



第6章

創業支援の「支援メニュー（施策）」 に関する考え方

1. 創業希望者・創業者が支援を求める背景
2. 市町村の創業支援の現状と今後求められる取組

第6章のポイント：創業支援の支援メニューの充実のために

創業希望者が抱える不安・課題の解消に有効な創業支援策

論点	創業支援の取組のポイント
創業希望者が抱える不安や課題の解決に向け、どのような創業支援が有効か？	■多摩地域の創業希望者・創業者の多くは「個人」事業主として創業しており、事業の成否や収入の減少・生活の不安定化などの不安を抱えている。こうした創業に対する不安を解消してあげることが重要 ■相談相手として友人・知人、家族・親族を挙げる創業希望者は多いが、それに次いで「起業仲間や先輩起業家」を挙げる者も多い。起業を目指す仲間や先輩だからこそ相談できることや、アドバイスを受けられることもあるため、創業支援のなかでこうした場・機会を設けることは重要である。

創業希望者や創業者の交流の場・機会の確保に向けた創業支援策

論点	創業支援の取組のポイント
創業希望者・創業者の交流の場・機会の確保のために、どのような施策を実施すると良いか？	■起業に向けた仲間や先輩起業家との交流の場として、創業支援セミナーに加え、コワーキングスペースやインキュベーション施設といった恒久的な場・機会が挙げられる。こうした施設の整備・運営の副次的効果により、創業希望者の不安・課題が解消されることが期待される。 ■多摩地域でも民間のコワーキングスペースは増加傾向にあるが、様々な業種・業態や規模に対応できることが、創業事業者の域外流出の防止にもつながる。そのため、民間事業者によるコワーキングスペースやインキュベーション施設の整備に対する助成を行い、創業支援環境の充実を図ることも有効である。

創業ステージの異なる創業希望者・創業者に対する支援の考え方【再掲】

論点	創業支援の取組のポイント
多摩地域の創業支援セミナーには、既に創業している者も含め、創業ステージが異なる創業希望者が参加している。こうした現況のなかで、どのような考えの下、支援に取り組むと良いか？	■創業支援セミナーには、起業イメージの具体化に向けた情報収集ニーズや各種手続等に関する支援ニーズを有する「初期段階の創業希望者」から、顧客確保や販路開拓のニーズを有する「既に創業している者」まで様々な創業希望者・創業者が参加している。 ■創業ステージ固有のニーズや課題に対応する必要があることを念頭に、各事業の企画・実施に活かしていくことが重要である。

1. 創業希望者・創業者が支援を求める背景

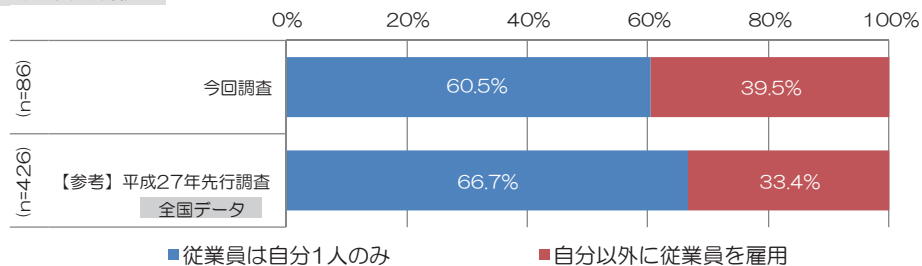
(1) 創業後の事業規模の想定の実態

■多摩地域の創業希望者・創業者の多くは「個人」事業主として創業

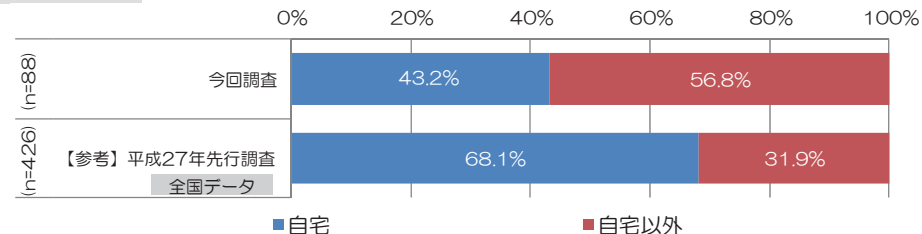
- 我が国及び多摩地域では、自身のみで創業し自宅を拠点とする創業者が多い。
- 大きな投資をせず「身の丈にあった創業」を行う者が多いことから、一般に金融機関からの借入を前提とした創業希望者は少ないと言われている。

多摩・島しょ地域における創業支援事業計画の策定団体（第5回までに認定を受けた18市）が実施する創業支援セミナーへの参加者（本調査研究における創業希望者アンケートの回答者）の創業後の事業イメージ（従業員規模・事業拠点・事業エリア）をみると、多摩地域の創業者・創業希望者を対象に実施された先行調査と同様に、個人（従業員は自分1人のみ）で創業（60.5%）する傾向が強いことが確認された一方、自宅以外に事業拠点を構え、創業を行う予定（56.8%）である者が比較的多い傾向がみられる。また、先行調査に比べ、自市町村外の広域エリアで事業展開を行うことを想定する者が多い傾向がみられる【図表55】。

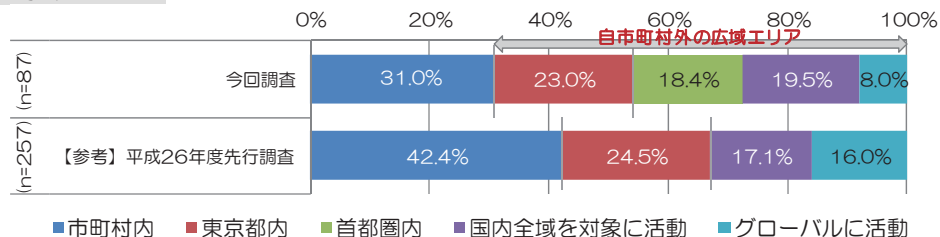
図表 55 創業支援セミナーの参加者の属性〔SA〕（規模・エリア）【創業希望者アンケート】
【創業後の従業員規模】



【創業後の事業拠点】



【創業後の事業エリア】



- 注釈 1) 「今回調査」は、産業競争力強化法の創業支援事業計画に基づき開催された創業支援セミナーの参加者92名の回答のうち、無回答を除く集計結果を示す。
- 注釈 2) 「平成27年先行調査」：日本政策金融公庫総合研究所「起業と起業意識に関する調査」
「平成26年度先行調査」：多摩信用金庫等が自らの取引先の新規創業事業所や自らが主催する創業セミナーの参加者などに対し実施した調査結果。
- 注釈 3) 「創業後の事業エリア」に関する項目は、「今回調査」のみ「首都圏内」という選択肢を設けているため、先行調査と選択肢が完全に一致するものではない。
- 資料) 「多摩・島しょ地域における創業希望者を対象としたアンケート調査」、日本政策金融公庫総合研究所（2015）「起業と起業意識に関する調査」及び多摩信用金庫・多摩大学地域活性化マネジメントセンター（2015）「2014年度多摩地域の創業実態に関する調査研究報告書」より作成

