



第4章

創業支援の「対象業種」に関する考え方

1. 創業業種に関する行政担当者の認識
2. 創業支援の重点対象業種に関する行政担当者の認識
3. コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスに関する行政担当者の認識

第4章のポイント：創業支援の対象業種の適切な設定（重点化）のために

創業支援の重点対象を設定することの必要性和考え方

論点	創業支援の取組のポイント
創業支援の重点対象を設定することにはどのような意味があるのか？	■ 創業支援に掛けることができる予算や人員は限られているため、総花的な取組を行うのではなく、域内の産業構造などを踏まえ、重点特化した取組を行うことが重要である。
論点	創業支援の取組のポイント
創業支援の件数は必ずしも多くないなかで、創業支援の重点対象業種を設定すると、支援窓口を訪れる人がさらに少なくなるのではないのか？	■ 対外的に重点対象業種を明示せずとも、庁内の実務レベルにおいて、重点的に支援していく対象業種や業態、属性などを想定しておくことは重要である。

重点対象業種ごとの創業支援の取組とポイント

論点	創業支援の取組のポイント
重点対象業種を設定し創業支援に取り組む際、どのような施策を実施すると良いか？	【製造業の場合】 ■ 一般に製造業での創業はハードルが高く、支援が実を結ばないこともある。そのため、過去の勤務先企業で培ったノウハウや販路などのネットワークを有する創業希望者を対象に重点的な支援を行うことで、創業支援事業の費用対効果を高めていくことが重要である。 ■ 多摩地域には大手メーカーの工場をはじめ、比較的規模の大きな製造業の事業所が立地している。こうした企業のOBを製造業の創業や経営における支援人材と位置付け、地域の潜在力を活かした支援体制を構築することも有効である。 【小売・サービス業の場合】 ■ 商品やサービスに関するアイデアはあるが、顧客ニーズや販路、経営に関するノウハウ等がない創業希望者は多い。そのため専門家から販路や広報、経営管理について学びながら、一定期間試験的に店舗を持ち、事業を実体験するプログラムを設けることは効果的である ■ カフェやネイルサロンなどの飲食・サービス業は、産業政策としての創業支援の対象として相応しくないように思われがちだが、経営を軌道に乗せるための支援を通じて、新規雇用や多店舗展開を行うまでに事業が成長した場合、それは創業支援の成果として十分評価し得るものである。 【地域資源を活用したビジネスの場合】 ■ 農業事業者などと連携し、新規に6次産業化を手掛けることを志向する創業希望者には、産業競争力強化法に基づく創業支援に加え、6次産業化の事業計画認定を行い、二段構えで支援を行うことが有効である。

コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスを重点的に支援する場合のポイント

論点	創業支援の取組のポイント
コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスを重点対象に創業支援に取り組む際、どのような考えの下、施策を実施すると良いか？	■ 女性が働きやすい環境づくりによる定住促進やシティセールスの推進、空き家の利活用による商店街振興などに関する施策として、コミュニティビジネスに対する創業支援を位置付けることもできる。 ■ 創業支援には、常に支援対象の成長に伴う域外流出（都心部などへの流出）、それによる成果消失のリスクがある。一方、地域課題の解決を目的とするコミュニティビジネスの場合には、域外に流出するリスクは低い可能性がある。 ■ そのため、中長期的に地域内で事業活動を継続してもらうことや、地域課題の解決を期待する場合は、コミュニティビジネスを重点対象にすることは有効である。

1. 創業業種に関する行政担当者の認識

■多摩地域の創業支援セミナー参加者

○約半数が「サービス業」での創業を予定

■多摩・島しょ地域市町村の創業支援担当者の認識

○「サービス業」、「宿泊業,飲食業」での創業や問い合わせが多いと認識

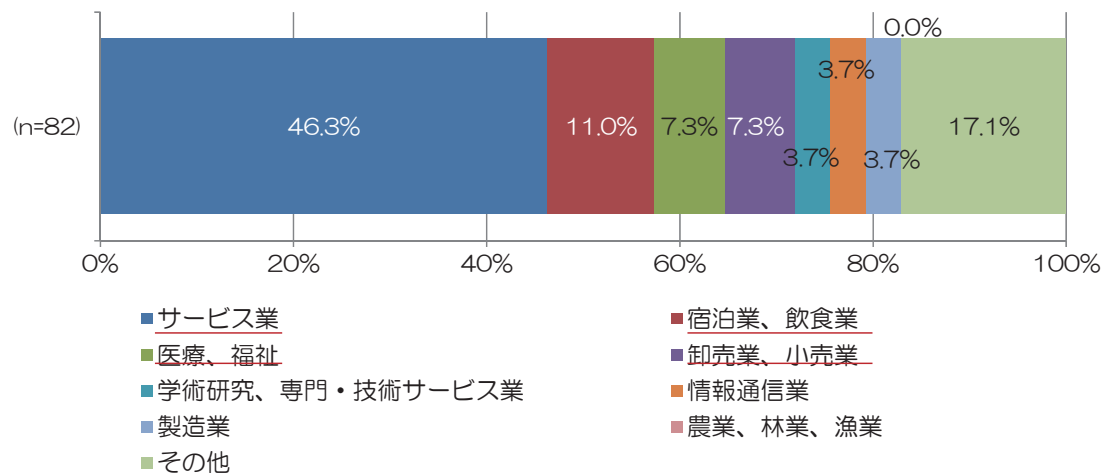
○「創業や問い合わせの多い業種を把握していない」とする担当者が1割程度存在

⇒ 今後の成果検証や事業改善に向け、実態の把握を行うことが必要

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回答者）のうち、約半数が「サービス業」（46.3%）での創業を考えている。また、カフェなどを中心とした「宿泊業,飲食業」（11.0%）、介護事業などを含む「医療,福祉」（7.3%）、「卸売業,小売業」（7.3%）を挙げる者もそれぞれ1割程度みられる【図表29】。

