

起業支援による 女性の居場所と つながり創出事業

公益財団法人さっぽろ青少年女性活動協会
〒060-0808 札幌市北区北8条西3丁目札幌エルプラザ内
電話：011-728-1255 FAX：011-728-1229
MAIL:atsuko.sugawara@danjyo.sl-plaza.jp（菅原）



Problems

1. 本事業の当初のねらい（申請事業計画に沿って）

2. 中間時点での結果

3. 中間時点での結果を踏まえて今後どうするか

background

■ 財団のこれまでの活動

2016年から経済産業省の委託を受けて（途中から補助金に変更）、「北海道女性起業家支援ネットワーク事業」を実施した。「北海道のどこに住んでいても安心して支援を受けられる環境作り」を目指して、道内に支援ネットワークを構築した。この事業を行なって明らかになった課題があった。特に地方において、起業相談や起業セミナーに参加する女性たちの少ない女性たちが、就業経験がほとんどなかったり、家庭生活に困難を抱えていたことであった。通常の起業支援ではカバーできない、起業支援の手前にいる人たちへの支援が急務だと痛感した。

■ 外部環境

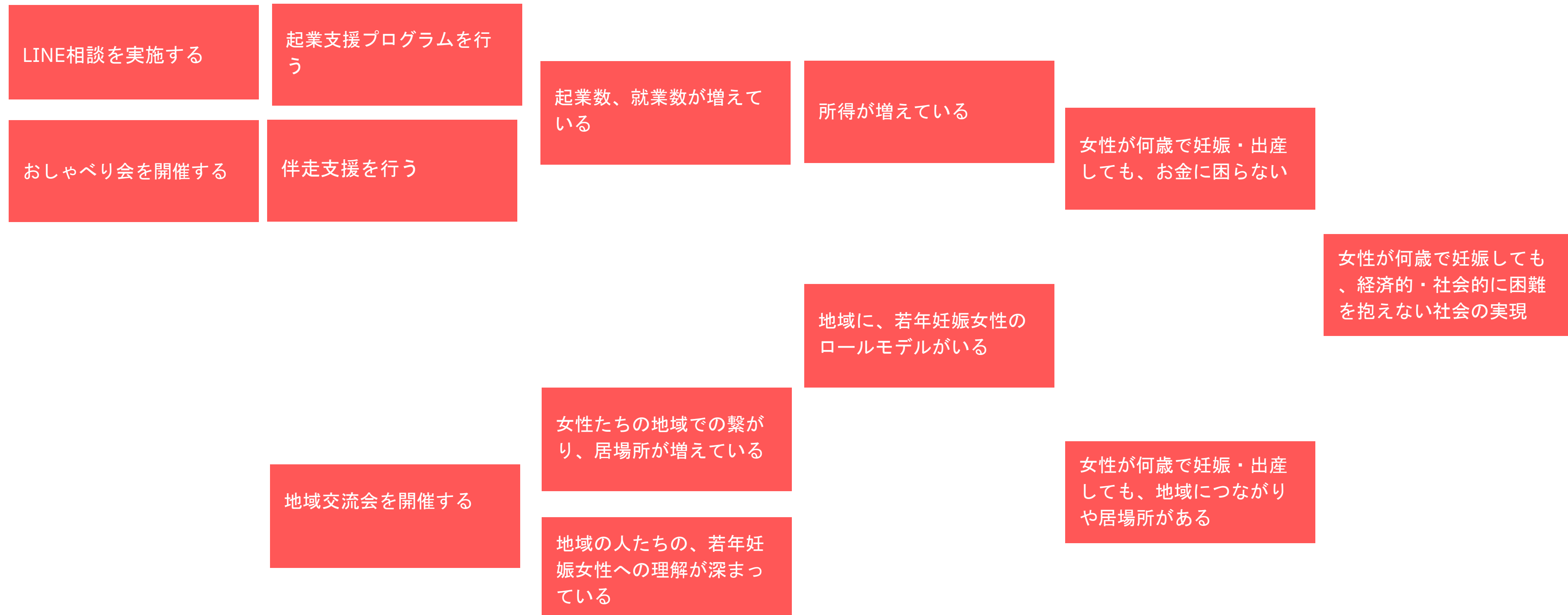
地域における女性たちの貧困やつながりの希薄さの一つのきっかけとして「若年時妊娠」が挙げられる。若くして妊娠する女性は、妊娠・出産による学業や就業の中断を経験し、就労経験に乏しい。さらに、離婚率も高いことから経済不安や社会的に孤立傾向が高いと言える。こういった経験をした女性は、就労の機会を得ることも少なく、キャリアを構築しにくく、さらに自分と同じ境遇のロールモデルの情報が少ないため、希望を持ちにくい。地域の子育てサロンなども、年上の母親が多く、話題が合わなかったり居辛さを感じて参加しない傾向もある。

