

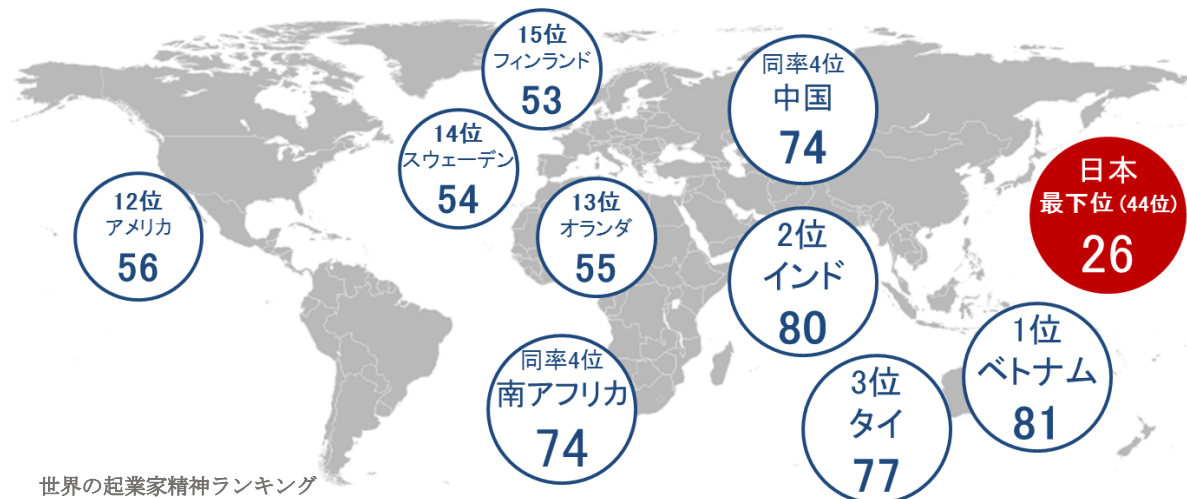
世界 45 カ国を対象に起業家精神を徹底調査

日本の起業家精神が最下位に！

**若者の起業家精神の低さと、
「野心」「向上心」「自信」「能力の理解」の欠如が鮮明に！
「働きたくない」若者が多いことも判明**

日本アムウェイ合同会社（本社：東京渋谷区宇田川町 7-1 社長：ピーター・ストライダム）は、アムウェイ本社が世界 45 カ国、男女計 50,861 名を対象に実施した、「アムウェイ・グローバル起業家精神調査レポート」(Amway Global Entrepreneurship Report) の最新の結果を発表します。

この度の調査結果では、日本人の起業意識は、昨年に続き世界 45 カ国中、最下位という結果となりました。世界でみると「起業家に対するポテンシャル」は高水準であるものの、日本人のポテンシャルは世界平均 43%の約 3 分の 1 にあたる 15%にとどまりました。



世界の起業家精神ランキング

※国名下の数字はアムウェイ起業家精神指標（AESI）。

※AESI は 1. 願望 2. 実行可能性 3. 安定性に関する 3つの因子から測定された起業家精神における度数を表す。

このような日本の状況をさらに分析すべく、日本、アメリカ、インド、フィンランドの 4 カ国の若者計 900 名を対象に、若者の起業家精神における追加調査を実施いたしました。その結果、他国と比較すると日本人は若いうちから、起業家精神が低く、また「野心」「向上心」「自信」「能力の理解」が大きく欠如していることが鮮明になりました。家庭環境においては、子の将来にとって親は重要な存在であるものの、日本人の親子間では会話量が少なく、重要なインプットを親から得る機会が少ない状況であることも明らかになりました。