（２）創業時に抱える不安、直面する課題の実態

■多摩地域の創業支援セミナー参加者の約９割が創業に関する不安を抱えている。

○内容：事業の成否、収入の減少・生活の不安定化、自分の能力・知識・経験の不足

■セミナー参加者の多くが「顧客の確保」などに関する課題を抱えている

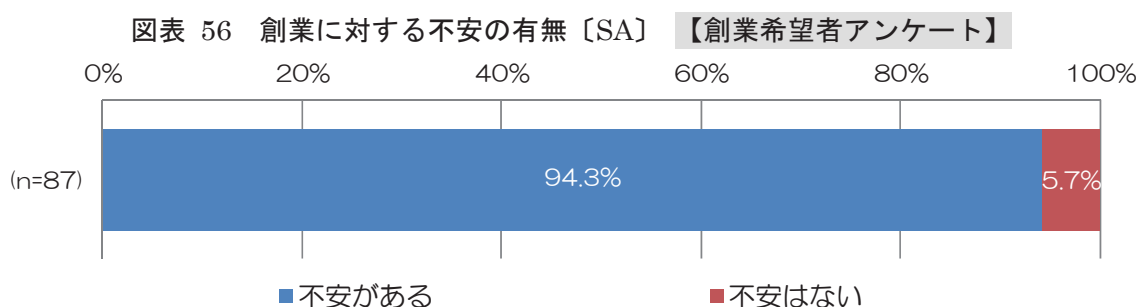
○セミナー参加者には、「顧客の確保」、「経営知識一般の習得（財務・会計を含む）」などの点を課題として挙げる者が多い。

⇒ セミナー参加者には既に創業している者が一定数参加しているため、創業後の主たる課題とされる「顧客の確保」に悩む者も多いと考えられる。

①創業時の不安

創業支援セミナー参加者の約９割が「創業に対する不安がある」としている【図表 56】。また、【図表 57】に示すように具体的な不安の内容として、「事業の成否」（61.0％）や「収入の減少、生活の不安定化」（54.9％）、「自分の能力・知識・経験の不足」（51.2％）を挙げる者が多い。特に収入の減少や生活の不安定化に関する点は、現在の勤務先を退職し新たなチャレンジに取り組む創業希望者が多いこと【P64 図表 43／P70 図表 49】が関係しているものと考えられる。

事業の成否や自身の能力・経験等に漠然と不安を抱える創業希望者に対する支援策としては、例えば、過去に類似の不安や課題を抱えていた先輩起業家との交流会などを開催し、創業希望者が独りで悩む状態を解消していくことが重要と考えられる。



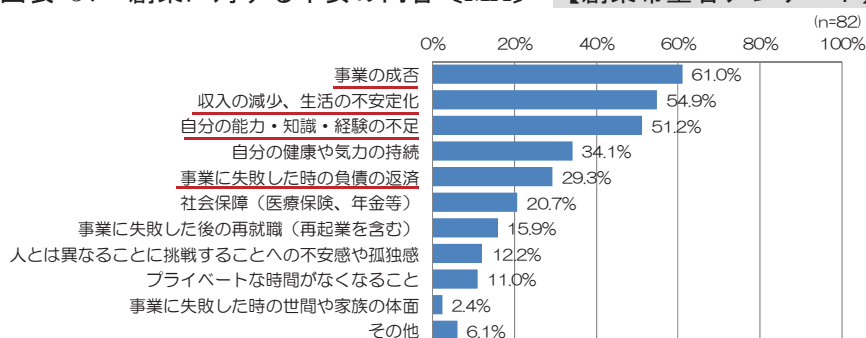
注釈) 産業競争力強化法の創業支援事業計画に基づき開催された創業支援セミナーの参加者 92 名の回答のうち、無回答を除く集計結果を示す。

資料) 「多摩・島しょ地域における創業希望者を対象としたアンケート調査」より作成

また、中小企業庁における先行調査【図表 58】では創業の準備段階における不安の 2 番目に「事業に失敗した時の負債の返済」が挙げられている。これに対し、多摩地域の創業希望者【図表 57】では、「事業の成否」(61.0%)を挙げる者が最も多く、それに比べ「事業に失敗した時の負債の返済」(29.3%)を不安視する者は比較的少ない。こうしたことから、多摩地域の創業希望者の多くは、金融機関からの資金調達をせず主として自己資金での創業を考えているものと推察される。

実際に多摩・島しょ地域で創業支援に携わる市町村や金融機関の担当者は、域内の大半の創業が小規模であり、創業に際して金融機関からの借入を行う者は少ないと認識している。

図表 57 創業に対する不安の内容〔MA〕 【創業希望者アンケート】

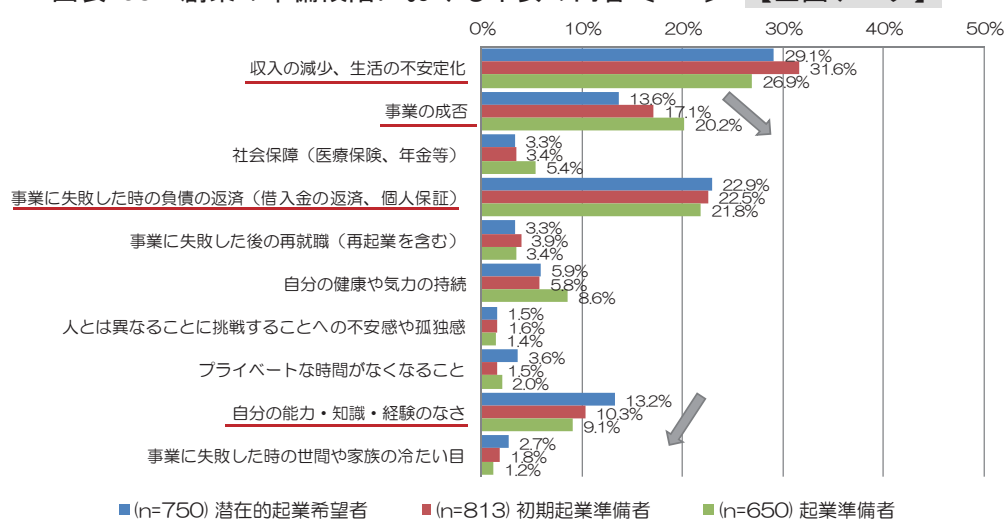


注釈) 産業競争力強化法の創業支援事業計画に基づき開催された創業支援セミナーの参加者 92 名の回答のうち、無回答を除く集計結果を示す。

資料) 「多摩・島しょ地域における創業希望者を対象としたアンケート調査」より作成

なお、先行調査【図表 58】によると、起業に向けた準備が具体化するにつれ「事業の成否」に対する不安は高まり、一方で「自分の能力・知識・経験のなさ」に対する不安は軽減されていく傾向がみられる。

図表 58 創業の準備段階における不安の内容〔MA〕 【全国データ】



注釈) データ出典：中小企業庁委託「日本の起業環境及び潜在的起業家に関する調査」（2013 年、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング）

資料) 中小企業庁（2014）「2014 年中小企業白書」より作成

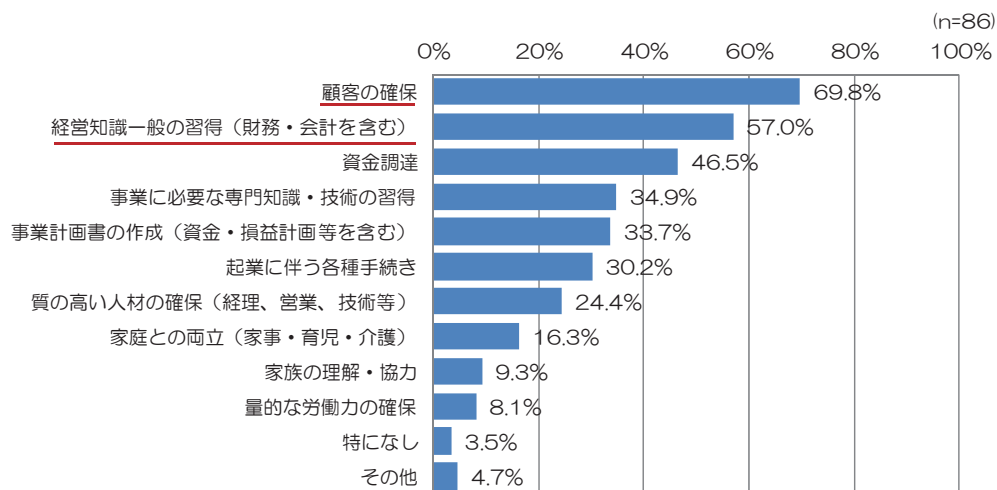
②創業時に直面する課題

多摩地域における創業支援セミナー参加者が創業に向け直面している課題としては、「顧客の確保」(69.8%)や「経営知識一般の習得」(57.0%)などを挙げる者が多い。また、最も大きな課題としても、同様に「顧客の確保」(40.5%)や「経営知識一般の習得」(24.3%)を挙げる者が多い【図表 59】。