当初期待した変化

		output	outcome
CASE 1	・ 30歳、シングルマザー。子どもは、10歳。 ・ 前夫と結婚するとき札幌に住んだが、現在は結婚前に働いていた釧路に住んでいる。田舎の親とは関係がよくなり、疎遠。 ・ 現在、パートを2つ掛け持ちしているが、コロナの影響で収入が減っている。	・ 自分の想いを理解してくれる人と出会えて、嬉しかった。安心して、自分の不安な気持ちを言葉にすることができた。 ・ 今から計画を立てて、収入を増やしたり、子どもの将来のことを考えることができるかもしれない。 ・ 「昼のパートだけにして、時間を増やして働きたい」という希望を伝えてることができた。 ・ 地域のコミュニティカフェで土曜日週1回だけ手伝いをするようになった。報酬は少ないが、いろいろな人と知り合いになった。悩みばかりの自分が相談を受けることもある。将来的には、私もコミュニティを作る側になりたい。また、誰かの相談にのる、という仕事もフリーランスではじめようと思っている。	・ 相談員として生計を立てていくと決めてから、キャリアコンや産業カウンセラーの資格を取った。現在は、ハロワや女性センターの相談員として働くほか、カウンセリングルームを運営している。子どもは高校に進学し、現在大学受験に向けて勉強を頑張っている。少しずつ貯金額を増やしているところ。地域の人たちに頼られて相談されることが心から嬉しいと感じている。
CASE 2	・ 32歳専業主婦。自営業の夫と、子ども3人（中2、小6、小1）を育てている。苦小牧在住。 ・ 夫は暴力は振るわないが、モラハラがひどい。上の子どもも自分を馬鹿にしている。離婚も考えるが、離婚して一人で子どもを育てられる自信はまったくない。 ・ 結婚前は働いていたが、出産してからはずっと専業主婦。働きたいという想いはあるが、子育てが大変で現実的ではない。	・ 暴力を受けている自分が悪いと思っていたが、暴力をふるう側が絶対的に悪いと思えるようになった。どんなに私に未熟なところがあっても暴力を振るわれていいわけではない。 ・ そう思えるようになったのは、地域の女性センターのスタッフさんやボランティアさんに「あなたは悪くない」と何度も言ってもらったから。 ・ DV支援の団体の相談員になった。団体は経済状況がよくないので、自分が勉強して、資金調達などできるようになりたい。 ・ 夫との関係が変わった。週2回パートに出るようになった。もっと経済力と発言力をつけて、生活をよくしたい。	・ DV支援団体の事務局を担っている。団体の経営安定のために、市の事業もいくつか受託するようになった。5年前に起業支援プログラムを受けた関係で、行政や地域のつながりも広がった。 ・ 夫とは別居しており、婚費をもらっている。十分ではないが、児童扶養手当と受託事業からの人件費から報酬をもらい、何とか生活している。