なお、セミナー参加者の大半が第三次産業での創業を考えており、第一次・第二次産業での創業を検討する者は極めて限られている状況である。

図表 29 創業希望者が構想している事業内容・分野【SA】 【創業希望者アンケート】



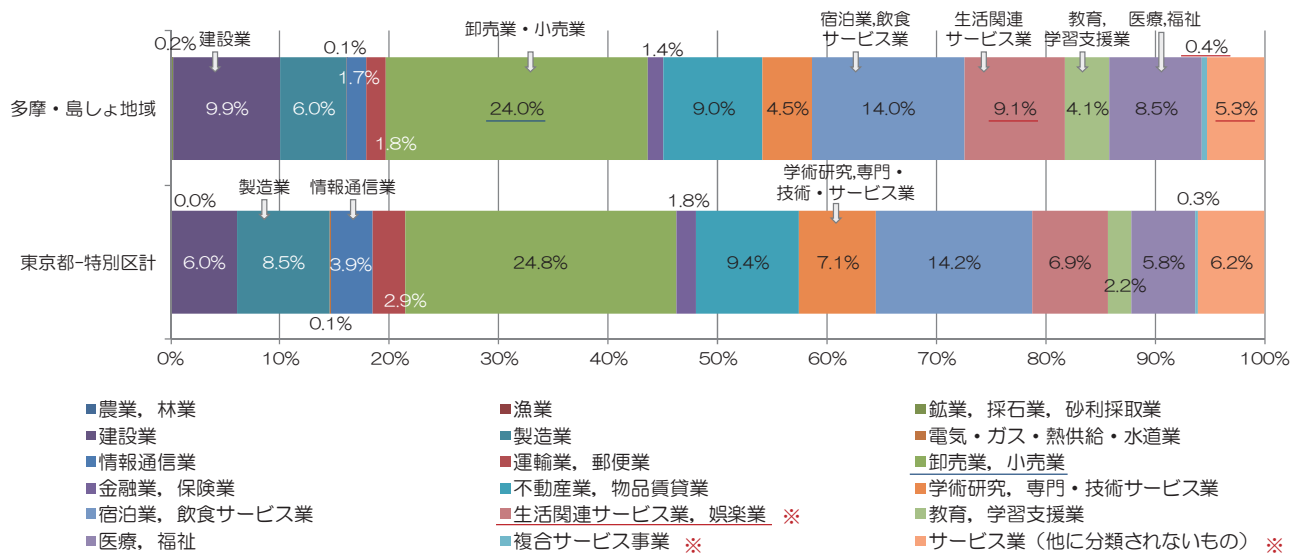
注釈 1) 本アンケートの調査票では、業種分類を標準産業分類に基づき設定した。なお、回答者にとって分かりやすい分類とするため、調査票では「生活関連サービス業,娯楽業」、「複合サービス事業」、「サービス業（他に分類されないもの）」を統合し「サービス業」と記載した。また、同様の理由から標準産業分類における「宿泊業,飲食業サービス業」を「宿泊業,飲食業」と記載した。

注釈 2) 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

現在、多摩・島しょ地域に立地する民営事業所の業種別構成比【図表 30】と比較すると、セミナー参加者【図表 29】は「サービス業」での創業を構想する者が多く、「卸売業、小売業」を構想する者は少ない傾向がみられる。

図表 30 多摩・島しょ地域に立地する民営事業所の業種別構成（平成 24 年）【再掲】



※「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」における「サービス業」に該当。上記3業種合計：14.8%

注釈 1) 多摩・島しょ地域の事業所数は、東京都計から特別区計を除いた値として算出した。

注釈 2) 「漁業」、「鉱業、採石業、砂利採取業」の該当事業所数は、「多摩・島しょ地域」、「東京都-特別区計」とともに 50 未満であり、比率としては 0.0%である。

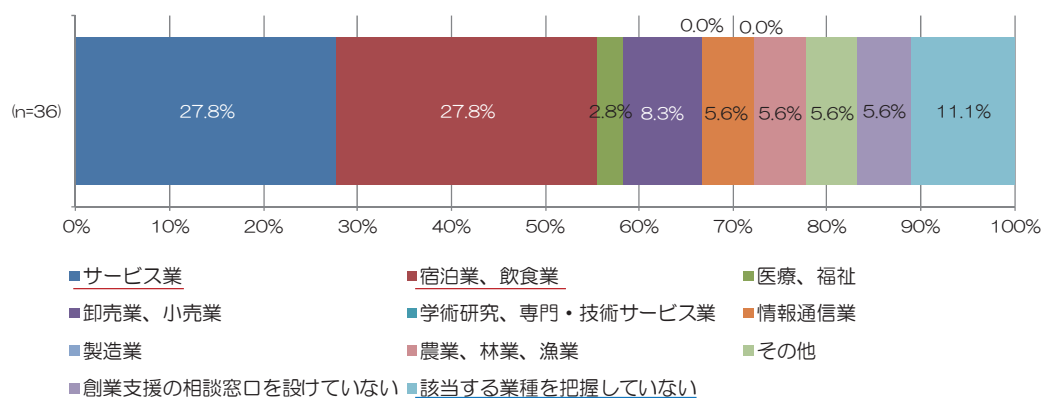
資料) 総務省（2012 年）「平成 24 年経済センサス活動調査」より作成

創業希望者（セミナー参加者）が構想する事業分野の傾向と同様に、自地域のなかで創業数が多い業種として、市町村の創業支援担当者の多くが「サービス業」（27.8%）や「宿泊業、飲食業」（27.8%）を挙げている【図表 31（上表）】。また、創業支援の窓口に相談や問い合わせが多い業種として、同じく多くの担当者が「サービス業」（35.3%）や「宿泊業、飲食業」（20.6%）を挙げている【図表 31（下表）】。

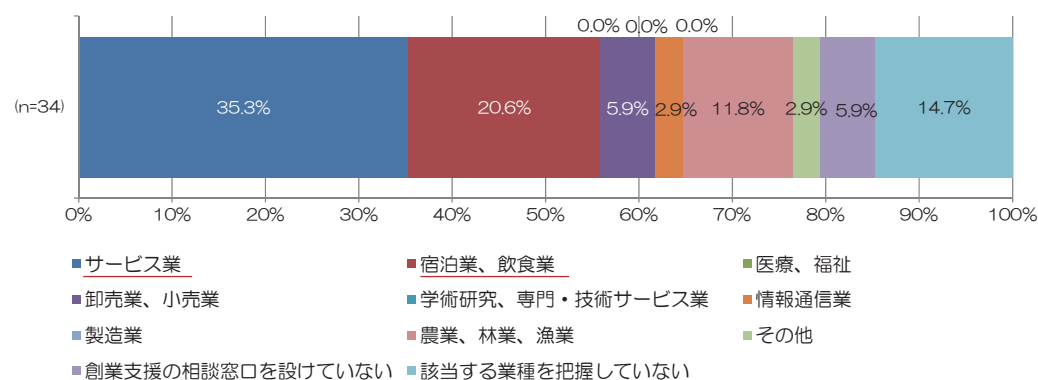
特に市町村の担当者には、創業支援セミナー参加者が構想している創業分野の傾向以上に「宿泊業、飲食業」の創業数や相談・問い合わせが多いという認識が強くみられる。なお、飲食業やサービス業は多摩・島しょ地域に多く立地しており、創業希望者も多い業種であるが、なかでも一般に雇用創出や税収増につながりにくいと思われるがちなカフェやネイルサロンなどについても、他業種と分け隔てなく、将来的な新規従業員の雇入れや多店舗展開は雇用・税収につながっていくものと捉え、業種・業態の先入観にとらわれず、各種支援策や定量的な指標に基づく成果検証を行うことが重要である。