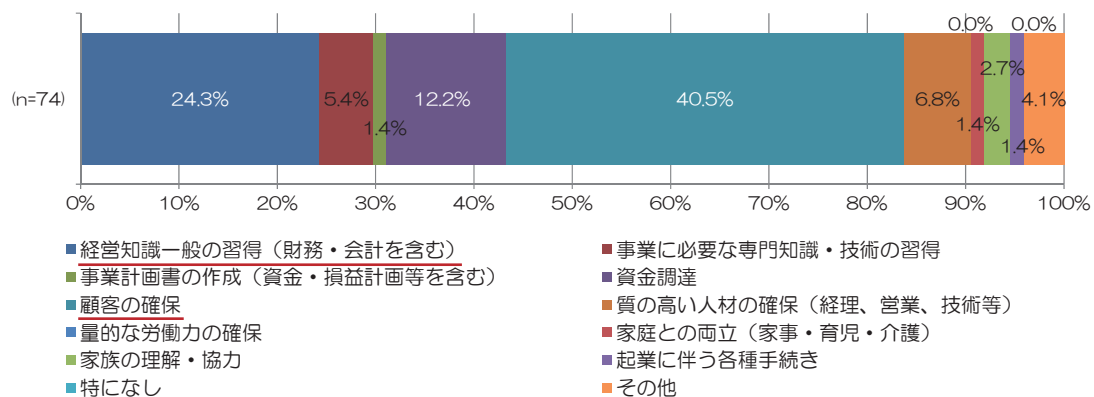
なお、事業計画の作成や練り上げを通じて創業イメージの具体化を図る創業希望者にとって「経営知識一般の習得」は、直面する課題として想定され得るものである。しかし、「顧客の確保」は創業希望者の段階で直面する課題というよりも、既に起業した創業者が抱える課題であると一般には捉えることができる。こうした異なる2つの課題がセミナー参加者から挙げられた理由としては、その3割強が「既に創業している」(34.1%)者であること【P72 図表 51】や、創業後の事業運営を見越して危機感が表れたことが推察される。

図表 59 創業希望者が直面している課題 【創業希望者アンケート】

【直面している課題〔MA〕】



【最も大きな課題〔SA〕】



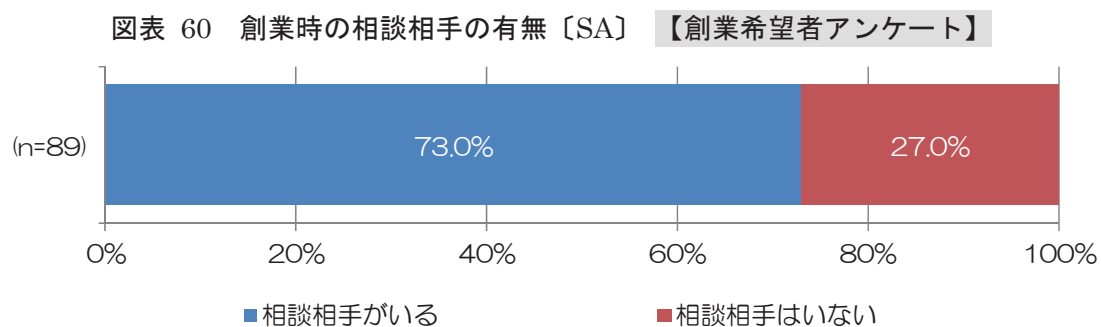
注釈) 産業競争力強化法の創業支援事業計画に基づき開催された創業支援セミナーの参加者 92 名の回答のうち、無回答を除く集計結果を示す。

資料) 「多摩・島しょ地域における創業希望者を対象としたアンケート調査」より作成

（３）創業時の不安や課題の相談相手、情報の入手経路の実態

- 創業希望者の相談相手としての「起業仲間や既に起業した先輩起業家」の重要性
 - 不安や課題の相談相手として「友人・知人」、「家族・親戚」を挙げる者が多い。
 - 一方、「起業仲間や既に起業した先輩起業家」を頼りとする者も多くみられる。
 - ⇒ 近年、市町村が実施している先輩起業家との交流会やそれを通じて築かれたネットワークが、創業者・創業希望者の不安や課題の解消に寄与しており、講義型のセミナーだけでなく、交流会形式のイベントも創業を促す施策として有効と考えられる。

多摩地域における創業支援セミナー参加者の７割強が創業に向けた不安や課題についての「相談相手がいる」（73.0％）としている【図表 60】。



注釈) 産業競争力強化法の創業支援事業計画に基づき開催された創業支援セミナーの参加者 92 名の回答のうち、無回答を除く集計結果を示す。

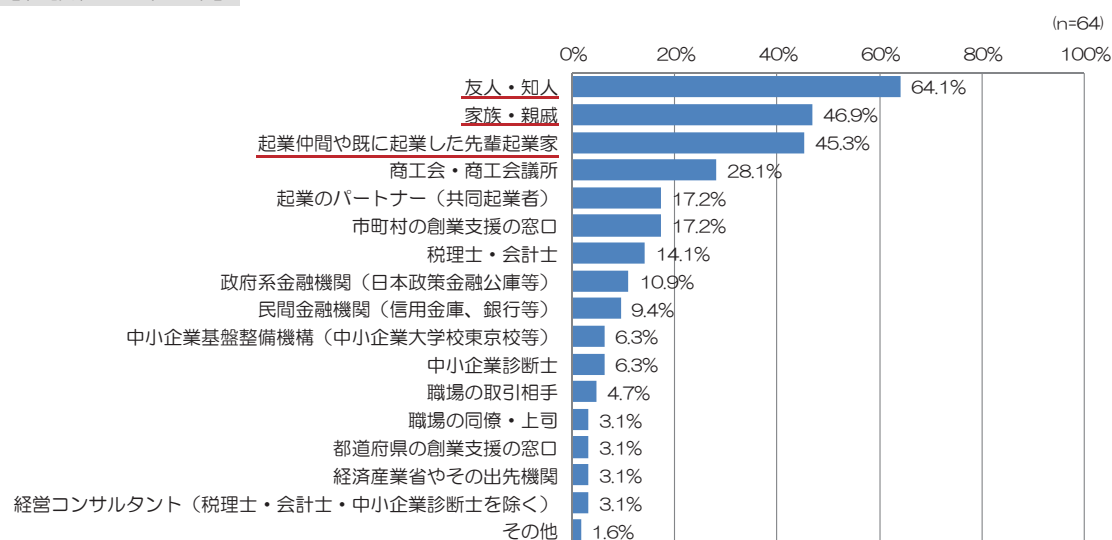
資料) 「多摩・島しょ地域における創業希望者を対象としたアンケート調査」より作成

また、その相手としては、「友人・知人」（64.1%）を挙げる者が多く、次いで「家族・親戚」（46.9%）や「起業仲間や既に起業した先輩起業家」（45.3%）となっている【図表 61】。さらに、最も頼りになった相談相手としては、「起業仲間や既に起業した先輩起業家」（30.8%）を挙げる者が多くみられる。