Logic model

1. 本事業の当初のねらい（申請事業計画に沿って）



ACTION

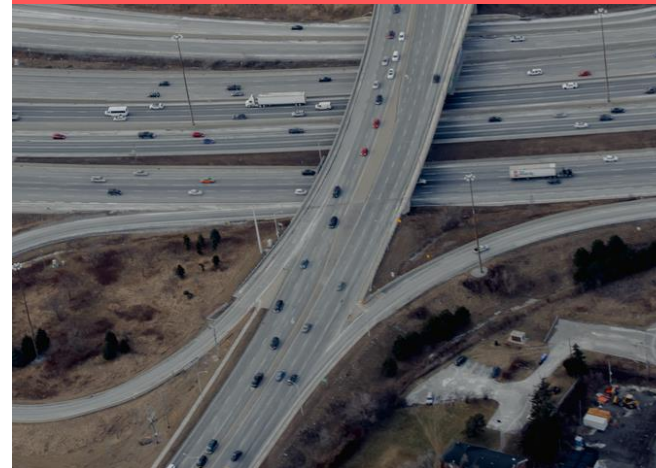
01LINE相談



02おしゃべり会



03起業支援
プログラム



04伴走支援



05地域交流会



OUTPUT

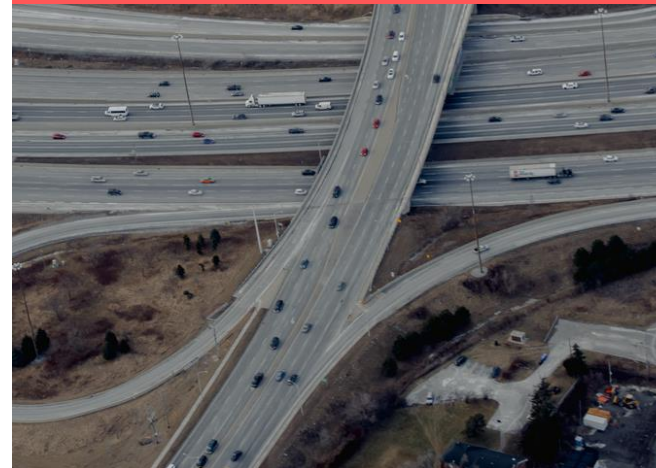
01LINE相談



02おしゃべり会



03起業支援
