

女性起業家への ハラスメント・詐欺 実態調査実施報告書

令和8年10月

Bloom福岡

目次

第1章 調査概要

- 1. 調査の目的 P4
- 2. 調査の対象、期間、手法 P4
- 3. 質問項目一覧 P5

第2章 調査結果

- 1. 調査結果まとめ
 - (1) ハラスメント被害について P7
 - (2) 詐欺・詐欺まがい被害について P11
- 2. 個別調査結果
 - (1) 属性分布 P15
 - (2) ハラスメント被害について P16
 - (3) 詐欺・詐欺まがい被害について P26

第3章 総括

- ・品川 優（株式会社An-Nahal） P36
- ・江連 千佳（非営利株式会社ピロウ/東京大学大学院学際情報学府博士課程）
..... P38

第1章 調査概要

調査概要

1.調査の目的

近年、女性の働き方として「起業」を選択する人が増加している。

日本政策金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」によると、2025年8月時点で、開業者に占める女性の割合は25.7%と過去最高を更新し、調査開始以来の最高水準を4年連続で更新した。

また、帝国データバンクによると、2025年10月時点で、福岡県内の女性社長比率は過去最高の10.1%(全国8.6%)となり、調査開始以降、初の1割台となった。同社は、引き続き緩やかに上昇する見込みであると発表しており、女性の起業活動が活発化している。

しかし、その一方で、全国的に女性起業家を標的とした、優位な立場を利用した投資家・取引先等からのセクシュアル・ハラスメント被害や資金調達を騙る金銭的な詐欺等の被害が増加しており、新たな社会問題となっている。

経済産業省の協力のもと、東京大学、京都大学、一橋大学、慶応義塾大学の4大学が共同で実施した「スタートアップエコシステムにおけるハラスメント調査」では、「起業家の32%が事業後にハラスメントを経験」「加害者は取引先、VC、メンターなど多岐にわたる」といった実態が明らかになった。

しかしながら、こうした既存の調査は全国規模やスタートアップ層を対象としており、県内における実態は十分に把握できていない。特に詐欺被害においては、全国規模の調査すら見受けられない状況にある。

本調査は、県内の起業を目指す女性および女性起業家を対象に、ハラスメントや詐欺被害の実態を明らかにすることを目的とする。

本調査を通じ、「安心して起業できる福岡県」実現に向けて被害を未然に防ぐ仕組みづくりや相談環境の整備等の支援施策を立案するための基礎資料として資するものとなることを期待する。

2.調査の対象、期間、手法

調査対象	福岡県内の起業を目指す女性、女性起業家、女性経営者
調査期間	令和8年5月29日～令和8年6月30日
調査手法	オンラインアンケート調査

3.質問項目一覧

設問番号		設問文
Q1	属性に関する質問	現在の活動状況について教えてください。
Q2		現在の活動規模に近いものを教えてください。
Q3		主な活動分野を教えてください。
Q4	ハラスメントや人間関係に関する違和感・困りごとについて	起業活動・事業活動の中で、次のような「違和感」や「困った経験」はありましたか？(複数選択可)
Q5		先ほど選択した中で、あなたの心身の健康や起業活動・事業活動に、特に影響を与えたものを1つ教えてください。
Q6		主にどのような相手との間で起きましたか？
Q7		主にどのような「性別」の相手との間で起きましたか？
Q8		その相手とはどこで出会いましたか？
Q9		その経験は、どのような「場」で起きましたか？
Q10		誰かに相談しましたか？(複数選択可)
Q11		どのように対応しましたか？
Q12		その経験によって、どのような影響がありましたか？(複数選択可)
Q13		今後、安心して活動するために必要だと思うものを教えてください。(複数選択可)
Q14	契約・営業・勧誘等に関する違和感・困りごとについて	起業活動・事業活動の中で、次のような「違和感」や「困った経験」はありましたか？(複数選択可)
Q15		先ほど選択した中で、あなたの心身の健康や起業活動・事業活動に、特に影響を与えたものを1つ教えてください。
Q16		主にどのような相手との間で起きましたか？
Q17		主にどのような「性別」の相手との間で起きましたか？
Q18		その相手とはどこで出会いましたか？
Q19		誰かに相談しましたか？(複数選択可)
Q20		どのように対応しましたか？
Q21		その経験によって、どのような影響がありましたか？(複数選択可)
Q22		今後、安心して活動するために必要だと思うものを教えてください。(複数選択可)
Q23	自由記述	実際に感じた違和感や困りごと、誰にも相談できなかったこと、必要だと思う支援などがあれば、自由にご記入ください。

第2章 調査結果

1.調査結果まとめ

(1)ハラスメント被害について

本調査では、女性起業家および起業準備中の女性が、起業・事業活動の中で経験したハラスメントや人間関係に関する違和感・困りごとについて調査を実施した。

本節では、経験内容や発生場面、対応状況、活動への影響などを整理し、調査結果から見えた特徴や課題について取りまとめた。

回答数 185件

1 違和感や困った経験

回答数185件のうち113件(約6割)が、起業・事業活動の中でハラスメントに関連する違和感や困った経験(見聞を含む)をしていた。内容は「容姿や年齢、性別に関する不快な発言」が最も多い。

心身の健康や事業活動に特に影響を与えたのは「威圧的な口調の叱責や人格否定」であり、頻度の高い被害と深い影響を残す被害が異なっている。(江連)

調査では「容姿や年齢、性別に関する不快な発言(50件)」が最多で、自由記述の中でも複数指摘のあった「男尊女卑」という言葉通り偏見が根強く残っていることが伺える。次いで叱責や人格否定、性的な冗談、断りづらい誘いが上位を占め、立場の優位性を利用したハラスメントが多発している。(品川)

起業活動・事業活動の中で、次のような「違和感」や「困った経験」はありましたか。(n=183)

項目	件数	%
容姿や年齢、性別に関する不快な発言	50	27%
性的な冗談や発言	39	21%
威圧的な口調の叱責や人格否定	37	20%
断りづらい誘い(立場や関係を利用)	33	18%
SNS等での不快な連絡	32	17%
コミュニティ内での不快・不公平な経験	31	17%
周囲でそのような話を見聞きした	30	16%
自分の提案や質問が軽んじられた	29	16%
不適切な身体接触	23	13%
望まない関係の強要	12	7%
その他	10	5%
回答を控えたい	2	1%
特にない	70	38%

あなたの心身の健康や起業活動・事業活動に、特に影響を与えたものを1つ教えてください。(n=183)

項目	件数	%
威圧的な口調の叱責や人格否定	24	13%
断りづらい誘い(立場や関係を利用)	10	5%
容姿や年齢、性別に関する不快な発言	9	5%
自分の提案や質問が軽んじられた	9	5%
その他	8	4%
SNS等での不快な連絡	7	4%
コミュニティ内での不快・不公平な経験	7	4%
周囲でそのような話を見聞きした	7	4%
回答を控えたい	6	3%
不適切な身体接触	5	3%
望まない関係の強要	4	2%
性的な冗談や発言	2	1%
特にない	85	46%

2 ハラスメント被害の相手と場

ハラスメントに関連する違和感や困った経験を引き起こす相手は、取引先を筆頭に起業家仲間、支援者、顧客と多様で、特定の立場に偏らない。場も商談から会食・SNSなどの公私の境界が曖昧な領域まで広がっている。

相手は男性が多いものの女性も一定数おり、立場も取引先や支援者といった利害関係のある相手に限らず、一見対等に見える起業家にも及ぶ。(江連)

遭遇した場は「商談等取引先とのコミュニケーション(24件)」や「会食・飲み会の席(16件)」など仕事上避けて通れない場が最多である。また、本来は伴走者であるべき「支援者・メンター等」からの被害が11件存在することは見過ごせない論点である。「SNS上(14件)」も一定数あり、オンライン上の他者から見えない場でもおきている。(品川)

主にどのような相手との間で起きましたか。(n=90)

項目	件数	%
取引先	25	28%
その他	14	16%
起業家	12	13%
支援者(メンター、先輩経営者等)	11	12%
顧客	10	11%
知人・友人	7	8%
わからない	5	6%
投資・金融関係者	4	4%
コミュニティ運営者	2	2%
講師	0	0%

主にどのような「性別」の相手との間で起きましたか。(n=89)

	件数	%
男性	53	60%
女性	21	24%
組織・集団のため特定できない	10	11%
その他・非公表	5	6%

どのような「場」で起きましたか。(n=84)

項目	件数	%
商談等取引先とのコミュニケーション	24	29%
会食・飲み会の席	16	19%
その他	16	19%
SNS上	14	17%
起業コミュニティの集まり	6	7%
起業家向けイベント・講座・交流会の会場	6	7%
回答を控えたい	2	2%

3 ハラスメント被害への対応

対応は「距離を置く」「関係を断つ」などの回避が中心である。約4割は誰にも相談しておらず、警察・弁護士・行政など専門機関への相談はごく少数にとどまる。(江連)

被害後は「誰にも相談しなかった(40件)」が最多で、専門窓口への相談は少数である。「距離を置く(25件)」「仕方ないと諦める(18件)」といった対応が多く、関係性悪化を恐れた泣き寝入りなど表面化しないケースが多い。(品川)

誰かに相談しましたか。(n=88)

項目	件数	%
誰にも相談しなかった	40	45%
家族・友人	33	38%
起業家仲間	20	23%
コミュニティ運営者	6	7%
警察	6	7%
その他	6	7%
弁護士	5	6%
行政・公的機関	2	2%
SNS	2	2%

どのように対応しましたか。(n=88)

項目	件数	%
相手や状況から距離を置いた	25	28%
仕方ないと思い、行動を起こさなかった	18	20%
関係を断った	13	15%
コミュニティから離れた	10	11%
その他	9	10%
相手に伝えた(相手に直接的、間接的に伝えた)	7	8%
自身の不利益になると思い、何もできなかった	4	5%
記録や情報を残した	2	2%

4 ハラスメント被害が与えた影響

◆ 起業活動への深刻な弊害と人生への影響

影響は「精神的ストレス(53件)」が突出しており、人間関係や起業活動への不安、活動抑制を招いている。自由記述には適応障害による代表辞任の告白もあり、単なる心理的ダメージにとどまらず、個人の人生そのものを脅かす深刻な影響も与えている。(品川)

違和感や困った経験によって、どのような影響がありましたか。(n=88)

項目	件数	%
精神的ストレスや不安を感じた	53	60%
人間関係への不安につながった	30	34%
起業活動への不安につながった	24	27%
コミュニティ参加への不安につながった	20	23%
活動を控えるようになった	20	23%
その他	13	15%
特に大きな影響はなかった	12	14%
活動をやめた	3	3%
わからない	1	1%

5 安心して活動するために

今後は相談窓口の設置に加え、事例共有や学習機会による認識の共有、支援機関・コミュニティ運営者への研修やガイドライン整備など、被害者個人の自衛に委ねない環境づくりが求められる。(江連)

今後は「事例共有や学習機会(41件)」による防止のためのリテラシー教育、専門家による「相談窓口の設置(36件)」のニーズが高い。また、専門機関へ相談しなかった層が多い現状を鑑みると、制度導入にとどまらず利用を促す必要性が伺える。(品川)

今後、安心して活動するために必要だと思うものを教えてください。(n=89)

項目	件数	%
トラブル事例の共有や、契約・ハラスメントに関する学習機会	41	46%
相談窓口の設置(専門家や女性相談員による対応)	36	40%
公的機関による、安心・安全なビジネス活動に関する情報発信	28	31%
起業支援機関やコミュニティ運営者に対する、相談対応・ハラスメント研修	27	30%
起業家コミュニティや交流会における、安全ガイドライン(規約)の整備	21	24%
その他	13	15%
特になし	5	6%

(2) 詐欺・詐欺まがい被害について

本調査では、女性起業家および起業準備中の女性が、起業・事業活動の中で経験した詐欺や詐欺まがいの勧誘・契約トラブル等について調査を実施した。

本節では、経験内容や発生した場面、相手との関係性、その後の対応、活動への影響などを整理し、調査結果から見えた特徴や課題について取りまとめた。

回答数 185件

1 違和感や困った経験

回答数185件のうち81件(約4割)が、勧誘や契約に関する違和感や困った経験(見聞を含む)をしていた。「不確実な成果を強調する勧誘」「紹介や人間関係による断りづらさ」「契約を急かされた」が上位を占める。