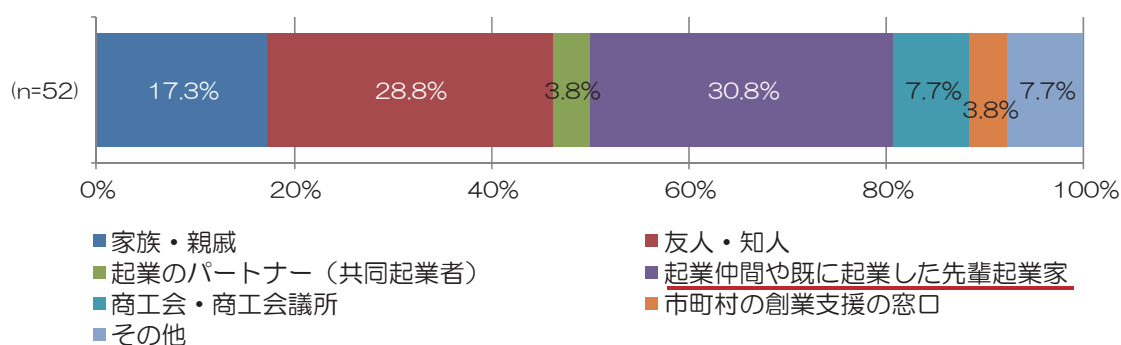
多摩地域の創業希望者・創業者の多くは自身のみで創業（60.5%）する傾向があること等から【P79 図表 55】、身近な「友人・知人」や「家族・親戚」が相談相手になっているものと考えられる。一方、実際に起業した先輩起業家とのコミュニケーションでは、友人や家族などでは得られない実体験に基づく具体的なアドバイスを受けることができる。こうした点から、友人や家族だけでなく、近年、市町村が実施している先輩起業家との交流会やそれを通じて築かれたネットワークが、創業者・創業希望者の不安や課題の解消に寄与している面もあると考えられる。

図表 61 創業時の相談相手 【創業希望者アンケート】

【相談相手〔MA〕】



【最も頼りになった相談相手〔SA〕】



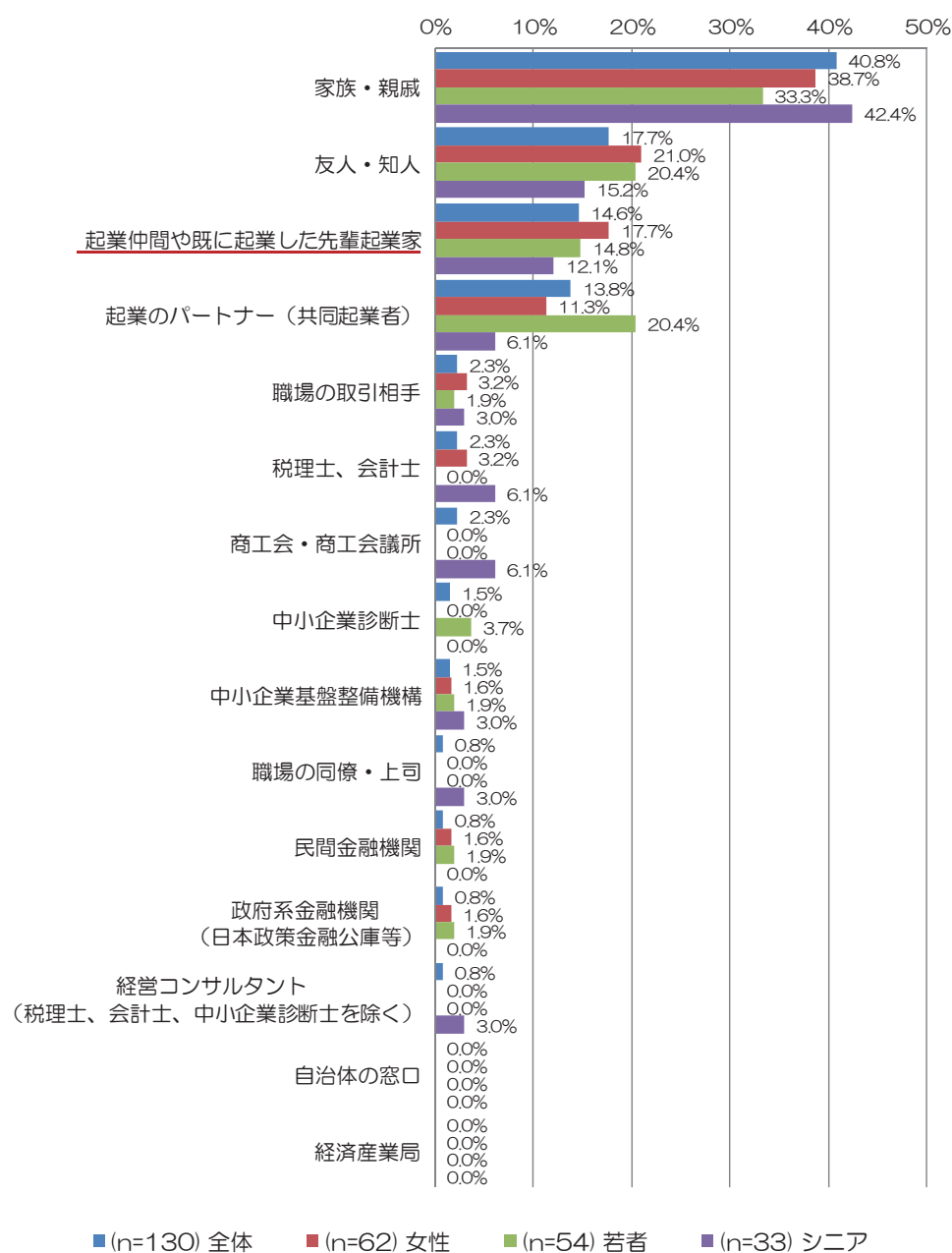
注釈) 産業競争力強化法の創業支援事業計画に基づき開催された創業支援セミナーの参加者 92 名の回答のうち、無回答を除く集計結果を示す。

資料) 「多摩・島しょ地域における創業希望者を対象としたアンケート調査」より作成

また、中小企業庁による先行調査【図表 62】に比べても、多摩地域の創業支援セミナー参加者には、「起業仲間や既に起業した先輩起業家」を相談相手として頼る傾向が比較的強くみられる【図表 61】。

