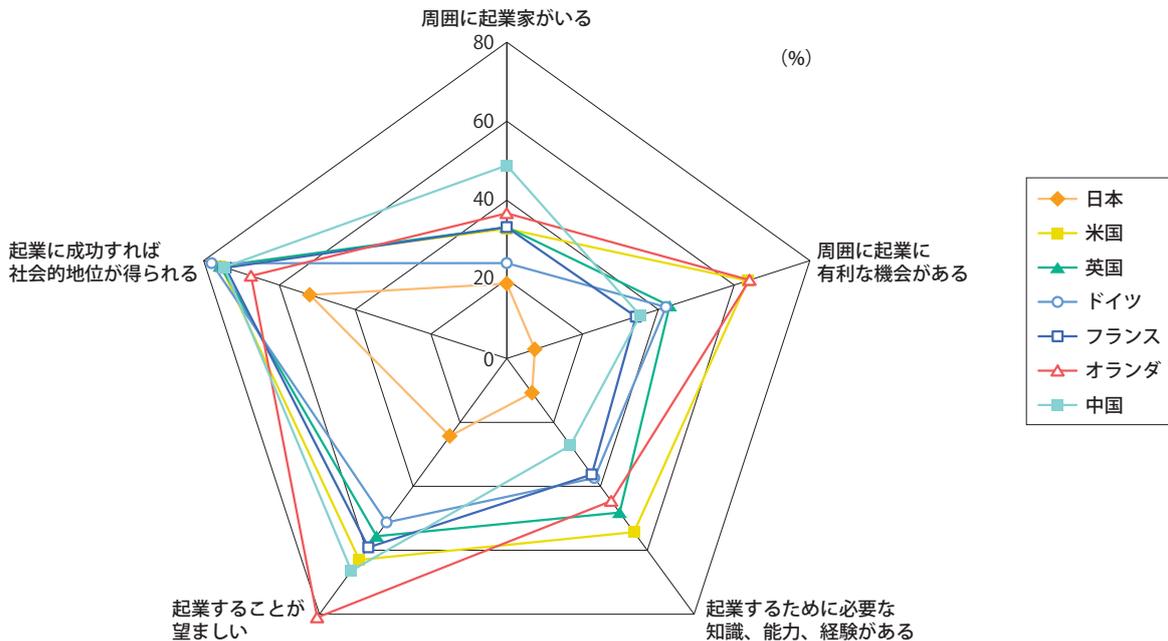
次に、「周囲に起業家がいる」、「周囲に起業に有利な機会がある」、「起業するために必要な知識、能力、経験がある」に加え、「起業は望ましいことである<sup>10</sup>」、「起業に成功すれば社会的地位が得られる<sup>11</sup>」と回答した人の割合について国別

に見たものが第2-2-19図である。いずれの項目についても、我が国で各項目に「はい」と回答した者の割合は諸外国に比べて低く、我が国の起業に対する意識は、諸外国に比べて特に低いことが分かる。

10 「あなたの国の多くの人たちは、新しくビジネスを始めることが望ましい職業の選択であると考えている」と回答した人をいう。

11 「あなたの国では、新しくビジネスを始めて成功した人は高い地位と尊敬を持つようになる」と回答した人をいう。

第2-2-19図 起業意識の国際比較



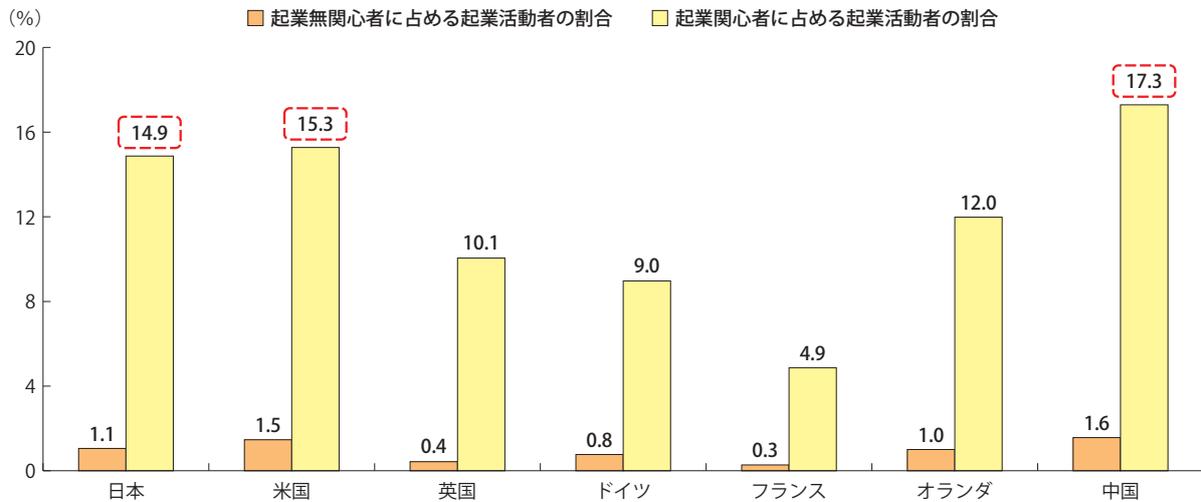
資料：「2017年版グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor：GEM）調査」日本チーム再編加工  
 (注)1. ここでいう「周囲に起業家がいる」項目は、GEM調査の「起業活動浸透指数」（「過去2年間に、新しく事業を始めた人を知っている」と回答した割合）を表示している。  
 2. ここでいう「周囲に起業に有利な機会がある」項目は、GEM調査の「事業機会認識指数」（「今後6か月以内に、自分が住む地域に起業に有利なチャンスが訪れる」と回答した割合）を表示している。  
 3. ここでいう「起業するために必要な知識、能力、経験がある」項目は、GEM調査の「知識・能力・経験指数」（「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験を持っている」と回答した割合）を表示している。  
 4. ここでいう「起業することが望ましい」項目は、GEM調査「職業選択に対する評価」（「あなたの国の多くの人は、新しくビジネスを始めることが望ましい職業の選択であると考えている」と回答した割合）を表示している。  
 5. ここでいう「起業に成功すれば社会的地位が得られる」項目は、GEM調査「起業家の社会的な地位に対する評価」（「あなたの国では、新しくビジネスを始めて成功した人は高い地位と尊敬を持つようになる」と回答した割合）を表示している。

#### ④ 起業意識と起業活動の関係

続いて、起業意識と起業活動の関係について見ていく。第2-2-20図は起業無関心者に占める起業活動者の割合、及び起業関心者に占める起業活動者の割合を見たものである。これを見ると、日本は起業活動者の割合自体は他国に比べて低いも

の、起業関心者に占める起業活動者の割合で見れば、中国、米国に次ぐ3番目の水準であることが分かる。なお、起業無関心者に占める起業活動者の割合が極めて低いことは各国共通であることが確認されるため、起業活動者を増やすには起業関心者を増やすことが重要であることも分かる。

第2-2-20図 起業無関心者、起業関心者に占める起業活動者の割合



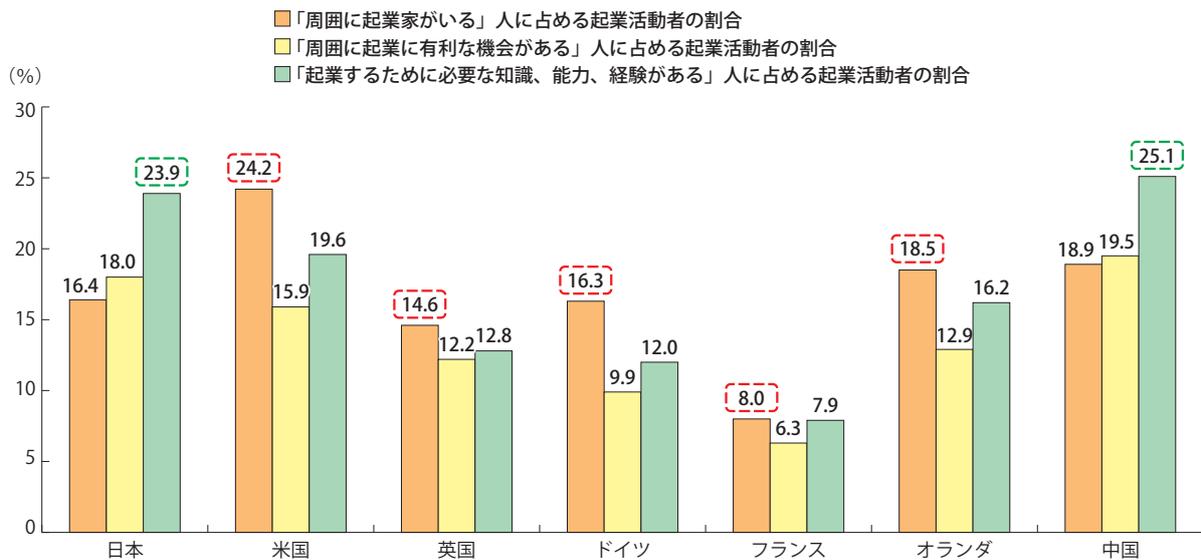
資料：「2017年版グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor：GEM）調査」日本チーム再編加工  
 (注)1.ここでいう「起業活動者」とは、起業のために具体的な準備をしている人、及び起業後3年半未満の人をいう。詳細は付注2-2-1を参照のこと。  
 2.ここでいう「起業無関心者」とは、「過去2年間に、新しく事業を始めた人を知っている」、「今後6か月以内に、自分が住む地域に起業に有利なチャンスが訪れる」、「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験を持っている」の三つの質問すべてに「いいえ」と回答した人をいい、「起業関心者」とは、三つの質問のうち、一つでも「はい」と回答した人をいう。

次に、起業への関心を測る三つの質問項目別に起業活動者の割合を見たものが第2-2-21図である。これを見ると、我が国で「起業するために必要な知識、能力、経験がある」と回答した者に占める起業活動者の割合は23.9%と、「周囲に起業家がいる」(16.4%)、「周囲に起業に有利な機会が

ある」(18.0%)と回答した者に占める起業活動者の割合に比べて高い。

我が国では、起業するために必要な能力などが備わっていると自分自身で認識しているかどうか、起業に踏み切れるかの大きな要素になっていると考えられる。

第2-2-21図 質問項目別、起業活動者の割合



資料：「2017年版グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor：GEM）調査」日本チーム再編加工  
 (注)1. ここでいう「起業活動者」とは、起業のために具体的な準備をしている人、及び起業後3年半未満の人をいう。詳細は付注2-2-1を参照のこと。

- ここでいう「周囲に起業家がいる」とは、「過去2年間に、新しく事業を始めた人を知っている」と回答した人をいう。
- ここでいう「周囲に起業に有利な機会がある」とは、「今後6か月以内に、自分が住む地域に起業に有利なチャンスがある」と回答した人をいう。
- ここでいう「起業するために必要な知識、能力、経験がある」とは、「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験を持っている」と回答した人をいう。

### ⑤まとめ

以上の結果から、我が国の起業意識の水準は、諸外国と比べて低い水準で推移しているが、その一方で、起業関心者、特に起業に必要な能力などを持つ者に限定すると、起業活動を行う割合は、

相対的に高いことが分かった。また、我が国においては自身の能力などで起業ができるかどうか見極める機会を増やすことが、起業家を増やすための有効な支援策になり得るといえよう。

## コラム

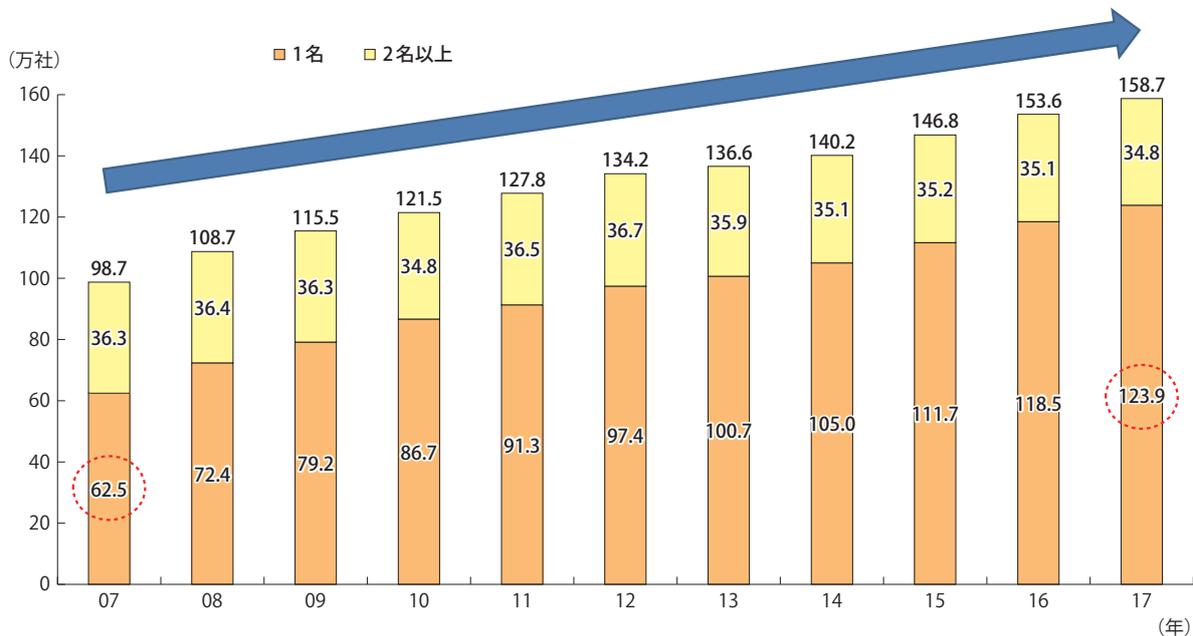
2-2-3

## 小規模事業者が増加するオランダ

本コラムでは、主要先進国の中で、我が国に比べ、一際起業活動が活発な国であるオランダの実態やその背景について見ていく。

オランダでは、最近10年間で企業数が1.6倍（2007年：約100万社→2017年：約160万社）に増加しているが、その大半を従業員1名の事業者が占めている（コラム2-2-3①図）。また、2013年には企業経営者の11%が30歳以下であり、従業員規模別で見た場合に規模の小さい企業ほど若い世代の経営者の割合が高くなっている<sup>12</sup>。さらに、若者の割合が高いことに加え、上記の従業員1名の事業者のうち4割が別の収入源を持つ「副業」として事業を行う者であると言われている<sup>13</sup>。

コラム2-2-3①図 オランダの従業員規模別の企業数の推移



資料：オランダ中央統計局ウェブサイト「StatLine」より中小企業庁作成  
 (注) 企業数は各年初の数値を集計している。

この背景にはどのような要素があるのだろうか。堀（2017）<sup>14</sup>によると主に三つの要素があると言われている。一つ目の要素は、多様な働き方を進展させる「ポルダー・モデル」と呼ばれる社会制度（特に労働時間差別禁止法、1996年7月<sup>15</sup>）の導入が挙げられる。この制度は、労働時間の差により昇進・昇給や社会保障の面で差別的に取り扱うことを禁止するものである（コラム2-2-3②図）。この社会制度の導入及び定着は、多様な働き方を選択しやすい環境を生み出し、その結果、働き方の選択肢の一つとして「起業」が選ばれやすくなった。

12 CBS [2015] 『De staat van het MKB』

13 CBS [2016] 『Loopbaan of bijbaan als zzp'er?』

14 堀 潔 [2017] 『オランダにおける起業（企業）増加の背景—GlobalizationとDiversityの進展のなかで—』

15 「労働時間差別禁止法（Wet onderscheid arbeidsduur:WAO）」

## コラム2-2-3②図 労働時間差別禁止法（1996年）の概要

●同法は、フルタイム労働者とパートタイム労働者間の差別を禁止したものであり、これらの労働者を、勤務時間に比例して平等に扱うことと規定。

■オランダにおけるパートタイム労働とは、週35時間以内の労働を指し、具体的に以下の3種類に分類

- (1) 「大パートタイム労働」 …週約30～35時間労働、週休3日
- (2) 「ハーフタイム労働」 …週約20時間労働
- (3) 「短時間パートタイム労働」…週12時間未満労働

■同法の制定の目的と効果

(目的)

- ・オランダでは、女性の大半はパートタイム労働者として勤務することが多かった（2007年には女性労働者の6割がパートタイム労働をしていた）。このため、女性の労働力率の上昇が同法の目的の一つとなっている。

(効果)

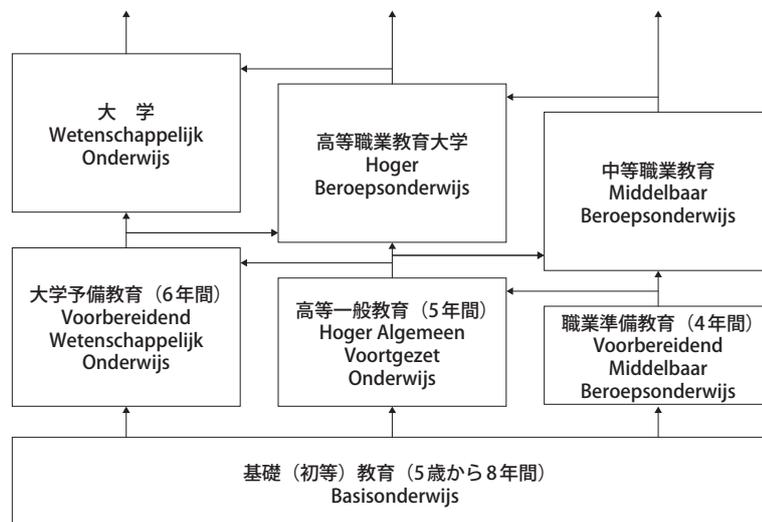
- ・女性の社会参画向上
- ・経済活動における貴重な労働力を確保することに成功

(資料) 内閣府男女共同参画局「諸外国における政策・方針決定過程への女性の参画に関する調査－オランダ王国・ノルウェー王国・シンガポール共和国・アメリカ合衆国－」（2009年3月）  
同「平成27年度諸外国における女性の活躍推進にむけた取組に関する調査研究」（2015年3月）

二つ目は、国際競争の激化やリーマン・ショックの影響などにより、オランダの国内企業の雇用創出力が低下する中、自己雇用である起業が重要な選択肢の一つになったことが挙げられる。

三つ目が、オランダで実施される実践的な職業教育の取組である。オランダでは、教育を「労働市場に参入できる能力を育成する場」と位置づけ、1990年代から教育に「起業教育」を取り入れており、特に「高等職業教育大学校（HBO）<sup>16</sup>」では、学生が卒業後に即戦力として活躍できるよう、教育機関と企業が連携を取りながら実施されている（コラム2-2-3③図）。

## コラム2-2-3③図 オランダの教育制度



(出所) 堀潔 [2010] 「欧州における創業支援の新動向～オランダにおける「起業教育」を例に～」

上記以外にも要因は存在すると考えられるが、オランダの直近20年間の歴史の中で、「起業」がより身近なものになっていることは確かだといえよう。他方、起業が増加するものの、従業員1名の自己雇用にとどまる事業者が多く、雇用を拡大する起業家が少数派となっている。そのため、今後の同国においては、起業のみならず、新たな雇用や付加価値を生み出す起業家の発掘や支援も重要となるのではないだろうか。

最後に、オランダでは、起業促進の政策は、経済政策のみならず、労働政策、社会政策、教育政策などをあわせた「総合政策」として行われている。長年にわたり開業率が低迷を続ける我が国においては、社会システムや文化的背景などの面で異なる点も多いが、同国の取組について学ぶべき点は多いといえよう。

16 近年のEUでは、「University of Applied Sciences（応用科学大学）」と呼ばれることが多い。

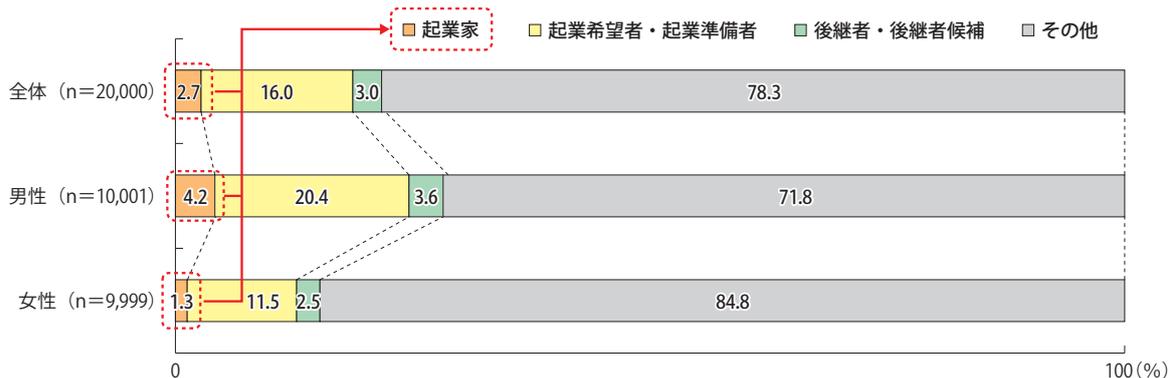


まず、今回の分析対象のうちの「起業家」の割合について見ていく（第2-2-23図<sup>18</sup>）。これを見ると、「起業家」は全体の約3%で、男女で比較すると、女性起業家が男性の1/3程度となってい

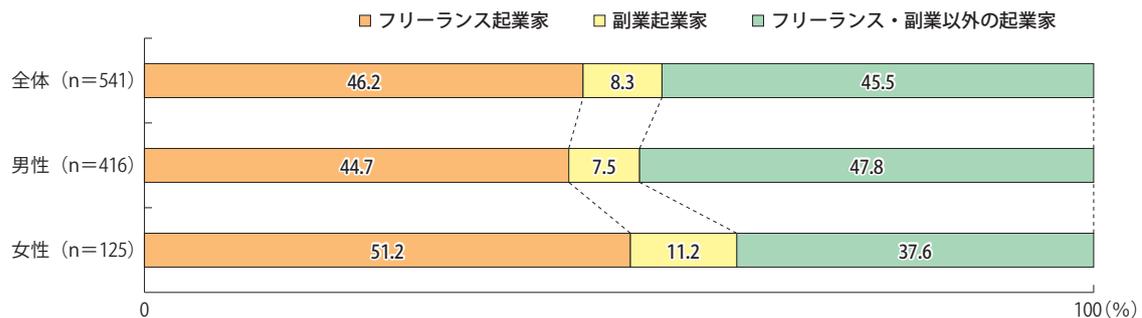
る。さらに、起業家を分類すると、全体では「フリーランス起業家」と「フリーランス・副業以外の起業家」の割合がほぼ拮抗する一方、「副業起業家」は全体の1割弱であることが分かる。