心身の健康や事業活動に特に影響を与えたのは「紹介や人間関係があり断りづらかった」経験であり、頻度・影響の両面で、人間関係を利用した勧誘が被害の入口となっている。(江連)

調査では「不確実な成果を強調する勧誘(27件)」が最多で、次いで人間関係による断りづらさや不安を煽る提案が並ぶ。起業初期の知識や経験の少なさに対し、コミュニティ等で築いた信頼関係を逆手に取る悪質な手口である。(品川)

起業活動・事業活動の中で、次のような「違和感」や「困った経験」はありましたか。(n=180)

あなたの心身の健康や起業活動・事業活動に、特に影響を与えたものを1つ教えてください。(n=180)

項目	件数	%	項目	件数	%
「必ず成果が出る」「成功できる」など、不確実な成果を強調する勧誘があった	27	15%	紹介や人間関係があり契約や勧誘を断りづらかった	14	8%
紹介や人間関係があり契約や勧誘を断りづらかった	25	14%	周囲でそのような話を見聞きした	9	5%
その他	23	13%	十分な説明がないまま契約を急かされた	8	4%
十分な説明がないまま契約を急かされた	20	11%	SNSなどで繰り返し営業・勧誘があった	8	4%
「今のままでよいのか」「家族のために」など、不安を煽る提案があった	19	11%	「必ず成果が出る」「成功できる」など、不確実な成果を強調する勧誘があった	7	4%
SNSなどで繰り返し営業・勧誘があった	16	9%	その他	6	3%
周囲でそのような話を見聞きした	15	8%	相場より高額な契約やサービスを勧められた	3	2%
相場より高額な契約やサービスを勧められた	11	6%	契約内容と異なる請求やサービスを受けた	3	2%
契約内容と異なる請求やサービスを受けた	9	5%	「今のままでよいのか」「家族のために」など、不安を煽る提案があった	3	2%
複数の囲まれるなど断りづらい状況での勧誘があった	8	4%	複数の囲まれるなど断りづらい状況での勧誘があった	2	1%
特にない	99	55%	特にない	117	65%

2 詐欺・詐欺まがい被害の相手と出会った場所と性別

相手と出会った場所はSNSが最多で、ハラスメント(取引先中心)とは異なりオンライン起点が目立つ。勧誘や契約に関する違和感や困った経験を誘発した相手は男性が多いものの、女性も一定数を占める。(江連)

出会いの場は「SNS(16件)」が最多だが、「紹介」や「取引先」も各10件と続いている。SNSの手軽なつながりや身近な人的ネットワークが被害の入り口になっており、起業時に必須な「つながり作り」の場がそのままリスクに直結する構造がある。(品川)

その相手とはどこで出会いましたか。(n=61)

項目	件数	%
SNS(Instagram・Facebook・LINE・オンラインサロン等)	16	26%
知人・友人からの紹介	10	16%
取引先	10	16%
その他	10	16%
起業コミュニティ	8	13%
起業家向けイベント・講座・交流会	4	7%
回答を控えたい	2	3%
会食・飲み会	1	2%
女性交流会	0	0%
ママ友・子育て系の集まり	0	0%

主にどのような「性別」の相手との間で起きましたか。(n=62)

項目	件数	%
男性	34	55%
女性	16	26%
組織・集団のため特定できない	9	15%
その他・非公表	3	5%

3 詐欺・詐欺まがい被害への対応

「誰にも相談しなかった」が最も多く、相談先も家族・友人など身近な相手を中心である。弁護士・行政・警察など専門機関への相談はハラスメントの場合より比率が高いものの、なお少数にとどまる。(江連)

被害後は「誰にも相談しなかった(26件)」が最多である。その対応として「距離を置いた(19件)」に次いで「自身の失敗と受け止め何もしなかった(8件)」が多く、自らを責めて抱え込む傾向が伺える。(品川)

誰かに相談しましたか。(n=62)

項目	件数	%
誰にも相談しなかった	26	42%
家族・友人	23	37%
起業家仲間	14	23%
弁護士	8	13%
行政・公的機関	5	8%
警察	4	6%
SNS	2	3%
コミュニティ運営者	1	2%
その他	1	2%

どのように対応しましたか。(n=60)

項目	件数	%
相手や状況から距離を置いた	19	32%
勧誘や契約を断った	13	22%
自身の意思決定における失敗と受け止め何もしなかった	8	13%
コミュニティから離れた	6	10%
記録や情報を残した	6	10%
契約・関係を継続した	4	7%
その他	4	7%

4 詐欺・詐欺まがい被害が与えた影響

影響は金銭的損失よりも「精神的ストレスや不安」が最も多く、人間関係への不安も大きい。被害を自身の意思決定の失敗と受け止め、何もなかった人も一定数みられる。(江連)

影響は「精神的ストレス(31件)」に加え、「金銭的損失(25件)」や「人間関係への不安(23件)」が多く挙げられている。心理的苦痛にとどまらず、資金力の乏しい起業初期層に資金面での実害が発生しており、事業継続において深刻な影響を与えている。(品川)

どのように対応しましたか。(n=60)

その経験によって、どのような影響がありましたか。(n=63)

項目	件数	%	項目	件数	%
相手や状況から距離を置いた	19	32%	精神的ストレスや不安を感じた	31	49%
勧誘や契約を断った	13	22%	金銭的損失があった	25	40%
自身の意思決定における失敗と受け止め何もなかった	8	13%	人間関係への不安につながった	23	37%
コミュニティから離れた	6	10%	特に大きな影響はなかった	15	24%
記録や情報を残した	6	10%	起業活動への不安につながった	10	16%
契約・関係を継続した	4	7%	コミュニティ参加への不安につながった	9	14%
その他	4	7%	その他	4	6%
			活動をやめた	3	5%
			わからない	1	2%

5 安心して活動するために

今後は相談窓口の設置、公的機関による情報発信、トラブル事例の共有や学習機会に加え、クーリングオフや返金交渉など具体的な手続きのサポートが求められる。(江連)

今後は「相談窓口の設置(26件)」や「情報発信・事例共有(各25件)」による事前予防と事後対応の両輪が求められる。「返金交渉等の実務的サポート(17件)」へのニーズも高く、心理的・経済的ハードルを低減させる仕組みが求められる。(品川)

今後、安心して活動するために必要だと思うものを教えてください。(n=64)

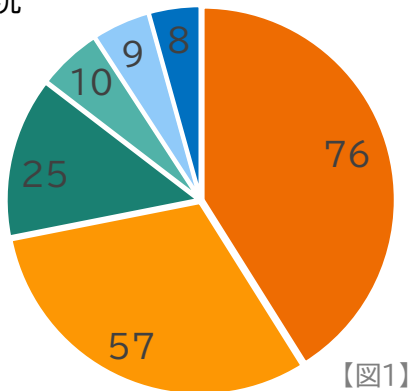
項目	件数	%
相談窓口の設置(専門家や女性相談員による対応)	26	41%
トラブル事例の共有や、契約・ハラスメントに関する学習機会	25	39%
公的機関による、安心・安全なビジネス活動に関する情報発信	25	39%
起業支援機関やコミュニティ運営者に対する、相談対応・ハラスメント研修	19	30%
クーリングオフや契約解除、返金交渉に関する具体的な手続きのサポート	17	27%
起業家コミュニティや交流会における、安全ガイドライン(規約)の整備	17	27%
特になし	9	14%
その他	5	8%

2. 個別調査結果

回答数 185件

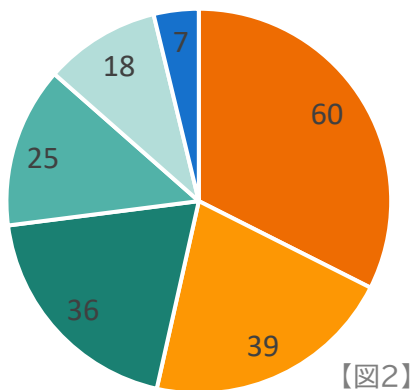
(1)属性分布

●現在の状況 単位(件)



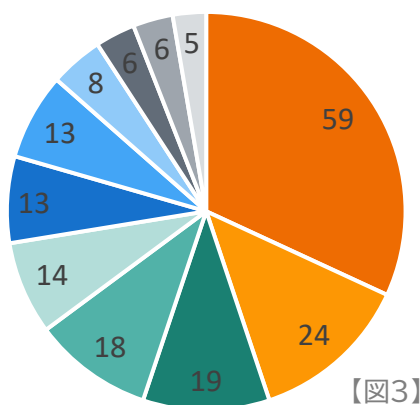
- 法人登記をしている
- 個人事業主として活動している
- 起業準備中
- 副業として活動している
- その他
- 現在は活動を休止している

●活動規模 単位(件)



- 年間売上1,000万円以上
- まだ収益化していない
- 年間売上100万円未満
- 年間売上100～500万円未満
- 年間売上500～1000万円未満
- 回答を控えたい

●活動分野 単位(件)



- サービス業(他に分類されないもの)
- 学術研究、専門・技術サービス業
- 医療、福祉
- 教育、学習支援業
- その他
- 卸売業、小売業
- まだ決めていない
- 宿泊業、飲食サービス業
- 生活関連サービス業、娯楽業
- 情報通信業
- 製造業

法人登記済みが最多であるが、起業準備期(準備中・副業・その他)、起業初期の満遍なく回答が得られている。活動規模は「売上1,000万円以上」が最多の一方で、「まだ収益化していない」「年間売上100万円未満」の層で全体の1/3程度と起業初期層も同等に多い結果となった。業種はサービス業に分類されるものが最多ではあるものの、多様な業種で活動していることがわかる。(品川)

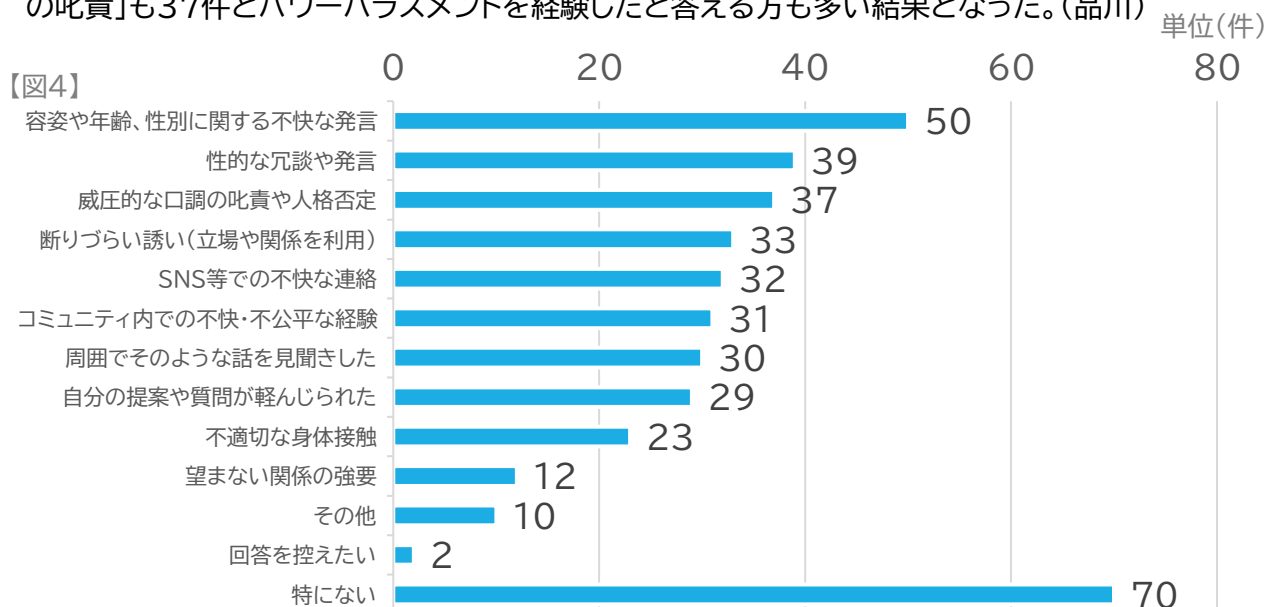
(2)ハラスメント被害について

Q4.起業活動・事業活動の中で、次のような「違和感」や「困った経験」はありましたか？

(複数選択可)