【主な調査結果】

- 1) 日本人は、45 カ国中、起業家精神が最も低い。
- 2) 日本人の「起業へのポジティブな姿勢」は昨年比 15%上昇。一方で「起業家に対するポテンシャル」は低いままで、昨年比でほぼ横ばい。
- 3) 日本人は若いうちから起業への関心が低い。また「野心」「向上心」「自信」「能力の理解」が欠如。
- 4) 子の将来にとって親は重要な存在であるが、日本では親子間の会話が少ない。
- 5) 日本人の将来の希望職業は「国家公務員、地方公務員」「会社・企業の事務職」が人気。また他国と比べ「働きたくない」という回答が目立つ。

本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先

日本アムウェイ合同会社 広報グループ

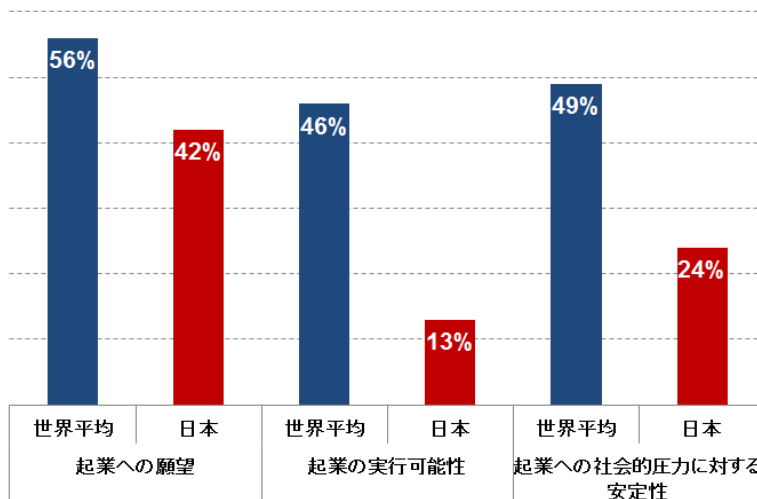
Tel:03-5428-7210 / Fax:03-5428-7965 / Email: AJ.AMWAY.PR_team@Amway.com

【アムウェイ・グローバル起業家精神調査レポートのポイント】

1) 日本人は、45カ国中、起業家精神が最も低い。

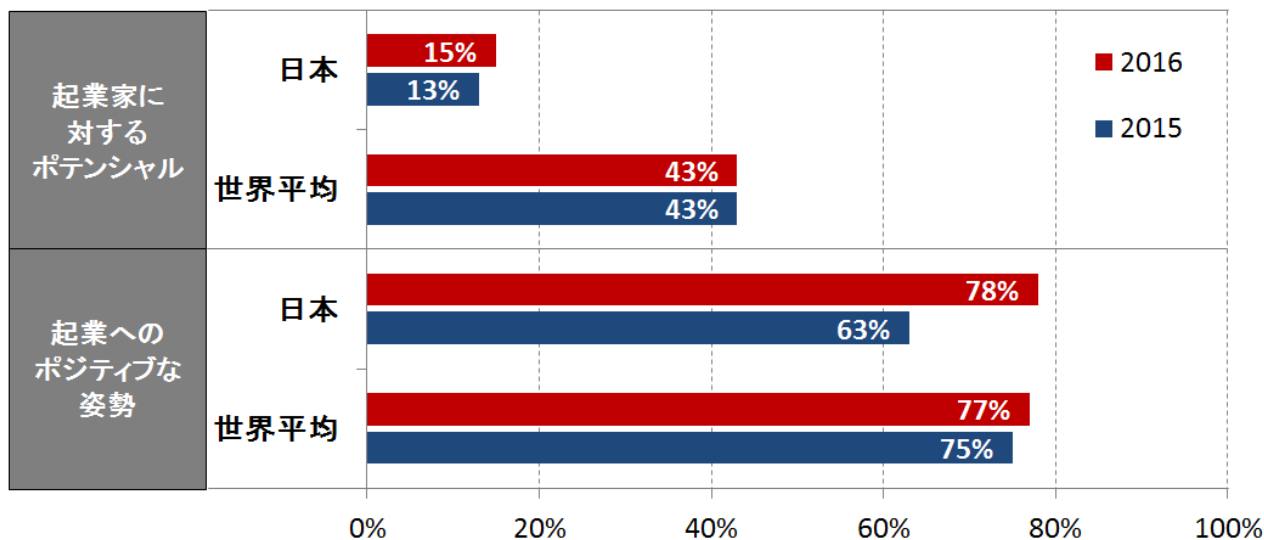
日本人は起業家精神度の計測における「願望」「実行可能性」「安定性」の3つの要因、全てにおいて、世界平均と比較してかけ離れて低い数字となりました。特に起業の「実行可能性」に関しては、世界平均が46%であるのに対して、日本は13%という低い結果にとどまりました。