プログラム



04伴走支援



05地域交流会



7月～3月まで実施。
道内各地より件の相談が
寄せられた。

延べ97名

8月～3月まで、釧路、道東（釧路を除く）、旭川、十勝の4箇所で
実施。おしゃべり会を入口に、伴走支援を行うことで、継続的な
伴走支援を実施することができた。

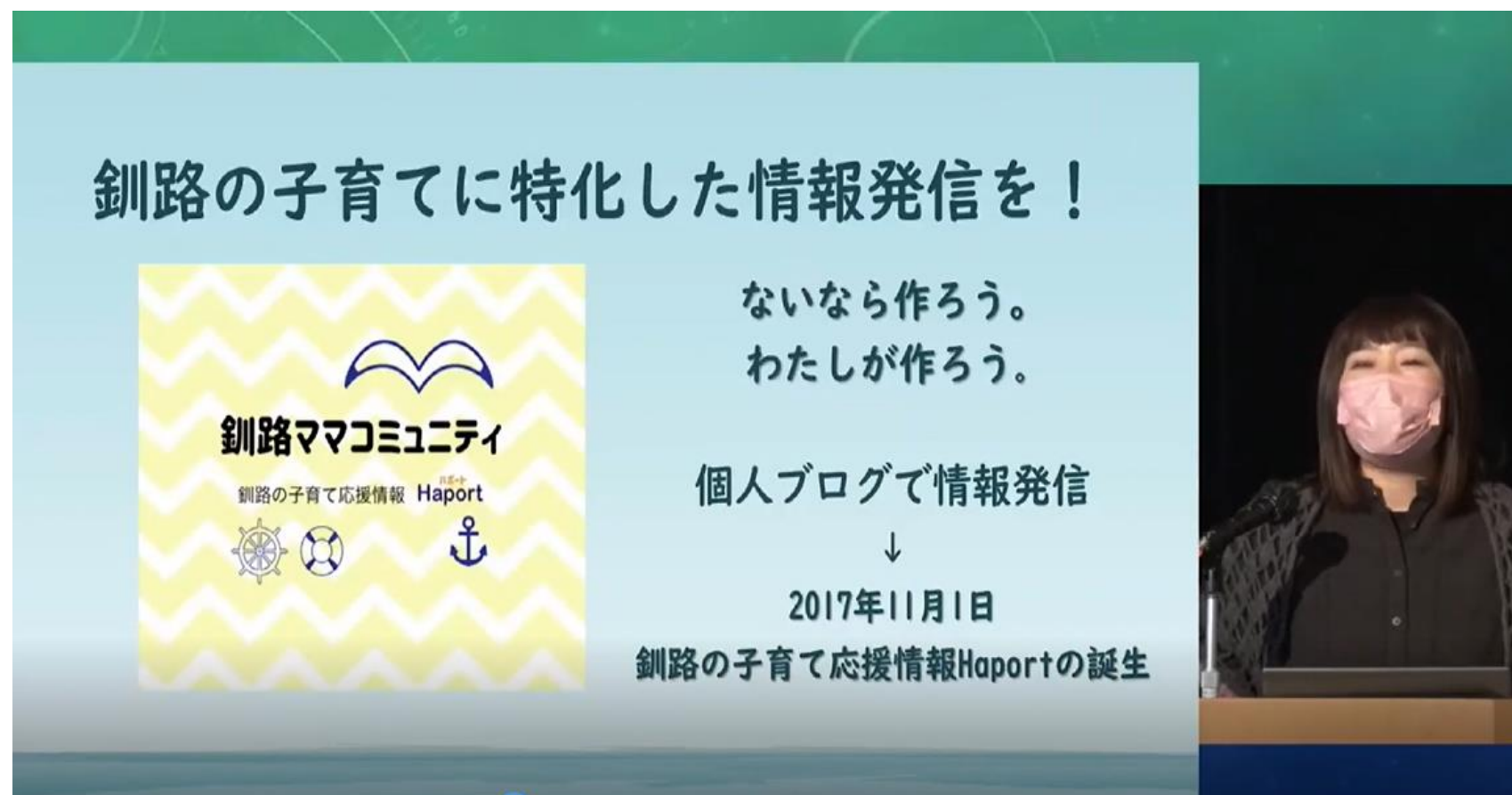
参加者数86名（①釧路 30名 ②道東 19名 ③旭川 16名 ④十
勝 21名）