回答数のうち113件は、何らかのハラスメントに関連する違和感や困った経験(見聞を含む)をしていた。容姿や年齢、性別に関する不快な発言(50件)が最も多く、次いで性的な冗談や発言(39件)、威圧的な口調の叱責や人格否定(37件)が続く。(江連)

違和感や困った経験として「容姿や年齢、性別に関する不快な発言」が最多で50件、次に「性的な冗談や発言」が39件とジェンダーに起因する被害経験が上位を占めている。また「威圧的な口調の叱責」も37件とパワーハラスメントを経験したと答える方も多い結果となった。(品川)



<表1>

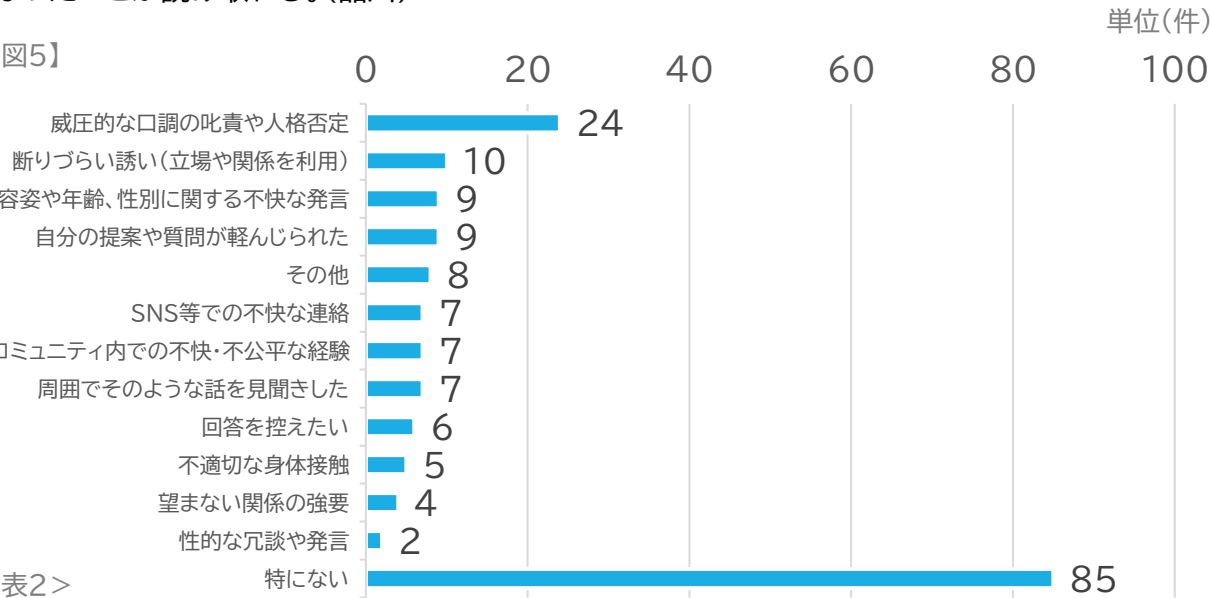
起業活動・事業活動の中で、次のような「違和感」や「困った経験」はありましたか？(n=183)	件数	%
容姿や年齢、性別に関する不快な発言	50	27%
性的な冗談や発言	39	21%
威圧的な口調の叱責や人格否定	37	20%
断りづらい誘い(立場や関係を利用)	33	18%
SNS等での不快な連絡	32	17%
コミュニティ内での不快・不公平な経験	31	17%
周囲でそのような話を見聞きした	30	16%
自分の提案や質問が軽んじられた	29	16%
不適切な身体接触	23	13%
望まない関係の強要	12	7%
その他	10	5%
回答を控えたい	2	1%
特にない	70	38%

(2)ハラスメント被害について

Q5.先ほど選択した中で、あなたの心身の健康や起業活動・事業活動に、特に影響を与えたものを1つ教えてください。

ハラスメントに関連する違和感や困った経験をした113件のが大半が、その経験が事業に何らかの影響を与えたと回答している。特に影響を与えたものとしては、威圧的な口調の叱責や人格否定（24件）が最も多く、断りづらい誘い（10件）、容姿や年齢、性別に関する不快な発言（9件）が続く。（江連）

「威圧的な口調の叱責や人格否定」が24件と突出して多くなっている。発生頻度の高かった容姿や年齢、性別に関する不快な発言以上に、攻撃的なコミュニケーションが事業の大きな妨げとなったことが読み取れる。（品川）



<表2>

あなたの心身の健康や起業活動・事業活動に、特に影響を与えたものを1つ教えてください。(n=183)	件数	%
威圧的な口調の叱責や人格否定	24	13%
断りづらい誘い(立場や関係を利用)	10	5%
容姿や年齢、性別に関する不快な発言	9	5%
自分の提案や質問が軽んじられた	9	5%
その他	8	4%
SNS等での不快な連絡	7	4%
コミュニティ内での不快・不公平な経験	7	4%
周囲でそのような話を見聞きした	7	4%
回答を控えたい	6	3%
不適切な身体接触	5	3%
望まない関係の強要	4	2%
性的な冗談や発言	2	1%
特にない	85	46%

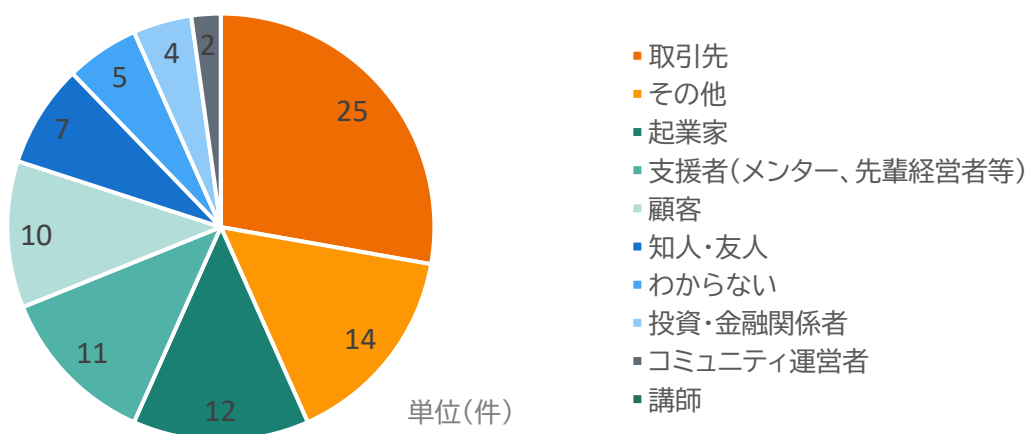
(2)ハラスメント被害について

Q6.主にどのような相手との間で起きましたか？

ハラスメントに関連する違和感や困った経験を引き起こした相手として最も多いのは取引先(25件)で、起業家(12件)、支援者(メンター、先輩経営者等)(11件)、顧客(10件)がこれに次ぐ。起業に携わる様々な関係者との間で、ハラスメントに関連する違和感や困った経験が起きていることがわかる。(江連)

加害者の上位は「取引先」が最も多く25件、次いで「起業家(12件)」「支援者(メンター等)(11件)」となった。事業や起業活動に直接接点があり、優位的な立場にある相手からの被害が多い傾向が読み取れる。(品川)

【図6】



<表3>

主にどのような相手との間で起きましたか？(n=90)	件数	%
取引先	25	28%
その他	14	16%
起業家	12	13%
支援者(メンター、先輩経営者等)	11	12%
顧客	10	11%
知人・友人	7	8%
わからない	5	6%
投資・金融関係者	4	4%
コミュニティ運営者	2	2%
講師	0	0%

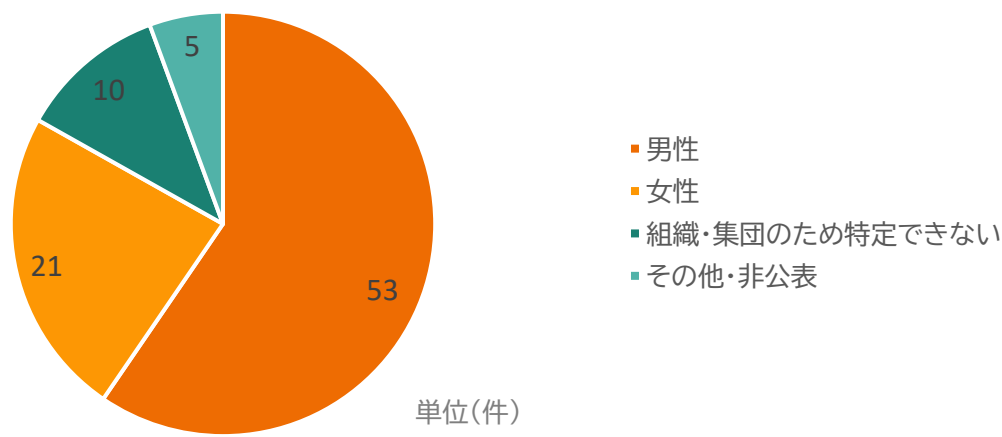
(2)ハラスメント被害について

Q7.主にどのような「性別」の相手との間で起きましたか？

相手の性別は男性(53件)が最も多いが、女性(21件)も一定数みられる。組織・集団のため特定できない(10件)との回答もあり、個人間のやりとりに限らない形でもハラスメントに関連する違和感や困った経験が発生している。(江連)

加害者の性別は「男性」が半数以上(53件)を占めている。一般的に企業の意思決定者層、起業家、支援者という加害者の上位を締める属性のジェンダーバランスの偏りが反映された結果と想定される。(品川)

【図7】



<表4>

主にどのような「性別」の相手との間で起きましたか？(n=89)	件数	%
男性	53	60%
女性	21	24%
組織・集団のため特定できない	10	11%
その他・非公表	5	6%

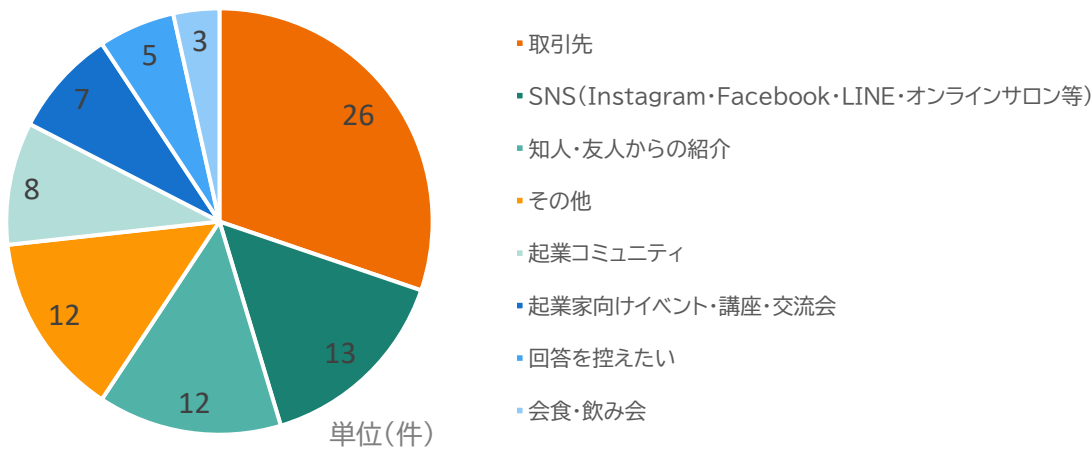
(2)ハラスメント被害について

Q8.その相手とはどこで出会いましたか？

加害者と出会った場所は取引先(26件)が最も多く、SNS(13件)や知人・友人からの紹介(12件)も多い。起業コミュニティ(8件)やイベント・講座・交流会(7件)など、起業支援の場も挙げられている。(江連)