また、担当者の1割強が「該当する業種を把握していない」と回答しており、市町村の担当課では、必ずしも域内の創業件数や相談件数の把握分析をしていない実態があることをうかがうことができる。創業分野やその規模など支援対象のニーズを明らかにすることは、効果的・効率的な創業支援を行うための基本と考えられることから、成果検証の観点からだけでなく、域内の創業実態を把握することは極めて重要である。

図表 31 市町村の創業支援担当者の創業数・相談等に係る認識【SA】 【市町村アンケート】
【創業数が多いと認識している業種】



【創業に係る相談・問い合わせが多いと認識している業種】



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

2. 創業支援の重点対象業種に関する行政担当者の認識

■多摩・島しょ地域市町村の創業支援担当者の重点対象業種に関する考え方

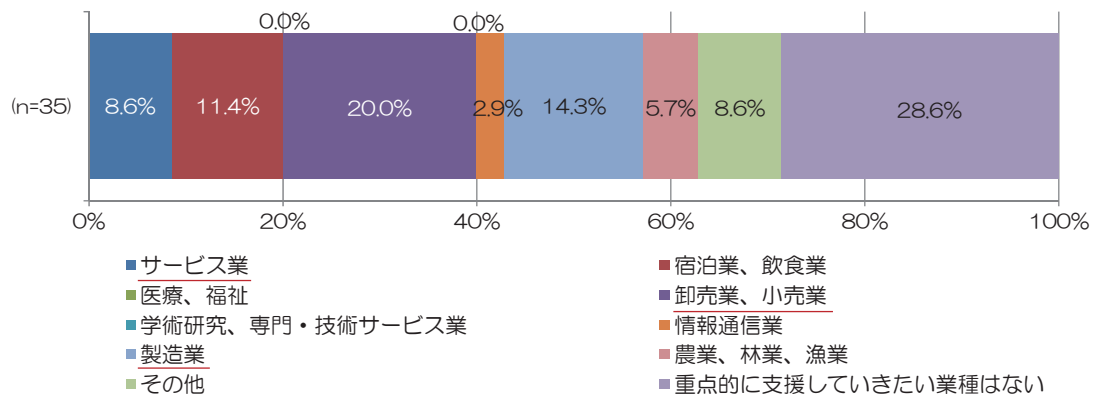
- 担当者の2割：「卸売業、小売業」を重点対象に挙げている。
- 担当者の約3割：「重点的に支援していきたい業種はない」としている。
- ⇒ 総花的な取組ではなく、重点支援の対象を検討することは重要

多摩・島しょ地域市町村の創業支援担当者の2割が、今後、重点的に創業支援を実施していきたい業種として「卸売業、小売業」（20.0%）を挙げている【図表 32】。また、「製造業」（14.3%）を重点支援の対象業種に挙げる自治体も1割強を占めている。ただし、「卸売業、小売業」や「製造業」の創業数や相談・問い合わせが多いと認識している担当者は限定的であることから【図表 31】、まずは、こうした重点的に創業支援を行いたい分野において創業希望者のすそ野を拡大することが求められる。

一方、「重点的に支援していきたい業種はない」（28.6%）とする担当者が約3割を占めており、業種を問わず創業希望者を支援するところが一定数を占めている。

なお、創業支援の重点対象業種を定めない理由として、そもそも創業相談の件数が多いなかで、創業支援対象の絞り込みをする必要はないとする市町村もあると考えられる。しかし、限られた予算・人員のなかで総花的な支援を行うことは有効ではないことから、【事例紹介⑤～⑦】のように、対外的に明示しないまでも実務レベルでは重点支援の対象業種などについて検討を行い、庁内や連携機関の間で認識を共有しておくことも重要である。

図表 32 今後、重点的に創業支援を実施していきたいと考えている業種【SA】【市町村アンケート】



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・島しょ地域の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

【創業支援に取り組む現場担当者の声③】

～創業支援の実施にあたり、重点対象業種を定めない理由～

- ◆域内で創業希望者の母数が多ければ、特定業種や主婦層など特定属性をターゲットに、重点的な支援を行うことも考えられる。しかし、小規模な市町村の場合は、まずは埋もれている創業希望の意向を掘り起こし、身の丈にあった支援を行うことが重要である。

【創業支援に取り組む現場担当者D】

取組のヒント

また、今後、重点的に創業支援をしていきたいと考えている業種に対する具体的な支援策としては、業種を問わず「低金利融資制度、税制その他経済的な優遇措置」や「起業・経営に関する講座やセミナー」が挙げられている【図表 33】。

多摩・島しょ地域の多くの市町村が創業支援策一般として「商工会・商工会議所の紹介」（88.6%）を挙げているが【図表 34】、これを重点業種を対象とした支援策に位置付けるところは限定的である【図表 33】。このような傾向は、特に重点業種に対する創業支援においては、市町村が自ら主体的に支援策の企画・実施に関与しようとする姿勢の表れではないかと推察される。

なお、市町村が重点対象業種の創業支援に取り組む際の主たる支援策としては、「起業を共に行う仲間と出会える場所の提供」を挙げる市町村も一定数みられる【図表 33】。また、重点対象業種に限らず、現在取り組んでいる創業支援策として「起業を共に行う仲間と出会える場所の提供」（37.1%）を挙げる多摩・島しょ地域市町村は約 4 割に上る【図表 34】。こうしたことから、創業希望者のすそ野の拡大に向け、今後、創業希望者同士の新たなつながりや、不安・悩みの解消等を目的とした起業家交流会などの開催がますます増えていくものと考えられる。