第2-2-23図 調査対象の構成

(1) 男女別に見た、調査対象の内訳



(2) 男女別に見た、起業家の内訳



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

(注)1.「起業家」は、起業したことがあり、起業後10年以内である者と定義した。

2.「フリーランス起業家」とは、本調査で「本業で雇用をしていない起業家（フリーランス）」と回答した者をいう。

3.「副業起業家」とは、同じく「副業で雇用をしている起業家」又は「副業で雇用をしていない起業家」と回答した者をいう。

4.「フリーランス・副業起業家以外の起業家」とは、「本業で雇用をしている起業家」又は「本業で雇用をしていない（フリーランスを除く）起業家」をいう。

## 1 起業家のバックグラウンドの実態

本項では、前掲第2-2-22図のように、「フリーランス起業家」、「副業起業家」及び「フリーランス・副業以外の起業家」の三つに類型化し、それぞれの特徴について分析していく。

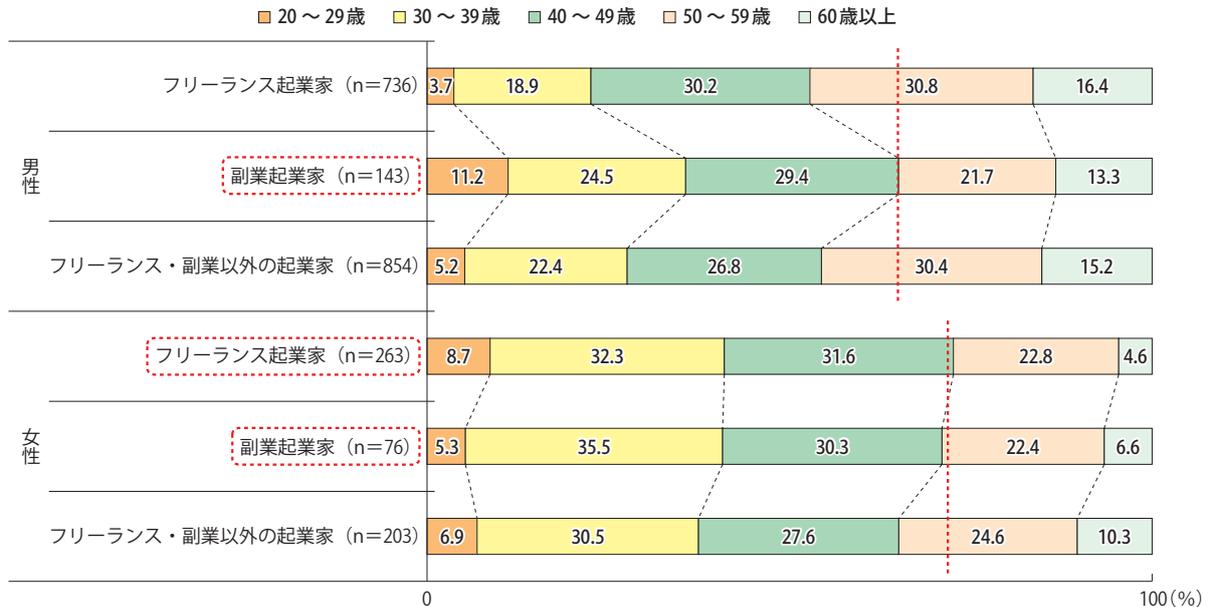
ものである。男性は、副業起業家が他の起業家に比べて49歳以下の年齢層の割合が相対的に高く、女性は、フリーランス・副業以外の起業家が他の起業家に比べて49歳以下の年齢層の割合が相対的に低いことが分かる。

### ① 起業家の年齢構成及び家計の状況

まず、第2-2-24図は起業家の年齢構成を見た

18 スクリーニング調査の全体の傾向について確認するため、平成27年国勢調査を基に、性別、年齢階層別（35歳以下、36歳以上55歳以下、56歳以上）のバランスを考慮して、スクリーニング調査の回答者のうち2万件を抽出している。

第2-2-24図 類型別に見た、起業家の年齢構成

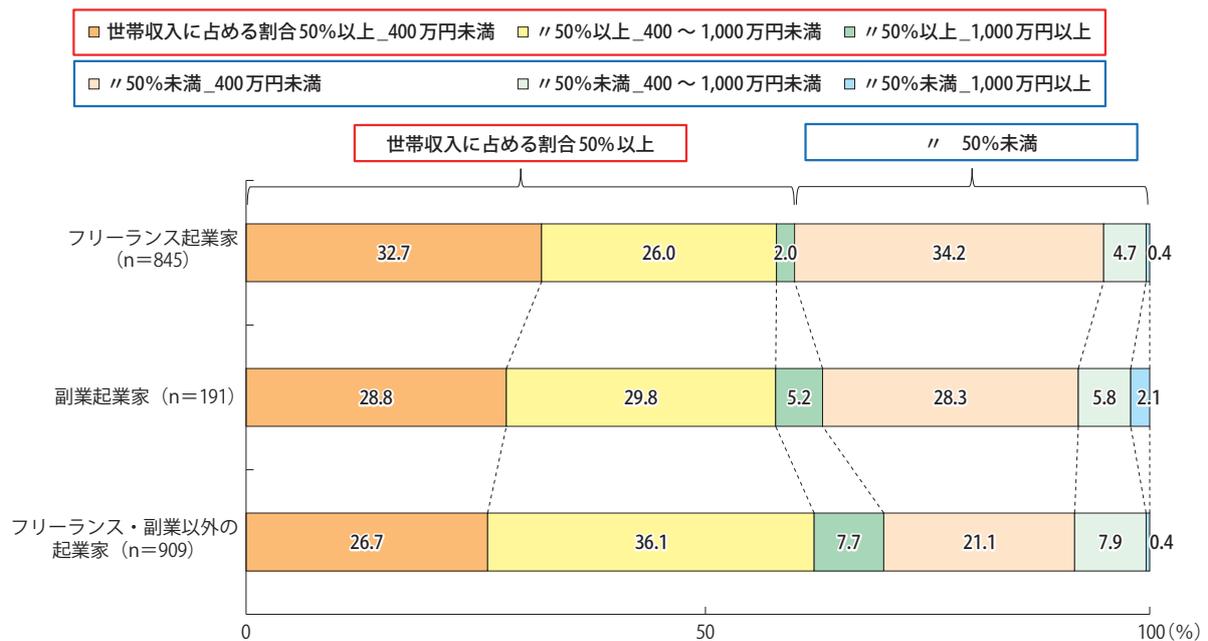


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

次に、第2-2-25図は起業家の個人収入の金額及びその世帯収入に占める割合の構成を見たものである。いずれも、世帯収入に占める割合が50%以上の者が過半数を占めていることが分か

る。また、フリーランス起業家は、他の起業家と比べて個人収入額が400万円未満と回答した割合が高い。

第2-2-25図 類型別に見た、起業家の個人収入とその世帯収入に占める割合

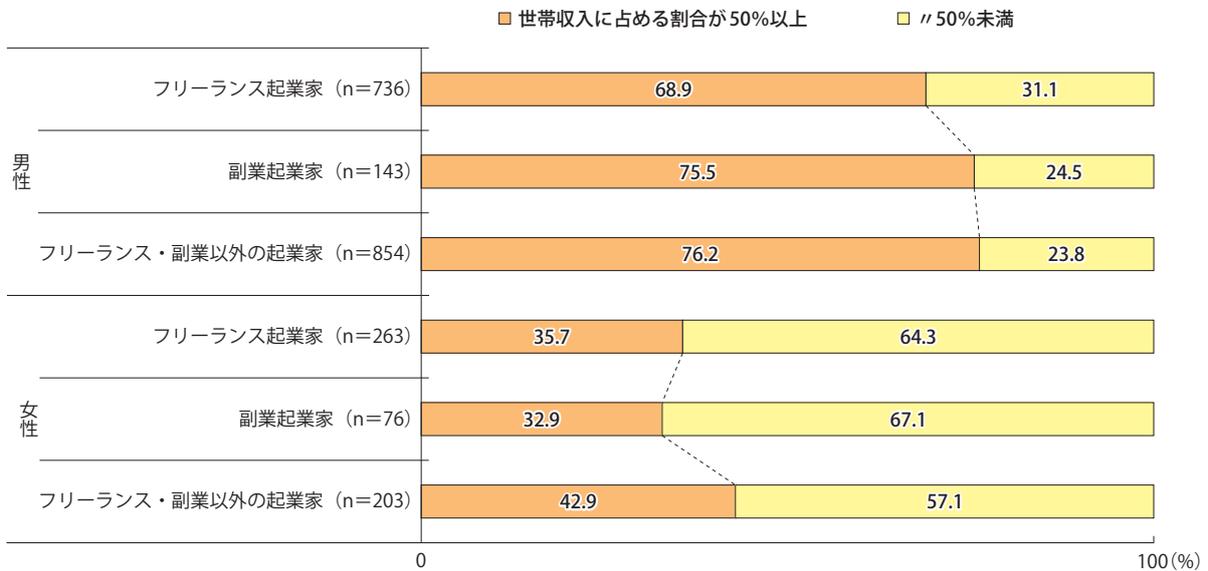


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

続いて、第2-2-26図は、男女別に個人年収の世帯収入に占める割合を見たものである。女性においては、男性に比べて50%未満の割合が高い。

また男女ともに、フリーランス・副業以外の起業家は、その他の起業家に比べて50%以上の割合が高い。

第2-2-26図 男女別及び類型別に見た、個人年収が世帯収入に占める割合

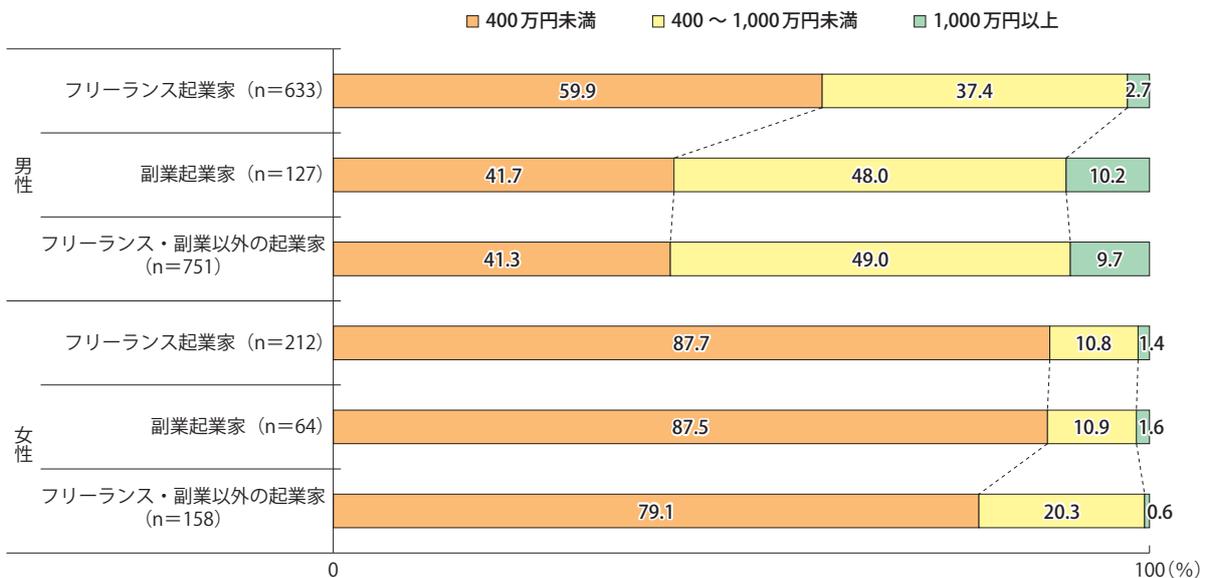


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

また、第2-2-27図は、起業家の個人収入の金額を男女別に見たものである。男性の個人収入額の方が女性に比べて総じて高いことが分かる。前

掲第2-2-26図の結果も踏まえると、男性は女性に比べて個人年収の世帯収入に占める割合が高く、個人年収額においても女性に比べて高い。

第2-2-27図 男女別及び類型別に見た、起業家の個人収入



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

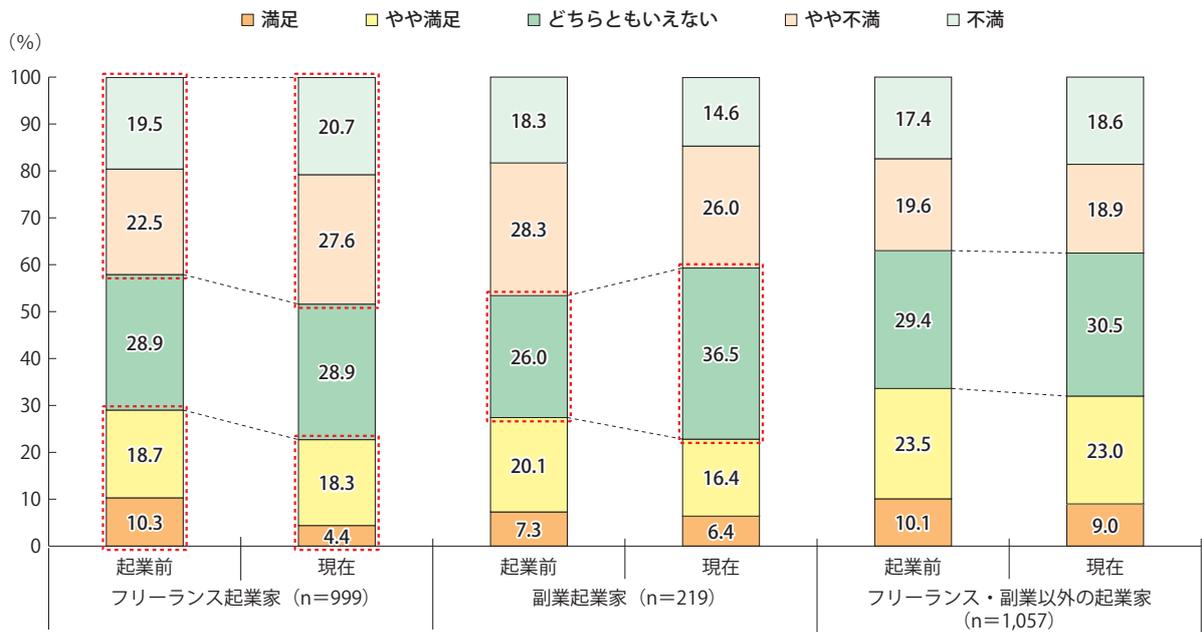
②起業前後の満足度

ここでは、起業前後の満足度について見ていく。まず、第2-2-28図は、現在の収入に関する満足度の推移である。フリーランス起業家は、起業前に比べて収入に関して「満足」、「やや満足」と回答する起業家の割合は減少し、副業起業家は「どちらともいえない」と回答する起業家の割合

が増加していることが分かる。

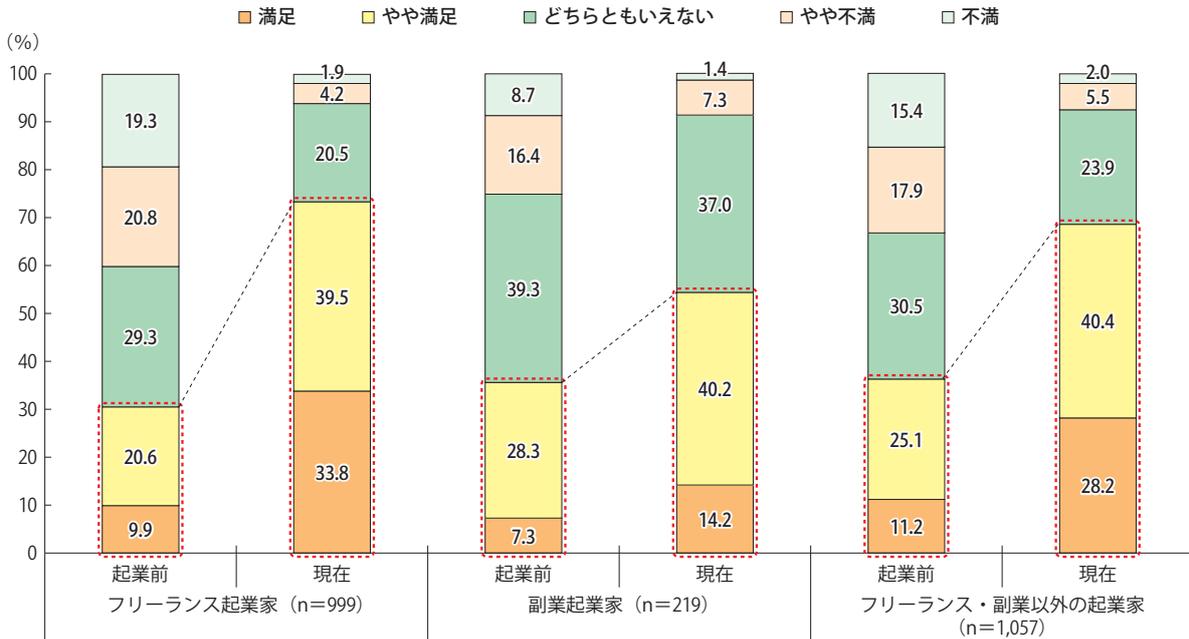
次の第2-2-29図は、仕事の自由度・裁量に関する満足度の推移について示したものである。いずれの類型も起業前に比べて、「満足」及び「やや満足」と回答する起業家の割合は増加しており、特にフリーランス起業家の満足度の変化が顕著といえる。

第2-2-28図 類型別に見た、起業前後の収入に関する満足度



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

第2-2-29図 類型別に見た、起業前後の仕事の自由度・裁量に関する満足度



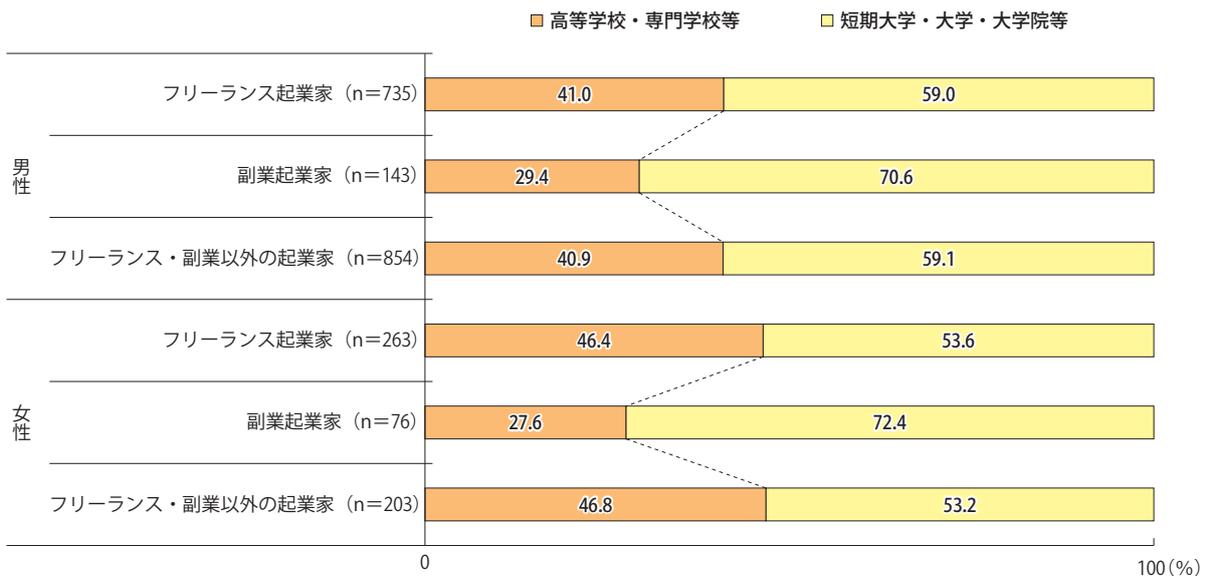
資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

③ 起業家の最終学歴及び事業に関する経験等

第2-2-30図は、起業家の最終学歴について見たものである。副業起業家は、男女ともに「短期大学・大学・大学院等」を最終学歴とする者の割合

が高いことが分かる。他方、フリーランス起業家及びフリーランス・副業以外の起業家は、男女ともに回答割合に差異が見られないことが分かる。

第2-2-30図 類型別に見た、起業家の最終学歴



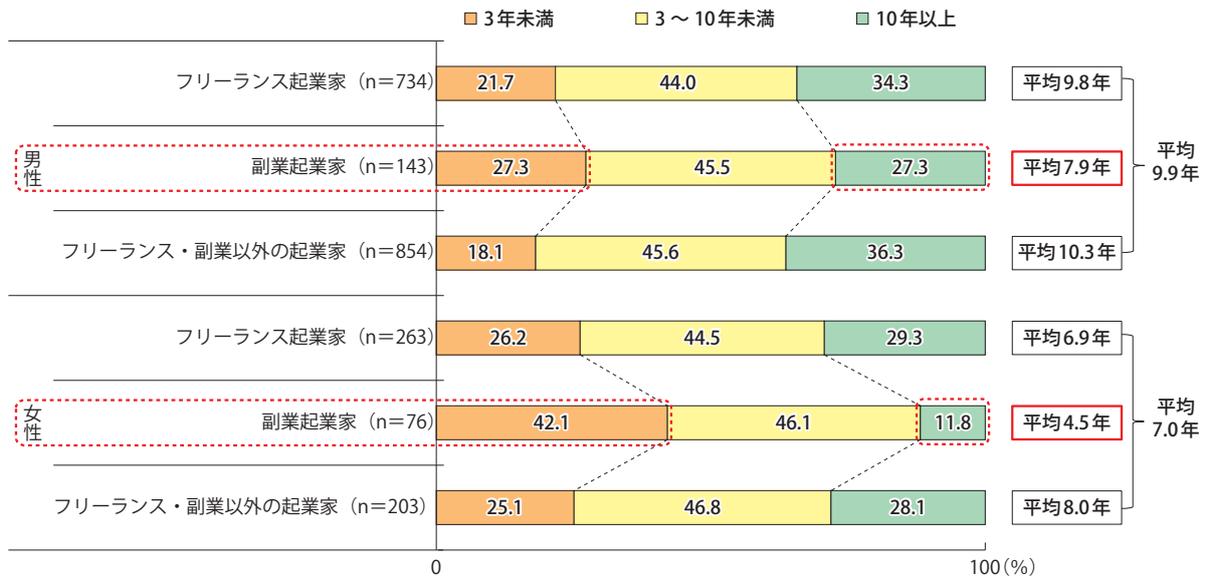
資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