出会いの場は「取引先(26件)」が最多で、「SNS(13件)」「知人・友人の紹介(12件)」が続く。「起業コミュニティ(8件)」や「起業家向けイベント・講演・交流会(7件)」など支援の場も含まれている。(品川)

【図8】



<表5>

その相手とはどこで出会いましたか？(n=86)	件数	%
取引先	26	30%
SNS(Instagram・Facebook・LINE・オンラインサロン等)	13	15%
知人・友人からの紹介	12	14%
その他	12	14%
起業コミュニティ	8	9%
起業家向けイベント・講座・交流会	7	8%
回答を控えたい	5	6%
会食・飲み会	3	3%

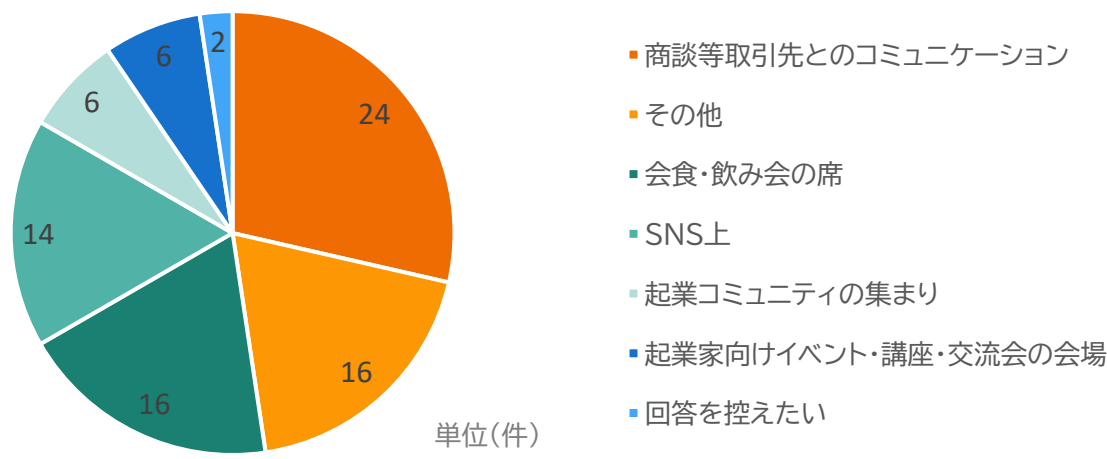
(2)ハラスメント被害について

Q9.その経験は、どのような「場」で起きましたか？

ハラスメントに関連する違和感や困った経験が発生した場としては商談等取引先とのコミュニケーション(24件)が最も多く、会食・飲み会の席(16件)やSNS上(14件)も目立つ。業務の場に加え、公私の境界が曖昧な場面でも起きている。(江連)

被害が起きた場は「商談等取引先とのコミュニケーション」が最多で24件、次いで「会食・飲み会の席(16件)」と続く。SNSや多数が集まるコミュニティ・イベントよりもクローズドかつ直接的なコミュニケーションの場合で被害が起きていることがわかる。(品川)

【図9】



<表6>

どのような「場」で起きましたか？(n=84)	件数	%
商談等取引先とのコミュニケーション	24	29%
会食・飲み会の席	16	19%
その他	16	19%
SNS上	14	17%
起業コミュニティの集まり	6	7%
起業家向けイベント・講座・交流会の会場	6	7%
回答を控えたい	2	2%

(2)ハラスメント被害について

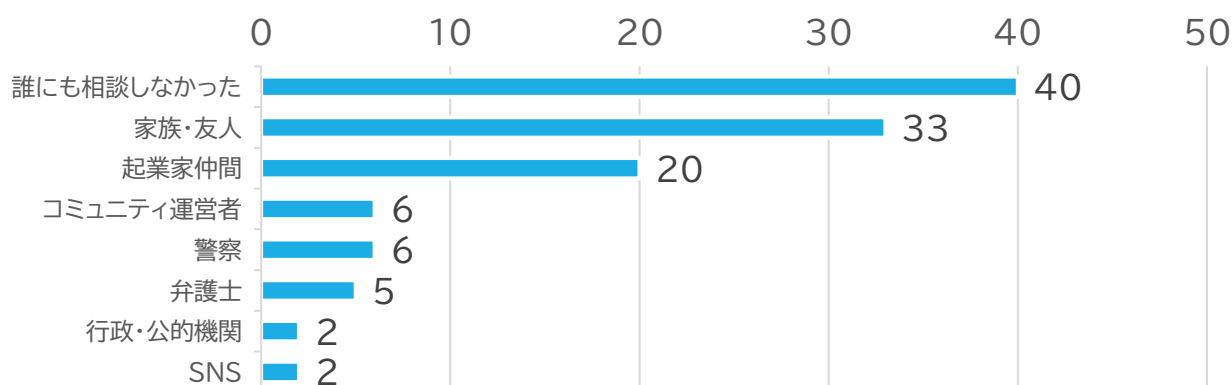
Q10.誰かに相談しましたか？(複数選択可)

ハラスメントに関連する違和感や困った経験の相談状況をみると、誰にも相談しなかった(40件)が最も多く、相談先は家族・友人(33件)、起業仲間(20件)といった身近な相手を中心である。警察(6件)や弁護士(5件)、行政・公的機関(2件)など専門機関への相談は少ない。(江連)

被害に対して、「誰にも相談しなかった」と答えた人が最多で40件となっている。相談先も「家族・友人」や「起業家仲間」など身近な人に留まり、「行政」「警察」「弁護士」など公的・専門機関の利用は合計でも13件と少数で、被害後の具体的な対策や支援に繋がりにくい状況が伺える。(品川)

【図10】

単位(件)



<表7>

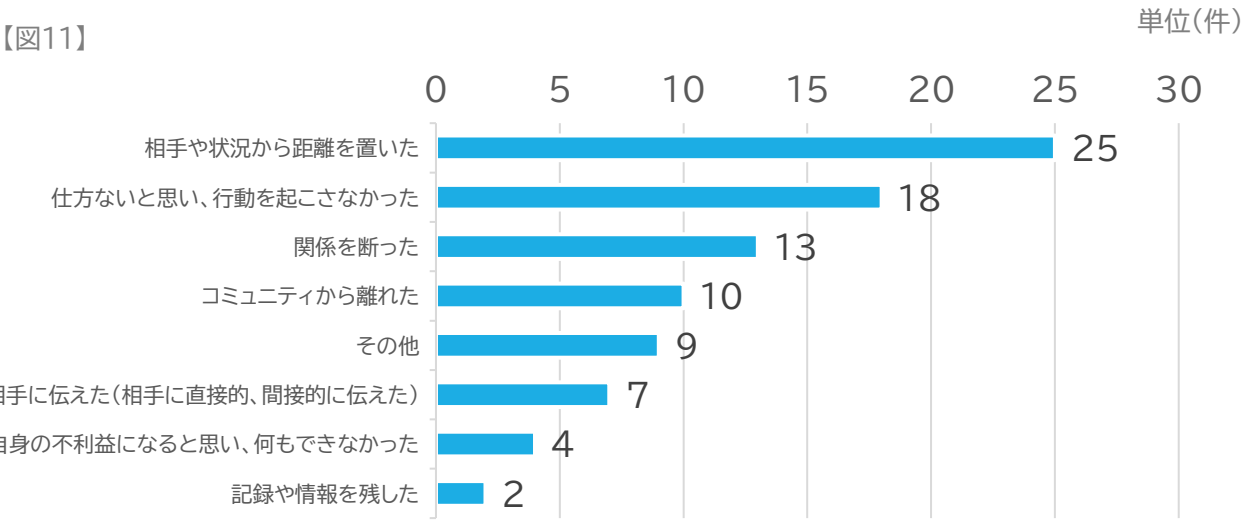
誰かに相談しましたか？(n=88)	件数	%
誰にも相談しなかった	40	45%
家族・友人	33	38%
起業家仲間	20	23%
コミュニティ運営者	6	7%
警察	6	7%
その他	6	7%
弁護士	5	6%
行政・公的機関	2	2%
SNS	2	2%

(2)ハラスメント被害について

Q11.どのように対応しましたか？

ハラスメントに関連する違和感や困った経験への対応では、相手や状況から距離を置いた(25件)、関係を断った(13件)、コミュニティから離れた(10件)など、回避による対応が中心である。仕方ない・不利益になると思い行動しなかった人も計22件にのぼる。(江連)

具体的な対応としては「相手や状況から距離を置いた」が最多の25件と被害に対して相談できず、自らその環境を離れる方が多い。次いで「仕方ないと思い行動を起こさなかった(18件)」と、いずれも加害者への訴えや是正措置には至っていない。(品川)



<表8>

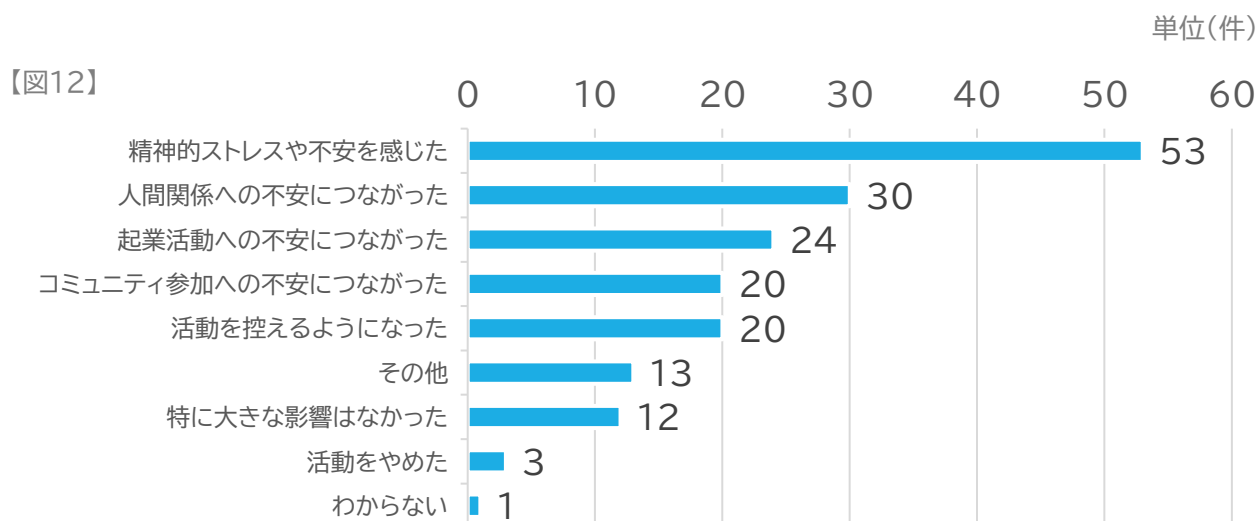
どのように対応しましたか？(n=88)	件数	%
相手や状況から距離を置いた	25	28%
仕方ないと思い、行動を起こさなかった	18	20%
関係を断った	13	15%
コミュニティから離れた	10	11%
その他	9	10%
相手に伝えた(相手に直接的、間接的に伝えた)	7	8%
自身の不利益になると思い、何もできなかった	4	5%
記録や情報を残した	2	2%

(2)ハラスメント被害について

Q12. その経験によって、どのような影響がありましたか？(複数選択可)

ハラスメントに関連する違和感や困った経験による影響では、精神的ストレスや不安を感じた(53件)が最も多く、人間関係(30件)、起業活動(24件)、コミュニティ参加(20件)への不安が挙がる。活動を控えた(20件)・やめた(3件)など事業面への影響もみられる。(江連)

被害の影響として「精神的ストレスや不安」が最多で53件、次いで「人間関係への不安につながった(30件)」や「起業活動への不安につながった(24件)」となった。「活動を控えた・やめた」が併せて23件となり、事業への直接的な損失につながっている深刻な実態も窺える。(品川)