起業家精神ランキング	
1位	ベトナム
2位	インド
3位	タイ
4位	中国
4位	南アフリカ
⋮	⋮
43位	ポーランド
44位	ブルガリア
44位	日本



2) 日本人の「起業へのポジティブな姿勢」は昨年比15%上昇。一方で「起業家に対するポテンシャル」は低いままで、昨年比でほぼ横ばい。

2015年の調査では世界平均に対して12%も低かった「起業へのポジティブな姿勢」は、2016年には15%アップし、78%と世界平均よりも高い結果となりました。一方で「起業家に対するポテンシャル」については、2%アップしたものの、世界平均と比較し、約3分の1にとどまる15%という結果になりました。前年度と比較し、起業への意欲的な姿勢が見られるものの、自身が起業するイメージを持っていないと考えられます。



【アムウェイ、若者の起業家精神調査レポート（日本、アメリカ、インド、フィンランド比較）のポイント】

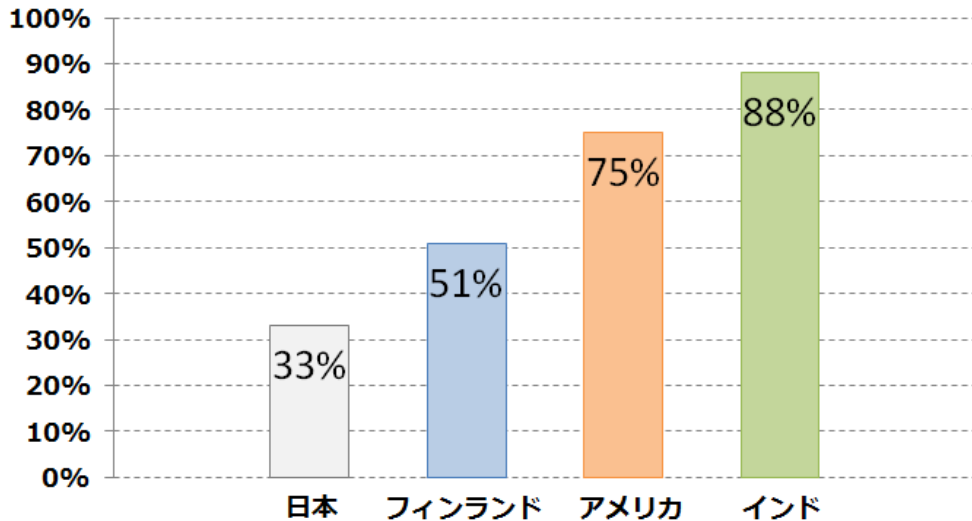
3) 日本人は若いうちから起業への関心が低い。また「野心」「向上心」「自信」「能力の理解」が欠如。

日本の若者の起業への関心度は33%で4カ国中最も低い結果となりました。また「将来偉くなりたい」「自分の将来が楽しみである」「自分に自信がある」「自分にどのような能力・適性があるか知っている」のスコアも最も低い結果となり、野心・向上心・自信・自分の能力に対する理解が欠けている傾向が強いことが分かりました。