(注)「高等学校・専門学校等」とは、「中学校」、「高等学校」、「高等専門学校」、「短期大学・大学・大学院等」とは、「短期大学」、「大学（文系）」、「大学（理系）」、「大学（その他）」、「MBA」、「大学院（MBA以外の修士）」、「大学院（博士）」を指す。なお、「その他」は集計対象から外している。

次に、第2-2-31図は、現在営む事業に関する仕事と同種の経験を、起業前にどの程度の期間経験したかを示したものである。副業起業家は、男女ともに、その他の起業家と比べて3年未満の割合

が高いことに加え、10年以上の割合が低く、平均年数を比べても現在営む事業に関する経験年数が相対的に短いことが分かる。

第2-2-31図 類型別に見た、現在営む事業に関する仕事の経験年数

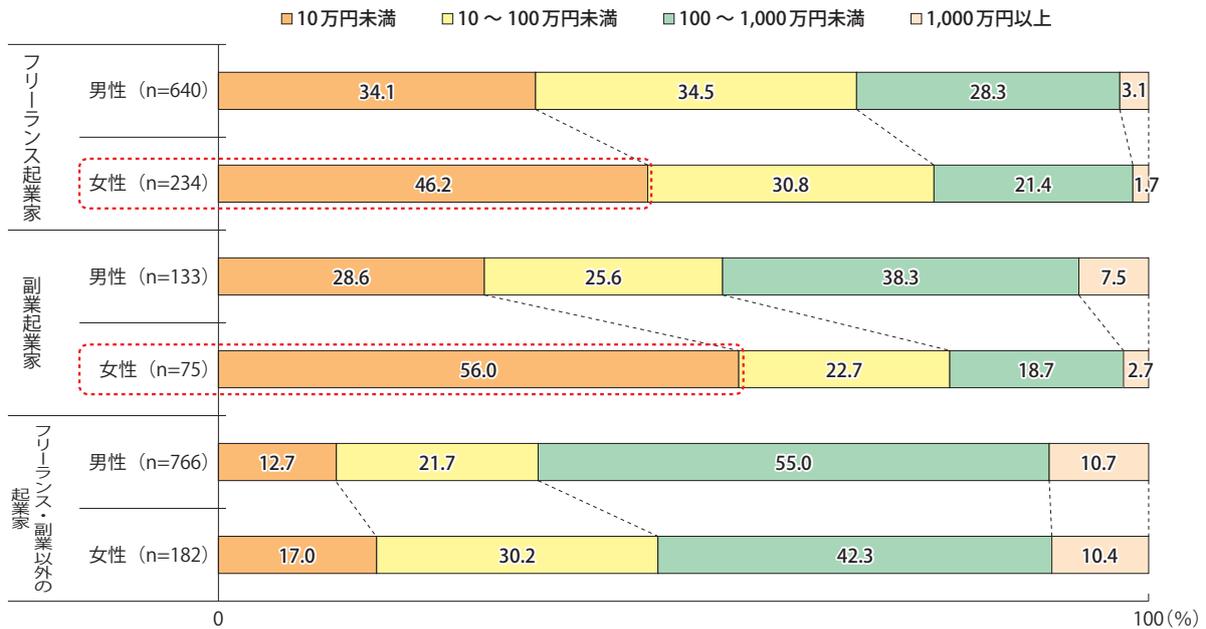


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」(2018年12月)  
 (注) 各サンプル数からは無効回答を除いている。

第2-2-32図は、起業家の類型別に見た開業費用である。フリーランス起業家及び副業起業家は、それ以外の起業家に比べて、開業費用が低いことが分かる。特に女性のフリーランス起業家及

び副業起業家は、10万円未満の低コストで開業している者の割合が相対的に高い。類型ごとに男女で比較すると、女性の方が男性に比べて、開業費用が低いという傾向が見て取れる。

第2-2-32図 類型別及び男女別に見た、開業費用



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注)「覚えていない・分からない」と回答した者を除いて集計している。

## 2 起業家の類型別に見た起業行動の実態

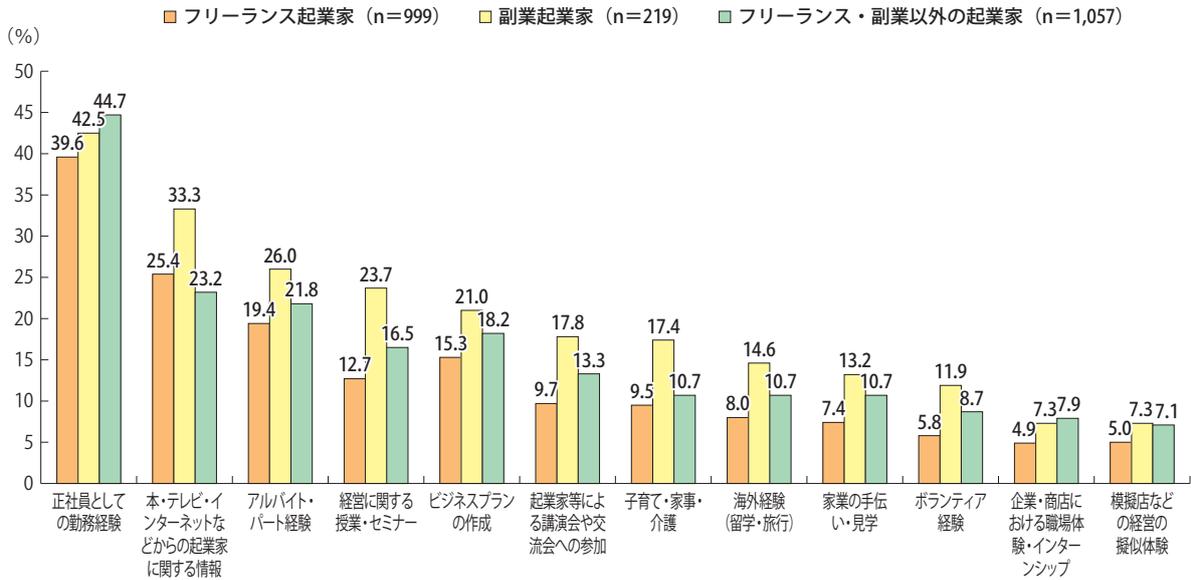
ここまで起業家の類型別に、そのバックグラウンドについて見てきたが、以降は、これらの起業家における起業時や起業後の実態について分析していく。

### ① 起業家の起業動機と目的

はじめに、第2-2-33図で起業の動機となった経験について見ていく。いずれのタイプの起業家も、「正社員としての勤務経験」が最も多いこと

が分かる。また、副業起業家は、その他の類型起業家に比べて、「本・テレビ・インターネットなどからの起業家に関する情報」や「アルバイト・パート経験」、「経営に関する授業・セミナー」、「ビジネスプランの作成」、「起業家等による講演会や交流会への参加」、「子育て・家事・介護」などの多様な経験が起業動機の形成に影響していると考えられる。

第2-2-33図 類型別に見た、起業の動機となった起業前の経験

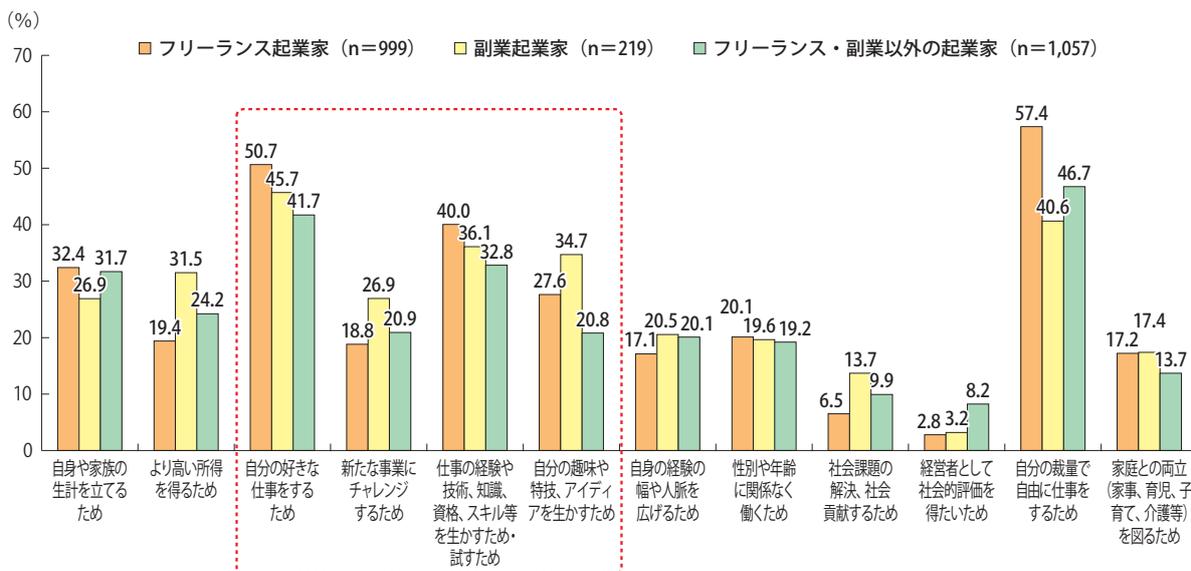


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注) 各項目について、「経験したことがない」、「経験したことはあるが、動機にはならなかった」、「経験したことがあり、動機付けになった」という選択肢のうち、「経験したことがあり、動機付けになった」という回答について集計している。

次に、起業の目的を類型別に確認する（第2-2-34図）。いずれの起業家についても、「自分の裁量で自由に仕事をするため」が上位回答となっている。他方、フリーランス起業家や副業起業家の起業の目的は、「自分の好きな仕事をするため」

や「仕事の経験や技術、知識、資格、スキル等を生かすため・試すため」、「自分の趣味や特技、アイデアを生かすため」といった回答も多いことが分かる。

第2-2-34図 類型別に見た、起業の目的



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査（2018年12月）  
 (注) 1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。  
 2. 「その他」及び「特に無し」の項目は表示していない。

## ②起業家の（現在の）成長意向の実態

第2-2-35図及び第2-2-36図は、起業家の類型ごとに見た、売上高又は雇用の拡大意向（成長意向）である。なお本章では、売上高（又は雇用）に関する現在（又は起業時に）目指す成長タイプについての質問に対して、「短期的に拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者を「成長志向型」、一方「拡大を意図しない（事業の継続を重視する）」と回答した者を「安定志向型」と呼ぶこととする。

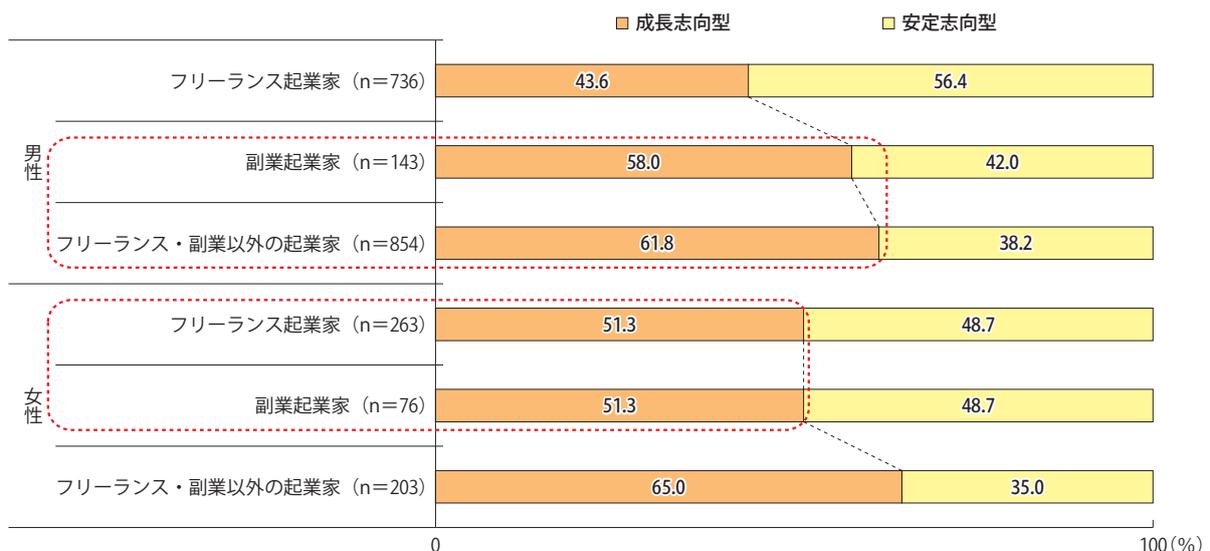
まず、売上高に関する成長志向型の起業家の割合は、男女、類型別問わず4割を超えている。また、売上高に関しては雇用に比べて成長志向型の

起業家の割合が高いことが分かる。

次に、男女別に見ると、男性における成長志向型の副業起業家の割合は、売上高及び雇用のいずれも、フリーランス・副業以外の起業家に近いことが分かる。他方、女性における成長志向型の副業起業家の割合は、売上高及び雇用のいずれも、フリーランス起業家に近い。

さらに、フリーランス起業家は、男女ともにその他のタイプの起業家に比べて、売上高及び雇用のいずれも、安定志向型の割合が高く、個人の技術や技能に基づき独立して事業を営む者という特性を示しているものと推察される。

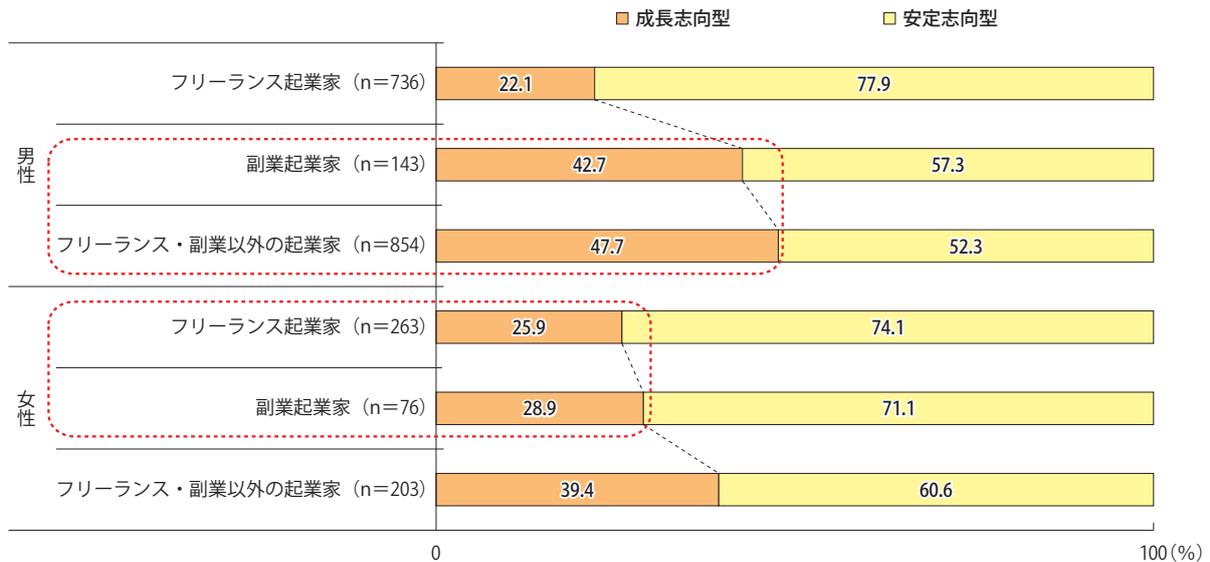
第2-2-35図 類型別に見た、現在の売上高に関する成長意向



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

（注）ここでは、売上高に関する現在目指している成長タイプについて「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者を「成長志向型」、「拡大を意図しない（事業の継続を重視する）」と回答した者を「安定志向型」としている。

第2-2-36図 類型別に見た、現在の雇用に関する成長意向



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

（注）ここでは、雇用に関する現在目指している成長タイプについて「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者を「成長志向型」、「拡大を意図しない（事業の継続を重視する）」を「安定志向型」としている。

### 3 まとめ

本節では、起業家をフリーランス起業家、副業起業家、フリーランス・副業以外の起業家の三つに類型化して分析を行った。副業起業家は、他の2種類の起業家と比べて事業に関する仕事の経験年数が短いこと、フリーランス起業家及び副業起業家は、フリーランス・副業以外の起業家に比べて開業費用が低いことや、起業の目的について、「自分の好きな仕事をするため」や「自分の趣味

や特技、アイデアを生かすため」など特徴を有していることが分かった。また、売上高及び雇用に関する成長意向に着目すると、フリーランス起業家や副業起業家の成長意向は、フリーランス・副業以外の起業家には及ばないものの、特に売上高については、4割以上の者が成長意向を持っていることが分かった。

### 第3節 成長過程の実態と課題

#### 1 起業後に成長を果たす起業家の実態

本節では、起業後に事業を拡大し、売上高や雇用を拡大する意向（成長意向）を持つ者（具体的には、フリーランスとして起業した者で現在は雇用をするに至っている者）、また、副業として起業し、現在は本業に移行している者の実態について分析していく。

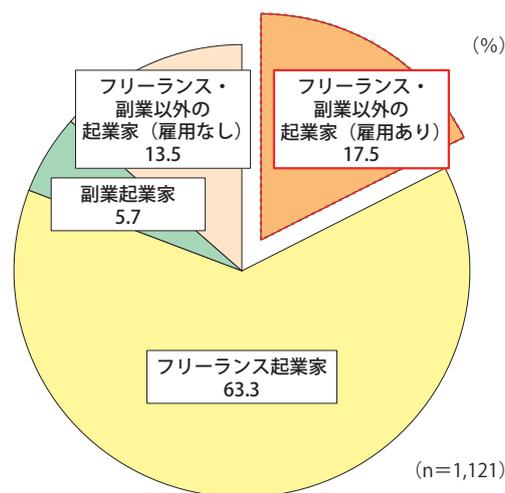
##### ①成長する起業家の実態

まず、起業時点はフリーランスであり、現在は

従業員を雇用するに至った起業家について見ていく（第2-2-37図）。フリーランスから雇用を拡大するに至った起業家の割合は、約2割となっている。他方、フリーランスの形態を継続する者が約6割と過半を占めていることも分かる。

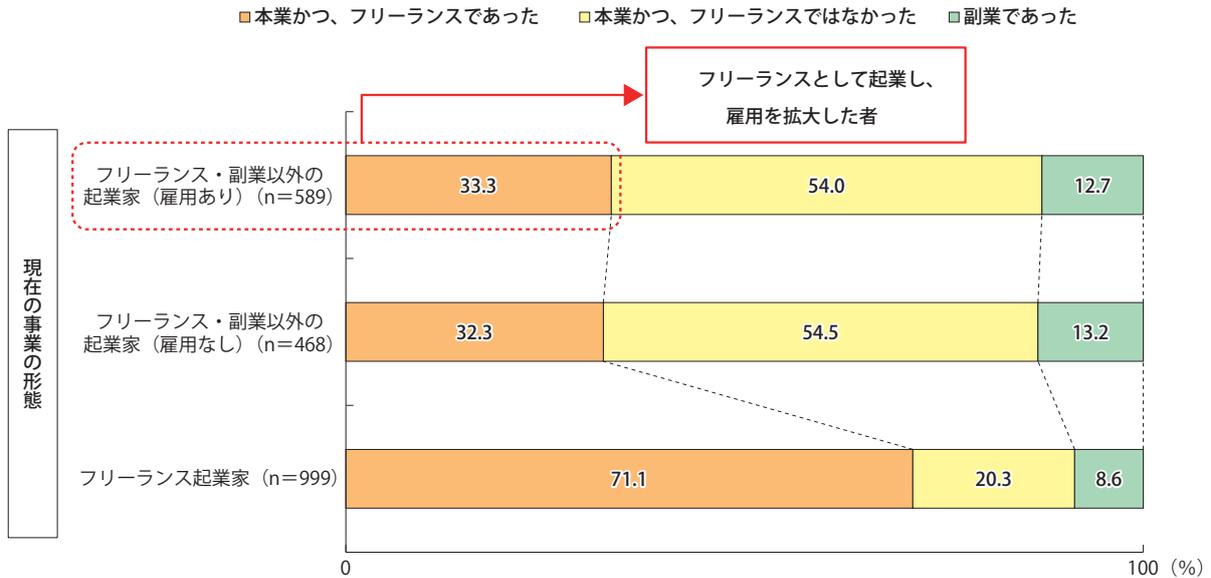
また、視点を変えて見ると、現在雇用をしているフリーランス・副業以外の起業家に占める、起業時にフリーランスであった者の割合は、約3割となっていることが分かる（第2-2-38図）。

第2-2-37図 フリーランスとして事業を開始した起業家の現在の事業の形態



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 （注）起業時に「本業かつ、フリーランスであった」と回答した者について集計している。

第2-2-38図 起業家における現在の事業の形態と起業時の事業の形態の関係

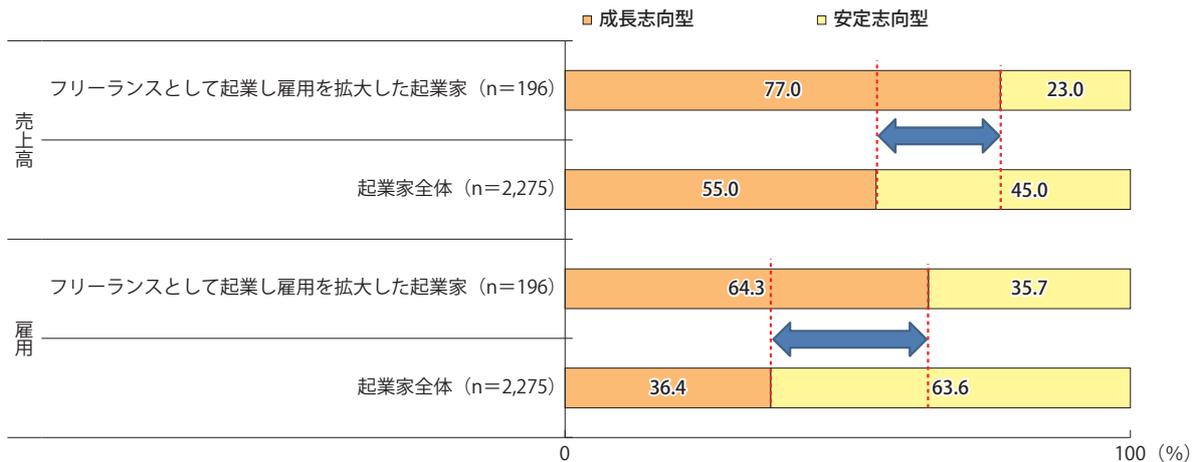


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注)1. 「フリーランス起業家」と「フリーランス・副業以外の起業家」のみについて集計している。  
 2. 「副業であった」とは、「副業かつ、フリーランスであった」又は「副業かつ、フリーランスではなかった」と回答した者をいう。