<表9>

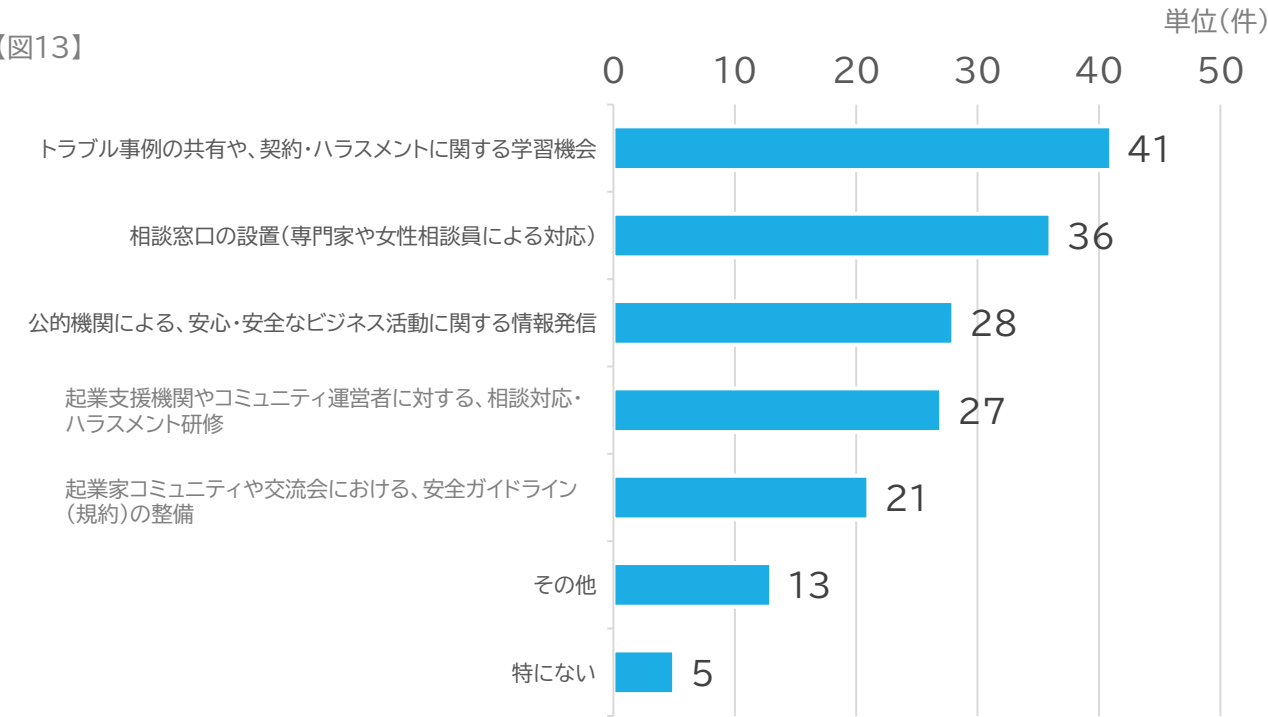
違和感や困った経験によって、どのような影響がありましたか？ (n=88)	件数	%
精神的ストレスや不安を感じた	53	60%
人間関係への不安につながった	30	34%
起業活動への不安につながった	24	27%
コミュニティ参加への不安につながった	20	23%
活動を控えるようになった	20	23%
その他	13	15%
特に大きな影響はなかった	12	14%
活動をやめた	3	3%
わからない	1	1%

(2)ハラスメント被害について

Q13.今後、安心して活動するために必要だと思うものを教えてください。(複数選択可)

今後、安心して活動するために必要なものとしては、トラブル事例の共有や契約・ハラスメントに関する学習機会(41件)が最も多く、専門家や女性相談員による相談窓口の設置(36件)、公的機関による情報発信(28件)、支援機関やコミュニティ運営者への研修(27件)が上位を占める。
(江連)

「トラブル事例の共有や学習機会」が最多で41件、「相談窓口の設置(36件)」、「公的機関による、安心・安全なビジネス活動に関する情報発信(28件)」、「起業支援機関やコミュニティ運営者に対する、相談対応・ハラスメント研修(27件)」など多面的な対応が求められている。起業家自身が学び備えるだけでなく、ステークホルダーへのリテラシー教育や、被害発生後の相談先と、防止と対策両面の施策が必要とされている。(品川)



<表10>

今後、安心して活動するために必要だと思うものを教えてください。 (n=89)	件数	%
トラブル事例の共有や、契約・ハラスメントに関する学習機会	41	46%
相談窓口の設置(専門家や女性相談員による対応)	36	40%
公的機関による、安心・安全なビジネス活動に関する情報発信	28	31%
起業支援機関やコミュニティ運営者に対する、相談対応・ハラスメント研修	27	30%
起業家コミュニティや交流会における、安全ガイドライン(規約)の整備	21	24%
その他	13	15%
特にない	5	6%

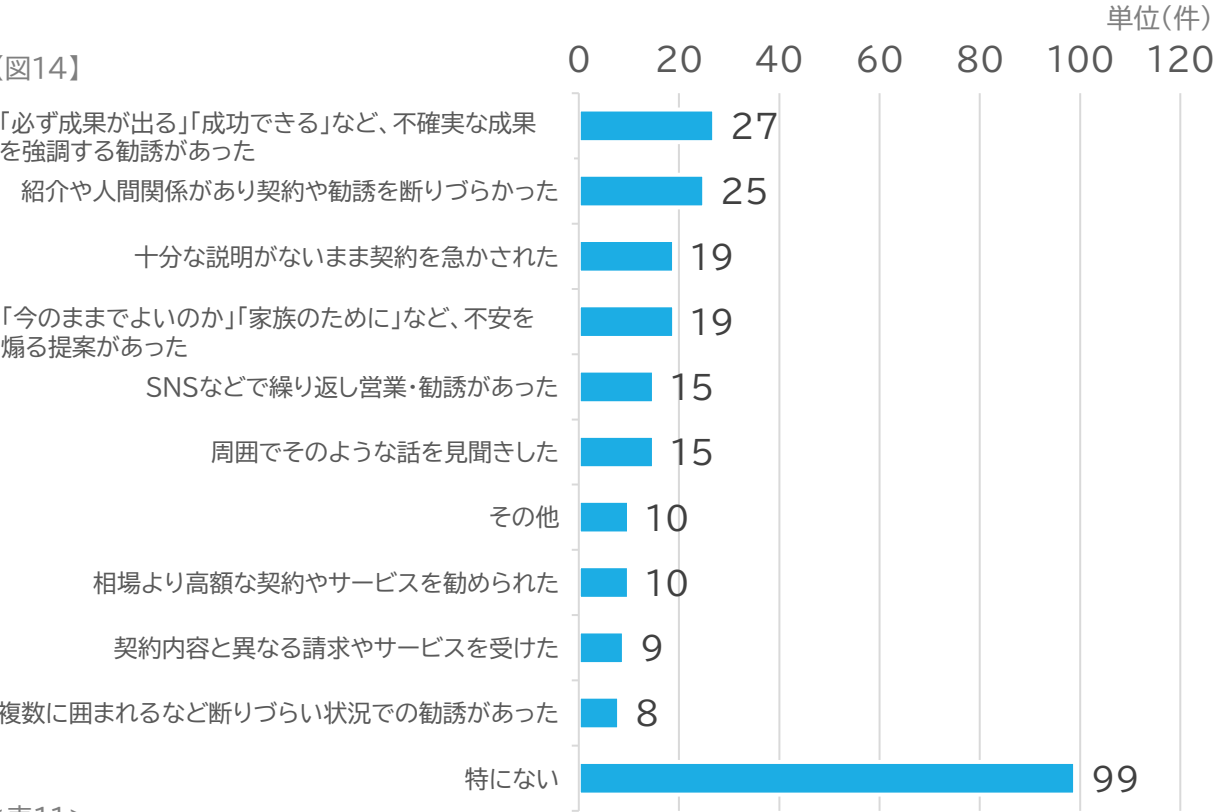
(3)詐欺・詐欺まがい被害について

Q14.起業活動・事業活動の中で、次のような「違和感」や「困った経験」はありましたか？

(複数選択可)

回答数のうち81件は、勧誘や契約に関する違和感や困った経験(見聞を含む)をしていた。不確実な成果を強調する勧誘(27件)、紹介や人間関係で断りづらかった経験(25件)、説明がないまま契約を急かされた経験(20件)が上位に挙がる。(江連)

「必ず成果が出る」「成功できる」など、不確実な成果の強調する勧誘があった」が最多で27件となっている。次いで「紹介や人間関係があり契約や勧誘を断りづらかった(25件)」「十分な説明がないまま契約を急かされた(20件)」が上位となり、明確な詐欺ではなく関係性を利用するまたは不安感情を煽る詐欺まがいの被害が多数を占めている。(品川)



<表11>

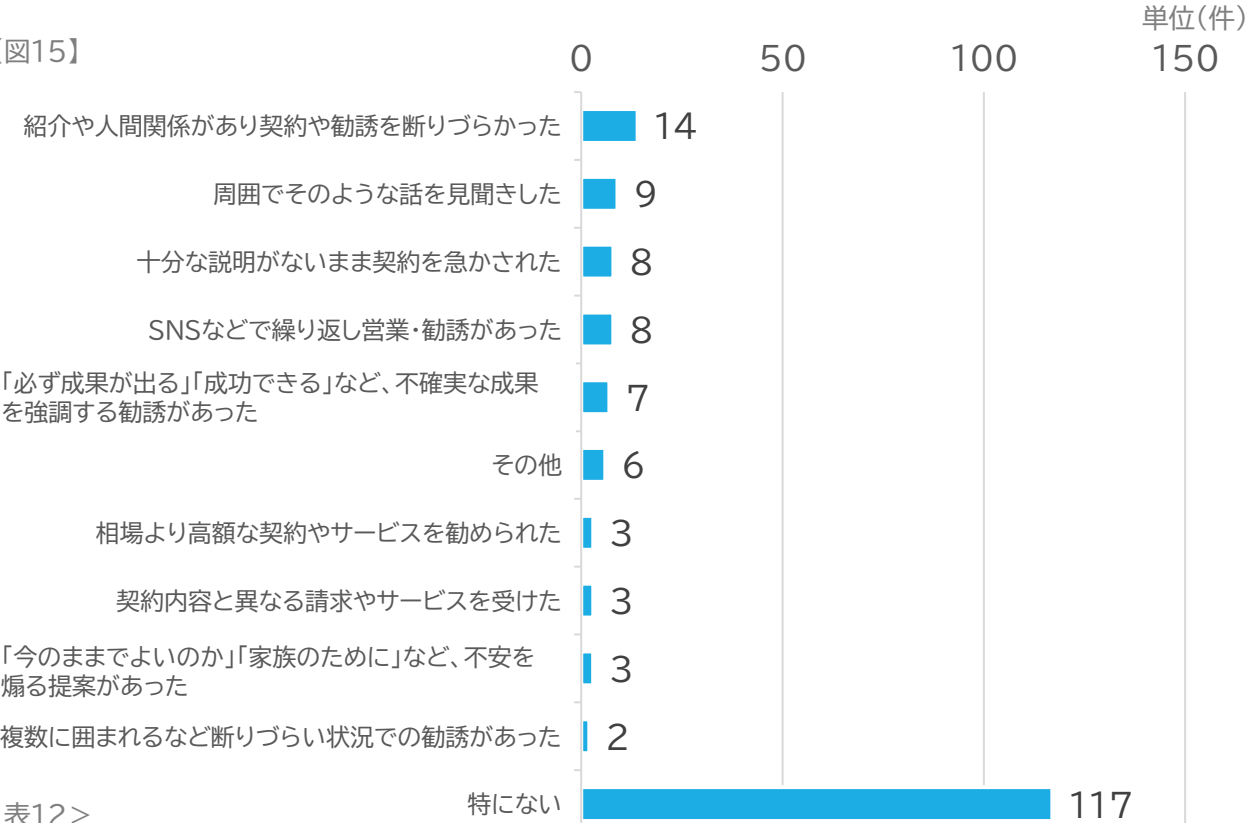
起業活動・事業活動の中で、次のような「違和感」や「困った経験」はありましたか？(n=180)	件数	%
「必ず成果が出る」「成功できる」など、不確実な成果を強調する勧誘があった	27	15%
紹介や人間関係があり契約や勧誘を断りづらかった	25	14%
十分な説明がないまま契約を急かされた	19	11%
「今のままでよいのか」「家族のために」など、不安を煽る提案があった	19	11%
SNSなどで繰り返し営業・勧誘があった	15	8%
周囲でそのような話を見聞きした	15	8%
その他	10	6%
相場より高額な契約やサービスを勧められた	10	6%
契約内容と異なる請求やサービスを受けた	9	5%
複数に囲まれるなど断りづらい状況での勧誘があった	8	4%
特にない	99	55%