【起業についての関心度】

Q、あなたは、「起業」についてどの程度関心がありますか？（単一回答）（n=900）

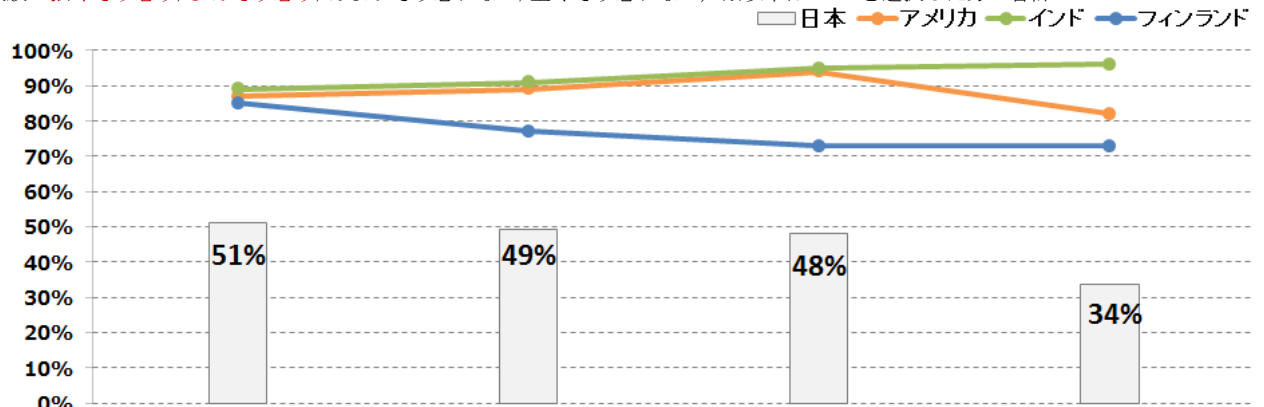
（選択肢：とても関心がある/やや関心がある/あまり関心がない/全く関心がない） ※以下は TOP2 を選択した方の合計



【現在の心境】

Q、あなたの心境を教えてください。（単一回答）（n=900）

（選択肢：強くそう思う/まあそう思う/あまりそう思わない/全くそう思わない） ※以下は TOP2 を選択した方の合計



		自分にとっての能力・適性があるか知っている	自分の将来が楽しみである	将来偉くなりたい	自分に自信がある
国別	日本	51.0	49.3	48.0	33.7
	アメリカ	87.0	89.0	94.0	82.0
	インド	89.0	91.0	95.0	96.0
	フィンランド	85.0	77.0	73.0	73.0

4) 子の将来にとって親は重要な存在であるが、日本では親子間の会話が少ない。

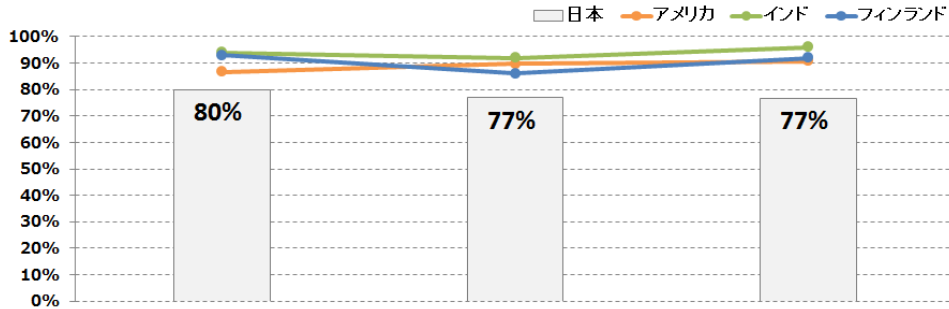
すべての国で「親を信頼している」「親から学ぶことは多い」「親を尊敬している」といった項目のスコアは高く、キャリア決定の決め手になる相談相手も、4カ国とも母親もしくは父親でした。子の将来にとって親の存在は大変重要であることが鮮明になりました。