そのため、起業仲間や既に起業した先輩起業家とのつながりによる不安や懸念の解消に向けて、市町村の創業支援には、出会いの場や交流会等の機会の設置が期待される。

図表 62 起業家が起業を断念しそうになった際の相談相手【MA】 【全国データ】

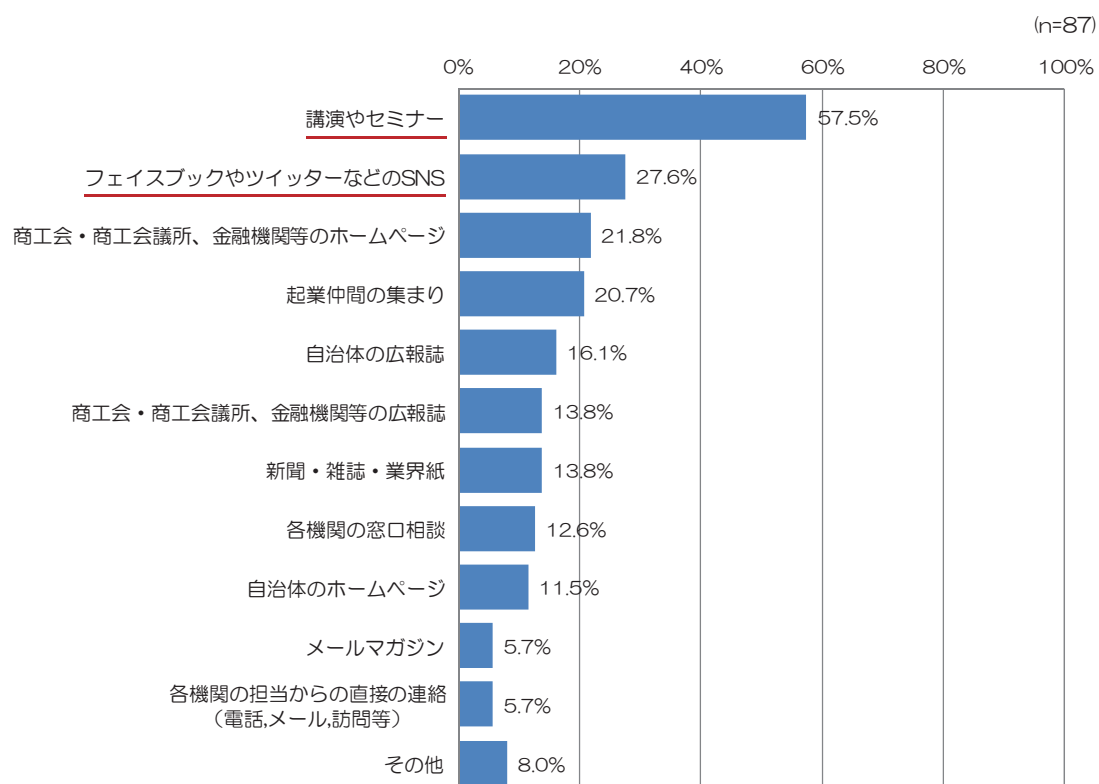


注釈）データ出典：中小企業庁委託「日本の起業環境及び潜在的起業家に関する調査」（2013 年、三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング）

資料）中小企業庁（2014）「2014 年中小企業白書」より作成

創業支援に関する情報の入手手段については、多摩地域の創業支援セミナー参加者の約6割が「講演やセミナー」（57.5％）を挙げており、セミナー等のイベント開催が、創業希望者にとって起業イメージを具体化する上で必要な情報収集に寄与していることがわかる。また、約3割が「フェイスブックやツイッターなどの SNS」（27.6％）を挙げており、インターネットを通じた情報発信にも今後力を入れていくことが重要である【図表 63】。

図表 63 創業支援に関する情報の入手手段【MA】 【創業希望者アンケート】



注釈) 産業競争力強化法の創業支援事業計画に基づき開催された創業支援セミナーの参加者 92 名の回答のうち、無回答を除く集計結果を示す。

資料) 「多摩・島しょ地域における創業希望者を対象としたアンケート調査」より作成

2. 市町村の創業支援の現状と今後求められる取組

- 創業希望者が希望する支援策：「起業・経営に関する講座やセミナー」や「各種手続支援」
 ○一方、創業後の課題・ニーズと考えられる「顧客の確保に係る支援」を挙げる者も一定数を占めている。

⇒ 支援ニーズが多様であることを踏まえ、支援策を企画することが重要

- 多くの市町村は「商工会等の紹介」や「経済的な優遇措置」、「講座・セミナー」を実施
 ○なかでも特に力を入れている支援策として「起業・経営に関する講座やセミナー」を挙げる市町村が多い。

【参考】本章で取り上げる「セミナー参加者の特徴」及び「市町村の創業支援策」

多摩・島しょ地域の創業セミナー参加者のニーズ・特徴（創業希望者・創業者）		多摩・島しょ地域の市町村の創業支援策	
不安の内容	① 事業の成否 ② 収入の減少、生活の不安定化 ③ 自分の能力・知識・経験の不足	現在実施している創業支援策	① 商工会・商工会議所の紹介 ② 低金利融資制度、税制その他経済的な優遇措置 ③ 起業・経営に関する講座やセミナー
課題の内容	① 顧客の確保 ② 経営知識一般の習得 ③ 資金調達	特に力を入れている創業支援の重点策	① 起業・経営に関する講座やセミナー ② 低金利融資制度、税制その他経済的な優遇措置 ③ 創業支援に関する相談窓口の設置
最も頼りになった相談相手	① 起業仲間や既に起業した先輩起業家 ② 友人・知人 ③ 家族・親戚		
情報の入手手段	① 講演やセミナー ② フェイスブックやツイッターなどのSNS ③ 商工会・商工会議所、金融機関等のホームページ		
最も活用したい支援策	① 顧客の確保に係る支援 ② 低金利融資制度や税制面の優遇措置 ③ 起業に伴う各種手続に係る支援		

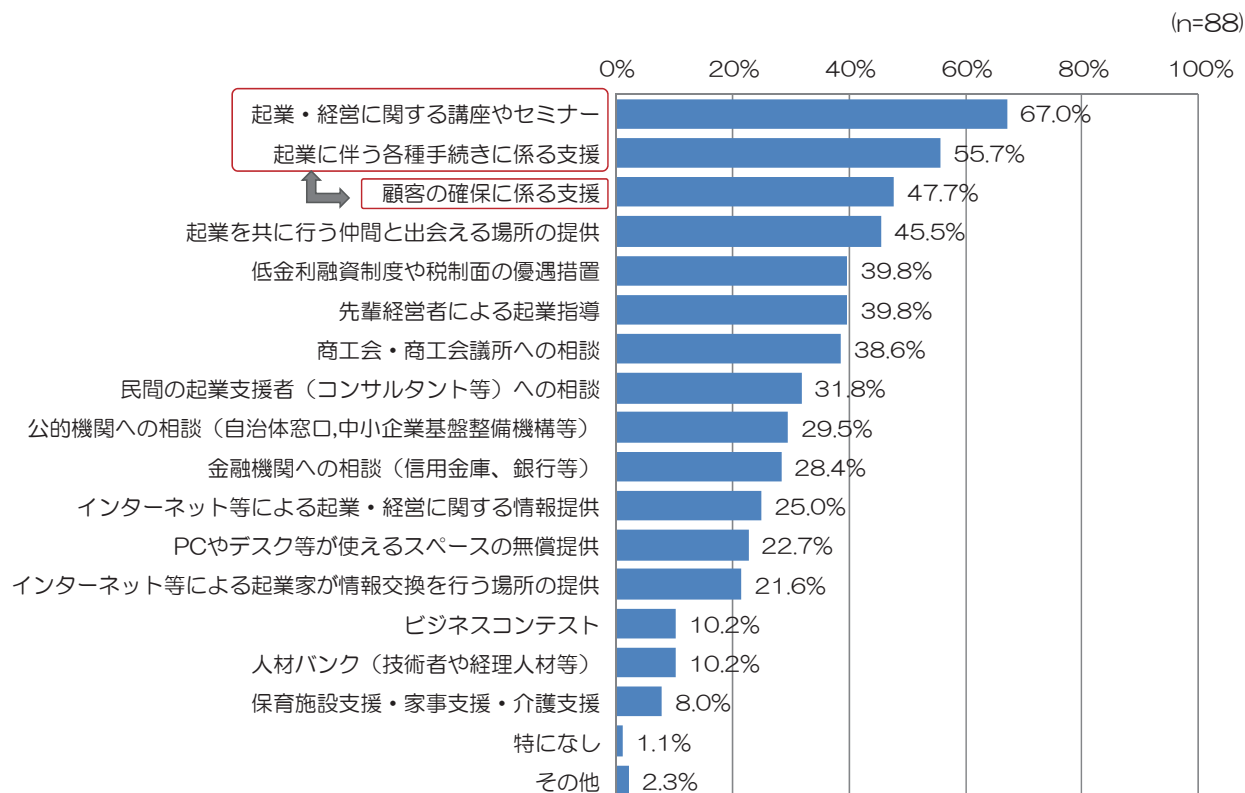
（１）創業希望者の支援策に対するニーズ

多摩地域における創業支援セミナー参加者の多くが、創業支援策として「起業・経営に関する講座やセミナー」（67.0%）や「起業に伴う各種手続に係る支援」（55.7%）を活用したいとしている【図表 64】。