図表 33 創業支援の「重点対象業種」と「当該業種に対する創業支援策」 【市町村アンケート】

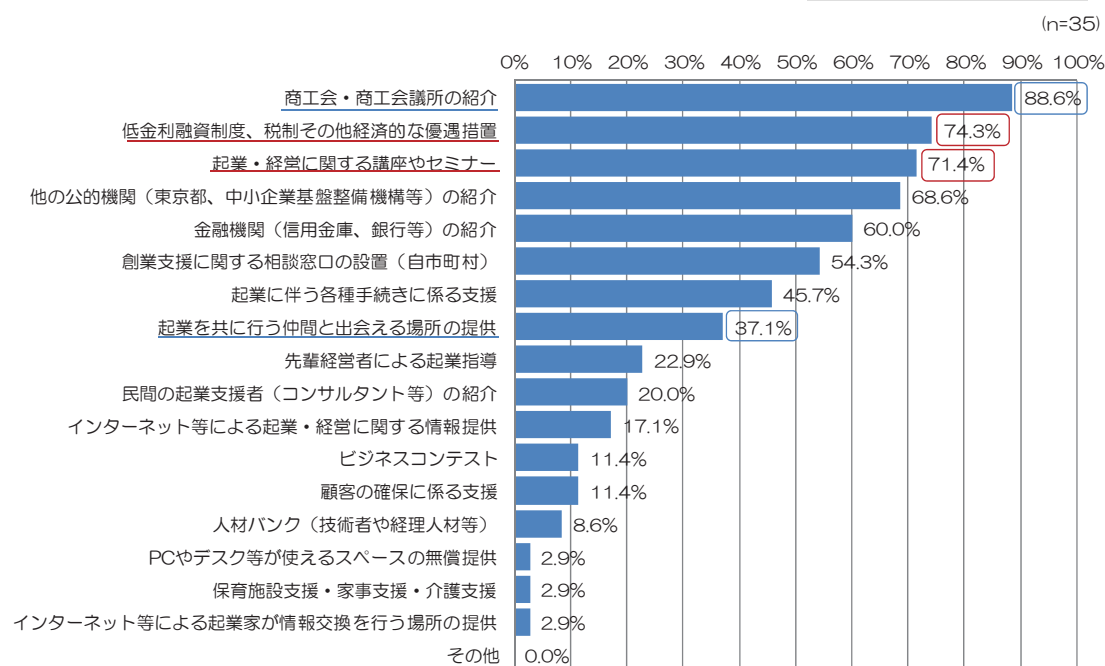
創業支援策	重点対象業種	サービス業	宿泊業、 飲食業	卸売業、 小売業	製造業	農業、林業、 漁業
		回答団体 3	回答団体 4	回答団体 7	回答団体 5	回答団体 2
1.低金利融資制度、税制 その他経済的な優遇措置		2 団体	2 団体	3 団体	2 団体	1 団体
2.起業に伴う各種手続きに係る支援		—	1 団体	1 団体	1 団体	—
3.ビジネスコンテスト		—	—	—	—	—
4.顧客の確保に係る支援		1 団体	—	1 団体	1 団体	—
5.人材バンク（技術者や経理人材等）		—	—	—	—	—
6.PCやデスク等が使えるスペースの無償提供		—	1 団体	1 団体	—	—
7.保育施設支援・家事支援・介護支援		—	1 団体	—	—	—
8.創業支援に関する相談窓口の設置（自市町村）		1 団体	1 団体	3 団体	—	1 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		—	—	1 団体	—	—
10.商工会・商工会議所の紹介		—	1 団体	3 団体	1 団体	—
11.金融機関（信用金庫、銀行等）の紹介		1 団体	2 団体	—	—	—
12.民間の起業支援者（コンサルタント等）の紹介		—	—	—	—	—
13.起業・経営に関する講座やセミナー		2 団体	1 団体	3 団体	2 団体	1 団体
14.起業を共に行う仲間と出会える場所の提供		1 団体	—	2 団体	3 団体	1 団体
15.先輩経営者による起業指導		—	1 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	—
17.インターネット等による起業・経営に関する情報提供		—	—	—	—	—

注釈）上表では、「今後、重点的に創業支援を実施していきたいと考えている業種」として複数団体が回答〔SA〕したものを対象に、当該業種に対する創業支援の取組に関する回答〔MA〕を集計した。（オレンジ色：取組について複数団体が回答したもの）

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

創業希望者の不安・悩みの解消に加え、創業過程での域内の事業者間ネットワークの創出や発展のため、今日、先輩起業家との交流会の開催に力を入れる市町村は少なくない。こうした現状を踏まえ、創業支援の取組の一つである「起業を共に行う仲間と出会える場所の提供」には、特に域内の業種特性等に基づいて業種を絞り、重点対象業種に焦点を当てた交流会を定期的を開催することで、不安・悩みの解消だけでなく、販路面のネットワーク構築にもつなげていくことが期待される。

図表 34 現在、実施中の創業支援に関する取組【MA】 【市町村アンケート】



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⑤

【製造業の創業に対する支援】－東京都八王子市－

【創業支援の取組概要】

- ◆八王子市では、平成 24 年度より八王子市、八王子商工会議所、サイバーシルクロード八王子、多摩信用金庫の4者が連携し、「起業家応援プロジェクト八王子」を実施している。また、平成 26 年度からは、中心市街地活性化を目的に設立された一般社団法人「まちづくり八王子」が加わり5者連携による取組を行っている。

【重点業種：製造業の立地集積との連携に対する期待】

- ◆現在、市として明確に重点支援の対象業種や対象者を定めた創業支援を行っているわけではないが、八王子市には「製造業」の事業所が数多く立地しており、創業支援においても、既存の産業集積の強みを活かしていきたいと考えている。
- ◆製造業を中心に市内には立地集積の強みがあるものの、既存企業の技術力の向上だけでは社会状況、産業構造が変化していく中で、ものづくりに対する需要への対応も困難になっていくものと見込まれるため、既存の産業集積の強みを活かしつつ、新たな創業を支援することで、新しい事業の創出に取り組んでいきたいと考えている。特に市内には、大学などを含め技術力を有する機関が多いことから、それらと創業者がうまく連携し新たな事業が生まれることを期待している。

【製造業の創業に対する考え方・支援の概要】

- ◆一般に、製造業の創業は初期投資額が大きく新規創業のハードルが高い。そのため、製造業における創業の成功例として最も想定されるパターンは、これまで属していた企業で培った知識や技術・ノウハウ等を活かした「スピンオフによる創業」である。スピンオフ創業の場合、創業者が既に技術力を備えており、販路も確保できていることが多い。また、スピンオフ創業の場合、1人で創業するよりも会社の同僚等が集まって創業するパターンの方が多い。
- ◆八王子市では製造業の研究開発を支援するため、市内の企業を含む産産連携・産学連携による研究開発の場として、直営の「貸し研究室」を5ブース設けている。貸し研究室には大型の工作機械はないものの、市内の大学と共同し、3D プリンターによる造形精度の向上と安定化に取り組んでいる企業などが入居している。
- ◆市内ではサイバーシルクロード八王子が主催者となり、八王子商工会議所、八王子市、多摩信用金庫の協力の下、「本気の創業塾」を平成 17 年から毎年開催している。なお、「本気の創業塾」の企画・運営に協力している「ビジネスお助け隊」には製造業の企業 OB が多く、製造業の創業や経営支援が得意な支援人材を豊富に抱えている。