(3)詐欺・詐欺まがい被害について

Q15.先ほど選択した中で、あなたの心身の健康や起業活動・事業活動に、特に影響を与えたものを1つ教えてください。

勧誘や契約に関する違和感や困った経験をした81件のうち約8割が何らかの影響を挙げている。特に影響を与えたものとしては、紹介や人間関係があり契約や勧誘を断りづらかった経験(14件)が最も多く、SNSでの繰り返しの営業・勧誘(8件)や契約を急かされた経験(8件)がそれに次ぐ。(江連)

最も深刻な影響を与えた要因は「紹介や人間関係があり契約や勧誘を断りづらかった」が最多の14件である。これに「説明不足の契約急かし(8件)」等が続き、人間関係を盾にした勧誘が強い心理的負担となっている。(品川)



<表12>

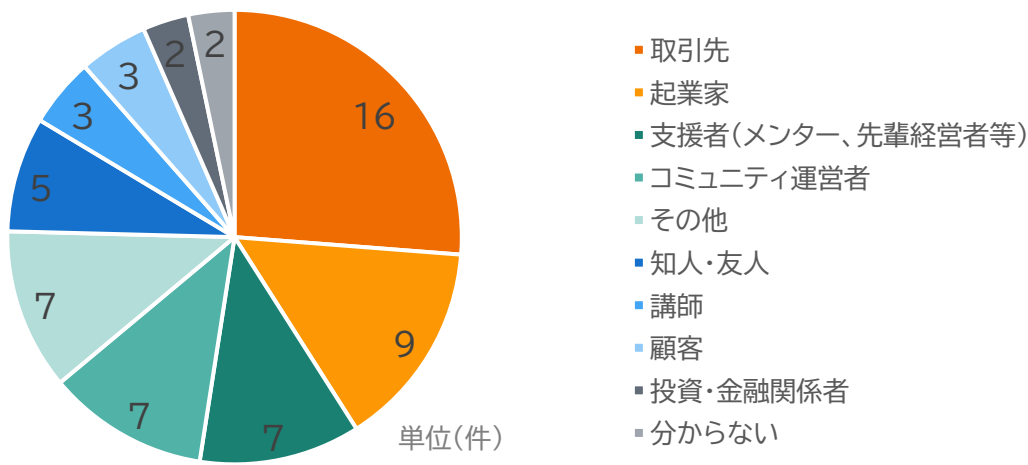
あなたの心身の健康や起業活動・事業活動に、特に影響を与えたものを1つ教えてください。(n=180)	件数	%
紹介や人間関係があり契約や勧誘を断りづらかった	14	8%
周囲でそのような話を見聞きした	9	5%
十分な説明がないまま契約を急かされた	8	4%
SNSなどで繰り返し営業・勧誘があった	8	4%
「必ず成果が出る」「成功できる」など、不確実な成果を強調する勧誘があった	7	4%
その他	6	3%
相場より高額な契約やサービスを勧められた	3	2%
契約内容と異なる請求やサービスを受けた	3	2%
「今のままでよいのか」「家族のために」など、不安を煽る提案があった	3	2%
複数に囲まれるなど断りづらい状況での勧誘があった	2	1%
特にない	117	65%

(3)詐欺・詐欺まがい被害について

Q16.主にどのような相手との間で起きましたか？

相手方は「取引先(16件)」が最多で、次いで「起業家(9件)」、さらに「支援者(7件)」と「コミュニティ運営者(7件)」が同数で続く結果となり、身近なビジネス関係者との間で多く発生している。(品川)

【図16】



<表13>

主にどのような相手との間で起きましたか？(n=61)	件数	%
取引先	16	26%
起業家	9	15%
支援者(メンター、先輩経営者等)	7	11%
コミュニティ運営者	7	11%
その他	7	11%
知人・友人	5	8%
講師	3	5%
顧客	3	5%
投資・金融関係者	2	3%
わからない	2	3%

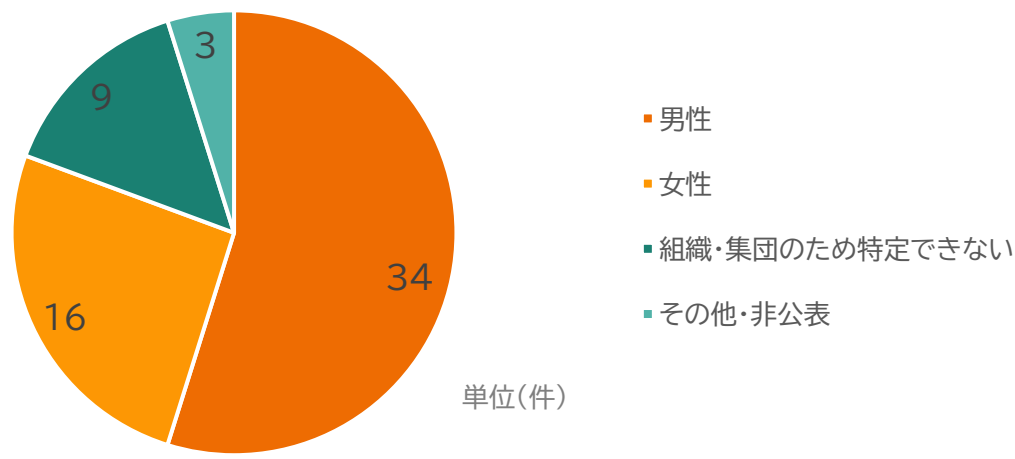
(3)詐欺・詐欺まがい被害について

Q17.主にどのような「性別」の相手との間で起きましたか？

勧誘や契約に関する違和感や困った経験を誘発した相手の性別は男性(34件)が最も多いが、女性(16件)も一定数みられる。組織・集団のため特定できない(9件)との回答もあり、ハラスメントの場合と同様の傾向を示している。(江連)

相手の性別は「男性」が最も多く34件で、「女性(16件)」の倍以上となっている。(品川)

【図17】



<表14>

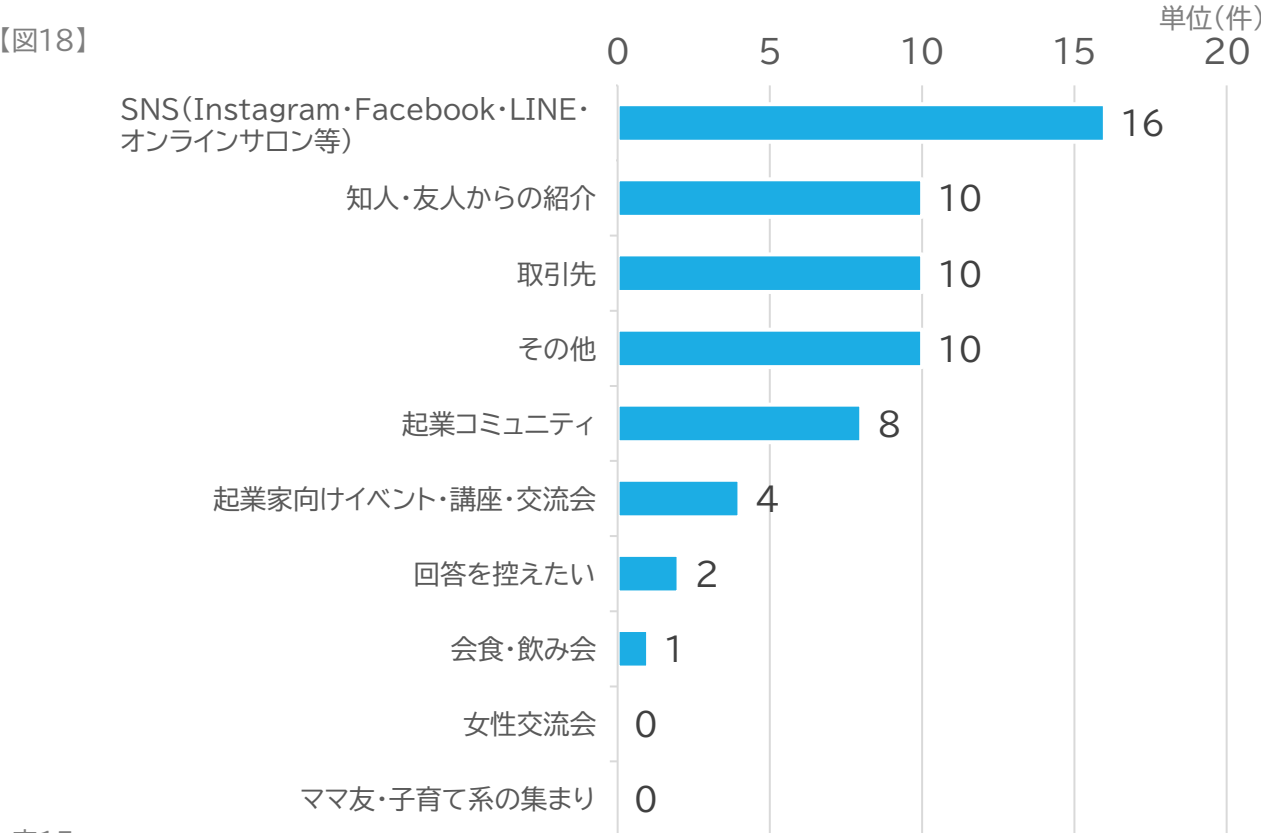
主にどのような「性別」の相手との間で起きましたか？(n=62)	件数	%
男性	34	55%
女性	16	26%
組織・集団のため特定できない	9	15%
その他・非公表	3	5%

(3)詐欺・詐欺まがい被害について

Q18.その相手とはどこで出会いましたか？

出会った場所はSNS(16件)が最も多く、取引先と知人・友人からの紹介(各10件)、起業コミュニティ(8件)がそれに並ぶ。SNSが最大の入口となっている点が特徴である。(江連)

トラブルの出会い頭は「SNS(16件)」が最多であり、オンライン上の接点が温床となっている。次いで「取引先」「知人・友人からの紹介」が各10件、「起業コミュニティ」が8件と続き、多様な動線で発生している。(品川)