続いて、第2-2-39図は、前掲第2-2-38図で見た、フリーランスとして起業し、雇用をするに至った起業家の、起業時における成長意向について見たものである。これを見ると、売上高及び雇

用ともに、起業家全体に比べて、成長志向型の割合が高いことが分かる。また、雇用に関する成長志向型の割合の差は、売上高に関するそれに比べて大きい。

第2-2-39図 フリーランスから雇用を拡大した起業家の起業時の成長意向



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注)1. ここでは、売上高又は雇用に関する起業時に目指していた成長タイプについて「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者を「成長志向型」、「拡大を意図しない（事業の継続を重視する）」と回答した者を「安定志向型」としている。  
 2. 「フリーランスから雇用を拡大した起業家」とは、フリーランス・副業以外の起業家のうち、起業をした時に「本業かつ、フリーランスであった」又は「副業かつ、フリーランスであった」と回答した者をいう。

## 事例 事例2-2-3：株式会社ベ이지

## 「フリーランスとして起業し、売上高と雇用の面で着実な成長を続ける企業」

東京都世田谷区の株式会社ベ이지（従業員14名、資本金500万円）は、デザインだけではなく、事業分析を基にした戦略を踏まえてBtoBサイトを構築することに強みを有するWeb制作会社である。

同社社長の<sup>そきたに</sup>粉谷力氏は、1997年に大手SIerに就職したものの、より顧客を重視した仕事を自ら主導して行いたいという思いが強まり、起業を意識するようになった。

もともと絵が好きだった粉谷社長は、Webデザインという職業に興味を持つと、勤務の傍らグラフィックの専門学校に2年間通い、さらに上記会社を辞めて中小規模のWebデザイン会社に2回転職して経験を積むなど、起業準備を着実に進めていった。他方、諸々の準備を進める中で、従業員の分まで仕事を得られるかという不安を払拭できず、まずは腕試しでフリーランスとして起業することに決めたという。

起業当初こそ資金繰りに苦労はしたものの、徐々に安定的に受注できるようになり、フリーランスとして働くことの楽しさを感じ、十分な収入も得られるようになった。

一方で、業界慣行から大企業との契約の際に元請けになりにくいことや、自分一人でビジネスを行っている現状では、事業の拡張に限界があると感じるようになっていった。

そうした中、独立を目指した頃の思いを果たすべく、家族や取引先の経営者からの後押しもあり、2010年に法人化、設立1年目から雇用に踏み切った。これにより、「業務の分担が可能となり、自分が得意な仕事に注力できるようになったため、仕事のスピード感も格段に上がった。」と粉谷社長はその効果を実感している。

今後は、「自身がいなくても回る組織づくり」を目指し、共通する価値観を持つ従業員を着実に増やしながら無理のない事業拡大を図りたいという。

「起業には高いハードルがあるとの根強いイメージがあるが、自身がフリーランスで起業したように、用意周到に無理のないスピードで起業するという選択肢もある。全ての人が起業する必要はないが、起業を転職と同列の選択肢として捉えてみても良いのではないか。」と粉谷社長は語る。



粉谷力社長



オフィス内の風景

## 事例 事例2-2-4：株式会社Ponnuf

## 「フリーランスとして起業し、地域の雇用を創出している企業」

千葉県富津市の株式会社<sup>ポヌフ</sup>Ponnuf（従業員20名、資本金100万円）は、Webメディアの運営、コワーキングコミュニティなどの運営を手掛ける企業である。コワーキングコミュニティ「まるも」（千葉県富津市）及び「hinode」（同いすみ市）、「teraco」（山梨県都留市）の運営や「田舎フリーランス養成講座」を通じて、新卒を含む20代を中心としたフリーランスの育成・支援をしている。

同社社長の山口拓也氏は、大学時代のイベント企画の経験を踏まえ、「新しいつながりを作りたい」という思いを持ち、起業を考えていた。2012年から半年間ほど知人が経営するベンチャー企業に勤務する中で企業経営や事業運営を身近に感じ、Webメディアの立上げ支援をメインとするフリーランスとして起業した。

起業時にフリーランスを選択したのは、まずは自身が稼ぐ力を身に着けたかったことに加え、起業の初期費用を低く抑えられることも大きかったためであるという。起業当初は、安定した受注ができるか不安であったが、現在の事業でもあるWebメディ

アなどを中心に、口コミで顧客を獲得しつつ、案件の継続受注につなげていった。

同社の法人化は2014年、個人として起業してから約1年半後であった。法人化に踏み切ったきっかけは、事業のイメージが定まったことに加え、事業を進めるにつれて、「人をしっかり雇い、仲間と大きな仕事をしたい」という思いが強まっていったことだった。法人化後は、事業・売上の拡大とともに人材を積極的に採用し、法人化から5年となる現在ではパート・アルバイトを含めて従業員20名を雇用するまでに至っている。

「架け橋を作る※という想いを社名に込めたように、都市と地方を結んで、フリーランスのコミュニティを作りたい。また、同世代には大きく事業を拡大させている起業家も多いので、当社も新事業の種まきを続けながら、さらに事業拡大を図っていきたい。」と山口社長は語る。

※Ponnufはフランス語で「新しい架け橋」という意味



山口拓也社長



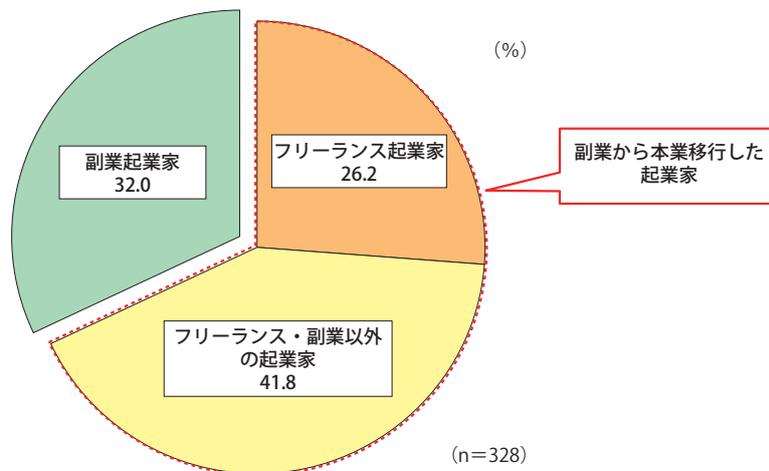
田舎フリーランス養成講座

## ②副業から本業に移行する起業家

ここでは、副業として起業した者が、現在どのタイプの起業家となっているのかを見ていく（第2-2-40図）。副業として起業した者のうち、約7割が本業として事業を営む起業家（フリーランス起業家又はフリーランス・副業以外の起業家）に移行していることが分かる。

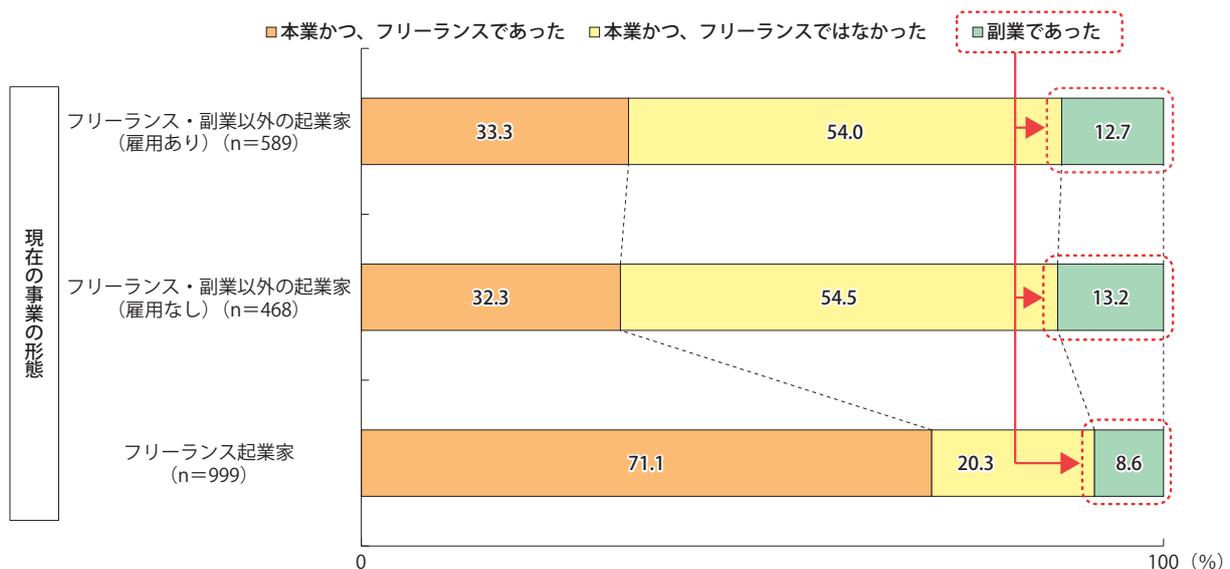
また、前掲第2-2-38図について、起業時に副業であった者に着目すると、本業として事業を営む起業家の約1割が副業として起業した者であることが分かる。なお、雇用の有無にかかわらず、フリーランス・副業以外の起業家は、フリーランス起業家に比べて、副業から本業に移行した者の割合が高いことも見て取れる。

第2-2-40図 副業から本業に移行した起業家の割合



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」(2018年12月)  
 (注) 起業時に「副業かつ、フリーランスであった」又は「副業かつ、フリーランスではなかった」と回答した者について集計している。

第2-2-38図 起業家における現在の事業の形態と起業時の事業の形態の関係（再掲）

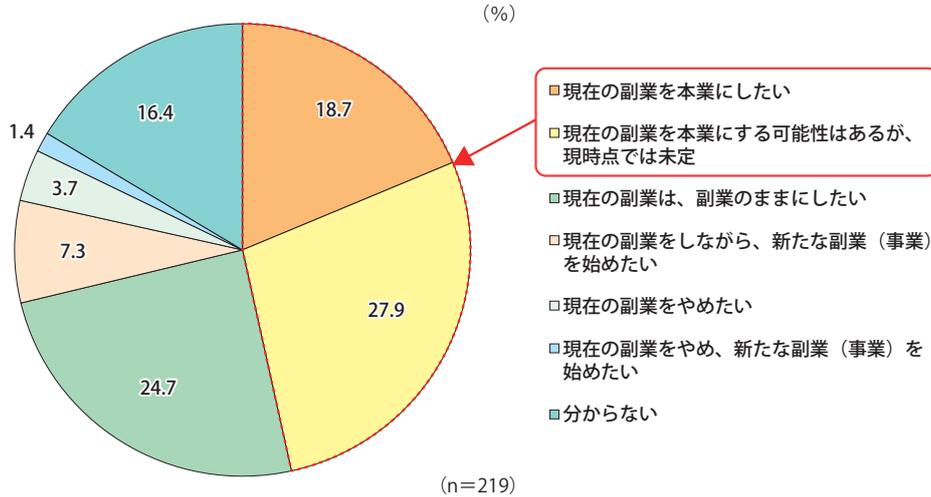


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」(2018年12月)  
 (注) 1. 「フリーランス起業家」と「フリーランス・副業以外の起業家」のみについて集計している。  
 2. 「副業であった」とは、「副業かつ、フリーランスであった」又は「副業かつ、フリーランスではなかった」と回答した者をいう。

ここで、副業起業家における事業の今後の意向について見てみる（第2-2-41図）。副業起業家の約47%が本業への移行を有していることが分か

る。また、「現在の副業をしながら、新たな副業（事業）を始めたい」と回答する者も僅かながら存在している。

第2-2-41図 副業に関する今後の意向

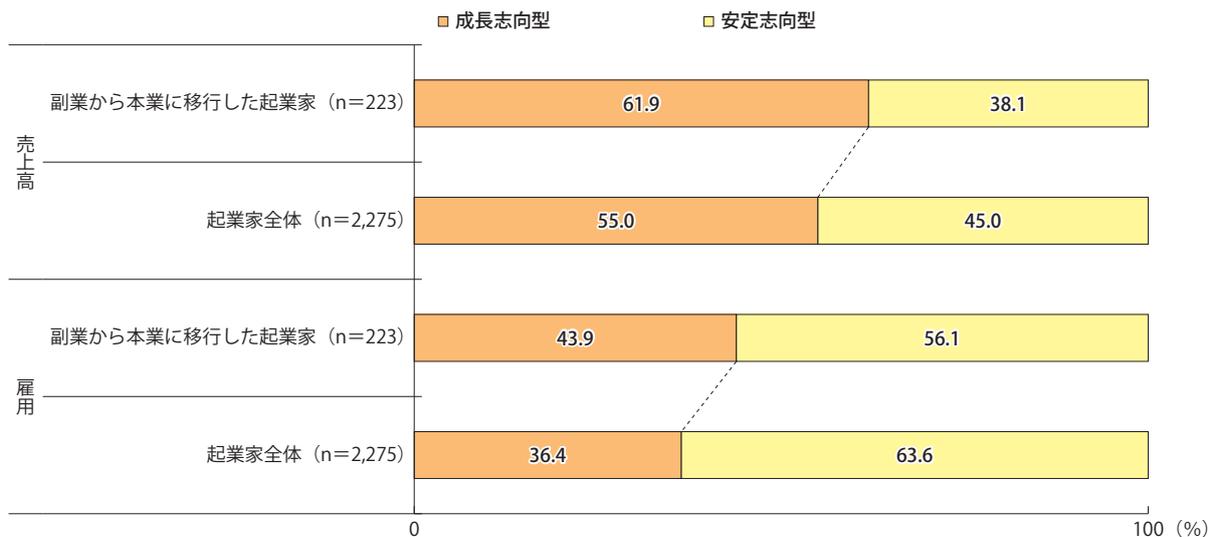


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

次に、副業として起業し、現在は本業へ移行した者の起業時における成長意向について見たものが第2-2-42図である。これを見ると、売上高及

び雇用ともに、副業から本業に移行した起業家は、起業家全体に比べて、成長志向型の割合が高いことが分かる。

第2-2-42図 副業から本業へ移行した起業家の起業時の成長意向

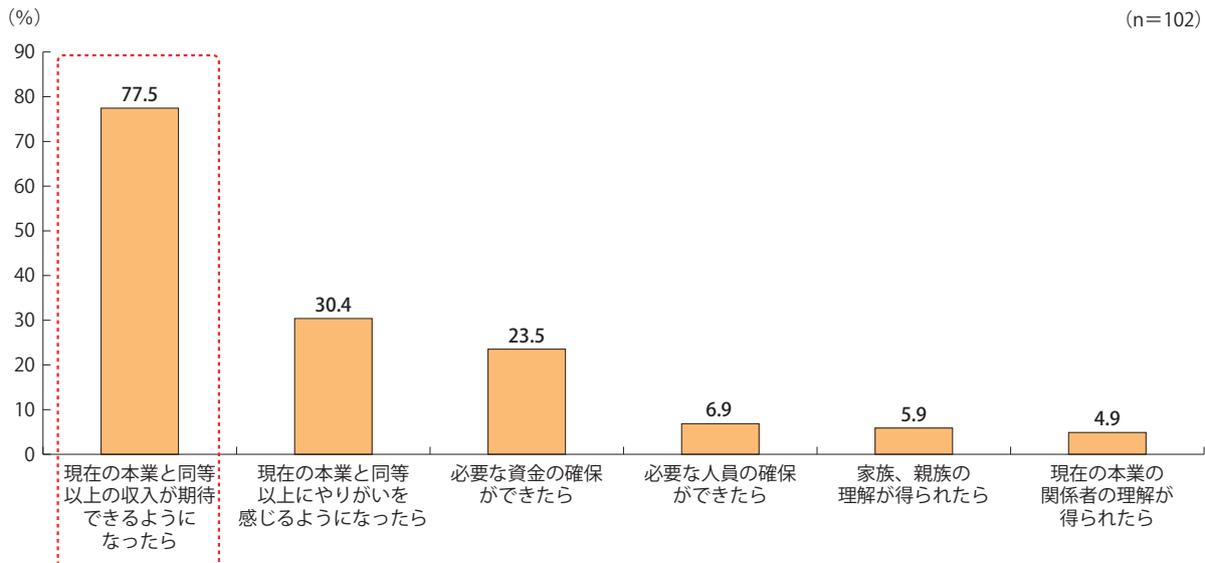


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注) 1. ここでは、売上高又は雇用に関する現在目指している成長タイプについて「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者を「成長志向型」、「拡大を意図しない（事業の継続を重視する）」と回答した者を「安定志向型」としている。  
 2. 「副業から本業へ移行した起業家」とは、起業時の事業の形態等について、「副業かつ、フリーランスであった」又は「副業かつ、フリーランスではなかった」と回答した者いう。

さらに、第2-2-43図では、副業起業家が事業を本業に移行する際に重視する条件を確認する。「現在の副業を本業にしたい」と、「現在の副業を本業にする可能性はあるが、現時点では未定」と回答した者を併せて見ると、「現在の本業と同等

以上の収入が期待できるようになったら」と回答する者が最も多いことが分かる。つまり、本業からの収入に見合う収入を副業から得られるか否かが、本業移行の判断に影響を与えるものといえよう。

第2-2-43図 副業を本業に移行する際の条件



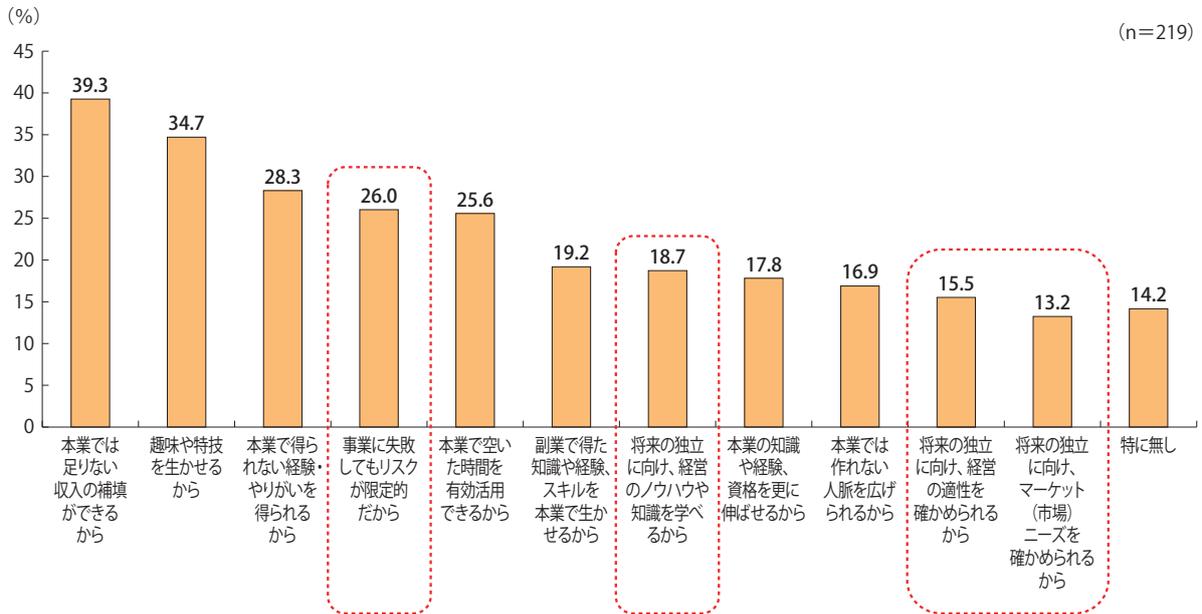
資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

- (注) 1. 副業に関する今後の意向について、「現在の副業を本業にしたい」又は「現在の副業を本業にする可能性があるが、現時点では未定」と回答した者を対象に集計している。  
 2. 「その他」の項目は表示していない。  
 3. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

最後に、副業として事業を行う理由について見てみる（第2-2-44図）。「事業に失敗してもリスクが限定的だから」や将来の独立に向け「経営のノウハウや知識を学べるから」、「経営の適性を確かめられるから」、「マーケット（市場）ニーズを

確かめられるから」といった回答があることから、本業に移行することを見据えた準備段階として副業起業家になっている者も一部存在していることが分かる。

第2-2-44図 副業として事業を行う理由



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注) 1. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。  
 2. 「その他」項目は表示していない。

## 事例 事例2-2-5：一般社団法人フクラボ

## 「副業経験を経て起業し、事業範囲の拡大に合わせ雇用を進める企業」

和歌山県和歌山市の一般社団法人フクラボ（従業員1名）は、障害者雇用や障害福祉サービス事業所設立などに関するコンサルティングを行う事業者である。

代表の澤田淳氏は、大学卒業後、東京の大手IT企業でシステムエンジニアを経験した後、和歌山県の社会福祉法人を経由して県内で職業訓練を行う企業に転職。同社では、障害者向けの職業訓練を行う新規事業の立ち上げを経験した。

同社での経験のほか、若者向けの仕事や働き方を学ぶイベントを実施するNPO団体の立ち上げの経験を積む中、自らの手で障害福祉の分野で新しいビジネスを始めたいという思いが強まり、起業を考えるようになった。

しかし、いきなりの起業はリスクが高いと判断し、副業としてインターネット記事を執筆する活動を始めた。当時の本業や現在の業務内容とは関係のない記事の執筆業務ではあったが、澤田代表は、この副業経験により仕事を獲得し完遂させる自信と事業運営の経験とノウハウも得たという。さらに「副収入源を確保したことで起業後の経済的な不安も緩和され、起業に踏み切ることができた。」と同氏は語る。

起業で実現したいのは、障害者の雇用機会を増やすことと決め、県内では珍しい障害者支援を行うフ

リーランスとして、2016年に事業を開始した。起業の半年前から相談を行っていた和歌山県よろず支援拠点からのアドバイスを受けて、人的なネットワークを広げるために中小企業家同友会に加入した。それがきっかけで、青年会議所への加入にもつながり、さらに人的ネットワークは広がった。障害者雇用関連のセミナー開催などを通じて顧客開拓の間口を広げることも成功した。また、創業資金を調達する際には、同拠点の協力のもと事業計画書を作成し、地元の銀行からの融資も得られた。なお、同行とは、取引先を紹介してもらえるような関係にも発展している。

2017年には、将来的な事業拡大を見据えて事業を法人化。現在では、自らも障害者雇用を実践している。また、2018年にはIT企業での業務経験と障害福祉での業務経験をいかして、和歌山市から障害者福祉情報サイトを構築する事業を受託した。今後は、障害者の職業紹介や障害者アートの商業活用を行うなど、事業を広げていく方針だ。