【参考】「ビジネスお助け隊」について

ビジネスお助け隊とは、八王子市と八王子商工会議所との連携により設立されたサイバーシルクロード八王子から誕生したボランティアベースのアドバイザー団体。サイバーシルクロード八王子の個人会員によって平成 15 年に発足。企業の OB や土業の資格保有者などの有志が参加し、地域の中小企業事業者の相談に乗っている。平成 27 年3月時点で、ビジネスお助け隊の登録者は74人となっている。ビジネスお助け隊には人数制限はなく、メンバーの入れ替わりもあるが毎年70人程度が登録している。なお、「ビジネスお助け隊」の所管は、当初はサイバーシルクロード八王子であったが、平成 27 年から八王子商工会議所に移っている。

事例紹介⑥

【小売業の創業に対する支援】－神奈川県横浜市－

【重点業種：女性の創業支援の一環としての「小売業」に対する支援】

- ◆横浜市では、女性の創業支援について、対象業種を設定して重点支援するという政策誘導は行っていない。起業にチャレンジしやすい環境づくり、そして起業後は、成長・発展していくための様々な支援を成長ステージに応じて行うことが大切だと考えている。
- ◆横浜市では、女性向けのスタートアップオフィス施設「F-SUS よこはま」に加え、小売業向けの「Crea's Market（トライアルスペース：試験的に販売やプロモーション活動を行い、顧客の反応をつかむ場）」を設置・運営している。（場所：戸塚駅地下1階）
- ◆女性がお店を出して事業を運営するにあたり、販売する商品やサービスが顧客のニーズに本当にマッチするのか、テストマーケティングをして確かめたいという声を反映し、事業のスムーズな立ち上げを後押しし、着実な事業成長につなげていただくことを目的に、「Crea's Market」を平成26年度に設置した。

【小売業の創業に対する支援の概要】

- ◆「Crea's Market」は、試行的に店舗販売をするだけでなく、将来的な事業展開を見据え、経営コンサルタントのアドバイスなどを受け、販路や広報の手段などについて併せて学んでもらう場と位置付けている。単なる場所貸しではなく、経営指導も含めた場所として運営している。
- ◆「Crea's Market」の利用は女性に限定し運営している。また、より多くの創業希望者に利用してもらうため、「Crea's Market」の入居期限の上限は6か月としている。

【参考】「Crea's Market」について

- 支援期間：原則6か月
- 参加費：月額25,000円
- 店舗面積：約9㎡
- 対象者：新たに「店舗」運営による事業を開始しようと考えている女性
（雑貨販売などの小売・物品販売やマッサージなどの対面サービスを想定）
- 支援内容：専門アドバイザー等との定例ミーティング（月2回）
専門アドバイザーによるコンサルティング（月1回）
店舗運営のノウハウ等に関する専門アドバイザーへの相談（適宜）

Crea's Market



事例紹介⑦

【6次産業化・農商工連携の創業に対する支援】 ー長崎県松浦市ー

【創業支援の取組の背景】

◆松浦市では、平成 26 年 2 月に策定した「松浦市商工業振興ビジョン」の中で次の 4 点を掲げており、これを踏まえ産業競争力強化法に基づく創業支援事業計画を作成・申請した。

①地域資源の付加価値向上

→[現状・課題] 松浦市には豊富な水産資源、農林資源があるものの、それに付加価値がついておらず、消費地に生鮮のまま流通させることが多い。地場で付加価値をつけることができる商品を増やしていく必要がある。

②既存中小企業の活力回復・向上のための第二創業支援

→[現状・課題] 既存の中小企業の体力が落ちている。こうした課題に対して、第二創業の振興を通じて産業活力の回復・向上を図る必要がある。

③起業家の掘り起こしと育成

→[現状・課題] 事業者の高年齢化が進み、廃業者も増えてきているなかで、新たな創業者の掘り起こしを図る必要がある。

④地域課題解決のための起業家支援

→[現状・課題] 行政の予算が減っていくなかで、地域住民や中小企業の力を借りながら地域課題を解決するために、地域課題の支援のための起業家支援を行う必要がある。

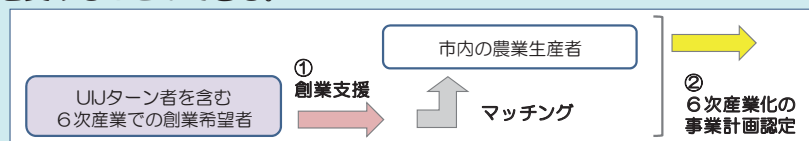
【重点業種の設定の考え方】

◆松浦市が策定した創業支援事業計画では全業種を支援対象としているが、なかでも「地域資源を活かした創業（6次産業化・農商工連携事業）」に力を入れて取り組んでいる。

◆松浦市では、人口規模が小さい自治体なりの強みを発揮できる創業支援のあり方はないか検討していたところ、自然が豊かであるという特性を活かし、地域資源を活用した創業の支援を図るという方向性が出てきた。

【6次化の創業支援の概要と効果】

◆松浦市では、産業競争力強化法に基づく創業支援事業を通じて、特定創業支援事業による証明書の発行に加え、6次産業化の対象分野における創業希望者には、別途、国の6次産業化の事業計画認定を行い「二段構えの支援」を実施している。これにより、創業支援事業とは別に、創業希望者・創業者は農作物の加工などに必要なハードなインフラ整備の助成や専門家の支援を受けることができる。



◆新規就農による創業希望者は少なく、多くは農業生産者から生産物を買取り加工を行う農商工連携分野（例：ミカンジュースの生産、椿油の生産）の創業希望者である。また、新規創業ではないものの、市による6次産業化の支援実績として、既存の水産事業者（例：トラフグの養殖）の商品のブランディングなどが挙げられる。

◆市が創業支援の窓口を設置するまでは、商工関連の創業希望者しか窓口（商工会議所）を訪れていなかった。しかし、市が主体となり道の駅などを通じて関係者にPRをしつつ創業支援に取り組んだことにより、第一次産業や6次産業化の対象分野で創業を希望する人が創業支援の窓口を訪れるようになり、新たな創業希望者の掘り起こしに成功している。

3. コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスに関する行政担当者の認識

- 多摩地域の創業希望者：社会貢献を念頭に置く者が極めて多い
 - 社会貢献の内容：「地域で生活する人々の生活の充足や質の向上」を挙げる者が多い。
- 多摩・島しょ地域市町村：ソーシャルビジネスに限定した創業支援策の実施団体は2団体
 - 多くの市町村ではこれに限定した創業支援策はなく、他と同様に支援を実施
 - 約半数の市町村が「重点的に支援していきたい分野はない」と回答
 - ⇒ 定住促進、シティセールス、地域課題の解決に向けた手法として、コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスの創業支援に取り組むことも重要