<表15>

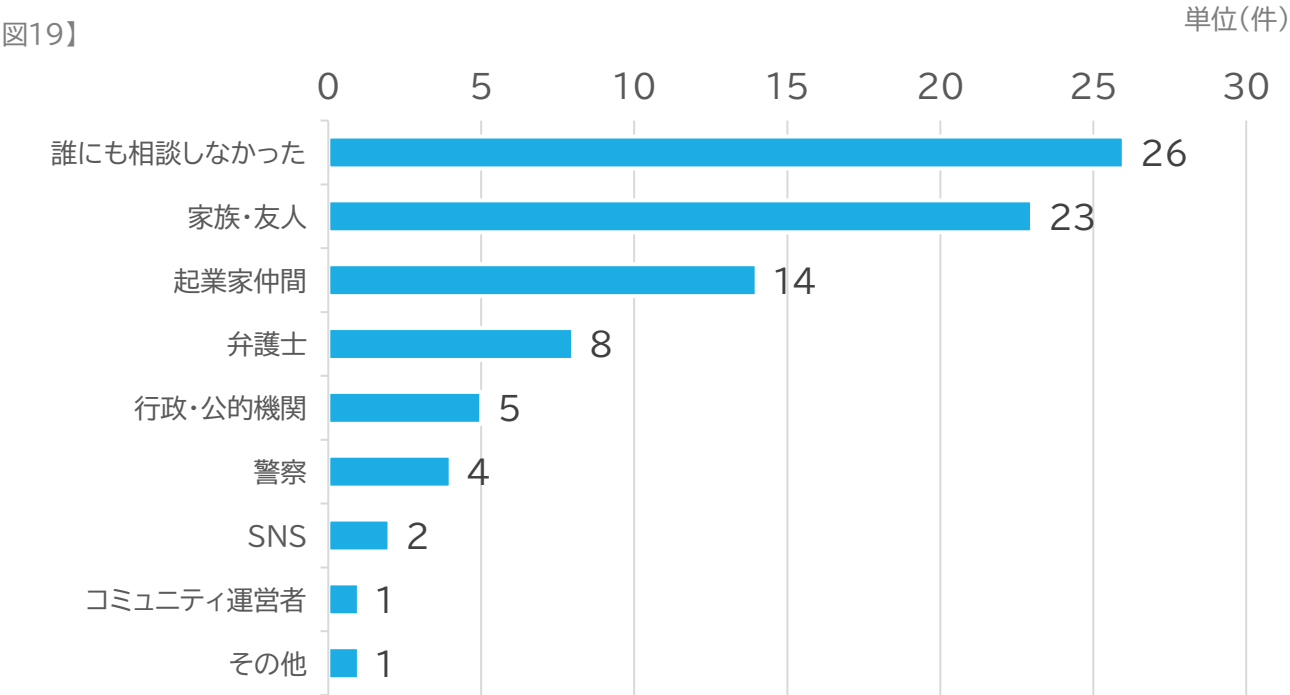
その相手とはどこで出会いましたか？(n=61)	件数	%
SNS(Instagram・Facebook・LINE・オンラインサロン等)	16	26%
知人・友人からの紹介	10	16%
取引先	10	16%
その他	10	16%
起業コミュニティ	8	13%
起業家向けイベント・講座・交流会	4	7%
回答を控えたい	2	3%
会食・飲み会	1	2%
女性交流会	0	0%
ママ友・子育て系の集まり	0	0%

(3)詐欺・詐欺まがい被害について

Q19.誰かに相談しましたか？(複数選択可)

勧誘や契約に関する違和感や困った経験の相談状況をみると、誰にも相談しなかった(26件)が最も多く、相談先は家族・友人(23件)、起業家仲間(14件)といった身近な相手を中心である。弁護士(8件)、行政・公的機関(5件)、警察(4件)など専門機関への相談は、ハラスメントの場合より多くなっている。(江連)

相談先は「家族・友人(23件)」「起業家仲間(14件)」という身近な存在が多い。一方で「誰にも相談しなかった」が最多の26件となり、公的機関や弁護士への相談が少なく、孤立しやすい実態が伺える。(品川)



<表16>

誰かに相談しましたか？(n=62)	件数	%
誰にも相談しなかった	26	42%
家族・友人	23	37%
起業家仲間	14	23%
弁護士	8	13%
行政・公的機関	5	8%
警察	4	6%
SNS	2	3%
コミュニティ運営者	1	2%
その他	1	2%

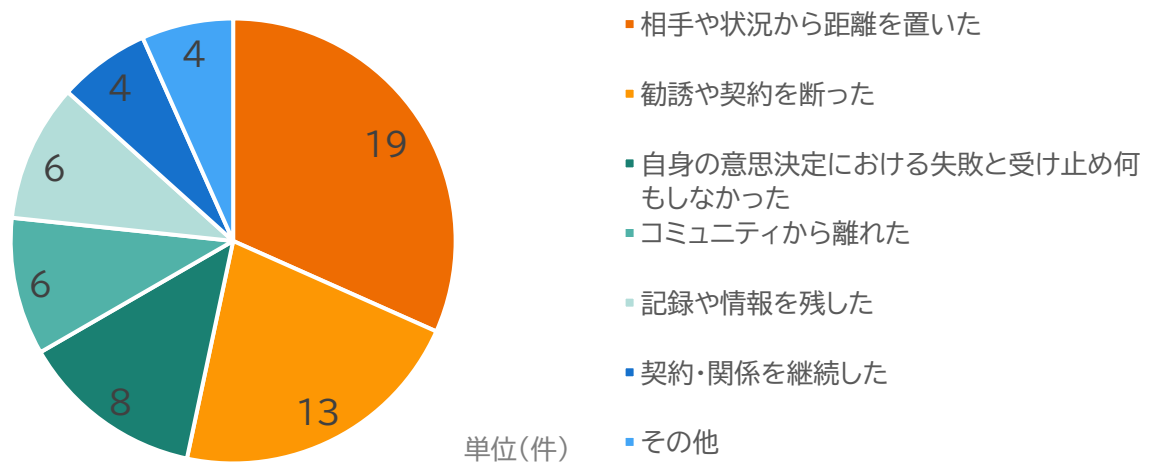
(3)詐欺・詐欺まがい被害について

Q20.どのように対応しましたか？

勧誘や契約に関する違和感や困った経験への対応では、相手や状況から距離を置いた(19件)、勧誘や契約を断った(13件)など関係の回避・解消が中心である。自身の意思決定の失敗と受け止め何もしなかった人(8件)や、契約・関係を継続した人(4件)もみられる。(江連)

対応として「相手や状況から距離を置いた(19件)」「勧誘や契約を断った(13件)」が上位である。一方で、「自身の失敗と受け止め何もしなかった」も8件あり、自己責任として抱え込む傾向も見られ、被害が顕在化しない実態が窺える。(品川)

【図20】



<表17>

どのように対応しましたか？(n=60)	件数	%
相手や状況から距離を置いた	19	32%
勧誘や契約を断った	13	22%
自身の意思決定における失敗と受け止め何もしなかった	8	13%
コミュニティから離れた	6	10%
記録や情報を残した	6	10%
契約・関係を継続した	4	7%
その他	4	7%

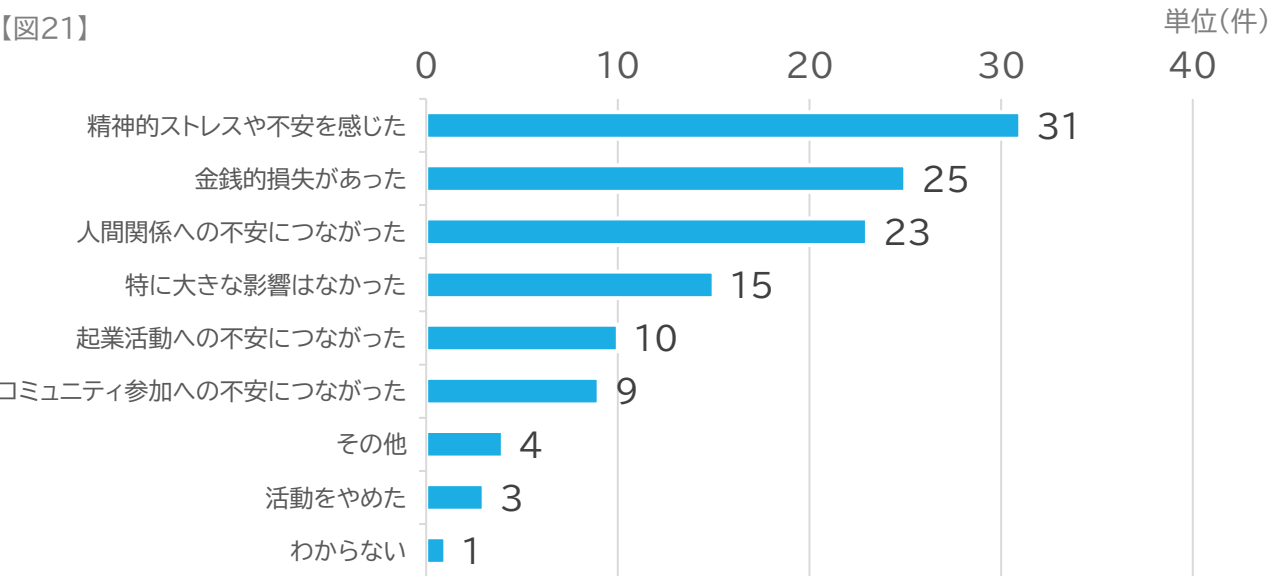
(3)詐欺・詐欺まがい被害について

Q21.その経験によって、どのような影響がありましたか？（複数選択可）

勧誘や契約に関する違和感や困った経験による影響では、精神的ストレスや不安を感じた(31件)が最も多く、金銭的損失があった(25件)、人間関係への不安(23件)がこれに次ぐ。金銭面だけでなく心理面の影響も大きいことが伺える。(江連)

影響は「精神的ストレス(31件)」が最多で、「金銭的損失(25件)」「人間関係への不安(23件)」が続く。実利的な被害にとどまらず、心身の健康や周囲の信頼関係にまで深い悪影響を及ぼしている。(品川)

【図21】



<表18>

その経験によって、どのような影響がありましたか？(n=63)	件数	%
精神的ストレスや不安を感じた	31	49%
金銭的損失があった	25	40%
人間関係への不安につながった	23	37%
特に大きな影響はなかった	15	24%
起業活動への不安につながった	10	16%
コミュニティ参加への不安につながった	9	14%
その他	4	6%
活動をやめた	3	5%
わからない	1	2%

(3) 詐欺・詐欺まがい被害について

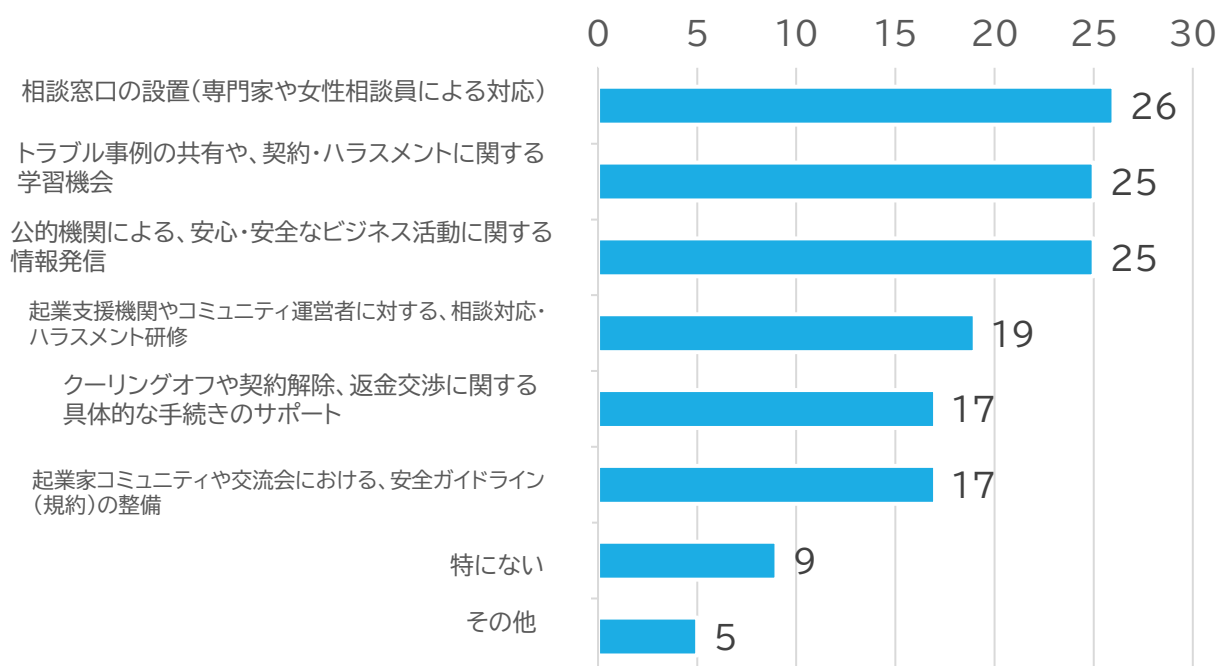
Q22. 今後、安心して活動するために必要だと思うものを教えてください。(複数選択可)

今後、安心して活動するために必要なものとしては、専門家や女性相談員による相談窓口の設置(26件)が最も多く、公的機関による情報発信、トラブル事例の共有や学習機会(各25件)がほぼ並ぶ。クーリングオフや返金交渉など具体的な手続きのサポート(17件)も求められている。(江連)