コロナ感染拡大の影響も
あり、実施しなかった。
代わりに地域のロールモ
デルたちのプレゼンを聴
く発表会「watasimo」を
開催。参加者30名。

OUTPUT

プレゼンテーションイベント「WATASIMO」

9名の女性起業家が自身のビジネスプランについてプレゼンテーションを行い、参加者や創業支援機関等からのフィードバックや応援メッセージをいただいた。



OUTPUT

インタビュー記事による、ロールモデルの発信

“わたしらしく働く”を見つけるウェブマガジン

WATASIMO *magazine*



充実した放課後への思いから起業へ パソコンを手段としてまちづくりにも関わる

札幌市 | パソコンインストラクター 竹村真奈美

女性起業家

当初想定していたターゲットに
リーチできなかった

若年妊娠時女性に対して、プログラムを提供したかったが、LINE相談、地域での取り組み共に適切なターゲットにリーチすることが難しかった。

スティグマによる影響

一番の要因は、「若年時妊娠女性向け」、「困難を抱えた女性向け」というプログラムの実施において、参加者側に恥の気持ちが生じたことが考えられる。

コロナ感染拡大の影響

貯金はゼロでもなんとか日々の暮らしができていた女性たちが、仕事や生活費がなくなってしまい、困窮が深刻となったことがうかがえる。

● 1年目の報告書より（自己評価）

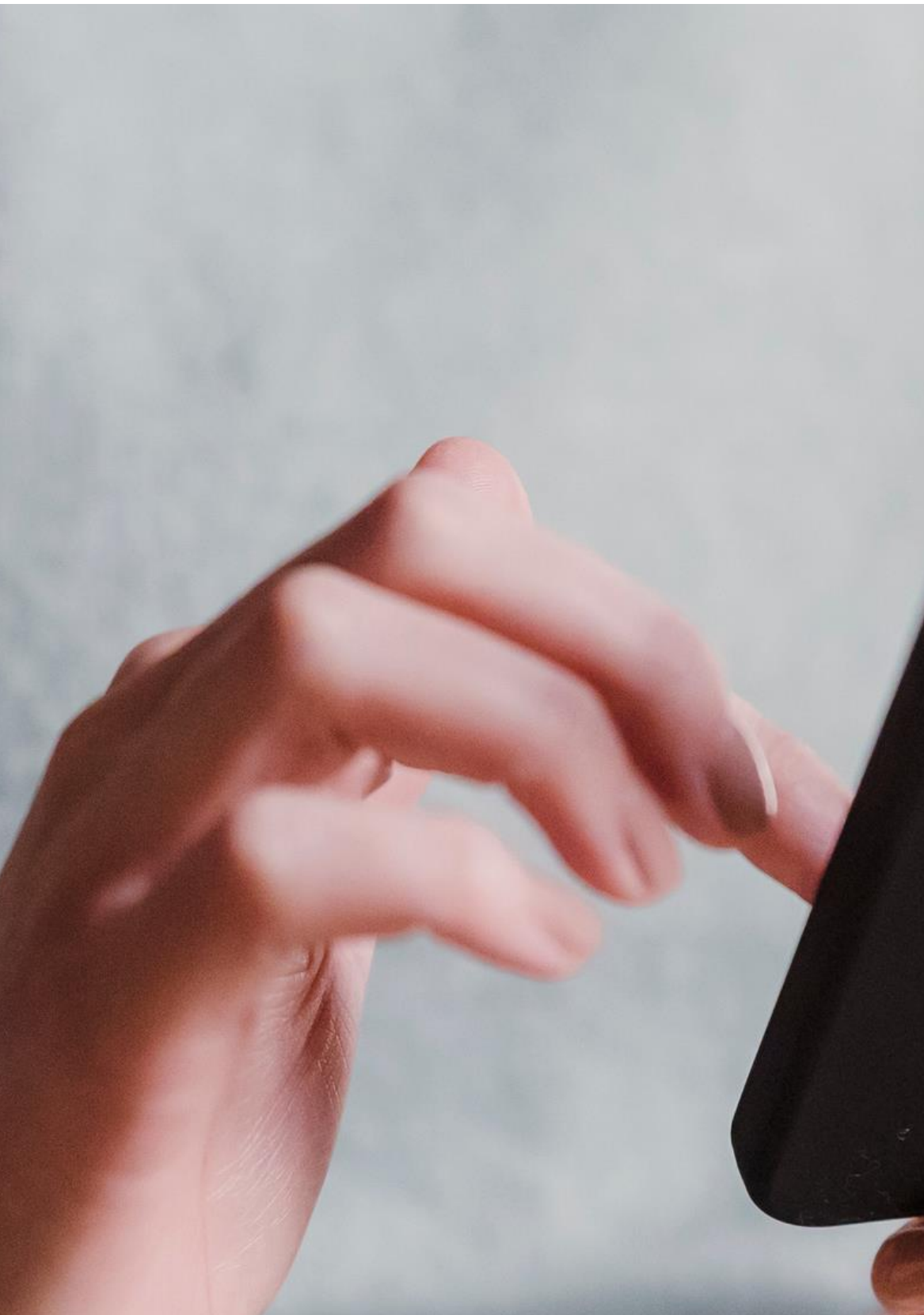
- ・ 来年度は事業に参加する入り口のメニューを増やすことで、直接的対象グループをキャッチアップしていきたい。
- ・ より効率的に直接対象グループに出会うためには、参加者における直接対象グループの比率を高めていくことも必要である。そのためには、委託先の協力者により事業の趣旨や目指すゴールを理解いただいて、比率を高めていきたい。
- ・ 今年度実施できなかった地域交流会は、形を工夫して違う形で実施していきたい。例えば、女性起業家発表会（WATASIMO）を地域で行う、女性起業家を地域の伴走者とともにオンラインで遠方のメンターからも支援を受ける（メンター制度）ことでより効果的にステップを踏んでいただく、その様子を記事にして発信する、など。