(1) 「コミュニティビジネス」・「ソーシャルビジネス」とは

「ソーシャルビジネス」とは、様々な社会的課題についてビジネスを通じて解決しようとする事業のことであり、「社会性」、「事業性」、「革新性」の3つが構成要件とされている【図表 35】。ソーシャルビジネス事業者とは、こうしたソーシャルビジネスを行うことを目的とする事業主体を指す。

これに対し「コミュニティビジネス」とは、地域課題を地域住民が主体となり、ビジネスを通じて解決していこうとする事業を指すことが多く、特に視点に地域性を含むことがソーシャルビジネスとは異なる。しかし、コミュニティビジネスは言葉の定義が明確でないことから、地域の清掃活動等も含んだ使われ方をすることもある。

本調査研究では、用語の意味や対象範囲に多少の差異はあるものの、ともに重複した概念とみなし、コミュニティビジネスとソーシャルビジネスを並列で表記する。

図表 35 「ソーシャルビジネス」に求められる3つの要件

社会性	現在解決が求められる社会的課題に取り組むことを事業活動のミッションとすること。
事業性	ミッションをビジネスの形に表し、継続的に事業活動を進めていくこと。
革新性	新しい社会的商品・サービスや、それを提供するための仕組みを開発したり、活用したりすること。また、その活動が社会に広がることを通して、新しい社会的価値を創出すること。

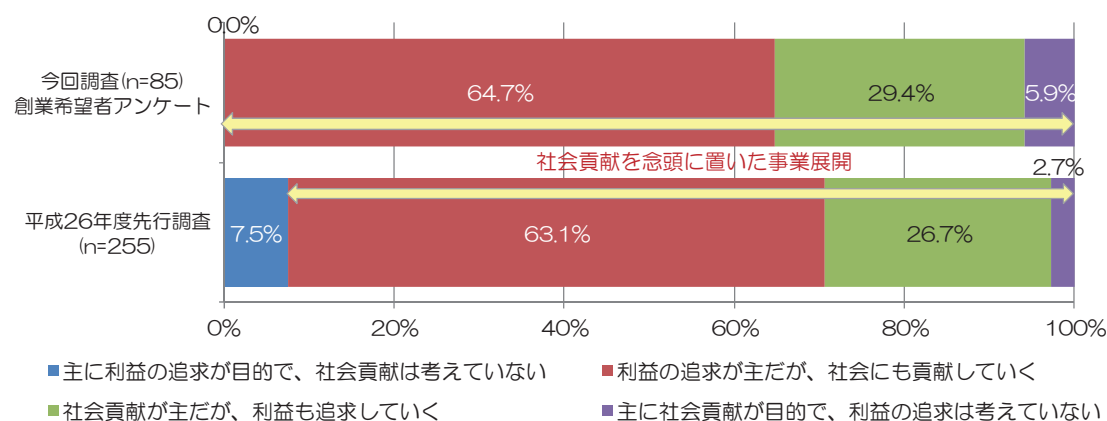
出典) ソーシャルビジネス推進研究会 (2011)「ソーシャルビジネス推進研究会報告書」

（２）創業による社会貢献への意識

多摩地域における創業支援セミナー参加者に対し実施したアンケート調査では、全ての回答者が社会貢献を念頭においた事業展開を想定している。

また、平成 26 年度に多摩信用金庫等が多摩地域の創業者・創業希望者に対し実施した先行調査においても同様の結果が表れており、地域に密着したコミュニティビジネス・ソーシャルビジネスが多いとされている多摩地域の創業の特徴をここにみる事ができる【図表 36】。

図表 36 目指す創業後のスタイル〔SA〕 【創業希望者アンケート】



注釈 1) 創業希望者アンケートの調査結果については、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。

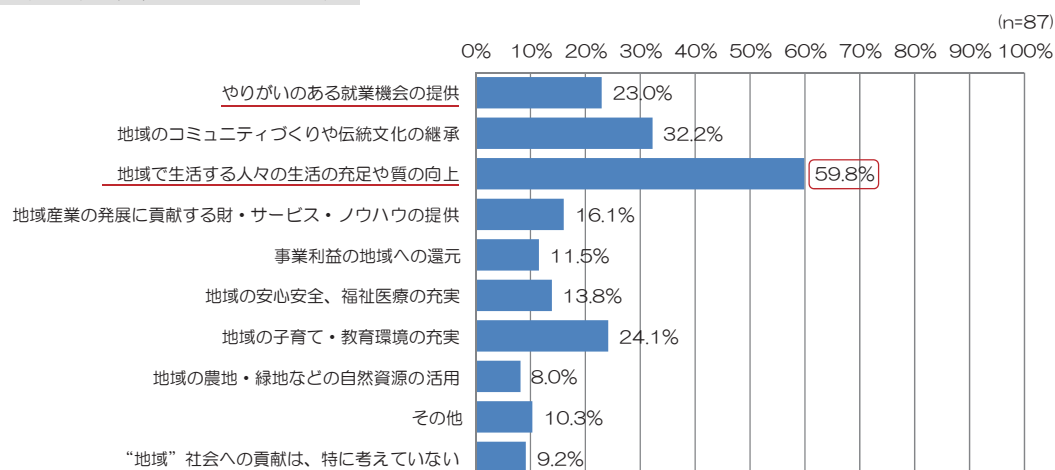
注釈 2) 「平成 26 年度先行調査」：多摩信用金庫等が自らの取引先の新規創業事業所や自らなどが主催する創業セミナーの参加者などに対し実施した調査結果

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」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