「国内の人手不足はますます深刻化しているが、障害者の方々が働き先を見付けることはまだまだ難しいので、民間企業での障害者の働き先を増やしていきたい。障害福祉の領域でソーシャルビジネスを確立したい。」と澤田代表は語る。



澤田淳代表



セミナー風景

## 事例 事例2-2-6：バタフライボード株式会社

## 「副業として始めた製品開発で着実に成功を重ね、本業への移行を果たした企業」

神奈川県横浜市のバタフライボード株式会社（従業員なし、資本金500万円）は、携帯性・拡張性・共有性・保存性・耐久性という特徴を有するホワイトボードと極細マーカーを開発・製造・販売する企業である。

社長の福島英彦氏が起業したきっかけは、前職の音響メーカーでの部署異動である。音響エンジニア歴が長く、多くの人とコミュニケーションを取りながら仕事を進める経験が少なかった同氏は、マーケティングやプロダクトマネージャーの職務を担当することになり、「コミュニケーションを円滑にするために、どこでも使えるホワイトボードが欲しい。」と思いを抱くようになった。自身の欲しいホワイトボードを具現化すべく、2013年7月から就業後の時間や週末を活用し、副業として製品開発を開始した。

最初の試作品は量産性がなかったため、生産をしてくれる工場が見付からなかった。そこから何度となく試作を繰り返し、マグネットでつながるヒンジ機構を閃き、量産可能な構造で特許を取得。商品コンセプトと特許技術の優位性を確信し、再度大手メーカーや中小規模の工場に量産化の相談をしたものの、なかなか市場性を認められず、引き受けてもらえなかった。

この障壁を乗り越えるべく、福島社長は米国のス

タートアップ企業が新しい製品開発の資金調達にクラウドファンディング<sup>19</sup>（以下、「CF」）を活用している事例を知っていたため、自身も国内のCFに挑戦し、結果として800名から約300万円の資金調達に成功した。これにより、生産委託先が条件としてきた市場の確保を満たすことができ、初の製品供給に漕ぎ着けた。その後も、CFで得た顧客からの意見を参考に、極細マーカーの開発や耐久性向上といった改良に取り組み、再度CFに挑戦するなど、成功を重ねた（2回目は海外のCFで約500万円、3回目は国内のCFで約1,500万円を調達）。

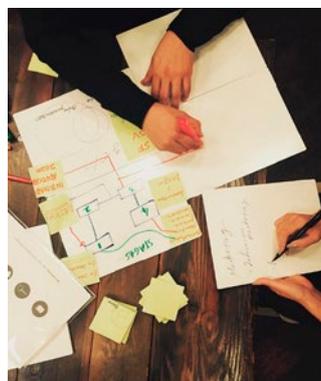
福島社長は、開発を始めてから法人設立まで約1,500日に渡り、地道な製品改良を積み重ねた結果、事業化に自信を持つことができ、本業移行を決断するに至った。

事業を本格化した現在では、「より柔軟なものづくりによって新しいものが生み出せる環境を実現し、世の中を良くしていきたい」というビジョンを胸に、今後の事業拡大に向けアクセルを踏むタイミングを計っている。

最後に、自身の副業を経て起業した経験について、「自分のような普通のサラリーマンでもやりたいうことを具現化できる。起業することで、その後の人生にも有益である新たな人脈を広げることができた。」と福島社長は語っている。



同社製品「バタフライボード」



製品使用イメージ

19 群衆を意味する「Crowd」と資金調達を意味する「Funding」を組み合わせた造語であり、インターネットを介して不特定多数の人々から資金調達を行う手段である。

## コラム

2-2-4

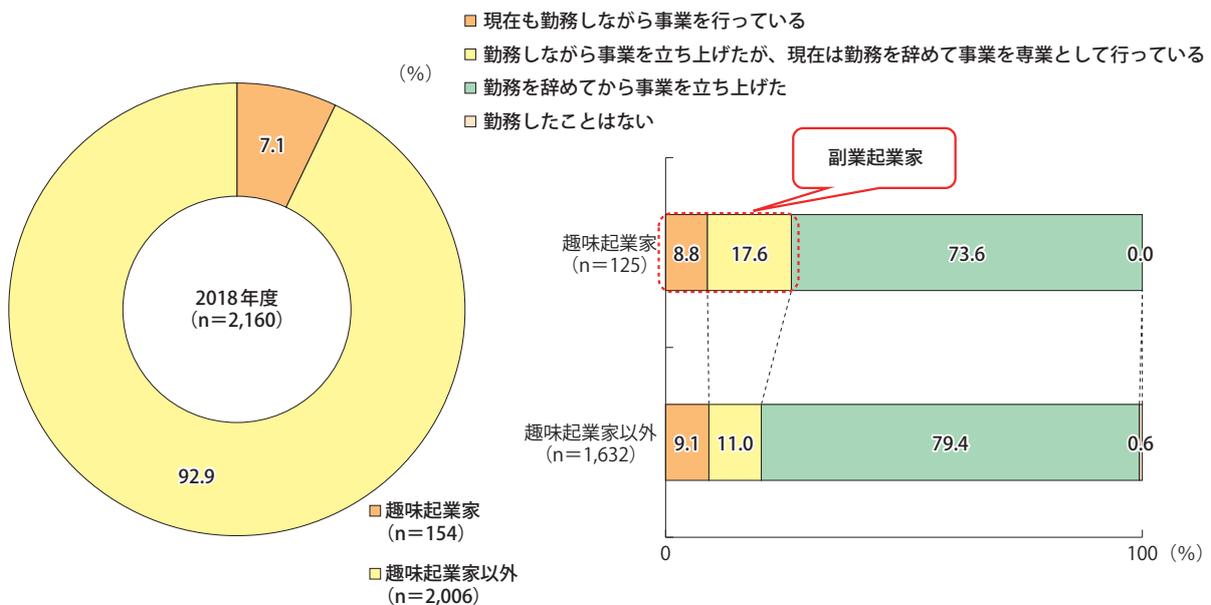
## 趣味起業家

前掲第2-2-44図で示したように、副業として事業を行う理由として、「趣味や特技を生かせるから」という項目が2番目に多い回答となっている。今後、働き方改革の進展により、本業以外に費やすことが可能な時間が増えてゆき、本業で就業しつつ事業を行う者が増えることも想定される。

このような中、事業を始める理由を「趣味を生かしたい」とする起業家も少なからず存在するのではないかと。本コラムでは、(株)日本政策金融公庫総合研究所で1991年より実施する「新規開業実態調査」において、開業動機を「趣味や特技を生かしたかった」と回答した企業を「趣味起業家」と定義した分析について取り上げる<sup>20</sup>。

まずは、「趣味起業家」の概要について見ていく。「趣味起業家」の起業家全体に占める割合は7.1%と少数派であることが分かる。また、事業を立ち上げた時点で副業していた起業家の割合は26.4%であり、趣味起業家以外の起業家に比べて副業として事業を開始した者の割合が高いことが分かる(コラム2-2-4①図)。

コラム2-2-4①図 趣味起業家の割合と副業起業の状況



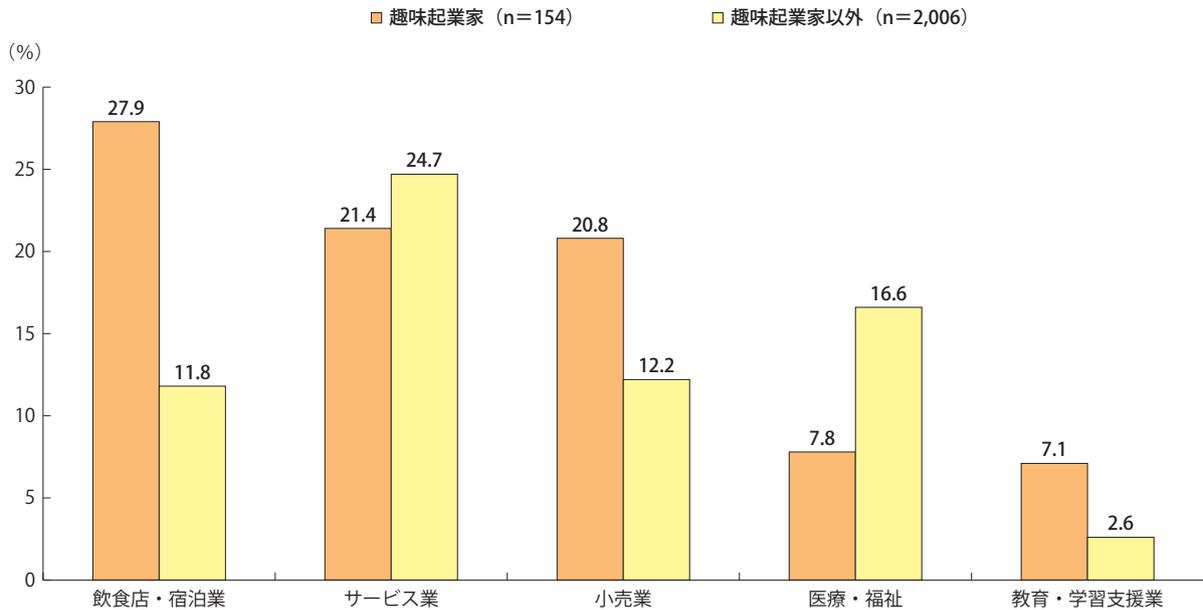
資料：(株)日本政策金融公庫総合研究所「2018年度新規開業実態調査(特別調査)」(2018年7月)より中小企業庁作成

(注)ここでいう「趣味起業家」とは、開業動機について「趣味特技を生かしたかった」と回答した企業をいう。

次に、趣味起業家が選択した開業業種は、「飲食店・宿泊業」が最も割合が高い。また、「飲食店・宿泊業」と「小売業」については、趣味起業家以外に比べて差が大きいことが分かる(コラム2-2-4②図)。

20 (株)日本政策金融公庫総合研究所が、2018年7月に日本政策金融公庫国民生活事業が2017年4月から同年9月にかけて融資した企業のうち、融資時点で開業後4年以内の企業(開業前の企業を含む)10,642社を対象に行ったアンケート調査。

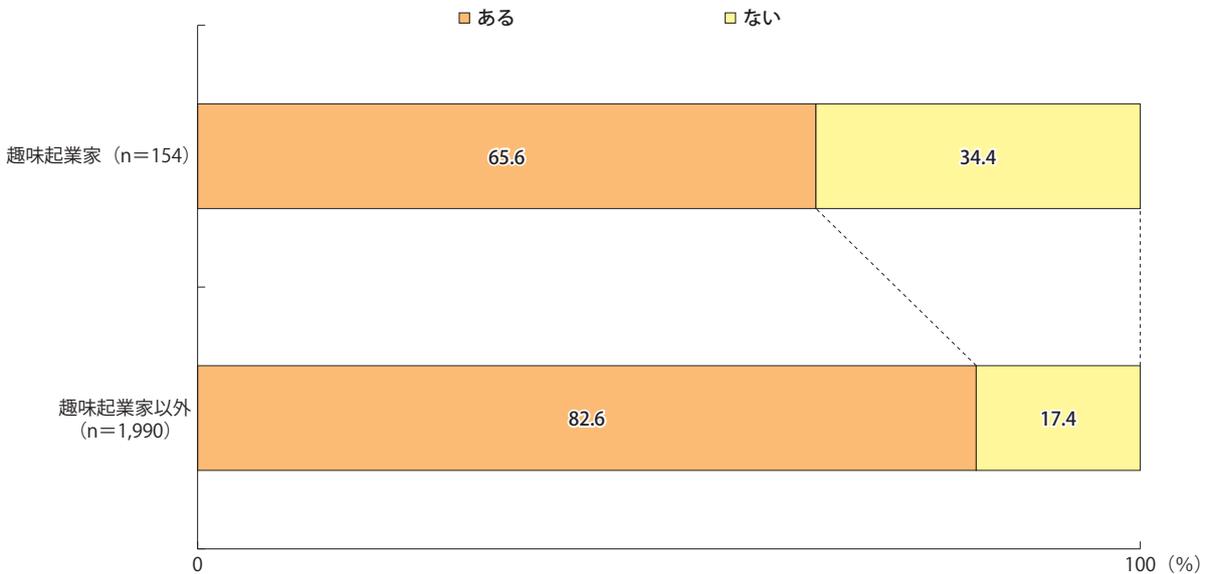
コラム2-2-4②図 趣味起業家の開業業種



資料：(株)日本政策金融公庫総合研究所「2018年度新規開業実態調査(特別調査)」(2018年7月)より中小企業庁作成  
 (注)1. ここでいう「趣味起業家」とは、開業動機について「趣味特技を生かしたかった」と回答した企業をいう。  
 2. 趣味起業家の回答割合が高い上位5項目について表示している。

他方、現在の事業に関連する仕事をした経験のある割合について見ると、趣味起業家は、趣味起業家以外に比べて低い傾向にある。つまり、経験のない業種で開業する者が多いことが分かる(コラム2-2-4③図)。

コラム2-2-4③図 現在の仕事に関連する仕事をした経験

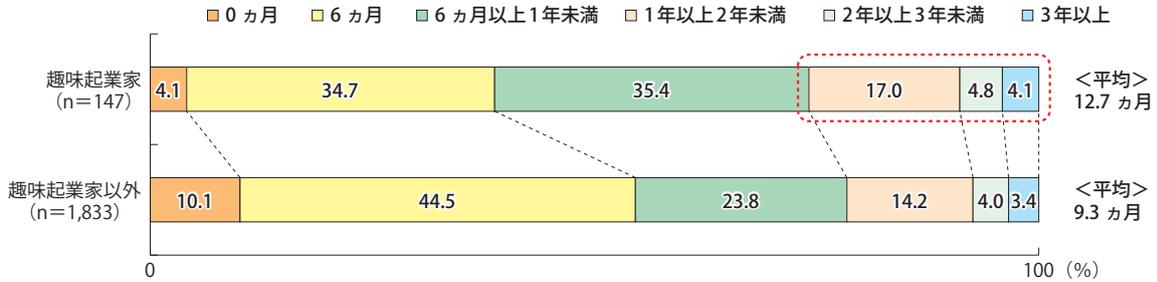


資料：(株)日本政策金融公庫総合研究所「2018年度新規開業実態調査(特別調査)」(2018年7月)より中小企業庁作成  
 (注)ここでいう「趣味起業家」とは、開業動機について「趣味特技を生かしたかった」と回答した企業をいう。

さらに、開業準備期間と開業計画書の作成について見ていく。趣味起業家は、趣味起業家以外に比べて、準備期間を長くっており、1年以上準備に費やす者も25%以上いることが分かる。また、開業計画書を作成している割合が約7割と、趣味起業家以外の場合に比べて高いことが分かる（コラム2-2-4④図）。

コラム2-2-4④図 開業準備期間と開業計画書の作成

(1) 開業準備期間



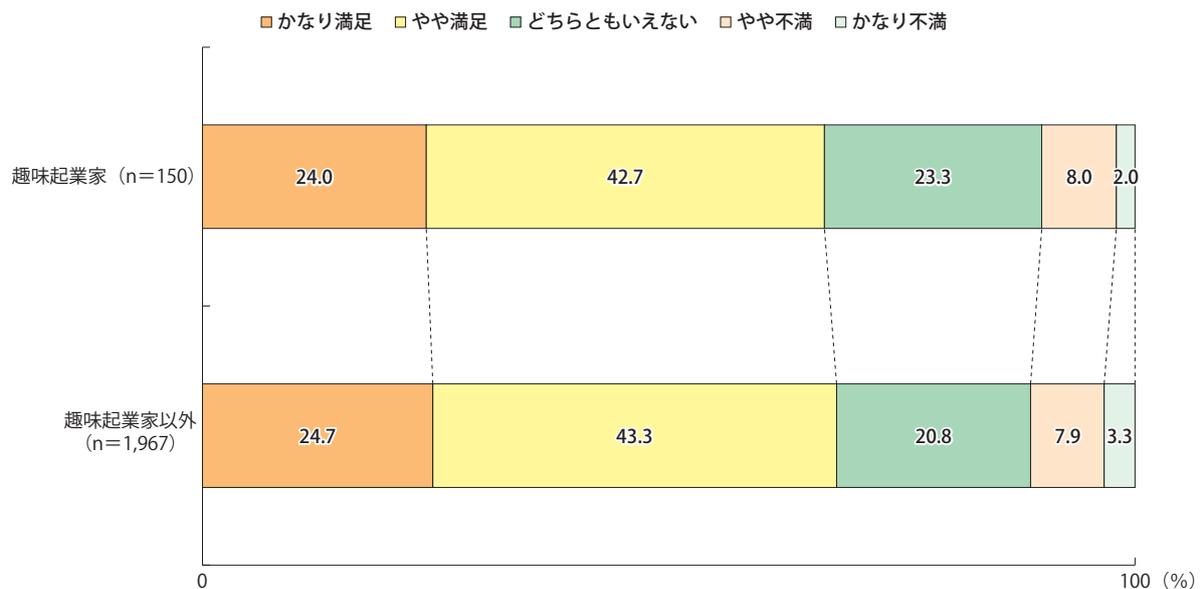
(2) 開業計画書の作成



資料：(株)日本政策金融公庫総合研究所「2018年度新規開業実態調査（特別調査）」（2018年7月）より中小企業庁作成  
 (注)1. ここでいう「趣味起業家」とは、開業動機について「趣味特技を生かしたかった」と回答した企業をいう。  
 2. 開業準備期間は、事業の開始年月から具体的な開業準備の開始年月を引いた期間。

最後に、趣味起業家の現在の満足度を見てみる。「かなり満足」と「やや満足」と回答した割合は、趣味起業家以外と比べても遜色なく、約2/3の趣味起業家が事業について満足していることが分かる（コラム2-2-4⑤図）。

コラム2-2-4⑤図 総合的な満足度



資料：(株)日本政策金融公庫総合研究所「2018年度新規開業実態調査（特別調査）」（2018年7月）  
 (注) ここでいう「趣味起業家」とは、開業動機について「趣味特技を生かしたかった」と回答した企業をいう。

以上、本コラムでは、「趣味起業家」について、それ以外の起業家と比較しながら見てきた。趣味や特技をいかし起業をしたいと考える者も少なからず存在し、その中では副業として事業を開始する者が多いことが分かった。また、趣味起業家は、それまでに経験したことのない業種を選択する者の割合が趣味起業家以外に比べて高い。他方、開業までの準備期間は趣味起業家以外に比べて長くとっていることが分かった。さらに、開業計画書の作成についても趣味起業家以外に比べて実施している割合が高く、開業に向け用意周到に準備を行っているといえる。

今後、このような起業家の存在も認識されることで、新たな起業希望者や起業家が生まれてくることにも期待し、本コラムの結びとしたい。

## 2 成長過程における課題

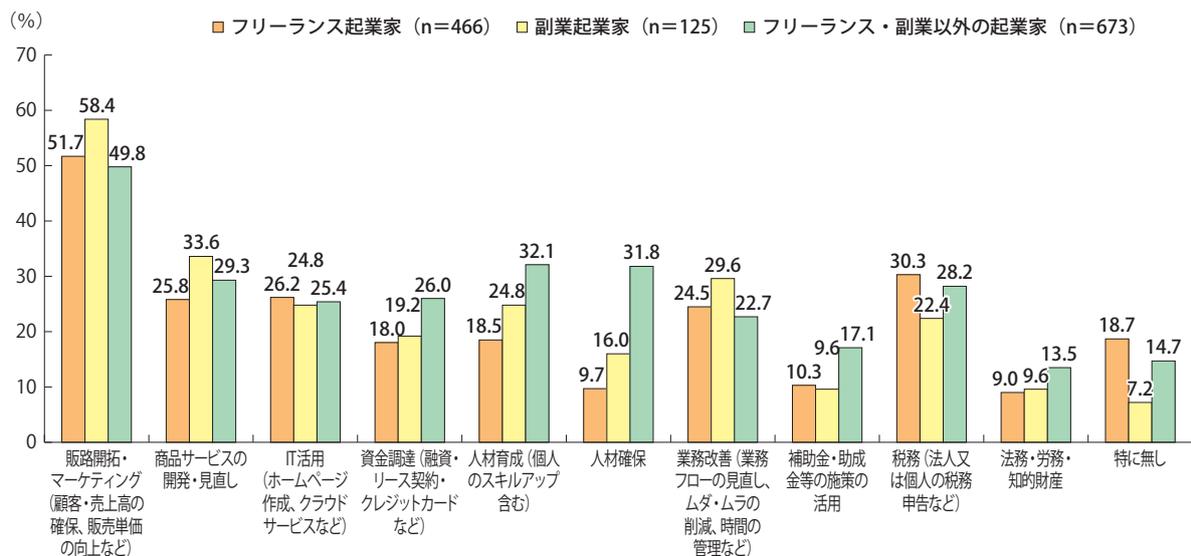
前項では、雇用面での拡大や副業を本業に移行することを成長の一つと捉え、その実態について確認してきた。これを受け本項では、成長志向を有する起業家（以下、「成長志向型起業家」という。）について詳しく見ていく。

まず、第2-2-45図は成長志向型起業家の経営課題について見たものである。これを見ると、いずれのタイプの起業家も「販路開拓・マーケティング」と回答する者が最も多く、「人材確保」や

「補助金・助成金等の施策の活用」以外には大きな差異はないことが分かる。

次に、成長志向型起業家が経営課題について相談したことがある相手について見てみる（第2-2-46図）。副業起業家は、「友人・知人」という身近な存在を相談相手にする割合が相対的に高い。また、フリーランス起業家及び副業起業家は、これら以外の起業家に比べて、支援機関を活用していないことが見て取れる。