しかし、日本人は親子間の会話が少ない状況であることが分かりました。日本では母親と平日1時間以上会話している人は5割を切っており、さらに父親と平日1時間以上会話している人は、全体の4分の1近くにとどまりました。一方で日本以外の3カ国では、中学生・高校生のころ、母親と平日に1日平均1時間以上話した人が約6割以上であり、特にインドは7割以上が父親・母親と1日平均1時間以上会話しているという結果になりました。

【親のことをどう思うか】

Q、親のことをどう思っていますか。(単一回答) (n=900)

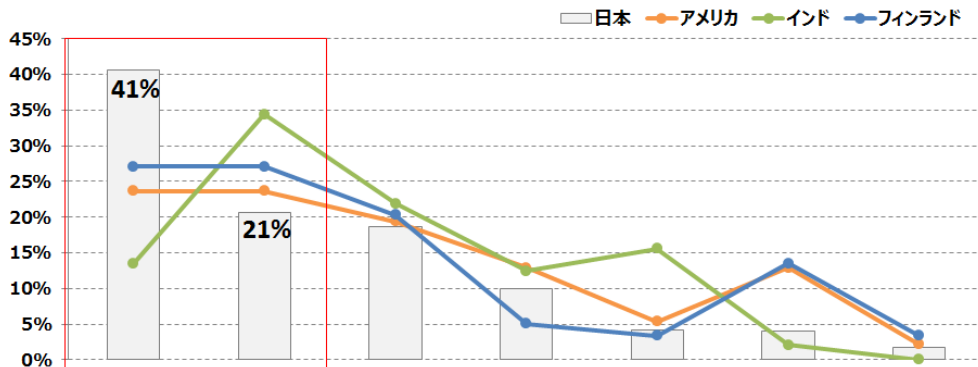
(選択肢: 強くそう思う/まあそう思う/あまりそう思わない/全くそう思わない) ※以下はTOP2を選択した方の合計



国別	親を信頼している	親から学ぶことは多い	親を尊敬している
日本	79.9	77.2	76.5
アメリカ	86.7	89.8	90.8
インド	94.0	91.9	96.0
フィンランド	93.0	86.0	92.0

【キャリア決定の決め手になる相談相手】

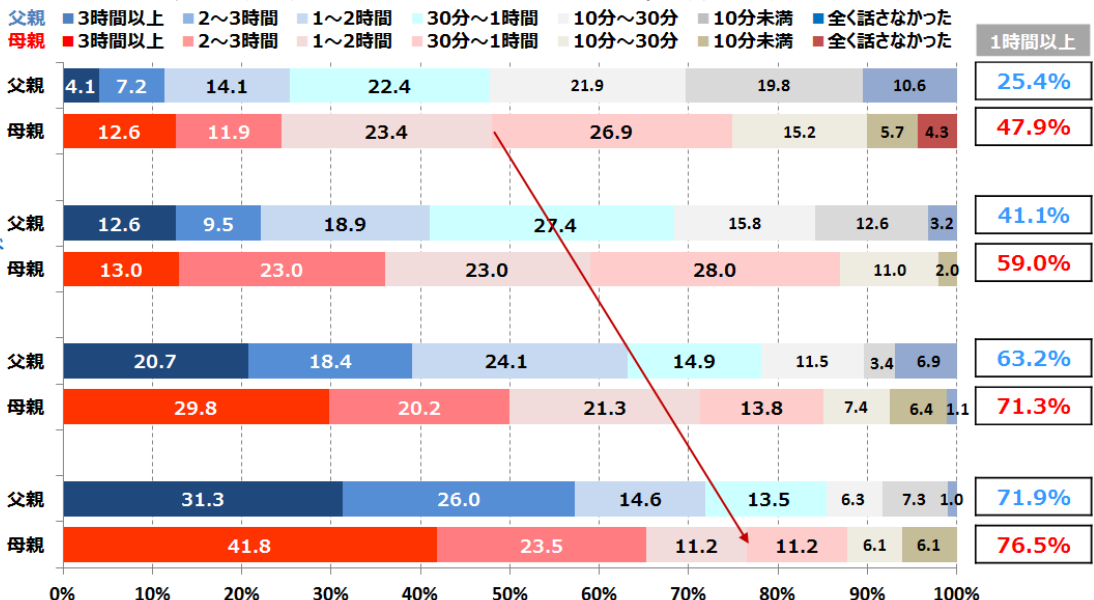
Q、ご自身のキャリアについて相談する相手のうち、最も影響が大きいのは誰ですか。(単一回答) (n=900)