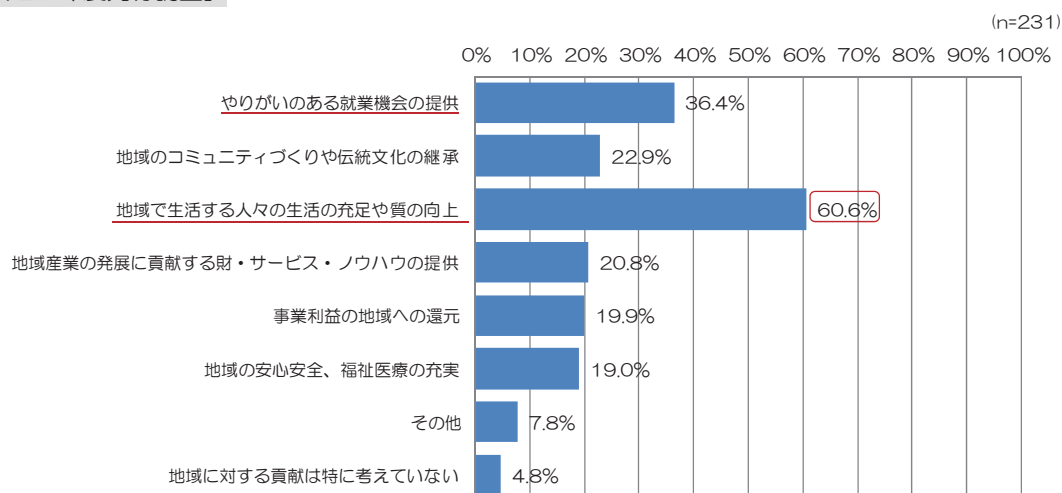
また、創業後の地域社会への貢献の内容としては、「地域で生活する人々の生活の充足や質の向上」(59.8%)を挙げる創業希望者が著しく多くなっている【図表 37】。さらに、平成 26 年度に多摩信用金庫等が実施した先行調査においても、「地域で生活する人々の生活の充足や質の向上」(60.6%)や「やりがいのある就業機会の提供」(36.4%)を挙げる創業希望者が多いことが確認されている。

このように多摩地域の創業希望者は、創業による社会貢献に対する意識が高い。また、社会貢献の方向性が、地域の暮らしやすさの向上(生活の充足や質の向上)や就業等による社会参画の機会拡充(やりがいのある就業機会の提供)に向いていることから、市町村の創業支援の取組は、地域産業の活性化だけでなく、地域の居住環境や社会の多様性にも資するものと考えられる。

図表 37 創業後の地域社会への貢献の内容【MA】 【創業希望者アンケート】
【今回調査(創業希望者アンケート)】



【平成 26 年度先行調査】



注釈 1) 創業希望者アンケートの調査結果については、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。

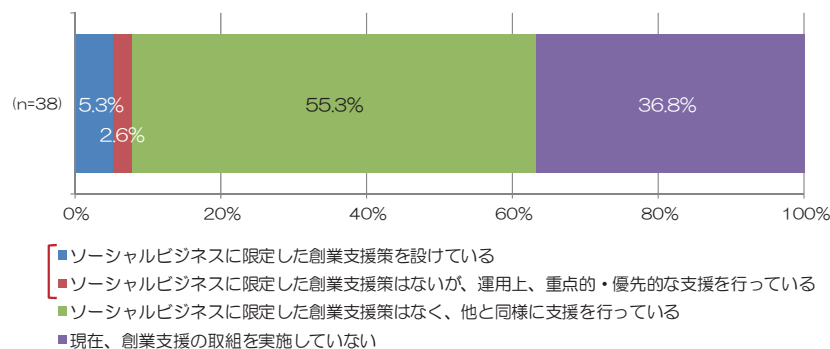
注釈 2) 「平成 26 年度先行調査」：多摩信用金庫等が自らの取引先の新規創業事業所や自らが主催する創業セミナーの参加者などに対し実施した調査結果

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」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

（３）コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスに対する創業支援

近年では、コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスに対する各種支援策を設ける市町村もみられる。こうしたなか、まだ少数ではあるが多摩・島しょ地域市町村でも 2 団体（5.3%）が「ソーシャルビジネスに限定した創業支援策を設けている」としており、1 団体（2.6%）が「運用上、重点的・優先的な支援を行っている」としている【図表 38】。

図表 38 コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスに対する創業支援【SA】【市町村アンケート】



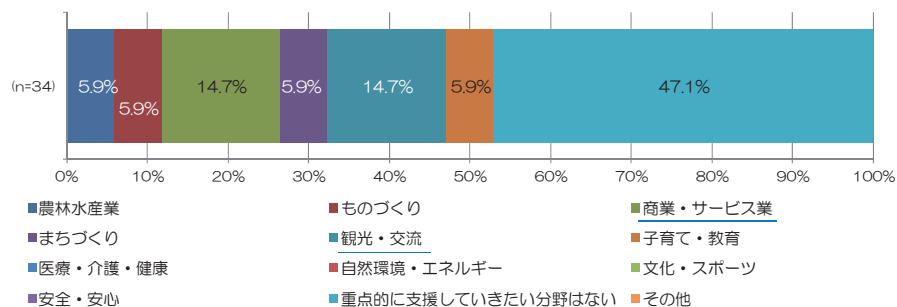
注釈）多摩・島しょ地域 39 市町村の回答のうち、無回答の市町村を除く集計結果を示す。
資料）「多摩・島しょ地域市町村を対象とした創業支援に関するアンケート調査」より作成

また、多摩・島しょ地域では「ソーシャルビジネスに限定した創業支援策はなく、他と同様に支援を行っている」（55.3%）とする市町村が多いことから【図表 38】、「今後、重点的に支援したいコミュニティビジネス・ソーシャルビジネスの分野はない」（47.1%）とする市町村も約半数を占めている【図表 39】。

一方、過半数の市町村がソーシャルビジネスのなかでも重点的に支援を実施したいと考える分野があるとし、1 割強の自治体が「商業・サービス業」分野（14.7%）、「観光・交流」分野（14.7%）を挙げている。

なお、コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスに関する創業支援の考え方は市町村によって様々である。そのなかで、女性が働きやすい環境づくりを通じて定住促進やシティセールスを推進することや、空き家の利活用による商店街振興の取組について、創業支援の文脈のなかで実施する事例も見受けられる。こうした点を踏まえ、創業支援を地域課題の解決に向けた一手法として捉え、積極的に取り組むことも重要である。