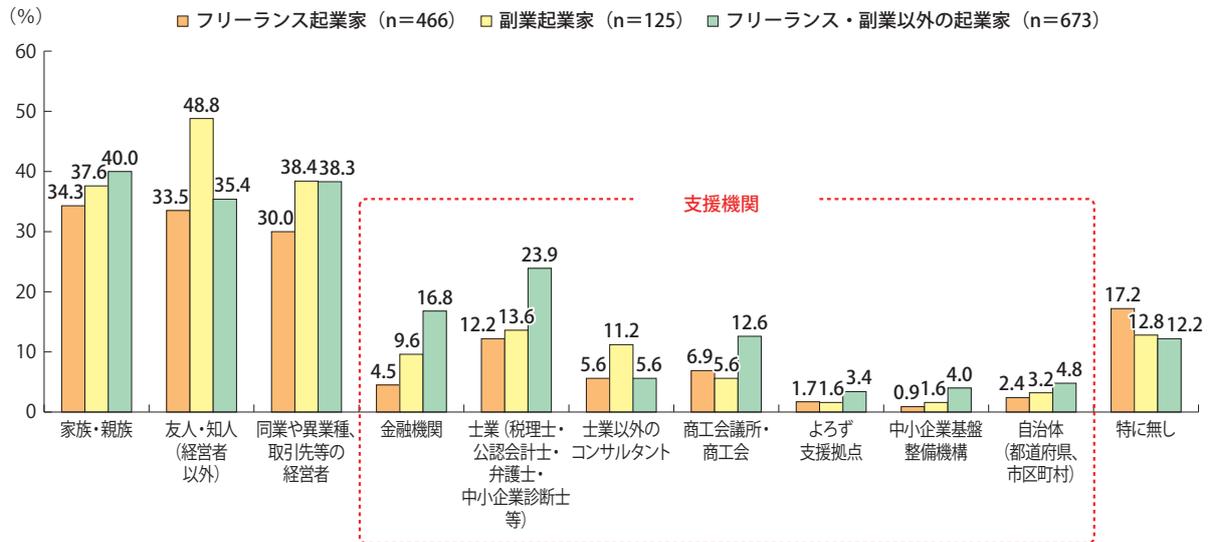
第2-2-45図 類型別に見た、成長志向型起業家の経営課題



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

- (注) 1. ここでは、売上高又は雇用に関する現在目指している成長タイプについて、「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者について集計している。  
 2. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。  
 3. 「その他」の項目は表示していない。

## 第2-2-46図 類型別に見た、成長志向型起業家の経営課題の相談相手



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

(注)1. ここでは、売上高又は雇用に関する現在目指している成長タイプについて、「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者について集計している。

2. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

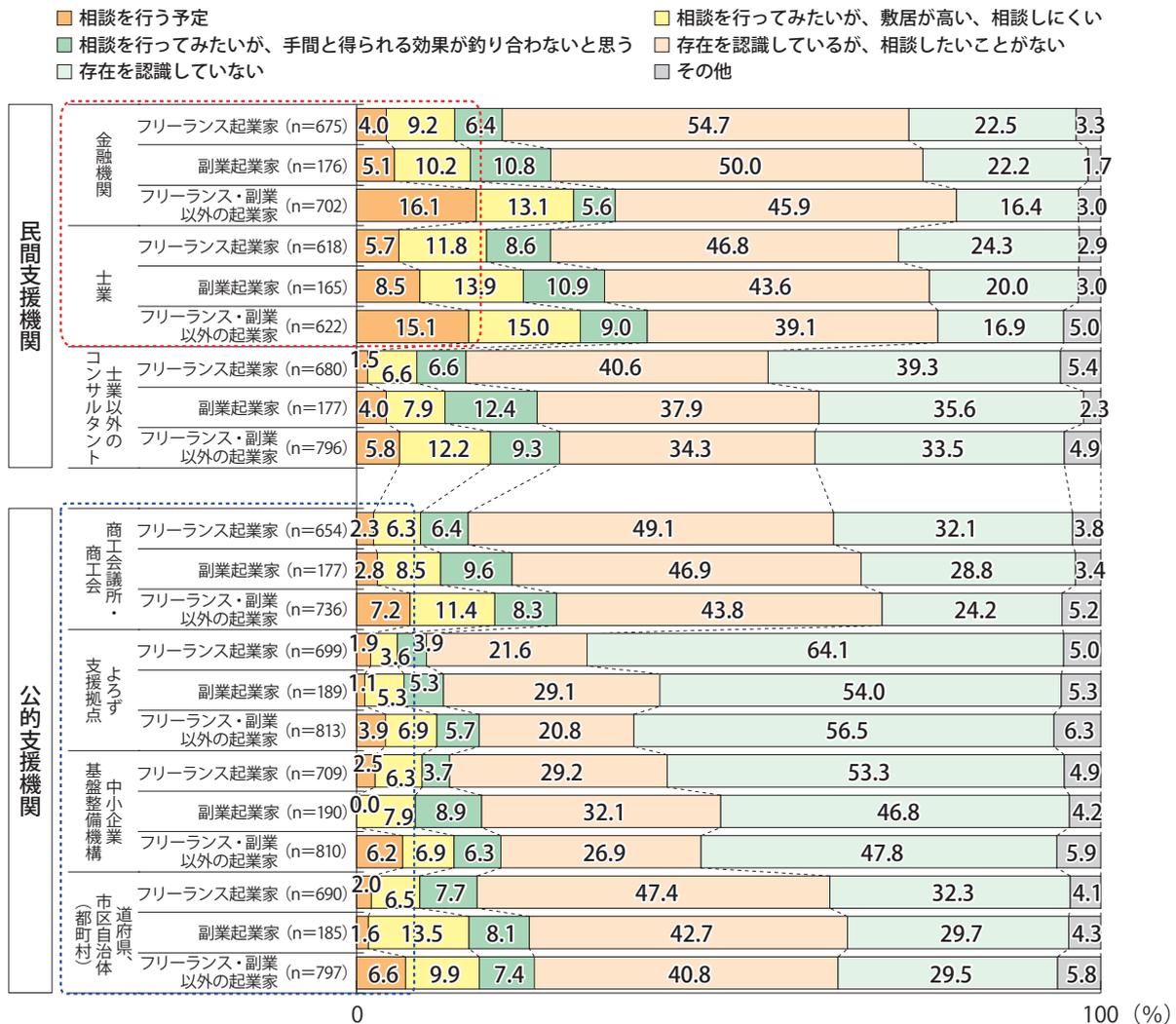
3. 「その他」の項目は表示していない。

さらに、第2-2-47図は、今後、経営課題を相談してみたい相談相手について見たものである。全体として、金融機関や士業などの民間支援機関に相談してみたいと回答する者が多い。また、「相談を行う予定」と回答した者に着目すると、民間支援機関及び公的支援機関のいずれも、フリーランス起業家及び副業起業家の回答割合は、フリーランス・副業外の起業家に比べて低水準に

とどまっていることが分かる。

民間支援機関に比べて、公的支援機関について「存在を認識していない」と回答する起業家は多い。したがって、公的支援機関は、民間支援機関と連携を深め、各類型の起業家に対して存在を認知してもらうことや、どのような相談をできるのかなど周知活動をしていくことが重要といえよう。

## 第2-2-47図 今後、経営課題を相談してみたい相談相手



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

(注) 1. 起業後から現在に至るまでに感じた経営課題について「特に無し」と回答した者以外について集計している。

2. 過去に経営課題の相談を行ったことのある相手は、集計対象としていない。

最後に、起業家が自身の能力開発などについてどのような意識を持っているかを分析する。第2-2-48図は、成長志向型の起業家が事業運営を成功させるために必要であると考えた知識・スキルについて見たものである。

まず「必要性を感じており、既に取り組んでいる」知識・スキルについては、いずれのタイプの起業家も「事業に関する専門知識」の割合が最も高く、次いで「事業に関する実務経験」となっている。

他方、「必要性を感じているが、まだ取り組んでいない（どう取り組んでいいかわからない）」

知識・スキルについては、いずれのタイプの起業家も「企業経営（事業運営）に関する財務・税務・法務等専門知識」の割合が最も高い。なお、「人脈をつくる能力」については、フリーランス起業家が第2位となったが、その他二つの起業家については、第4、5位と低い回答割合となっている。

以上より、事業に関する専門知識や実務経験については、事業を営む上で必要不可欠なものであり、既に取り組んでいる割合が高いのは当然の結果ともいえるが、事業を拡大することを志向する起業家にとっては、企業経営に関する専門知識の不足が課題と認識しているものと推察される。

第2-2-48図 成長志向型起業家が必要だと思う知識・スキル

(1) 必要性を感じており、既に取り組んでいる

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
フリーランス起業家 (n=466)	事業に関する 専門知識やスキル (46.8%)	事業に関する 実務経験 (43.1%)	人脈をつくる能力 (32.8%)	顧客・取引先との 折衝能力 (31.1%)	企業経営(事業 運営)に関する 実務経験 (27.5%)
副業起業家 (n=125)	事業に関する 専門知識やスキル (44.0%)	事業に関する 実務経験 (40.0%)	人脈をつくる能力 (36.8%)	顧客・取引先との 折衝能力 (28.8%)	企業経営(事業 運営)に関する 実務経験 (22.4%)
フリーランス・副業以外の起業家 (n=673)	事業に関する 専門知識やスキル (43.4%)	事業に関する 実務経験 (40.4%)	顧客・取引先との 折衝能力 (38.0%)	人脈をつくる能力 (35.2%)	リーダーシップ (32.2%)

(2) 必要性を感じているが、まだ取り組んでいない(どう取り組んでいいかわからない)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
フリーランス起業家 (n=466)	企業経営(事業 運営)に関する 財務・税務・ 法務等専門知識 (42.7%)	人脈をつくる能力 (41.8%)	企業経営(事業 運営)に関する 実務経験 (37.6%)	金融機関・投資家 との折衝能力 (35.6%)	顧客・取引先との 折衝能力 (34.5%)
副業起業家 (n=125)	企業経営(事業 運営)に関する 財務・税務・ 法務等専門知識 (46.4%)	企業経営(事業 運営)に関する 実務経験 (44.8%)	金融機関・投資家 との折衝能力 (44.8%)	顧客・取引先との 折衝能力 (43.2%)	人脈をつくる能力 (39.2%)
フリーランス・副業以外の起業家 (n=673)	企業経営(事業 運営)に関する 財務・税務・ 法務等専門知識 (42.2%)	企業経営(事業 運営)に関する 実務経験 (41.8%)	金融機関・投資家 との折衝能力 (39.2%)	人脈をつくる能力 (38.9%)	顧客・取引先との 折衝能力 (33.0%)

資料：三菱UFJリサーチ&amp;コンサルティング(株)「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」(2018年12月)

(注)1. ここでは、売上高又は雇用に関する現在目指している成長タイプについて、「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者について集計している。

2. 各項目について「必要性を感じており、既に取り組んでいる」、「必要性を感じているが、まだ取り組んでいない」、「必要性を感じているが、どう取り組んでいいかわからない」、「必要性を感じていない」、「既に獲得・取得済み」、「必要かどうか分からない」という選択のうち、(1)は「必要性を感じており、既に取り組んでいる」。(2)は「必要性を感じているが、まだ取り組んでいない」又は「必要性を感じているが、どう取り組んでいいかわからない」と回答した者について集計している。

3. 選択肢は、「事業に関する専門知識やスキル」、「事業に関する実務経験」、「企業経営(事業運営)に関する財務・税務・法務等専門知識」、「企業経営(事業運営)に関する実務経験」、「リーダーシップ」、「顧客・取引先との折衝能力」、「金融機関・投資家との折衝能力」、「人脈をつくる能力」がある。

4. 起業家ごとに、回答割合が高い上位5項目を表示している。

### 3 まとめ

本節では、フリーランスとして事業を開始し、雇用を拡大している者が約2割いること、また、副業として起業した者のうち、約7割が本業への移行を果たしていることがうかがえた。また、上記の成長を果たしている起業家は、起業家全体と比べ、起業時の売上高及び雇用に関して、成長志向型の割合が高いことも分かった。

他方、成長志向型起業家が抱える経営課題は、類型別に見た場合でも「販路開拓・マーケティング」が最も多い点で共通していることが分かっ

た。また、この経営課題の相談相手は、フリーランス起業家や副業起業家において、いわゆる支援機関の活用が進んでいないことも明らかになった。さらに、今後経営課題を相談してみたい相談相手について確認したところ、公的支援機関の認知度の低さが目立つ結果となった。

今後、フリーランス起業家や副業起業家などの多様な起業家が増えていくことが予想される中、これらが抱える経営課題は、その他の起業家と同質であり、従来の支援機関での対応も可能と考え

られる。したがって、これらの起業家を対象に重要な要件であると推察される。  
かに認知度を上げ、活用のきっかけを作るのが重

## 事例 事例2-2-7：WA babywrap

## 「看護師の傍ら起業し、よろず支援拠点などの支援を受けることで、本業への移行を果たした個人事業者」

石川県金沢市のWA babywrap（従業員なし、個人事業者）は、オリジナル抱っこ紐の企画・販売を手掛ける個人事業者である。

元々看護師であった代表の須佐瞳氏は、長男出産前の産休中に「もっとシンプルな抱っこ紐で、育児を楽に、楽しくテンションが上がるものにしたい。」と考え、2015年からオリジナル抱っこ紐を作り始めた。ある日、自作の抱っこ紐を着けて出掛けていたところ、ママ友から「私にも作って欲しい。」と依頼されたことをきっかけに、副業として制作・販売を開始した。

当初は趣味感覚で始めて、現在の形になるまで3か月、素材の吟味に2年を要した。その後、口コミやSNSの活用などにより徐々に注文が伸びて行き、須佐代表のみでの対応が困難となっていたが、「私の抱っこ紐で子育て支援をしたい。」という経営理念とも言うべき強い思いが支えとなり、事業を継続していた。その頃から、「本格的に事業化し、きちんとしたものを作りたい。」という思いが芽生え、事業を通じて構築した人脈に加え、発明協会に特許出願、よろず支援拠点に販路開拓や生産委託の相談を

行うなど、支援機関も積極的に活用し、事業活動を強化していった。須佐代表は「自分が本当にやりたいことや経営理念を深めることに加え、地元新聞などメディアへの露出の提案や生産委託先の紹介など、よろず支援拠点には適切な相談対応をしてもらえた。」と当時を語る。

その後、更なる注文増加にも恵まれ、やりがいが増す一方、副業での事業継続に限界を感じていた。転機を迎えたのは2018年11月に石川県への転居が決まったことだった。既に本業の看護師以上の収入が期待できるようになったこともあり、抱っこ紐の事業を本業に移行する決意をした。

事業を本格化した現在は、須佐代表自身が企画デザインや広報に今以上に専念するため、製造・販売業務を委託できる新たなビジネスパートナーを見つけて、事業をさらに拡大していく方針である。

須佐代表は、「思いがあれば人はつながる。考え過ぎないで、まずはやってみることが重要。自らが動き、支援機関を始め周囲の協力を得ることで、自分が本当にやりたいことは実現できる。」と起業を目指す人にメッセージを送る。



製品使用例（須佐代表）



試着体験会の様子

## 第4節 フリーランス起業家の実態とフリーランス活用

前節までフリーランス起業家を他の起業家と比較しながら捉えてきたが、本節ではフリーランスに焦点を当て、フリーランス起業家の取引の実態

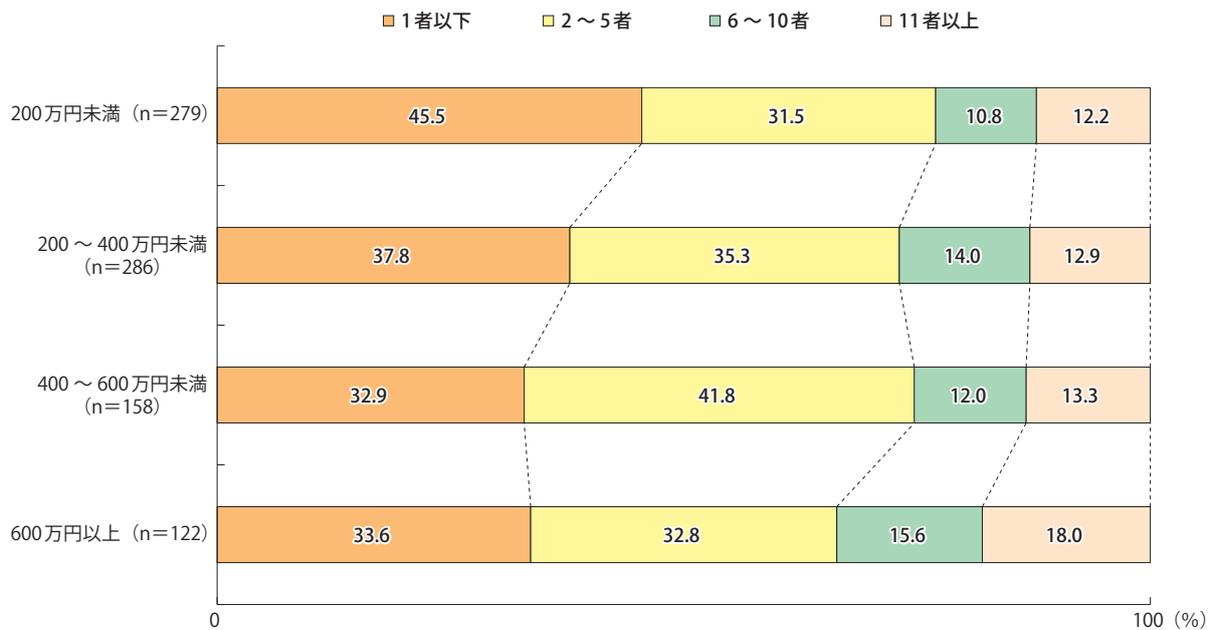
と、起業家によるフリーランスの活用の実態について見ていく。

### 1 フリーランス起業家の取引の実態

第2-2-49図は、個人年収別の取引者数を示している。フリーランスといっても事業内容がそれぞれ異なるため一概にはいえないが、個人年収200万円未満の層は、他と比べて取引先数が1者

以下と回答する者が多く、また、年収が高くなるにつれて取引先数が多くなる傾向にあることが分かる。

第2-2-49図 個人年収別に見た、フリーランス起業家の取引者数（直近1年間）

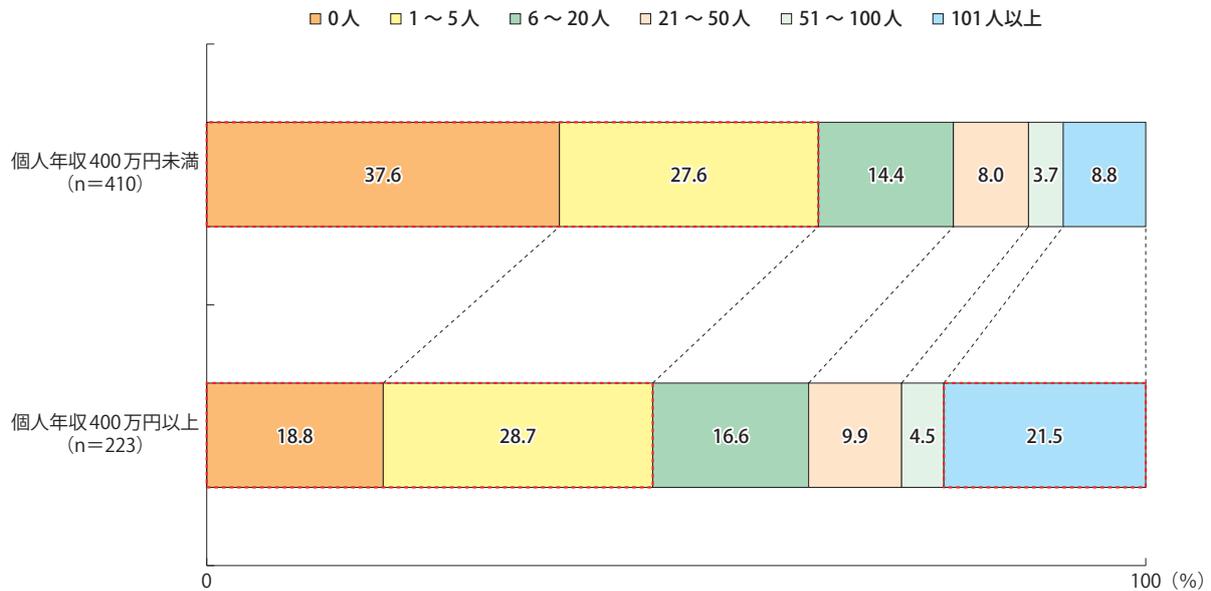


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
（注）「フリーランス起業家」について集計をしている。

次に、第2-2-50図は、年収を400万円で区切り、主な取引先の従業員規模を示したものである。これを見ると、個人年収が高いフリーランス

起業家の方が、従業員規模の大きい取引先を有している傾向にある。

第2-2-50図 個人年収別に見た、フリーランス起業家の主な取引先の従業員規模

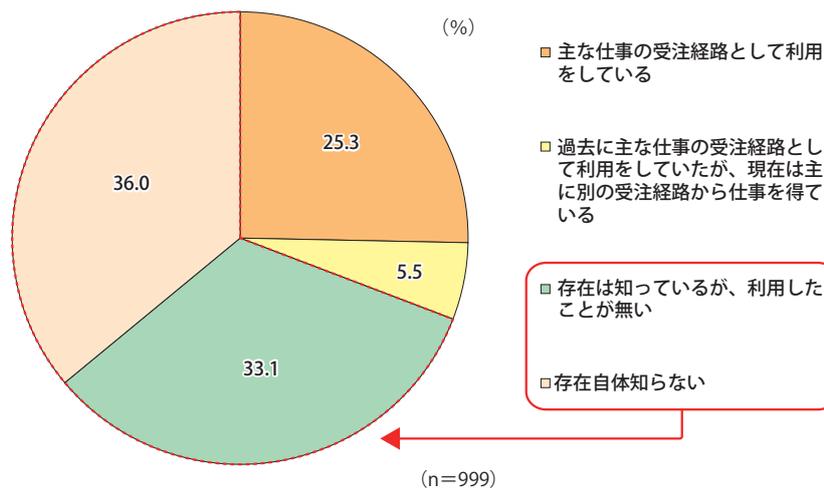


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注)1.「フリーランス起業家」について集計している。  
 2.「分からない」と回答した者を除いて割合を算出している。

続いて、第2-2-51図は、フリーランス起業家における受注先の仲介サービスなどの利用状況について見たものである。仲介業者や仲介サービスなどを経由して取引先を探す者は3割弱にとど