● 内部評価会より

- ・ 道東の伴走支援が効果的であった。あまり多くの人数は募集しなかったが、かなり密に連絡を取りあい、振り返りとスキル習得とを繰り返し、出口の準備もされていた。
- ・ おしゃべり会などの入り口機能は来年度は必要ないのではないか。対象に合った人は探せるので、もっと伴走支援に力を入れたい。
- ・ 伴走支援の対象者の変化を、もう少し丁寧に記録に残したい。ストーリーの見える化を目的に、記事にしてはどうか。
- ・ 地域によっては、若年時妊娠女性は就職先があって、その先のシニア女性の就業が深刻化している。その中には、若年時妊娠を経て、接客業や飲食業などでなんとか生活してきたが高齢になって仕事にありつけない女性も多い。もう少し広い間口が必要なのではないか。

● 外部評価会より

- ・ 「若年時妊娠女性」というくくりがわかりにくいし、対象を狭めている印象がある。「10代・20代子育て女性」、予備軍としての「10代・20代女性」などと言い切ってしまうのでは？
- ・ 福祉のアプローチでは当事者は来にくい。
- ・ 必要なこと、意義があることなのに、あまり知られていない。情報発信をもっとすべき。報告会、発表会のような場、マスメディアの活用など。



明るく希望のある
メッセージで
対象者を募る

福祉アプローチ、支援句...など、スティグマを感じさせる見せ方ではなく、明るく気軽に参加できるポジティブな発信を行う。その場合、対象外の方も応募するが、選考時に対象を絞ることとする。

成果が出てから発信
ではなく、
成果を出すプロセス
を発信する

初年度は成果がなかなか見えないなかで、「成果を出してから外に発信しよう」と縮こまりがちであったことにより、インパクトが小さくなってしまっていた。後半は、プロセスを積極的に発信していくこととする。

当初、想定していた
ペルソナの実現に向
けて、ストーリーを
創っていく

初年度は、アンケートなどを基に成果を測っていたが、アンケートなど量的な分析では一人ひとりの抱える課題や変化が見えにくかった。後半は伴走支援の報告を丁寧にしていただき、そこからストーリーを創っていくことで、個別性や伴走性を表したい。

●各地域で女性の起業に向けた
伴走支援を行っている関係団体
と共に、地域ごとの現状や自団
体の強み、事業のペルソナにつ
いて整理し、「自分たちが提供
できる価値」について、ビジネ
スモデルキャンバスを使用しな
がら、今後のビジョンを共有し
た。

後半は創業支援機関や金融機関
も含めた、ネットワーク会議を
実施。



パートナー どのようなパートナーが必要か？ どのような役割を担う？ パートナーシップを築くためのポイント パートナーシップを築くためのポイント	主要活動 どのような活動が必要か？ どのような活動が必要か？ どのような活動が必要か？ どのような活動が必要か？	価値提案 どのような価値提案が必要か？ どのような価値提案が必要か？ どのような価値提案が必要か？ どのような価値提案が必要か？	顧客との関係 どのような顧客との関係が必要か？ どのような顧客との関係が必要か？ どのような顧客との関係が必要か？ どのような顧客との関係が必要か？	顧客セグメント どのような顧客セグメントが必要か？ どのような顧客セグメントが必要か？ どのような顧客セグメントが必要か？ どのような顧客セグメントが必要か？
リソース どのようなリソースが必要か？ どのようなリソースが必要か？ どのようなリソースが必要か？ どのようなリソースが必要か？	コスト構造 どのようなコスト構造が必要か？ どのようなコスト構造が必要か？ どのようなコスト構造が必要か？ どのようなコスト構造が必要か？	収益の流れ どのような収益の流れが必要か？ どのような収益の流れが必要か？ どのような収益の流れが必要か？ どのような収益の流れが必要か？		

● 地域の伴走支援

3月～ 参加者の募集、選考

4月～9月 目標設定、メンタリング、専門家相談(税理士、社会保険労務士等)

● 第二回プレゼンテーションイベント watasimo

4月～5月 メンター、研修講師、司会者、ゲスト等の調整

6月～ 参加者募集

7月～9月 参加者のプレゼン準備、メンターによるフィードバック

10月 イベント実施

● ロールモデルの発信

引き続き、地域拠点と連携しながら、女性起業家の発掘、取材