また、最も活用したい支援策としては、「顧客の確保に係る支援」（21.4%）を挙げる者が比較的多いことから、両者のニーズの相違を踏まえ、セミナーのテーマ等を企画することが重要と考えられる。

図表 64 活用したい創業支援策 【創業希望者アンケート】

【活用したい支援策〔MA〕】



【最も活用したい支援策〔SA〕（n=84）】

第1位	顧客の確保に係る支援（21.4%）
第2位	低金利融資制度や税制面の優遇措置（13.1%）
第3位	起業に伴う各種手続きに係る支援（11.9%）
第4位	起業・経営に関する講座やセミナー（10.7%）
第5位	商工会・商工会議所への相談（9.5%）

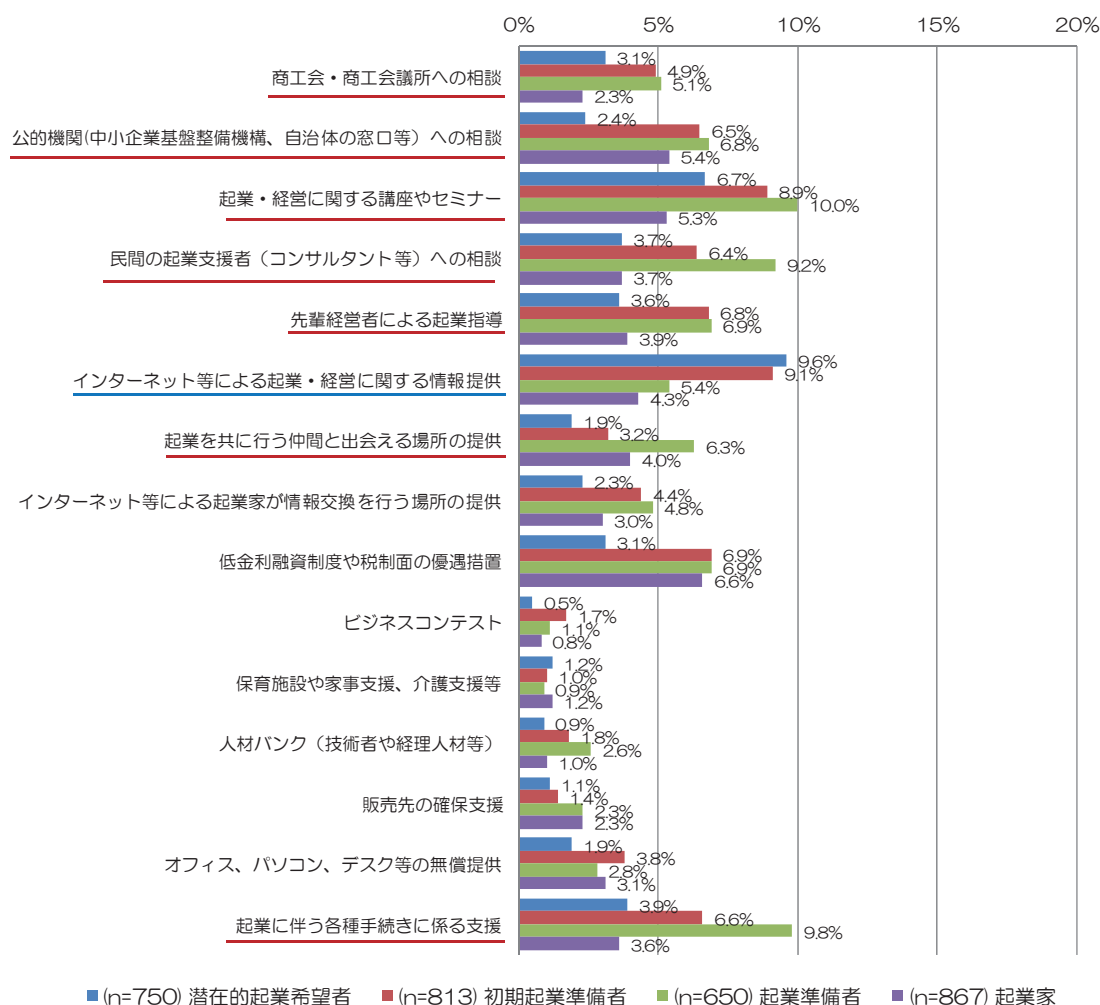
注釈）産業競争力強化法の創業支援事業計画に基づき開催された創業支援セミナーの参加者 92 名の回答のうち、無回答を除く集計結果を示す。

資料）「多摩・島しょ地域における創業希望者を対象としたアンケート調査」より作成

中小企業庁の先行調査によると、創業に向けた準備が具体化し段階を経ていくにつれ、「起業・経営に関する講座やセミナー」や「起業に伴う各種手続に係る支援」による知識・ノウハウの習得や創業に向けた手続支援に関するニーズ、また、公的機関・民間の起業支援者や先輩・仲間への「相談」などを通じたネットワーク構築に対するニーズが拡大していく傾向にあることがわかる【図表 65】。これに対し、主として創業一般に関する情報収集に利用されていると考えられる「インターネット等による起業・経営に関する情報提供」は、創業準備が進むにつれて活用ニーズが縮小する傾向にある。

そのため、多摩地域の創業支援セミナー参加者の約3割が情報の入手手段として SNS (27.6%) を挙げているものの【図表 63】、インターネットを通じた創業支援情報の提供は、創業準備の初期段階の者への「すそ野の拡大」に資する支援策として取り組むことが効果的と考えられる。また、創業ステージが進み具体的な知識・ノウハウの習得や手続に関するアドバイスを求める者に対しては、相談窓口や創業塾・セミナー等を通じて対面での丁寧な支援手法が、より創業希望者のニーズに適う可能性があると考えられる。

図表 65 創業希望者や創業者が今後活用したいと考える創業支援策【MA】【全国データ】



注釈) データ出典：中小企業庁委託「日本の起業環境及び潜在的起業家に関する調査」(2013年、三菱UFJリサーチ&コンサルティング)
資料) 中小企業庁(2014)「2014年中小企業白書」より作成