まっており、「存在は知っているが、利用したことが無い」や「存在自体知らない」と回答した者が約7割と大半を占めていることが分かる。

第2-2-51図 フリーランス起業家の仲介業者や仲介サービス等の利用状況



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注)「フリーランス起業家」について集計している。

## 2 起業家によるフリーランス活用の実態とその課題

本項では、フリーランスとして起業する者が今後も増加することが予想される中、本章で定義する起業家によるフリーランスの活用実態や、その課題などについて分析していく。

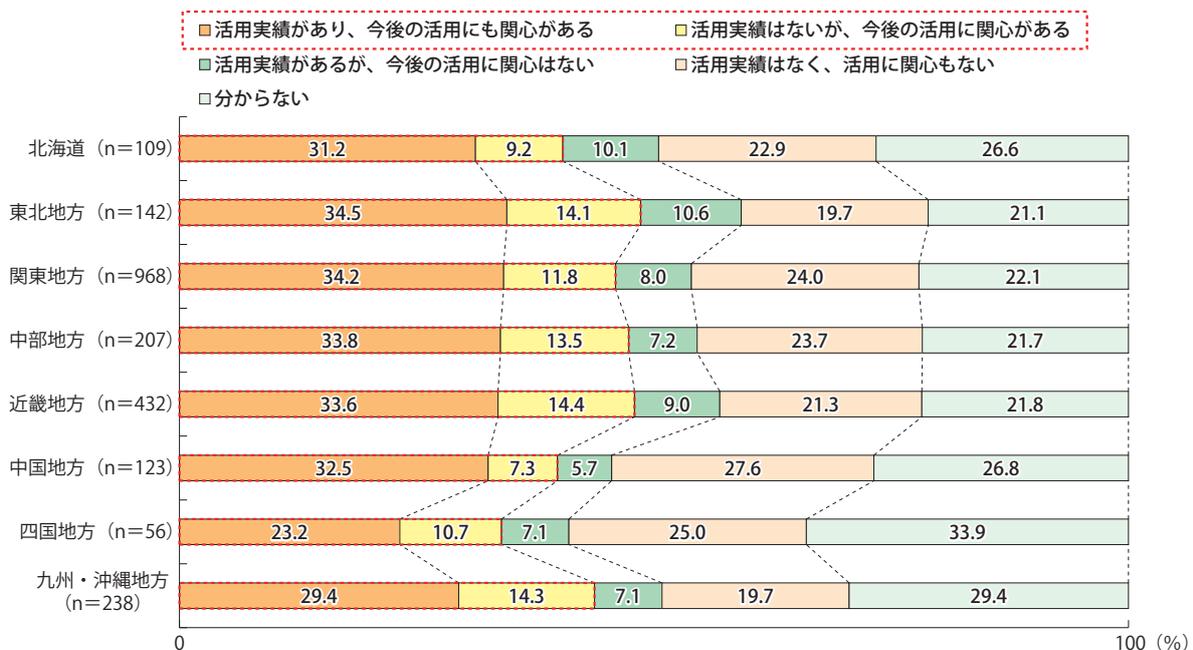
### ① 起業家によるフリーランス活用の実態

まず、フリーランスの活用実績及び活用意向について、起業家の所在地域別に見てみる（第2-2-52図）。活用実績があると回答した者（「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」又は「活用実績があり、今後の活用にも関心はない」）は、

中国地方、四国地方、九州・沖縄地方を除く6地域で4割を超えており、また、活用した事業者の多くが引き続き関心を持っていることが分かる。

また、「活用実績はないが、今後の活用に関心がある」と回答した者の割合も各地で1割前後存在し、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」と回答した者と併せれば、いずれの地域の起業家においても、今後のフリーランス活用への関心が4割前後となっていることが分かる。

第2-2-52図 起業家の所在地域別に見た、フリーランスの活用実績・意向

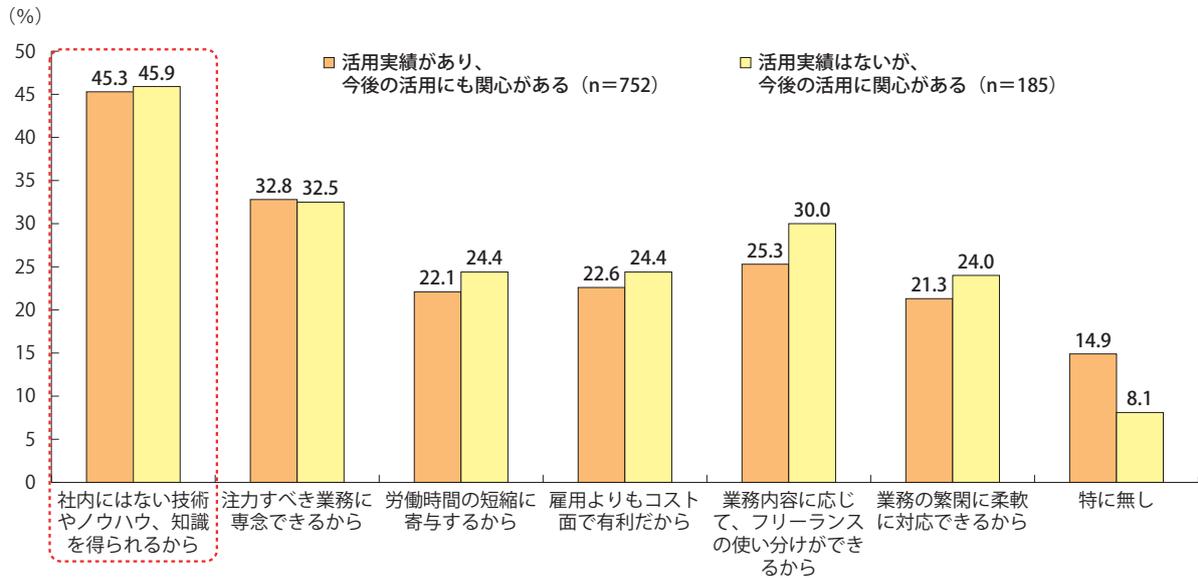


資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 （注）地域区分は、経済産業局の管轄地域の区分として集計している。

次に、第2-2-53図は、フリーランスの活用意向がある起業家の活用目的を、活用実績別に見たものである。これを見ると、いずれも「社内にはない技術やノウハウ、知識を得られるから」と回

答する者が最も多いことが分かる。また、活用実績がある者と活用実績がない者を比べると、活用の目的に大きな差異はない。

第2-2-53図 起業家によるフリーランス活用の目的



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

(注)1. フリーランスの活用実績と今後の利用意向について、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」、「活用実績があるが、今後の活用に関心はない」、「活用実績はないが、今後の活用に関心がある」、「活用実績はなく、活用に関心もない」、「わからない」という選択肢のうち、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」と、「活用実績はないが、今後の活用に関心がある」と回答した者を集計対象としている。

2. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

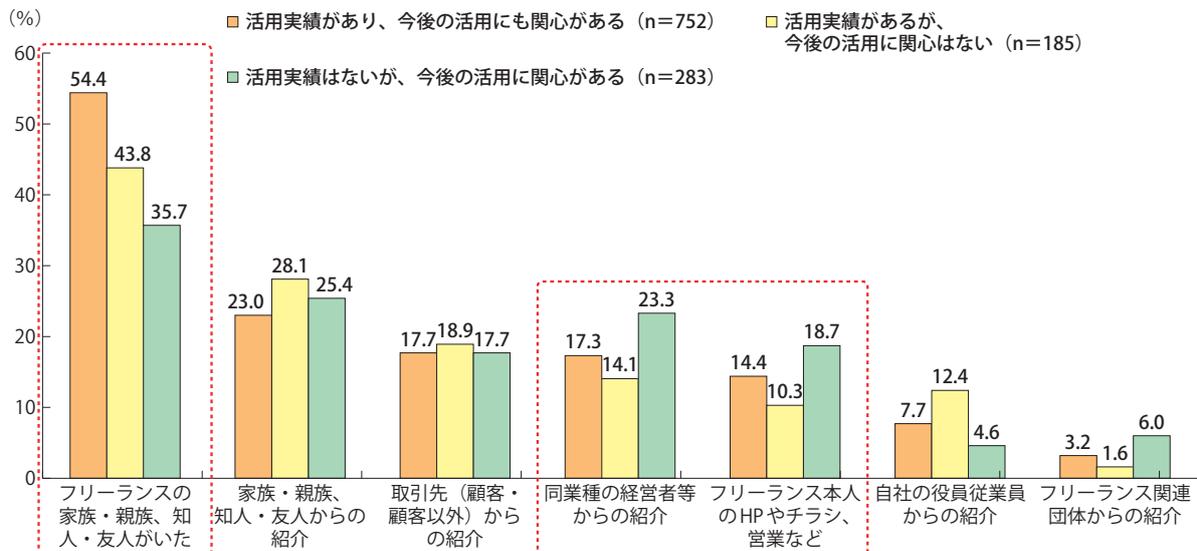
3. 「その他」の項目は表示していない。

第2-2-54図は、フリーランスの探し方を活用実績及び活用意向別に見たものである。実際にフリーランスを活用した実績がある者は、家族や親族、知人・友人などの身近な人がフリーランスであるケースが多いことが分かる。

他方、フリーランスの「活用実績はないが、今

後の活用に関心がある」者は、その他の者に比べて、「同業者の経営者等からの紹介」や「フリーランス本人のHPやチラシ、営業など」といった外部の者やサービスといった紹介ルートを頼りたいと考える者が多いことが分かる。

第2-2-54図 フリーランスの活用実績・意向別に見た、フリーランスの探し方



資料：「三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）」

(注)1. フリーランスの活用実績と今後の利用意向について、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」、「活用実績があるが、今後の活用に関心はない」、「活用実績はないが、今後の活用に関心がある」、「活用実績はなく、活用に関心もない」、「わからない」という選択肢のうち、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」又は「活用実績があるが、今後の活用に関心はない」、「活用実績はないが、今後の活用に関心がある」と回答した者を集計対象としている。

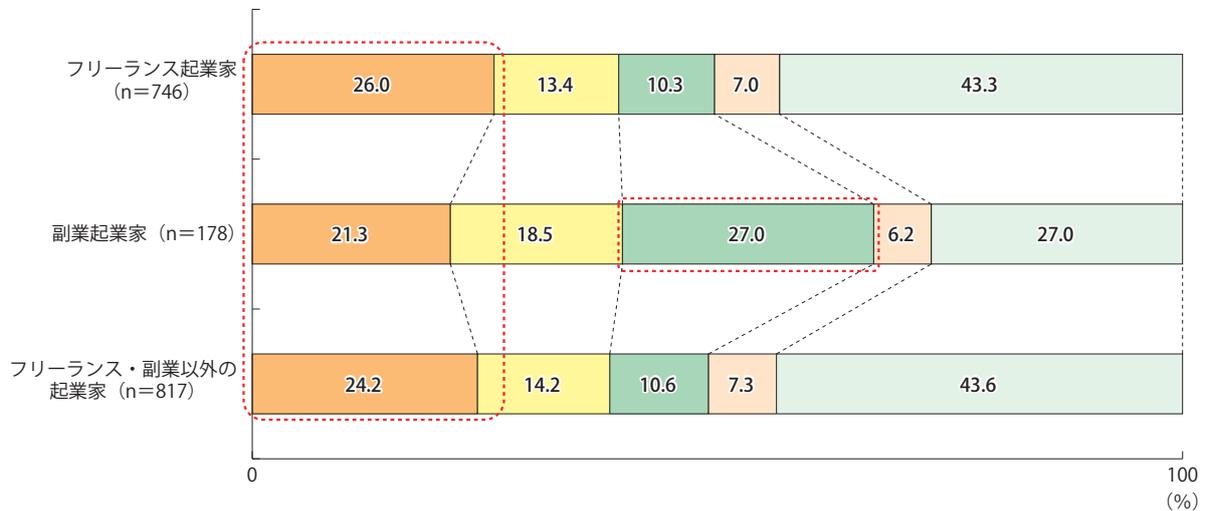
2. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

今後、副業としてフリーランスとなる者が増えていくことも予想される中、起業家の持つ副業フリーランスに対する最も強い印象を第2-2-55図で確認する。いずれのタイプの起業家においても、「本業で得た鮮度の高い知見、技術、ノウハウを生かしたサービスの提供が期待できる」と回答す

る者が2割以上いることが分かる。他方、副業として事業を行う点で、副業フリーランスと同じ境遇である副業起業家については、「本業を持つため、副業に従事する時間に制約がある」という回答が他の起業家に比べて多い。

## 第2-2-55図 類型別に見た、副業フリーランスの印象

- 本業で得た鮮度の高い知見、技術、ノウハウを生かしたサービスの提供が期待できる
- 本業を持つため、報酬について柔軟に相談できる
- 本業を持つため、副業に従事する時間に制約がある
- 本業を持つため、利害関係や情報漏洩について留意する必要がある
- 特にイメージが無い・分からない・その他



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 （注）フリーランスの活用実績と今後の活用意向について、「わからない」と回答した者以外を対象に集計している。

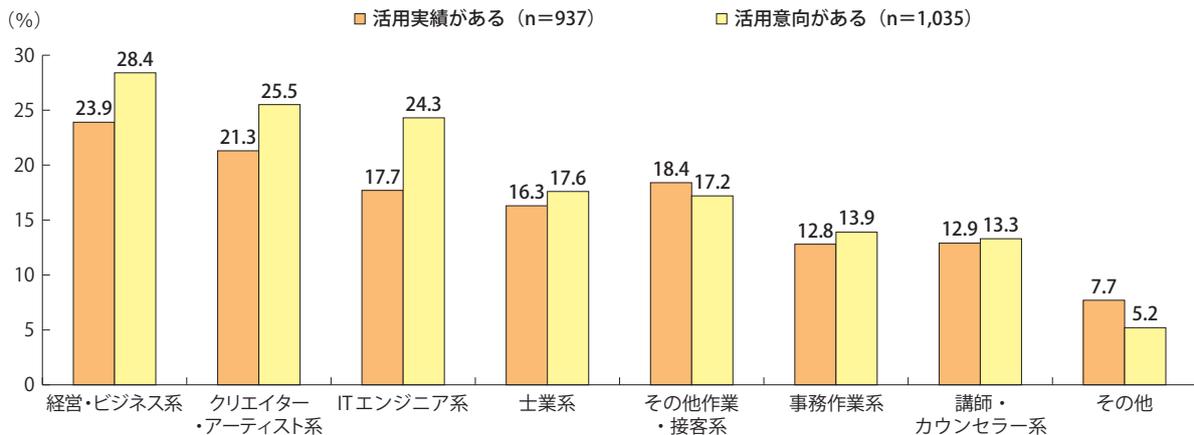
## ②活用実績及び活用意向があるフリーランスのサービス分野

第2-2-56図では、活用実績と活用意向別に、フリーランスのサービス分野を確認する。これを見ると、活用実績と活用意向のいずれの観点においても「経営・ビジネス系」の回答が最も多く、次いで「クリエイター・アーティスト系」となっている。また、活用意向が示されたサービス分野

については、「ITエンジニア系」の回答が、活用実績のあるサービス分野に比べて相対的に多いことが分かる。

この結果から、「経営・ビジネス系」、「クリエイター・アーティスト系」及び「ITエンジニア系」のサービス分野の活用は、今後も進んでいく可能性があるといえよう。

第2-2-56図 活用実績及び活用意向別に見た、フリーランスのサービス分野



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

(注)1. ここでいう「活用実績がある」とは、フリーランスの活用について、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」又は「活用実績があるが、今後の活用に関心はない」と回答した者をいい、「活用意向がある」とは、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」又は「活用実績はないが、今後の活用に関心がある」と回答した者をいう。

2. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

3. 各サービス例については以下のとおり。

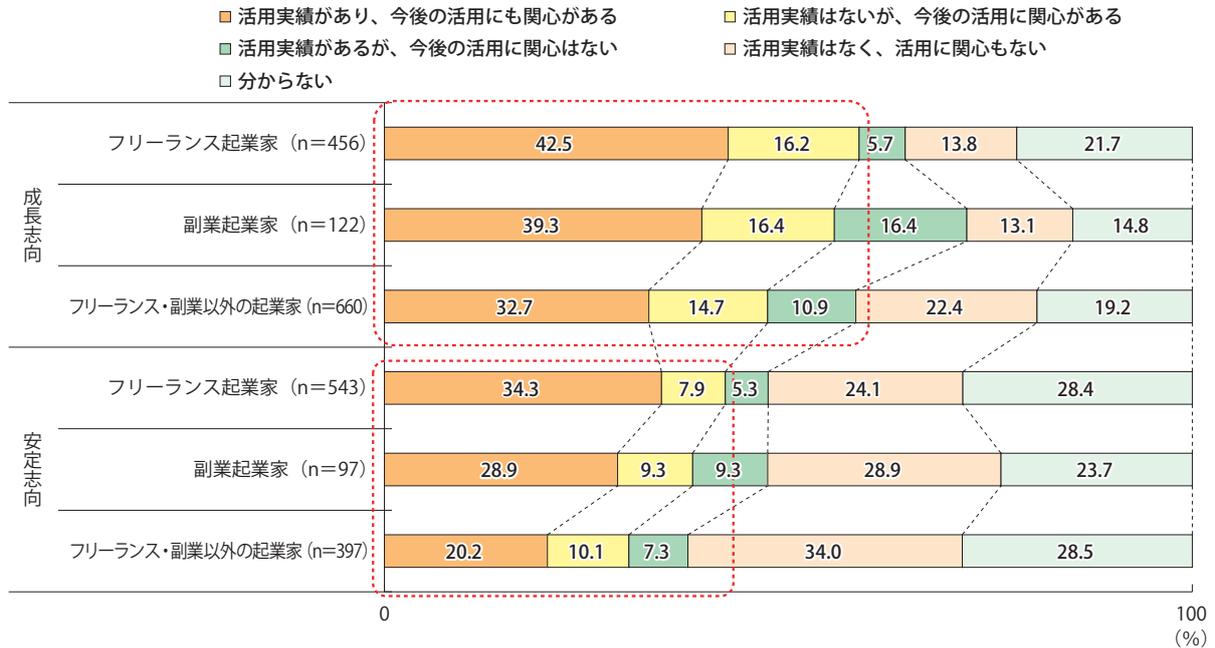
- ・経営・ビジネス系：経営企画、新規事業開発、人事、経理・財務、法務、広報、マーケティング、営業など
- ・ITエンジニア系：システムエンジニア、プログラマーなど、
- ・クリエイター・アーティスト系：Webデザイナー、ライター、イラストレーター、翻訳・通訳、カメラマン、スタイリストなど、
- ・事務作業系：データ入力、書類作成、電話・メール対応など、
- ・士業系：弁護士、司法書士、行政書士、税理士、弁理士、公認会計士、中小企業診断士、社労士、建築士など
- ・講師・カウンセラー系：セミナー・塾講師、スポーツトレーナー、各種カウンセラーなど
- ・その他作業・接客系：店舗接客サービス、工事・建設現場作業、警備など

### ③ 起業家の成長意向別に見たフリーランスの活用実績と活用意向

ここでは、売上高又は雇用に関する成長意向の強さによってフリーランスの活用実績や活用意向に違いがあるかを見ていく（第2-2-57図及び第

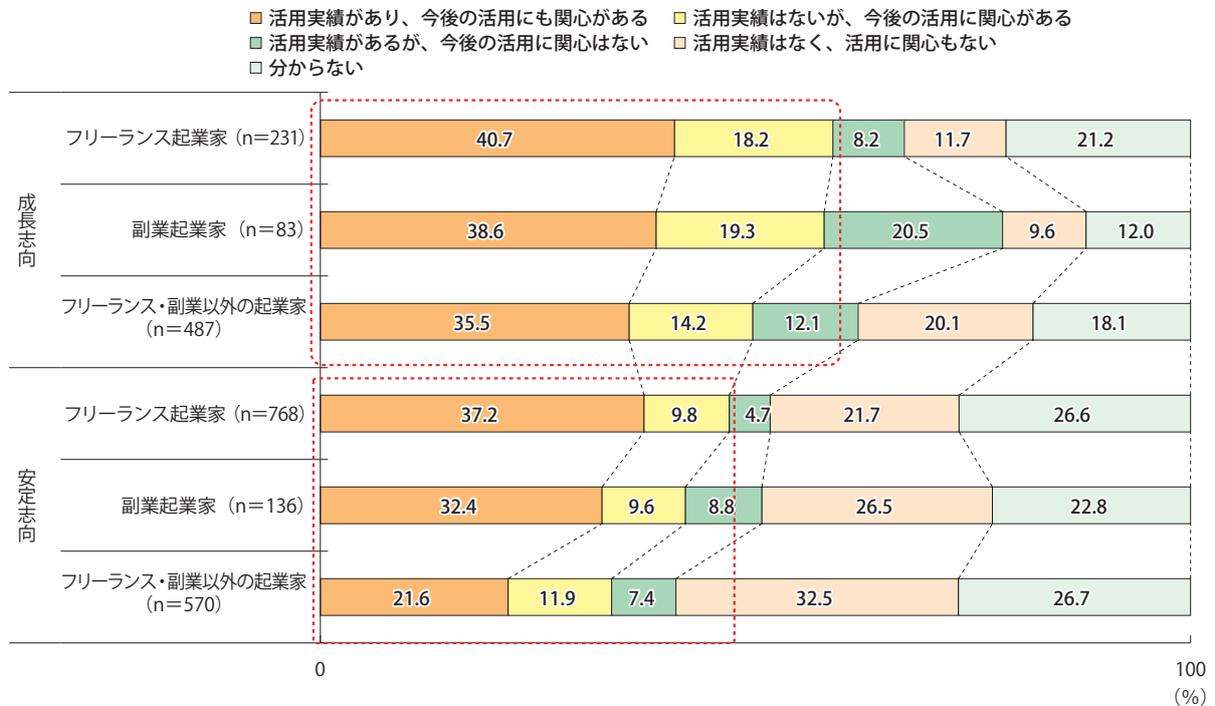
2-2-58図）。売上高と雇用のいずれにおいても、成長志向型の起業家の方が、安定志向型の起業家に比べて、フリーランスを活用しており、今後の活用意向がある者の割合が高いことが分かる。

第2-2-57図 成長意向別に見た、フリーランスの活用実績・意向（売上高）



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注) ここでは、売上高に関する現在目指している成長タイプについて「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者を「成長志向」、「拡大を意図しない（事業の継続を重視する）」と回答した者を「安定志向」としている。