図表 39 今後、重点的に支援したいソーシャルビジネスの分野【SA】【市町村アンケート】



注釈 1）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。

注釈 2）「医療・介護・健康」、「自然環境・エネルギー」、「文化・スポーツ」、「安全・安心」、「その他」を回答した市町村はない。

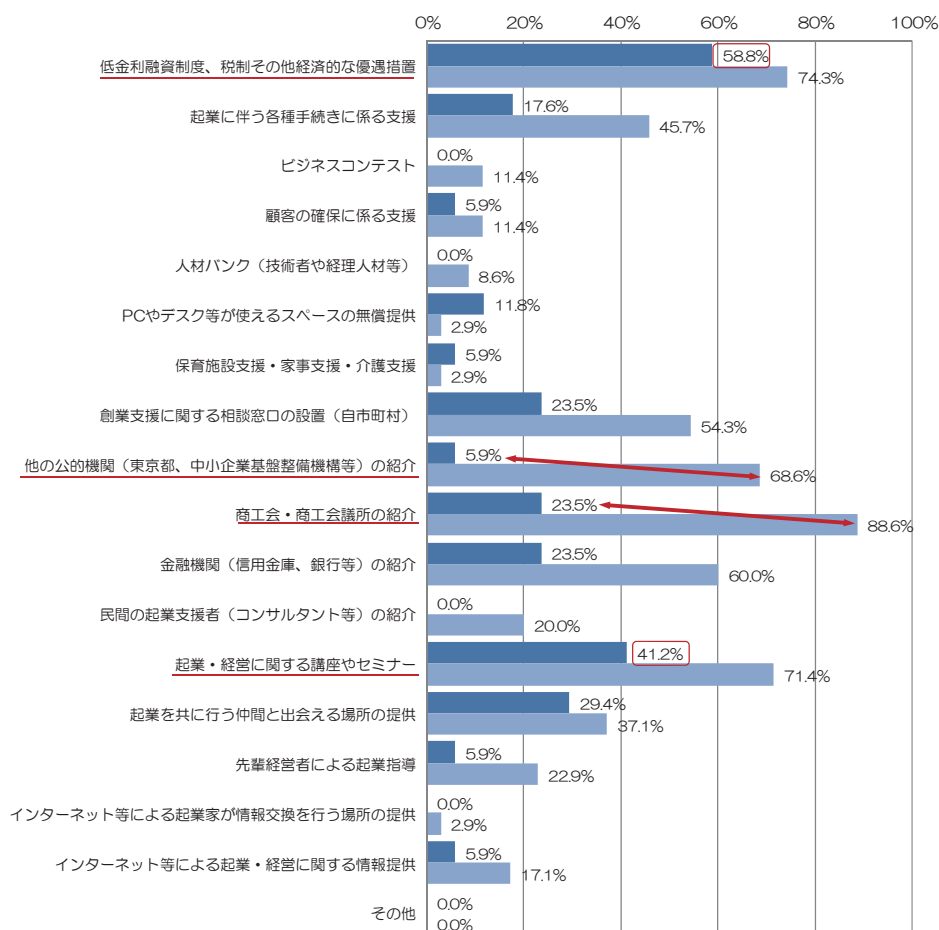
資料）「多摩・島しょ地域市町村を対象とした創業支援に関するアンケート調査」より作成

また、今後コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスに関する重点支援分野において実施したい取組としては、一般的な創業支援の取組と同様に「低金利融資制度、税収その他経済的な優遇措置」(58.8%)、「起業・経営に関する講座やセミナー」(41.2%)を挙げる市町村が多い【図表 40】。

これに対し、支援分野にかかわらず、多摩・島しょ地域市町村の約 9 割が現在実施中の一般的な取組として「商工会・商工会議所の紹介」(88.6%)を挙げているが、同項目や「他の公的機関（東京都、中小企業基盤整備機構）の紹介」(68.6%)などの項目では、コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスの振興策として取り組みたいとするところは著しく少ない。

この点から、コミュニティビジネス・ソーシャルビジネスの創業支援は、一般的な実施体制とはやや異なるものと考えられるが、他方で【事例紹介⑧】にも示すように、一般的な経済的優遇措置を通じた支援やセミナー等による情報発信などに取り組む市町村もみられる。

図表 40 今後、ソーシャルビジネスの重点支援分野に対し実施したい取組【MA】【市町村アンケート】



■(n=17) 今後、重点支援を実施したいソーシャルビジネス分野における取組

■(n=35) 【参考】現在、実施中の取組（創業支援の取組一般）

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⑧

【コミュニティビジネスに対する支援】 ー東京都福生市ー

【取組の背景と考え方】

- ◆福生市では平成 23 年に調査を実施し、市内には広い敷地が存在せず工場誘致が難しいことを踏まえると、市は限られたスペースでも事業展開が可能な「コミュニティビジネス」の支援に取り組むべきであるとの結果に至った。これが福生市におけるコミュニティビジネスの支援の契機となっている。
- ◆「定住化」のためには女性が働きやすい環境を整備することが必要である。福生市では、①コミュニティビジネスをテーマに創業支援セミナーを開催したところ、女性の参加者が多かったこと、②女性が多く活躍するコミュニティビジネスを支援することが定住化につながると考えたことから、創業支援のなかでも「コミュニティビジネス」の支援に力を入れることとした。
- ◆また、単なる空き店舗対策の補助金の場合、家賃補助が切れた時点で市外に事業者が流出してしまうおそれがある。これに対し、地域課題の解決を目的としたコミュニティビジネスであれば、市外に流出するリスクは低いのではないかと考えた点も、コミュニティビジネスを重点的に支援する理由の一つとして挙げることができる。

【コミュニティビジネスに対する支援】

- ◆福生市では、以前より空き店舗の利活用を目的に、コミュニティビジネスであることを要件とした助成制度を設けていた。なお、平成 26 年4月から、空き店舗の利活用等に関する要件を外し、より対象を広いものとした「福生市コミュニティビジネス支援事業補助金」として運用している。
- ◆同制度では、市が開催する創業支援セミナーの受講を要件とし、創業支援の取組と連動する形で、家賃・改装費・広告費・備品費等に対し最大 60 万円までの補助を行っている。

福生市コミュニティビジネス支援事業補助金交付要綱 （一部抜粋）

■目的

福生市内（以下「市内」という。）の商店街振興策として、新たにコミュニティビジネス事業を創業しようとする者に対し、出店に係る経費の一部を補助することにより、活力ある商店街づくりを推進すること

■コミュニティビジネスの定義

地域の課題についてビジネスの手法を用いて解決を図る事業

■補助の対象者

- (1) 市内で新たに事業を営もうとする者又は市内で事業開業後 1 年未満の者であって、継続して事業を営む意思があること
- (2) 事業所等の所有者又は管理者の親族でないこと
- (3) 市が実施する事業に関する講座を修了していること
- (4) 許可若しくは認可が必要な事業を開始しようとするときは、補助金の申請の際にその許可若しくは認可を受けている、又は許可若しくは認可を受ける見込みがあること
- (5) 必要な税の申告を怠っておらず、かつ、市税の滞納がないこと
- (6) 風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和23年法律第122号）第2条に掲げる営業に該当しないこと

■補助金の額

- 内容1：家賃 - 家賃月額額の2分の1以内（月額5万円を限度とする。）／補助期間は12箇月以内とする。
内容2：改装費等 - 費用の2分の1以内／補助金の額は60万円を限度とする。
内容3：広告費 - 費用の2分の1以内／補助金の額は60万円を限度とする。
内容4：備品費等（一括払）- 費用の2分の1以内／補助金の額は60万円を限度とする。
備品費等（月払）- 月額額の2分の1以内（月額5万円を限度とする。）／補助期間は12箇月以内とする。
内容5：上記内容から複数を組み合わせる場合 - 補助金の額の合計は60万円を限度とする。