国別	母親	父親	先輩・友人	学校の先生	兄弟(姉妹)	その他	祖父母
日本	40.7	20.6	18.6	10.0	4.2	4.0	1.8
アメリカ	23.7	23.7	19.4	12.9	5.4	12.9	2.2
インド	13.5	34.4	21.9	12.5	15.6	2.1	-
フィンランド	27.1	27.1	20.3	5.1	3.4	13.6	3.4

【親との会話時間(中学生・高校生の頃 | 平日)】

Q、中学生・高校生のころ、1日平均親とどれだけ話をしていましたか。(単一回答) (n=900)

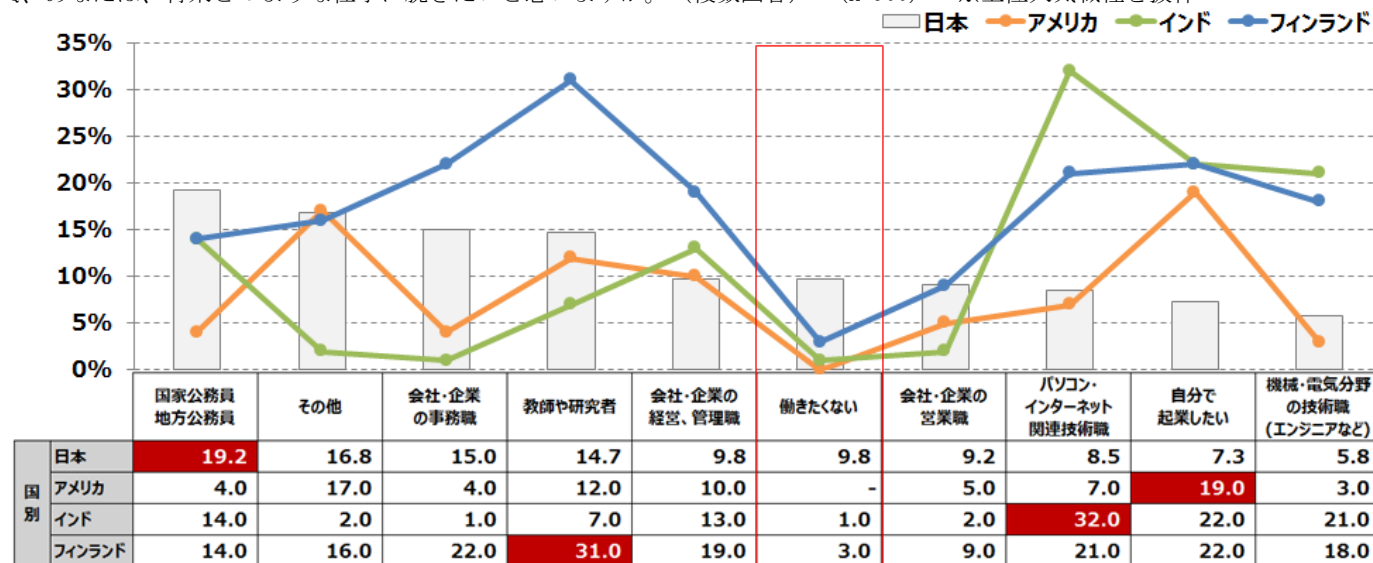


5) 日本人の将来の希望職業は「国家公務員、地方公務員」「会社・企業の事務職」が人気。また他国と比べ「働きたくない」という回答が目立つ。

将来の希望職業における「自分で起業したい」の割合はインド、フィンランドが22%で同率1位、アメリカが19%で、日本は7.3%と大きく離されての最低スコアとなりました。日本における人気職業は「国家公務員、地方公務員」が1位、2位は「その他」、3位は「会社・企業の事務職」と続き、他国の人気1位の職種はアメリカが「自分で起業したい」、インドが「パソコン・インターネット関連技術職」、フィンランドが「教師や研究者」でした。なお、日本は「働きたくない」という回答も目立つ結果となりました。

【国別の希望職種】

Q、あなたは、将来どのような仕事に就きたいと思いますか。（複数回答）（n=900） ※上位人気職種を抜粋



【アムウェイ・グローバル起業家精神調査レポートについて】

調査目的

2008年、人々の起業家精神の考え方を理解するため、起業に対する意識や各国の環境を質的に測定する広範囲の調査「アムウェイ起業家精神レポート」を開始し、2016年には世界45カ国、男女計5万人以上を対象に調査を実施しました。本調査の目的は、起業家精神をめぐる態度、望みおよび不安を理解することで、起業家の機運を高め、支援することにあります。

調査概要

調査方法：対面・電話調査

調査期間：2016年4月～6月

調査対象：45カ国、14～99歳（各国人口の代表的なターゲット年齢集団）の男女50,861人