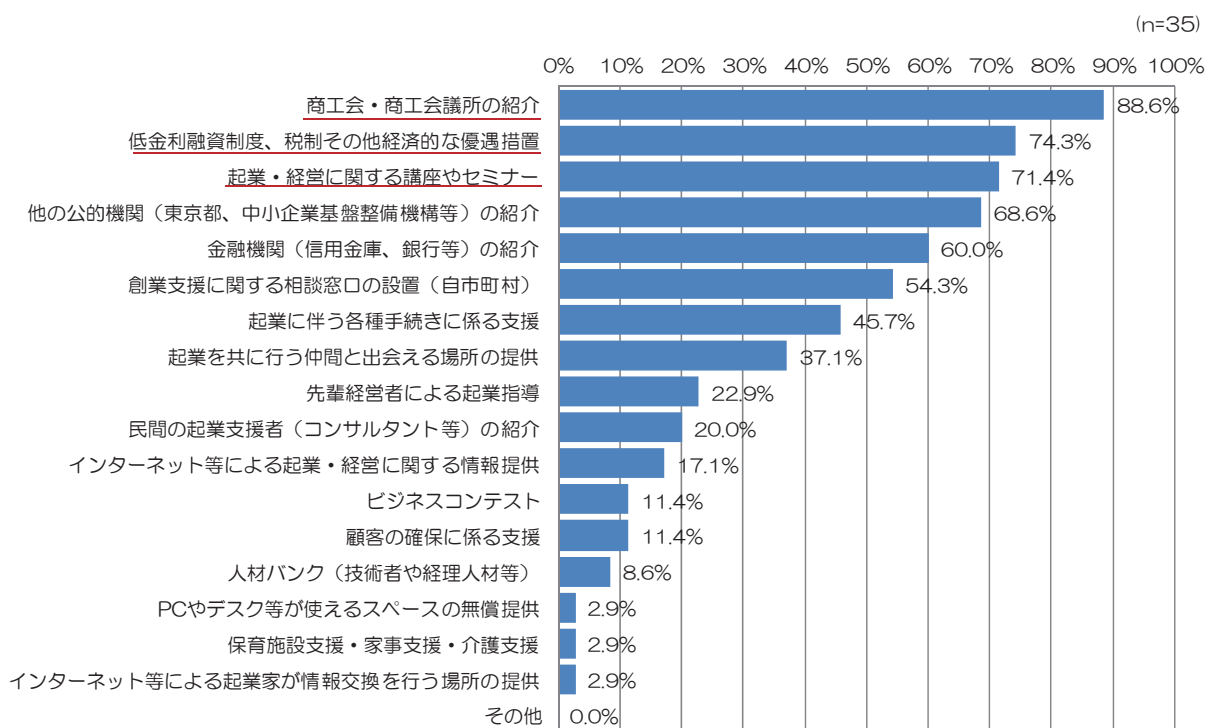
（２）市町村が現在実施している創業支援策

多摩・島しょ地域市町村の多くが現在実施中である創業支援の取組としては、「商工会・商工会議所の紹介」（88.6％）や「低金利融資制度、税制その他経済的な優遇措置」（74.3％）を挙げている。しかし、なかでも特に力を入れている支援策としては、「起業・経営に関する講座やセミナー」（41.2％）を挙げるところが多く、全体の４割強を占めている【図表 66】。

こうした現状を踏まえると、産業競争力強化法が施行し、市町村レベルで創業支援の取組が本格化した今日、各市町村が最も力を入れて取り組んでいる支援策は、創業塾をはじめとする創業支援セミナーであるといえる。ただし、先述のように創業支援セミナーには既に創業している者も一定数参加しており、顧客の確保や販路開拓などに関するアドバイスを求めるニーズも大きい。そこで、創業支援のなかで「起業・経営に関する講座やセミナー」に力を入れる際も、参加者の創業ステージやニーズを事前に把握し、ターゲットに応じて個別具体のテーマ設定を行い、セミナーの企画をカスタマイズしていくことが重要と考えられる。

図表 66 現在、実施中の創業支援に関する取組 【市町村アンケート】

【現在、実施している創業支援策〔MA〕】【再掲】



【特に力を入れている創業支援策〔SA〕（n=17）】

第1位	起業・経営に関する講座やセミナー（41.2％）
第2位	低金利融資制度、税制その他経済的な優遇措置（29.4％）
第3位	創業支援に関する相談窓口の設置（自市町村）（17.6％）

注釈）多摩・島しょ地域 39 市町村の回答のうち、無回答の市町村を除く集計結果を示す。
資料）「多摩・島しょ地域市町村を対象とした創業支援に関するアンケート調査」より作成

事例 紹介⑫

【金融機関による創業希望者向けのセミナー・交流会の開催】

ー多摩信用金庫：「ミニブルーム交流カフェ」ー

【取組の背景】

- ◆東京都多摩地域を地盤に展開する多摩信用金庫では、設立以来一貫して地域住民並びに地域事業者の振興に取り組んでおり、特に創業支援には力を注いできた。多摩信用金庫が実施する創業支援セミナーである「ミニブルーム交流カフェ」は、顕在化していない創業予定者に対して動機付けを図ることで地域の創業機運を高めることを目的として始めた事業であり、当初は年2～3回程度「ブルームカフェ」という名称で70名程度の規模で開催していた。その取組を行うなかで、多摩地域全体で創業者を増やすためには、すそ野の拡大を目的とした「小規模なイベント」を「数多く」開催することが重要であると考え、20名程度の規模とし、多摩地域の各市町村や商工団体と共催する現在の形となった。
- ◆創業希望者には日中働いている方、あるいは主婦の方など様々な方がいる。そのため、夜間や平日の午前中、あるいは子供が幼稚園や学校に行っている時間など、テーマや対象者に合わせて柔軟に開催するようにしている。

【ミニブルーム交流カフェの概要】

- ◆平成23年度から、創業3年以内の先輩創業者の生の体験談を聞くイベントとして、市町村や商工団体、日本政策金融公庫との共催で開催している。これまでに80回以上開催しており、平成26年度は月に2回、計24回開催し、合計314名の創業希望者が参加した。
- ◆ミニブルーム交流カフェは定員20名ほどのイベントである。後半は6～7人が1グループになり、多摩信用金庫の職員がファシリテーターを務め、登壇者も交えて参加者同士の情報交換をする時間を設けている。
- ◆ミニブルーム交流カフェの参加者の年齢は幅広く、女性の参加も増えてきている。参加者は創業準備前の人が多くなっている。創業希望・計画中の方にも、先輩創業者の失敗談も交えた率直な体験談を聞いてほしいと考え、参加を勧めている。

【市町村との連携】

- ◆ミニブルーム交流カフェ開催に際して、市町村の担当者と事前に打ち合わせを行い、登壇者や時間帯、場所を決めている。例えば、女性の“身の丈起業”を支援している自治体であれば、登壇者は子育てをしながら創業した人とし、開催時間帯は子育て中の女性が参加しやすい午前中にし、場所は男女共同参画センターにして託児付きにするといった内容を打ち合わせのなかで決めていく。

【課題と今後の展開】

- ◆今まさに取り組んでいるのはミニブルーム交流カフェの参加者に、①創業塾の受講など、創業に向けた次のステップに進んでもらう率を増やすか、②参加者を実際の創業までいかにサポートするかという点であり課題である。
- ◆ミニブルーム交流カフェの参加者は、性別や年齢、目指している方向性も異なるので個別の対応が必要となる。現在のところ、会場でのコミュニケーションから個別のフォローに結び付けたり、メールや電話でのアフターフォロー、創業に向けた次のステップとしてセミナーや創業塾の案内を行うなど、ミニブルーム交流カフェへの参加を第一歩として、実際の創業に向け、着実に歩んでいただけるよう取り組んでいる。

多摩・島しょ地域市町村が「現在実施中の創業支援策」【図表 66】は、その業務の大半を、企画・実施ともに市町村の創業支援担当課が担っている【図表 67】。また、企画・実施ともに、商工会・商工会議所を中心的な主体とみなす市町村担当者も多く、連携機関のなかでも商工会・商工会議所が果たす役割の大きさを垣間見ることができる。

また、「今後実施したい創業支援策」としては、多くの多摩・島しょ地域市町村が現在実施している「経済的な優遇措置」や「起業に関するセミナー等」が挙げられている。一方、現在実施している市町村は多くはないものの、今後実施したい取組として「先輩経営者による起業指導」を挙げるところが比較的多くみられる。このことは、様々な不安・課題を抱える創業希望者に対し、先輩からのアドバイスを受けることができる場・機会を提供することで、創業時に直面する障害を解消しようとする新たな取組の萌芽として捉えることができる。

さらに、先輩経営者・先輩創業者との交流を促すという点で、現在実施しているところが必ずしも多いわけではないが、「起業を共に行う仲間と出会う場所の提供」については、金融機関が企画・実施ともに一定の役割を果たしていることがうかがえる。実際に多摩・島しょ地域では、地域金融機関が「創業支援セミナーの企画・開催」や「コワーキングスペースやインキュベーション施設の運営」にも携わっており、こうした連携の実態が表れているものと考えられる。