要望は「相談窓口の設置(26件)」が最も多く、次いで「事例共有・学習機会」「公的機関の情報発信」が各25件で並ぶ。被害を未然に防ぐ知識の提供や、発生時の相談先の設置が多く求められている。(品川)

【図22】

単位(件)



<表19>

今後、安心して活動するために必要だと思うものを教えてください。 (n=64)	件数	%
相談窓口の設置(専門家や女性相談員による対応)	26	41%
トラブル事例の共有や、契約・ハラスメントに関する学習機会	25	39%
公的機関による、安心・安全なビジネス活動に関する情報発信	25	39%
起業支援機関やコミュニティ運営者に対する、相談対応・ハラスメント研修	19	30%
クーリングオフや契約解除、返金交渉に関する具体的な手続きのサポート	17	27%
起業家コミュニティや交流会における、安全ガイドライン(規約)の整備	17	27%
特にない	9	14%
その他	5	8%

第3章 総評

女性起業家が安心して事業活動に取り組める健全なエコシステムの構築へ

本調査は、福岡県内における女性起業家を取り巻くハラスメントや詐欺的勧誘の実態把握を目的に実施され、当事者の声から個々のトラブルの実情や心理的・経済的影響について具体的に浮き彫りにすることができた。今回の結果をもとに、監修者の視点から今後の起業エコシステム発展に向けた論点整理と今後に向けた示唆を以下にまとめる。

1. コミュニティの規模特性とフェーズ別リスク:顕在化しにくい「機会損失」のメカニズム

地域における起業エコシステムの規模や人的ネットワークの特性から、主要なキーパーソンや支援組織が限定され、関係性が密になりやすい環境という側面がある。

アンケート結果を見ると、詐欺や悪質な勧誘は体制が脆弱な「起業準備中・個人事業主」の段階でSNSや知人紹介等を通じて多発する一方、ハラスメントは法人化や売上拡大に伴い商談や会食といった「リアルなビジネスの場」で急増する傾向がみられた。このように、事業のフェーズに応じて直面するリスクの質が変化する中で、トラブルに見舞われた初期段階の女性起業家が、多大なエネルギーを割いて対抗する手前で「事業拡大を諦める」「活動を縮小・フェードアウトする」という選択を余儀なくされるケースも少なくない。

すなわち、目に見える実害件数の小ささは必ずしも環境の安全性を担保するものではなく、事業成長を遂げる手前で挑戦を阻まれている実態を示唆している可能性もある。これをエコシステムにおける潜在的な「機会損失」として捉え直す視点も重要といえる。

2. コミュニティの多層化:自己責任論を脱し、孤立を防ぐセーフティネット

被害後に「誰にも相談しなかった」が最多を占める実態は、相談を阻む心理的・環境的ハードルの高さを示している。特に詐欺被害では「知人の紹介だから断りづらい」「自ら契約してしまった」という心理から、自責の意識や、孤立化・関係性の軋轢を恐れる心理が被害の表面化を妨げている。

こうした中で安心して事業活動に取り組める環境をつくるアプローチとして、特定の単一コミュニティや固定化された人間関係のみに依存しない「コミュニティの多層化(複数のネココミュニティへの所属)」を促していくことが一つの有効な選択肢である。一つの関係性に依存しすぎない「緩やかなつながり」を複数持つことは、万が一のトラブルの際の心理的・実務的な避難先(セーフティネット)となり、孤立を防ぐ現実策となり得る。

また、支援者・メンター側からの被害も報告されている事実を踏まえ、双方が適切な距離感を担保できるような仕組みづくりや意識の共有も有効である。さらに行政側には、こうした民間事業の自発的な活動に対し、スタートアップ支援施設などの「会場・場の提供」を通じて後押ししていくような柔軟な支援も期待される。

3. 安心して事業活動に取り組める環境づくりへ:行政・支援機関におけるこれからの方向性

アンケート調査の結果を踏まえ、今後行政や支援機関が検討し得る取り組みとして、以下のような方向性が挙げられる。

・**起業家へのリテラシー教育**:準備期の不当勧誘対策や拡大期のハラスメント防止策など、成長フェーズに応じた基準や研修を補助金・支援施策の採択要件や加算措置へ試験的に導入・検討していくこと。

・**連携パートナーへの指導・啓発**:自治体主導のイベントや施設において特定の属性に偏らない登壇者・審査員の人選に配慮し、ポリシーの掲示や意識啓発を徹底すること。あわせて、特定の成功パターンに偏らない多様なロールモデルを提示する工夫も考えられる。

・**専門性と独立性を備えた相談体制の確立**:窓口には専門知識を有する第三者機関や訓練された人材の配置を検討し、安心して相談できる独立性を確保すること。あわせて、現状を定期的に把握するための調査を継続していくこと。

各自治体が全ての役割を孤立して担うのではなく、政府機関の既存制度の活用促進なども含め、官民それぞれのリソースを立体的に活用していくことが現実的である。すべての女性起業家が事業外のリスクに脅かされることなく、自らの事業運営に100%集中できる健全で公正な起業エコシステムが、今後より一層広がっていくことが期待される。

1. 全国的な課題と、地域から調査する意義

女性起業家へのセクシュアルハラスメントをはじめとする被害は、近年ようやく国内でも実証的な調査研究が進みつつある全国的な課題である(Kotosaka et al., 2026; Ezure & Azuma 2025)。雇用労働者であれば、男女雇用機会均等法に基づき雇用主が性被害の発生を防止する義務等を負っているが、これらは雇用関係を前提とした制度であり、起業家はその保護の枠外に置かれている。

ただし、東京都での創業が最も多いことを踏まえると、起業家に対する調査のサンプルは、首都圏のスタートアップ・エコシステムに偏りやすい。地域によって主要な産業が異なり、事業の形態もコミュニティの文化も異なることを踏まれば、それぞれの地域の実態を丁寧に把握することには大きな意義がある。本調査が、起業準備中から法人登記済みまで幅広いステージの女性185人を対象に、ハラスメントと勧誘・契約トラブルの両面から福岡県の実態を数量的に把握したことは、その先駆的な一歩である。筆者は、起業支援の現場におけるハラスメント防止の実践と、女性起業家の被害に関する研究の双方に携わってきた立場から、本調査の結果を考察したい。

2. 「男性投資家」VS「女性起業家」という構図を超えて

女性起業家へのハラスメントは、報道では多く「男性投資家が、資金提供をめぐる権力を背景に女性起業家へセクシュアルハラスメントを行う」という構図で語られてきた。しかし本調査で相手として最も多いのは取引先(25件)であり、投資・金融関係者(4件)は上位に入らない。これは、本調査の回答者の多くが、投資家からの資金調達を前提としない事業を営んでいることの反映と考えられる。日本の女性起業家のうち投資家から資金調達を行う人はごく一部であることを踏まれば、この結果は女性起業家の典型的な実態をむしろ適切に捉えたものといえる。

さらに注目すべきは、一見対等な関係であるはずの起業家仲間からの被害(12件)が多く報告されている点である。契約や出資といった明示的な利害関係がなくても、売上規模や知名度、ネットワークの広さなどによって、起業家同士の間に事実上の権力関係が生じている可能性がある。加えて、先輩経営者やメンターを含む支援者からの被害(11件)も報告されており、本来安全であるべき起業支援の場そのものがハラスメントの場になり得ることを示している。ハラスメントが黙認される環境で経験を積んだ人が、やがて先輩起業家や支援者として場を担う側に回るならば、被害の構造は世代を越えて再生産されかねない。

このように、女性起業家へのハラスメントは特定の主体による個別の問題ではなく、起業エコシステム全体の構造的な課題として理解する必要がある。被害の再生産を防ぐためには、起業家、支援者、取引先、投資家を含むすべての関係者が、ハラスメントの防止と安全な起業環境の形成に主体的に取り組むことが求められる。

3. 不可視化の悪循環

本調査では、回答数の約6割にあたる113件が何らかの違和感や困った経験をしており、その約9割が心身の健康や事業活動への影響を挙げている。一方で、単一の回答として最も多いのは「特にない」(70件)であることに目を留める読者もいるだろう。しかし、この数字を「被害がない」と読むことには慎重であるべきである。ハラスメントの被害は、被害者自身にとっても認識しづらい。とりわけ知人からの被害は、広く想定される「被害」のイメージと一致せず、被害として自覚されるまでに時間がかかることが指摘されている。冗談や会食の場の言動として日常に溶け込んだ行為は、違和感を覚えてもなお「考えすぎではないか」と飲み込まれやすい。「特にない」の中には、こうした潜在的な被害が含まれている可能性がある。

被害を認識できたとしても、その被害が「相談」という形で可視化されるのにも高いハードルがある。実際、今回の調査では「誰にも相談しなかった」(40件)と回答した人が最も多く、警察・弁護士・行政などの専門機関に届いた例はごく少数であった。相談した場合も家族・友人(33件)や起業家仲間(20件)が中心である。同じ経験を持つ仲間への相談は支えになる一方、「自分もあった」「よくあること」という共感の中で被害が日常化し、制度的な対応につながらない構造にも注意したい。

さらに、被害者の多くは「距離を置く」「関係を断つ」「コミュニティから離れる」という回避行動で被害に対応していることも本調査で示された。被害者の離脱が繰り返される一方で加害者がコミュニティ内に影響力を持ち続けるならば、安全な環境は形成されず、新たな参加者も同様のリスクにさらされる。結果として、女性起業家が安心して活動できる起業エコシステムの形成そのものが阻害される。

一見すると、相談件数の少なさは相談窓口の必要性を低く見積もらせるかもしれない。しかし、本調査が示したのは、相談が少ないことではなく、被害が相談に至る前の段階で不可視化されてしまう構造である。この不可視化のプロセスを踏まえて対策を講じなければ、悪循環を断ち切ることはできない。

4. 自衛に委ねず、場の責任へ

以上を踏まえ、今後期待されるハラスメント防止施策について考察したい。回答者から最も多く求められていたのは、トラブル事例の共有や学習機会(41件)であった。こうした取り組みは重要であるが、被害者になり得る人の「自衛策」としてではなく、支援機関、取引先、コミュニティ運営者を含む起業環境全体の規範形成を目的として設計されるべきである。何がハラスメントに当たるのかという認識が共有されていない環境では、被害者だけが知識を得ても状況は改善しない。

第二に、専門家や女性相談員による相談窓口(36件)の整備である。しかし、本調査が示したように、相談件数の少なさは窓口の必要性の低さを意味するものではない。相談によって不利益を受けることへの懸念や、相談しても改善されないという認識は、被害の不可視化をさらに強める要因となる。そのため、窓口は設置すること以上に、安心して利用できることが重要である。相談者が不利益を受けない制度設計や、二次被害を防止する対応体制を整備して初めて、相談機能は実効性を持つ。

第三に、本調査の結果を踏まえると、支援機関やコミュニティ運営者に対する研修と安全ガイドラインの整備も重要である。支援者自身が加害者となる事例が確認されたことから、安全な支援環境を整備することはもちろん不可欠である。それに加え、支援機関やコミュニティは、多様な起業家や支援者、企業関係者が継続的に集まる場でもある。そのため、ハラスメントに関する共通認識や対応方針をエコシステム全体へ波及させる結節点としての役割を果たし得る。個々の起業家への啓発にとどまらず、場を運営する主体が共通の規範を形成することが、安全な起業環境の構築につながると考えられる。

被害への対処を個人の強さや慎重さに求める限り、起業は「被害に耐えられる人」のものになってしまう。安心して起業できる環境の整備は、女性活躍や地域の起業支援の成果を左右する前提条件である。本調査がその出発点として、福岡県から全国に先駆けた取り組みにつながることを期待したい。

引用文献

・Chika Ezure, & Shiho Azuma.

The calm before the storm: Examining sexual harassment and equity among female entrepreneurs on the sexual violence continuum in Japan.

・Kotosaka, M., Ashizawa, M., Sai, M., Tsutsumi, H., Yamada, K., & Yamaguchi, S. (2026).

Harassment and Power Asymmetries in Entrepreneurial Ecosystems.