中国、インド、日本、韓国、マレーシア、台湾、タイ、ベトナム、オーストラリア、ベルギー、ブルガリア、クロアチア、チェコ共和国、デンマーク、エストニア、フィンランド、フランス、ドイツ、英国、ギリシャ、ハンガリー、アイルランド、イタリア、ラトビア、リトアニア、オランダ、ポーランド、ポルトガル、ルーマニア、スロバキア、スロベニア、スペイン、スウェーデン、ブラジル、コロンビアおよびメキシコ、アメリカ、カナダ
※オーストラリア、ノルウェー、ロシア、南アフリカ、スイス、トルコおよびウクライナは一部地域

調査機関：GfK（本社：ドイツ、ニュルンベルク）

「アムウェイ・グローバル起業家精神調査レポート」詳細：

http://www.amway.co.jp/ja/ResourceCenterDocuments/Visitor/ager2016_report.pdf

【アムウェイ、若者の起業家精神調査レポート（日本、アメリカ、インド、フィンランド比較）について】

調査方法：インターネット調査

調査期間：2016年10月6日～11月5日

調査対象：4カ国（日本、アメリカ、インド、フィンランド）、18～29歳の男女

調査機関：株式会社シグナル

「アムウェイ、若者の起業家精神調査レポート」の詳細：

http://www.amway.co.jp/ja/ResourceCenterDocuments/Visitor/promoter_report.pdf

【早稲田大学 ビジネススクール 東出浩教教授による概説】

今回の調査レポートから読み取れる日本の問題点

「アムウェイ、若者の起業家精神調査レポート（日本、アメリカ、インド、フィンランド比較）について」が示す、日本の（おそらく教育の）問題点は、(1)自分の多様な願望を出発点として行動に移し、対話を通じて結果を振り返る機会がほとんどないこと、(2)結果として、若者が自分の得意なことは何か、何にチャレンジすれば自分が納得できるのか、をイメージすることができないこと、そして、(3)チャレンジするためのスキルを、必要な時に必要なだけ小分けに学ぶ環境が整っていないことです。

人間の多種多様な才能は、受験の点数では測定しきれないことは、研究でも明白となっています。異なった才能が、周りとは「違うけれども、違いすぎない人」を目指すことにより、目につくような存在になる。それを楽しむ社会になることが、何より重要です。