【創業支援に取り組む現場担当者の声⑤】

～多摩地域におけるインキュベーション施設の整備～

- ◆現在、国や東京都の補助金もあり、創業支援に追い風が吹いている。そのなかで、多摩・島しょ地域市町村でも、インキュベーション施設を整備する機運が高まっている。
- ◆以前、多摩地域でコワーキングスペース等を運営する関係者が集まった際、場所貸しのみを目的にインキュベーション施設を整備しても運営は厳しく、創業を支援するという強いマインドを持たないと成り立たないとの指摘があった。
- ◆また、市町村がインキュベーション施設を整備しても、市町村単体では運営は難しいことに加え、金融機関や施設運営のノウハウのある支援機関の3者が協働する必要があるとの指摘もみられた。

【創業支援に取り組む現場担当者G】

取組のヒント

図表 67 現在実施中の創業支援の取組と中心的な企画主体・実施主体 【市町村アンケート】

創業支援策	現在実施 している 取組団体数 〔MA〕	取組における 中心的な企画主体 〔SA〕		今後 取組を 実施したい 団体数 〔MA〕
		取組における 中心的な企画主体 〔SA〕	取組における 中心的な実施主体 〔SA〕	
1.低金利融資制度、税制 その他経済的な優遇措置	26 団体	1)創業支援担当課 2)商工会・商工会議所等	1)創業支援担当課 2)金融機関	7 団体
2.起業に伴う各種手続きに係る支援	16 団体	1)商工会・商工会議所等 2)創業支援担当課	1)商工会・商工会議所等 2)金融機関	7 団体
3.ビジネスコンテスト	4 団体	—	—	4 団体
4.顧客の確保に係る支援	4 団体	1)商工会・商工会議所等	1)商工会・商工会議所等	4 団体
5.人材バンク（技術者や経理人材等）	3 団体	1)国	1)国	3 団体
6.PCやデスク等が使えるスペースの無償提供	1 団体	—	—	5 団体
7.保育施設支援・家事支援・介護支援	1 団体	—	—	2 団体
8.創業支援に関する相談窓口の設置（自市町村）	19 団体	1)創業支援担当課 2)商工会・商工会議所等	1)創業支援担当課 2)商工会・商工会議所等	7 団体
9.他の公的機関（東京都、中小企業基盤整備機構等） の紹介	24 団体		1)創業支援担当課 2)東京都	3 団体
10.商工会・商工会議所の紹介	31 団体		1)創業支援担当課 2)商工会・商工会議所等	2 団体
11.金融機関（信用金庫、銀行等）の紹介	21 団体		1)創業支援担当課 2)商工会・商工会議所等 2)金融機関	3 団体
12.民間の起業支援者（コンサルタント等）の紹介	7 団体		1)創業支援担当課 1)商工会・商工会議所等	3 団体
13.起業・経営に関する講座やセミナー	25 団体	1)創業支援担当課 2)商工会・商工会議所等	1)商工会・商工会議所等 2)創業支援担当課	6 団体
14.起業を共に行う仲間と出会える場所の提供	13 団体	1)創業支援担当課 2)金融機関	1)創業支援担当課 1)金融機関	5 団体
15.先輩経営者による起業指導	8 団体	1)創業支援担当課 1)その他(第三セクター)	1)創業支援担当課 1)商工会・商工会議所等 1)その他(第三セクター)	6 団体
16.インターネット等による起業家が情報交換を行う 場所の提供	1 団体	—	—	4 団体
17.インターネット等による起業・経営に関する情報 提供	6 団体	1)商工会・商工会議所等 2)創業支援担当課	1)商工会・商工会議所等 2)創業支援担当課	3 団体

注釈 1) オレンジ色：20 団体超が回答したもの、水色：5 団体超が回答したもの

注釈 2) 複数団体が挙げた主体のうち、原則上位 2 主体（同数 1 位、2 位を含む）をそれぞれ「中心的な企画主体」、「中心的な実施主体」として記載
資料）「多摩・島しょ地域市町村を対象とした創業支援に関するアンケート調査」より作成

【取組の背景】

- ◆八王子市内には、JR 八王子駅、京王八王子駅の周辺に5つのインキュベーションオフィスがあり、合わせて約 70 室分のスペースがある。これらの施設のうち一つは金融機関が運営しており、残りは不動産会社やビルオーナーが運営している。
- ◆駅周辺にインキュベーションオフィスが設置され始めた背景として、平成 23 年度からの3か年間、インキュベーション集積・整備事業によりインキュベーション施設整備補助などを実施したことが挙げられる。
- ◆施設の設置費用を補助する以前は、創業者に対して最大3年間、家賃の半額を補助していた。しかし、補助期間の終了後、廃業してしまう創業者や市外に転出してしまう創業者が続いた。こうした課題を解決するためには、創業者が恒久的に安価で利用できるスペースを整備する必要があることから、施設の設置費用を補助することとした。

【支援の概要と利用状況】

- ◆八王子市では、インキュベーション施設の整備費用の一部補助に加え、インキュベーション施設の広報を行っており、チラシの作成や市のウェブサイトへの掲載をしている。
- ◆インキュベーション施設の入居者の業種は幅広く、デザイナーや士業の方が入居している場合だけでなく、企業の事務所として利用される場合もある。また、自宅ではなく、インキュベーション施設を借り、その場所を事業所として登記する方もいる。

【今後の展開】

- ◆八王子駅前のインキュベーション施設の稼働率は高く、70 室を上回る需要が出てきており、賃料の安い施設ほど満室の状態が続いている。
- ◆一方、施設が満室に近い状態にあり自由な利用が制限される場合もあるとともに、既に取り壊しが決まっているインキュベーション施設もある。そのため、現在の入居者がオフィス難民にならないよう、また、市外に創業者が流出してしまわないように、施設オーナーミーティングを開催し、新たなインキュベーション施設の情報共有や情報提供などを進めている。

【多摩地域におけるインキュベーション施設の整備②】－東京都小金井市－

【取組の背景】

- ◆小金井市では、JR 中央本線連続立体交差事業により高架下に生まれた用地を活用し、シェアオフィス「東小金井事業創造センター（KO-TO）」を整備した。
- ◆当初は、小金井市が別途支援を行っている農工大・多摩小金井ベンチャーポート（(独) 中小企業基盤整備機構のインキュベーション施設）を卒業した企業の受け皿として活用することも検討したが、高架下用地であることの制約から、工業系用途で活用することはできなかったため、オフィス系の創業者向け施設を設置することとした。
- ◆近隣市には既にオフィス系の創業者向け施設が整備されていたことから、地域に密着した新規性のある施設として整備・運営することとした。

【施設の運営】

- ◆KO-TO は、現在、民間事業者指定管理で運営を委託している。また、施設運営は原則、入居者・利用者が支払う賃料収入をもとに指定管理事業者が行うことになっているため、施設運営費を市は直接負担していない。
- ◆施設は入居型の「個室」・「ブース」利用と、フリーアドレスの「シェアスペース」の利用として運営しており、個室・ブースともにそれぞれ6部屋分のスペースがある。
（個室：5.24～5.99 m²、ブース：1.90～2.27 m²）
- ◆KO-TO の入居型スペースは入居上限を3年としているが、その後、追加2年の更新は可能である。一方、シェアスペースについては特段期限を設けていない。市では個室を卒業した後は市内に定着し、OB・OG として新規事業者の支援をしてもらいたいと考えている。

【施設の利用状況に関する担当者の認識】

- ◆入居型のスペースの利用は男性が多く、他方、シェアスペースの利用は女性が多い。また、KO-TO のシェアスペースでは、それまで趣味で行っていた活動をステップアップし、事業化したいと考えている方の利用が多くみられる。自宅ではなく、KO-TO を利用する背景には、ネットワーキングや周囲の方と相談しながら活動を進めたいという思いがあると考えられる。
- ◆シェアスペースの登録者は現在 30 名程度であるが、常時利用している方は数名である。日々、KO-TO を事業所として使いたいというニーズは少なく、郵便物の受取場所やネットワーキングのために活用するニーズが強い印象がある。