第2-2-58図 成長意向別に見た、フリーランスの活用実績・意向（雇用）



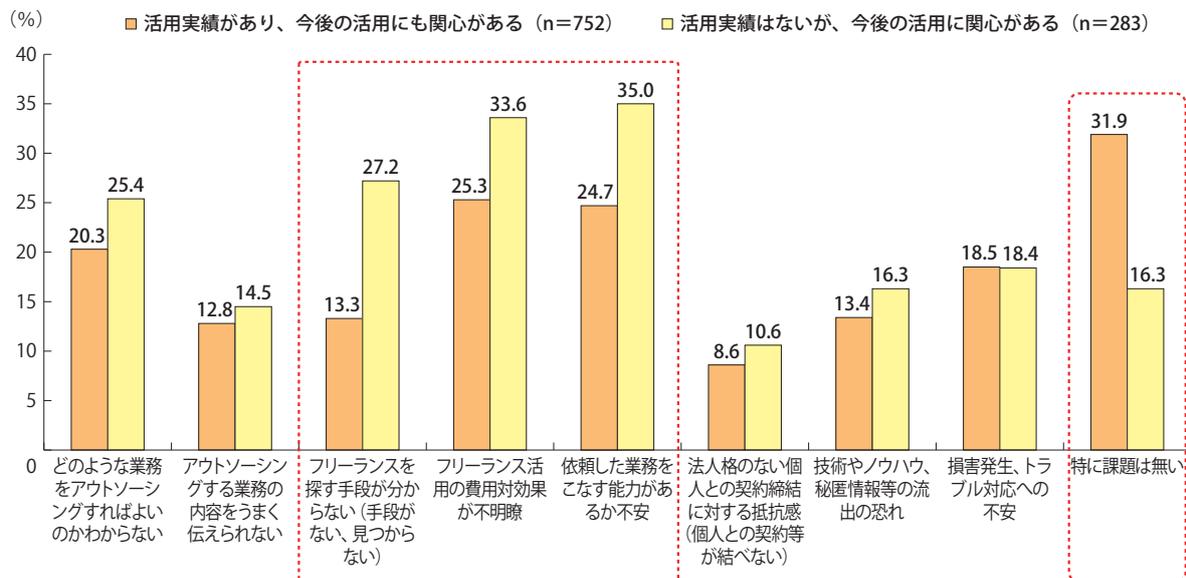
資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）  
 (注) ここでは、雇用に関する現在目指している成長タイプについて「短期間で拡大させる」又は「中長期的かつ安定的に拡大させる」と回答した者を「成長志向」、「拡大を意図しない（事業の継続を重視する）」と回答した者を「安定志向」としている。

## ④ 起業家によるフリーランス活用の課題

最後に、起業家がフリーランスを活用する際に対峙する課題や懸念について見ていく（第2-2-59図）。フリーランスの活用に関心がある起業家のうち、活用実績のある者は「特に課題は無い」と回答する者が多い一方、活用実績がない者は、「フリーランスを探す手段が分からない」、「フ

リーランス活用の費用対効果が不明瞭」、「依頼した業務をこなす能力があるか不安」など、主に情報不足に起因すると考えられる課題や懸念を感じていることが分かる。この点については、まずは1回活用してみることで、解消される点も多いものと考えられる。

第2-2-59図 フリーランスを活用する際の課題や懸念



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株）「中小企業・小規模事業者における経営者の参入に関する調査」（2018年12月）

(注)1. フリーランスの活用実績と今後の利用意向について、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」、「活用実績があるが、今後の活用に関心はない」、「活用実績はないが、今後の活用に関心がある」、「活用実績はなく、活用に関心もない」、「わからない」という選択肢のうち、「活用実績があり、今後の活用にも関心がある」と、「活用実績はないが、今後の活用に関心がある」と回答した者を集計対象としている。

2. 複数回答のため、合計は必ずしも100%にはならない。

3. 「その他」の項目は表示していない。

## 3 まとめ

以上、本節ではフリーランス起業家の取引実態と、本章で定義する起業家によるフリーランス活用実績と活用意向について分析を行ってきた。

まず、フリーランス起業家を個人年収を軸に区分すると、個人年収が高い方が取引者数が多く、主な取引先の従業員規模も大きい傾向にあることが分かった。

次に、起業家によるフリーランスの活用については、実績として約4割の起業家が活用実績を有

し、活用意向についても約4割の起業家が今後の活用に関心を示す結果となった。また、成長意向型起業家の方が、安定志向型起業家に比べて活用意向が高いことも分かった。他方、活用したことがない者は、フリーランスの探し方や、その費用対効果、業務遂行能力などの情報不足により生じるものを課題・懸念として挙げていることが明らかになった。

## 事例 事例2-2-8：株式会社ベジタル

## 「経営課題の解決に多様な外部専門家の知見を活用し成長する企業」

群馬県前橋市の株式会社ベジタル（従業員1名、資本金300万円）は、移動出店型のスープショップの運営と妊婦向けのスープなどの企画販売をする企業である。

代表の宮川修一氏は、大学院修了後に外食産業に就職し、商品開発や製造技術を担当したが、より顧客の顔が見える仕事がしたいと起業に関心を持つようになった。

しかし、経営ノウハウがない中で、いきなり会社を辞めて起業することはリスクが高いと判断し、2011年に副業として起業。開業費用は寸胴なべやテント購入の約5万円。勤務先の休日を活用して、屋外イベントでの規格外の野菜を使ったスープの販売から開始した。

その後、妻の妊娠をきっかけに、妊婦向け食品がマーケットにあまりない事に気付き、妊婦向けスープの開発に着手した。商品コンセプトのみではあったが展示会で商社や通販会社などにプレゼンをすると好評を博し、事業化を確信できたため、勤務先を退職し、2015年に法人化に踏み切った。

開発に際しては、管理栄養士の監修や産婦人科病院の協力、独自に実施した3,000人へのアンケートデータ、地元のよろず支援拠点からのデザインや知的財産に関する助言を基にして、約6か月間をかけ

て主力商品「マタニティスープ」の開発に成功した。

一方、販売当初はインターネット通販に絞っていたため、1年ほどは売上が伸びず資金面で苦労した。その後、インターネット通販が軌道に乗ると卸売業者への販売にも進出したが、業界慣習に明るくないために闇雲な営業に走ってしまい、苦戦を強いられた。

そこで宮川氏は、スポットコンサルティングのマッチングプラットフォーム「ビザスク」<sup>21</sup>を用いて、営業職の勤務者やギフト業界の経営者など、販売を本業にしている専門家2名への相談を実施。その結果、適切な提案先やその業界の慣習などの業界ノウハウ・知見を得ることで、成約できることが増えていった。

現在は、国内大手通販事業者のカタログへの商品掲載も決まり、さらに海外との商談も進んでいる。今後従業員を採用する局面では、製造や配送などの業務は提携先に任せ、商品企画などのコア業務に人員を集中させられる企業にしていきたいという。

「専門知識に基づく助言も然ることながら、実務家から業界の生きた知見や情報を得られることは、起業家にとって大変有益である。」と宮川氏は語る。



移動出店型のスープショップ



マタニティスープ

21 「ビザスク」は東京都目黒区に所在する株式会社ビザスク（従業員76名、2013年10月サービス提供開始）が運営する、幅広い業種・業態のビジネスパーソンを擁したスポットコンサルティングのマッチングプラットフォーム。企業や個人の経営上の課題に1時間単位で助言を依頼することが可能。

## 事例 事例2-2-9：株式会社スペースRデザイン

「フリーランスを『コントリビュート社員』として活用し、  
人材・組織・事業の成長を図る企業」

福岡県福岡市の株式会社スペースRデザイン（従業員9名、資本金1,000万円、以下、「同社」という。）は、吉原住宅有限会社（従業員5名、資本金500万円）の二代目代表取締役である吉原勝己氏が、60年以上経過したビンテージ不動産を再生・プロデュースする事業を独立させ、2008年に設立した企業である。また、同氏は、地方で不動産再生に取り組む若手人材を支援する事業も関係会社で手掛けている。

同社の事業は、不動産のハード面のリノベーションだけでなく、入居者同士の交流を促し、コミュニティを醸成するソフト面も含めたデザイン・コンサルティングを行う点に特長を有している。当該事業は先行者がいないため、事業を成長・成功させるためには人材の成長が不可欠であり、人材育成が最重要の経営課題となっている。

そうした中で、同社では、現在を第二創業期と位置づけ、社員が自身の成長に留まらず、社員同士が互いに連動することで組織として成長することを目指している。この目標を実現するために、専門知識を有するフリーランスなどを「コントリビュート社

員」と称して活用している。コントリビュート社員は、労働時間を一定割合に抑えているものの、会社の将来を担う存在であると位置づけ、外部の有識者としてではなく、あくまでも社員と同じ立場で語れる存在として働いてもらっている。

現在は、コミュニティデザインで豊富な実績を有するフリーランスと、組織・人材マネジメントに長けた不動産企業の社長候補者を副業人材として活用している。この2名の活用には、「同社に対して外部から刺激を与えてもらうことで、個々の社員を組織の成長を担う存在にして欲しい」という狙いがあるという。また、遠方に引っ越すことになった社員に対しては、テレワークの活用により雇用を継続するなど、柔軟な雇用に対する取組にも熱心だ。

吉原社長は、「フリーランスを始めとする優秀な人材の能力を中小企業が完全に使いこなすことは難しく、一部を分けて貰うくらいが丁度よい。今後は、弊社社員にも『二足の草鞋』を履いて外部とつながってもらい、個人と組織の成長を、社会の成長につなげていきたい」と同社の将来像を語っている。



外部人材を含めた会議風景



リノベーションミュージアム冷泉荘

コラム

2-2-5

「中核人材確保スキーム事業」について

中小企業庁では、中小企業の人手不足についてこれまで「中小企業・小規模事業者の人手不足対応研究会（平成28年度）」や、「我が国産業における人材力強化に向けた研究会（中核人材確保WG）（平成29年度）」と有識者を委員に迎え、議論を重ねてきた。

一口に人手不足と言っても、業種・事業規模が様々な中小企業において必要な人材は様々である。特に、経営課題を解決するような中核人材の確保に当たっては、まずは、中小企業の経営課題を明確にすることが重要である。

先述の研究会では、「経営課題の明確化～人材像の明確化～フォローアップ」といった中小企業が踏むべき五つのステップを明らかにした。さらに、「中核人材確保スキーム事業（以下、「本事業」という。）」では、当該研究会で議論された「中小企業と人材をつなぐ仲介支援機関」などの課題も含め、中核人材確保の新たな可能性について実証・検証している。

●仲介支援機関について

平成30年度予算事業の本事業の目的は、五つのステップをシームレスに行うことなど、四つの条件（以下、コラム2-2-5①図のA～D）を満たした仲介支援機関の創出である。

コラム2-2-5①図 本事業の概要図



本事業では、七つの仲介支援機関（コンソーシアム含む）を採択した（コラム2-2-5②図）。様々な仲介支援機関が、各々テーマを掲げ、中小企業の中核人材確保に取り組んできた。

この取組からは、まず地域の中小企業で中核人材確保を実現していくには、中小企業側の理解増進や経営課題の掘り起こしが重要といえる。また、人材側の母集団の醸成など取り組むべき課題はあるが、本事業の成果を踏まえ、取組が他地域・他機関に展開されていくことも重要といえる。

コラム2-2-5②図 本事業で実施する七つの仲介支援機関の概要

機関名	実証テーマ
中核人材確保支援事業コンソーシアム共同企業体 (代表幹事) 公益財団法人大阪市都市型産業振興センター テクノロジーシードインキュベーション株式会社	中小企業への経営コンサルティング・人材採用支援を通し、「事業承継に関する課題を解決する人材」の確保を支援するスキームの構築
一般社団法人 大阪労働協会	中小企業の求人難における課題（魅力発信・採用力強化）の解決を目的とした、大企業 在籍専門人材（広報・人事）を多様な形態で活用する人材確保スキームの構築
国立大学法人信州大学	首都圏中核人材への実践型リカレント教育と客員研究員制度を活用した、地方大学による 中核人材定着エコシステムの構築
パーソルキャリア株式会社	NPO法人や地場支援機関等の中間機関と連携した、民間人材サービス企業による専門 家活用（業務委託契約による顧問人材活用）モデルの構築
株式会社ビズリーチ	スタートアップ等を目指す人材と人材確保を図る中小企業を「兼業・副業」で結びつけ る人材確保スキームの構築
一般社団法人RCF	中間支援団体が中心となって「地域の人材活用チーム」を構築し、地域ぐるみで中核人 材を採用～育成する地域人材活用ネットワーク体制の確立
株式会社YMFG ZONE プランニング	金融機関ネットワーク・事業性評価を活用し、人材に関する課題を抱える地域中小企業 に対する包括的支援を目指した、副業等を含む多様な人材確保スキームの構築

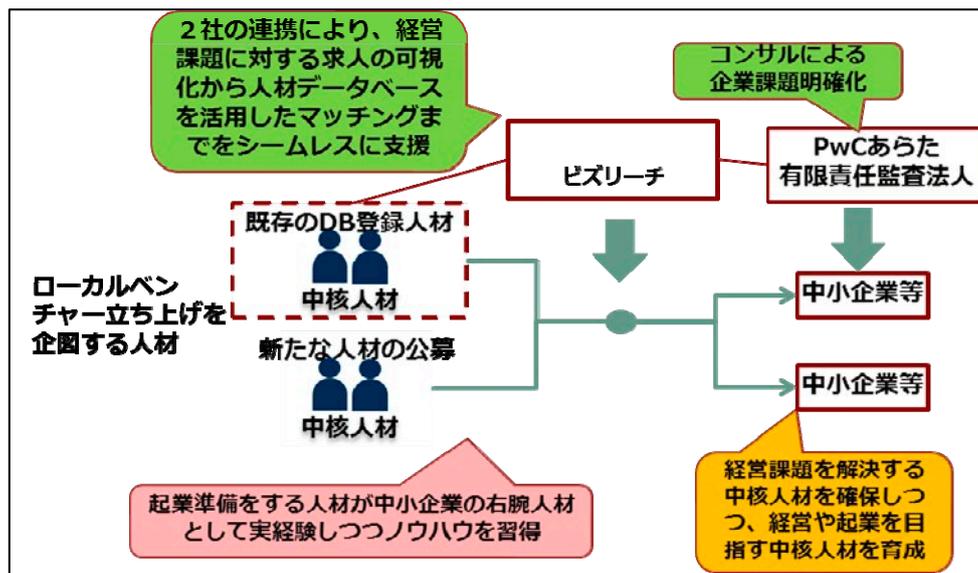
### ●起業を準備する人材と人材確保を図る中小企業を「兼業・副業」で結びつける人材確保スキームの構築

本事業では、中核人材確保の方策として、フルタイムに拘らず、兼業・副業も含めた取組を実施することとした。ここでは、兼業・副業での経営課題解決の取組が進められているビズリーチの例を以下に示したい（コラム2-2-5③図）。

ビズリーチでは、『新しいスタイルの副業・兼業を実践してみませんか。副収入を得るためだけでなく、スキルを提供するだけでもない。「経営陣の右腕」として、ビジネスの成長と自分自身の成長に挑戦できる、ベンチャー企業の副業・兼業の求人を集めました。』といったメッセージを自社HPで発信したところ、成約人数32名（17社）に対し、約2,000名の応募が寄せられるなど、大きな成果を上げた（コラム2-2-5④図）。

また、今回の取組に兼業・副業を含めたことにより、人材側にとっては「地方であれば転勤などが生じるところ、リモートや出張で関わることができ、フルタイムに比べるとハードルが低いこと」、中小企業側にとっては「ハードルを下げることで、フルタイムでは応募して来ない優秀な人材に興味関心を持ってもらえること」などの成果が確認された。

コラム2-2-5③図 スタートアップなどを目指す人材と人材確保を図る中小企業「兼業・副業」で結びつける人材確保スキームの概要図



コラム2-2-5④図 取組成果と事例（瀬戸内うどんカンパニー株式会社）

1. 取組成果		
（2019年1月末現在）		
成約人数	社数	応募者数
32名	17名	2,023名

2. 事例	
<p><b>瀬戸内うどんカンパニー㈱ 香川県三豊市</b></p>	
<p><b>事業内容</b></p>	<p>「瀬戸内」と「うどん」という、全国区で認知されるキーワードを切り口に持続可能な地域社会づくりに取り組む民間型の地域商社。多様な地域資源を発掘し世の中のニーズを掛け合わせ、地域の素材を生かした商品のプロデュースや観光商品開発を行う。 ①ツーリズムの商品開発 ②加工流通 物流連携</p>
<p><b>課題</b></p>	<p>今後事業を拡大するにあたり、より多くの方々を巻き込むために業務スキームの確立や業務プロセスの整理、収益拡大のための戦略立案が急務となっているが、これを推進する代表の参謀が不在。</p>
<p><b>募集</b></p>	<p><b>販路開拓戦略プロデューサー（結果的に採用した人材）</b> ⇒市内観光施設の新規飲食店立ち上げプロデューサー</p>
<p><b>業務内容</b></p>	<p>代表の参謀として、市内観光施設の立ち上げプロジェクトに従事。今後は関わるプロジェクトを拡大し、ターゲットや分野ごとに既存のステークホルダーをとりまとめ、戦略立案までを幅広く担当頂く。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商品開発事業の収益構造の確立</li> <li>業務プロセスの構築、仕組化</li> <li>仕組化に必要な規約・ルール等の整備</li> <li>事業の成長戦略のプロデュース</li> </ul>
<p><b>進捗状況</b></p>	<p>応募数：93名 選考ステータス：就業（2名） 詳細： 30代男性Tさん、PR戦略およびフランチャイズ店舗戦略の企業勤務。以前も起業経験があり、この経験を期に再度起業を検討中。 40代男性Nさん、シェフ及び飲食業界勤務。店舗マネジメント経験者。今後のキャリアの幅を広げるため、新しい経験の機会を求めてエントリー。</p>

最後に、本取組を通して、中小企業の中核人材確保を実現するとともに、起業を目指す人材側にとっても中小企業の経営課題解決といった経験を通じて、将来的な起業という夢を実現する第一歩つながることを期待したいと願い、本コラムの結びとする。

## コラム

2-2-6

## フリーランスの活用におけるポイント

本節では起業家によるフリーランス活用の実態や課題について見てきたが、起業家に限らず中小企業・小規模事業者がフリーランスなどの外部人材をうまく活用すれば、経営の幅を広げ、効率を上げることも可能になるだろう。その際に抑えておくべきポイントが、フリーランス協会<sup>22</sup>の「フリーランス白書2019」で解説されている。

まず、フリーランス活用のためには以下の八つのポイントが重要であるという（コラム2-2-6①図<sup>23</sup>）。

## コラム2-2-6①図 フリーランス活用のための八つのポイント

- |   |   |
|---|---|
| <p><b>1) 課題/目的の明確化</b><br/>解決したい課題や目的を明確化した方が活用の効果を得やすい。</p>                            | <p><b>5) 成果を出すために必要な情報共有</b><br/>リモートでの業務遂行をするフリーランスも多いため、必要な情報を必要ときに得られる環境を整えることも必要。</p> |
| <p><b>2) 適切な報酬設定</b><br/>目的に合致し、求める成果を得るためには、適切な報酬設定が重要。</p>                            | <p><b>6) 対等な関係性</b><br/>「単なる下請け」ではなく、「課題解決を共に行う対等なパートナー」として対応することが好ましい。</p>               |
| <p><b>3) 業務内容・ゴール・期待値の明確化</b><br/>依頼する業務内容やゴール、期待値を整理し、言語化した上で相互確認することが重要。</p>          | <p><b>7) 能力発揮しやすい社内体制</b><br/>フリーランス人材の活用に関する社内周知など、社内の環境醸成が必要。</p>                       |
| <p><b>4) 柔軟なワークスタイル</b><br/>入社せずリモートでの業務遂行をはじめとする多様なワークスタイルを許容すると、優秀なフリーランスを獲得しやすい。</p> | <p><b>8) 定期的なフィードバック</b><br/>成果に対するフィードバックは、最終的な成果の質やフリーランス本人の活動意欲を高めることが期待できる。</p>       |

また、本文中の第2-2-59図で示したとおり、フリーランスを活用する企業側は、「アウトソーシングする業務の内容をうまく伝えられない」や「依頼した業務をこなす能力があるか不安」、「フリーランスを探す手段が分からない」といった課題を抱えている。そうした課題を解決するには、企業が依頼したい業務を遂行でき、期待する成果をあげられるフリーランスを探し、選ぶためのサービスの活用も有効だろう。以下に掲載する図（コラム2-2-6②図）は、フリーランス人材と企業のマッチングを行うプラットフォームやエージェントを取りまとめたものである。フリーランスに仕事を依頼する際に、活用されたい。

22 一般社団法人プロフェッショナル&パラレルキャリア・フリーランス協会。

23 「フリーランス白書2019」の第5章「企業がフリーランスを効果的に活用するために」を要約。

コラム2-2-6②図 フリーランス・副業人材サービス職種別カオスマップ



(資料) 一般社団法人プロフェッショナル&パラレルキャリア・フリーランス協会「フリーランス白書2019」

## 第5節 まとめ

本章では、フリーランスや副業としての「起業」について、その多様性に着目しつつ、分析を行ってきた。

第1節では、起業の担い手の推移を確認した。ここでは、副業起業希望者及び副業起業準備者は増加傾向にあり、起業の担い手の下支えとなっていることが分かった。

また、諸外国との比較では、依然として我が国は起業無関心者の割合が高いものの、起業関心者に占める起業活動者の割合は比較的に高い水準であることを確認した。なお、起業活動者を増やすには、起業に必要な能力などを自分自身で認識できる機会を与えることが有効な支援策になり得ることも明らかになった。

第2節では、起業家を三つに類型化して分析を行った。その結果、フリーランス起業家及び副業起業家は、フリーランス・副業以外の起業家に比べて、事業に関する仕事の経験年数が短く、開業費用も低いことが分かった。また、起業目的は「自分の好きな仕事をするため」や「自分の趣味や特技、アイデアを生かすため」といった回答が相対的に多く、多様な起業に貢献する可能性を有する存在であることも確認した。

さらに、これらの起業家の売上高及び雇用に関する成長意向に着目すると、男性の副業起業家は、フリーランス・副業以外の起業家に近い傾向であることが分かった。

第3節では、成長意向の強い起業家について分析を行った。ここでは、フリーランスとして事業を開始し、雇用を拡大している者が約2割いること、また、副業として起業した者のうち、約7割

が本業への移行を果たしていることがうかがえた。

さらに、類型に関わらず、成長志向型の起業家の経営課題は、「販路開拓・マーケティング」と共通している一方、フリーランス起業家や副業起業家は、経営の相談相手が「家族・親族」、「友人・知人」といった身近な者に集中しており、民間又は公的支援機関の活用が相対的に進んでいないことが分かった。これを受けて、支援機関同士の連携や情報発信が、これらの起業家に対して支援を行き届かせるための方法となる可能性が示唆された。

第4節では、起業家によるフリーランス活用の実態について分析を行った。起業家の約4割がフリーランスの活用意向を有しており、成長志向型の起業家の方がよりフリーランスを活用し、今後の活用意向を有していることも分かった。

他方、フリーランスの活用における課題について見ると、活用実績のない者は、フリーランスが有する能力や費用対効果、フリーランスの探し方について課題と認識している者が多いことが明らかになった。

本章の分析により、フリーランス起業家や副業起業家の存在は、新たな起業の担い手の維持・拡大に資するものであり、これらの起業家の中でも、起業目的や成長意向の面で多様性が存在することが明らかになったといえよう。今回の分析で浮かび上がった課題の解決が、多種多様な起業活動の活発化につながり、ひいては我が国経済の活力の維持・発展に寄与することを期待し、本章の結びとしたい。