日本の若者の起業意識の低さの要因

起業へのモチベーションを最も高める要因は、多くのチャンスを手近に「目にする」ことです。成長著しく、多くの変化に富むアジア各国では起業家精神が高まることは必然です。日本でも、いわゆる大企業で長くルーチンワークにつくことの、キャリア上の「リスク」に気づく人が増えてくることが予想されます。そのような若者たちが起業し、組織を作り、それを成長させていく。結果として、そこに巻き込まれた人たちの起業家精神が高まり社会に活力をもたらす、というサイクルが重要です。不確実性が高い環境では、起業家精神の高い国ほど高いGDP成長率をもたらすこともわかっています。今回の世界44カ国の比較から、日本という環境で育った人は、リスクをあまり取りたがらない傾向が強い一方で、クリエイティブな仕事をしたいと強く願っていることが浮き彫りになります。このような人たちの職人的な能力を生かす組織という“場”を作り上げる、成長を通じて多くの幸せを届けたいと行動する起業家が求められています。

起業と家庭環境の関係

親が起業家である、もしくは自営業を営んでいる子供ほど、自分自身も起業をする確率が高い、という多くの研究成果が世界で報告されています。長期的に起業を目指す若者を増やしていくためには、リスクを取り、しかしリスクをコントロールしながらチャレンジしている親世代の後ろ姿を、子供たちが追うことができる環境を作ることが重要となります。周りを巻き込むコミュニケーション能力は、起業の成功に強く寄与します。親子のコミュニケーションの多寡は、子供の対面でのコミュニケーション能力に、継続的な影響を与えることが再認識されなければなりません。加えて、日本で母親の子供への影響力が強いことは両刃の剣です。現状では、多くの母親が、子供がベンチャー企業のようなキャリアを目指すことを望んでいない点を危惧しています。

【早稲田大学 ビジネススクール 東出浩教教授 プロフィール】

慶應義塾大学経済学部卒業。鹿島建設に入社し、建設JVのマネジメント・欧州での不動産投資の実務に従事。その後ロンドン大学インペリアルカレッジ修士課程修了(MBA)。2000年に同カレッジよりEntrepreneurshipを専攻した日本人初のPh.D.を授与される。起業、創造プロセス、ビジネス倫理と哲学等が現在の主たる研究対象。ベンチャー学会副会長、各種公的委員会、東京商工会議所産業人材育成委員会ダイバーシティ推進専門委員会座長を務めるなど、学内外で幅広く活動している。著書『ベンチャー企業の経営と支援 改訂版』（共著）日本経済新聞社 2000年 他多数。



アムウェイについて

アムウェイは売上世界 No.1 のダイレクトセリング企業^{*1}です。ミシガン州エイダに本社を置き、世界100以上の国と地域で事業を展開しています。企業ビジョン「Helping People Live Better Lives」のもと、良き企業市民として人々がより良い暮らしを実現するためのパートナーになることを目指し、日常的に使用する様々な製品を提供しています。売上上位ブランドには、栄養補給食品の「ニュートリライト」(売上高世界 NO.1^{*2})、スキンケアやメイクアップ製品の「アーティストリー」(売上高世界 TOP5^{*3})、浄水器の「eSpring」(売上高世界 NO.1^{*4})などがあり、日本では200以上の製品を展開しています。また、社会貢献活動の一環として、東日本大震災の被災地復興支援プロジェクト「Remember HOPE」に力を入れており、活動の中心となるコミュニティハウスの建設支援を通じて、地域の人々が集う場と機会の提供を行っています。

*1 2016年 Direct Selling News 誌の Global 100 ランキングに基づく

*2 ユーロモニター国際調査：ビタミンと栄養補給食品カテゴリー：世界市場：小売金額 2015年

*3 ユーロモニター国際調査 ビューティ&パーソナルケア 2016 「2015年グローバル小売売上に関する調査」ビューティ&パーソナルケア 高級化粧品・スキンケアブランド分野

*4 2014年 グローバルセールスに関するヴェリファイマーケット社調査に基づく